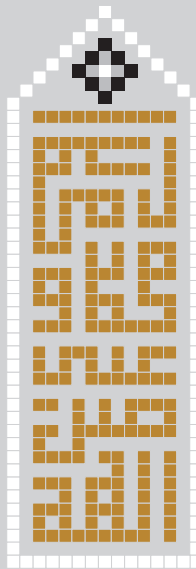


اسماء الوحمير المحبب



سرشناسه: مومنی، علی، ۱۳۷۷-

عنوان و نام پدیدآور: شهره بر مناره:

مطالعه انتقادی فعالیت روحانیون خرده سلبریتی در اینستاگرام
علی مومنی، عبدالله بیچرانلو؛ ناظر علمی مجید سلیمانی ساسانی؛
ویراستار سجاد محمدی.

مشخصات نشر: تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، حوزه هنری،
پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی، ۱۴۰۲.

مشخصات ظاهری: ۱۹۹ ص.؛ مصور: ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۲۷۷۰-۵-۸

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۹۵-۱۹۹.

موضوع: اینستاگرام (منبع الکترونیکی) (Electronic resource) Instagram

موضوع: شهرت -- جنبه‌های اجتماعی -- نمونه پژوهی

Fame -- Social aspects -- Case studies

شبکه‌های اجتماعی پیوسته -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام

Online social networks -- Religious aspects -- Islam

اینترنت و فعالیت‌های اجتماعی -- ایران -- نمونه پژوهی

Internet and activism -- Iran -- Case studies

روحانیت -- ایران Clergy -- Iran

شناسه افزوده: بیچرانلو، عبدالله، ۱۳۵۹ -

رده‌بندی کنگره: HF۵۴۱۵ / ۱۲۶۵

رده‌بندی دیویی: ۸۲۷/۶۵۸

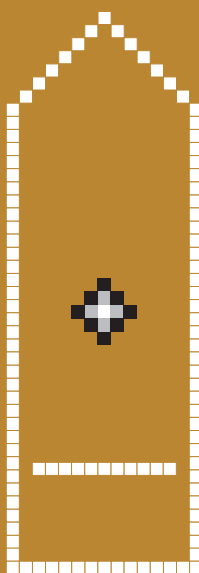
شماره کتابشناسی ملی: ۹۳۷۳۳۶۹



شهره بر مناره

مطالعه انتقادی
فعالیت روحانیون خرده سلبریتی
در اینستاگرام

علی مؤمنی
عبدالله بیچرانلو
(عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)





پژوهش‌شکده فرهنگ و هنر اسلامی

شهره بر مناره

مطالعه انتقادی فعالیت روحانیون خرده سلبریتی

دراینستاگرام

علی مؤمنی / عبدالله بیچرانلو

ناظر علمی: مجید سلیمانی ساسانی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

ویراستار: سجاد محمدی

طراح جلد و گرافیک: صادق جمالی

صفحه آرا: احمد الهی

نشانی:

تهران، خیابان سمیه،

حوزه هنری، پژوهشکده

فرهنگ و هنر اسلامی

کدپستی: ۱۵۹۹۷۱۹۵۱۳

شماره تماس: ۸۸۸۹۶۹۳۳



با اسکن
رمزینسه از
دیگراستار
پژوهشکده
آگاه
شوید

نقل و چاپ نوشته‌ها منوط به اجازه رسمی از ناشر است.

شماره تماس نشر پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی: ۰۹۱۰۸۱۰۴۲۸

چاپ نخست: ۱۴۰۲

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۲۷۷۰-۵-۸



ماییم قدیم عشق باره
باقی دگران همه نظاره
نظارگیان ملول گشتند
ماند این دم گرم شعله خواره
چون چرخ حریف آفتابیم
پنهان نشویم چون ستاره
انگشت نما و شهه گشتیم
چون اشتر بر سر مناره
از ما بنماند جز خیالی
و آن نیز برفت پاره پاره
مردان طریق چاره جستند
با هستی خود نبود چاره
در آتش عشق صف کشیدند
چون آهن و مس و سنگ خاره
مردانه تمام غرق گشتند
اندر دریای بی کناره

