

# تلویزیون\*

هوراس نیوکام  
جواد علافچی

## نظری کلی

تلویزیون، در مقام موضوعی شایسته بررسی، مفهومی حیرت‌آور است که نیازمند توجه به علوم، علوم اجتماعی و علوم انسانی است، و در عین حال از هر یک از این علوم می‌طلبد راه‌هایی عرضه کنند تا دیگران نیز بتوانند تصورات اساسی و اصولی را تغییر دهند و یا به معارضه بخواهند. مفهوم تلویزیون را تاکنون در عام‌ترین و خودمانی‌ترین صورت آن دیده‌ایم، اما همین پدیده نیز آمیزه‌ای است از مقولات پیچیده فناوری، اقتصاد، نظارت، زیبایی‌شناسی، روان‌شناسی و فرهنگ. تلویزیون از بسیاری جهات، پدیده‌ای است جهانی که در بسیاری موارد، بومی‌ترین نمونه «صنعت فرهنگی» بوده و خواهد بود؛ تلویزیون بسیار نیرومندتر و صریح‌تر از سینماست، از آن رو که تلویزیون مردم را بهتر مخاطب خود می‌سازد، تمایزات زبانی را بیشتر حفظ می‌کند، و هویت‌های منطقه‌ای و بومی را بهتر و بیشتر حفظ و اشاعه می‌کند.

اما به‌رغم این‌گونه روابط و پیوندهای چندگانه، هنوز پدیده تلویزیون را از زوایای منفرد می‌نگرند، و همین نظرگاه‌ها و روش‌های تحلیل و یا استدلال‌ات مربوطه غالباً نشان‌دهنده علائق عمیقی هستند که همگی رو به سوی اهدافی خاص دارند. بنابراین، در نظر روان‌شناسان کودک که به تأمین رفاه کودکان می‌پردازند، هرگونه پژوهشی در باب تلویزیون لزوماً باید گردآورنده اطلاعات خاصی باشد، به نحوی که در حوزه سیاست‌گذاری عمومی و یا دست‌کم در انبوه کتاب‌های آکادمیک که در بحث‌های عمومی ذکر می‌شوند، زبان‌گویای [کودکان] باشد. اما از دید اقتصاددانان سیاسی که به جریانات بین‌المللی رسانه‌ای توجه خاص دارند، برنامه‌سازی برای کودکان چه بسا کالایی کم‌بیش کم‌هزینه باشد که در بهترین حالت از منظر نظریه اقتصادی «کالاهای عمومی» آن



را نگاه و درک می‌کنند. از این‌روست که این برنامه‌ها را باید شاهدهی دانست که چرا برخی ملل یا علل تولید تأثیر ویژه‌ای بر بازارهای جهانی می‌گذارند. و سرانجام، منتقدانی که به تاریخچه ادبیات داستانی علاقه‌مندند، ممکن است آن برنامه‌ها را در حکم نسخه‌هایی از فرهنگ گویا «قرائت/ناویل» کنند - آثاری که مبتنی‌اند بر اشکال آشنای روایت‌پردازی یا داستان‌هایی که می‌توان آنها را در سنت دیرینه «نمایش» قرار داد.

اما درست در همین زمان، پرسش‌های بسیار جالب توجهی سر برمی‌آورد. مثلاً هنگامی که منتقد مثال ما به روان‌شناس اجتماعی پیشنهاد می‌کند که بدون در دست داشتن مفهوم پیچیده‌ای از نظریه روایت غیر ممکن است بتوان پاسخ‌های کودکان را بررسی کرد؛ یا برای نمونه، وقتی اقتصاددان سیاسی استدلال می‌کند که تعداد نسبتاً محدود اشکال داستانی نتیجه آن است که در تمامی بافت‌های فرهنگی و اجتماعی، افراد علاقه شدیدی به کنترل کردن «داستان‌گویی» دارند. و اما آنچه از این تعاملات برمی‌آید این است که تلویزیون را، در بهترین حالت، نمی‌توان یک شیء اقتصادی، فناورانه، اجتماعی، روانی و یا فرهنگی دانست، بلکه باید آن را پایگاهی در نظر گرفت که پرسش‌ها و رویکردهای گوناگون در آنجا به هم می‌رسند و بر یکدیگر اثر می‌گذارند. بنابراین، تلویزیون را می‌توان «تلویزیون» دانست، که قدری «نشاندار» [و مؤکد] است تا پیوسته به خاطرمان آورد که هیچ تعریف واحد یا مجموعه‌ای از اصطلاحات نمی‌تواند قدرت و معنای این پدیده بسیار فراگیر را دربرگیرد یا محدود سازد. در واقع، از آنجا که تلویزیون می‌خواهد رویکردهای ساده را پیچیده کند، باید آن را پایگاهی به شمار آورد که نظریه‌ها و روش‌های گوناگون همواره مجبورند در آنجا نقائص و کمبودها را بشناسند، و اگر چه با دیگر نظریه‌ها و روش‌ها به اتحاد نمی‌رسند، دست کم بکوشند با آنها گفت‌وگو کنند.

به علاوه، آنچه مشکلات ناشی از پیچیدگی تلویزیون را بسیار بغرنج‌تر می‌کند همانا تنوع و تفاوتی است که در زمینه‌های ملی به چشم می‌خورد. هر بخشی در باب رویکردهای انتقادی به تلویزیون باید قائل به این‌گونه تفاوت‌ها باشد، حتی اگر تأثیر بین‌المللی تلویزیون را نیز به رسمیت بشناسد. برای نمونه، تجزیه و تحلیل ژانر جنایی در تلویزیون انگلستان باید با سنت ادبی و سینمایی این کشور پیوند یابد، اما از سوی دیگر نیز باید به مسئله چگونگی تأثیرگذاری برنامه‌های صادراتی آمریکا - که از بطن سنت‌های خود سر برمی‌آورند - بر بهبود برنامه‌های انگلستان، و روش‌های این تأثیرگذاری پردازد. برای آنکه هرگونه مقایسه‌ای از این دست کاملاً کاربردی شود، باید گفت که این تحلیل باید به مشکلات متداخلی نیز که بر سر راه مطالعات تلویزیون وجود دارد پردازد. پیشتر طرحی کلی از این قبیل مشکلات عرضه کردیم؛ تحلیل مزبور همچنین باید این مشکلات را بر حسب واقعیات اساسی دو نظام تلویزیونی بسیار متفاوت بررسی کند:

● نظام خدمات عمومی بر تلویزیون انگلستان حاکم است و در مقابل، نظام تلویزیونی آمریکا تحت حمایت تبلیغات چپی‌ها و معطوف به تجارت است؛

● در نتیجه این تمایز اساسی، تولیدکنندگان انگلیسی در تقابل با نظام عملاً بی‌نظم و نظارت آمریکا، بسیار منظم‌تر و تحت نظارت بیشتری برنامه‌سازی می‌کنند؛

● در نتیجه این تفاوت‌های انضباطی و نظارتی، می‌توان توضیحی برای تمایزات نوعی این دو نظام [تلویزیونی] از لحاظ نمایش خشونت، قدرت و اقتدار یافت؛

● و سرانجام، به رسمیت شناختن این تفاوت‌ها و تمایزات نسبت مستقیم دارد با گرایش به نظارت و انضباط



بخشیدن به رفتارهای اجتماعی جامعه انگلستان و آمریکا - گرایش هایی که غالباً در قالب داستان های جنایی و از طریق بسیاری از رسانه ها مورد توجه و تحلیل واقع می شود.

مثال بحث مان را می توانستیم با مقایسه بافت های فرهنگی و اجتماعی که تفاوت شان با هم حتی از انگلستان و آمریکا نیز بیشتر باشد، به راحتی چند وجهی و کاملاً پیچیده کنیم. اما، حتی در بافت یک وجهی ملی - فرهنگی نیز شناختن این قبیل مسائل و پرسش های متداخل قطعاً به پیدایش آثاری کمک می کند که ریشه در رویکردهای انتقادی، نظری و تاریخی دارند و آنها را دقیقاً می توان در زیر عنوان «مطالعات تلویزیون» تعریف کرد. پیشرفت این رویکردهای پیچیده در دوره ای کم و بیش کوتاه صورت گرفت و از دل طرح هایی محدود و آزمایشی که در عین حال، چه بسا برای شناختن این رسانه لازم و بنیادی بودند، پدید آمد.

اما رشد «مطالعات تلویزیون» در خلأ اتفاق نیفتاد؛ بلکه کاملاً به عکس، این رویکردها باید راه خویش را از میان گفتمان جمعی آن زمان باز می کرد، یا در جنب آن گفتمان حرکت می کرد؛ و تفکری که این گفتمان را به پیش می برد این بود که «تلویزیون مشکلی اجتماعی است».

