

رسانه‌های گروهی، خانواده و فرهنگ

متن سخنرانی آقای منصف گیتونی

رئیس فدراسیون بین‌المللی آموزش اولیا (F.I.E.P.)

در همایش روز جهانی خانواده

تهران - ۲۵ اردیبهشت ماه ۱۳۷۸

مقدمه

موضوعی که انتخاب کرده‌ایم، یعنی «رسانه‌های گروهی، خانواده و فرهنگ» نشان دهنده توجه و علاقه‌ای است که متخصصان علوم انسانی برای این پدیده قائلند زیرا این امر نه تنها روزنه، بلکه دری است کاملاً گشوده به روی مسائل اجتماعی که در جوامع امروزی فراوان به چشم می‌خورد.

از چند سال پیش، خانواده و فرهنگ به صورت یدک به بازارهای اقتصادی و مصرف بسته شده‌اند.

در این چهارچوب، فرهنگی واقعی یعنی مجموعه‌ای از ساختارهای اجتماعی و جلوه‌های هنری، مذهبی و فکری مبتنی بر دستاوردهای تمدن، دانش، اطلاعات و دانستی‌های معطوف به رشد انسان و تکامل، شعور انسان را به حرکت در نمی‌آورد. امروزه مصرف جایگزین این فرهنگ شده است. این جایگزینی از راه فرهنگ رسانه‌ای معطوف به سرگرمی و تفریح صورت گرفته و هدف آن تبدیل اشخاص به آدم آهنی‌هایی است که آگهی‌های تبلیغاتی آنها را از دور هدایت می‌کنند.

همه آنانی که متافشان در جلب کردن و به دام انداختن مصرف‌کنندگان است، سازندگان آن آگهی‌ها و شعارها هستند. خطرهایی که نه تنها فرهنگ بلکه خود افراد و اشخاص را نیز تهدید می‌کند، چنین بینش‌های مطالعاتی را درباره تأثیر این روند ایجاد می‌کند. به علاوه، از چند سال پیش شمار افزون‌تری از دانشمندان و کارشناسان روان‌شناسی شرطی‌سازی سعی دارند این روند را که از گسترش



در میان آن نسل کسی نمی‌توانست با اطمینان و یقین پیش‌بینی کند که به طور مثال تلویزیون با چه سرعتی پیش خواهد رفت و گسترش پیدا خواهد کرد، یا دنیای ارتباطات با چه سرعتی همه‌جا را فراخواهد گرفت، تا آن‌جا که از کنترل خانواده، مدرسه و جامعه خارج شود. امروزه روشن است که دنیای ارتباطات از اختیار ما خارج و در دست گروه‌هایی است که نسبت به آن ذی‌نفع هستند. این افراد فرآورده‌هایی نظیر وسایل الکترونیکی، انواع دیسک، غلات و حبوبات، نوشابه‌های گازدار، انواع خودرو، دارو و وسایل خانگی دارند که می‌خواهند وارد بازار کنند.

رسانه‌های جمعی و پول

رسانه‌های جمعی، تحت کنترل سوداگران و بازرگانان است زیرا با پول می‌چرخند و از آن‌جا که انجام و پیشرفت هر کاری بدون آگهی تبلیغاتی امکان‌پذیر نیست، رسانه‌ها در خدمت مقاصد و منافع سرمایه قرار می‌گیرند. این مطلب بویژه در ایالات متحده آمریکا مشهود و بارز است. هلبرت اسکیلر (HERBERT SCHILLER) در مقاله خود تحت عنوان «فرهنگ امریکایی در خدمت تجار و بازرگانان» می‌نویسد:

«برای این که دستگاه به صورت تمام و کمال و به عنوان سیستم بچرخد مطبوعات، رادیو، تلویزیون، تلگرام و تلکس و ماهواره‌ها باید ابزار بازاریابی باشند. این امر به منظور رساندن تولیدات، اعم از کالا و خدمات به مصرف‌کنندگان و همچنین تکرار این که دموکراسی یعنی مصرف، صورت می‌پذیرد.

دستگاه امریکایی ساختن تصویر و پیام با دو نیروی متفاوت ولی مرتبط با هم به حرکت در می‌آید و می‌چرخد: بخش نظامی و دنیای تجارت. همچنین قدرت اقتصادی و نظامی آمریکا با متقاعد ساختن افراد به لحاظ ایدئولوژیکی همراه است.»
یک روزنامه‌نگار متخصص به نام ویلیام جی. براد (WILLIAM J. BROAD) این روند را چنین خلاصه

رسانه‌های گروهی آغاز و به دگرگونی در رفتارها و نگرش افراد منتهی می‌شود به طور کامل درک کنند. این‌جانب به سهم خویش از سال ۱۹۷۲ بخش عمده پژوهش خود را مصروف مشاهده، بررسی و تجزیه و تحلیل نوسانات در رفتار و ساختار ذهنی اشخاص نموده‌ام. این فعالیت‌ها، در سال ۱۹۸۰، مرا به کشف موارد نگران‌کننده و عذاب‌آوری در مورد مظاهر تازه خشونت رهنمون شدند.

با این حال، قبل از پرداختن به جزئیات این قبیل نتیجه‌گیری‌ها، لازم می‌دانم چهارچوب این مطالعات را از چشم‌انداز تاریخی و اجتماعی ویژه آنها مشخص کنم.

نگاهی اجمالی به گذشته

طی سالهای دهه ۱۹۶۰، در اکثر کشورهای غربی و حتی در سراسر دنیا، در تاریخ زندگی اجتماعی ملتها دگرگونی‌های عمیق و رویدادهای بسیاری اتفاق افتاد. این دگرگونی‌ها بویژه در کشورهایی که تحولانی سریع در آنها رخ داد، به چشم می‌خورد. سالهای یاد شده بعد از جنگ جهانی قرار داشتند و همه‌جا گرفتار انفجار معیارها و الگوهای اجتماعی بود. بسیاری از ارزشها، آداب و عادات در برابر افکار عمومی مورد تردید و انتقاد قرار گرفتند. بخش عمده‌ای از آنچه راهنمای زندگی اشخاص بود، نفی و کنار گذاشته شد. نسل آن دوره در جست‌وجوی وسایل رشد و نوسازی خود بود، در عین حال، افراد اگرچه سعی در بنای تمدنی نو داشتند، با پیوندی تاریخی به گذشته متصل بودند و دلایل و موجباتی را که پشت حرکات خویش و نیز ایدئولوژی و تمهیدات فکری و علمی پیشنهادی قرار داشت مد نظر داشتند.

