

تهاجم تصویری

گفت‌وگو با دکتر یحیی کمالی‌پور

تهیه و تنظیم: محسن کریمی

بحث تهاجم فرهنگی و عوامل مؤثر آن، همچنین روشهای مقابله با این پدیده موضوعی است که بیشترین سؤالها را در یکی دو سال اخیر پیش آورده است. با توجه به اینکه رسانه‌ها بخصوص رسانه‌های الکترونیکی که با تکنولوژیهای پیشرفته حمایت می‌شوند مهمترین عاملهای به‌وجود آمدن چنین پدیده‌ای هستند سؤالهایی در مورد چگونگی پیدایش و تأثیرگذاری این حرکت به‌وجود می‌آید. مجله رسانه در جهت پاسخگویی به این سؤالها و روشن کردن چگونگی تولید و پخش برنامه‌های تأثیرگذار با یکی از صاحب‌نظران علوم ارتباطات در زمینه فیلم و تلویزیون گفتگویی انجام داده است که متن آن را پیش رو دارید.

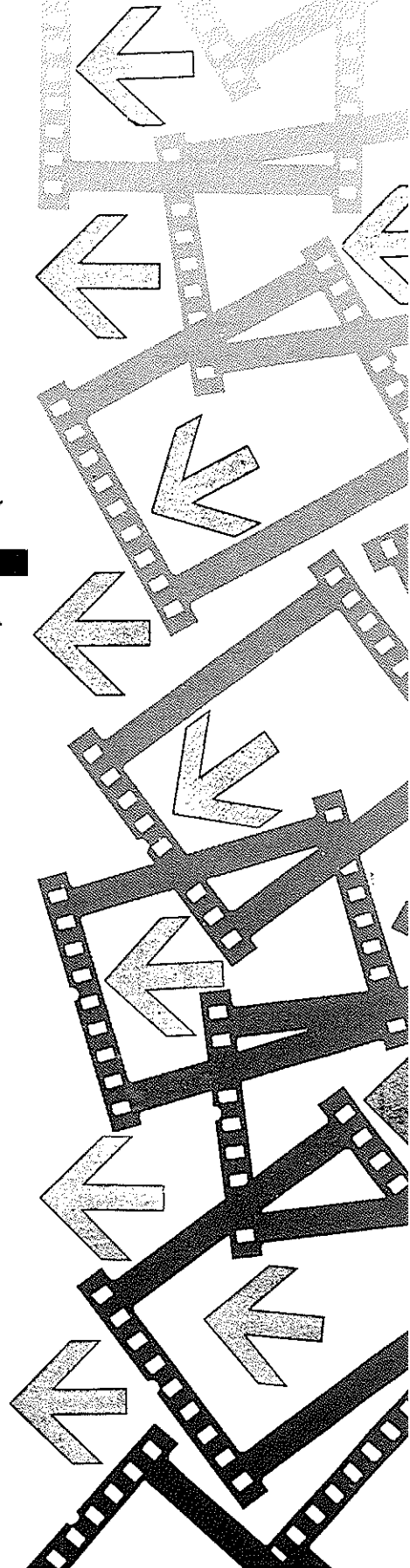
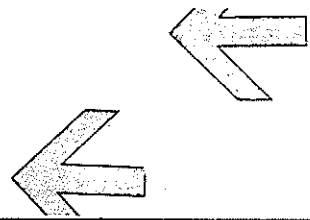
گفتگوی این شماره با دکتر یحیی کمالی‌پور استاد دانشگاه پوردو آمریکا و مدیر گروه ارتباطات و هنرهای خلاقه این دانشگاه انجام گرفته است.

جلوی تلویزیون بنشینند و از آن استفاده کند اما این نکته در مورد مطبوعات صادق نیست. در جامعه‌های صنعتی مثل آمریکا، رادیو هم مثل مطبوعات تفکیک شده است و قشرهای بخصوصی را دربر می‌گیرد و ایستگاههای رادیویی خاص برای گروههای مختلف وجود دارد.

مطبوعات فقط با چشم سروکار دارند و رادیو فقط با گوش ولی تلویزیون با چشم و گوش در رابطه است و حواس بیشتری را درگیر می‌کند و تصاویر نقش مهمی در این رسانه دارند. دنیا در حالتی واقع شده است که می‌توانیم از آن به‌عنوان «جنگ تصویری» یاد کنیم. تحقیقات نشان داده‌اند که تأثیر تصویر در ذهن بسیار ماندگارتر از تأثیر نوشته و صوت است. استفاده از تصویر، برداشتها و دیدگاههای مردم را می‌سازد؛ به‌عنوان نمونه دیدگاه مردم آمریکا از ایران و دیدگاه مردم ایران از آمریکا بر اثر تصویرهایی به‌وجود آمده است که از رسانه‌های تصویری پخش شده‌اند. رسانه‌های تصویری به‌اضافه مطبوعات عملاً آن توانایی را دارند که یک جامعه را بکوبند یا یک جامعه را بالا ببرند. این توانایی در وجه داخلی کشورها نیز وجود دارد، در واقع

