

## دین و صلح‌پروری در رسانه‌های نوین

مریم وطن‌خواه\*

### چکیده

هدف: هدف این پژوهش فهم این مسئله است که در عصر کنونی، رسانه‌های نوین چگونه می‌توانند ابعاد چندگانه و فرآیندهای درهم‌تنیده دین و صلح را در جامعه (جهانی) کنار هم بنشانند؟ همچنین دین چگونه می‌تواند با بهره‌گیری از رسانه‌های نوین، صلح را در جهان فراگیر کرده و گروه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی را همگرا نماید.

روش‌شناسی پژوهش: مقاله حاضر با بهره‌گیری از ظرفیت‌های نظری و پژوهشی موجود در دین‌پژوهی و مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای، با روش کتابخانه‌ای و رویکرد تحلیلی و با مثلث‌سازی مفهومی بین سه نظریه «وساطت معنا»، «الگوی گیرتز»؛ دین به مثابه یک سامانه فرهنگی» و «هرم صلح‌سازی لدرچ» درصدد پاسخگویی به سؤالات پژوهش و وصول هدف پژوهش برآمده است.

یافته‌ها: رسانه‌های نوین می‌توانند معانی مفاهیم را تغییر دهند و با ارتقای دانش و آگاهی و فراهم کردن بستر گفت‌وگوهای سازنده و بسیج کنشگران مدنی و نمایش آسیب‌دیدگان جنگ، حمایت عمومی را برای حل و فصل منازعات جلب کنند. دین نیز به‌عنوان یک منبع فرهنگی می‌تواند با همکاری رسانه‌های نوین، کنشگران دین‌دار و سکولار

\* دانشجوی دکتری مطالعات رسانه (رادیو و تلویزیون)، دانشکده تولید، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران؛  
vatankhavah@yahoo.com

استناد به این مقاله: وطن‌خواه، مریم (۱۴۰۳). دین و صلح‌پروری در رسانه‌های نوین. *مطالعات دینی رسانه*، ۶ (۲۳)،

۱۶۸-۱۴۰. <https://doi.org/10.22034/jmsr.2024.209311>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۷ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۵/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۵ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۸/۲۴

© نویسندگان. نوع مقاله: پژوهشی ناشر: دانشگاه صدا و سیما

را حول محور صلح گرد هم آورد و بر محدودیت‌های رسانه‌ها مانند فیلترینگ و نشر اخبار جعلی غلبه کند.

کلیدواژه‌ها: دین، صلح، رسانه، رسانه‌های نوین، فرهنگ، صلح‌پروری

## مقدمه

در عصر حاضر که رسانه‌های نوین، انتشار، تعامل و ارتباطات بشری را گسترش داده‌اند، سیستم‌های رسانه‌ای جدید سریع‌تر، ارزان‌تر، قابل‌اعتمادتر و قابل‌حمل‌تر در اختیار مخاطبان قرار دارند و امکان برقراری ارتباط و تعامل میان فرستنده و کاربر به‌راحتی فراهم شده است. اصطلاح «رسانه‌های نوین» به‌طور کلی «به تمام رسانه‌های دیجیتال اطلاق می‌گردد که از خصلت تعاملی بودن برخوردارند و امکان ارتباطات دوجانبه را فراهم می‌آورند» (خانیکی؛ یزدیان، ۱۴۰۰: ۱۲). رسانه‌های نوین این فرصت را به افراد داده‌اند که به‌صورت فعال در خلق و اشتراک مضامین و محتواهای موردنظرشان مشارکت داشته باشند و با جهان اطراف نوعی تعامل برقرار کنند و احساسات و اطلاعات خود را از این طریق به اشتراک بگذارند. به وسیله این تعامل، فرصت‌ها و چالش‌های بسیاری در ارتباطات میان‌فردی خلق می‌شود.

رسانه‌های نوین همچنین گونه متفاوتی از ارتباطات جمعی را نیز معرفی می‌کنند که در آن ارتباطات جمعی فشرده‌تر و جهانی‌تر شده است. «در عصر ارتباطات دیجیتالی، زمان به وسیله کاستن فاصله میان نقاط مختلف در فضا، فشرده شده است و احساس فضای ملی و محلی تقریباً منسوخ گشته است» (ویمر و دومینیک، ۲۰۱۳: ۲۱). تشکیل جامعه مجازی که در واقع تمام مرزهای جامعه انسانی را درنوردیده است، همچنین سیل اطلاعات همه‌جانبه در یک لحظه واحد، موضوعی است که تنها با حضور رسانه‌های نوین ممکن شده است. به کمک رسانه‌های جدید ویژگی تعامل با جهان دوباره‌سازی شده است و دیگر لازم نیست مانند گذشته خود را به دیدن صرف و مستقیم محدود کنیم، بلکه اینک می‌توان در یک فرایند

اجتماعی «حضور» از راه دور داشت (مصدری؛ حسینی، ۱۳۹۷: ۲۱۱). با توجه به این شرایط، رسانه‌های نوین مهم‌ترین بستری هستند که می‌توانند برای ایجاد پیوند همدلانه میان جوامع بشری به کار گرفته شوند. این رسانه‌ها از ظرفیت‌ها و امکانات خود از جمله بهره‌مندی از انواع قالب‌های مختلف هنری برای گسترش ایده‌ها استفاده می‌کنند و قابلیت مردم جهان را برای همدلی کردن با رنج دیگران بهبود می‌بخشند و همسویی منافی با دیگران ایجاد می‌کنند.

قابلیت برقراری پیوند عاطفی و تقویت همدلی به ما امکان می‌دهد همدیگر را به‌عنوان یک خانواده گسترش‌یافته بنگریم. در این شرایط «غیریت» به‌عنوان یک تهدید انگاشته نمی‌شود و حس ترحم و مهربانی را می‌توان آزادانه ابراز کرد. همدلی به ما امکان می‌دهد مشابهت‌های میان خود و دیگران را از نظر عواطف انسانی از قبیل احترام و عشق که در مورد خانواده‌هایمان احساس می‌کنیم، و احساس غم و ناراحتی که زمان از دست دادن یکی از افراد نزدیک به خودمان داریم، مشاهده کنیم (نورمحمدی، ۱۳۹۶: ۷۳). بر این اساس نقش و کارکرد رسانه‌های نوین در صلح و صلح‌پروری در جهان روشن و غیرقابل‌کتمان می‌شود؛ البته این رسانه‌ها دارای محدودیت‌هایی نیز هستند که می‌توانند در مقوله صلح‌پروری اختلال ایجاد کنند. برای غلبه بر این محدودیت‌ها نیاز به عنصر مکملی مانند دین است.

با توجه به فطرت و الهام‌های فطری انسانی، همه مردم از صلح و امنیت لذت می‌برند، و با تمام وجود خود خواهان جهانی عاری از جنگ و خشونت و مملو از صلح هستند. با وجود تمام اختلاف‌هایی که در میان ملت‌ها و امت‌ها در طرز تفکر، آداب و رسوم و دین و مکتب‌ها وجود دارد، همه افراد بدون استثناء به مقوله و مسئله صلح علاقه‌مند هستند. ادیان الهی به دلیل منشأ واحد و مشترکی که دارند، همگی منادی صلح و عدالت بوده‌اند. با وجود اینکه ادیان در مفاهیم دینی خود همواره انسان را به برقراری صلح و آرامش دعوت کرده‌اند، اما جنگ‌ها به دلایل مختلفی رخ داده‌اند. باید گفت با وجود راهکارهای متفاوت برای کنترل جنگ توجه به ظرفیت ادیان به اندازه کافی مورد بررسی قرار نگرفته است.

