

نظر به اینکه تحولات اقتصادی و سیاسی، تعریف مجددی از نهادهای رادیو و تلویزیون معاصر ارائه می‌دهد، مناظره داغی پیرامون مفاهیم مربوط به ساختها و شیوه‌های تولید برنامه‌های تلویزیونی در گرفته است، مناظره‌ای که ممکن است به طرز سودمندی بر تاریخ آثار تلویزیونی مستقل تأثیر بگذارد. عبارات و اصطلاحاتی که در این تعریف به کار می‌رود، معمولاً شامل آثار ویدیویی تولید شده در خارج از نهادهای رادیو و تلویزیونی آمریکا، یعنی آثار تهیه شده توسط «ویدیوی مستقل» و «ویدیوی هنری» می‌شود. این اصطلاحات در میان منتقدانی که با این آثار سر و کار دارند، نیازمند تمایزاتی است که به صورت مستقل بیان می‌شوند. اصطلاح «نهاد سرکوبگر تلویزیون تجارتي»، در بسیاری از آثار مکتوب مربوط به ویدیوی آمریکا از دهه ۱۹۶۰ به بعد، به صورت یک نقش زودگذر و تلویحی، باقی مانده است. هر چند گاه پیچیدگی‌هایی ارادی در بحث پیرامون این قبیل آثار رقیب وجود دارد، اما گزارش مختصری از تاریخ فشرده آن در آمریکا می‌تواند روابط موجود میان ویدیوی مستقل و صنعت تلویزیون برتر و نیز چهره متغیر تلویزیون تجارتي آمریکا را - به عنوان هدف متحرک و کارکرد تقابلی - نشان دهد.

آثار ویدیوی مستقل که از لحاظ سبک تولید، ویژگی‌های خاص خود را دارند، طی

دو دهه اول تاریخ آن، از شرایط تاریخی ویژه تولید و مقبولیت خود خبر می‌دهند. دستگاه‌های تلویزیونی مجهز و حاضر و آماده «نم جون پاییک»، آثار و کارهای هنری برجسته دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ یک زیبایی نو داداییستی به وجود آورده است که مدعی انجام یک حرکت شخصی در برابر جریان تند و غیر قابل کنترل تلویزیون تجارتي سنتی است. این دستگاه‌های حاضر و آماده و آثار ویدیویی، و به خدمت گرفته شدن بسیاری از هنرمندان ویدیویی عصر حاضر، این وسیله خانگی و همیشه آشنا را به صورتی مشروط، آسیب پذیر و نامتجانس در آورده است. بسیاری از استودیوها در برنامه‌های اولیه خود فیلمهای زنده، تأخیری و یا از پیش ضبط شده به کار بردند و از راه مقابله مستقیم با تصویر ویدیویی، با رابطه بینندگان و صفحه تلویزیون معمولی به معارضة برخاستند. با توجه به رویدادهای گذشته می‌توان گفت که بخش اعظم آثار اولیه ویدیویی در آمریکا، اگرچه با هدف مقابله با جایگاه برتر تلویزیون تجارتي تهیه شده‌اند، اما به تدریج خود نگرانیهای گسترده‌ای به وجود آورده‌اند.

علی رغم استفاده ممتد و در عین حال محدود از ویدیو در استودیوها، می‌توان گفت که به کارگیری دستگاه‌های ضبط ویدیویی پرتابل نیم اینچی در آمریکا در

