

خشونت‌آمیز- به ندرت برداشته می‌شود. این دستگاه چشمی، به‌طور همزمان، هم صحنه را نشان می‌دهد و هم حرکت چشمان تماشاگر را. تعقیب چنین رفتار خارق‌العاده‌ای، نشانه دیگری از خصالت بسیار سرد و درگیرکننده این وسیله ارتباطی است.

در نمایش تلویزیونی «جک‌پار» در هشتم مارس ۱۹۶۳، تماشاگران، «ریچارد نیکسون» را مشاهده کردند که به جای گفتن سخنان خشک سیاسی و حقوقی، استادانه و خلاقانه سرگرم نواختن پیانو بود. اگر چنین صحنه‌هایی چندبار دیگر و در لحظاتی مناسب تکرار شده بود نتیجه مبارزه انتخاباتی «نیکسون» و «کندی» کاملاً تغییر می‌کرد. تلویزیون، رسانه‌ای است که شخصیت تندوتیز را نفی می‌کند و بیشتر از فرآورده‌ها، به بازنمایی فرآیندها گرایش نشان می‌دهد.

**تلویزیون؛ گرایش به فرآیند، نه فرآورده**  
انتطابق تلویزیون با فرآیندها به جای فرآورده‌های بسته‌بندی شده واضح و مشخص، سرخوردگی بسیاری از مردم را از این رسانه، در کاربرد سیاسی‌اش توضیح می‌دهد. «ادیت افرون» در مقاله‌ای در «تی‌وی گاید» (راهنمای تلویزیون)، (۱۸-۲۴ ماه مه، ۱۹۶۳) تلویزیون را «غول خجالتی» لقب داد؛ زیرا تلویزیون برای مسائل داغ روز و مباحث کاملاً مشخص و جنجال برانگیز مناسب نیست: «علی‌رغم

تلویزیونی اطاعت می‌کنند. آنان دقت می‌کنند، تعمق می‌کنند، از سرعت مطالعه خود می‌کاهند و خود را در آنچه مطالعه می‌کنند به شکلی عمیق، درگیر می‌سازند. این کاری است که آنها، عمل کردن به آن را در تصویر نگاری سرد و بی‌روح کتاب داستانهای مصور آموخته بودند. تلویزیون، بازهم این فرآیند را ادامه داد. کودکان به‌طور ناگهانی، با وسیله ارتباطی داغ چاپ، با الگوهای یکنواخت و حرکت سریع خطی آن رودررو قرار می‌گیرند. آنها بدون هدف می‌کوشند خیلی عمیق، صفحه‌های چاپی را

## تلویزیون؛ غول خجالتی

بخوانند. آنان، همه حواس خود را متوجه عبارات چاپی می‌کنند، ولی رسانه چاپی آنها را از خود می‌رانند. رسانه چاپی، استعداد جداگانه و بصری محض را طلب می‌کند، نه آمیخته‌ای از حواس پنجگانه را.  
دستگاه چشمی «مک ورت»، که کودکان، هنگام تماشای تلویزیون از آن استفاده می‌کنند، آشکار ساخته است که چشمان آنها، کنش‌ها را دنبال نمی‌کند، بلکه واکنش‌ها را تعقیب می‌نماید. نگاه تماشاگران خردسال از روی چهره بازیگران - حتی در جریان صحنه‌های

مارشال مک‌لوهان  
ترجمه: شاهرخ بهار

شاید، آشناترین و احساس برانگیزترین تأثیر تلویزیون را بتوان در وضعیت بدنی کودکان سالهای اول ابتدایی، به هنگام درس خواندن مشاهده کرد. از زمان اختراع تلویزیون به این سو، کودکان - صرف‌نظر از چگونگی دید چشمان آنان - به‌طور میانگین، صفحه کتاب را در فاصله شش اینچ و نیم (۱۶/۲۵ سانتیمتری) چشمانشان نگاه می‌دارند. کودکان ما، سعی دارند قدرت حسّی فراگیر تصویر تلویزیونی را به روی صفحه حروف چاپی انتقال دهند. آنها با مهارتی روانی-تقلیدی، از فرمان‌های تصویر

معاف بودن رسمی از سانسور، یک سکوت خود ساخته، برنامه‌های مستند شبکه‌ها را از پرداختن به بسیاری از مسائل بزرگ روز ناتوان ساخته است». عده‌ای احساس می‌کنند که تلویزیون به عنوان یک رسانه سرد، نوعی «جمود نعشی» را وارد تشکیلات حکومتی کرده است. با وجود مشارکت بسیار زیاد تماشاگران در رسانه تلویزیون این رسانه در رسیدگی به مسائل داغ و مبتلا به روزمره، ناتوان است. «هوارد. کی. اسمیت» در این باره چنین نوشت:

«اگر بحث و جدلی درباره‌ی کشوری واقع در ۱۴ هزار مایل آن‌سوتر در بگیرد، شبکه‌های تلویزیونی از منعکس ساختن آن استقبال می‌کنند. اما این شبکه‌ها از بحث و جدل واقعی، طرح و نارضایی‌های واقعی در داخل کشور رویگردان هستند». از نظر کسانی که به رسانه‌های مکتوب جنجالی - که به برخورد عقاید می‌پردازند و نه به تعمق در مسائل - عادت کرده‌اند، رفتار تلویزیون قابل توجیه نیست.

یکی از عناوین خبری که مستقیماً به تلویزیون مربوط می‌شود از این قرار بود: «سرانجام چنین چیزی رخ داد. یک فیلم بریتانیایی با زیرنویس به زبان انگلیسی، که معنی لهجه‌های به کار رفته در فیلم را توضیح می‌دهد». فیلم مورد نظر یک فیلم بریتانیایی بود به نام «گنجشک‌ها آواز نمی‌خوانند». یک فرهنگ عبارات‌ها و واژه‌های «یورکشایر»، «کاکنی»، و سایر عبارات عامیانه و محلی نیز چاپ شد تا تماشاگران بتوانند به معنی زیرنویس‌ها پی ببرند. زیرنویس‌ها، نشانه عمق تأثیر تلویزیون است. یکی از عجیب‌ترین تحولات ایجاد شده از زمان پیدایش تلویزیون در انگلستان، هجوم لهجه‌های محلی بوده است. ظهور ناگهانی این لهجه‌های عامیانه در انگلستان، در نقاطی که پیش از آن، تنها «انگلیسی استاندارد» به گوش می‌رسید یکی از مهمترین رویدادهای فرهنگی زمانه ماست. حتی در کلاس‌های درسی دانشگاه‌های «آکسفورد» و «کمبریج»، بار دیگر لهجه‌های محلی به گوش می‌رسد. دانشجویان این دانشگاه‌ها، دیگر سعی نمی‌کنند به زبانی واحد و یکنواخت تکلم کنند. تکلم به لهجه‌های محلی از زمان روی کار آمدن تلویزیون، یک پیوند اجتماعی عمیق را موجب شده است. به اندازه‌ای که زبان مصنوعی «انگلیسی

استاندارد» - که تنها یک قرن پیش آغاز شد - چنین چیزی را میسر نساخته بود.

### حکومت، از طریق تلویزیون

موفقیت هر مجری برنامه تلویزیونی بستگی به آن دارد که وی به یک شیوه اجرایی با «فشار پایین» دست یابد، هر چند تولید برنامه او و روی آنتن رفتن آن، مستلزم سازماندهی با «فشار بالا» است. فیدل کاسترو می‌تواند یک نمونه مورد نظر باشد. بنا بر گزارشی که «تادزالک» درباره «شوی یک نفره تلویزیون کوبا» تهیه کرده است، «کاسترو با شیوه سهل و ممتنع و بداهه‌گویی خود می‌تواند در سیاست کشورش، تحول ایجاد کند و بر کشور خود حکومت نماید. آن هم درست در مقابل دوربین». اکنون «تادزالک» دچار این توهم است که تلویزیون، یک وسیله ارتباطی داغ و آشوبگر است، و اظهار نظر می‌کند که: «اگر در کنگو، تلویزیون وجود داشت می‌توانست به لومباکمک کند تا توده‌ها را، از آن هم بیشتر، به آشوب و خونریزی برانگیزد».

اما «زالک» کاملاً در اشتباه است. رسانه‌ای که در میان توده‌ها، جنون و آشوب ایجاد می‌کند رادیوست؛ رادیو عامل عمده‌ای در به جوش آوردن خون قومی طایفه‌ها و قبیله‌های آفریقا، هند و چین به‌طور یکسان بوده است. آنچه کوباییان از تلویزیون دریافت می‌کنند این تجربه است که به‌طور مستقیم، در تصمیم‌گیری‌های سیاسی دست دارند. «کاسترو»، خود را در هیأت یک آموزگار جلوه می‌دهد، و به‌طوری که «زالک» می‌گوید: «موفق می‌شود که ارشاد سیاسی و آموزش را با چنان مهارتی، با تبلیغات در هم آمیزد که بیشتر اوقات، به دشواری می‌توان گفت که کدام یک از کجا آغاز می‌شود و کدام یک در کجا خاتمه می‌یابد». به‌طور دقیق، همین درهم آمیختگی، در برنامه‌های سرگرم‌کننده در اروپا و آمریکا به‌طور یکسان به کار می‌رود. هر فیلم آمریکایی، اگر در خارج از ایالات متحده تماشا شود، به نوعی تبلیغ ظریف و غیر محسوس سیاسی همانند است. برنامه سرگرم‌کننده قابل قبول، ناگزیر است فرضیه‌ها و عقیده‌های فرهنگی و سیاسی سرزمین خود را مورد ستایش و بهره‌برداری قرار دهد. این پیش‌فرض‌های ناگفته، در عین حال به سهم خود چشم مردم را در مقابل بدیهی‌ترین واقعیت‌ها درباره رسانه نوینی چون تلویزیون کور می‌کند.

### مارشال مک‌لوهان که بود؟

مارشال مک‌لوهان (Marshall McLuhan) پروفیسور کاتالیایی (۱۹۱۸-۸۰) از تحلیلگران پیشناز عرصه رسانه‌ها در دهه ۱۹۶۰ بود آثار او علی‌رغم اینکه از مرگ نوشتار در بای گویتین رسانه‌های الکترونیک خبر می‌داد، اما هنوز هم در کنفرانس‌ها به فروش می‌رسند.

مک‌لوهان و استادی هارولد انیس (Harold Innis) دو چهره مکتب تورنتو در جهان ارتباطات هستند.

مک‌لوهان رادیو را طبل قبیله‌ای (Tribal drum)، تلویزیون را غول خجالتی نامید.

علی‌القاعده، خوانندگان رسانه با آرای کلی مک‌لوهان و به‌ویژه با عبارت دهکده جهانی (Global Village) را آشنا هستند. افزون بر این، طیف‌بندی مراحل تاریخی بر مبنای ارتباطات و به عبارت بهتر نگرش تاریخی مبتنی بر تحول انگیزی مارشال مک‌لوهان نیز کمابیش برای خوانندگان فرهیخته رسانه آشنا به‌نظر می‌رسد. او در این نگرش، سه مرحله را مطرح می‌سازد ارتباطات شفاهی، کهکشان گوتنبرگ (پیدایش خط و چاپ شدن کتابها) و کهکشان مارکتی (افتتاح رادیو که به زعم مارشال، موجب ایجاد تعادل دوباره میان ارتباطات شفاهی شنیداری و مکتوب دیداری شد و مرحله‌ای الکترونیک است).

اما اکنون به دلیل درج مطلب تلویزیون، غول خجالتی که یکی از آثار پایه‌ای مارشال مک‌لوهان به‌شمار می‌آید، ذکر چند نکته ضروری به‌نظر می‌رسد:

۱. در قبال آرای مک‌لوهان در ایران نوعی شبنگی به‌چشم می‌خورد که مادر آن‌گهی به‌نظر می‌رسد پس در گام نخست، درج این مطلب و سایر آرای نامبرده از سوی رسانه را باید صرفاً در راستای تبیین این دیدگاهها و نه تأیید آنها به‌شمار آورد.