دین به منزله یک پارادایم فراگیر و یک سامانه آکنده از معانی و کنش‌ها در فرهنگ بشری از گسترش فزاینده کاربست و حضور رسانه‌های نوین در امان نمانده است. سنت‌های دینی باید در بسترهای متغیر ارتباطی برای نسل‌های جدید مهیا شده و از این ظرفیت به وجود آمده برای ترویج ارزش‌هایی مانند صلح‌پروری استفاده کند. دین از طریق این رسانه‌ها می‌تواند ایده‌پردازی‌های مختلفی را برای درک صلح ایجاد کند و از طریق مفهوم «صلح» بین گروه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی در سطح بین‌المللی همگرایی و وفاق ایجاد نماید. در واقع رسانه‌های نوین می‌توانند در محیط‌های مختلف اجتماعی طیف متنوعی از کنشگران درون‌دینی و برون‌دینی، دین‌دار و سکولار را حول محور صلح گرد هم آورند. بر این اساس، مقاله حاضر می‌کوشد با بهره‌گیری از ظرفیت‌های نظری و پژوهشی موجود در دین‌پژوهی و مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای و نیز علوم سیاسی، به این سؤالات پاسخ دهد که در عصر کنونی، رسانه‌های نوین چگونه ابعاد چندگانه و فرآیندهای درهم‌تنیده دین و صلح را در جامعه (جهانی) کنار هم می‌نشانند؟ از طرف دیگر، دین چگونه می‌تواند با بهره‌گیری از رسانه‌های نوین، صلح را در جهان فراگیر کرده، گروه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی را همگرا نماید و بر محدودیت‌های ذاتی رسانه‌های نوین در این زمینه غلبه کند؟

پژوهشگر به منظور پاسخگویی به این سؤالات و نیز صورت‌بندی و محدود کردن مفاهیم تحقیق، با کمک روش مثلث‌سازی نظری، سه رویکرد نظری مرتبط با هریک از سه مقوله «دین»، «صلح» و «رسانه‌های نوین» را به کار گرفته است. رویکرد نظری این پژوهش به رسانه‌های نوین رویکرد «وساطت معنا» است. این رویکرد به ما کمک می‌کند تا ارتباطات را به‌عنوان فرایندی به‌منظور خلق معنای مشترک درک کنیم. رویکرد وساطت معنا رسانه‌ها را منبعی مهم معرفی می‌کند که افراد را قادر می‌سازد تا باورها و ارزش‌های خود را در بطن یک فرهنگ ابراز داشته و پیرامون آن‌ها نقد و نظر کنند. همچنین دین به منزله یک سامانه فرهنگی، رویکرد نظری این پژوهش به «دین» است. این رویکرد تفسیری که توسط گیرتز مطرح شده است، به ما نشان می‌دهد که دین به‌مثابه یک سامانه

فرهنگی می‌تواند در ابعاد مختلف اعتقادی و عملکردی و نمادین خود در همبستگی با صلح آن را به مثابه یک کنش ارتباطی دارای ارزش و معنای فرهنگی اجتماعی تقویت نماید.

دین و رسانه‌های نوین در جهت‌دهی به تحولات بین‌المللی بسیار مؤثر و تأثیرگذار هستند. رسانه‌های نوین مرزهای متصلب نظام دولتی را درنور دیده و بر تمام تحولات و تغییرات در درون جوامع و بین دولت‌ها و ادیان سایه افکنده‌اند. کنشگران دولتی و غیردولتی نیز از ظرفیت رسانه‌های نوین در پیشبرد مقاصد سیاست خارجی و کسب پشتیبانی عمومی از اقدامات بهره می‌برند. رویکرد لدرچ در ترسیم هرم مشارکت در حل منازعه (صلح‌سازی) نیز به‌عنوان رویکرد نظری سوم در تعامل صلح با رسانه‌های نوین و کنشگران و رهبران دینی در این پژوهش به کمک محقق آمده است.

## پیشینه پژوهش

### ۱. پیشینه داخلی

«واکاوی حوزه مطالعاتی دین و رسانه‌های نوین؛ مروری بر پیشینه، مفاهیم و نظریه‌های رایج با تأکید بر رویکرد ساخت اجتماعی دینی فن‌آوری» عنوان پژوهشی است که توسط هادی خانیکی و امیر یزدیان (۱۴۰۰) در فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین منتشر شده است. این مقاله علمی مهم‌ترین رویکردهای حوزه مطالعاتی نوظهور دین و رسانه‌های نوین از جمله «رسانه‌ای شدن دین»، استیگ‌هاروارد، «وساطت معنا» استوارت هوور، «جبرگرایی تکنولوژیک» مارشال مک‌لوهان و «ساخت اجتماعی دینی فناوری» هیدی کمبل را مورد بررسی قرار داده است.

رسول اکبری (۱۳۹۹) با راهنمایی مهدی حسن‌زاده و هلگا کولمان، رساله دکتری خود را با عنوان «دین به مثابه فرهنگ منبع برای صلح» در دانشگاه فردوسی مشهد به انجام رسانده است و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های نظری و روشی موجود در دین‌پژوهی و مطالعات اجتماعی و فرهنگی، دین را به‌منزله یک سامانه فرهنگی مورد مطالعه قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد

که دین می‌تواند در ابعاد مختلف اعتقادی و عملکردی و نمادین خود در همبستگی با «صلح» قرار گیرد و آن را به‌مثابه یک «کنش ارتباطی» دارای ارزش و معنای فرهنگی و اجتماعی تقویت کند.

«نقش رسانه‌های نوین در حل و فصل منازعات بین‌المللی» عنوان پژوهش دیگری است که توسط مرتضی نورمحمدی (۱۳۹۶) انجام گرفته است. در این پژوهش با رویکرد توصیفی-تحلیلی نقشی که رسانه‌های نوین در حل و فصل منازعات و ایجاد صلح ایفا می‌کنند مورد بررسی قرار گرفته و این فرضیه که رسانه‌های نوین با تغییر نظام باورها و نظام شناختی افراد و توانمند کردن گروه‌های اجتماعی بسترهای دموکراتیک حل و فصل منازعات برقراری صلح را تقویت می‌کنند، به اثبات رسیده است.

## ۲. پیشینه خارجی

پژوهشی با عنوان «رسانه‌های جریان اصلی، رسانه‌های اجتماعی و ایجاد صلح در نیجریه: چالش‌های قدیمی، فرصت‌های جدید» توسط اوزویجی بنام و امنوگا (۲۰۱۸) در دانشگاه سوزو چین رابطه رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های نوین نیجریه را در تشدید یا کاهش تعارضات بررسی کرده است و نشان می‌دهد در بحران‌های نیجریه، رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های اجتماعی جدید در حل تعارضات و ایجاد صلح همسو نبوده‌اند. این پژوهش ضرورت آموزش صلح و مکمل بودن رسانه‌های اصلی و جایگزین را در پر کردن شکاف بین رسانه و جامعه ضروری می‌داند.

جورج ماژین (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «چالش‌های رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد صلح و آنچه می‌توان در مورد آن‌ها انجام داد» بیان می‌دارد که رسانه‌های اجتماعی شیوه جنگ، سازماندهی و پایان دادن به جنگ‌ها را تغییر داده‌اند. در طول مذاکرات صلح، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان پلتفرم‌های اعتمادساز و همچنین به‌عنوان ابزاری برای طولانی‌تر کردن درگیری از طریق انتشار اطلاعات نادرست و تبلیغات عمل کنند. به باور این محقق باید کمیسیون‌های ویژه‌ای برای بازبینی محتوا در رسانه‌های اجتماعی ایجاد شود و

قوانین و مقرراتی بر اساس احترام کامل به حقوق بشر به طور عام، و حق آزادی عقیده و بیان به طور خاص در این حوزه وضع گردد. از نظر محقق، بدون چنین مقرراتی، با توجه به قدرت روزافزون رسانه‌های اجتماعی، هدف صلح پایدار و آشتی ملی موفق تقریباً غیر واقعی به نظر می‌رسد.

در بررسی پیشینه پژوهش‌های مرتبط با دین، صلح و رسانه‌های نوین، تعدادی از مطالعات داخلی و خارجی که راهگشای این پژوهش بودند، مورد استفاده قرار گرفتند. هر چند هیچ یک از این تحقیقات به طور مستقیم با عنوان پژوهش مرتبط نبودند، اما هر کدام به ابعادی از موضوع پرداخته بودند. از تحقیقات هادی خانیکی و امیر یزدیان (۱۴۰۰) مضامین کلیدی نظیر رسانه‌ای شدن دین و ساخت اجتماعی دینی فناوری برداشت شد. از رساله دکتری رسول اکبری (۱۳۹۹) این برداشت که دین به مثابه یک نظام فرهنگی، در راستای ایجاد صلح قابلیت بهره‌برداری دارد، مورد استفاده قرار گرفت. از سوی دیگر، پژوهش مرتضی نورمحمدی (۱۳۹۶) که نشان داد رسانه‌های نوین می‌توانند به تغییر نظام باورها و تقویت بسترهای دموکراتیک در حل منازعات کمک کنند، الهام‌بخش این پژوهش بود. در عرصه جهانی نیز مطالعات اوزویجی بنام و امنوگا (۲۰۱۸) و جورج ماژین (۲۰۱۸) که به چالش‌ها و فرصت‌های مربوط به رسانه‌های اجتماعی در ایجاد صلح و هماهنگی در بحران‌ها پرداخته‌اند و به ضرورت وجود مقررات برای مدیریت محتوا و ارتقای هنجارهای ارتباطی اشاره کرده‌اند، اهمیت روزافزون رسانه‌های نوین در تعاملات اجتماعی و نقشی که می‌توانند در فرآیندهای فرهنگی و سیاسی ایفا کنند را یادآور شدند.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی است که برای گردآوری داده‌های آن از روش کتابخانه‌ای، و برای تحلیل و تفسیر داده‌ها از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است. روند پژوهش به این صورت بوده که ابتدا کتب، مقالات، اسناد و مدارک و منابع متعدد پژوهشی مورد بررسی قرار گرفته و با خوانش مجدد و جمع‌بندی تعاریف و ابعاد گوناگون موضوع،

چارچوب مفهومی مناسب به منظور تحلیل سؤال پژوهش تنظیم و مورد استفاده قرار گرفت. در واقع پژوهش حاضر در راستای مفهوم‌سازی کلی در رابطه با دین و صلح و رسانه‌های نوین، از سه الگوی نظری در علوم اجتماعی و مطالعات دینی و علوم ارتباطات برای مطالعه موضوع پژوهش استفاده کرده است. با این کار، مثلث‌سازی در سطح نظریه به اجرا در آمده است که شامل نظریه وساطت معنا (در رابطه با رسانه‌های نوین)، الگوی گیرتز (در رابطه با دین) و هرم مشارکت حل منازعه لدرچ (در رابطه با صلح) است. این نظریه‌ها ابتدا به طور اجمالی معرفی می‌شوند و سپس در کمک به فهم و تجزیه و تحلیل موضوع پژوهش به کار گرفته می‌شوند.

