

عصر ارتباطات و اطلاعات و جهانی شدن دین

ترجمه و تالیف: دکتر عبدالرضا
شاه محمدی
مدرس دانشگاه و روزنامه نگار

چکیده

مقاله حاضر کنکاشی است پیرامون تأثیر پیشرفت وسایل ارتباط جمعی بر ابلاغ و اشاعه ادیان مختلف. این تأثیر تا آنجا است که منجر به ایجاد ادیان شخصی نوظهور شده است. نگارنده در ابتدا نگاهی گذرا به تاریخچه و وضعیت رسانه‌ها و برنامه‌های دینی در امریکا، اروپا، آفریقا و آسیا دارد و سپس عملکرد رسانه‌ها را در کشورهای اسلامی به عنوان ابزار اشاعه فرهنگ اسلامی، حفظ و افزایش مشروعیت دولت و جلوگیری از تبلیغ اعمال ضد دینی ارزیابی می‌کند.

وی در ادامه به تعریف دین و رسانه به منزله دو نهاد نمادساز می‌پردازد که به درک و شناخت انسان از جهان پیرامون معنا می‌بخشند و متناسب با سه دوران فرهنگ شفاهی، چاپی و الکترونیکی، سه نوع رابطه را بین دین و رسانه تشخیص می‌دهد: ۱. سلطه دین بر رسانه‌ها ۲. چالش بین دین و رسانه‌ها ۳. تأثیر عصر اطلاعات بر دین.

در شرح هر دوره نیز امکاناتی را که وسیله ارتباطی مسلط آن زمان برای ترویج و اشاعه ادیان پدید آورده است بر می‌شمرد. سپس در شرح فرایند جهانی شدن دو مفهوم جهان‌نگری و جهانی شدن را از یکدیگر تفکیک می‌کند و اولی را به معنای تعمیق رابطه متقابل ملت‌ها و دومی را به مفهوم ملت و مرزبندی می‌داند و خاطر نشان می‌سازد که شکل دقیق جهانی شدن دین هنوز کاملاً روشن نشده است.

به نظر نویسنده، شکلی از جهانی شدن دین، اشاعه و استقرار نوع بومی یک مذهب در سایر نقاط جهان است که به ناچار برای پذیرفته شدن باید خود را با شرایط فرهنگی محیط میزبان تطبیق دهد. بنابراین اشکال مختلفی از یک مذهب در گوشه و کنار جهان پدید می‌آید. نویسنده در این مورد از فریق مذهبی جدید ژاپنی و امریکایی شاهد مثال می‌آورد. در بخش بعدی، تغییر تعالیم، شعائر و رسوم مذهبی را مورد بحث قرار می‌دهد و یکی از مهم‌ترین تأثیرات عصر جدید ارتباطات را در حوزه دین، آسان‌سازی دستیابی به اطلاعات و آموزه‌های تخصصی ادیان می‌داند که هر فرد عادی را قادر به خروج از التزام به یک سنت واحد مذهبی و خلق جنبش‌های مذهبی جدید می‌کند، یعنی عصر اطلاعات منجر به محو فاصله میان متخصصان مذهبی و طرفداران غیر متخصص دین شده است.



نگاهی به تاریخچه و سیر تحول پخش برنامه‌های دینی

شروع پخش رادیویی در جهان را می‌توان سرآغازی برای تنظیم و پخش برنامه بر اساس ارزش‌ها و رفتارهای دینی دانست. طی تمامی دوران توسعه این رسانه، تلویزیون، تلویزیون کابلی، ویدئو، ماهواره و تقریباً همه گونه‌های مختلف رسانه‌ها بر اساس نوع دین، جامعه و نظام‌های اجتماعی و سیاسی کشور مربوط خود را با اهداف دینی انطباق داده‌اند، هر چند تأثیر برنامه‌های دینی در نواحی مختلف یک کشور یا منطقه متفاوت بوده است.

در آمریکا

پخش برنامه‌های دینی برای نخستین بار در ایالات متحده از اولین ایستگاه مجاز رادیویی، یعنی KDKA در پیتسبورگ ایالت پنسیلوانیا آغاز شد. این برنامه دوم ژانویه ۱۹۲۱ یعنی کمتر از دو ماه پس از راه‌اندازی ایستگاه یاد شده از کلیسای اسقف کالوری پخش و در نقاط دور دست شنیده شد. از آن پس، ایده استفاده از رادیو به عنوان یک ابزار تبلیغی به ذهن دیگران نیز خطور کرد. در سال ۱۹۲۴ ایستگاه KJVO در سنت لوئیس ایالت میسوری، در اتاق کوچکی از حوزه علمیه لوتری آغاز به کار کرد. این ایستگاه، اولین ایستگاهی بود که زیر نظر مقامات دینی با انگیزه و هدف تبلیغات دینی راه‌اندازی شد پس از آن ایستگاه‌های مشابه دیگری تأسیس شدند و تا سال ۱۹۲۵ حدود ۶۳ ایستگاه رادیویی تحت مالکیت مؤسسات دینی آغاز به کار کردند.

در اروپا

در اروپا اولین برنامه‌های رادیویی دینی اواخر ماه دسامبر سال ۱۹۲۲ از شبکه B.B.C پخش شد. در این برنامه جان مایو، معاون اسقف وایت‌چاپل در لندن، در مورد شگفتی‌های اختراع رادیو و خدماتی که این وسیله می‌تواند به انسانیت ارائه کند، سخن گفت. با ورود تلویزیون به صحنه فعالیت رسانه‌ها، B.B.C قالب‌های برنامه‌ای متنوعی را مشتمل بر سرودهای عبادت در سال ۱۹۶۱ تجربه کرد. تا دهه ۱۹۷۰ این دیدگاه در B.B.C غالب بود که برنامه‌سازی دینی نیاز به شایستگی‌های خاصی دارد و باید آن را با ملاحظات ویژه بررسی کرد. این دیدگاه به ساختن برنامه "سال خداوند" که بعدها به "هر کس" تغییر نام داد منجر شد. برنامه یاد شده یک مجموعه مستند جنجال‌برانگیز و پر مسئله بود که به مسائل اخلاقی و معنوی در سراسر جهان می‌پرداخت. در سال ۱۹۷۶ یک گزارش دولتی در انگلستان این ایده را تأیید کرد که برنامه‌های دینی ضرورتاً نباید مسیحی باشند، پس از آن برخی از برنامه‌ها، گه‌گاه به

اسلام و دیگر ادیان بزرگ جهانی می پرداختند.

شبکه جمهوری فدرال آلمان، از دیرباز برنامه‌های گوناگونی را در کانال‌های ملی و محلی برای پروتستان‌ها و کاتولیک‌ها پخش می کرده است. در این کشور بخشی از فرصت پخش این شبکه نیز به کلیسای آزاد اختصاص می یافته است. در آلمان فدرال، ایستگاه‌ها از گروه‌های مطالعاتی دینی و گروه‌های دینی حمایت می کرده‌اند و یک سیستم مشاوره‌ای دقیق برای انجام این کار وجود داشته است.

در جمهوری دموکراتیک آلمان، یک برنامه وعظ برای صبح‌های یکشنبه رادیو و شش دوره زمانی برای روزهای شنبه تلویزیون با مضامین کلیسایی در نظر گرفته شده بود که در آنها هیچ گونه تفسیر اجتماعی صورت نمی گرفت. علاوه بر آن در برنامه مستقیم تلویزیون دعا نیز پخش می شد. در اتریش، سیستم پخش همزمان عموماً به کاتولیک‌ها و پروتستان‌ها اختصاص دارد و علاوه بر آن در طول سال، برنامه‌هایی از سایر فرقه‌های مذهبی مسیحی و ادیان بزرگ جهانی، از جمله اسلام، پخش می شود.

سوئیس دامنه گسترده‌ای از چهارچوب‌ها و موضوعات را از سوی گروه‌های کلیسایی اصلاح طلب دینی کاتولیک و آزاد در شبکه‌ها ارائه می دهد.

در کشورهای شمال اروپا و به خصوص اسکاندیناوی، رسانه‌های دولتی نسبت کمی از هزینه‌های رادیو و تلویزیون خود را از برنامه‌های تجاری تأمین می کنند و با همکاری گروه‌های کلیسایی به پخش برنامه‌های دینی می پردازند. در کلیسای فنلاند گروهی از کشیشان صرفاً به کار در رادیو اشتغال دارند و برنامه‌های هفتگی تولید می کنند.