۲. در مورد کهکشان گوتنبرگ مارشال مک‌لوهان باید متذکر شویم او تولید کتاب را عامل تولید زنجیره‌ای فله‌های می‌کند و در واقع امکان تأثیر دهنش از طریق چاپ را عامل تولید شیوه کالاهای می‌داند و به این ترتیب بر نقش انبساط سرمایه و خصلت‌های سلطه‌گرانه و استعمارگرانه سرمایه‌داری در ایجاد فرهنگ مصرف‌سرویش می‌گذارد.

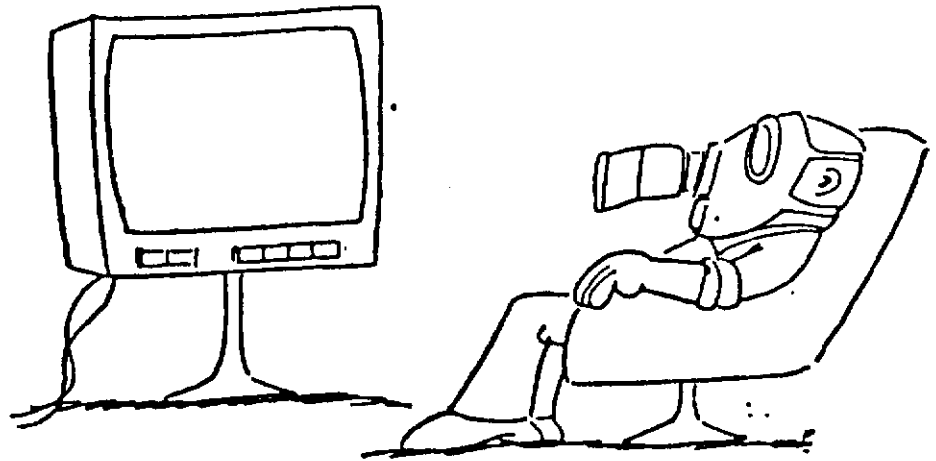
۳. در مرحله کهکشان مارکتی هم همان نگاه رسانه‌مدار (Media-Centered View) مارشال به حاکمیت خود ادامه می‌دهد مفهوم شمار رسانه همان پیام است چیزی نیست جز اینکه رسانه بر جامعه مقدم است و عامل تغییر اجتماعی به‌شمار می‌آید.

۴. در جبرگرایی تکنولوژیک مارشال مک‌لوهان تا نکیه بر رسانه، نقش نظام اجتماعی که رسانه در گستره آن است، عامله‌کننده کم‌رنگ می‌شود. مک‌لوهان با نگاهی ایستا و وابسته‌ریخته، مخاطبان را اهداف منفعلی می‌داند که با «دادها»، «مسئله» داده می‌شوند به نحوی که حتی آستانه حسی آنها به هنگام عبور داده‌ها تحریک نمی‌شود. او محتوای رسانه‌ها را گوشه‌های آبیاری می‌داند که برای برطرف کردن حواس «بگهای ننگیان مغز به‌کار برده می‌شوند او مخاطبان را ادامه تکنولوژی ارتباط می‌داند و آنها را عناصری در درون تکنولوژی ارتباطات می‌شناسد.

۵. منتقدان مک‌لوهان می‌گویند دهکده جهانی (Global Village) به‌فکده جهانی (Global Pillage) ترجمه چرا که در حقیقت در دنبال تلاوی فرهنگها، مذاهب و تومیتهای در راستای جهانی‌سازی رویه زندگی غربی بوده و در حقیقت رشد سرطانی شبکه‌های ژئوپولیتیک بوده که از رئسانس ریشه دوانده است.

۶. مک‌لوهان که عمدتاً به شکل رسانه اهمیت می‌داد و میراث گذشته مرحله شفاهی را در تکنولوژی الکترونیک جست‌وجو می‌کرد - این تکنولوژی هم در زمانه ناسازی اطلاعات در تک قدرت غرب است - یکی از مشاوران شرکت فرامی جنرال موتورز و یکی از مفزهای قدیمه روز وال‌استریت بود یک توصیه بزرگ او به محافل تجاری و بازرگانی غرب در زمینه تبلیغات این بود که طوری تبلیغ نکنید که نیازهای مصرف‌کنندگان، هماننگ و یک‌دست شود، چون در این صورت خود تبلیغات فرامی موفقیت خودش می‌شود.

او در کتاب جنگ و صلح خود نیز به امریکایی‌ها در مورد جنگ و ریتام پیشنهاد کرد از بسجای امنی کهسیدت استفاده کنند تا جنگ‌ها بسوزند و ویت‌کنگها در تیرس فرار بگیرند.



فیلم «تشریح یک جنایت» و آثار جالب توجه دیگر، خاطرنشان کرده است از نخستین سالی که تلویزیون روی کار آمد دگرگونی عمده‌ای در فیلم‌سازی و تماشای فیلم صورت گرفته است. وی در این باره چنین نوشت: «در سال ۱۹۵۱، من مبارزه‌ای را آغاز کردم تا بتوانم برای فیلم خود به نام «ماه، آبی است» اجازه نمایش در سالن‌های سینما بگیرم، زیرا اجازه نمایش به این فیلم داده نمی‌شد. این مبارزه‌ای کوچک بود و من در آن پیروز شدم».

وی در ادامه این مطلب نوشت: «این واقعیت که دلیل عدم اجازه برای نمایش فیلم مزبور این بود که کلمه «باکره» در فیلم مزبور به کار رفته بود و دلیل اعتراض به این فیلم نیز همین کلمه بود، امروز، قضیه‌ای مضحک و تقریباً باورنکردنی است».

«اتوپرمینجر» معتقد است که سینمای امریکا، به دلیل نفوذ تلویزیون روبه پختگی نهاده است. رسانه خشک و بی‌روح تلویزیون، در زمینه هنر و برنامه‌های سرگرم‌کننده، به طوریکسان ساختارهای عمیقی را موجب می‌شود و درگیری عمیق تماشاگر را نیز باعث می‌گردد. از آنجایی که تقریباً همه تکنولوژی‌ها و برنامه‌های تفریحی ما از زمان گوتنبرگ به بعد «سرد» نبوده‌اند بلکه «داغ» بوده‌اند و همچنین عمیق نبوده‌اند بلکه پراکنده و گسیخته بوده‌اند و همچنین به تهیه‌کننده گرایش نداشته‌اند بلکه به مصرف‌کننده گرایش نشان داده‌اند، کمتر موقعیت تثبیت شده‌ای بوده است که از نظر الگو و بافت، به شکلی عمیق زیورور نشده باشد.

همه روزه، پیرامون آشنفتگی روانی و اجتماعی ناشی از تصویر تلویزیونی - و نه برنامه‌های تلویزیونی - در مطبوعات بحث می‌شود. «ریموند برا» که نقش «پری‌میسون» را ایفا می‌کرد خطاب به انجمن ملی قضات شهرستان‌ها گفت: «بدون درک و قبول مردم عامی، قوانینی که شما اجرا می‌کنید و دادگاه‌هایی که ریاست آنها را به عهده می‌گیرید دیگر نمی‌توانند وجود داشته باشند». آنچه آقای «برا» از قلم انداخت آن بود که برنامه تلویزیونی «پری‌میسون» که وی نقش اول را در آن به عهده داشت نمونه آن نوع در تجربه تلویزیونی است که مشارکت تماشاگر در آن، شدید است و ارتباط مردم با قوانین و دادگاه‌ها را تغییر داده است.

زیبا و خیال انگیز و طراحی خاص جهت تأکید بر هر یک از نکته‌های مورد نظر آراسته شد. به هر چهار رسانه در این آزمایش تکراری، شدت و وضوح بیشتری بخشیده شد. تلویزیون و رادیو، این بار نیز، به طور کامل بر سخنرانی و متن چاپی پیشی گرفتند. با این وجود، برخلاف انتظار آزمایش کنندگان، این بار رادیو به طرز نمایان، گوی سبقت را از تلویزیون ربود. مدتها طول کشید تا دلیل این امر روشن شد. دلیلش، این بود که تلویزیون، یک رسانه سرد و بی‌روح و نیازمند مشارکت تماشاگر است. تلویزیون هنگامی که برنامه‌های آن به خصایص نمایشی و سایر عناصر توجه برانگیز آراسته می‌شود، عملکرد ضعیف‌تری پیدا می‌کند. اما رادیو، رسانه‌ای داغ و پراشتاب است. وقتی که شدت و قدرت بیشتری به آن بخشیده شود، بهتر عمل می‌کند. رادیو به اندازه تلویزیون، استفاده کنندگان را به مشارکت فعال فرا نمی‌خواند. رادیو به صورت اصوات پس زمینه یا کنترل سطح سروصدای نامناسب عمل می‌کند، همچون زمانی که یک نوجوان مبتکر از آن، به عنوان یک وسیله خصوصی در اوقات تنهایی استفاده می‌کند. تلویزیون به صورت پس زمینه عمل نمی‌کند، بلکه تماشاگر را درگیر می‌سازد. تماشاگر، ناگزیر است که با آن همراه باشد.

از هنگام روی کار آمدن تلویزیون، بسیاری از رسانه‌ها تأثیر خود را از دست داده‌اند. نه تنها سینما، بلکه مجله‌های ملی نیز از این رسانه جدید لطمه دیده‌اند. حتی از تیراژ کتابهای مصور کودکان نیز به شدت کاسته شده است. قبل از روی کار آمدن تلویزیون، نگرانی بسیاری وجود داشت که چرا کودکان نمی‌توانند بخوانند. در عصر تلویزیون، کودکان یک رشته ادراک‌های تازه به دست آورده‌اند. کودکان دیگر مثل گذشته نیستند. «اتوپرمینجر»، کارگردان

### داغی رادیو، سردی تلویزیون

چندسال پیش، در برنامه‌ای که به طور همزمان، در چند شاخه و از چندین رسانه در «تورنتو» پخش شد، تلویزیون دست به یک اقدام عجیب و غیرمعمول زد. به چهار گروه انتخاب شده به طور اتفاقی از میان دانشجویان دانشگاه‌ها، همزمان اطلاعات یکسانی درباره ساختار زبانهای عامیانه قبل از سوادآموزی داده شد. یک گروه، این اطلاعات را از رادیو دریافت کرد، دیگری از تلویزیون، سومی از طریق گوش دادن به یک سخنرانی، و چهارمی از طریق خواندن آنها. به استثنای گروه خواننده، اطلاعات داده شده به وسیله یک گوینده واحد به صورت لفظی و بدون بحث یا پرسش و یا استفاده از تخته سیاه قرائت می‌شد. هر گروه، به مدت نیم‌ساعت در معرض دریافت این اطلاعات قرار گرفت. پس از آن، پرسشنامه واحدی در اختیار هر چهار گروه قرار گرفت تا آن را پر کنند. مجریان این آزمون به طور غیرمنتظره متوجه شدند که دانشجویان، اطلاعات دریافت شده از تلویزیون و رادیو را بهتر از سخنرانی و متن چاپی درک کرده‌اند، و دیگر اینکه گروه دریافت‌کننده اطلاعات از تلویزیون میزان درکشان کاملاً بهتر از گروه استفاده کننده از رادیو بود. از آنجایی که هیچ تأکید ویژه‌ای بر هیچ یک از این چهار رسانه صورت نگرفته بود، آزمایش مزبور با گروه‌های دیگری که آنها نیز تصادفی انتخاب شده بودند تکرار شد. این بار به هر یک از رسانه‌ها فرصت کامل داده شد تا اطلاع‌رسانی را به شیوه‌ای که خود صلاح می‌دانند به انجام برسانند. رادیو و تلویزیون به مطلب مزبور حالت نمایشی بخشیدند و خصوصیات سمعی و بصری متعددی بر آن افزودند. سخنران نیز به تخته سیاه و بحث و گفت‌وگوهای خاص کلاس توسل جست. متن چاپی نیز، با حروف چاپی

## تصویر تلویزیونی چیست؟

تصویر تلویزیونی، با فیلم یا عکس، هیچ وجه اشتراکی ندارد، مگر آنکه تصویر تلویزیونی یک کلیت غیرلفظی، یا وضعیتی از شکل‌ها و قالب‌ها را عرضه می‌کند. تماشاگر تلویزیون هنگامی که در مقابل تلویزیون قرار دارد تبدیل به اکران تلویزیون می‌شود. تصویر تلویزیون به‌طور بصری از نظر داده‌های اطلاعاتی ضعیف است. تصویر تلویزیونی، یک نمای ثابت نیست. به‌هیچ وجه، یک عکس نیز به شمار نمی‌رود، بلکه طرحی از اشیا است که بدون وقفه تشکیل می‌گردد. طرح پلاستیک اشیا، و تصویری که بدین ترتیب تشکیل می‌شود خصوصیت مجسمه و شمایل را دارد و کمتر، به تصویر شبیه است. تصویر تلویزیونی در هر ثانیه، سه میلیون نقطه را به دستگاه گیرنده انتقال می‌دهد و تماشاگر، از این تعداد نقطه، تنها چند ده نقطه را می‌پذیرد تا با استفاده از آنها، تصویری را در ذهن خود شکل ببخشد.