## چارچوب مفهومی

### ۱. رسانه‌های نوین

در تعریف «رسانه‌های نوین» می‌توان دورویکرد را دنبال کرد. نخست، تعریف رسانه‌های نوین با توجه به بستر زمانی معرفی رسانه مفروض است. از این منظر، هر رسانه‌ای را می‌توان با توجه به بازه زمانی معرفی شدنش، یک رسانه نوین در زمان خاص خود به شمار آورد؛ دوم، اصطلاح «رسانه‌های نوین» به‌طورکلی به تمام رسانه‌های دیجیتال اطلاق می‌گردد که از خصالت تعاملی بودن برخوردارند و امکان ارتباطات دوجانبه را فراهم می‌آورند. در واقع، بسیاری از رسانه‌های نوین از ترکیب یک رسانه قدیمی با فناوری رایانه‌ای ظهور یافتند (خانیک، یزدیان، ۱۴۰۰: ۱۲). به این ترتیب رسانه نوین را می‌توان حاصل تداوم ابداعات تکنولوژیک و دیجیتال دانست و آن را به‌مثابه نوعی از رسانه که نه فقط به لحاظ تاریخی، بلکه بیشتر به واسطه پیروی از نظام تکنولوژیکی دیجیتالی از رسانه‌های قدیمی متمایز شده است، تعریف کرد. (مصدری؛ حسینی، ۱۳۹۷: ۲۰۹). برخی از مصادیق آنچه در قرن بیست و یکم رسانه جدید خوانده می‌شود، وب‌ها هستند. وب‌ها شامل محیط‌هایی با روابط کاربری<sup>۱</sup>،

جهان‌های مجازی، شبکه‌های<sup>۱</sup> اجتماعی، فلیکر،<sup>۲</sup> یوتیوب<sup>۳</sup> و ویکی‌پدیا و بلاگ‌ها، آموزش الکترونیکی<sup>۴</sup> یا آموزش از راه دور یا فاد<sup>۵</sup> و همچنین دولت‌های الکترونیک<sup>۶</sup> هستند. وب معنایی و وای‌فای<sup>۷</sup> یا امکان برقراری ارتباط با اینترنت بدون سیم از یک کامپیوتر قابل حمل یا یک لپ‌تاپ یا یک تلفن همراه هوشمند را نیز باید به این مجموعه افزود (مصدری و حسینی، ۱۳۹۷: ۲۰۹).

رسانه‌های نوین دارای ویژگی‌های زیر هستند:

### الف) تعاملی بودن و اجتماعی بودن

تعامل بخش بنیادین و جدایی‌ناپذیر رسانه‌های نوین است و به معنای امکان ایجاد رابطه دو یا چندسویه و بازخورد است. رسانه جدید خود را بر مخاطب تحمیل نمی‌کند، بلکه ماهیت خویش را به اشتراک می‌گذارد و فرصت انتخاب کردن، گفت‌وگو برقرار کردن و نقد محتوای رسانه‌ای را در اختیار وی قرار می‌دهد. تعاملی بودن رسانه نوین، ماهیتی اجتماعی بدان می‌بخشد. در واقع رسانه‌های اجتماعی-عنوانی که به‌تازگی به رسانه‌های نوین نسبت داده می‌شود- به‌عنوان گروهی از نرم‌افزارهای اینترنت- پایه تعریف شده‌اند که بر اساس بنیان‌های ایدئولوژیک و تکنولوژیک ۲۰۰۹ / وب<sup>۸</sup> ساخته شده‌اند و امکان خلق و تبادل محتوای کاربرمحور را فراهم می‌کنند (مصدری؛ حسینی، ۱۳۹۷: ۲۱۱). رسانه‌های اجتماعی و تعاملی

۱ Virtual Worlds

۲ Social Networking

۳ Flickr

۴ YouTube

۵ E-learning

۶ FAD

۷ E-governments

۸ Wi-Fi

۹ web

در اشکال مختلفی وجود دارند: بلاگ‌ها، میکرو بلاگ‌ها (توییتر)، پروژه‌های تبادل اطلاعاتی (ویکی‌پدیا)، سایت‌های میان‌شبکه‌ای اجتماعی (فیس‌بوک)، فضاهای محتوای محور (یوتیوب)، جهان‌های اجتماعی مجازی و محیط‌های بازی مجازی نمونه‌هایی از آن به شمار می‌آید. در حقیقت رسانه‌های اجتماعی خدماتی هستند که به افراد اجازه می‌دهند به یک نوع تبادل و تعامل اجتماعی با افراد جامعه و حتی جهان دست یابند (اولسن و کریستنسن، ۲۰۱۵: ۲۳).

درواقع رسانه‌های نوین رسانه‌هایی اجتماعی هستند که انسان‌ها را در قالب روابط اجتماعی وسیع‌تر و پیچیده‌تری نسبت به گذشته پیوند داده‌اند. این رسانه‌های اجتماعی جامعه‌ای به لحاظ محدوده جغرافیایی وسیع را دربرمی‌گیرد که در آن اعضاء هر چند پراکنده و ناشناخته هستند، اما پیوند اجتماعی عمیق و رابطه نزدیکی را نسبت به یکدیگر احساس می‌نمایند. رسانه جدید به مردم اجازه می‌دهد که همزمان با افراد زیادی به وسیله توانایی تمایز و فردی‌سازی پیام در فرایند مشارکت پیام، تعامل برقرار نمایند. کاربرد تعاملی میان کاربران و سیستم مورد استفاده نشان می‌دهد که تأثیر رسانه جدید بر منابع اطلاعاتی ارتباطات میان فرهنگی سبب می‌شود که کاربران در فرایند تعامل به آزادی زیادی در تولید و بازتولید محتوا و فرم‌های اطلاعاتی دست یابند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۳۲۷).

## ب) دیجیتالی بودن

«دیجیتال» سیستمی مبتنی بر محاسبات و فرم‌های دودویی است، برخلاف آنالوگ که با تبدیل الکترونیکی سیگنال‌ها سروکار دارد. با دیجیتال‌سازی، تصاویر، اصوات و داده‌ها به وسیله سیستم‌های دوتایی که فضای بسیار کمتری را اشغال می‌نمایند، منتقل می‌شوند. با

فناوری دیجیتال، پیام‌های درگرددش افزایش می‌یابد و عرضه داده‌های رسانه‌ای بسیار وسیع‌تر از قبل می‌شود. دیجیتال بودن به‌عنوان ذاتی و بخش جدایی‌ناپذیر ماهیت رسانه‌های جدید پذیرفته شده است (مصدری و حسینی، ۱۳۹۷: ۲۱۳). وسایل ارتباطی دیجیتال لوازمی هوشمند هستند که فرایند ارتباطات را بدون نیاز به دخالت مستمر انسان، به‌طور عمده‌ای گسترش داده‌اند.

### ج) مجازی بودن

از دیگر ویژگی‌های رسانه‌های نوین مجازی بودن است. واقعیت مجازی به‌عنوان یک مقصد تکنولوژیک در محیط دیجیتال در نظر گرفته می‌شود و این یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد برای رسانه دیجیتال یا رسانه عصر دوم در کنار پهنای باند وسیع است (هلمز، ۲۰۰۵: ۴۵). انسان‌ها می‌توانند با اتصال به حقیقت مجازی از محدودیت‌های کالبد خویش فراتر روند، چراکه آن‌ها را قادر می‌سازد تا احساسات فیزیکی خود را با دیگران قسمت کنند و از محدودیت‌های تجسم فیزیکی بگریزند، بدون آنکه در تناقض با آن، حس فیزیکی خود را از دست بدهند. در حال حاضر به‌واسطه رسانه‌های نوین، بعد «زمان» و «مکان» به‌طرز چشم‌گیری حذف شده و در یک لحظه واحد می‌توان در همه جا حضور داشت (مصدری؛ حسینی، ۱۳۹۷: ۲۱۶).

