



www.rouzGar.com

## ده دلیل برای بیزاری از «تلویزیون»

علی صادقی

**مقدمه:** دلایلی که در زیر در نکوهش «تلویزیون» و یا در نکوهش وابستگی به دیدن تلویزیون برشمرده می‌شود به قابلیت‌های بالقوه‌ی تلویزیون در جهانی فرضی یا محتمل نظر ندارد، بلکه برگرفته از امکانات، تاثیرها و کارکردهای بالفعل آن در جهان واقعی موجود است. بی‌شک ویژگی‌های مثبتی از جمله آموزش عمومی، اطلاع‌رسانی آزاد، گسترش پذیرش تنوع فرهنگی و ارتقای فرهنگی مخاطبان (که با توجه به گستردگی دامنه‌ی مخاطبان و سایر قابلیت‌های تلویزیون به عنوان یک رسانه‌ی جمعی فراگیر از اهمیت بالایی برخوردارند) تنها در شرایطی امکان تحقق می‌یابند که نگرش غالب در به‌کارگیری تلویزیون، نگرشی کالایی و سودانگاران و نیز نگرشی ابزارانگاران (در جهت کسب یا حفظ قدرت) نباشد. اما درست به دلیل همین اهمیت و نقش موثر تلویزیون در زندگی اجتماعی دوران مدرن، چشم‌پوشی از آن برای کانون‌های قدرت تقریباً محال است. بنابراین ویژگی‌های مثبت یاد شده تنها مربوط به فضا و زمانی است که انسان‌ها در پی مشارکت فعال در تعیین سرنوشت اجتماعی خود، به حق نظارت عمومی و کنترل دموکراتیک بر عوامل موثر در حیات جمعی، از جمله رسانه‌ها، دست یابند. بدیهی است تا رسیدن به آن مرحله تنها می‌توانیم از ویژگی‌های شرایط موجود سخن بگوییم.

اما شناخت تاثیرهای منفی تلویزیون، که موضوع نوشتار حاضر است، شاید بتواند حس ترس و احتیاط را در ما برانگیزد که خود مقدمه‌ی مصونیت است. (ضمن آن که با در نظر داشتن آن قابلیت‌های مثبت و مقایسه‌ی این دو، خواه‌ناخواه به درک عمیق‌تری از مناسبات اجتماعی در «جهان واقعا موجود» می‌رسیم.) از این زاویه، شاید بتوان دلایل برشمرده شده‌ی زیر را در نکوهش نحوه‌ی به‌کارگیری تلویزیون دانست:

۱- تلویزیون به عنوان آسان‌ترین سرگرمی که برخوردار از جذابیت‌های گونه‌گون آن بی‌هیچ تلاشی و بدون

نیاز به هیچ گونه یادگیری یا پیش‌شرطی میسر است، ما را به خود وابسته می‌کند و نوعی اعتیاد به سرگرمی ثابت شبانه (و یا حتی روزانه) برای مردمی خسته از کار و هیاهوی زندگی روزمره ایجاد می‌کند؛ بنابراین بخش مهمی از اوقات فراغت اندک ما را می‌گیرد. اوقاتی که می‌توان و باید آن را (در کنار تفریح و استراحت) به تعمق در تجربیات روزانه، مطالعه و تفکر، ارتباط با دوستان و نزدیکان و یا یادگیری کارهای مورد علاقه و... اختصاص داد. به عبارت دیگر، تلویزیون در ازای «چیزهایی» که به ما می‌دهد، فرصت بهره‌گیری از اوقات فراغت، به عنوان یکی از ارکان اصلی رشد فردی را از ما می‌گیرد. آمارهای غیر رسمی میانگین ساعت‌های استفاده‌ی ایرانیان (شامل خانوارهای صاحب جعبه‌ی تلویزیون) را بین پنج تا شش ساعت در شبانه روز بیان می‌کنند. همین رغم در اروپا بین دو تا سه ساعت است. بدیهی است که در این مورد، جدا از تفاوت موجود در بینش‌ها و هنجارهای اجتماعی مردم کشوری توسعه نیافته با مردم کشورهای متروپل، تفاوت در گستره‌ی انتخاب‌های پیش رو برای نحوه‌ی پر کردن اوقات فراغت نیز دخالت دارد.