در آفریقا

شرایط پخش برنامه‌های دینی در آفریقا بسیار متفاوت است. در کشور غنا، گروه‌های مسلمان و مسیحی با استفاده از امکانات استودیویی برنامه‌های منظمی را از رادیو، تلویزیون غنا پخش می کنند اما ساحل عاج هیچ زمانی را به پروتستان‌ها اختصاص نمی دهد. این کشور از طریق برنامه‌های تولید شده در لیبریا که توسط موج کوتاه رله می شوند، تعذیه می شود.

در بروندی که بیش از نیمی از جمعیت آن کاتولیک هستند، کلیساها در برنامه‌های ایستگاه ملی صدای انقلاب مشارکت دارند. اما در اتیوپی ایستگاهی که پروتستان‌ها تأسیس کرده بودند، در سال ۱۹۷۷ توسط حکومت انقلابی تعطیل شد. در کنیا گروه‌های مذهبی یک سازمان

◀ سیستم پخش برنامه‌های رادیو، تلویزیونی در کشورهای اسلامی به عنوان ابزار بسیج اجتماعی و سیاسی، با عوامل متعددی از جمله ظهور نظام ملت، دولت و ناسیونالیسم مدرن، بازگشت اسلام و هویت فرهنگی و گسترش فناوری‌های ارتباطات توسعه یافت.

گسترده پخش رادیویی را برای خود حفظ کرده‌اند، این برنامه شامل یک مرکز آموزشی و چندین استودیوی ضبط است و دولت نیز ساعاتی از پخش صدای کنیا را به آنان اختصاص داده است.

در آسیا

در ژاپن آئین شینتو به همان اندازه که یک نهاد مذهبی است، یک نهاد فرهنگی نیز هست. در بین ملت‌هایی که دین هندو رواج دارد، پخش دولتی موضوعات فرهنگی مانند رقص، نمایش و موسیقی تا حد زیادی جنبه دینی دارد و از این جهت برنامه‌های خاصی در اختیار سازمان‌های مذهبی قرار نمی‌گیرد. آسیا، آفریقا، امریکای لاتین و دیگر بخش‌های جهان سوم در این امر مشترک هستند. پخش برنامه‌های دینی در این کشورها ذاتاً و فی‌نفسه هنگامی قوت دارد که تأثیر غرب در جامعه زیاد باشد. توجه به دین در ایستگاه‌های دولتی با میزان حضور فناوری و فرهنگ غربی ارتباط دارد (آفرینش، ۱۳۷۸: ۶).

در جهان اسلام

در جهان اسلام الگوهای ارتباطات، از بدو پیدایش برنامه‌های رادیو، تلویزیونی، در معرض تحول قابل توجهی قرار گرفته است. در خلال سال‌های ۳۰-۱۹۱۰ زمانی که سیستم پخش برنامه‌ها در اکثر قسمت‌های جهان آغاز شد، تنها کشورهای اسلامی که اندکی مستقل بودند، قادر به پی‌ریزی ارتباط ملی شدند. پس از جنگ دوم جهانی و خاتمه تاریخ استعماری، گسترش مستمر رادیو و تلویزیون سرعت گرفت و سیستم پخش برنامه‌های رادیو، تلویزیونی در کشورهای اسلامی به عنوان ابزار بسیج اجتماعی و سیاسی، با عوامل متعددی از جمله ظهور نظام ملت، دولت و ناسیونالیسم مدرن، بازگشت اسلام و هویت فرهنگی و گسترش فناوری‌های ارتباطات توسعه یافت.

در دهه ۱۹۳۰ کشورهای مصر، ایران و ترکیه، اولین کشورهای اسلامی بودند که پخش برنامه‌های رادیویی را به مثابه ابزار یکپارچگی ملی، اخبار و اطلاعات حکومتی و تبلیغات و ایدئولوژی دولت گسترش دادند. رهبران این کشورها به منظور تبلیغ ناسیونالیسم، رسانه‌های گروهی و به ویژه رادیو را به خدمت گرفتند. به محض کسب استقلال اکثر سرزمین‌های اسلامی در آسیا و آفریقا، سیستم‌های

پخش برنامه به منظور اشاعه ارزش‌های فرهنگی مسلمانان و همزمان با آن حفظ هویت ملی در مواجهه با تغییر اقتصادی، سیاسی و ملی تأسیس شدند.

تلویزیون نیز به منزله رسانه موثر اطلاعاتی، آموزشی و سرگرمی در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ در تعدادی از کشورهای اسلامی عرضه شد. ورود تلویزیون گستره جدیدی به ابزارهای ارتباطات در کشورهای اسلامی اضافه کرده است. مساجد، هم از رادیو و هم از تلویزیون برای پیام رساندن به مخاطبان و پخش رسوم و دیگر شعائر مذهبی استفاده کردند.

در جهان اسلام، رادیو و تلویزیون علاوه بر اشاعه فرهنگ اسلامی و تلاش در جهت حفظ و افزایش مشروعیت دولتی، به جلوگیری از نفوذ یا تبلیغ اعمال ضداسلامی کمک کرده است. ویژگی عمده این رسانه‌ها ترکیب با سیستم پیچیده و وسیع مجاری سنتی و شفاهی ارتباطات است (مولانا: ۱۰۶).

رسانه‌ها و دین به مثابه دو نهاد اجتماعی معرفت

دیوید اولسون در تعریف رسانه آن را نوعی فناوری می‌داند که با نمادها سر و کار دارد. از نظری رسانه یک فناوری (نه الزاماً ماشینی) برای اطلاع دادن، ضبط کردن، اشتراک در نمادها و توزیع آنهاست که معمولاً محدود به حواس خاص و همراه با نوعی شکل‌گیری اطلاعات نظیر چاپ و انواع طراحی، ضبط صوت، تلویزیون و غیره است (اولسون، ۱۳۷۷: ۲۱). از سوی دیگر او دین را نوعی شکل نمادین می‌داند که بر شیوه‌های خاصی از شناخت ادراک و تجربه دلالت دارد. بنابراین، تعریف رسانه و دین بر سر یک موضوع خاص یعنی «نمادها» با هم پیوند می‌یابند. دنیس مک کوئیل رسانه و دین را دو نهاد اجتماعی معرفت عنوان می‌کند. در نتیجه بهتر است که بحث ارتباط بین رسانه و دین را از کلان‌ترین سطح آن یعنی سطح نهادی آغاز کرد و پس از آن به سطح خرد ارتباط بین آنها یعنی سطح تجربه روزمره انسان‌ها پرداخت (ثلاثی، ۱۳۷۷: ۶).

پرسش از رابطه دین و رسانه در وهله نخست پرسش از رابطه دو نهاد اجتماعی با یکدیگر است. نهاد رسانه با تولید، بازتولید و توزیع معرفت در وسیع‌ترین معنای مجموعه نمادها سر و کار دارد و این مجموعه نمادها ارجاع معناداری به تجربه در جهان اجتماعی دارد. این شناخت به ما امکان می‌دهد به تجربه خود معنا ببخشیم، ادراکات خود را شکل دهیم و در ذخیره کردن معرفت گذشته و تداوم فهم کنونی سهم شویم. شاید بتوانیم همین سخن را به نحو دیگری درباره دین تکرار کنیم (مک کوئیل، ۱۹۸۷: ۵۱).

دین و رسانه‌ها

بسیاری از اندیشمندان از جمله گیدنز، تامسون و... معتقدند که در دوران جدید زندگی بشری، رابطه دین و رسانه دستخوش تحول شده است. با تکیه بر این رویکردهای نظری و نیز با توجه به شواهد تاریخی فراوانی که در این باره موجود است، به نظر می‌رسد متناسب با سه فرهنگ شفاهی، چاپی و الکترونیکی می‌توان از سه نوع رابطه بین دو نهاد معرفتی رسانه و

◀ فرهنگ شفاهی اصلی‌ترین منبع قدرت نهادهای دینی، قدرت فرهنگی بوده است و سلطه آنها بر عرصه‌های دیگر قدرت (سیاسی، اقتصادی و اجتماعی) به تبع سلطه آنها بر قدرت فرهنگی حاصل می‌شده است. کیفیت ارتباطات در این دوره چنان بوده است که انحصار قدرت فرهنگی را برای نهادهای دینی تضمین می‌کرده است.

دین سخن گفت (ثلاثی، ۱۳۷۷: ۶).

