

انقلاب آیینی و رسانه‌های جمعی بعد از انقلاب اسلامی

نوشته

دکتر احمد میرعابدینی*

چکیده

انقلاب اسلامی ایران، از بهمن ۱۳۵۷ تاکنون، از زوایای گوناگونی مورد بررسی قرار گرفته و عنوان‌های مختلفی یافته است. کارشناسان حوزه‌های علوم اجتماعی و انسانی، در کتاب‌ها، مقاله‌ها و گزارش‌های خود، این رویداد را به گونه‌های متفاوتی توصیف، تفسیر، تحلیل، تبیین و نام‌گذاری کرده‌اند. در این مقاله، نویسنده به یاری پژوهش‌های حوزه روابط دین، سیاست و ارتباطات اجتماعی، رابطه انقلاب اسلامی و رسانه‌های جمعی در ایران را با رویکردی آیینی (ritual approach) مورد مطالعه قرار داده است. این رویکرد، به نظر می‌رسد، تا حدی تازگی دارد و تاکنون مورد توجه قرار نگرفته یا کمتر موضوع بررسی بوده است.

کلید واژه: آیین، ارتباطات آیینی، معناسازی رسانه‌ای، خشو، رمز، استعاره، اسطوره، نمازجمعه، انقلاب اسلامی، رسانه‌ها

مقدمه

انقلاب ایران نام‌های متعددی دارد؛ نام‌هایی که نویسندگان کتاب‌ها و مقاله‌ها و گزارش‌های رسانه‌ای بر آن نهاده‌اند. بیشتر این نام‌ها نیز به ابعاد «دینی» و «رسانه‌ای» این انقلاب اشاره دارند. در واقع، این دو وجه دینی و رسانه‌ای اصلی‌ترین ویژگی‌های این انقلاب را در خود جمع کرده‌اند. برای مثال بریر (Brière) و بلانش (Blanchet)، به دنبال دیدار میشل فوکو (Michel Foucault)، فیلسوف معاصر فرانسوی از ایران، کتاب *ایران: انقلاب به نام خدا* را انتشار دادند (Brière, Blanchet, 1979)؛ و آقا و خانم محمدی (Ali and Sreberny - Mohammadi, 1994) *رسانه‌های کوچک: انقلاب بزرگ* را منتشر کردند که به زمینه‌های ارتباط، فرهنگ و انقلاب ایرانی در سه دهه قبل می‌پردازد.

* پژوهشگر و مدرس علوم ارتباطات

در ایران، در آستانه ورود انقلاب اسلامی به چهارمین دهه عمر، «اسلامی سازی» به شکل دولتی ادامه دارد و «تجربه تلفیق دین و حکومت در ایران»، به ویژه در تمامی سطوح آموزش، دنبال می شود تا بتوان برخلاف سایر مذاهب جهانی، مسائل حکومت و دولت را، به عنوان عناصری ترکیب شدنی، با تعلیمات دینی درهم آمیخت (مرووا، ۱۳۸۷: ۱۸). به عقیده مرووا، «دکترین حکومتی سیاسی که توسط امام خمینی تدوین شده و از نظر ایدئولوژیکی و عملی بر تحقق نظام حکومتی اسلامی تأکید دارد، این سی سال در ساختار حکومت هیچ تغییری نکرده است. روحانیت همچنان جایگاه خود را از طریق شرکت مستقیم در سازمان های دولتی و نفوذ در سازمان های رسمی در اداره حکومت، حفظ کرده است» (همان).

بر این اساس، شاید بتوان انقلاب اسلامی ایران را، با توجه به نوع ارتباطی که در آن مسلط بوده، انقلاب آیینی (ritual revolution) نامید. انقلابی که توانسته است رنگ و بوی خود را بر تمامی امور جاری، و نیز بر انواع رسانه های جمعی داخلی اعمال کند و آن ها را به رسانه های آیینی (ritual media) تبدیل نماید؛ رسانه هایی که بیشترین کارایی ها را در شکل آیینی (ritual form) از خود بروز می دهند و از همین طریق به ظهور، شکل گیری و تحول انقلاب یاری می رسانند.

آیین چیست؟

آیین (ritual) شیوه های رسمی و منظم شده رفتار فردی در شکل جمعی است. در آیین، اعضای گروه و جامعه، به شکل منظم شرکت می کنند. اصلی ترین زمینه های شکل گیری آیین رفتارهای مذهبی اند، اما وسعت و گستره رفتار آیینی بسیار فراتر از این حوزه خاص است و بیشتر گروه ها به نوع و شکلی اعمال آیینی (ritual practices) دارند (A. Giddens, 1991: 730). از آیین به عنوان چارچوب نظری و الگوی عملی، از مطالعات پژوهشگران برجسته در این زمینه، از جمله کاترین بل (Catherine Bell, 1992, 1997)، آیین پژوه معاصر آمریکایی، بهره گیری شده است. بل استادیار مطالعات دینی در دانشگاه سنتا کلارا (Santa Clara)، متخصص در روش شناسی دین و مذهب چینی و بُعد آیینی مذهب است. او با تکیه بر مطالعات انسان شناسختی، راهبردها و روابط نیرومندی را در حوزه آیین ها باز یافته است. آثار بل، در دهه ۱۹۹۰، الگوی موفق برای تدوین و نگارش گزارش های مطالعات دینی و آیینی فراهم آورد (Lardellier, 2003).

برخی پژوهشگران آیین را، کنش و عمل اجتماعی (social action) و تعالی بخشیدن به آشکارترین شکل های «دوگانه اندیشه و عمل» تعریف می کنند. بل «آیینی سازی» (ritualization) را به عنوان شیوه ای راهبردی از کنش گری پیشنهاد می کند و توضیح می دهد که چگونه و چرا این کنش خود را از اعمال دیگر جدا می کند و «آیین» از چه راهی از «غیر آیین» متمایز می شود. آیین، چه به عنوان پدیده ای جهانشمول (universal) و در عین حال جهانی

(global) (دِریورو، ۱۳۸۳) و چه به مثابه ساختاری نظری، و یا با تأکید بر عینیت تعریف‌های آن و بر مبنای تغییرکننده‌ای قدرتمند، در این مقاله قالب و ابزاری تحلیلی است. کاربری این ابزار باید با تکیه بر داده‌ها و مسیرهای تعیین‌کننده آن صورت گیرد و هدف تفسیر و تبیین روابط روشن، و تمایز مرزهای نظریه و داده‌ها در این تحلیل حفظ گردد. همچنین، برای جلوگیری از لغزش، ضروری است درباره رابطه آیین با گفتمان‌های وسیع‌تر بستر فرهنگی اجتماعی آن، که آیین بخشی از آن است، تأمل شود.

در بررسی آیین، به شکل وسیع و مبسوط از مطالعات و تحقیقات بل (تمرکز بر آیین)، اریک رودنبولر ارتباط‌پژوه معاصر آمریکایی، (با تکیه بر آیین و ارتباط و رسانه)، و نیک کودری رسانه‌پژوه معاصر آمریکایی، (با تأکید بر آیین‌های رسانه‌ای)، بهره‌گیری شده است. این پژوهشگران، عمده‌ترین آثار مربوط به آیین را مورد مطالعه قرار داده، و به شکل نظریه‌ها و کاربردهای عملی بسیار مفید، در حوزه‌های دین، ارتباطات و رسانه‌ها، جمع‌بندی کرده‌اند. نویسنده این مقاله نیز کوشیده است در چارچوب نظریه آیین، تا حد امکان از منابع ایرانی و اسلامی هم بهره گیرد.

اریک رودنبولر (20-7: 1999) در کتاب *ارتباط آیینی*^۱، ارتباطات آیینی (ritual communications) و مناسکی را، از مکالمات و گفت‌وگوهای روزمره تا مراسم و تشریفات رسانه‌ای شده (mediated ceremony)، بررسی می‌کند. رودنبولر، در این کتاب، به شیوه‌های گوناگونی اشاره می‌کند که در آن‌ها ارتباط در جامعیت‌بخشیدن به نظم‌های فردی و اجتماعی مشارکت دارد، و برای مثال، از آیین‌های ارتباط، و صنایع رسانه‌ها به عنوان تولیدکنندگان فرهنگ عامه یاد می‌کند. به عقیده رودنبولر، آیین‌ها به عنوان جزء تشکیل‌دهنده نظم نمادین (symbolic order)، تقریباً در تمامی کنش‌های اجتماعی حضور دارند. رودنبولر آیین‌ها و مناسک را شکلی ارتباطی می‌داند و ارتباطات آیینی را برقراری ارتباط به یاری آیین‌ها و مناسک به شمار می‌آورد. به نظر او، ارتباطات آیینی‌ساز و کارها، ابزارها و دستگاه‌های مؤثر ارتباطی‌اند، که به یاری نظم‌بخشی و تأثیرگذاری نمادین، “واقعیت ساخته شده اجتماعی” را نشان می‌دهند. او همچنین، به یاری مباحث نظری و عملی در زمینه آیین‌ها، ارتباط رسانه‌ای آیین‌ها و کاربری رسانه‌های آیینی‌شده و کارکردهای آیینی فرهنگ رسانه‌ای را مورد بررسی قرار می‌دهد. رودنبولر، به خبر، تلویزیون و فرهنگ عامه، به عنوان اسطوره و آیین نظر دارد و نمایش اخلاقی را به عنوان مبنای الگودهی به نقش‌های اجتماعی مطالعه می‌کند. آیین‌های سیاسی، از جمله انتخابات، و ساختارهایی مانند دولت، قدرت سیاسی، سخنرانی، خطبه‌خوانی و مراسم بیانی و سیاسی و جشنواره‌ها و مراسم عمومی، در چارچوب آیین، چشم‌اندازهای بدیعی را در این زمینه از مطالعات ترسیم می‌کنند.

آیین و ارتباط نزدیکی زیادی با هم دارند. آن‌ها از نظر منطقی به هم وابسته‌اند و دارای چنان ویژگی‌های خانوادگی مشترکی هستند که می‌توان گفت ارتباط شکلی از آیین است و آیین

صورتی از ارتباط. بر این اساس، هر کس آیینی برگزار کند، دست کم به شکل ضمنی می‌پذیرد که رفتار الگویی او، به‌طور نمادین، با معنی و مؤثر است. به عبارت دیگر، شرکت‌کنندگان در آیین‌ها تبادلی نمادین انجام می‌دهند. آن‌ها نمادها را، در فرایندی ارتباطی، برای تحقق مقاصد اجتماعی به‌کار می‌برند. از این رو، آیین با مقاصد اجتماعی نزدیک است و بخش عمده‌ای از “واقعیت اجتماعی” محسوب می‌شود. اصل ارتباطی دیگر، یعنی داوطلبی‌گرایی، گرچه مهم است، اما اغلب به‌طور ضمنی مطرح می‌شود. به علاوه، آیین، همچون ارجاع به واقعیت، به زندگی جدی باز می‌گردد. با افزودن این دو اصطلاح به مفاهیم قبلی، تعریف رسمی آیین به این گونه شکل می‌گیرد:

آیین اجرای داوطلبانه رفتار الگویی‌شده به شکل متناسب، برای تأثیرگذاری به صورت نمادین یا مشارکت کردن در زندگی جدی است (Ibid).

این تعریف، گرچه کلی و آسیب‌پذیر می‌نماید، اما در اصل نرمش‌پذیر است. اگر این تعریف با دقت به‌کار رود، تمامی گستره آیین‌ها را در جهان در برمی‌گیرد؛ از دست دادن و تعظیم کردن تا آیین‌های عبادی سیاسی و اعمال هنری، جشنواره‌ای؛ و نیز اقتصاد سیاسی جهانی، ضمن آنکه به‌روشنی میان شکل‌های ارتباطی وابسته به آن‌ها تمایز می‌گذارد (Ibid). به‌عنوان مثال، رسانه‌های نماز فردی (فردا یا انفرادی)، نماز جماعت و نماز جمعه، به ترتیب نشان‌دهنده سه سطح از ارتباطات آیینی فردی، گروهی و عمومی‌اند، که هر سه مراسم، به یاری رسانه‌های جمعی به حوزه ارتباطات اجتماعی انتقال می‌یابند. به این ترتیب، نماز از شکلی دینی - آیینی و درون - برون فردی، به مرحله جماعتی (گروهی) و جمعه‌ای (شکل عمومی)، و به یاری شیوه‌ها و فناوری‌های رسانه‌های نوین، ابعاد خود را باز هم گسترش می‌دهد و به ارتباط جمعی و رسانه “جمعی” یا رسانه توده‌ای تبدیل می‌شود.

آیین و معنا سازی رسانه‌ای

مک‌کویل در مطالعات ارتباطی به این سه دیدگاه یا رویکرد اشاره می‌کند: ۱. “دیدگاه انتقالی”، که ارتباطات را انتقال علائم یا پیام‌ها در طول زمان، به منظور کنترل می‌داند؛ ۲. “دیدگاه آیینی” که ارتباط را با مفاهیم و اصطلاحاتی مانند اشتراک، مشارکت و پیوند همراه می‌سازد؛ و ۳. “دیدگاه جلب توجه”، که فعالیت اساسی رسانه‌های جمعی را تنها جلب توجه به شمار می‌آورد، نه انتقال معنا یا فراهم آوردن تریبونی برای اظهار نظر.

جان فیسک، در کتاب *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*، رویکردی معناکاوانه در مطالعات ارتباطی را معرفی و تشریح می‌کند. این رویکرد به مطالعات ارتباطی برخاسته از مطالعات فرهنگی و مبتنی بر روش نشانه‌شناختی است. همچنین، این رویکرد از انگاره‌های غالب در مطالعات ارتباطی، یعنی رویکرد انتقالی و مبتنی بر مطالعات تجربی در جامعه‌شناسی و

روان‌شناسی با رویکرد کارکردگرایی فراتر می‌رود. فیسک ابتدا ارتباط را در دو رویکرد انتقالی و فرایندی خلاصه می‌کند و سپس می‌کوشد این دو را به یکدیگر نزدیک سازد.