۲- صرف نظر از محتوای عمدتاً سطحی، کلیشه‌ی و یا حتی مبتذل برنامه‌های تلویزیون، این رسانه به دلیل برخورداری از جادوی «تصویر آمیخته با صدا و موسیقی»، خود را به بیننده تحمیل می‌کند و قدرت انتخاب، تفکر و تحلیل را از او می‌گیرد. یعنی نگاه کردن به صفحه‌ی تلویزیونی که در مقابل ما روشن است، تا حد زیادی غیر ارادی و بی‌اختیار است. به عبارت دیگر «تلویزیون دیدن» عملی انفعالی (passive) است. در حالی که ثابت شده تنها اعمالی در رشد فکری، روانی و شخصیتی ما موثرند که در آن‌ها حضور فعال (active) داشته باشیم.

۳- دیدن برنامه‌های تلویزیون رضایتی دروغین و موقتی در ما ایجاد می‌کند (که این خود از نظر روان‌شناسی به دلیل انفعالی بودن «تلویزیون دیدن» است). به همین دلیل پس از پایان برنامه‌ی، بلافاصله با چرخاندن کانال‌ها، به دنبال برنامه‌ی دیگر می‌گردیم. یعنی راه فراری که برای گریز از این حس ناخوشایند بدان پناه می‌بریم، از جنس همان چیزی است که بروز چنین حسی را موجب شده است.

۴- با بلعیدن هر برنامه‌ی تلویزیونی، باید حجم زیادی از تبلیغات همراه آن را هم (به اجبار یا رضایت) بلعیم و این تبلیغات کم‌کم در درون ما نیازهای مصرفی تازه‌ی ایجاد کرده و الگوی مصرفی جدیدی را خلق می‌کنند. ضمن این‌که خود برنامه‌های تلویزیون هم معرف شیوه‌ی زندگی و به طور کلی الگوی فرهنگی معینی هستند که در آن خوشبختی و رضایت انسان، در برخورداری هرچه بیشتر از موهبت‌های مادی زندگی، یعنی رفاه و مصرف هر چه بیشتر، معرفی می‌شود. به همین دلیل جامعه‌ی معتاد به تلویزیون در نهایت شامل افرادی است که با جدیت تمام تنها برای فراهم کردن مقدمات مادی زندگی - که اتفاقاً پایان‌ناپذیر هم هست - تلاش می‌کنند و به تدریج سایر ملزومات زیست انسانی و اصلاً خود زندگی را به فراموشی می‌سپارند.

۵- با روشن شدن تلویزیون، افراد خانواده و یا افراد فامیل حاضر در یک مهمانی کوچک خانوادگی، جذب این جعبه‌ی جادو شده و تلویزیون به جای آن‌ها صحبت می‌کند. پس امکان گفتگو بین آن‌ها و یا ظهور و رشد سایر خلاقیت‌های تقویت‌کننده‌ی ارتباطات جمعی از میان می‌رود. یعنی در فضای کوچک خانوادگی، تلویزیون فرصت

تمرین برای یادگیری گفت‌وگو و ایجاد ارتباط با دیگران را محدود می‌کند. نتیجه‌ی تداوم این وضع در درازمدت، از بین رفتن فرهنگ گفت‌وگو در میان افراد جامعه است. پس عادت به تلویزیون در سطح کلان امکان شکل‌گیری و پرورش قابلیت برقراری ارتباط متقابل بین افراد جامعه را کاهش می‌دهد.

شاید اکنون تا حدی قابل درک باشد که چرا در یک محفل کوچک شبانه، جعبه‌ی جادو بلافاصله روشن می‌شود و تا پایان شب‌نشینی هنرنمایی می‌کند. در واقع تنها به این دلیل ساده که خلا ارتباطی آدم‌ها را پر می‌کند!