مرحله سلطه دین بر رسانه‌ها

در این مرحله دین به مثابه یک نهاد فراگیر در نظر گرفته شده است. می‌دانیم که در یک دوره تاریخی طولانی، قدرت فرهنگی صرفاً در دست نهادهای دینی بوده است. بیشتر افراد باسواد این دوره را روحانیان و تعداد کمی از بزرگان، اشراف و اعضای طبقه حاکمه تشکیل می‌دادند. بنابراین می‌توان گفت که این دوره، دارای فرهنگ شفاهی بوده است. در بخشی از این دوره اشکال نمادی در قالب نوشتار نیز وجود دارد، اما دوام‌پذیری و باز تولیدپذیری آن محدودتر و ناچیزتر است. کتاب در این دوره صرفاً به صورت نسخه‌های خطی وجود دارد و باز تولید آن به آسانی قابل کنترل است. در این دوره ارتباطات اغلب به صورت مستقیم و یا چهره به چهره است. فاصله زمانی و مکانی بین دو طرف یک ارتباط وجود ندارد. بلکه چهره به چهره بودن از ویژگی‌های اصلی ارتباطات در این دوره است (مک کوئیل، ۱۹۸۷: ۸۲).

بنابراین، کیفیت ارتباطات به نحوی است که نه تنها دین، بلکه هر نهاد قدرتمند دیگری نیز می‌تواند آن را تحت کنترل و نظارت همه جانبه خود درآورد. این در حالی است که گیدنز معتقد است در فرهنگ شفاهی کارکرد ارتباطات، بیشتر ناظر به تحکیم و تثبیت سنت‌ها است (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴۶).

ارتباطات در این دوره محدود به اعضای شنوایی، صوتی و بینایی بدن و نیز متن مکتوب به صورت دست نوشته است. از لحاظ تاریخی می‌توان پایان این دوره را زمانی دانست که گوتنبرگ دستگاه چاپ را اختراع کرد. بی‌تردید اصلی‌ترین منبع قدرت نهادهای دینی، قدرت فرهنگی بوده است و سلطه آنها بر عرصه‌های دیگر قدرت (سیاسی، اقتصادی و اجتماعی) به تبع سلطه آنها بر قدرت فرهنگی

◀ مهم‌ترین اتفاقی که با ظهور رسانه‌های چاپی برای نهاد دین افتاد این بود که این رسانه‌ها به عنوان رقیبی برای دین به تدریج انحصار قدرت فرهنگی را از چنگ آن در آورند. مقامات دینی در غرب ابتدا از صنعت چاپ استقبال و حمایت کردند.

حاصل می‌شده است. کیفیت ارتباطات در این دوره چنان بوده است که انحصار قدرت فرهنگی را برای نهادهای دینی تضمین می‌کرده است.

مرحله چالش بین دین و رسانه‌ها

جای هیچ گونه تردیدی نیست که اختراع دستگاه

چاپ تحول گسترده و عظیمی در فراگرد ارتباطات پدید

آورد. دستگاه چاپ سبب شد که درجه دوام‌پذیری، تولیدپذیری و فاصله‌گذاری فضا. زمان رسانه فنی به نحو بی‌سابقه‌ای افزایش یابد. تامسون بر این باور است که در اواخر قرون وسطی و اوایل دوران مدرن تغییر فرهنگی نظام‌مندی، در غرب روی داد. او این تغییر فرهنگی نظام‌مند را رسانه‌ای شدن فرهنگ می‌نامد. رسانه‌ای شدن فرهنگ از نظر وی شالوده‌نهادین مشخصی داشت و آن توسعه سازمان‌های رسانه‌ای بود که نخست در نیمه دوم قرن پانزدهم پدید آمدند و سپس فعالیت‌های خود را گسترش دادند. این تغییر فرهنگی نظام‌مند به واسطه مجموعه‌ای از ابداعات فنی مرتبط با چاپ و کدگذاری الکتریکی اطلاعات، محقق شد (تامسون، ۱۹۹۵: ۴۶). دنیس مک کوئیل بر این باور است که تاریخ رسانه مدرن با کتاب چاپی آغاز می‌شود که به طور قطع نوعی انقلاب بوده است.... بدین ترتیب، انقلابی در جامعه رخ داد که کتاب نقش قابل توجهی در آن ایفا کرد (مک کوئیل، ۱۹۸۷: ۹).

مهم‌ترین اتفاقی که با ظهور رسانه‌های چاپی برای نهاد دین افتاد این بود که این رسانه‌ها به عنوان رقیبی برای نهاد دین به تدریج انحصار قدرت فرهنگی را از چنگ آن در آورند. مقامات دینی در غرب ابتدا از صنعت چاپ استقبال و حمایت کردند. به تعبیر روبرتس چاپ پیش از هر چیز کشفی تلقی می‌شد که قصد آن آسان ساختن انتشار دانش و گفتار مقدس بود (نتس، ۱۳۷۷: ۲۰). در این خصوص می‌توان گفت که برخی از اندیشمندان معتقدند حدود چهل و پنج درصد از کتاب‌هایی که در آغاز منتشر می‌شدند کتاب‌های دینی بودند.

در سال‌های نخست صنعت چاپ کلیسا از توسعه روش‌های جدید بازتولید متن به شدت حمایت می‌کرد اما به زودی دریافت که دیگر نمی‌تواند بر چاپ و توزیع متون، کنترل لازم را داشته باشد (تامسون، ۱۹۹۵: ۵۵). دیری نگذشت که کلیسا و دولت احساس کردند نیروی جدیدی در حوزه قدرت آنان سر بر آورده است و بدین ترتیب نهاد سانسور را پدید آوردند و دین و دولت با همکاری یکدیگر سانسور همه جانبه‌ای در اروپا به راه انداختند (نتس، ۱۳۷۷: ۲۱).

اما رسانه چاپی به واسطه ویژگی‌هایی که داشت از میدان به در نرفت و به هر شکل به پویایی و بالندگی خود ادامه داد و بدین ترتیب بر کل جامعه و از جمله نهاد دین تأثیر گذاشت: شمارگان عظیم کتاب باعث رواج خواندن و نوشتن به ویژه در میان طبقات متوسط و حتی پایین و انتشار زبان‌های ملی به عنوان ادبیات و دانش شد و به نتایج مهم و دیرپایی در زمینه دانش و فرهنگ انجامید. شاید یکی از مهم‌ترین دستاوردهای کتاب چاپی، شتاب بخشیدن به مبادلات اطلاعات میان اقشار گوناگون جامعه و کشورهای مختلف اروپا باشد (بابایی و ریسی مبارکه، ۱۳۷۸: ۱۰۴). روبرنتس نیز این نکته را خاطر نشان می‌کند که ساختار قرون وسطایی نظارت بر دست نوشته‌های کتاب آمادگی انقلابی را که صنعت چاپ موجب آن بود نداشت (نتس، ۱۳۷۷: ۲۰).

تأثیر عصر اطلاعات بر دین

عصر به اصطلاح اطلاعات به تدریج در حال تأثیرگذاری بر حوزه دین است، یعنی به حوزه روش‌هایی که مذاهب در آموزش، تبلیغ دینی و نظام‌های عقیدتی به کار می‌برند، وارد می‌شود به خصوص پیشرفت‌های مهم و شایان توجه، شامل این حقیقت است که اکنون برای هر دین و مذهبی این امکان وجود دارد که فراسوی مرزهای ملی منتشر شود. حتی به جنبش‌های دینی کوچک جدید اجازه می‌دهد، در فعالیت‌های تبلیغات دینی خارج از کشور شرکت کنند و به پیشرفت‌های دینی نوینی که تاکنون دیده نشده است، تبدیل شوند. این شتاب سریع عصر ارتباطات هم اکنون پدیده‌ای را به وجود آورده است که آن را می‌توان جهانی شدن دین نامید.

اگر چه بر آورد پیشرفت این فرایند در آینده غیرممکن است، احتمالاً اطلاعات دینی به طور فراینده به روش‌هایی متفاوت با روش‌های شناخته شده قبلی، جریان خواهد یافت، اشکال جدید سازمان دینی به وجود خواهد آمد و محتوای فعالیت‌ها و آموزه‌های آنها تغییرات شدیدتری را نسبت به گذشته تجربه خواهد کرد. بر این اساس، دین در مجموع با نقطه عطف بزرگی مواجه می‌شود.

