

**تکنولوژی رام نشده!**

پیروردیو در درس گفتارهای خود در کلز دوفرانس در سال 1996 در فصلی تحت عنوان صحنه تلویزیون و پشت‌پرده‌هایش اعترافی صریح دارد به تأثیر تلویزیون در جهان امروز...



پیروردیو در درس گفتارهای خود در کلز دوفرانس در سال 1996 در فصلی تحت عنوان صحنه تلویزیون و پشت‌پرده‌هایش اعترافی صریح دارد به تأثیر تلویزیون در جهان امروز.

او می‌گوید: تلویزیون به نوعی دارای انحصاری عملی در شکل دادن به اندیشه بخش بزرگی از مردم است (فکوهی 1387: 26) و این واقعیت انکارناپذیر سلطه تلویزیون در جهان امروز است. جدای از درنگ‌های اندیشه‌ورزانی که در ساحت‌های مختلف تفکر به ماهیت این غول محبوب - به تعبیر مک‌لوهان - اندیشیده‌اند، نظر به تأثیر بی‌چون و چرای تلویزیون را باید وجه مشترک همه این اندیشیده‌ها دانست. تا جایی که در نسبت مطالعات فرهنگی، ریموند ویلیامز انگلیسی ذیل جبرگرایی تکنولوژیکی که بر آن می‌تازد صراحتاً اعتراف می‌کند که «#171 تلویزیون دنیای ما را دگرگون ساخته است». آنچه از تأثیر سلطه بی‌رقیب تلویزیون گفته شد اما بهانه‌ای است برای ورود به بحث ترویج ارزش‌ها و فرهنگ‌سازی تلویزیون یا به طور کلی صدا و سیمای ایران در سال‌های اخیر. نقب و نقدی به رسانه ملی که هیچ‌کس در تأثیر بی‌چون و چرای آن در بسترهای مختلف اجتماعی اما و اگر نمی‌دارد.

متفکر فقید دکتر علی شریعتی در چندین فراز از گفتارهای گوناگون خود به نکته‌ای بدیع و جامعه‌شناختی درباره دفاع از حقیقت اشاره دارد. این نکته قریب به این مضمون است که برای آسیب رساندن به یک حقیقت هیچ چیزی مانند بد دفاع کردن از آن حقیقت، کارسازتر نیست. این تلقی در آغاز بحث حضور ارزش‌های اجتماعی و فرهنگ اسلامی- ایرانی در رسانه ملی شاخصی است که تا انتهای این نوشتار قضاوت درباره کاربرد آن برعهده مخاطب خواهد بود.

واقعیت بدون تردید جدایی‌ناپذیری رسانه‌های دیداری و شنیداری از زندگی کنونی انسان اصل پذیرفته شده‌ای است. محتواهای مختلف معرفتی حوزه‌های گوناگون در طول شبانه‌روز توسط این رسانه‌هاست که به مردم داده می‌شود. به اعتقاد جامعه‌شناسان و پژوهشگران ارتباطات و مردم‌شناسان جدید، نسل‌های کنونی در جوامع مختلف بخش عظیم ارزش‌ها و هنجارها و در صورت‌بندی کلی‌تر فرهنگ خود را از این نوع رسانه‌های دیداری و شنیداری می‌گیرند.

تلویزیون و رادیو به عنوان دو ابزار مسلط تکنولوژیکی به تعبیر نظریه‌پردازان علوم ارتباطات دیگر اولویت ذهنی و حتی رفتاری مخاطبان خود را نیز تعیین می‌کنند تا جایی که در بسیاری از اوقات این قدرت جادویی را نیز از خود به نمایش می‌گذارند که مخاطبان‌شان باید به آنچه صاحبان رسانه‌ها می‌خواهند فکر کنند. اما از منظر مطالعات بینارشته‌ای جامعه‌شناسی و علوم ارتباطات یکی از فصل‌های مورد توجه تأثیر رادیو و تلویزیون بر ترویج ارزش‌های حاکم بر جامعه و به پیروی جامعه‌پذیر کردن نسل‌های جوان مخاطب و انتقال میراث معنوی و فرهنگی گذشته به این نسل است.