مولانا



فهرست مطالب



پیشگفتار پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی ۹



فصل نخست؛ دین، رسانه و ارتباطات ۱۱

مقدمه ۱۲

ارتباطات آیینی ۱۳

ارتباطات انتقالی ۲۱

پیوند دین با فناوری های رسانه ای ۲۳

- ابزارگرایی رسانه ای ۲۶

- جبرگرایی رسانه ای ۲۷

- اقتضاءگرایی رسانه ای ۲۹

دین شبکه ای ۳۰

بدن زدودگی درک دینی ۳۴



فصل دوم؛ دین و شهرت؛ رویکردی انتقادی ۳۹

مقدمه ۴۰

خوانش ها از سلبریتی به مثابه وضعیت نمایشی ۴۱

رسانه ای شدن ۴۴

ارتباطات توجه / اقتصاد توجه ۴۶

جامعه نمایشی ۵۱

نمود و بازنمود خود در زندگی روزمره ۵۴

شهرت آنلاین ۶۰

دین و شهرت ۶۴



۷۱	فصل سوم؛ بساخت هویت نمایشی روحانیون
۷۲	مقدمه
۷۴	جامعه و نمونه تحقیق
۷۷	بساخت هویت نمایشی روحانیون
۷۸	- بازنمود هویت مدنی
۸۶	- بازنمود عادتواره‌های نمایشی
۹۴	- بازنمود هویت تمام‌جُزء
۱۰۰	- بازنمود خود در پشت صحنه
۱۰۸	الگوهای اینستاگرامی در خدمت بساخت هویت نمایشی روحانیون
۱۰۸	الگوپذیری بصری
۱۱۵	الگوپذیری رفتاری



۱۲۱	فصل چهارم؛ بساخت دین اینستاگرامی
۱۲۲	مقدمه
۱۲۳	دین غیراجتماعی
۱۳۲	دین تجاری



فصل پنجم؛ خوانش دنبال‌کنندگان از صفحات اینستاگرامی روحانیون ۱۳۹

- مقدمه ۱۴۰
- مخاطبان و خوانش‌های گوناگون از متون ۱۴۰
- انگیزه‌های کاربری صفحات اینستاگرامی روحانیون ۱۴۵
 - انگیزه‌های فردی ۱۴۵
 - انگیزه‌های اجتماعی ۱۴۸
- برساخت دین در صفحات اینستاگرامی روحانیون ۱۵۲
 - بازتولید قرائت‌های موجود از دین ۱۵۲
 - انگاره‌های فناورانه بازنمایی دین ۱۵۷
 - پیامدهای بازنمایی اینستاگرامی دین ۱۶۱
- بازنمود غیردینی روحانیون از خود در اینستاگرام ۱۶۷
 - بافتار فناورانه ۱۶۷
 - انگیزه‌های غیردینی ۱۷۱
 - پیامدها ۱۷۷



فصل ششم؛ روحانی خرده‌سلبریتی ۱۸۳

- مقدمه ۱۸۴
- پذیرش ساختار نمایشی ۱۸۵
- نهادزدایی از روحانیت و دین ۱۸۶
- معنازدایی از امر دینی ۱۸۷
- ایزه‌سازی در جهت شهرت‌افزایی ۱۸۸
- مواجهه با روحانی خرده‌سلبریتی ۱۹۱
- کلام آخر ۱۹۴



۱۹۵ منابع و مآخذ



پیش‌گفتار پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی



در طول دهه گذشته، به تدریج و با افزایش کاربری رسانه‌های اجتماعی، به ویژه شبکه‌های اجتماعی در میان ایرانیان، قشرها و گروه‌های گوناگون اجتماعی با اهداف و رویکردهای مختلفی در این شبکه‌ها حضور یافته‌اند. در این میان، شبکه اینستاگرام در کنار رسانه اجتماعی تلگرام در ایران، به پرکاربردترین رسانه‌های اجتماعی تبدیل شدند. از جمله گروه‌های اجتماعی جالب توجه که در این رسانه‌های اجتماعی حضور چشمگیری یافت، روحانیون بودند. روحانیون حضور یافته در شبکه اجتماعی اینستاگرام، از رویکردها و ابزارها و شیوه‌های بسیار متنوعی برای جلب توجه مخاطبان و کاربران اینستاگرامی بهره گرفتند؛ به نحوی که پس از مدتی، بسیاری از آن‌ها به افرادی شناخته شده و چهره، همچون بسیاری چهره‌های اینستاگرامر در حوزه‌های دیگر تبدیل شدند.