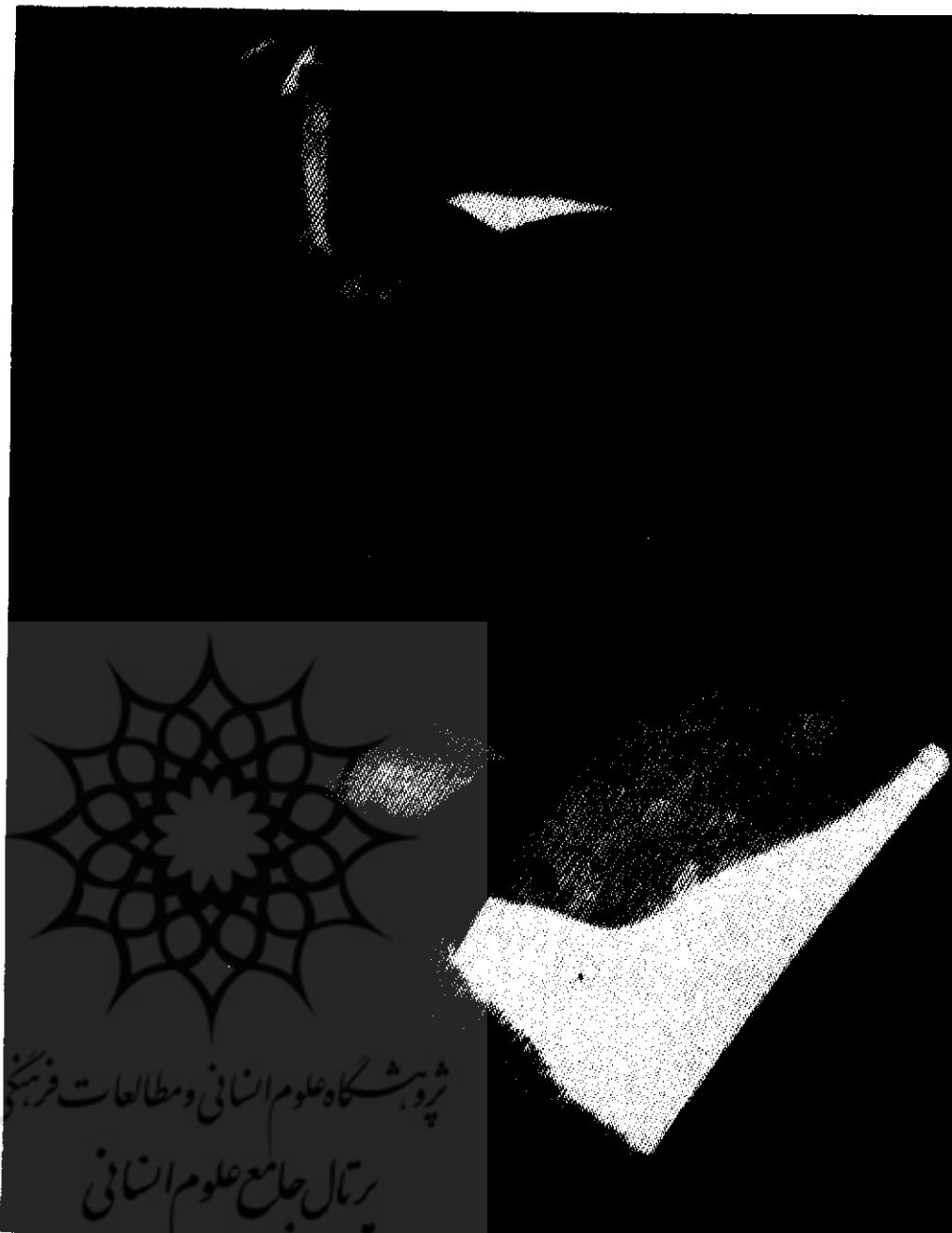
1- Nam June Paik

## تلویزیونهای رقیب

ویلیام بادی

ترجمه: حسن نورایی بیدخت

را به مخاطره اندازد. به طور مثال، می توان گفت که برپایی یک نمایشگاه آثار هنری ویدئویی در سال ۱۹۹۶ در یکی از گالریهای خیابان پنجاه و هفتم نیویورک سیتی، از قرار معلوم مستقیماً به تشکیل مؤسسه «ریندنس کورپوریشن»<sup>۲</sup> (یک گروه پژوهشی و تولیدی که با ویدیوهای کوچک کار می کند)، «دهکده جهانی»<sup>۳</sup> (یک مرکز رسانه ای در نیویورک سیتی) و دست کم دو گروه تولیدی دیگر منجر شد. مؤسسه «ریندنس» در سال ۱۹۷۱ کتابچه راهنمایی با نام تلویزیون چریکی<sup>۴</sup> منتشر کرد که با یک اعلامیه فلسفی همراه بود. این مؤسسه، گاهنامه ای را نیز با نام رادیکال سافت وره<sup>۵</sup> به مدت چهار سال انتشار داد. سایر گروه های تولید کننده آثار ویدئویی، عبارت بودند از: انت فارم<sup>۶</sup> (سال تأسیس ۱۹۶۸)، ویدئو فریکس<sup>۷</sup> (۱۹۶۹)، پی پلز ویدئو تیاتر<sup>۸</sup> (۱۹۶۹)، تی وی تی وی<sup>۹</sup> (۱۹۷۲)، مد یا اکسس سنتر<sup>۱۰</sup> در انستیتو پورتولا<sup>۱۱</sup> (ناشران هول ارث کاتالوگ<sup>۱۲</sup>)، و گروه های مشابه دیگری در سرتاسر کشور.<sup>(۱)</sup> فعالیتها و برنامه های این مؤسسه های ویدئویی - که به «چریکهای ویدئویی» معروف شده بودند - در آغاز عبارت بود از اجرای نمایشنامه های تخیلی و گه گاه پرآب و تاب عامه پسند، تشکیل گروه های ویدئویی سیار، و ارائه طرحهایی برای برقراری دموکراسی الکترونیکی از طریق کابلهای دو جانبه. البته بعدها برخی از این گروه ها به تولید فیلمهای ویدئویی



تکنولوژیکی رد کردند و این امر موجب شد که تولید کنندگان مستقل مختلف، با هم متحد شده و جامعه منسجم و یکپارچه ای را تشکیل دهند که نه تنها به کارهای تولید بپردازند، بلکه کارهای مربوط به توزیع، نمایش، تفسیر انتقادی، و تبلیغ آثار جدید را نیز خود بر عهده گیرند. (نهادهای تلویزیونی، ویدیوهای بسیار کوچک را از لحاظ تکنیکی برای پخش برنامه مناسب ندانستند و هشدار دادند که این ویدیوها ممکن است با نقض استانداردهای انتقال و پخش برنامه ها، مجوزهای پخش آن نهادها

سال ۱۹۶۸ باعث تولید آثار مستقل ویدئویی شد. سازندگان آثار ویدئویی در داخل و خارج دنیای هنر، جامعه رو به گسترشی را تشکیل می دهند که از سوی نهادهای دست اندر کار پخش تلویزیونی تقریباً به کلی کنار گذاشته شده اند. شکاف و خصومت دو جانبه ای که میان این دو گروه وجود داشت، از شکاف و خصومت میان سینمای هالیوودی معاصر و فیلمسازان مستقل آمریکا بیشتر بود. نهادهای تلویزیونی، کار تولید آثار مستقل را در زمینه های زیبایی شناسی، سیاسی، و حتی

2- Raindance Corporation

3- Global Village

4- Guerrilla Television

5- Radical Soft Ware

6- Ant Farm

7- Video Freex

8- People's Video Theatre

9- TV TV

10. Media Access Center

11. Portola Institute

12. Whole Earth Catalogne

مستند برای تلویزیون همگانی و تهیه فیلمهای آموزشی برای شبکه تجارتي نیز پرداختند.

