

ترویج دین از طریق تحریک عاطفه در رسانه‌های معاصر، در مقایسه با ترویج مبتنی بر تعقل در صدر اسلام

مهدی محسنیان‌راد*

چکیده

مقاله، ابتدا رفتار مبلغان دینی را بر روی طیفی قرار می‌دهد که در یک سوی آن، تحریک شدید عواطف مخاطبان و در سوی دیگر، قرار دادن آنان در مسیر تفکر و تعقل است. سپس با مروری کوتاه بر دو روند «فکرکردن» و «تحریک هیجان»، یادآوری می‌کند که استفاده از شیوه تحریک عاطفه به منظور تقویت معرفت دینی، عملاً مخاطب را به حاشیه دین خواهد کشاند و همان خواهد شد که به آن دین عوامانه می‌گویند. سپس پاسخ دو سؤال را دنبال می‌کند: (۱) آیا در ایران صدر اسلام، دین‌پذیری از طریق تعقل انجام گرفت یا تحریک عاطفه؟ و (۲) آیا شیوه مرسوم مبلغان دینی معاصر از جمله رسانه‌ها، مبتنی بر تعقل است یا تحریک عاطفه؟

مقاله ضمن تبیین رابطه «تفکر» و نشانه‌ها، توضیح می‌دهد که چون فکر کردن، نوعی تحریک شدن یا ظاهر شدن متوالی نشانه‌هاست و انسان، بخش عمده‌ای از فکر کردن را با آنچه از یادگیری قبلی در حافظه خود نگاه داشته انجام می‌دهد، بنابراین از طریق مراجعه به اطلاعات مربوط به ایران صدر اسلام، به صورتی ذهنی، توالی نشانه‌ها در حافظه ایرانیان صدر اسلام را شبیه‌سازی و پاسخ سؤال نخست را به صورت یک حدس، ارائه می‌دهد.

آخرین بخش مقاله به پیامدهای تبلیغ دین‌پذیری از طریق تحریک عاطفه، در ایران معاصر اختصاص دارد. مقاله توضیح می‌دهد که مشارکت رسانه‌ها و دامن زدن به دین عوامانه، پدیده‌ای معکوس ماریپیج سکوت را به وجود خواهد آورد که نجوی مخالفت‌نخبگان را در خود حل و مضمحل خواهد کرد.

واژگان کلیدی: تبلیغ دینی، تعقل، تحریک عاطفه، اسلام، شیعه، رسانه، تبلیغات

مقدمه

بارها مبلغان دینی، دین را امری فطری نامیده‌اند به این مفهوم که امری ذاتی و نهفته در طبیعت انسانی است. اگر این گزاره را به منزله یک آگزیوم بپذیریم، رفتار مبلغانه بعدی آنان را می‌توانیم بر روی طیفی قرار دهیم که در یک سوی آن، تحریک شدید عواطف مخاطبان و در سوی دیگر، وادار کردن آنان به تفکر و تعقل است. اما، باید به یاد داشت که با توجه به تفاوت دو روند «فکرکردن» و «تحریک هیجان»، می‌توان گفت که استفاده از شیوه تحریک عاطفه به منظور تقویت معرفت دینی، عملاً مخاطب را به حاشیه دین خواهد کشاند و همان خواهد شد که به آن دین عوامانه می‌گویند. در این مقاله تلاش می‌کنیم که با توجه به آن چه آمد به دو پرسش مهم و مرتبط به هم پاسخ دهیم: (۱) آیا در ایران صدر اسلام، دین‌پذیری از طریق تعقل انجام گرفت یا تحریک عاطفه؟ و (۲) آیا شیوه مرسوم مبلغان دینی معاصر از جمله رسانه‌ها، مبتنی بر تعقل است یا تحریک عاطفه؟

ساز و کار استدلال و تعقل

فکر کردن مستلزم به کار بردن نشانه‌ها، اعم از نشانه‌های طبیعی، تصویری و قراردادی است که تجربه گذشته را نشان می‌دهد (مان، ۱۳۵۵: ۳۵۱). می‌دانیم که تفاوت این سه نوع نشانه در آن است که میان دال و مدلول در نشانه‌های طبیعی رابطه مجاورت است - مانند رد پای یک رونده بر ماسه‌های کنار دریا - یا رابطه مشابهت است - مانند تصویر چاپ شده و یا نقاشی شده یک شیئی، فرد و... یا قراردادی است، مانند کلمات (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۱۹۲-۲۲۰).

انسان با آنچه از قبل یاد گرفته است فکر می‌کند. همچنین ممکن است از طریق فرایندهای فکری خود، چیزهای را یاد بگیرد که قبلاً نمی‌دانسته است. برای مثال، مغز یک مخترع، اطلاعات مختلف مربوط به یک مسأله را کنار هم می‌گذارد و به نتیجه تازه‌ای می‌رسد. ما از این طریق جنبه‌های مختلفی از جهان را که در میدان تجربه ما قرار گرفته است و در حافظه ما جای دارد، می‌سازیم و دوباره مرتب می‌کنیم.

فکر کردن نوعی تحریک شدن یا ظاهر شدن متوالی نشانه‌هاست. فکر کردن از طریق اولین نشانه‌ها آغاز می‌شود. مطلب اول، مطلب دوم را در پی خواهد داشت، مطلب دوم، مطلب سوم را به ذهن می‌آورد و الی آخر. این فرآیند جز مواقعی که اصطلاحاً «با صدای بلند» فکر می‌کنیم، به صورت ضمنی انجام می‌شود.

در هر حال، این واقعیت که آدمی می‌تواند با فکر کردن یاد بگیرد، سبب شده است که روان‌شناسان «فکر کردن» را مهم‌ترین فرآیند یادگیری بدانند (مان، ۱۳۵۵: ۳۵۱).

