

تلویزیون ایران، مخاطبانش و تاثیر گذاریش

نوین تکنولوژیکی تاوان سنگینی پرداخته بودیم: نوشداروی پس از مرگ...

در همین اوان ماهواره می‌رفت که جای ویدیو را در خانه‌ها بگیرد. همان زمان افراد واقع بین با تکیه بر تجربه ویدیو پیشنهاد کردند که برای این پدیده جدید برنامه‌ای بهنگام و جامع تدوین شود تا اثرات گریزناپذیر آن بر فرهنگ و اخلاقیات جامعه ما به حداقل برسد. گرچه این پیشنهادها را برخی از موثرترین محافل و

دورانی را از سر گذرانده‌ایم که تلویزیون ایران را می‌توانستیم یک تلویزیون مدار بسته بنامیم. جنگ، و نبود یک سیاست مدون فرهنگی این رسانه فراگیر و تاثیرگذار را به صورت یک آئینه نق واقعی درآورده بود. آئینه‌ای که نه تماشاگران را رغبتی به نگرستن در آن بود، و نه گردانندگان این آئینه می‌توانستند با منعکس کردن ماجراها و مدعاهای کلیشه‌ای در آن به حداقلی از اهداف خود نائل آیند.

در این دوران فرهنگ ملی ما آسیب‌های جدی دید، و علت هم آن بود که سوداگران با سوء استفاده از خلاء حاکم بر جنبه‌های فرهنگی جامعه (نیاز به سرگرمی، تفریح، اطلاع‌یابی و...) دو میلیون دستگاه ویدیو را از مسیر بازار سیاه به خانه‌های مردم وارد کردند و از این رهگذر میلیاردها تومان به جیب زدند. در آن هنگام خرید، فروش و نگهداری ویدیو و فیلم‌های ویدیویی ممنوع بود و جرم محسوب می‌شد. لیکن بن ممنوعیت و بگیر و ببندهای غلاظ و شداد نمی‌توانست سدی در برابر انبوهی از فیلم‌های ویدیویی که بسیاری از آن‌ها به معنای واقعی بدآموز بودند، ایجاد کند. فروش و کرایه این نوع فیلم‌ها به شغلی پردرآمد تبدیل شده بود که درآمد حاصل از آن، گاه با درآمدی که نصیب قاچاقچیان رده میانی شبکه‌های توزیع مواد مخدر می‌شد برابری می‌کرد.

سرانجام پس از مدت‌ها بحث و جدل، و با تأخیری زبان‌بار تصمیم گرفته شد که واردات، خرید و فروش ویدیو مجاز شناخته شود و توزیع فیلم‌های ویدیویی نیز ضابطه‌مند گردد. این تصمیم‌ها در زمانی جنبه قانونی یافت که ما بابت برخورد جرمی و تنگ‌نظرانه با یک پدیده

**باید بسیار
خوش بین باشیم که
بپذیریم تلویزیون
کشورمان قادر است
مانع آسیب پذیری
فرهنگ ملی ما شود.**

مقامات کشور جدی گرفتند، اما به دلایلی نامعلوم سیاستی دیگر در پیش گرفته شد. مقرر کردند داشتن ماهواره ممنوع باشد، و وعده دادند برای بی‌زار کردن مردم از ماهواره برنامه‌های تلویزیون وطنی را در حد کمال متنوع و جذاب کنند، و برای این که اعتبار لازم را در اختیار داشته باشند از جیب مردم مایه گذاشتند؛ دریافت ماهی پانصد ریال از هر کنتور برق...! و برهمنه این تصمیمات نیز نام مبارزه با تهاجم فرهنگی گذاشتند!
آن چه در عمل انجام شد افزودن بر کمیت

برنامه‌های بی‌محتوا و بی‌جاذبه تلویزیون بود و بس. دو شبکه تلویزیونی کشور به پنج شبکه افزایش یافت و عده کارکنان سیما چند برابر شد. اما محتوای برنامه‌ها تغییری نکرد. و اگر هم در بعضی موارد تغییراتی ایجاد شد، محتوایی نبود. برنامه‌هایی بود که تمامی نوآوری‌های در تغییر دکورها، لباس مجریان و شیوه حرف زدن و برنامه اجرا کردن ایشان خلاصه می‌شد! (انصاف حکم می‌کند یادآور شویم برنامه‌های پرمحتوای سرگرم کننده و تاثیرگذاری هم از شبکه‌های پنجگانه تلویزیون پخش می‌شود، اما این برنامه‌ها معدود، و در حکم استثناء است. قاعده حاکم بر تهیه و پخش برنامه از این رسانه‌ها همان است که موضوع این تحلیل را تشکیل می‌دهد.)

