



Representation of Ritual Communications in Cyberspace: A Case Study of Arbaeen Hosseini's Walk on the BBC Persian Website

Ghodsai Bayat^{*1}, Marziyeh Ghasemi²

Received: Feb. 16, 2020; Accepted: May. 13, 2020

Abstract

National-religious events attract media attention but different media views events differently in ideological frameworks which facilitate the failure or success of public diplomacy efforts all around the world. In this regard, Persian-language foreign media, including the BBC Persian, is among the sources of meaning and conceptualization of national-religious events such as Chaharshanbeh-suri for audiences inside Iran. In recent years, one of the most important events happening yearly with a large crowd of people is the Arbaeen Hosseini procession. According to Rodenbühler's approach to the concept of ritual, Arbaeen ritual is performed voluntarily, non-instrumental and seriously. This paper, considering the history and the extent of the BBC in professional news activity, analyzes the way of Arbaeen event representation on the BBC website using thematic analysis method. The findings indicate that the Arbaeen pilgrims' walking ritual has been strongly represented as a political and ideological movement under the seven main themes (documentary narration, separatism and Shia, crisis of disorder and inability of Iran and Iraq's governments, Arbaeen downsizing, analysis of the eight-year Iraq-Iran war, allegedly imposed insecurity by Isil and the political Maneuver of the Iranian government). The representation of the relations between the actors in this ritual ceremony not only has nothing to do with Rothenbuhler's view but also shows the negative image making of this religious event as a continuation of the Shia phobia in the western media and especially as a new manifestation of Iranophobia.

Keywords: Arbaeen rituals, BBC News Agency, ideological frames, Mediatization, rituals

1. Assistant Professor of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Correspondent Author)

✉ bayatghodsi@atu.ac.ir

2. MA in Media Management, IRIB University, Tehran, Iran

✉ marziyehghasemi6@gmail.com



INTRODUCTION

One of the most important forms of the media functions, both traditional and modern, is their positive and negative impact on the production, distribution and exercise of political power, mostly shaped by the information- feeding practice to the public opinion. For this reason, the role of mass media in reflecting external realities or presenting formulations of reality from which interpretations in the fields of politics, culture, nature, etc. are crystallized has long been considered by researchers in the fields of social sciences and communications. But the rapid and increasing developments in the field of communication and information, especially the emergence of the Internet which has extraordinary and unprecedented capacities and facilities to meet the news needs of users, compared to traditional news sources, creating a different platform for the performance and impact of the media has created a new wave of media competition in the world media ecosystem and given new life to media research. This ability is due to features such as interactivity, synchronous communication, pervasiveness and decentralization of the Internet in general, and the emergence of reputable news sites in particular, which distinguishes it from traditional mass media such as the press, radio and television and enable the process of guiding and controlling public opinion by presenting and developing alternative narratives of events. As in the last decade, prominent international news networks such as "B. B. C", "N.B.C", "VOA" and the like, along with radio and television stations, have become the source of rival discourses in the Middle East and Iran in particular by establishing news websites while expanding the range of choice, developing the knowledge and awareness of the audience. Also, the conceptualization and semantics of the events in this region, especially from the BBC Persian channel to issues related to Iran, in the struggle of political and social developments have caused the prevalence of using the media narratives of the mentioned source and the interpretations derived from it not only among the general audience, but sometimes also among the Iranian news and media community. Another important issue is religion and "media semantics" and its relationship with national-religious rituals reflected in the media. On the one hand, the ritual approach to the subject of communication in its various forms, including news, is very important, and on the other hand; It is said that religion and communication are two concepts that are related and close to each other and have many commonalities, so it can be expressed that "religion is a kind of communication" and communication is a kind of religion. (Mir Abedini, 2009, 29)

PURPOSE

According to important news and ritual approach and the need to identify the structure and manner of news information in the world's leading media, including the BBC Persian website, the purpose of this article is to understand the

interpretations of a religious ritual with respect to its dominant communication aspects. It can be designed and expanded: How has the general meaning of the BBC Persian news agency of the Arbaeen ritual been done for the audience? What is the narrative of this relationship between different host and guest actors (especially Iranians) in this ritual? And finally, what does this semantics have to do with the characteristics of religion from Rothenbuhler's point of view?

METHODOLOGY

The present study has an "exploratory" nature with the aim of discovering and describing a media outlet of the Arbaeen Hosseini march. In such a research with an interpretive approach, the most important goal of social research is to clarify how human beings establish their "social truth" (Sterberg, 2005, 16). This paper has been done by thematic analysis method. Content analysis is one of the basic methods of qualitative analysis based on repetitive (rotational) logic. In this method, an attempt is made to achieve categories that answer the research questions based on the ideas, thoughts and repetitive experiences that appear in the text and social field under study. In this research, the dominant axes in the news of the BBC Persian website regarding the mentioned subject are analyzed. Content analysis is a way to "identify, analyze, and articulate patterns" (themes) within data. This method at least "organizes" the data itself and "describes" its details. But this method can "interpret and explain" beyond these different dimensions of the research subject (Brown and Clark, 2006, 76). To understand the content, the researcher first needs to get to the point of what to look for in the data. At the end of the file, a short description is written for each topic. The text is then revisited to identify "topics" that the researcher may not have noticed, and to "read" the descriptions of the topics. The last section "explains" the main themes that emerge from the analysis. This explanation comes with selected "quotes" to help better understand the reason for the "content". (Abedi et al., 2011).

RESULT AND DISCUSSION

The findings of the present study show the media representation and meaning of the BBC news agency of the religious event of the Arbaeen March in the form of 7 axes (comprehensive theme) including Documentary narration, divisiveness, fear of the Shiites, crisis of disorder and incompetence of the Iranian and Iraqi governments, downsizing of the Arbaeen, analysis of the eight-year Iraq-Iran war, insecurity of Isel imposed insecurity and the political maneuver of the Iranian regime have taken place.

As stated in theoretical discussions, rituals are defined as behaviors that are made by cultures in a society and affect it, and therefore include values and patterns. Thus, rituals also serve as a platform for communication and production of meaning in the ideology of media owners. Therefore, illustration and



Iranian Cultural Research

Abstract



conceptualization of rituals based on language directly and indirectly continues by using, distorting or deleting words and images in order to strengthen and maintain the relations of hidden and unknown power in the selection and compilation of various media genres, including "news".

According to Hall, at that time, the knowledge of the Arbaeen religion was thus constructed and repeated. Through the analysis of news texts, the efforts and performance of the BBC Persian in terms of involving the audience with the policies and guidelines of this news agency, not only was not neutral and impartial according to the claims of this news agency, but it is completely in line with the theory of voluntary representation. Hall is based on the voluntary reflection of reality. The intentional representation of the BBC Persian is understandable in the form of a continuum. A sequence that takes the audience step by step from the historical and documentary description of this event to the explanation of its totality in the form of the political movement of the Iranian government and the political use of this religion by the government. Also, the results of the present study on how to use news texts and the introduction of Arbaeen show that despite the harmony of these rituals with the characteristics of the ritual from Rothenbuhler's point of view (containing rich, voluntary and collective communication, being irrational and non-entertaining) The Arbaeen ceremony has been carried out by the BBC as a whole as a political-ideological movement, which shows the obvious concern of this part of the news about the widespread presence of Iranians and, consequently, the possibility of showing regional and global power to the Iranian government. This means that in the representation of Arbaeen, especially with the axis of "severe insecurity", Islamic rituals and rituals are described in relation to military and security threats and challenges for the region and the West. In addition, the analysis of news texts indicates that a positive narrative of the relationship between the actors present at the event has not been presented. Drawing an erratic, evil and belligerent face of the participants of the Arbaeen rituals as activists who do not agree with each other, using the name of the map, the flag and the people of Iran, gives an unpleasant and unpleasant image of this ritual, if The popular, participatory, voluntary dimensions of this ritual as well as its advantages such as holding with the self-management of the people, human unity and solidarity, Shia and Sunni unity and empathy of the Iranian and Iraqi governments in the implementation of this multimillion-dollar event have been neglected or sometimes protested. The negative conception of this religious event is not generally unrelated to the current of Shia phobia in the Western media and especially a new manifestation of Iranophobia.

CONCLUSION

It seems that appropriate news policy should be adopted in the country, far from extremism and extravagance, in order to mediate the national religious rites, especially Arbaeen Hosseini, which is not only focused on the format of the news and in different genres, spontaneous dimensions. And the people and the consequences of this community and the unity of Shiites and Sunnis, the empathy of the two neighboring governments of Iran and Iraq will be narrated under this multi-million ceremony. In addition, the above-mentioned appropriate policy should be made in order to provide news, documents and case reports, especially by involving citizen journalists and using the content produced by pilgrim users.

NOVELTY

One of the novel and new angles that has been considered in this article is the research view of rituals as a means of producing meaning in line with the ideology of media owners and consolidating and maintaining relations of hidden and unknown power by using, distorting or deleting words and the images in the selection and editing of the "news". Thematic analysis of media representation and semantics of a media agent (BBC) regarding a religious rite with the aim of clarifying media policy interventions in guiding public opinion is another new aspect of this research.



Iranian Cultural Research

Abstract



BIBLIOGRAPHY

- Abedi Jafari, H., Taslimi, M. S., Fghihi, A., & Sheikhzadeh, M. (2011). Thematic analysis and networks of themes. *Sterategic Management Thought*, 5(2), 151-198.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. doi:10.1191/1478088706qp063oa
- Broad, G.M. (2013). Ritual Communication and Use Value: South Central Farm and the Political Economy of Place. *Communication, Culture & Critique*, 5(1), 20-40. doi: 10.1111/cccr.12003
- Brüggemann, M., & Wessler, H. (2014). Transnational communication as Deliberation, ritual, and strategy. *Communication Theory*, 24, 394-414. doi: 10.5167/uzh-104580.
- Feuchtwang, S. (2007). On religious ritual as deference and communicative excess. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 13(1), 57-72. doi: 10.1111/j.1467-9655.2007.00413.x
- Givian, A. (2006). Ritual, ritualization and religious popular culture: Thinking about some religious ritual representations and new ways of eulogy. *Journal of Cultural Studies Communication*. 2(5), 179-211.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. Chicago: Aldine.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hall, S. (2003). *Representation: Cultural representation and signifying practices*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Macuail, D. (2008). Audience analysis (M. Montazer Ghaem, Trans.). Tehran, Iran: Bureau of Media Studies and Planning.
- Macuail, D. (2009). Mass Communication theory, An Introduction (M. Parviz Ejlali Trans.). Tehran, Iran: Bureau of Media Studies and Planning.
- Mehdizadeh, S., M. (2003). Introduction. In D. Macuail, *Mass communication Theories* (P. Ejlali, Trans.). Tehran, Iran: Bureau of Media Studies and Planning.
- Mehrdad, H. (2001). Mass communication concepts and theories, Tehran, Iran: Fārān.
- Mirabedini, A. (2009). Ritual revolution and mass media after Islamic Revolution, *Journal of Media*, 77, 27-55.
- Mohammad Khani Malkuh, M. (2011). *Investigation of content and construction of BBC Persian satellite TV*. Tehran, Iran: Research Center for Culture, Art and Communications.
- Motamed Nejad, K. & Monsefi, A. (1989). Journalisim with a new approach in critical journalisim (3rd ed.). Tehran, Iran: Sepehr.