آمیزه آشکاري از آرمان گرایی و خشنودی خاطر از لحاظ تکنولوژیکی، موجب به وجود آوردن حرکت تلویزیون چریکی شد، و شعار آن گه گاه بیش از آنکه سیاسی باشد، جنبه اکولوژیک یا زیست محیطی داشت. علم گرایی ضد سیاسی برنامه‌های این تلویزیون، نمایانگر فاصله گرفتن آشکار آن از پیشگامان سیاسی و هنری دهه ۱۹۲۰ شوروی و اروپا و نیز از کارهای معاصر ژان لوک گدار (فیلمساز فرانسوی) و دیگر فیلمسازان اروپا می‌باشد. «ریندنس» در کتابچه تلویزیون چریکی درباره نام مجله رادیکال سافت ور می‌گوید:

«بیشتر مردم بر این باورند که واژه رادیکال صرفاً جنبه‌ای سیاسی دارد، حال آنکه فعالیت ما جنبه سیاسی ندارد. ولی ما به وجود راه حل‌های فرا سیاسی برای مسایل فرهنگی که از لحاظ ناپیوستگی خود با گذشته حالت رادیکال دارند، معتقدیم. از این رو، هدفمان از به کار بردن این صفت، همانا خارج کردن مردم از بافت گذشته (سیاسی) شان و وارد کردن آنان در بافت خودمان است.»<sup>(۲)</sup>

این موضع‌گیری فواسیاسی در توصیف تلویزیون چریکی از برنامه‌های مربوط به مجموعه ویدیویی «مد یا باس»<sup>۱۳</sup> برای کشاندن ویدیوهای کوچک به بیرون از شهرها، پژواک طنز آمیزی از فیلمهای تبلیغاتی کمونیستی مربوط به جنگ داخلی روسیه ارائه می‌دهد. لازم به تذکر است که مجموعه «مد یا باس» هنگامی تشکیل شد که مؤسسه ویدیو فریکس، نیویورک سیتی را به قصد استقرار در ناحیه‌ای در حومه شهر ترک گفت.

هدف از تشکیل «مد یا باس» ها، گشت و گذار در شهرهای مختلف و نمایش فیلمهای ویدیویی است. این طرح، کم و بیش به سفر در جاده‌های سنگلاخ و صعب العبور

شبهت داشت و احتمالاً با به کار افتادن تلویزیونهای کابلی به صورتی خود توان در خواهد آمد؛ گروه سیاری از تکنیسینها و هنرمندان در ازای دریافت دستمزد، برنامه‌هایی در استودیوهای تلویزیونی محلی اجرا، یا فیلمهایی در جوامع محلی ضبط می‌کنند.<sup>(۳)</sup>

از تعلیم و تربیت سیاسی فیلمهای تبلیغاتی کمونیستی برای هنرمندان شوروی از قبیل «ایزشتاین» و «ژیگاورتوف» گرفته تا رویای ویدیوی چریکی به صورت ستاره موسیقی راک دهه ۱۹۷۰ که برای اجرای برنامه دایم در حال سفر است، تحول گسترده‌ای صورت گرفته است. در برخی مواقع، جبرگرایی تکنولوژیکی تلویزیون چریکی، تاریخ و سیاست را در برگردانی از قضا و قدر اجتماعی به کلی از میان می‌برد: «تلویزیونی که برنامه‌هایش از یک ایستگاه تلویزیونی پخش می‌شود، از لحاظ ساختاری عاری از نقص نیست. شیوه‌ای که در این نوع تلویزیون استفاده می‌شود، نتیجه ویژگیهای ذاتی آن است. این خصوصیات، از نظر سیاسی و اقتصادی، محیطی فراهم می‌آورد که ماهیت برنامه‌ها را مشخص می‌کند، نه برعکس آن.»<sup>(۴)</sup> همچنین گه گاه چنین به نظر می‌رسد که این جبرگرایی تکنولوژیکی، از لحاظ نابرابریهای سیاسی موجود در جامعه آمریکا با تنگناهایی برخورد می‌کند: «نظام سیاسی اصولی آمریکا، مثل ظرافت خاص خود را دارد... وضعیت فعلی دولت از لحاظ آگاهی در مورد هنر به مراتب از وضعیت آن در مورد تکنولوژی اطلاعات عقبتر است. ما می‌توانیم از طریق تلویزیون کابلی در رأی‌گیریها شرکت کنیم و قانونگذاران می‌توانند برای تحقیق پیرامون برنامه‌های دولت، از آن استفاده کنند.»<sup>(۵)</sup>

اگر چه چریکهای ویدیویی و دیگر تولید کنندگان ویدیویی، در نخستین سالهای پیدایش ویدیو در آمریکا هیچ گاه تعدادشان چندان زیاد نبوده است، ولی آنها

در دگرگون کردن درک مردم از تلویزیون آمریکا نقش چشمگیری ایفا نموده‌اند. تلویزیون شبکه‌ای، که از دهه ۱۹۵۰ ساختارهای تجارتي آن همچنان دست نخورده باقی مانده و منافع آن افزایش داشته است، در پایان دهه ۱۹۶۰ در اوج قدرت خود به نظر می‌رسید. اما تا اواخر دهه ۱۹۶۰، رفته رفته به برتری آن لطمه خورد؛ نه تنها به واسطه برنامه‌های چریکهای ویدیویی، بلکه به خاطر حملات سیاسی دولت نیکسون بر سر گرایش لیبرالیستی مشهود در اخبار شبکه، و چشم انداز اقتصادی تکنولوژیهای جدید تلویزیون کابلی و ماهواره‌های پخش مستقیم.

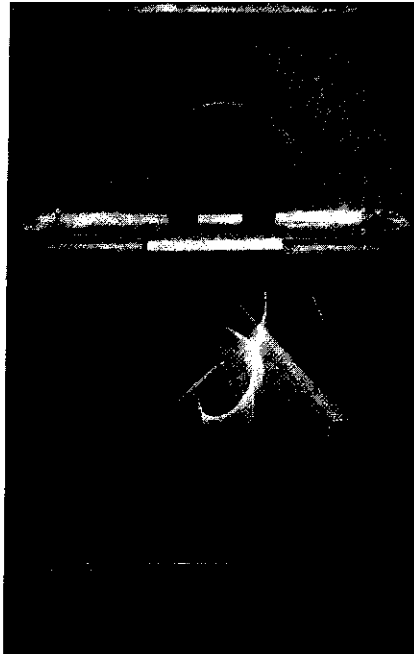
اما معارضه خدمات پخش تلویزیونی جدید با سلطه شبکه‌های تلویزیونی بر بینندگان آمریکایی، یک دهه بعد جدیت یافت. اگر چه در اوایل دهه ۱۹۷۰ چریکهای ویدیویی، شبکه‌ها را به عنوان غولهای تلویزیونی مورد انتقاد قرار دادند، ولی تنها در سال ۱۹۸۲ بود که کانالهای تلویزیون تجارتي طی یک پرسش قانونی- اما مبتنی بر پیش‌گویی- همان اصلاح را به کار گرفتند که: «آیا شبکه‌ها، غولهای تلویزیونی هستند؟» و این سؤالی بود که غالباً در مطبوعات تجاری رادیو تلویزیونی مطرح شده است.<sup>(۶)</sup>

