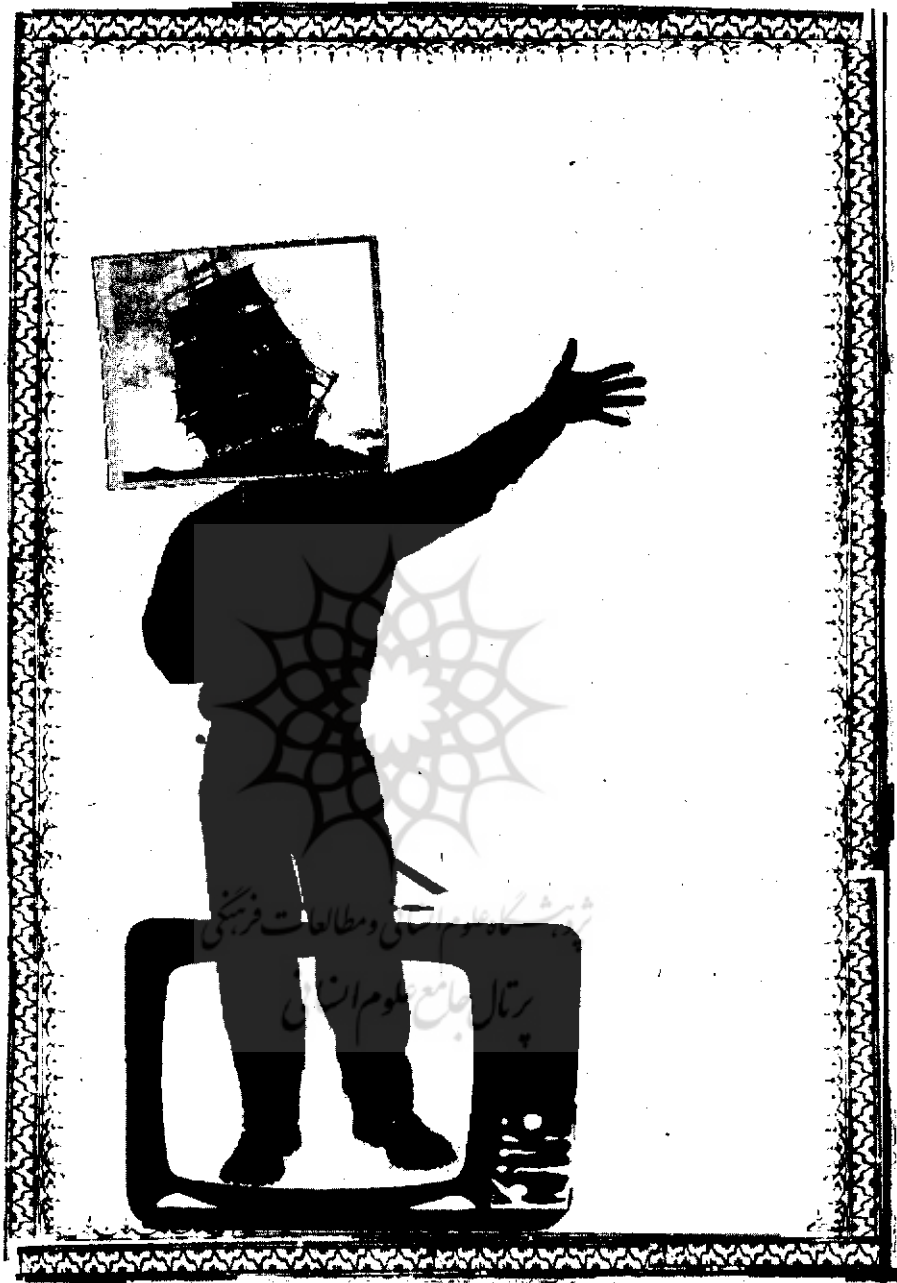


پروشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

انظر اليوم



شهرش گاه علوم و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تلویزیون: ابزار رسانه‌ها