- Motamed Nejad, K., & Mirabedini, A. (2008). Ritual communication and political power in Iran: Investigation of mutual relations among Friday praying and mass media in presidential elections. *Journal of Social Sciences*, 41, 1-34.
- Pane, M. (2000). Barthes, Foucault, Althusser (P. Yazdanjoo, Trans.). Tehran, Iran: Markaz. (Original work published 1997)
- Pierre, A., & Tudesq, A. J. (1989). Tārikhche-ye rādio va television[[History of radio and television] (J. Arjmand, Trans.) Tehran, Iran: Organization of Islamic Revolution. (Original work published 1973)
- Razavizadeh, S N. (1998). Representation and dominance in international news Flows. In: *2nd Seminar on Iranian press challenges* (Vol. 2), Tehran, Iran: Bureau of Media Studies and Planning.
- Richard, R.J. (1992). Communication as culture: Essays on Media and Society by James W. Carey [Reviewed work]. *Technology and Culture*, 33(1), 200-202. doi:10.2307/3105848
- Rothenbuhler, E. W. (1999). Ritual communication: from everyday conversation to mediated ceremony (1st ed.; A. Givian, Trans.). Tehran, Iran: Imam Sadegh University. (Original work published 1998)
- Thompson, J. (1999). Ideology and modern culture: critical social theory in the era of mass communication (M. Ohadi, Trans.). Tehran, Iran: Ayandeh Puyan Cultural Institute. (Original work published 1990)
- Van Dijk, T. A. (1995). Opinions and ideologies in the Press. In A. Bell & P. Garrett, *Approaches to Media Discourse* (pp. 21-63). Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T.A. (2003). Motāleāti dar tahlil-e goftemān. [Studies in discourse analysis]. Tehran, Iran: Office of Media Studies and Developments.
- Zeimaran, M. (1998). *Michel Foucault: Knowledge and power*. Tehran, Iran: Hermes.



Iranian Cultural Research

Abstract



ارتباطات آئینی در فضای مجازی: بازنمایی پیاده‌روی اربعین حسینی در وب‌سایت بی‌بی‌سی فارسی

قدسی بیات^{۱*}، مرضیه قاسمی^۲

دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۷؛ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۲۴

چکیده

رویدادهای ملی-مذهبی، توجه رسانه‌ها را جلب می‌کنند اما نگاه رسانه‌ها به رویدادها با یکدیگر متفاوت است. این رویدادها ملی باشند یا بین‌المللی، داخلی باشند یا خارجی، بازنمایی آن‌ها در چارچوب‌های گفتمانی و ایدئولوژیکی صورت می‌پذیرد و شکست یا موفقیت تلاش‌های حوزه دیپلماسی عمومی در قالب‌ها و الگوهای مشخص در سراسر جهان را تسهیل می‌نماید. رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان از جمله بی‌بی‌سی فارسی برای مخاطبان داخل ایران، یکی از منابع معنا و مفهوم‌سازی در خصوص رویدادهای ملی-مذهبی مانند چهارشنبه‌سوری، عید نوروز، شب یلدا، روز زن، عاشورا و اربعین حسینی و... به شمار می‌آیند. یکی از رویدادهای مهمی که هر سال با اجتماع عظیم مردم اتفاق می‌افتد برگزاری آئین پیاده‌روی اربعین حسینی است؛ آئینی که طبق رویکردی که رودنبولر به مفهوم آئین دارد با اجتماع مردم، داوطلبانه، غیرابزاری و غیرتقریعی اجرا می‌شود. مقاله حاضر با توجه به سابقه و گستردگی بی‌بی‌سی در فعالیت حرفه‌ای خبری، نحوه رسانه‌ای کردن و بازنمایی رویداد اربعین در وب‌سایت خبرگزاری یادشده را به کمک روش تحلیل مضمونی تحلیل می‌نماید. یافته‌ها حاکی از آن است که آئین پیاده‌روی زائران اربعین در هفت محور (روایت‌گری مستند، تفرقه‌افکنی و شیعه‌هراسی، بحران بی‌نظمی و ناتوانی دول ایران و عراق، کوچک‌نمایی اربعین، واکاوی جنگ هشت ساله عراق و ایران، ناامنی داعش و مانور سیاسی حاکمیت ایران) و موکداً به‌عنوان حرکتی سیاسی و عقیدتی در اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی بازنمایی شده است. همچنین نوع بازنمایی از مناسبات میان کنشگران حاضر در این مراسم نه تنها نسبتی با دیدگاه آئینی رودنبولر ندارد بلکه استنباط می‌شود که این گونه انگاره‌سازی منفی از این رویداد مذهبی در ادامه جریان شیعه‌هراسی در رسانه‌های غربی و به‌ویژه نمود جدیدی از ایران‌هراسی است.

کلیدواژه‌ها: آئین، چارچوب‌های ایدئولوژیک، خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی، رسانه‌ای کردن، مناسک اربعین

۱. استادیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

bayatghodsi@atu.ac.ir ✉

۲. کارشناس ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

marziyehghasemi6@gmail.com ✉

۱. مقدمه

یکی از مهمترین اشکال کارکرد رسانه‌ها، اعم از سنتی و مدرن، اثرگذاری مثبت و منفی آن‌ها در حوزه تولید، توزیع و اعمال قدرت سیاسی است که با تغذیه اطلاعاتی افکار عمومی شکل می‌گیرد. به همین علت نقش رسانه‌های جمعی در انعکاس واقعیت‌های بیرونی یا ارائه صورت‌بندی‌هایی از واقعیت، که تفسیرهایی در حوزه‌های سیاست، فرهنگ، طبیعت و... از آن متبلور می‌شود، از دیرباز مورد توجه محققان حوزه‌های علوم اجتماعی و ارتباطات بوده است. اما تحولات و رشد شتابان و روزافزون در عرصه ارتباطات و اطلاعات به‌طور خاص ظهور شبکه اینترنت، که از ظرفیت‌ها و امکانات فوق‌العاده و بی‌سابقه‌ای جهت تأمین نیازهای خبری کاربران برخوردار می‌باشد، در مقایسه با منابع خبری سنتی، با ایجاد بستری متفاوت جهت عملکرد و تأثیرگذاری رسانه‌ها، موج تازه‌ای از رقابت رسانه‌ای را در زیست‌بوم رسانه‌ای جهان ایجاد نموده و جان تازه‌ای به تحقیقات رسانه‌ها بخشیده است. این توانایی به ویژگی‌هایی از قبیل تعاملی بودن^۱، هم‌زمانی ارتباط^۲، فراگیر بودن^۳ و متمرکز نبودن^۴ شبکه اینترنت به‌صورت عام و ظهور و بروز سایت‌های خبری معتبر به‌صورت خاص است که سبب شده از رسانه‌های جمعی سنتی مانند مطبوعات، رادیو و تلویزیون متمایز شود و فرایند هدایت و کنترل افکار عمومی را با ارائه و توسعه روایت‌های جایگزین از رویدادها، ممکن سازد.

چنانچه در دهه اخیر، شبکه‌های خبری مطرح بین‌المللی از جمله «بی‌بی‌سی»، «سی‌ان‌ان»، «صدای آمریکا» و مانند آن در کنار ایستگاه‌های رادیویی و تلویزیونی با تأسیس وب‌سایت‌های خبری ضمن بسط گستره انتخاب، توسعه دانش و آگاهی‌های مخاطبان، منشأ تولید گفتمان‌های رقیب در منطقه خاورمیانه و ایران شده‌اند. همچنین مفهوم‌پردازی و معناسازی رویدادهای این منطقه به‌ویژه از کانال بی‌بی‌سی فارسی به مسائل مربوط به ایران، در کشاکش تحولات سیاسی و اجتماعی سبب شده است تا رواج بهره‌گیری از روایت‌های رسانه‌ای منبع یادشده و تفسیرهای برآمده از آن نه تنها در میان مخاطبان عام بلکه بعضاً در میان جامعه خبری و رسانه‌ای ایران نیز صورت پذیرد.



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۳۸

دوره ۱۳، شماره ۲

تابستان ۱۳۹۹

پیاپی ۵۰

1. Interactivity
2. Real Time
3. Ubiquity
4. Decentrality



در این میان بحث مهم دیگر، آئین و «معناسازی رسانه‌ای» و ارتباط آن با آئین‌های ملی-مذهبی انعکاس یافته در رسانه یادشده است. از یک طرف رویکرد آئینی به مبحث ارتباطات در شکل‌های متفاوت آن، از جمله خبر، اهمیت بسیاری دارد. از طرف دیگر گفته می‌شود: آئین و ارتباطات دو مفهوم وابسته و نزدیک به یکدیگرند و دارای اشتراکات بسیاری هستند؛ بنابراین می‌توان گفت «آئین نوعی ارتباط است» و ارتباط هم گونه‌ای از آئین (میرعابدینی، ۱۳۸۸، ۲۹). از این رو، با توجه به این دو مهم خبررسانی و رویکرد آئینی به آن و ضرورت شناسایی ساختار و نحوه اطلاع‌رسانی خبری در رسانه‌های مطرح جهان از جمله تارنمای بی‌بی‌سی فارسی، سؤالات تحقیق حاضر قابلیت طرح و بسط می‌یابد: به‌طور کلی معناسازی خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی از آئین اربعین برای مخاطبان چگونه صورت پذیرفته است؟ این خبرگزاری چه روایتی از مناسبات میان کنشگران مختلف میزبان و مهمان را (به‌طور خاص ایرانیان) در این آئین ترسیم می‌کند؟ و در نهایت این معناسازی صورت گرفته چه نسبتی با ویژگی‌های آئین از دیدگاه رودنبولر دارد؟ نتیجه فوق علاوه بر آنکه مؤید تفسیرهای یک کارگزار رسانه‌ای از یک آئین مذهبی به موازات توجه به وجوه ارتباطی غالب از آن است، به جهت پیوند ساخت‌های معنایی با زبان، ایدئولوژی و تولید و انتقال ایدئولوژی‌ها در قالب رخدادهای گفتمانی، دلالت‌هایی را نیز برای برخی اقدامات ایدئولوژیک و مداخلات سیاست‌های رسانه‌ای در هدایت افکار عمومی به همراه خواهد داشت.

در ابتدا لازم است مفاهیم اصلی تحقیق شامل گفتمان، بازنمایی و ایدئولوژی معرفی و نسبت میان آنها مورد مذاقه قرار گیرد. سپس به رویکردهای نظری انگاره‌سازی و امپریالیسم خبری در پوشش رسانه‌ای پرداخته می‌شود. همچنین مفهوم آئین و رابطه آن با ارتباطات تبیین می‌شود تا رسانه‌ای شدن آئین اربعین در این بستر صورت پذیرد.

۲. چارچوب مفهومی تحقیق

۲-۱. گفتمان، بازنمایی و ایدئولوژی

سه مفهوم گفتمان، بازنمایی و ایدئولوژی با همدیگر پیوند ناگسستنی دارند. هر گفتمان بازنمایی‌کننده نوعی از اندیشه است که ریشه در ایدئولوژی حاکم دارد. از طرف دیگر



هرگونه بازنمایی عبارت از «تولید و ساخت معنا بر اساس چهارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است» (مهدیزاده، ۱۳۸۷، ۹)، که ریشه در گفتمان و ایدئولوژی دارد و از منظر همان گفتمان و ایدئولوژی بازنمایی صورت می‌گیرد.

از نظر استوارت هال^۱ که واضع این اصطلاح است بازنمایی را می‌توان «تولید معنا با استفاده از زبان» دانست. البته بازنمایی فقط اختصاص به نظام زبان ندارد و هر نظامی که با آن جهان بیرون را بتوان معنی دار کرد هم نوعی «نظام بازنمایی» است. همچنین هال معتقد است: ما جهان را از طریق «بازنمایی» می‌سازیم و «بازسازی» می‌کنیم. بنابراین «بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای» مفهومی خنثی نیست بلکه با رابطه‌ها و «مناسبات قدرت» برای «تولید و انتشار معانی ترجیحی» در اجتماع به منظور استمرار بخشی و تقویت «ناعدالتی‌ها» در هم آمیخته است (مهدیزاده، ۱۳۸۷، ۱۶).

