

تلویزیون و صنعت فرهنگسازی

تلویزیون پر مخاطب ترین رسانه مدرن است. در تمامی دنیا هر ثانیه حجم عظیمی از اطلاعات و در یک بیان معنا توسط تلویزیون انتقال می یابد. در این نوشته نگارنده سعی کرده است تا به تاثیرات فرهنگی این مقوله بر فرهنگ جمعی بپردازم.

۱- تلویزیون به مثابه پدر اعظم

در سنت خانوادگی ایرانی و تا پیش از گسترش و باب شدن فرهنگ تلویزیون (اواسط دهه ۱۳۴۰) پدر خانواده همیشه هسته مرکزی خانواده است. در واقع در این فرهنگ پدر خانواده پس از گذراندن کنش های روزانه که چرخ اقتصاد خانواده را می چرخاند در خانه نیز به عنوان تصمیم گیرنده نهایی و هسته آرامش روحی و روانی خانواده است. امروزه با گسترش فرهنگ سرگرمی دیجیتال و رسانه ای دیگر تلویزیون به عنوان مهمترین جنبه سرگرمی، نقش پدر را ایفا می کند. اگر در گذشته خانواده به دور پدر جمع میشد و به صحبت های روزانه اش گوش می کرد امروزه خانواده به همراه پدر چشم و گوش را به قاب دیجیتال دوخته اند.

نکته قابل تامل اینکه تلویزیون در طول مدت شبانه روز ساعت ها روشن است بدون آنکه گاهی کسی برنامه ای نگاه کند. این پدیده را شاید بتوان با مفهوم « دال اعظم » به تعبیر « ژاک لاکان » توضیح داد. فرض کنید ابتدا گزاره به این شکل است « تلویزیون = تمام سرگرمی و تفریح ». سپس این گزاره به این شکل استحاله می یابد: « تمامی سرگرمی و تفریح = تلویزیون ». از ترکیب این دو گزاره « تلویزیون » به « دال اعظم » بدل می شود. یعنی به عنوان نماد سرگرمی و تفریح محسوب می شود حتی اگر دقیقه ای هم مفرح نباشد.