

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

گفتمان تلویزیونی

تجزیه و تحلیل زبان در رسانه تلویزیون

نوریا لورنزو - داس

ترجمه دکتر محمد شهباز

مرکز تحقیقات صداوسیما

فهرست مطالب

گزیده برنامه‌ها.....	۹
فهرست تصاویر و جدول‌ها.....	۱۱
اختصارات.....	۱۳
پیشگفتار.....	۱۵
یادداشت مترجم.....	۱۷
سپاسگزاری.....	۱۹
۱ دیباچه.....	۲۳
۱-۱ گفتمان پخش در تلویزیون.....	۲۳
۲-۱ گوینده و شنونده و زمان گفتگو در تلویزیون.....	۳۰
۳-۱ گستره و ساختار این کتاب.....	۳۴
بخش اول: داستان‌گویی.....	۴۱
۲ داستان‌گویی . . . یا سامان‌دهی واقعیت در قالب سرگرمی.....	۴۳
۳ روزی روزگاری در فیلم مستند.....	۵۵
۱-۳ جذابیت‌بخشی به رویدادهای کسالت‌بار.....	۵۶
۲-۳ شخصیت‌های جذاب و داستان‌گویی مستند.....	۶۷
۱-۲-۳ گفتار متن روایتی و «صدای خداوند» در فیلم‌های مستند.....	۶۸
۱-۲-۳ حضور و گفتار متن افراد مشهور در مستند.....	۷۳
۳-۳ نتیجه‌گیری.....	۸۰
۴ روزی روزگاری در برنامه‌های گفتگویی.....	۸۳
۱-۴ داستان‌های تجربه شخصی و «گفتگوی موثق».....	۸۴
۱-۱-۴ داستان‌های غیرعادی مردم عادی.....	۸۶
۲-۱-۴ داستان‌های عادی شرکت‌کنندگان غیرعادی.....	۹۱
۲-۴ روایت‌های مشترک.....	۹۵

۹۹	۱-۲-۴ روایت‌مندی تجربه عادی در برنامه‌های گفتگویی
۱۰۳	۳-۴ نتیجه‌گیری
۱۰۷	بخش دوم: نزدیکی
۱۰۹	۵ نزدیکی ... یا چگونه تلویزیون صمیمی و شخصی می‌شود
۱۲۱	۶ اخبار زنده و نزدیکی
۱۲۲	۶-۱ پخش زنده و تلویزیون
۱۲۷	۶-۲ نماهای زنده و نزدیکی
۱۳۱	۶-۳ گفتگوی زنده و نزدیکی
۱۴۱	۶-۴ نتیجه‌گیری
۱۴۵	۷ گفتگوی «نزدیک» و ارزش اخلاقی
۱۴۶	۷-۱ گپ و گفتگوی نزدیک
۱۵۶	۷-۲ گفتگوی نزدیک و «تنها»
۱۶۷	۷-۳ نتیجه‌گیری
۱۶۹	بخش سوم: کشمکش
۱۷۱	۸ کشمکش ... یا ظهور بی‌نزاکتی تماشایی
۱۸۳	۹ گفتگوی کشمکشی احساسی و تلویزیون واقعیت‌نما
۱۸۴	۹-۱ مردم عادی خارج از کنترل؟
۱۹۴	۹-۲ کارشناسان خارج از کنترل؟
۲۰۳	۹-۳ نتیجه‌گیری
۲۰۷	۱۰ گفتگوی کشمکشی و سیاست
۲۰۸	۱۰-۱ گفتگوی کشمکشی در مناظره‌های سیاسی: بحث‌های «سیاسی» و خویشتن‌نمایی
۲۱۸	۱۰-۲ گفتگوی کشمکشی در مصاحبه‌های سیاسی: ضیافت همگانی بحث و جدل
۲۳۱	۱۰-۳ نتیجه‌گیری
۲۳۵	بخش چهارم: ترغیب
۲۳۷	۱۱ ترغیب ... یا هنر پوشیده‌گویی
۲۴۹	۱۲ ترغیب، سیاست، و تلویزیون
۲۵۰	۱۲-۱ سیاستمداران و اجراهای تلویزیونی آنان
۲۶۲	۱۲-۲ تلویزیون و فرازبان آن در مورد سیاستمداران
۲۷۰	۱۲-۳ نتیجه‌گیری
۲۷۳	۱۳ ترغیب و تلویزیون سبک زندگی
۲۷۴	۱۳-۱ تلویزیون سبک زندگی: بزرگداشت ظاهرپسندی و مردمی کردن پسند و سلیقه
۲۸۶	۱۳-۲ از درس‌های «خودت بساز» به ملودرام
۲۹۷	۱۳-۳ نتیجه‌گیری
۳۰۱	۱۴ نتیجه‌گیری ... گفتمان تلویزیونی

