

به نام خدا

همه‌ی ماجرا از این‌جا شروع می‌شود که یک روز صبح از خواب برمی‌خیزی و می‌فهمی که چقدر ناباوری . برای اولین بار پدرت را می‌بینی که موهایش سفید شده . مادرت را که پیشانی‌اش حاشور افتاده . می‌روی سمت اتاق و تازه متوجه عکس کودکی‌ات بر در می‌شوی. چشمانت را فشار می‌دهی ، باز می‌کنی ، می‌بندی ، دوباره باز می‌کنی. سرت را می‌چرخانی ، می‌گیری بالا و نمی‌دانی این همه سال کجا بوده‌ای. گویی خواب سیصد ساله‌ی اصحاب کهف برایت متجلی می‌شود. با این تفاوت که خواب آن‌ها خواب انکشاف است و خواب تو ، خواب غفلت.

بگذار کمی به یاد آورم : من از «میکی‌موس» گرفته تا «تام و جری» و «ماسک» و «تن‌تن» و «کوتلاس» و «آن شلی» و «پسر شجاع» و «شرک» و «میگ-میگ» را می‌شناسم. قصه‌های هزار و یک شبی هالیوودی و بالیوودی را از برم. یک روز «بت من» زندگی کرده ام و یک روز «اسپایدر من» اما نمی‌دانم کی خودم بودم؟!...

من خیلی زود بزرگ شدم. نه به سن ، که به دانش. نه ریاضی و فیزیک و فلسفه و نجوم. بلکه رازی بر من پوشیده نبود از زندگی بزرگسالان . من معنی کشتن را می‌دانستم. معنی دروغ را . معنی حرص . معنی ناموس وقتی که با حتک‌اش همراه می‌شد من حتی معنی پول را هم می‌دانستم. باور می‌کنید ؟ معنی پول را!!!!...

نمی‌خواهم آن‌چنان وطنی اش کنم . این‌ها را که می‌خوانید ثمره‌ی چند برگ‌ی مطالعه و لختی تأمل است . و از آن بدتر ثمره‌ی عمری زندگی است . عمری به وسعت غفلت ... شعاری یا غیر شعاری ... روزی بود که مادرهامان خواب سربازی ما را در رکاب امامی می‌دیدند که سال‌هاست فراموش‌مان شده . روزی بود که نهایت آرزوهایمان الگویی بود از چهارده معصوم . روزی معصومیت الگومان بود . روزی بود که رفاقت با خدا ارزش حداقل پیش وجدان‌هامان . روزی بود که آمران به معروف و ناهیان از منکر رجحان داشتند بر قلیلی که امروزند عاملان به هر چه که فراتر از منکر آمده ؛ روزی که دو واژه‌ی معروف و منکر شعار نشده بود . بود و اصلاً هم مال امل‌ها نبود . روزی که هر چه که ، می‌آمد و می‌رفت ، مسیرش درست از وسط چشم‌ها و قلب‌های ما نبود . آری ، ماجرا از این‌جا شروع می‌شود :

ماجرا این است : کم‌کم کمیت بالا گرفت

جای ارزش‌های ما را عرض‌ی کالا گرفت

احترام «یا علی» در ذهن بازوها شکست

دستِ مردی خسته شد ، پای ترازوها شکست

فرق مولای عدالت بار دیگر چاک خورد

خطبه‌های آتشین متروک ماند و خاک خورد

زیر باران‌های جاهل ، سقف تقوا نم کشید

سقف‌های سخت مانند مقوا نم کشید

باکدامین سحر ، از دل‌ها محبت غیب شد؟

ناجوانمردی هنر ، مردانگی‌ها عیب شد؟^۱

(۱) بخشی از منظومه‌ی «آبها و مردابها» . سید حسن حسینی

راه می‌افتیم بین بچه‌های امروزه . از بچه‌های دانشگاهی تا فسقل بچه‌های گیم نت سر محل :

- اخوی شما معنی «نقطه چین» رو می‌دونی ؟

- باباته ! مردیکه‌ی نقطه‌چین نقطه‌چین .

- تشکر می‌کنم.