اینونویاتاکا بر این باور است که برای بحث درباره این مسائل، بهتر است از معنی عصر اطلاعات شروع کنیم. در حالی که اغلب این اصطلاح شنیده می‌شود، فراخور استفاده کننده معنی متفاوتی را در برمی‌گیرد به خصوص، افراد مختلف و مناطق متفاوت که دارای علایق خاصی هستند، اغلب در این عصر اطلاعات دقیقاً از چه زمانی آغاز شده و بر چه چیزی دلالت دارد، اختلاف نظر دارند. اگر پرسش به ماهیت بنیادین اطلاعات کشیده شود، درگیر مشکلات پر دردسرتی می‌شویم.

در هر صورت نباید منکر تغییرات شدید محیط اطلاعاتی در طول بیست سال گذشته، شویم.

◀ اطلاعاتی که پیش از این مایملک اختصاصی اعضای محدود گروه‌های بسته ویژه بود، هم اکنون به طور فزاینده‌ای به روش‌های مختلف در دست دیگران است.

می‌توانیم بحث خود را با در نظر داشتن ویژگی‌های اساسی این تغییر شروع کنیم. در اینجا منظور از محیط اطلاعاتی، نخست، روش انتشار اطلاعات، یعنی به اصطلاح سخت‌افزار و فناوری آن است؛ دوم، دسترسی یا گسترش جغرافیایی و اجتماعی انتشار اطلاعات و سوم، کمیت و محتوای اطلاعاتی که منتشر می‌شود. با در نظر گرفتن این سه نکته، عصر

اطلاعات به وضوح بیانگر تفاوت‌های کیفی این دوره با دوره‌های قبل از خود است. از آنجا که این پیشرفت، دستخوش تحولات سریع و دائمی بوده است، پیش‌بینی این که پس از این چه نوع تأثیری بر جامعه ما خواهد گذاشت، غیرممکن است. با این حال، نمی‌توانیم منکر ظهور انواع ارتباطات جدید نشئت گرفته از بسط و توسعه رسانه‌ها و فناوری‌های نوینی باشیم که تأثیر به‌سزایی بر تغییرات اجتماعی معاصر ما دارند. اکنون می‌توان مقادیر انبوه اطلاعات را به سرعت، با دقت و به اشکال متعدد به مکان‌های متعدد ارسال کرد، حتی هم اکنون، این پیشرفت فناورانه، نظام‌های اجتماعی ما را تغییر داده است. تأثیر این پیشرفت به طور اجتناب‌ناپذیر به پدیده‌های دینی نیز بسط و گسترش یافته است.

تغییر بنیادی و اساسی در وسایل ارتباطات جمعی با اختراع و رواج گسترده رایانه مشخص می‌شود. می‌توان ادعا کرد که مناسب‌ترین اصطلاح بیان‌کننده این موقعیت، عصر رایانه‌های شخصی است. همچنین از یک طرف شاهد پیشرفت رسانه‌های سمعی و بصری مانند پخش ماهواره‌ای و از طرف دیگر، شاهد گسترش مستمر وسایل ارتباط جمعی شخصی مانند تلفن‌های شخصی قابل حمل هستیم. در نهایت بعد از همه این پدیده‌ها، جهان چند رسانه‌ای به سرعت در حال گسترش است.

اولین پاسخ مستقیم گروه‌های مذهبی به این گونه پیشرفت‌ها را می‌توان در روش‌های تبلیغات دینی آنها مشاهده کرد. هم اکنون بسیاری از سازمان‌های دینی از به اصطلاح وسایل ارتباطی نوین برای تبلیغات مذهبی خود استفاده می‌کنند.

مشخصه بارز دیگر عصر اطلاعات، گسترش نوین حوزه‌های جغرافیایی و اجتماعی یا دسترسی به اطلاعات است. بر این اساس، مرزهای جغرافیایی و اجتماعی به روش‌های متفاوت و در مکان‌های مختلف در حال از بین رفتن است. اطلاعاتی که پیش از این مایملک اختصاصی اعضای محدود گروه‌های بسته ویژه بود، هم اکنون به طور فزاینده‌ای به روش‌های مختلف در دست دیگران است. این روند را که دنیای جدید اینترنت تسریع‌کننده آن خواهد بود می‌توان در رشته‌های علمی، روزنامه‌نگاری، فعالیت‌های سرمایه‌گذاری و اقتصادی و حتی اسرار ملی مشاهده کرد. این پیشرفت‌ها



با عواملی عجیب است که به تغییرات مشخصی در مفاهیم قبلی طبقه یا گروه و سازمان اشاره دارند و گروه‌های مذهبی ناچار از پذیرش آنها خواهند شد.

همچنین باید به روند در حال تغییر محتوای اطلاعات و ارتباطات اشاره کرد. با پیشرفت وسایل جدید تبادل اطلاعات و تأسیس شبکه‌ها، متمایز از شبکه‌های اجتماعی سنتی، روند مبادله اطلاعات دارای ماهیت متفاوتی شده است و این سرشار از توانی است که حتی طبقه‌بندی‌های مردم را در ارتباط با موضوع مورد توجه‌شان تغییر می‌دهد. برای مثال، احتمالاً تعداد فزاینده‌ای از افراد را خواهیم دید که تخصص پیشرفته‌تری از متخصصان حرفه‌ای در آن رشته دارند. در خصوص دین، ممکن است کسانی که اصلاً به عنوان متخصصان مذهبی تربیت نشده‌اند، علم دینی بیشتری از کشیشان، راهبان و یا مبلغان مذهبی داشته باشند. این پدیده را می‌توان تغییر جایگاه‌های فکری نامید که به نظر می‌رسد روند آن در آینده افزایش یابد.

در شرایط تغییر کیفی اطلاعات، کنترل اطلاعات به طور روزافزون به کاری سنگین در تحقق اهداف شخصی تبدیل می‌شود، چه آن هدف سیاسی و اقتصادی باشد و چه دارای ماهیت فرهنگی باشد. بدین ترتیب، در موارد بی‌شماری دانستن این که اطلاعات مربوط به هم را چگونه جمع‌آوری و استفاده کنیم مهم‌تر از آن است که بدانیم چگونه افراد بیشتری را ملاقات کنیم، چگونه ارتباط با آنها را عمیق‌تر کنیم و چگونه اعتماد متقابل به وجود آوریم، هر چند نشانه‌هایی مبنی بر این که این حقیقت حتی در حوزه‌های قدسی دین نیز تحقق یافته است، وجود دارد. با نگاهی به این جملات ناچاریم اعتراف کنیم که عصر اطلاعات به دگرگونی عظیم و بی‌سابقه‌ای در فرهنگ بشری منتهی شده است.

جهانی شدن دین

در اینجایی توان جستارهای متفاوت دینی را در عصر اطلاعات از دیدگاه جهانی شدن مورد بررسی قرار داد. نخست با در نظر گرفتن مفهوم جهانی شدن: این اصطلاح که به طور متناوب با آن مواجه می‌شویم معانی متفاوتی دارد. برخی آن را به معنی همان جهان‌نگری به کار می‌برند، اما برخی دیگر آن را به عنوان یک پدیده بدون مرز تعبیر می‌کنند. رونالد روبرتسون تعریف مفیدی برای جهانی شدن با در نظر گرفتن حوزه دین ارائه داده است. وی جهانی شدن را مفهومی ناظر بر به هم فشردن شدن جهان و تشدید تلقی از جهان به عنوان یک کل ارزیابی می‌کند و می‌گوید: «استفاده از واژه جهانی شدن در محافل دانشگاهی از اوایل و حتی اواسط دهه ۱۹۸۰ متداول شده است. اما محتوای آن یعنی فرایند کوچک‌تر و فشردن‌تر شدن جهان از مدت‌ها پیش آغاز شده بود». به نظر رابرتسون با وجود این فرایند

◀ جهان‌نگری باید به عنوان فرایندی که ارتباطات متقابل ملت‌ها را عمیق‌تر می‌کند، به حساب آید، در حالی که جهانی شدن اغلب مفهوم ملت‌ها و مرز میان آنها را نقض می‌کند و به فراسوی آن قدم می‌گذارد.

حرکت‌های معکوسی نیز در جهان وجود دارد و از اواخر قرن نوزدهم به این سو، طیفی از ایدئولوژی‌ها از جمله فاشیسم آلمانی، نئوفاشیسم ژاپنی، کمونیسم و تعیین سرنوشت ویلسونی که ایدئولوژی‌هایی بخش‌گرا هستند در برابر جهانی شدن قد بر افراشته‌اند" (رجایی، ۱۳۷۶: ۲۸).