امکان پیش‌بینی انقراض شبکه‌های تجارتي خیلی زود فراهم شد. اگر چه کنترل این شبکه‌ها بر پربیننده‌ترین اوقات برنامه‌های تلویزیونی در دهه ۱۹۷۰ حدود ۱۵ درصد کاهش یافت، ولی آنها هنوز حدود سه چهارم بینندگان آمریکایی را در اختیار داشتند. به علاوه، علت عمده از دست دادن بیننده‌ها، نه وجود تکنولوژیهای جدید، بلکه پیدایش فرستنده‌های مستقلی بود که عمدتاً برنامه‌های قبلی شبکه‌ها را پخش می‌کردند. با همه اینها، تکنولوژیهای جدید پخش، در جراید عامه پسند دهه ۱۹۷۰ به عنوان پیشگویان یک «انقلاب رسانه‌ای»، که تنوعی ایجاد کرده و بینندگان جدیدی را به میدان می‌آورند، مورد تحسین

و تمجید قرار گرفتند. در میان رسانه‌های عامه پسند، تلویزیون کابلی مطلوبیت بیشتری داشت. چرا که نه تنها وعده دایر کردن کانالهای بیشتری را می‌داد، بلکه در نظر داشت شبکه‌های کابلی ویژه‌ای برای سلیقه‌های مختلف به کار اندازد.

اما، بالاتر از همه باید گفت که این ایده توانایی ایجاد ارتباط دو طرفه بود که باعث شد تکنولوژیهای تلویزیونی جدید در دهه ۱۹۷۰ بسیار مورد توجه قرار گیرند. دست اندرکاران تلویزیونهای کابلی، با منعکس کردن زبان همان هنرمندان ویدیویی، موضوع بینندگان سنتی شبکه‌های تلویزیونی را با موضوع پیش‌بینی شده تلویزیونهای کابلی مقایسه کردند: بینندگان این تلویزیونها نه تنها عملاً قادرند برنامه‌های دلخواه خویش را انتخاب کنند، بلکه می‌توانند اطلاعات مورد نیاز خویش را به دست آورند، خریدهای خود را انجام دهند و در رأی‌گیریها شرکت کنند. «ریچارد. دی. کوردوا» می‌گوید: ذهنیت تازه‌ای که تلویزیون کابلی وعده می‌داد، تعالی و یکپارچگی تازه‌ای به تماشاگر تلویزیون می‌بخشد، هرچند که از طریق گنجاندن سوزهای فیلمهای روایتی کلاسیک نیز - به طریقی متفاوت - تعالی و یکپارچگی مشابهی به تماشاگر داده شده است.<sup>(۷)</sup> اینکه این موضوع متعالی باعث شد که دانش مطلق الکترونیک جانشین سکون فیزیکی و کالا سازی کاملتری شود، در سال ۱۹۸۱ در یک کتابچه راهنمای تلویزیونی تعاملی<sup>۱۲</sup> (قادر به ایجاد ارتباط دو طرفه) مطرح شد:

«در عصر آینده که عصر تلویزیونهای تعاملی است، دامنه وسیع حق انتخاب بینندگان تلویزیون در منزل، با حق انتخاب رو به کاهش آنان در بیرون از منزل، در تضاد و تقابل خواهد بود. و هر چه دامنه خدمات ویدیویی گسترده‌تر شود، چشم انداز زندگانی ما محدودتر خواهد گشت.»<sup>(۸)</sup> با توجه به تصورات مربوط به ذهنیت آرمان‌گرایانه‌ای که تلویزیون تعاملی وعده



داده است، عوامل اقتصادی موجود ورای این نوع تلویزیون، تولید کنندگان فیلمهای هالیوود را بر آن داشت تا پول آثار خود را بر مبنای تعداد بینندگان آن دریافت دارند و آگهی دهندگان را نیز قادر ساخت که به کمک نظارت مستمر تلویزیون تعاملی بر فعالیتهای بینندگان، اطلاعات دقیقتری در مورد پراکندگی جمعیت به دست آورند. کم اهمیت بودن ایده‌های گسترده‌تر توانایی ایجاد ارتباط دو طرفه تلویزیونهای کابلی، در سیستم «وارنر- امکس کیوب»<sup>۱۵</sup> که در اواخر دهه ۱۹۷۰ سر و صدای بسیاری به پا کرد، مطرح شده است. این سیستم، گاه بیگاه در مورد مسایل مطرح شده در برنامه‌های خود دست به نظرخواهی می‌زند و با این کار، الگوی «ژان بودریار» را در مورد تلویزیون به عنوان یک وسیله تفهیم و تفاهم عملی می‌سازد.<sup>(۹)</sup>

تشابهات لفظی موجود میان رؤیاهای تکنولوژیکی برخی از چریکهای ویدیویی و پیشتازان صنعت تلویزیون کابلی دهه ۱۹۷۰، ظاهراً آشننگیها و ناآرامیهایی را موجب می‌شود. خوش خیالی سازندگان آثار ویدیویی مستقل در مورد خود مختاری تکنولوژی، و دوری جستن از تاریخ و سیاست، ممکن است آنان را سهواً در زمره پیشگامان صنعت ارتباطی بازسازی نشده‌ای جای دهد که از رهبری یک «انقلاب رسانه‌ای» که در روابط قدرت موجود

تغییری به وجود نخواهد آورد، بیش از اندازه دلشاد باشند.

