



نقد کتاب

معرفی و نقد کتاب «ساخته شدن فرهنگ‌های در تبعید»

کانال‌های تلویزیونی ایرانی در لس‌آنجلس»

سیدمیلاد موسوی حق‌شناس*

کتاب «ساخته شدن فرهنگ‌های در تبعید؛ کانال‌های تلویزیونی ایرانی در لس‌آنجلس»^۱ نوشته‌ی حمید نفیسی به‌وسیله‌ی انتشارات دانشگاه مینه‌سوتای^۲ آمریکا در سال ۱۹۹۳ به چاپ رسیده است. این پژوهش یک مطالعه‌ی موردی مفصل و قوم‌نگارانه بر روی برنامه‌های تلویزیونی‌ای است که برای ایرانیان مهاجرت کرده در لس‌آنجلس تولید می‌شود. سایمون دیورینگ^۳ نیز خلاصه‌ای از این کار تحقیقاتی را در یکی از آثار خود تحت عنوان مطالعات فرهنگی؛ مجموعه مقالات که ویراست سوم آن در سال ۲۰۰۷ و به وسیله‌ی مؤسسه‌ی راتلج منتشر شده، آورده است. نسخه‌ی ترجمه‌شده‌ی کتاب دیورینگ به‌وسیله‌ی انتشارات علمی و فرهنگی در سال ۱۳۹۷ خورشیدی به طبع رسیده است.

حمید نفیسی استاد ارتباطات دانشگاه نورث وسترن^۴ آمریکاست. حوزه‌ی تخصصی و تحقیقاتی نفیسی بر مطالعات فرهنگی سینما و رسانه‌های جوامع دور از وطن، در تبعید و پسا استعماری و همین‌طور سینمای ایران و خاورمیانه متمرکز است. از جمله تألیفات او کتاب تاریخ اجتماعی سینمای ایران^۵ است که از جامع‌ترین تحقیقات درباره‌ی سینمای ایران به شمار می‌رود و در سال ۲۰۱۲ در چهار جلد از سوی انتشارات دانشگاه دوک^۶ آمریکا منتشر شده است. نفیسی مدتی نیز تهیه‌کننده و کارگردان فیلم و برنامه‌های تلویزیونی بوده است و همین تجربه‌ی تولید در کنار تحقیقات آکادمیک موجب غنی‌تر شدن تألیفات و کارهای پژوهشی او در حوزه‌ی سینما و تلویزیون شده است.

* دانشجوی دکتری ارتباطات، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

کتاب «ساخته شدن فرهنگ‌های در تبعید» به این موضوع می‌پردازد که چگونه تلویزیون سعی دارد از طریق ایجاد تعامل بین امر نو و امر کهن، فردگرایی و سنت‌گرایی و میان‌بت-واره کردن سرزمین گمشده مادری و پذیرش مصرف‌گرایی ایالت متحده به ایرانیان مهاجر و بی‌وطن کمک کند تا وضعیت تبعید را به قومیت و وضعیت در آستانه بودن را به ادغام در جامعه‌ی میزبان تبدیل کنند. این کتاب با شاخه‌های متنوع مطالعات فرهنگی از جمله مطالعه‌ی تلویزیون، تحلیل جهانی شدن، جهان وطنی و چندفرهنگی بودن در تعامل است. نفیسی با مطالعه‌ی قوم‌نگارانه‌ی خود در میان ایرانیان مقیم در لس‌آنجلس دریافته است که گویی تلویزیون در میان آن‌ها به بخشی از مناسک عمومی و شخصی بدل شده است و به سان معبد یا قبله‌ای الکترونیکی درآمده است که نشانه‌های مقدس سرزمین مادری را نمایش می‌دهد. به باور نفیسی تلویزیون تبعید با تولید و نمایش انباری از نمادها و شبکه‌ای از دلالت‌ها موجب می‌شود که تبعیدیان بتوانند از این طریق خویشان را از جامعه‌ی میزبان متمایز سازند، اما این تمام ماجرا نیست و در این بین، میان برنامه‌ها و خصوصاً آگهی‌های تجاری، عمدتاً نشئت گرفته از ایدئولوژی مصرف‌گرایی، ارزش‌ها و فرهنگ جامعه‌ی میزبان است و همین امر این امکان را برای این گروه فراهم می‌سازد که به نوعی ذهنیت دوگرا و هویت تلفیقی دست یابند. نفیسی با مطالعه‌ی برنامه‌های کانال‌های تلویزیون ایرانی در لس‌آنجلس و مصاحبه با سازندگان و گردانندگان آن‌ها در طول بیش از یک دهه یعنی دهه‌ی هشتاد میلادی و اندکی پس از آن توانسته است سیر تغییر و تطور این کانال‌ها و برنامه‌هایشان را از جنبه‌های مختلف مورد ارزیابی و تحلیل قرار دهد. قالب رایج در بازه‌ی زمانی مذکور که دهه‌ی اول پیدایش تلویزیون مهاجران ایرانی نیز به شمار می‌رود مجله‌ی تلویزیونی بود. مجله‌ی تبعید ژانری به شدت ناهمگن و ترکیبی است که متشکل از خرده‌برنامه‌هایی است که با آگهی‌های تجاری به یکدیگر پیوند خورده اند. این قالب که در آن شماری از ژانرها و گفتارها با یکدیگر تلاقی پیدا می‌کنند متکی بر گوینده‌ها و گزارشگران ثابت است که با وجه خطاب مستقیم، بی‌واسطه و غالباً زنده، نوعی حس پیوستگی، آرامش، اقتدار و صمیمیت را به مخاطبان منتقل می‌کنند.

