

چندانی پیش در دو خبر جداگانه کوتاه، دو رقم متفاوت درباره اوقات فراغت جوانان اعلام شد که از جهاتی، در کنار یکدیگر قابل تأمل می‌نمود. در یک رقم عنوان شده بود که ۸۵ درصد جوانان از برنامه‌های صدا و سیما در اوقات فراغت استفاده می‌کنند و در رقم بعدی به دستاوردهای یک نظرسنجی اشاره شده بود که در بخشی از آن آمده بود که ۷۱ درصد جوانان معتقدند که اوقات فراغشان به بظالت می‌گذرد.

از آنجا که این ارقام و نظرسنجی‌ها، نمی‌تواند بر اساس یک روش و تحلیل علمی و منطقی فراهم آمده باشد، بررسی آنها در کنار هم و نتیجه گرفتن درباره این موضوع که، برنامه‌های صدا و سیما، آنچنان برنامه‌های پر محتوایی نیست، می‌تواند یک نتیجه‌گیری نه چندان اصولی و منطقی به نظر آید. اما یک نکته را نمی‌توان نادیده گرفت که برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به دلایلی چون سهولت دسترسی به آنها و پنهان بودن هزینه‌های پرداخت شده برای آن و همچنین کمبود دیگر امکانات گذران اوقات فراغت برای جوانان ایرانی، مورد رجوع خیلی از افراد است و کیفیت برنامه‌ها و تأثیرات آن بر مخاطب، قابل بررسی است.

هزینه‌ای که مخاطب برای استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون می‌پردازد، معمولاً نامرئی است. هزینه برق مصرفی آن که به دلیل ارزانی و همچنین محاسبه در کنار سایر موارد مصرف برق، هیچ‌گاه برای کسی، معضلی به شمار نرفته است و می‌بینیم که در بیشتر موارد و در بیشتر مکان‌ها، گیرنده‌های رادیویی و تلویزیونی، به طور

پیوسته روشن است و فقدان آنها از یک جمع انسانی، باعث برهم ریختن نظم آن گروه و پایداری نوعی آشفتگی رفتاری می‌شود. رادیو و تلویزیون، عضوی از خانواده‌ها در زندگی مدرن امروزی به شمار می‌روند. خرید گیرنده‌ها برای یک بار انجام می‌شود و دسترسی به برنامه‌ها رایگان است. بنابراین در مقایسه با استفاده از کتاب، روزنامه، فیلم ویدئویی، سینما، ورزش و رفتن به اماکن تفریحی، امکانی آسان و کم‌خرج است. برای دریافت کتاب، باید مرتباً از منزل خارج شد و به کتابخانه و کتابفروشی رفت و با صرف هزینه و زمان، به آن رسید. هزینه‌ای که معمولاً در سبد خرید مصرف کننده، رقم قابل توجهی به شمار می‌رود و معمولاً در گزارش‌ها و گفتارها از گرانی قیمت کتاب، گله می‌شود. تهیه مطبوعات و اجاره نوار ویدئویی فیلم‌ها و رفتن به سینما و دیگر اماکن تفریحی نیز، از این ویژگی برخوردارند و بدین ترتیب، مخاطب می‌کوشد به سمت امکاناتی برود که به ظاهر هزینه‌بردار نیست، نیاز به تلاش فکری ویژه برای گزینش عنصر مورد نظر (کتاب، روزنامه، فیلم و تفریح مناسب) ندارد و در برابر هر برنامه‌ای و با هر کیفیتی که باشد تسلیم محض است و به سادگی و بدون صرف زمان ویژه، قابل بهره‌برداری است؛ تنها لازم است این دستگاه‌ها (رادیو و تلویزیون) را یک بار خریداری کرد و بارها، بدون انجام تلاش فیزیکی محسوس و پرداخت هزینه‌های مجدد (پرداخت چندین باره پول هر کتاب، خرید یا اجاره نوار ویدئو، پول بلیت سینما و...)، از آن بهره‌گرفت و از تنوع ظاهری آن لذت برد. از همین جنبه است که پرداختن به چگونگی کیفیت برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و فرهنگ‌سازی آن، مهم می‌نماید. ولی وقتی به برنامه‌های رادیو و تلویزیون خودمان که می‌رسیم، چون تأثیر محسوس از انتشار دیدگاه‌ها و بررسی برنامه‌ها نمی‌بینیم و در مواردی علاوه بر

بی‌اعتنایی، با واکنش قضایی هم‌رو به‌رو می‌شویم، معمولاً کار تحلیل و نقد رادیو و تلویزیون را، بی‌اثر و پر در دسر می‌یابیم.

با این وجود، نباید از پایداری هنجارها و ناهنجاری‌های جدید در جامعه، در پی نمایش آثار رادیویی و تلویزیونی غافل ماند. معمولاً از تأثیر پیام‌های تبلیغی به دور نیستیم. این روزها در پیام‌های بازرگانی و آگهی‌ها، شاهد چندگونه مجموعه‌سازی دنباله‌دار تبلیغی هستیم، از آگهی بستنی پاک، شیرپگاه، لاستیک دنا، انواع کره‌های گیاهی و چند نمونه دیگر، به دلیل وجود کاراکترهای ثابت و داستان‌های کوتاه مرتبط، می‌توان به عنوان یک مجموعه داستانی بسیار مؤثر در ذهن مخاطب نام برد. تکرار شعارهای تبلیغی در زبان محاوره‌ای مردم، به سادگی در اطراف ما، قابل مشاهده است و فرهنگ‌سازی و سوق دادن مخاطب به سمت مصرف بیشتر و پایداری طیفه‌ای در میان اجتماع که به سمت استفاده افراطی از کالاهای تجاری برود، پیامد یک چنین رفتار تبلیغی است.