فیسک در توضیح ادغام رویکرد انتقالی (transmissional approach)، یا ارتباط به‌عنوان انتقال، و رویکرد فرایندی، رویکرد انتقالی ارتباط را انتقال پیام می‌داند؛ و در توضیح این رویکرد یادآوری می‌کند که چگونه فرستندگان و گیرندگان رمزگزاری و رمزگشایی می‌کنند و چگونه انتقال‌دهندگان، مجراها و رسانه‌ها را برای انتقال پیام به کار می‌گیرند. این رویکرد، در نگاه نهایی، به نتایجی مانند کارکرد توجه دارد. رویکرد فرایندی (process approach) ارتباط را فرایندی می‌داند که فرد از این راه بر رفتار یا ذهنیت دیگری اثر می‌گذارد. اگر تأثیر از آن چه که مورد نظر است کمتر یا بیشتر و به‌طور کلی با هدف ارتباط‌گر متفاوت باشد، باید از شکست یا توفیق یا نارسایی ارتباط و عدم تطابق آن با واقعیت برداشت و تعریف از ارتباط سخن گفت، و فرایند ارتباط را، با هدف اشکال‌یابی بررسی کرد.

رویکرد فرایند انتقالی تعامل اجتماعی را فرایند برقراری ارتباط از راه انتقال پیام می‌داند. بسیاری از پیروان رویکرد انتقالی نیت، قصد و منظور را در تعریف پیام و چیستی آن، عامل مهمی می‌دانند. منظور از تأثیرگزاری و معیار اصلی تحقق این فرایند این است که معلوم شود آیا گیرنده قصد و نیت فرستنده را دریافته است و ارتباط اثر مورد نظر او را داشته است یا خیر. در واقع، معیار و محور اصلی و سنجش انحراف همین نیت و مقصود است.

رویکرد “فرایند تأثیرگزاری”، با تکیه بر معنی‌سازی، در واقع تلاش فیسک در جهت همگرایی این دو رویکرد است (Fisk, 1991: 190). این رویکرد، به تحقیق در زمینه اثرگذاری پیام، متقاعدسازی، تغییر نگرش و اصلاح رفتار، از طریق انتقال پیام توجه دارد. بنابراین، در اینجا، فیسک تمایل دارد به علوم اجتماعی، به‌ویژه به روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، و در واقع به معناسازی رسانه‌ای پیام‌ها تکیه کند.

رویکرد آیینی به ارتباط

فیسک، برای ارتباط، “رویکرد آیینی” (ritual approach) را نیز در نظر دارد که در کنار یا موازی با رویکردهای انتقالی، فرایندی، یا فرایند انتقالی و حتی انتقال پیام و معنی‌سازی، قرار دارد. “رویکرد آیینی” ارتباط را تولید و تبادل معنی می‌داند و در جست‌وجوی آن است که بداند پیام و یا متن، چگونه در تعامل اجتماعی قرار می‌گیرد تا تولید معنی کند. در این رویکرد، نقش متن وابسته به فرهنگ است و ارتباط با اصطلاحاتی مانند اشتراک، مشارکت، پیوند، معاشرت، همراهی و داشتن باور مشترک همراه می‌شود. این رویکرد، نه به انتشار و بسط پیام در فضا بلکه به “بقای جامعه در طول زمان” توجه دارد. در این رویکرد، نه دست به دست شدن اطلاعات بلکه [تولید و - م.] تجلی باورهای مشترک است که اهمیت دارد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۰۹).

دیدگاه آیینی ارتباط مک‌کوایل برداشتی است از نظر جیمز کری (۱۹۷۵). کری دیدگاه آیینی را جانشین مناسبی برای دیدگاه انتقالی به‌منظور تأثیرگذاری می‌داند. دیدگاه آیینی، به نوعی “بیان‌گر” است، زیرا ارضای درونی فرستنده و رضایت ضمنی گیرنده را به دنبال دارد و ابزاری برای رسیدن به هدفی مادی به نظر نمی‌رسد. همچنین، این دو برداشت متفاوت، تقریباً با دو نوع ارتباط دستوری و داوطلبانه هم شباهت‌هایی دارند، به‌ویژه اگر اطلاع‌رسانی و آموزش مقدمه‌ای برای تحقق هدف‌های بعدی باشند.

رویکرد آیینی سوء تفاهم در فرایند ارتباط را لزوماً نشانه شکست آن نمی‌داند و می‌کوشد با بررسی رابطه متن و فرهنگ و روش اصلی آن، یعنی نشانه‌شناسی و دلالت (signification)، تمایزهای فرهنگی فرستنده و گیرنده را بازیابی و “شکست ارتباطی” را تبیین کند. در رویکرد آیینی ارتباط برای برقراری تعامل اجتماعی، به فرد کمک می‌کند تا عضوی از فرهنگ یا جامعه‌ای خاص شود. در این رویکرد پیام ساختاری از علائم است که از راه ایجاد تعامل با دریافت‌کنندگان پیام تولید معنی می‌کند. در این حال، اهمیت فرستنده یا انتقال‌دهنده پیام تغییر می‌کند و اغلب کاهش می‌یابد، و خود متن و چگونگی “قرائت” (reading) آن اهمیت می‌یابد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۰۹).

در نشانه‌شناسی انتقال، برخلاف نوع کلاسیک، که معنی را پیش‌داده‌ای می‌دانست که در جریان ارتباط منتقل می‌شود، معنی زائیده ارتباط است و بیرون از رخداد ارتباط هیچ چیزی نیست که بخواهد معنی‌آفرینی کند. پیام‌گیر عضوی فعال در جریان ارتباط است که در معنی‌آفرینی نقش اساسی و فعال دارد. فیسک در نظریه دریافت (reception theory) خود نشان می‌دهد که در فرایند ارتباط، پیام‌ها گشوده و چندمعنایی‌اند و مطابق بافت و فرهنگ دریافت‌کنندگان تفسیر می‌شوند. به عبارتی، مخاطب نیز به موازات اهمیت و مشارکت فرستنده پیام، و در فرایند انتقال و تبادل پیام، در تولید معنی نقش دارد. از دیدگاه فیسک مردم همواره با “فرهنگ یک‌پارچه” جهان‌بینی مسلط و نهادهای هژمونیک سرکوب‌گر و آرام‌کننده‌ای که رویاروی آن‌ها قرار دارند، درستی‌زند.

رمزها و انتقال معنا

رمزها نظام‌هایی هستند که نشانه‌ها در آن‌ها سازمان یافته‌اند. رمزها نظام‌های سازمان‌دهنده نشانه‌ها هستند. افرادی که از رمزها، یعنی نظام‌های نشانه‌ها استفاده می‌کنند، بر سر قواعد نشانه‌ها و کاربردهای شان توافق دارند. در مطالعه رمزها پیوسته بر بُعد اجتماعی ارتباطی آن‌ها تأکید می‌شود. بنابراین، تقریباً همه جنبه‌های زندگی اجتماعی ما قراردادی و “رمزدار”ند. رمزها را می‌توان به دو دسته رمزهای رفتاری و رمزهای دلالت‌گر تقسیم کرد که به هم مربوط‌اند و گاه هر دو با هم به کار می‌روند. رمزهای دلالت‌گر نظام‌های نشانه‌ای‌اند، و آن‌ها را نمی‌توان به‌طور کامل از عملکردهای اجتماعی کاربران‌شان جدا کرد.

رمزها معنا را می‌سازند، به این مفهوم که به چیزی غیر از خود اشاره دارند. رمزها به شکلی پویا، به توافق میان کاربران و زمینه فرهنگی مشترکشان وابسته‌اند و کارکرد اجتماعی یا ارتباطی قابل تفکیک دارند و به یاری رسانه مناسب قابل انتقال‌اند (همان: ۹۸). رمز دارای کوچک‌ترین واحد دلالت‌گر است. قرار دادن ۶۰ نشانه دقیقه‌شمار در پیرامون صفحه ساعت، استعاره‌ای است از چگونگی تحمیل معنا بر واقعیت (همان: ۱۰۰). بنابراین، دریافت واقعیت به خودی خود رمزگشایی است. دریافتن به مفهوم معنا دادن به داده‌های پیش روی ماست. این موضوع در بردارنده تفاوت‌های برجسته شناسایی و بنابراین، واحدهای شناسایی، یعنی آن چیزی است که درک می‌کنیم.

رمزها نظام‌هایی برای سامان‌دادن یا فهمیدن داده‌ها هستند و کارکردهای ارتباطی و اجتماعی دارند. رمزها را می‌توان از نظر کارکرد به دو دسته «بازنمودی» و «فرانمودی» تقسیم کرد. رمزهای بازنمودی برای تولید متن، یعنی پیام‌هایی با وجود مستقل به کار می‌روند. متن چیزی جز خود و رمزگذارش را می‌رساند. متن مرکب از نشانه‌های شمایل‌وار یا نمادین است. شمایل ویژگی‌های برجسته‌ای دارد. رمزهای فرانمودی نمایه‌ای هستند. نمایه رساننده چیزی جز خود و رمزگذارش نیست و جنبه‌هایی از ارتباط‌گر و موقعیت اجتماعی او را می‌نمایاند.

بدن انسان انتقال‌دهنده اصلی رمزهای «فرانمودی» است. رمزهای فرانمودی عمده، از نظر آرگیل (۱۹۷۲) و معنایی که القا می‌کنند، با توجه به تفاوت‌های فرهنگی، به این اختصارند:

۱. تماس جسمی (میزان نزدیکی)؛
۲. فاصله با مخاطب (میزان و نوع ارتباط)؛
۳. جهت‌گیری (نوع رابطه با تعیین زاویه ارتباط نسبت به مخاطب)؛
۴. وضع ظاهری (که اختیاری‌اند چون آرایش مو، و به‌طور نسبی اجباری چون قد و وزن)؛
۵. نحوه سر جنباندن؛
۶. حالت چهره؛
۷. ایما و اشاره (حرکات سر و دست)؛
۸. حالت بدن (نحوه ایستادن، نشستن و دراز کشیدن)؛
۹. حرکت‌های چشم و نوع نگاه کردن؛ و
۱۰. لحن و سرعت گفتار.

الف. رمزهای عروضی چون زیر و بمی و تکیه‌های گفتاری؛ و ب. رمزهای فرازبانی، چون لحن‌های دستوری، آمرانه، پرسشی، درخواستی، بلندی، طرز نگاه هنگام ارتباط، گویش‌ها، تپق، سرعت تندی، کندی، به نشانه‌های حال، شخصیت، طبقه، موقعیت، و به نشانه موقعیت اجتماعی گوینده نسبت به شنونده (همان: ۱۰۲-۱۰۵).

رمزهای پخش وسیع و آیین‌ها

نوع سادگی و محدود بودن یا پیچیدگی رمزها را ماهیت خود رمز یا نوع رابطه اجتماعی مربوط به آن تعیین و توصیف می‌کند. اما، تعیین وسعت و یا محدودیت پخش را ماهیت مخاطب مشخص می‌نماید. رمز پخش وسیع آن است، دارای مخاطب وسیع و توده‌وار و میزانی از ناهمگنی و عدم تجانس است. رمز پخش محدود، اغلب مخاطب خاص را در نظر دارد. بر این اساس، رمزهای پخش محدود با رمزهای پیچیده، و رمزهای پخش وسیع با رمزهای ساده و محدود نزدیک و شبیه‌اند (همان: ۱۱۰). رمزهای پخش وسیع در بسیاری ویژگی‌ها با رمزهای پخش محدود سهیم‌اند. این رمزها ساده‌اند؛ کشش بی‌واسطه دارند؛ و برای درکشان «نیازی به آموزش نیست». این رمزها اجتماع‌محورند، به سوی نقاط اشتراک مردم کشش دارند و مایل‌اند آن‌ها را به جامعه پیوند دهند. تولیدکنندگان رمزهای پخش وسیع اغلب گمنام‌اند. یا دست‌کم نام نهاد معینی را بر خود ندارند و در موارد بسیار نام رسانه‌های گوناگون در دسترسی را بر خود دارند. رمزهای پخش وسیع وسیله‌هایی هستند که فرهنگ از طریق آن‌ها با خود در تماس و ارتباط قرار می‌گیرد (همان: ۱۱۰).

جانشینی‌ها به یاری واحدهایی انجام می‌گیرند که در عین داشتن ویژگی‌های تمایزبخش، شباهت‌های بسیاری هم باهم دارند. دو نوع جانشینی همسان و شماره‌ای دارای واحدهای همسان و جدا از هم‌اند. موسیقی اساساً دارای رمزهای همسان است که نشانه‌گذاری را دشوار می‌سازند. عمر انسان شامل پیوستاری از همسانی‌های گذر زمان است که تفاوت‌ها و فاصله‌گذاری‌های معینی چون نوپایی و کودکی، تولد و ازدواج و فرزندآوری و مرگ، و یا سال‌دار کردن عمر مثلاً دو سالگی و یا هفت سالگی را بر آن تحمیل می‌کنیم. فاصله‌گذاری‌های مناسبتی گوناگون مانند مراسم صمیمانه، شخصی، عمومی، رسمی، نیمه‌رسمی و غیر رسمی نیز از آن جمله‌اند (فیسک، ۱۳۸۶: ۹۹). مناسبتی کردن، شماره‌دار کردن، آیینی‌سازی و رمزگذاری پیوستارها نیز با هدف دلالت‌گری، ارتباطی کردن و معنادارسازی آن‌ها به‌ویژه با هدف پخش وسیع صورت می‌گیرند.

