كتاب : Television in the age of Radio

" التليفزيون فى عهد الراديو"

تأليف : Philip Sewell

(USA: Rutgers University Press, 2014)

إعداد: د. الأميرة سماح فرج عبد الفتاح*

مقدمة

يقع الكتاب الذى بين أيدينا فى (219) صفحة من القطع المتوسط، يستعرض الكاتب فيهم تاريخاً مطولاً لصناعة التليفزيون فى أربعة فصول، معتبرًا أن الراديو كان وسيلة مهيأة لظهور التليفزيون منذ منتصف عشرينات القرن الماضى، وأن الإثنين معاً قد أديا إلى خلق وعى شعبى بالأحداث؛ حيث استهدف صانعو هذه الوسائل- وما زالوا- خلق الحماس والإثارة لدى جمهورهم المستهدف، ليس فقط الصُنَّاع ولكن أيضاً العاملون بالمهنة، ومنظموها، وإن أُخذ على هذه الفترة كونها لم تستجب لطبيعة التغيرات التى طرأت على الممارسات الإعلامية من جهة، والتغيرات التكنولوجية المتسارعة من جهة ثانية، وإن تغير الوضع بشكل كبير بعد انتشار التليفزيون بما يتناسب والنماذج المؤسسية المختلفة.

ويدور الكتاب – فى هدفه الأخير – حول إلقاء الضوء على الطريقة التى تتشكل بها الأذواق والمعتقدات والهويات المختلفة عبر جهاز التليفزيون؛ حيث يشير الكاتب- على سبيل المثال- إلى آلية عمل التليفزيون الأمريكى فى توظيفه الأذواق" المرئية televisual tastes كوسيلة ومثال شديد الدلالة على "مادية" الخطاب داخل مؤسسة التليفزيون الأمريكى والذى تسعى من خلاله هذه المؤسسات إلى تدشين، والحفاظ على مجموعة من البناءات الثقافية الأمريكية في مقابل الطعن فى بناءات وممارسات أخرى لتخرج بها عن نطاق المقبول.

* مدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

وفى سبيل تحقيق الهدف السابق للكتاب- المعنى برسم خريطة كشفية لطبيعة النظم والمتناقضات فى" أنظمة الذوق التليفزيونى" - اعتمد الباحث على تحليل مجموعة من الرؤى، والعبارات التى صاغها ونظَّر لها مجموعة من النقاد والمحللون، ومنظمو ومشرعو المهنة، ومنفذوها، ومخترعوها وحتى نشطاء المشاهدين ممن يبدون أرائهم فى صناعة التليفزيون.

وقد تمكن المؤلف من جمعها عبر مجموعة الوثائق الحكومية، أرشيف الصناعة(صناعة التليفزيون)، المقالات الأكاديمية، الصحف الشعبية.....إلخ؛ حيث توفر هذه الوثائق مادة خصبة لتقديم رؤى نقدية للنقاشات والسجالات الدائرة حالياً حول مستقبل التليفزيون.

وقد قسمت فصول الكتاب- موضوعاً- لتتناول أولاً ما هو ذى صلة بالتكنولوجيا والمعايير التقنية للتليفزيون، ثم للحديث عن الخبرة والحماس الذى تفرضه صناعة التليفزيون، ثم البناء المؤسسى للوسيلة، وأخيراً طبيعة المضامين التي يقدمها التليفزيون، وطبيعة التأثيرات و القضايا الثقافية التي تثيرها.

وهكذا يستعرض الكاتب فى الفصل الأول للكتاب كيف أن الجدل الدائر حول مسمى "التليفزيون" واستخداماته، ومعاييره التقنية قد رشَّدت من إدراك الوسيلة لدى الجمهور كتقنية جديدة بحيث جعلتها جزءاً من ثقافة لابد أن تسود آنذاك وهى ثقافة "الحداثة" و"الرقى الحضرى" وانتصار العلم" على القبلية والتقليدية، واعدة الجماهيربأسطورة" يوتوبيا الوسيلة الكهربائية رفيعة الشأن" .

ويرسم النصف الأول من الفصل خطوطاً دقيقة للعمليات التى ميزت بعض التطورات التكنولوجية باعتبارها فى صميم عملية تطور التليفزيون، فى حين اعتبر البعض منها أطر مشجعة أو مهيأة وداعمة لبروزه على ساحة العمل الإعلامى.