در پی جنگ جهانی دوم، زیربناهای متزلزل پنخس خبر در سراسر اروپا به تدریج با شتاب های مختلف بازسازی شد. بیشتر بازسازی ها مطابق با مسائل اقتصادی و پیشرفت های مادی صورت گرفت. از آن هنگام تاکنون، رشد تلویزیون در میان ملت های پسااستعماری و غیرمنعهد در حال توسعه همواره بخشی از پیشرفت اقتصادی و فناوری آنها به شمار می رفته است. اما پس از جنگ جهانی، در آمریکا گسترش وسیع تلویزیون در سطوح ملی و محلی به یکباره رو به انفجار گذاشت و این روند چنان سریع بود که «هیأت ارتباطات فدرال» در سال ۱۹۴۸، ناگهان افزایش تعداد برنامه های جدید تلویزیونی را «مسدود» کرد. این طرح مسدودسازی که در آغاز فقط برای دوره ای کوتاه برنامه ریزی شد، تا سال ۱۹۵۲ برقرار بود و در این دوره منافع رقبا بر سر دست گرفتن مهار بخش های مختلف رسانه به کشمکش انجامید. هنگامی که طرح را برداشتند، «تلویزیون» در ایالات متحده به شکلی درآمد که تا میانه سال های ۱۹۸۰ نیز همچنان به همان سان باقی ماند، و در این زمان بود که ظهور فناوری های جدید و نیز فناوری های قدیمی که اکنون سازمان دهی جدیدی یافته بودند، پایان «عصر شبکه»<sup>۱</sup> را اعلام کرد.

از اواخر دهه چهل تا اواسط دهه هفتاد، تقریباً هرگونه توجه جدی به پدیده تلویزیون باید از صافی یک مدل آمریکایی علوم اجتماعی می گذشت. هدف از طراحی این مدل بررسی و تعیین «تأثیرات» رسانه بود. به ویژه، به مسئله تأثیر تلویزیون بر کودکان و فرایندهای سیاسی و همچنین بر مشکلات عمومی مربوط به نمایش خشونت در تلویزیون توجه جدی می شد. بخش اعظم این گونه بررسی ها در یک سری تحقیقات فشرده که از اواسط تا اواخر دهه هفتاد منتشر می شد، ذکر شده یا مورد ارجاع قرار گرفته است (برای نمونه رک: جورج کامستاک<sup>۲</sup> و مریلین فیشر<sup>۳</sup>، تلویزیون و رفتار انسانی: راهنمای ادبیات علمی pertinent<sup>۴</sup> سانتامونیکا، کالیفرنیا، ۱۹۷۵). این گونه بررسی ها که غالباً سرمایه عمده آنها از منابع دولتی تأمین می شد و در چارچوب این مدل معرفتی عام انجام می گرفت ابزاری بود برای برقرار ساختن گونه های خاصی از علوم اجتماعی آمریکایی که وقتی در تأسیس تعداد روزافزونی از گروه های مطالعات ارتباطات به کار بسته شد، چندین نسل دانشگاهی را تربیت کرد، سرفصل هایی پدید آورد و خلاصه تمام مجلات دانشگاهی پر شد از همین مطالب.



رویکردهای انسان‌مدارانه به تلویزیون ماهیتاً گذرا بودند و اغلب در مجلات مخاطبان عام، از قبیل ریشن<sup>۵</sup> یا ستردی ریویو<sup>۶</sup> ظاهر می‌شدند. در مجله‌های آکادمیک خبری از مقالات تحلیلی - انتقادی که مشخصاً به موضوع تحلیل متون، ارزیابی زیبایی‌شناسانه، و یا مطالعات تعبیری پردازند، نبود؛ حتی در Rnue‌هایی که به بررسی فیلم‌ها می‌پرداختند و شمارشان رو به افزایش بود نیز نشانی از این‌گونه مطالب نبود. بررسی فیلم در این دوره - عمدتاً بدین علت که «فیلم هنری» به جای «فیلم‌های هالیوودی» بر سینمای اروپا و دیگر سینماهای ملی تمرکز و تأکید می‌کرد - کم‌کم برای خود جایی در محافل آکادمیک پیدا کرد. اصطلاح «فیلم‌های هالیوودی» که با خود معانی ضمنی «تجاری»، «سطحی»، «محبوب» یا «توده» داشت، مترادف بود با «نازل» یا «بی‌ارزش»؛ و از این رو این اشکال بیانی اجازه بررسی «جوی» را نمی‌یافتند. در ابتدای پیدایش تلویزیون در ایالات متحده آمریکا، روزنامه‌نگاران پخش زنده تک‌نمایش‌های اصیل را به دیده هنری و جدید می‌نگریستند و با بذل توجه جدی آن را گرامی می‌داشتند. وقتی شکل‌گیری‌های اقتصادی رسانه تلویزیون تولید برنامه را به سمت هالیوود و سریال‌های نمایشی سوق داد، این دوره اولیه بلافاصله نام «عصر طلایی»<sup>۷</sup> تلویزیون آمریکا را به خود گرفت و همه جا با احترام و هیبت از آن بحث کردند. در برخی محافل هنوز هم این دیدگاه غالب است.

در میانه دهه هفتاد، برخی تأثیرات منجر به پیدایش رویکردهای نوینی به تلویزیون شد. در ایالات متحده آمریکا، بررسی فرهنگ عامه از دل گروه‌های زبان انگلیسی، تاریخ و جامعه‌شناسی برآمد. محققان به ژانرهای ادبی و سینمایی عامه، از قبیل وسترن، جنایی، و علمی - تخیلی علاقه خاصی نشان داده‌اند و به «مؤلفینی» که این آثار را خلق می‌کردند نیز توجه ویژه‌ای کرده‌اند. علاقه به چنین تلاش‌هایی - هر چند در خود نشریات عامه به سخره گرفته می‌شد و در محافل آکادمیک نیز سرسختانه با آن می‌جنگیدند - همچنان رو به گسترش نهاد. محققان لذات و پیچیدگی‌های موسیقی پاپ (تأثیر بیتل‌ها) و برخی اشکال نمایشی بصری (هنر عامه) را بازشناختند و دریافتند که فاصله بین «فرهنگ عامه»<sup>۸</sup> و «فرهنگ عالی»<sup>۹</sup> ممکن است تیره و مبهم باشد، هر چند در مجلات تحقیقی بحث‌های دائمی و کینه‌توزانه‌ای بر سر این‌گونه آثار درگیرد و با تمامی این اوصاف، تلویزیون همچنان در میان اشکال [نمایشی] پست کمتر از همه یا بیش از همه تحقیر می‌شد.

اما دیدگاه‌ها و تأثیرات دیگری نیز در کار بودند. یکی از تأثیرات عمده افزایش توجه به تلویزیون از جانب روزنامه‌نگاران جدی بود که در اشکال بیانی این رسانه ریشه‌های فرهنگی عمیقی می‌دیدند. گیلبرت سیلدس<sup>۱۰</sup> در هنرهای عامه<sup>۱۱</sup> (۱۹۵۶) به جدیت به مسئله تلویزیون پرداخت، و در ۱۹۶۲ رابرت لوئیس شایون<sup>۱۲</sup> نویسنده ستردی ریویو، هنر هشتم<sup>۱۳</sup> را معرفی کرد و مجموعه‌ای از مقالات که عمدتاً به قلم روزنامه‌نگاران بودند فراهم آورد. از آن مهم‌تر این بود که شایون دوباره در ۱۹۷۱ کتابی برای مخاطبانی وسیع‌تر نوشت با نام در معرض انتقاد<sup>۱۴</sup>. و تعدادی از ستون‌های روزنامه را که نوشته بود از نو چاپ کرد و پیرامون آنها به سبک فراانتقادی بحث کرد. کتاب او بررسی فرایند انتقادی بود و موضوع آن - تلویزیون - تحلیل‌های کتاب را دوچندان قابل توجه می‌ساخت. نهادهای فرهنگی دیگر نیز در این زمان سرگرم «کشف» معنای آرایش‌های تودرتویی بودند که بر گرد این رسانه جدید شکل می‌گرفتند. در همان آغاز، یعنی ۱۹۶۶، کتاب پاتریک هزرد<sup>۱۵</sup> با نام تلویزیون به مثابه هنر: مقالانی درباره نقد<sup>۱۶</sup> توصیه می‌کرد که پژوهش‌های آکادمیک وجودی به بررسی این رسانه پردازند. این مجموعه مقالات پس از آنکه به چاپ رسید و توجه شورای ملی معلمان زبان انگلیسی را برانگیخت، بسیار مورد



بی‌مهری واقع شد. در میانه دهه هفتاد، مؤسسه علوم انسانی اسپن<sup>۱۷</sup> نشست‌هایی را سرپرستی کرد و در نتیجه گزیده‌ای از مقالات در دو جلد مهم، به‌اهتمام و ویرایش ریچارد آدلر<sup>۱۸</sup> و داگلاس کاتر<sup>۱۹</sup> فراهم آورد: تلویزیون، نیروی اجتماعی<sup>۲۰</sup> (۱۹۷۵) و تلویزیون، نیروی فرهنگی<sup>۲۱</sup> (۱۹۷۶). این گزیده مقالات نمونه‌هایی از نقد و تحلیل تلویزیون را، بنابر اقتضا، عرضه می‌کرد که با بهترین آثار در زمینه بررسی فیلم و ادبیات شباهت داشت. در این مجموعه همچنین مقالاتی بود که بررسی می‌کرد چرا تلویزیون به بحث‌های جدی فرهنگی پرداخته است.