از کلیه دستگاههای تلویزیونی جایگزین (رقیب) که در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ مد نظر سازندگان آثار ویدیویی مستقل قرار داشت، تنها تلویزیون کابلی همگانی است که بر جای مانده است و به فعالیت خود ادامه می‌دهد. اینکه این تلویزیون توانسته است در درون یک صنعت تلویزیون کابلی بسیار دگرگون شده و خصمانه، همچنان در برابر حملات سیاسی موفقیت آمیز علیه دیگر ارزشهای پخش تلویزیونی مورد نظر مردم، این چنین دوام بیاورد، تا حدودی مرهون شرایط خاص تلویزیون کابلی در آمریکاست. اگرچه این نوع تلویزیون از اواخر دهه ۱۹۴۰ وجود داشته است، ولی موفقیت شبکه‌های کابلی ماهواره‌ای - از قبیل «هوم باکس آفیس»<sup>۱۶</sup> - در اواسط دهه ۱۹۷۰ بود که توجه مردم را به خود جلب کرد و سرمایه‌هنگفتی را به هم زد. از آنجا که گردانندگان تلویزیونهای کابلی نیازمند خودداری از حق استفاده از دستگاههای ارتباطی هستند، دولتهای محلی به صورت تنظیم کنندگان اصلی مقررات و ضوابط این تلویزیونها در آمده‌اند. این دولتها، با بستن قراردادهایی در مورد حق امتیاز محلی، نرخها و شرایط خدمات را، که شرط دستیابی همگان نیز مشمول آن می‌شد، مشخص کردند: کانالهای تلویزیونی غیر تجارتي خدمات خود را نوبتی و بدون تبعیض ارائه می‌دهند، و حق کنترل مطالب آن به تهیه کننده برنامه واگذار می‌شود. نظر به اینکه مؤسسه‌های کوچک تلویزیونی کابلی در اواخر دهه ۱۹۷۰، در مدتی کوتاه به مؤسسه‌هایی غول‌پیکر تبدیل شدند، رقابت برای کسب حق امتیازات در شهرهای بزرگ شدت یافت. با توجه به اینکه ظرفیت کانالها از خدمات برنامه‌ای ارائه شده فزاینده می‌رفت، گردانندگان تلویزیونهای کابلی مسئله امکان برخورداری همگان را از برنامه‌ها مورد توجه قرار دادند و در تنظیم





قرارداد با مسئولان واگذاری حق امتیاز، از آن به عنوان یک وجه المصلاحه استفاده کردند. این مسئولان، خود دستیابی به دیگر شکلهای برنامه‌ریزی تحت کنترل نهادهای آموزشی و دولتی محلی را از لحاظ سیاسی مفید تشخیص می‌دادند.

موفقیت و شکوفایی عظیم صنعت تلویزیون کابلی در اواخر دهه ۱۹۷۰، در میان شرکتهایی که برای دستیابی به بازارهای شهرهای بزرگ تلاش می‌کردند، نبرد شدیدی را بر سر کسب حق امتیاز به راه انداخت. رییس یکی از این شرکتها می‌گوید: «اصل بر به دست آوردن حق امتیاز، به ویژه در شهرهای بزرگ بود. بدین منظور، باید قولهایی از قبیل پرداخت دستمزدهایی مطابق نرخ معمول شهرهای بزرگ، دریافت حق اشتراک اندک، به کارگیری سیستمهای کاملاً پیشرفته، و امکان برقراری ارتباط دو طرفه داده می‌شد. در سالهای بعد که امتیاز مورد نظر گرفته شده و تلویزیون کاملاً به کار افتاده باشد، می‌توان آن را تغییر داد و از این حق امتیاز برای کسب ثروتهای جدید استفاده کرد. روش معمول همین بود.»<sup>(۱۱)</sup>

یکی از نتایج شرایط مالی و سیاسی رشد صنعت تلویزیون کابلی در آمریکا طی پانزده سال گذشته، همانا گشوده شدن یک فضای عمومی منحصر به فرد در درون کلیه رسانه‌های تجارتمی برتر- اعم از مطبوعات و رادیو و تلویزیون- بوده است: ایراد نطق آزاد با هزینه‌های اندک از طریق امکان دست‌یابی همگان به کانالهای کابلی جامعه. نتیجه قراردادهای مربوط به حق امتیاز محلی آن بوده است که مسئولان برنامه‌ریزی، مدیریت تلویزیون کابلی یا آگهی دهندگان، برنامه‌های تلویزیونی غیر اجباری ارائه دهند. علی‌رغم امکاناتی که این قبیل دستیابیها در اختیار فعالان سیاسی قرار می‌دهد، جناح چپ در آمریکا آن طور که باید و شاید در کار تلویزیون همگانی درگیر نشده است و مسئولان و تهیه‌کنندگان برنامه‌های همگانی عمدتاً از سازمانهای غیر سیاسی، تحلیل‌گران رسانه‌ای، و تهیه

کنندگان مستقل مترقی، به دور مانده‌اند. بررسی یکی از آثار تولید شده تلویزیون همگانی مترقی، شاید برخی از موضوعات سیاسی و مورد نظر مردم را در این تلویزیون همگانی روشن کند.

«تلویزیون بپر کاغذی»<sup>۱۷</sup> یک مؤسسه تولید برنامه‌های ویدیویی است که از سال ۱۹۸۱ در مانهاتان بیش از ۲۰۰ برنامه سی دقیقه‌ای، برای استفاده همگان ساخته است. اگرچه هر یک از این برنامه‌ها معمولاً موضوع یک رسانه واحد را مورد بررسی قرار می‌دهد، اما کار عمده تلویزیون بپر کاغذی، ارائه تحلیلهای وسیعی از ساختارها و تولیدات صنایع فرهنگ توده‌ای آمریکاست. بیشتر نمایشها به طور زنده در یک استودیوی متوسط تهیه می‌شوند، و اگرچه هدف این کار عمدتاً بینندگان تلویزیون کابلی محلی است، ولی نوارهایی از آن نمایشها در اختیار مدارس و دیگر نهادهای همگانی نیز قرار می‌گیرد.