۳۰۴.....	گفتمان تلویزیونی و احساسات	۱-۱۴
۳۰۸.....	گفتمان تلویزیونی و اخلاقیات	۲-۱۴
۳۱۱.....	گفتمان تلویزیونی و واقعیت	۳-۱۴
۳۱۳.....	کلام آخر	۴-۱۴
۳۱۵.....	یادداشت‌ها	
۳۲۷.....	واژه‌نامه	
۳۳۷.....	راهنمای مطالعات بیشتر	
۳۴۹.....	کتاب‌شناسی	

گزیده برنامه‌ها

۵۸.....	فرودگاه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۰)	گزیده ۱-۳
۶۲.....	فرودگاه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۰)	گزیده ۲-۳
۶۴.....	فرودگاه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۰)	گزیده ۳-۳
۶۶.....	فرودگاه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۰)	گزیده ۴-۳
۷۱.....	سیاره زمین (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۶)	گزیده ۵-۳
۷۵.....	دور دنیا با مایکل پالین (بی‌بی‌سی، ۱۹۸۹)	گزیده ۶-۳
۸۹.....	کیلروی (بی‌بی‌سی، ۱۹۹۹)	گزیده ۱-۴
۹۲.....	کیلروی (بی‌بی‌سی، ۱۹۹۹)	گزیده ۲-۴
۹۷.....	ریکی لیک (سونی پیکچرز تله‌ویژن، ۲۰۰۳)	گزیده ۳-۴
۱۰۲.....	ریکی لیک (سونی پیکچرز تله‌ویژن، ۲۰۰۳)	گزیده ۴-۴
۱۳۳.....	اخبار آی‌تی‌وی، به‌روزرسانی زنده (۲۰۰۴)	گزیده ۱-۶
۱۴۹.....	برنامه زنده روو (نیوزیلند، شبکه ۳، ۲۰۰۴)	گزیده ۱-۷
۱۵۸.....	خوراک نشان‌دهنده شخصیت شماست (شبکه ۴، ۲۰۰۷)	گزیده ۲-۷
۱۸۵.....	تریشا (آی‌تی‌وی، گرانا، ۲۰۰۴)	گزیده ۱-۹
۱۹۲.....	کیلروی (بی‌بی‌سی، ۱۹۹۹)	گزیده ۲-۹
۱۹۷.....	قاضی ماتیس (شرکت سندیکایی AND (برادران وارنر)، ۲۰۰۶)	گزیده ۳-۹
۲۰۱.....	دادگاه مردم (شرکت رالف ادواردز/ استوبیل، ۲۰۰۶)	گزیده ۴-۹
۲۱۰.....	پرسش از نخست‌وزیر (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۵)	گزیده ۱-۱۰
۲۱۲.....	اخبار شبانه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۱)	گزیده ۲-۱۰
۲۲۲.....	پرسش و پاسخ (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۵)	گزیده ۳-۱۰

گزیده ۴-۱۰	اخبار شبکه ۴ (شبکه ۴، ۲۰۰۳)	۲۲۴
گزیده ۱-۱۲	بیانات نهایی کمری و بوش (سی بی اس، ۲۰۰۴)	۲۵۳
گزیده ۲-۱۲	اخبار آی تی وی (آی تی وی، ۲۰۰۴)	۲۶۴
گزیده ۳-۱۲	اخبار بی بی سی (بی بی سی، ۲۰۰۴)	۲۶۸
گزیده ۱-۱۳	فروش خانه ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)	۲۷۶
گزیده ۲-۱۳	فروش خانه ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)	۲۷۹
گزیده ۳-۱۳	پزشک / ملاک (شبکه ۵، ۲۰۰۳)	۲۸۲
گزیده ۴-۱۳	فروش خانه ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)	۲۸۵
گزیده ۵-۱۳	فروش خانه ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)	۲۸۶
گزیده ۶-۱۳	مارتا / استوارت (شرکت تولیدات تلویزیونی مارتا استوارت، ۲۰۰۴)	۲۹۱
گزیده ۷-۱۳	مکان، مکان، مکان (شبکه ۴، ۲۰۰۳)	۲۹۴