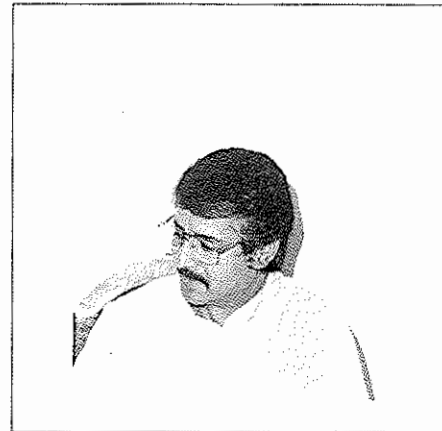
■ نقش و تأثیر رسانه‌های الکترونیکی در جوامع مختلف چگونه است؟

مسلماً رسانه‌های جمعی در تمام جوامع امروز نقش بسیار حساس و گسترده‌ای دارند و بخصوص در جامعه‌های در حال پیشرفت، اشکالی که در اینجا هست این است که جوامع در حال توسعه به موضوع تأثیرات رسانه‌های جمعی بر روی جوانان، دانشجویان، قشرهای مختلف جامعه، از جنبه‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، روانشناسی، توجیهی ندارند و این اشکال خیلی بزرگی است. در زمینه این موضوع در کشورهای پیشرفته مثل آمریکا، تحقیقات فراوان شده است، بخصوص روی تلویزیون، و دلیل آن این است که تلویزیون در بین رسانه‌های جمعی، نقش مؤثرتر و نفوذ بیشتری دارد. می‌دانیم که مطبوعات و کتاب روی قشر بخصوصی از جامعه تمرکز دارند و محتوا و مطالب آنها طوری تهیه می‌شود که برای آن قشر بخصوص قابل هضم باشد به همین دلیل است که مجله‌های مختلف برای قشرهای مختلف تهیه و چاپ می‌شوند. اما بینندگان وسایل ارتباطی الکترونیکی نیازی ندارند که به خواندن و نوشتن آشنایی داشته باشند هرکسی میتواند



ببینندگان وسایل ارتباطی الکترونیکی نیازی ندارند که به خواندن و نوشتن آشنایی داشته باشند.

به نظر تولیدکنندگان غربی صرفه اقتصادی در درجه اول اهمیت قرار دارد و تلویزیون و سایر رسانه‌های ارتباط جمعی الکترونیکی صرفاً یک وسیله برای کسب درآمد هستند.