متأسفانه افراد در آن دوران جوشش نوجویی به سودمندی حفظ پیوند و ارتباط با دانش، دانستی‌ها و تمدن گذشته توجه نداشتند و نیز نمی‌دانستند که با گسستن این پیوندهای تعلق، ممکن است به نسلهای آینده صدمه وارد سازند.
به هر حال هر چه بود گذشت. درست است که



می‌کند: «جنگ سرد امکانی برای پژوهش فراهم کرد که نظیر آن وجود نداشت. انفجار اعتبارات مالی، توانمندیها و استعدادها و وسایل، بی‌سابقه بود. به دنبال آن، تخصیص اعتبارات؛ پدیدآیی صنایع فضایی، ارتباطات الکترونیک را تسهیل کرد.»

این نشان می‌دهد که موضوع رسانه‌های جمعی به طور انحصاری مربوط به رشد فنی و اقتصادی و عاری از هرگونه قصد و غرض و حیل نیست. مرتچس (MARENCHES) در کتاب «اسرار حکمرانان» در این باره می‌نویسد: «امروزه دیگر منظور از تصرف سرزمینها به دست آوردن انسانها و افراد نیست بلکه تسخیر انسانها و به عبارت بهتر تسخیر روح و روان آنها مورد نظر است. وقتی روح و روان کسی به تصرف درآید، خود او به طور کامل از دست رفته و تصرف شده به حساب می‌آید. بدین ترتیب باید پذیرفت که این روند نه تنها واقعیت دارد بلکه خطرناک است. اما عمده‌ترین دلایل این امر عبارتند از: هر انسانی نیازها، امیدها و تمایلاتی دارد که بخش مداوم پیامهای بازرگانی به صورت دعوت یا باعث تشدید کوشش در مسیر ارضای توقعات در

افراد می‌شود که وسایل و امکانات آنرا دارند و یا بشدت یافتن و اوج گرفتن افسردگی و پریشانی فکری در سایرین می‌انجامد.

اما نکتهٔ اسفبارتری نیز وجود دارد. ما بزرگترها هنوز هم پیوندی با تاریخ و قواعد مدنی و تمدنی گذشته داریم، اما جوانان در اثر پیچیدگی نحوهٔ زندگی جدید، به صورت محدود با اولیای خود تماس دارند و در عمل در دست رسانه‌های جمعی رها شده‌اند. بسیاری از خانواده‌ها، بویژه در ایالات متحدهٔ آمریکا از تلویزیون به عنوان نگهبان استفاده می‌کنند. توارها و بازیهای ویدیویی موجب آرامش و گذران مطبوع شب با دؤستان می‌شود. در این هنگام بچه‌ها در اتاق دیگری هستند و به تماشای فیلمهایی مشغولند که پدران و مادران غالباً از محتوای آنها بی‌اطلاعند. ممکن است یک جوان آمریکایی ۳۵ ساعت در هفته با برنامه‌های تلویزیونی، فیلمها، بازیهای ویدئویی، و اخیراً اینترنت، سرگرم شود.

در نتیجه جوانان که از سویی از تاریخ گذشته بی‌اطلاع هستند و زندگی خانوادگی و اجتماعی آنها

بین خواندن، درک، جذب و ادغام وجود دارد. بدین ترتیب شخص می‌تواند استشعار و آمادگی پیدا کرده، از وقت استفاده کند و برای هماهنگی با آهنگ بیرونی دچار دستپاچگی نشود. رادیو نیز اگرچه شنوایی را کنترل می‌کند، ولی جایی هم برای تخیل باقی می‌گذارد و از فرد کوششی در جهت تمرکز و قصد گوش دادن و دقت می‌طلبد. با توجه به این مطلب، اگرچه تأثیری بر جای می‌گذارد، ولی پیام‌های مکتوب یا صدا دار جایی برای الگوسازی و هویت باقی می‌گذارند و حتی ایجاب می‌کنند که شخص بین دنیای درونی خود و پیامی که از بیرون دریافت می‌کند، پیوندی برقرار سازد. بدین ترتیب، می‌توانیم بگوییم که حتی اگر رادیو، کتاب و روزنامه مؤثر هم باشند، از آن‌جا که گرفتن پیام مستلزم موافقت خواننده یا شنونده است نمی‌توانیم آنها را متهم کنیم به این که افراد را شرطی بار می‌آورند، یا آنها را از میدان خارج می‌کنند و می‌رانند. در واقع این ابزارهای ارتباطی، توانهای فکری، ارتباطی و عاطفی اشخاص را از طریق سعی در آماده‌سازی آنها تحریک می‌کنند. متأسفانه، امروزه رسانه‌هایی نظیر رادیو، روزنامه و کتاب در برابر نیروی ابزار سمعی و بصری عقب‌نشینی می‌کنند. به نظر هنری مادلین (HENRI MADELIN):

«تلویزیون با داشتن توان تحویل آبی پیام، تمامی مطبوعات را در یک مسابقه همیشگی سرعت به دنبال خود می‌کشد. فکری که رسانه‌ها به مرور زمان شکل می‌دهند، بتدریج توان اندیشیدن را از دست می‌دهد. در تلویزیون بیشتر از رادیو، زمان همانند منظره‌ای که از یک قطار سریع مشاهده می‌شود، در برابر چشمان رژه می‌رود. زمان بتدریج و تاحدی که سرعت امکان درک و جذب آن را می‌دهد، از یاد می‌رود.

... الگوی تلویزیونی، سایر رسانه‌ها را در مسیر خود می‌کشانند. از این پس مطالب یک مجله مصور باید کوتاه، قابل فهم و روشن باشد. یک مطلب مطول چندان مورد پسند قرار نمی‌گیرد. یک تجزیه و تحلیل پیچیده که واقعیت را به صورت ساده‌ای

دچار دگرگونی‌ها و تغییرات عمیقی شده است و از سوی دیگر شاهد و ناظر انفجار بی‌سابقه نیروی رسانه‌های جمعی در جهان هستند، چگونه توان لازم را برای حفظ یک فرهنگ و بازیافتن خود در آن به دست خواهند آورد؟ فرناند سگین (FERNAND SEGUIN) در آثار اخیر خود، در مورد نارسایی و کمبود دستاوردهای علوم انسانی و رسانه‌های بزرگ و عمده ارتباطی، در مقوله دگرگونی‌های عمیقی که در ضمیر و وجدان افراد طی دهه‌های اخیر حادث شده، پرسش‌هایی مطرح کرده است. صاحب نظری دیگر گفته است: «... این زمینه‌های نامرئی و ناسالم فرهنگی که در رفتار خشک و سرد افراد، طی میلیونها مبادلات روزمره که ضمن آنها رویدادهای عمومی منعکس شده در رسانه‌ها، مکرراً تفسیر و تعبیر می‌شوند، بروز می‌یابند، زمینه‌های ناسالمی هستند که در آنها شکل‌های جدید ذهنیت و نگرش در هزاران مورد تغییر در برخورد، حساسیت و رفتار شکل می‌گیرند و در ضمن دور از دسترس تشخیص عالمانه، متخصصان ارتباطات و صحنه عمومی قرار دارند.»