استدلال و تعقل^۱ از انواع فکر کردن است. مهم‌ترین ویژگی آن این است که با تداعی یک مسأله شروع و به صورت یک روند^۲ ادامه می‌یابد و از طریق کنترل توالی اندیشه، به راه حل مسأله (درست یا نادرست) ختم می‌شود (اقتباس از مان، ۱۳۵۵: ۳۵۱-۳۵۴). بنابراین در استدلال و تعقل، نکته مهم، روش است که طی آن کنترل توالی اندیشه برای دست‌یابی به راه حل یک مسأله از پیش مطرح شده است.

استدلال و تعقل دارای سطوح مختلفی از ساده تا پیچیده است. در سطوح پیچیده، نیاز به مشاهده مبتنی بر بینشی عمیق‌تر است. در این سطح، لازمه تعقل، کشف همبستگی بین حوادثی است که ظاهراً نامربوط به نظر می‌رسند. یعنی احتیاج به کشف رابطه تعمیم دارد (همان، ۳۵۶).

نوعی دیگر از تفکر، خیال‌پردازی^۳ است. این پدیده مشابهت‌هایی با تعقل دارد. از جمله بر آن نیز توالی حاکم است؛ اما این توالی، کنترل نشده است. در خیال‌پردازی تداعی آزاد اندیشه‌ها اتفاق می‌افتد. این اتفاق گرچه از اولین نشانه آغاز می‌شود، به صورتی پشت سرهم می‌آید، اما چون چیدمان ردیف مطالب کنترل شده نیست، هر تداعی تصادفی است. گویی از شما خواسته باشند، هر کلمه‌ای را که به ذهنتان خطور می‌کند، بیان کنید. تفاوت دیگر استدلال و تعقل با خیال‌پردازی در آن است که جنبه واقعیت‌اولی بیشتر از دومی است (همان، ۳۵۳).

احساس و عاطفه

از دیگر پدیده‌های مرتبط با عملکرد مغز و سیستم عصبی، هیجان^۴ و احساس^۵ است. روان‌شناسی می‌گوید «احساس» و «عاطفه» با یکدیگر ارتباط نزدیک دارند. وقتی شخصی از نظر عاطفی تحریک می‌شود، تجربه‌هایی مثل خوشی، غم، ترس، اضطراب و غیره به او دست می‌دهد (مان، ۱۳۵۴: ۱). در واقع برای فردی که از لحاظ هیجانی تحریک می‌شود، آشکارترین جنبه هیجان، «احساس» است. در این موارد ممکن است که فرد احساس کند که قلب او فرو ریخته است (به همین سبب است که در برخی متون غیر علمی، در

1. Reasoning
2. Procedure
3. Reverie
4. Emotion
5. Feeling

مواردی از واژه «قلب» به جای «مغز» استفاده می‌شود). یا احساس شعف کند و یا دچار چنان اندوهی شود که گریه کند و فریاد زند (همان، ۶).

میان «عاطفه» و «انگیزش»^۱ نیز رابطه تنگاتنگی است و هر دو اصطلاح دارای ریشه مشترک‌اند (همان، ۲). انگیزش را دینامیک رفتار^۲ نیز می‌نامند (در فیزیک، مقصود از دینامیک، انرژی یا نیرویی است که سبب ایجاد حرکت در اجسام می‌شود). هر نوع عاملی که سبب فعالیت داخلی یا خارجی موجود زنده شود، نوعی انگیزش به حساب می‌آید (مان، ۱۳۵۵: ۳۹۳).

به این ترتیب می‌توان به وضوح دریافت که از طریق تحریک عاطفه و برانگیختن احساسی خاص، می‌توان بروز رفتاری ویژه را انتظار داشت. این رفتار گاهی، به صورتی غیرمنتظره نیز بروز می‌کند؛ برای مثال فرد با چنان سرعتی از مرکز خطر می‌گریزد که از سن و سال او انتظار نمی‌رود؛ زیرا در اثر ترس، غده فوق کلیوی شخص مقدار زیادی هورمون آدرنالین ترشح می‌کند و این هورمون نیز به نوبه خود سبب می‌شود کبد، گلیکوژن ذخیره شده را آزاد کند و ترشح همین ماده، نیروی موقت قابل توجهی به فرد بدهد (مان، ۱۳۵۴: ۱۰).

عاطفه را می‌توان از طریق مواد شیمیایی (مانند الکل) نیز تحریک کرد. تحریک عاطفه می‌تواند منتهی به رفتار شود؛ اما اثر بخشی آن از لحظه تحریک تا بروز رفتار، سریع، اما کم دوام خواهد بود. جنس^۳ در یک مطالعه آزمایشگاهی به خوبی این نتیجه را نشان داد. او با نمایش یک فیلم چندش آور از زخم‌های بیماری کزاز به دو گروه آزمایش شونده مشابه، عواطف آنان را تحریک و احساس ترس از این بیماری را در آنان برانگیخت. پس از پایان نمایش فیلم، به گروه اول اطلاع داد که همان موقع می‌توانند به طبقه پایین روند و رایگان واکسن کزاز تزریق کنند. به گروه دوم گفته شد فردا می‌توانند این تزریق را انجام دهند. نتیجه آزمایش نشان داد گروه دوم به مراتب کمتر از گروه اول به تزریق واکسن مبادرت کردند؛ زیرا اثرات تحریک عاطفه پس از گذشت چند ساعت در آنان فرو کش کرده بود.

پروپاگانديست‌ها، سال‌هاست که از تحریک عواطف جماعات برای اهداف خود استفاده می‌کنند. بسیاری از سخنرانان از طریق بازی با احساسات مستمعان و با تکیه بر ترس، تنفر و امیدهای آنان، انگیزش‌های لازم را برای رفتار دلخواه فراهم می‌کنند و گاهی آنان را به اعمالی وا می‌دارند که از نظر عقل سلیم اعمالی نادرست است (همان، ۱۲).

1 . Motivation

2 . Dynamics of behavior

3 . Ganis

البته باید دانست که گرچه پروپاگانداست‌های سیاسی و مذهبی، می‌توانند به کمک تکرار تحریک عاطفه، بروز رفتارهایی را به ظاهر نهادینه کنند، اما چون مبنای آن تعقل نیست، رو بنایی و آسیب‌پذیر خواهد بود.