به هر حال چند صباحی تماشاچیان صورت به امید تغییراتی، ولو تدریجی، دل‌خوش کرده بودند. ولی از تغییر خبری نشد، و لاجرم آن‌هایی که استعداد لازم را داشتند، با ابداع شیوه‌هایی برای مخفی‌کاری در زمینه دیش‌های ماهواره، زمینه رونق یافتن کسب و کار واردکنندگان، سازندگان، فروشندگان و نصب کنندگان آنتن‌های ماهواره‌ای را مساعد کردند: تکرار همان اشتباهی که در مورد ویدیو مرتکب شده بودیم!

مردم چه می‌گویند؟

یک تحقیق میدانی برای پی بردن به نحوه داوری مردم در مورد برنامه‌های تلویزیون انجام دادیم. ابزار عقیده دارندگان آنتن ماهواره را در انتهای این نظرسنجی به کناری گذاشتیم. دلیل هم این بود که چنین فرض گرفتیم این

گروه به علت تماشای برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای دارای سطح توقع بالایی هستند. بنابراین آنچه به عنوان حاصل این تحقیق عرضه شده انعکاسی است از باور مردمی که معیار قضاوت آن‌ها را می‌توان مبرا از تاثیرگذاری عوامل بیرونی (کیفیت برنامه‌های ماهواره‌ای مختلف) دانست.

مهمترین نتیجه حاصل از این تحقیق شکایت از زیادی برنامه‌های تکراری تلویزیونی است. پرسش شونده‌گان گفته‌اند چند بار باید سریال‌های ابوعلی سینا، اوشین، پوارو، خانم مارپل، مزدت‌رس، گارد ساحلی، شهر مرزی و یا برنامه‌های بی‌محتوای تفریحی ساخت داخل را تماشا کرد؟

فیلم‌های سینمایی تکراری را هم باید براین مکررات تلویزیونی افزود. در مواردی مسئولین سیما گمان می‌کنند پخش نخست یک فیلم سینمایی قدیمی را می‌توانند به حساب عرضه یک کار جدید بگذارند. غافل از این که مردم همان فیلم را بارها بر صفحه ویدیوی خانه‌شان دیده‌اند! مورد دیگر نشخوار شبکه‌های مختلف از برنامه‌های مرده یکدیگر است به عنوان نمونه فیلم یا سریالی را یکی از شبکه‌ها چند ماه قبل پخش کرده است، همان فیلم یا سریال را حالا یک شبکه دیگر پخش می‌کند!

برخی از برنامه‌های تولید داخل حتی شایسته نامگذاری «بی‌محتوا» هم نیست. نوعی دلفک‌بازی، و توهین به فهم و درک مردم است. به عنوان مثال به تعدادی از مسابقات اشاره می‌شود که نحوه اجرای آن‌ها بسیار سطحی و مردم فریب است. در مواردی این برنامه‌ها از مرز ابتذال هم فراتر می‌روند. شاید کسانی باشند که آمار بدهند عده‌ای از مردم برای شرکت در همین برنامه‌ها (حتی به عنوان تماشاچی) سرودست می‌شکنند. کسی این آمار را غیر واقعی نمی‌داند، اما اکثریتی هم هستند که به محض شروع این برنامه‌ها تلویزیون را خاموش می‌کنند. یک دختر دانشجو در حاشیه



جمع‌بندی نظرخواهی از آنان نگاهی بیفکنیم متوجه می‌شویم از محتوای تقریباً یکسان سریال‌های وطنی دل‌پرخونی دارند. حق هم با ایشان است. چرا که مضمون بسیاری از این سریال‌ها را مسائل خانوادگی که به نوعی به طلاق و ازدواج مربوط می‌شود تشکیل می‌دهد. دیدگاه‌های این سریال‌ها یکسان و کلیشه‌ای است. زاویه نگاه نویسندگان و تهیه‌کنندگان به مسائل خانوادگی، و حتی اجتماعی (مثلاً در مقولاتی نظیر اعتیاد و یا تضاد باورهای نسل کهن و جوان) از محدوده خاصی فراتر نمی‌رود. البته نمی‌دانیم این وضعیت را باید به حساب عدم

بضاعت فکری نویسندگان این برنامه‌ها گذاشت و یا سیاست‌های اعمال شده از سوی سیما را عامل این محدودیت در انتخاب سوزه‌های جدید و خروج از دایره بسته یک سلسله موضوعات مشخص، دانست.