تأثیر بر ساختار ذهنی و روانی

آنچه گفته شد مبین اهمیت این نکته است که از هم اکنون متوجه رسانه‌ها و اهمیت تأثیر آنها بر ساختار ذهنی و روانی افراد باشیم. در ضمن وجه و مقیاس مشترک و یکسانی بین تأثیر وسایل سمعی و بصری و تأثیر وسایل و مواردی نظیر فضا، تئاتر، ادبیات، شعر و حتی روزنامه‌ها وجود ندارد. همه این موارد و مطالب جایگاهی مهم در تشخیص و حساسیت هر یک از افراد دارند. ابزارهای گوناگون ارتباطی، توان نفوذ و تأثیر یکسانی بر رفتار و بخصوص فعالیت مغزی اشخاص ندارند. در فرایند خواندن، چشم می‌بیند و نمادها را باز می‌شناسد، سپس واژه را به مغز منتقل می‌کند و مغز کلمات را از طریق درک شخصی رمزگشایی می‌کند و با توجه به آهنگ توانمندیهای خود آنها را ثبت و ضبط می‌کند. بر اساس فرایند یاد شده عامل قضا و زمان

تعلق قرار گیریم، نسل‌های نزدیک به ما که بیش از پیش از راه دید درک مطلب می‌کنند با این خطر روبه‌رو هستند که توان ذهن، هوش و اندیشیدن در آنان کاهش یابد و به جای این که خود، نیازها و خواسته‌های خویش را برآورده سازند به تحمیل قدرت تولید و بهره‌وری خویش بپردازند. اکنون گرایش به انحصار نفوذ و تأثیر احساس می‌شود.

دامنه پدیده

چند عدد و رقم می‌تواند به تجسم بهتر اهمیت فزاینده وسایل سمعی و بصری در بازار کمک کند. بر طبق گزارش سازمان (GATT)، ۲۹۰ میلیارد دلار، یعنی ۱/۲ درصد تولید ناخالص ملی جهان صرف این وسایل می‌شود. تلویزیون با ۹۹ میلیارد دلار، بزرگترین سهم را به خود اختصاص می‌دهد. موارد دیگر عبارتند از: ویدیو ۳۰/۳ میلیارد، سینما ۱۳/۴ میلیارد و رادیو ۱۲/۵ میلیارد دلار. البته کل بازار آگهی‌های تبلیغاتی را که وسایل سمعی و بصری از آن استفاده می‌کنند، باید به آنها افزود؛ بازار عظیمی که سود فراوان با خود می‌آورد و در مورد آن، کارشناسان، بی‌وقفه راهبردهای جدیدی به وجود می‌آورند، تا افراد و اشخاص گرفتار تأثیر آنها گردند و این نشان می‌دهد که ابزار قدرتی مهم است و در ضمن، بویژه تلویزیون به‌طور پیوسته از لحاظ فنی و فن‌آوری پیش می‌رود.

آخرین دستاورد عبارت از واقعیت مجازی یعنی تلفیق و سازش واقعیت با مجاز است. این تکنیک به اشخاص امکان می‌دهد که نه تنها بتوانند تصاویر را تغییر دهند، بلکه این تصور را داشته باشند که بخشی از تصویر هستند. در ضمن، هدف از این برداشت، به یاد انتقاد گرفتن و محکوم کردن تحول و تکامل وسایل ارتباطی نیست، بلکه منظور، پرسش درباره تأثیر آن بر آینده است. اینک پرسش‌های ما: رسانه‌ها در حال به دست آوردن چه قدرتی هستند؟ نقش افراد در برابر این رسانه‌ها چیست؟ چگونه می‌توانند خود را حفظ و حراست کنند؟ چگونه می‌توانند به صورت مناسب و مطلوب از آنها

ارائه دهند، به سختی می‌تواند راهی برای خود باز کند. باید به ترتیبی عمل کرد که چشم بتواند حتی در یک نوشته، رضایت خاطر آتی به دست آورد و با یک برداشت کلی و غیر تحلیلی به مطلب پی ببرد و از طریق عوامل زیر آن را دریابد: تصاویر و کاریکاتورهای جالب و روشن؛ عناوین هیجان‌انگیز که لزومی ندارد حتماً نشان دهنده محتوای مطلب باشد؛ عکس‌های گیرا و جذاب همراه با یک جمله روشن‌نگر متن؛ عناوین فرعی کافی؛ بندها و پاراگراف‌هایی با فضای باز؛ جملات با ارائه مطلوب؛ درج خلاصه مقاله یا مطلب قبل از اصل آن؛ تکرار برخی مطالب در فواصل منظم و با حروف درشت تر و

اکنون وقت آن است که بپرسیم: چه دشواری‌هایی پیش روی ما وجود دارد؟ آیا در معرض خطر افول، در همه جهات، قرار نداریم؟ در گذشته می‌توانستیم موارد خلاء تلویزیون را با مطالعه و گوش دادن به رادیو پرکنیم. امروزه ضوابطی نظیر سودآوری و رقابت با ابزارهای سمعی و بصری برای همه رسانه‌های دیگر تعیین تکلیف و مسیر کرده‌اند و حتی به صورت یدک به آن ابزارها بسته شده و در نتیجه تا حدی در مقابل افول فکری، خود را سازگار ساخته‌اند. به طور مثال حق افراد را در مورد این که اطلاعات کامل به دست آورند یا از کل ماجرا مطلع شوند و در نهایت با از ابتدا تا انتها دنبال کنند، از دست آنها گرفته‌اند. به بهانه سرعت در عمل و ارائه تصاویری متناسب با اوضاع و احوال روز، در حال عرضه برگزیده اطلاعات هستیم و بدین ترتیب جهل و ناآگاهی را در روح و روان افراد به وجود می‌آوریم. قصد من به هیچ وجه این نیست که کسی را مورد انتقاد قرار دهم، منظور من صرفاً نشان دادن این است که تلویزیون، علی‌رغم اهمیت خود، مستضمن خطرهایی، بویژه از لحاظ آینده است. با پخش برگزیده‌ای از اطلاعات این خطر به وجود می‌آید که در برابر یک حافظه جمعی فاقد پایه و اساس، بدون هیچ‌گونه پیوندی با گذشته، ریشه، تبار و احساس