نوباتاکا می‌گوید باید اعتراف کنم که از چندین جنبه از

بحث روبرتسون درباره جهانی شدن در سال‌های اخیر متأثر شده‌ام. من هم باروبرتسون هم عقیده‌ام که مفهوم جهانی شدن را باید کاملاً از مفهوم جهانی‌نگری متمایز کرد.

اگر چه در برخی موارد فرایندهای جهان‌نگری و جهانی شدن هم‌پوشانی دارند و ویژگی‌های مشترکی را در برمی‌گیرند، به منظور تحلیل موقعیت رایج، بهتر این است که آنها را به عنوان دو فرایند اساساً متفاوت تعریف کنیم. به این معنی که جهان‌نگری باید به معنی واقعی کلمه به عنوان فرایندی که ارتباطات متقابل ملت‌ها را عمیق‌تر می‌کند، به حساب آید، در حالی که جهانی شدن اغلب مفهوم ملت‌ها و مرز میان آنها را نقض می‌کند و به فراسوی آن قدم می‌گذارد. بنابراین می‌توانیم بگوییم دنیای مدرن هم‌زمان هر دو فرایند را شامل می‌شود، دو فرایندی که هر یک به طور جداگانه پیش می‌روند، در حالی که در نقاط به خصوص به طور حساسی یکدیگر را قطع می‌کنند.

از این دو فرایند، پدیده جهانی شدن در حوزه‌های فناوری اقتصادی و علمی درخور توجه بیشتری است. بازارهای مالی روز به روز بدون در نظر گرفتن مرزها در حال گسترش هستند و فناوری جدید تقریباً بلافاصله (پس از تولید) مورد استفاده مشترک قرار می‌گیرد. با وجود این، مسئله‌ای که در حال حاضر به آن می‌پردازیم، پدیده فرهنگی بسیار ریشه‌داری به نام دین است. جهانی شدن تمام عیار در حوزه فرهنگ هنوز در مرحله ابتدایی خود به سر می‌برد، هر چند نشانه‌های آغازین آن را می‌توان در هر جنبه از زندگی روزمره یافت. کدام منظر برای در نظر گرفتن جهانی شدن به این معنا مستعدتر است؟

جهانی شدن در حوزه فرهنگی با ویژگی‌های متفاوت بسته به منطقه به خصوص که فرهنگ به آن تعلق دارد. پدید می‌آید. قطع نظر از مشکلاتی که در پیش‌بینی مسیر تغییرات پیش رو وجود داشته، جهانی شدن فرهنگی در برخی ویژگی‌های به خصوص با دیگر فرایندهای جهانی شدن، مشترک بوده است. یعنی تضعیف یا از میان بردن مرزهای میان ملت‌ها، جوامع و گروه‌های قومی، نژادی و آشکار شدن هم‌زمان حوادث به مقیاس جهانی. باید اضافه کنم اصلی که مطابق با آن، این موارد آشکار می‌شود،



رقابت در یک بازار آزاد است.

وقتی این دید از جهانی شدن در مذهب به کار گرفته شود، می‌توانیم بگوییم که ما شاهد تغییر دائمی و پایدار در شکل مرسوم مذهب خواهیم بود که به شدت به تاریخ‌ها و فرهنگ‌های خاص ملت‌ها و گروه‌های قومی، نژادی مربوط می‌شود. در عوض، فعالیت‌های گروه‌های مذهبی، واجد ویژگی فرایند رقابت آزاد در مقیاس جهانی خواهد بود. به علاوه این امکان وجود دارد که شاهد تغییرات شگرفی در ساختار سنتی ادیان تاریخی باشیم.

پدیده بسط و توسعه دین بدون پیوند با ملت یا جامعه به خصوص، یا حتی گروه نژادی ویژه، پدیده جدیدی نیست. دین به طور بنیادی برای ادامه بقا از چنین قدرت‌هایی برخوردار است. تأکید من در اینجا بر این حقیقت است که مفهوم جهانی شدن به موقعیتی بعد از شعبه‌ها و فرقه‌هایی که در اصطلاح ادیان جهانی خوانده می‌شود، یعنی مسیحیت، اسلام و بودیسم، تعلق دارد، ادیانی که قلمروهای مذهبی فرهنگی خود را در سراسر دنیا بنیاد نهاده‌اند. در همه جای دنیا می‌توانیم شاهد ارتباط عمیق میان دین و دولت یا گروه‌های قومی و ساختارهای مختلف مذهبی در کنار آموزه‌هایی باشیم که به وسیله ادیان تثبیت شده‌اند و اغلب تغییرات شگرفی را در فرایند پیشرفت و بهبود ملت‌ها یا گروه‌های قومی، نژادی خاص ایجاد می‌کنند. برای مثال ماهیانای آیین بودا عملکردهای اجتماعی کاملاً متفاوتی را در کشورهای همسایه کره و ژاپن به وجود آورده است. به این ترتیب هر منطقه از جهان را می‌توان با پراکندگی گروه‌های اصلی دینی آن، در نقشه مشخص کرد، در حالی که دین و مذهبی که در هر ملت یا گروه قومی وجود دارد، مشخصات منحصر به فرد خود را داراست.

در این متن، جهانی شدن دین را می‌توان به عنوان فرایند مرزبندی جدید در این موقعیت جهانی مذهبی به حساب آورد، روندی که شامل این سه جنبه می‌شود، نخست، به تغییر غیرقابل اجتناب هر یک از نهادهای مذهبی اشاره می‌کند، دوم، می‌توان انتظار داشت که ویژگی‌های جدیدی در محتوای اعتقادات، مناسک و شعائر و رسوم ایجاد شود و سوم، جهانی شدن با تغییراتی در همه ادیان و مذاهب بشری به ویژه دیدگاه‌های فکری آنها، همراه خواهد بود. در بخش بعدی، با در نظر گرفتن مثال‌های عینی و ملموس، ابتدا درباره این سه نکته در ژاپن، آسیا و ایالات متحده آمریکا بحث خواهیم کرد.

جستارهایی در سازمان مذهب

نخستین مسئله این است که چه شکلی از اشکال سازمانی در جهانی شدن ایجاد خواهد شد. یک

◀ با وجود این که دین چندملیتی آشکارا از شرکت چند ملیتی قرض گرفته شده است، صرفاً شکلی از شباهت نیست بلکه این عنوان به این علت اطلاق می شود که همان شرایط جاری جهانی هم بر فعالیت های اقتصادی شرکت های چندملیتی تأثیر گذاشته و هم بر فعالیت های تبلیغی سازمان های مذهبی مؤثر بوده است.

نوع از این اشکال که به تازگی پدید آمده است در مفهوم دین چندملیتی که به وسیله ناکاماکی هیروچیکا بررسی شده است، دیده می شود. با وجود این که دین چندملیتی آشکارا از شرکت چند ملیتی قرض گرفته شده است، صرفاً شکلی از شباهت نیست بلکه این عنوان به این علت اطلاق می شود که همان شرایط جاری جهانی هم بر فعالیت های

اقتصادی شرکت های چندملیتی تأثیر گذاشته و هم بر فعالیت های تبلیغی سازمان های مذهبی مؤثر بوده است، به طوری که برای یک شرکت با استراتژی جهانی کاملاً طبیعی است که به یک شرکت چندملیتی تبدیل شود. ویژگی گروه مذهبی با دیدگاه جهانی نیز این است که قطع نظر از این که این گروه سنتی یا کاملاً مدرن باشد به مسیر چندملیتی بپیوندد.