ورود روحانیون به اینستاگرام و فعالیت برای دیده شدن و کسب شهرت بیشتر، حاکی از آن است که آن‌ها ساختار سلبریتی پرور این شبکه اجتماعی را پذیرفته‌اند. پذیرش این ساختار، هرگونه رفتار روحانیون را با سوگیری شهرت‌افزا نشان می‌دهد؛ از این رو صرف حضور و فعالیت آن‌ها فرصتی را برای کسب شهرت به وجود آورده است.

با وجود این، درباره حضور روحانیون در شبکه‌های اجتماعی، مواجهات و خوانش‌های گوناگونی وجود دارد: طیفی از موافقان، موافقان مشروط تا مخالفان

مطلق حضور آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی. در پژوهش پیش‌رو، ضمن تمرکز بر چگونگی باز نمود روحانیون از خود در اینستاگرام و رویکرد آن‌ها به نشر مضامین و محتوای دینی و غیردینی در این شبکه اجتماعی، خوانش افرادی از قشرهای خاصی از جامعه شامل دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و طلاب علوم دینی که به‌طور معمول مخاطبان ویژه‌ای برای صفحات روحانیون در شبکه‌های اجتماعی تلقی می‌شوند، از حضور و فعالیت روحانیون در این شبکه‌ها تبیین شده است.

نگارندگان بر اساس این مطالعه و مرور صفحات اجتماعی روحانیون فعال در اینستاگرام، معتقدند بیشتر این روحانیون به رسانه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام رویکردی ابزاری دارند و تصور می‌کنند این رسانه‌ها امکانات و ابزارهای نو و مطلوبی در فضای رسانه‌ای و جهانی شده امروز هستند و می‌توان با بهره‌گیری از این رسانه‌ها به تبلیغ و ترویج دین و مکتب اهل بیت علیهم‌السلام پرداخت. مسئله‌ای که در این رویکرد بروز یافته است، پیروی این فعالان دینی از اقتضائات و الگوهای خاص زیست‌بوم این فناوری رسانه‌ای و ارتباطی است. در این نوشتار تلاش شده است با رویکردی انتقادی به حضور روحانیون در این فضا پرداخته شود. نویسندگان پذیرای نقدها درباره مباحث مطرح شده در این نوشتار خواهند بود.



فصل نخست
دین، رسانه و ارتباطات



مقدمه

اگر به منابع تاریخی و آثار کلاسیک فلسفه یونانی نگاهی بیندازیم، مفهوم ارتباطات را به مثابه فرایند درک می‌کنیم؛ بدین معنی که انسان‌ها گرد هم می‌آیند تا واقعیتی مشترک را از طریق واژگان مشترک به بحث گذارند. به تعبیری ساده‌تر، ارتباط به نحوی شفاهی و با ابزار صدای انسان برقرار می‌شد و تکنولوژی در دسترسی برای انتقال وجود نداشت؛ لذا می‌توان این گونه از ارتباط را «ارتباطات فرایندی» نامید که ابزاری برای ذخیره‌سازی و حفظ معنا خارج از ذهن انسانی، در اختیار نداشت. شیوه انتقال سنت‌ها و کردارهای فرهنگی به نسل‌های بعدی نیز بدین طریق شکل می‌گرفت. در ایران نیز بخش مهمی از فرهنگ به شیوه سینه‌به‌سینه منتقل شده است که حاکی از رواج و اهمیت ارتباطات فرایندی در این کشور بوده است. با گسترش سواد در جوامع مختلف، ارتباطات فرایندی به «ارتباطات محصولی» تبدیل می‌شود که امکان ذخیره‌سازی و تکثیر و توزیع آن به وجود می‌آید. نقطه عطف این گونه از ارتباطات را در نوشتار و عصر چاپ می‌توان جست. ارتباطات نوشتاری تفکر علمی و رشد تکنولوژی را تسهیل کرد و ابزاری برای ذخیره دانش فراهم آورد؛ از طرفی دیگر، امکان بازیابی و بازیابی پیام‌ها را برای دیگر مردمان، در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون، شکل داد (دونزباخ، ۱۳۹۸). تغییر ارتباطات فرایندی به ارتباطات محصولی، تغییر «خلق معنا» به «انتقال پیام» بود. در ارتباطات فرایندی، معنا را افراد