گفتوگویی با نیل پستمن
برگردان: اسماعیل اسندیاری



نیل پستمن

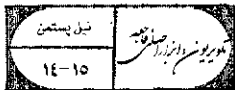
نیل پستمن استاد بوم‌شناسی رسانه^۱ در دانشگاه نیویورک بود. کتاب‌های وی عبارتند از تدریس به مقابله فعالیت خرابکارانه، زوال دوران کودکی، آیینه‌های جیبی، زندگی در عیش، مردن در خوشی و تسلیم فرهنگ به رسانه. در دوره‌های گوناگون گذشته در آمریکا، شهرهای مختلفی نماد جنبه‌ای از روح آمریکایی بوده‌اند. بوستون، نیویورک، شیکاگو و واشنگتن چنین شهرهایی بوده‌اند. پستمن می‌گوید امروز باید شهر لاس‌وگاس نوادا را به عنوان استعاره آرمان و شخصیت ملی خود ببینیم و نماد آن یک تصویر مقوایی به ارتفاع ده متر از یک ماشین قمار و یک دختر آوازه‌خوان است. زیرا لاس‌وگاس شهری است که تماماً به ایده سرگرمی اختصاص دارد و روح فرهنگی که در آن کل گفتمان عمومی به طور روزافزون شکل سرگرمی به خود می‌گیرد شاهد چنین چیزی است. مسئله‌ای جدی!

این مصاحبه با نام اصلی *تلویزیون و افول آشکار گفتمان عمومی*^۲ برای *The Civic Arts Review* توسط رابرت نلسون گزارشگر ارشد *World Monitor* (اخبار تلویزیونی روزانه *The Christian Science Monitor*) انجام شد. لحن گفتوگو بسیار خودمانی است و تلاش شده در ترجمه، همان لحن حفظ شود. روا دیدیم چنین گفت‌وگوهای منتشر نشده‌ای را چاپ کنیم تا فراتر از کتب، با آراء و اندیشه‌های متفکرین حوزه رسانه و ارتباطات جهان آشنا شویم. گویا موضوع بحث پس از رواج یافتن نوعی از برنامه‌های تلویزیونی آمریکایی است که در آن مستند و داستان درهم‌آمیخته می‌شود تا بار دیگر بیننده سرگرم شود...

و اما بعد...

نظرت درباره بحث اخیر تلویزیون درباره شبیه‌سازی اخبار چیست؟
خب، اولین واکنش من این است که این کار همیشگی تلویزیون است!

1. Media Ecology
2. TELEVISION AND THE PUBLIC DECLINE OF PUBLIC DISCOURSE
3. simulated news



پس ظهور اینو پیش بینی می کردی؟

تلویزیون همیشه تا اندازه‌ای جهان را در تصویر خود بازآفرینی می‌کند؛ با گزینش بخش‌هایی از جهان و تلویز آن بخش‌ها. بنابراین اخبار تلویزیونی نوعی ساخت و آفرینش نمادین است که توسط تهیه‌کنندگان و گروه خبر ساخته می‌شوند. حال، این که بازیگران صحنه‌ها را شبیه‌سازی مجدد کنند، مدتی است به اشکال گوناگون در به اصطلاح مستندهای داستانی⁴ تلویزیون به وجود آمده و در آن تلاش می‌شود یک رویداد تاریخی با رگه‌های داستانی بازآفرینی شوند. البته معتقدم خطرناک است؛ زیرا تمایز میان توهم و واقعیت را که برای بینندگان پیش از این محو شده بود بیشتر محو می‌کند. قطعاً باید در این مورد نگران بود. به خاطر دارم که دفاع پیتر جینینگز⁵ از شبیه‌سازی اخیر موضوع به اصطلاح جاسوس در شبکه abc نسبتاً ضعیف بود. انگار تصور می‌کرد این معذرت‌خواهی کفایت می‌کند که صرفاً بگوید:

خُب باید از واژه شبیه‌سازی استفاده می‌شد و اشتباه کردیم که چنین نکردیم.

ولی چرا دفاع؛ چون تلویزیون رسانه‌ای است که در آن هر چه به نمایش درمی‌آید تا اندازه‌ای توهم و نیز تا اندازه‌ای واقعیت است. نوار ویدئو خود هاله‌ای از توهم می‌آفریند؛ زیرا هر از چند گاهی باید به ما گفته شود که آن چه می‌بینیم اتفاق نمی‌افتد، بلکه چندین هفته پیش ضبط شده بود و غیره.