در نگاهی آرمانی‌تر سمت و سوی تعالی جامعه در دست یازیدن به افق‌های توسعه و جلوگیری از انحرافات در این مسیر از مهم‌ترین وظایف اجتماعی و فرهنگی رسانه رادیو و تلویزیون به عنوان یک نهاد اجتماعی است. در کند و کاو پیرامون سیر تحول جوامع و انتقال سنت‌ها و میراث معنوی و فرهنگی این جوامع (که در حقیقت همان ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی است) پژوهشگران در رویکردی کلی 3 دوره سنت راهبر، درون راهبر و دگر راهبر را توصیف می‌کنند.

دوران دگر راهبر در این نظریه‌ها دوران سیطره وسایل ارتباط جمعی است؛ روزگاری که بت‌واره‌های ذهنی بر ساخته رسانه‌هایی چون رادیو و تلویزیون بر (سنت، مقدس‌انگاشته) دوران سنت راهبر و فردگرایی و تنه‌اشدگی عصر درون راهبر چیره شده است. در دوران دگر راهبر تلویزیون و رادیو می‌کوشند تا فرد را آماده پرتاب به دنیای مدرن کنند آن هم با فروپاشی همه پل‌های بازگشت به سنت. تلویزیون و رادیو که به خاطر ذات تکنولوژیک خود نمی‌توانند آرامش را به مخاطبان خود هدیه کنند، می‌خواهند انسان تنها تر شده را همچنان دور از خانواده (واقعی خود) به آرامش (تعریف کرده خود) برسانند؛ آرامشی که البته به تعبیر فوکویاما باید بعد از آن در انتظار دیدن یک فروپاشی بزرگ باشیم.

رادیو و تلویزیون در ایران اما چگونه از پس رسالت رسانه‌ای خود با بازتعریفی بسیار متفاوت (از لحاظ محتوایی بایستی و شایستی) و در عین حال شبیه (از منظر سلطه و ذاتیات تکنولوژیک و غربی خود) برآمده است. به نظر می‌رسد برای قضاوت در این باره از همان ابتدا باید به نتایج کارکردهای رسانه ملی در بطن و متن جامعه چشم داشت. آمارهای رسمی نشان می‌دهند که مقدار مشاهده تلویزیون در خانواده‌های ایرانی نزدیک به چهار ساعت و نیم در روز است و این با توجه به سقف جهانی آمار مشاهده تلویزیون در خانواده‌ها که 6 ساعت است تفاوت معنی‌داری ندارد.

اما آنچه دستامد این مقدار مخاطب داشتن صدا و سیمای ما بوده است آیا به راستی یکی داستان پر از آب چشم نیست. هیچ نهاد اجتماعی دیگری در ایران (همان‌گونه که در دیگر جوامع نیز چنین است) این اندازه تأثیرگذاری نسبت به سطوح مختلف مخاطب را قطعا و حتما ندارد و به همین دلیل باید به نوعی بسیاری از مشکلات و تنش‌های مختلف اجتماعی را در ربط مستقیم با این نهاد

اجتماعي ديد. صداوسيمايي که در ايران رسانه ملي ناميده مي‌شود و بي‌هيچ رقيب داخلي با سطح اعتبار مالي باشکوه! فرار است رسالتي دانشگاه‌گون داشته باشد، بدون شك بايد پاسخگوي شکاف‌هاي نسلي و جامعه‌پذيري ناقص و کمرنگ‌تر شدن ارزش‌هاي اسلامي و ايراني باشد.

اما اينکه اين تلنگر چرا بايد اکنون زده شود برمي‌گردد به اين مسئله که ديگر 25 سال از آزمون و خطاي طبيعي مديريت فرهنگي و تلاش براي بازتعريف رسانه‌هاي ذاتا غربي در خدمت ماهيت فرهنگ اسلامي- ايراني و همين‌طور همگامي اين مسئله با الزام رشد کمي رسانه ملي گذشته است و باز ديگر هيچ منصفی تسامح در رويکرد انتقادي به ساحت رسانه ملي را نمي‌پذيرد.