بیزیل برنشتاین (۱۹۶۴ و ۱۹۷۳)، زبان‌شناس اجتماعی، زبان را در پیوند با طبقه اجتماعی و نظام آموزشی بررسی می‌کند و به سیاست مربوط می‌سازد. به عقیده او طبقه کارگر به رمزهای محدود و ساده اکتفا می‌کند، حال آنکه طبقه متوسط می‌تواند از رمزهای محدود و ساده، به رمزهای پیچیده حرکت کند. به عقیده او طبقه اجتماعی به خودی خود عامل تعیین‌کننده‌ای نیست بلکه نوع روابط اجتماعی موجود نوع رمز استفاده شده را تعیین می‌کند. بنابراین، اجتماع فشرده، یک‌دست، بسته و سنتی گرایش دارد رمزهای محدود به‌کار برد (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۰۶). فیسک با اشاره به پیچیدگی همه اشکال هنری ارزشمند از لحاظ فرهنگی، یادآوری می‌کند که

رمزهای پیچیده برتر از رمزهای محدود نیستند، تنها با هم متفاوت‌اند و کارکردهای مختلفی دارند. همه ما، در عین فرد بودن عضو اجتماع و گروه هستیم. بنابراین، به‌طور یکسان به رمزهای محدود و پیچیده نیاز داریم. اصطلاحات "محدود" و "پیچیده" را باید بیشتر توصیفی و تحلیلی دانست. اگر این بررسی‌ها را با داوری‌های ارزشی همراه سازیم، تنها موضوع را با ابهام بیشتری همراه ساخته‌ایم (همان: ۱۰۹).

حشو، آیین و انقلاب

مفهوم حشو، در الگوی شائن و ویور بینش بی‌همتایی در ارتباطات انسانی ارائه می‌کند، و به ما امکان و توان می‌دهد تا عناصر به ظاهر متفاوت فرایند ارتباط را به هم متصل کنیم (فیسک، ۱۳۸۶: ۲۹). مفهوم حشو وابستگی زیادی به اطلاعات دارد. حشو به معنای "پیش‌بینی‌پذیری یا قراردادی بودن پیام" است. آنتروپی متضاد حشو است. حشو نتیجه پیش‌بینی‌پذیری زیاد و آنتروپی نشانه پیش‌بینی‌پذیری اندک است.

اثر هنری هرچه محبوب‌تر و بیشتر در دسترس همگان باشد، در شکل و محتوا حشو بیشتری دارد. ترانه‌های قومی سنتی و مجموعه‌های تلویزیونی مثال بارز این موضوع‌اند. به‌طور کلی، رمزگذاران، چه هنرمند باشند چه واعظ و چه سیاستمدار، مخاطب‌محوراند و در پیام‌های‌شان حشو می‌گذارند. آن‌ها به فکر برقراری ارتباط‌اند. آن‌ها بیشتر از آنکه به حشو وابسته باشند، به موضوع [و یا محتوا - م.] علاقه دارند. البته، هنرمندان تأکید بیشتری به شکل دارند. بنابراین، حشو در وهله اول دلبسته کارکرد و کارایی ارتباط و غلبه بر مسائل آن و رفع انواع اختلال در ارتباط است (فیسک، ۱۳۸۶: ۲۷).

حشو (با تکیه بر تفصیل و تکرار) برای برقراری ارتباط، نه تنها مفید بلکه بسیار حیاتی است، و در واقع به حل مسائل مخاطبان کمک می‌کند. ارتباط به شکل نظری ممکن است بدون حشو شکل بگیرد، اما امکان ارتباط بدون حشو در موقعیت‌های عملی چنان نادر است که انگار وجود ندارد. به‌طور کلی، درجه‌ای از حشو برای ارتباط عملی ضروری است. زبان انگلیسی حدود پنجاه درصد حشو زائد دارد. بر این اساس، به نظر می‌رسد که می‌توان پنجاه درصد لغات را حذف کرد و هنوز هم زبان چنان قابل استفاده است که می‌تواند پیام‌های قابل فهم را انتقال دهد (فیسک، ۱۳۸۶: ۲۳). با این حال، در عمل به دشواری می‌توان حشو را به کلی حذف کرد و انتظار برقراری ارتباط کامل داشت. بنابراین، حشو دو نوع کارکرد عمده دارد: نخست، کارکرد فنی است که شائن و ویور آن را به خوبی وصف کرده‌اند؛ و دوم کارکرد اجتماعی. بر این اساس، حشو مفهوم ارتباطی را به بُعد اجتماعی بسط می‌دهد (همان).

حشو به صحت رمزگشایی کمک می‌کند و معیاری فراهم می‌سازد که در تشخیص خطا به ما توانایی می‌دهد. به یاری حشو در زبان، می‌توان خطاهای املائی را تشخیص داد. در زبانی که حشو ندارد، تعویض یک حرف به معنای تعویض کلمه است. البته، بافت هم به‌عنوان منبع

حشو به ایجاد ارتباط کمک می‌کند (همان: ۲۴).

به نظر فیسک توجه به کاربرد و مفهوم عرف نیز می‌تواند در تفهیم کاربرد حشو در آیین مؤثر باشد. به نظر او (همان: ۲۶)، تدوین پیام طبق الگوی مشترک یا عرف، باعث کاهش آنتروپی (آشوب/اختلال ...) و افزایش حشو است. تحمیل یک الگو با ساختار زیبایی‌شناسانه نیز همین کارکرد را دارد و شعر موزون نیز با تحمیل الگوهای مکرر و بنابراین قابل پیش‌بینی وزن و قافیه، از آنتروپی می‌کاهد و بر حشو می‌افزاید. عرف یا شکل غزل تعیین می‌کند که یک واژه در سطح معین باید چندهجایی و هم‌قافیه با کدام واژه باشد. در این حالت امکان انتخاب نشانه محدود می‌شود.

عرف دیگری که بر حشو می‌افزاید، نحو است، که به‌عنوان قالب معنایی باز هم امکان انتخاب را محدودتر و میدان‌گزینش را باز هم تنگ‌تر می‌سازد. به این ترتیب، این مجموعه یعنی الگوهای مشترک و یکسان، با ابزارهای وزنی، قافیه‌ای، نحوی و معنایی (...) زیبایی‌شناسی عادت‌واره‌ای معینی را پدید می‌آورند که پیش‌بینی‌پذیری عادت‌واره‌ای قانع‌کننده‌ای را تحمیل می‌کنند. به این ترتیب، می‌توان گفت، حشو، بخشی جدی از رضایت‌مندی [در ارتباط است که به‌عنوان اقناع مخاطب و عامل دل‌سپردن به ارتباط و سخت‌کوشی تلقی می‌شود - م.ا]. رضایت‌مندی مخاطب را به همراه دارد و شکل و ساختار پیام، از جمله شکل اثر [آیینی - م.ا] و هنری را فراهم می‌سازد (همان). همچنین، عرف می‌تواند در سطح وسیع‌تر (ایدئولوژی) نیز بر آیین مؤثر باشد.

در عوض، استفاده بسیار موجز از زبان ممکن است آشفته‌ساز یا آشوب‌زا (آنتروپیک) باشد. ما پیوسته صحت پیامی را که دریافت می‌کنیم در برابر میزان احتمال می‌سنجیم، و تجربه ما از رمز و بافت و نوع پیام میزان احتمال را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، تجربه ما از معرف و کاربرد، تعیین‌کننده آن است که عرف منبع حشو است و بنابراین رمزگشایی آن آسان است. نویسنده‌ای که مایل است به‌راحتی با خوانندگان خود ارتباط برقرار کند، قراردادهای را به‌کار می‌برد (همان: ۲۴) و به عبارتی دیگر، از راه رفته می‌رود و از سنت و آیین پیروی می‌کند.

حشو به رفع موانع موجود در مجرای ارتباط نیز کمک می‌کند تا ارتباط با سهولت و سرعت بیشتری برقرار شود. وقتی تلفن پارازیت دارد، ما حرف‌ها را تکرار می‌کنیم و حرف‌ها را هجی می‌کنیم، تا مثلاً تفاوت سین و شین، در واژه‌های مانند سراب و شراب مشخص شوند. کمک آیین به انقلاب (با رویکرد به الگوی شائن و ویور) نیز از همین طریق صورت گرفته است! اما چگونه؟ کاربرد حشو می‌تواند به رفع مشکلات انتقال پیام آنتروپیک نیز کمک کند. پیام‌های نامنتظر به تکرار، توضیح، بیان متنوع آن و از مجراهای متعدد نیاز دارند تا احتمال دریافت کردن و ادراک شدن را بیفزایند. بر این اساس، آیین‌ها، به‌عنوان عرف و موارد کاربرد سستی حشو، و آیین‌های شیعی در ایران، به مثابه قراردادهای آشنا برای همگان به انتقال پیام موجز (آنتروپیک) انقلاب کمک کردند.

برجسته‌ترین افزایش در قابلیت دسترسی نیز نتیجه گسترش رسانه‌های پخش بود. انقلاب دسترسی آیین‌ها و رسانه‌های سنتی را به یاری رسانه‌های پخش فراگیر، افزایش قابل ملاحظه داد. توانایی خواندن در قبل از انقلاب محدود به اقلیت بود و لذا از جریان اطلاعات به سوی اکثریت بی‌سواد یا کم‌سواد جلوگیری می‌کرد. با محدود کردن اطلاعات، یا به عبارتی قدرت، یکی از راه‌های حیاتی اعمال نظارت اجتماعی فراگیر محدود می‌شد. از سوی دیگر، گسترش آموزش عمومی، و حتی تبلیغ سیاسی در مقام آموزش، «وقتی تبلیغ سیاسی و ایدئولوژی برای قشرهای کم‌سواد، و در آغاز به ویژه به مثابه آموزش عمل می‌کند» (بشler، ۱۳۷۰). آموزش به تمامی قشرهای اجتماع، «فارغ از جایگاه طبیعی‌شان در جامعه، باورهای بالتر از موقعیت‌شان» (فیسک، ۱۳۸۶: ۴۷) می‌داد.

شدت و جهت تغییرات آیینی

ارتباط مشارکت در فرایند معناسازی از راه یا با تبادل پیام است (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۰). آیین، همچون اثری هنری، در مواردی آنتروپیک، بیشتر با حشو و حشو زائد همراه است، که اغلب به شکل تکرار نمود می‌یابد. بخش‌هایی از آیین بیشتر ثابت‌اند و قسمت‌هایی بیشتر متغیر؛ خلاقیت‌های ورودی اغلب برای مخاطبان بی‌واسطه شکل ساختارشکنانه، و آشوب‌آفرین دارند، «اما شاید بعداً عرف‌های خود را تثبیت کنند، و از این‌رو هر قدر که این عرف‌ها وسیع‌تر آموخته و پذیرفته شوند، بر حشو بیفزایند. به‌طور کلی، مخاطب محوری نیازمند حشو بیشتر است. بنابراین «حشو در وهله نخست، دلبسته کارایی ارتباط و غلبه بر مسائل آن است» (همان: ۲۷).

حشو، اما در عمل به تقویت و تحکیم روابط اجتماعی یاری می‌دهد، و این همان نکته‌ای است که دورکیم و پژوهشگران بعدی، در مورد ابعاد همبستگی اجتماعی آیین یادآوری می‌کنند. به گفته یاکوبسن نیز ارتباط الفت‌ساز عملی ارتباطی است که مطلبی تازه در بر ندارد، اما مجراهای موجود را تنها برای باز و قابل استفاده نگه داشتن‌شان به کار می‌برد و هدف آن بیشتر حفظ و تقویت رابطه موجود است. در واقع، روابط تنها با ارتباط مداوم می‌توانند به موجودیت خود ادامه دهند (فیسک: ۲۷). بر این اساس، «آیین‌های انقلابی»، نه تنها ممکن است روابط اجتماعی را تضعیف نکنند بلکه ممکن است آن‌ها را بسط و تغییر هم بدهند. هر چند مهم این است که این تغییر در فرایندی بلندتر و از نظر جهت نیز بررسی شود.

ارتباط الفت‌ساز دارای حشو بسیار است (فیسک، ۱۳۸۶: ۲۸)، چرا که بر روابط موجود تأکید و تکیه دارد، نه به اطلاعات تازه. رفتار و کاربرد کلمات قراردادی، یا به عبارتی رعایت خضوع و خشوع و ادب، در موقعیت‌های میان‌فردی که چون خوش و بش الفت‌ساز است، ارتباطی همراه با حشو تقویت و روابط اجتماعی را تثبیت می‌کند. این امر به شباهت دو کارکرد حشو اشاره می‌کند. آدم مؤدب که در ارتباط الفت‌ساز غرقه می‌شود، مخاطب یا

گیرنده محور است، به همان ترتیب که ارتباطات درکار خود حشو را بنا می‌نهد. بر این اساس، واژه عرف یا قرارداد، هم به رفتار شخص مؤدب مربوط می‌شود، هم به سبک هنرمندان مردم‌پسند، و هم در آیین کاربردی وسیع دارد (فیسک، ۱۳۸۶: ۲۸).

مخاطب‌محوری (همراه با نمایش‌پذیری نهفته در آیین) این نوع ارتباط را به حوزه ارتباط جمعی (mass communication) نزدیک‌تر می‌سازد. وجوه مشترک آیین و رسانه جمعی در این زمینه ابعادی دوگانه می‌یابند و محکم‌تر یکدیگر را تقویت و حمایت می‌کنند و خود نیز در عین حال بسط می‌یابند. به این ترتیب، انقلاب، با در بر داشتن پیام فشرده و موجز (آنتروپیک) خود، از آیین بهره گرفت، تا به یاری امکان تکرار (حشو) آن با مخاطبان هرچه بیشتری ارتباط برقرار کند.

حشو آیین به مثابه حشو عرف، حشو زائد را موجه می‌سازد و به مثابه “حشو باعث پیشرفت ارتباط” (همان: ۲۶) می‌شود. آنتروپی یا پیش‌بینی‌ناپذیری، در شرایط نیاز به امنیت، کاهش می‌یابد؛ و سنت و آیین‌های سنتی مورد پذیرش بیشتری قرار می‌گیرند. تشخیص‌پذیری انتخاب‌ها، گزینه‌ها را پذیرفتنی‌تر می‌سازد؛ و رهبران افکار عمومی سنتی مورد قبول و پذیرا می‌شوند! در اینجا نیز، تردید برای حرکت به سوی نام آشنا و راه رفته (سنت و آیین) کاهش می‌یابد!