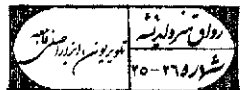
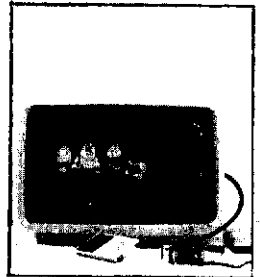
چرا مردم این قدر این را تحمل می‌کنند؟

به نظرم مردم، دست‌کم تاکنون، تقریباً هر کاری که تلویزیون می‌کند را تحمل کرده‌اند. مردم آمریکا یک رابطه عشقی با این رسانه دارند و تقریباً هر قالبی را تحمل خواهند کرد. حتی مباحث کذایی ریاست‌جمهوری که در آن به نامزدها نه ثانیه فرصت داده می‌شود تا به سنگین‌ترین پرسش‌ها پاسخ دهند را نیز تحمل می‌کنند. فکر می‌کنم شاید مردم همه این‌ها را تحمل می‌کنند؛ زیرا تلویزیون را نوعی کار نمایش می‌بینند، حتی اگر تشکیلات خبر، چنین نگاهی نداشته باشد. مردم چندان تلویزیون را روشن نمی‌کنند تا بفهمند در دنیا چه خبر است، بلکه می‌خواهند مطالب داستانی و تخیلی که تلویزیون نمایش می‌دهد را ببینند. فکر می‌کنم مردم به این عادت کرده‌اند.

آیا روزنامه‌نگاران نمایشی روزی نتوان خواهند داد؟

تاوان، زمانی خواهد آمد که با این پرسش مواجه شویم که چه جامعه‌ای با مردمی شدیداً غافل

4. docudrama
5. Peter Jennings
6. showbusiness journalists



خواهید داشت. بیش از یک سال در زمان بحران گروگان‌گیری، مطالبی دربارهٔ ایران پخش می‌شد ولی مردم حتی نمی‌توانستند پرسش‌های ساده‌ای چون ایران کجاست و ایرانیان به چه زبانی سخن می‌گویند را پاسخ دهند. به یک معنا تاوان داده شده است. براساس برخی آمارها در آمریکا شصت میلیون بی‌سواد داریم و در آخرین انتخابات ریاست‌جمهوری کمتر از ۵۰٪ واجدین شرایط در انتخابات شرکت کردند. این یک رسوایی جهانی است. هیچ دموکراسی غربی‌ای تاکنون نمایشی چنین ضعیف در انتخابات سیاسی نداشته است. بنابراین شواهد نشان می‌دهند که تلویزیون و به ویژه اخبار به طور کلی موجب سطحی شدن فرهنگ شده است و این نوعی تاوان است که معتقدم بسیار جدی است.

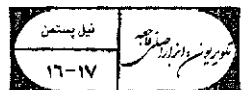
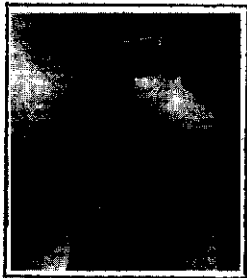
آیا راهی هست که به مردم کمک کنیم دقیق و تیزبین‌تر شوند؟

این پرسش دشوار است که طی بیست و پنج سال گذشته به آن پرداخته‌ام. اولین تلاش من برای پاسخگویی به این سؤال در کتاب کوچکی بود که در اوایل دههٔ شصت با عنوان *تلویزیون و تدریس/انگلیسی نگاشتم*. کتاب با این امید خطاب به مدرسان انگلیسی تنظیم شده بود که آن‌ها اولاً *تلویزیون* را بیش از آن‌چه تصور می‌کنند جدی بگیرند و ثانیاً به دانش‌آموزان خود کمک کنند که در تماشای *تلویزیون* دست‌کم همان قدر تیزبینی و تمیز داشته باشند که اشتیاق و علاقه دارند. بنابراین مدت‌هاست روی این پرسش کار می‌کنم. فکر می‌کنم بدانم که چگونه می‌توان این کار را در آموزش پیاده کرد، یعنی این‌که جوانان چه نوع آموزش رسانه‌ای نیاز دارند تا برخورد هوشمندانه با *تلویزیون* داشته باشند ولی این‌که آیا مدارس، جدیت کافی نسبت به این موضوع دارند تا به آن زمان و توجه لازم را اختصاص دهند، مسئلهٔ دیگری است. شاید *آزمایش ویدل*^۱ یک پاسخ باشد. در ابتدا مخالف آن بودم. فکر می‌کردم وادار کردن دانش‌آموزان به مدرسه رفتن و سپس فروختن زمان و توجه آن‌ها به یک آژانس تبلیغاتی غیرقانونی است و مخالفت‌های دیگری هم داشتیم. ولی اخیراً به این فکر افتادم که آیا این دقیقاً همان فرصتی نیست که برای تأسیس برنامهٔ جدی آموزش رسانه‌ای در مدارس به دنبال آن هستیم. به ویژه آموزش *تلویزیون*؟ آیا به فاصله گرفتن جوانان از این رسانه منجر نمی‌شود که در کاربرد واژهٔ تیزبینی و تمیز نهفته است.