ويظهر الفصل الأول كذلك كيف أن المصالح المتنافسة والمتصارعة فى صناعة التليفزيون قد أثرت على عمليات التأطير الثقافى للمضامين التى يقدمها وفق العرق،

والنوع الاجتماعى وغيرها من الموضوعات الساخنة والمُختلف عليها من أطراف عدة.

وقد شكلت هذه العمليات معاً إدراكاً جماهيرياً للتليفزيون باعتباره وسيلة تسعى للكمال والمثالية بعيداً عن أية أخطاء محتملة قد تستلزم إعادة التفكير فى الوسيلة وما تحمله من منظومة ثقافية قد تختلف من مجتمع لآخر، وفى المجتمع الواحد نفسه من جماعة لأخرى، فالوسيلة لا تعدو كونها حتمية تكنولوجية لابد من التعامل معها وقبولها بكل ما تنقله وتثيره من جدل.

ويحلل الجزء الثانى من الفصل الأول التوجهات المختلفة للجدل الخاص بالتطور التكنولوجى للوسيلة بالتركيز على النظم المعرفية والقوة الصناعية التى تنشد الكمال والاتقان ومن ثَّم التحكم.

ويختبر الفصل الثانى عمليات " تأطير مدركات" كل من السلطات والجمهور العام وفق التطورات التكنولوجية التى كان من الحتمى تبينها فى النظام الإعلامى بشكل عام وفى صناعة التليفزيون على وجه الخصوص تاركة مساحة ضئيلة للابداع والابتكاروالتمهل فى صياغة ما يقدم من مضامين، الأمر الذى وضع التليفزيون على قمة هرم الأنظمة والمؤسسات المجتمعية التي تمارس تسلطاً مؤثراً مفترضة ضمناً سلبية الجمهور.

وفى المقابل - وكما أمكن الملاحظة من تعليقات القراء مثلاً- على إصرار بعض المطبوعات على إجمال تأثيرات التليفزيون على الجمهور دون النظر إلى طبيعة الفروق بينهم، أمكن التوصل إلى وجود العديد من الرؤى البديلة والتصورات الناضجة لدور التلفزيون فى المجتمع آنذاك .

ويعارض هذا الفصل فكرة اتهام الجماهير (أو بالأحرى الجمهور المفتت) بالسلبية والتلقي اللاواعى للتليفزيون كوسيلة جديدة؛ حيث توصل المؤلف فيه إلى وجود العديد من التوترات التى شابت المراحل الأولى من وجود التليفزيون وهو ما جعل المتحمسون له فى وضع حرج، وبالتبعية، مدت الفترات التاريخية الأولى من عمر

التليفزيون والتى انخرط فيها كل من المتخصصين، والمتحمسين، وحتى الجمهور العادى، مدت الباحثين برؤى كثيرة ذات دلالة.

ويشير الفصل الثالث من الكتاب إلى أن اسلوب بناء الخطاب لنوعيات البرامج التى بدأت مع بداية الإذاعة كوسيلة صوتية قد استخدمت من قبل منظمى الوسيلة والإذاعيين آنذاك لتبرير وتمرير النزعة التجارية نفسها والأساليب التنظيمية الرأسمالية للتليفزيون باعتباره وسيلة جماهيرية أو شعبية.

ويؤكد الفصل مرة أخرى على الفكرة نفسها بالقول إنه حتى نماذج التجارة Business modelsوقتها قد كرست للفكرة نفسها التى جعلت الوسيلة أسلوباً وأداة من أدوات الرأسمالية والانتاج المركزى والتوزيع الاحتكارى حتى أنها ربطت التنوع والاختلاف بمجموعة من الشروط القابلة للتعديل والتغيير كيفما أتفق ومصالح رأس المال، معتبره الجمهورهنا مصدراً لشرعية الوجود، طالما صنفوا باعتبارهم" كتل" لابد من العمل الدؤوب على ترقيتها، ومن ثمٌ كان السعى للتجويد فى البرامج التليفزيونية ما هو إلا لمزيد من التكريس والتفاقم لمشكلة الحشد الثقافى التى كان الراديو يعانى منها بالفعل وهو ما جعل نموذج" الاستقرار الثقافى" هو النموذج المفضل فى تلك الفترة. وقد عظمٌ " نموذج الاستقرار الثقافى" الذى تم تبنيه مع بدايات ظهور التليفزيون من مفاهيم رأسمالية بحتة كمفهوم" اقتصاد المستهلك" على مدى واسع بالتزامن مع الادراكات المتحيزة لمفاهيم النوع والعرق وهى الأمور التى سهلت- مجتمعة – مرور الرسائل التي تثير التوترات والمتحيزات المختلفة للمنازل جاذبة معها الجمهور لعالم السوق.