### د) همگرایی

همگرایی در رسانه‌های نوین به معنای ادغام و در هم آمیختن رسانه‌های قدیم همچون تلویزیون، رادیو و نشریات چاپی با رسانه‌های جدید دیجیتالی است. دیجیتالی شدن منجر به تداخل قالب‌های مختلف رسانه‌ای و ارائه بسترهای مشترک شده است؛ مانند تلویزیون اینترنتی، روزنامه آنلاین، تلفن همراه هوشمند، بازی‌های رایانه‌ای و یا نرم‌افزارهای مکاتبه آنلاین مانند تلگرام و مشابه آن. محتوا در جریان این همگرایی در میان

مرزهای رسانه‌ای سیر می‌کند و اینترنت رسانه‌های مختلف را یک کاسه کرده است (روشندل اربطانی؛ کوهی، ۱۳۹۱: ۱۴۷). همگرایی رسانه‌ها و جهانی شدن، حداقل شش تجربه جدید برای بشر به همراه دارد: تجربه‌های متنی جدید، راه‌های جدید بازنمایی جهان، رابطه‌های جدید میان کاربران و تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید، مفاهیم جدید از رابطه بیولوژیکی بدن با رسانه‌های تکنولوژیکی و الگوهای جدید سازماندهی و تولید (چن؛ ۲۰۱۲: ۶).

### وساطت معنا؛ رویکرد نظری در مطالعه رسانه‌های نوین و دین

اصطلاح «وساطت» در بطن مطالعات دین و رسانه توضیح می‌دهد که فرایندهای ارتباطاتی چگونه محیط‌های اجتماعی و فرهنگی را دگرگون ساخته‌اند. در این عرصه مطالعاتی، وساطت معنا به ما کمک می‌کند تا ارتباطات را در مقام فرایندی به‌منظور خلق معنای مشترک درک کنیم. این رویکرد در آثار هوور<sup>۱</sup> بسط پیدا کرده است. به اعتقاد هوور رسانه‌ها منبعی ارزشمند برای معناسازی در اختیار مردم قرار می‌دهند. بدین ترتیب افراد قادرند تا باورها و آرمان‌های دینی خود را در جامعه کنونی توضیح داده و بازنمایی کنند. هوور با رویکردی فرهنگی به مطالعه دین و رسانه می‌پردازد و این رویکرد را در بررسی گونه‌های نوین ارتباطات دیجیتال نیز به کار می‌گیرد. هوور در کتاب دین در عصر رسانه و در بحث کلی «از رسانه تا معنا» به نظریاتی پیرامون رسانه، دین و فرهنگ می‌پردازد و نگاهی گذرا به رسانه‌های دیجیتال دارد (هوور، ۲۰۰۶: ۲۶). این رویکرد در پی معانی اجتماعی است که رسانه‌ها برای مردم در بردارند و به سمت دریافت ارتباطات توجه نشان می‌دهد: «رسانه‌ها و پیام‌های متنوعی که در فضای خصوصی در دسترس افراد هستند، چگونه دریافت و فهم شده و در دیگر حوزه‌های زندگی اجتماعی و فرهنگی به کار می‌روند؟» (هوور، ۲۰۰۶: ۳۶)

رسانه‌های دیجیتال شخصی نیز در فرایندهای معناسازی زندگی روزمره در سطحی گسترده در دسترس مردم قرار دارند. تلفن همراه و ابزارهای ارتباطی کوچک‌مقیاس، منابع رسانه‌ای مورد استفاده مردم را بسط داده‌اند؛ منابعی که مردم در تعامل اجتماع و فرایند معناسازی در زندگی روزمره مورد استفاده قرار می‌دهند. در این رویکرد، رسانه‌ها از نهاد، متن یا اشیای تکنولوژیک فراتر رفته و در مقام «کنش» ظاهر می‌شوند. رسانه‌های دیجیتال نوین نیز ممکن است کنش‌های ما را شکل دهند. با این حال این رویکرد تمرکز خود را از رسانه‌ها به وساطت‌ها معطوف می‌کند. در این میان بستر فرهنگی یکی از عوامل مهم و تعیین‌کننده به شمار می‌آید. وساطت معنا در بطن ماتریسی از ارتباطات، فرهنگ و هژمونی رخ می‌دهد. شرایط این کنش‌های میانجی‌گرانه (وساطتی) در فرهنگ‌های دینی بسیار پیچیده است، به‌گونه‌ای که ماهیت دین و معنویت اساساً تغییر می‌یابد. با این وجود این کنش‌ها را باید جزو فرایندهای رسانه‌ای کردن به شمار آورد تا وساطت (هور، ۲۰۰۹: ۴۵). بنابراین رویکرد وساطت معنا رسانه‌ها را منبعی مهم معرفی می‌کند که افراد را قادر می‌سازد تا باورها و ارزش‌های خود را در بطن یک فرهنگ ابراز داشته و پیرامون آن‌ها نقد و نظر کنند (خانیک، یزدیان، ۱۴۰۰: ۱۹ و ۲۰).

## ۲. صلح

واژه «صلح» در معنای لغوی به معنای آشتی، دوستی، سازش و... به کار می‌رود. در فرهنگ سیاسی «صلح» به معنای حالت آرامش در روابط عادی با کشورهای دیگر و فقدان جنگ و نیز فقدان نظام تهدید است. همزیستی مسالمت‌آمیز در روابط میان کشورها با نظام‌های مختلف به معنای رعایت اصول حق حاکمیت، برابری حقوق، مصونیت، تمامیت ارضی هر کشور کوچک یا بزرگ، عدم مداخله در امور داخلی سایر کشورها و فیصله دادن به مسائل بین‌المللی است (گالتونگ، ۱۹۹۶: ۳۲ به نقل از: صالحی، ۱۳۹۴: ۱۰۷).

### ۳. صلح‌پروری

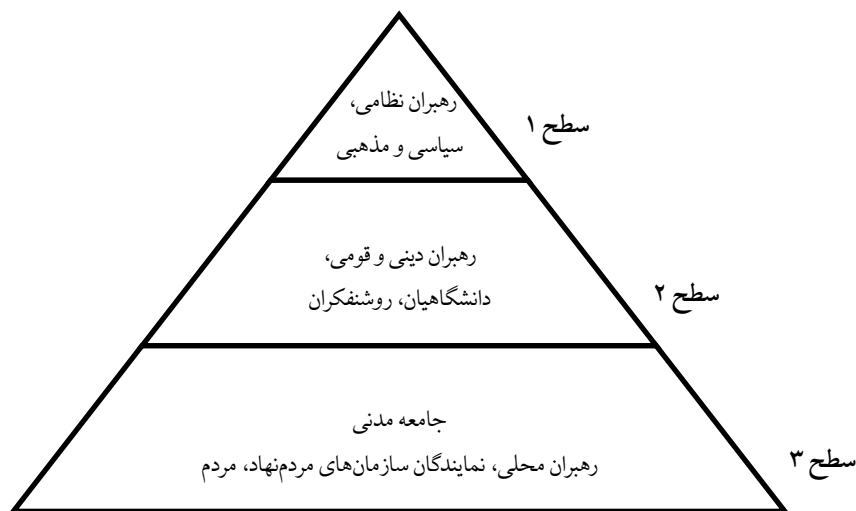
«صلح‌پروری» به معنای ترویج، حمایت و ایجاد شرایطی است که به ایجاد و حفظ صلح کمک می‌کند. این مفهوم شامل فعالیت‌ها و اقداماتی است که به کاهش تنش‌ها، پیشگیری از درگیری‌ها و ارتقای همزیستی مسالمت‌آمیز بین افراد و گروه‌ها کمک می‌کند. تقویت دانش و آگاهی در مورد صلح، حقوق بشر، عدالت اجتماعی و تنوع فرهنگی، گفتگوهای سازنده و مفاهمه برای حل اختلافات، ایجاد فرصت‌های برابر و کاهش نابرابری‌ها به منظور کاهش زمینه‌های ایجاد تضاد، ترویج فرهنگ صلح از طریق هنر، ورزش و فعالیت‌های اجتماعی و نیز ایجاد فضایی برای مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌هایی که بر زندگی آن‌ها تأثیر می‌گذارد، از عواملی است که در ایجاد و حفظ شرایط صلح مؤثر هستند (لدرخ، ۱۹۹۷)

#### رویکرد تحول‌منزعه؛ هرم صلح‌سازی لدرچ

به منظور شفافیت مسیر مطالعه و پژوهش در پیوستگی رسانه‌های نوین و صلح و صلح‌پروری، رویکرد تحول‌منزعه در مدیریت منازعات «لدرچ» را برگزیده و جایگاه رسانه‌های نوین را در آن بررسی می‌کنیم.

