

## عاملیت تلویزیون در فرآیند جهانی شدن

یوسف احمدی

دانشجوی کارشناسی گروه ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران  
yousef\_ahmadi@hotmail.com

### چکیده :

این مقاله بر اساس این باور که فرآیند جهانی شدن بر صنعت ارتباطات استوار است، به مطالعه صنعت تلویزیون می‌پردازد. صنعت تلویزیون یکی از عوامل صنعت ارتباطات جهانی بشمار می‌رود. تلویزیون اثر ویژه‌ای در فرآیند جهانی شدن دارد. در این مطالعه این اثر را به عنوان عاملیت مورد مطالعه قرار داده ایم. با استفاده از الگوی نظری لاسول تمام لایه‌های ارتباطی در تلویزیون را مطالعه کرده ایم و توضیحاتی کاربردی از این عاملیت فراهم کرده ایم. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد، تلویزیون با قدرت بیشتر و اثرگذاری بهتری که نسبت به دیگر رسانه‌ها دارد، توانسته است با انتقال اطلاعات و آگاهی تغییرات بنیادینی در امور اجتماعی، اخلاقی، سیاسی و اقتصادی به وجود آورد. در نهایت فرهنگ‌های مختلف در سراسر دنیا نیز این تغییرات را رسمیت بخشیده‌اند و این تغییرات در فرهنگ چیزی نیست جز پذیرفتن دیگر فرهنگ‌ها و عقاید موجود در جهان.

**کلید واژه‌ها:** تلویزیون، ارتباطات، اطلاعات، تلویزیون دیجیتال، جوامع، جهانی شدن.

### مقدمه:

اعتقاد بر این است که مرحله سوم جهانی‌شدن، یعنی جهانی‌شدن ارتباطات معلول صنعت جهانی ارتباطات است و به‌عنوان یک روند ارتباطی موجب ارتباطات هم‌زمان و ظهور فضای واحد ارتباطی شده است (عاملی، ۱۳۸۳). صنعت ارتباطات که در برگیرنده مجموع وسایل و عوامل ارتباط جمعی است با ویژگی‌های فرامکانی، فرازمانی و فراملی همراه است، مفهوم جدید زوال فاصله‌ها را به ارمغان آورده است. گفته می‌شود که زوال فاصله‌ها احتمالاً تنها و مهم‌ترین نیروی شکل‌دهنده به جوامع جهانی در نیمه اول قرن بیست و یکم است و همین‌طور تغییرات فناوری آن در نحوه زندگی مردم انقلاب ایجاد کرده که در این مورد استثنایی وجود ندارد (کارنکرانس، ۱۳۸۴: ۲۹). انقلاب ایجاد شده توسط وسایل ارتباطی چیزی نیست جز همان فرآیند جهانی شدن که زندگی مردم را تحت شعاع خود قرار داده است. از یک سو، با گذشت دو دهه از مطالعات جهانی‌شدن، ادبیات بسیار گسترده و در عین حال با چشم‌اندازهای متفاوت شکل گرفته است که در درجه اول مفهوم مطالعات جهانی شدن را به‌منزله یک حوزه جدید مطالعاتی معنا بخشیده و در درجه دوم آثار متفاوتی را بر بسیاری از مفاهیم و مطالعات مدرنیته مثل جامعه، فرهنگ، مذهب، روشنگری، روشنفکری، طبقه اجتماعی، قشر بندی اجتماعی، تفاوت‌های نسلی، فاصله اجتماعی، تقسیم‌بندی و تیپ‌بندی‌های هویتی و حوزه‌های مختلف نظریه‌های اجتماعی به دنبال داشته است (عاملی، ۱۳۸۳). از سوی دیگر، گسترش و توسعه صنعت فناوری ارتباطات در دو دهه اخیر نیز موجب تغییرات فزاینده‌ای در سطوح روابط میان فردی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، عقیدتی و بین‌المللی شده است. به سخن دیگر؛ حضور در شبکه و روابط شبکه‌ای که به اعتبار فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌وجود می‌آیند و گسترش می‌یابند ریخت و ساخت و کارکرد مسلط جوامع کنونی را تعیین می‌کند (خانیک، ۱۳۸۴). به همین دلیل است که جهانی‌شدن ارتباطات، مرحله سوم جهانی شدن نامیده شده است و این‌طور برداشت می‌شود که جهانی‌شدن زائیده فناوری‌های ارتباطی است که روند اطلاع‌رسانی و روشن‌سازی افکار را در فرآیند جهانی‌شدن نیز به عهده دارد.

مطالعه در باب تمام فناوری‌های ارتباطی از عهده یک مقاله خارج است اما برای مشخص ساختن عاملیت وسایل ارتباطی در روند جهانی‌شدن، این مقاله صرفاً به یکی از وسایل ارتباط جمعی، یعنی فناوری تلویزیون که تصور می‌شود عاملیت ویژه‌ای در فرآیند جهانی شدن دارد، می‌پردازد. همان‌طور که اندیشمندان زیادی نوشته‌اند تلویزیون با ارائه خدمات متنوع و متفاوت زندگی ما را بکلی دگرگون کرده است و حتی بر نحوه عملکرد جامعه در دنیای امروز تاثیر شگرفی گذاشته است (مک کوئین، ۱۳۸۴: ۱۷). به همین سبب در این مقاله سعی می‌شود که تاثیرات و عامل بودن آن مورد مطالعه قرار گیرد.