مستمر را متسوقف سازد. ویلیام جی. براد (WILLIAM J. BROAD)، روزنامه‌نگاری که در «نیویورک تایمز» کار می‌کند، در این باره می‌نویسد: «بدین ترتیب چهار چوبی تعبیه شده است که فضای فرهنگی از نوع آمریکایی می‌تواند در آن ایجاد شود و مورد استفاده قرار گیرد. قلمروها و زمینه‌های رسانه‌ای - فرهنگی، یکی پس از دیگری گاهی از راه واردات کالاهای آمریکایی و گاهی نیز از طریق تولیدات محلی به تقلید از فرهنگ پاپ (POP) و غالباً از راه ترکیب و تلفیق آن دو در خدمت اقتصاد بازار قرار می‌گیرند.

ممکن است بعضی صحبت از تهاجم را مبالغه‌آمیز تصور کنند اما همه شرایط موجود است. در حال حاضر، پرده‌های بزرگ و امکان پخش فیلم‌های سه‌بعدی وجود دارد. بررسی‌های متعددی به راه کارهای مطمئنی در مورد امکان ایجاد هیجان آن‌هم با شدت و حدت مورد نظر، انجامیده است و بالاخره روشن است که این دنیای جدید، موازی با زندگی حقیقی و به هر حال حی و حاضر در مجموعه روابط و تجارب عاطفی نسل‌های آینده،

لطفاً ورق بزنید

استفاده نمایند؟ مسأله حتی پیچیده‌تر از این است زیرا از چند سال پیش با جنبه جهانی پیدا کردن قضایا، عملاً مرزها در دنیای غرب از میان رفته است. ما در عصر مبادله آزاد اتحادیه‌های اقتصادی، یک شکل شدن فرهنگ‌ها و حتی ادغام هویت‌های ملی زندگی می‌کنیم. آیا شاهد و ناظر رشد و گسترش یک فرهنگ جدید هستیم، فرهنگی جهانگیر که فرهنگ‌های ملت‌ها و اقوام در آن مستحیل خواهند شد و از میان خواهند رفت؟ آیا دنیا تنها دارای یک ملت و قوم خواهد بود؟ اگر چنین است کدام یک از فرهنگ‌ها مسلط خواهد شد؟ فرهنگ مستضعفان و محرومان یا فرهنگ کشورهایایی که وسایل نفوذ و تأثیر در اختیار دارند؟ آیا این نفوذ و تأثیر از طریق تهاجم مخفیانه و زیرزمینی رسانه‌های چند ملیتی و وسایل سمعی و بصری و نفوذ آنها در خانه‌ها و کاشانه‌ها، در مدارس و در جوامع خواهد بود؟ آیا کشورهای کوچک می‌توانند در مقابل قدرت و نیرویی که وسایل سمعی و بصری را در اختیار دارندگان تجهیزات و ابزار و سرمایه قرار می‌دهند تا در سراسر دنیا اعمال نفوذ کنند، ایستادگی و مقاومت کنند؟ حتی، کشور بزرگی مثل کانادا توان آن را ندارد که این تهاجم

فردی فراتر می‌رود و تطوّر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ملت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در دنیای غرب برنامه‌های سرگرمی و گذران اوقات فراغت و یا برنامه‌های فرهنگی، شامل خشونت به میزان ۵۵ درصد، مصرف ۳۵ درصد و تعلیم و تربیت، به نظر برخی از کارشناسان، ۱۲ درصد است.

جنبه فیزیولوژیک تأثیر

با توجه به این داده‌ها چنین استنباط می‌شود که وسایل سمعی و بصری چندان تأثیری در رشد فرهنگ‌ها و تمدن‌ها ندارند بلکه بیشتر نگران سودآوری و بهره‌وری، آن‌هم همراه با تسریع مداوم و روی آوردن به سوی فرهنگ مصرف هستند. (WILLIAM J. BROAD) در این باره می‌گوید: «هر رسانه‌ای که امکان آن را فراهم نماید که آگاهی تبلیغاتی در ساختار و طراحی آن وارد شود، در واقع تخلیط و اشتباه گرفتن سبک با محتوا را دامن می‌زند و تشویق می‌کند، من شخصاً معتقدم که باید به این مقوله این نکته را افزود که نیروی برونی وسایل سمعی و بصری در اثر تأثیر فیزیولوژیک خود دستگاهها بر افراد بشود برابر می‌شود. مکانیسم دفاعی موجود بشری در اثر نور صفحه تلویزیون که نوعی خواب آلودگی به وجود می‌آورد و شخص را کنش‌پذیر و بی‌اراده می‌کند، خنثی شده و از کار می‌افتد. این حالت انفعالی، فرد را در نوعی آرامش و استراحت فرو می‌برد. چنانچه تصاویر، پاسخگوی نیازهایی باشند، باید فشار روحی را از میان برده، یا دارای قدرت پالایش روانی باشند.

تحقیقات نشان داده است که این نوع آرامش، همراه افزایش امواج آلفاست. دکتر زین (GZEEN) به دنبال بررسی‌های خویش در انستیتوی مینگر (MEMINGER) در «کانزاس سیتی» آمریکا، درباره این امواج صحبت می‌کند و آنها را امواج درونی می‌نامد. پیشرفت تحقیقات، در مرحله بعدی این موضوع را روشن کرد که امواج مذکور، در عین حال، حالت در یافت‌کنندگی و به یاد سپارندگی دارند و توان افراد را در ثبت و ضبط هر آنچه به

جایگاه بسیار مهمی اشغال خواهد کرد. (BROAD) این گفته را تأیید می‌کند و می‌گوید: «طی سالهای اخیر، بردارهای مربوط به اطلاعات، برای جلب توجه عموم، به جلوه‌های ویژه متوسل شده‌اند. رادیو و تلویزیون حول محور فکر دور می‌زنند و درون انسان را هدف می‌گیرند، محتوا کاستی می‌پذیرد و به قهقرا می‌رود. فن‌آوری و تکنیک شکوفا می‌شود، اندیشه و تعمق از میان می‌رود. شاید اینها ویژگی‌های آنچه مدرنیسم نامیده‌اند، هستند.