«تحول‌منزعه»، به‌عنوان یکی از جدیدترین رویکردها در مدیریت منازعات، بر این مبنا استوار است که صلح پایدار بیش از همه نیازمند سازش میان منافع و مواضع است. این رویکرد یک فرآیند بلندمدت است که هدف نهایی آن عدالت اجتماعی است (ریچموند، ۲۰۱۳: ۳۹۰). این رویکرد بر توانمندسازی و مشارکت مقامات، افراد فعال در حوزه مدنی و سازمان‌ها تأکید می‌کند. لدرچ در رویکرد مدیریت منازعات (هرم صلح‌سازی) مشارکت فعالانه تمام افراد جامعه را در سه سطح در نظر می‌گیرد. در سطح بالا رهبران و نمایندگان سیاسی قرار دارند که سطح بالایی مذاکرات را در میان بالاترین سطوح رهبری برعهده دارند.

سطح میانی شامل رهبران دینی و قومی، دانشگاهیان و غیره است که در حل مسئله و حل مناقشه نقش دارند. پایین‌ترین سطح، سطح جامعه مدنی است که شامل رهبران محلی، نمایندگان سازمان‌های مردم‌نهاد و افراد تأثیرگذار در اجتماع است. این افراد در آموزش‌های مدنی، ترویج رواداری و تسامح و از میان برداشتن تبعیض نقش دارند (نورمحمدی، ۱۳۹۶: ۶۷ و ۶۸). همان‌طور که در این هرم مشاهده می‌شود، «دین» در هر سه سطح نقش پررنگی دارد. در دو سطح اول رهبران مذهبی و دینی، و در سطح سوم مردم با مقوله دین مرتبط هستند و گرایش‌های دینی (به‌عنوان سامانه فرهنگی) در هر سه سطح روی حل منازعه و صلح می‌تواند تأثیرگذار باشد.



شکل ۱: هرم صلح‌سازی لدرچ (Lederach ۱۹۹۷:۳۹)

### تعریف دین

بررسی اصطلاح «دین» در بافت الهیاتی یا بافت علمی معنای آن را تغییر می‌دهد. عالمان دینی فعالیت خود را بر مبنای الوهیتی مفروض به پیش می‌برند، اما جامعه علمی با همان رویکردی که با موضوعاتی چون ارتباطات سیاسی و یا نظام اخلاقی رسانه‌ها برخورد

می‌کند، درباره موضوع دین و رسانه نیز بحث می‌کند. در واقع جامعه علمی به دنبال حمایت از معنویت یا یک جهان‌بینی خاص نیست (خانیکی؛ یزدیان، ۱۴۰۰: ۹).

در ادبیات علوم انسانی «دین» همواره یک مفهوم پرچالش بوده و هر یک از اندیشمندان این عرصه از منظری به تعریف دین پرداخته‌اند. در ارائه تعاریف موجود از دین می‌توان دسته‌بندی‌های مختلفی را مدنظر قرار داد. از جمله تعاریف اندیشمندان مسلمان و غیرمسلمان، اندیشمندان خدا‌باور و غیرخدا‌باور، دین از منظر جامعه‌شناسی و روان‌شناسی و غیره. در اینجا به برخی از دیدگاه‌ها و نظرات موجود درباره دین در میان اندیشمندان اشاره می‌کنیم:

به اعتقاد دورکیم<sup>۱</sup> دین دستگاهی از باورها و آداب است که با مقدسات پیونددهنده گروه‌های اجتماعی ارتباط دارند. برخی از اندیشمندان نظیر جیمز فریزر<sup>۲</sup> با رویکردی شهودی به تعریف دین پرداخته‌اند. به اعتقاد فریزر دین عبارت است از ایمان به قوای مافوق بشری (همان: ۱۰). از منظر روان‌شناسی نیز می‌توان دین را تعریف کرد: تأکید بر امور فردی، منافع شخصی و جنبه‌های اخلاقی بیش از سایر امور است. همچنین کانت<sup>۳</sup> بر جنبه اخلاقی دین تأکید دارد و می‌نویسند: «دین عبارت است از تشخیص همه تکالیف و وظایف آدمی به‌عنوان دستورات الهی» اما هیوم<sup>۴</sup> دین را یک فعالیت فکری، احساس و یک عمل ارادی معرفی می‌کند و معتقد است دین جنبه‌ای از تجربیات و از جمله افکار، احساسات و فعالیت‌های فرد است که به آن وسیله کوشش می‌کند تا در رابطه با آنچه الهی می‌پندارد، زندگی کند (هیوم، ۱۳۸۶: ۲۵ و ۲۶). آیت‌الله جوادی آملی دین را این‌گونه تعریف می‌کند: «مراد از دین، مکتبی است که از مجموعه عقاید، اخلاق و قوانین و مقررات اجرایی تشکیل شده است و هدف آن راهنمایی انسان برای سعادت‌مندی است.

۱ Durkheim

۲ James Fraser

۳ Kant

۴ Hume

دین به این معنا دو قسم است: دین بشری و دین الهی. دین بشری مجموعه عقاید، اخلاق و مقرراتی است که بشر با فکر خود تدوین نموده است، و دین الهی مجموعه‌ای از عقاید، اخلاق و قوانینی است که خداوند برای هدایت بشر فرفرستاده است» (جوادی آملی، ۱۳۹۷: ۲۶-۲۴).

### الگوی گیرتز: دین به مثابه یک سامانه فرهنگی

کلیفورد گیرتز<sup>۱</sup> انسان‌شناس آمریکایی، تعریفی از فرهنگ ارائه می‌کند و می‌گوید: فرهنگ «سامانه‌ای از مفاهیم به‌ارث‌رسیده است که در اشکال نمادین بیان می‌شود و انسان‌ها از طریق آن دانش خود درباره زندگی و نگرش نسبت به آن را با یکدیگر در ارتباط قرار می‌دهند، تداوم می‌بخشند و گسترش می‌دهند.» گیرتز اهمیت «معنا» را در فهم فرهنگ بشری توضیح می‌دهد و باور دارد که حمل معنا بر زندگی، غایت اصلی و شرایط اولیه مربوط به وجود انسانی است. گیرتز چنین مفهوم‌پردازی تفسیری از «فرهنگ» و «پیوندهای آن را با ایده معنا» به شکل مبنایی در نظر گرفته است که بر اساس آن نظریه خود درباره «دین به مثابه یک سامانه فرهنگی» را تدوین نماید (اکبری؛ حسن‌زاده، ۱۳۹۹: ۳۹). ضمن اینکه باید بر این امر تأکید کنیم که تعاریف به‌خودی‌خود کارکردی ندارند، بلکه تمام نقش آن‌ها جهت‌دهی به خط تحقیق و مطالعه علمی است، وی «دین» را چنین تعریف می‌کند: «(۱) سامانه‌ای از نمادها است که به نحوی کنش می‌نماید که (۲) سبب ایجاد خلق و خواهایی قدرتمند، فراگیر و پایدار در انسان‌ها می‌شود، از طریق (۳) شکل دادن به مفاهیم و برداشت‌هایی نسبت به یک نظم کلی در عالم وجود و (۴) پوشاندن این مفاهیم در چنان هاله‌ای از واقعی‌بودگی که (۵) آن خلق و خو و انگیزه‌ها به طرز منحصربه‌فرد واقعی به نظر می‌رسند (گیرتز؛ ۱۹۶۶: ۴-۵).

مقاله پیش‌رو قصد ندارد بر هر پنج عنصر مهم در تعریف عملکردی گیرتز از دین

<sup>۱</sup> Clifford Geertz

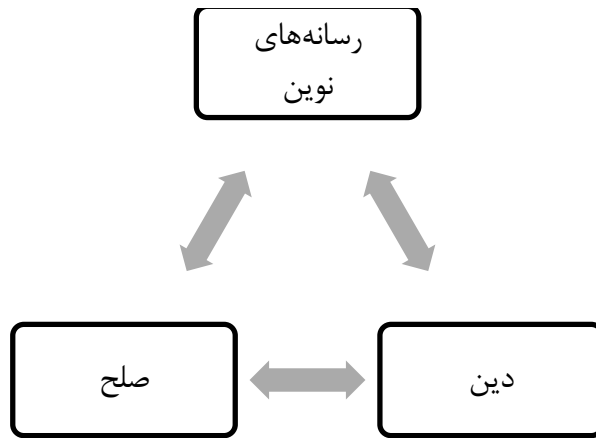
<sup>۲</sup> Geertz

متمرکز شود و آن‌ها را به روش‌های کاملاً نظری بررسی کند، اما به نظر می‌رسد گیرتز بین مفاهیم نمادین معنا در دین با خلق و خواها و انگیزه‌هایی که آن‌ها در انسان‌ها ایجاد می‌کنند، و همچنین کنش اجتماعی که آن‌ها به وجود می‌آورند، پیوندی ترسیم می‌سازد که همگی می‌تواند فهم ما را از ارتباط پویایی فرهنگی دین و صلح و رسانه‌های نوین در تحقیق حاضر تسهیل نماید.