نخستین و مهم‌ترین شیوه رسیدن به توافق با قرارداد و استفاده است. منظور ما از این اصطلاح انتظارات نامکتوب و بیان‌نشده‌ای است که از تجربه مشترک اعضای یک فرهنگ مشتق می‌شود. قرارداد توقعاتی به‌وجود می‌آورد که مردم چنین و چنان لباس بپوشند و رفتار کنند، برنامه‌های تلویزیون یا گفت‌وگوها خطوط آشنا را دنبال کنند و خانه‌ها و باغ‌ها کم و بیش با عملکرد محلی یا ملی منطبق شوند. قرارداد به حشو تکیه می‌کند: راه را برای رمزگشایی ساده باز می‌کند، عضویت فرهنگی را بیان می‌کند، بر مشابهِت تجربه تکیه می‌کند، اطمینان‌بخش است. قرارداد، همچنین، هم‌رنگ‌گرایی، فقدان نوآوری و مقاومت در برابر تغییر را به‌بار می‌آورد. توافق‌های قرارداد معمولاً بیان نشده‌اند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۱۵).

معنای ضمنی و تغییر اسطوره

نخستین بار، رولن بارت (۱۹۷۷) منتقد فرانسوی، از پیروان سوسور، زبان‌شناس سوییسی، الگوی نظام‌مند تحلیل اندیشه گفت‌وگویی معنا، یا تحلیل مراتب دوگانه دلالت‌را، به‌عنوان اساس نظریه خود، ارائه کرد. نخستین مرتبه دلالت همان است که سوسور به آن پرداخته است. این مرتبه رابطه میان دال و مدلول را در درون نشانه و نیز رابطه نشانه با مصداق خود را در واقعیت بیرونی توصیف می‌کند. این مرتبه اول یا معنای صریح، آشکار و یا بدیهی نشانه است.

به نظر بارت، نشانه‌های مرتبه دوم یا معنای ضمنی و پنهان به سه شیوه عمل می‌کنند: ۱. از طریق معنای ضمنی؛ ۲. از طریق اسطوره؛ و ۳. از راه نمادها. بارت برای توصیف یکی از سه

شیوه‌ای که به‌کار گرفته و عقیده دارد که نشانه‌های مرتبه دوم دلالت از طریق آن عمل می‌کنند، معنای ضمنی است. معنای ضمنی اثر، تعامل نشانه با احساس و ارزش‌های فرهنگی و پویایی میان‌ذهنی آن‌ها را توصیف می‌کند. به باور بارت، عامل انتقادی معنای ضمنی در مرتبه اول دال قرار دارد. دال مرتبه اول هم نشانه معنای صریح و هم معنای ضمنی را در خود دارد. عکس‌های فرضی ما از یک خیابان ممکن است هم دارای معنای صریح و آشکار (بازسازی مکانیکی جاده‌ای در شهر) و هم معنای ضمنی و پنهان خیابان (چگونگی وضعیت این جاده و نقش انسانی) آن را نشان دهد. معنای صریح آن چیزی است که عکسی از آن گرفته می‌شود و معنای ضمنی چگونگی عکس‌برداری از آن است (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۲۷-۱۲۹).

ما می‌توانیم این نظریه را بسط دهیم. لحن کلام و چگونگی سخن گفتن به احساسات یا ارزش‌ها و عواطف نهفته آنچه که می‌گوییم، اشاره‌ای ضمنی دارند. گزینش واژه‌ها اغلب انتخاب معنای نهفته آن‌هاست. معانی ضمنی، شاید بیشتر اجتماعی باشند تا شخصی. در جامعه مبتنی بر سلسله مراتب که بر تمایز بین طبقات و مقام‌ها تأکید می‌شود، ارزش بسیاری برای مراتب اجتماعی قائل‌اند. در این وضعیت، هرچه نشانه‌ها بیشتر باشند، مقام استفاده‌کننده از آن‌ها بالاتر است. معنای ضمنی، بیشتر اختیاری و خاص یک فرهنگ است و بیشتر اوقات بُعد شمایل‌گونه دارد (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۰). رمزهای اختیاری یا منطقی، به‌سادگی قابل تعریف و درک‌اند و در آن‌ها توافق میان کاربران روشن و معین است، و این رمزها نمادین، مشخص و غیرشخصی و ثابت‌اند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۱۹). از آنجا که معنای ضمنی در سطح ذهنی عمل می‌کند، بیشتر اوقات آگاهانه از آن باخبر نمی‌شویم.

دومین شیوه از سه شیوه بارت که در آن نشانه‌ها در مرتبه دوم کارگرند، از طریق اسطوره است. اسطوره داستانی است که یک فرهنگ با آن برخی از جنبه‌های واقعیت یا طبیعت را توضیح می‌دهد یا درک می‌کند. اسطوره‌های ابتدایی درباره مرگ و زندگی؛ انسان و خدا؛ و خیر و شر اند؛ و اسطوره‌های پیچیده‌تر درباره مردانگی، زنانگی، خانواده، موفقیت، پلیس، و علم. بارت اسطوره‌ها را شیوه تفکر یک فرهنگ درباره چیزی، شیوه‌ای از تغییر یا درک آن، و زنجیره‌ای از مفاهیم مربوط به هم می‌داند. اگر معنای ضمنی معنای مرتبه دوم دال باشد، اسطوره معنای مرتبه دوم مدلول است (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۱).

بارت استدلال می‌کند که شیوه اصلی اثرگذاری اسطوره طبیعی کردن تاریخ است. به نظر او، اسطوره‌ها عملاً فراورده طبقه‌ای اجتماعی‌اند که با جریان تاریخی ویژه‌ای مسلط شده‌اند. با این حال، اسطوره‌ها معانی و نحوه شکل‌گیری خود را در درون خویش پنهان نگاه می‌دارند، آن‌ها را به نحوی انکار می‌کنند تا خود را طبیعی جلوه دهند، و در این فرایند منبع و ابعاد سیاسی اجتماعی خود را در هاله‌ای از اسرار می‌پچند و بر ابهام خود می‌افزایند. اسطوره‌شناسان با گشودن رمز و راز اسطوره‌ها تاریخ نهایی و پیامدهای اجتماعی سیاسی آن‌ها را بازگو می‌کنند. در برابر پنهان‌گری زبان به گفته بارت، می‌توان به پنهان‌گری فرهنگ و نیز پرده‌پوشی‌های

اجزای مهم تشکیل دهنده آن‌ها، یعنی آیین و اسطوره نیز اشاره کرد. فیسک با اشاره به نقش “طبیعی” زنان در ساختار خانواده، بر این عقیده است که اسطوره‌ای که این معانی را طبیعی جلوه می‌دهد، منبع تاریخی آن را از نظر می‌پوشاند؛ آن را تعمیم می‌دهد و تغییرناپذیر و منصفانه می‌نمایاند و تأثیر سیاسی آن را پنهان می‌سازد (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۳).

اسطوره‌ها نیز دستخوش تغییر می‌شوند. برای مثال، نقش در حال تغییر زنان و خانواده به معنای آن است که برخی اسطوره‌های مربوط به زنان و خانواده جایگاه مسلط و مقام “طبیعی” خود را در معرض تهدید می‌بینند. در این حالت، رسانه‌های جمعی در جست‌وجوی اسطوره‌های نو، تغییراتی را در زنجیره‌های اسطوره‌ای اعمال می‌کنند. اسطوره‌های جدید اساطیر دیرین را یک‌پارچه انکار نمی‌کنند بلکه در سلسله مفاهیم تشکیل دهنده آن‌ها، دانه‌هایی را بر می‌دارند و دانه‌هایی را می‌افزایند. و بر این اساس، اسطوره‌ها با حفظ چارچوب‌های اسطوره‌ای خود تغییر می‌یابند، اما این دگرگونی‌ها بینادی نیستند. به عبارت دیگر، تغییر اسطوره‌ها تحولی و “تکاملی” است و نه انقلابی (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۵).

اسطوره و ضد اسطوره

آیین‌ها نیز بر همین اساس تغییر می‌کنند. آیین‌ها به‌عنوان شکل‌های دربرگیرنده اسطوره‌ها، همراه با دگرگونی آن‌ها، و نیز به شکل ویژه، و با تغییر در فرم خود، به تناسب نیازهای زمانه تحول می‌یابند تا چارچوب‌های کلی خود و اسطوره‌ها و ترکیب‌های آیین و اسطوره را، به‌عنوان قاب کلی فرهنگ و نظام اجتماعی - سیاسی جامعه حفظ کنند.

اسطوره‌های مسلط در تلاش برای فراگیرسازی خود در برابر اسطوره‌های غیرمسلط و ضد اسطوره نیز خود را در معرض خطر می‌بینند و دست به تغییر می‌زنند. برای مثال، علم با دو گونه اسطوره و ضد اسطوره در جامعه مطرح می‌شود. علم، به‌عنوان اسطوره و اسطوره مسلط، ابزار سازگاری انسان با طبیعت، پاسخگوی نیازها، فزاینده احساس امنیت و سطح زندگی و عینی، حقیقی و نیک خوانده می‌شود. همچنین، علم به‌عنوان ضد اسطوره، شرور و بیگانه‌ساز انسان و طبیعت معرفی می‌گردد. نمونه‌هایی از این دو نوع اسطوره‌سازی علم، در بیشتر فرهنگ‌ها وجود دارند و رسانه‌های جمعی هر دو گونه آن را ارائه می‌کنند. برای مثال، برنامه‌های تلویزیونی عینی‌تر مانند خبر و گزارش‌های امور جاری، در نگاه به علم، بیش از ضد اسطوره به اسطوره مسلط گرایش دارند، اما در تلویزیون داستانی و سینمایی دانشمندان شرور از خیرخواهان بیشتراند و علم بیش از آنکه حلال مشکلات باشد، مسئله‌ساز می‌شود (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۵).

وضعیت آیین‌ها نیز با هسته‌های اسطوره‌ای بر این اساس دستخوش تغییر می‌شود. گرنبر (۱۹۷۳) نشان داده است که دانشمندان در تلویزیون داستانی آمریکا فریکارتر، بی‌رحم‌تر و بی‌انصاف‌تر از همه حرفه‌ها معرفی شده‌اند. او همچنین، با اشاره به مطالعه گاسفیلد و شوارتز

(Gusfield & Schwartz, 1963) تصویر داستانی دانشمند را “سرد”، “خشک”، “ضد اجتماعی”، “غیر مذهبی” و “بیگانه” می‌خواند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۶).

بارت علت تغییر اسطوره‌ها را به پویایی آن‌ها نسبت می‌دهد. به عقیده او، اسطوره‌ها برای پاسخ دادن به نیازها و ارزش‌های در حال تغییر فرهنگی، که خود نیز جزیی از آن هستند، تغییر می‌کنند. بعضی اسطوره‌ها به کندی و برخی از آن‌ها به سرعت دستخوش تغییر می‌شوند. معنای ضمنی و اسطوره راه‌هایی اصلی‌اند که نشانه‌ها در آن‌ها در مرتبه دوم دلالت عمل می‌کنند، یعنی مرتبه‌ای که در آن کنش متقابل میان نشانه و کاربر فرهنگ بسیار مؤثر است (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۶).

رابطه اسطوره‌ها و طبقات حاکم نیز بر همین اساس تفسیر می‌شود. به عقیده بارت، کارکرد اسطوره خدمت به منافع مسلط است. اسطوره‌های نژادپرستانه در خدمت منافع گوناگونی چون نژاد، رنگ، زبان، فرهنگ، مذهب و جنس زیر سلطه‌اند، و با ایجاد تصویرهای گوناگون زبردستان را از تشخیص این نکته باز می‌دارند که تاریخ و موقعیت‌شان سبب ایجاد تلخکامی و ناآرامی بوده است، نه طبیعت نژاد، رنگ، زبان، فرهنگ، مذهب و جنس آن‌ها. اسطوره‌ها به غلط مرکز مشکل و راه حل را در بخش مربوط به قومیت، نژاد، رنگ، زبان، مذهب و جنسیت می‌دانند. بنابراین، رازگشایی آن‌ها با تحلیل اسطوره‌شناسانه، عملی اجتماعی - سیاسی است. معانی هرگز فقط بافتی نیستند، بلکه پیوسته اجتماعی سیاسی‌اند، و اسطوره‌شناس توجه خود را به این بُعد متمرکز می‌کند (همان: ۱۵۹).

نماد، استعاره و کنایه

بارت (۱۹۷۷) راه سوم دلالت در مرتبه دوم را “نمادین” می‌خواند. شیء زمانی به نماد بدل می‌شود که از طریق قرارداد و استفاده معنایی کسب کند که در یادآوری چیزی به کمکش بیاید. مثل اتومبیل و طلا که داشتن آن ممکن است نماد مقام اجتماعی و ثروت و قدرت صاحبش باشد.

به عقیده یاکوبسن و هال (Jakobson & Halle, 1956)، پیام‌ها کارکرد ارجاعی خود را بیشتر از راه‌های استعاره و کنایه نشان می‌دهند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۷). استعاره بیان ناآشنا (مشبه) در قالب آشنا (مشبه‌به) است. به علاوه، استعاره در عین حال از شباهت و اختلاف بهره می‌گیرد، به همین سبب می‌توان گفت که به‌عنوان جانشین عمل می‌کند، چون مشبه‌به (آشنا) و مشبه (ناآشنا) باید دارای شباهت کافی باشند تا بتوانند در یک جانشینی قرار گیرند؛ اما در عین حال باید دارای چنان اختلافی نیز باشند که مقایسه این عنصر مبایت لازم را نشان دهد. آن‌ها واحدهایی با ویژگی‌های متمایز در یک جانشینی‌اند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۸).