استوارت هال در تبیین بازنمایی با استفاده از زبان سه نگرش را مطرح می‌نماید: الف) بازتابی: در این نگرش ادعا می‌شود زبان مانند آئینه‌ای فقط «منعکس‌کننده معناست» و معنا به اشکال مختلف مثلاً فرد، واقعه، شیء در جهان خارجی وجود دارد. ب) تعمیدی یا ارجاعی: در این رهیافت هال معتقد است زبان، «نقش ارجاعی» دارد و صرفاً معنایی را که نویسنده و خالق قصد انتقال و بیان آن را دارد منعکس می‌کند.

ج) برساختی: اصل اساسی در رویکرد «برساخت‌گرایانه» به رسمیت شناختن «ماهیت زبان» است. در این نگاه، معنا با استفاده از نظام‌های بازنمایی با دورویکرد: «نشانه‌شناسی» (بازنمایی و زبان چگونه معنا تولید می‌کنند) و «گفتمانی» (تأثیرات پیامدهای بازنمایی و تأکید بر زبان خاص و نحوه به‌کارگیری آن در زمان و مکان مشخص ساخته می‌شود (هال، ۲۰۰۳، ۲۴).

اما بازنمایی همان‌گونه که توصیف آن رفت، ریشه در «گفتمان» دارد که با قدرت مطرح شده توسط «فوکو و زبان‌شناسی» رابطه حیاتی دارد (ضمیران، ۱۳۷۸) و گفتمان‌ها منعکس‌کننده «هژمونی اندیشه‌ها، رفتارها و تصوراتی» است که در هر جامعه شکل گرفته‌اند؛ حال آنکه «ایدئولوژی» در بطن هر گفتمان نهفته است. به اعتقاد آلتوسر (پین،



۱۳۷۹) ایدئولوژی، «روح هر گفتمان» را تشکیل می‌دهد. به‌رغم آنکه ایدئولوژی در نگاه آلتوسر از معنای گسترده‌ای برخوردار است، به‌طورکلی می‌توان اعتقادات و گرایش‌های دینی را نیز در همین راستا قرار داد و تبیین نمود.

از نگاه جان تامپسون^۱ «ایدئولوژی» بررسی روش‌هایی است که در آن، «معنا» به شکل‌گیری و تداوم «روابط سلطه» منتهی می‌شود. او اعتقاد دارد همه «پدیده‌های نمادین»، ایدئولوژیکی نیستند و در صورتی ایدئولوژی خواهند بود که به حفظ یا ادامه روابط سلطه کمک کنند (تامپسون، ۱۳۷۸، ۷۰). در این رابطه ون‌دایک^۲ سه عنصر مهم را برای نظریه ایدئولوژی مهم می‌داند که عبارتند از «کارکردهای اجتماعی»، «ساختارهای شناختی» و «بیان و بازتولید گفتمانی». وی در این زمینه می‌گوید:

شناخت‌های اجتماعی به ما اجازه می‌دهند که سلطه و گفتمان را با هم مرتبط بدانیم. شناخت‌های اجتماعی تولید و درک و تأثیر گفتار و نوشتار مسلط را تبیین می‌کنند. بنابراین، ایدئولوژی‌ها، شناخت‌های اجتماعی بنیادینی هستند که اهداف، منافع و ارزش‌های اساسی گروه‌ها را منعکس می‌کنند. می‌توان آنها را برنامه‌های شناختی یا سیستم‌های عاملی انگاشت که به نگرش‌های اجتماعی خاص‌تر گروه‌ها و اعضایشان سازمان می‌دهند و آنها را کنترل می‌کنند (ون‌دایک، ۱۳۸۲، ۱۹۴-۱۹۳).

وی رابطه سه عنصر فوق‌الذکر در نظریه ایدئولوژی را چنین ترسیم می‌کند:

ساختارهای شناختی به تصویر ذهنی کارکردهای اجتماعی توجه دارند و از طرفی این ساختارشناسی با مفاهیم دیگر اجتماعی از جمله ارزش‌ها، هنجارها و تجربیات و اهداف اشخاص مرتبط است. بنابراین بیان و بازتولید گفتمانی، متنی است که به یک بافت خاص، ایدئولوژی خاص و ساختار اجتماعی خاص ارتباط دارد و پستوانه آن متن اجتماع و روابط درون آن است (ون‌دایک، ۱۹۹۸، ۲۱-۲).

ون‌دایک، ایدئولوژی‌ها را از نظر ذهنی بازنمایی خصوصیات اجتماعی اساسی یک گروه مانند هدف‌ها، ارزش‌ها، وظایف و... می‌داند و معتقد است ایدئولوژی‌ها در راستای منافع گروه عمل می‌کنند؛ بنابراین سازماندهی آن هم از طریق طرح‌واره‌های گروه است؛

1. John G. Thompson

2. Van Dijk

به عبارتی ایدلوژی با بازنمایی رابطه بین افراد گروه و خارج از گروه «ما» را در مقابل «دیگران» قرار می دهد؛ «ما»یی که ویژگی مثبت دارد و «دیگرانی» که ویژگی های منفی و نامطلوب دارند (وندایک، ۱۳۸۲، ۴۲۸-۴۳۱).

۲-۲. رویکردهای انگاره سازی و امپریالیسم خبری

انگاره سازی خبری را ارائه طرحی خاص و متفاوت از افراد، اماکن، اشیاء و وقایع تعریف کرده اند. در حقیقت انگاره سازی انعکاس واقعیت هایی است که با دست کاری «تفسیری پنهان» را به مخاطب ارائه می دهد. بنابراین، فن و رمز «معنی سازی» در خبر با «انگاره سازی» تحقق می یابد (محمدخانی ملکوه، ۱۳۹۰، ۱۰۷).

در دنیای روزنامه نگاری کنونی، خبر «طرح واره ای» از «واقعیت» است که در آن واقعیت با تغییر، ساخته و پرداخته می شود. به عبارتی «جهان رسانه ای» با «جهان واقعی» متفاوت است و فعالان رسانه ای در خبرگزاری های حرفه ای با استفاده از روش های «مهندسی خبر» از جمله انگاره سازی به گونه ای واقعیت را خبری می کنند که با منافع و سیاست های رسانه ای شان منطبق باشد (رضوی زاده، ۱۳۷۷، ۹۱۲). بنابراین، این گونه می توان استنباط کرد که برنامه هایی که در شبکه های خبری برون مرزی مانند بی بی سی فارسی و صدای امریکا ارائه می شود نگاه سیاسی منطبق با منافع صاحبان رسانه ها داشته باشند. تا حدی که برخی از پژوهشگران معتقدند وابستگی های «سازمان های رسانه ای خبری» به دولت ها ویژگی «نیمه رسمی» به خبرها و اطلاعات این ارگان ها می دهد که بیانگر همین «تعهد سیاسی» آنهاست (آلبر و تودوسک، ۱۳۶۸، ۱۵۴).

به همین دلیل انگاره سازی را یکی از گونه های «عملیات روانی» در جنگ های رسانه ای قلمداد کرده اند. در این زمینه برنارد کوهن^۱ اعتقاد دارد رسانه ها برای مخاطب از واقعیت انگاره هایی می سازد که منطبق با هدف های «گردانندگان رسانه» باشد. برای نمونه، در رسانه های آمریکایی و غربی، ایران را یک کشور «خشن و مستبد» نشان می دهند تا این انگاره باعث شود هرگونه اقدام علیه ایران از سوی افکار عمومی «مشروع و منطقی» جلوه داده شود (محمدخانی ملکوه، ۱۳۹۰، ۱۰۷). از این رو، دیدگاه نظریه های مرتبط با



1. Bernard Saul Cohen



انگاره‌سازی در ارتباطی تنگاتنگ با رویکردهای امپریالیسم رسانه‌ای قرار می‌گیرند. خوان سوموویا^۱ محقق معاصر شیلیایی پس از مطالعه در زمینه ساختار و شکل قدرت امپریالیسم خبری، اهداف و روش‌های این امپریالیسم را برای تغییر و تحریف خبر تبیین و تشریح می‌نماید و معتقد است هدف اصلی نظام خبری فراملی شامل خبرگزاری‌های بزرگ جهان مانند بی‌بی‌سی در سرتاسر دنیا انتشار و ارائه ارزش‌ها و آمال مورد نظر امپریالیسم است تا با کمک ثبات سیاسی، کارایی اقتصادی، خلافت فناوری، منطق بازار، مزایای مصرف‌گرایی و دفاع از آزادی تأمین و تضمین شود.

خوان سوموویا معتقد است این خبرگزاری‌های بزرگ، با این ویژگی‌های ساختاری معیارهایی که برای انتخاب به‌کار می‌گیرند متفاوت و براساس منافع نظام فراملی و کشورهای «سلطه‌جو» است و در آن منافع کشورهای جهان سوم و واقعیات این کشورها لحاظ نمی‌شود (معمدثزاد، ۱۳۶۸، ۴۸۰-۴۷۹).

همچنین به اعتقاد هربرت شیلر^۲ اقتصاددان، جامعه‌شناس امریکایی و استاد مطالعات انتقادی در علوم ارتباطات^۳ که معتقد به «امپریالیسم خبری» در قالب «امپریالیسم فرهنگی» بود، اصطلاح امپریالیسم فرهنگی را «نفوذ اجتماعی» می‌داند که نوعی ناعدالتی در فناوری‌های ارتباطی می‌باشد نه یک پدیده‌ای برخاسته از واقعیات یا فرایند عادی؛ بلکه از سوی کشورهای امپریالیستی کاملاً سازمان‌یافته با اهداف مشخص است تا بر اقتصاد سایر کشورها مسلط شوند و برتری سیاسی خود را علیه سایر کشورها اعمال کنند. او مهمترین هدف امپریالیسم فرهنگی را با این روش کنترل کردن و در دست گرفتن تفکر و اندیشه مردم می‌داند تا با انفعال ذهنی در آنها سیاست و هدف‌های خود را در سطح جهان عملی کنند (رضوی‌زاده، ۱۳۷۷، ۹۲۴).

۲.۳. آئین و تعریف آن

مفهوم آئین در قرن نوزدهم و به‌عنوان یک مقوله جهانی از تجربه‌های انسانی که محدود به فرهنگ یا جامعه‌ای خاص نمی‌شود، در ادبیات علوم اجتماعی ایجاد شد. مطالعات آئینی

1. Juan Somavia
2. Herbert Schille

۴. وی در تاریخ ۲۹ ژانویه سال ۲۰۰۰ از دنیا رفت.



ارتباطات از جریان‌های علمی متأخری است که در پی بررسی ارتباط در بستر مفهومی و نظری متمایز از رویکردهای پیشین دانش ارتباطات است. در نظرگاه جدید، تمرکز بر وجوه آئینی ارتباطات انسانی، اعم از میان‌فردی، بین‌گروهی و رسانه‌ای توضیح داده می‌شود که نه تنها جنبه‌های ارتباطی آئین‌ها می‌تواند به بخشی از موضوعات مطالعات ارتباطی تبدیل شود، بلکه دامنه بررسی را حتی تا جنبه‌های آئینی خود ارتباط نیز می‌توان توسعه داد.

اریک دبلیو رودنبولر^۱ ارتباط‌پژوه امریکایی، چارچوبی مفهومی برای مفهوم آئین ایجاد و ارتباطات آئینی را از مکالمات و گفت‌وگوهای روزمره تا مراسم و تشریفات رسانه‌ای شده بررسی کرد. وی برای تبیین مفهوم آئین، چندویژگی را مطرح کرد:

اجرا: آئین اجرایی شود و از دیدگاه رودنبولر (۱۳۸۷، ۴۰)، اجرا شکلی «رفیع و زیباشناسانه» از ارتباطات است که با روشی خاصی برای مخاطب خود، گونه «نمایشی» پیدا کند.

آگاهی، داوطلب‌بودن: ویژگی دیگر آئین وجود رگه‌هایی از «آگاهی و اختیار» است که در آن افراد آگاهانه در رویدادهای خاص شرکت می‌کنند یا شاهد اجرای آئین می‌شوند و معتقدند برگزاری آن از نظر جسمی شاید ضروری نباشد اما یک فضیلت انسانی محسوب می‌شود (رودنبولر، ۱۳۸۷، ۴۲).