در اوایل شکل‌گیری تلویزیون تبعید درکی که برنامه‌سازان از مهاجران ایرانی داشتند به مثابه- ی توده‌ای بی‌شکل، همگن و خوشایند بود، این درک از سوی تولیدکنندگان منجر به تلاش آن‌ها برای ساخت برنامه‌هایی شد که مناسب تمامی اعضای خانواده باشد اما عدم موفقیت این برنامه‌ها و مواجه نشدن آن‌ها با استقبال بینندگان موجب شد تا تلقی پیشین از مخاطبان، به شماری از دسته‌های متفاوت و ناهمگن تغییر یابد و اصول تنوع‌بخشی در تولید و ساخت برنامه‌ها بر حسب سن، جنسیت، علایق و وابستگی سیاسی، قومی و مذهبی مخاطبان در دستور کار برنامه‌سازان قرار گیرد. تنها تفاوت‌های زبانی هستند که در این میان کماکان خاموش و سرکوب می‌شوند چرا که همواره اولین قدم برای صورت بخشیدن به هویت در میان بیشتر مهاجران، متمایز کردن خودشان از جامعه‌ی میزبان از طریق تقلیل تفاوت‌های درون‌گروهی است و این هدف به بهترین شکل می‌تواند به وسیله‌ی تأکید بر زبان مشترک محقق شود.

با همه‌ی این اوصاف و با وجود تغییر تلقی برنامه‌سازان از مخاطبان، نفیسی به واقعیتی اشاره می‌کند و آن شکست تلویزیون تبعید در جذب کودکان و جوانان است. در خصوص کودکان کمبود برنامه‌سازی، هزینه‌های بالای تولید محصولات جدید و عدم امکان رقابت با برنامه‌های کودکان تلویزیون جریان غالب آمریکا و در مورد جوانان تأکید بیش از حد بر زبان مادری و ناموفق عمل کردن برنامه‌ها در خطاب قرار دادن آنها و پرداختن به مسائلشان، از جمله‌ی علل و عواملی است که نفیسی برای این ناکامی بیان می‌کند.

در این شرایط تهیه‌کنندگان تلویزیون تبعید تمرکز خود را به تدارک برنامه‌هایی برای گروه‌های مسن‌تر که وفادارترین بینندگانشان هستند معطوف می‌کنند. آن‌ها در این برنامه‌ها به طور دائم و منظم از تهدیدی یاد می‌کنند که نهاد خانواده را هدف قرار داده است چرا که نفس ایرانیان آمریکا که به یکباره از فرهنگی خانوادگی به فرهنگی فردگرا وارد شده‌اند تحت فشار عظیمی برای تغییر قرار گرفته است و بی‌وطنی در این شرایط قادر است پیوندهای افراد را با سنت، فرهنگ، قومیت، زبان و خانواده، مسئله‌دار و حتی قطع کند و در این میان تلویزیون تبعید در صدد است تا با برنامه‌سازی و به کارگیری قالب مجله و امکانات آن، از جمله تماس تلفنی با برنامه، داد و ستدهای گفتاری، اختصاص فضا و زمان برای پرسش و نقد، میدان دادن به