در خصوص ویژگی های سازمانی، من دین چندملیتی را به عنوان گروهی سازمان یافته که پیرامون روش های نوین تبلیغ دینی است، تعریف می کنم، گروهی با عملکرد نیمه مستقل از سازمان ها در هر کشور که با شرایط منحصر به فرد فرهنگی و اجتماعی آن کشور خاص مطابقت دارد، اما با حضور ارتباطات تشکل یافته دو جانبه میان شعبه های مختلف ملی مشخص می شود و خود را با توسعه و گسترش دائم سازمان به عنوان یک کل تطبیق می دهد. یک نمونه از گروه های مذهبی چندملیتی با منشأ ژاپنی، سوکاگاکایی است در حالی که کلیسای World Mewsianity، سوکیو ماهی کاری و Liberty Perfect را نیز می توان به عنوان گروه هایی در فرایند چندملیتی شدن به حساب آورد. سوکاگاکایی، به طور جهانی با عنوان سوکاگاکایی بین المللی تأسیس شده است، این سازمان فراگیر شامل گروه هایی از کشورهای دیگر مانند سوکاگاکایی فرانسه یا سوکاگاکایی امریکاست که در روابط دو جانبه به عنوان سازمان های موازی عمل می کنند. هر چند سازمان ژاپنی سوکاگاکایی به عنوان یک اداره مرکزی عمل می کند، هر سازمان ملی فعالیت های خود را در پاسخ به شرایط منحصر به فرد کشور میزبان انجام می دهد. علاوه بر دین و مذهب چند ملیتی، نوع شبکه ای سازمان هم قابلیت رشد و گسترش در آینده را دارد. دین شبکه ای با گسترش تبلیغات خارج از کشور و تأسیس سازمان های شعبه ای عمل نمی کند، بلکه می کوشد هواداران جهانی ای برای فعالیت های اجتماعی. مذهبی، که به وسیله گروه های مذهبی ترویج می شود، پیدا کند. بنابراین، شرکت در انواع مختلف جنبش های اجتماعی را ترویج می کند، جنبش هایی از قبیل جنبش های صلح، حفاظت از محیط زیست و اصلاح اجتماعی. در این مورد



گسترش و توسعه سازمانی گروه، نسبت به شرکت در این جنبش‌ها، در رتبه دوم اهمیت قرار دارد. با آن که چنین گروه‌هایی به نسبت نادرند، جنبش صلحی را که به وسیله گروه بیالو شینکو کای (Byallo Shinki Kai) ترویج می‌شود، می‌توان به عنوان یک نمونه از این گروه‌ها در نظر گرفت.

همچنین یک جنبش در حال رشد و علاقه‌مند به دنیای معنوی (Seishin Sekai) که از دهه ۱۹۷۰ در ژاپن پدید آمده است در پی آن است که معنویت فطری بشری را تقویت کند. این جنبش نیز که متأثر از جنبش‌های مختلف عصر جدید است و از امریکا آغاز شده است قابلیت گسترش جهانی دارد.

با ظهور عصر چندرسانه‌ای، احتمال دارد که مادر آینده ظهور و پیدایش اشکال جدیدی از ارتباطات الکترونیکی را شاهد باشیم. اطلاعات مذهبی با استفاده از پست الکترونیکی مبادله می‌شود گفته شده است که آم شینریکیو (Aum Shinrikyo) می‌کوشید از این رسانه استفاده کند. مانمی توانیم آینده ارتباطات رایانه‌ای را پیش بینی کنیم اما به هر حال وجود سازمان بدون ساختاری که بر اساس ارتباطات رایانه‌ای بنا شده باشد، خارج از امکان نیست. همچنان که امکان پدید آمدن ادیان بدون کشور نیز وجود دارد که بدون کشور مبدأ مشخص یا بدون اداره مرکزی پدید خواهند آمد.

جستارهایی در دکترین، شعائر و فعالیت

جهانی شدن برای تغییر تعالیم (دکترین)، شعائر و رسوم مذهبی به چه معنا خواهد بود؟ محتمل‌ترین جنبه تغییر، ترکیب عناصر مختلف از جریان‌های متفاوت است، پدیده‌ای که من آن را به عنوان انطباق نوین توصیف می‌کنم. تلفیق و آمیزش نوین در اساس یکی از انواع تلفیق و آمیزش است هر چند من لفظ نوین را به دلیل مشخصه‌های منحصر به فرد آن به عنوان بخشی از عصر اطلاعات پیشنهاد می‌دهم. پدیده تلفیق و آمیزش در جوامعی که سنت‌های مذهبی متعدد به طور همزمان وجود دارند، کاملاً طبیعی است. ارتباط تلفیقی میان شینتو و بودیسم در ژاپن به رسمیت شناخته شده است، مانند آمیزشی که میان نائویسم، آیین کنفوسیوس و بودیسم در چین و میان بودیسم و هندویسم در نواحی گسترده‌ای از کشورهای جنوب و جنوب شرقی آسیا وجود دارد. چه تفاوتی میان تلفیق کلاسیک و نوین وجود دارد؟ مهم‌ترین تفاوتی که می‌توان به آن اشاره کرد این حقیقت است که در تلفیق و آمیزش نوین، تعالیم و شعائر آگاهانه و ستیزه‌جویانه در هم ادغام می‌شوند، ادغامی که تقریباً بر اساس اطلاعات قابل دسترس و بدون لزوم هر گونه ارتباط واقعی میان گروه‌های مذهبی درگیر انجام می‌شود.

در همین جا، باید یادآور شد که یکی از تأثیرات عصر اطلاعات آسان‌تر کردن دستیابی به اطلاعاتی درباره تعالیم، آموزه‌ها و فعالیت‌های دیگر مذاهب بوده است. حتی کسانی که از تربیت تخصصی



مذهبی برخوردار نیستند، می‌توانند به آسانی به چنین اطلاعاتی دسترسی پیدا کنند و بدون آن که لازم باشد در سنت واحدی از جامعه خود محصور شوند و به راحتی جنبش‌های مذهبی جدید را شکل دهند، این کار فقط از تلفیق مؤلفه‌های منابع مختلف صورت می‌گیرد. مشابه همین پدیده را می‌توان در ادیان جدید امریکا مشاهده کرد. در امریکا اصطلاح دین جدید

◀ یکی از تأثیرات عصر اطلاعات آسان‌تر کردن دستیابی به اطلاعاتی درباره تعالیم، آموزه‌ها و فعالیت‌های دیگر مذاهب بوده است. حتی کسانی که از تربیت تخصصی مذهبی برخوردار نیستند، می‌توانند به آسانی به چنین اطلاعاتی دسترسی پیدا کنند و بدون آن که لازم باشد در سنت واحدی از جامعه خود محصور شوند و به راحتی جنبش‌های مذهبی جدید را شکل دهند.

معمولاً به این مسئله اشاره دارد که این دین شامل اجزایی با خاستگاه خارجی است. این اصطلاح به ویژه زمانی به کار برده می‌شود که ادیان و مذاهبی که ریشه مسیحی دارند مورد نظر باشند هر چند اجزایی که از هندوئیسم، بودیسم و دیگر اندیشه‌های شرقی به امانت گرفته شده‌اند نیز به آنها اضافه شده است. این گونه جنبش‌ها برای نخستین بار در سواحل شرقی امریکا و در دوران پس از جنگ جهانی دوم پدید آمد. "معبد مردم (People's Temple)" که به دلیل خودکشی دسته جمعی در سال ۱۹۷۸ در گویانا (Guyana) معروف است، به وسیله جیم جونز (Jim Jones) که گفته می‌شود، به شدت تحت تأثیر افکار و اندیشه‌های مائویست‌های چینی بوده است. اداره می‌شد.

از طرف دیگر، بسیاری از کشورهای آسیای شرقی و جنوب شرقی از جنبش‌های تلفیقی و آمیزشی استقبال کرده‌اند. در بسیاری از مناطق بودیسم، هندوئیسم، مسیحیت، اسلام، آیین کنفوسیوس و تائوئیسم از چنان جو فرهنگی‌ای برخوردار بودند که می‌توانستند مدت‌های طولانی با یکدیگر همزیستی داشته باشند. در چنین موقعیتی، یک موضوع جالب توجه این است که در آینده ادیان آمیزشی جدید تا چه اندازه شناخته شده و چشمگیر خواهند شد و آیا اصلاً این اتفاق می‌افتد؟

جستارهایی در محیط‌های روشنفکری

فرایند جهانی شدن چگونه موقعیت کسانی را که به دین علاقه مندند، تغییر می‌دهد؟ در اینجا محیط فکری افرادی که درگیر این مسئله هستند، بسیار مهم و حیاتی است. عصر اطلاعات تأثیری حیاتی و جدی بر تغییر محیط‌های فکری داشته است، زیرا یکی از معانی مهم این عصر آن است که تعداد فزاینده‌ای از مردم نه تنها مصرف‌کنندگان اطلاعات، بلکه انتقال‌دهندگان آن به نفع خود هستند. اگر تحولات تنها از آن فناوری و سخت‌افزار بودند، نمی‌توانستیم این دوره را عصر اطلاعات بنامیم. خود فناوری تمایل دارد از طرف بخشی از ناقلان اطلاعات مورد استفاده قرار گیرد، به خصوص ناقلانی که



«در روند جهانی شدن مذهب، یک بازار مذهبی مختص کاربران و استفاده‌کنندگان و یک سیستم تولیدکننده محور به وجود خواهد آمد و تفاوت واقعی رهبر و پیرو احتمالاً به طور فزاینده‌ای مبهم و نامعلوم باقی خواهد ماند.»