دین‌پذیری مبتنی بر تعقل در ایران صدر اسلام

با اشاره‌ای که به تعقل در مقابل احساس ناشی از تحریک عواطف شد، دو پرسش اصلی پیش روی ماست: ۱) در صدر اسلام، دین‌پذیری در ایران، از طریق تعقل انجام گرفته است یا تحریک عاطفه؟ ۲) شیوه مرسوم مبلغان دینی معاصر از جمله رسانه‌ها، مبتنی بر تعقل است یا تحریک عاطفه؟

در پاسخ به نخستین پرسش، می‌توان به سخنی از آیت‌الله مطهری (۱۳۷۹: ۳۶۶) اشاره کرد که در توصیف شیوه تبلیغ دین در صدر اسلام می‌گوید: «عوامل تبلیغ در صدر اسلام، توده مردم بوده‌اند نه یک دستگاه طویل و عریض تبلیغاتی». توده‌های مردم، صرفاً تحت تأثیر انگیزه‌های وجدانی، بدون آن که بخواهند وظیفه‌ای را که از طرف یک سازمان روحانی یا غیر روحانی به آنان محول شده انجام دهند، به نشر و ترویج اسلام می‌پرداخته‌اند. به نظر می‌رسد که انگیزه‌های وجدانی مورد نظر آیت‌الله مطهری، همان تعقل ناشی از ارتباط درون فردی^۱ یا ارتباط با خود^۲ است.

ارتباط درون فردی پدیده‌ای است که با تفکر، شباهت‌های بسیار دارد و یکی از جنبه‌های مهم و مبنایی در ارتباط و در برگزیده چگونگی دادوستد داده‌ها و اطلاعات میان اندام‌های حسی و مغز انسان است و شامل فعالیت‌هایی مانند پرورش افکار، تصمیم‌گیری، گوش دادن و خودنگری می‌شود (برکو، ۱۳۷۸: ۶). محمل ارتباط درون فردی، فقط محصور در شخصی است که با محیط خویش، بده و بستان دارد و هم اوست که آنچه را مقاصدش ایجاد کرده، می‌بیند و آنچه را اندامگان او پذیرفته، حس می‌کند و نشانه‌ها را بر طبق پویای شخصیت خویش تداعی و به یکدیگر پیوند می‌زند (بلیک، ۱۳۷۸: ۳۹).

در ارتباط با خود نیز همچون هر ارتباطی دیگر، فرستنده و گیرنده وجود دارد، با این تفاوت که هر دو نقش را یک نفر ایفا می‌کند. حوزه عملیات فراتر از نشانه و در برگزیده سه عنصر پیام - نشانه، محتوا و نحوه ارائه است. اگرچه مشابه استدلال و تعقل، روند کنترل شده است، اما این کنترل در چارچوبی محدودتر انجام می‌شود، چارچوبی که در هر مبادله،

1 . Interpersonal Communication

2 . Self Communication

یکی از دو سوی فرستنده و یا گیرنده آن را تعیین می‌کنند. اگرچه هردو، یک نفرند. این امر تقریباً شبیه آن است که یک نفر اراده کند که با خود شطرنج بازی کند. هر ارتباط با خودی بر پایه اطلاعات ذخیره شده در حافظه و رابطه آنها با انبان معنی‌هاست. انبانی که در مدل ارتباطی منبع معنی، به صورت منبعی از معنی‌ها نشان داده شده است (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۳۱۳-۳۶۹).

به نظر می‌رسد که هنگام وقوع رویدادهای مهم و سرنوشت ساز برای یک ملت، محتوای «منبع معنی جمعی» یا به عبارتی دیگر، محتوای حافظه جمعی نقش مهمی دارد. بنابراین، شاید بتوان با شبیه‌سازی حافظه جمعی ساکنان پایتخت ایران به هنگام حمله اعراب، به محتوای ارتباط با خود آنان در اولین مواجهه با اطلاعات مربوط به اسلام و مسلمانان نزدیک و از آن طریق، شیوه اسلام‌پذیری آنان - تعقلی یا احساسی - را حدس زد.

آن روز که سربازان عرب به تیسفون نزدیک می‌شدند، ۱۴ سال از شکست خسرو پرویز در جنگ با رومیان می‌گذشت. مردم دیده بودند که شاه چگونه سربازانش را تنها گذاشته و از میدان جنگ گریخته است. تاریخ می‌گوید خسرو پرویز به سبب فرار از میدان جنگ، نزد مردم منفور شد. او به فرماندهان خود بدبین شد و آنان را به زندان انداخت و برخی را نیز به قتل رساند. در این میان، فرمانده پادگان پایتخت با کودتایی نظامی، شاه را سرنگون کرد به سیاه چال انداخت و مدتی بعد در مقابل دیدگانش، ولیعهد و چند تن از فرزندان دیگرش را سر برید و سپس خود او را به قتل رساند (پازارگاد، ۱۳۵۰: ۷۳).

شش سال بعد، مردم پایتخت شاهد بودند که چگونه (قباد دوم، پادشاه آنان) برای به جنگ آوردن قدرت، به یکی از ویرانگرترین اعمال در تاریخ جهان دست زد. او تمامی جانشینان بالقوه خود، یعنی برادران و برادرزادگان خود را که تعداد آنان تا ۱۸ نفر نیز گزارش شده است به قتل رساند. این عملیات تقریباً در پیش چشم خسرو پرویز، پدر برکنار شده، انجام می‌شد. چند ماه پس از آن کشتار جمعی و از فردای مرگ پادشاه قاتل، مردم پایتخت شاهد چنان رقابت و هرج و مرجی شدند که فقط در مدت چهارسال، ۹ پادشاه زن و مرد، هر کدام در پی کودتایی، پادشاهی ایران رنجور و زخم خورده را به دست گرفتند (زیدان، ۱۳۳۶: ۳۸). وضعیت جابه‌جایی‌های سریع ناشی از جنگ قدرت، همراه با کودتاهای متعدد در آن دوره به گونه‌ای بود که جلوس هر شاه جدید را از روی پشت بام‌ها اعلام می‌کردند.