تکرار، ترتیب دادنِ گفتگوهای روانشناسی برای بیان مسائل و مشکلات روحی و روانی مهاجران و برقراری ارتباطی مستقیم، بی واسطه، نزدیک و صمیمانه با مخاطبان خود و بطور خلاصه تبدیل تلویزیون به نوعی گردهمایی فرهنگی، مانع از این امر شود. اما در اینجا نفیسی به مسئله-ی دیگری اشاره می‌کند و آن این است که ساختار کانال‌های تلویزیونی تبعید نیز که خود محمل و بستر این برنامه‌هاست به نوعی دچار دوگانگی متنی هستند. از طرفی برنامه‌ها به صورتی گسترده با موضوع وطن رمزگذاری می‌شود در حالی که آگهی‌ها، ارزش‌های فرهنگی جامعه‌ی میزبان را ثبت می‌کنند. در اینجا شاهد دو روند متعارض هستیم که یکی ناظر به تأیید هویت کهن است؛ هویتی نشأت گرفته از سرزمین مادری و بنابراین جمع‌گرا و خانواده محور که با بهره‌گیری از ایمازهای نوستالژیک و همین‌طور نشان‌ها، متون و ویدئوهای میهنی تقویت می‌شود. و دیگری استقرار و تحکیم هویت جدید در وضعیت تبعید؛ یعنی هویتی فردگرا که با مصرف، تشخیص می‌یابد و به‌وسیله‌ی پخش آگهی‌های مکرر تجاری و بازرگانی نیز در جهت تثبیت و صورت‌بندی آن تلاش می‌شود. نفیسی در مواجهه با این تناقض معتقد است که این دوگانگی‌ها و شکاف‌های چندگانه با هویت‌های دوگانه و تلفیقی پر می‌شوند و با در نظر گرفتن این دو شق است که می‌توان به نقش تلویزیون تبعید در یاری رساندن به مهاجران برای بنا کردن نفس و هویتی مختلط پی برد. نکته دیگری که نفیسی در خصوص تولیدات و برنامه‌های تلویزیون تبعید به آن اشاره می‌کند کوچک و تک‌کاربر بودن آن‌هاست بطوری که تولیدکننده غالباً مجری، کارگردان و مدیر آگهی‌های تجاری نیز است.

اما تنها با گذشت چند سال از شکل‌گیری کانال‌های ایرانی، این ویژگی و به طور کلی ساختار برنامه‌سازی در تلویزیون تبعید دچار تغییر و تطور می‌شود. تغییر قالب برنامه‌ها از مجلات عمومی که برای کل اعضاء خانواده، برنامه تولید می‌کرد به قالب‌های شخصی‌تر و همین‌طور افزایش تخصصی‌سازی و تقسیم کار که به مزایای کارکنان فنی منجر شده است بخشی از این تحولات است. با توسعه‌ی ساختارهای کالایی شدن و جذب هر چه بیشتر ایرانیان در تبعید در نظام مصرف‌گرایی نه تنها تنوعی در گفتارهای تلویزیونی ظاهر شده بلکه نوعی ایدئولوژی دانش حرفه‌ای نیز رخ نموده است. هر دوی این نتایج تدریجاً به تحلیل و

افول اقتدار و تک آوایی گفتارهای اولین سال‌های مهاجرت و جایگزین شدن آن با چندمعنایی گفتارها می‌انجامد.

به بیان نفیسی دیگر کسی به تنهایی خودش تولید، ضبط، تدوین، اجرا و پخش برنامه‌ها را به عهده نمی‌گیرد. تعداد تولیدکنندگان و همچنین تعداد مجریانی که لزوماً تهیه‌کننده نیستند افزایش یافته است و یک برنامه ممکن است شامل شماری از بخش‌ها باشد که هر کدام به وسیله‌ی مجری متفاوتی تولید و ارائه می‌شود. قالب مجله نیز به دیگر انواع تکامل یافت، انواعی که به شکل‌گیری و تولید نمایش‌های شبیه‌سازی شده‌ی بسیاری به تقلید از جریان غالب تلویزیون آمریکا منجر شد و موجبات طبیعی جلوه داده شدن رمزگان‌ها و ارزش‌های فرهنگ غالب جامعه‌ی میزبان را روز به روز بیشتر فراهم آورد.