تصویر فیلم، به نسبت تلویزیون، میلیون‌ها اطلاعات بیشتر را در هر ثانیه ارائه می‌دهد و تماشاگر فیلم، ناگزیر نیست به اندازه تماشاگر تلویزیون از تعداد این داده‌ها بکاهد تا تصویر موردنظر خود را در ذهن خود تشکیل دهد. تماشاگر فیلم، تمامی تصویر را به منزله یک معامله یک‌جا می‌پذیرد. در مقابل، تماشاگر موزاییک تلویزیون، با کنترل فنی بر تصویر، ناآگاهانه نقطه‌ها را از نو در یک طرح کلی به کار می‌برد و آن را به صورت یک اثر هنری «آبستره» (انتزاعی)، طبق الگوی «سورا» یا «روثو» تبدیل می‌کند. اگر کسی بپرسد آیا در صورتی که تکنولوژی، کیفیت تصویر تلویزیونی را بالا ببرد و آن را به سطح فیلم تلویزیونی برساند این شکل، تغییر خواهد کرد یا نه؟ می‌توان چنین پاسخ داد: «آیا ما می‌توانیم با افزودن جزئیات پرسپکتیو و نور و سایه به یک کاریکاتور آن را تغییر دهیم؟» پاسخ به این پرسش، مثبت است، اما در آن صورت، چنین چیزی دیگر یک کاریکاتور نخواهد بود. آن تلویزیونی نیز که کیفیت تصویرش بهبود یافته باشد دیگر، «تلویزیون» نخواهد بود. در حال حاضر تصویر تلویزیونی یک سطح تور مانند موزاییک متشکل از نقطه‌های نورانی و تاریک است که با نمای یک فیلم تفاوت دارد، حتی زمانی که کیفیت تصویر فیلم بسیار پایین باشد.

## تلویزیون، بیگانه با بُعد سوم

چنان‌که در هر موزاییک دیگری می‌توان دید، بُعد سوم برای تلویزیون امری بیگانه است؛ اما می‌توان به کمک ذهن این بُعد را روی تصویر تلویزیونی سوار نمود. در تلویزیون، توهم بُعد سوم تا حد اندکی به‌وسیله صحنه آرایی در استودیو ایجاد می‌گردد، ولی یک تصویر تلویزیونی به خودی خود، یک موزاییک تخت دو بُعدی است. بخش زیادی از توهم سه بُعدی، بر اثر عادت به تماشای فیلم و عکس حاصل می‌شود. علت این امر، آن است که دوربین تلویزیونی دارای زاویه دید درونی نظیر دوربین سینمایی نیست. «ایستمن کداک» اکنون دارای یک دوربین دو بُعدی است که می‌تواند با تأثیرهای سطحی دوربین تلویزیونی هم سطح باشد. با این حال، برای مردم باسواد و کتابخوان، که دارای نظرگاه‌های ثابت و دید سه بُعدی هستند درک ویژگی‌های دید دو بُعدی دشوار است. اگر چنین کاری برای آنها به سهولت انجام می‌گرفت، هیچ‌گونه مشکلی با هنر «آبستره» نمی‌داشتند، «جنرال موتورز» آلمان، طرحی در هم و برهم از اتومبیل ارائه نمی‌داد و مجله‌های تصویری، در مورد رابطه میان مطالب اصلی و آگهیها دچار مشکل نمی‌شدند.

بسیاری از کارگردانها، در مقایسه تصویر تلویزیونی با نمای فیلم سینمایی، تصویر تلویزیون را دارای وضوح پایین می‌دانند و این بدان مفهوم است که تصویر تلویزیونی دارای جزئیات اندکی است و اطلاعات تصویری را در سطحی پایین ارائه می‌دهد و بیشتر به کاریکاتور شباهت دارد. یک نمای درشت تلویزیونی، تنها به اندازه یک بخش کوچک از یک نمای دور، روی اکران سینما اطلاعات ارائه می‌دهد. کسانی که از محتوای برنامه‌های تلویزیونی انتقاد می‌کنند زمانی که راجع به خشونت در تلویزیون سخن می‌گویند، به دلیل آنکه چنین جنبه عمده و اصلی از تصویر تلویزیونی را نادیده گرفته‌اند، سخن آنان بیهوده است. کسانی که از نگرش نقادانه هواداری می‌کنند بیشتر افرادی باسواد هستند که به کتاب‌گرایش دارند، ولی به خوبی با دست‌ورزان روزنامه یا رادیو و یا فیلم آشنایی ندارند؛ به همین دلیل، به هر رسانه‌ای غیر از کتاب، به دیده شک و تردید می‌نگرند. ساده‌ترین پرسش درباره هرگونه تأثیر روانی رسانه‌ها - حتی کتاب - این افراد را دچار ترس و وحشت ناشی

## ■ براساس یک آزمایش انجام شده، اطلاعات دریافت شده از تلویزیون و رادیو، بهتر از سخنرانی و متن چاپی درک می‌شود و گروه دریافت‌کننده اطلاعات از تلویزیون، میزان درکشان، بیشتر از گروه استفاده‌کننده از رادیو است.

از عدم اطمینان می‌کند. هنگامی که این انتقادکنندگان متوجه شوند که در همه موارد «رسانه، پیام است» و یا منبع اساسی تأثیرهای گوناگون به‌شمار می‌رود به سانسور رسانه، روی می‌آورند، نه به کنترل محتوای آن. فرضیه کنونی آنها دایر بر آنکه محتوا یا برنامه‌ریزی، عاملی است که بر نحوه دید و عمل مخاطب تأثیر می‌گذارد از رسانه کتاب مشتق شده است؛ زیرا کتاب میان فرم و محتوا جدایی افکنده است.

## تلویزیون، یک رسانه انقلابی

آیا عجیب نیست که تلویزیون در دهه ۱۹۵۰ یک رسانه انقلابی در امریکا به‌شمار می‌رفت، همان‌گونه که رادیو در دهه ۱۹۳۰ در اروپا چنین حالتی را داشت؟ رادیو، رسانه‌ای که تاروپود قبیله‌ای و قومی ذهن اروپاییان را در دهه ۱۹۲۰ و دهه ۱۹۳۰ احیا نمود دارای چنین تأثیری در انگلستان یا امریکا نبود. در این دو کشور، پیوندهای قبیله‌ای و قومی به‌وسیله سواد خواندن و گسترش یافتن آن از نظر صنعتی، تا بدان‌جا فرسوده شده بود که رادیو، هیچ‌گونه واکنش بارز قومی به دنبال نداشت. با این حال، ده سال حضور تلویزیون، حتی ایالات متحده را نیز «اروپایی» کرده است. درست نیست که گفته شود تلویزیون، انگلستان و امریکا را نیز دوباره، دچار قبیله‌گرایی خواهد کرد. عمل رادیو بر دنیای سخن و حافظه جنون‌آسا بود. لیکن تلویزیون، انگلستان و امریکا را در مقابل رادیو آسیب‌پذیر ساخته است؛ حال آنکه در گذشته، این دو کشور تا اندازه بسیار زیادی در برابر رادیو دارای مصونیت بودند. چه خوب و چه بد، تصویر تلویزیونی یک نیروی وحدت‌بخش از نظر حسی و فکری را، در زندگی این نفوس بسیار باسواد ایجاد کرده است، نیرویی که قرنها، فاقد

آن بوده‌اند. هنگام مطالعه این‌گونه امور در مورد رسانه‌ها، عاقلانه است که از هرگونه قضاوت ارزشی اجتناب گردد، زیرا تأثیر آنها به گونه‌ای است که نمی‌توان به صورت جداگانه مورد بررسی قرار داد.

همدلی یا حس یگانگی، از نظر شاعران، نقاشان و کلاً هنرمندان غرب، رؤیایی دست‌نیافتنی جلوه می‌کرد. آنها با اندوه و یأس، به زندگی ذهنی از هم گسیخته و کم مایه انسان با سواد مغرب‌زمینی، در قرن هجدهم و پس از آن نگرسته بودند. چنین بود پیام «بلیک» و «پیترا»، «ییتس» و «دی‌اچ لارنس» و شمار زیادی از چهره‌های بزرگ و سرشناس دیگر. آنان آمادگی این را نداشتند که عمل زیباشناختی رادیو و تلویزیون، رویاهای آنان را در زندگی روزمره تحقق بخشد. اما رادیو و تلویزیون - که استمرار وسیع و گسترده سیستم‌های عصبی مرکزی ما هستند - انسان غربی را در یک نشست روزانه توأم با همدلی در بر گرفته‌اند. شاعران رمانتیک آلمان و فلاسفه آن کشور، در یک گروه قبیله‌ای جهت بازگشت به ناخودآگاه تاریک، مدتی بیش از یک قرن، قبل از آنکه «رادیو» و «هیتلر»، خودداری از چنین بازگشتی را دشوار سازند با یکدیگر هم‌نوا می‌کردند، درباره قومی که آرزومند بازگشت به شیوه‌ها و آداب قبل از دوران سواد آموختگی هستند چه می‌توان گفت؟ آن هم زمانی که آنها هیچ اطلاعی ندارند از اینکه چگونه شیوه بصری استوار بر تمدن، جایگزین سحر و جادوی شینداری قبیله‌ای گردید؟ انسان باسواد، طبعاً خواب راه‌حل‌های

دیداری برای مسائل مربوط به تفاوت‌های میان افراد بشر را می‌بیند. در پایان قرن نوزدهم، این نوع رؤیا، هم برای مردان و هم برای زنان، لباس و آموزش مشابهی را پیشنهاد کرد. شکست برنامه‌های درهم آمیختن جنسیت مردوزن، خمیرمایه بخش اعظم نوشتارها و روانکاوای قرن بیستم را فراهم آورده است. درهم آمیختن نژادی - که بر مبنای یکپارچگی و یکسان بودن بصری به مورد اجرا گذاشته شده است - استمرار یک استراتژی فرهنگی یکسان در مورد انسان با سواد است که از نظر او این تفاوت‌ها و اختلاف‌ها، هم از نظر جنسیت و هم از نظر نژادی و چه در زمان و چه در مکان، برای همیشه باید ریشه‌کن گردد. انسان الکترونیکی با هرچه عمیق‌تر درگیر شدن در واقعیت‌های موقعیت بشر، نمی‌تواند استراتژی فرهنگی سواد آموختگان را بپذیرد. یک شخص سیاهپوست، طرح مربوط به همسانی بصری را نمی‌پذیرد همان‌گونه که زنان نیز، پیش از این چنین کردند و دلیل اعمال آنان نیز چنین بود که پی بردند از نقش‌های متمایز خود محروم شده‌اند و به شهروندان پراکنده‌ای در جهان مردها مبدل گردیده‌اند. تمامی این رویکرد به مسائل مزبور از لحاظ یکنواخت بودن و هموزنیزه شدن اجتماعی، واپسین فشار از جانب تکنولوژی مکانیکی و صنعتی است. بدون توسل به معیارهای اخلاقی، می‌توان گفت که عصر الکترونیک، بادرگیر ساختن همه مردان به‌طور عمیق با یکدیگر، این‌گونه راه‌حل‌های مکانیکی را مردود خواهد شمرد. فراهم آوردن موجبات بی‌هماندی و تنوع، دشوارتر است تا تحمیل الگوهای یکنواخت در آموزش همگانی و انبوه. اما همین بی‌هماندی و تنوع است که

می‌توان تحت شرایط نیروی الکتریسته، به نحوی بی‌سابقه آن را گسترش داد.