موضوع کاملاً واضح و آشکار است. پیامهای سمعی و بصری تأثیر دارند، طرز اندیشیدن را تغییر می‌دهند و زمینه شرایط رفتارها، نگرشها و عادات را به وجود می‌آورند. چه کسی می‌تواند انکار کند که پیامهای سینما و تلویزیون حامل اصول اخلاقی موازی با ارزشهای اجتماع و گاهی متباین با آنهاست؟ چگونه می‌توانیم هنگامی که این اثرگذاری و تأثیر چشمگیر بوده، در خلاف جهت الزامات مسائلی مانند موارد زیر است به نام دموکراسی و آزادی بیان، وارد عمل شویم:

برای جامعه خویش خواستار چه هستیم؟ به عنوان فرهنگ اجتماعی می‌خواهیم حامل چه چیز باشیم؟ برای جوانان و آینده می‌خواهیم کدام کیفیت زندگی و کدام توازن را مورد تأیید و تشویق قرار دهیم؟ کدام منابع و مأخذ را در نظر داریم برای آینده فراهم کنیم؟ یک جامعه دموکراتیک که می‌خواهد افراد را در برابر سوء استفاده از نفوذ و تأثیر و زیاده‌روی در آن، در مقابل سلطه و تقلب و فریب در برابر بی‌عدالتی حمایت کند باید آزادی بیان را رعایت کند و به آن احترام بگذارد و در عین حال باید بداند چگونه شاخص‌ها، حدود و پارامترهایی برای جلوگیری از سلطه و برتری‌جویی معین کند. به چه دلیل تصاویر ساختگی و تصنعی از این قانون پیروی نمی‌کنند و تابع آن نیستند؟ در ضمن برآموش نکنیم که پشت این تصاویر، اشخاص، مقاصد و اغراض نهفته است. مسأله از حد آزادی

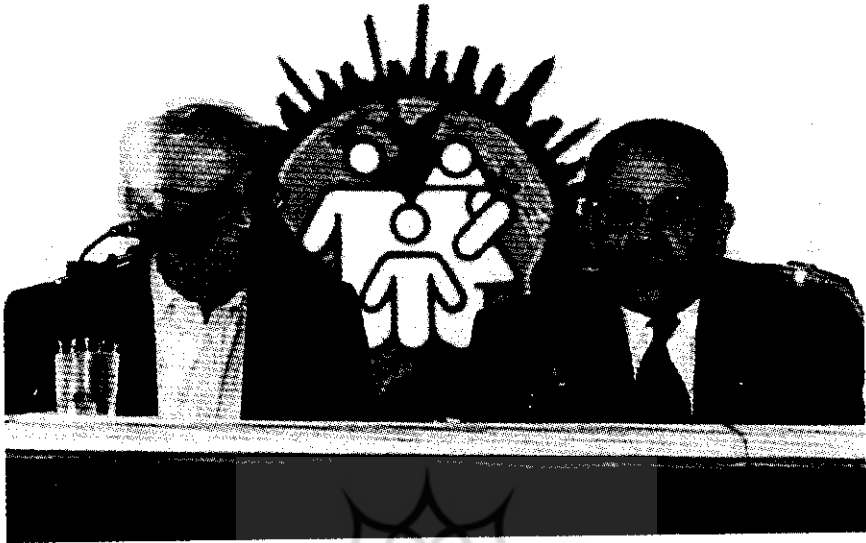
متوجه بروز حرکات خشونت‌آمیز، البته نه موارد عمدی، بوده است. این استنباط بیشتر از آن بابت نگران‌کننده است که با توجه به وضع فعلی پژوهش‌های علمی بر این باور هستیم که عمدی نبودن این موارد خشونت‌ناشانه این است که فرد از نظر پاتولوژیک یا آسیب‌شناسی گرفتاری دارد. بررسی‌یی که انجام دادیم نشان داد که فرد نه تنها پس از ارتکاب یک عمل خشونت‌آمیز یا یک حالت تهاجمی بی‌مورد احساس مجرم بودن و گناهکاری نداشته بلکه شرح و بیان خشونت و ماجرا یا احساس لذت همراه بوده است. جوانانی که با آنها مصاحبه شده است توضیح داده‌اند که پس از تحمل حرکتی خشونت‌آمیز یا هنگامی که دچار احساس پوچی و بی‌هودگی هستند، دوست دارند عقده و خشم خود را به افراد ضعیف و بی‌دفاع تحمیل و منتقل کنند و در نتیجه خوشحالی و بهجتی که از این بابت احساس می‌کنند، عمل آنها را توجیه می‌کند.

پیش‌بینی موضع و جایگاه

در برابر این واقعیات، رخوت و بی‌حالی خود را چگونه توجیه کنیم؟ آیا خودما بزرگترها مقید به وسایل سمعی و بصری نیستیم، آیا آنچه را بر پرده تلویزیون می‌بینیم، بدون اعتراض، بدون تردید و بدون کوشش برای جلوگیری از پیامدهای زیان‌بار آن، نمی‌پذیریم؟ جان کلام این جاست که آیا جوانان یعنی کسانی که تشکیل دهنده نسل‌های آینده هستند، دچار دگرگونی کامل ساختار ذهنی و فکری خود نیستند؟ پروفیسور تینیس مک بث ویلیام (TANNIS MACBETH WILLIAM) به این نکته دست یافته است که اشخاص، بویژه جوانانی که به‌صورت مداوم و پی‌گیر برنامه‌های تلویزیونی را می‌بینند در حل مسائل و مشکلات پشتکار کمتری دارند، در مورد مسائل جنسی برداشت و نگرشی قالبی دارند، دچار افزایش بهت‌آور رفتارهای پرخاشگرانه لفظی و جسمی هستند. و اما هیلی HEALY؛ او نیز معتقد است جوانانی که در

عنوان اطلاعات دریافت می‌کنند، افزایش می‌دهند، البته بدون این که بتوانند کنترلی بر درجه و درصد آنچه دریافت کرده‌اند، داشته باشند. درضمن، تأثیر به شکل ناخودآگاه صورت می‌پذیرد، یعنی فرد نمی‌تواند بفهمد چه دریافت کرده و چه چیزی را به عنوان اطلاع حفظ نموده است. کوهن‌سیت (COHEN - SEAT) توضیح می‌دهد چگونه و به چه‌سان تغییراتی در فعالیت مراکز عصبی به وجود می‌آید. او می‌گوید: «تغییرات الکتروآنسفالوگرام دست کم تا حدودی می‌تواند تابعی از محتوای «کلام»، تلویزیونی باشد. پاره‌ای از واکنش‌ها اعم از این که ساده و پیش یا افتاده باشند یا نه، به صورت آشکار با معنا و مفهوم پیوند دارند. برخی لحظات روان‌شناختی به‌طور طبیعی همراه واکنشی به‌صورت توقف یا موارد ورود «تتا» بر صفحه الکتروآنسفالوگرام است، فارغ از این که ویژگی‌های فیزیکی تصویر فیلم مانند مورفولوژی یا ریخت‌شناسی، درخشندگی و حرکت چه باشد؛ حال آن که نوع دیگری که دارای محتوای دیگری است موجب ظهور مجدد آلفا می‌گردد. خلاصه، در شرایط مشابه از نظر مغزی، جایگزینی محتوای یک لحظه با لحظه دیگر حتی در یک گذر سریع را می‌توان در خطوط الکتروآنسفالوگرام خواند.