هوراس نیوکام<sup>۲۲</sup> در ۱۹۷۴ رساله‌ای نوشت با نام تلویزیون: محبوب‌ترین هنر<sup>۲۳</sup>، و انواع محبوب‌ترین برنامه‌های تلویزیونی آمریکا را یک‌یک و براساس ژانرشان بررسی کرد. این اثر نخستین بررسی مفصل این موضوع بود و از منظری انجام می‌شد که به جای آنکه ریشه در علوم اجتماعی داشته باشد، مستقیماً از علوم انسانی نشأت می‌گرفت. در ۱۹۷۶، نیوکام برگزیده‌ای از نوشته‌های آکادمیک و روزنامه‌ای در موضوع نقد تلویزیون گردآوری کرد و آن را تلویزیون: دیدگاهی انتقادی<sup>۲۴</sup> نام نهاد. این کتاب در همه جا برای دروسی که موضوعشان بررسی تلویزیون بود حکم متن درسی پیدا کرد. (چهار چاپ متوالی از این کتاب درآمد که در هر یک مقالات جدید آورده شده بود و همگی گسترش مطالعات تلویزیون را پی می‌گرفتند). از اواسط دهه هفتاد تا حال حاضر، این رشته به سرعت رشد یافته و تأثیر نظریات انتقادی انگلستان و اروپا هسته این تحول را فراهم آورده‌اند.

رویکردهای اولیه آمریکائیان به تلویزیون عمدتاً در صدد تعریف ویژگی‌های صوری این رسانه، پیوند اشکال تلویزیونی با میراث تأثیرات عمومی ادبیات و سینما، و تحلیل تفسیری روابط موجود بین اشکال تلویزیونی و فرهنگ آمریکایی بود. گرچه رویکرد انگلیسی‌ها و اروپایی‌ها - به‌طور اعم - به فرهنگ توده و - به‌طور اخص - به تلویزیون به گونه‌ای بود که به موضوعات مشابه توجه نشان می‌دادند، از همان مراحل آغازین، مسائل سیاسی، ایدئولوژیک، و هرگونه شکلی از قدرت اجتماعی به رویکرد آنان آگاهی می‌بخشید. بدیهی است بخش اعظم پژوهش‌هایی که درباره اشکال گوناگون فرهنگ عامه صورت گرفته، تحت تأثیر تحقیق ریچارد ویلیامز<sup>۲۵</sup> است. ویلیامز مدت‌ها مفسر تلویزیونی شنوندگان<sup>۲۶</sup> بود، اما کتابش به نام تلویزیون: فناوری و صورت فرهنگی<sup>۲۷</sup> (۱۹۷۵) با وضوح تمام، بررسی رسانه تلویزیون را با سازنده‌های فناوری و اقتصاد مرتبط می‌دانست.

در همین دوره در «مرکز مطالعات فرهنگی معاصر»<sup>۲۸</sup> در دانشگاه بیرمنگام انگلستان، تحقیقات معتبری درباره تلویزیون و دیگر سازنده‌های فرهنگی عامه در حال انجام بود. «مقالات اساسی درباره مطالعات فرهنگی»<sup>۲۹</sup> که به صورت پُلی‌کپی به چاپ می‌رسید، به معرفی پژوهش‌ها و طرح‌های جاری می‌پرداخت و در محافل دانشگاهی مختلف دست به دست می‌چرخید و تأثیر عظیمی بر جا می‌گذاشت. یکی از این مقالات، «رمزگذاری / رمزگشایی»<sup>۳۰</sup> به قلم استوارت هال<sup>۳۱</sup> بود که در ۱۹۸۰ با نام «رمزگذاری / رمزگشایی در گفتمان تلویزیونی»<sup>۳۲</sup> به چاپ رسید و از اعتبار فراوانی برخوردار بود، بدین سبب که روابط بین سازنده‌های ایدئولوژیک، ساختارهای صنعتی، رفتارهای بافتی و پاسخ‌های مخاطبان را به روشنی برمی‌شمرد. از برخی جهات، مقاله هال تجسمی بود از مطالعات شکل یافته‌تر بعدی که در جست‌وجوی این عناصر بنیادین تلویزیون بودند.

کتاب دیگری که به همان میزان از اهمیت برخوردار بود، خوانش تلویزیون<sup>۳۳</sup>، اثر جان فیسک<sup>۳۴</sup> و جان



هارتلی<sup>۳۵</sup> (۱۹۷۸) است. این اثر به خوبی نشان می‌داد که چگونه تلویزیون به رویکردی نیازمند است تا از شکل‌گرایی تنگ و بسته و از رویکردهای منبع‌آز روش‌های اجتماعی و علمی و یا از تفاسیر ذهنی فراتر برود. در اینجا نیز سازنده‌های ایدئولوژیک مسئله اصلی بودند، اما پرسش‌های صوری و پیچیده بر تحلیل ایدئولوژیک این اثر تأثیر گذاشت. فیسک و هارتلی که متوجه شده بودند در هر برنامه یا ژانر تلویزیونی طیفی از معانی وجود دارد، محتوای تلویزیون را پایگاهی دانستند که معانی اجتماعی و فرهنگی در آنجا با هم به کشمکش برمی‌خیزند؛ تلویزیون را «صدایی شاعرانه» به‌شمار آوردند که فشارها را به درون سازنده‌های اجتماعی انتقال می‌دهد و نیرویی وحدت‌آفرین ایجاد می‌کند که مفاهیم متفاوت ایدئولوژیک را «می‌گیرد» و آنها را به صورت نمایشی مطلوب عرضه می‌کند.

تا این مرحله از تحول مطالعات تلویزیون، چندین نکته پیوسته در کار بوده است. مسئله قدرت ایدئولوژیک تلویزیون بدانجا انجامید که منابع اروپایی تأثیری عظیم پیدا کردند. نکته‌ای که در این میان از اهمیت برخوردار بود - به قول لویی آلتوسر<sup>۳۶</sup> - این بود که نقش تلویزیون در مقام وسیله‌ای ایدئولوژیک بازشناخته شد. اشکال دیگر ساخت‌گرایی و روان‌کاوی در این دوره در بررسی فیلم‌ها نقش اصلی را داشتند و تعداد بسیاری از محققان فیلم که می‌کوشیدند برای نظریه فیلم کاربردی بیابند، سر از رسانه تلویزیون درآوردند. «نظریه پرده» (که از نام مجله اسکرین<sup>۳۷</sup> [به معنای پرده] گرفته شده بود) می‌کوشید تا عمل تماشای تلویزیون را با روش‌های «در موقعیت قراردادین سوژه» که در بررسی فیلم جایگاهی برجسته دارد، پیوند دهد. در اینجا نیز، دغدغه نهایی همانا تقویت ایدئولوژی غالب بود. اما «نظریه پرده» چنین استدلال می‌کرد که مسئله تقویت ایدئولوژی غالب نه تنها با شگردهای روایی، داستان و پیرنگ داستانی تحقق می‌یابد بلکه ریشه در خود ابزارهای سینما دارد. نحوه تهیه و نمایش فیلم و به تبع آن، شکل اجباری تماشای فیلم، همگی تماشاگر را (تقریباً) ناگزیر به سوی «تأثیرات» یا «اثرات» ایدئولوژی خاصی سوق می‌دهند. ابزار سینما مردم را به اجبار به طرف تکرار حالات روانی و مراحل پیشرفت هدایت می‌کرد و بنابراین نظریه، این ساختارهای زیربنایی موجب می‌شود که روابط بین دو جنس، و دیگر اشکال ابراز قدرت از نو مستقر شوند. هنگامی که گستره ژانرها و اشکال خطاب سینمایی را در مورد تلویزیون نیز به کار بردند، کم‌کم این استدلال و نتیجه‌گیری حاصل آمد که این‌گونه کارکردهای روانی به‌طور مشخص در ساختار تلویزیون آمریکا و در چارچوب ایدئولوژی سرمایه‌داری مصرفی به چشم می‌خورد. در برخی موارد، خواست و میل افراد کاملاً به سوی محصولات تولیدشده هدایت می‌شد، اما عموماً افراد را به نحوی سوق می‌دادند تا مصرف‌گرایی را امری «طبیعی» و به‌جا بدانند.