لکوف و یاکوبسن (۱۹۸۰) نشان دادند که استعاره بخشی از شیوه‌ای است که با آن به تجربه‌های زندگی روزمره خود معنی می‌دهیم (همان: ۱۳۹). معناهای موقعیت‌های اجتماعی بالا

و ارزش‌های مسلط به کمک استعاره یکسان در سراسر جامعه گسترش می‌یابند. برای مثال، استعاره از پول به مثابه استعاره‌ای برای زمان، خاص آن ارزش اجتماعی است که نامش را «اخلاق کار پروتستان‌ها» می‌گذاریم؛ این استعاره اشاره می‌کند که هر زمان که صرف کار تولیدی نمی‌شود، جزء اتلاف وقت است، به‌خصوص زمانی که به بیکاری یا سرگرمی می‌گذرد. این استعاره راهی است برای منضبط کردن فکر ما، به نحوی که با ایدئولوژی مبتنی بر کار جامعه سرمایه‌داری متناسب شود یا بخشی از آن گردد. لوی اشتراوس این گونه استعاره‌ها را منطق عینی می‌خواند. او ادعا می‌کند که تمام جوامع انتزاع‌های مهم مورد نظر خود را به کمک تجسم استعاره‌ای در قالب تجربه عینی معنی‌دار می‌کنند. سپس، این استعاره‌های عینی، نظیر (موقعیت) «بالا» یا «پول» به صورت «ابزار تفکر» در می‌آیند. این استعاره‌ها فهم ما را از این انتزاع‌ها شکل می‌دهند و بنابراین ما را قادر می‌سازند که در زندگی روزمره، با آن‌ها، از نظر مفهومی دست و پنجه نرم کنیم (همان: ۱۴۱).

این استعاره‌ها، برخلاف استعاره‌های ادبی توجهی را جلب نمی‌کنند و بنابراین، ما را آگاهانه به رمزگشایی فرا نمی‌خوانند، پس بسیار پوشیده‌ترند، و به‌راحتی به صورت بخشی از «فهم متعارف» جامعه ما در می‌آیند و بخشی از فرضیه‌های بازمینی نشده و مسلمی می‌شوند که در سراسر جامعه گسترده‌اند. این فهم متعارف طبیعی به نظر می‌رسد، اما در واقع اختیاری، فرآورده جامعه و در نهایت ایدئولوژیک است و قدرت طبقات حاکم را تا جایی حفظ می‌کند که عقایدش برای تمام طبقات به فهم متعارف تبدیل شود. برای مثال، فهم متعارف می‌تواند کارگران را وا دارد که موقعیت اجتماعی خود را «پایین‌تر» از مدیران ببینند. همچنین، فهم متعارف ایدئولوژیک ممکن است وادارمان کند که از اتلاف وقت لذت یا حسرت ببریم. استعاره‌های روزمره معمولاً بیشتر از استعاره‌های ادبی دارای بار ایدئولوژیک و پوشیده‌اند و فهم متعارفی می‌سازند که پرده‌برداری از آن‌ها هشپاری می‌طلبد (همان: ۱۴۲).

استعاره، اگر با جابه‌جایی کیفیت‌ها از یک سطح به سطح دیگر واقعیت عمل کند، کنایه با یادآوری معانی در چارچوب یک سطح عمل می‌کند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۴۲). توصیف اصلی کنایه ایجاد بخشی از «واقعیت» به جای کل آن است. از نظر یاکوبسن، کنایه وجه مسلط رُمان است، حال آنکه استعاره بیشتر متعلق به شعر است. ارائه واقعیت، به ناگزیر در برگیرنده کنایه است.

کنایه انتقال‌دهنده پر قدرت واقعیت است، چون نمایه‌ای عمل می‌کند. کنایه قسمتی از آن چیزی است که ارائه می‌دهد. آنجا که کنایه با نمایه «طبیعی» متفاوت است، مثل کنایه دود به جای آتش، مستلزم گزینش اختیاری بسیار زیاد است. اختیاری بودن این گزینش غالباً لاپوشانی می‌گردد یا دست‌کم نادیده گرفته می‌شود، و کنایه نمایه‌ای طبیعی جلوه می‌کند و بنابراین، جایگاه «واقعی» می‌یابد و «جای تردید باقی نمی‌گذارد». مثلاً، فیلم‌های خبری کنایه‌ای، گزینشی و گزینش اختیاری‌اند؛ و اغلب گزینشی اختیاری از اسطوره‌های مسلط. بنابراین، اسطوره‌ها

کنایی عمل می‌کنند، همان‌گونه که با کنایه، کل موضوعی را می‌سازیم که خود تنها جزئی از آن است. اسطوره و کنایه به‌عنوان شاخص‌هایی پوشیده، دو وجه قدرتمند ارتباط‌اند. آن‌ها «عامل حقیقی» طبیعی را به کار می‌گیرند و با تغییر شکل و هیئت طبیعت نمایه‌ای آن، بنایی تازه می‌سازند. به این ترتیب، کنایه، اسطوره و نمایه به طرزی مشابه، از راه همجواری و با نشانه و ارجاع در یک سطح عمل می‌کنند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۴۴).

واقع‌گرایی لازمه وجه کنایی ارتباط است، در حالی که استعاره بیشتر خیال‌گونه است. استعاره به اصل همجواری در سطح واحد معنی وابسته نیست؛ به جای آن با اصل تداعی معانی از ما می‌طلبد که بین سطوح آشکارا مختلف شباهت بجویم. تداعی کردن خیش با دماغه کشتی لازمه تخیل است. استعاره هرچه هنرمندانه‌تر و پراپهام‌تر باشد کوشش تخیلی بیشتری از خواننده می‌طلبد.

این اصل تداعی در بردارنده جابه‌جایی ارزش‌های خواص از یک سطح واقعیت با معنی به سطح دیگر است و از این‌رو، استعاره به صورت جانشینی عمل می‌کند. از همین جاست که استعاره تأثیر خیال‌گونه و شاعرانه‌اش را به‌دست می‌آورد. در حالی که کنایه‌ها برای تأثیرگذاری واقع‌گرایانه همنشینی عمل می‌کنند و استعاره برای تأثیرگذاری تخیلی جانشینی. از این نظر، معنای ضمنی به وجه استعاری عمل می‌کند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۴۵).

آیین، منبع و مخاطب

استوارت هال (۱۹۷۳) که مخاطب تلویزیون را هم منبع و هم گیرنده پیام می‌خواند، درباره این نکته تناقض‌نما (paradoxical) توضیح می‌دهد که در صورت بهره‌گیری از این سه شیوه، مخاطب به مثابه منبع پیام وسایل پخش عمل می‌کند: نخست، توجه به موضوع و محتوای مورد نظر مخاطب. اما، محتوا تنها موضوع اصلی پیام نیست، بلکه شیوه ارائه نیز اهمیت بسیار دارد. در الگوهای ارائه نیز برداشت‌ها و ارزش‌ها نهفته‌اند و از همین طریق نیز پیام‌ها بار دیگر وارد فرهنگی می‌شوند که از آن برخاسته‌اند. دومین جنبه مخاطب به‌مثابه منبع، شیوه‌ای است که مخاطب در آن شکل پیام را تعیین می‌کند. در ساده‌ترین سطح توجه به این موضوع شاید به «تولیدات کلیشه‌ای بینجامد که پخش‌کنندگان از طریق آن شیوه نوینی از ساختارهای کهنه را ارائه می‌دهند» (همان: ۱۱۱). اما این رویکرد اهمیتی اساسی دارد.

سومین شیوه‌ای که می‌توان در آن مخاطب را منبع دانست، توسعه، گسترش و بسط دادن این رویکرد و تحلیل، یعنی پخش، است. پخش فعالیتی نهادی است، و نمادها نیز فراورده جامعه خویش‌اند که باید به اصل خویش بازگردند (همان: ۱۱۲). با بهره‌گیری از این سه شیوه بود که در جریان انقلاب تمامی قشرها از زبان رهبران «توده‌ای»، (جمعی)، با ایجاد پیوند میان آیین‌های سنتی، و رسانه‌های سنتی، با کمک رسانه‌های پخش گسترده و به یاری تخیل‌های انگیزنده، همه توان خود را به‌کار بردند تا با گریز از دورانی که مورد غفلت قرار گرفته بود،

اوضاع را ارزیابی کنند و به نقد گذشته بپردازند؛ گرچه این اشتغال آنان را از نقد حال و ترسیم دقیق وضعیت آینده باز دارد. در این حال، رادیو و تلویزیون، و به تدریج سینما، دسترسی مردم را به اطلاعات، نمادها و آیین‌های انقلابی افزایش دادند و کوشیدند چرخه‌های معنایی تازه‌ای بیافرینند و پیوسته آن را به گردش بیشتر وا دارند.

ارتباط و آیین منبع و مولد معنی‌اند و همزمان مهم‌ترین مکان مصرف رمزها و معنی‌ها. در ارتباط، معنا از طریق فرایند انتقال و تبادل پیام تولید می‌شود و پیام، خود به یاری نشانه‌ها ساخته می‌شود و هر قدر از نشانه‌های یکسانی بهره‌گیریم، معناهای پیام‌ها به یکدیگر نزدیک‌تر خواهند شد. زبان یکسان نیز در واقع همان نمادها و دستگاه‌های نمادسازی مشابه است که امکان هم‌معنایی را افزایش می‌دهد. «معنا از رابطه یک نشانه با نشانه دیگر بهتر وصف می‌شود تا با رابطه آن نشانه با واقعیت بیرونی. این رابطه نشانه با [نشانه‌های دیگر - م.] نظام را سوسور ارزش می‌خواند. از نظر سوسور ارزش چیزی است که در وهله اول معنا را تعیین می‌کند» (فیسک، ۱۳۸۶: ۷۲).

نشانه‌شناسی ارتباط را تولید معنا و پیام می‌داند؛ چه رمزگذار و چه رمزگشا آن را تولید کند. معنا مفهومی مطلق و ایستا نیست که از قبل آماده و در پیام بسته‌بندی شده باشد. به همین سبب نیز نشانه‌شناسان افعالی چون آفریدن (create)، تولید (generate) و مذاکره (negotiate) را برای اشاره به همین فرایند تولید معنایی در جریان آغاز، شکل‌گیری، دگرگونی و تحول ارتباط به کار می‌برند. این فرایند تولید معنایی نشان می‌دهد که در جریان ارتباط بده‌بستان‌ها و کم و زیاد شدن‌هایی میان شخص و پیام صورت می‌گیرد (همان).

معنا و روابط نشانه‌ها

جنبه دیگری از مفهوم ارتباط به‌عنوان فرایند تولید معنا با تبادل نشانه‌های حاصل پیام این است که، به اصرار سوسور، «معنای نشانه عمدتاً در رابطه با نشانه‌های دیگر تعیین می‌شود» (فیسک، ۱۳۸۶: ۸۷). دو نوع رابطه مهمی که نشانه می‌تواند با نشانه‌های دیگر شکل دهد جانشینی و همنشینی است. در جانشینی، همه واحدها باید وجه اشتراکی با یکدیگر داشته باشند و به روشنی دارای ویژگی‌های تمایزبخش و قابل تفکیک از یکدیگر به شمار آیند تا بتوان از میان آن‌ها دست به انتخاب زد. به‌طور خلاصه، «هر جا انتخاب هست، معنا هم هست و معنای آنچه برگزیده شده را معنای آن چیزی تعیین می‌کند که انتخاب نشده است» (همان). برای سوسور و زبان‌شناسان ساختارگرای پیرو او، کلید فهم نشانه‌ها فهم همین دو نوع رابطه ساختاری نشانه‌ها با یکدیگر است. جانشینی، یعنی رابطه‌گزینی و همنشینی، یعنی رابطه ترکیبی.

نشانه‌شناسان نسبت به فرایندشناسان ارتباط، نقش مهم‌تری به خواننده می‌دهند. بی‌شک تصویر در ایجاد معنی نقش دارد، اما خواننده نیز در خلق معنی دارای جایگاه به‌سزایی است. تأثیر یا «چشمگیر بودن» عمدتاً با این نکته تعیین می‌شود که خواننده به روابطی که تصویر

کنایه‌ای از آن است، دل‌بستگی دارد. تأثیر حاصل تعامل متن با نگرش خواننده است (فیسک، ۱۳۸۶: ۵۸). هال و پارکین نشان دادند که جایگاه خواننده در ساختار اجتماعی، تعیین‌کننده دادوستد او با متن است و در وهله نخست، طبقه اجتماعی است که این جایگاه را تعیین می‌کند. سورلی (۱۹۸۰) با پژوهشی تجربی درباره خوانش‌های تلویزیونی مخاطبان یافته‌های هال و پارکین را تأیید کرد، اما نشان داد که طبقه اجتماعی به خودی خود، تنها عامل تعیین‌کننده نیست و عوامل اجتماعی دیگری مانند آموزش، حرفه، بستگی سیاسی، منطقه جغرافیایی، مذهب یا خانواده نیز مؤثرند.

به عقیده مورلی، هر یک از این عوامل از طریق زبان و مفهوم‌سازی جهانی گفتمانی ایجاد می‌کنند که برآمده از گروه یا گروه‌های اجتماعی متفاوتی هستند که به آن‌ها تعلق دارند و خوانش داد و ستدی است میان گفتمان‌های بی‌شمار خواننده و گفتمان متن (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۶۵).

نقش خواننده

استوارت هال، استدلال می‌کند که رابطه‌ای نهانی، اما تعیین‌کننده میان فکر و احساس مخاطب، ساختار رمزگذارنده پیام پخش شده، و ساختار نهادهای پخش وجود دارد. این‌ها به هم وابسته و تعیین‌کننده یکدیگرند (همان: ۱۱۲). فیسک و هارتلی (۱۹۷۸) مفهوم «تلویزیون خنیاگرانه یا نقالانه» را بسط دادند و گفتند تلویزیون در جامعه امروزی همان کارکردهایی را دارد که خنیاگر در جامعه سنتی داشت (همان: ۱۱۳). به عقیده استوارت هال، که بسیاری او را واضع نظریه دریافت می‌دانند، ارتباط‌گران پیام را بر اساس اهداف سازمانی و عقیدتی خود رمزگذاری می‌کنند. اما، در این میان مرزی ترجیحی وجود دارد: دریافت‌کنندگان یا رمزگشایان، ملزم به پذیرش پیام، آن‌گونه که فرستنده قصد دارد نیستند بلکه می‌توانند مطابق و منطبق با دیدگاه‌ها و تجربه‌های خود، یعنی با قرائت‌های گوناگون، از جمله با خوانش‌های مقاومت‌آمیز، به مقابله عقیدتی برخیزند و رمز پیام را به گونه‌ای متفاوت و حتی متضاد با قصد فرستنده بگشایند.