به موازات این مشاهدات و ملاحظات، ما یلیم اشاره‌ای به تغییر شکل‌های امواج و دستگاه عصبی در ارتباط با بررسی برنامه‌های تلویزیونی داشته باشیم. از سالهای هفتاد به بعد، تلویزیون و رایانه را وارد مدارس کرده‌اند تا روند کارآموزی را آسانتر سازند و بخصوص کیفیت به یادسپاری جوانان را بهبود بخشند. در قبل نیز در کارخانه‌های بزرگ از چنین ابزاری برای افزایش کارایی کارکنان استفاده می‌شد و هدف این بود که با استفاده از این وسایل فنی و تکنولوژیک از افزایش توان به یادسپاری افراد بهره‌برداری مطلوب شود. با وجود این، هرچه زمان می‌گذرد، پژوهش‌ها بیشتر از دگرگونی و تغییر شکل در رفتار افراد حکایت می‌کنند. به عنوان مثال، سازمان پژوهشی‌یی که من اداره آن را بر عهده دارم



آینده فرهنگی‌ها و تمدن‌ها در تاریخ چه خواهد بود؟ می‌توان پیش‌بینی کرد که دو گرایش از آن به وجود خواهد آمد: اول، گرایش طرفداران بی‌قید و شرط روند تکاملی در جهت جهان‌شمولی که به معنای ازمیان رفتن ملت‌ها، کشورها و فرهنگ‌های مبتنی بر تعلق و به عبارت ساده‌تر در جهت روند جهان‌شمولی به عنوان ثمره و حاصل تکاملی عادی و طبیعی است. البته این گرایش خطرهای از دست دادن هویت؛ فقدان تعلق و وابستگی؛ جدا شدن از تاریخ، ریشه، تبار و اخلاقیات را در بر دارد. در ضمن نسل‌های آینده در معرض خطر بیشتر و سنگین‌تری خواهند بود زیرا با هیچ نوع بستگی و تعلق به یک ملت آشنایی نخواهند داشت. گرایش دوم شامل همه کسانی می‌شود که می‌خواهند هر عاملی را که نسبت به منطقه و ملت آنان بیگانه باشد از بین ببرند و هرگونه مواجهه، رویارویی، مبادله و اطلاع جدید را مردود می‌دانند. خطر مورد اخیر در این است که این گروه از افراد در خود فرو خواهند رفت و نسل‌های آینده را به سوی نوعی تاریک‌اندیشی، دانش‌ستیزی، رفتارهای پرخاشگرانه، تا حدّ یک میهن‌پرستی تعصب‌آمیز و

محیط الکترونیکی جدید، پیوسته تحت تأثیر برانگیزش‌های بیرونی هستند وقت کمی برای اندیشیدن و گفت و شنود درونی دارند. بر آنچه گفته شد، نفوذ و تأثیر محسوس بر ارتباطات میان فردی، عاطفی، احساسی، خانوادگی و اجتماعی را باید افزود. این نکته را باید پذیرفت که با وجود تکان‌های اخیر در سمت و سوی بازگشت به اصول و موازین مسؤلیت و تعهد، رسانه‌های جمعی بیشتر معرف جامعه مصرف و سرگرمی هستند تا جامعه‌ای در جهت انجام وظیفه و رعایت اصول. به علاوه وسایل سمعی و بصری بدون وقفه گسترش پیدا می‌کنند و پیشرفته‌تر و کامل‌تر می‌شوند و از آن طرف گروه‌های ذی‌نفع برای حفظ سلطه خود، کنترل گسترش و فروش فرآورده‌ها و نفوذ در بازارهای جهانی از این عامل بهره‌برداری می‌کنند. وسایل سمعی و بصری نفوذ مستقیمی به آنها می‌بخشد و از همین طریق است که آنها موفق می‌شوند برخی موانع کلی در کشورها را که مانع تجاوز و هجوم به بازارها و بویژه فرهنگ‌های بیگانه می‌شوند، بی‌اثر ساخته، از میان ببرند. اگر ما در برابر برداشت جدید فرهنگ و مصرف تسلیم شویم،

منشأ نابرابری فضااحت‌بار در تقسیم و توزیع منابع، آلودگی فرهنگی و فقدان هویت است که موجب بی‌ریشه شدن کلی‌گرددیده، افراد بشر را که به دست ملاحظات بازاریابی رها شده‌اند، به صورت موجوداتی آسیب‌پذیر در برابر استبداد سیاسی، اقتصادی، عادت کردن و حیف و میل کردن درآورده است؛ روندی که کره زمین را به خطر انداخته است.

از سوی دیگر کسانی را داریم که خود را در چیزی محبوس ساخته‌اند؛ طرفداران روند جهان‌شمولی آن را فرهنگی واپس‌گرا می‌نامند. در حالی که حفظ و حراست فرهنگ خودی و جوهر و معنای آن، هیچ ارتباطی به واپس‌گرایی ندارد اما، فرهنگی که تحول و تکامل پیدا نکند، فرهنگی که جهش جدیدی به فکر ندهد، فکری که در تشعشع و تکامل خود مشارکت نمی‌کند، البته که واپس‌گراست. به نام حفظ و حراست فرهنگ ملی و داشتن حس تعلق، نمی‌توانیم تلاش فکری و خلاقیت را برای دنبال کردن یک نوآوری و نوجویی واقعی و داشتن سهمی در تکامل و تعالی ملت و باز کردن روزنه‌ای برای دریافت آنچه برای فرهنگ خودی سودمند است و رد هر آن چیزی که مخالف مفهوم صفت انسانی است، مردود بدانیم.