فهرست تصاویر و جدول‌ها

تصاویر

۱-۶	سی/ان/ن ۵ تا ۶ (۲۰۰۴).....	۱۲۸
۱-۹ تا ۴	زاویه و اندازه نماها در گفتگوهای خشن مردم عادی در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی».....	۱۸۷ و ۱۸۸
۱-۱۳	اهمیت زیبایی‌شناسی (۱).....	۲۸۸
۲-۱۳	اهمیت زیبایی‌شناسی (۲).....	۲۸۸

جدول‌ها

۱-۹	انواع مناقشه‌های پیش‌زمینه‌ای در برنامه برخورد.....	۱۸۵
۲-۹	دگرگونی دانش همگانی و تخصصی از جوامع پیشامدرن به مدرن.....	۱۹۰
۱-۱۲	حرکات دست و بیانات لفظی همزمان در برنامه بیانات نهایی جان کری و جورج بوش (۲۰۰۴).....	۲۵۷

اختصارات

قراردادهای آوانویسی در این کتاب

ند / ن م / ن دور	نمای درشت / نمای متوسط / نمای دور
ند م / ن دور م	نمای درشت متوسط / نمای دور متوسط
خنده	ویژگی‌های پیرازبانی / غیرلفظی ارتباط
(ص ر ت)	صدای روی تصویر: گفتار بیرون از تصویر
واژه (با خط زیر)	تأکید آشکار
واژه (با حروف سیاه)	با صدای بلند
<آرام>	بیان آشکارا آرام
<تند>	بیان آشکارا تند
° آهسته°	بیان آهسته
؟	افزایش آهنگ کلام
]	سخن آغازین همزمان
=	پیوند (نبود گسست آشکار) میان پایان سخن گوینده و آغاز گفتار
	نفر بعد
(.)	مکث کوتاه (یک ثانیه یا کمتر)
(۳/۰)	مکث طولانی بر حسب ثانیه
ام، ا ...	مکث پوشانده، تردید
(****)	بخش نامفهوم گفتار
و — و	طولانی کردن («کشیدن») هجای پیشین
واژ- (کلمه ناقص)	قطع ناگهانی هجا یا واژه

پیشگفتار

در عصر کنونی، پژوهش‌های زیادی با رویکردهای متفاوت نظری و روش‌شناختی درباره تلویزیون به عنوان یک رسانه فراگیر و بانفوذ انجام گرفته است. یکی از رویکردهایی که به تازگی در بررسی‌های علمی این رسانه مورد نظر قرار گرفته، رویکرد و روش تحلیل گفتمانی است. کتاب حاضر از جمله پژوهش‌هایی است که در چارچوب تحلیل گفتمان به بررسی مقوله گفتار و زبان در تلویزیون می‌پردازد. این اثر، آن گونه که نویسنده می‌گوید، با بهره‌گیری از داده‌هایی از منابع گوناگون و با تحلیل گفتار در شمار زیادی از رایج‌ترین قالب‌های برنامه‌سازی مانند؛ برنامه‌های مستند، برنامه‌های گفتگو محور، برنامه‌های دادگاهی، مصاحبه‌ها و مناظره‌های سیاسی و برنامه‌های سبک زندگی، به بررسی این مسئله می‌پردازد که چگونه تلویزیون به گفتگوی تعاملی شکل می‌دهد و با آنها شکل می‌پذیرد. در واقع در اثر مذکور، نویسنده به تبیین و توضیح برخی منابع کلامی و غیرکلامی نشانه‌شناختی می‌پردازد که تلویزیون با بهره‌گیری از آنها می‌کوشد تا واقعیت را بازتاب دهد، به بینندگان نزدیک شود و تعاملی سرگرم‌آفرین و ترغیب‌کننده داشته باشد.