به‌زودی معلوم شد که گویا اشکال گوناگون ساخت‌گرایی و مطالعات ایدئولوژی و همچنین تجزیه و تحلیل مخاطبان، همگی در مسئله تشخیص تفاوت‌های واقعی فیلم و تلویزیون ضعف‌شان عیان می‌شود. در ۱۹۸۰، هال و دیگران مجموعه مقالاتی ویرایش و چاپ کردند با نام فرهنگ، رسانه، زبان: مقالاتی اساسی در مطالعات فرهنگی<sup>۳۸</sup> (۱۹۷۲-۷۹)، و بدین سان مقاله «رمزگذاری/رمزگشایی» هال بیش از پیش در میان خوانندگان با اقبال روبه‌رو شد.

هال در این کتاب، به پیروی از آنتونی گرامشی<sup>۳۹</sup>، سلطه را به معنای ابزاری غیر قهری برای تثبیت باورهای



ایدئولوژیک به کار می‌برد و می‌گوید تهیه‌کنندگان تلویزیونی (رمزگذاران) در درون مرزهای ایدئولوژی غالب - که اظهار نمی‌شود، ولی از نظر حرفه‌ای تعریف می‌گردد - کار می‌کند. بنابراین، پیام‌ها، معانی و نمودهایی که پدید می‌آیند «در حیطه سلطه ساختار پیدا می‌کنند». اما حال، به فرایند «رمزگشایی» نیز توجه می‌کند - فرایندی که طی آن مخاطبان، هر یک به گونه‌ای، پیام‌های تلویزیونی را تعبیر می‌کنند و به آنها پاسخ می‌دهند. هرچند در این مقاله تقریباً هیچ تحلیل مفصلی دیده نمی‌شود، حال به تفاوت‌هایی که در تعبیر خوانندگان مختلف از پیام‌های ایدئولوژیکی اصلی تلویزیون وجود دارد، اشاره می‌کند. بنا بر استدلال او، بخش‌های عمده‌ای از مخاطبان محتوای رسانه را در چارچوب پذیرفته و غالب «قرائت می‌کنند». اما گروه‌های دیگر به قرائتی «تقابلی» دست می‌زنند، زیرا سازنده‌های اجتماعی حاکم بر آنها از نوع ویژه‌ای است. مثالی که حال در این نقطه از بحث می‌آورد مربوط است به اعضای اتحادیه تجاری که هرگونه خبری را که به توضیح علل مجادلات کاری و واکنش‌های مربوط به آن پردازند، انکار می‌کنند. حال همچنین احتمال وجود زمینه‌ای متوسط یا قرائتی «مورد بحث» را نیز در نظر می‌گیرد که گستره‌ای از معانی محتمل را پدید می‌آورند. او سپس، با چنین طرحی از فرایندهای اجتماعی که تلویزیون را فرا گرفته‌اند، به شیوه‌ای مؤثر نوعی طبقه‌بندی از کانون‌های مطالعات تلویزیونی فراهم می‌آورد. نظم و ترتیب مسائل مفهومی - به نحوی که او ذکر می‌کند - به طریق زیر قابل عرضه است:

● فرایند رمزگذاری - که گاهی به آن «مطالعات تولید» نیز می‌گویند - و متمرکز است بر شکل تولید، سازمان‌دهی کار، وسائل و تأثیر فناوری، بافت سیاست و نظارت (از قبیل اشکال ملی خاص)، و اساسی‌تر از همه، نظامی اقتصادی که برنامه‌های تلویزیونی در آن تولید و منتقل و دریافت می‌شود (و در اینجا بر نقش سازمان‌های فراملی بیش از پیش تأکید و تمرکز می‌شود).

● برنامه‌ها/متون تلویزیونی. در اینجا کار مشتمل است بر بررسی ساختارهای روایی، تحلیل ژانرهای ویژه و برنامه‌های خاص، نقش هر یک از مجریان و نویسندگان و تهیه‌کنندگان و کارگردانان. همچنین به نظم و ترتیب برنامه‌های تلویزیونی در قالب «برنامه» که مفهوم بسیار پیچیده‌تر «متن» است، توجه مضاعف می‌شود. بخش اعظم این کار ماهیت توصیفی و تفسیری دارد، و بیشتر متمرکز است بر به نمایش گذاشتن گروه‌های خاص، که بر حسب نژاد، قومیت، طبقه و جنسیت تعریف می‌شوند و همچنین بر زیرساخت‌های ایدئولوژیک. هدف اصلی بسیاری از تحلیل‌های متنی کاوش و توضیح فرایندهای سلطه‌جویی است که در محتوای برنامه‌های تلویزیون ظاهر می‌شوند، و مسائل عمومی مربوط به ایدئولوژی غالباً در صدر این کار قرار دارند.

● مخاطبان تلویزیون. تحقیقاتی که در زمینه درک رفتار و فرایندهای تفسیری مخاطبان تلویزیونی صورت گرفته است، از میانه دهه هشتاد تا کنون اهمیت روزافزونی در مطالعات تلویزیون کسب کرده است. در واقع، تجزیه و تحلیل مخاطب غالباً برخلاف حوزه تنگ و بسته «مطالعات تأثیرات» استدلال می‌کند، و پیوسته بین دو قطب افراطی در نوسان بوده است: در یک قطب، مخاطب را کسی تعریف می‌کنند که ابزار تلویزیون (صنعت، متن، شیوه‌های انتقال و نمایش) به طرز مؤثری او را در موقعیت قرار دهد و در قطب دیگر، مخاطبان را کاملاً آزاد می‌شمارند تا قضاوت و تفسیر فردی یا گروهی کنند. در واقع، تنها تحقیقات معدودی می‌توان یافت که در یکی از این دو قطب جای گیرد. بیشتر تحقیقات به موارد مشخصی می‌پردازند و با احتیاط در فضایی معتدل به



پیش می‌روند.

در عمل، بسیاری از تحقیقات ویژه تلویزیونی آمیزه‌ای هستند از تمامی این مقولات، و اگر تحقیق خاصی را در یکی از این گروه‌ها قرار می‌دهیم تلویحاً بدین معنی است که گرایش و تمرکز اصلی آن تحقیق رو بدان سمت بوده است، نه اینکه آن پژوهش به‌راستی چنین خالص انجام گرفته باشد.