هدف تلویزیون بپر کاغذی نه تنها تجزیه و تحلیل صنعت ارتباطات آمریکا، بلکه تهیه الگو و شبکه‌ای برای دیگر نهادهای همگانی مترقی نیز بوده است. حمایت اندک و نامطمئن (به لحاظ سیاسی) از مؤسسه‌های مستقل دست اندرکار تهیه برنامه‌های تلویزیونی همگانی، باعث تبدیل تلویزیون همگانی به صحنه نبرد عظیمی در دهه ۱۹۸۰ شده است. چند تن از گردانندگان سیستمهای چندگانه غول‌پیکر، صنعت تلویزیون کابلی را در انحصار خود در آوردند و در پی مالکیت شرکتهای تولید برنامه‌های خاص تلویزیونهای کابلی برآمدند. این اقدام آنها، باعث شده است که گردانندگان آن دسته از تلویزیونهای کابلی که به طور عمودی در یکدیگر ادغام شده‌اند- با توجه به آینده پر منفعت و خیره‌کننده خدمات برنامه‌ای تلویزیون کابلی تجارتمی-، کینه شدیدی از تلویزیون همگانی به دل بگیرند. قانون مصوبه ۱۹۸۴ ارتباطات و سیاست حق

امتیاز تلویزیون کابلی فدرال، بخش اعظم اختیارات مقامات محلی مسئول امور مربوط به تلویزیونهای کابلی را از ایشان می‌گیرد و به گردانندگان این تلویزیونها امکان می‌دهد تا کانالهای همگانی تحت پیگرد را غصب کنند. دولتهای ریگان و بوش نیز امکانات بی‌نظیری در اختیار صنعت ارتباطات کشور قرار داده‌اند تا استانداردهای ضدتراستی و مورد علاقه مردم را در پخش برنامه‌های تلویزیونی کاهش دهند.<sup>(۱۱)</sup> رییس انجمن رادیو و تلویزیونهای کشور، اندکی بعد از روی کار آمدن ریگان به اعضای خود گفت:

«کشور باز دیگر به این امر پی برده است که کار آمریکا تجارت است و این چیزی است که از پنجاه سال پیش که کالوین کولیدج<sup>۱۸</sup> این تعریف را ارائه داد، چندان مورد توجه نبوده است.»<sup>(۱۲)</sup>

در برابر این پس زمینه تحولات سیاسی و اقتصادی انجام گرفته در صنعت ارتباطات آمریکا، در بیانیه تلویزیون بپر کاغذی، طرح زیر ارائه شده است:

«قدرت فرهنگ توده‌ای بر اعتماد مردم استوار است. این مشروعیت، یک بپر کاغذی (موقتی) است. تحقیق در مورد ساختارهای صنفی رسانه‌ها و تحلیل انتقادی محتوای آنها، از راههایی است که به کمک آن می‌توان صنعت اطلاع‌رسانی را تشریح کرد. ایجاد یک آگاهی انتقادی در مورد صنعت ارتباطات، از گامهایی است که در راه به دست گرفتن کنترل منابع اطلاعاتی ضرورت تام دارد.»<sup>(۱۳)</sup>

برنامه‌های تلویزیون بپر کاغذی معمولاً به بررسی مسایل مربوط به مالکیت (از جمله تمرکز در درون صنایع رسانه‌ای، به هم پیوند دادن هیئت مدیره‌ها، و سابقه مسئولان اجرایی)، ترکیب و استراتژیهای آگهی دهندگان، و آمار جمعیتی خوانندگان و بینندگان رسانه‌ها می‌پردازد. در بسیاری از برنامه‌های اولیه، کار مطبوعات و دیگر انتشارات سطح بالا مورد بررسی قرار

گرفت، و در برخی مواقع، واقعیت‌های اقتصادی موجود ورای یک نشریه، ظاهراً باعث شد مسئولان دیدگاه‌های خود را در باب نقش ساختارهای اقتصادی در تعیین مفهوم موضوعات رسانه‌ها بیان دارند. جدای از بافت‌های نهادی و ایدئولوژیکی، باید خطر این اقتصادگرایی را با توجه به تعصبات جریان‌های مسلط مطالعات رسانه‌ها در آمریکا و پافشاری برخی از اسطوره‌های مشهور دربارهٔ رسانه‌ها، از جمله شخصیت قهرمانانهٔ روزنامه‌نگار جهادگر تنها و هنرمند مستقل دارای ذهن خلاق، درک کرد؛ یعنی اعتقاد به عینیت ژورنالیستی و «توازن» ایدئولوژیک، و یک خصومت کلی با تحلیلهای اقتصادی. با توجه به این بافت، پافشاری صرف در مورد ارتباط جبر‌های اقتصادی، سیاسی، و ایدئولوژیک موضوعات رسانه‌ها، نخستین قدم در راه معارضة با فرضیه‌های متعارف موجود دربارهٔ رسانه‌ها به حساب می‌آید.

ببر کاغذی دامنهٔ فعالیت‌های خود را از مطبوعات فراتر برد تا موضوعات و مسایل کلی را در رسانه‌های مختلف مطرح سازد و شکل رسانهٔ جمع‌گرایانه‌تری چون هفته نامهٔ نشنال اینکویرر<sup>۱۹</sup>، رمانهای تخیلی و سریال‌های خانوادگی تلویزیونی به خود بگیرد. علاوه بر آن، ببر کاغذی گه‌گاه گاهنامه‌های جایگزینی چون *خبرنامهٔ فعالیت‌های پنهان*<sup>۲۰</sup>، تهیه‌کنندگان مستقل فیلم‌های مستند، سینمای سیاه در آمریکا، و تئاتر مردمی نیکاراگوئه را مورد تحسین و تمجید قرار داده است.