کتاب مشتمل بر چهاربخش است. در بخش نخست، نویسنده نشان می‌دهد که تلویزیون چگونه اغلب از ساختارهای روایتی و تمهیدهای شکلی معینی استفاده می‌کند تا با برقراری رابطه مستقیم با جهان بیرون، نگرش‌های خاصی را در خصوص جهان ترسیم کند. بخش دوم، به توضیح این نکته می‌پردازد که تلویزیون به چه شیوه‌ای حس نزدیکی و

صمیمیت میان فردی را بین افراد حاضر در صحنه، بین افراد و جهان مورد گفتگو و بین آنان و بینندگان ایجاد می‌کند. در بخش سوم کتاب این موضوع تشریح می‌شود که تلویزیون گاهی از طریق ابراز آشکار احساسات منفی مانند؛ خشم، تحقیر و شرمسار کردن، افراد را تحریک می‌کند و احساسات را برجسته می‌سازد. بخش چهارم با تمرکز بر عنصر ترغیب و تشویق، به بیان این موضوع می‌پردازد که تلویزیون از رهگذر ترغیب و پوشیده‌گویی، مطلوب و دلپذیر بودن برخی خدمات و کالاها را - اعم از مادی و نمادین - به تصویر می‌کشد. در هر حال، نویسنده در این کتاب، ضمن تبیین و توضیح چهار ویژگی (یعنی: داستان‌گویی، کشمکش، ترغیب و نزدیکی) و سه درونمایه گفتار تلویزیونی (یعنی: احساسات، اخلاقیات و واقعیت) آنها را در گستره وسیعی از برنامه‌های غیرداستانی بررسی می‌کند.

از ویژگی‌های مهم اثر مزبور، سادگی زبان آن است که فهم مطالب را برای همه خوانندگان، حتی کسانی که آشنایی چندانی با مباحث زبان‌شناسی و تحلیل گفتمان ندارند، آسان می‌کند. بهره‌گیری از نمونه‌های عینی کاربرد گفتمان در برنامه‌های تلویزیونی و بیان گزیده‌ای از این برنامه‌ها، همراه با تحلیل و تجزیه علمی آنها بر اساس تحلیل گفتمان، از دیگر ویژگی‌های این اثر است که می‌تواند آن را به راهنمایی کاربردی برای پژوهشگران این حوزه و دانشجویان رشته‌های تولید، تهیه‌کنندگی، کارگردانی و نویسندگی تلویزیون تبدیل کند.

با توجه به کمبود منابع به زبان فارسی در زمینه تحلیل گفتمان تلویزیون و با ویژگی‌های پیشگفته، مرکز تحقیقات صداوسیما ضمن قدردانی از زحمات مترجم محترم جناب آقای دکتر محمد شهباء، اقدام به ترجمه و چاپ این اثر کرده است. امید است انتشار این کتاب بتواند تا حدودی خلأ مذکور را پر کند و مورد استفاده علاقه‌مندان به این حوزه قرار گیرد.

مرکز تحقیقات صداوسیما

یادداشت مترجم

فراگیری رسانه تلویزیون در دهه‌های اخیر، به خیل بی‌شمار پژوهش در این زمینه دامن زده است؛ نگاهی گذرا به کتاب‌شناسی پایان این کتاب به‌روشنی این نکته را تأیید می‌کند. یکی از حیطه‌های تازه در این گستره پژوهشی، تحلیل گفتمان تلویزیونی است که به رابطه میان «چه» و «چگونگی» گفتار در انواع برنامه‌ها می‌پردازد. با وجود شمار قابل توجه منابعی که در زبان‌های دیگر در این زمینه وجود دارد، فقط دو سه مورد از آنها به فارسی ترجمه شده است. دلیل اصلی ترجمه این کتاب، تلاش برای رفع همین کاستی است.

کتاب حاضر با تحلیل گفتمان در شماری از رایج‌ترین قالب‌های تلویزیونی - همچون برنامه‌های مستند، برنامه‌های گفتگویی، برنامه‌های دادگاهی، مصاحبه‌های سیاسی، مناظره‌های سیاسی، برنامه‌های سبک زندگی، و مانند آن - به بررسی جنبه‌های کلامی و غیرکلامی اجرای گفتمان در این رسانه می‌پردازد. مهم‌ترین نکته، البته، سادگی زبان این کتاب است که فهم مطالب را حتی برای کسانی که آشنایی چندانی با مباحث زبان‌شناسی ندارند، آسان می‌کند.

استفاده از نمونه‌های واقعی کاربرد گفتمان در برنامه‌های تلویزیون و ذکر گزیده‌ای از این برنامه‌ها، همراه با تحلیل عملی آنها از جنبه‌های زبان گفتاری و زبان بدن، این کتاب را به راهنمایی کاربردی برای پژوهشگران این حیطه و دانشجویان رشته‌های تولید، تهیه‌کنندگی، کارگردانی و نویسندگی تلویزیون تبدیل کرده است.