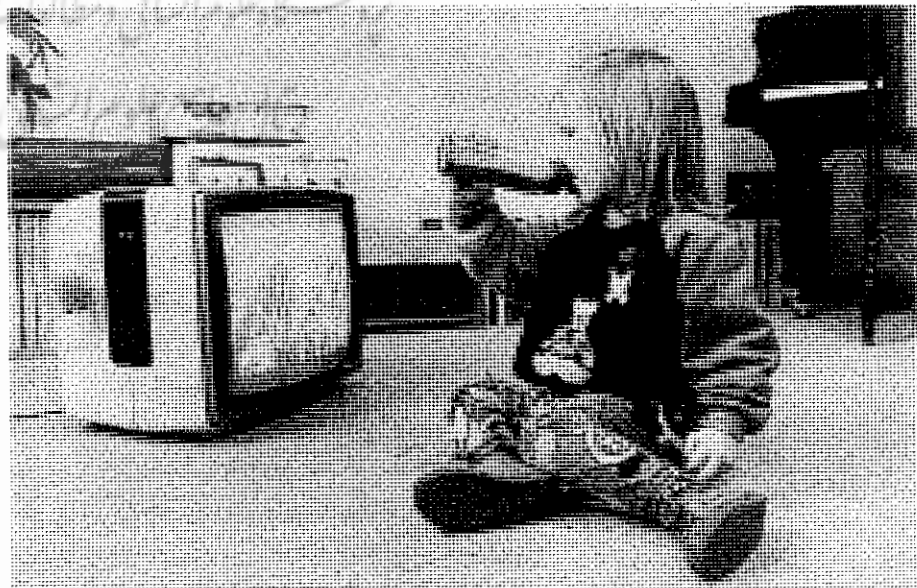


وقت صرف تماشای تلویزیون می‌کند. بچه‌های آمریکایی از زمانی که وارد دبستان می‌شوند تا وقتی که دوران مدرسه را تمام می‌کنند و دیپلم می‌گیرند در حدود ۱۲۰۰ ساعت در کلاس درس حضور دارند و در همین فاصله زمانی در حدود ۱۵۰۰ ساعت را جلوی تلویزیون می‌گذرانند. این موضوع از نظر آموزشی اشکالات زیادی را ایجاد می‌کند. این واقعیت باعث بروز چه مشکلاتی شده است؟ این جریان باعث شده است که دانش‌آموزان دچار افت تمرکز فکری شوند و تمرکز فکری آنان در طول زمان کمتر شده است. وقتی که تلویزیون را با یک کلاس مقایسه می‌کنیم، می‌بینیم که یک آموزگار نمی‌تواند با تلویزیون رقابت کند. رنگ، تحرک، جذابیت، موسیقی و سایر عواملی که در مجموع یک برنامه جالب تلویزیونی را ایجاد می‌کنند، در یک کلاس وجود ندارند. بنابراین دانش‌آموزانی که به تلویزیون عادت دارند و با آن بزرگ شده‌اند کلاس را کسل‌کننده می‌بینند. اشکال دیگری که از نقطه نظر آموزشی ایجاد شده این است که دانش‌آموزان کشورهای پیشرفته در طول مدت زیادی که با تلویزیون بزرگ شده‌اند این تصور را دارند که تمام مسائل روزمره را می‌توان به همان سادگی که در تلویزیون اتفاق می‌افتد و حل و فصل می‌شود در دنیای واقعی نیز حل و فصل کرد و این موضوع ایجاد اشکال کرده است. از سویی اشکالهای دیگر نظیر مسأله روابط خانوادگی به وجود آمده است. تلویزیون در جامعه‌های صنعتی وسیله‌ای

که این در واقع یک تصور خیالی است، چون که تلویزیون فقط جنبه ارائه تیر خیرها را دارد و برنامه‌ها را به طور خلاصه و غلوآمیز ارائه می‌دهد. از طرف دیگر چون که تلویزیونهای آمریکایی بر تبلیغ متکی هستند، وقتی از نیم ساعت برنامه خبری صحبت می‌کنیم در واقع بین هفده تا بیست و دو دقیقه خبر پخش می‌شود و کل اخبار در همین زمان باید پخش شود که این امر از لحاظ منطقی قابل قبول نیست.

تحقیقات نشان می‌دهند که به طور میانگین هر خانواده آمریکایی در شبانه روز در حدود هفت ساعت و نیم وقت صرف تماشای تلویزیون می‌کند و این رقم بسیار بالایی است و در حدود یک سوم مدت شبانه روز است، و هر شخص به طور متوسط بیش از سه ساعت

جنگهای تصویری امروزه جایگزین جنگهای قبيله‌ای شده‌اند. موضوع افکار عمومی و روابط بین‌المللی موضوعی است که اکثر کشورهای پیشرفته بر آنها تأکید ندارند و به آنها اهمیت نمی‌دهند ولی جامعه‌های توسعه یافته با اهمیت دادن به این عاملها، بهره‌برداری زیادی در پیشبرد مقاصدشان می‌کنند. به عنوان مثال، در امریکا مردم در حدود بیش از هفتاد درصد از اطلاعات روزمره خود را از طریق تلویزیون به دست می‌آورند، این یک اشکال خیلی بزرگ است، چون که تولید تلویزیون وقت و فرصت کافی ندارد که بتواند روی مسائل مختلف تجزیه و تحلیل اساسی داشته باشد، وقایع را سطحی نشان می‌دهد و این یک اشکال بزرگ است زیرا که عموم فکر می‌کنند که در جریان اخبار کشور و دنیا هستند



است برای فروش و تجارت، و جنبه فرهنگی و آموزشی به صورتی که مثلاً در جامعه ما مطرح است، وجود ندارد. برای نمونه برنامه‌هایی که برای کودکان تولید می‌شود نظیر کارتونهای مختلف جنبه تبلیغاتی بسیار شدیدی دارند و بهره‌برداری تجاری زیادی از آنها صورت می‌گیرد مثلاً عروسکها و عکسهای شخصیتهای کارتونی در حین ساختن برنامه‌ها، تولید می‌شوند و همزمان با پخش برنامه‌ها در بازار عرضه می‌گردند. در حدود دو سال پیش قانونی در امریکا وضع شد که شبکه‌ها در ضمن پخش برنامه کودکان نمی‌توانند بیش از ده دقیقه برنامه تبلیغاتی داشته باشند. پیش از آن، زمان پخش آگهیهای تبلیغاتی تقریباً نامحدود بود. این تصمیم بر اثر اعتراضهای والدین و جمعیتهایی که مخالف خشونت در برنامه‌های تلویزیونی بودند، گرفته شد.

البته برنامه‌های کودکان در واقع برنامه‌های تبلیغی هستند و تبلیغات در ضمن برنامه‌ها به صورت غیرمستقیم صورت می‌گیرد و این امر در مورد برنامه‌های بزرگسالان هم عمومیت دارد.