### طرح مسئله :

در طول تاریخ، دانشمندان زیادی از حوزه‌های مختلفی مانند جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، اقتصادی و سیاسی درباره تلویزیون و اثرات آن مطالعات و پژوهش‌های انجام داده‌اند و هر یک با برداشت‌های متفاوت عناوین خاصی را بر پیکره تلویزیون چسبانده‌اند. مثلاً "مک لوهان با تحقیقاتی که در دهه پنجاه و شصت داشته به این نتیجه رسیده است که تمام رسانه‌های گروهی به نوعی مصادیق جسم انسان هستند؛ رادیو به‌مثابه گوش، روزنامه یا کتاب به‌منزله چشم مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما تلویزیون در عین حال، وسیله‌ای برای استفاده چشم و گوش در نظر گرفته شده که موجب تقویت اطلاع‌رسانی به سیستم عصبی انسان می‌شود و بدین صورت انبوهی از اطلاعات مختلف و معرفت جهانی را به مخاطبان عرضه می‌کند که تا پیش از این در دسترس نبود (مک کوئین، ۱۳۸۴: ۱۶). گذشته از این ابزار نظرها، باید به این مهم توجه کرد که تلویزیون در هر حالتی می‌تواند نسبت به ادراک و رفتار انسان و در نهایت بر فرهنگ و جوامع انسانی تاثیرگذار باشد. منظور از جوامع انسانی «جوامع صنعتی، مدرن، اطلاعاتی» همان سیر

تجولی است که در چند قرن اخیر با توسعه صنعت ارتباطات به ویژه تلویزیون سرعت بیشتری به خود گرفته است (ریعی، ۱۳۸۶). با توجه به نظریات اندیشمندان، این طور استنباط می‌شود که تلویزیون در ادوار گذشته نسبت به تحولات اجتماع و جامعه انسانی نقش کلیدی داشته است اما این سوال به ذهن خطور می‌کند که این نقش در فرآیند جهانی شدن که عامل‌های زیادی در تحکیم آن اثر گذارده‌اند، به چه صورت است؟ از آنجا که تلویزیون اطلاعات گوناگون را در معرض دید مردم جوامع مختلف قرار می‌دهد، آیا می‌توان آن را عاملی برای جهانی شدن دانست؟

### **ملاحظات نظری: روابط بین جهانی شدن و تلویزیون**

برای آسان‌سازی و درک بیشتر از مطالعه مورد نظر، این مقاله بر آن است تا با استفاده از مدل ارتباطی لاسول (۱۹۴۸) روابط بین جهانی شدن و تلویزیون را مطالعه کند. در مدل ارتباطی لاسول پنج سوال مطرح می‌شود که عبارت‌اند از: چه کسی؟ چه می‌گوید؟ از چه مجرای؟ به چه کسی؟ با چه اثری؟. مدل نظری لاسول کاربردهای عمومی زیادی در ارتباطات جمعی دارد و هدف لاسول از این مدل این است که بیش از یک مجرا می‌تواند، پیامی را منتقل کند (سورین و نانکار، ۱۳۸۱: ۶۷). این مدل تأمل بیشتری بر لایه‌های زیرین ارتباط دارد و دقیقاً علت‌ها را تبیین می‌کند مثلاً: چه کسی، پرسش کنترل پیام را مطرح می‌کند. چه می‌گوید، موضوع تحلیل محتوا را می‌رساند. از چه مجرای، همان مجرای ارتباطی مطالعاتی در تحلیل رسانه‌ها را نشان می‌دهد. به چه کسی، به گیرنده و تحلیل مخاطب مربوط می‌شود. با چه اثری، به اشاعه اطلاعات و اعتبار ارتباطگر می‌پردازد (همان، ۶۸). این مدل مزیت توصیفی نیز دارد، بدین معنی که با استفاده از آن علاوه بر تشریح نظریه، می‌توان فناوری تلویزیون را نیز توصیف کرد. به نظر می‌رسد تشریح همزمان این دو می‌تواند روابط موجود بین تلویزیون و فرآیند جهانی شدن را توصیف کند.