۶- تلویزیون با تبلیغ نگرش و باورهای بسیار محدود و خط‌کشی شده‌ی در مورد انسان و زندگی و نیز مسایل و رخدادهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، به طور وسیعی انسان‌ها را هم‌ریخت و یکسان می‌کند؛ و این با امکانات درونی متنوع و دنیای بی‌نهایتی که در درون هر فرد نهفته است منافات دارد. به واقع در دنیای مدرن، تلویزیون مهم‌ترین ابزار ایدئولوژیک نظام سرمایه‌داری است که آن را در جهت «مهندسی افکار عمومی» و یا حتا به باور من در جهت «مهندسی خصلت‌های عمومی» به کار می‌گیرد. (گرچه این کار در سطوح و مراتب مختلفی از ناشی‌گری تا حرفه‌یی‌گری قابل تحقق است)

به همین دلیل در جامعه‌های فاقد زیرساخت‌های فرهنگی و مدنی قوی، تلویزیون در درازمدت مجموعه‌یی از کوتوله‌های هم‌سان به وجود می‌آورد. چون در این گونه جوامع به دلیل پایین بودن سطح بینش و هنجارهای عمومی از یک سو، و محدودیت گستره‌ی انتخاب از سوی دیگر، نقش و تاثیر تلویزیون به مراتب پررنگ‌تر از سایر جوامع است. بنابراین، در این جوامع، تلویزیون ابزار تبلیغاتی بسیار مهمی در دست دولت‌هاست تا شرایط جامعه و جهان را بدان نحو که مایل‌اند، برای مردم تحت حکومت خود تصویر کنند. از این نقطه نظر، به عنوان نمونه‌ی مورد بررسی در کشور ما، نقش تلویزیون در پیروزی احمدی‌نژاد در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۴ بسیار قابل تأمل است (جدا از نقش و تاثیر سایر زمینه‌ها و بسترهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی).

۷- تلویزیون در کنار سایر رسانه‌های تصویری (و نیز به واسطه‌ی جذب قابلیت‌های این رسانه‌ها) نقش مهمی در رواج و گسترش اجتماعی آشکار و پنهان خشونت و سکس در دنیای معاصر دارد. چرا که برنامه‌های تلویزیونی با به‌کارگیری مداوم کلیشه‌های خشن و جنسیتی در سطوح و لایه‌های مختلف بصری و روانی، سعی می‌کنند بر جذابیت خود و نیز بر تعداد مخاطبان خود بیافزایند و به این ترتیب به تدریج هنجارهای رفتاری و اجتماعی را تغییر دهند. در این میان بیش‌ترین ضربه بر کودکان و نوجوانان و تا حدی هم جوانان (که نسل‌های بعدی اجتماع را تشکیل می‌دهند) وارد می‌آید. چرا که تاثیرپذیری و واکنش آنان نسبت به تغییر هنجارهای رفتاری و اخلاقی به مراتب بیش از بزرگسالانی است که زیست اجتماعی و فردی آن‌ها در چارچوب‌های رفتاری و اخلاقی نسبتاً ثابت و پایداری تداوم می‌یابد. بنابراین تلویزیون به طور مداوم به بازتولید، تثبیت و تعمیق خشونت و ناهنجاری‌های جنسی در دنیای آینده کمک می‌کند.

در سطحی وسیع‌تر، تلویزیون به القا و نیز گسترش درکی کالایی و ابزاری از انسان یاری می‌رساند که رواج خشونت و ناهنجاری‌های جنسی را می‌توان به مثابه نتیجه‌ها و تبعات فرعی رشد چنین نگرشی قلمداد کرد.