در میان مجموعه‌های داستانی هم، در تلویزیون، شاهد چند نکته هستیم.

گرایش به انفعال

در برنامه‌های صدا و سیما



حسین سلطان محمدی

هستند، به یکباره با بلوغ رفتاری رو به‌رو شده و آنان به اصلاح بزرگترها پرداختند. بدین ترتیب، داستان به جای ترویج زندگی مشترک مبتنی بر خرید به رفتاری لجوجانه و کودکانه رسید. عجیب آن بود که ارتباط دختر بزرگ خانواده با پسری که همکلاسی وی در دانشگاه بود، بدون برقراری هیچ پیوند شرعی، مجاز شمرده شد. دیدار پنهان آن دو در پارک و رفت و آمد هایشان، نقد رفتاری نشد و حتی در قسمت آخر داستان، شاهد بودیم که دختر خانم، به آقا پسر زنگ می‌زند و به او می‌گوید که برود بقیه را از خانه هایشان به منزل این پدر و مادر بیاورد. یعنی آنچه بدون پیوند شرعی آغاز شد و ادامه یافت، امری مباح دانسته شد و هیچ واکنشی از سوی مسؤلان صدا و سیما یا حتی دستگاه قضایی مشاهده نشد. معمولاً در دستگاه قضایی، بر روی کلمات و مطالبی که در مطبوعات یا تیراژ هزاری منتشر می‌شود حساسیت نشان داده می‌شود و از موارد شکایت مدعی العموم است. به عبارتی، تأثیر منفی مفروض این کلمات، قابل برخورد به شمار می‌رود، اما برنامه‌ای با تیراژ میلیونی، اصلاً واکنشی ندارد و حتی به تکرار قسمت آخر هم

می‌رسد. در برنامه‌های داستانی، هیچ شخصیت داستانی محکم دیده نمی‌شود؛ پلیس جوان، شخصیت‌های متزلزل مجموعه‌های جوانی و خانه‌پداری و جوانان مجموعه خط قرمز، نمونه‌هایی از سستی رفتاری را نشان می‌دهند. پایداری رفتاری، بدون هیچ منطق روایی و به دور از روال اصولی، همگان را به پذیرش سطحی ماجرا

کشانده است. دلسوزی پدید آمده برای همه جوانان فیلم جوانی یا برای سارا و امیر در خانه‌پداری یا همه جوانان خلافکار مجموعه خط قرمز و یونس در مجموعه پلیس جوان، در میان مردم مانده می‌شود و با هر درجه از نخبه‌گرایی هم که حرکت کنید، باز هم می‌شنوید که مردم از آنان می‌گویند.

انفعال زنان این فیلم‌ها، حتی مادران خط نجات مجموعه پلیس جوان (که از مجموعه خارجی بسیار حرفه‌ای و موفق ارتش سری گرت‌برداری شده) نیز موردی قابل تأمل است. به رغم هر گونه تلاش اجتماعی در طی بیست و چند سال اخیر، می‌بینیم که زنان این فیلم‌ها، همگی تابع، ضعیف‌النفس، بی‌اراده، لجوج، خودخواه و عنصری ابزاری به شمار می‌روند و این برای جامعه‌ای که می‌کوشد تکیه بر اراده و اندیشه و بالندگی اجتماعی را ترویج کند، نوعی مقاومت منفی است و تلاش بر خنثی‌سازی افراد دارد. حتی همراه ساختن مخاطب با قهرمانان این داستان‌های مطول، باعث شده که رفتار برآمده از ابعاد منفی وجود انسانی، امری قابل چشم‌پوشی شمرده شود؛ نه کارهای منفی آنچنان در فیلم مورد نقد و منکوب شدن قرار می‌گیرد و نه برای رفتار مثبت، ثباتی در داستان‌ها گذارده‌اند. بیننده، برای تر و خشک، به یک میزان دل می‌سوزاند و این، نکته‌ای مهم است.

اگر نقد برنامه‌ها مؤثر می‌بود و نگرش برنامه‌سازان و مدیران صدا و سیما، به واکنش‌های منتقدان، بهتر از موقعیت فعلی می‌بود، شاید پرداختن مستمر و اصولی به نقد رفتاری و جامعه‌شناسانه این برنامه‌ها، روایی درست می‌یافت. اما آنچه شاهدیم، حاکی از تلاش برنامه‌سازان بر اثبات روش‌های خود، فارغ از هر گونه نظارت کامل و مبتنی بر خرد است و به انفعال کشیده شدن منتقدان و نرسیدن به اجتماعی که نیازمند پویایی و تلاش و پرسش و مطالبه درست خواست‌ها و خردگرایی است.