#### **۱- چه کسی :**

اگر به اولین سوال لاسول در این مدل دقت کنیم، خواهیم دید که در ابتدا نظر مخاطب در جهت برقراری ارتباط دو سویه و یا تأملی بسوی ارتباطگر است. بدین معنی که هر ارتباطی موثر نخواهد بود مگر این‌که ارتباطگر تأثیرگذار باشد. در واقع، این امر تأکیدی بر منبع پیام دارد و یا به عبارت دیگر، پیام‌دهنده «چه کسی» از چه منزلت و موقعیت اجتماعی و یا جهانی برخوردار است که این منزلت درجه اعتباری برای ارتباطگر محسوب می‌شود. کارل هاولند و والتر وایس اعتقاد داشتند که هر قدر منبع قابل قبول‌تر باشد، احتمال تغییر نگرش و متقاعد شدن افراد بیشتر است (دادگران، ۱۳۸۵: ۱۴۶). حال، اگر تلویزیون را در این مقوله قرار دهیم، به طور یقین مشخص‌کننده همین امر خواهد بود. چون از دیرباز مورد استفاده خانواده‌ها در سطوح مختلف اجتماعی، منطقه‌ای و در دو دهه اخیر به صورت جهانی بوده است. از این رو می‌تواند مطمئن و یک منبع معتبر به نظر آید. گذشته از آن، این فناوری از یک سو، مبتنی بر صنعت رسانه‌ها است که کارشناسان و اندیشمندان در حوزه‌های مختلف خود را دارد و تمام برنامه‌های آن با کارشناسی و دقت نظر بسیار زیاد مورد ارزیابی و سپس به همزمان پخش می‌شود و از سوی دیگر، صوتی و تصویری بودن آن که در برگزیده تمامی هنرهای نمایشی مثل هنر سینما و ده‌ها نوع هنر کوچک و بزرگ مانند گریم، طراحی صحنه و یا دکور، دیالوگ، عکاسی و فیلمبرداری، مونتاژ و صداپردازی است، در چارچوب تلویزیون قرار می‌گیرد (منتظر قائم، ۱۳۷۸). با این وجود، می‌توان گفت که تلویزیون با همراه داشتن چنین امتیازاتی به سهولت می‌تواند جایگاه ویژه‌ای در منطقه و جامعه جهانی داشته باشد. به همین سبب، فراگیر شدن تلویزیون در منازل، ادارات، کارگاه‌های تولیدی و شرکت‌های صنعتی در جوامع مختلف، نشان از مقبولیت و انس گرفتن مردم با آن را دارد که با پخش برنامه‌های اطلاع‌رسانی مانند اخبار، تحلیل و تفسیر خبر، سرعت خبر و همین‌طور پخش فیلم و سریال‌هایی که جنبه سرگرمی و آموزشی برای بزرگسالان و خردسالان را دارند، توانسته است اعتبار بیشتر و جایگاه بهتری نسبت به دیگر رسانه‌ها به خود اختصاص دهد.

#### **۲- چه می‌گوید :**

ارتباطات زمانی به اوج خود می‌رسد که دقت به پیام‌ها بیشتر شود. مخاطب در عمل ادارک، پیام دریافت شده را مورد توجه قرار می‌دهد و سعی می‌کند که آن را از نظر محتوا ارزیابی کند (برکو و دیگران، ۱۳۸۶: ۷۲). به نظر می‌رسد، دومین گویه لاسول دقیق بودن مخاطب در یک ارتباط موفق را نشان می‌دهد. تلویزیون نیز در کسب ارتباط بهتر و بیشتر با طرح مسائل مهم با مخاطبان خویش به این امر واقف است همان‌طور که سیلورستون (۱۹۸۱) می‌گوید تلویزیون با توجه به مرکزیتش، مسائل بنیادین حیات بشری را به روش‌هایی که خود بنیادین هستند، بیان می‌کند. این مسائل، از جمله مسئله مرگ و زندگی، آشنا و غریب، مرد و زن، طبیعت و فرهنگ، سیاست، اقتصاد، معرفت ملی و فراملی... و صورهای ارتباطی که شامل روایت‌های اسطوره‌ای، حکایات عامیانه، جادو و سنن کهن‌اند را در اشتراک با مخاطبان می‌گذارد. وی معتقد است که تأثیرگذاری این فناوری ناشی از توانایی این رسانه در ترجمان هر مضمون ناآشنا و عرصه چارچوب‌هایی برای معنا بخشیدن به مضامین نامفهوم است. این نقل قول نه تنها موقعیت فراگیر تلویزیون را به شکل یک دنیا نمادین وحدت بخش در سطح وسیع به تصویر می‌کشد بلکه ترجمه‌گری آن را نیز یادآور می‌شود. تلویزیون ظرفیت آن را دارد که پدیده‌های ناآشنا و نامفهوم دنیا را به پدیده‌های امن و قابل تبدیل کند و به نمایش درآورد (دلگران، ۱۳۸۵: ۷۵). این گزاره‌ها از یک طرف مشخص می‌سازد که تلویزیون از آن جهت در اجتماع انسانی، تأثیرگذار و ثمربخش است که توجه به خواسته‌های مخاطبان را در اولویت کاری خویش قرار داده است و از این راه در جذب بیشتر آنان، بیش از دیگر رسانه‌ها موفق بوده است و از طرف دیگر، مخاطبان که نیازمند این نوع ارتباطات و اطلاعات‌اند، به آن توجه می‌کنند.