من اطلاعات دقیقی از کشورهای در حال توسعه ندارم ولی گمان نمی‌کنم که آن نوع برنامه‌ریزی را در این کشورها داشته باشیم. به علاوه ما هنوز توجهی به اثرات مثبت و منفی و بخصوص اثرات منفی تلویزیون نداریم. من فکر نمی‌کنم که خانواده‌ها، هیچ توجه یا آگاهی از اثرات تلویزیون یا فیلم یا سایر رسانه‌ها داشته باشند و این امر در آینده مشکلات زیادی ایجاد خواهد کرد. روی این مسأله باید تحقیق و بحث شود و این وظیفه اجتماعی رسانه‌های جمعی است که به این موضوعات پردازند.

چه ملاک‌هایی برای تولید برنامه‌های تلویزیونی در غرب وجود دارد؟

تهیه کنندگان برنامه، تولیدات را از نظر بُرد و موفقیت درجه‌بندی می‌کنند و فقط در این فکر هستند که برنامه تا چه اندازه کشش و پذیرش داشته است زیرا که میزان مبلغ را برحسب تعداد بینندگان تعیین می‌کنند. البته از

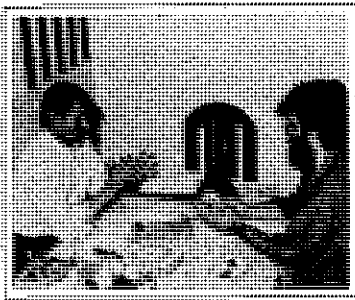
نقطه نظر سیاسی و اجتماعی موضوع، تهیه کنندگان، تصمیم می‌گیرند و برحسب وابستگی‌هایی که دارند عوامل تأثیرگذار بر برنامه‌ها تعیین می‌شود. بعضی از مسائل پیش‌بینی شده است ولی بعضی موارد قابل پیش‌بینی نیست اما در همه موارد تکیه روی جنبه‌های تبلیغاتی و فروش است.

در آن جامعه تا زمانی که فشار از طریق گروههای اجتماعی مختلف بر تولیدکنندگان وارد نشود هیچ عملی انجام نمی‌گیرد. هم‌اکنون گروههایی در حال تحقیق روی مسائل مختلف تلویزیون هستند، مسائلی نظیر پرخاشگری، سکس و خشونت، و تاکنون تغییرات بسیار جزئی صورت پذیرفته است.

من در حدود پنج سال پیش به همراه گروهی از استادان دانشگاههای امریکا، از مراکز تولید برنامه‌های تلویزیونی در شهر نیویورک دیدن کردم و ضمن گفت‌وگویی با رؤسای شبکه‌های تلویزیونی این سؤال مطرح شد که: «چرا شما پیش از تهیه برنامه‌ها با استادانی که در زمینه‌های مختلف روانشناسی اجتماعی مثل پرخاشگری و غیره تحقیق کرده‌اند مشورت نمی‌کنید تا محتوای برنامه‌ها را به نحو مطلوب تنظیم کنید؟» پاسخ این بود که: «ما وقت چنین کاری را نداریم، ما در این فکر هستیم که برنامه را طوری تهیه و تنظیم کنیم که در خلال ساعت معین بتواند با سایر برنامه‌های آن زمان رقابت کند و ما بتوانیم با توجه به آن، درآمد داشته باشیم و بتوانیم به کار خودمان ادامه بدهیم». به نظر تولیدکنندگان صرفاً اقتصادی در درجه اول اهمیت قرار دارد و تلویزیون و سایر رسانه‌های ارتباط جمعی الکترونیکی صرفاً یک وسیله برای کسب درآمد هستند.

غیر از تلویزیون چه عوامل دیگری این اختلال را تشدید می‌کنند؟

کامپیوتر و بازیهای کامپیوتری مشکل بزرگی در جامعه‌های صنعتی ایجاد کرده‌اند که این مشکل به مرور به جامعه‌های در حال توسعه نیز رسوخ پیدا می‌کند. امروز بازیهای مختلفی به بازار عرضه شده است که خیلی زنده هستند و با تصویرهای تلویزیونی از نظر



**برنامه‌های ماهواره‌ای
به طور مستقیم
و غیرمستقیم حاوی
تبلیغات هستند و
نه تنها مردم را به خرید
کالاهای تولیدی
کشورهای صنعتی
ترغیب می‌کنند
بلکه ارزشهای اجتماعی
خانوادگی و فردی آنان
را نیز اشاعه می‌دهند.**

وضوح، زیبایی و جذابیت رقابت می‌کنند. به‌طور مثال یک بازی ویدئویی بنام «نبرد مرگبار» Mortal Combat عرضه شده است که بازیگر می‌تواند یک انسان را قطعه قطعه کند، روده‌هایش را درآورد و اجزای بدنش را قطع کند. به نظر کارشناسان و محققان، اثرات منفی این بازیها خیلی بیشتر از اثرات منفی تلویزیون است. حال اگر این دو را با هم جمع کنیم بزرگی مسأله روشن می‌شود. اگر ماجرای شخصی را به یاد بیاورید که در میلوآکی، ایالت ویسکانسین تعداد زیادی انسان را قطعه قطعه کرده بود و خورده بود و قسمتی از اجزای بدن قربانیان را در یخچال منزلش نگهداشته بود، به اهمیت خطر این بازی ویدئویی پی می‌برید.