در مجموع نفیسی در پایان مطالعه‌ی خود اذعان می‌کند که تلویزیون ایرانیان روز به روز قواعد معمول برنامه‌سازی و گفتارهای کشور میزبان را بیشتر قبول می‌کند و در نتیجه اتفاقی که در عمل می‌افتد این است که تولیدکنندگان و بینندگان ایرانی با به کارگیری این نظام‌های دانش حرفه‌ای به طور نادانسته به سرمایه‌داری مصرفی آمریکایی، موقعیت سوژه‌ی منفرد و دموکراسی انتخابی وارد شده‌اند.

نفیسی در پایان به طور خلاصه بیان می‌کند که تلویزیون ایرانیان مهاجر در دهه‌ی اول پیدایشش از نظر ساختاری، زندگی تولیدکنندگان و مخاطبانش را منعکس می‌کرد و شکل می‌داد و در ابتدا به منزله‌ی مجموعه‌ای بی‌منفذ و مهر و موم شده از تولیدات صوتی - تصویری ظاهر شد که با تقلای عظیم شخصی تولیدکنندگان کنار هم چیده می‌شد و چیزی را خطاب قرار می‌داد که فرض می‌شد توده‌ی همگن مخاطبان است. اما رفته رفته تلویزیون تبعید همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد با تغییر استراتژی‌ها و الگوهای خود در خصوص مخاطبان و همین‌طور تولید و پخش برنامه‌ها، تحول و توسعه یافت. ظهور این استراتژی‌های جدید و کالایی شدن روزافزون نشانگر تغییر وضعیت ایرانیان، از در آستانه بودن به ادغام و از بی‌وطنی به قومیت است. با این وجود، نفیسی در پایان تاکید می‌کند که این فرآیند نه یک فرآیند خطی و توافقی، بلکه برعکس فرآیندی تنازعی و دیالکتیکی است که درگیر انواع مقاومت‌ها، تفاوت‌ها،

واژگونی‌ها و جهش‌هاست؛ آن هم در حالی که هم خصوصیات در آستانه بودن و هم خصوصیات ادغام شدن ممکن است گاهی اوقات به صورت توأمان و با هم وجود داشته باشند، یعنی یک فرهنگِ مختلطِ تلفیقیِ حقیقی.

کتاب ساخته شدن فرهنگ‌های در تبعید، حاصل بیش از ده سال تحقیق و پژوهش نفیسی بر روی کانال‌های تلویزیونی ایرانی در لس‌آنجلس است. بکارگیری روش قوم‌نگاری و زیست‌پژوهشگر با تولیدکنندگان، برنامه‌سازان و مخاطبان برنامه‌ها در طول این سالیان از کار نفیسی اثری شاخص و در خور توجه به خصوص برای دانشجویان و محققان ارتباطات، تلویزیون، مطالعات فرهنگی و پژوهشگران حوزه‌ی رسانه‌های تبعید ساخته است. ذکر بخش‌هایی از مصاحبه‌ها در خلال متن و آوردن نقل قول‌ها در مواقع لزوم در کنار اشراف به مفاهیم علمی و مباحث نظری و همین‌طور بهره‌گیری از پیشینه‌ی تجربی در تهیه‌کنندگی و تولید تلویزیونی موجب استحکام هر چه بیشتر ساختار و بنیان پژوهشی کار نفیسی شده است. این ویژگی‌ها موجب می‌شود که نقد اثر نفیسی کار دشواری باشد، با این حال در ادامه به چند مورد کوتاه اشاره می‌کنیم.

اولین نکته‌ای که قابل تأمل به نظر می‌رسد استفاده‌ی نفیسی از واژه‌ی «تبعید»^۷ است. تبعید به معنای کسی را از شهر یا کشور بیرون کردن و به جای دوردست فرستادن است و معنای آن به نوعی آمیخته با اجبار است؛ در حالی که به نظر می‌رسد مقصود و اشاره‌ی نفیسی در مطالعه‌ی خود بیشتر ناظر به مهاجرینی بوده است که بنا به شرایط با اختیار و تصمیم خود وطن را ترک کرده‌اند نه صرفاً کسانی که به اجبار از دیارشان بیرون رانده شده‌اند. با این توضیحات شاید بهتر این بود که نفیسی در مطالعه‌ی خود از اصطلاح و ترکیب واژگانی «فرهنگ‌های در هجرت» استفاده می‌کرد نه در تبعید.