- آجی می‌بخشد ! می‌تونید چهارتا کلمه بگید که توش «ک» داشته باشه ؟

- نقطه‌چین ، نقطه‌چین ، نقطه‌چین ، نقطه‌چین .

- !! این که سه تاش ماله آناتومی بدن بود !

- عمو چی بازی می‌کنی ؟

- نقطه‌چین .

- یعنی چی ؟

- نقطه‌چین .

بازی تمام می‌شود . گروهی می‌بازند و این از مسلم‌های بازی است . اما واژه‌هایی توی این فضای رقابتی پخش می‌شود که حتی فیلمان هم حالش به هم می‌خورد :

- نقطه‌چین ، نقطه‌چین ، نقطه‌چین ... بوق (!)

نیل پستمن (Neil postman) در کتاب «نابودی دوران کودکی» (The Disappearance of Childhood) ، می‌پرسد :

فرق کودکی و بزرگسالی در چیست ؟ ... و چنین جواب می‌دهد که ، در نوع اطلاعاتی است که از محیط پیرامون خود دارند . در میزان و نوع ادراکی که از واقعیات دارند و این دو هر وقت به مثابه دیواری درمی‌آید دو مقوله‌ی کودکی و بزرگسالی را از منظر روانی به‌وجود می‌آورد .

نیل پستمن از ینگه دنیا می‌نویسد . از دورانی می‌گوید که مفهومی به نام کودکی وجود نداشت . هر آن‌چه که بزرگسال می‌دانست ، کودک هم ، هر آن‌چه که بزرگسال می‌گفت ، کودک هم و همان‌گونه که بزرگسال می‌پوشید ، کودک هم . اصلاً در چنین دورانی واژه‌ای به نام کودکی وجود نداشت و از قرن شانزدهم با واژگانی چون Child و boy و girl روی کار آمد که البته ناگفته نماند که همین‌ها هم به معنای «فرزند» اند ، نه «کودک» به آن معنایی که ایرانی‌جماعت و شرقی‌جغرافیا دارد.

در ادامه لازم می‌دانم اشاره‌ی کوچکی به سیر تکنولوژیک رسانه کنم که محور اصلی کتاب پستمن محسوب می‌شود .

پستمن در بخشی از کتابش به سخنی از هارولد آی نیس (Harold Innis) اشاره می‌کند که : « هر گونه تغییر و تحولی در سیستم و تکنیک ارتباط جمعی ، سه دگرگونی را قهرماً موجب می‌شود . اولی تغییر ساختار علائق و سلائق . دوم تحول ویژگی‌نمادها و ارزش‌ها . و در نهایت دگرگونی در ذات و محتوای جمع و جماعت و تغییر بنیادین فرهنگ و خصلت جمعی. »

با این حساب چنین می‌توان مطلب را سر هم بندی کرد که : روزی بالأخره وارثان آدم هیبوط کرده در زمین بعد از کلی دعوا مرافعه فهمیدند که این نقاشی کردن عجب کار باحالی است . آن‌ها به قدرتی در نوشتن اعتقاد یافتند که هر چند خرافه‌ای محسوب می‌شود اما تا حدودی درست است . آدم هنرمند یا فنی وقتی به کشیدن اشکال حیوانات فائق آمد دو قدرت برای خودش قائل شد . یکی قدرت شکست شکار و دیگری قدرت انحصار قدرت اول . پس این آدم می‌رود ته غارها و با سختی تمام از این گنجینه‌ی منحصرش محافظت می‌کند . آن‌گاه ته غارها می‌شود اهرام فراغنه . در دوره ای دیگر خط به‌وجود می‌آید و همان‌طور که احتمالاً همه در تاریخ خوانده‌اند ، خط می‌شود یکی از وجوه پیدایش تمدن . در دوره‌ای دیگر فنودالیزم بر سر کار می‌آید و هم‌زمان کلیسا با انحصار کتابت (انجیل) به قدرتی دست می‌یابد که بشود رقیبی برای فنودال جماعت و حتی در مواردی خودش پا بر گرده‌ی