در ترجمه فارسی این کتاب تلاش شده است با وجود شمار فراوان اصطلاحات مربوط به این حوزه، از زبانی ساده و قابل فهم استفاده شود تا این جنبه کاربردی افزایش یابد. به این منظور، تقریباً بیشتر اسامی نویسندگان و افراد در پانوشته‌ها نیامده است، مگر در مواردی که تلفظ و صورت نوشتاری اسامی با هم تفاوت داشته‌اند. یادداشت‌های

نویسنده در متن، داخل علامت [] قرار گرفته و در انتهای کتاب به ترتیب فصل‌ها آمده‌اند. حذف‌هایی که با [. . .] مشخص شده‌اند، از متن اصلی است. شماره بخش‌های فصل‌ها از راست به چپ است مثلاً ۶ - ۲ - ۳ (شش، دو، سه). بعلاوه، واژه‌نامه‌ای بر اساس الفبای انگلیسی در پایان کتاب آمده و در آن درباره اصطلاحات توضیح داده شده است. این اصطلاحات در متن، در پانوشته‌ها ذکر شده‌اند تا مراجعه خواننده به واژه‌نامه آسان‌تر شود.

در پایان، از مدیران و کارکنان بخش‌های گوناگون مرکز مطالعات و تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران که به انتشار این اثر یاری رساندند، سپاسگزاری می‌شود.

دکتر محمد شهباز

تهران - زمستان ۱۳۸۹

سپاسگزاری

در روند نگارش این کتاب از یاری افراد و موسسه‌های گوناگون بهره برده‌ام. نخست، از «شورای پژوهش هنر و علوم انسانی» سپاسگزارم که با اعطای مرخصی پژوهشی امکان تکمیل این پروژه را برایم فراهم ساخت. از کیتی ون باکسل و کیت والیس در انتشارات پالگريو مک‌میلان نیز سپاسگزارم که در مورد آماده‌سازی این کتاب توصیه‌هایی کردند. همکارانم در دو واحد «زبان‌شناسی کاربردی» و «مطالعات رسانه‌ها و ارتباطات»، هر دو در دانشگاه سوان‌سی، چنان محیط فکری و حمایتی دلپذیری فراهم آوردند که سال‌ها بود نظیرش را ندیده بودم. از همکارانم در دانشگاه‌های کانتربری، ویکتوریا، و دانشگاه فن‌آوری اُکلند (جملگی در نیوزیلند) تشکر می‌کنم که در مراحل آغازین این پروژه ایده‌هاشان را در اختیارم گذاشتند؛ بویژه آلن بل، مردیت مارا، داندل مته‌سون، فیلیپا اسمیت، جان رید و جیم تالی. بویژه از آدام یاوورسکی و کوین ویلیامز برای توصیه‌های مؤثر و سازنده‌شان، و آندرو هاسکینز و راب پنهالوریک به دلیل بیان نکات ارزشمندشان در مورد بخش‌های گوناگون این کتاب سپاسگزارم.

از نظر شخصی، باید از سونیا فرر، کریستینا ایزورا، پاتریشیا بو فرانش، و گاینور براچی تشکر کنم. پدر و مادرم خوزه و ماریا ویرجینیا چنان لطفی در حقم داشته‌اند که هرگز نمی‌توانم جبران کنم. خواهرانم ماریا و ماریا خوزه همواره در کنارم بوده‌اند، همان‌گونه که آله‌خاندرو در سال‌های اخیر چنین بوده است. تولد دخترم کلارا در دو سال پیش هرچند بی‌خوابی‌ها و کمبود وقت را به همراه داشته، ولی شخصیت پر فروغش چنان چشم‌انداز خوشایندی را رقم زده که همه آن زحمات‌ها را جبران کرده است. سرانجام،

استیو همیشه روحیه بخش و حامی بوده است. بیشترین سپاس من نثار او باد که بیش از همه به وی مدیونم.