غیرعقلانی یا غیرابزاری بودن آئین: رودنبولر (۱۳۸۷، ۴۴)، فراعقلانی و غیرابزاری بودن را ویژگی دیگر آئین معرفی می‌کند چرا که در آن انتخاب‌های عقلی، فنی یا علمی کارایی ندارد.

غیرتفریحی بودن آئین: آئین‌ها «سرگرمی» نیستند و در قالب مراسمی اجرا می‌شوند (رودنبولر، ۱۳۸۷، ۴۶) و می‌توان گفت که قسمتی از یک «زندگی جدی» مردم است. جمعی، اجتماعی بودن آئین: آئین‌ها معمولاً معطوف به گروه هستند و بیشتر در موقعیت‌های اجتماعی اجرا می‌شوند. رودنبولر (۱۳۸۷، ۴۸) معتقد است: مردم آئین را تنها برای تأمین اهداف و فقط به صورت انفرادی انجام نمی‌دهند بلکه می‌توانند تنها اجرا کنند اما همیشه از نظر اجتماعی ساختاریافته هستند.



برخی محققان آئین را نوعی عمل اجتماعی و کنش دانسته‌اند. بل^۱ آئینی‌سازی را روشی استراتژیک در کنشگری مطرح می‌کند و توضیح می‌دهد که به چه صورت و چرا این کنش از سایر رفتارها جدا می‌شود (معمدنژاد، میرعابدینی، ۱۳۸۷، ۶). با این توضیحات، می‌توان تعریف رسمی آئین را این‌گونه بیان کرد: آئین اجرای «آگاهانه و اختیاری» رفتاری است که به شکل مناسب، برای «اثربخشی نمادین» یا «مشارکت جویی» در زندگی جدی به صورت یک الگو و نمونه درآمده است (میرعابدینی، ۱۳۸۸، ۲۹).

۲.۴. ارتباطات و رویکرد آئینی

برای تبیین مبحث نگاه آئینی و ارتباطات می‌توان از نظریات دنیس مک کوئیل^۲ بهره برد. او در پژوهش‌هایش سه دیدگاه را مطرح می‌کند: نخست: دیدگاه انتقالی، که در آن ارتباطات نشانه‌ها و یا پیام‌ها را در طول زمان با هدف کنترل کردن انتقال می‌دهد؛ دوم، دیدگاه آئینی، که در آن ارتباط با مفهوم و مباحثی مانند اشتراك، مشارکت و پیوند همراه است؛ و سوم، دیدگاهی که فعالیت قابل توجه رسانه‌ها را فقط جلب توجه می‌داند (مک کوئیل، ۱۳۸۷).

گفته می‌شود این دیدگاه مک کوئیل از آرای جیمز کری^۳ (۱۹۹۲) گرفته شده است. کری ارتباطات آئینی را جایگزین مناسبی برای دیدگاه انتقالی با هدف اثرگذاری بیان می‌کند. دیدگاه آئینی از یک طرف رضایت درونی فرستنده و مبدأ ارتباط و خشنودی گیرنده یا مقصد ارتباط را فراهم می‌کند و از طرف دیگر وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف مادی نیست. در این رابطه دایان و کاتز^۴ دو جامعه‌شناس امریکایی حوزه رسانه معتقدند اگرچه تقریباً هر چیزی از عناصر مراسم آئینی می‌تواند در رسانه‌ها به تصویر کشیده شود اما همه انواع و اشکال متون رسانه‌ای به یک اندازه، در ارائه مراسم آئینی توانایی ندارند. رسانه‌ها به طور واضح بیشتر بر «کارکرد» آئینی خاص و عملکرد «جلب توجه» توده مردم به شدت تمرکز می‌کنند تا مخاطبان را مقید به مشارکت نمایند. چنین برنامه‌هایی که رویداد رسانه‌ای نامیده می‌شود، حول پخش برنامه زنده تلویزیونی دور می‌زند. آنها این رویدادهای رسانه‌ای را به عنوان یک ژانر تلویزیونی

1. Catherine M. Bell

2. Denis McQuail

3. James W. Carey

4. Elihu Katz, Daniel Dayan



خاص معرفی می‌کنند که شامل روش‌هایی برای دیدن مراسم مذهبی به صورت جمعی است. در این شرایط، ارائه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیون، از موضع ناظر بی طرف بودن خود فاصله می‌گیرند و نقش پررنگ یا حتی حماسی به عهده می‌گیرند (کری، ۱۹۸۹، ۲۰-۴۳).

در واقع ارتباط، پیش از این تحقیقات که ریشه در سنت مطالعات فرهنگی و یا تحت تأثیر آن قرار دارد اغلب اهداف دیگری را دنبال می‌کرد و از منطق مشورت پیروی می‌نمود؛ اما پس از آن، صرفاً به اطلاعات یا مباحثات محدود نشده؛ بلکه شناسایی مسائل جامعه و گروه‌های اجتماعی، از جمله درگیری و برخورد بین انواع هویت‌های مختلف را مورد توجه قرار داد که هنگام ارتباط بین افراد و استفاده از برنامه‌های پخش شده در رسانه‌های مختلف ایجاد می‌شود. برای مثال، جیمز کری چنین رویکرد فرهنگی در ارتباطات را با اشاره به ریشه‌های مشترک کلمات ارتباطات و جامعه چنین توضیح می‌دهد: «دیدگاه آئینی ارتباطی نه به سمت گسترش پیام در فضا، بلکه در جهت حفظ جامعه در زمان است». وی بر این باور است که ارتباطات «عمل انتقال اطلاعات یا نفوذ نیست؛ بلکه خلق نمایش، جشن مشارکتی و حتی اعتقادات خیالی و غیرواقعی است». در نتیجه، خواندن یک روزنامه به عنوان وظیفه یک شهروند برای نظارت و آگاهی بر مسائل مربوط به آن نخواهد بود بلکه آنان بیشتر به عنوان یک «توده و انبوه»، در حوادث حضور دارند، وضعیتی که در آن، چیز جدیدی آموخته نمی‌شود و صرفاً دیدگاه خاصی از جهان به تصویر کشیده شده و تأیید می‌شود (برگمن و واسلر، ۲۰۱۴، ۳۹۷-۳۹۶).

علاوه بر این در دیدگاه آئینی، فرد با برقراری تعامل اجتماعی می‌تواند عضو یک فرهنگ یا یک اجتماع خاص گردد. در این رویکرد، پیام از نشانه‌هایی تشکیل شده که از طریق تعامل با دریافت‌کنندگان پیام معنا تولید می‌کند. در این حال، با تغییر اهمیت فرستنده یا انتقال دهنده پیام، خود متن و نحوه قرائت آن مهم ارزیابی می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۲).

بنابراین، آئین را می‌توان یکی از قوی‌ترین صور تأثیرگذاری ارتباطات دانست. از نظر ارتباط‌گران آئینی، ارتباطات به معنای انتقال پیام نیست بلکه به معنای «اشتراک در معنی، گردهمایی، انجمن کردن و ایمان مشترک» است. در واقع این فرهنگ است که نیاز و ضرورت چنین ارتباطی را فراهم می‌کند و آن را در خدمت پیدایش پیوندهای اجتماعی و یکپارچگی جامعه قرار می‌دهد (مهرداد، ۱۳۸۰).



درخصوص آئین‌های رسانه‌ای شده نیز، کاتز و دایان به نتایج جالبی رسیدند. رودنبولر (۱۳۸۷) در مورد نتایج و یافته‌های این دو پژوهشگر می‌نویسد: آنها توجه را به این حقیقت جلب کرده‌اند که رخدادهای ویژه و مشخص رسانه‌ای، کارکردی چون برگزاری آئین‌ها و فرصت‌ها یا وقفه‌های ویژه برای گریز از سیطره نظم مرسوم و لحاظ کردن جنبه‌های مراسمی دارند. با گفتن این مطلب آنها تنها نمی‌خواهند بگویند که رسانه‌ها گاهی اوقات برگزارشدن آئین‌ها را نمایش می‌دهند بلکه چیزی بیشتر از آن را مراد می‌کنند. فرضیه محوری آنها این است: شیوه‌ای که این رخدادهای خاص، به وسیله نهادهای اصلی جامعه بر ذمه گرفته می‌شوند، روشی که رسانه‌های الکترونیک آنها را نمایش می‌دهند ونحوه‌ای که مخاطبان، آنها را دریافت می‌کنند، همانند برگزاری آئین ساخت یافته است و نقش همان کارکردها را ایفا می‌کند. بنابراین، رخدادهای رسانه‌ای احتمالاً همان نقشی را ایفا می‌کنند که به قول دورکیم «گردهمایی‌های دوره‌ای اجتماعی» برای بزرگداشت اجتماع ایفا کردند (همان، ۱۴۹).

۲.۵. رسانه‌ای‌سازی آئین اربعین

زیارت اربعین را می‌توان مراسم ارزش‌ها و الگوها توصیف کرد. ضمن آنکه در مباحث ارتباطات آئینی، اقتدار مراسم مذهبی همچون قانون تلقی شده و این اقتدار منبعث از تکرار است. یعنی، همان توالی و همان اجزای یکسان که قبلاً بی‌شمار انجام شده است. حتی زمانی که تکرار کم است، یک برگزارکننده قدیمی‌تر می‌تواند رویداد قبلی را فراخوانی و یادآوری کند (فاخوانگ^۱، ۲۰۰۷، ۶۱). از این حیث یکی از مؤثرترین شیوه‌هایی که افراد با کاربرد آن می‌توانند درک دینی خود را به صورت نمادین و مستمر توسعه، تأیید و انتقال دهند رسانه چندمنظوره آئین است. استدلال این است که مراسم مذهبی بیشتر یک نمایش است چراکه در آن نه تنها به دعا می‌پردازند؛ بلکه ارتباط نیز برقرار می‌کنند. اصول این استدلال از قوم‌شناسی مردم چین به ویژه در مراسم معابد، هنگام برگزاری جشنواره‌های محلی به دست آمده است. از سوی دیگر تأثیر مراسم مذهبی، دو برابر نمایش‌های عادی است. در حقیقت «آئین مذهبی» یک رسانه است و به عنوان یک رسانه، احساس و مضامین دیگری را نیز



اضافه می‌کند. از این رو، چنین مضاعف‌شدنی، سبب بیش از حد ارتباطی شدن مراسم مذهبی است (فاخوانگ^۱، ۲۰۰۷، ۶۳).

همچنان‌که گیرتر معتقد است این رسانه الگویی از هستی و برای هستی ارائه می‌کند و در عرصه عقاید و اعمال کنش‌های انسانی را سامان می‌دهد. میرچالیا^۲ از اسطوره‌شناسان و دین‌پژوهان نامدار رومانیایی تبار معتقد است در هر جامعه‌ای این آئین‌ها هستند که زمان مقدس ایجاد می‌کنند و اماکن خاص را بر سایر مکان‌ها برتری می‌بخشند. بنابراین، آئین‌ها در هر زمانی برگزار نمی‌شود و افراد جامعه با توجه به اهمیتی که برای آئین قائل هستند زمان برگزاری آن را هم از سایر زمان‌ها متمایز می‌کنند. مکان برگزاری آئین هم چنین است. بنابراین، هر چه آئین اهمیت بیشتر داشته باشد زمان و مکان برگزاری آن هم از زمان‌ها و مکان‌های عادی بیشتر می‌شود (گیویان، ۱۳۸۵، ۱۸۲-۱۸۱). با این تعریف، «اربعین» روز ویژه‌ای است و مکان برگزاری آن جایگاه ویژه دارد. در سال‌های حکومت حزب بعث و صدام، حضور زائران در زیارتگاه‌های عراق به‌ویژه کربلا بسیار محدود بود. اما پس از سقوط صدام در مراسم اربعین سال ۱۳۸۲ مصادف با سال ۲۰۰۲ میلادی، یکی از عظیم‌ترین تجمعات انسانی در شهر کربلا رقم خورد. از آن پس، همه‌ساله در سالروز اربعین حسینی به‌رغم تهدیدات گروه‌های تکفیری برای بمب‌گذاری و ترور، جمعیتی میلیونی از زائران، اعم از پیر و جوان و کودک و بیمار و ناتوان با اشتیاق پیاده به سمت حرم حسینی حرکت کرده و به زیارت امام حسین (ع) مشرف می‌شوند. این در حالی است که موقعیت مکانی چنین اتفاق عظیمی، یعنی کشور بحران‌زده عراق، در کنار الگوی منحصر به فرد اجرای آن، یعنی یک مدیریت مردمی و خودانگیخته، توجه رسانه‌های جریان اصلی و پوشش آن را غیرقابل اجتناب می‌کند.