رعیت بگذارد و بشود حکمران و زمین‌دار. حالا وضعیت «کودکی» چطور است این‌جا؟ کودکی هم هم‌چون مقولات دیگر می‌شود یکی از وجوه تفاوت رعیت جماعت با اشرافی. در این دوره کودکی رعیت هم‌پای بزرگسالی‌اش در غم نان و تاب کار و دویدن می‌فرساید و از آن طرف کودکی اشراف می‌شود نشانه‌ی شأن خانوادگی و هم‌چون عصا و عینک و لباس فاخر می‌شود یک پز برای مهمانی‌های مجلل. حتی شعارهای رعیت مسلکی آن زمان هنوز در بعضی جوامع غربی به چشم می‌خورد: تصفیه حساب، ۱۷ سالگی. و این بدین معنی است که نان‌خور اضافی بودن واژه‌ای شناخته شده است. بگذریم. همه‌ی این‌ها می‌گذرد تا پستمن از دوره‌ی طلایی با عنوان عصر چاپ یاد کند. یک آلمانی معلوم نیست روی چه حسابی می‌آید و ماشین افشره آب‌انکور و صفحه پرس آن را تبدیل می‌کند به دستگاه چاپ. قرن پانزدهم.

حالا بایستی طبعاً یک اتفاق مهمی بیفتد. و می‌افتد. به مرور قدرت از دست کلیسا خارج می‌شود و خواندن و نوشتن به عموم مردم راه پیدا می‌کند. کم‌کم روزنامه روی کار می‌آید و روی کار آمدن روزنامه بدین معناست که مطالعه روزانه می‌شود، پس بالا می‌رود. چاپ یک فایده‌ی دیگر هم داشت و آن هم این‌که با ساده کردن و یک‌دست کردن حروف، دیگر آدمی در پیچ و خم حروف نمی‌ماند و این باعث می‌شد که نوشتن از مرحله‌ی ثبت به مرحله‌ی فهم و اندیشه وارد شود. با گسترش اندیشه‌های مختلف و تا حدی حداقل خواست‌هایی برای زندگی در جامعه‌ی جدید گوتنبرگی حدودی به وجود می‌آید که کودک نتواند به راحتی یک بزرگسال وارد محیط جدی اجتماعی شود و این خود باعث ایجاد و تثبیت «دوران کودکی» می‌شود به مثابه دورانی که بایستی برای بزرگ شدن پشت‌سر گذاشت و کسانی به نام والدین زاده شدند که بایستی گام‌اس‌گام‌اس او را تا بزرگ شدن همراهی می‌کردند. سلام کودکی!

در این دوره انواع کتاب‌ها در مقولات کودکی، بهداشت کودک، تربیت کودک و امثالهم منتشر شد که کمک بسیار زیادی به فهم این مقوله و پذیرش‌اش در جامعه کرد. تا این‌که

تا این‌که انقلاب صنعتی قرن نوزده دنیا را فراگرفت. یونان و قلبش آتن روزی مهد مدارس دنیا محسوب می‌شد ولی در طی قرون وسطی تمامی تعالیمش به فنا رفته بود. بگذارید تصویری از خود کتاب پستمن برایتان ارائه دهم:

صفحه ۴۵. «... همان‌طور که تربیت و پرورش، مفهومی در قرون وسطی نداشت، فضیلت عفت و احساس شرم و حیا و رعایت ادب نیز اصلی ناشناخته بود.... عنصر ذاتی در امر شرم و حیا، بر قبول و رعایت یک سلسله رمز و رازها و ضوابط غیرآشکار در روابط انسان‌ها مبتنی است. مسائل مربوط به آمیزش جنسی پدر و مادر برای کودک، باید در هاله‌ای از تقدس و رمز و راز قرار داشته باشد، تا شرم و حیا نزد او مفهومی واضح پیدا کند. یکی از تفاوت‌های بنیادین میان کودک و بزرگسال، در آن است که در دنیای بزرگترها، اسرار و جریانات و.... مصائب روزمره و پاره‌ای از رفتارهای دیگر است که باید از حوزه‌ی دید و آگاهی کودک به دور باشد.» و در جایی دیگر به نقل از باربارا توخمان می‌نویسد - صفحه‌ی ۵۱ - «در میان علم و وجوه افتراق میان قرون وسطی و دنیای امروز، هیچ مقوله‌ای به اندازه‌ی فقدان توجه و علاقه به کودک جلب نظر نمی‌کند»