بلعمی در این باره گوید، شاهان ایرانی تعدادی گماشته داشتند که شب قبل از جلوس شاه بر تخت، نام او را بر پشت بام‌ها با صدای بلند فریاد می‌زدند و بدین ترتیب مردم اطلاع می‌یافتند که شاه بعدی کیست [بدون اینکه مشروعیت شاه جدید به اثبات رسیده باشد].

آنانی که بر تخت جلوس می‌کردند به سبب فقدان مشروعیت، نمی‌توانستند شاهنشاهی را کنترل کنند (دریایی، ۱۳۸۱: ۵۳-۵۵). در چنین هرج و مرج و فقدان مشروعیتی بود که سپاهیان اسلام به پایتخت ایران نزدیک شدند.

هنگامی که تیسفون فتح شد، فرماندهان سپاه همراه با لشکریان خود، به جای اقامت در کاخ‌های متعدد ساسانیان در تیسفون، در منطقه‌ای دورتر از شهر و در کرانه فرات چادر زدند. بزودی حاکمان اعزامی از سوی خلیفه نیز در کنار فرماندهان پیروز سپاه عرب، به جای اقامت در کاخ‌های با شکوه در همان اردوگاه‌های نظامی اقامت کردند (پتروشفسکی، ۱۳۵۴: ۴۴). مدتی بعد، اداره پایتخت به سلمان فارسی سپرده شد و مردم دیدند که فرماندار جدید در جایی بسیار کوچک و حقیر اقامت کرده و کاخ عظیم مداین تبدیل به مسجد شده است و مسجد جایی است که همه می‌توانند به آنجا روند و عبادت کنند (محمدی اشتهاردی، ۱۳۷۱: ۱۰۹). گویند سلمان، تمام ۱۶ سالی که به نام حاکم تیسفون، در آن شهر اقامت داشت، روزگار را با زهد و سادگی و تدبیر سپری کرد (همان، ۱۰۹).

تبدیل عملکرد سپاهیان، از رویداد^۱ به خبر^۲، و سپس از خبر به اطلاعات ذخیره شده در حافظه جمعی، منبع مهمی برای تعقل ناظران است. اهمیت این اطلاعات - با توجه به رسوم آن روزگار - آن‌گونه معلوم می‌شود که اولاً کاخ‌ها و ساختمان‌های اشرافی ساسانی در سطح وسیعی در شهرها پراکنده بوده و استفاده نکردن سپاه عرب از آنها، نمایشی وسیع و عمومی داشته است و ثانیاً در تمام ادوار تاریخی قبل و بعد از خلفای راشدین، اسکان نظامیان پیروز در ساختمان‌های مسکونی جامعه مغلوب، سنتی شناخته شده و جا افتاده بوده است.

نقل است که تا قبل از ورود سپاهیان اسلام، ساکنان شهر فتح شده موظف بودند که سال‌ها از یکایک سربازان لشکر فاتح نیز در خانه‌های خود پذیرایی و به اصطلاح، آنان را پانسیون کنند (ابومحبوب، ۱۳۸۰: ۲۰). [پس از خلفای راشدین، این رسم دو باره برقرار شد]. اعراب پس از فتح تیسفون، در پیشروی، هیچ شتابی به خرج ندادند؛ به طوری که پس از هفت سال از فتح پایتخت، فقط مناطق همدان، قم، کاشان و اصفهان به تسخیر آنان در آمده بود (پتروشفسکی، ۱۳۵۴: ۴۲-۴۳). کندی این حرکت در مقایسه با سرعت حرکت پیام در آن روزگار سبب می‌شد که سرعت جابه‌جایی محتوای حافظه جمعی درباره رفتار مسلمانان فاتح، بسیار بیشتر از سرعت فتح مناطق باشد.

از سوی دیگر، در آن روزگار، که کمتر از ۱۰ سال از اتمام نزول قرآن گذشته و هنوز کتب اسلامی تألیف نشده و یگانه منبع قرآن بود. برای ایرانیان فارسی زبان ارتباط دین جدید با آنان ارتباطی افقی بود، نه عمودی. برای مثال، می‌توانستند با پرداخت جزیه‌ای معادل مالیات قبل از اسلام، کماکان زردشتی باقی بمانند و یا می‌دیدند که در قرآن حتی توضیح داده شده که چرا قرآن به زبان فارسی نازل نشده و به عربی است. لازم به یادآوری است، حتی تا اواسط قرن اول هجری قمری، واژه عجم فقط به معنی ایرانی و فارسی بود و بعدها و پس از فتح مناطق دیگر جهان، این واژه به بیگانگان تعمیم پیدا کرد.

در آیه ۴۴ از سوره فصلت، خداوند می‌فرماید: «اگر قرآن را [به زبان] غیر عربی گردانیده [نازل کرده] بودیم، قطعاً [مخاطبان آن] می‌گفتند: چرا آیه‌های آن روشن بیان نشده است؟ [و می‌پرسیدند که آیا این درست است که] کتابی غیر عربی و (مخاطب آن) عرب زبان [باشد].»

به این ترتیب، می‌توان حدس زد که مجموعه اطلاعات دریافتی مردم از رفتار مسلمانان و محتوای کتاب آسمانی آنان و نیز به سبب شتاب نورزیدن سپاه اعراب در تسخیر مناطق مختلف، فراهم بودن فرصت ارتباط با دیگران و ارتباط با خود، درباره اطلاعات مذکور، می‌توانست بستر مناسبی را برای تعقل فراهم کند.

دین‌پذیری مبتنی بر تحریک عواطف در ایران معاصر

همان‌گونه که در آغاز گفته شد، دومین پرسش مقاله این است که شیوهٔ مرسوم مبلغان دینی معاصر از جمله رسانه‌ها در ایران، مبتنی بر تعقل است یا تحریک عاطفه؟ چون بستر جستجوی پاسخ چنین پرسشی، دوران کنونی است، می‌توان از راهی آسان‌تر از شبیه‌سازی حافظه جمعی، یعنی شناخت وضعیت دین عوامانه و یا به تعبیر نگارنده، «دین عوام‌ساز» پی‌برد.