## ۲- از چه مجرای :

خیلی‌ها نوشته‌اند که تلویزیون جعبه جادویی است به این معنی که هر آنچه در تلویزیون نگریسته می‌شود به نوعی باور نکرده‌ای است. اما مراد فرهادپور در مقاله خود با نام "ایده‌هایی درباره تلویزیون" به این مهم تاکید کرده است که این نام نه فقط بی‌ربط، بلکه دروغین و حتی گمراه‌کننده است. به گفته وی، بارزترین ویژگی هر شی یا کنش جادویی، هاله یا مرزی است که آن را از اشیاء و امور عادی جدا می‌کند. تلویزیون فقط یک فناوری رسانه‌ای است و با قدرت سخت‌افزاری و نرم‌افزاری توانسته است که جایگاه همنشینی با افراد جامعه را به خود اختصاص بدهد. همچنین این فناوری با خاصیت پخش هم‌زمان و عمومی بودن و با داشتن ویژگی صدا و تصویر و همین‌طور با قابلیت دسترسی آسان از راه امواج آنالوگ و دیجیتال مهمان ادارات و منازل مردم است (منتظر قائم، ۱۳۷۸). همان‌طور که مک لوهان اعتقاد داشت که تلویزیون یک رسانه است و رسانه یک پیام؛ باید اذعان کرد که این رسانه از مجراهای مختلف و یا ژانرهای متفاوت پیام خویش را منتقل می‌کند. ژانر، واژه‌ای فرانسوی و به معنای «گونه» و «نوع» است که در تلویزیون به انواع و اقسام تولیدات مانند ژانر خانوادگی، کمدی، ادبی، خبری، پلیسی، وحشت، جنایی، داستانی، سیاسی، اخلاقی، دینی و غیره با قواعد خاصی می‌پردازند (مک کوئین، ۱۳۸۴: ۴۲). مجراهایی که تلویزیون در جهت برقراری ارتباط بهتر و مفیدتر استفاده می‌کند، تمام سلاقی و علاقمندی مردم را در جامعه و حتی در سطح بین‌المللی و جهانی در برمی‌گیرد. همان‌طور که ذکر شد انواع ژانرها در تلویزیون ضمن اطلاع‌رسانی و آموزش در حوزه‌های گوناگون توانسته‌اند تبدیل به مجراهای مختلف در امر انتقال پیام‌های متفاوت شوند. به همین سبب است که دانشمندان مجرای ارتباطی - اطلاعاتی را، مبنای تحلیل آن رسانه می‌دانند و این‌طور استنباط می‌شود که مجراهای ارتباطی اهمیت زیادی در فرآیند تغییرات در جامعه دارند و تلویزیون که مجراهای زیادی برای گسترش اطلاعات و برقراری ارتباطات دارد، توانسته است تاثیرات شگرفی در روند تغییرات کل جامعه انسانی یا به سخن ساده‌تر در فرآیند جهانی‌شدن داشته باشد.

## ۴- به چه کسی :

واضح است که این گزینه به مخاطب و شناخت آن می‌پردازد. در واقع گیرنده پیام تحلیل می‌شود. مخاطب به اشخاص و گروه‌های بیننده تلویزیون، با توجه به برنامه‌های خاصی که تماشا می‌کنند، خطاب می‌شود. مخاطبان هم‌نبر براساس ژانر یا نوع محصول مصرفی‌شان نیز تعریف می‌شوند، مانند مخاطبان برنامه ورزشی یا سریال‌های خانوادگی. همچنین مخاطبان بر اساس سابقه اجتماعی‌شان نیز مشخص می‌شوند؛ مانند سن، جنس، طبقه اجتماعی، گروه‌های نژادی، سبک زندگی، طرفداران خاصی یک ایدئولوژی، افشار تحصیل‌کرده و یا فرهنگی (مک کوئین، ۱۳۸۴: ۲۴۴). تلویزیون بنا به برنامه‌های مشخص، طیف‌های وسیعی از مخاطبان را در ساعات مختلف پخش به خود جلب می‌کند. مثلاً تلویزیون ایران، در ساعات اولیه صبح مخاطبان و یا طرفداران ورزش و اخبار را دعوت به تماشا می‌کند و در نیمه‌های روز برنامه‌های آموزشی، خردسالان و سپس خانوادگی مخصوص خانم‌های خانه‌دار که یک نوع جنبه فرهنگی - اعتقادی دارد، روی آنتن می‌رود و در نهایت، هنگام برگشتن کارمندان و کارگران به منازل‌شان دیگر از برنامه‌های کودک و نوجوان خبری نیست، بلکه برنامه‌ها تقریباً روال سیاسی و یا جدی به خود می‌گیرد (منتظر قائم، ۱۳۸۷). اگر دید اجمالی به قضیه داشته باشیم، به این نتیجه خواهیم رسید که تلویزیون در سطح کل جامعه با پخش برنامه‌های متفاوت و متنوع، مخاطبان زیادی با سلیقه‌های گوناگون را جذب خود ساخته است. به سخن دیگر فناوری تلویزیون مقیاس بزرگی از اجتماع انسانی را با اطلاع‌رسانی سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، عقیدتی، اجتماعی، بین‌المللی، ملی یا فرا ملی با عناوین آموزش و سرگرمی به سمت و سوی خاصی سوق می‌دهد.