آزمایش ویدل چیست؟

کریستوفر ویدل، یک آژانس تبلیغاتی دارد. او شخصی بسیار خلاق است و همیشه ایده‌های عجیب

7. Widdle experiment



ارائه می‌دهد. یکی از آخرین ایده‌های او دادن تجهیزات الکترونیک (از جمله دیش ماهواره) به ارزش پنجاه هزار دلار به مدارس به صورت رایگان است. در مقابل دانش‌آموزان باید هر روز یک برنامه خبری که توسط ویدل تهیه شده و دو دقیقه از آن آگهی‌های بازرگانی است، را تماشا کنند. در تبلیغات اولیه برای این برنامه، آقای ویدل اعلام کرد که دوست دارد در حد ربع میلیارد دلار هزینه کند تا محصول خود را در هشت‌هزار مدرسه قرار دهد. درک می‌کنم که این پیشنهاد تا اندازه‌ای اصلاح شده است. برای نمونه دانش‌آموزان مجبور نخواهند بود برنامه‌ها را تماشا کنند ولی گذشته از این، اخیراً نسبت به این ایده کمی خوش‌بین‌تر شده‌ام. هنوز معتقدم این یک فاجعه است ولی گاه فجایع را می‌توان به فرصت تبدیل کرد. شاید این مسیری باشد که در نهایت باید به معلم‌ان گفت:

حُب اگر قصد دارید از بچه‌ها بخواهید که در مدرسه، برنامه‌های تلویزیونی تماشا کنند که در آن برنامه‌های خبری به علاوه آگهی‌های بازرگانی هست، در آن صورت مطلقاً ضروری است برنامه‌های درسی طراحی کنید که آن‌ها را در درک این مسئله یاری کند که چگونه توسط تلویزیون مورد نفوذ و دستکاری قرار می‌گیرند.

وقتی هر روز اخبار پربیننده را تماشا می‌کنی به دنبال چه هستی؟

منظورت اخبار سراسری است یا محلی؟

اخبار سراسری.

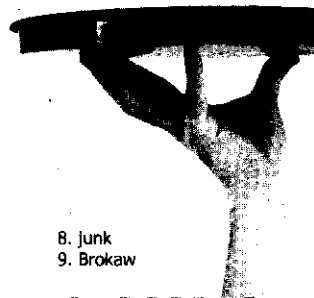
زیاد به چیزی که گفته می‌شود توجه نمی‌کنم. بیشتر به چگونگی گفتن دقت می‌کنم.

بنابراین تو هم مانند اکثر افراد تصویر را پذیرفته‌ای؟

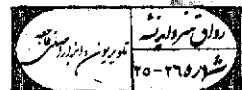
کاملاً. چنان که در یکی از کتاب‌های خود گفته‌ام، فکر می‌کنم تلویزیون آمریکا در بهترین حالت، آت‌وآشغال‌های خود را به همراه دارد. من عاشق آشغال‌های تلویزیون هستم؛ زیرا به شدت تصویری و آشکارا سرگرم‌کننده هستند. همیشه وقتی تلویزیون می‌خواهد جدی باشد مایه شرمندگی می‌شود. بنابراین من به هیچ اخباری نگاه نمی‌کنم تا چیزی یاد بگیرم؛ حتی آقای جیننگز یا آقای بروکاو. بلکه می‌گردم تا ببینم چه صحنه تصویری جالبی پینا می‌کنم.

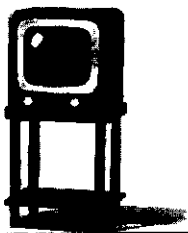
چه مدت می‌توانی یک برنامه را در این چهار جوب ذهنی تماشا کنی؟

نه چندان طولانی.