آنچه آمد یک جمع‌بندی فشرده از داوری مخاطبان کانال‌های پنج‌گانه سیمای جمهوری اسلامی ایران است. قبل از این که به نتیجه‌گیری نهایی اقدام کنیم بد نیست فشرده نظریات یک بیننده سیما را که خود و همسرش به نوعی با جهان ارتباطات سروکار دارند، مرور کنیم. آقای فرهاد عفاقی لیسانسیه ادبیات فارسی است و با مطبوعات همکاری دارد. همسر وی نیز کارشناس و فارغ‌التحصیل رشته ارتباطات است. دیدگاه و داوری ایشان در مورد محتوای برنامه‌های تلویزیونی و اثرگذاری آن چنین است:

این جهان کوهست و فعل ما ندا
سوی ما آید نداها را صدا

پرسشنامه‌ای که در جریان همین نظرسنجی بر کرده نوشته است: «برنامه‌هایی مانند مسابقه بزرگ، سلام سلام، راه سوم، از خواستگاری تا ازدواج، معلم آفتاب و... برنامه‌هایی بی‌محتوا و وقت‌گیر هستند که تعدادی از آن‌ها علاوه بر بی‌محتوا بودن، بدآموز هم هستند»

کودکان و نوجوانان هم از بلیه برنامه‌های تکراری و بی‌محتوا بی‌نصیب نیستند. کودکان و نوجوانانی که مورد پرسش و نظرخواهی قرار گرفتند فهرست کارتونها و دیگر برنامه‌های تکراری کانال‌های پنج‌گانه را به این شرح برایمان نام بردند:

گامبا، بابا لنگ دراز، وروجک و نجار.

این گروه سنی هشتاد روز در جام جم - سیب خنده - سفرنامه سنجد جون و نیم رخ را برنامه‌هایی بد و غیرقابل تحمل معرفی کردند. ضمن آن که تعدادی از برنامه‌ها از نظر ایشان خوب و مطلوب است.

پای سخن بزرگترها که بنشینیم و به

در شرایطی که دانش ارتباطات با سرمایه‌گذاریهای هنگفت و بهره‌گیری از فن‌آوری‌های اعجاب‌انگیز روی در تسخیر فرهنگ‌ها دارد، داشتن چنین تلویزیون کم‌مایه‌ای در کشور ما حسرتی است جانگزا. تلویزیون به عنوان یکی از مهمترین وسایل ارتباط جمعی در تسخیر اذهان مردم نقشی بسزا دارد و سرمایه‌گذاری فکری، تحقیقی و مادی در این بخش می‌تواند بسیاری از معضلات جامعه را ترمیم کند. در یک نگاه کلی احساس می‌شود تلویزیون محصور در عقاید و آراء خاصی است که تامل‌کننده نظریات توده مخاطبانش نیست. آنچه بین «بیننده» و «دیده شده» جریان دارد، آن نگاه است و بینش و آیا چه بینشی - خصوصاً در جهان امروز - بر تلویزیون ما حاکم است که بتواند پاسخگوی نیازهای امروزین جامعه ایران باشد؟ تعاملی که در روند این وسیله ارتباطی رخ می‌دهد طبعاً تعاملی ضعیف و بیمارگونه است. به نظر می‌رسد تفکراتی که در پشت این جعبه جادویی حاکمیت دارد بسیار ابتدایی، ناهمگون و غیرعلمی است و گمان می‌رود هنوز تعریف جامعی برای این ابزار ارتباطی در ذهن گردانندگان آن وجود ندارد. به طور مثال در داستانهای پیگیری که تحت عنوان سریال ایرانی بخش می‌شود، مخاطبان چه کسانی هستند؟ پیام چیست؟ چه قضاوت و بازتاب ملی و فراملی می‌تواند داشته باشد؟ اثرات روانی آن بر ذهن فرد و ذهن اجتماع چیست؟ و این بازتاب خصوصاً در بین محافل هنری و سیاسی و جوامع دیگر جهانی چه برداشتی را موجب می‌شود؟

روشن‌تر بگوییم رابطه جامعه گسترده ما که میراث بر تمدنی عظیم و پربار، و مدعی جهان شمولی است، با خود و با جهان خارج جز به واسطه این گونه ابزارهای ارتباطی از جمله آن تلویزیون - که رشته حیات هر جامعه‌ای است - محقق نمی‌شود. و آیا این گونه برنامه‌ها و سریال‌ها که موضوع و عصاره آن حتی به یک

آن چه در تلویزیون ایران اتفاق افتاده افزایش کمیت برنامه‌ها است، فر صورت کیفیت هیچ‌کار در خور توجهی انجام نشده است. ما در حال تکرار همان تجربه تلخی هستیم که آن را در مورد ویدئو و پاناسونیک هزینه گزاف تجربه کرده‌ایم.