در مراحل آغازین مطالعات تلویزیون، تقریباً تحقیقات اندک‌شماری به مطالعات تولید می‌پرداختند و آن دسته از تحقیقات هم که به این موضوع می‌پرداختند، تأکید عمده خود را بر متونی قرار می‌دهند که از فرایند تولید پدید می‌آید. یکی از رویکردهای اصلی این پژوهش‌ها متعلق است به موردپژوهی‌ها یا شرح تولیدات خاص. کتاب فیلیپ الیوت<sup>۴۰</sup> با نام مجموعه‌سازی تلویزیونی<sup>۴۱</sup> (۱۹۷۲)، و نیز کتاب فندق<sup>۴۲</sup>: مجموعه‌سازی تلویزیونی<sup>۴۲</sup> (۱۹۷۸) اثر مانوئل آواردو<sup>۴۳</sup> و اد بوسکو مپر با استفاده از فرایند تولید توضیح می‌دهند که چگونه یک متن خاص پدید می‌آید. این دو تحقیق متکی به حضور در زمینه تحقیق و یا مشاهده از نزدیک هستند، و هر دو نیز اقتضا می‌کنند که پژوهش‌گر به محیط تولید دسترسی آسان داشته باشد و منابع اولیه خود را به دست آورد. رویکرد دیگری نیز وجود دارد که به نقش افراد در فرایند تولید می‌پردازد و غالباً هدف آن این است که مشخص سازد کنترل چه درجاتی دارد و نیز این رسانه صنعتی، در حکم ابزار بیانی فردی چه کاربردی دارد. (مثلاً کتاب دیوید مارک<sup>۴۴</sup> و رابرت جی. تامسون<sup>۴۵</sup> تحت عنوان زمان اولیه، محرک‌های اولیه: از «من لوسی را دوست دارم» تا «ال.ای. لاو»<sup>۴۶</sup>، بوستون، ۱۹۹۲). از منظر دیگری که با بحث ما نیز ارتباط دارد، این منطقی مبتنی بر بیان در افراد یافت نمی‌شود بلکه در سازمان‌هایی همچون شرکت‌های تولیدی می‌توان آن را مشاهده کرد. دقیق‌ترین پژوهش درباره رویکرد «امضای شرکتی» ام. نی. ام: تلویزیون و کیفیت<sup>۴۷</sup> (فوئر<sup>۴۸</sup> و دیگران، ۱۹۸۴) است که در این رویکرد می‌کوشند تا شباهت‌های بین تحقیقات راجع به تلویزیون را درک کنند. کتاب تاد گیتلین<sup>۴۹</sup> با عنوان در درون زمان اولیه<sup>۵۰</sup> (۱۹۸۳) اجمالاً موردپژوهی‌هایی را برمی‌شمارد که چند رویکرد از مجموع این رویکردها را با یکدیگر تلفیق می‌کند، اما او نیز علاقه و تأکیدش بر درک این نکته است که رسانه تلویزیون - در کلیت خویش - چه معنای ایدئولوژیکی بزرگی دارد. تحقیق گیتلین بهترین نمونه تحقیقاتی است که در سنت مکتب فرانکفورت در خصوص فرهنگ توده انجام شده است. به باور گیتلین، تلویزیون کامل‌ترین تجلی «فرهنگی درآمیزنده» است - فرهنگ مصرف بی‌رویه.

گیتلین نتایج خود را از بررسی تولید (رمزگذاری) و رفتارهای تفسیری (متنی) به دست می‌آورد. اما برخی مطالعات متنی تلویزیون بسیار وسیع‌تر و متنوع‌تر از مطالعات تولیدند، و نتایج گسترده‌تری نیز از آنها حاصل می‌شود. در اینجا، این دسته از تحقیقات را با ذکر چند نمونه گویا، نظیر شرح بسیار شخصی دیوید مارک از برنامه‌های تلویزیونی، به ویژه کم‌دی تلویزیونی (۱۹۸۹، ۱۹۹۶) معرفی می‌کنیم. همچنین می‌توان به تحقیق رابرت تامسون درباره برنامه‌سازی و کیفیت در دهه ۱۹۹۰ (۱۹۹۶) اشاره کرد. تحقیقات بی‌شماری نیز راجع به ژانرهای فردی در دست است، اما شاید بتوان گفت که سریال‌های آبکی بیش از هر برنامه دیگری مورد بررسی دقیق قرار گرفته است. از برخی جهات، این تأکید و دقت گریای افزایش برنامه‌های تلویزیونی است، زیرا در رسانه‌ای که همه با سوء ظن به آن می‌نگرند سریال‌های آبکی احتمالاً سوء ظن برانگیزترین و همچنین پیچیده‌ترین برنامه‌ها هستند. چه در اینجا است که مسائل اساسی و مشکلات مربوط به متون تلویزیونی برجسته



می‌شود. بنابراین، پرسش‌های اصلی بحث را می‌توان بدین قرار مطرح کرد: وقتی «تلویزیون» را بررسی می‌کنیم در واقع چه چیزی را بررسی می‌کنیم؟ متن تلویزیونی چیست؟ آیا قسمت‌های برنامه‌ها را تک‌تک بررسی کنیم یا کل قسمت‌های برنامه را مورد بررسی قرار دهیم (که البته تا ظهور دستگاه‌های ضبط ویدئویی کاری غیر ممکن بود)؟ آیا ژانر برنامه، یا زمان‌بندی آن را باید بررسی کرد؟ آیا زمان‌بندی و قسمت‌های یک برنامه درهم تنیده‌اند؟

در ایالات متحده آمریکا، سریال‌های آبکی مشخصاً برای مقاصد صنعتی ساخته می‌شوند، و لذا نه تنها چنین پرسش‌هایی را بر نمی‌انگیزند، بلکه می‌طلبند مفاهیم اصلی مربوط به متونی که برای مقاصد ادبی، نمایشی، و بررسی فیلم نوشته و آماده می‌شوند مورد توجه قرار گیرند. این برنامه‌ها که روزانه تولید می‌شوند و ساختار آنها حول روایت‌های بی‌پایان و تودرتو شکل می‌گیرد، ناقض آن حکم ارسطویی‌اند که می‌گوید هر داستانی شروع، میانه، و پایان دارد. سریال‌های آبکی با این هدف طراحی می‌شوند که همواره پرده میانی یا پرده دوم نمایش باشند، و همین نکته که این سریال‌ها برای همراهی دائمی بینندگان ساخته می‌شوند، در نظر برخی افراد قدر آنها را نازل و پست می‌کند. این رتبه‌بندی بیشتر ریشه در آن دارد که سریال‌های آبکی را نه تنها «ژانر زنانه» می‌خوانند، بلکه آن را ژانر «زنان خانه‌نشین شده» می‌دانند.

پژوهش‌گران فمینیست این‌گونه سریال‌ها را بسیار مورد بررسی قرار داده‌اند و اغلب یک رشته ارزش‌ها و معانی اساسی در این برنامه‌ها سراغ کرده‌اند، و بدین سان برای سازندگان و تماشاگران قدرت و قوتی قائل شده‌اند. پژوهش‌های موریل کانتور<sup>۵۱</sup> و سوزانا پینگری<sup>۵۲</sup> (سریال آبکی<sup>۵۳</sup>، بیورلی هیلز، کالیفرنیا، ۱۹۸۳)، سوزانا فرنترز<sup>۵۴</sup> (سرحال ماندن<sup>۵۵</sup>، بولینگ گرین، اوهایو، ۱۹۹۲) و کارول ترینر ویلیامز<sup>۵۶</sup> («وقت قصه منه»<sup>۵۷</sup>، وست پورت، کانتیکات، ۱۹۹۲) همگی گستره‌ای از رفتارهای تولید و تجارب اجتماعی و راهبردهای متنی را بررسی می‌کنند. مارتا ناکیمسون<sup>۵۸</sup> در کارش تمامی ندارد<sup>۵۹</sup> (بارکلی، ۱۹۹۴) این سریال‌ها را در سایه نظریه اجتماعی و روان‌شناسی فمینیستی مطالعه می‌کند. ماری الن براون<sup>۶۰</sup> (سریال آبکی و گفتار زنان<sup>۶۱</sup>، ناوزند اوکس، کالیفرنیا، ۱۹۹۴)، کریستین گراتی<sup>۶۲</sup> (زنان و سریال‌های آبکی<sup>۶۳</sup>، کمبریج، ۱۹۹۱)، سی. لی هارینگتون<sup>۶۴</sup> و دنیس دی. بیلبنی<sup>۶۵</sup> (طرفداران سریال‌های آبکی<sup>۶۶</sup>، فیلادلفیا، ۱۹۹۵)، و لورا استنپل مامفورد<sup>۶۷</sup> (ایدئولوژی در بعد از ظهر<sup>۶۸</sup>، بلومینگتون، ایندیانا، ۱۹۹۵) همگی ژانر سریال‌های تلویزیونی را از منظر روابط اجتماعی بررسی می‌کنند و می‌کوشند لذات و فواید ویژه سریال‌های آبکی را همراه با بینندگان مورد پژوهش قرار دهند. بسیاری از این تحقیقات، همچون کتاب رابرت سی. آلن<sup>۶۹</sup> - درباره سریال آبکی<sup>۷۰</sup> (۱۹۸۵) - عناصر اصلی تولید و فرایندهای صنعتی زیربنای سریال‌های آبکی را نمایان می‌سازند. هر قدر حیطه نفوذ سریال‌های آبکی به تلویزیون زمان اولیه می‌رسید، این نکته بیشتر مصداق می‌یافت. واکنش بین‌المللی مردم در مقابل برنامه‌هایی نظیر دالاس<sup>۷۱</sup> و خاندان<sup>۷۲</sup> و همچنین تجربه‌گرایی رایج در سریال‌های جنایی، مانند آوازه‌های هیل استریت<sup>۷۳</sup> مستقیماً مربوط بود به انتخاب روایت سریال‌گونه این برنامه‌ها؛ و چون سریال‌های آبکی از لحاظ تولید، توزیع و محبوبیت روزبه‌روز بیشتر جنبه بین‌المللی پیدا می‌کنند، همچنان که تله‌نوولای<sup>۷۴</sup> آمریکای لاتین و تله‌رمان<sup>۷۵</sup> کبیک گواهی می‌دهد، این سریال‌ها پرسش‌های خاصی راجع به سیاست و اقتصاد بین‌المللی و همچنین نفوذ فرهنگ بین‌المللی برمی‌انگیزند.