و حالا قرار بود یک دوره‌ی قرون وسطی دیگر برای عصر چاپ با انقلاب‌های کارخانه‌ای (!) تعریف شود. بحث نظری‌اش این‌گونه است که با زیاد شدن تعداد کارخانه‌ها، نیاز به نیروی کار افزایش می‌یابد و حالا که دوباره غم نان گریبان‌گیر می‌شود، این غم‌ها را با بچه‌ها قسمت می‌کنند و نتیجه این‌که بخشی اعظمی از نیروی کار کارگاهی را کودکان تشکیل می‌دهند. اما با افزایش جمعیت و تبدیل کارگاه‌ها به کارخانه‌های سنگین شاید نرخ کار کودک کاهش یافته باشد. این را نمی‌دانم. به منبعی برای این سؤال بر نخوردم، اما یک نشانه خبر می‌دهد که زمان اوج بها دادن به مقوله‌ی کودکی بین سال‌های ۱۸۵۰-۱۹۵۰ میلادی محسوب می‌شود که کمی از لحاظ تئوریک عجیب می‌زند.

از مبحث تلگراف و رادیو می‌گذرم که هر چند با همه‌ی مقدمه بودنش بزرگ است اما در برابر عصر حاضر و مقوله‌ی تلویزیون بچه می‌زند.

می‌شد آمارهای صعودی جرم و جنایت و طلاق، خشونت، فحشا، دین‌گریزی را نشان داد. می‌شد به سبک و سیاق خیلی از جامعه‌شناسان انواع نمودارهای افقی و عمودی، ستونی و خطی را رو کرد و دست آخر یک نتیجه‌ی باب طبع نوشته گذاشت جلوی مخاطب و اصلاً هم اشتباه نیست وقتی مثلاً پستمن می‌گوید «در فاصله سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۹ میزان ارتکاب جرایم سنگین جنایی توسط جوانان زیر پانزده سال، یکصد و ده برابر، یعنی یازده هزار درصد افزایش داشته است.» که تازه این‌ها مال عصر خودش - قرن بیستم - است. اما چه فایده؟ این‌ها آن‌قدر عادی شده که حتی اگر نشان دهیم مانکن اصلی برنامه‌های تبلیغاتی را - در غرب - دختران زیر هجده سال تشکیل می‌دهند عجیب نیست. عجیب در نزد خیلی‌ها این است که ادعا کنیم این نوعی سوء استفاده‌ی جنسی از کودک - گیریم نوجوان - است. این را هیچ عقل رسانه دیده‌ای نمی‌پذیرد؛ همان‌طور که یکی از دادگاه‌های ایالت نیویورک در سال ۱۹۸۱ نپذیرفت. این دادگاه در برابر شکایتی که مقابل سوء استفاده جنسی از کودک به عنوان یک ابزار تهییج جنسی قد علم کرده بود، چنین رأی می‌کند: «... در بهره‌گیری از انسان‌ها به عنوان ابزار ارضاء غرایز جنسی، تفاوتی میان خردسال و بزرگسال وجود ندارد...» و این در حالی است که پیش‌تر و حتی در دوران وسطی، سوء استفاده‌ی جنسی از کودک جرم محسوب می‌شد.

و این تا حدی است که یک آمریکایی اصیل (!) که همین پستمن خودمان باشد فریاد برمی آورد که پس حیا و عفت این جامعه چه شد؟ و فراموش نکنیم که این آدم، قرن بیست و یک ندیده است. خیلی از موارد دیگر را می توان مثال زد که در آنها روح باخته گی جامعه غربی را به دست ساخته ی خودش نشان می دهد، اما این ها مال غرب است و بگذار مال غرب هم باقی بماند. می روم سراغ دغدغه های داخلی که اگر نگوییم اسلامی، پس حداقل ایرانی خودمان را نشان می دهد.

از انشاء نویسی خسته شده ام، بگذارید چند محمل رسانه ای را بررسی کنیم:

اول خبر. خبر چیست؟ جز پاره ای اطلاعات غریب و غریب که هر روزه عادی تر شدن زندگی را نشان مان می دهد؟ در نوع محملی خبر همین اندازه کافی که وقتی خبری را از دوست می شنوی تا زمانی که آن را در تلویزیون می بینی از زمین تا آسمان در نوع برخورد تو فرق است.