بازیهای کامپیوتری چنین افرادی را که قوه پرخاشگری و خشونت را به‌صورت نهفته دارند، تحریک می‌کنند و احتمالاً آنان را به ارتکاب جنایت تشویق می‌کنند.

موسیقی عامل مؤثر دیگری است، مثلاً موسیقی «رپ» که اخیراً در آمریکا باب شده است، سروصدای زیادی به‌پا کرده است. در این موسیقی صحبت‌هایی می‌شود و یا کلماتی به‌کار برده می‌شود که مورد اعتراض عده زیادی واقع شده و مسلماً اثرات مخربی روی جوانان دارد. بعضیها معتقدند که این موسیقی از پرخاشگری و حالت طغیانی که جوانان دارند یا به‌طور کلی در جامعه هست می‌کاهد، یعنی به نحوی آنان را تخلیه روانی می‌کند. و اگر احتمالاً این کار را هم بکنند می‌تواند عکس آن هم عمل کند و احساسات را تحریک کند. اصولاً هر عملکردی را باید از جنبه‌های مختلف موردنظر قرار داد. من شخصاً فکر می‌کنم که اینها برنامه‌های گمراه‌کننده‌ای هستند که نه برای جوانان آمریکایی خوب هستند و نه برای جوانان سایر جوامع، ولی مسأله‌ای که وجود دارد این است که متأسفانه کشورهای در حال توسعه دنباله‌رو کشورهای

پیشرفته هستند و همین بازیها را بچه‌های این جوامع نیز در اختیار دارند و همین مدها را تقلید می‌کنند. با این تفاوت که در آن کشورها روی این مسائل بحث می‌شود ولی در کشورهای در حال توسعه روی اثرات این

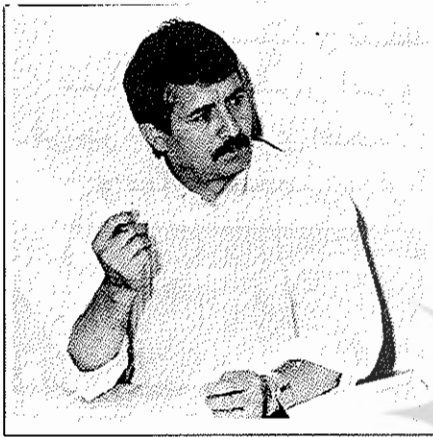
موضوعات بحث نمی‌شود. آیا فیلمهای سینمایی نیز چنین تأثیری دارند؟

فیلم یک رسانه مؤثر دیگر است. در فیلمهای آمریکایی، جنجال، کشت و کشتار و سکس زیاد مورد توجه است. روی این موضوعات بحث و تحقیق زیاد شده است و مشکلات زیادی ایجاد کرده و نمونه‌های زیادی هست که بچه‌ها و حتی بزرگترها پس از دیدن این فیلمها عملاً صحنه‌های آنها را تکرار کرده‌اند، و باعث مرگ خود یا دیگران شده‌اند. ویدئو نیز یک وسیله الکترونیکی بسیار بسیار مؤثر است و مانند ماهواره، نفوذ زیادی در جامعه‌های در حال توسعه دارد. همانطور که می‌دانید اندازه نوارهای ویدئویی بسیار کوچک است، یعنی قابل حمل و نقل است. وانگهی فیلمهای ویدئویی را می‌توان بارها تکرار کرد و در هر زمان و مکان آنها را مورد استفاده قرار داد. البته فیلمهای ویدئویی را می‌توان گزینش کرد، ولی در مورد برنامه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی هیچکدام از این قابلیتها وجود ندارد. در حال حاضر ویدئودیسکها با کیفیت تصویری بسیار بالا جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده‌اند.

در مورد تأثیر این رسانه‌ها و قدرت آنها چه دیدگاهی دارید؟

در مورد نقش تهاجمی این رسانه‌ها باید گفت که مسلماً تلویزیون قدرت بیشتری دارد زیرا جلوی کتاب، ویدئو و امواج رادیویی را می‌توانیم بگیریم ولی جلوی ماهواره‌ها را نمی‌توان گرفت. وسایل ارتباطات الکترونیکی جنبه‌های بسیار گسترده دارند ولی به‌طور کلی تلویزیون، موسیقی، ویدئو، بازیهای کامپیوتری، نقش بسیار حساس و مؤثری در جامعه‌ها دارند و باید به آنها توجه شود و تحقیقات و بررسیهای لازم روی آنها انجام گیرد.