چند پیشنهاد از نظر مداخله و اقدام

اگر متخصصانی زبده در سراسر جهان، به محکوم کردن این فرهنگ جدید پرداخته‌اند به این دلیل است که ایراد و اشکالی در کار به چشم می‌خورد. فرهنگ یک ملت شامل اطلاعات، معلومات، فکر، ویژگی آن، تعلق، تمدن و نیز توان آن از لحاظ پی‌گیری تحول و تکامل است. امروزه رسانه‌های جمعی به ابزارهای ارتباطی مبدل شده‌اند. خود ارتباطات به صورت علمی درآمده است، ملت‌ها ناگزیرند با این علم، دگرگونی و تکامل آن آشنا گردند. باید راه بهتر ساختن فرهنگ را فراگیرند، البته بدون آن که ریشه و حس تعلق و وابستگی خود را از دست دهند. منتها برای رسیدن به این حد و وضع هنوز راهی طولانی در پیش است.

حتی نوادپرستی و دلبستگی به امنیتی خیالی در حفظ فرهنگ خویش سوق خواهند داد؛ فرهنگی که در اثر گذشت زمان، رویدادها و اتفاقات حالت عقب‌ماندگی پیدا کرده، در صورت رویارویی با فرهنگی دیگر یعنی فرهنگی جهان‌شمول امکان دارد شکل خودکامانه و استبدادی به خود گیرد. در ضمن آیا نمی‌توان امکان درگیری‌های شدید مناطق مختلف را پیش‌بینی کرد؟

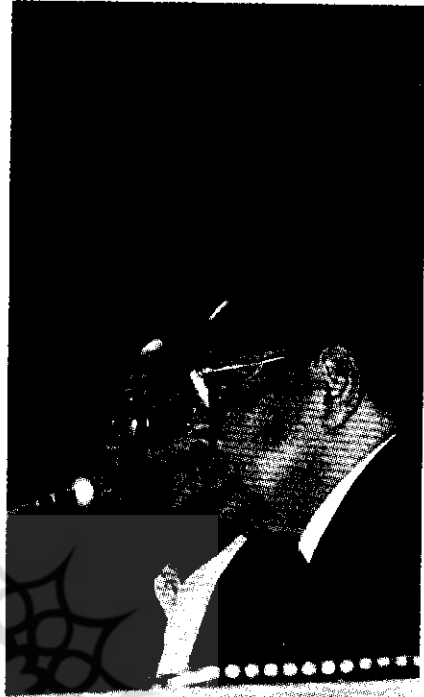
در حال حاضر، در این سمت و سو پیش می‌رویم: تعارض بین کسانی که عقیده دارند هیچ فرهنگ ملی‌یی نمی‌تواند جهش و توان لازم را به تحول و تکامل بدهد و کسانی که معتقدند حفظ فرهنگ ملی به هر وسیله، امری ضروری است. متأسفانه تجارب گذشته نشان می‌دهد که هر دو گروه در اشتباه و خطا هستند. به عنوان مثال از چند دهه پیش در چندین کشور نظامهای پیش‌رفته و پیچیده‌ای به نام انتقال فن‌آوری ایجاد کرده‌اند بدون آن‌که واقعیات اجتماعی، اقتصادی و بازار را مد نظر قرار دهند. در ضمن در همین دوره کشورهای دیگری نیز بودند که هر نوع انتقال تکنولوژیک را بشدت و به طور قطع رد کردند. کسانی که به تکنولوژی بهای زیادی دادند و انرژی و سرمایه فراوانی صرف آن کردند، اکنون با ظاهر و حالتی نوگرایانه ولی بدهکار و بی‌بازار برجای مانده‌اند. و اما کشورهای گروه دیگر، آنها هم دچار عقب‌ماندگی شده، فاقد کارایی و بهره‌وری چشم‌گیر هستند.

آیا امروزه با مسأله و عاملی نیرومندتر یعنی با تهاجم فرهنگی از طریق وسایل سمعی و بصری روبه‌رو نیستیم؟ بحث بر سر فرهنگ جدیدی است که فکر و اندیشیدن را فدای مصرف و وسایل سرگرمی و تفریح می‌کند. در واقع این فرهنگ غالباً ابزار انحطاط و تباهی است که فکر را به خاطر لذت از میان می‌برد و اندیشه را اسیر خلاقیتی به اصطلاح فرهنگی می‌سازد که تنها دست‌آویز آن، مصرف فراورده‌هاست. در اعلامیه سمپوزیوم مورلیا (MORELIA) در مکزیک گفته شده است که

و مخفیانه متوسل می‌شوند تا بازارهای بین‌المللی را به چنگ آورند به هیچ حدّ و حدودی پای‌بند نیستند و بدون هیچ‌گونه توجه به موازین اخلاقی، پایه‌های روان‌شناختی و حتی ساختارها و مبانی خانوادگی و اجتماعی را مورد یورش و تهاجم قرار می‌دهند. بدین ترتیب کشورهای متوسط یا ضعیف با این خطر روبه‌رو می‌شوند که نتوانند به درخواست‌های مردم پاسخ گویند و لذا یأس و افسردگی به وجود می‌آید. امکان دارد مسؤولین کشورها را به نداشتن توان پیش‌بینی برای برآورده ساختن نیازهای سکنه و مردم متهم سازند، حال آنکه این نیازها را وسایل سمعی و بصری به‌طور مصنوعی ایجاد می‌کنند. انستیتو‌هایی که در بالا به آن اشاره کردیم و نیز دستگاه‌های مسؤول امور مربوط به وسایل سمعی و بصری در هر کشور باید امکان آن را داشته باشند که در نوعی پیمان بین‌المللی، نظیر (GATT) شرکت کنند تا فضای ابزارهای سمعی و بصری را به فضایی میدل سازند که قواعد و ترتیباتی را که معین می‌شود و حدود نیازها و وسایل و امکانات ملت‌ها را رعایت کنند و مدّ نظر قرار دهند تا بدین وسیله مصالح فرهنگ‌های گوناگون میسر شود. به‌علاوه عوامل دیگری نیز در این باره وجود دارد که واجد جنبه فیزیولوژیک است. در ضمن تا تحقق و انسجام این پیشنهادها و یا اتخاذ تدابیر دیگر، ضرورت دارد که خانواده بر اهمیت «اکسیژن رسانی مغزی» در استفاده از دستگاه‌های سمعی - بصری واقف باشد. به‌طور مثال توقف در اتاق بدون تهویه مناسب هرگز جایز نیست و هنگام نشستن مقابل تلویزیون هرگز نباید چراغی پشت سر بیننده و چراغ دیگری پشت دستگاه تلویزیون روشن باشد. در سوییچ پلاک‌های پلاستیکی نازکی به فروش می‌رسد که با قرار دادن آن جلوی صفحه تلویزیون می‌توان آثار امواجی را که از دستگاه ساطع می‌شود، خنثی کرد، اما چون هنوز وسیله‌ای تولید نشده است که اثرهای خواب‌آلودگی و افزایش امواج آلفا را از میان ببرد، بنابراین باید فاصله مناسب بین تلویزیون و بیننده