چهرهٔ سیاسی تلویزیون ببر کاغذی، به گونه‌ای تهییج‌کننده و احساسات‌برانگیز است: نام این گروه یادآور موضع چریکی مائو در برابر سلطهٔ ابرقدرت است، و مفاد بیانیهٔ ببر کاغذی دایر بر اهمیت اقامهٔ مجدد ایدئولوژی، با ایده‌های «گرامسکی»<sup>۲۱</sup> و «آلتوسر»<sup>۲۲</sup>، آنارشیزم و مارکسیسم اقتصادی تطابق و سازگاری دارد. تهییج

19. The National Inquirer 20. Covert Action News letter

21. Gramsci

22. Althusser

کنندگی ببر کاغذی همچنین به ساختار جمع‌گرای نامنسجم و روند کاری آن بستگی دارد؛ این گروه ایده‌های مربوط به برنامه‌ها را از ماه‌های قبل مشخص می‌کند، اما به طور کلی هماهنگ‌کنندهٔ برنامه، یکی دو تن از اعضایی هستند که با مجری برنامه در مورد تحقیق و تدارک امور مربوط به خارج از استودیو، تهیهٔ وسایل لازم برای صحنه و طراحی دکور همکاری می‌کنند. شبی که قرار است این برنامه به طور زنده اجرا شود، اعضای مربوطه حدود نیم یا یک ساعت قبل از زمان پخش آن به استودیو می‌آیند، کارها را مشخص و مرتب می‌کنند، صحنه را مهیا و نوارها را آماده می‌سازند و محل استقرار دوربینها را برای برخی نماها تعیین می‌کنند.

اگرچه موضوع، مایه و خط سیاسی، بسته به نوع هر برنامه و مجری آن تفاوت می‌کند، ولی تلویزیون ببر کاغذی سبک تصویری و موضع‌گیری خاص خود را دارد. این سبک کار و موضع‌گیری، از ملاحظات مصلحت‌اندیشانه و محدودیت‌های موجود در امر تولید، و همچنین بعضی تجربه‌های مربوط به ویدیوی جایگزین در بیست سال گذشته ناشی می‌شود. سبک تصویری غیر عادی این برنامه‌ها تا حدودی بدان جهت در پیش گرفته می‌شود که عدم پذیرش هزینهٔ استاندارد استفاده از تلویزیون تجارتي و نیز اکثر برنامه‌های آموزشی و همگانی را نشان دهد. ببر کاغذی به جای تهیهٔ برنامه‌های تقلیدی و کم هزینهٔ نمایشی و یا خبری، سبک تلویزیونی خاصی به کار می‌گیرد که کسماً نامتعارف است. ببر کاغذی استانداردهای تلویزیونی سنتی را در مورد انتخاب بازیگران، طرز رفتار، زبان، و مناظرات سیاسی زیر پا می‌گذارد.

ضد واقع بینانه بودن سکانسهای نمایشی و دست‌کاری و کنار هم گذاشتن متون و صداهای پراکنده، در نهایت یک تلویزیون آموزشی ایجاد می‌کند که هم سرگرم‌کننده باشد و هم دارای خصوصیات آثار پرتولت برشت. برخی از عوامل تعیین

کنندهٔ سبک ببر کاغذی، عوامل عینی هستند: وابستگی به کار رایگان و بودجه‌های اندک، مانع انجام تمرین‌های اساسی و تدوین و بازنگری می‌شود و نمایشی بودن تولید زنده را آشکار می‌کند. وضعیت قانونی تلویزیون همگانی، امکان استفادهٔ نامحدود از برنامه‌هایی را که حق امتیازش از آن ببر کاغذی است، فراهم می‌آورد. این برنامه‌ها، گزارش‌های صنفی رنگ و رو رفته، و سریال‌های کم‌بینندهٔ مجدداً تدوین شده را در بر می‌گیرد و در *خانوادهٔ جون داز*<sup>۲۳</sup> یک مجری با ایجاد جلوه‌های الکترونیکی، به فضایی از صحنه‌های سریال‌های مخصوص ساعات پربیننده وارد می‌شود. اگرچه آغاز و انتهای برنامه‌ها معمولاً با عناوین دست‌نوشته مشخص می‌شود، ولی در بسیاری از برنامه‌ها از جلوه‌های ویژه، به خصوص جلوه‌های الکترونیکی استفاده شده است. با این همه، استفادهٔ ماهرانه‌ای که گه‌گاه در برنامه‌ها از جلوه‌های ویژه می‌شود، همچنان در حالت تطابق با سبک‌های برنامه باقی می‌ماند. ایجاد جلوه‌ها و کارگردانی، به طور زنده و معمولاً به روشهایی انجام می‌شود که هم جلب توجه می‌کنند و هم ماهیت ساختار خود را نشان می‌دهند. سبک ببر کاغذی در مورد برنامه‌های سرگرم‌کننده تأثیری سطحی بر جای می‌گذارد. اغلب برنامه‌های زنده، نماهای گسترده‌ای از خدمهٔ استودیو را در بردارد، و در جهت بسی‌نقص بودن تلویزیون سنتی، تلاش چندانی صورت نمی‌گیرد. برنامه‌ها معمولاً با ارائهٔ خلاصه‌ای از هزینه‌های آن - که به طور کلی از ۳۰۰ دلار تجاوز نمی‌کند - پایان می‌پذیرد.

رشد و پیشرفت منطقی آثار ببر کاغذی، پروژهٔ پایداری بود که در سال ۱۹۸۶ با عنوان تلویزیون «دپ دیش تی‌وی»<sup>۲۴</sup> آغاز شد. این پروژه، برنامه‌های همگانی را از سراسر آمریکا گرد آوری کرد و در ده برنامه