## ۵- با چه اثری :

از آنجایی‌که تلویزیون با قابلیت صوتی و تصویری همراه است، توانسته است اثرگذاری نیرومندتری از دیگر رسانه‌ها داشته باشد. البته این اثرگذاری در ابتدا ناشی از درک بیولوژیکی و سپس روان‌شناختی است. درک همان فرآیندی است که طی آن اشیاء و رویداد های محیط در اندام‌های ادراک حسی به صورت محرک‌ها دریافت می‌شوند و سپس این اندام‌ها، محرک‌ها را برای مغز سازماندهی، رمزگذاری و پردازش می‌کنند. با طی این فرآیند، معنا و مفهوم ساخته و پرداخته می‌شود (متالینوس، ۱۳۸۴: ۲۷). بنابراین تصاویر و صدایی که از سخت‌افزار تلویزیونی بیرون داده می‌شود، می‌تواند به‌طور مستقیم سیستم پردازشی مغز را تحت تاثیر قرار دهد. زیرا آنان محرک‌های بالقوه دنیای بصری‌اند که در فاصله معینی می‌توانند انرژی الکترومغناطیس را به شکل موج صادر کنند و زمانی‌که این انرژی‌ها به گیرنده‌های حسی انسان می‌رسد، آن را به کنش واداشته، به مغز ارسال می‌کنند. مغز نیز به این محرک‌های درک‌شده پاسخ می‌دهد، که نهایت به شناخت منجر می‌شود (همان، ۴۸). حال اگر نرم‌افزار یا محتوای تلویزیون را که می‌تواند در گونه یا ژانرهای متفاوت اوضاع و اقیعتهای جهان را منعکس کند، مد نظر قرار دهیم به‌طور یقین می‌توان گفت که تاثیرات بیشتر و عمیق‌تری نسبت به سخت‌افزار آن که فنون تولید صدا و تصویر به‌صورت علمی بکار گرفته می‌شود، دارد. چون‌که کارگردانان و تهیه‌کنندگان برنامه‌ها، از روش استدلالی، گفتمانی، روایت، داستانی و اسطوره‌سازی به‌طور گسترده نیز استفاده می‌کنند. یکی از موفقیت‌های تلویزیون در امر اطلاع‌رسانی و با مطلع نمودن مخاطبان این است که با در نظر گرفتن تفاوت‌های سنی و جنسی، طبقات اجتماعی - فرهنگی، سیاسی و ایدئولوژیکی و حتی عقیدتی ارتباط تعاملی دایر می‌کند. به عبارت ساده، تلویزیون با بهره گرفتن از هر زبانی و با هر لحنی سعی در گسترش اطلاعات و برقراری ارتباطات در سطح وسیعی از جامعه انسانی می‌کند (منتظر قائم، ۱۳۸۷). ناگفته عیان است که تلویزیون با

چنین عملکردی می‌تواند ضمن تاثیرگذاری عمیق، جامعه انسانی را به سمت و سوی جامعه اطلاعاتی و ارتباطاتی رهنمون سازد.

### **تلویزیون در فرآیند زمانی**

مطالعه تلویزیون در فرآیند زمانی، در واقع نگاهی است در سیر تحول جوامع در گذشته و حال. با اختراع این فناوری تحولات عظیمی در سطوح مختلف جامعه‌های انسانی به وجود آمده است و به نظر می‌رسد که روند اجتماعی شدن با گسترش تلویزیون در جامعه گره محکمی خورده است که یک نگاه اجمالی به تاریخ تلویزیون شاید این ادعا را گواهی دهد.

### **آغاز تلویزیون: شروع جهانی شدن**

منشاء تلویزیون امروزی را می‌توان به زمان گذشته و کشف خاصیت هدایت نوری ماده سلنیم توسط ویلوگی اسمیت در سال ۱۸۷۳ و اختراع دیسک اسکن توسط پاول نیپکوف در سال ۱۸۸۴ نسبت داد. اما فیلوتنی، فارنرورت با مطالعه مقالات مربوط به آزمایش‌های انجام شده نیپکوف به این نتیجه رسید که برای جاروب سریع و افقی تصاویر به تجهیزات الکترونیکی نیاز دارد. در این سیستم نقاط تاریک و روشن تصاویر باید به سیگنال الکترونیکی تبدیل و از طریق امواج رادیویی ارسال شوند. در گیرنده‌ها نیز باید سیستم جاروبی، همزمان با فرستنده کار کند تا بتواند تصاویر ارسالی دریافت و مشاهده شود (دنیس و همکاران، ۱۳۸۳: ۲۷۶). ولادیمیر.ک. زوریگین نیز ضمن ساخت تلویزیون الکترونیکی به چند ایده جدید که منجر به اختراع آیکنوسکوپ «لامپ تصویر» و دوربین اورتیکن در سال ۱۹۲۹ شدند، دست پیدا کرد. همین امر باعث گسترش تلویزیون به مثابه یک رسانه جمعی شد و همچنین باعث شد که آفای زوریگین لقب پدر تلویزیون را به خود اختصاص دهد (همان، ۲۷۹). اکثر جامعه‌شناسان اعتقاد دارند که با ورود تلویزیون در جامعه، اکثر معادلات اجتماعی و معرفتی تغییرات عمده‌ای کرده است، برای نمونه دارندگان تلویزیون بیش از دیگران که از داشتن این فناوری محروم بودند، احساس توانایی می‌کردند. زیرا از راه تلویزیون به اطلاعاتی دست پیدا می‌کردند که قبلاً به آن دسترسی نداشتند. دانشمندان از این امر در جامعه به نام فرضیه شکاف آگاهی یاد می‌کنند (سورین و تانکار، ۱۳۸۱: ۳۴۳). به نظر می‌رسد که تلویزیون از همان ابتدا توانسته است جامعه انسانی را متحول کند و هنجارهای جدید را بر جای بگذارد و حال که تقریباً تمام مردم از داشتن گیرنده تلویزیون برخوردارند، می‌توان گفت که دیگر شکاف آگاهی کم رنگ‌تر شده است و همه در یک سطح مطلع‌تر از گذشته نسبت به رویدادهای منطقه‌ای و جهانی هستند.