چشم بستن برشکاف نسلي تحقق يافته در پايان دهه سوم انقلاب ايران و کمرنگ شدن ارزش‌هاي بي‌بديل آن، نمي‌تواند کم از خيانت باشد. اينکه در آغاز دهه چهارم انقلاب همان‌گونه که رهبر معظم انقلاب به عنوان سکandar ارزش‌هاي اسلامي- ايراني‌مان بر آن در حکم انتصاب مجدد رياست سازمان صداوسيمایا تاکيد داشتند، دين، اخلاق، اميد و آگاهي بايد بارزترين نمود طراز رسانه‌اي، رسانه ملي باشد در کنه خود آيينه‌اي براي اين واقعيت است که در چندسال گذشته اين مسئله آن قدر مشوش بوده است که اکنون بايد دوباره در خطاب رهبري معظم گوشزدي موکدانه داشته باشد.

حقيقت غيرقابل کتمان اين است که رهبري معظم انقلاب به فراست، تمام خلأهاي اساسي برنامه‌هاي صداوسيمايي ايران را با توجه به داعيه‌داري اين رسانه در جهان اسلام گوشزد کرده‌اند؛ دين، اخلاق، اميد و آگاهي؛ مفاهيمي که دقيقا رسالت رسانه ملي در سال‌هاي اخير براي تحقق آن در جامعه، به غايت ناکام مانده است. نشان دادن فقدان اين چهارعنصر در دريبي کميته محتوايي اين سال‌هاي رسانه ملي، همان حديث متنوي هفتادمن است و البته که دستامد آن در جامعه، پيشاوري هر وجدان به قضاوت نشسته حاضر و ناظر است.

اقبال پرنرگ و دردناک قشر متوسط و متاسفانه‌گاه فرهنگي جامعه به برنامه‌هاي سخي ف ماهواره‌اي اين ماه‌ها گرفته تا کم کيفيت‌ترين و کم مخاطب‌ترين برنامه‌هاي مذهبي و اندیشه‌اي و تکرارهاي ملال‌آور محصولات دست‌چندم غربي در رسانه ملي تنها گوشه‌اي بسيار کوتاه از اين انتقادات است و تازه اين وجه سلبی قضايا است که وجه ايجابي آن خود حکايت مفصل‌تري دارد که در نمايي کوتاه بايد به گله و رويگرداني بسياري از علما و روحانيون و همين‌طور شخصيت‌هاي سياسي و فرهنگي و هنري و در يك جمله نخبه، از صداوسيمایا دانست.

امروزه وقتي روانشناسان اجتماعي، تلويزيون و راديو را يکي از اسباب گسترش سريع گرايش‌هاي جديد در فرهنگ جوانان مي‌دانند، آيا بايد رسانه ملي را تظهير کرد و ديگر رسانه‌ها را متهم کرد يا نه صورت مسئله را پاك كنيم و در گزارشي خود متشکرانه &#171; همه‌چيز را آرام و خوب» نشان دهيم! حقيقت اينکه عناصر دين، اخلاق، اميد و آگاهي از منظر سلبی و ايجابي در رسانه ملي گاه حتي مورد تحقير نيز قرار گرفته‌اند.

با اين توجه که بايد يادمان باشد که اولاً ما همچنان نتوانسته‌ايم تکنولوژي ذاتا سرکش مدرن را رام و مطيع صددرصد سنت و ايدئولوژي مذهبي‌مان کنيم (همچنان که در سينما نتوانسته‌ايم، البته اگر چشم نبسته باشيم) در اين وصف البته آنچه به جايي نرسد فرياد است.

ذات رام نشده بي‌خدای تکنولوژي در توهمي &#171; نمودناک» وقتي مي‌خواهد از مشرق ايمان و حقيقت، حرفي تاثيرگذار (آنچنان که مقتضاي ذاتش است) داشته باشد، لاجرم کاري صعب پيشاروي خود دارد که مردان کهن مي‌خواهد و البته که رسانه ملي، در سال‌هاي اخير به گواه بسيار کارنامه‌اي در حد شايد قبولي به وقت شهريور در اين زمينه از خود به يادگار گذاشته است.