به عنوان ابزاری برای کنترل و مهار انبوه دریافت‌کنندگان اطلاعات مورد استفاده واقع می‌شوند.

ممکن است موقعیت فرهنگ مردمی ستون حمایتی

عصر اطلاعات خوانده شود و به بسط و گسترش جهانی

شدن دین بیانجامد. منظور من از موقعیت فرهنگ مردمی

این است که سطح فکری توده مردم در مجموع بالا رفته

است، یکسان‌سازی را ترویج می‌کند و از ایجاد نخبگان فکری محدود که دسترسی انحصاری به

اطلاعات دارند، ممانعت می‌کند. در این شرایط، اطلاعات مذهبی هم نمی‌تواند به انحصار متخصصان

دینی در آید. اکنون هر کس این امکان را دارد که ناقل، گیرنده و یا میانجی گفتمان مذهبی باشد. در اینجا

می‌توان تعداد فزاینده‌ای از افراد را دید که بابر خور داری از یک پیشینه مردمی به عنوان یک رهبر، مذهب

و پیغام دینی‌ای را تبلیغ می‌کنند که نه تنها آن قدر ساده است که توسط مردم عادی پذیرفته می‌شود،

بلکه طرفداران آن می‌توانند به آسانی آن را به دیگران برسانند.

تحت این شرایط، اقتدار و قدرت کنترلی که سازمان‌های دینی به طور سنتی و از گذشته داشته‌اند،

تضعیف می‌شود و تغییر می‌یابد. در روند جهانی شدن مذهب، یک بازار مذهبی مختص کاربران و

استفاده‌کنندگان و یک سیستم تولیدکننده محور به وجود خواهد آمد و تفاوت واقعی رهبر و پیرو احتمالاً

به طور فزاینده‌ای مبهم و نامعلوم باقی خواهد ماند.

برای توضیح بیشتر این موضوع می‌توان گفت که استفاده من از اصطلاح اقتصادی سیستم

تولیدکننده محور به روشی که معمولاً درباره گروه‌های مذهبی سنتی فکر می‌کنیم، اشاره می‌کند. هسته

مرکزی کارکرد اجتماعی و تداوم تاریخی مذهب، کلیسا در مسیحیت، سانگاد بودیسم، امت در اسلام،

زیارتگاه در شینتو و اداره‌های مرکزی گروه‌های مختلف در ادیان جدید است. در این متن، کلیسا نمادی

از اقتدار مذهب است، تعالیم و اعتقادات بر اساس سنت‌هایی که کلیسا به آن عقیده دارد، به حساب

می‌آید، در حالی که کشیشان، راهبان و روحانیان تلاش کرده‌اند اطلاعات مذهبی را برای مؤمنان تفسیر

کنند. نقش مؤمنان تنها این است که این موقعیت را بپذیرند.

از طرف دیگر بازار مذهبی کاربر محور به موقعیتی اشاره دارد که در آن هر فردی، در پاسخ به

احساسات شخصی خود اجزایی را که از ادیان رقیب جذاب‌تر و مفیدتر می‌یابد، در نظر می‌گیرد و

انتخاب و تجزیه می‌کند. از منظر خاستگاه تولیدکننده محور، چنین رفتاری به عنوان فقدان جدیت

مذهبی یا ایمان متزلزل ارزیابی می‌شود، اما از دید کسی که از مذهب استفاده می‌کند منطقی است که

آنچه را بهترین انتخاب است از میان بقیه گزینش کند.

همان گونه که پیش از این گفته شد، تمایز میان انتقال دهندگان و دریافت کنندگان اطلاعات مذهبی به طور فزاینده‌ای مبهم و نامشخص شده است. یک پدیده وافر در میان ادیان و مذاهب جدید ژاپنی این است: فردی که زمانی عضوی از یک گروه مذهبی بوده است، پایه گذار جنبش خود می شود. گروه‌های دیگر اغلب سیستمی را پذیرفته‌اند که به موجب آن از هر عضو یک روحانی فعال برای گروه عمل کند، سیستمی که من آن را همه اعضا مبلغ‌اند می نامم. خلاصه غیرعادی نیست که از اعضای تازه وارد انتظار داشته باشیم خود را. بعد از یک دوره کوتاه آموزش رسمی. وقف فعالیت‌های تبلیغی کنند. این تمایلات به ابهام فزاینده در مرز میان تولیدکنندگان به کاربران مذهب می افزاید. این روند با روند عمومیت بخشی به روشنفکری که در ژاپن آغاز شده، شدت یافته است.

به تازگی نمونه‌های رو به رشدی از آیین‌ها و مذاهب را می توان دید که بدون تکیه بر اشخاص به خصوصی که در فعالیت‌های تبلیغی مشغولند، انتقال می یابد. برای مثال آیین‌های جدید ژاپنی، غالب اعضای خارجی خود را از طریق تلاش‌های غیررسمی اعضای ژاپنی غیرمتخصص (غیرروحانی) که برای کار در شرکت‌ها و کارخانه‌های دیگر کشورهای آسیایی فرستاده می شوند، جذب می کنند. این امر که تا حدی گواهی دیگر بر سیستم همه اعضا مبلغ‌اند است، می تواند به عنوان بخشی از فرایند توسعه جهانی جنبش‌های مذهبی بدون تکیه بر روحانیان حرفه‌ای باشد.

این روند را می توان در مورد سای بابا (Saibaba)، رهبر یک جنبش مذهبی هندی نشان داد که با معرفی وی در کتابی که توسط یک دانشمند جوان ژاپنی نوشته شده بود، به شهرت گسترده‌ای در این کشور دست یافت.

خلاصه این که کلید موفقیت مذهبی غالباً کمتر در کیفیت صلاحیت‌های فردی به عنوان یک متخصص مذهبی قرار می گیرد تا در توانایی فردی در به کاربرد ماهرانه رسانه.

این موقعیت همچنین بر کاهش اقتدار متخصصان ادیان و مذاهب کهن سنتی تأثیر می گذارد. یکی از تأثیرات عصر اطلاعات فقدان فزاینده اعتبار و نفوذ متخصصان مذهبی از قبیل راهبان، کشیشان و روحانیان مذهبی خواهد بود. هم اکنون ما وارد عصری می شویم که در آن گروه‌های کوچک متخصصان مذهبی دیگر نمی توانند اطلاعات مذهبی را به انحصار خود در آورند. اکنون مؤمنان غیرمتخصص توانایی فزاینده‌ای برای سود جستن از هسته مرکزی سنت‌های مذهبی دارند. آنان حتی به آن دسته از اجزای محرمانه‌ای که پیش از این تنها در دسترس کشیشان تام‌الاختیار بود، دسترسی دارند. در نتیجه، آن دسته از مقامات مذهبی که پیش از این با نقشی که در حفظ و نگهداری یک هسته

محرمانه مذهبی داشتند بر روی کار باقی می ماندند، از فقدان اعتبار و نفوذ رنج می برند. نیازی نیست که بگویم این فقدان به اقتدار کامل سازمان های مذهبی سنتی اشاره دارد و در سطحی کاملاً متفاوت از شأن و اعتباری است که هر متخصص مذهبی به عنوان یک شخص دارد، زیرا آشکار است که روحانیان معتبر و خوشنام و روحانیان غیرقابل اعتماد و بدنام در هر مذهب و عصری وجود داشته اند. خلاصه این که عصر اطلاعات به از بین رفتن فاصله میان متخصصان مذهبی و طرفداران غیرمتخصص منجر شده است. در حقیقت، دیگر این یک امر استثنایی نیست که مردم عادی ای را پیدا کنیم که نسبت به راهبان بودیست و روحانیان شینتو شناخت عمیق تری از بودیسم و شینتو داشته باشند. این تمایل احتمالاً در آینده افزایش خواهد یافت. این امر را نمی توان فقط با بی تفاوتی تک تک اعضای روحانیت توجیه کرد. به بیان دقیق تر، همان گونه که در بالا گفته شد این امر نتیجه این حقیقت است که جامعه اطلاعاتی تمایل دارد تمایز میان متخصصان و افراد عادی غیرمتخصص را از میان بردارد. اهمیت این پیشرفت، این است که ادیان سنتی تاریخی احتمالاً این امر را که روش هایی برای آموزش و تربیت نسل های بعدی متخصصان مذهبی به وجود آورند، بسیار دشوار می یابند. طی فرایند جهانی شدن، بسیاری از ادیان و مذاهب با مشکل نسبیت گرایی در برتری خود مواجه شدند و ادعای وجود یک منبع مشروعیت مذهبی برای یک گروه دشوار شد. همچنان که عصر اطلاعات پیش می رود، شمار فزاینده ای از افراد با دید انتقادی بیشتری به مذهب نگاه می کنند و آن را نسبی می بینند اما جز ژاپن، مشخص خواهد شد که ادیان سنتی به روشی غیرقابل بیان و نامفهوم به این پرسش ها پاسخ می دهند.

