



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 غیرتقریچی 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 این‌گونه انگاره‌سازی منفی از این رویداد مذهبی در ادامه جریان شیعه‌هراسی در رسانه‌های غربی و به‌ویژه نمود جدیدی از ایران‌هراسی است.

کلیدواژه‌ها: آئین، چارچوب‌های ایدئولوژیکی، 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.



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 و 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 (ضیمران، 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،

1. Hall, Stuart

۱۳۷۹) ایدئولوژی، «روح هر گفتمان» را تشکیل می‌دهد. به‌رغم آنکه ایدئولوژی در نگاه آلتوسر از معنای گسترده‌ای برخوردار است، به‌طورکلی می‌توان اعتقادات و گرایشات 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 پشتوانه 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 آن‌ها از طریق طرح‌واره‌های گروه است؛

1. John G. Thompson

2. Van Dijk



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

۲-۲. رویکردهای انگارہ‌سازی و امپریالیسم خبری

انگارہ‌سازی خبری را ارائه طرحی خاص و متفاوت از افراد، اماکن، اشیاء و وقایع تعریف کرده‌اند. در حقیقت انگارہ‌سازی انعکاس واقعیت‌هایی است که با دست‌کاری «تفسیری پنهان» را به مخاطب ارائه می‌دهد. بنابراین، فن و رمز «معنی‌سازی» در خبر با «انگارہ‌سازی» تحقق می‌یابد (محمدخانی ملکوه، ۱۳۹۰، ۱۰۷).

در دنیای روزنامه نگاری کنونی، خبر «طرح‌واره‌ای» از «واقعیت» است که در آن واقعیت با تغییر، ساخته و پرداخته می‌شود. به عبارتی «جهان رسانه‌ای» با «جهان واقعی» متفاوت است و فعالان رسانه‌ای در خبرگزاری‌های حرفه‌ای با استفاده از روش‌های «مهندسی خبر» از جمله انگارہ‌سازی به گونه‌ای واقعیت را خبری می‌کنند که با منافع و سیاست‌های رسانه‌ای‌شان منطبق باشد (رضوی‌زاده، ۱۳۷۷، ۹۱۲). بنابراین، این‌گونه می‌توان استنباط کرد که برنامه‌هایی که در شبکه‌های خبری برون‌مرزی مانند بی‌بی‌سی فارسی و صدای امریکا ارائه می‌شود نگاه سیاسی منطبق با منافع صاحبان رسانه‌ها داشته باشند. تا حدی که برخی از پژوهشگران معتقدند وابستگی‌های «سازمان‌های رسانه‌ای خبری» به دولت‌ها ویژگی «نیمه‌رسمی» به خبرها و اطلاعات این ارگان‌ها می‌دهد که بیانگر همین «تعهد سیاسی» آنهاست (آلبر و تودوسک، ۱۳۶۸، ۱۵۴).

به همین دلیل انگارہ‌سازی را یکی از گونه‌های «عملیات روانی» در جنگ‌های رسانه‌ای قلمداد کرده‌اند. در این زمینه برنارد کوهن^۱ اعتقاد دارد رسانه‌ها برای مخاطب از واقعیت انگارہ‌هایی می‌سازد که منطبق با هدف‌های «گرداندگان رسانه» باشد. برای نمونه، در رسانه‌های امریکایی و غربی، ایران را یک کشور «خشن و مستبد» نشان می‌دهند تا این انگارہ باعث شود هرگونه اقدام علیه ایران از سوی افکار عمومی «مشروع و منطقی» جلوه داده شود (محمدخانی ملکوه، ۱۳۹۰، ۱۰۷). از این‌رو، دیدگاه نظریه‌های 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، خلاقیت 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 (معمدنزاد، 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 کنترل‌کردن 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 دبلو 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 اجرامی 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 کارآیی 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 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 به‌طور واضح بیشتر بر «کارکرد» آئینی خاص و عملکرد «جلب توجه» توده مردم به‌شدت 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 به‌عنوان 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 «اشترک 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).

در خصوص آئین‌های رسانه‌ای شده‌ای نیز، کاتز و دایان به نتایج جالبی رسیدند. روندبولر (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 و نحوه‌ای 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 منبعت 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 به‌ویژه 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 به‌عنوان 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. میرچالیاده^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



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 (بروان 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 نام‌گذاری 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؛ گلايسر و اشترواس، ۱۹۶۷؛ گل افشانی، 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 مفهوم 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 نقل‌قول 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