نوریا لورنزو - داس

نویسنده و ناشر از مؤسسات زیر تشکر می کنند که اجازه دادند از برنامه های تولیدی شان استفاده شود:

- بنگاه خبرپراکنی بریتانیا (بی بی سی) به دلیل اجازه استفاده از برنامه های زیر: فرودگاه، سیاره زمین، دور دنیا با مایکل پالین، پرسش و پاسخ با نخست وزیر، اخبار شبانه، و کیلروی
- آرشیو خبر سی بی اس به دلیل اجازه چاپ بخشی از سومین مناظره انتخاباتی میان جورج دابلیو بوش و جان کری
- شرکت پخش شبکه پنج به دلیل اجازه چاپ بخشی از متن پزشک / املاک (سری ۶)
- شرکت السه ویر به دلیل اجازه چاپ بخش هایی از مقاله «نگرش مدیریت همدلی و تأثیرگذاری در سخنرانی های شخصیت های اجتماعی» (Journal of Pragmatics, 37 (2005), 611-35)
- شرکت گرانا و آی تی وی به دلیل اجازه چاپ عکس هایی از یک قسمت از برنامه تریشا (۲۰۰۴)
- شرکت انتشاراتی گرانا و کومارس به خاطر اجازه چاپ بخش هایی از مقاله «گفتمان سبک زندگی در رسانه های پخش گسترده» در کتاب Ways into Discourse, P. Bou Franch (ed.) (2006b), 135-50
- شرکت انتشاراتی سیج به دلیل بخش هایی از دو مقاله «خرید و فروش: واسطه گری تشویق در برنامه های املاک تلویزیون بریتانیا» در نشریه Media Culture and Society, 28 (2006a), 739-61 و «بی نظمی واقعی در دادگاه: بررسی گفتگوهای کشمکش در برنامه های دادگاهی تلویزیون امریکا» در Media Culture and Society, 30 (2008), 81-108

نهایت تلاش صورت گرفته است تا دارندگان حق امتیاز مواد مورد استفاده مشخص شوند. با این حال، اگر موردی ناخواسته از قلم افتاده است، نویسنده و ناشر خوشحال خواهند شد که در نخستین فرصت برای توافقات لازم اقدام کنند.

شورای پژوهش هنر و علوم انسانی

«شورای پژوهش هنر و علوم انسانی» در زمینه تأمین هزینه آموزش عالی و پژوهش در حیطه هنر و علوم انسانی - از باستان‌شناسی و ادبیات انگلیسی گرفته تا طراحی و رقص - فعالیت دارد. کیفیت و گستره پژوهش‌های مورد حمایت، هم منافع اجتماعی و فرهنگی دارد و هم به اقتصاد بریتانیا یاری می‌رساند. برای کسب اطلاعات بیشتر لطفاً به وب‌گاه ما به نشانی www.ahrc.ac.uk مراجعه فرمایید.

۱-۱ گفتمان پخش در تلویزیون

این کتاب برآیند دو دلبستگی عمده من است، یکی تلویزیون و دیگری گفتگو. البته صرف دلبستگی دلیل کافی برای نگارش کتاب نیست. دلیل اصلی اینکه این کتاب را اکنون و به این شکل نوشته‌ام، این است که باور دارم بررسی و پژوهش در مورد گفتگو در رسانه تلویزیون تقریباً محدود است. از این گذشته، فهم موقعیت کنونی گفتگو در تلویزیون هم به‌خودی‌خود مهم است و هم به بحث درباره شکل‌های آتی آن یاری می‌رساند.

شاید نبود پژوهش‌های برجسته در این زمینه اندکی عجیب بنماید، آن‌هم با توجه به سلطه‌ای که تلویزیون در چند دهه اخیر به مثابه یک رسانه ارتباطی داشته است. در واقع برخی بررسی تلویزیون را به طور کلی به دیده تردید نگریسته‌اند و می‌نگرند. نیز، همان‌گونه که کارنر^۱ (۱۹۹۹: ۱۲۱) درباره دگرگونی زمینه پخش برنامه‌های تلویزیونی در بریتانیا گفته است، بررسی تلویزیون «دچار گرفتاری مضاعف است ... زیرا تقریباً هیچ به ارزیابی سیاسی و اجتماعی و فرهنگی "تلویزیون آن‌گونه که می‌شناسیم" نپرداخته‌ایم، در حالی که موضوع بررسی به سرعت به "تلویزیون آن‌گونه که می‌شناختیم" در حال تغییر است».