8. junk
9. Brokaw





اگر کسی مانند خودت [در تلویزیون] مشغول صحبت باشد، چه؟

حتی اگر فردی باهوش‌تر از من هم باشد، مدتی نگاه می‌کنم ولی به سرعت سراغ یک بازی بیس‌بال یا چیز دیگری می‌روم که تصویربرداری پویاتر و هیجان‌انگیزتری داشته باشد. به جای این که از طریق تلویزیون از کسی بیاموزم، ترجیح می‌دهم کتاب او را بخوانم یا در دانشگاه به سخنرانی گوش دهم یا به موزه بروم. من با بیشتر مردم متفاوت نیستم. دوست دارم تلویزیون ببینم. ولی معتقدم باید درباره چیزی که تماشا می‌کنیم صریح باشیم. در واقع نه تنها آمریکاییان بلکه مردم سراسر جهان دوست دارند تصاویر پویا، جذاب، با تحرک و تغییر سریع تماشا کنند. به همین دلیل است که حتی تصاویر برنامه‌های جدی مانند اخبار سراسری هم سرعت بالایی دارند. من هم مانند بقیه نسبت به این قضیه شرطی شده‌ام. بنابراین فکر می‌کنم پاسخ من به پرسش تو این باشد که حقیقتاً اخبار تلویزیون، سراسری یا غیر آن را تماشا نمی‌کنم تا به شهروندی آگاه‌تر تبدیل شوم. رسانه‌های دیگری هست که برای این منظور از آن‌ها استفاده می‌کنم.

ولی تلویزیون بزرگ‌ترین عرضه‌کننده اطلاعات است که داریم، این طور نیست؟

قطعاً بزرگ‌ترین عرضه‌کننده چیزی است که شاید بتوان اطلاعات تصویری^{۱۰} نامید. من صحنه‌های فاجعه [فضایم] چنجر^{۱۱} را صد بار دیده‌ام. فکر می‌کنم آن DC10 را که در آیوو سقوط می‌کرد، صد بار دیده‌ام. این یکی از راه‌های کسب اطلاعات است. این مسئله قابل انکار نیست. این تصاویر تا ابد در ذهن من می‌ماند. ولی این نوع اطلاعات با آنچه برای درک جهان نیاز دارم، متفاوت است. هرچند این تصاویر می‌توانند در تشخیص جایگاه من در جهان مفید باشد.

موقعیت تو را روشن کند؟

بله. ولی باید اطلاعات تصویری را با یک کتاب خوب، تحقیقات قدیمی و رسانه‌هایی تکمیل کنم که برای من یک موقعیت تاریخی تأمین کنند، نوعی دیدگاه‌های متفاوت درباره مسائل بدهند. بنابراین تکرار می‌کنم که اخبار تلویزیون را برای سرگرمی می‌بینم؛ زیرا همیشه صحنه‌های تصویری، بسیار جالب هستند.

بنابراین تو برنامه‌های مستند را، که می‌توانند بسیار اساسی باشند، رها می‌کنی؟

پرسش‌های زیادی باید درباره مستندهای داستانی طرح شوند از جمله استفاده آن‌ها از شبیه‌سازی.

10. visual information
11. Challenger

تقریباً چند سال پیش مستندی داستانی از پطرکبیر دیدم که با اسحاق نیوتن ملاقات می کرد. وقتی به ماکسمیلیان شیل^{۱۲} (که نقش پطرکبیر را بازی می کرد) گفته شد که چنین ملاقاتی هرگز صورت نگرفته، ظاهراً او گفته است:

خب، اصلاً چیزی به عنوان حقیقت تاریخی وجود ندارد.

بنابراین حتی مستند داستانی به عنوان یک ژانر نیز تمایل به تضعیف اعتماد مردم و بدبین کردن آنان به مفهوم حقیقت تاریخی دارد. کل کار شبیه سازی باید حذف شود؛ زیرا یک واقعیت بدلی است، مانند این است که به مخاطبان بگوییم واقعاً نمی توانستند یک دوربین در محل قرار دهند، ولی به ذرک، چند بازیگر می آوریم تا شما ماجرا را بفهمید.

آن ها به ما می گویند این تقریباً چیزی است که اتفاق افتاده.

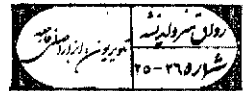
به نوعی. ولی به هر صورت شما در نهایت به بازیگران، بیش از آن چه اتفاق افتاده توجه می کنید. اگر این توهین به حقیقت و بدبینی ناشی از آن را تشویق کنیم، فکر می کنم برای حیات جمعی ما بسیار خطرناک باشد.