سریال آبکی از یک سو گونه متمرکزی است پر از عیوب متون تلویزیونی و نیز محلی است برای طرح



پرسش‌های اصولی راجع به جایگاه تلویزیون در سازندهای اجتماعی و فرهنگی؛ از سوی دیگر، تلویزیون پایگاهی است که در آنجا بررسی‌های متنی و پژوهش‌های مربوط به مخاطبان تلویزیون در هم می‌آمیزند. از گذشته نزدیک تا زمان حاضر، هیچ حوزه‌ای به‌اندازه پژوهش‌های مخاطبان تلویزیون توجه همگان را جلب نکرده است. موضوع اصلی این بحث نیز میزان آزادی مخاطب بوده است - مخاطب تا چه اندازه آزاد است، تعبیر گوناگون کند و گفتمانی را به کار ببندد که از تلویزیون عرضه می‌شود و براساس بافت‌های غالب صنعتی، اقتصادی، نظارتی و بیانی بنا می‌شود. این مسائل از همان آغاز انتشار مقاله هال و دیگران با نام فرهنگ، رسانه، زبان<sup>۷۶</sup> مطرح و تعریف شده بود و در همان زمان، دیو مورلی<sup>۷۷</sup> در مقاله‌ای با نام «متون، خوانندگان، موضوعات»<sup>۷۸</sup> ایده رمزگذاری متغیر را از هال گرفت و آن را بسط داد و در کتاب بعدی‌اش با عنوان در سطح ملی<sup>۷۹</sup> که راجع به برنامه‌های تلویزیونی به نگارش درآورد، تحلیل‌های مستدلی عرضه کرد که چگونه ممکن است تفاوت [تعبیر بینندگان] ریشه در زمینه اجتماعی آنها داشته باشد. تحقیق او به این نتیجه رسید که همیشه نمی‌توان راهبردهای تفسیری خوانندگان را به‌طور قاطع از طبقه اجتماعی آنها پیش‌بینی کرد، و نیز جنسیت و وضعیت داخل خانه افراد و همچنین فناوری (ابزارهای کنترل از راه دور) عوامل عمده در فرایند رمزگشایی‌اند. این یافته‌ها را شمار دیگری از تحقیقات که در آنها برنامه‌ها و ژانرهای دیگری مبنای پژوهش قرار گرفته بود، حمایت کرد. این آنگ<sup>۸۰</sup> (۱۹۹۶-۱۹۹۱) موشکافانه‌ترین تحقیق پیمایشی را در این موضوع انجام داده و تحلیل دقیقی از برخی موارد ویژه ارائه داده است (۱۹۸۵). تقریباً در همه موارد مزبور، مسئله تعبیر همچنان در چارچوب رابطه بینندگان با سازندهای ایدئولوژیک می‌گنجد. به همین منوال، این تحقیقات پیوسته بر نقش ایدئولوژیک رسانه تلویزیون تأکید کرده‌اند و پرسش‌های مربوط به شکل و تاریخچه تلویزیون همواره تابعی از این نکته اساسی بوده‌اند.

این پژوهش پیمایشی کوتاه که مسائل و متن‌های اصلی را در مطالعات تلویزیون بررسی می‌کند (و البته در کتاب‌شناسی خود ذکری از مجلات رو به گسترش ادواری نکرده است) بین مسائل و موضوعات و رویکرد به رسانه تلویزیون همسانی فزاینده‌ای می‌بیند. این تحقیقات همچنین حاکی از به کار بستن مداوم نظریه‌ای انتقادی‌اند، و این نکته‌ای است که بین تلویزیون و اشکال بیانی دیگر، نظیر ادبیات و سینما نیز مشترک است. ساخت‌گرایی، نشانه‌شناسی، ژانرشناسی، مطالعات فرهنگی، نظریه‌های فمینیستی و دیگر رویکردها همگی براساس موضوع ویژه‌شان مشخص و معین شده‌اند و اغلب ثابت شده است که تلویزیون را، استثنائاً، به سختی می‌توان تنها با یکی از روش‌های فوق «تعریف و تحدید» کرد. در میان کتاب‌های بسیار مفیدی که در زمینه مطالعات تلویزیونی نوشته‌اند می‌توان از آثار رابرت سی. آلن - مجراهای گفتمان: تلویزیون و نقد معاصر<sup>۸۱</sup> (۱۹۸۷) و مجاری گفتمان: گردآوری مجدد<sup>۸۲</sup> (۱۹۹۲) - نام برد. در این دو مجموعه مقاله، پیوندهای مشخصی بین تلویزیون و طیف وسیعی از دیدگاه‌های نظری نشان داده شده است. اما این دو کتاب بیانگر این نکته نیز هستند که این رسانه را تنها با یک نظریه و یا با هرگونه رویکرد تلفیقی نمی‌توان تبیین کرد.

همچنان که پیش‌تر نیز اشاره کردیم، خواست‌های تلویزیون و مطالعات مربوط به آن در زمان ما نیازمند به کار بستن شیوه‌های روش‌شناسی ترکیبی است. نمونه‌های اولیه این نوع تحقیقات پیش‌تر ذکر شد - از جمله تحقیقات گبتلین (۱۹۸۳) و فوئر و دیگران (۱۹۸۴) که در هر دو تحقیق، رابطه تعاملی بین رفتارهای صنعتی و



راهبردهای متنی بررسی شده، لیکن کمتر تحلیل مشخصی از مخاطبان ارائه داده شده است. جدیدترین پیشرفت‌ها در این حوزه همانا علاقه به مباحث ویژه بوده است. اما این مباحث را رفته رفته به دیده جایگاه می‌نگرند که نیروها در آنجا بر هم تأثیر تعاملی بر جا می‌گذارند، و از همین رو چنین مباحثی شایان بررسی تلقی می‌شود. کتاب یوستین گریسرود<sup>۸۳</sup> درباره مجموعه‌های تلویزیونی با عنوان خاندان (روزگار خاندان: تلویزیون هالیوودی و مطالعات رسانه‌ای انتقادی<sup>۸۴</sup>، لندن و نیویورک، ۱۹۹۵)، برای نمونه، به بررسی گسترش بین‌المللی این برنامه و دیگر برنامه‌ها می‌پردازد؛ همچنین پاسخ‌های فرهنگی که در بافت‌های ملی متفاوت به این برنامه‌ها داده شده و نیز مشکلاتی که به تبع در کل حوزه «مطالعات رسانه‌ای انتقادی» پدید آمده است از دیگر موضوعات این کتاب است. گریسرود نشان می‌دهد که ضرورت دارد بخش بزرگی از رسانه تلویزیون را در چارچوب مسائل فرهنگی و سیاسی بین‌المللی قرار دهیم. او همچنین به نقش جریان‌های چندملیتی سرمایه اشاره می‌کند و آن را از دیگر ابزارهای مهمی می‌شمارد که به فهم پدیده تلویزیون کمک می‌کنند. به عکس، در همین زمان پژوهش هرمان گری<sup>۸۵</sup> (نژاد تماشاگر: تلویزیون و نزاع بر سیاهان<sup>۸۶</sup>، Minneapolis، ۱۹۹۵) به بررسی دقیق نمایش «سیاهان» بر روی صفحه تلویزیون آمریکا پرداخت، و بر مسائل ویژه ملی تأکید ورزید. گری زمینه‌ای می‌آفریند مرکب از شرایط اقتصادی، سیاست‌های دولت «ریگان»، قدرت روزافزون برخی مجریان سیاه‌پوست و تغییرات صنعت تلویزیون. امروزه بخش جدایی‌ناپذیری از مطالعات تلویزیون این است که هم پایگاه‌های محلی خاص تولید و نیز اهمیت فرهنگی محصولات را به رسمیت بشناسیم، و هم به معانی ضمنی و بین‌المللی ابزار و نقش فرهنگی و اقتصادی آنها اذعان کنیم. امروزه تحقیقات به‌طور روزافزونی بین زمینه‌های محلی و جهانی در نوسان است و این نکته به‌اندازه‌ای در اکثر تحقیقات فرهنگی شایع است که در پژوهش‌های تلویزیونی مبنای عمل واقع می‌شود.