### تلويزيون و سياست‌هاي افراط و تفریط

تلويزيون در جمهوري اسلامي ايران به ويژه وقتي با پيوند &#171; ملي» همراه مي‌شود، نقشي فراگير و مهم در جامعه ايران مي‌يابد. اين نقش از يك دوگانگي خاص برخوردار است؛ از يك سو تلويزيون، بنابر ماهيتش که تصوير (-کلام) محور است، بيشتري بر جنبه‌هاي نمايشي و سرگرم‌کننده استوار است و از ديگر سو، &#171; تلويزيون اسلامي»، به نمايندگي از سياست و ايدئولوژي نظام اسلامي، نقش انتقال و گسترش مفاهيم، آموزه‌ها و تجربه‌هاي ديني را در ميان شهروندان جمهوري اسلامي برعهده دارد. به بيان ديگر، تلويزيون ملي ما مي‌خواهد 2 نقش سرگرمي و روشنگري، هدايت و آگاه‌سازي ديني را همزمان داشته باشد. در واقع چالش اصلي تلويزيون ملي در چنين موقعيتي فراهم مي‌شود؛ يعني چگونه مي‌توان مابين سرگرمي و ارزش‌هاي فرهنگي قائل به جمع شد، به گونه‌اي که تلويزيون نه از حيطه برنامه‌هاي شاد و مفرح خود تهی شود و تنها نقش يك بنگاه تبليغ ديني به خود بگيرد و نه کاملاً از عرصه حساسيت‌هاي ارزشي و ديني دور شود.

بي‌ترديد نمي‌توان به نظريه‌هايي که در باب نسبت دين و تلويزيون توسط انديشمندان مطرح شده بي‌تفاوت ماند. اينکه اين نسبت را چگونه ببينيم، به اتخاذ نظريه‌اي بازمي‌گردد که در پس‌زمينه سياستگذاري کلان تلويزيون ملي ما قرار دارد.

آيا تلويزيون ملي (ما) در تعيين اين سياست کلان و ارائه چارچوب‌هاي معرفتي خود موفق بوده است؟ براي مثال، اگر ما بنا به نظريه ابرارگريانه، تلويزيون را چونان ديگر تکنولوژي‌ها داراي ذاتي خنثي بدانيم، چه پيامدهايي از عرضه دين در آن مي‌توانيم متصور شويم؟ يا اگر بنا به نظريه ذات‌گريانه، سرشت تکنولوژي و تلويزيون را جهت‌مند و حامل خرد ابراري و ديگر مولفه‌هاي مدرن بدانيم، چه پيامدهايي در عرصه دين مي‌توانيم متصور شويم؟ بنابر آنچه گفته شد، در آغاز بايد تعريف درست و روشني از تلويزيون ملي (ما) به دست داد و اين تعريف را در سياستگذاري‌هاي کلان آن دخيل گردانيد. در اينجا مي‌توان پرسيد که آيا اين کار در تلويزيون ملي صورت گرفته است؟

در هر صورت، تلويزيون ما از يك سو بايد پاسخگوي مخاطبان داخلي‌اي باشد که با انتظارات خاص خود از جمله سرگرمي و لذت بردن

به تماشای آن می‌نشینند و از دیگر سو رسالت جهانی دینی آن اقتضا می‌کند که برابر ارشادی و ارزشی خود بیفزاید. این کار ساده‌ای نیست و در مجموع درمورد عملکرد تلویزیون ملی می‌توان گفت که 1- عدم شفافیت در تعریف تلویزیون ملی و 2- کمبود متخصصان دینی و هنری‌ای که بتوانند بین شادی‌سازی و نگاه دینی پیوند و نسبت درستی برقرار سازند، سبب شده که تلویزیون ملی در ارائه برنامه‌های خود دچار افراط و تفریط شود؛ به بیان دیگر نه حق دنیا را به خوبی ادامی‌کند و نه حق دین را که این از جمله آسیب‌های جدی تلویزیون ملی است.

همشهری آنلاین