23. Joan Does Dynasty

24. Deep Dish TV

۶۰ دقیقه‌ای راجع به مسایل کار، مسکن، زنان، نژاد پرستی، سیاست ایالات متحده در آمریکای مرکزی، خلع سلاح، فیلمهای کودکان و فرهنگ مردم جای داد. این سریال، بیش از ۱۵۰ فیلم را که تهیه کنندگانی از سی کشور جهان ساخته بودند، در فهرست مورد نظر خود جای داده بود و در نظر داشت با پیوند دادن برنامه‌های تلویزیون همگانی محلی با گروههای سیاسی کم اهمیتی که گِرد موضوعات این برنامه‌ها سازمان یافته بودند، و نیز با دیگر فیلمسازان ویدیویی مستقل، به انزوای آن برنامه‌های همگانی محلی پایان بخشد. هدف دیگر این سریال، عبارت بود از ارائه سبکهای جایگزین برای قالب استاندارد نمایشهای همگانی به تهیه کنندگان برنامه‌های همگانی، و نشان دادن قابلیت زیست تلویزیون همگانی (مجهز به پخش ماهواره‌ای) به تهیه کنندگان مستقل فیلمهای ویدیویی، به عنوان وسیله‌ای برای نمایش آثارشان. اگرچه بخشی از موفقیت این سریال، نشان دادن این امر بود که ویدیوی دارای اندازه کوچک را - از جمله نوارهای نیم اینچی نسل سوم - می‌توان به طور موفقیت آمیزی از طریق ماهواره پخش کرد، اما طرح تلویزیون «دیپ دیش» با اتصالات تک رویدادی برخی هنرمندان ویدیویی از قبیل صبح به خیر آقای اورول<sup>۲۵</sup> که آن را در سال ۱۹۸۴ جون پاییک تهیه کرد، کاملاً تفاوت دارد. در مقابل پخش ماهواره‌ای منحصر به فرد «پاییک»، تلویزیون «دیپ دیش» از ایده سریالهای مرتب‌نامه‌ریزی شده برای کارها و صداهای جدید تلویزیون سنتی حمایت کرد تا کارهای جاری را تشویق کند.

رشته خوش بینی مربوط به امکانات مترقیانه ابزار رسانه‌های همگانی، از برتولت برشت و والتر بنیامین<sup>۲۶</sup> گرفته تا هانس مگنوس انز سنبرگر<sup>۲۷</sup> بسیاری از فیلمسازان

25. Good Morning Mr. Orwell  
26. Walter Benjamin  
27. Hans Magnus Enzensberger

ویدیوی مستقل آمریکا را از دهه ۱۹۶۰ به بعد، آگاه ساخته است.

اگرچه بسیاری از هنرمندان ویدیویی اغلب به گونه‌ای اجمالی به مقاله کوتاه «برشت» با نام رادیو به عنوان یک دستگاه ارتباطی (مکتوب به سال ۱۹۳۲) و مقاله‌ای از بنیامین به نام کار هنری در عصر تکثیر مکانیکی اشاره می‌کنند، ولی درسی که از آن گرفته شده بیش از هر چیز، نادرست بودن عدم توازن در رسانه‌های الکترونیک یعنی کم بودن فرستنده‌ها و بسیار بودن گیرنده‌ها بود. اگرچه بسیاری از هنرمندان ویدیویی و چریکهای ویدیویی خواستار دگرگونی این الگو شدند، ولی از قرار معلوم ادعاهای آنان غالباً بیش از آنکه برگسترش چیزی مبتنی باشد که نظریه پردازان رسانه در گذشته به عنوان تنش بین تشکّل اجتماعی و ارتباطات تشخیص دادند، بر جهشی از اعتقاد تکنولوژیکی استوار بود. تلویزیون بیر کاغذی به نوعی تلویزیون وابسته است که هم نامتمرکز است و هم شخصی. اما این تلویزیون با جبرهای سیاسی و تاریخی این رسانه برتر در جامعه آمریکا نیز دقیقاً مرتبط است.

از طریق تعهد به تولید گروهی و ریشه‌ای فیلمهای ویدیویی دارای قطع کوچک و تعهد به تلویزیون همگانی، که از طریق تلویزیون بیر کاغذی در دهه ۱۹۸۰ همچنان هماهنگ با چریکهای ویدیویی دهه ۱۹۶۰ باقی مانده است، تجربه‌ها و مضامرات گروهی مربوط به ویدیوی مستقل آمریکا در بیست سال گذشته همچنان می‌تواند روشنگر و الهام بخش باشد.

توضیح:

\* این مقاله، ترجمه‌ای است از:

William Boddy, *Alternative Television in The united states*, Screen 31, 1 Spring 1990.

البته گفتنی است که اصل مقاله، ابتدا در نشریه

Communications (شماره ۴۸) به چاپ رسیده است.

### ● پانوشتها

1- Michael Shamberg & Raindance Corporation, *Guerrilla Television*, New York: Holt, Reinhart and Winston, 1971, PP. 10-20.

Delirdre Boyle, *Guerrilla Television*, in *Transmission*, Ed. by Peter D Agostino, New York: Tanam Press, 1985, PP. 203-13.

2- Shamberg, np.

3- Ibid, P.52.

4- Ibid, P.32

5- Ibid, P.30

6- Les Brown, *Are The Networks Dinosaurs?*, *Channels*, June-July, 1982, PP.26-29, 57.

7- Richard Decordova, *Cable Technology and The Utopian Subject*, on Film, no.12, Spring 1984, PP.23-27

8- John Witek, *Response Television: Combat Television of the 1980s*, Chicago: Grain Press, 1981, P.V.

9- Jean Baudrillard, *Requiem for the Media*, in *Video Culture: A Critical Investigation*, Rochester: Visual Studies Workshop Press, 1986, P.129.

10- Burt I.Harris, *President of Harris cable Corporation*, in 1975, quoted in Edward V. Dolan, *TV or CATV: A Struggle for Power*, Port Washington, NY: National University Publications/Associated Faculty Press, Inc., 1984, P. 84.

۱۱- برای بحث در مورد تأثیر حکومت ریگان بر صنعت تلویزیون و فیلم آمریکا نگاه کنید به:

Douglas Gomery, *The Reagan Record, Screen*, Vol.30, Nos. 1/2, Winter/ Spring 1989, PP. 92-99.

12- Vincent T. Wasilewsky, *Speech at The National Association of Broad Casters Convention*, April 12, 1981.

13- *Paper Tiger Television, Catalog*, New York: PaPer Tiger Television, 339 Lafayette Street, New York Ny 10012, 1987, back Cover.