رویکرد دریافت، به نقش فوق‌العاده «خواننده» در فرایند رمزگشایی متون رسانه‌ای تأکید می‌کند. این رویکرد، پیوسته چهره‌ای انتقادی دارد و مدعی است مخاطبان، می‌توانند مقاومت در برابر معانی مسلط یا سلطه‌جویانه رسانه‌های جمعی را داشته باشند و این سلطه را سست کنند.

«چندمعنایی» (polysemy)، «عامه‌پسندی» (popularity)، «رمزگشایی تقابلی» (oppositional decoding) و «مازاد نشانه‌شناسی» (semiotic excess)، از جمله مفاهیمی هستند که فیسک در تشریح نظریه «دریافت» و مطالعات فرهنگی به کار می‌برد. چندمعنایی نشان می‌دهد که چگونه یک نشانه همیشه بیشتر از یک معنی دارد، زیرا «معنا» معلول تفاوت‌ها در درون نظام بزرگ‌تر است. فیسک معتقد است که ماهیت چندمعنایی متون به مخاطبان امکان می‌دهد تا طیف وسیع و متنوعی از رمزگشایی‌ها را بسازند و از این‌رو مانع از آن می‌شود که

رسانه‌ها بی‌چون و چرا بر آنان مسلط شوند.

منظور فیسک از عامه‌پسندی تفویض اختیار تولید معنا به بینندگان تلویزیون است. از نظر او، قدرت معناسازی، لذت و قدرت مشارکت در شیوه بازنمایی؛ و لذت و قدرت بازی با فرایند نشانه‌شناختی، از مهم‌ترین و سرخوش‌کننده‌ترین لذت‌هایی است که تلویزیون عرضه می‌کند. به عقیده فیسک، "لذت" از کنش‌های معناسازی برمی‌خیزد. لذت [رفع تنش - م.] گونه‌ای مقاومت [و رفع تنش حاصل از مقاومت - م.] است. [این - م.] مفهوم منشأ این احتمال است که رسانه‌ها بیشتر می‌توانند لذت کنند تا تولید معنا (مهدی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۱۰).

زندگی روزمره مردم عادی، مجموعه‌ای از جابه‌جایی‌های روشمندانه در برابر راهبرد نیروهای بهره‌کش است. استفاده‌کنندگان رسانه‌ها مردمی هستند که با جبهه قدرتمدار می‌ستیزند. فیسک اطمینان هربرت شیلر را درباره شکست مردم عادی در برخورد‌های‌شان با نیروهای بهره‌کش برخاسته از فرهنگ مسلط نمی‌پذیرد (مثال، آیین عبور ارباب از مقابل دهقان است و واکنش تند پنهان او ضمن رعایت ادب!). در نظر فیسک، درگیری بر سر معنا، درگیری بر سر قدرت اجتماعی است.

مازاد نشانه‌شناسی متن معناهای بالقوه‌ای را بررسی می‌کند که از کنترل تولیدکنندگان متن در فرهنگ مسلط می‌گریزند. این امر نشان می‌دهد که اعضای خرده‌فرهنگ‌های فرودست کجا و چگونه می‌توانند از این فرصت‌های نشانه‌شناختی برای ایجاد معناها برای "خود" بهره‌گیرند. مازاد نشانه‌شناسی نشان می‌دهد که با وجود استیلای ایدئولوژیک، هنوز مازاد معناهایی وجود دارند که از کنترل "غالب‌ها" در امان هستند و در اختیار فرودستان فرهنگی قرار دارند تا آن را در منافع فرهنگی-سیاسی‌شان به کار گیرند (همان).

فرهنگ، هنجارشکنی و آیین‌های مرزی

لوی اشتراش نظریه زبان به‌مثابه نظام ساختاری سوسوری را به همه فرایندهای فرهنگی از قبیل آشپزی، طرز لباس پوشیدن، قرابت‌های نسی، به‌ویژه اسطوره‌ها و افسانه‌ها بسط داد. این‌ها شیوه‌های سامان‌دادن و از این‌رو فهم‌پذیری و ادراک جهان اجتماعی و فرهنگی ما هستند. همه فرهنگ‌ها جهان را به شکلی متفاوت و خاص، اما در عین حال به شیوه‌ای عام و جهان‌شمول، فهم‌پذیر می‌کنند. به علاوه، تمامی فرهنگ‌ها جهان را در قالب رمزها، به شکل رمزهای گسسته یا رقمی و یا در قالب رمزهای پیوسته قابل فهم می‌سازند.

رمزهای گسسته یا رقمی به مبنای نظام مقوله‌های متضاد ساخته شده‌اند. پیام‌های مغز از نوع الکتروشمیایی، و از شکل دوگانه خاموش و روشن‌اند، و می‌توانند، مثل هم‌ساخت الکترونیک خود، یعنی رایانه، با شمار تقریباً بی‌نهایت از تقابل‌های دوگانه، نظام‌های حساسی از مقوله‌ها را بسازند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۷۲).

طبیعت، اما چنین نیست. طبیعت رشته‌ای از همانندی‌های پیوسته است. در طبیعت مرزی

بین نور و تاریکی نیست بلکه فرایند پیوسته روشنایی و تاریکی است؛ حتی مرز روشنی میان آب و خشکی نیست. کرانه دریا، شن‌های روان و گِل و لای موادی هستند که پیوسته در برابر تقابل‌های دوگانه مقاومت می‌کنند. اشتراوس مقوله‌هایی را که در ویژگی‌های هر دو سوی تقابل‌های دوگانه سهیم‌اند، مقوله‌های هنجارشکن می‌نامد (همان: ۱۷۳). این مقوله‌ها را می‌توان در حال گذار، آستانه‌ای و آیینی هم نامید.

این هنجارشکنی، در شرایط خاص، اغلب به شکل آستانه‌ای، گذاری، و آیینی خود را بروز می‌دهد. بررسی برخی مقوله‌های هنجارشکن نشان می‌دهد که مقوله‌های هنجارشکن با مقوله‌های تقابل دوگانه تناسب ندارند بلکه آن‌ها را زیر پا می‌گذارند و روشنی مرزهای‌شان را تیره می‌کنند. مقوله‌های هنجارشکن ویژگی‌های خود را از مقوله‌های متضاد دوگانه می‌گیرند، و در نتیجه معنای زیادی دارند، و از نظر مفهومی بسیار نیرومندند. این سرشاری معنا و توانایی در چالش با ساختارهای مفهوم‌ساز اصلی فرهنگ که از هر دو مقوله متضاد اخذ شده‌اند، به معنای آن است که مقوله‌های هنجارشکن را، نوعاً باید به یاری مقوله‌های متضاد و دوگانه "تقدس" یا "تابو" مهار کرد (همان: ۱۷۳).

مقوله‌های هنجارشکن از دو منبع گرفته می‌شوند: "طبیعت" و "فرهنگ". طبیعت از مقوله‌بندی و قالب‌گیری تحمیلی فرهنگ می‌گریزد. از این‌رو است که فرهنگ‌ها را، به‌ویژه هنگامی که بار معنایی و ویژگی‌های نشانه‌شناختی بسیار نیرومندی دارند، با تابوسازی مهار می‌کنند. برای مثال، فرهنگ مسیحی-یهودی، و به همین ترتیب، همجنس‌خواهی بارز مقوله‌های جنسی را، در جوامعی که هویت جنسی در آن‌ها اهمیت بسیار دارد، با انواع تابوهای اخلاقی و قانونی محدود می‌سازند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۷۳).

این تقدس و تابوسازی نقش میانجی‌گرانه و یا آیینی ارتباطی ویژه‌ای به مقوله‌های هنجارشکن می‌دهد که اهمیت بسیار دارد. مقوله‌های هنجارشکن، در زمانی که مرزهای میان دو مقوله متضاد از نظر فرهنگی آشکارا مبهم و نگران‌کننده باشند، میانجی‌گری می‌کنند. در بسیاری از فرهنگ‌ها، آشکال هنجارشکنانه حضور میانجی‌گرانه دارند. برای مثال، فرشتگان، واسطه میان خدایان و انسان‌هستند و آشکال اسطوره‌شناسانه مذهبی متعددی میان انسان و جانوران و زندگان و مردگان نقش میانجی‌گرانه دارند (همان: ۱۷۴).

راه اصلی ادراک جهان ساختارسازی است. از این‌رو، ساختارگرایی می‌کوشد، به یاری ساختارهای موازی، بخش‌های متفاوت فرهنگی را به شیوه‌های مشابه سامان دهد. برای مثال، به عقیده لیچ (Leach, 1969)، محیط در "خانه"، "مزرعه یا محله"، و "بیابان" طبقه‌بندی، و بر همین مبنا جانوران با طبقه‌بندی‌های موازی متناسب می‌شوند، یعنی "جانوران دست‌آموز" و "جانوران وحشی". همچنین، مردم را معمولاً در شکل‌های "خانواده"، "قبیله/محله‌ما" و "دیگران/بیگانگان" طبقه‌بندی می‌کنند (همان: ۱۷۴).

به همین ترتیب، مقوله‌های هنجارشکن میان جانوران مزرعه و وحشی، و همچنین رشته موازنه

ساختاری میان خوراکی بودن جانوران و داشتن قابلیت ازدواج انسان‌ها با یکدیگر وجود دارد. جانوران دست‌آموز را نمی‌توان خورد، با اعضای خانواده نمی‌توان ازدواج کرد، جانوران مزرعه را معمولاً می‌توان خورد، رابطه‌ی زوج و زوجه نیز معمولاً در درون قبیله یا محله شکل می‌گیرد، جانوران وحشی را می‌توان در مراسم خاص خورد، و فقط کسانی که "جواز" دارند در فصل، زمان‌ها و مناسبت‌های "مجاز" می‌توانند آن‌ها را بکشند، و همه‌ی جوامع بین کسانی که می‌توانند شکار کنند و آن‌ها که نمی‌توانند، تمایز قائل می‌شوند. این ساختارها آیین‌های مرزی هستند. آیین‌های مرزی انتقاد از مقوله‌های گوناگون را تسهیل می‌کنند. برخی مقوله‌ها به آیین‌های گذار میان زنده و غیرزنده، تولد و مرگ، "تجرد و تأهل"، و کودکی و بلوغ معنا می‌دهند. آیین‌های روزمره‌ای مانند احوال‌پرسی و وداع مرزهای حضور و غیاب را مشخص می‌کنند. زمان‌های گذار میان مقوله‌ها را می‌توان دوره‌های هنجارشکن نیز نامید. دوره‌های گذار ماه عسل، سوگواری، دیدن جسد در تابوت و فاصله‌گذاری میان این مقوله‌ها و نام‌گذاری آن‌ها "آیینی" و "مقدس" اند. آیینی و مقدس به این مفهوم که هنجارشکن‌اند و نامأنوس و عادت‌زدایی‌شده، و نه جزء مقوله‌ی نخست‌اند و نه به‌طور کامل متعلق به مقوله‌ی دوم. آن‌ها نشانه‌هایی از مقوله‌ای دارند که آن را ترک کرده‌اند و خبر از مقوله‌ای می‌دهند که به سوی آن می‌روند. آن‌ها دوره‌هایی هستند که به اعضای جامعه کمک می‌کنند تا برداشت‌های خود را درباره‌ی شخصیت و یا پدیده‌ی تغییر یافته اصلاح کنند، به صورتی که این انتقال، ناگهانی و باعث سرگشتگی نباشد (همان: ۱۷۶).

طبیعت، فرهنگ و انقلاب

لوی اشتراوس عقیده داشت، فاصله‌ی طبیعت و فرهنگ از مرزهایی است که تمام جوامع می‌کوشند آن را مشخص و مفهوم سازند. فرهنگ فرایند مفهوم‌سازی و بخشی از نظام اجتماعی است که می‌کوشد نه تنها طبیعت بیرونی یا واقعیت، بلکه نظام، هویت و فعالیت‌های اجتماعی را نیز در قالب مفهوم بریزد و مفهوم‌سازی کند. احساس ما از خود، روابط اجتماعی، "واقعیت" و حتی "طبیعت"، و مفاهیم مربوط به آن‌ها، فراورده‌های فرایندهای فرهنگی‌اند. "طبیعی" مفهومی است که فرهنگ از طبیعت می‌سازد: "طبیعی" فراورده‌ای فرهنگی است (همان: ۱۷۸).

اشتراوس، در کتاب خام و پخته (۱۹۶۹)، اهمیت غذا و آشپزی را در روندهای فرهنگی تا جایی بسط می‌دهد که برای حوزه‌ی وسیع‌تری از استحاله‌ی فرهنگی به کار می‌رود. غذا مقوله‌ی هنجارشکن نیرومند و ویژه‌ای است، زیرا مدام مرزهای حیاتی میان مقوله‌ی طبیعت و فرهنگ، من و غیر من، و جهان‌های بیرونی و درونی را در می‌نوردد. از این رو، ایام پر اهمیت فرهنگی تقریباً همیشه با ضیافت و خوراک همراه‌اند، و فرایند آشپزی، که طی آن خوراک خام ["طبیعی"] به فرهنگ پخته [= ساخته‌ی انسان] تبدیل می‌شود، از مهم‌ترین فرایندهای فرهنگی است.