در چارت آموزشی و عملکردی یک خبرنگار آمده که «تو حق درگیر احساسی شدن با موضوعت را نداری». به خبرگویی مجری های تلویزیونی نگاهی بیندازید. از خبر فوت امام که بگذریم - که آخرین نمونه ی خبری احساسی جمهوری اسلامی محسوب می شود - می رسم بر سر یک نوع خبرگویی بی احساس در مجری گری برنامه. اول یک خبر زلزله یا سیل از فلان روستا در فلان جای کشور رو می شود و بلافاصله خبر تولد یک توله سگ چهارقلو در ایالت ایلینویز آمریکا! و شما چه تفاوتی در چهره ی بازگو کننده ی خبر می بینید؟ این نه از آن ناراحت می شود و نه از این خوشحال و این گونه اگر بخواهیم حساب کنیم پس تفاوت ماشین با آدم در چیست؟ می گویند این یک امر عادی است؟ می گویند اگر قرار بود با هر خبری که این بابا می خواند یک حس انسان دوستی هم، هم زمان ارائه دهد که بایستی روزی سه تا سکنه ناقص می زد! باشد! پس برای من بگویند وظیفه ی موسیقی چیست؟ جز ایجاد احساس و موضع در برابر فضا و موضوعی؟ حالا بگویند چرا در اخبار از موسیقی استفاده می شود؟ و اصلاً از این بحث های الکلنگی که بگذریم بگویند چقدر دنیای خبری برای درک واقعی تر دنیای پیرامون کمک مان می کند؟ نیل پستمن در کتابش آمده بود و دقیقاً یک برنامه ی خبری را بررسی کرده بود، حال اگر ما نمونه ی وطنی اش را مثال بزنیم چه می شود؟ من که می گویم جز یک مشت واحد اطلاعاتی که همین طور دیمی از سیاست و دین و نمایشگاه عکس و نقاشی تا خبر زلزله و مرگ می گویند تا شروع مدارس و زنگ مهر و تمرین زلزله و برج میلاد، و باز تا تولد و مرگ های عجیب و اتفاقات بامزه ی این وری و اکثر آن وری، دیگر چه کار دارد با زندگی پر دغدغه ی نانی مان؟ در انتها چهارتا خبر هم از تعطیلی چهار تا ساندویچی می دهد که قیمت ها را بالا برده اند یا بهداشت را رعایت نکرده اند. زندگی من و تو توفیرش تا آن که در خبر می آید دقیقه ای چند است؟ اصلاً با واژه ای تحت عنوان ارزش خبری آشنایی؟ در این نظام - نظام خبری - آن ارزش دارد که خاص باشد. و مگر خاص در یک بار بودنش نیست و چند بار می توان تکرار کرد؟ و بدان و آگاه باش که زندگی من و تو خاص نیست. و خاص چیزی است به قاعده ی همان چهار تا توله سگ.

شعار بی بی سی را بلدی؟ واقعیت را از دریچه ی من ببینید و همین است فلسفه ی این همه مستندی که می سازند. مستند به معنای واقعیت. و اصلاً همین نام دریچه یا ویندوز را مگر برای غیر این شعار آفریده اند؟! تلویزیون یکی از مصادیق غفلت این دور و زمانه است و چه عجب اگر بفهمیم که اینترنت، در روند عرضه می شود اینترنت ۲ سازمان جاسوسی (اطلاعات) آمریکا برای قبضه کردن اطلاعاتی من و تو. بگذریم. هی سکان در می رود.

یک آمار قدیمی نشان می دهد که کودکان حدود هفتاد درصد اطلاعات خود را از طریق تلویزیون - در پراتر اضافه کنید ماهواره - می گیرند و این نشان دهنده ی این است که پس هفتاد درصد واکنش رفتاری آنها نیز متضمن الگودهی تلویزیون است. پس اگر خوشبینانه بنگریم سی درصد می ماند برای ابوی و امی. و حالا می بردارید و از فاصله افتادن نسلها و این که ولد سخن والد را نمی فهمد گلایه کنید. امروز ما هر چه می دانیم از مرحمت جعبه ی جادویی است و الا من و تو چه می دانستیم گامبیا کجاست؟ و زار این که هنوز نمی توانیم اسم چهار تا روستای اطراف شهرمان را نام ببریم.