1. Corner

شاید بتوان گفت که دوران کنونی ما یکی از برهه‌های دگرگونی بنیادی در چشم‌انداز جهانی رسانه‌هاست. از یک سو، افزایش رقابت باعث شده است تا فراهم‌آوران رسانه، «کالوار»، به مخاطبان ویژه چشم بدوزند. برای نمونه، کارنر (۱۹۹۸: ۹۵) به فرآیند چندگونگی در رسانه‌های چاپی و رادیو و تلویزیونی اشاره می‌کند و می‌گوید که قواعد متفاوت پیشین با هم ترکیب می‌شوند و این به فروپاشی برخی از گونه‌ها (ژانرها) ی سستی منجر شده است، «از جمله آنهایی که شکل‌های "والاثر" و "فروتر" یعنی آثار "جدی" و "سرگرمی" را از هم جدا می‌کردند». از سوی دیگر، فناوری در حال ایجاد «رسانه‌های جدید» است؛ رسانه‌هایی که به عقیده برخی به تدریج سلطه تلویزیون را در مقام یک رسانه ارتباطی زیر سؤال خواهند برد. برای نمونه، ابداع ماهواره و «پخش محدود»^۱ از طریق تلویزیون کابلی، و دوری فزاینده از تلویزیون سستی و گرایش به اینترنت، پرسش‌هایی را در مورد برتری اجتماعی تلویزیون مطرح می‌سازد.

این نکته، دلالت‌های چندی را در پی دارد که برخی از آنها برای تحلیل گفتگوهای تلویزیونی اهمیت دارند؛ و در فصل‌های بعدی این کتاب به آنها خواهیم پرداخت. برای مثال، افزایش شبکه‌های تلویزیونی از دهه ۱۹۹۰ به این سو، به این معناست که بینندگان برنامه‌های بیشتری را «در زمانی غیر از زمان پخش اول» تماشا می‌کنند، هرچند برخی از این برنامه برای پخش در «مقطع» زمانی مشخصی طراحی شده‌اند (برای نمونه، بخش‌های کریسمسی برخی از مجموعه‌های تلویزیونی، فقط در تعطیلات کریسمس پخش نمی‌شوند). دلیل این قضیه آن است که برخی از برنامه‌ها از طریق پخش دوباره بازیافت می‌شوند. این وضعیت، که احتمالاً با «درون‌گیر شدن کامل» ما در عصر دیجیتال فزونی خواهد یافت، شاید به دگرگونی در ارزش ارجاعی سخنانی بینجامد که همچون قیمت‌هایی که در برنامه‌های املاک ارائه می‌شوند، تاریخ اعتبار معینی دارند.

البته این تغییرات به‌خودی خود انگیزه اصلی نگارش این کتاب نبوده‌اند؛ زیرا تاکنون پژوهش‌های تأمل‌برانگیز و قابل توجهی درباره چشم‌انداز آینده رسانه‌ها و محرک‌های آن صورت گرفته است. در مقابل، انگیزه نگارش کتاب حاضر، گفتمان تلویزیونی، این است که وضعیت کنونی، با سرعت و بدون فهم درست آن، در حال دگرگونی است و این دو نتیجه ناگوار دارد: یکی آنکه پژوهشگران کنونی نمی‌توانند به بحث مؤثر درباره تحولات

1. narrowcasting

آتی و احتمالی گفتگوی تلویزیونی بپردازند، و دیگر آنکه پژوهشگران آینده نیز نخواهند توانست به عقب برگردند و دگرگونی‌های این نوع گفتگو را در برهه‌های گوناگون ارزیابی کنند. به همین دلیل است که شکل‌های کنونی و رایج گفتگو را در زمینه‌های خاص تلویزیونی بررسی خواهم کرد (فهرست این زمینه‌ها در بخش ۱-۳ آمده است).