۳. گردآوری، پردازش و تحلیل داده‌ها

مقاله حاضر ماهیتی اکتشافی دارد که با هدف کشف و توصیفی-تفسیری یک رسانه از راهپیمایی اربعین حسینی صورت گرفته است. در تحقیقات با رویکرد تفسیری، مهم‌ترین

1. Feuchtwang
2. Mircea Eliade



هدف تحقیق اجتماعی، روشن ساختن این نکته است که چگونه بشر حقیقت اجتماعی خود را بنیان می‌نهد (استربرگ، ۱۳۸۴، ۱۶). این پژوهش با روش تحلیل مضمونی انجام شده است. تحلیل مضمون^۱ یکی از روش‌های بنیادین تحلیل کیفی است که بر منطقی تکرارشونده (چرخشی) استوار است. در این روش تلاش بر این است تا بر اساس ایده‌ها، اندیشه‌ها و تجارب پرتکرار ظاهرشده در متن و میدان اجتماعی مورد مطالعه، به مقولاتی دست یافت که پاسخگوی سؤالات پژوهش باشند.

در این تحقیق، به تحلیل محورهای غالب در اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی درخصوص موضوع یادشده پرداخته می‌شود. تحلیل مضمون در واقع روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای (تم‌ها) موجود درون داده‌ها است. این روش، حداقل خود داده‌ها را سازماندهی و جزئیات آن را توصیف می‌کند. اما این روش می‌تواند فراتر از این، ابعاد مختلف موضوع پژوهش را هم تفسیر و تبیین کند (براون و کلارک^۲، ۲۰۰۶، ۷۶).

برای شناخت مضمون لازم است پژوهشگر ابتدا به این نکته برسد که در داده‌ها باید به دنبال چه چیزی باشد؟ در انتهای فایل، برای هر مضمون توصیفی کوتاه نوشته می‌شود. سپس، متن دوباره مرور می‌شود تا مضامینی که احیاناً پژوهشگر به آنها دقت نکرده، مشخص شود و اینکه توصیفات مربوط به مضامین بازخوانی شود. بخش آخر، مضامین عمده‌ای که از تحلیل به دست می‌آید را توضیح می‌دهد. این توضیح به همراه نقل قول‌های منتخب می‌آید تا کمک کند که دلیل تعیین مضمون بهتر درک شود. (عابدی و دیگران، ۱۳۹۰). براین اساس و به منظور رسیدن به تم‌های کلی تحقیق مراحل طی شده است که به این شرح است:

ابتدا با مراجعه به سایت بی‌بی‌سی فارسی تمام اخبار، یادداشت و مقاله‌های مربوط به آئین پیاده‌روی اربعین که تعداد زیادی از ایرانیان را راهی عتبات عالیات کرد و در این سایت به آن پرداخته شده است از اوایل مهر ۹۵ تا اوایل آذر ۹۵ جمع‌آوری شد. به محض گردآوری داده‌ها، چندین بار متون مرور شده و سپس به طبقه‌بندی و کدگذاری داده‌ها پرداخته شد. سپس سعی شد از مضامین ظاهری به سمت مضامین انتزاعی جهت‌گیری

1. Thematic analysis
2. Braun and Clarke

شود. متون به بخش‌هایی تقسیم و کدهای اولیه استخراج شد، بدین منظور جداولی تنظیم و کدهای توصیفی در آن یادداشت گردید و در مرحله کدگذاری آزاد، ۵۰ مفهوم شناسایی شد. در فاز دوم، با قرار دادن مفاهیم مشابه در یک گروه، به مقوله‌سازی پرداخته شد و تعداد کدهای توصیفی به ۲۸ کد تفسیری تقلیل یافت، در فاز سوم تلاش شد تم‌های محوری شناسایی شود، به عبارت دیگر مفاهیمی که ویژگی تکرار شونده و متمایز در متن دارند و همه اطلاعات چند مقوله را دربرمی‌گرفت، در قالب یک تم شناسایی و در نهایت، پس از دستیابی به هفت تم فراگیر یا محوری، برای نام گذاری آن‌ها از ایده محقق و متون نظری استفاده شد. از گزاره‌های مربوط به هر یک از تم‌های فراگیر، چند نمونه آورده شده و مابقی در پیوست مقاله موجود است.

۴. پایایی و اعتبار پژوهش

محققان، قابلیت اعتماد (پایایی) را به‌عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی در مطالعات کمی مطرح کردند تا به کمک آن دقت علمی را در پژوهش کیفی ارزیابی کنند (گوبا و لینکلن^۱، ۱۹۹۴؛ گلیسر و اشترواس، ۱۹۶۷؛ گل‌افشانی، ۲۰۰۳). یکی از روش‌های اثبات قابلیت اعتماد در روش کیفی، استفاده از برگه ثبت داده‌ها است. (محمدی، ۱۳۸۷، ۱۳۹). در این روش داده‌های خام در یک طرف و مقوله‌های ساخته‌شده از داده‌های خام در طرف دیگر قرار می‌گیرند و این‌گونه «فرایند کدگذاری و مفهوم‌سازی در معرض دید و داوری مخاطب قرار می‌گیرد. در جدول شماره (۱) یک مثال از این روش ارائه شده است. یکی دیگر از روش‌هایی که بیانگر اعتبار تحقیقات کیفی است استفاده گسترده از نقل قول افراد مورد تحقیق است (محمدی، ۱۳۸۷، ۱۴۸). در این پژوهش هم برای ارائه یافته‌ها از روش استناد و مراجعه مکرر به داده‌های خام تحقیق استفاده شده است. روش دیگر برای کسب اعتبار، تلاش برای رسیدن به توافق متخصصان در این زمینه است (محمدی، ۱۳۸۷، ۱۵۰). با توجه به نظر سیلورمن که مدافع توافق میان



کدگذاران است؛ بدین صورت عملی شد که پس از کدگذاری و استخراج واحدهای معنایی توسط یکی از محققان، همکار دیگر که قبلاً مطالعه‌های کیفی را انجام داده و از این روش استفاده کرده بود، فرایند کدگذاری، مفهوم‌سازی و استخراج مقولات را تکرار نمود. در نهایت، همسویی و توافق میان برداشت‌های پژوهشگران دلیلی بر اعتبار این شیوه تلقی شد.

جدول شماره (۱). نمونه‌ای از نحوه کدگذاری

کدهای توصیفی	کدهای تفسیری	مضمون فراگیر
- حضور سازمان‌های دولتی و نهادهای حکومتی در مراسم - تبلیغ رسانه‌های دولتی - استفاده از بودجه دولتی ایران - تأمین تسهیلات سفر زائران	- پشتیبانی همه‌جانبه - حاکمیت ایران	
- قدرت نمایی در برابر عربستان و امریکا - مانور ۲۰ میلیونی در کنار عربستان - رخ نمایی در برابر حریفان منطقه‌ای	رزمایش قدرت ایران	
- ترویج ایدئولوژی مطلوب از طریق رخداد‌های تاریخی - رفتارهای سابقه دار دولت ج.ا.ا. در پاسداشت مناسبت‌های مذهبی - اربعین، سنت رسمی ج.ا.ا.	- تحکیم و تداوم - ایدئولوژی حاکم	- نمایش قدرت با - حرکت سیاسی - حاکمیت
- حضور ایرانیان در اربعین پس از سقوط بعث - سوءاستفاده از علائق شیعیان عراق - مدیریت احساسات مذهبی با اهداف سیاسی - تبدیل مناسک فردی به آئین جمعی و بزرگ - بهره‌برداری تبلیغاتی از اربعین - هم‌ارز دانستن اربعین با راهپیمایی قدس	- حرکت سیاسی - هدفمند	

۵. یافته‌های تحقیق

۵-۱. روایت‌گری مستند

در این محور، تصویرسازی و مفهوم‌پردازی اجتماع میلیونی کنشگران اربعین، براساس مستندات آماری، عینی و تاریخی صورت پذیرفته که آئین پیاده‌روی اربعین را معرفی و یا وضعیت موجود آن را توصیف می‌کنند. این محور، نوعی بازنمایی روایت‌گونه را اراده نموده





که بتواند مخاطبان را با جریان خبر همسو همراه سازد؛ به صورتی که نه سکوت و سانسور خبری را تداعی نماید که انگار هیچ حادثه‌ای رخ نداده و نه پوشش خبری جامعی باشد که بتواند در ذهن مخاطب معانی فرهنگی و مکتبی این حرکت که همانا نسبت تاریخی قیام امام حسین (ع) و شکل‌گیری واقعه عاشورا با موجودیت شیعه و کنشگری شیعیان در پاسداشت هویت مذهبی آنان است را بازتولید کند. مفاهیم و مقوله‌های ذیل این محور ابعاد مثبت، منفی و یا بدون جهت‌گیری را شامل می‌شود که معناسازی‌ها در آن بیشتر با استعانت از آمار کشته‌شدگان، فراز و نشیب‌های مسیر راهپیمایی، سابقه برگزاری آئین اربعین و ... و به عبارت بهتر انعکاس واقعیت‌ها است. اما در کنار دیگر خبرها است که از جریان معنا رونمایی می‌شود و بار سیاسی و ایدئولوژیک آنها از بعد پنهان‌سازی واقعیت خبر یا مخدوش و تحریف‌شدن آن درک می‌شود. در چنین شرایطی است که می‌توان خبر را شیوه‌ای از انتقال معنا دانست که بر مناسبات روابط پنهان استوار است. به عنوان نمونه در توصیف مطالب پیرامون تعداد شرکت‌کنندگان، مسافت طولانی طی شده، حضور اقشار مختلف، گروه‌های سنی، ادیان و مذاهب مختلف و افراد دارای نقص جسمانی و معلولیت، پوشش وجوه فرهنگی و هنری این حرکت کم‌رنگ است و چنین برداشت می‌شود که از برجسته‌سازی برخی ارزش‌های خبری به‌ویژه ارزش‌های فراگیری، استثنا، شگفتی و ... غفلت شده است؛ حال آنکه پوشش خبری دقیق‌تر می‌تواند ابعاد جدیدی از این واقعیت اجتماعی جامعه مسلمانان را بیان کند. در این راستا به برخی از گزاره‌هایی که در ذیل این محور قرار می‌گیرند در ادامه اشاره می‌شود:

آخر هفته جاری مراسم مذهبی اربعین است و زائران شیعه از جمله از ایران، به شهرهای مذهبی عراق سفر می‌کنند (در انفجار انتحاری سامرا چند ایرانی کشته شدند / ۶ نوامبر ۲۰۱۶ - ۱۶ آبان ۱۳۹۵)؛

آیت‌الله مکارم شیرازی: سفر بدون ویزا به عراق حرام است / ۱۶ نوامبر ۲۰۱۶ - ۲۶ آبان ۱۳۹۵؛

ایران می‌گوید حدود دو میلیون زائر از این کشور برای شرکت در مراسم اربعین به کربلا سفر کرده‌اند (انفجار عراق؛ بیش از هفتاد جسد به ایران منتقل می‌شود / ۲۵ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۵ آذر ۱۳۹۵)؛

۳۰ ایرانی در این حادثه مجروح شده‌اند که پنج نفر آن‌ها در بیمارستان شهر شوملی و ۲۵ نفر دیگر در بیمارستان شهر حله بستری شده‌ان (بمب‌گذاری عراق؛ سوختگی شدید مانع شناسایی هویت قربانیان/ ۲۵ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۵ آذر ۱۳۹۵)؛

زائران تصاویری از سینی‌های خرمای نذری عراقی، سلفی با گنبد حرم امام حسین (ع) و ماساژ نذری منتشر می‌کنند (مراسم راهپیمایی اربعین ۹۵ تا کربلا؛ مشاهدات و نظرات شما/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۲۸ آبان ۱۳۹۵).