یک بحث جدی که درباره ی ماهیت تلویزیون وجود دارد این است که تلویزیون رأی می سازد اما منطق نه. یعنی چه؟ توجه کنید که دو قسمت اساسی در بدن وجود دارد که نقش حیاتی آن را بازی می کند. یکی مغز و دیگری قلب. مغز محل تصمیم سازی است و قلب محل ادراک و در عین حال از لحاظ ارگانیک جسمانی وظیفه ی پمپاژ خون را به دیگر نقاط بدن بر عهده دارد. و تلویزیون با کدام یک کار دارد؟ قلب. این را از نوع ابزاری که این رسانه استفاده می کند می توان دریافت. موسیقی و صدا، تصویر و نوشته. کارکرد موسیقی که مشخص است و مشخص تر این که کار با احساس دارد و احساس هم که جزو چارچوب وظیفه ای قلب است. دومی که صدا باشد، هم می تواند با مغز روی سخن داشته باشد و هم با قلب. با مغز اگر از نوع کلام باشد و هم زمان با قلب اگر از نوع کلام ادبی. و اگر هم voice باشد همان اصول موسیقایی را داراست. سومی تصویر است. تصویر است، آن هم تصویر متحرک. تصویر یک آبژکت است برگرفته از سبژکت، پس یک دست دوی تحمیلی محسوب می شود که شما با استفاده از ورودی چشم بایستی متحمل شوید. فهمیدید چه شد؟ تصویر پیش از این که در مرتبه ی مغز قرار داشته باشد، در مرتبه ی قلب است. و فقط نوشته است که بار تأملی این چند را در تلویزیون متحمل می شود که آن هم در حد تیراز است و باب آشنایی با سازندگان اثر یا در زیر نویس یک شبکه ی خبری.

حال این اجماع را به نفع کدام می بینید؟ قلب یا مغز؟ ... و حالا اگر قلب را دریافته اید شاید سؤالتان این باشد که خوب مگر بد است؟

برمی گردیم به توصیفاتی که در عالم دینی از قلب آمده: «قلب مأمّن خداست». و یا حکایت شیطان که در روز آفرینش انسان به قلب یارو گیر داد که عجب صعب العبوری است برای ما. و وای وقتی که قلبی زخم برداشت و دهان باز کرد که آن گاه نه جای خدا که جای شیطان می شود. و اگر نگاهی به نوع برنامه های تلویزیونی بیندازید - داخلی و خارجی - خواهید دریافت عمق آن وای را که گفتمتان.

و اما درباره‌ی تأملی نبودن این رسانه ، آندره بازن یک سخن معروف دارد در کتاب «سینما چیست؟» ش و آن این که وقت دادن به مخاطب برای اندیشیدن یک خیانت به او محسوب می‌شود ! العجب !

در حالی که در فیلم‌ها و سریال‌های بوداییسمی استفاده از تصویر برای تأمل است و این را در کش دادن و عدم هیجانی خواهید دید که این دست کارها دارد . این هم برای آن سؤالی که «می‌توان از رسانه به نیکی یاد کرد؟» . اما این نمونه استفاده در برنامه‌سازی اعمال می‌شود ولی به هر رو نمی‌توان از ذات تکنولوژیک این رسانه گریخت . و شاید به همین خاطر باشد که کسی چون «سیدمرتضی آوینی» ترجیح می‌داد همیشه مستند بسازد . که ثبت واقعیت بود در سیاق او در معرفت حقیقت .