۸- تلویزیون با تکرار مداوم اخبار و اطلاعات، مخاطبان خود را به فاجعه‌های دنیای پیرامون عادت می‌دهد. به عبارت دیگر دیدن بی‌وقفه‌ی گزارش‌ها و اخبار مرتبط با فجایع و جنایت‌های بشری، درحالی‌که توان و یا حتی فرصتی برای اتخاذ موضع یا بروز واکنشی درونی یا بیرونی نسبت به آن‌ها نداریم، تنها نتیجه‌ی بی‌نتیجه‌ی آن است. بی‌تفاوتی تدریجی در مخاطبان (جدا از تأثرات احساسی اولیه و زودگذر) و نیز عادی و کمرنگ شدن بار انسانی این‌گونه فجایع و رخدادهاست. فراموش نکنیم که در گرایش عمومی به این وضعیت بی‌تفاوتی، عادت تدریجی به خشونت‌های موجود در برنامه‌های تلویزیونی هم نقش موثری دارد.

۹- تلویزیون استوره‌سازی می‌کند و در این مسیر علاوه بر به‌کارگیری و بازتولید وسیع اسنوره‌های سینمایی، ورزشی، موسیقی و هنر پاپ در غالب پخش و تبلیغ فیلم‌های سینمایی، مسابقه‌های ورزشی، کلیپ‌های موسیقی و غیره، اسنوره‌های بومی خاص خود را نیز خلق می‌کند. در شق یکم اسنوره‌هایی چون دیوید بکهام، جنیفر لویز، برد پیت، شکیرا و ... گرچه در محیط (مدیوم) دیگری متولد و پرورده شده‌اند، اما تنها به کمک هزاران شبکه و کانال تلویزیونی چنین اقبال عمومی و محبوبیت جهانی یافته‌اند. از این منظر تلویزیون ضمن توده‌یی و حتا عامیانه کردن اسنوره‌ها، از امکان جای‌گزینی آن‌ها نیز برخوردار است، گرچه در ضمن این فرآیند، وجه غالب در ماهیت و ارزش اسنوره‌ها به تدریج از توانایی‌های درونی خاص آن‌ها، به شهرت و محبوبیت جهانی و موفقیت بی‌چون و چرای آنان استحاله می‌یابد. در شق دوم یعنی در خلق اسنوره‌های بومی مختص هر کشور نیز شاهد ظهور اسنوره‌هایی هستیم که گرچه دوره‌ی دوام و منطقه‌ی نفوذ آن‌ها محدودتر است، اما جای‌گاه و تشخیص قاطعی در اذهان عمومی یافته و تأثیر مقطعی مهمی در فضای فرهنگی و گفتمان توده‌یی بر جای می‌گذارند. در کشور ما شاید کاراکترهای سریال‌های زنجیره‌یی مهران مدیری در سال‌های اخیر نمونه‌ی جالبی در این مورد باشد.

به هر حال این اسنوره‌پروری و اسنوره‌پرستی (که در ظاهر امری است متعلق به دوره‌ی پیشامدرن) در اذهان عمومی مردم جوامع مختلف تابوهای ذهنی جدیدی را جای‌گزین اسنوره‌ها و تابوهای مذهبی و یا باورهای سنتی به جای مانده از دوره‌های گذشته می‌کند و البته این اسنوره‌های مدرن تنها شامل اشخاص و کاراکترهای انسانی خاص نیست، بلکه در غالب آن‌ها نگره‌های اسنوره‌ای معینی هم گسترش می‌یابند. به هر حال آنچه مهم به نظر می‌رسد آن است که این جای‌گزینی عمومی بدون انتخاب فردی و در غیاب زمینه‌های آگاهانه رخ می‌دهد.

۱۰- تلویزیون دعوتی مدام است به فراموشی. پخش مسابقه‌ی مستقیم فوتبال جام ملت‌های اروپا بلافاصله پس از پخش اخبار یا گزارش‌های مرتبط با جان‌باختگان بمب‌گذاری در بغداد یا حمله‌ی اسرائیل به یک اردوگاه فلسطینی و یا سانحه‌ی سقوط هواپیمای مسافری در کشورمان، این روی‌دادها را هم‌ارز و هم‌سطح نشان می‌دهد و درعین حال به ما می‌گوید که جذابیت‌های زندگی آن‌قدر زیاد هست که بتوان وقایع تلخ پیرامونی را نادیده گرفت.