طبیعت، به عقیده‌ی ادگار مورن (۱۳۸۰)، فیلسوف معاصر فرانسوی، به معنای اول و اولیه

است و فرهنگ به عبارتی بعدی یا ثانویه به شمار می‌رود که به مفهوم دستکاری، تغییر وضعیت اولیه است و اغلب فرهنگ‌سازی را نیز به همراه دارد و به نوعی دگرگون‌سازی است. برای مثال، رده‌بندی طبیعت به خوردنی و نخوردنی و آشپزی تبدیل «مفهومی طبیعت به فرهنگ» است (همان: ۱۷۹). همچنین است فرایند دگرگون‌سازی عینی تضادهای انتزاعی شرق و غرب؛ و خام و وحشی که «در نهایت بازتاب ساختار عمیق آن میان فرهنگ و طبیعت است» (همان: ۱۸۴). بر همین اساس، انقلاب می‌کوشد، به‌عنوان پدیده‌ای فرهنگی، گذاری فرهنگی را «طبیعی» جلوه دهد.

در ایران، انقلاب کوشیده است به یاری نمادها و آیین‌های «طبیعی»، از گذشته به حال و به وضعیت کنونی گذر کند، وضعیتی که همچنان در حال گذار است و آینده مشخصی را پیش رو ندارد و یا دست‌کم، به‌طور کامل ترسیم نکرده است، یا از آن خبر نمی‌دهد. از این‌رو، انقلاب، پس از سه دهه، هنوز در حالتی ناتمام به‌سر می‌برد. آیین‌های میانجی‌گرانه می‌کوشند، به‌ویژه به یاری واسطه‌گری‌های رسانه‌ها، «طبیعت» انقلاب را به مرحله پیش از «فرهنگ» تبدیل کنند. این شکل از تفکر درباره انقلاب عمدتاً آیینی است. آیینی، به‌ویژه به آن معنا که نسبت به شرایط نگاهی کلیت‌گرایانه دارد. این نگاه ممکن است به یاری نظر لوی اشتراوس درباره کلیت‌گرایی آیین روشن‌تر گردد.

لوی اشتراوس (۱۹۷۹) میان شیوه تفکر «علمی» و «بدوی» تمایز قائل می‌شود. او نمی‌گوید تفکر علمی از تفکر بدوی بهتر است بلکه این دو را متفاوت می‌داند. تفکر علمی از راه استقرار تفاوت‌ها عمل می‌کند، و طبیعت را به مقوله‌های ظریف‌تر و دقیق‌تر تقسیم می‌نماید. از سوی دیگر، تفکر بدوی کلیت‌گراست چرا که می‌کوشد راه‌هایی را برای فهم کل طبیعت بیابد، نه برای فهم اجزای آن. از این‌رو، حوزه‌هایی از تجربه را در برمی‌گیرد که علم آن‌ها را غیر واقعی می‌داند. این کلیت‌گرایی، همچنین موضوع‌هایی چون اعتماد، تخیل، و تجربه ذهنی را به‌عنوان بخشی از واقعیت به حساب نمی‌آورد (همان: ۱۷۰). بر این اساس، آیین نیز به عبارتی کلیت‌گراست. همچنین، درباره انقلاب و ارزش‌های اجتماعی فرهنگی جدید می‌توان یادآوری کرد که از نظر او، تفاوت‌های اجتماعی، بیشتر طبقاتی‌اند و اسطوره‌ها، اغلب منافع طبقات فرادست را پیش می‌برند و در خدمت آن هستند.

از نظر اشتراوس اسطوره‌روایتی است که حتی اگر استفاده‌کنندگان آن آگاهانه حرفش را نزنند، تشخیص می‌دهند. در حالی که از نظر بارت، اسطوره زنجیره همبسته‌ای از مفاهیم است: شاید مردم از معنای آن زنجیره آگاه باشند، اما از خصلت اسطوره‌ای آن بی‌خبرند. از نظر بارت، «اسطوره عملکرد اصلی خود را می‌پوشاند و معانی خود را طبیعی جلوه می‌دهد؛ از نظر لوی اشتراوس عملکرد اسطوره آشکار و معنای آن پنهان است» (همان: ۱۹۴).

کارکرد پرده‌پوشانه اسطوره و زبان از نظر بارت را می‌توان به بخش دیگر سازنده فرهنگ یعنی به آیین و ارتباط نیز تعمیم داد. «از نظر بارت، اسطوره پایه طبقاتی دارد؛ معانی آن را

فرودستان اجتماعی برای خود ساخته‌اند، اما طبقات فرودست نیز حتی علیه منافع خود آن را می‌پذیرند، زیرا "طبیعی" شده است» (همان: ۱۹۴).

و در اینجا بار دیگر به نقطه آغاز بازمی‌گردیم؛ به ایدئولوژی که به عنوان نوعی از شبه‌علم کلیت‌گرایی باورپذیری را ارائه می‌کند. در واقع، بر این مجموعه می‌توان نظریه ایدئولوژی آلتوسر و هژمونی گرامشی را نیز افزود. و از این دو به شکلی ترکیبی بهره برد: نوعی ایدئولوژی که می‌کوشد هژمونی خود را سایه‌گستر سازد. «نشانه‌ها به اسطوره‌ها عمومیت می‌بخشند. ما با استفاده از نشانه‌ها ایدئولوژی را حفظ می‌کنیم و به آن جان می‌بخشیم. اما ایدئولوژی نیز، با پاسخی که به آن می‌دهیم، به ما شکل می‌دهد. نشانه‌ها با عمومی کردن و تعمیم و انتشار اسطوره‌ها و ارزش‌ها، به اعضای جامعه این توان را می‌بخشند که به هویت فرهنگ و در نتیجه به عضویت مشترک در جامعه برسند (همان: ۲۴۸) و حاصل در اینجا هژمونی ایدئولوژی مسلطی است که می‌کوشد جای فرهنگ را بگیرد و این پروژه را فرایند "فرهنگ‌سازی" بخواند.

تصویرسازی رسانه‌ها از انقلاب

در نظر لوی اشتراوس، اسطوره راهی است برای رویارویی با نگرانی‌ها و مشکلات مشترک کل جامعه و در نهایت نوع بشر. غفلت اشتراوس از تفاوت‌های طبقاتی را شاید بتوان با دستمایه او درباره اسطوره‌های جوامع قبیله‌ای توضیح داد، حال آنکه، بارت با اسطوره‌های جوامع سرمایه‌داری اواخر سده بیستم سر و کار دارد. اشتراوس و بارت، هر دو، نظریه اسطوره را شکلی از زبان و راهی برای گردش معنا در جامعه می‌دانند، اما به عقیده بارت زبان تحت سلطه طبقه است؛ منابع زبانی بیش از منابع اقتصادی توزیع نشده‌اند؛ و گفتار نیز به اندازه زبان کانون توجه است. از سوی دیگر، اشتراوس بیشتر به نظام‌هایی علاقه‌مند است که زبان از طریق آن‌ها تمامی فکر و معانی ما را می‌سازد. بارت تاریخ و نظام اجتماعی را مهم می‌داند و بر اهمیت کاربرهای تاریخی و اجتماعی دربردارنده نظام زبانی تأکید می‌ورزد. لوی اشتراوس بنیان نظریه خود را بر مغز انسان می‌نهد و بارت بر ساختار جوامع انسانی، اما هیچ‌یک از آن دو به‌طور مستقیم به تفاوت و تفاوت‌های جنسی و نژادی علاقه‌مند نبودند (همان: ۱۹۵).

رسانه‌ها نیز به یاری آیین‌ها و آیین‌های مرزی که جملگی خصلتی میانجی‌گرانه دارند، ساختار می‌یابند. رسانه‌ها آیین‌ها را جذب، حفظ و ترویج می‌کنند و با کاربرد آن‌ها به نگه‌داری و ترویج شکلی و محتوایی آن‌ها یاری می‌دهند. برای مثال، تلویزیون، برای اعتباربخشی، عنوان‌بندی یا هویت‌سازی از آیین‌های مرزی بهره می‌گیرد. این نمادها و آیین‌ها بیننده را قادر می‌سازند که میان مقوله‌های متفاوتی چون خبر، مسابقه و سریال تفاوت بگذارد. همچنین، بهره‌گیری از آیین‌های دینی-مذهبی سبب می‌شود بیننده با رویکرد محتوایی مشخصی در زمینه همذات‌پنداری و معناسازی با متن ارائه شده به مقابله بپردازد. عنوان‌بندی متفاوت برنامه‌ها، به مثابه آیین‌های مرزبندی مقوله‌های گوناگون سبب می‌شود که مخاطب دچار سردرگمی نشود.

آغاز و پایان هر برنامه را هم می‌توان معادل سلام و وداع دانست که هر یک اهمیت آیینی ویژه‌ای دارد.

مرزهای مقوله‌ای در تلویزیون‌ها در جهان به شکل‌های مختلفی مشخص می‌شوند. در برخی کشورها (بریتانیا) آگهی‌ها با پرده سفید یا نمادی مشخص از سایر برنامه‌ها جدا می‌شوند. در ایالات متحده چنین الزامی وجود ندارد و آگهی‌های تجاری و سایر برنامه‌ها در هم ادغام می‌شوند که ممکن است باعث سردرگمی مخاطب شود. البته، سردرگمی بیننده به نفع آگهی‌دهنده است که می‌خواهد "تعلیق دلخواه بی‌اعتقادی" را حفظ کند، در حالی که در بریتانیا، در مورد تغییر برنامه به مصرف‌کننده هشدار داده شده است. اولویت‌های جامعه بهره‌گیری و کاربرد و نوع آیین‌های مرزی تلویزیونی را مشخص می‌کند.

از سوی دیگر، خوانش اسطوره خوانش ارزش‌های اجتماعی است (همان: ۱۹۵). شاید بتوان این خوانش را برای آیین و حاکمیت آیینی هم به کار برد. آیین پژوه نیز شاید بتواند نقش نمادها و آیین‌ها را در کسب، حفظ و توزیع قدرت جست‌وجو کند. در این حال، رسانه‌ها، خود همچون آیین‌ها، نقش میانجیگری درون‌فرهنگی با انقلاب را برعهده داشته‌اند.

جورج گربرنر عقیده دارد که فرهنگ از راه محصول کل رسانه‌های جمعی با خود ارتباط دارد، و این اتفاق آرای وسیع بر سر ارزش‌ها را در فرهنگ حفظ می‌کند یا تغییر می‌دهد (همان: ۲۰۸). آیین‌های وابسته به انقلاب مدیریت کل محصولات اجتماعی فرهنگی را به رسانه‌ها سپردند، و در سه دهه اخیر، دستاوردهایی را به عنوان فراورده‌های انقلاب به میان خود و طرفداران‌شان بردند که به انقلاب رنگ مجازی، نمادین و آیینی بی‌سابقه‌ای بخشید. رسانه‌ها، در واقع، با یاری دادن به آنچه انقلاب مایل بود بگوید، همواره کوشیدند تصویر برجسته از آن را تولید، حفظ و به تناسب شرایط بازسازی کنند. بدون این رسانه‌ها، چه کوچک در مراحل قبل از انقلاب، و چه بزرگ و گسترده در حین و پس از آن، تصویرسازی از انقلاب، دست‌کم به این وسعت و عمق مقدور نبود. تحلیل کل نظام پیام از رسانه‌های جمعی به قول گربرنر، به‌ویژه از تلویزیون، نه از تجربه منفرد گزینشی برنامه‌ها، بلکه از بررسی مجموع آنچه در دسترس "انبوه خلق" به عنوان کل فرهنگ قرار دارد، معنادار می‌شود. ویژگی مهم رسانه‌ها الگویی است که در کلیت یک برنامه قرار دارد، نه در یک برنامه منفرد تلویزیونی و این همان کلیت‌گرایی آیین است که در تلویزیون هم بازتولید می‌شود. این الگوها را نیز تماشاگران به تدریج جذب می‌کنند، بی‌آنکه از این تأثیر با خبر باشند (همان: ۲۰۸).

تصویر انقلاب، با تمامی رویدادهای مربوط به آن، از جمله جنگ و انتخابات، به عنوان کلیتی یک‌پارچه، تصویر عمده رسانه‌های جمعی، به‌ویژه تلویزیون، در این سه دهه اخیر بوده است. تصویر انقلاب در این دوران در تلویزیون به‌طور کلی، ترسیم نمایشی آیینی قدرت و نفوذ آیین‌های حاکم و حاکمیت آیینی در جامعه بوده است. این آیین‌ها قهرمانان، قربانیان، و توفیق آیینی و کارگزاران آیینی خود را داشته‌اند. البته، بدون آنکه الزاماً استعاره‌ای از فرودستی

قربانیان در آن وجود داشته باشد. به این ترتیب، نظام ارتباط جمعی در ایران، خود را به فرهنگ انقلاب مربوط ساخت؛ با آن رشد و گفت‌وگو کرد، و رابطه‌ای به‌وجود آورد که به قول جورج گربرنر می‌توان از آن به مثابه مصداقی برای نظریهٔ "کاشت" یاد کرد. بر این اساس، رسانه‌های جمعی برداشت‌ها و ارزش‌های رسانه‌های سنتی موجود و فعال در زمینه‌های انقلاب در فرهنگ شیعی را، بیش از پیش کاشتند، پروردند و ترویج کردند، و کوشیدند آن‌ها را حفظ کنند و با شرایط جدید انطباق دهند.

انقلاب، آیین و رسانه‌های جمعی

در ایران، انقلاب به عنوان آیین گذار، به یاری رسانه‌ها شکل جمعی گرفت، بارور و ترویج شد، ساختارهای آیینی را در خود جذب کرد و برنامه‌های خود را به یاری این شکل‌ها، قالب‌ها و ساختارها متحول ساخت، و بازتولید و پخش کرد. رسانه‌ها در ایران پس از انقلاب تلاش کردند، به یاری آیین‌ها، فرایند "معناسازی" را ادامه دهند و از نمادها و آیین‌هایی که به‌ویژه رویکردهای دینی اسلامی؛ و مذهبی شیعی دارند، به شکلی گسترده بهره گیرند.