جمله هم نمی‌رسد معرف این جامعه می‌تواند بود؟ بسیاری از سریال‌ها و فیلم‌های وارداتی نیز - چه بر ضرورت و چه به سلیقه - چنان مثله می‌شود که دیگر قابل هضم نیست. تراژدی عمیق جامعه ما این است که این فیلم‌ها بیننده هم دارد، چرا که چیز دیگری در سفره نیست تا مردمان بچوند. در کمیت موضوع کمی پیشرفت داشته‌ایم. ایجاد پنج شبکه شامل تدارک مسابقات گوناگون به سبک خارجی و با ظاهری ایرانی - اسلامی، نوشتن برنامه‌های سرگرم‌کننده با تقلید کور از جلوه‌هایی که در رسانه‌های بیگانه و ماهواره مشاهده می‌شود، سریال‌هایی که هنر جدیدی به نام «کش‌دادن» را ابداع کرده‌اند و تبلیغات مبتذل - اگر ابتدال را صرفاً انحطاط‌گریزی و جنسی معنی نکنیم - و بیشتر برنامه‌هایی از این دست از جمله آن‌ها است. البته مشتی برداشتم تو در خروار بین. از محقق تا مقلد فرقه‌هاست

کاین چو داوودست و آن دیگر صداست
سیمای ما صدا ندارد. ایجاد چند شبکه اضافه تلاشی بوده است که در امتداد مبارزه با تهاجم فرهنگی و ماهواره انجام شد. اما نتیجه چه بوده است، داوری بسیار ساده است. چنین است که این صداها، صدای داوودی نیست. البته این موضوع به خاطر گستردگی تاثیر، بررسی وسیع‌تر، کامل‌تر و علمی‌تری را می‌طلبد که از رخصت و حوصله این مجله خارج است. اما در عین وجود چنین ضعف‌هایی لازم است از کوششهای صادقانه‌ای که برای تعالی و رشد کیفی و علمی برخی برنامه‌ها می‌شود تقدیر کرد. در انگشت‌شماری از این تولیدات جلوه‌هایی از اندیشه و تفکر صحیح و مبتنی بر شناخت فرهنگی وجود دارد که قطعاً از دیدگان بیدار جامعه پنهان نیست و گاه از این برهوت چشمه‌ای، تشنه‌ای را سیراب می‌کند.

به کدام وادی خواهیم رسید؟

تا زمانی که چندان دراز فن‌آوری چنان پیشرفت خواهد کرد که استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای بی‌این که بتوان بر آن کنترلی اعمال کرد، برای همگان میسر خواهد بود. در آن زمان دیگر هیچ قانون و مجری قانونی نمی‌تواند جلوی هجوم برنامه‌های ماهواره‌ای را بگیرد. در آن روزگار است که آسیب‌پذیری فرهنگ ملی ما تحقق خواهد یافت.

زمانی بود که ما می‌توانستیم با هزینه کمی یک ماهواره را اجاره کنیم و از طریق آن برنامه‌های مطلوب را برای مردم کشورمان گزینش، و پخش کنیم. آن فرصت را بی‌هیچ دلیل موجهی از دست دادیم. سپس کسانی مدعی شدند که برنامه‌های تلویزیون وطنی را چنان پربار و متنوع خواهند کرد که کسی رغبت نگریستن به برنامه‌های ماهواره‌ای را نکنند. اما این وعده تحقق نیافت، و مادام که تفکر فعلی در زمینه فرهنگ ارتباطات بر جامعه ما حاکم است، در برهمن پاشنه خواهد چرخید.

باید بسیار خوشبین و زودباور باشیم که بپذیریم مدیریت و تفکر حاکم بر تلویزیون کشورمان می‌تواند در روزگاری که هیچ سدی نمی‌تواند جلوی امواج ماهواره‌ها را بگیرد، قادر باشد مانع آسیب‌پذیری فرهنگ ملی ما شود. هم اکنون تلویزیون ما در مصاف با ماهواره‌ها سنگر به سنگر عقب‌نشینی می‌کند، وقتی یک خانواده علی‌رغم ممنوعیت‌های فعلی، ماهواره می‌خرد، این امر را باید فتح یک سنگر به وسیله ماهواره‌ها تلقی کرد. موضوع قابل توجه و مهم در این میان آن است که در همین شرایط کنونی عده کثیری از هموطنان ما به جای آن که زیرپوشش تلویزیون وطنی باشند، زیرپوشش تلویزیون‌های بیگانه و ماهواره‌ها قرار دارند،