۵.۲. تفرقه‌افکنی و شیعه‌هراسی

مناسک عزاداری اربعین یکی از فصول اساسی در تاریخ شیعیان و تجربه‌های دینی آنان است و به جهت تأکید نهضت عاشورا بر عدالت‌خواهی و آزادی، خاص مسلمانان نیست بلکه آرمان و احساس مقدس مشترک فرامذهبی و فرادینی همه انسان‌ها است که در ایام مناسک محرم و صفر تبلور جدی می‌یابد؛ به‌نحوی که حیات دینی و اجتماعی بخش‌های متفاوت فرادست و فرودست را درگیر نموده و از این حیث نقشی متمایز و محوری در ایجاد پیوندهای اجتماعی جامعه مسلمانان در مفهوم عینی و عملی ایفا می‌نماید. اما یکی از معناهای ضمنی که از متن اخبار مورد بررسی قابل درک است قطب‌بندی و تفرقه‌افکنی بین شیعه و سنی و تقسیم مسلمانان به این دو اردوگاه و البته به‌حاشیه‌بردن اهل تسنن است. به نظر می‌رسد با چشم‌پوشی از حضور دیگر مذاهب و انعکاس حضور گسترده شیعیان، آئین پیاده‌روی اربعین اغلب مختص شیعیان معرفی شده و به نوعی بر ارتباط امر اجتماعی و امر مذهبی تأکید شده است. همچنین چنین فهم می‌شود که بازتولید فرهنگ و هویت شیعی به‌عنوان یکی از کارکردهای مهم این آئین به‌طور خاص در این اخبار در قامت اهرمی قوی مقابل قدرت‌های جهان و نیز تکفیری‌ها ترسیم شده است. مهم‌تر آنکه مجموع این اخبار دلالت بر الگوی ارتباطی و اجتماعی خاص شیعیان دارد که از حیث نظام مذهبی و ارزشی میزبان عراقی هم چندان خوشایند تلقی نشده و ساختار معنایی و باورهای خاصی دال بر تحمیلی بودن حضور ایرانیان در این مراسم را صورت‌بندی می‌نماید. به برخی از اخباری که در ذیل این محور قرار می‌گیرند در ادامه اشاره می‌شود:

اما همه عراقی‌ها مثل شیعیان از این سفر میلیونی ایرانی‌ها خشنود نیستند. (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم‌رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛





برخلاف تحلیل‌های معمول، نارضایتی اهل سنت از تبلیغات و مانور عظیم ایران در اربعین، موضوع مهمی برای حکومت ایران نیست (از مناسکی مذهبی تا مناسکی سیاسی)؛

جمهوری اسلامی به‌عنوان یک دولت شیعه خود را حافظ منافع شیعیان می‌داند و دنبال همکاری برای آبادسازی یا توسعه عراق برای همه عراقی‌ها نیست، هدف تضمین بقا و قدرتمندتر شدن دولت شیعیان است، عام و خاص (از مناسکی مذهبی تا مناسکی سیاسی)؛

برگزاری راهپیمایی اربعین بدون بمب‌گذاری و کشت‌و‌کشتار بیانگر این است که شهرهای عمده شیعه‌نشین تا حدی از این آتش دور مانده و توانسته خود را مصون نگه دارند (حوزه نفوذی تا قلب عراق)؛

تأمین امنیت و نبود هیچ عملیات انتحاری و بمب‌گذاری به‌خوبی تفاوت وضعیت شهرهای شیعی با نقاط پراکندگی عراق را ثابت می‌کند (حوزه نفوذی تا قلب عراق)؛

حضور چشم‌گیر شیعیان از سراسر جهان در کربلا همراه با تفسیرها و تحلیل‌های متفاوتی بود. (مراسم اربعین در عراق: هویتی مذهبی یا سیاسی برای زائران ایرانی؟ (۲۲) نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۲ آذر ۱۳۹۵)؛

جمهوری اسلامی خود را سپر و پناهگاه و حامی شیعیان جهان می‌داند، چه در مقابل کافر غربی و چه در مقابل سنی عراقی (از مناسکی مذهبی تا مناسکی سیاسی).

۵.۳. بحران بی‌نظمی با محوریت ایران

نه تنها فقدان توجه به ضرورت بالایی همکاری دو کشور همسایه ایران و عراق در جهت ساماندهی این رویداد از لابلای متون خبری انتشار یافته درخصوص راهپیمایی اربعین قابل احصاء است؛ بلکه دلالت‌های معنایی از حضور تحمیلی زائران ایرانی، انعکاس واقعیت اجتماعی میدان اربعین از بعد قانون شکنی، هنجارشکنی و کم‌رنگ کردن قوانین مرزی بین دو کشور ایران و عراق که بیشتر به جعل ویزا، نداشتن ویزا و شکستن مرزها که کمتر در عرف بین‌الملل دیده می‌شود ذیل این محور، فراوان قابل طرح است. از این بازنمایی فشرده و متراکم چنین استنباط می‌شود که حضور نیروهای دولتی، اقدامات و طرح‌های مختلف ایران در عراق به مثابه بدعتی رسمی، کنش‌هایی غیراخلاقی و غیرمعنوی و غیر رایج، با ساختاری فاقد تفکر و دانش بوده و در یک کلام غلبه شور بر شعور را در جمع زائران اربعین برای مخاطب به تصویر می‌کشد. در قاب این تصویر حتی تلاش گسترده جمعیت‌های داوطلبانه و یا دولتی ایران را در

امر بازسازی و تجهیز حرم امامان معصوم (ع) در قالب نظم بخشی آمارانه حکومتی و مداخله تحمیلی ایران به عراق توصیف و از این منظر، صورت بندی جدیدی از هرج و مرج و ضعف حکومت عراق در کنترل مراسم مذهبی اربعین بازنمایی می شود که البته به روایت اخبار، ایران از این قانون شکنی ها کاملاً راضی و منتفع می باشد. بدین معنی که در اخبار انعکاس یافته ضمن ناتوان ترسیم شدن حکومت عراق، به نوعی کمبود امکانات، سردرگمی زائران و ازدحام در مرزها به عدم هماهنگی و مدیریت مسئولان دول عراقی و ایرانی برای برگزاری هر چه بهتر آئین پیاده روی اربعین مرتبط شده و از این رهگذر ضربه مهلکی بر پیکره اعتماد عمومی زائران وارد می شود؛ مبنی بر اینکه سفر اربعین با وجود تبلیغات حکومت ایران، سفری سخت و پر مشکل است. برخی از اخباری که در ذیل این محور قرار می گیرند در ادامه اشاره می شود:

این انتقادات پس از آن شدت گرفت که سال ۲۰۱۴ ایرانی ها مرز را شکستند و بدون ویزا وارد عراق شدند (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛

بسیاری از آنها (زائران) اعتنایی به مقررات برای دریافت ویزا نمی کنند و حضور در این آئین مذهبی را یک نوع حق غیر قابل پرسش برای خود می دانند (از مناسکی مذهبی تا مناسکی سیاسی)؛

آقای معموری می گوید که انتقاد دیگری که مطرح می شود مربوط به حضور نیروهای رسمی و انتظامی ایران با خودروهای حکومتی از جمله خودروهای پلیس است (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛
وقتی پای دو دولت و جمعیتی میلیونی در میان باشد این شیوه ممکن است به بحران بینجامد (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛

جمعیت سرگردان و غیر قابل کنترل سر مرز گوشه ای از این بحران است (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛

در اربعین دو سال پیش ازدحام صدها هزار نفر که با پای پیاده و عمدتاً بدون ویزا به مرزهای عراق رسیده بودند باعث بسته شدن مرز مهران در غرب ایران شد (سازمان حج و زیارت: بیش از ۸۰۰ ایرانی با ویزای جعلی در مرز عراق سرگردان شده اند ۱۰ اکتبر ۲۰۱۶ - ۱۹ مهر ۱۳۹۵).



۵.۴. کوچک‌نمایی اربعین

بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار^۱ یکی از ارزش‌های خبری است که عمدتاً به ارقام و اعداد مربوط می‌شود و فرق نمی‌کند که این ارقام مربوط به چیست. هرچه تعداد ارقام بزرگتر باشد، چون جنبه فراگیری آن اهمیت پیدایی کند، از ارزش خبری بیشتری برخوردار می‌شود. به بیان دیگر شانس بیشتری برای گزینش و تبدیل شدن به خبر دارد. بر این اساس بزرگداشت یک واقعه بعد از هزار و چندصد سال و فراموش نشدن آن توسط مردم، برای رسانه‌ها بسیار گیرا است. از سوی دیگر، با وجود تهدیدات امنیتی تروریست‌ها و تکفیری‌ها که شامل این راهپیمایی می‌شود، تداوم حضور ملیت‌های مختلف از کشورهای مختلف و همچنین مشارکت افراد با ادیان و مذاهب متفاوت، از مسلمان و مسیحی گرفته تا شیعه و سنی، بر جذابیت آن می‌افزاید. اما بررسی اخبار نشان می‌دهد که به مسائلی از قبیل برجسته نبودن آئین اربعین نزد برخی منابع مشروعیت بخش تاریخی یا دینی، استفاده زائران از نذورات که به‌عنوان بخشی از این مناسک جمعی، حال‌وهوای محیط پیرامونی کنشگران را به درون بدن ایشان منتقل می‌سازد و تغذیه را جزئی از این تجربه مشترک می‌نمایاند، توجه ویژه‌ای مبذول گشته است؛ به‌نحوی که با دیده‌پوشی از ظرفیت‌های ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی نوشیدنی‌ها و غذاها در بستر این مناسک، استفاده از این مزایای مادی، با انگیزه‌های کسانی که در این راهپیمایی مشارکت کردند مرتبط شده است. به عبارت دقیق‌تر چنین برداشت می‌شود که در اخبار مورد بررسی از رهگذر اشاره به صف‌های طولانی و پرازدحام نذری، خوردن به‌عنوان کنشی محوری در این مناسک صورت‌بندی شده و عاملیت کنشگران اربعین در اذهان مخاطبان رسانه به چالش کشیده می‌شود. حال آنکه هر عمل مناسکی دارای نقشی کارکردی و معنایی در مجموعه کل مناسک است و می‌بایست در کنار دیگر عوامل مجموعه، و نه به‌طور مجزا، تبیین و تشریح شود. درواقع از آنجا که مناسک از شرایط تاریخی-اجتماعی محیط خود متأثر می‌شوند، تغییر در سبک برگزاری پیاده‌روی اربعین به‌عنوان یک آئین مذهبی، اخلاقی و معنوی، که در جمع مناسک دین‌ورزی شیعیان جایگاه ویژه‌ای دارد، نیز در گذر زمان غیرمحتمل نیست؛ به‌ویژه که قصد





انتقال مفاهیم این مناسک مدنظر باشد. این رویکرد سبب می‌شود پیامدها و جریان‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی تأثیرگذار بر یک پدیده واحد تمیز داده شده و بنابراین در مواجهه با دیگر دلالت‌ها از فروکاستن پدیده مورد مطالعه اجتناب شود. با این تلقی، ایستادن در صف توزیع غذای نذری به عنوان یک عمل مناسکی از این قاعده مستثنی نیست. به عبارت دیگر، در فرایند باورهای مقدس همه چیز حتی عناصر مادی، معنای معنوی دارند. به برخی مواردی که در ذیل این محور به دلالت‌های معنایی تغییرات مناسکی اربعین و غذای نذری برای عزاداران حسینی می‌پردازند در ادامه اشاره می‌شود:

همه می‌دانیم و اکثر ما به یاد می‌آوریم که مراسم اربعین در میان ایرانیان شیعی مذهب بسیار محدود برگزار می‌شد (۲۲ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۲ آذر ۱۳۹۵ از مراسمی محدود در ایران تا حضوری گسترده در عراق)؛

علمای دینی و مورخین ایرانی (از جمله جعفر شهیدی) نیز اهمیت چندانی برای این مراسم قائل نبوده و اکثر داستان‌های مربوط به آن را فاقد اعتبار تاریخی و برساخته‌ای فولکوریک محسوب می‌کرده‌اند و اصراری بر بزرگداشت آن در سطح وسیع نداشته‌اند (۲۲ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۲ آذر ۱۳۹۵ از مراسمی محدود در ایران تا حضوری گسترده در عراق)؛

زائران تصاویری از سینی‌های خرمای نذری عراقی، سلفی با گنبد حرم امام حسین (ع) و ماساژ نذری منتشر می‌کنند (مراسم راهپیمایی اربعین ۹۵ تا کربلا؛ مشاهدات و نظرات شما / ۱۸ نوامبر ۲۰۱۶ - ۲۸ آبان ۱۳۹۵).