قبل از هر چیز باید کیفیت فرآورده‌های فرهنگی مناطق مختلف را بالا برد تا مردم مزایای آنچه را در کشور و در خانه خود آنها ایجاد گردیده و تولید شده است، درک کنند. بحث بر سر خود فروتنی نیست، بلکه آنچه موردنظر است ایجاد مباحثات از نظر تعلق به فرهنگ خودی، ریشه‌ها و مبانی آن است. از طریق همین سربلندی و مباحثات می‌توان خود را از عقده‌ها رها ساخت، چیزی که غالباً در افرادی که تظاهر به جهان‌شمول بودن می‌کنند برای این که تصویر و سیمای با عظمتی از خود ارائه داده، ناتوانی خود را از نظر افتخار به چیزی که هستند و دارند، پپوشانند، وجود ندارد.

در مرحله بعدی و هنگام پخش تولیدات خارجی، اعم از فیلم و سینما، تلویزیون و بازیهای ویدیویی باید تماشاگران و بینندگان را به طرز روشنی آگاه ساخت که آنچه می‌بینند ترجمه است. باید آنها را به‌طور دقیق از چهارچوب جامعه شناختی، تعلیم و تربیتی و تمدنی کشورهای دیگر مطلع کرد تا برخورد اندیشه‌ها امکان تحقق یابد. در این طریق کسانی که این تولیدات سمعی و بصری خارجی را پخش می‌کنند باید مکلف باشند که به موازات اقدام خود بخش‌هایی برای داوری در خصوص ارزش این تبادل فرهنگی ترتیب دهند و آنچه می‌توان وارد فرهنگ ملی کرد، انتخاب کنند. در غیر این صورت در اثر اجرای برنامه‌ای نامشخص، این خطر به وجود می‌آید که روحیه و فکر انتقادی افراد از میان برود زیرا آنها پیوسته تحت فشار تصویر هستند یا این که تحت تأثیر حالت انفعالی ناشی از نور صفحه تلویزیون قرار دارند. بدین ترتیب ساختار ذهنی و فکری آنها به‌طور کامل توسط فرآورده‌ها و تولیدات یک فرهنگ رسانه‌ای خارجی شکل می‌یابد. نکته دیگر آن که ایجاد یک انستیتوی پژوهشی در هر کشور برای ابراز نظریات روشنی درباره اثرهای وسایل سمعی و بصری بر جامعه و بر ثبات و انسجام ملی بسیار با اهمیت است. باید به این نکته پی برد که کسانی که از طریق وسایل سمعی و بصری حتی به اقتاع پنهانی



برای ادامه حیات و حفظ موجودیت خود، باید راه جلوگیری از سلطه و تهاجم را بدانند و بشناسند. سلطه و تهاجمی که از آن سخن می‌گوییم هیچ نوع معلومات و دانشی که به نوآوری، نوسازی و تحول و تکامل کمک کند با خود نمی‌آورد بلکه برعکس این نوع تهاجم عبارت است از نفوذ و رخنه یک فرهنگ بیگانه در فضای ملّی، علی‌رغم مرزها، مرزهایی که متأسفانه در حال حاضر به صورت غیرواقعی و خیالی درآمده‌اند. فرهنگ مورد بحث نه تنها قواعد و نظام‌های ثبات و موازنه فرد و جامعه را رعایت نمی‌کند بلکه ناشر و منتقل‌کننده منافی با اهداف آلوده و مسموم است که هدف آنها ایجاد ناپایداری اجتماعی در سایر کشورها برای مسلط شدن بر روحيات مردم آن به منظور تحکیم قدرت و فشار اقتصادی و سیاسی خویش است. بدین جهت بهبود بخشیدن به کیفیت تولیدات فرهنگی داخل هر کشور واجد اهمیتی اساسی است. همچنین ضرورت دارد که بدون وقفه، به بازگشت به یک سربلندی و افتخار از نظر تعلق و وابستگی، البته با روح تحول و تکامل جمعی در جهت غنا، توجه کنیم. در این مسیر بخصوص باید به یاری جوانانمان بشتابیم. جوانانها دوست دارند که در حدّ یک مدرنیسم و تجدّد غربی باشند، بویژه آنهایی که تحصیلات خود را در خارج انجام می‌دهند بدون آنکه به مفهوم ریشه‌ها و تعلق خویش واقف باشند، خواهان این تجدّد هستند. پیشنهاد من این است که هنگام بازگشت این افراد به زادگاه خویش، با توجه به این که مدّتی از موطن خویش دور بوده‌اند، دوره‌هایی برای آنان ترتیب داده شود تا بتوانند فرهنگ و تعلق و وابستگی خود را بازیابند. این روال، وسیله خوبی برای ایجاد حساسیت در آنان از نظر ریشه، منشأ و خاستگاه آنهاست. اهمیت مطلب در این است که هیچ ملّتی بدون احساس تعلق و وابستگی نمی‌تواند انسجام داشته باشد و ملّتی هم که فاقد «حافظه تاریخی» است، محکوم به ناکامی است.

که سه تا چهار متر و ترجیحاً پنج متر است رعایت شود و باز در همین مقوله، باید تنفسی پیش‌بینی شود تا مدت تمرکز بینایی کمتر شده، سالن نیز تهویه گردد. پژوهش‌هایی که با دکتر (GZEEN) انجام دادیم نشان می‌دهد که پس از یک نشست سی دقیقه‌ای در جایی که فاقد تهویه و نور کافی است، نوعی رخوت و بی‌حالی بر نظام عصبی حاکم می‌شود و مانع از آن می‌گردد که شخص بتواند در برابر نفوذ این مطالب بصری از خود دفاع کند.

نتیجه

آنچه در مورد محدود کردن دامنه ضرر و زیان به نظر من می‌رسید مطرح شد. اما قبل از هر چیز، نکته با اهمیت و حتی حیاتی این است که هر فرهنگی