چون اصطلاح دین عوام‌ساز، می‌تواند هم به صورت اسم فاعلی و اسم مفعولی مورد نظر باشد، می‌توان آن را دینی دانست، منحرف از دین اصلی که یا محصول طبیعی (مفعولی) دین زیست شدهٔ متن مردم و یا مصنوعی (فاعل) است. دین عوامانه متون مفهومی مکتوب ندارد که از طریق استدلال، به معرفت الهی دست یافته باشد، بلکه سرشار از مجموعه باورهای شفاهی ذخیره شده در حافظهٔ جمعی است. حوزه‌های مفهومی آن بیشتر عاطفی و کمتر ادراکی و خردگرایانه است. تمایل به درک عمیق متن کلام و اندیشه خداوند (کتاب مقدس) ندارد و بیشتر به حاشیه می‌پردازد.

دین‌دار عوام‌ساز، حداقل به دو طریق، به نوعی رضایت معنوی دست می‌یابد: (۱) بروز رفتارهایی مشهود چون ستایش نمادها و شمایل‌ها - در قالب مناسک از ساده تا پیچیده، (۲) از طریق ابراز و تقویت باورهای خود به وقایع و پدیده‌هایی که اغلب آمیخته به لایه‌هایی رازگونه است.

برای هر یک از این دو شیوه، نمونه‌هایی ارائه می‌شود.

نمونه اول مربوط به مناسک ساده‌ای است که در مزاری در غرب شهر هرات افغانستان انجام می‌شود و زائر با غلتیدن بر روی زمین، مناسک عبادی ساده‌ای را انجام می‌دهد. نمونه دوم، مربوط به تشویق مردم به انجام قمه‌زنی در شهر اصفهان که مناسکی پیچیده و پر خطر است.

کسب اطلاع از نمونه اول، حاصل کار یکی از دانشجویان - آقای احسان صفرزاده - است که به کمک دوربین فیلمبرداری تلفن همراه خود تهیه کرده است. اطلاعات ما از این مزار بسیار اندک است و صرفاً از طریق مشاهده فیلم می‌توان دریافت که زائر برای انجام عبادت، بر روی زمین خاکی حیاط آرامگاه دراز می‌کشد و آنقدر غلت می‌زند تا به دیوار آن سو برسد. نمونه‌ای از اسلایدهای استخراجی از این فیلم کوتاه در زیر می‌آید:



تصویر ۱- یکی از زائران بارگاه خواجه غلطان در حومه هرات در افغانستان، در حال اجرای مناسکی عبادی، از طریق غلت زدن بر روی زمین خاکی (عکس از احسان صفرزاده)



تصویر ۲- چند تن از زائران مزار خواجه غلطان، در حال تماشای غلت زدن یکی از زائران بر روی زمین خاکی (عکس از احسان صفرزاده)



تصویر ۳- دوتن از زوار برای جلوگیری از برخورد زائر غلطان، به دیوار به طرف او می دوند. (عکس از احسان صفرزاده)

نمونه دوم، تشویق مردم به انجام قمه‌زنی که از مناسک پیچیده و پر خطر است که در زمستان ۱۳۸۴ با استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی انجام شده بود. خبر منتشر شده در مطبوعات چنین بود: «به تازگی، گروهی در اصفهان، اقدام به تولید سی‌دی ترویج قمه‌زنی کرده‌اند که در آن تلاش شده با نمایش تصاویر و فیلم‌هایی از قمه‌زنی در شهرهای عراق، در کنار سخنان چند مبلغ ساکن اصفهان و چند تن از مداحان، این اقدام را منطقی جلوه دهند... در این سی‌دی، گفته شده که نباید با مسخره بیگانگان، [از قمه‌زنی] عقب نشینی کنیم. در ادامه خبر گفته شده بود که مشوقان قمه‌زنی با سوء استفاده از سخنان برخی علماء که مواضع صریحی در زمینه عزاداری صحیح اهل بیت دارند، تلاش شده است از سخنان عرفانی ایشان در باره عقل و عشق به عنوان مجوزی برای قمه‌زنی استفاده شود (روزنامه ایران، ۱۳۸۴/۱۲/۱۷: ۳).

گفتیم، یکی دیگر از شیوه‌های دستیابی دین‌دار عوام‌ساز به رضایت معنوی، ابراز و تقویت باور به وقایع و پدیده‌هایی اغلب آمیخته به لایه‌هایی راز گونه است. نمونه بارز آن، ماجرای شکل‌گیری شایعه پناهنده‌شدن سگی به حرم امام رضا (ع) در دی ماه ۱۳۸۴ بود که حتی پس از گذشت یک‌سال از وقوع ساختگی آن، می‌شد تبعات آن را در گوشه و کنار اطراف حرم امام رضا (ع) مشاهده کرد.

کشف ماجرا بر اساس مساعدت چند تن از دانشجویان من (علی جعفری و...) منتهی به گزارش مفصلی شد. بر اساس این گزارش سایت انتخاب روز ۲۸ آبان ۱۳۸۴ برای اولین بار خبری را با ادعای نقل از شاهدان عینی و فیلم و عکس تهیه شده توسط دوربین‌های مدار بسته حرم منتشر کرد. خبر حاکی از آن بود که سگی برای زیارت بارگاه امام رضا (ع) توانسته خود را به پشت ضریح برساند. قسمتی از متن خبر چنین بود: «... در روزهای میانی هفته گذشته، زائران حرم امام رضا (ع) ناگهان با سگ سفیدی مواجه شدند که تا چند متری ضریح مطهر، پیش آمده و به صورت ویژه‌ای سرش را درست مقابل پای مبارک، روی زمین گذاشته و با صدای عجیبی گریه می‌کند... این سگ با ورود به داخل صحن، به هیچ وجه از روی فرش‌ها عبور نمی‌کند، به شکلی که هیچ کس متوجه نمی‌شود. او در حالی که به شکل شگفت‌آوری پشت به ضریح نمی‌کرده، تا دو سه متری ضریح مطهر پیش می‌رود و زانو زده، سرش را به سنگ‌های حرم چسبانده و با درآوردن صداهای عجیب، شروع به نوعی گریه می‌کند، به طوری که خدای که در اطراف این سگ حلقه می‌زنند، سر سگ یاد شده را خیس از اشک تعریف می‌کنند... خدام با پهن کردن پارچه برزنتی، از سگ می‌خواهند که روی

برزنت برود، سگ نیز به آرامی روی پارچه می‌نشینند و اجازه می‌دهد که خدام شگفت‌زده، او را به داخل صحن هدایت کنند... (سایت انتخاب).