زبانی که نفیسی برای اثر خود برمی‌گزیند زبانی فنی است و این انتخاب با توجه به محتوای اثر و مخاطبان آن که عمدتاً دانشگاهیان و متخصصان حوزه‌ی موضوعی آن هستند انتخابِ موجه و صحیحی است، اما نثر نفیسی نیز مغلق و پیچیده است و این امر موجب می‌شود هنگامی که

با زبان فنی بکار گرفته شده در آن ترکیب می‌شود منجر به دیریاب شدن متن برای خواننده و در پاره ای موارد سردرگمی و خستگی او شود.

نکته‌ی دیگر آن که نفیسی در جایی از متن و در ذیل بخش «معرفت دوستی و ذهنیت جمعی» عنوان می‌کند که در میان مهاجران ایرانی، کشش سیری ناپذیر به اطلاعات، معرفت و تبادل افکار و کلمات وجود دارد. ادعایی که به نظر می‌رسد فاقد پشتوانه‌ی آماری و پژوهشی است. اگر چه نفیسی مخاطبان برنامه‌های کانال‌های تلویزیونی ایرانی در لس آنجلس را مورد مطالعه قرار داده است اما ادعای او صرفاً از طریق سنجش میزان علاقه‌ی آن‌ها به نوع خاصی از محتواها و برنامه‌های تلویزیونی یا نحوه‌ی تماشای برنامه‌ها به وسیله‌ی آن‌ها قابل پذیرش نیست. اتفاقاً به نظر می‌رسد کشش سیری ناپذیر به اطلاعات نسبت چندانی با میزان و نحوه‌ی تماشای تلویزیون که یک رسانه‌ی سرگرمی محور به حساب می‌آید ندارد بلکه از خلال شاخص‌های دیگری نظیر سرانه‌ی مطالعه، میزان مطالعه در روز، هفته و ماه، میزان تحصیلات، میزان و نوع فعالیت‌های فوق برنامه و سایر کنش‌ها و اقدامات فردی و جمعی برای کسب معرفت و تبادل افکار، قابل سنجش و ارزیابی است که نفیسی در خلال ادعای خود به گزارش، پژوهش یا آماری در این زمینه‌ها اشاره نکرده است. اهمیت این گزاره هنگامی برجسته‌تر می‌شود که نفیسی ادعا می‌کند همین میل سیری ناپذیر به اطلاعات و کسب معرفت مهاجران ایرانی است که موجب می‌شود حتی با وجود آگهی‌های طولانی و ملال آور، همچنان به تماشا کردن برنامه‌ها ادامه دهند.

نکته‌ی آخر نیز اینکه به نظر می‌رسد نفیسی در مسیر تغییر و تطور تلویزیون ایرانیان مهاجر و مخاطبان آن، آنچنان که باید و شاید به نقش جهانی شدن و اثرات آن در این روند نپرداخته است. عاملی که هم مصرف و کالایی شدن که مورد تأکید نفیسی است را در دل خود دارد و هم نقش پیشرفت تکنولوژی‌ها و فناوری‌های جدید ارتباطی، فشرده شدن جهان، مکان‌زدایی و افزایش تعاملات و تبادلات فرهنگی را در تبدیل وضعیت از در آستانگی به ادغام در نظر می‌گیرد.

پی نوشت

¹The making of exile cultures: Iranian television in Los Angeles

² University of Minnesota

³ Simon During

⁴ Northwestern University

⁵ A Social History of Iranian Cinema

⁶ Duke University

⁷ Exile



منابع

- دیورینگ، سایمون (۱۳۹۷). *مطالعات فرهنگی، مجموعه مقالات* (مترجمان: نیما ملک‌محمدی و شهریار وقعی‌پور). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- Simon, D. (2007). *The Cultural Studies Reader*. Routledge.





پښتونستان د علوم او انسانیت د مطالعاتو مرکز
پرتال جامع علوم انسانیت