برنامه‌هایی که به‌صورت بین‌المللی و از طریق ماهواره‌ها پخش می‌شوند چه اثراتی روی کشورهای در حال توسعه دارند و نحوه مقابله با آنها چیست؟ از نظر من مسأله ماهواره موضوع جدیدی در کشورهای صنعتی و پیشرفته نیست.

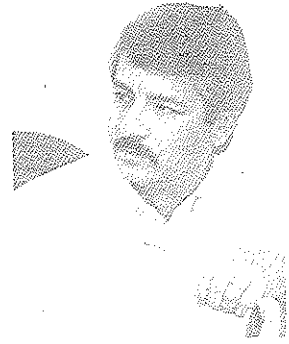


بعضی از بازیهای کامپیوتری افرادی را که قوه پرخاشگری و خشونت را به‌صورت نهفته دارند، تحریک می‌کنند و احتمالاً آنان را به ارتکاب جنایت تشویق می‌کنند.

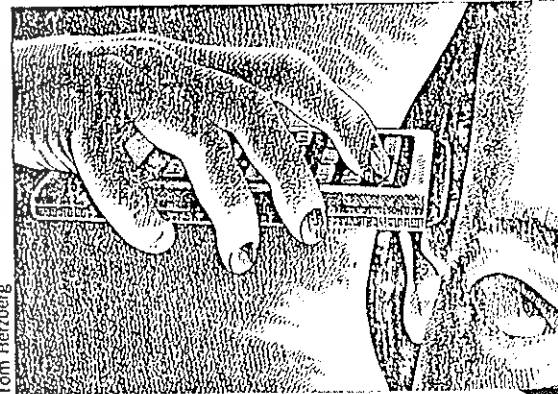


حال توسعه نیست. از نظر تکنولوژی بشقابهای گیرنده کوچک و کوچکتر می‌شوند. دو سال پیش برای دریافت این امواج بشقابهایی با قطر چندین متر مورد نیاز بود، امروزه قطر این آنتن‌ها به حدود یک یا دو متر رسیده است. و در آینده نزدیک قطر آنتن‌ها به چند سانتی متر خواهد رسید که استفاده کننده می‌تواند به راحتی آن را درون ساختمان و پشت پنجره قرار دهد و امواج را دریافت کند. از طرف دیگر امکان این هست که ماهواره‌هایی که در سطح پایین‌تر جو قرار دارند به فضا فرستاده شوند و تلویزیون‌ها بی‌نیاز به آنتن بشقابی و با آنتنهای معمولی تلویزیون امواج ماهواره‌ای را دریافت کنند و پوشش ماهواره‌ها وسیعتر خواهد شد. بنابراین نتیجه می‌گیریم که کشورهای در حال توسعه طبق معمول خریدار کالاها هستند و در این میان نقش چندان مهمی نمی‌توانند ایفا کنند. از سویی ماهواره برای جامعه‌های در حال توسعه از جمله جامعه ما اثر مفید هم دارد و آن اثر مفید این است که می‌تواند در شبکه‌های تلویزیونی داخلی یک رقابت سازنده ایجاد کند و کیفیت و کمیت این برنامه را بالا ببرد. به نظر من تنها راه رقابت با برنامه‌های ماهواره‌ای این است که کیفیت برنامه‌های داخلی را بالا ببریم. من تصور می‌کنم که برنامه‌های داخلی آن جذابیت و کیفیتی را که باید داشته باشند ندارند و به همین دلیل مردم به برنامه‌های ماهواره‌ای روی آورده‌اند. و جالب اینجاست که اکثر مردم زبان این برنامه‌ها را نمی‌دانند زیرا که زبان این برنامه‌ها انگلیسی، ترکی استانبولی، اردو، هندی، چینی یا ژاپنی است ولی این برنامه‌ها به علت جذابیت تصویری، بیننده‌های بسیار را به خود جلب می‌کنند و این نکته، نقش بسیار مهم تصویر را بیان می‌کند که مهم‌تر از نقش صدا است. این موضوع بسیار مهمی است که باید درباره آن تحقیق کرد و جنبه‌های مختلف آن را کشف کرد. این واقعیت یکبار دیگر این