در لحظه خلق می‌کنند و واسطه‌ای غیرانسانی وجود ندارد؛ اما در ارتباطات محصولی، سوژه‌ها در جایگاه فرستنده و گیرنده قرار گرفته‌اند که ارتباط و اتصال میان آن دو، رسانش پیام است. چنین تغییرات مهم و تاریخی در جامعه، بر نهاد دین نیز تأثیر گذاشت. در ارتباطات فرایندی، امر دینی را دین‌مداران در لحظه خلق و بازتولید می‌کردند؛ اما ارتباطات محصولی امر دینی را به پیامی به مثابه محصول تبدیل کرده که قابلیت ذخیره‌سازی و انتقال داشته است. از نخستین محصولات ارتباطاتی دینی، کتب دینی بوده‌اند. نگارش متون مقدس دینی باعث شد امکان گسترش امر دینی در طول زمان و مکان فراهم شود. دین به امر واحد ارجاع‌پذیری تبدیل شده که امکان قرائت و خوانش از متن آن شکل گرفته و عاملیت انسان در انتقال امر دینی کاهش یافته است. ظهور و گسترش صنعت چاپ در غرب از نیمه قرن پانزدهم میلادی نیز دسترسی به متون دینی را که در انحصار کلیسا بود به امری عمومی تبدیل کرد و باعث شد انحصار قرائت‌های دینی از دست اهل کلیسا خارج شود و بدین ترتیب، زمینه شکل‌گیری تدریجی خوانش‌های متکثر دینی و گسترش ارتباطات انتقالی برآمده از پروتستانیسیم فراهم شد. با این حال، تغییرات گونه‌های ارتباطی و نسبت آن با دین باعث نشد گونه‌های پیشینی حذف یا نابود شوند؛ لذا نسبت دین و ارتباطات را در دو سطح بندی کلان ارتباطی، یعنی ارتباطات آیینی و ارتباطات انتقالی می‌توان جست‌وجو کرد. در ادامه به تشریح ارتباطات آیینی و انتقالی خواهیم پرداخت.

ارتباطات آیینی

متفکران در خصوص اصطلاح آیین تعاریف و تشریح‌های متکثری ارائه کرده‌اند. در این بخش به تعدادی از آن‌ها خواهیم پرداخت؛ اما تعریف مدنظر در این کتاب بدین شرح است:

«آیین اجرایی داوطلبانه رفتاری است که در جهت تأثیرگذاری نمادین یا مشارکت در زندگی جدی، به شکلی سزاوار، طراحی شده است» (دبلیو و نبولر، ۱۳۸۷: ۷۰).