بعد از جنگ جهانی دوم تلویزیون به پیشرفت‌های زیادی مثل استاندارد ان-تی-اس-سی در سال ۱۹۵۲ و ابداع رنگ نائل گشت که این سیستم پس از تولید رنگ در تصاویر و تکامل اندکی در سال ۱۹۶۷ تبدیل به سیستم رنگی پال شد. نوع دیگری از استاندارد تلویزیونی، سیستم پخش رنگی (سکام) است که تقریباً در همان زمان در فرانسه ابداع شد. اما به دلیل ضعف‌ها و مشکلاتی که داشت به اندازه پال گسترش نیافت (جلیلی نیا، ۱۳۸۴: ۷). با گسترش تلویزیون رنگی و متنوع شدن برنامه‌های آن از یک طرف، به اثر بخشی بیشتری دست یافتند و از سوی دیگر، اندیشمندان به تکاپو در این زمینه افتاده و نظرات گوناگونی در مورد تلویزیون ارائه نموده‌اند. چنانچه مک لوهان در همین ایام از تلویزیون به مثابه رسانه‌ای هوشمند یاد می‌کند و معتقد است تلویزیون پرستشگاه و امواج آن بشارت الکترونیکی می‌باشد. به نظر او رسانه همان مروج آگاهی ژرف تازه‌ای است که تبدیل به نظم و ایمان در مخاطب می‌شود. او اعتقاد داشت که رسانه‌های جمعی به خصوص تلویزیون باعث شده که جهان تبدیل به دهکده الکترونیکی شود (دادگران، ۱۳۸۵: ۹۰). مطالعات نشان می‌دهد که نقطه شروع فعالیت‌های جهان‌شمول در تلویزیون از همین زمان هدفمندتر و گسترده‌تر شده است و با رشد تلویزیون کابلی در دهه ۱۹۶۰ و سپس خدمات ماهواره‌ای و پخش مستقیم در سال ۱۹۸۵ کانال‌های جدید و بی‌شمار و همین‌طور انواع برنامه‌های متنوع برای مردم در سراسر دنیا به اوج خود می‌رسد که در نتیجه بحث درباره تاثیر تلویزیون بر کودکان، فرهنگ جهانی، سیاست و زندگی اجتماعی معمول و فراگیر شد. از یک سو، منتقدان تلویزیون را جریانی مستمر از ایده‌های ساده‌شده و تصاویر احساسی برای بینندگان ناآگاه میدانستند و از سوی دیگر، مدافعان تلویزیون برنامه‌های فرهنگی و آموزشی با کیفیت بالا برای مردم را عالی دانسته و آن را منبع اصلی اخبار و اطلاعات محلی، ملی و بین‌المللی برای شهروندان توصیف می‌کردند (دانس، ۱۳۸۷: ۲۳). توسعه فن‌آوری ماهواره‌ای تلویزیون با فرو ریختن مرزهای بین‌المللی و رخنه نمودن در فضاها دیگر کشورها، پنجره‌ای رو به جهانی‌شدن باز کرد که این امر ضمن اطلاع‌رسانی و آگاهی از وضعیت حقوقی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی دیگران از راه این رسانه، زمینه‌ساز فرآیند جهانی‌شدن شده است.

### **جهان شمولی تلویزیون :**

بی‌تردید همان‌گونه که مک لوهان پیش‌بینی کرد، تلویزیون با پیشرفت در حوزه ارتباطات ماهواره‌ای، اکنون این امکان را برای بینندگان فراهم آورده است که خود را چون مشارکت‌کنندگان در مسائل مهم جهانی مثل جنگ‌ها و درگیری‌هایی که در سایر نقاط جهان در حال وقوع هستند، ببیند و نسبت به آن واکنش نشان دهند (دانس، ۱۳۸۷: ۲۳۸). همان‌طور که پخش اخبار جنگ اسرائیل علیه غزه از راه تلویزیون باعث شد تا مسلمانان دنیا و دیگر مردمان جهان اقدامات اسرائیل را به شدت محکوم کنند و حمایت خود را از مردم غزه اعلام کنند.