با این حال، هنوز تنها بخشی از جزئیات پیشرفت تلویزیون شناخته شده است و این نیز به سبب آشنایی فراوان ما و تأثیر فراگیر فرهنگی و جهانی این رسانه است. از این رو، خوشبختانه بسیاری از تحقیقات اخیر که شبکه پیچیده‌ای از توضیحات را بر انسان آشکار می‌کنند، در واقع تاریخچه‌های این رسانه‌اند. بدین منوال، این تحقیقات مؤید این نکته‌اند که اکنون پژوهش‌های تکمیلی کافی در مورد برخی برنامه‌ها، ژانرها، افراد، مؤسسات بایگانی، رخدادهای سیاست‌گذاری‌ها در دست است تا بتوان از این‌گونه پژوهش‌ها حمایت کرد، همچنان که حداقلی از دستگاه‌های فنی، از قبیل دستگاه ضبط ویدیویی نیز در اختیار داریم تا بتوانیم تحقیقات تفصیلی انجام دهیم. به‌علاوه، تحقیقات مزبور نشان‌دهنده هجوم شدید محققان به منابع بی‌پشتوانه اولیه است: صنعت تلویزیون شهرت بدی دارد، بدین سبب که محصولات خود را به‌طور تصادفی آرایش می‌دهد و اسناد و جزئیات را به شیوه‌ای سفت و سخت و انحصارطلبانه در اختیار می‌گیرد، اما کاوش‌ها و تلاش‌های جدیدی که در بایگانی‌های تلویزیون صورت گرفته پرده از منابع مهمی برداشته است و تاریخ‌های شفاهی و موردپژوهی‌هایی که درباره رخدادهای وقایع انجام شده، کمک فراوانی به میزان دانش ما از رسانه تلویزیون کرده است.

کتاب ویلیام بادی<sup>۸۷</sup> با عنوان تلویزیون در دهه پنجاه: صنعت تلویزیون و منتقدان آن<sup>۸۸</sup> (۱۹۹۰) الگویی است برای تحلیل فعالیت‌های پیچیده درونی که باید به‌ناچار آنها را با تعریفی از «تلویزیون» محدود کرد. ویلیام بادی



مسائلی از قبیل راهبردهای صنعتی، پاسخ‌های انتقادی مردم و روزنامه‌ها به تلویزیون، و اقدامات دولت را به دقت بررسی می‌کند و حرکت تلویزیون را از تولیدات «زنده» نیویورکی به سمت صنعت فرهنگ هالیوودی دسته‌بندی می‌کند. او به تفصیل زمینه سیاست‌گذاری‌ها و صنعت لازم برای پیشرفت رسانه در زمان لازم را نشان می‌دهد و از این طریق دیدگاهی جدید به این مسئله می‌گشاید که چرا ملت رسانه تلویزیون را به عنوان یکی از جنبه‌های اصلی حیات اجتماعی و فرهنگی خود برمی‌گزیند. به علاوه، او این نکات را در زمینه تاریخچه تلویزیون و نزاع بر سر در دست گرفتن «تلویزیون» مطرح می‌کند، و نشان می‌دهد که چگونه این کشمکش‌ها منجر به علائق و روابط قدرت دیگری شد و این دو را تقویت کرد. امالین اشپیگل<sup>۸۹</sup> در کتاب جایی برای تلویزیون باز کنید: تلویزیون و آرمان خانواده در آمریکای پس از جنگ<sup>۹۰</sup> (۱۹۹۲) تاریخچه‌ای اجتماعی فراهم می‌آورد تا واکنش‌های فردی و خانگی افراد را در برابر تلویزیون به عنوان وسیله‌ای خانگی و رسانه سرگرمی عمومی به تفصیل بررسی کند. او که بر منابعی همچون پوستره‌های تبلیغ تلویزیون تأکید می‌ورزد، نشان می‌دهد چگونه فضایی که جای زندگانی خانواده‌های آمریکایی بود با آمدن این فناوری تغییر شکل داد. اما این پژوهشگر، از سوی دیگر بیان می‌دارد که چگونه این تعاریف جدید عموماً سبب تقویت روابط بین دو جنس، و شیوه تربیت کودکان و همچنین روابط فردی شد.

در جناح دیگر، کریستوفر آندرسن<sup>۹۱</sup> کتابی نوشت با نام تلویزیون هالیوودی: نظام استودیویی در دهه پنجاه<sup>۹۲</sup> (۱۹۹۴)، و مجموعه‌ای از موردپژوهی‌های تفصیلی عرضه کرد که اطلاعات ارزشمندی درباره تحول صنعت فیلم‌سازی و ابداع ساختارهای روایی تلویزیونی در اختیار قرار می‌دهد. او همچنین توضیح می‌دهد که چگونه تلویزیون را در صنایع بزرگ تفریحی، از قبیل دیسنی‌لند، به شکلی ضمنی و مؤثر تبلیغ می‌کردند و چگونه این صنایع پیوسته در صدر تفریحات و سرگرمی‌های مردم قرار داشت.

هر سه این پژوهش‌ها انواع راهبردهای تفسیری، منابع، و رویکردهای تحلیلی را به کار می‌برند و با این کار ضرورت بازنگری در تلویزیون را که محل تقاطع نیروهای فرهنگی و اجتماعی است نشان می‌دهند، و این نکته‌ای است که اکنون بسیاری کسان تشخیص داده‌اند. اما مهم‌تر اینکه این تحقیقات را می‌توان به چشم قطعات به هم پیوسته «نقشه» تلویزیون دید، چنان که این نقشه از اواخر دهه ۱۹۴۰ تا دهه ۱۹۵۰ شکل گرفت. تنها با تغییر موضع، می‌توانیم قدری به معنی کامل‌تری از تلویزیون، همان‌طور که در مکان و زمانی معین معنا می‌داد، دست یابیم: باید از فضاها ملی، سیاسی و صنعتی - چنان که ویلیام بادی می‌گوید - به استودیوهای خاص و افراد تولیدکننده تلویزیون - آن‌گونه که آندرسون ذکر می‌کند - و از آنجا به تجارب شخصی و خانگی - چنان که اشپیگل تحلیل می‌کند - روی آوریم. تلویزیون در قالب سیاست‌گذاری و تبادل سرمایه‌های هنگفت، و همچنین در فرایندهای صنعتی که برنامه‌ها و زمان‌بندی آنها را تهیه و تنظیم می‌کند و نیز در قالب تجارب خانواده‌ها و افرادی که همه روزه با تلویزیون زندگی می‌کنند، هستی می‌یابد. احتمالاً هیچ تحقیقی به تنهایی نمی‌تواند این تأثیرات و همزیستی‌ها را به تمامی بیان کند، اما همچنان که تاریخچه‌های تلویزیون نوین جزئیات بیشتر و بیشتری در اختیارمان قرار می‌دهند، آن نقشه نیز دقیق‌تر و دقیق‌تر ترسیم می‌شود.

یکی از جدیدترین تحقیقاتی که در حوزه مطالعات تلویزیون انجام گرفته، به هدف تهیه نقشه تفصیلی یک



دوره خاص نزدیک شده است. کتاب جان تورنتون کالدول<sup>۹۳</sup> با نام تلویزیون: سبک، متفقدان و اقتدارش در آمریکا<sup>۹۴</sup> (۱۹۹۵) می‌کوشد مفهوم «دوران شبکه» را تعریف کند. او استدلال می‌کند که در حوالی دهه ۱۹۸۰، «برنامه‌های تلویزیون»، به شکلی که پیش از آن تولید و درک می‌شد، دیگر وجود نداشت و اکنون چیزی بسیار آشناتر جای آن را گرفته بود که برحسب عواملی از این قبیل تعریف می‌شد: تلاش دائمی برای رسیدن به تفاوت‌های سبکی، به نحوی که توجه بینندگان را جلب کند و مانع «کانال عوض کردن» دائمی برخی خوانندگان شود و موفقیت اقتصادی نیز داشته باشد. وضعی که کالدول توصیف می‌کند وابسته است به اینکه در فناوری، سیاست‌های دولت و ترکیب صنعتی چه تغییرات مفصلی صورت می‌گیرد. او توضیح می‌دهد که چگونه تغییرات اقتصادی و فناوری منجر به دگرگونی ساختار اساسی صنعت تلویزیون، و در نتیجه تغییر ساختارهای اساسی برنامه‌های تلویزیونی شد. تبیین‌های او مثال‌های گویایی از چنین روابطی هستند و تعبیرهایی که او از برخی متون خاص می‌کند - و البته از ساختارهای معنایی چندگانه آنها نیز کاملاً آگاه است - با سازندهای فرهنگی و ایدئولوژیکی در حال تغییر این دوره بسیار مهم پیوند بسیار ظریف و غریبی دارد. گرچه کالدول چندان به تحقیقات قوم‌نگاری خاص یا تحقیقات شاهداتی درباره مخاطبان نمی‌پردازد، بیان می‌کند که چه چیزهایی در معرض تفسیرهای گوناگون است. او همچنین تحلیل کامل و دقیقی از تلاش‌های صنعتی برای ایجاد مخاطبان و جوامع ارتباطی جدید ارائه می‌دهد که از لحاظ جمعیت‌شناسی، اغلب در حوزه علائق حامیان و شرکت‌های تبلیغاتی بوده است. بنابراین، کالدول یک‌تنه به اندازه تمامی محققانی که تا امروز کار کرده‌اند، تعاملات پیچیده سه حوزه گسترده رمزگذاری/متن/رمزگشایی را در مطالعات تلویزیون آشکار می‌کند.