وفى محاولة لاستمالة الجمهور المحتمل وتوقع التغيرات فى الجوانب التجارية للوسيلة والنمو الدولى لها، قطعت السلطات الأمريكية أية فرصة لنمو مستقبلى محتمل في عالم البرامج فى التليفزيون ، وكنتيجة متوقعة عظمت محطات الراديو والصحف الأمريكية من النموذج الأمريكى فى مجال الإعلام وقللت من شأن أية محاولات أوربية لتجربة التليفزيون وقدراته المختلفة.

ويُختتم هذا الفصل بتحليل للتبعات الثقافية المختلفة التى ترتبت على هذه التوجهات ممهدة لمناقشة أعمق لهذه الأفكار فى الفصل الرابع والأخيرمن الكتاب، والتى بدأها المؤلف بالجزم بأن النزعة التجارية التى سادت صناعة التليفزيون قد سادت لأكثر من عقد من الزمان؛ حيث تطورت ممارستها المؤسسية بمعزل عن حال السوق الحقيقية، وبمعزل عن الاختبار والاقتراب الفاحص والدقيق للأحوال الفعلية للجمهور المستهدف.

وهكذا يتحول الفصل الرابع والأخير من الكتاب للمفاهيم المرتبطة بطبيعة التليفزيون فى علاقته بجمهوره المتوقع فى فترة احتجابه فعلياً عن هذا الجمهور.

ويشير المؤلف إلى أن تلك التصورات عن الجمهور جاءت نتاجاً لتدفق ضخم ومتنوع من تنظيرات وتكهنات الخبراء فى مجال علم الاجتماع، ومسئولي العلاقات العامة فى الشركات المختلفة، والمتحمسين من جماعات المصالح، فضلاً عن هؤلاء المتهمين بالجدل الدائر حول التليفزيون من العاملين فى المهنة أنفسهم.

ألقت تلك التصورات بظلالها وبشدة على النظام الإعلامى والممارسات وصناعة البرمجة التى سادت فى فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية.

ويؤكد المؤلف أن هذه العلاقة الشائكة بين التليفزيون وجماهيريه قد شهدت نوعاً من المصالحة مع بدء التركيز على الاهتمام بجودة المضمون المقدم، فضلاً عن الضغوط المجتمعية التى حتمت ضرورة كون العلاقة بين الوسيلة وجمهورها علاقة تبادلية.

وهكذا يشير المؤلف فى نهاية كتابه إلى أن فصول الكتاب قد حاولت مجتمعة تقديم فهماً موضوعياً للتليفزيون من خلال الوقوف على الحتميات التاريخية التى شكلت أسس هامة للجدل الدائر حتى الآن حوله كوسيلة على الرغم من السعى الظاهر نحو تحقيق المصلحة العامة وإرضاء الأذواق المتعددة؛ حيث ما زالت تؤكد رؤى أخرى كثيرة أن هذه المظاهر لاتعنى شئ سوى تحقيق مصالح القوى المؤسسية المهيمنة والمسيطرة.

ويختتم المؤلف كتابه قائلاً "إذا كان النموذج التاريخى للتليفزيون كوسيلة إعلامية، قد غلب عليه قضايا العولمة، والتكامل والاندماج التكنولوجى وقضايا الملكية.....إلخ، فإن الدروس المستفادة من التاريخ تحتم علينا الاهتمام بشكل ومضمون ثقافتنا المنقولة عبر هذه الوسيلة، والتى يناط بها فى كثير من الأحيان ترجمة وإعادة تشكيل المخيلة الجمعية والطموح الشعبى، وصياغته فى صورة سياسات وآمال قابلة لأن تكون مادة خصبة ضاغطة ودافعة وقابلة للتحقق" .