فرض بر این است که تلویزیون با فناوری‌های نوینی مثل اینترنت و دیجیتالی شدن عملاً پا در عرصه جهانی‌شدن گذاشته است. محدودت‌هایی از قبیل سانسور، ضعف آنتن‌ها، گذر زمان که منجر به ندیدن برنامه‌های مورد علاقه مخاطبان می‌شد، به کلی از بین رفته است. اینترنتی شدن و دیجیتالی شدن تلویزیون امکانات زیادی مثل گزینش برنامه‌های مورد علاقه و دیدن آنان با فرصت کافی، شرایط مطلوبی را برای بینندگان در سراسر جهان به وجود آورد (دوران، ۱۳۸۶).

## تلویزیون اینترنتی :

تلویزیون اینترنتی یک فناوری جدید است که دنیای تلویزیون و اینترنت را به هم پیوند می‌دهد، و محصول هم‌گرایی صنعت رسانه، مخابرات و مولتی مدیا (چند رسانه‌ای) است. با بهره‌برداری از این فناوری بیننده به دنیای اطلاعات وصل می‌شود. در حقیقت هدف از پیدایش این فناوری حفظ بیننده و ایجاد روش‌های جدید استفاده از تلویزیون است. نحوه کار این فناوری به این صورت است که مخاطبان تلویزیون در حین دریافت برنامه قادر هستند، از راه اینترنت به بانک اطلاعاتی شبکه مورد نظر دست یابند (افراسیابی، ۱۳۸۶). در یک کلام، اینترنتی شدن تلویزیون به این معناست که ارتباط دو سویه بین دست اندرکاران و بینندگان برنامه در تمام نقاط جهان به سهولت فراهم شده است. در واقع این نوع ارتباط توسعه فرآیند جهانی شدن را تشدید می‌کند زیرا گستردگی اطلاعات در اینترنت امکان پرسش و ایجاد سوال‌های گوناگون فرهنگی و اجتماعی در مخاطب را برانگیخته و از راه آنلاین بودن با شبکه می‌توان برای سوال‌های خود پاسخ دریافت نمایند. به نظر می‌رسد، تلویزیون اینترنتی با ایجاد ارتباط دو سویه بدون اتلاف وقت، می‌تواند تصویری از جهانی شدن را به‌طور عینی در ذهن تک تک افراد در سراسر جهان متجلی سازد.

## تلویزیون دیجیتال :

سیستم پخش تلویزیون اولیه آنالوگ نوعی هیروگلیف الکترونیکی است اما سیستم دیجیتال از امتیاز استفاده از کدهای سمبولیک دقیق مثل حروف « الف و ب » برای نمایش هر کدام از شکل موج‌های متغیر تصویر و صدای آنالوگ مثل شکل‌های هیروگلیف بهره می‌برد. "تلویزیون دیجیتال از آنجایی که بر مبنای سیستم آنالوگ ساخته شده است، این امکان را دارد که با تبدیل تصاویر و صدای آنالوگ به مقادیر و کدهای دوی « ۰ و ۱ »، اطلاعات را با هزینه اندک، برای بیشترین تعداد کاربران پخش کند. زیرا با تبدیل آن به صفر و یک، حداقل تعداد بیت در دسترس قرار می‌گیرد (جلیلی نیا، ۱۳۸۴: ۱۵). تلویزیون دیجیتال از یک سو با عمل فشرده‌سازی و فراهم کردن امکانات نظیر برنامه‌های سرگرم‌کننده تجاری، مسابقات بزرگ فرهنگی و مردمی، مسابقات اطلاعات عمومی و علمی، فرصت‌های خرید از منزل بدون مراجعه به فروشگاه‌ها، رزرو بلیت‌های قطار و هواپیما، چک کردن حساب‌های بانکی و برنامه‌های مذهبی و مبارزات متنوع سیاسی می‌تواند یک ارتباط دو سویه بین فرستنده و گیرنده را به وجود آورد و از سوی دیگر با انبوه اطلاعات که وجود دارد، این امکان را به مخاطب می‌دهد که از گزینه انتخاب برخوردار شده و برنامه‌های دلخواه خود را با تنظیم زمان مناسب، دریافت کنند. در دسترس قرار دادن اطلاعات به‌صورت انبوه اما منظم، باعث آگاهی مخاطبان از احوالات جهان با تنوع ایده‌ها می‌شود. با چنین اتفاقی می‌توان ادعا کرد که آنان در فرآیند جهانی شدن نیز سهم دارند زیرا دگرگونی در صنعت تلویزیون و در اختیار گذاشتن امکانات بیشتر برای مردم باعث تغییر نگرش و فرهنگ، و موجب پیدایش فرهنگ جهانی می‌شود (دانسی، ۱۳۸۷: ۲۵۲).