چون که خبر افزون بر ارزش خبری «شگفتی»، به سبب اکثریت جمعیت شیعه در ایران، دارای دربرگیری گسترده‌ای نیز بود، به سرعت دهان به دهان نقل شد. به طوری که سایت انتخاب روز چهار آذر ۱۳۸۴ اعلام کرد که میزان بازدید کنندگان خبر «ماجرای شگفت انگیز ورود یک سگ به حرم امام رضا (ع)» در آن سایت از مرز ۲۰۰ هزار نفر گذشته است و همچنان روند تصاعدی خود را طی می‌کند ... ضمن آنکه این خبر در صدها سایت و وبلاگ دیگر نیز نقل شده بود.

سرانجام روزنامه جمهوری اسلامی روز ۵ آذر ۱۳۸۴ اطلاع داد که ورود سگ به حرم یک توطئه بوده است و نوشت: «توطئه وارد ساختن یک سگ به حرم مقدس حضرت امام رضا (ع) و مطرح کردن خبر آن در پایگاه اطلاع رسانی که دو هفته اخیر شایعات زیادی را بر سر زبان‌ها به جریان انداخته، با کشف یک باند سود جو و دستگیری عوامل این باند، خنثی شد. اعضای این باند، یک شیاد و دو نفر از خادمان حرم بودند که با همدستی همدیگر توانستند یک سگ را از قسمت مربوط به بانوان وارد حرم نمایند و تا نزدیکی ضریح مطهر ببرند و با فیلم برداری و انتشار خبر آن و تهیه سی‌دی، اقدام به سودجویی نمایند».

نظر من این است که دو خادم مورد ادعای روزنامه جمهوری اسلامی نه به سبب سودجویی از طریق فروش پوستر و سی‌دی (مخصوصاً در کشوری که قوانین محکمی درباره کپی رایب وجود ندارد) بلکه برای به اصطلاح خوش خدمتی به بارگاه امام رضا (ع) دست به چنین کاری زده‌اند و چه بسا بتوان اعتقادات آنان را از مصادیق بارز «دین عوام‌ساز» دانست. عدم نیت سودجویی اقتصادی آنان را می‌توان در شکایت خدام امام رضا (ع) و اظهارات یکی از مسئولان - احتمالاً از مسئولان حرم - دید. سایت آغازگر ماجرا روز ۱۵ آذر ۱۳۸۴ در خبری با تیتر «شکایت ۲۰۰ تن از خدام حرم رضوی از روزنامه جمهوری اسلامی» نوشت: «...یک مقام مسئول، اتهامات روزنامه جمهوری اسلامی را تأسّف برانگیز خواند و پرسید که آیا مسئولان این روزنامه نمی‌دانند که خدام حرم امام رضا (ع) از بین هزاران تن از سراسر ایران انتخاب شده و فرصت و افتخار خادمی امام رئوف را پیدا می‌کنند و هرگز برای مسایل مالی - حتی اگر بخواهند انجام دهند - در حرم رضوی دست به چنین اقدامات نامشروعی نمی‌زنند.» در انتهای این خبر اضافه شده بود که آستان قدس از مسئولان خود و خدام حرم رضوی خواسته است که فعلاً از مصاحبه با رسانه‌ها خودداری کنند.

اما سکوت آستان قدس نه تنها مشکل را حل نکرد، بلکه به استناد باور عامیانه که سکوت نشانه رضاست، در تحکیم این باور که سگی به چنین اقدامی دست زده کمک کرد. در حالی که، صحیح این بود که ضمن نکوهش اقدام دو خادم نامبرده و افشای ماقوع، به گونه‌ای شفاف مانعی در راه توسعه دین عوام ساز ایجاد می‌کرد.

شصت روز پس از این ماجرا، دانشجویان من در سفر به مشهد، در گفتگو با مردم، به شواهد عجیبی از وسعت، عمق و ماندگاری شایعات مورد بحث در میان برخی اهالی آن شهر برخورد کردند. برای مثال افرادی از همان معتقدان به دین عوام ساز، می‌گفتند که به چشم خود دیده‌اند که سگ، قبل از ورود، با آب حوض صحن حرم وضو گرفته است یا اینکه از سگ مورد بحث، به نحو شاهانه‌ای در مزرعه ویژه آستان قدس نگهداری می‌شود... دانشجویان من در این سفر، توانستند پوستری را از اطراف حرم خریداری کنند که به وفور در همه جا عرضه می‌شد.

این پوستر بر روی کاغذ گلاسه چاپ شده و با عنوان پنهانده شدن سگ، در حرم امام رضا (ع) به چاپ رسیده است. زیر پوستر این بیت شعر نیز آمده است: «شاهان جهان بنده دربار تواند / گر من سگ دربار تو باشم چه شود؟» در این بیت که به شدت دارای بار تحریک عاطفی است، افزون بر کاهش منزلت امام رضا (ع) در حد زندگی شاهان، از دربار او نیز سخن به میان آمده است.



تصویر ۴- پوستر ۳۰ در ۴۰ سانتیمتری کاغذ گلاسه در معرض فروش در مشهد

دو ماه پس از واقعه (فروردین ۱۳۸۵)

علاوه بر این، در اطراف حرم لوح فشرده‌های نیز فروخته می‌شد که بر روی جلد رنگی آن، پنهانده شدن سگ را معجزه امام رضا (ع) دانسته بود.