آسیا یا تد ترنر صاحب شبکه سی.ان.ان و چند شبکه تلویزیونی دیگر توجه کنیم، می‌بینیم که این افراد سوداگران اطلاعاتی هستند و نظیر سایر سوداگران امروز هدفی جز بهره‌برداری اقتصادی و منافع شخصی ندارند. البته بهره‌برداریهایی جنبی هم وجود دارد و ما نمی‌توانیم رسانه‌ها را از دولت‌ها جدا کنیم و همیشه ارتباطی بین آنها وجود دارد تا کارها به نوعی شکل بگیرند. مسلماً از نظر فرهنگی ماهواره اثرات زیادی روی جامعه‌های در حال توسعه دارد. یکی از اثرات ماهواره این است که فرهنگ خرید را اشاعه می‌دهد، چون که این برنامه‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم حاوی تبلیغات هستند و تبلیغات غیرمستقیم و ضمنی اثر بیشتری دارند زیرا نه تنها مردم را به خرید کالاهای تولیدی کشورهای صنعتی ترغیب می‌کنند بلکه ارزشهای اجتماعی، خانوادگی و فردی را نیز اشاعه می‌دهند و تقریباً همان حالت «دهکده جهانی» که مک‌لوهان در دهه شصت به آن اشاره کرده است، در حال شکل گرفتن است. و این همان چیزی است که ما به آن «تهاجم فرهنگی» می‌گوییم، تهاجم فرهنگی در واقع همان «امپریالیسم فرهنگی» است که سالها مطرح و مورد بحث بوده است و کتابها و مقاله‌های بسیار در مورد آن نوشته شده است. این بحث موضوع جدیدی نیست، و ماهواره تنها وسیله‌ای جدید است برای این منظور. مسأله اینجاست که چگونه باید با آن مقابله کرد؟ در مورد ماهواره‌ها اشکال در این است که جلوی ماهواره‌ها را نمی‌توان گرفت چون که تکنولوژی آنقدر پیشرفته است که کشورهای در حال توسعه آن تکنولوژی را که بتواند با امواج ماهواره مقابله کند، ندارند. به علاوه نمی‌توان روی امواج ماهواره پارازیت گذاشت. این کار در مورد امواج رادیوها بسیار ساده انجام‌شدنی است ولی در مورد ماهواره موضوع بسیار پیچیده‌تر است و برای انداختن پارازیت روی موج یک ماهواره تمامی تجهیزات یک فرستنده و ماهواره مربوطه مورد نیاز است که طبعاً چنین تکنولوژی پیشرفته‌ای در اختیار بسیاری از کشورهای در



صاحبان وسایل ارتباط بین‌المللی سوداگران اطلاعاتی هستند و نظیر سایر سوداگران امروز، هدفی جز بهره‌برداری اقتصادی و منافع شخصی ندارند.



Tom Herzberg

بسیاری از خانواده‌هایی که در نقاط دورافتاده کشورهای و به دور از مراکز فرستنده منطقه‌ای زندگی می‌کنند و با نصب گیرنده‌های ماهواره‌ای قادر شده‌اند که به کانالهای مختلف ماهواره دسترسی پیدا کنند در خود این کشورها این موضوع مسأله‌ای ایجاد نمی‌کند. زیرا که ماهواره‌ها پوشش تصویری خارجی کمی دارند و تعداد شبکه‌های تلویزیون کابلی بسیار زیاد است که مردم می‌توانند به وسیله آنها برنامه دلخواه را انتخاب کنند ولی مسأله‌ای که در مورد برنامه‌های آنها وجود دارد همانها هستند که قبلاً اشاره کردم که در این میان ماهواره اهمیت بسیاری از نظر ارتباطات بین‌المللی دارد. وقتی که به صاحبان وسایل ارتباط بین‌المللی یعنی کسانی مثل روپرت مرداک استرالیایی صاحب استار تی وی در



سخن را تأیید می‌کند که ارزش یک تصویر بیشتر از هزاران کلمه است.

■ برای کشورهای در حال توسعه چه الگویی را پیشنهاد می‌کنید؟

کشورهای در حال توسعه که در معرض امواج ماهواره هستند احتمالاً به این فکر می‌افتند که شبکه ماهواره‌ای تأسیس کنند و برای کشورهای دیگر برنامه پخش کنند. این کار تأثیر چندانی نخواهد داشت چون که مسأله اصلی محتواست، تا زمانی که محتوا وجود نداشته باشد و نتواند مردم را به خود جذب کند، تلویزیون یک وسیله است، ماهواره یک وسیله است، قلم هم یک وسیله است. توانایی بهره‌برداری از این وسایل و به‌کارگیری این وسایل نقش آفرین است.

ماهواره‌ها تحولی ایجاد خواهند کرد که باید به نفع جامعه باشد، برنامه‌ریزان باید فعال شوند و به کیفیت و محتوا بیندیشند. به نظر من رقابت صحیح و سالم تنها راه پیشرفت و ترقی است و تنها راهی است که مبتکر می‌سازد و فکر، توسعه و تحول را ایجاد می‌کند و باعث تحرک در مردم می‌شود. در ضمن این حرکتها باید روی تأثیرات وسایل ارتباط جمعی بر جامعه، فرهنگ، ورزش و سایر جنبه‌ها تکیه و کار شود، باید عملاً کاری کنیم که دنباله‌رو اشتباهاتی که در حال حاضر گریبانگیر کشورهای صنعتی هستند نباشیم و با آن اشکالات مواجه نشویم.