دوباره از مسأله دور افتادیم . بگذارید برگردیم به مطلب مان . تا به حال چیزی درباره‌ی باورهای فرهنگی شنیده‌اید ؟ باورهای فرهنگی ، بارزهای هر فرهنگ‌اند که بر اساس آن‌ها تصمیم‌ها ساخته می‌شوند و وقتی یک باور فرهنگی عوض شد یا به آن خدشه وارد شد ، تصمیم‌ها نیز عوض می‌شود و در نهایت فرهنگ نیز . من مدعی‌ام که رسانه می‌آید باورها را بر می‌ریزد ، گاهاً تابوهای خوبی و بدی را می‌شکند و باورهایی را تزریق می‌کند که هیچ پیوستگی‌ای با فرهنگ آن جامعه ندارد . در نهایت یک جامعه‌ی رسانه زده به مدد Image های فرهنگی بیگانه می‌شود یک آش شعله‌قلم‌کار که هیچ پیوستگی در باورهایش وجود ندارد . یک جوان مسلمان‌زاده صبح بعد از نماز می‌نشیند پای اینترنت و بعد از سه ربع ساعت چت با خواهرهای معنوی‌اش (!) می‌رود دانشگاه . در اولین آت‌راک یک نخ سیگار آتش می‌زند و بعد از انار دزدی در معیت رفقا به تماشای سوپر ۲۰۱۱ می‌نشیند و چه عجب که اگر آن‌کار دیگر را هم در خلوت انجام ندهد و با افتخار درست توی خوابگاه بکندش . راستی نقطه‌چین‌های اول بحثم نیز درشت‌هایش مال این‌هاست .

نتیجه می‌شود این‌که وقتی چیزی را دیدیم ، هر چند بدی‌اش را مغزمان بداند ، اما تبدیل به یک Choice در نظام تصمیم‌گیری ما می‌شود و ما که حالا باور کرده‌ایم این انتخاب ، از آن خودمان است و تهاجم فرهنگی هم چرت ، پس گوشه‌چشمی هم در برگزیدنش حداقل به عنوان یک گزینه خواهیم داشت . مایی که در باورمان ، باور کرده بودیم این یک «بد» است .

بگذارید یک مثال قرآنی بزنم . قرآن در جایی می‌گوید که گناه کوچک ، شما را به گناهان بزرگتر رهنمون می‌شود و از این منظر همه‌ی گناهان کبیره‌اند . در این‌که همه نافرمانی‌اند . حالا تصور کنید یک نفر در باورش دیدن بدن نامحرم گناه است و این واژه‌ی گناه ، نشدن این امر را می‌رساند . تا این‌که به لطف رسانه یا هر چیز دیگر یک بار چشمش به بدن نامحرم می‌افتد و حالا بخوانید تا تهش که این آدم از سوپر بین‌های حرفه‌ای می‌شود.

حسن عباسی ادعا می‌کند که اصلی‌ترین و شاید تنها صادرات ایالات متحده‌ی آمریکا «مدل زندگی» است . پس اگر موفق شده باشد بایستی همه‌ی دنیا الان آمریکایی باشد ... خب ، بگذارید بررسی کنیم . از چپ یا راست فرقی ندارد بشمار و بیا ، سومی را که رسیدی بگیر بالا . چه شد ؟ خیلی زشت بود؟ اما این که فقط یک انگشت است . پس چرا زشت می‌زند ؟ خدا پیامرز حداقل انگشت شصت خودمان را نشان بده که مدل وطنی‌اش هست (!)

و اگر چه‌ایی روابط آمریکایی را می‌فهمید و اگر معنی علائم‌شان را و اگر بین آن‌ها و خودتان مشترکات رفتاری‌ای می‌بینید ، پس بدانید که آمریکا در صادراتش موفق بوده و بدانید که این مقال راست است .

... و این شاید نه در همه اما ، در بسیاری از شئون زندگی ما جای گرفته . از مدل لباس پوشیدن تا مدل مو . از غذا خوردن و افاضه‌ی پز کردن تا کافی‌شاپ رفتن یا گرل فرند و حتی تا نحوه‌ی عشق‌بازی کردن یک زن و شوهر هم پیش رفته و جای خودش را باز کرده ؛ این فرهنگی که اصولاً ثمره‌ی یک تهاجم نیست (!)