مضمون فراگیر	کدهای تفسیری	کدهای توصیفی
		<ul style="list-style-type: none"> - حضور سازمان‌های دولتی و نهادهای حکومتی در مراسم - تبلیغ رسانه‌های دولتی - استفاده از بودجه دولتی ایران - تأمین تسهیلات سفر زائران
	<ul style="list-style-type: none"> پشتیبانی همه‌جانبه حاکمیت ایران 	<ul style="list-style-type: none"> - قدرت نمایی در برابر عربستان و امریکا - مانور ۲۰ میلیونی در کنار عربستان - رخ نمایی در برابر حریفان منطقه‌ای
	<ul style="list-style-type: none"> رزمایش قدرت ایران 	<ul style="list-style-type: none"> - ترویج ایدئولوژی مطلوب از طریق رخدادهای تاریخی - رفتارهای سابقه دار دولت ج.ا.ا در پاسداشت مناسبت‌های مذهبی - اربعین، سنت رسمی ج.ا.ا
نمایش قدرت با	<ul style="list-style-type: none"> تحکیم و تداوم ایدئولوژی حاکم 	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> حاکمیت 	<ul style="list-style-type: none"> - 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. به‌عنوان 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 آزادگی، 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 معنای‌های 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 پرتلهاب 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 بالای همکاری دو کشور همسایه ایران و عراق در جهت ساماندهی این رویداد از لابلای متون خبری انتشار یافته در خصوص 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 نظم‌بخشی آمرانه حکومتی و مداخله تحمیلی ایران به عراق توصیف و از این منظر، صورت‌بندی جدیدی از هرج و مرج و ضعف حکومت عراق در کنترل مراسم مذهبی اربعین بازنمایی می‌شود که البته به روایت اخبار، ایران از این قانون شکنی‌ها کاملاً راضی و منتفع می‌باشد. 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 پیاده‌روی اربعین مرتبط شده و از این رهگذر ضربه مهلکی بر پیکره اعتماد عمومی زائران وارد می‌شود؛ مبنی بر اینکه سفر اربعین با وجود تبلیغات حکومت ایران، سفری سخت و پرمشکل است. برخی از اخباری که در ذیل این محور قرار می‌گیرند در ادامه اشاره می‌شود:

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

بسیاری از آنها(زائران) اعتنایی به مقررات برای دریافت ویزا نمی‌کنند و حضور در این آئین مذهبی را یک نوع حق غیرقابل پرسش برای خود می‌دانند (از مناسکی مذهبی تا مناسکی سیاسی)؛

آقای معموری می‌گوید که انتقاد دیگری که مطرح می‌شود مربوط به حضور نیروهای رسمی و انتظامی ایران با خودروهای حکومتی از جمله خودروهای پلیس است (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم‌رنگ 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 کم‌رنگ شد/ ۲۰ نوامبر ۲۰۱۶ - ۳۰ آبان ۱۳۹۵)؛

جمعیت سرگردان و غیرقابل کنترل سر مرز گوشه‌ای از این بحران است (سفر اربعین؛ خط مرزی ایران و عراق چطور کم‌رنگ 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 شده‌اند 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 پیدامی‌کند، 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



1. Magnitude

انتقال مفاهیم این مناسک مدنظر باشد. این رویکرد سبب می‌شود پیامدها و جریان‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی تأثیرگذار بر یک پدیده واحد تمیز داده و بنابراین در مواجهه با دیگر دلالت‌ها از فروکاستن پدیده مورد مطالعه اجتناب شود. با این تلقی، ایستادن در صف توزیع غذای نذری به‌عنوان 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 هشت‌ساله

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 به‌عنوان جلوه مهمی از متن رسانه‌ای زمان‌مند حاوی معناهای خاص است. حال با در نظر داشتن اینکه ایرانیان خاطره تلخی از جنگ تحمیلی هشت‌ساله دارند، واکاوی برخی اخبار مربوط به جنگ هشت‌ساله 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 به‌نوعی از دلالت‌های ضمنی و صریح عدم‌ثبات



در روابط بین‌المللی دو کشور خیر 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 حیاط 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 به‌واسطه 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، آتین‌ها و بازیگران مراسم قابل درک 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 خبرنگاری 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 حمل‌ونقل عمومی از جمله آنهاست (آیت‌الله 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 برگرفته 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 نظریه‌ی ارادی‌بازنمایی هال مبنی بر ارادی بودن انعکاس و بازتاب واقعیت صورت پذیرفته است. بازنمایی نیت مند 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 نحوه‌ی 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 به منظور 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 مناسب مذهبی مسلمانان کارگشا واقع شود.



منابع

- آکبرت، 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 خیر، مجموعه مقالات دومین سمینار برای مسائل مطبوعات ایران (جلد دوم). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- رودنبورلر، اریک. دلبلیو. (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.
- معمذنژاد، 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.
- معمذنژاد، 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، ۲۷-۵۵.
- مک‌کوابل، دنیس (۱۳۸۷). مخاطب‌شناسی (مترجم: مهدی منتظرالقائم). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.



مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر نظریه ارتباطات جمعی (مترجم: پرویز اجلالی). 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، تئو (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.