■ آیا در تولید فیلمهای محصول کشورهای غربی غیر از هدفهای تبلیغاتی برنامه‌ریزی شده هدفهای دیگری نیز در نظر سازندگان این فیلمها هست؟

البته در ظاهر فروش کالا هدف اصلی است ولی به‌طور ضمنی ارزشهای اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و غیره هم موردنظر هستند. به‌طور مثال سریال تلویزیونی «دالاس» در ساعتی پربیننده پخش می‌شد. این فیلم خانواده‌ای را در ایالت تگزاس نشان می‌دهد که در کار استخراج نفت هستند و برادر، خواهر و



پدر و مادر در یک خانه زندگی می‌کنند. این نوع خانواده در کشورهای صنعتی معمولی نیست ولی در کشورهای در حال توسعه بسیار معمولی و رایج است. این برنامه با این اندیشه تهیه شده که جنبه تجارتي آن در خارج از امریکا هم زمینه داشته باشد و در کشورهای دیگر نظیر ایران یا عربستان سعودی بینندگان بتوانند با این برنامه ارتباط برقرار کنند چون که این حالتها نوعی اشتراک ایجاد می‌کند. در ضمن همین برنامه به‌طور فراوان صحنه‌های نوشیدن مشروبات الکلی مشاهده می‌شود. وقتی که پدر خانواده از در وارد می‌شود اولین کاری که می‌کند به سراغ مشروب می‌رود، این خود تبلیغ است زیرا که در امریکا تبلیغ مشروبات الکلی در تلویزیون ممنوع است ولی تهیه‌کنندگان به‌طور غیرمستقیم و با

همین صحنه‌ها تبلیغات را انجام می‌دهند. روابط خانوادگی نیز موضوع دیگری است که در این برنامه‌ها وجود دارد. طلاق موضوعی است که عادی شده است و تلویزیون آن را رواج داده است. مسائل دیگر مثل همجنس‌گرایی، باردار شدن زنان مجرد و موضوعات دیگر نیز با تکرار شدن در تلویزیون عادی می‌شوند، قبح آنها از بین می‌رود و جامعه آنها را می‌پذیرد. مسلماً از لحاظ مذهبی و سیاسی هم مطالبی در این برنامه‌ها هست که مورد توجه قرار می‌گیرند.

جالب اینجاست که اگر از مردم عادی در مورد برنامه‌های تلویزیونی سؤال شود پاسخ خواهند داد که برای تفریح و سرگرمی این برنامه‌ها را تماشا می‌کنند و به سایر مسائل آن



توجهی ندارند. از نظر تحقیقی می‌بینیم که انواع افکار، روشها و فلسفه‌ها در این برنامه‌ها به مردم تلقین می‌شوند. این موضوعی است که برنامه‌ریزان تلویزیونهای داخلی کمتر به آن توجه می‌کنند. حضور یک مجری، گوینده یا سخنران بر صحنه تلویزیون و صحبت مداوم او جذابیتهای ندارد و عملاً کاری انجام نمی‌دهد، این وظیفه تلویزیون نیست، در کشورهای غربی در حین برنامه‌های تفریحی همان مقاصد و صحبتها را با چاشنیهای مختلف برای جامعه بیان می‌کنند و افکار و عقاید را در این قالبها می‌گنجانند و می‌بینیم که به سهولت پذیرفته می‌شوند در صورتی که می‌بینیم برنامه‌ریزان ما به این مسائل، زیاد توجهی ندارند و این عقاید و افکار را هر چند که درست هستند به‌صورت مستقیم و خشک به مردم عرضه می‌کنند. نتیجه این است که برنامه آن جذابیت و پذیرشی را که باید داشته باشد، ندارد.

■ آیا تولیدکنندگان برنامه‌ها گروه مخاطبان بخصوصی را در نظر دارند یا جامعه جهانی موردنظر آنهاست؟

خیر، برنامه‌ریزان در چارچوب داخلی کشورشان برنامه‌ریزی نمی‌کنند زیرا که هدف اول کسب درآمد است. اگر برنامه در سایر کشورها هم به فروش برود موفقیتش بیشتر خواهد شد، پس برنامه‌ها را طوری تنظیم می‌کنند که دارای جذابیتهای عمومی و قابلیت پذیرش جهانی باشند و در نتیجه درآمد آنها چه از لحاظ فروش برنامه و چه از لحاظ تبلیغات همراه آن چند برابر می‌شود.

پذیرش فرهنگی تا اندازه زیادی بستگی به جوی دارد که در یک جامعه بخصوص وجود دارد. اگر جو جامعه طوری باشد که مردم از برنامه‌های تلویزیونی و رسانه‌ها رضایت نسبی داشته باشند و برنامه‌ها پذیرفته شده باشند، اثرات رسانه‌های بیگانه خنثی می‌شوند، ولی اگر جو جامعه طوری باشد که نارضایتی کلی در مورد وسایل الکترونیکی و تلویزیون وجود داشته باشد مسلماً جامعه پذیرایی بیشتری از برنامه‌های خارجی خواهد داشت، حتی اگر زبان آن را نفهمد. ■