نتیجه گیری

جهانی شدن مذهب را باید به عنوان یک فرایند غیرقابل اجتناب تاریخی در نظر گرفت. هدف من این نیست که بر فایده و ضرورت این امر تأکید کنم. با وجود این اگر روندی که شرح داده ام به رشد خود ادامه دهد، به طور قطع تأثیرات منفی بر جامعه به جا خواهد گذاشت. برای مثال ممکن است ظهور و پیدایش گروه های بیشتری مانند آم شینریکیو (Aum Shinrikyo) را انتظار داشته باشیم و اعمال جنایتکارانه یا اقدامات ضداجتماعی چنین گروه هایی را دال بر خطرات قطعی برخاسته از عصر اطلاعات در نظر بگیریم.

دکترین آم شینریکیو آمیزه ای است که مذاهب مختلف موجود آن را پذیرفته اند. آنها ویژگی های تلفیق و آمیزش جدید را با پذیرش مفهوم مسیحی آرماگدون به نمایش می گذارند، در حالی که از سر ایمان بر این امر اصرار می ورزند که پیروان بودیسم اولیه هستند. آنها همچنین از پیغام های تبلیغاتی



ویدئویی برای آشنا کردن طرفداران جدید با جهان بینی آم استفاده می کنند، استفاده از فناوری مدرن اطلاعات برای فعالیت های تبلیغی و در نهایت شرکت در فعالیت های برون مرزی، به خصوص در روسیه پس از فروپاشی دولت کمونیست، که گفته می شود به سرعت بین ۳۰۰۰۰ تا ۵۰۰۰۰ طرفدار و پیرو برای خود جذب کرده اند، خط مشی ای است که می توان به عنوان نمونه یک استراتژی در عصر جهانی شدن در نظر گرفت.

به عبارت دیگر، ارتباط آسان میان مذهب و جرم، نشانه خطرانی است که ذاتی عصر اطلاعات است. فرقه آم به دنبال جوانانی بود که استعداد زیادی در علوم طبیعی داشته باشند، بنابراین رهبران گروه، اطلاعات الکترونیکی مربوط به فارغ التحصیلان نخبه دانشگاه را در برخی رشته های علمی جمع آوری کردند و بر تبلیغ برای آنان تمرکز کردند. به این ترتیب همان گونه که در پی جستن راهی برای تولید گاز سمی بودند، از ارتباطات الکترونیکی برای گردآوردن اطلاعات علمی و تکنیکی استفاده کردند. آنها به آسانی به اقداماتی مبادرت ورزیدند که ژاپنی های قدیم هرگز تصورش را هم نکرده بودند. با وجود یک تفاوت بزرگ که طبعاً میان امکان انجام یک عمل و انجام واقعی آن وجود دارد، تلاش آم، استعداد بی دغدغه یک گروه برای انجام چنین مدیریتی را در شرایط عصر اطلاعات به تصویر می کشد. خلاصه این که اعمال جنایتکارانه، هدف دیگر جهانی شدن است.

نوباتاکا می گوید جهانی شدن دین، مشکلات عدیده ای را خارج از کسانی که درگیر مسئله آم هستند، نشان می دهد. به همان اندازه که ادیان سنتی مشروعیت و اقتدار کلی خود را از دست می دهند، نقش یکپارچگی اجتماعی دین نیز تضعیف می شود. ممکن است مذهب به خصوص برای گروه های اجتماعی. مانند اجتماعات ملی و سنتی. بیش از اتحاد و هماهنگی، آشوب و ناراضی بر پا کند.

از وقتی اجزای فزاینده فرهنگ و مذهب خارجی از ایالات متحده، کره، هند و تایوان به ژاپنی ها معرفی شدند، ارتباط ژاپنی ها با دین سنتی خودشان. به خصوص در میان نسل جوان. تضعیف شد. برای مثال آیین ها و رسوم مذهبی سنتی که سال نو را جشن می گرفتند، در حال کاهش است، در حالی که آیین ها و مراسمی که بر کریسمس یا دیگر تعطیلات مذهبی با منشأ خارجی استوار بودند، محبوبیت فراوانی یافته است. بی اعتنائی فراوانی نسبت به تعطیلات فصلی بودایی (Setsubun or Higan) و علاقه مندی بسیاری به روز عشاق (St.Valentine) و جشن هالوین (Halloween) دیده می شود. نیازی به یادآوری نیست که این دو روز اخیر (روز سنت والتین و هالوین) به عنوان شعائر مذهبی مورد قبول واقع نشدند، بلکه فقط به عنوان یک رویداد عادی و پیش پا افتاده و یک جشن سکولار پذیرفته شدند. این حقیقت به جنبه ای دیگر از فرایند جهانی شدن اشاره دارد، یعنی ابهام فزاینده تبعیض میان حوزه های

مذهبی و حوزه‌های غیر مذهبی، یا سکولار. با وجود این که مذهب در نقاط مختلف جهان از شرایط متفاوتی برخوردار است، مفهوم آن نیز به ناچار به عنوان بخشی از فرایند جهانی شدن به تغییراتی تن در خواهد داد. با این همه، این فرایندها را نباید تنها موجب از کار افتادگی مذهب دانست و نتیجه گرفت که باید آنها را از میان برداشت. فرایندهای جهانی شدن تنها در حوزه‌ها یا مناطق خاص روی نمی‌دهند، بلکه به عنوان تغییر سیستم‌های جهانی عمل می‌کنند. در نتیجه جهانی شدن مذهب را باید به عنوان بخشی از این فرایند در نظر گرفت. از آنجا که جهانی شدن مذهب تنها بخشی از فرایند جهانی شدن است، ممکن است با خصیصه‌های منحصر به فردی شناخته شود، اما این خصیصه‌ها آن قدر بزرگ نیستند که با اصول کلی‌ای که بر استعاره جهانی شدن حاکم هستند، توصیف شوند.

جهانی شدن، تغییر شکل فعالیت‌های تبلیغ دینی، روابط انسانی و محتوای اطلاعات مذهبی را غیر قابل اجتناب می‌کند. بنابراین، مهم‌ترین نکته احتمالاً تأکید بر این امر است که ماهیت فرایند جهانی شدن باید در گستره وسیع‌تر و به وسیله افراد بیشتر درک شود، به خصوص جنبه‌هایی از آن، که نتایج منفی برای جوامع ما به دنبال دارد.

منابع

- استیپچویچ، الکساندر. کتاب در پویه تاریخ؛ مترجمان آزیر، حمیدرضا و شیخی، حمیدرضا. انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد، چاپ اول ۱۳۷۳.
- اولسون، دیوید. رسانه‌ها و نمادها. مترجم مهاجر، محبوبه. انتشارات سروش، تهران، چاپ اول ۱۳۷۷.
- ثلاثی، حسن، روزنامه ایران؛ شماره ۲۰۱۲، صفحه ۶، سال هفتم، ۱۳۷۷.
- رجایی، فرهنگ. "یکپارچه‌سازی جهان"، دیدگاه‌ها و تحلیل‌ها، بولتن ماهانه دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه، تهران، شماره ۱۱۹، مرداد و شهریور ۱۳۷۶.
- روزنامه آفرینش، شماره ۵۸۹، ۱۳۷۸/۶/۲۱.
- ریسی مبارکه، سهیلا و بابایی، محبوبه. مطالعاتی در تاریخ چاپ؛ انتشارات گلشن راز؛ تهران؛ چاپ اول ۱۳۷۸.
- گیدنز، آنتونی. پیامدهای مدرنیت؛ ترجمه حسن ثلاثی؛ نشر مرکز، تهران؛ چاپ اول ۱۳۷۱.
- مولانا، حمید. رادیو و تلویزیون در جهان اسلام. مجله بصائر، سال چهارم، شماره ۲۵.
- نتس روبر؛ نگاهی تاریخی به سانسور؛ ترجمه فریدون فاطمی؛ نشر مرکز؛ تهران؛ چاپ اول ۱۳۷۷.