رویکرد فرهنگی-تفسیری گیرتز به‌ویژه در موضوع پژوهش حاضر درباره پویایی بین دین و صلح بسیار قابل توجه است، زیرا با کنش انسان سروکار دارد و زندگی اجتماعی را سازمان‌یافته بر مبنای نمادهایی می‌بیند که باید معنای آن‌ها را دریابیم، اگر قصد داریم سازمان آن را فهم و اصول آن را تدوین نماییم. برای تحقق این وظیفه گیرتز به معانی نهادها، کنش‌ها، تصاویر، گفته‌ها، رویدادها و آداب و رسوم در نزد کسانی می‌پردازد که خود به آن نهادها، کنش‌ها، آداب و رسوم و غیره متعلق و وابسته هستند. بر این اساس، وقتی صحبت از درک پویایی فرهنگی در ارتباط بین دین و صلح در جامعه بشری به میان می‌آید، تفسیر بازیگران بومی یا باایمان باید تفسیر شود. بنابراین پروژه حاضر بیشتر از سنت گیرتزی الهام می‌گیرد که فرهنگ را متشکل از آن «شبکه‌های معنا» می‌داند که انسان‌ها خود تنیده‌اند و تأکید می‌کند که تحلیل فرهنگی «نه یک علم تجربی در جست‌وجوی قانون، بلکه یک تفسیر در جست‌وجوی معنا است (اکبری؛ حسن‌زاده، ۱۳۹۹: ۴۴ و ۴۵).

## یافته‌ها

بر اساس چارچوب مفهومی پژوهش و مثلث‌سازی نظری صورت‌گرفته بین سه مفهوم پژوهش (رسانه‌های نوین، دین و صلح) و سه نظریه مرتبط با آنان، یعنی وساطت معنا، الگوی فرهنگی گیرتز و مشارکت در حل منازعه لدرچ، می‌توانیم ارتباط بین این سه مفهوم را تحلیل کرده و به‌طور خاص دین و صلح‌پروری را در تعامل با رسانه‌های نوین مورد توجه قرار دهیم.



شکل ۲: رابطه سه مفهوم دین، صلح و رسانه‌های نوین

در مورد چگونگی ارتباط دین و صلح به نظر می‌رسد که دست‌کم دو راه برای برقراری این پیوند وجود دارد: یکی نگاه کارکردی، و دیگری نگاه عملکردی. در نگاه کارکردی می‌توان بر کارکرد بالقوه‌ای که دین برای ایجاد صلح و عدم خشونت در جوامع بشری دارد، متمرکز شد. در نگاه عملکردی، پرداختن به عملکردها و فرآیندهایی که از طریق آن دین به منزله یک پدیده اجتماعی نوعی از روابط انسانی را ایجاد می‌کند که صلح‌آمیز و دور از خشونت است یا می‌تواند باشد، مورد توجه است. اولی آماده است تا هرگونه پشتیبانی لازم و اقدام راهبردی را برای استخراج صلح از دین در هر نقطه از خط‌مشی و سیاست جهانی و محلی انجام دهد، در حالی که دومی متمرکز بر تفسیر هر آن چیزی است که دین را به صلح پیوند می‌دهد؛ در هر کجای جامعه که باشد، و از هر راهی که این پیوند ظهور و بروز نماید (اکبری؛ حسن‌زاده، ۱۳۹۹: ۳۳).

آن‌گونه که در ادبیات پژوهشی موجود ملاحظه می‌شود، به نظر می‌رسد محققان و فعالان تاکنون بیشتر نسبت به نوع اول از رویکردها بین دین و صلح تمایل داشته‌اند. این نگاه‌های کارکردگرا به الگوها، فنون، یا روندهایی می‌پردازند که ادیان برای ایجاد صلح فراهم می‌آورند. همچنین خصیصه‌های شخصیتی، قریحه‌های فرهنگی، خلاقیت و تخیل اخلاقی را مورد توجه قرار می‌دهند که فعالان دینی در زمینه‌های صلح‌پروری از آن برخوردارند و بهره

می‌برند؛ و در پی بازیابی یک دین «خیر» مسالمت‌جو و صلح‌آمیز هستند که باید احیاء گردد و جایگزین دین «شر» یا «انحرافی» و خشونت‌بار شود.

پژوهش حاضر با پرداختن به پویایی فرهنگی دین و صلح‌پروری از دریچه رسانه‌های نوین، دین را به مثابه یک سامانه فرهنگی در نظر گرفته است و به عنصر «دین» (فارغ از نام و نشان و منشأ آن و نگاه ایدئولوژیک) به مثابه یک سامانه آکنده از معانی و کنش‌ها در فرهنگ بشری توجه کرده است. در این صورت دین دیگر به معنای خرافه‌پرستی، موهوم‌پرستی و جهل نیست، بلکه با دلایل مهمی نظیر نیاز جدی انسان به معنا در زندگی توجیه می‌گردد (قنبرلو، ۱۳۹۵: ۳۷). در اینجا نقش رسانه‌های نوین با توجه به رویکرد وساطت معنا آشکار می‌شود و از این مسیر، رسانه‌های نوین با صلح پیوند برقرار می‌کنند.

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، وساطت معنا به ما کمک می‌کند تا رسانه‌های نوین را در بستر فرایند خلق معنای مشترک درک کنیم. از این منظر، رسانه‌های نوین منبعی ارزشمند برای معناسازی در اختیار دین قرار می‌دهند و افراد قادرند تا باورها و آرمان‌های دینی خود را در جامعه کنونی توضیح داده و بازنمایی کنند. با در نظر گرفتن هرم صلح‌سازی لدرچ، این نقش رسانه‌های نوین و این نوع ارتباط آن با دین، در هر سه سطح هرم صلح‌سازی قابل‌ردیابی است. در رأس این هرم، رسانه‌های نوین می‌توانند در جایگاه دیده‌بان یا ناظر، نقش مساعدت‌کننده داشته باشند و با خلق معنای مشترک بین مذاکره‌کنندگان و نیز شفافیت فرآیند مذاکره در این سطح نقش‌آفرینی کنند. همچنین رسانه‌های نوین افراد دو سطح پایین‌تر را نسبت به تطابق مذاکرات با نیازهای خودآگاه می‌کند. لدرچ این فرایند را کارویژه مراقبتی ارتباطات می‌داند که رسانه‌ها می‌بایست اطلاعاتی را که جامعه لازم است درباره آن‌ها بدانند و نسبت به آن واکنش نشان دهد، جمع‌آوری کنند.

رهبران سطح میانی که به‌عنوان رهبران افکار عمومی نیز شناخته می‌شوند، مخاطبان آگاه و مطلع هستند که فعالانه از رسانه‌ها بهره می‌گیرند و در عین حال نقش مشارکت‌کننده در رسانه‌ها را نیز ایفا می‌کنند. این افراد روزنامه‌نگاران، فعالان سیاسی و

شخصیت‌های مردمی، افراد بانفوذ و برجسته در روزنامه‌ها، تلویزیون و رادیو هستند (لدراخ، ۱۹۹۵: ۱۹ به نقل از: نورمحمدی، ۱۳۹۶: ۶۸). رسانه‌های نوین در این سطح نقش یک سکو برای یک گفتمان صلح‌آمیز را ایفا می‌کنند. (نظریه جریان دومرحله‌ای در ارتباطات در این بخش قابل استفاده است) آن‌ها با فراهم کردن یک بستر غیرخشونت‌آمیز به رهبران سطح میانی فرصت می‌دهند که مسائل مرتبط با هر نوع منازعه و حرکت به سمت صلح را به شکل عمومی و در معرض دید عموم مردم مدیریت کنند. چنین اقدامی حل و فصل مسالمت‌آمیز منازعات را تسهیل می‌کند، زیرا هم بر رهبران بالادستی یا رأس هرم فشار می‌آورد، و هم عموم مردم را با خود همراه می‌کند. حتی در شرایطی که رهبران سطح اول و صاحبان قدرت از حرکت به سمت صلح اجتناب کرده و بر طبل جنگ می‌کوبند، رسانه‌های نوین در سطح میانی با خلق معنای مشترک و همراه کردن سطح نهایی می‌توانند بر خواست و قدرت رهبران سطح اول غلبه کرده و عموم مردم را با خود همراه کنند.