۵.۵. بازخوانی جنگ هشت ساله

عنصر زمان هم در حوزه اجرای مناسک و هم در بستر پوشش خبری حائز اهمیت است. به بیان دقیق‌تر، مناسک تابع شرایط تاریخی اجتماعی جوامع است و از سوی دیگر، خبر به عنوان جلوه مهمی از متن رسانه‌ای زمان‌مند حاوی معناهای خاص است. حال با در نظر داشتن اینکه ایرانیان خاطره تلخی از جنگ تحمیلی هشت ساله دارند، واکاوی برخی اخبار مربوط به جنگ هشت ساله ایران و عراق و اشاره به فرسایشی بودن روابط دو کشور، برخورد، کشمکش، درگیری‌ها، ریزش و رویش اختلافات تاریخی دو همسایه مسلمان، آن هم زمانی که زائران زیادی عازم عراق هستند، رسالت طرح واقعیت اجتماعی امروز از سوی یک رسانه خبری را کم‌رنگ می‌نمایاند و به نوعی از دلالت‌های ضمنی و صریح عدم ثبات



در روابط بین‌المللی دو کشور خبر می‌دهد. به برخی از اخباری که در ذیل این محور قرار می‌گیرند در ادامه اشاره می‌شود:

مرزها میان ایران و عراق که زمانی با هم می‌جنگیدند، کم‌رنگ شده است (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم‌رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛

آیا عراق حیات خلوت جمهوری اسلامی شده است یا پیوندهای فرهنگی و مذهبی میان دو کشور چنان است که مرزهای سیاسی نمی‌تواند زائران امام سوم شیعیان را با وجود سابقه جنگی هشت ساله از هم دور کند؟ (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم‌رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛

آقای زیباکلام با اشاره به دریافت نکردن خسارت جنگ از عراق نوشته است عراقی‌ها می‌توانند با توجه به نپرداختن این خسارت از خیر دریافت ۵۰ یا ۱۰۰ دلار از زائران ایرانی بگذرند و اجازه دهند زائران ایرانی آزادانه از مرزهای کشور عبور کنند (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم‌رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛

همگونی مذهبی، مرزهای سیاسی و زبانی را کم‌رنگ می‌کند تا جایی که بسیاری از ایرانی‌ها برای شرکت در راهپیمایی روز اربعین حتی لازم نمی‌بینند که پاسپورتشان را به همراه ببرند و با گواهینامه رانندگی، کارت ملی یا شناسنامه به سوی خروجی‌های مرزی راهی می‌شوند (حوزه نفوذی تا قلب عراق).

۵.۶. ناامنی شدید

این محور، که با رویکرد بازتاب انفجارها، کشتار و جنگ در عراق و در مجموع ناامنی شدید همراه است، به‌ویژه به واسطه معرفی داعش، که در عراق و کشورهای دیگر فجایع انسانی و رعب‌آور بسیاری را سبب شده‌اند، نه به‌عنوان گروه تروریستی بلکه در قالب یک گروه نظامی، شبه‌نظامی و با عنوان دولت اسلامی، سفر به عتبات عالیات را فاقد توجیه منطقی می‌نمایاند. به عبارت دیگر، ذیل این اخبار، گفتمان اسلام و مراسم اربعین در بستر اسلام رادیکالی تبیین و توصیف می‌شود و خوانش ایدئولوژیک از مذهب و قومیت، ترس از محیط، آئین‌ها و بازیگران مراسم قابل‌درک است؛ چنانکه خشونت‌های افراطی داعش نیز بدون اشاره به ملیت‌های متنوع اعضای آن به منزله شواهدی دال بر حجت‌آوری برای فقدان امنیت محل اقامت آنان مرور می‌شوند. به برخی از اخباری که در این محور قرار می‌گیرند در ادامه اشاره می‌شود:



به گزارش خبرگزاری رویترز، محل انفجار در کنار رستورانی قرار دارد که زائران ایرانی اربعین در مسیر بازگشت از کربلا به کشورشان برای استراحت در آنجا توقف می‌کنند؛

انفجارهای امروز در حالی صورت می‌گیرد که در روزهای پایانی هفته جاری مراسم مذهبی اربعین در عراق برگزار می‌شود و صدها هزار زائران شیعه، از جمله از ایران، به شهرهای مذهبی عراق سفر می‌کنند (در پی کشته و مجروح شدن ده‌ها ایرانی، سفر به سامرا ممنوع شد/ ۷ نوامبر ۲۰۱۶ - ۱۷ آبان ۱۳۹۵)؛

در حادثه امروز یک کامیون بمب‌گذاری شده در یک پمپ بنزین در شهر حله در جنوب شرق بغداد منفجر شد. دست‌کم هفت اتوبوس حامل زائران شیعه، که از کربلا و مراسم اربعین برمی‌گشتند، در این پمپ بنزین بودند (حمله مرگ‌بار به زائران شیعه در عراق؛ ده‌ها ایرانی بین قربانیان/ ۲۴ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۴ آذر ۱۳۹۵)؛

این انفجارها هم‌زمان است با عملیات نیروهای عراقی علیه گروه موسوم به دولت اسلامی (داعش) در موصل (در پی کشته و مجروح شدن ده‌ها ایرانی، سفر به سامرا ممنوع شد/ ۷ نوامبر ۲۰۱۶ - ۱۷ آبان ۱۳۹۵)؛

حیدر عبادی، نخست‌وزیر عراق که روز گذشته (شنبه ۵ نوامبر) از نیروهای ارتش در نبرد موصل بازدید می‌کرد گفت که این شهر به‌زودی از کنترل شبه‌نظامیان داعش در خواهد آمد (در پی کشته و مجروح شدن ده‌ها ایرانی، سفر به سامرا ممنوع شد/ ۷ نوامبر ۲۰۱۶ - ۱۷ آبان ۱۳۹۵).

۵.۷. نمایش قدرت با حرکت سیاسی حاکمیت

تمرکز این محور بر اهداف سیاسی، تلاش‌ها و برنامه‌های حکومت ایران در برگزاری آئین پیاده‌روی اربعین است و به قدرت‌نمایی ایران در منطقه با استفاده از این آئین اشاره دارد. اخبار ارائه‌شده ضمن آنکه بیشتر به بازنمایی قدرت ایران در برابر حریفان منطقه‌ای به‌ویژه عربستان و مانور در برابر قدرت‌های جهانی می‌پردازد. این معنای ذهنی را به مخاطب می‌دهد که برگزاری مراسم مذهبی اربعین با بودجه عمومی مردم برگزار می‌شود و استفاده سیاسی حاکمیت ایران است؛ اگر چه می‌تواند ظاهراً اجتماعی برخاسته از علایق مذهبی مردم باشد. به برخی از اخباری که در ذیل این محور قرار می‌گیرند در ادامه اشاره می‌شود:

برخی دیگر آن (اربعین) را مانور سیاسی حکومت ایران در برابر قدرت‌های منطقه‌ای و جهانی مانند عربستان و آمریکا می‌دانند. (مراسم اربعین در عراق: هویتی مذهبی یا سیاسی برای زائران ایرانی؟ (۲۲ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۲ آذر ۱۳۹۵)؛



دولت ایران توان سیاسی - اجتماعی و قدرت بسیج‌کنندگی توده‌ای و حتی بضاعت امنیتی-نظامی خود را به رخ رقبای منطقه‌ای (به‌ویژه عربستان) می‌کشد (یک تیر و چند نشان جمهوری اسلامی)؛

حاکمیت سیاسی در جمهوری اسلامی بار دیگر خود را به مثابه قدرتی غیرقابل اغماض در منطقه به قدرت‌های جهانی معرفی می‌کند و متذکر می‌شود و به ترویج و تبلیغ ایدئولوژی مطلوب خود از طریق مفاهیم فرهنگی و رخداد‌های تاریخی پیوندخورده با مذهب تشیع دست می‌یازد (یک تیر و چند نشان جمهوری اسلامی)؛

همراهی گسترده سازمان‌های دولتی و نهادهای حکومتی و شبه‌دولتی (از وزارت صنعت، معدن و تجارت گرفته تا شهرداری پایتخت و آستان قدس رضوی) جلوه‌ای دیگر از اهمیت موضوع در چشم حاکمیت سیاسی در ایران است (یک تیر و چند نشان جمهوری اسلامی)؛

اربعین امسال هم، با حمایت نهادهای حکومتی و با تبلیغ رسانه‌های دولتی و طبعاً با صرف بودجه عمومی برگزار شد. این چندمین سالی است که این مراسم به این شیوه خاص برگزار می‌شود (مانوری در نزدیکی عربستان)؛

پروژه تبدیل یک مناسک مذهبی سنتی و اجتماعی مانند راهپیمایی اربعین به یک نماد سیاسی هدفمند و معطوف به اهداف حکومت، رفتاری سابقه دار از سوی جمهوری اسلامی است (از مناسکی مذهبی تا مناسکی سیاسی)؛

این واقعیت که بسیاری از مردم ایران در سال‌های پس از سقوط حکومت بعث در عراق در این مراسم شرکت می‌کنند امری بدیع و بدون شک به لحاظ سیاسی سازمان دهی شده است (۲۲ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۲ آذر ۱۳۹۵/از مراسمی محدود در ایران تا حضوری گسترده در عراق)؛

قرائن بسیاری موجود است که شرکت ایرانیان در مراسم سنتی اربعین عراق و تفسیر راهپیمایی سیاسی از آن، دارای انگیزه‌های سیاسی و ژئواستراتژیک بوده است. بدون شک در این امر از احساسات مذهبی مردم و علاقه آنها به زیارت عتبات عالیات نهایت استفاده سیاسی شده است (۲۲ نوامبر ۲۰۱۶ - ۰۲ آذر ۱۳۹۵/از مراسمی محدود در ایران تا حضوری گسترده در عراق)؛

راهپیمایی در عراق (از نجف تا کربلا) به مناسبت اربعین، دیگر به سنتی رسمی در زمانه استقرار جمهوری اسلامی تبدیل شده است (یک تیر و چند نشان جمهوری اسلامی)؛

دستگاه‌های دولتی ایران به این منظور برخی تسهیلات برای سفر زائران فراهم می‌کنند که وسائل حمل و نقل عمومی از جمله آنهاست (آیت الله مکارم شیرازی: سفر بدون ویزا به عراق حرام است/۱۶ نوامبر ۲۰۱۶ - ۲۶ آبان ۱۳۹۵)؛

در عراق پس از حمله امریکا، ایران با پروژه‌های هدفمندی چون تزریق اعضای سپاه بدر به بدنه میانی و ارشد دولت عراق، اجرای حداقل ۱۳۰ پروژه عمرانی و توریستی برای احیای قبور ائمه شیعه، ساماندهی حشدالشعبی با الگوگیری از بسیج، تلاش برای مدیریت بخشی از مدارس مذهبی و نفوذ مؤثر در حوزه‌های علمیه عراق و ... نشان داده یک برنامه چند لایه و دامنه دار را تعقیب می‌کند (از مناسکی مذهبی تا مناسکی سیاسی).