تصویر ۵- روی جلد لوح فشرده در معرض فروش در مشهد،

دوماه پس از واقعه (فروردین ۱۳۸۵)

در صحنه‌ای از فیلم ضبط شده در لوح مذکور، متن مصاحبه ویدیویی با یکی از خادمان میان سال حرم است که با لباس و کلاه مخصوص خدام، در کنار چندتن از خدام دیگر و زائرانی که دربارهٔ مصاحبه کنجکاو بوده‌اند، با لحنی خاص که معمولاً مداحان اهل بیت برای نقل آغازین وقایع کربلا است، چنین توضیح می‌دهد:

این حیوون آمد. آمدم جلوش و بگیرم، مامور دیگمون - آقای خامسی - بودند. از همونجا از مسیر راه آمد داخل. جلوی در بزرگ آمدند بگیرند، گفتم آقا کارش نگیرن، این حیوون پنهانده شده است. زنا تکون نخوردند. خدا گواهی، به حق حضرت. همه به احترام دور و برش و ایستادن. این سگ آمد جلوی در ورودی، جلوی پیشرو مبارک، سرش گذاشت روی زمین. این آقا آمد یک دستمال بست گردنش، شاید بیرون ببریم. تکون نمی‌خورد. نمی‌تونستیم بلندش کنیم». سه ماه پس از واقعه، جستجو در گوگل^۱ فارسی حاکی از حضور ۳۹۴۰۰ صفحه مطلب در این باره بود.

نکته بسیار مهم آن است که دین‌داری عوام‌ساز، پیامدهای مثبتی برای فاعل خود دارد که برخی از آنها عبارت‌اند از (۱) افزایش بردباری در برابر رنج‌های زمینی مانند فقر، تنگدستی

نابرابری و... ۲) افزایش امید از طریق نفوذ در تقدیر به وسیله انجام اعمالی همچون دخیل بستن به شاخه‌های یک درخت به ظاهر مقدس و از این قبیل، ۳) ایجاد مصونیت و امنیت - حتی مجازی - مانند نوشتن جمله « بیمه ابوالفضل» بر روی اتومبیل‌ها و ۴) دستیابی تدریجی به منظری از خویشتن^۱ که منظری کاملاً مثبت و خروجی آن، احساس مطلوب حرمت به خود^۲ است.

دین‌دار عوام‌ساز در راستای برخورداری از پیامدهای مثبت ذکر شده، در مسیر خود، از حضور واسطه‌های حقیقی و خیالی نیز استقبال می‌کند. این واسطه‌ها به صورت رهبران عقاید، بر روی طیفی قرار دارند که از گروهی از مداحان و روحانیان شروع و تا گونه‌ای از رسانه‌ها ادامه می‌یابد و به قدیسین مجازی شفابخشی چون رمالان و دعانویسان ختم می‌شود. در واقع جریان‌ی شکل خواهد گرفت که در عمل، نگرش‌های سطحی و سست، چهره‌ای اثباتی و معرفتی به خود خواهد گرفت.

هرگاه دین‌داران عوام ساز، به درست یا نادرست، به شواهدی از تأیید نگرش‌های خود در واسطه‌ها (از جمله رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های نوین) دست یابند، آن را شاهدهی خواهند دانست که به اتکای آن، رفته رفته، نگرش‌های مذکور، به عقیده و سرانجام به نوعی از معرفت همگانی تبدیل شوند. انتقال متون رمزی، پر استعاره و به شدت تفسیرپذیر به رسانه‌ها - که ادبیات برخی مذاهب مملو از آن است - می‌تواند بر قدرت تأییدی رسانه‌ها بیافزاید. از نمونه‌های چنین تأییدی می‌توان به نوشته‌ای از صفحه ۲۴ یکی از روزنامه‌های ۲۵ بهمن ۱۳۸۴ اشاره کرد:

این مطلب از کتاب امالی شیخ صدوق، مشهور به ابن بابویه، نقل شده است. [فرهنگ دهخدا درباره کتاب‌های امالی، می‌نویسد که «آنها در اصطلاح کتبی بوده اند که استاد تقریر کند و شاگردان بنویسند. عالمان و استادان قدیم در محل درس جلوس می‌کردند و شاگردان در اطراف آنان با قلم و کاغذ می‌نشستند و آنچه را استادان تقریر می‌کردند، می‌نوشتند و حاصل این نوشته‌ها را امالی می‌گفتند...» (لوح فشرده دهخدا)]. نگارنده در گفتگو با حجت‌الاسلام دکتر سعید مهدوی کنی درباره این مطلب، مطلع شدم که کلید رمزگشایی مطلب مورد بحث، «شناخت واجب الاطاعه بودن اباعبدالله الحسین (ع)» است. اما تصور می‌کنم که خواننده کم سواد و عامی این مطلب، ناتوان در کشف رموز آن، به این نتیجه خواهد رسید که اگر موفق شود از طریق یکی از تورهای سیاحتی، خود را به کربلا و حرم امام

1 . Self- image

2 . Self-steam

حسین(ع) برساند، خداوند نه تنها تمام گناهان گذشته او را خواهد بخشید، بلکه در آینده نیز مرتکب هر گناهی شود، مستوجب بخشش خداوند خواهد بود. افزون بر این می‌تواند مطمئن باشد که شفاعت او برای گناهان هفتاد تن از دوستان و آشنایان نیز پذیرفته خواهد شد و در آن لحظه هر حاجتی از خداوند داشته باشد، برآورده خواهد شد.