فکر می کنی این بدبینی در حال تشدید است؟

بله. تفکر جدی درباره این که چگونه فن آوری های جدید برخی مفاهیم بسیار مهم را در این کشور خراب کرده اند صورت نمی گیرد، نه تنها تلویزیون بلکه هم چنین رایانه و دیگر فن آوری ها. آمریکاییان همیشه بسیار علاقه مند و شیفته فن آوری هستند. ولی همواره می پرسند فن آوری های جدید چه چیزی را درست می کنند تا این که بپرسند چه چیزی را خراب می کنند. بخشی از آموزش رسانه های که درباره اش صحبت کردیم این پرسش را برای جوانان طرح می کند.

وقتی این فن آوری را بپذیری و خود را با آن وفق دهی چه چیزی را از دست می دهی؟ برای نمونه اگر تلویزیون رویدادها را شبیه سازی کند چه چیزی را از دست می دهی؟ این کار با درک واقعیت چه می کند؟ درک ما از تاریخ؟ چه چیز را از دست می دهیم؟ تردیدی نیست که با فن آوری چیزهایی به دست می آوریم ولی شاید آن چه از دست می دهیم مهم تر و جالب تر باشد. وقتی یک بحث انتخابات ریاست جمهوری را به قطعات دو دقیقه ای تبدیل می کنیم چه چیزی را از دست می دهیم؟ اگر از این حقیقت کاملاً آشکار، آگاهی روزافزون پیدا نکنیم که فن آوری می دهد و می گیرد و به بخش می گیرد

12. Maxmillian Shell



بیش از گذشته توجه نکنیم، در این صورت گمان می‌کنم در مواجهه با آینده کاملاً خلع سلاح خواهیم بود. باید اندیشیدن درباره ساخت سامانه دفاعی در برابر این نوع نادانی و برانگیز ولی قابل پیش‌گیری را آغاز کنیم.

وقتی می‌گویید چیزهای زیادی از دست می‌دهیم، حس می‌کنم می‌گویید برخی میانی سنتی جامعه دموکراتیک را از دست می‌دهیم؛ برای نمونه ارتباط، بررسی و تعمق، مشارکت و مسئولیت. درسته؟

همه این موارد، ولی چیز اصلی‌ای که داریم از دست می‌دهیم، هوشیاری^{۱۳} است. هوشیاری در جامعه ما به سرعت در حال تضعیف است. من در موقعیت‌های دیگر تعبیر آشفته آینده^{۱۴} را برای نشان دادن این شرایط فرهنگی کلی به کار برده‌ام.

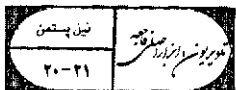
شبه‌دهام که قبلاً این تعبیر را به کار برده‌ای ولی احتمالاً برای خوانندگان ما مفید خواهد بود که توضیح مختصری بدهی.

اجازه بده ابتدا اشاره کنم که هوشیاری بشری از نظر ماهیت، جزو شکننده‌ترین چیزهاست. متحرف کردن، سرکوب کردن یا حتی نابود کردن آن چندان دشوار نیست. البته سریع این تصور به ذهن می‌آید که این مسئله به ویژه برای یک دانشجو یا استاد صادق نیست. گذشته از هر چیز دانشگاه اساساً متعهد به دفاع از هوشیاری و در واقع بزرگداشت هوشیاری است. کلی ماجرا تشویق این اعتقاد است که منطق و خلاقیت بشری از نظر قدرت و دوام به اندازه ساختمان‌ها(یی) استحکام دارند که در آن‌ها دانشگاهیان پیر و جوان برای بحث درباره بهترین تفکرات و سخنان گرد هم می‌آیند. ولی در این قرن، چنان‌که باید بدانید، نمونه‌هایی مرگبار داشته‌ایم که نشان می‌دهند هوشیاری چه ساده و سریع می‌تواند از هر یک از دشمنان متعدد خود شکست بخورد: جهالت، خرافات، ظلم و بی‌رحمی، ترس و بزدلی، غفلت، شور و اشتیاق اخلاقی.