۶. بحث و نتیجه‌گیری

رویدادهای ملی-مذهبی، توجه رسانه‌ها را جلب می‌کنند اما نگاه رسانه‌ها به رویدادها با یکدیگر متفاوت است. این رویدادها ملی باشند یا بین‌المللی، رسانه داخلی یا خارجی، بازنمایی آن‌ها در چارچوب‌های گفتمانی و ایدئولوژیکی صورت پذیرفته و شکست یا موفقیت تلاش‌های حوزه دیپلماسی عمومی در قالب‌ها و الگوهای مشخص در سراسر جهان را تسهیل می‌نماید. در این راستا، رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان از جمله بی‌بی‌سی فارسی برای مخاطبان داخل ایران یکی از منابع معنا و مفهوم‌سازی در خصوص رویدادهای ملی-مذهبی مانند چهارشنبه سوری، عید نوروز، شب یلدا، روز زن، عاشورا و اربعین حسینی و... به شمار می‌آیند.

همان‌طور که در بحث‌های نظری بیان شد آئین‌ها به‌عنوان رفتارهایی تعریف می‌شوند که ساخته فرهنگ‌ها در یک جامعه‌اند و بر آن تأثیر می‌گذارند؛ از این‌رو، در برگیرنده ارزش‌ها و الگوها هستند. بنابراین آئین‌ها نیز به‌مثابه بستری برای ارتباط و تولید معنا در خدمت ایدئولوژی صاحبان رسانه‌ها قرار می‌گیرند. بنابراین، تصویرسازی و مفهوم‌پردازی از آئین‌ها نیز بر مبنای زبان به شکل مستقیم و غیرمستقیم با بهره‌گیری، تحریف یا حذف واژگان و تصاویر در راستای تحکیم و حفظ روابط قدرت پنهان و ناشناخته در گزینش و تدوین ژانرهای مختلف رسانه‌ای از جمله «خبر» تداوم می‌یابد. چنانچه یافته‌های مقاله حاضر نشان می‌دهد، بازنمایی رسانه‌ای و معناسازی خبرگزاری بی‌بی‌سی از رویداد مذهبی پیاده‌روی اربعین در قالب ۷ محور (تم فراگیر) شامل روایتگری مستند، تفرقه‌افکنی و شیعه‌هراسی، بحران بی‌نظمی و ناتوانی دول ایران و عراق، کوچک‌نمایی اربعین، واکاوی جنگ هشت ساله ایران و عراق، ناامنی داعش و مانور سیاسی حاکمیت ایران صورت



پذیرفته است که مطابق با دیدگاه هال می‌توان گفت در آن زمان، دانش درخصوص آئین اربعین این چنین ساخته و تکرار شده است.

از رهگذر تحلیل متون خبری، تلاش و عملکرد بی‌بی‌سی فارسی از بعد همراه ساختن مخاطبان با سیاست‌ها و خط مشی‌های این خبرگزاری، نه تنها مطابق ادعای این خبرگزاری، خنثی و بی‌طرفانه نبوده بلکه این امر کاملاً در تطابق با نظریهٔ ارادی بازنمایی هال مبنی بر ارادی بودن انعکاس و بازتاب واقعیت صورت پذیرفته است. بازنمایی نیت‌مند بی‌بی‌سی فارسی در قالب یک پیوستار قابل درک است. پیوستاری که گام‌به‌گام از توصیف تاریخی و مستند این رخداد تا تبیین کلیت آن در قالب حرکت سیاسی حاکمیت ایران و استفاده سیاسی حاکمیت از این آئین، مخاطب را با خود همراه می‌سازد. همچنین نتایج تحقیق حاضر پیرامون نحوهٔ به‌کارگرفتن متون خبری و مطرح شدن اربعین نشان داد که به‌رغم هماهنگی این مناسک با ویژگی‌های آئین از منظر رودنبولر (حاوی ارتباطات غنی، داوطلبانه و جمعی بودن، غیرعقلانی و غیرتفریحی بودن) رویه کلی معناسازی از برگزاری آئین اربعین توسط بی‌بی‌سی در مجموع به‌عنوان حرکتی سیاسی-عقیدتی صورت پذیرفته که حاکی از نگرانی آشکار این بخش خبری از حضور گسترده ایرانی‌ها، و به تبع آن، امکان قدرت‌نمایی منطقه‌ای و جهانی حاکمیت ایران است. بدین معنی که در بازنمایی اربعین به‌ویژه با محور «نامنی شدید» آئین‌ها و مناسک اسلامی در ارتباط با تهدیدها و چالش‌های نظامی و امنیتی برای منطقه و غرب توصیف می‌شوند. مضاف بر این، تحلیل متون خبری بیانگر آن است که روایت مثبتی از مناسبات میان کنشگران حاضر در این مراسم ارائه نشده است. ترسیم چهره‌ای بی‌نظم، شرور و جنگ‌طلب از مشارکت‌کنندگان مناسک اربعین به‌عنوان کنشگرانی که چندان وفاقی هم با یکدیگر ندارند. همراه با استفاده از نام نقشه، پرچم و مردم ایران تصویری نامطلوب و ناخوشایند از این آئین را به دست می‌دهد. چنانچه ابعاد مردمی، مشارکتی، داوطلبانه بودن این آئین همچنین مزیت‌های آن همچون برگزاری با مدیریت خود مردم، پیوستگی و انسجام انسانی، وحدت شیعه و سنی و همدلی دولت ایران و عراق در اجرای این رویداد چندمیلیونی مورد غفلت یا بعضاً اعتراض واقع شده است، در کنار انگاره‌سازی منفی از



این رویداد مذهبی به‌طور کلی، بی‌ارتباط با جریان شیعه‌هراسی در رسانه‌های غربی و به‌ویژه نمود جدیدی از ایران‌هراسی نمی‌باشد.

۷. پیشنهادهای تحقیق

شایسته است در داخل کشور هم سیاستگذاری خبری متناسب و به‌دور از افراط و تفریط به‌منظور رسانه‌ای کردن آئین‌های ملی-مذهبی به‌ویژه اربعین حسینی اتخاذ شود که صرفاً معطوف به قالب خبر نباشد و در ژانرهای مختلف، ابعاد خودجوش و مردمی و پیامدهای این اجتماع و وحدت شیعه و سنی، همدلی دو دولت همسایه ایران و عراق در ذیل این مراسم چندمیلیونی روایت شود.

پیشنهاد می‌شود سیاستگذاری متفاوت به‌منظور ارائه اخبار، مستندها و گزارش‌های موردی به‌ویژه با دخیل کردن شهروند خبرنگاران و استفاده از محتوای تولیدی کاربران زائر صورت پذیرد.

انجام پژوهش درخصوص نحوه بازنمایی آئین اربعین در رسانه‌های غربی با تمرکز بر متون تصویری (عکس‌ها، گزارش‌های تصویری) با استعانت از روش نشانه‌شناسی پیشنهاد می‌شود. همچنین تکرار پژوهش حاضر یعنی تحلیل متون خبری رسانه‌های جریان اصلی غربی با استعانت از روش تحلیل گفتمان می‌تواند در تبیین مسئله بازنمایی مناسک مذهبی مسلمانان کارگشا واقع شود.



آلبرت، پیر؛ و تودسک، آندره ژان (۱۳۶۸). تاریخچه رادیو و تلویزیون (مترجم: جمشید ارجمند). تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.

پین، مایکل. (۱۳۷۹). بارت، فوکو، آلتوسر (مترجم: پیام یزدانجو). تهران: مرکز.

تامپسن، جان. (۱۳۷۸). ایدئولوژی و فرهنگ مدرن در عصر ارتباطات توره‌وار (مترجم: مسعود اوحدی). تهران: مؤسسه فرهنگی آینده پویان.

رضوی‌زاده، سیدنورالدین (۱۳۷۷). وانمایی و سلطه در جریان بین‌المللی خبر، مجموعه مقالات دومین سمینار برای مسائل مطبوعات ایران (جلد دوم). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

رودنبولر، اریک. دبلیو. (۱۳۸۷). ارتباطات آئینی: از گفت‌وگوهای روزمره تا جشن‌های رسانه‌ای شده. چاپ اول. (مترجم: عبدالله گیویان). تهران: دانشگاه امام صادق.

ضمیران، محمد (۱۳۷۸). میشل فوکو: دانش و قدرت. تهران: هرمس.

عابدی‌جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمدسعید؛ فقیهی، ابوالحسن؛ و شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین. اندیشه مدیریت راهبردی، ۵(۲)، ۱۹۸-۱۵۱.

گیویان، عبدالله (۱۳۸۵). آئین، آئینی‌سازی و فرهنگ عامه‌پسند دینی: تأملی در برخی بازنمایی‌های بصری دینی و شیوه‌های جدید مداخلی. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲(۵)، ۱۷۹-۲۱۱.

محمدخانی‌ملکوه، محمد (۱۳۹۰). بررسی ساختار و محتوای برنامه‌های شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بی‌بی‌سی فارسی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی (چاپ اول). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

معتمدنژاد، کاظم؛ میرعابدینی، احمد (۱۳۸۷). ارتباطات آئینی و قدرت سیاسی در ایران: بررسی روابط متقابل نمازجمعه و رسانه‌های جمعی در انتخابات ریاست‌جمهوری، فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۵(۴۱)، ۱-۳۴.

مهرداد، هرمز (۱۳۸۰). نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: فاران.

معتمدنژاد، کاظم؛ و منصفی، ابوالقاسم (۱۳۶۸). روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در روزنامه‌نگاری انتقادی (چاپ سوم). تهران: سپهر.

میرعابدینی، احمد (۱۳۸۸). انقلاب آئینی و رسانه‌های جمعی بعد از انقلاب اسلامی. فصلنامه رسانه، ۷۷، ۵۵-۲۷.

مک‌کوابل، دنیس (۱۳۸۷). مخاطب‌شناسی (مترجم: مهدی منتظرالقائم). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.





مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر نظریه ارتباطات جمعی (مترجم: پرویز اجاللی). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۲). مقدمه. در دنیس مک‌کوایل، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

ون دایک، تتو (۱۳۸۲). مطالعاتی در تحلیل گفتمان (مترجم: گروه مترجمان). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. doi:10.1191/1478088706qp0630a

Broad, G.M. (2013). Ritual Communication and Use Value: South Central Farm and the Political Economy of Place. *Communication, Culture & Critique*, 5(1), 20-40. doi: 10.1111/cccr.12003

Brüggemann, M., & Wessler, H. (2014). Transnational communication as Deliberation, ritual, and strategy. *Communication Theory*, 24, 394-414. doi: 10.5167/uzh-104580.

Feuchtwang, S. (2007). On religious ritual as deference and communicative excess. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 13(1), 57-72. doi: 10.1111/j.1467-9655.2007.00413.x

Glaser, B., & Strauss, A. (1967). The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. Chicago: Aldine.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). Thousand Oaks, CA: Sage.

Hall, S. (2003). *Representation: Cultural representation and signifying practices*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Richard, R.J. (1992). Communication as culture: Essays on Media and Society by James W. Carey [Reviewed work]. *Technology and Culture*, 33(1), 200-202. doi:10.2307/3105848

Van Dijk, T. A. (1995). Opinions and ideologies in the Press. In A. Bell & P. Garrett, *Approaches to Media Discourse* (pp. 21-63). Oxford: Blackwell.