همه گروهای مرحله قبل از سواد آموختگی در جهان، وجود نیروهای انفجارآمیز و پرخاشگری را که پورش سواد آموختگی و ماشینی شدن نوین، آنها را از بند رها کرده است حتی به‌طور موقت، در خود احساس کرده‌اند. این انفجارها، درست در زمانی روی می‌دهد که تکنولوژی [های] نوین بر مبنای الکتریسته، در یکدیگر آمیخته می‌شوند تا واداران کنند در مقیاس جهانی، با آنها سهیم شویم.

درک تأثیر تلویزیون، به مثابه تازه‌ترین و چشمگیرترین استمرار الکتریکی سیستم عصبی مرکزی ما، به دلایل فراوانی دشوار است. از آنجایی که تلویزیون، بر تمامی جنبه‌های زندگی ما اثر نهاده است؛ چه از لحاظ شخصی و چه اجتماعی و چه سیاسی، دور از واقع بینی است که بکوشیم چنین تأثیر و نفوذی را به‌طور «سیستematیک» یا بصری بازنمایی کنیم به جای آن، معرفی «تلویزیون» به عنوان یک کلیت پیچیده - حاوی داده‌هایی که کم‌وبیش به‌طور اتسافی گردآوری شده است - امکان‌پذیرتر است.

تصویر تلویزیونی دارای شدت یا وضوح اندکی است و در نتیجه، برخلاف فیلم، از دادن اطلاعات توأم با جزئیات درباره اشیا عاجز است.

تفاوت میان تصویر تلویزیون و تصویر فیلم، شبیه تفاوت میان نسخه‌های کتاب‌های خطی قدیمی و کتاب‌های چاپی است. فن چاپ، شدت و دقتی یکسان و یک‌دست در انتشار کتاب پدید آورد، در حالی که پیش از آن، متن‌های نوشتاری دچار پراکندگی و بی‌نظمی بود.

صنعت چاپ، ذوق و قریحه‌ای برای اندازه‌گیری دقیق و قابلیت تکرار - که ما اکنون آن را با علم و ریاضیات مرتبط می‌دانیم - به ارمغان آورد.

### تلویزیون، رسانه «کلوزآپ»

یک تهیه‌کننده تلویزیونی خاطرنشان می‌سازد که گفتار در تلویزیون، لازم نیست از همان دقتی که گفتار در تئاتر دارد، برخوردار باشد. بازیگر تلویزیون، ناگزیر نیست صدای خود یا وجود و شخصیت خودش را اغراق‌آمیز جلوه دهد. به همین ترتیب، به سبب مشارکت



و درگیری خاص تماشاگر به عنوان یک مکمل با تصویر تلویزیونی، بازیگری در تلویزیون، آنچنان صمیمانه و خودمانی است که بازیگر باید به درجه‌ای از هنر بازیگری طبیعی و خودجوش برسد که نظیر آن در سینما، هیچ مناسبتی ندارد و در صحنه تئاتر نیز به هدر می‌رود. دلیلش نیز آن است که تماشاگر در زندگی درونی بازیگر، به همان اندازه شریک می‌شود که در زندگی بیرونی ستاره سینما مشارکت می‌کند. از نظر فنی، تلویزیون معمولاً یک رسانه «کلوزآپ» (نمای نزدیک یا درشت) است. نمای درشت که در سینما، برای شوکه کردن تماشاگر مورد استفاده قرار می‌گیرد در تلویزیون، امری غیرتعمدی و همیشگی است. علاوه براین، یک عکس روی کاغذرقی به قطع صفحه تلویزیون، جزئیات ده - دوازده چهره را به خوبی نشان می‌دهد، حال آنکه همان ده - دوازده چهره روی صفحه تلویزیون تار و نامشخص دیده می‌شود.

### عادی شدن چهره‌های تلویزیونی

ماهیت ویژه تصویر تلویزیونی، در ارتباط با بازیگر واکنش‌هایی پدید می‌آورد که از فرط تکرار، به امری آشنا تبدیل شده است، چنان که به عنوان مثال، ما نمی‌توانیم در زندگی واقعی خود چهره شخصی را که همه هفته در تلویزیون می‌بینیم بازشناسیم. گویندگان اخبار و بازیگران، به‌طور یکسان گزارش می‌دهند. بارها و بارها، مردم در خیابان‌ها با اماکن عمومی به آنها نزدیک شده‌اند، ولی گویی یکی از آشنایان خود را دیده‌اند. زمانی، از «جوان و دودار» [که یکی از بازیگران زن، در سینما و تلویزیون است] در یک مصاحبه سؤال شد که «چه فرق است میان یک ستاره سینما بودن و یک بازیگر تلویزیون بودن؟». وی پاسخ داد: «وقتی که در سینما بازی می‌کردم، می‌شنیدم که مردم به هم می‌گفتند: نگاه کن! این «جوان و دودار» است. اما حالا می‌گویند: قیافه‌اش آشنا به نظرم می‌رسد».

صاحب هتلی در هالیوود، در منطقه‌ای که بسیاری از بازیگران سینما و تلویزیون اقامت دارند گزارش داد که توریست‌ها، از بازیگران سینما بریده‌اند و دست دوستی به سوی بازیگران تلویزیون دراز کرده‌اند.

از سوی دیگر، توریست‌هایی که هواداران قدیم سینما به‌شمار می‌رفتند، مایل بودند بازیگران محبوب خود را آنگونه که در زندگی

واقعی به سر می‌برند مشاهده کنند، نه در نقش‌های سینمایی خود. اما هواداران رسانه سرد و بی‌روح تلویزیون، مایلند ستارگان مورد علاقه خود را در همان نقش‌های درون سریال‌ها ببینند، حال آنکه طرفداران سینما، طالب ملاقات با بازیگران سینما، خارج از نقش‌های سینمایی آنان هستند.

همین تضاد در موضع‌گیری‌ها، در زمینه کتاب چاپی نیز روی داد. نسبت به زندگی خصوصی نویسندگان داستان‌ها - در دوران قبل از اختراع چاپ - علاقه چندانی ابراز نمی‌شد. اما پس از ظهور چاپ، زندگی خصوصی نویسندگان، به اندازه بسیار زیادی مورد توجه خوانندگان قرار گرفت. باین همه، در عصر ما، علی‌رغم علاقه فراوان عامه مردم به داستان‌های مصور، خوانندگان این داستان‌ها، کنجکاو چندانی نسبت به زندگی خصوصی نقاشان این کتابها و مجله‌ها - به اندازه زندگی خصوصی تصنیف‌سازان و ترانه‌سازان مردم‌پسند - نشان نمی‌دهند. نشریه یا کتاب چاپی، یک رسانه «داغ» است. فن چاپ، نویسنده را برای خوانندگان، برجسته و توجه برانگیز جلوه می‌دهد؛ همان‌گونه که سینما، ایفاگران نقش‌ها را - و نه خود نقش‌ها را - برای تماشاگران، برجسته و جالب‌توجه جلوه‌گر می‌ساخت.

کتاب خطی یا دست‌نویس، رسانه‌ای سردوبی‌روح است که نویسنده را به رخ خوانندگان نمی‌کشد. همین امر در مورد تلویزیون نیز صدق می‌کند. تماشاگر تلویزیون، درگیر و شرکت‌کننده در تصاویر است. «نقش» ستاره تلویزیونی، به همین دلیل، مسحورکننده‌تر از زندگی خصوصی او به نظر می‌رسد. بدین ترتیب است که پژوهشگر در امر

**■ بسیاری از کارگردانها، در مقایسه تصویر تلویزیونی با نمای فیلم سینمایی، تصویر تلویزیونی را دارای وضوح پایین می‌دانند و این بدان مفهوم است که تصویر تلویزیونی، اطلاعات تصویری را در سطحی پایین ارایه می‌دهد.**

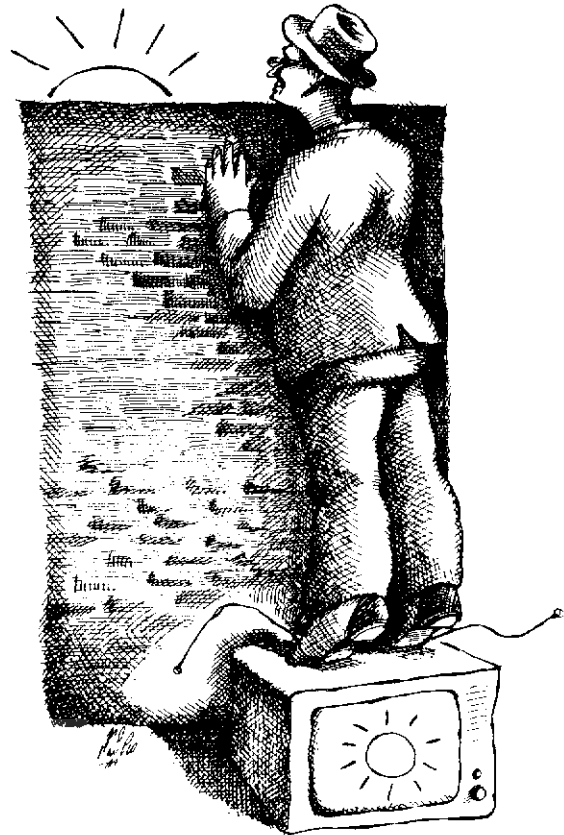
رسانه‌ها، مانند یک روان‌پزشک، از اطلاع‌رسانان به وی (مانند بیماران) اطلاعاتی بیش از آنچه خود آنها نسبت به آن آگاهی دارند دریافت می‌کند.

آنچه را که هرکس تجربه می‌کند، به مراتب بیش از آن مقداری است که آن را درک می‌کند. باین حال، تجربه بیش از درک و فهم، رفتار انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به‌ویژه در زمینه تمامی امور مربوط به رسانه‌ها و تکنولوژی، که فرد به نحوی تقریباً اجتناب‌ناپذیر از تأثیر آنها برخوردار است. عده‌ای ممکن است تناقضی را در این امر مشاهده کنند. این تناقض، آن است که چگونه یک رسانه سرد و بی‌روح نظیر تلویزیون، متراکم‌تر و پیراسته‌تر از یک رسانه گرم مثل فیلم است. باین حال، همه می‌دانند که نیم‌دقیقه برنامه تلویزیونی با سه دقیقه تئاتر یا واریته برابر است. همین نکته در مورد کتاب‌های خطی، در تضاد با کتاب‌های چاپی مصداق دارد. کتاب خطی «سردوبی‌روح»، مطالب خود را به اجمال و به صورت فشرده ارائه می‌داد و بیشتر مطالب آن، موجز و تمثیلی و مرکب از کلمات قصار بود. لیکن رسانه «گرم» کتاب چاپی، مطالب خود را با شرح و بسط مفاهیم و معانی و در جهت سادگی بیان می‌کند. صنعت چاپ، مطالب فشرده دست‌نویس را با سرعت گسترش می‌دهد و آن را به تکه‌ها و قطعه‌های ساده‌تر تقسیم می‌کند.

### مقایسه رسانه «سرد» با رسانه «گرم»

یک رسانه «سرد»، خواه گفتار شفاهی، خواه کلام دست‌نویس و خواه تلویزیون، در قیاس با یک رسانه «گرم»، به مراتب کارهای بیشتری را به عهده شونده می‌گذارد که انجام دهد. اگر رسانه، دارای وضوح و کیفیت تصویری و صوتی بالا باشد از مشارکت فعالانه تماشاگر کاسته می‌شود. ولی اگر رسانه، از وضوح پایین برخوردار باشد، مشارکت فعالانه تماشاگر شدت می‌گیرد.