بی‌آن که برای مصون کردن ایشان از صدمات تبلیغات فرهنگی بیگانگان یک سپر حفاظتی وجود داشته باشد. ساکنان شهرها و آبادی‌های هزاران کیلومتر مرزهای خاکی و آبی کشور به راحتی، و بی‌هیچ وسیله اضافی قادر به دریافت برنامه‌های تلویزیونی بیگانگان هستند، و خودفریبی است که بپنداریم آنان، همگی از تماشای برنامه‌های فریبنده تلویزیونی بیگانگان صرف‌نظر می‌کنند و فقط به برنامه‌های تلویزیون وطنی چشم می‌دوزند. فرهنگ ملی ما مهمترین سلاحی بوده که ما را از فراز و نشیب‌های تاریخ پیروز بیرون آورده است. اگر این فرهنگ را برای رویارویی با پدیده ماهواره‌ها تجهیز نکنیم، بعید نیست که این بار

بازی را ببازیم. جزم اندیشی، نادیده گرفتن واقعیات، باری به هرجهت، گذراندن امور، گوش نسپردن به توصیه‌های کارشناسانه‌ای که با دلسوزی و احساس مسؤولیت آمیخته است، و سرانجام چسبیدن به اندیشه‌های تاریخ مصرف گذشته، آخرین فرصت‌ها را برای تجهیز فرهنگی ما در راستای بی‌اثرسازی اثرات تخریبی فن‌آوری رو به تکامل ماهواره‌ای، هدر خواهد داد. اگر مسؤولان فرهنگی کشور می‌پندارند این صدا و سیما با محتوای کنونی‌شان می‌توانند به مصاف ماهواره بروند ما هم دیگر حرفی نداریم، جز این که بگوییم مسؤول تبعات این روش‌ها آن‌ها خواهند بود و نه کس دیگری...

ماهنامه گزارش را برای خود و دوستانتان مشترک شوید

خواننده گرامی

اشتراک ماهنامه برای شما امتیازاتی دارد که اهم آنها عبارتند از:

- * ثبات قیمت، زیرا افزایش قیمت مجله تا پایان دوره اشتراک شامل مشترکان نمی‌شود.
- * اطمینان از رسیدن به موقع و حتی ماهنامه.
- * عدم صرف وقت برای مراجعه به کیوسک‌های مختلف و سرگردانی و احتمالاً عدم توفیق در تهیه آن.

فرم اشتراک ماهنامه گزارش

اینجانب: فارغ التحصیل رشته: مسئولیت فعلی: ارائه دهنده تولیدات:
 به نشانی: کد پستی:
 تلفن: فاکس:
 ● کد اشتراک قبلی: ● درخواست اشتراک ماهنامه گزارش را از شماره به مدت یک سال دارم.

توجه: در صورت تکمیل و ارسال فرم اشتراک از شماره‌های قبل ماهنامه گزارش، پرداخت اختلاف مبلغ براساس تاریخ ارسال ضروری است.

لطفاً روی پاکت بنویسید «بخش اشتراک»

توضیحات:

۱- لطفاً وجه اشتراک را به حساب جاری ۱۸۸۸/۱۰ بانک صادرات شعبه ۲۹۰ تهران، شعبه نبش گلزار، قابل پرداخت در تمام شعب بانکها، واریز و اصل فیش آن را همراه درخواست اشتراک بوسیله صندوق پستی ۱۳۱۵۵-۵۳۶۲ تهران به دفتر مجله ارسال کنید.

● شماره‌های قبلی مجله هر نسخه ۲۰۰۰ ریال به فروش می‌رسد.

۲- علاقمندان به اشتراک در خارج از ایران می‌توانند به دو صورت زیر عمل کنند:

- الف - مبلغ اشتراک را به حساب جاری شماره ۲۳ - ۰۱۰۰۰۰۲۱۴۸۱ - بانک ملی ایران شعبه پاریس به نشانی 43, avenue Montaigne - 75008 PARIS - Telephone: 47.23.78.57, Telex: 641 506 MELBAN به صورت Multi Cash به نام مجله گزارش واریز و اصل حواله را (آدرس و مشخصات با حروف بزرگ لاتین) به نشانی مجله گزارش، صندوق پستی ۱۴۱۵۵-۵۴۶۷ تهران - ایران با پست سفارشی ارسال کنند.
- ب - معادل ریالی آن را به نرخ روز توسط اقوام یا دوستان خود در ایران به حساب جاری ماهنامه گزارش واریز و قبض آنرا همراه با نشانی کامل (آدرس و مشخصات با حروف بزرگ لاتین) به نشانی مجله ارسال کنند.