انقلاب ایران، در آغاز واکنشی بود به ساختارهای مادی و دنیوی، و از این‌رو، غیر امروزی می‌نمود و بی‌اعتنا به امور دنیوی، و بخش عمدهٔ حمایت‌های مردمی را نیز از این رویکرد به‌دست می‌آورد، در حالی که خواست‌های مادی، در عمل، از مهم‌ترین انگیزه‌هایی بودند که مشارکت‌توده‌های سرخورده را شکل می‌دادند.

از سوی دیگر، در ایدئولوژی‌های مطرح شده در انقلاب، اندیشهٔ معطوف به قدرت سیاسی اسلامی مسلط در ایران، زمینه‌های طرفداری بیشتری داشت، و ترکیب خاستگاه‌های شهری-روستایی از همان آغاز زمینه‌ساز شکل‌گیری ترکیب جدید - سنتی و مصلحت‌اندیشی رهبری انقلاب را فراهم ساخت. با این حال، رویکرد فزایندهٔ حاکمیت سیاسی به پدیده‌های جدید، چه تکنولوژی به معنای عام، و چه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به مفهوم خاص، و حتی با نگاه ابزاری، و سازگاری با آن‌ها و نیز فزاینده به آن‌ها، فرایندهای تازه‌ای را در این مسیر گشود که نیازمند بررسی دقیق‌تری است. در واقع، آیین‌های انقلابی، که در آغاز، برای کسب حکومت مؤثر بودند، به تدریج، با آیین‌های دیگری می‌بایست در می‌آمیختند، و یا جای خود را به آیین‌های دیگری می‌سپردند که نیاز مراحل بعدی، برای حفظ و حتی توزیع قدرت سیاسی بود.

انقلاب ایران برای بسترسازی به منظور برقراری ارتباط سیاسی در جهت کسب، حفظ و توزیع قدرت، از آیین‌های ویژه‌ای بهره‌گیری کرده است که در شکل‌دهی به هویت نظام نقش‌های اساسی داشته‌اند. انقلاب اسلامی برای خلع قدرت و زمینه‌سازی با هدف کسب و شکل‌دهی به قدرت سیاسی، در آغاز از آیین‌های ظلم‌ستیز، به‌ویژه از آیین‌های محرم، به ویژه شهادت‌طلبی‌های واقعهٔ کربلا و رویدادهای قبل و بعد از آن بهره گرفت، تا نیروهای مردمی را

در جهت خلع قدرت بسیج کند. در این مرحله، نیروهای ایثارگر دیگری، غیر از نیروهای بسیج اسلامی- شیعی نیز حضور داشتند که ترکیب نیروهای برانداز را ساختند. اما، در مرحله تحکیم، حفظ و هویت بخشی به قدرت، آیین های دیگری مؤثر بودند که در مرکز آن ها آیین وحدت بخش نماز، نماز جماعت، و به ویژه نماز جمعه نقش محوری داشت.

قیام بهمن ۱۳۵۷، که سه دهه پیش در ایران روی داد، انقلابی آیینی را به دنبال داشت؛ "انقلابی بزرگ" که به یاری "رسانه های کوچک" شکل گرفت (Mohammadi, 1994: 4-9). این انقلاب نمایش وسیع و عمیقی از شکل ها (forms)، شمایل ها (icons)، صداها و رنگ ها را احیا، ایجاد، بازسازی و راهی رسانه ها کرد. در جریان این انقلاب، تمامی انواع و اشکال آیین های اسلامی و به ویژه شیعی به کار گرفته شدند تا مردم را به سوی هدف های انقلابی اسلامی بسیج و تمامیت قدرت را کسب و حفظ کنند و به سطوح و ابعاد مختلف حیات اجتماعی بسط دهند. در جریان انقلاب، جنگ، سازندگی و پس از آن، رهبران مذهبی- سیاسی، به یاری ارتباطات سنتی (traditional communications) (معتدنازاد و فرقانی، ۱۳۸۲: مقدمه) و رسانه های جدید (modern media)، توده های مردم را در مسیر هدف های انقلاب اسلامی به حرکت درآوردند و "در صحنه" نگاه داشتند. در طول این سال ها، آیین های گوناگونی به انقلاب یاری دادند تا شکل بگیرد، تثبیت شود و تداوم یابد. برای مثال، در تمامی این مراحل، نماز به عنوان ارتباط فردی (personal communication)، نماز جماعت همچون ارتباط گروهی (group communication) و نماز جمعه به مثابه ارتباط عمومی (public communication)، و به ویژه به عنوان ارتباط سیاسی (political communication) و فراگیر، به یاری رسانه های جمعی (mass media)، در زمینه های سازمان دهی، هماهنگی، مدیریت، اصلاح مسیر، دستورگذاری یا برجسته سازی (agenda setting)، نظارت (surveillance)، ارشاد، هدایت و آموزش، در تمامی صحنه ها و نهادهای اجتماعی، حضور فعال داشته اند (Omid, 2007: 8; Dayan, 1998: 6).

نماز جمعه، با احیا، بازسازی، ایجاد و گسترش مناسبت ها و تشکیل نهادهای جدید و تشدید نظارت بر سازمان های موازی و رقیب و مشابه و جایگزین اجتماعی سازمان های غیردولتی (NGOs – nongovernmental organizations)، به شیوه های مختلف، در جهت یکسان سازی و ایجاد هماهنگی در گروه های اجتماعی، فعالیت کرد. شاید بتوان گفت، نماز جمعه، به ویژه بعد از انقلاب، به عنوان رسانه ای دستورگذار و قدرتمند، به ارتباطات و رسانه های سنتی، از جمله "مسجد" و منبر مفهوم وسیع تری داد، ضمن آنکه معنای خود آن هم به گونه ای نسبت به قبل از انقلاب، تفاوتی چشمگیر پیدا کرد و همراه با این گسترش و تعمیق نقش ها و کارکردهای آن، به شکلی متناسب با اهداف نظام، بسط یافت. با تحول در طول سه دهه اخیر، نماز جمعه، از نقش نهاد "حزب سیاسی" (political party) فراتر رفت و با توجه به ضرورت های زمانه، نیاز نظام و شرایط جامعه، به شکل متکثری کوشید نقش "جبهه" ای سیاسی و فراگیر را ایفا کند؛ شکل متکثری که تمامی آیین های دیگر را در بر گرفت و هدایت کرد که

از قبل، در جریان انقلاب و بعد از آن تولید، بازتولید، احیا و تقویت شده بودند و حضور مردم در صحنه را پشتیبانی می‌کردند. آیین‌های انقلاب توانستند به آیین‌های جنگ و پس از آن، یعنی به آیین‌های دفاع مقدس تبدیل شوند و تا سال‌های پس از این دوران انقلاب را حفظ و حراست کنند. سایر آیین‌ها نیز، به‌ویژه آن‌ها که در دوران قبل از انقلاب ریشه داشتند، با توجه به نقش محوری آیین نماز جمعه، بسط یافتند و کوشیدند تا حد امکان به تمامی مسائل حوزه‌های گوناگون جامعه، از نظامی و غیرنظامی، و در قالب‌های بسیج و سپاه و سازندگی، در سرپرستی کلان و خرد جامعه، در “قالب مدیریت عبادی - سیاسی” نقش عمده‌ای ایفا کنند.

آیین‌های مذهبی - شیعی، با حضور دائم در صحنه، از طریق انواع مناسبت‌ها کوشیدند سایر نیروهای “غیرخودی” را حذف یا تضعیف کنند و انقلاب را به پیش ببرند. رهبران و مسئولان آیین‌ها، در مناسبت‌های گوناگون، به‌ویژه در نماز جمعه‌ها، با هماهنگی مجامعی چون شورای سیاستگذاری ائمه جمعه، در مقام رهبران سیاسی جدید، مسائل جامعه را، از نگاه رهبری نظام مطرح ساختند. این رهبران راه حل‌های مورد نظر را، به دولت ابلاغ و نظرهای ارشادی، هدایتی، نظارتی خود را اِعمال و به یاری رسانه‌های سراسری در سراسر کشور، و حتی در میان طرفداران خود در سایر نقاط جهان نیز پخش کردند، ضمن آنکه خود نیز متحول، و با شرایط جدید سازگار شدند. بخش عظیمی از این تأثیرگذاری و نظارت را می‌باید در ساختار آیین، آیین‌های مرزی و مباحث مربوط به این وضعیت آستانه‌ای و ریشه‌های آن در فرهنگ و جامعه ایران جست‌وجو کرد. از این‌رو، نقش دگرگون‌ساز، و در عین حال نگه‌دارنده ارتباطی آیین، به‌ویژه با تکیه بر مصداق و در زمینه کاربرد آن در حوزه انقلاب و انقلاب اسلامی جای تأکید دارد.

شناخت آیین‌ها، ریشه‌ها، تحولات و پیامدها و کاربردهای آن همواره برای تمامی نسل‌ها اهمیت برجسته‌ای داشته است. آیین‌ها، در شرایط کنونی، و با توجه به تغییرات عمده در ارتباطات جهانی و داخلی، نقش بسیار عظیمی ایفا می‌کنند. به علاوه، آیین‌های انقلابی، به‌ویژه آیین‌های برگرفته از فرهنگ اسلامی شیعی، با ورود به وسایل ارتباط جمعی، به خصوص تلویزیون، و با پذیرش شیوه‌های روزنامه‌نگارانه (journalistic methods) و رسانه‌ای (media methods) به رفتارهای توده‌های مشارکت‌کننده در صحنه‌های مختلف اجتماعی شکل دادند و از این راه، به سوی تحقق اهداف نظام هدایت شدند. ضمن آنکه، خود این آیین‌ها نیز در اشکال مختلفی چون مناسک، مراسم و مناسبت‌ها، در فرایند تعامل با رسانه‌های جمعی شاهد تغییراتی در خود و سایر آیین‌ها بودند.

این تعامل، به‌ویژه از آن رو اهمیت دارد که به شکلی عملی و کاربردی، شیوه‌ای مشخص از بومی‌سازی را مورد نظر دارد که اِعمال مستقیم قدرت سیاسی در اداره امور جامعه را انکار می‌کند، و بر اداره امور جامعه و رفع موانع و بهره‌گیری از مزایای آن در زمینه‌های رشد و توسعه کشور از طریق راهبردهای “حاکمیت‌های آیینی” تأکید می‌ورزد.

پی‌نوشت

۱. ارتباطات آیینی؛ از گفت‌وگوهای روزمره تا جشن‌های رسانه‌ای شده، نوشته اریک رودنیولر، ترجمه دکتر عبدالله گیویان، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) و پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، چاپ اول، ۱۳۸۷.

منابع

- تامپسون، جان ب. رسانه‌ها و مدرنیته؛ نظریه اجتماعی رسانه‌ها، مترجم مسعود اوحدی، انتشارات سروش، ۱۳۸۰.
- ترنر، برایان، ماکس وبر و اسلام، ترجمه سعید وصالی، نشر مرکز، ۱۳۷۹.
- تقوی، حجت‌الاسلام سیدرضا، سخنرانی پیش از خطبه‌های نماز جمعه، شبکه اول سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۵/۵/۷ (۱۱ شب).
- دِریورو، اسوالدو. افسانه‌های توسعه؛ اقتصادهای ناکارآمد قرن بیست و یکم، ترجمه دکتر محمود عبدالله‌زاده، نشر اختران، ۱۳۸۳.
- دورکیم، امیل. صور بنیانی حیات دینی، ترجمه دکتر باقر برهام، نشر مرکز، ۱۳۸۳.
- دورکیم، امیل، صور بنیانی زندگی مذهبی، ترجمه دکتر نادر سالارزاده امیری، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۳.
- شکرخواه، دکتر یونس و دکتر نسیم بدیعی، «روزنامه‌نگاری سنتی و روزنامه‌نگاری سایبر در جامعه اطلاعاتی و آثار فناوری‌های نوین ارتباطی بر آزادی بیان»، فصلنامه علوم اجتماعی، ویژه‌نامه علوم ارتباطات، شماره‌های ۲۸ و ۲۹ زمستان ۱۳۸۳، بهار ۱۳۸۴.
- شورای سیاستگذاری ائمه جمعه، با رهبر در سنگر جمعه، ۱۳۷۳.
- فیسک، جان. درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه مهدی غبرایی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۶.
- مرووا، ن. م. «تجربه تلفیق دین و حکومت در ایران»، روزنامه ایران، سال پانزدهم، شماره ۴۱۶۰، پنج‌شنبه، ۱۵ اسفند ۱۳۸۷.
- معمدنژاد، دکتر کاظم، «جایگاه ارتباطات سنتی در مطالعات ارتباطی معاصر»، مقدمه‌ای بر ارتباطات سنتی در ایران، نوشته دکتر محمدمهدی فرقانی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۲.
- مک‌کوایل، دنیس. درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجاللی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۲.
- مهدی‌زاده، سید محمد. «مقدمه»، در کتاب درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجاللی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۲.
- Bell, Catherine. *Ritual Theory, Ritual Practice*, Oxford University Press, New York, Oxford., 1992.
- Brière, Clair; Piere Blanchet, Iran: La revolution au nom de dieu, Édition du Seuil, 1979.
- Couldry, Nick. *Media Rituals, A Critical Approach*, Routledge, 2002, N.Couldry.
- Dayan, Daniel And Elihu Katz. *Media Events; the Live Broadcasting of History*, Cambridge M.A: Harvard University Press, 1998.
- Lardellier. Pascal, *Théorie du Lien Rituel; Anthropologie et Communication*, Postface de Alain Caillé, L'Harmattan: 2003.
- Mohammadi, Annabelle Sreberny and Ali Mohammadi. *Small Media, Big Revolution, Com., Culture, and the Iranian Revolution*, University of Minnesota Press, 1994.
- Omid, Thuliel. *Listening Shiism: Instances of Ritualisation Among Islamic in Islamism Pray in Iran*, Iran Studies, 2007.
- Rothenbuhler, Eric. *Media Rituals: A Critical Approach*, European Journal of com. 2004, Sage Pub. No.3.
- Rothenbuhler, Eric, *Ritual Communication; From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*, Sage Pub. E.Rothenbuhler, 1999.