از آنجایی که پایین بودن درجه وضوح تصویری تلویزیون، درگیری و مشارکت تماشاگر، در مقیاس بالا را ایجاد می‌کند، مؤثرترین برنامه‌ها آنهایی هستند که موقعیت‌هایی را عرضه می‌دارند که نیازمند فرآیندی جهت تکمیل آنهاست. بدین سان، استفاده از تلویزیون برای آموختن فن شعر، به



- با وجود مشارکت بسیار زیاد تماشاگران در رسانه تلویزیون، این رسانه در رسیدگی به مسائل داغ و مبتلا به روزمره، ناتوان است.
- «فیدل کاسترو»، با شیوه سهل و ممتنع و بداهه‌گویی خود در «شوی یک نفره تلویزیون کوبا»، می‌تواند در سیاست کثورش، تحول ایجاد کند و برکشور خود حکومت نماید، آن هم درست در مقابل دوربین.

چاپ را برای زندگی آموزشی، صنعتی و سیاسی خود به طور کامل، در مرکز سیاست‌های خویش قرار داد و در نتیجه این امر، کارگران و مصرف‌کنندگانی که خصلت‌های آنان از نظر استاندارد بی‌سابقه بود و هیچ فرهنگ دیگری قبل از آن دارای این خصلت‌ها نبود پدید آمد. اینکه مورخان ما در زمینه سیرتاریخی فرهنگ، قدرت یکپارچه‌کننده چاپ و نیروی مقاومت‌ناپذیر توده‌های یکپارچه شده را نادیده گرفته‌اند مایه هیچ‌گونه اعتباری برای آنان نیست. دانشمندان علوم سیاسی از آثار رسانه‌ها در هر جا و در هر زمان بی‌خبر بوده‌اند، زیرا هیچ‌کس مایل به مطالعه آثار فردی و اجتماعی رسانه‌ها، جدا از «محتوای» آنها نبوده است.

امریکا، دیرزمانی است از طریق یکپارچه کردن سازمان اجتماعی، از حیث زندگی ماشینی و سوادآموزی به «بازار مشترک» خود دست یافته است. اروپا در حال حاضر، به یمن فشردگی و تراکم و روابط متقابل برپایه الکتریسته، در حال دست‌یابی به نوعی وحدت است. تاکنون، هیچ‌کس این پرسش را مطرح نکرده است که چه مقدار یکپارچگی از طریق سوادآموزی موردنیاز است تا یک گروه مؤثر تولیدکننده-مصرف‌کننده در عصر پس از دوران ماشینیسم و در عصر ماشینی شدن پدید آید؟ چرا که هرگز این نکته به‌طور کامل مورد قبول واقع نشده است که نقش سواد، در شکل دادن به یک اقتصاد صنعتی جنبه اساسی دارد و علت اصلی به‌شمار می‌رود. سواد داشتن برای عادت‌های یکپارچه در همه زمان‌ها و مکان‌ها ضرورت دارد. بالاتر از همه، چنین چیزی برای کارساز بودن سیستم‌های قیمت‌گذاری و بازارها موردنیاز است. این عامل نادیده گرفته شده است، دقیقاً به همان شکل، که اکنون وجود تلویزیون نادیده گرفته می‌شود، زیرا تلویزیون گرایش‌های بسیاری پدید می‌آورد که با یکپارچگی و تسکیر پذیری ناشی از سوادآموزی در تضاد کامل هستند. تلویزیون باعث شده است که آمریکایی‌ها به دنبال انواع

می‌دهد چشم‌های آنان بر روی واکنش چهره بازیگران متمرکز می‌ماند، نه روی حادثه‌ای که پدید آمده است. اسلحه، چاقو، مشت و همه عناصر نادیده گرفته می‌شود و ترجیحاً، نگاه روی چهره‌ها باقی می‌ماند.

نقاشان و مجسمه‌سازان از زمان «سزان» به بعد، توهم «پرسپکتیو» را رها کرده و به ساختار در نقاشی روی آورده‌اند. همین امر، تحولی پدید آورد که اکنون نیز تلویزیون، آن را در مقیاسی شگفت‌انگیز پدید آورده است.

#### شدت تأثیر تلویزیون بر روی مردم

غلو کردن در مورد شدت و مقیاس تأثیر تصویر تلویزیونی بر روی حواس و حساسیت مردم امریکا و اروپا امکان‌ناپذیر است. امریکا در حال حاضر، با همان شدتی در حال «اروپایی» شدن است که اروپا در حال «امریکایی» شدن می‌باشد. اروپا در طول جنگ جهانی دوم، بخش زیادی از تکنولوژی صنعتی موردنیاز را برای نخستین مرحله مصرف‌انبوه پدید آورد. از سوی دیگر، این جنگ جهانی اول بود که امریکا را برای همان نوع بسیج شدن در زمینه مصرف، آماده ساخته بود. تراکم و تمرکز سریع الکترونیک موجب از بین رفتن تنوع ناسیونالیستی در اروپای از هم گسیخته گردید و برای اروپا، کاری را انجام داد که انفجار صنعتی برای امریکا به مرحله عمل در آورده بود. انفجار صنعتی - که توسعه گسیخته سوادآموزی و صنعت را همراهی می‌کند- توانست تأثیر وحدت‌بخش اندکی در جهان اروپایی که زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف داشت برجای بگذارد. پیشروی ناپلئون، مجموعه نیروهای سوادآموزی نوین و مراحل اولیه صنعتی بودن را به کار گرفته بود. لیکن ناپلئون حتی از روس‌های امروز، مواد و عناصر یکپارچه کمتری در اختیار داشت تا به استاد به آن عمل نماید.

تا سال ۱۸۰۰ در امریکا، قدرت یکپارچه‌کننده فرآیند سواد بیش از هر جای دیگر اروپا پیش رفته بود. از همان آغاز، امریکا تکنولوژی

مدرس اجازه می‌دهد که توجه خود را به فرآیند شاعرانه «ساختن» عملی شعر، در ارتباط با یک قطعه شعر خاص متمرکز کند.

قالب کتاب، برای این نوع معرفی توأم با مشارکت مناسب نیست. همین برجستگی، فرآیند درگیری و مشارکت عمیق از سوی تماشاگر در تصویر تلویزیون را گسترش می‌دهد و هنر بازیگر تلویزیون را نیز در برمی‌گیرد. در تلویزیون، بازیگر باید مدام حواسش جمع باشد تا به بداهه‌گویی پردازد و هر عبارت یا سخنی را که بر زبان می‌راند به زیور حرکات و سکنت ظریف و دقیق بیاراید، و آن صمیمیت و نزدیکی خود با تماشاگر را که روی صحنه وسیع سینما یا تئاتر غیرممکن است، حفظ کند.

یکی از اهالی نیجریه، زمانی پس از دیدن یک فیلم وسترن تلویزیونی گفت: «من نمی‌دانستم شما در غرب، برای جان انسان‌ها تا این اندازه ارزش کمی قائلید». آنچه این سخن را خشنی می‌کند، رفتار کودکان ما، به هنگام تماشا فیلم‌های وسترن تلویزیونی است.

کودکان، هنگامی که دستگاه چشمی جدید را زمان تماشا تلویزیون به کار می‌برند- دستگاهی که مطابق با حرکت چشم‌های آنان، حرکت کرده و نگاه آنان را تعقیب می‌کند- نگاه خود را روی چهره بازیگران متمرکز می‌کنند. حتی در صحنه‌هایی که خشونت فیزیکی روی

و اقسام عناصر و پدیده‌های عجیب و منحصر به فرد در اشیایی باشند که از گذشته آنان باقی مانده است. بسیاری از آمریکایی‌ها در حال حاضر، برای چشیدن طعم یک نوشیدنی و یا یک غذای نوظهور، هرگونه زحمت یا هزینه‌ای را متحمل می‌شوند. آنچه یکبارچه و قابل تکرار است اکنون باید جای خود را به چیزی نوظهور بدهد و این واقعیتی است که به نحو فزاینده‌ای موجب ناامیدی و سردرگمی تمامی اقتصاد استانداز شده ما می‌گردد.

### قدرت تلویزیون در دگرگون‌سازی

قدرت تصویر تلویزیون در دگرگون ساختن معصومیت آمریکایی و تبدیل آن به یک پیچیدگی عمیق، مستقل از «محتوا»، در صورتی که به‌طور مستقیم به آن نگریسته شود یک پدیده مرموز و بغرنج نیست. پیش درآمد این تصویر تلویزیونی پیش از این در مطبوعات عامه‌پسند - که همزمان با تلگراف گسترش یافت - مشاهده شده بود. استفاده تجاری از تلگراف از سال ۱۸۴۴ در آمریکا و زودتر از آن در انگلستان آغاز شد. الکتریسته - به عنوان یک عنصر بنیادی - و آثار جنبی آن در اشعار «شلی» مورد توجه بسیار واقع شد. مفهوم کاربرد تلگراف در مظاهر ژورنالیستی آن از نظر «ادگار آلن پو» مخفی نماند. او از این مفهوم جهت تثبیت دو ابداع کاملاً نوظهور استفاده کرد، یکی اشعار سمبلیک و دیگری داستان‌های پلیسی. این دو قالب ادبی، متضمن مشارکت فعالانه خواننده هستند. «ادگار آلن پو» با عرضه کردن تصویر یا فرآیندی ناقص و تکمیل نشده به خواننده، وی را در این فرآیند خلاقانه به‌گونه‌ای درگیر می‌سازد که «شارل بودلر»، «پل والر»، «تی‌اس الیوت» و بسیاری از افراد دیگر آن را ستوده و از آن پیروی کرده‌اند. «ادگار آلن پو»، بی‌درنگ دینامیک الکتریسته را به عنوان یک دینامیک شرکت‌دهنده عامه در خلاقیت درک کرده بود. مع‌هذا، حتی امروز نیز هنگامی که از مصرف‌کننده یکبارچه شده خواسته می‌شود در خلق یا تکمیل یک شعر یا نقاشی یا مجسمه آبتیره - به هر شکل ممکن - مشارکت کند زبان به شکوه می‌گشاید. باین حال، «ادگار آلن پو» حتی در آن زمان می‌دانست که مشارکت عمیق، از مسوزاییک تلگراف<sup>۲</sup> ناشی می‌گردد. شخصیت‌های بزرگ ادبی آن زمان، که ذهنی یک خطی‌تر و ادیبانه‌تر داشتند<sup>۳</sup> نمی‌توانستند

## ■ درک تأثیر تلویزیون، به مثابه تازه‌ترین و چشمگیرترین استمرار الکتریکی سیستم عصبی مرکزی ما، به دلایل فراوانی دشوار است.

## ■ تفاوت میان تصویر تلویزیون و تصویر فیلم، شبیه تفاوت میان نسخه‌های کتاب‌های خطی قدیمی و کتاب‌های چاپی است.

برخوردار است. به همین دلیل در قاره اروپا (به جز انگلستان) هیچ‌گونه دوران مابین کودکی و بزرگسالی وجود ندارد، بلکه جهش از دوران کودکی به بزرگسالی مشاهده می‌شود. از زمان پیدایش تلویزیون، آمریکا نیز دچار همین وضع شده است و این حالت گریز و طفره رفتن از دوران مابین کودکی و سن بلوغ، کماکان ادامه خواهد یافت. زندگی توأم با نگرشی به درون و حاوی اندیشه‌ها و اهداف دوردست، نمی‌تواند با قالب موزاییک تصویر تلویزیونی - که مستلزم مشارکت مستقیم و عمیق است و هیچ‌گونه تأخیری را مجاز نمی‌داند - همزیستی داشته باشد. تأثیرهای چنین تصویری، آنچنان گوناگون و در عین حال آنچنان مستمر است که حتی ذکر آنها، معادل وصف انقلاب دهه گذشته است.

پدیده کتاب با جلد «شمین»، می‌تواند در بالای فهرست تأثیرهای تلویزیونی قرار گیرد، زیرا دگرگون شدن فرهنگ کتاب توسط تلویزیون و تبدیل آن به چیزی دیگر، در این نقطه متجلی می‌گردد. اروپاییان از همان آغاز، دارای کتاب‌های جلد شمیم بوده‌اند. آنها از آغاز اختراع اتومبیل، اتومبیل کوچک را ترجیح داده‌اند. ارزش تصویری «فضای محصور امن» برای کتاب، اتومبیل یا خانه، هیچ‌گاه جذابیتهای آنان نداشته است. کتاب با جلد شمیم آن هم از نوع سطوح بالای آن در دهه‌های ۱۹۲۰، ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ در آمریکا مورد آزمایش قرار گرفت. اما در سال ۱۹۵۳ بود که به‌طور ناگهانی مورد قبول واقع شد. به واقع، هیچ ناشی دلیل این پذیرش را نمی‌داند. کتاب با جلد شمیم، نه تنها بیشتر یک شیئی قابل لمس است و نه یک شیئی بصری، بلکه هم می‌تواند حاوی مطالب مهم و عمیق باشد و هم مطالب سطحی و مبتذل. از زمان پیدایش تلویزیون به بعد، فرد آمریکایی ممنوعیت‌ها و معصومیت‌های خود را در ارتباط با عمق فرهنگی از دست داده است. خواننده کتاب جلد شمیم کشف کرده است که با کاستن از سرعت مطالعه خود، می‌تواند از خواندن آثار ارسطو یا کنفوسیوس

این حقیقت را ببینند». اینگونه افراد، هنوز هم نمی‌توانند آن را مشاهده کنند. آنان ترجیح می‌دهند که در فرآیند خلاقانه شرکت نکنند و در عوض، در نظم و ثر و در هنرهای تجسمی، به فرآورده تکمیل‌شده گرایش نشان می‌دهند. همین‌گونه افراد هستند که در هر یک از کلاسهای درس این سرزمین، ناگزیر با دانش‌آموزان و دانشجویانی مواجه می‌شوند که به یمن وجود تصویر تلویزیونی، خود را به شیوه‌های ساختاری سمبلیستی و اسطوره‌ای، که لامسه‌ای و غیرتصویری هستند عادت داده‌اند.

مجله لایف مورخ ۱۰ اوت ۱۹۶۲ یک مقاله ویژه و مفصل، تحت عنوان «بسیاری از کودکان بالای ده سال، بیش از اندازه، زود و سریع رشد می‌کنند» به چاپ رسانده بود. وی در آن مقاله هیچ‌گونه توجهی به این واقعیت نشده بود که در فرهنگ‌های قبلیه‌ای و در جوامع بی‌سواد، همین‌گونه رشد سریع و زود هنگام، یک هنجار عادی اجتماعی به‌شمار می‌رود. انگلستان و آمریکا از طریق نفی مشارکت حس لامسه، طولانی‌شدن دوران قبل از بلوغ را به صورت یک نهاد در آوردند. در این زمینه هیچ‌گونه استراتژی آگاهانه‌ای وجود نداشت بلکه به‌طور کلی، نتایج تأکید عمده بر متن‌های چاپی و ارزش‌های بصری به منزله ابزار سازماندهی زندگی فردی و اجتماعی، مورد قبول واقع گردیده بود این تأکید، به پیروزی تولید صنعتی و انطباق و یکبارچگی سیاسی منجر گردید.

حفظ حرمت اجتماعی، یعنی آبرومندانه زیستن از نظر ظاهری و بصری امری مسلط گردید. هیچ کشور اروپایی برای فن چاپ چنین اولییتی قابل نگرید. از نظر بصری، اروپا همواره در چشم آمریکا کم مایه جلوه کرده است. از سوی دیگر زنان آمریکایی که در هیچ فرهنگی از نظر بصری یعنی سرووضع ظاهری، مانند نداشته‌اند از نظر اروپاییان، عروسک‌هایی کوکی و غیرواقعی جلوه کرده‌اند. تماس جسمانی در زندگی اروپایی، از ارزشی والا



لذت ببرد. عادت دیرین باقیمانده از دوران گرایش به نوشتار چاپی و سریع خواندن به طور همسان و یکنواخت چاپی، خیلی ناگهانی، جای خود را به خواندن عمیق داد. خواندن به طور عمیق، البته مربوط به خصلت متن چاپی نیست. کندوکاو در واژه‌ها و زبان، خصلت عادی فرهنگ‌های شفاهی و دست‌نویس است نه فرهنگ چاپی. اروپاییان همیشه احساس کرده‌اند که انگلیسی‌ها و امریکایی‌ها، فاقد عمق در فرهنگ خود هستند. از زمان ظهور رادیو و به‌ویژه تلویزیون، ناقدان ادبی انگلیسی و امریکایی از نظر عمق و ظرافت بیان، گوی سبقت را از هر ناقد اروپایی ربوده‌اند. جست‌وجوی فرقه بیت نیک‌ها برای آیین «ذن» تنها انتقال دادن قدرت تصویر موزاییک تلویزیون به درون عالم کلام و ادراک است.

**■ تلویزیون گرایش‌های بسیاری پدید می‌آورد که با یکپارچگی و تکرار پذیری ناشی از سواد آموختگی در تضاد کامل هستند.**

**■ تصویر تلویزیونی در شدت بخشیدن به اشتیاق، جهت درگیر شدن عمیق در هر جنبه‌ای از تجربه، باعث شده است که مردم بیش از گذشته در اندیشه بهداشت جسم خود باشند.**

به‌طور دقیق نمی‌توان گفت که دگرگونی در موضوع‌گیری امریکایی‌ها، از زمان ظهور تلویزیون به بعد آغاز شده است. چنانکه در تحولی عظیم نظیر افول ناگهانی بازی «بیس‌بال»، می‌توان چنین چیزی را مشاهده کرد. خصوصیت بازی «بیس‌بال»، آن است که در این بازی، هر عمل واحد در یک زمان متفاوت صورت می‌گیرد. «بیس‌بال»، یک بازی خطی و بسط‌یافته است که مانند «گلف»، به‌طور کامل به بینش یک جامعه فردگرا و درون‌گرا انطباق داده شده است. زمان‌بندی و انتظار در «بیس‌بال» ضرورتی بنیادی دارد و به موازات آن، تمامی میدان بازی به‌حالت تعلیق

در انتظار بازی یک بازیگر واحد باقی می‌ماند. در تضاد با آن، فوتبال، بسکتبال و هاکی روی یخ بازی‌هایی هستند که در آنها چندین رویداد به‌طور هم‌زمان رخ می‌دهد و تمامی اعضای تیم در یک زمان واحد در بازی درگیر می‌شوند. با ورود تلویزیون، این‌گونه مجزا بودن بازی هر فرد از فرد دیگر - که در بازی «بیس‌بال» مشاهده می‌شود - مقبولیت خود را از دست داد. علاقه به «بیس‌بال» کاهش یافت و قهرمانان آن، مانند ستارگان سینما پی‌بردند که شهرت، جنبه‌های ناخوشایندی نیز در پی دارد. «بیس‌بال» مانند سینما، یک رسانه داغ بود که مهارت فردی و درخشش قهرمانان را به طرزی نمایان نشان می‌داد. «بیس‌بال» متعلق به عصری بود که مطبوعات داغ و رسانه سینما، نخستین یورش خود را آغاز کرده بودند «بیس‌بال» در یک کلام، بازی داغی است که در فضای تازه به‌وجود آمده توسط تلویزیون، روبه خنک شدن و سرد شدن نهاد، همان‌گونه که اکثر سیاستمداران جنجالی و مسافران داغ دهه‌های پیشین، تیشان فروکش کرد.

در حال حاضر، هیچ رسانه‌ای سردتر و هیچ مسأله‌ای داغ‌تر از اتومبیل کوچک نیست. اتومبیل کوچک مانند یک «ووفر»<sup>۴</sup> در یک بلندگو است که سیم‌کشی داخل آن خوب انجام نشده باشد و در نتیجه اصوات بم (با فرکانس پایین) را به‌صورت ناخوشایند و باسروصدای اضافی پخش می‌کند. اتومبیل کوچک اروپایی مانند کتاب کوچک اروپایی با جلد شمیز، از نظر بصری یا ظاهری پدیده مطلوبی نبوده است. از نظر بصری، اتومبیل‌های اروپایی آنچنان کم‌مایه است که بدیهی است سازندگان آنها، طراحی اتومبیل‌ها را آنچنان انجام داده باشند که دارای زیبایی ظاهری باشد. به‌نظر می‌رسد این اتومبیل‌ها، فقط برای استفاده کردن هستند.

با این وجود، اتومبیل امریکایی مطابق با قدرت و نفوذ بصری تصویرهای چاپی و سینمایی طراحی گردیده است. اتومبیل امریکایی دارای فضایی بزرگ، محصور و امن است. در چنین فضای محصور، همه خصوصیت‌های مکانی و فضایی به خصوصیت‌های بصری محدود شده‌اند.

#### تأثیر تلویزیون بر نوع پوشش

در نخستین دهه پیدایش تلویزیون، لباس و پوشاک نیز مانند وسایل نقلیه، همین وضع را

داشتند. طلیعه این انقلاب در پوشاک، کنار گذاشتن لباس‌های دارای تأثیر بصری و پوشیدن لباس‌هایی بود که از نظر حس لامسه، راحت و خوشایند بودند. دوران مابین خردسالی و بلوغ در عصر رسانه‌های داغ رادیو و سینما و کتابهای قدیمی عصر پدیده‌های تازه پراشتیاق و مؤثر بود. هیچ سیاستمدار سالخورده یا مدیر اجرایی با تجربه‌ای در دهه ۱۹۴۰ جرأت نمی‌کرد شلواری مانند انسان عصر تلویزیون به تن کند. با ورود تلویزیون، رقص‌هایی نیز باب شد که در واقع، نوعی گفت‌وگوی فاقد اشتهاب و ژست‌ها و شکلک‌هایی بود که نشانه نوعی درگیری عمیق بود، اما حرفی برای گفتن نداشت.

همه این موارد، مزید بر بازگشت به شکل‌های غیرویزه و غیرتخصصی پوشاک و فضا می‌گردد که عبارت است از جست‌وجو برای اتاق‌ها و اشیای چند منظوره. در موسیقی و شعر و نقاشی، تراکم امور مربوط به لامسه، به مفهوم پافشاری روی ویژگی‌هایی است که به سخن گفتن بدون آمادگی قبلی، نزدیک‌تر است. بدین‌سان، به‌نظر می‌رسد که اکنون «شونبرگ» و «استراوینسکی» و «کارل اورف» و «بارتوک»، بی‌آنکه پژوهندگان پیشرفته آثار شگفت‌انگیزی باشند موسیقی را به موقعیت گفتار عادی انسان نزدیک کرده‌اند. همین رنتم محاوره‌ای است که زمانی، آثار آنها را غیر ملودیک نشان می‌داد. هرکس که به آثار «پرویتنوس» یا «دوفه»، موسیقی‌دانان قرون وسطی، گوش کند، آنها را به آثار «استراوینسکی» و «بارتوک» بسیار نزدیک خواهد یافت. انفجار عظیم، رنسانس، که آلات موسیقی را از آواز و گفتار جدا کرد و عملکردهای ویژه‌ای به آنها بخشید اکنون در زمانه تراکم الکترونیک روندی معکوس در پیش گرفته است.

#### نقش تلویزیون در آموزش پزشکی

یکی از واضح‌ترین نمونه‌های خصوصیت ملموس تصویر تلویزیونی، در تجربه پزشکی تحقق می‌پذیرد در تعلیم جراحی با تلویزیون مدارسته، دانشجویان پزشکی از همان آغاز کار، گزارش دادند که این روش تدریس، تأثیر عصبی داشته است، به‌صورتی که انگار، آنها سرگرم تماشا یک عمل جراحی نبوده‌اند بلکه خود جراحی می‌کرده‌اند. آنان احساس می‌کردند که لوازم جراحی را در دست خود

گرفته‌اند. بدین‌سان، تصویر تلویزیونی در شدت بخشیدن به اشتیاق، جهت درگیر شدن عمیق در هر جنبه‌ای از تجربه، باعث شده است که مردم بیش از گذشته در اندیشه بهداشت جسم خود باشند. ظهور ناگهانی آموزش پزشکی تلویزیونی و کار در بخش‌های بیمارستانی از طریق تلویزیون به عنوان برنامه‌ای جهت رقابت با فیلم‌های وسترن کاملاً طبیعی است. امکان دارد که فهرستی از ده دوازده نوع برنامه آزمایش نشده تهیه کرد که این برنامه‌ها به همان دلایل، بی‌درنگ مقبولیت عام خواهند یافت. «تام دولی» و حماسه وی موسوم به «مراقبت پزشکی برای جوامع عقب‌مانده»، زایده طبیعی نخستین دهه تلویزیون بود.

### کتاب، پادزهر تلویزیون

اکنون این پرسش مطرح می‌شود: «از عملکرد متعالی یک رسانه نوین نظیر تلویزیون، چه مصونیتی امکان‌پذیر خواهد بود؟» مردم، دیر زمانی است تصور می‌کنند که کنترل و مراقبت شدید، وسیله خوبی جهت محافظت افراد در برابر هر تجربه جدیدی خواهد بود. منتهای خلوص و پاکی ذهن، هیچ‌گونه وسیله‌ای جهت دفاع در برابر باکتری‌ها به‌شمار نمی‌رود، هرچند که همکاران «لویی پاستور» به سبب آنکه راجع به عملکرد نامریی باکتری‌ها، سخنانی اساسی بیان کرده بود او را از حرفه پزشکی بیرون انداختند. بنابراین، شخص برای مقاومت در برابر تلویزیون، باید پادزهر آن را از رسانه‌های مرتبط با تلویزیون، نظیر متن‌های چاپی به‌دست آورد. این یک نکته بسیار حساس است که با طرح این پرسش، خود را می‌نمایاند: «تلویزیون بر زندگی سیاسی ما چه تأثیری داشته است؟» دست‌کم در این مورد، سنت‌های بزرگ آگاهی و هوشیاری نقادانه از خود که در برابر استفاده از قدرت ایجاد کرده‌ایم گواهی می‌دهد.

### تغییر فرآیندهای ذهنی با تلویزیون

اگر ما بپرسیم که «تلویزیون چه ارتباطی با روند فراگیری دارد؟» پاسخ به این پرسش، به‌طور قطع آن است که تصویر تلویزیونی، با تأکید خود بر مشارکت تماشاگر برگشت‌وگویی او با سایر تماشاگران، و بر کندوکاو وی موجب شده است که شمار متقاضیان برنامه‌های ضربتی و فشرده آموزشی در امریکا، از نو

افزایش یابد. اینکه آیا در هریک از کلاس‌های درسی، تلویزیون وجود خواهد داشت یا نه مسأله کم‌اهمیتی است. یک چنین انقلاب آموزشی هم اکنون در خانه‌ها به وقوع پیوسته است. تلویزیون، زندگی، حواس پنجگانه و فرآیندهای ذهنی ما را تغییر داده است. تلویزیون، ذوق و قریحه‌ای در افراد ایجاد کرده است که مایلند در هر چیزی تجربه‌ای عمیق به‌دست آورند. و چنین چیزی، به همان اندازه که در مورد انواع مدل‌های اتومبیل مصداق دارد در زمینه آموزش زبان نیز صدق می‌کند. از زمان پیدایش تلویزیون، هیچ‌کس از داشتن آگاهی به دست آمده از یک کتاب درباره اشعار فرانسوی یا انگلیسی خشنود نیست. اکنون همه یک صدا فریاد برمی‌آورند که «فرانسه صحبت کنیم»، و «شعر را از زبان سراینده بشنوم». عجیب اینجاست که به همراه افزایش تقاضا برای رفتن به اعماق امور، تقاضا برای برنامه‌های ضربتی نیز فزونی گرفته است. از زمان روی کار آمدن تلویزیون، مردم به‌طور عادی گرایش پیدا کرده‌اند به اینکه نه تنها عمیق‌تر، بلکه بیشتر و وسیع‌تر وارد قلمرو هر علم و دانشی بشوند. شاید درباره ماهیت تصویر تلویزیونی، آنقدرها سخن گفته شده باشد که بتواند دلیل چنین چیزی را توضیح بدهد.

«تصویر تلویزیونی، چگونه ممکن است زندگی ما را بیش از این درخود غرق کند». استفاده محض از کلاس درس، نمی‌تواند نفوذ تلویزیون را گسترش دهد. البته در کلاس درس، نقش تلویزیون موجب می‌شود که در درس‌ها، یک تجدیدنظر کلی به‌وجود آید و در مورد موضوع درس‌ها، رویکردی تازه در پیش گرفته شود. انتقال محض کلاسهای درسی کنونی به روی صفحه تلویزیون، همانند آن است که فیلم سینمایی را در تلویزیون نمایش دهیم. نتیجه کار، یک فرآورده دوره خواهد بود که نه این است و نه آن. رویکرد صحیح آن است که پرسیده شود: «برای زبان فرانسه یا برای فیزیک، تلویزیون چه می‌تواند بکند که کلاس درس از عهده آن برنمی‌آید؟» پاسخ این پرسش بدین شرح است: «تلویزیون می‌تواند کنش و واکنش و رشد هر نوع از شکل‌ها و قالب‌ها را به شیوه‌ای نشان دهد که از عهده هیچ چیز دیگری برنمی‌آید».

وجه دیگر این ماجرا، مربوط به این واقعیت می‌شود که در دنیایی که از لحاظ

آموزشی و از نظر اجتماعی، سازماندهی بصری در همه چیز صورت گرفته است، کودک بزرگ شده با تلویزیون، یک موجود فلج و فاقد امتیاز است. به این حالت معکوس، در کتاب «سالار مگس‌ها» اثر «ویلیام گولدینگ» اشاره‌ای غیرمستقیم شده است. این مسأله آنقدر مهم است که باید آن را در هرگونه استراتژی یا سیاست فرهنگی آینده، بدین‌صورت بیان کرد: «چرا کودک عصر تلویزیون نمی‌تواند آینده خود را ببیند؟». گفته شده است که در شهر کوران، آدم یک چشم، پادشاه نیست. چنین شخصی را در آن شهر یک دیوانه هذیانی به‌شمار می‌آورند. در یک فرهنگ به شدت بصری، فهماندن صفت‌های غیربصری اشکال فضایی و مکانی به مردم، به همان اندازه مشکل است که بخواهیم دیدن را برای کوران وصف کنیم. «برتراند راسل» در کتاب خود

### ■ شخص برای مقاومت در برابر

تلویزیون، باید پادزهر آن را از رسانه‌های مرتبط با تلویزیون، نظیر متن‌های چاپی به‌دست آورد.

### ■ رسانه داغ سینما، نیاز به کسانی

دارد که به‌طور مشخص یک تیب

به‌شمار می‌روند. ولی رسانه سرد

تلویزیون نمی‌تواند پای‌بند تیب‌های

مشخص باشد؛ زیرا تماشاگر را در

تلاش برای تکمیل تصویر سرخورده

می‌کند.

موسوم، به «الفبای نسبیت» سخن خود را با توضیح این نکته آغاز کرد که درباره افکار و اندیشه‌های «انیشتن» مسأله بغرنجی وجود ندارد اما این افکار و اندیشه‌ها، سازمان‌بندی مجدد و همه‌جانبه زندگی فکری و تخیلی ما را ایجاب می‌کند. همین سازمان‌بندی مجدد تخیل است که به‌طور دقیق، از طریق تصویر تلویزیونی تحقق یافته است.

عجز و ناتوانی معمول و متداول از تفاوت قائل شدن و تشخیص میان تصویر عکاسی و تصویر تلویزیونی تنها یک عامل فلج‌کننده در فرآیند آموزش در زمان ما نیست. این عجز و ناتوانی، نشانه یک قصور دیرین در فرهنگ

غربی است. مرد باسادی که به محیطی خوگرفته است که در آن، حس بینایی در همه جا، به عنوان یک اصل سازماندهی گسترش یافته است که گاه چنین تصور می‌کند که جهان، موزاییک هنر بدوی و یا حتی جهان هنر متعلق به بیژانس، یک تفاوت محض را از نظر درجه و مقیاس بازنمایی می‌کند و نیز تصور می‌کند که چنین چیزی عجز و ناتوانی هنرمندان آن عصرها از رساندن نقاشی‌هایشان به سطحی کاملاً مؤثر از نظر بصری می‌باشد. هیچ چیز تا این اندازه نمی‌تواند دور از حقیقت باشد. در واقع این تصور غلطی است که قرن‌هاست تفاهم میان شرق و غرب را با مانع روبه‌رو ساخته است. همین تصور غلط نیز امروز روابط میان جوامع رنگین‌پوست و سفیدپوست را سست و ضعیف می‌سازد. بیشتر تکنولوژیها، نوعی بزرگ‌نمایی پدید می‌آورند که در مجزای بودن از حواس پنجگانه کاملاً به چشم می‌خورد. رادیو گسترش و استمرار عکاسی با وضوح بالا، لیکن نه به صورت بصری، بلکه به صورت سمعی است. اما تلویزیون بالاتر از هرچیز، گسترش و استمرار حسن لامسه است که متضمن بیشترین اندازه کنش و واکنش همه حواس پنجگانه می‌باشد. با این وجود، از نظر انسان غربی، فراگیرترین گسترش، به وسیله نوشتن با حروف «فونتیک» تحقق یافته بود که یک تکنولوژی جهت گسترش دادن حس بینایی است. در مقابل همه شکل‌ها و قالب‌های نوشتاری غیرفونتیک، شیوه‌هایی هنری هستند که بیشتر تنوع ارکستراسیون حسی را حفظ کرده‌اند. نوشتار فونتیک، به تنهایی قادر است حواس پنجگانه را از یکدیگر تفکیک و قطعه قطعه نماید و پیچیدگی‌های معنایی را از خود بزداید. تصویر تلویزیون این فرآیند سوادآموزختگی قطعه قطعه کردن تحلیلی حواس پنجگانه را در مسیری معکوس می‌افکند.

تأکید بصری بر تداوم و استمرار، یکپارچگی و پیوستگی، چنانچه ناشی از سواد خواندن و نوشتن باشد، ما را با ابزار تکنولوژیک عظیم اجرای تداوم و خطی بودن به وسیله تکرار مجزا و پراکنده روبه‌رو می‌سازد. جهان باستان این ابزار را در وجود آجر کشف کرد، خواه برای ساختن دیوار و خواه جاده. آجر، که به شکل‌ها و قطعه‌های هم‌شکل و یکنواخت در ساختن بناها تکرار می‌شود وجودش برای احداث جاده‌ها و

■ **تلویزیون، زندگی، حواس پنجگانه و فرآیندهای ذهنی ما را تغییر داده است. تلویزیون، ذوق و قریحه‌ای در افراد ایجاد کرده است که مایلند در هر چیزی تجربه‌ای عمیق به دست آورند.**

■ **فرم موزاییک تصویر تلویزیونی، مشارکت و درگیری عمیق تماشاگر را با تمام وجودش طلب می‌کند، همان‌گونه که حس لامسه نیز چنین چیزی را ایجاب می‌نماید.**

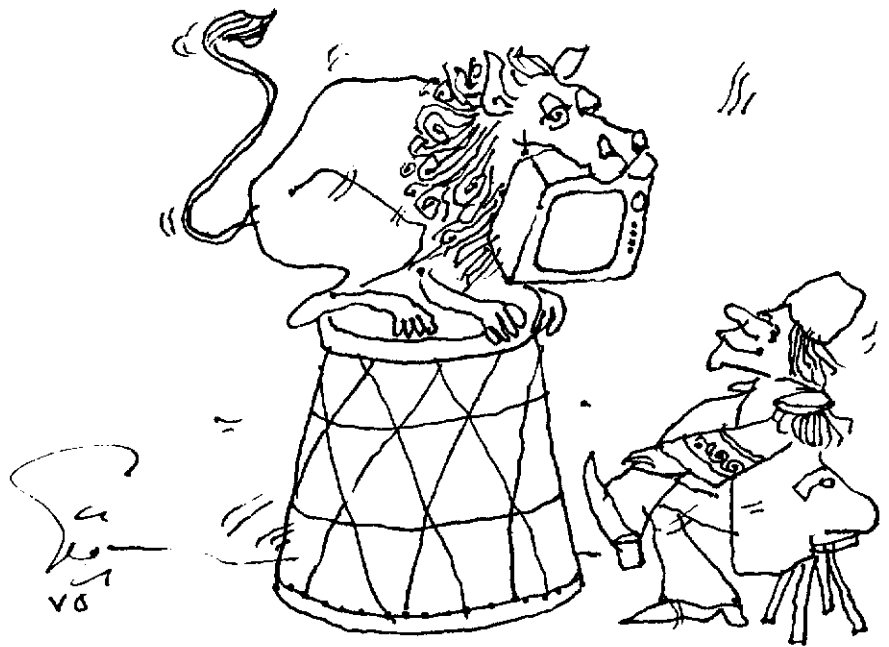
■ **آنجا که تصویر تلویزیون با یک فرهنگ متعلق به مردم کتابخوان مواجه می‌شود، درهم آمیختگی حواس پنجگانه را غلظت می‌بخشد و این گسترش یافتگی‌های اختصاصی و از هم گسیخته را، به تجربه‌ای یکپارچه مبدل می‌سازد.**

■ **رسانه تلویزیون ما را وامی‌دارد که بکشیم به عمق امور و اشیای پی‌بیریم، اما ما را به هیجان نمی‌آورد، و به شورش، یا به قیام وادارمان نمی‌سازد.**

دیوارها، شهرها و امپراتوری‌ها ضرورت دارد. دیوار آجری یک شکل، موزاییک نیست و شکل موزاییک نیز یک ساختار بصری به شمار نمی‌رود. موزاییک را می‌توان دید همان‌گونه که رقص را می‌توان مشاهده کرد، اما موزاییک از نظر بصری طرح‌ریزی نشده است. موزاییک در عین حال بسط و گسترش قدرت بصری نیست. این امر، از آنجا ناشی می‌شود که موزاییک یکپارچه، ممتد و یا تکراری نمی‌باشد. موزاییک در یک جا قطع می‌شود و حالت خطی ندارد، و از این لحاظ شبیه تصویر ملموس تلویزیونی است. از نظر حس لامسه، همه چیز ناگهانی، مخالف، اصلی، اضافی و عجیب هستند. شعر، بیانیه پدیده‌های غیربصری است و مانند «سزان» یا «سورا» یا «روئسو» رویکردی ضروری جهت درک تلویزیون به دست می‌دهد. ساختارهای موزاییک غیربصری هنر مدرن، همانند ساختارهای فیزیک مدرن و الگوهای اطلاع‌رسانی الکتریکی اجازه نمی‌دهند که تماشاگر یا مخاطب بتواند خود را از این الگوها برکنار نگاه دارد. فرم موزاییک تصویر تلویزیونی، مشارکت و درگیری عمیق تماشاگر را با تمام وجودش طلب می‌کند، همان‌گونه که حس لامسه نیز چنین چیزی را ایجاب می‌نماید. در مقابل، سواد داشتن از طریق گسترش قدرت بصری تا مرحله سازماندهی یکپارچه زمان و مکان از لحاظ روانی و اجتماعی، به شخص قدرت می‌داد که خود را از این امور مجزا نگاه دارد و با آنها درگیر نشود. زمانی که سواد فونتیک، حس بینایی را گسترش دهد عادت تحلیلی در ادراک وجه یگانه حیات شکل‌ها و قالب‌ها را شدت

می‌بخشد. قدرت بینایی به ما امکان می‌دهد که رویدادی واحد در زمان و مکان را - چنانکه در هنر نقاشی مشاهده می‌شود - تفکیک نماییم. در بازنمایی بصری یک شخص یا یک شیئی، یک مرحله واحد یا لحظه واحد و یا یک جنبه منحصر به فرد، از انواع فراوان مرحله‌ها، لحظه‌ها و جنبه‌های شناخته شده و احساس شده آن شخص یا آن شیئی مجزا می‌گردد. در مقابل، هنر شمایل‌سازی چشم را به کار می‌گیرد، همان‌گونه که ما در تلاش برای خلق یک سیمای فراگیر از دست خود استفاده می‌کنیم، سیمایی که از لحظه‌ها و مرحله‌ها و جنبه‌های متعدد شخص یا شیئی تشکیل شده است بدین‌سان، شیوه شمایل‌نگاری، بازنمایی بصری نیست، و همچنین تأکید بصری نیز به شمار نمی‌رود. چنانکه نگاه کردن از یک زاویه واحد آن را مشخص می‌سازد. ادراک از طریق لامسه، ناگهانی است؛ لیکن اختصاصی نمی‌باشد. این شیوه از ادراک کامل، توأم با همدلی و درگیرکننده تمامی حس‌های پنجگانه است. کودک خوگرفته با تلویزیون، در حالی که تصویر موزاییک تلویزیون، او را از همه لحاظ فراگرفته است، با روحیه‌ای با جهان روبه‌رو می‌شود که نقطه مقابل روحیه شخص سواد آموخته در عصر چاپ و کتابت می‌باشد.

روبه‌روی تلویزیون با فرهنگ کتابخوانی این بدان معناست که تصویر تلویزیون، حتی بیش از شمایل، در حکم گسترش حس لامسه است. آنجا که تصویر تلویزیون با یک فرهنگ متعلق به مردم کتابخوان مواجه می‌شود، در هم آمیختگی حواس پنجگانه را غلظت می‌بخشد و این گسترش یافتگی‌های



او از این رسانه، با همان کارآیی استفاده کرد که «روزولت» توسط رادیو، دست یافتن به آن را آموخته بود. «کندی» درگیر ساختن ملت در مقام ریاست جمهوری خود را، هم به منزله یک عملکرد و هم در حکم یک تصویر به وسیله تلویزیون، امری طبیعی می دید. پتانسیل تلویزیون به اندازه ای است که می تواند ریاست جمهوری را به یک دودمان پادشاهی مبدل نماید. حتی به نظر می رسد معلمانی که از طریق تلویزیون تدریس می کنند به وسیله تماشاگران دانش آموزان، به خصلتی عارفانه یا معنوی آراسته شده اند، خصلتی که از احساسات پدید آمده در کلاس درس یا تالار سخنرانی، به مراتب فراتر می رود. در خلال مطالعه های بسیاری که درباره واکنش تماشاگران به آموزش، از طریق تلویزیون به عمل آمده است، این واقعیت گنج کننده، به فراوانی مشاهده شده است. تماشاگران احساس می کنند که معلم، دارای جنبه ای تقریباً قدیس وار است. این احساس در تصورات ذهنی یا اندیشه ها ریشه ندارد، بلکه به نظر می رسد که به طور ناخوانده و بی آنکه توضیحی داده شده باشد بر تماشاگر چیره می گردد. چنین چیزی، هم دانش آموزان و هم تحلیل گران واکنش آنان را گیج و سردرگم می کند. به یقین، چیزی گویاتر از این، ما را از خصلت تلویزیون آگاه نمی سازد. تلویزیون بیش از آنکه یک رسانه بصری باشد یک رسانه لامسه ای - سمعی است که تمامی حواس ما را، عمیقاً به کنش و واکنش میان یکدیگر وادار می سازد. برای کسانی که از دیرباز صرفاً به تجربه بصری انواع فنون و متون چاپی و عکاسی عادت کرده اند، چنین چیزی به ظاهر، همدلی و همزبانی یا عمق لامسه ای تجربه تلویزیونی خواهد بود که آنان را از موضع گیری های متداول خود - یعنی انفعال و برکنار بودن - بیرون می آورد. □

#### پی نویسیها:

۱. یعنی مجری تلویزیون سعی می کند تأثیربرانگیز و برجسته جلوه کند (م).
۲. تصویری که از رنگها و خط های متد ساخته نشده باشد، بلکه قطعه های کوچک در کنار هم، یک تصویر کلی را به وجود می آورد و در نتیجه فاقد جزئیات تصویری است (م).
۳. عبارات و جملات «تلگرافی» ناقص و همطراز رمز هستند و قوه تخیل گیرنده پیام آن را تکمیل می کند. پیام به صورت «مورس» نیز یک رمز کامل است که باید آن را تبدیل به عبارات تلگرافی کرد (م).
۴. Woofer بخشی از بلندگوهای امروزی است که اصوات بم (با فرکانس پایین) را پخش می کند (م).

کودک عصر تلویزیون نمی تواند مقابل و آینده خود را ببیند؛ زیرا خواستار درگیر شدن است و نمی تواند یک هدف مجزا از هدف های محدود و ناقص صرفاً بصری، و یا سرنوشتی از این قبیل را در امر آموزش و یا زندگی بپذیرد.

#### قتل، از طریق تلویزیون

«جک رویی»، «الی اوسوالد» را زمانی با گلوله کشت که «اسوالد» در محاصره تنگاتنگ محافظانی قرار داشت و دوربین های تلویزیونی، میدان مانور دادن آنها را تنگ کرده بودند. قدرت مجذوب کننده و درگیرکننده تلویزیون آنقدر زیاد است که رویداد مزبور گواهی بر عملکرد خاص تلویزیون بر ادراکات انسان است. قتل «کندی»، به طور مستقیم قدرت تلویزیون را در جهت خلق درگیری عمیق تماشاگر، به مردم فهماند و از سوی دیگر به آنان نشان داد که تلویزیون می تواند تأثیری تخلیبرکننده، بر تماشاگر داشته باشد. عمق مفهومی که این رویداد را به مردم منتقل نمود بیشتر تماشاگران را مهوت ساخت. عده بیشتری از مردم نیز از سردی و آرامش موجود در واکنش توده تماشاگران به شگفت آمدند. همان رویداد، اگر توسط مطبوعات یا رادیو (در غیاب تلویزیون) گزارش داده می شد، تجربه ای کاملاً متفاوت ایجاد می کرد. در چنین صورتی سرپوش نهاده شده بر ملت، به صورت انفجارآمیزی برداشته می شد. هیجان حاصل از این رویداد به مراتب شدیدتر می بود و مشارکت عمیق مردم در یک آگاهی مشترک به مراتب کمتر تحقق می یافت. چنانکه پیش از این توضیح داده شد، «کندی» یک تصویر عالی برای تلویزیون بود.

اختصاصی و از هم گسیخته را، به تجربه ای یکپارچه مبدل می سازد. این دگرگونی، البته برای فرد کتابخوان و با فرهنگ مبتنی بر پایه تخصصی، یک «فاجعه» به شمار می رود. دگرگونی مزبور، بسیاری از موضع گیری ها و روندهای گرمی داشته شده را تیره می سازد. این تحول، اثربخش بودن فنون بنیادی آموزشی را تضعیف می کند و برنامه های درسی مدارس و دانشگاه ها را بی ربط جلوه می دهد. بهتر است به هر شکل ممکن، شکل ها و قالب ها - هنگامی که ما و به یکدیگر یورش می آورند - شناخته شوند.

تلویزیون، نزدیک بینی را امکان پذیر می کند. تصویر موزاییک تلویزیونی، نسل جوان را در زمان حال بودن درگیر می سازد. این تغییر موضع، هیچ گونه ربطی به نوع برنامه ها و برنامه ریزی تلویزیونی ندارد و حتی اگر برنامه های تلویزیون شامل والاترین مضمون های فرهنگی نیز بودند نتیجه امر یکسان می بود. یک چنین تغییر موضعی از طریق ارتباط تماشاگر با تصویر موزاییک تلویزیونی، در هر صورت روی می داد. البته وظیفه ما آن است که نه تنها این تغییر را درک کنیم بلکه از آن به سبب غنای آموزشی اش بهره برداری نماییم. کودک خو گرفته با تلویزیون، توقع امکان مشارکت و درگیری را دارد و نمی خواهد در آینده یک شغل تخصصی واحد داشته باشد. او، خواستار نقش و تعهدی عمیق در قبال جامعه خویش است. هنگامی که این نیاز کاملاً انسانی، کنترل نشود و به غلط درک گردد، می تواند خود را در شکل های تحریف شده ای که در فیلم سینمایی «داستان وست ساید» توصیف شده است جلوه گر سازد.