از منظر جیمز کری^۱ درک رابطه فرهنگ و ارتباطات نیازمند تقسیم ارتباطات به آیینی و انتقالی است. در رویکرد آیینی، ارتباطات به صورت ابزاری اصلی برای ساخت پیوندهای اجتماعی تصور می‌شود. از نظر او، این مدل ارتباطی بیشتر با مراسم نیایش، دعا، نماز و شعایر مقدس مرتبط است (Carey, 1992). «ارتباط با اصطلاحاتی مثل شراکت، هم‌بستگی داوطلبانه، همراهی و داشتن ایمان مشترک پیوند دارد. دیدگاه آیینی نه به بسط پیام در فضا، بلکه به بقای جامعه در طول زمان توجه دارد. در این دیدگاه، آنچه اهمیت دارد عمل دست‌به‌دست‌گشتن اطلاعات نیست، بلکه تجلی باورهای مشترک است» (Carey, 1975: 6-9)؛ لذا این رویکرد، ارتباط را ابزاری برای هدف خود نمی‌بیند، بلکه بر ارضای درونی فرستنده تأکید دارد؛ بر این اساس، مدل آیینی بیشتر به دنبال انعکاس تفسیر خارجی مشاهده‌کنندگان است تا اهداف اظهارشده فرستندگان و دریافت‌کنندگان (مک‌کوایل، ۱۳۸۲). «رویکرد آیینی مسیر و مدلی را برای ما طراحی می‌کند تا از طریق آن، مدلی از ارزش بازسازی‌کننده را در شکل‌دهی مجدد فرهنگ مشترک بسازیم» (Carey, 1992: 27).

والتر بنیامین نیز در نظریه اثر هنری در عصر بازتولید مکانیکی، بیان کرده است که با بازتولید مکانیکی اثر هنری، اصالت موجود در آن اثر و ارزش سنتی آن که از حس و حال حضور در فضا متأثر است از بین می‌رود. او معتقد بود دین تأیید می‌کند اثر هنری در کجا ممکن است ارزش کاربرد داشته باشد؛ برای مثال در یونان باستان، ارزش یگانه اثر هنری را به واسطه آیین (دینی خاص)

تعیین می‌کردند. بر این اساس، او میان ارزش آیینی و ارزش انتقالی تمایز قائل می‌شود و بیان می‌کند ارزش آیینی از راه آیین‌ها حفظ می‌شود و مکان‌مند است (Benjamin, 1969: 222-224). او معتقد است تولید اثر هنری با چیزهایی آیینی آغاز شده است و به خدمت مناسک درمی‌آید؛ لذا اهمیت اثر در ذات و هستی آن است، نه دیده شدن (بنیامین، ۱۳۹۹).

امیل دورکیم^۱ نیز آیین را ابزاری می‌داند که جمع به وسیله آن، عقاید جمعی خود را خلق و آن‌ها را تجربه می‌کند. از منظر او در فرایند آیین است که وحدت ذهن و جسم رخ داده و هم‌زمان در شکل دهی معنا مشارکت شکل می‌گیرد (دورکیم، ۱۴۰۰). دورکیم کارکرد مناسک (به خصوص مناسک دینی) را به چهار بخش تقسیم می‌کند: ۱. مناسک، کارکردی مقدماتی^۲ و تنبیهی^۳ دارند؛ بدین معنی که نوعی خویشتن‌داری^۴ را بر فرد تحمیل می‌کنند که از ضروریات زندگی اجتماعی است. اعضای جامعه به سازگارشدن با الزام‌ها و محدودیت‌ها نیاز دارند و مناسک دینی برای سازگاری با این امور نقش تسهیلگر را دارند.

۲. مناسک دینی کارکرد یکپارچه‌سازی دارند؛ چراکه اعضا را به یکدیگر پیوند می‌دهند، محدودیت‌های عمومی و اجتماعی را بازتأکید می‌کنند و در نهایت، درصدد ایجاد استحکام در یکپارچه‌سازی اجتماعی هستند که با این کار، پیوند میان اعضای گروه مدام در حال تقویت است.

۳. مناسک دینی، کارکرد احیاکننده دارند؛ لذا اعضای جامعه از میراث اجتماعی عمومی خود آگاه شده و افراد با گذشته و تاریخ خود پیوند داده می‌شوند.

۴. مناسک دینی کارکردی وجدآمیز نیز دارند و در ایجاد احساس فرح‌بخشی اجتماعی بسیار مؤثر هستند. این کارکرد در مواقع مواجهه گروه با مصائب و بلاها اهمیت خاصی دارد (دورکیم، ۱۴۰۰؛ شامحمدی و پاسالاری بهجانی، ۱۳۹۱).

1. Émile Durkheim

2. Preparatory

3. Disciplinary

4. Self-discipline