تصویر ۶- بریده جراید، از صفحه ۲۴ یکی از روزنامه های تهران، مورخ ۲۵ بهمن ۱۳۸۴

نتیجه

پس از پیروزی انقلاب اسلامی و دسترسی مبلغان دینی ایران به رسانه‌های مدرن، به ویژه رادیو و تلویزیون و تداوم تحریک عاطفه به منظور تقویت باورهای دینی در مخاطبان، سبب شد که سهم تحریک عاطفه، در طیف تعقل - احساس افزایش یابد. متعاقباً توسعه فناوری‌های نوین اطلاعاتی - ارتباطی سبب شد که مدیریت این امر به طبقاتی همچون مداحان و خادمان نیز منتقل شود و انواع لوح های فشرده تولیدی آنان این پدیده را تقویت کند. پدیده‌ای که برون داد آن، توسعه دین عوامانه یا دین عوام ساز است. تشدید و رواج چنین پدیده‌ای، سبب خواهد شد که دین‌دار عوامانه در منظر چشم خود و همچنین اکثریت همگون خود، مترادف با مؤمن و متقی شود.

چون که دستیابی به احساس مؤمن و متقی بودن از طریق حاشیه - نه متن - بسیار سهل‌تر و کم هزینه‌تر (هزینه به مفهوم مادی و غیرمادی) است، دین دار عوام ساز برای

پاسداری از این احساس مطلوب و کم هزینه، به مقاومت در برابر هر نوع عقیده مغایر با خود دست خواهد زد و به تعصبی پایدار دچار خواهد شد.

تجربه تاریخی نشان می‌دهد که در جوامع برخوردار از نا آگاهی (مانند بی‌سوادی) و کم آگاهی (از جمله کم سوادی) گسترده و در شرایط حضور طبقات نفع طلب، دین‌داری عوام‌ساز می‌تواند تبدیل به انرژی عظیمی برای اهداف نفع طلبانه گوناگون زمینی شود.

در جامعه‌ای که این‌گونه دین‌داری نهادینه شده است، تلاش برای تبدیل رویکردهای عاطفی درحوزه حاشیه دین به رویکردهای خردگرایانه در متن دین، حتی در شرایط افزایش سطوح سواد نیز می‌تواند با موانعی مواجه شود که مهم‌ترین آن به وجود آمدن مقاومت در دین‌دار عوام‌ساز، به سبب قرار گرفتن آن در شرایط ناموزونی شناخت^۱ است. زیرا دین دار عوامانه در مقابل اصرار بر خردگرایی، با دو شناخت ناموزون مواجه خواهد شد:

۱- راه اصلی برای رسیدن به تقوا، رویکرد به متن دین است. پس آن کس که مسیر دیگر را طی کرده، متقی نیست.

۲- طی کردن راه اصلی، بسیار دشوارتر از راه ساده و کم هزینه‌ای است که طی می‌شود. چون مواجه با دو شناخت فوق، به ایجاد اختلال در عزت نفس دین‌دار عوامانه منتهی خواهد شد، پس مؤمن مجازی تمایلی به مواجه با بحث در باره مؤمن واقعی نخواهد داشت، زیرا در عزت نفس او اختلال ایجاد خواهد کرد. در نتیجه برای رهایی از ناموزونی شناختی، به انواع توجیه‌گری‌های غیر عقلانی، تحریف، چشم‌پوشی از واقعیت و حتی اعمال خشونت‌آمیز دست خواهد زد.

اگر منبع اصرار بر خردگرایی در متن دین، از سوی اقلیت گروهی از نخبگان و بدون پشتیبانی رهبران عقاید و رسانه‌ها باشد، نیرویی شکل خواهد گرفت که محرکه آن توجیه و تحریف متداول در ناموزونی شناخت است. این نیرو پدیده‌ای است معکوس مارپیچ سکوت و در واقع مارپیچ فریادی است که نجوای نخبگان را در خود حل و مضمحل خواهد کرد.

با تشکر از آقایان سبحان رضایی، علی جعفری، عبدالرسول علم الهدی، سید محمد علی غمامی و حامد فروزان، دانشجویان کارشناسی ارشد پیوسته فرهنگ و ارتباطات دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع) که در گردآوری اسناد این مقاله نگارنده را یاری کردند.

منابع فارسی

- ابو محبوب، احمد (به کوشش) (۱۳۸۰) *دیوان رباعیات اوحدالدین کرمانی* با مقدمه‌ای از دکتر باستانی پاریزی، تهران: سروش.
- ایران (۱۳۸۴/۱۷) توزیع قمه‌زنی در اصفهان با تکثیر سی‌دی، روزنامه ایران، شماره ۳۴۱۵.
- برکو، روی ام؛ اندرو دی. ولوین و دارلین آر ولوین (۱۳۷۸) *مدیریت ارتباطات: فردی-عمومی*، ترجمه محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بلیک، رید و ادوین هارولدسن (۱۳۷۸) *طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات*، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش.
- بازارگاد، بهاء الدین (۱۳۵۰) *کرونولوژی تاریخ ایران*، تهران: اشراقی.
- پطروشفسکی، ایلیا پاولویچ (۱۳۵۴) *اسلام در ایران (از هجرت تا پایان قرن نهم هجری)*، ترجمه کریم کشاورز، تهران: پیام.
- دریایی، تورج (۱۳۸۱) *سقوط ساسانیان، فاتحین خارجی، مقاومت داخلی و تصویر پایان جهان*، ترجمه منصوره اتحادیه (نظام مافی) و فرحناز امیرخانی حسینک لو، تهران: نشر تاریخ ایران.
- زیدان، جرجی (۱۳۳۶) *تاریخ اسلام*، تهران: امیرکبیر.
- مان، نرمان ل (۱۳۵۴) *اصول روان‌شناسی*، جلد اول (اصول سازگاری آدمی)، ترجمه دکتر محمود ساعتچی، تهران: امیرکبیر.
- مان، نرمان ل (۱۳۵۵) *اصول روان‌شناسی*، جلد دوم (اصول سازگاری آدمی)، ترجمه دکتر محمود ساعتچی، تهران: امیرکبیر.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۹) *ارتباط‌شناسی (ارتباطات انسانی، میان فردی، گروهی، جمعی)*، تهران: انتشارات سروش.
- محمدی اشتهاردی، محمد (۱۳۷۱) *ایرانیان مسلمان در صدر اسلام و سیر تشیع در ایران*، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۶۲) *خدمات متقابل اسلام و ایران*، قم: دفتر انتشارات اسلامی.