ادعاهایی همچون نظر کالدول - تلاش‌هایی برای به تعریف درآوردن لحظات واقعاً گذرا و پراهمیت - از پاره‌ای جهات، همواره سست و شکننده‌اند، اما تردیدی هم نیست که «تلویزیون»، آن‌گونه که در مدت کوتاه پنجاه سال اخیر می‌شناسیم، در مرحله دگرگونی خطیری است. فناوری‌های جدید سیاست‌های موجود را پشت سر گذاشته‌اند، و اصطلاحات بنیادینی همچون بخش دیگر کهنه و منسوخ شده است. «تلویزیون» که روزگاری رسانه‌ای بود همچون کلیسای قرون وسطی، و مرکزیت و قدرت اداره امور را در دست داشت، اکنون چندپاره و شخصی شده است و شباهت بین «تلویزیون» و رایانه شخصی حاکی از آن است که با فردیت خواهی افزون‌تری نیز روبه‌رو خواهد شد. فرهنگ‌ها و جوامعی که آشنایی نزدیک با تلویزیون حاصل کرده‌اند، کم‌کم و به طرق گوناگون از روابطی که کلیسا مظهر آن بود دور می‌شوند و به الگوی دهه‌های روزنامه‌فروشی و یا کتابخانه‌هایی نزدیک می‌شوند که پشت سر هم کتاب قرض می‌دهند. اگر امکان آن هست که صدها شبکه تلویزیونی در حال حاضر وجود داشته باشد، قهراً و چه بسا تعریضاً، این امکان نیز هست که با تعداد هر چه کمتری از مجموعه‌های رسانه‌ای جمعی به کنترل مطلوبی دست یابیم - رابطه‌ای که این نهادها و شبکه‌های توزیع با مخاطبان خود دارند، از دقت و آینده‌روشنی برخوردار نیست. در مطالعات تلویزیون کمتر دو دهه‌ای می‌توان یافت که محققان شروع به بررسی و درک دوره‌ای کرده باشند که بلافاصله به پایان برسد. با این حال، مطالعات تلویزیون هم‌اکنون نیز با این ضرورت روبه‌روست که باید از آینده‌ای ناروشن معنایی دریابد.



- ## این مقاله ترجمه بخشی از مدخل "Television" است در دایره‌المعارف زیبایی‌شناسی چهار جلدی اکسفورد ۱۹۹۸.
- ## فندق (Hazal) که در عنوان این کتاب بی‌ربط می‌نماید، ظاهراً نام مجموعه‌ای تلویزیونی است.

## پی‌نوشت‌ها

1. network era
2. George Comstock
3. Marilyn Fisher
4. *Television and Human Behavior: A Guide to Pertinent Scientific Literature*
5. *Nation*
6. *Saturday Review*
7. the golden age
8. populer culture
9. high culture
10. Gilbert Seldes
11. *The Public Arts*
12. Robert Lewis Shayon
13. *The Eighth Art*
14. *Open to Criticism*
15. Patrick Hazard
16. *TV as Art: Some Essays in Criticism*
17. The Aspen Institute for Humanistic Studies
18. Richard Adler
19. Douglass Cater
20. *Television as a Social Force*
21. *Television as a Cultural Force*
22. Horace Newcomb
23. *TV: The Most Pupuler Art*
24. *Television: The Critical View*
25. Raymond Williams
26. *The Listener*
27. *Television: Technology and Cultural Form*
28. the Centre for contemporary Cultural studies
29. Working Papers in cultural Studies
30. Encodin/Decoding
31. Stuart Hall
32. Encoding/ Decoding in Television Discourse
33. *Reading Television*
34. John Fiske
35. John Hartley



- 36. Louis Althusser
- 37. Screen
- 38. *Culture, Media, Language: working Papers in Cultural Studies*
- 39. Antonio Gramsci
- 40. Philip Elliot
- 41. *The Making of a Television Series*
- 42. Manuel Alvarado
- 43. *Hazel: the Making of a Television Series*
- 44. David Marc
- 45. Robert J. Thompson
- 46. *Prime Time, Prime Movers: from I Love Lucy to L. A. Law*
- 47. *MTM: Quality Television*
- 48. Feuer
- 49. Todd Gitlin
- 50. *Inside Prime Time*
- 51. Muriel Cantor
- 52. Suzanne Pingree
- 53. The Soap Opera
- 54. Suzanne Frenzt
- 55. Staying Tuned
- 56. Carol Traynor Williams
- 57. *It's Time for My Story*
- 58. Martha Nochimson
- 59. *No End to Her*
- 60. Mary Ellen Brown
- 61. *Soap Opera and Women's Talk*
- 62. Christine Geraghty
- 63. *Women and Soap Opera*
- 64. C. Lee Harrington
- 65. Denise D. Beilby
- 66. *Soap Fans*
- 67. Laura Stempel Mumford
- 68. *Love and Ideology in the Afternoon*
- 69. Robert C. Allen
- 70. *Speaking of Soap Operas*
- 71. *Dallas*
- 72. *Dynasty*
- 73. *Hill Street Blues*
- 74. *telenovela*

# دریازه فانتاستیک



ژوهرشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
 رتال جامع علوم انسانی



75. *teleroman*
76. *Culture, Media, Language*
77. Dave Morley
78. *Texts, Readers, Subjects*
79. *Nationwide*
80. Ien Ang
81. *Channels of Discourse: Television and Contemporary Criticism*
82. *Channels of Discourse: Reassembled*
83. Jostein Gripsrud
84. *Dynasty (the Dynasty Years: Hollywood Television and Critical Media Studies)*
85. Herman Gray
86. *Watching Race: Television and the Struggle for Blackness*
87. William Boddy
88. *Fifties Television: The Industry and Its Critics*
89. Lynn Spigel
90. *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*
91. Christopher Anderson
92. *Hollywood TV: the Studio System in the Fifties*
93. Thornton Caldwell
94. *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television*
95. *The Age of Television: A Cultural History*
96. Richard Adler
97. Douglas Katz
98. *Television as a Social Force*
99. *Television as a Cultural Force*
100. *Television: A Cultural History*
101. *The TV Set: How Popular Art*
102. *Television: A Cultural History*
103. *Television: A Cultural History*
104. *Television: A Cultural History*
105. *Television: A Cultural History*
106. *Television: A Cultural History*
107. *Television: A Cultural History*
108. *Television: A Cultural History*
109. *Television: A Cultural History*
110. *Television: A Cultural History*
111. *Television: A Cultural History*
112. *Television: A Cultural History*
113. *Television: A Cultural History*
114. *Television: A Cultural History*
115. *Television: A Cultural History*
116. *Television: A Cultural History*
117. *Television: A Cultural History*
118. *Television: A Cultural History*
119. *Television: A Cultural History*
120. *Television: A Cultural History*
121. *Television: A Cultural History*
122. *Television: A Cultural History*
123. *Television: A Cultural History*
124. *Television: A Cultural History*
125. *Television: A Cultural History*
126. *Television: A Cultural History*
127. *Television: A Cultural History*
128. *Television: A Cultural History*
129. *Television: A Cultural History*
130. *Television: A Cultural History*
131. *Television: A Cultural History*
132. *Television: A Cultural History*
133. *Television: A Cultural History*
134. *Television: A Cultural History*
135. *Television: A Cultural History*
136. *Television: A Cultural History*
137. *Television: A Cultural History*
138. *Television: A Cultural History*
139. *Television: A Cultural History*
140. *Television: A Cultural History*
141. *Television: A Cultural History*
142. *Television: A Cultural History*
143. *Television: A Cultural History*
144. *Television: A Cultural History*
145. *Television: A Cultural History*
146. *Television: A Cultural History*
147. *Television: A Cultural History*
148. *Television: A Cultural History*
149. *Television: A Cultural History*
150. *Television: A Cultural History*