سطح مدنی بزرگ‌ترین گروهی است که معمولاً در بخش انتهایی ارتباطات جمعی قرار گرفته است. اغلب پیام‌های رسانه‌ای در فرآیند صلح و صلح‌پروری معطوف به این گروه است. این گروه مخاطبان هدف واقعی رسانه‌ها هستند (لدراخ، ۱۹۹۵: ۳۵). در این سطح دین و رسانه‌های نوین فرصت بیشتری دارند که در ترویج صلح موفق عمل کنند. دین به مثابه یک منبع فرهنگی در ابعاد مختلف فکری و کارکردی و نمادین خود، «ارزش» و «معنا» را در همبستگی با «صلح» برای افراد ایجاد می‌کند و افراد در این سطح از هرم و با پشتوانه‌ای که دین در اختیارشان قرار داده است، می‌توانند از طریق رسانه‌های نوین به گفت‌وگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد مناقشه پردازند و از این طریق افکار عمومی به‌عنوان «صدای مردم» شکل بگیرد. رسانه‌های نوین این فرصت را فراهم می‌کنند که هر یک از افراد جامعه مدنی بتوانند در مخالفت یا موافقت با یک مسئله و موضوع اجتماعی و سیاسی دست به کنش بزنند. در واقع این رسانه‌ها نقش مهمی را در گسترش و تقویت ظرفیت‌ها و

مهارت‌های افراد و تضعیف کنترل دولت‌ها بر کنش‌های اجتماعی ایفا می‌کنند (نورمحمدی؛ محمدی، ۱۳۹۲: ۱۴۶)

رسانه‌های نوین اغلب به‌عنوان ابزاری در نظر گرفته می‌شوند که از طریق آن سطوح مدنی جامعه به قدرت دست خواهند یافت. مفهوم «توانمندسازی» در بحث رسانه‌های نوین و صلح شامل فرآیندهایی می‌شود که افراد را برای انجام دادن اقدامات صلح‌طلبانه بدون نیاز به تسلط بر گروه دیگری توانمند می‌سازد. همچنین افراد به‌واسطه این رسانه‌ها و خلق معنای مشترک در کنار گروه‌های اجتماعی دیگر قدرتمند می‌شوند و در نهایت به تسهیم و اشتراک قدرت می‌رسند (منتظر قائم؛ کاسه‌گر، ۱۳۹۴: ۱۲).

در اینجا لازم است به برخی از چالش‌هایی که رسانه‌های نوین در ترویج صلح با آن مواجه هستند نیز اشاره کرد. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، شیوع اخبار جعلی و اطلاعات نادرست است که می‌تواند موجب تشدید تنش‌ها و درگیری‌ها شود. همچنین در بسیاری از کشورها، حکومت‌ها به‌طور هدفمند برخی محتواها را سانسور می‌کنند و این موضوع می‌تواند توانایی رسانه‌ها در ترویج پیام‌های صلح را محدود کند. از طرف دیگر، رسانه‌های اجتماعی معمولاً موجب ایجاد حباب‌های اطلاعاتی می‌شوند و براساس الگوریتم‌های طراحی شده افراد فقط نظرات مشابه را می‌شنوند و می‌بینند. این مسأله نیز می‌تواند فرصت گفت‌وگوهای سازنده را کاهش دهد. جلب اعتماد عمومی به رسانه‌های نوین هم یکی چالش‌های پیش‌روی ترویج و اثرگذاری پیام‌های صلح‌آمیز است. این موضوع در کنار عدم مهارت‌های رسانه‌ای بسیاری از کاربران برای عبور از اطلاعات نادرست و نقد محتوای رسانه‌ای، لزوم رویکردهای نوآورانه و همکاری‌های بین‌رشته‌ای را برای بهبود کارایی رسانه‌های نوین در ترویج صلح بیش از پیش فراهم می‌آورد.

به لحاظ نظری، آموزه صلح در رویکردهای هنجاری ریشه دارد. علم هنجاری یا رویکرد هنجارگرا، بر انتزاعات اخلاقی و ارزشی تأکید دارد و نهادها و سیاست‌ها را از این زاویه ارزیابی و داوری می‌کند. تمامی فعالیت‌های سیاسی به‌گونه‌ای با یک نظام یا مقوله ارزشی پیوند دارد و دولت‌ها و رسانه‌ها نیز از تأثیر و نفوذ این ارزش‌ها روی مردم و

اجتماعات برای تحکیم موقعیت و مشروعیت خود، بهره می‌گیرند (کاظمی، ۱۳۷۹: ۹). بر این اساس چنانچه «صلح» را به‌عنوان یک ارزش انسانی یا حتی یک مفهوم و فعالیت سیاسی در نظر بگیریم، با «دین» به‌عنوان یک نظام ارزشی و سامانه فرهنگی پیوند تنگاتنگی خواهد داشت. رسانه‌های نوین نیز نقشی بیش از یک مجرای منفعل ارتباطی در تعامل بین دین و صلح ایفا می‌کنند. رسانه‌های نوین می‌توانند با بهره‌گیری از این نظام ارزشی و سامان‌مند، زمینه‌ساز صلح باشند. این رسانه‌ها علاوه بر اینکه به‌طور مستقیم افراد محلی را نسبت به افراد ملی و بین‌المللی، یا حاشیه‌ای را در برابر نخبگان توانمند می‌سازند، می‌توانند برای بسیج کنشگران مدنی که ممکن است بر توازن قدرت در فرآیند برقراری صلح تأثیر بگذارند، موثر باشند.

در این مسئله مفروض انگاشتن وساطت معنا در رسانه‌های نوین مهم است. به این معنا که رسانه‌های نوین ممکن است به‌عنوان میانجی‌گران یا به‌عنوان واسطه یا کنشگری که معنای عناصری که حامل آن‌هاست را تغییر، اصلاح یا برهم می‌ریزد، عمل کنند. با این شرایط آشکار می‌شود که رسانه‌های نوین پتانسیل زیادی برای تمرکززدایی و بسیج و تجهیز نیروها به‌سوی صلح جوامع را دارند. رسانه‌های نوین با به‌نمایش عموم‌گذاردن و به‌تصویر کشیدن دقیق تمام کسانی که از جنگ تأثیر پذیرفته‌اند، می‌توانند حمایت و پشتیبانی عموم مردمی که محدود به یک مرز جغرافیایی خاص نیستند را برای حل و فصل مسألت‌آمیز یک منازعه به دست آورند. به عبارت ساده‌تر این رسانه‌ها می‌توانند فرآیند صلح را نه تنها با ارسال پیام به افراد، بلکه با معرفی کردن آن‌ها به مردم تسهیل کنند. در کنار این موارد بهره‌گیری از رسانه‌های جدید امکان مواجهه با منازعه به شیوه غیرمتعارف را افزایش داده است. استراتژی‌هایی از قبیل قصه‌گویی دیجیتال، تسهیل مشارکت مدنی و ایجاد شبکه در واقع مجرای جدید مشارکت برای کنشگران کنار گذاشته شده گشوده است، درحالی‌که همزمان نقش پادزهر در مقابل طرد و تبعیض به دلیل محدودیت در دسترس‌پذیری ذاتی قدرت را ایفا می‌کند. با این حال باید محدودیت‌های ذاتی رسانه‌های نوین را هم در این زمینه در نظر گرفت.

در مجموع دین می‌تواند با توجه به عناصر، فرایندها و ابعاد فرهنگی و اجتماعی مختلف خود به‌منزله یک فرهنگ منبع برای صلح‌پروری عمل کند و با رسانه‌های نوین در محیط‌های مختلف اجتماعی، طیف متنوعی از کنشگران درون‌دینی و برون‌دینی، دین‌دار و سکولار را حول محور صلح گرد هم آورد. معانی و ارزش‌های دینی در رابطه با صلح یا مناقشه در رسانه‌های نوین به اشتراک گذاشته می‌شود، مورد مناقشه و مذاکره قرار گرفته، تأیید یا رد می‌شوند. بنابراین دین به‌منزله یک پارادایم فراگیر و یک سامانه آکنده از معانی و کنش‌ها در فرهنگ بشری، از طریق رسانه‌ها می‌تواند ایده‌پردازی‌های مختلفی را برای درک صلح ایجاد کند و از طریق مفهوم «صلح» بین گروه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی در سطح بین‌المللی همگرایی و وفاق ایجاد نماید. از طرف دیگر دین به‌عنوان یک سامانه فرهنگی می‌تواند بر محدودیت‌های ذاتی رسانه و رسانه‌های نوین غلبه کند. برای مثال فیلترینگ، سانسور، کنترل دولت‌ها، نشر اخبار جعلی و شایعات، فیک‌نیوزها و نیز کاربرد گسترده هوش مصنوعی در تصویرسازی و صداسازی، تبعیض علیه کاربران و هدایت آنان بر اساس الگوریتم‌ها و ... از محدودیت‌های رسانه‌های نوین است که می‌توانند تأثیرات منفی بر دسترسی به اطلاعات صحیح به‌منظور ترویج صلح داشته باشد.