## نتیجه‌گیری :

اعتقاد بر این است که ظهور صنعت ارتباطات جهانی، منشاء تحولات در جهان معاصر است و از این دوره به‌نام عصر الکترونیک، عصر انفجار اطلاعات، عصر ارتباطات و یا به تعبیر مک لوهان دهکده جهانی یاد شده است (عاملی، ۱۳۸۳). حال اگر رویداد حاکم بر جهان معاصر را فرآیند جهان‌شدن بدانیم، بی‌شک صنعت ارتباطات و رسانه‌های جمعی با کارکردهای آموزشی و اطلاع‌رسانی، منشاء تحول در آن تلقی می‌شوند. یکی از این صنایع، صنعت تلویزیون است که از دیرباز همگام با رادیو برای عموم مردم اطلاع‌رسانی کرده است. تلویزیون در دهه ۱۹۵۰ با گسترش فناوری‌های نوینی مثل رنگی شدن و ایجاد یک استاندارد جهانی توانست به‌خوبی جایگاه ویژه‌ای در بین مردم جهان به‌دست آورد و همچنین گستردگی اطلاعات گوناگون آن نظیر فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، هنری و عقیدتی موجب ارزشمند بودن آن و ایجاد یک پایگاه اصلی در بین مردم شده است. با تغییر سیستم تلویزیون به‌صورت ماهواره‌ای، ارتباط جهانی و تبادل اطلاعات در بسته‌های فرهنگی - اجتماعی در دیگر کشورها نیز گسترش یافته و زمینه یک فرآیند جهانی را ایجاد کرده است. البته تلویزیون زمانی در این زمینه، نقش مهمی ایفا می‌کند که از فناوری اینترنتی و دیجیتالی بهره می‌گیرد. با بهره‌گیری از این فنون، روابط دو سویه با دست‌اندرکاران و مخاطبان در تمام نقاط دنیا ایجاد می‌شود که خود باعث پیدایش آگاهی به مراتب بیشتر و معتبرتر شده و فرآیند جهانی شدن تجربه می‌شود. بی‌تفاوت نبودن مردم نسبت به سرنوشت هم‌نوع شان در دیگر ممالک می‌تواند گواهی بر این ادعا باشد که نمونه بارز آن به تصویر کشیدن اعتراضات مردمی در قبال مسائل نژادی، محیط زیست و... است که از راه این رسانه شاهد هستیم. در یک کلام، می‌توان گفت تلویزیون با قدرت بیشتر و اثرگذاری بهتری که نسبت به دیگر رسانه‌ها دارد، توانسته است با انتقال اطلاعات و آگاهی تغییرات بنیادینی در امور اجتماعی، اخلاقی، سیاسی و اقتصادی به وجود آورد که در نهایت فرهنگ‌های مختلف در سراسر دنیا نیز این تغییرات را رسمیت بخشیده‌اند و این تغییرات در فرهنگ چیزی نیست جز پذیرفتن دیگر فرهنگ‌ها و عقاید موجود در جهان. بنابراین پذیرفتن دیگر فرهنگ‌ها و به تبع آن احترام گذاردن به مردمان آن می‌تواند همان فرآیند جهانی را شکل دهد و به همین دلیل می‌توان ادعا کرد که یکی از عوامل در فرآیند جهانی شدن صنعت تلویزیون است.

## منابع فارسی

- افراسیابی، صادق (۱۳۸۷)، **تلویزیون اینترنتی**، سایت فاوا نیوز.
- برکو، ری ام، آندرو دی، و لوین و دارلین آر، و لوین (۱۳۸۶)، **مدیریت ارتباطات**، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- جلیلی نیا، کامران (۱۳۸۴)، **آشنایی با تلویزیون دیجیتال**، نشر آنیسه نما.
- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۳)، **جهانی شدن و نظریه‌ها**، در فصلنامه/رغنون، شماره ۳۴.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۴)، بخشی از مقدمه‌ی دکترهادی خانیکی بر کتاب «**زوال فاصله‌ها؛ چگونه انقلاب ارتباطات زندگی ما را تغییر خواهد داد؟**» نوشته فرانسس کارن کراس، ترجمه‌ی نصرالله جهانگرد و همکاران، تهران: انتشارات دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی.
- دادگران، سید محمد (۱۳۸۵)، **مبانی ارتباط جمعی**، تهران: نشر سروش و مرکز مطالعات و سنجش برنامه ای.
- دانسی، مارسل (۱۳۸۷)، **نشانه‌شناسی رسانه‌ها**، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، نشر آنیسه نما و تهران.
- دفلور، ملوین و اورت ای، دنیس (۱۳۸۳)، **شناخت ارتباط جمعی**، ترجمه سیروس مرادمی، تهران: نشر صدا و سیما.
- ربیعی، علی (۱۳۸۶)، جزوه درس تاریخ تحول ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی.
- سورین، ورنر و جمیز تانکارد (۱۳۸۱)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- متالینوس، نیکوس (۱۳۸۴)، **زیبایی شناسی تلویزیون**، ترجمه جمال آل‌احمد، تهران: نشر اداره کل پژوهش‌های سیما.
- مک کوئین، دیوید (۱۳۸۴)، **راهنمای شناخت تلویزیون**، ترجمه فاطمه کرمعلی و عصمت گیویان، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۷)، جزوه درسی مطالعات تلویزیون، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

## منابع انگلیسی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی