

تاریخ ۲۳/۰۲/۲۰۰۸

لیکوال: همراه - همگام

در رسانه های درون و بیرون مرزی افغانستان چه میگذرد؟ { بررسی وسایل اطلاعات جمعی از افغانستان تا آمریکا }

()



نقش تلویزیون در جامعه

مارشال مک لوهان ، دانشمند و فیلسوف برجسته علوم اجتماعی می گوید: از زمان روی کار آمدن تلویزیون ، اطفال بیشتر به درون کتاب فرو می روند... فاصله آنها با کتاب روز به روز کمتر می شود. کمتر به رادیو گوش می دهند. تلویزیون خود شکلی از تجارب عمیق و درونی است.

رافائل کابلینسکی پژوهشگر و استاد ارتباطات پوهنتون ایلینویز عقیده دارد: هیچ کس نمی دانست آمدن تلویزیون بدین سان زندگی را دگرگون می کند و تغییر می دهد. از تاریخ اجرای نخستین برنامه های تلویزیون به صورت عمومی در دنیا حدود ۶۰ سال و اندی می گذرد. اجرای اولین برنامه به وسیله سخن پرانی انگلستان بی.بی.سی ، سال ۱۹۳۶ انجام شد. با این که وقوع جنگ دوم جهانی پیشرفت صنعت تلویزیون را متوقف کرد. ولی پس از خاتمه آن ، این صنعت بندریج رواج یافت و روشها و تکنیک های متعددی در بهبود سیستم جریان های الکترونیکی مدد گرفته شد تا جایی که امروز با سرعت حیرت آوری در دنیا در حال گسترش است. تلویزیون توانسته تمام تکنیک های مختلف رادیو و سینما و حتی روزنامه را در خود جمع و از آنها بهره برداری کند. تلویزیون به علت ارائه تصویر، جاذبه خاصی میان مخاطبان دارد که چشمها را به خود خیره و بعلاوه فهم پیام را آسانتر می کند، چون تصویر و صدا اطلاعات کامل تری به تماشاگر می دهد.

تلویزیون به دلیل ارائه تصویر به تخیل کمتری نیاز دارد. به عبارت دیگر اگر روزنامه و رادیو و اینترنت ، رسانه های انتزاعی هستند و به تخیل نیاز دارند، تلویزیون رسانه ملموسی است که همه چیز را در برابر چشمان تماشاگر به نمایش می گذارد.

تلویزیون از نظر کنترل و تسلط بر افکار عمومی ، رسانه بسیار قوی و موثری است ، زیرا مانند رادیو به حوزه خصوصی زندگی افراد نفوذ می کند و با ارائه تصویر ، کلام ، رنگ و موسیقی تماشاگر را جذب می کند. غالباً شیوه ارتباط و خطاب تلویزیون صمیمانه و دراماتیک است. در کشور های پیشرفته ، امروز رادیو به عنوان وسیله ارتباطی بین المللی و تلویزیون وسیله ارتباط داخلی مورد استفاده قرار می گیرد. با آن که مطالعات بسیار وسیعی درباره تاثیر تلویزیون بر افکار و رفتار عمومی انجام شده است ، اما هنوز به درستی چگونگی این تاثیر شناخته شده نیست. با این که بر همه ثابت شده که جنبه سرگرم کننده آن بسیار قوی است ، هر چند تاثیر تلویزیون بر زندگی و افکار مغز های ما غیر قابل انکار است ، ولی با قید احتیاط باید به آن نگرینست. زیرا تلویزیون زمانی تاثیر قوی دارد که زمینه های لازم هم برای پذیرش پیامهای آن وجود داشته باشد. تلویزیون در نخستین سالهای تولدش ، به عنوان یک رسانه همگانی نوین که برتری تکنیکی اش به آن امکان می داد اطلاعات را از طریق صدا و تصویر ، مستقیماً به خانه بینندگانش برسد ، ضربه ای کارساز بر پیکر صنعت فیلمسازی وارد آورد. این مساله هنگامی قابل فهم است که به یاد بیاوریم در آن سالها ، بسیاری از مردم راغب بودند تلویزیون را بیش از هر چیز به عنوان سینما در خانه تماشا کنند.

تعداد صفحات: ۱ از ۴

افغان جرمن آنلاين شما را صمیمانه به همکاری دعوت می نماید. لطفاً به آدرس ذیل با ما تماس بگیرید

maqalat@afghan-german.de

بسط و توسعه بیش از اندازه تلویزیون و دگرگونی های چشمگیر و صرفه جویی وقت و پول موجب شده بینندگان به سوی تلویزیون سوق یابند و به حمایت از آن ترغیب شوند و در نتیجه سقوط سریع و در بعضی موارد فاجعه آمیز تولید و توزیع را در صنعت فیلم موجب شد.

رواج تلویزیون (در زمان های مختلف و با شدتی که در کشورهای مختلف یکسان نبود)، به قول مک لوهان دنیای جدیدی از ارتباطات را ایجاد کرد. معنایش این نیست که دیگر رسانه ها از میان رفتند، بلکه در سیستمی بازسازی و تجدیدساختار شدند که قلیش از لامپ های خلا و سیمای جذابش از صفحه تلویزیون ساخته شده بود. رادیو، مرکزیت خود را از دست داد ولی گسترش و انعطاف پذیری آن افزایش یافت و سبک ها و مضامین خود را با ضرباهنگ زندگی روزمره مردم تطبیق داد.

اینکه چرا تلویزیون به چنین شیوهی ارتباطی گسترده مبدل گردید، هنوز هم موضوع بحث های داغ دانشمندان و منتقدان رسانه ها است. با در نظر داشت شواهد موجود به نظر می رسد فرضیهی دلبلیو. راسل نیومن، تبیین قانع کننده ای باشد. او می گوید: «مهمترین یافته ای که در پژوهش دربارهی تأثیرات تربیتی و تبلیغی تلویزیون به دست آمده است و اگر می خواهیم ماهیت یادگیری نامحسوس در زمینهی سیاست و فرهنگ را درک کنیم باید رگ و راست با آن رویه رو شویم، این است که مردم به آسانترین راه گرایش دارند». چرا تلویزیون به محض اینکه پای در عرصهی تاریخ نهاد، به سرعت سلطه ای چنین گسترده یافت.

شتاب فزاینده پیشرفت تکنولوژی در دنیای معاصر و تحول سریع در امر ارتباطات، مرکز ثقل تحولات اجتماعی بوده است. پیشرفتهای غیرمنتظره و کاملاً نوین در زمینه ارتباطات به وسیله تلفون، رادیو، تلویزیون، اینترنت و نظایر آن، دگرگونی های عمیق اقتصادی و اجتماعی را به همراه آورده و این پرسش را پیش روی ما نهاده است که به منظور همگام شدن با آنها و بهره برداری مطلوب از آنها باید چه شیوه ها و ابزارهایی را برگزید و چه سازمانها و مؤسساتی را تجهیز نمود تا در جامعه نیز فضایی درخور پذیرش آنها به وجود آید.

اگر از دیدگاهی وسیعتر، یعنی در سطحی جهانی به اهمیت امر ارتباط توجه کنیم، باید بگویم جهان امروز دنیای اطلاعات است و نکته بسیار مهم در این میان، درک کامل این پرسش است که در چنین جهانی، چگونه می توان به یک سیاست اطلاعاتی صحیح دست یافت؟ اکنون که توسعه با تدوین نوعی نظام صحیح اطلاعاتی و آگاهی رسانی حاصل می شود، عدم توجه به اهمیت و کاربرد رسانه های ارتباط جمعی، مسؤولان و برنامه ریزان سازمانهای مختلف را از حجم انبوهی از اطلاعات محروم می سازد.

اما از سوی دیگر، به کارگیری ابزارها و رسانه های ارتباط جمعی به منظور دستیابی به اطلاعات، نهایت دقت و توجه را نیز طلب می کند. زیرا این رسانه ها عمدتاً سلسله مراتب اجتماعی خاصی را در جامعه به وجود می آورند که گروه های کوچک قدرتمند، گروه وسیع طبقه متوسط و گروه کثیر عامه مردم را شامل می شود و البته در صدر این سه گروه، گروه بسیار معدود ثروتمندان قرار دارد که همواره خواستها، معیارها و ارزشهای مورد نظر خود را به تمام جامعه تحمیل می کند و طبقات پایینتر نیز بدون آنکه خودشان آگاه باشند، از آرمانهای حاکم بر آن تقلید می کنند. تلویزیون یکی از رسانه های قدرتمند ارتباط جمعی به شمار می آید. این ابزار، به دلیل ویژگیهای منحصر به فرد خود قادر است پیامهای تصویری را به دورترین نقاط منتقل کند و تعداد بیشماری از افراد را در سراسر دنیا مورد خطاب قرار دهد. تلویزیون به عنوان یک ابزار مهم ارتباطی می تواند در بیداری، سازماندهی، سیاسی گری و تکنیک دهی نقش مهمی داشته باشد. تأثیر پیام این ابزار قدرتمند بر افکار عمومی و عملکرد آن را، بویژه از نظر تربیتی و جامعه پذیری نباید از نظر دور داشت.

مهمترین پدیده مربوط به تلویزیون از دیدگاه جامعه پذیری، کمیت زمان تماشای تلویزیون است بدین معنی که در جوامع پیشرفته، افراد بیشترین زمان فراغت خود را به جای معاشرت با دوستان، معلمان و یا بزرگسالان، به تماشای تلویزیون می گذرانند. درباره تأثیرات منفی ناشی از تماشای طولانی تلویزیون اظهار می دارد که گذراندن وقت بیشتر برای تماشای تلویزیون، نشان دهنده علاقه کمتر به مطالعه است و به احتمال زیاد، فرد را کاهل و از نظر روانی منفعل بار می آورد و یا به مسائلی نظیر خشونت، پرخاشگری و ترس از خشونت و آقعی مبتلا می سازد. واقعیت این است که برنامه های تحریک کننده تجاری حاکم بر تلویزیون، در جامعه پذیری نسل جوان تأثیرگذاری منفی به همراه دارد. اما پاپر محقق و دانشمند عرصه وسایل اطلاعات جمعی در این زمینه به نکته هایی اشاره می کند. از نظر او بروز پدیده هایی نظیر تعصبات فرهنگی، خشونت در برابر بیگانگان و ترس و نفرت از آنها، هیچ رابطه خاصی با تماشای تلویزیون از سوی افراد ندارد و یا نمی توان کاستی های دموکراسی و رژیمهای استبدادی را در بعضی از کشورها به استفاده زیاد مردم از تلویزیون نسبت داد. گسترش رسانه های ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون، اغلب به موازات اوقات فراغت افراد صورت می گیرد. این رسانه ها فراغت را به قشرهای مختلف اجتماعی سوق داده و آن را به یک پدیده فراگیر تبدیل نموده اند. با

صنعتی شدن جوامع، تفریح جای خود را به تماشای صرف داده است و پدیده تماشای خود در ساخت سلسله مراتب اجتماعی نقش مهمی بر عهده دارد.

برخی از صاحب نظران، تلویزیون را ابزاری جهت آشکار سازی مسائل مختلف قلمداد می کنند. به عقیده ایشان، یکی از دلایل این امر آن است که تلویزیون امکان تماس افراد با واقعیاتی را فراهم می سازد که دسترسی به آنها برای عموم میسر نیست. تلویزیون با ساخت و پرداخت داستانهای خیالی و افسانه پردازی در حاشیه مطالب مکتوب، نوعی باور و اعتقاد را در مخاطب خود پدید می آورد، به گونه ای که فرد هنگام تماشای آن، گویی خود را در یک صحنه واقعی در آن سوی دنیا می یابد و شخصاً به تجربه این صحنه ها می پردازد.

اغلب برنامه های تلویزیونی جنبه اساطیری دارند. چون شناسایی صحنه های نمایش را به یک اعتقاد مبدل می سازند. بعلاوه به کمک هنر گزارشگری و تصویربرداری با حرکات و زوایای مناسب، آنچه را که عادی و بسیار پیش پا افتاده است، به صورت برجسته ای به نمایش می گذارند.

انتقاد که بر برنامه های تلویزیونی وارد است، دستکاری شدن آنها است. برنامه های تلویزیونی نیز ممکن است مانند رسانه های مکتوب به نحوی مورد دستکاری قرار گیرند و تصاویر را آن طور که هست به نمایش نگذارند. باید دانست که دیدن همواره نمی تواند معیار صحیحی برای فهم حقیقت باشد. باید بدانند که برنامه های تلویزیونی چگونه به وجود می آیند و بیاموزند که چگونه خود را در مقابل برنامه های دستکاری شده محفوظ نگه دارند. نکته دیگری که در طراحی برنامه های تلویزیونی باید مورد نقد و بررسی قرار گیرد، این است که رسانه های ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون، جهت ارائه هسته های فرهنگی به مخاطب طراحی نشده اند. بلکه به عکس، فرض آنها بر این است که فرد قبلاً دارای فرهنگی توسعه یافته است و با توجه به آن می تواند از میان برنامه های مختلفی که تهیه و پخش می شوند، مطابق سلیقه ها و انتظارات خود به انتخاب بپردازد.

تکنالوژی های جدید و تحول سریع در امر ارتباطات، دگرگونی های عمیق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به همراه آورده و جهان کنونی را به دنیای ارتباطات مبدل نموده است.

این تکنالوژی در کنار مزایای متعددی که در بر دارند، ساختارهای اجتماعی را تغییر می دهند و سلسله مراتب خاصی را در جوامع به وجود می آورند. از جمله این ساختارها، پیدایش طبقه معدود ثروتمندان است که تصمیم گیرنده اصلی امور اجتماعی به شمار می روند و معیارها و ارزشهای خود را از طریق رسانه های ارتباط جمعی، بویژه تلویزیون به سایر افراد و طبقات جامعه تحمیل می کنند که از میان آنها می توان به ستارگان عالم سینما، خوانندگان و ورزشکاران اشاره نمود. تلویزیون به عنوان یک ابزار قدرتمند ارتباط جمعی، مخاطبان بسیاری را در سرتاسر دنیا به خود جذب می کند. تحقیقات نشان می دهد که افراد، بویژه در سنین کودکی و نوجوانی، بیشترین وقت خود را صرف تماشای تلویزیون می کنند. گرچه این احتمال وجود دارد که تلویزیون افراد را کاهل و منفعل بار آورد و یا با مسائلی نظیر خشونت و پر خاشاگری آشنا سازد، اما نمی توان بروز این پدیده ها را تنها به تماشای زیاد تلویزیون نسبت داد، بلکه عوامل دیگری نظیر عوامل فرهنگی و شناختی نیز در دریافته ها و برداشتهای افراد از تصاویر تلویزیون نقش دارند.

بیشتر محققان بر این نکته تاکید دارند که تلویزیون در یادگیری افراد مؤثر است، اما این نوع یادگیری ممکن است تصادفی و با هدف سرگرمی صورت پذیرد، در حالی که نوع یادگیری از طریق کتاب و رسانه های مکتوب، عقلانی و عمیقتر است. بررسی های انجام شده در زمینه نقش تلویزیون در یادگیری نشان می دهد که این نوع یادگیری تاثیر پایداری در فرد به جای نمی گذارد و میان کودکانی که از طریق تلویزیون مطالبی را می آموزند و آنهایی که از طریق کتاب و سایر رسانه های مکتوب اطلاعاتی به دست می آورند، تفاوت چندانی به چشم نمی خورد. علاوه بر آن، تحقیقات نشان داده است که اهمیت تلویزیون به عنوان یک ابزار کمک آموزشی، با افزایش سن افراد و ورود به مرحله بی تحصیلی بالاتر، سیر نزولی می یابد. به طور کلی برای افرادی که سطح معلومات و اطلاعات بالایی ندارند، تلویزیون در نقش خودآموز عمل می کند و در یادگیری آنان مفید و مؤثر است. درباره یادگیری از طریق تلویزیون انتقاداتی نیز مطرح شده است. برخی عقیده دارند که یادگیری از این طریق، فرصت کافی در اختیار مخاطب نمی گذارد تا با تفکر و تأمل و درک کامل، مطالب را به هم مرتبط سازد و مطالب پیشین را بازخوانی و بازشناسی نماید.

انتقاد دیگر حاکی از آن است که تلویزیون قدرت تفکر و تعمق را از فرد سلب می کند و در عوض، روند یادگیری او را با احساسات و عواطفی که از تماشای تصاویر تلویزیونی به وجود می آیند، تحت تاثیر قرار می دهد. نمونه بارز آن، نقش تلویزیون در تغییر ماهیت افکار عمومی پیرامون مسائل سیاسی و اقتصادی است که تصمیم گیری و اظهار نظر افراد در این زمینه ها متأثر از احساسات ناشی از تبلیغات تلویزیونی است. برای مثال، در جریان انتخابات، رای دهندگان ممکن است رای خود را با توجه به تبلیغات تلویزیونی انتخاب کنند.

برخی تلویزیون را یک فن آوری و انموسازی می دانند که از منطق اغوا و فریبکاری سود می جوید و با خواندن و نوشتن که با منطقی عقلانی همراه است، شباهت درخور توجهی ندارد.

به عقیده این عده، تلویزیون واقعیتها را آن طور که باید و شاید به تصویر نمی‌کشاند، این، دوربین است که ماهیت چشم‌اندازهای محدود و وسیع را دستخوش تغییر می‌سازد و مناظر و اشیاء را بزرگ و کوچک می‌نماید و به فرد مجال و آزادی بیان جزئیات و آنچه را که اصل واقعیات است نمی‌دهد. در مورد آشکار سازی مطالب در تلویزیون گفته می‌شود که تلویزیون در ارائه برنامه‌های خود میان کودکان و بزرگسالان مرزبندی و تمایزی قائل نیست و برنامه‌های آن برای عموم یکسان پخش می‌شود، به همین دلیل کودکان از طریق این برنامه‌ها مطالبی را می‌آموزند که مربوط به بزرگسالان و زندگی بزرگسالی است و این امر طبیعتاً زوال دوران کودکی را در پی دارد. همچنین باید به خاطر سپرد که برخی از این برنامه‌ها، از پیش دستکاری شده و تغییر یافته‌اند. همه افراد باید بیاموزند که چگونه خود را در مقابل این نوع برنامه‌ها محفوظ نگه دارند و تحت تاثیر نگرش حاکم بر آنها قرار نگیرند. بعلاوه، تهیه کنندگان برنامه‌های تلویزیونی نیز باید این نکته را مد نظر داشته باشند که افراد جامعه به طور عموم دارای مجموعه‌ای از عقاید خاص خویش هستند که ناشی از وابستگی‌های خانوادگی، همبازی‌ها، طبقات اجتماعی و... آنهاست و تهیه‌کنندگان ناچارند در تهیه و پخش برنامه، از احکام قالبی و پیش‌داوری‌های خود اجتناب کنند و درباره خواستها و نظرات توده جامعه که مخاطبان اصلی آنها هستند، اطلاعات جامع و کاملی در اختیار داشته باشند.

ادامه...