دین به‌مثابه یک سامانه فرهنگی از یک‌سو می‌تواند بر آن دسته از محدودیت‌ها و مشکلاتی که ناشی از استفاده و کاربرد غلط این رسانه‌ها از سوی کاربران است و این رسانه‌ها را از هدف صلح‌پروری دور می‌سازد، غلبه کند و با فراهم کردن زمینه تعلیم و رشد کاربران (از جمله ضرورت حفظ حریم شخصی، پرهیز از تمسخر و تحقیر، دوری از تبعیض قومی و نژادی و حفظ کرامت انسانی و...) اشتباهات استفاده از این رسانه‌ها را اصلاح نماید. همچنین دین از سوی دیگر از طریق ارزش‌ها، اصول و اخلاقیاتی که به پیروان خود آموزش می‌دهد و در آن‌ها درونی می‌کند، بر محدودیت‌هایی که خاص این نوع رسانه هستند نیز غلبه می‌کند. برای مثال یکی از محدودیت‌های ذاتی رسانه‌های نوین این است که یک خبر در صورتی به‌سرعت در دسترس همگان قرار می‌گیرد که تازه، عجیب و استثنایی یا دارای خصوصیت شهرت باشد و پربازدید شود. بنابراین در بسیاری از بحران‌ها و جنگ‌ها مشاهده

می‌کنیم که در اثر گذر زمان به دلیل ازدست‌رفتن تازگی و شهرت، اخبار مرتبط با قربانیان یا بی‌گناهان درگیر در جنگ کمتر مورد بازدید و توجه قرار گرفته و به فراموشی سپرده می‌شوند. آموزه‌ها و ارزش‌های دینی در اینجا کمک می‌کنند تا هوشیاری مخاطب حفظ شده و صلح به فراموشی سپرده نشود. این مساله می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی قرار گرفته و ابعاد مختلف آن با دقت بیشتری مورد بررسی قرار گیرد.

### پیشنهادات پژوهشی

در زیر چند پیشنهاد پژوهشی برای ارتقای تحقیقات در حوزه رسانه‌های نوین، دین و صلح پروری ارائه می‌گردد:

- بررسی نقش پلتفرم‌های گفت‌وگو و راه‌اندازی پلتفرم‌های آنلاین برای تسهیل گفت‌وگوهای سازنده بین گروه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی در فرآیند صلح؛
- بررسی تأثیرات روانی رسانه‌های نوین و تحقیق درباره اینکه چگونه رسانه‌های نوین بر نگرش‌ها و احساسات اجتماعی افراد در جوامع تأثیر می‌گذارند؛
- انجام تحلیل محتوای برنامه‌ها و پلتفرم‌های رسانه‌ای برای شناسایی الگوهای صلح یا تنش و بررسی نحوه انعکاس مسائلی مانند جنگ، تنش‌های قومی و مسائل اجتماعی؛
- مطالعات میان‌فرهنگی و انجام پژوهش‌های مقایسه‌ای در زمینه استفاده از رسانه‌های نوین در جوامع مختلف و بررسی تأثیرات فرهنگی بر فراگیری پیام‌های صلح‌آمیز؛
- تحقیق در خصوص نقش نهادهای دولتی و سازمان‌های غیردولتی در مدیریت محتوا و پیام‌های رسانه‌ای به منظور تقویت صلح؛
- بررسی تأثیر تکنولوژی‌های نوظهور (مانند هوش مصنوعی و بلاک‌چین) در ایجاد و مدیریت محتوای صلح‌آمیز و مقابله با پراکندگی اطلاعات نادرست؛

- تحقیق روی الگوهای مشارکت و بررسی اینکه چگونه مشارکت فعال کاربران در رسانه‌های نوین می‌تواند بر روندهای صلح‌پروری و غلبه بر سانسورهای دولتی تأثیر بگذارد.

این پیشنهادات می‌توانند ایده‌های جدیدی برای پژوهشگران فراهم کنند و به افزایش درک ما از نقش رسانه‌های نوین در صلح‌پروری کمک کنند.

## منابع

۱. اکبری، رسول؛ حسن‌زاده، مهدی؛ کولمان، هلگا (۱۳۹۹). دین به‌مثابه یک فرهنگ منبع برای صلح: مطالعه مقایسه‌ای جوامع مسیحی و مسلمان در پادربورن و مشهد. پایان‌نامه دکتری. دانشگاه فردوسی مشهد. دانشکده الهیات و معارف اسلامی.
۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۷). انتظار بشر از دین. قم: نشر اسراء.
۳. خانیکی، هادی؛ یزدیان، امیر (۱۴۰۰). واکاوی حوزه مطالعاتی دین و رسانه‌های نوین؛ مروری بر پیشینه، مفاهیم و نظریه‌های رایج با تأکید بر رویکرد ساخت اجتماعی دینی فن‌آوری. مطالعات رسانه‌های نوین، ۷ (۲۵)، ۱-۳۶. DOI: 10.22054/nms.2021.58966.1154
۴. روشن‌دل اربطانی، طاهر؛ کوهی، احمد (۱۳۹۱). هم‌گرایی رسانه‌ای (رابطه تولید محتوای اینترنتی توسط کاربران و نحوه تماشای تلویزیون). مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۱۳ (۲۰)، ۱۴۴-۱۶۸.
۵. صالحی، حمید (۱۳۹۴). مفهوم صلح در نظریه‌های روابط بین‌المللی غربی و مطالعات صلح ایرانی-اسلامی. پژوهش‌های روابط بین‌الملل، ۱ (۱۵)، ۱۰۱-۱۳۳.
۶. قنبرلو، عبدالله (۱۳۹۵). دین و صلح بین‌المللی: با اشاره به نقش هنجارهای اسلامی در صلح بین‌المللی. اندیشه سیاسی در اسلام، ۳ (۱۰)، ۲۹-۵۳.
۷. مصدری، فاطمه؛ حسینی سروری، سید حسن (۱۳۹۷). ماهیت رسانه‌های نوین. رسانه و فرهنگ، ۸ (۲)، ۲۲۹-۲۰۵.
۸. منتظر قائم، مهدی؛ شعبان کاسه‌گر، مونا (۱۳۹۴). فضای سایبر و توانمندسازی زنان در ایران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۱ (۳)، ۴۳-۷۶. DOI:10.22054/cs.2015.4593
۹. مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
۱۰. نورمحمدی، مرتضی؛ محمدی، رقیه (۱۳۹۲). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در انقلاب مصر. تحقیقات سیاسی بین‌المللی، ۵ (۱۴)، ۱۳۹-۱۶۲.
۱۱. نورمحمدی، مرتضی (۱۳۹۶). نقش رسانه‌های نوین در حل و فصل منازعات بین‌المللی. مطالعات رسانه‌های نوین، ۳ (۱۱)، ۶۲-۹۴. DOI:10.22054/cs.2017.21868.۲۱۶
۱۲. هیوم، رابرت (۱۳۸۶). ادیان زنده جهان. ترجمه عبدالرحیم گواهی. تهران: نشر علم.
۱۳. Chen, G. M. (2012). The impact of new media on intercultural communication in global context.
۱۴. Galtung, J.(1996). Peace by peaceful means: peace and conflict, development and civilization. Sage Publications.

۱۵. Geertz, Clifford. (1966). Religion as a cultural system. In *Anthropological Approaches to the Study of Religion*. Edited by Michael Banton. London: Tavistock Publications, pp. 1-46.
۱۶. Holmes, D. (2005). *Communication theory: Media, technology and society*
۱۷. Hoover, S.M. (2006). *Religion In the Media Age*, Oxon: Routledge.
۱۸. Hoover, S.M. (2009). "Complexities: the case of religious cultures," in K. Lundby (ed.) *Mediatization: Concept, Change, Consequences*, 123-38, New York
۱۹. Lederach, J.P. (1995). *Preparing for peace: Conflict transformation across cultures*. Syracuse: Syracuse University Press.
۲۰. Lederach, J. P. (1997). *Sustainable reconciliation in divided societies*. Washington, DC: USIP.
۲۱. Olsen, N. V., & Christensen, K. (2015). Social media, new digital technologies and their potential application in sensory and consumer research. *Current Opinion in Food Science*, 3, pp 23-26. DOI:10.1016/j.cofs.2014.11.006
۲۲. Richmond OP (2013). Failed statebuilding versus peace formation. *Cooperation and Conflict* 48(3): 378–400. DOI:10.1177/0010836713482816
۲۳. Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). *Mass media research*. Cengage learning.

## Religion and Peace Promotion in New Media

Maryam Vatan-Khah\*

### Abstract

**Objective:** The aim of this research is to understand how new media can intertwine the multifaceted dimensions and processes of religion and peace within (global) society in the current era. Additionally, it explores how religion can utilize new media to promote peace globally and converge various social and cultural groups.

**Research Methodology:** This article employs existing theoretical and research capacities in religious studies and communication/media studies, utilizing a library-based method and an analytical approach. It seeks to answer research questions through a conceptual triangulation of three theories: "Meaning Mediation," "Geertz's Model; Religion as a Cultural System," and "Lederach's Peacebuilding Pyramid."

**Findings:** New media can alter the meanings of concepts and, by enhancing knowledge and awareness, create platforms for constructive dialogues, mobilize civil actors, and showcase war victims to garner public support for conflict resolution. Religion, as a cultural resource, can also collaborate with new media to unite religious and secular actors around the theme of peace, overcoming media limitations such as filtering and the dissemination of fake news.

**Keywords:** Religion, Peace, New Media, Culture, Peace Promotion

---

\* PhD student in Media Studies (Radio and Television), Faculty of Production, University of Broadcasting, Tehran, Iran; vatankhah@yahoo.com.