بگذارید این «پیر بچه» را هم توضیح بدهیم و برویم دنبال کارمان :

از مضرات این رسانه مقوله‌ای شکل می‌گیرد تحت عنوان «پیر بچه» یا «بزرگسال کودک صفت» . کسی که بین سن بزرگسالی و کودکی مانده . چه‌اش ؟ شعورش و درک‌اش . و این مقوله را پستمن می‌گذارد به حساب محمل تلویزیون ؛ چرا که تلویزیون در الگودهی تفاوتی را بین کودک و بزرگسال قائل نمی‌شود و همان نوع سخنی را که با بچه‌ها دارد با بزرگترها نیز . شاید براتان جالب باشد که سن ادراکی زبان تصویر ، زبان تلویزیون از سه سالگی تعریف شده تا بالا . در نظرسنجی‌ای که پستمن در کتاب‌اش ارائه می‌کند برنامه‌های بسیاری را معرفی می‌کند که مشترک‌اند بین کودکان و بزرگسالان . و از این دست برنامه‌ها هستند برنامه‌هایی که در عنوان مخصوص بچه‌ها هستند یا بزرگسالان . پس گرید بندی سنی هم چرت می‌شود . و پس زیر ۱۵ سال ممنوع‌ها به جای ایجاد حریم و دیوار حس کنج‌کاوای زیر پانزده‌ها را برمی‌انگیزد و این شاید خودش محرکی باشد برای دیدن چیزی که شاید بدون حریم خواندنش چندان دیدنی‌اش نمی‌کرد . هر چند در آخر هم این‌ها در حد یک فرضیه باقی می‌ماند .

و پیر بچه می‌شود مولودی که در اوج مصرف‌گرایی هیچ انتخابی از خود ندارد و حتی لذت‌اندش هم از آن خودش نیست . این می‌شود افول شعور و درک و ارگانی که برایش تعبیه شده : مغز .

خیلی‌های دیگر می‌شد گفت و خیلی متدهای دیگر می‌شد اندیشید و شاکله‌اش بخشید . هر چند این مقال به شاکله نرسید . اما هر چه که هست ، تلویزیون و بعد از آن ویدئو و اینترنت ، بعدترش موبایل و اس‌ام‌اس و بلوتوث و للعجب‌های دیگر همگی رسانه محسوب می‌شوند و هم‌اکنون آن‌قدر واقعی می‌زند که به گمان‌ام از خدا هم سخت‌تر راه را کج کنند و بروند . پس باید ساخت اما حداقل به شیوه‌ی آسیب‌شناسی . و ای کاش گاهی نشود که سخن آن نظریه‌پرداز غربی درست از آب در بیاید :

« بالأخره بدان جا کشانده می‌شویم و روزی متوجه خواهیم شد که ساختار حوزه‌ی خودآگاهی و وجدان اجتماعی ما دگرگون شده است؛ آن هم بر اساس و بر مبنائی که مورد توقع اقتضائات و مبتنی بر ایجابات نظام ارتباط جمعی و تکنولوژی مربوط به آن بوده است ، به طوری که همه وجود خود را در خدمت چیزهایی قرار داده‌ایم که خود خلق کرده‌ایم و سر اطاعت بر آستان مخلوقی از خود گذارده‌ایم که قرار بود خدمه ما باشد.»

جیمز کاریز (James Careyrs)

و اما این‌ها که گفتم به گمانم تحت سه عنوان بتوان بخش کرد . یکی کودکی و رسانه . دیگری غفلت و ماهیت رسانه . و سوم برنامه‌سازی رسانه . به هر رو می‌دانم که بسیار مغشوش بود و سردرگم .

برای مطالعه‌ی بیشتر این کتاب‌ها را معرفی می‌کنم :

- سید مرتضی آوینی / آینه جادو / نشر ساقی
- تکنوپولی / نیل پستمن / ترجمه دکتر صادق طباطبایی / انتشارات اطلاعات
- Disappearance of Childhood / نیل پستمن / ترجمه دکتر صادق طباطبایی / انتشارات اطلاعات
- زندگی در عیش ، مردن در خوشی / نیل پستمن / ترجمه دکتر صادق طباطبایی / انتشارات اطلاعات
- طلوع ماهواره ، افول فرهنگ / دکتر صادق طباطبایی / انتشارات اطلاعات
- سینما چیست ؟ / آندره بازن / انتشارات هرمس
- کتاب‌های انتشارات موعود

و در باب مطالعه‌ی تصویری! :

- سریال Arrival
- سایت موعود

سجاد پورخسروانی

دی ماه ۱۳۸۹