و تلویزیون جزء این دشمنان است؟

تلویزیون ابزار اصلی این فاجعه است، تا اندازه‌ای به دلیل این‌که رسانه‌ای است که آمریکاییان عاشقانه دوستش دارند و تا اندازه‌ای به دلیل این‌که به مرکز فرماندهی فرهنگ ما تبدیل شده است. آمریکاییان تنها برای سرگرمی سبک خود به تلویزیون توجه نمی‌کنند، بلکه برای اخبار خود، آب و

- 13. intelligence
- 14. Future Schlock



هوای خود، سیاست خود، دین خود، تاریخ خود به آن توجه می‌کنند که می‌توان گفت همه این‌ها سرگرمی بی‌امان آن‌هاست. آن‌چه درباره‌اش صحبت می‌کنم، ممانعت تلویزیون از جدی‌ترین کار فرهنگ ماست؛ این‌که تلویزیون موضوعات و برنامه‌های سرگرم‌کننده پخش می‌کند یک مسئله است، ولی این‌که همه موضوعات در تلویزیون به صورت سرگرم‌کننده ارائه می‌شوند، مسئله کاملاً متفاوتی است و در این مناسبت که تلویزیون می‌تواند هرگونه درک هوشمندانه از مسایل عمومی را تخریب کند.

آیا آگهی‌ها بخشی از این سرگرمی هستند؟

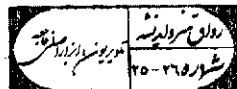
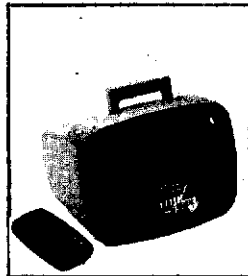
بله هستند و عجیب‌تر این واقعیت است که آگهی‌ها ممکن است هر کجای یک مطلب خبری - پیش، پس یا وسط آن - ظاهر شوند به طوری که همه رویدادها اساساً بی‌اهمیت تلقی می‌شوند؛ یعنی با همه رویدادها به عنوان منبع تفریح و سرگرمی عمومی برخورد می‌شود. زلزله مکزیک یا هواپیماربایی در بیروت چقدر می‌تواند جدی باشد وقتی پیش از آن یک آگهی شاد یونایتد ایرلاینز^{۱۵} پخش می‌شود و پس از آن آگهی پوشاک جین کالوین کلین^{۱۶} نمایش داده می‌شود. در واقع گویندگان خبر تلویزیون کلاً یک نوع کلمه جدید به دستور زبان ما افزوده‌اند. آن را می‌توان حرف ربط اکنون بعدی نامید. اکنون، بعدی^{۱۷} حرف ربطی است که دو چیز را به هم متصل نمی‌کند بلکه برعکس، جدا می‌کند. وقتی گویندگان اخبار می‌گویند اکنون، بعدی منظورشان این است که آن‌چه دیدید یا شنیدید با آن‌چه خواهید دید یا شنید هیچ ارتباطی ندارد. هیچ کشتاری آن‌قدر وحشیانه، هیچ اشتباه سیاسی آن‌قدر پرهزینه و هیچ بمب‌گذاری‌ای آن‌قدر مخرب نیست که نتوان آن را با گفتن اکنون، بعدی توسط گوینده خبر از ذهن ما پاک کرد. منظور گوینده این است که به اندازه کافی درباره این موضوع فکر کرده‌ای؛ مثلاً ۴۵ ثانیه و نباید بیش از این به آن بپرداز، مثلاً ۹۰ ثانیه و اکنون باید به یک آگهی بازرگانی توجه کنی. این موقعیت از نظر من اخبار نیست و به نظرم این واقعیت را تبیین می‌کند که چرا آمریکاییان از ناآگاه‌ترین مردم دنیای غرب هستند.

آیا وقت آن رسیده که بر سر این مسئله مبارزه کنیم؟

چرا، رسیده.

۱۵. United Airlines. خطوط هوایی آمریکا (م)
۱۶. Calvin Klein. کمپانی معروف تولیدکننده پوشاک (م)

17. now this



چگونه می‌خواهیم این کار را بکنیم؟

به نظر می‌رسد که این موضوعی است برای مصاحبه‌ای دیگر و طولانی‌تر.

این گفت‌وگو از منبع زیر برداشت و ترجمه شده است:

<http://web.archive.org/web/20030715073702/http://car.owu.edu/Vol.+3+No.+1.htm>



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