این نکته، پرسش دیگری را پیش می‌آورد که چرا از میان همه ویژگی‌های تلویزیون، فقط گفتگو برای بررسی انتخاب شده است. پاسخ به این پرسش در دو چیز ریشه دارد؛ یکی غفلت نسبی از «شکل» (فرم) در پژوهش‌های رسانه‌ای، و دیگری اجماع کلی‌ای که در حیطه مطالعات رسانه‌ها (بویژه رادیو و تلویزیون) در مورد اهمیت گفتمان ملفوظ وجود دارد. این اجماع، طیف گسترده‌ای از شیوه‌های مطالعه «شکل رسانه‌ها» را به هم پیوند می‌دهد؛ از جمله نقد ادبی، زبان‌شناسی کاربردی، زبان‌شناسی انتقادی، جامعه‌شناسی فرهنگی، مطالعات فرهنگی، و مطالعات رسانه‌ها.^[۱] از این رو، در این کتاب، گفتمان ملفوظ (گفتگو) را پدیدآورنده آن عرصه اجتماعی - ارتباطی دانسته‌ایم که تصاویر تلویزیون در آن حضور دارند. درست است که آنچه بیننده را به سرعت درگیر می‌سازد و توجه‌اش را جلب می‌کند، شیوه‌های ایجاد و ترکیب تصاویر در تلویزیون است؛ ولی با گفتمان ملفوظ است که «تلویزیون بینندگان را مخاطب قرار می‌دهد و نسبت ویژه‌ای را میان آنان و برنامه‌ها و هویت شبکه و ایستگاه برقرار می‌سازد.» (کارنر، ۱۹۹۹: ۳۷)

جای شگفتی است که به رغم مرکزیت گفتمان ملفوظ در تلویزیون، در پژوهش‌های رسانه‌ای چندان که باید و شاید به آن پرداخته نشده است. این وضعیت به چند دلیل است که سه مورد آنها برای کتاب حاضر اهمیت ویژه‌ای دارند. نخست، بررسی ارتباط صوتی در رسانه‌ها، بویژه صدا، با دشواری‌های روش‌شناختی مهمی روبه‌روست. بررسی گفتمان چندوجهی تلویزیون به خبرگی در زمینه ارتباط بصری و صوتی و کلامی نیاز دارد (تولسون^۱، ۲۰۰۶). تولسون (۲۰۰۶: ۵) سپس می‌افزاید: «برای تحلیل گفتگو و تحلیل گفتمان روش‌هایی وجود دارد، ولی این روش‌ها می‌طلبند که دانشجویان (و استادان) رسانه‌ها به حیطه یک رشته دیگر وارد شوند». بنابراین، می‌توان گفت سال‌هاست که لزوم این توانش میان‌رشته‌ای تا اندازه‌ای موجب کمبود نسبی پژوهش در زمینه گفتگوهای تلویزیونی (و رادیویی) شده است.

1. Tolson

دوم، برخی انتقاد کرده‌اند که پژوهش‌های رسانه‌ای گستره ناچیزی دارند و در نتیجه محدودکننده‌اند. باید پذیرفت که تمرکز بر متن برنامه‌ها و چشم‌پوشی بر فرایندها و شیوه‌های تولید و دریافت آنها، بی‌گمان این خطر را در پی دارد که برخی از جنبه‌های مهم «چشم‌انداز کلی» توان ارتباطی تلویزیون نادیده گرفته شود. با این حال، همان‌گونه که کتاب بورن^۱ (۲۰۰۴) دربارهٔ بنگاه خبرپراکنی بریتانیا (بی‌بی‌سی) نشان می‌دهد، مطالعهٔ شیوه‌های تولید متن تلویزیونی نیز به‌خودی‌خود فعالیتی ارزشمند است. برای نمونه، بررسی قوم‌شناختی بورن از این مؤسسه معروف، از نقش نیروها و فشارهای تولید در تحکیم برنامه‌هایی همچون «مستندهای احساساتی تلویزیونی»^۲ در دههٔ ۱۹۹۰ پرده برمی‌دارد. به بخشی از گفتگوی بورن با مدیر ارشد واحد مستند بی‌بی‌سی که در سال ۱۹۹۶ انجام گرفته است، توجه کنید:

تلاش‌مان این بود که برنامه‌های بسیار محبوب و موفق بسازیم و با بقیه رقابت کنیم. اما این نمایش‌ها [مستندهای احساساتی تلویزیونی مانند خودروهایی مجهول^۳] در جلب مشتری نقش بسیار مهمی دارند؛ چون اهرمی را در اختیارم می‌گذارند که به سراغ برنامه‌های جدی‌تر بروم. الان داریم روی یک فیلم خاص دربارهٔ طلاهای نازی‌ها کار می‌کنیم. محققانه است، داستان نیرومندی دارد، به درد صفحهٔ اول روزنامه‌ها می‌خورد، و تولیدش هم خیلی هزینه می‌برد. از آن برنامه‌هایی است که در این بی‌بی‌سی جدید نهالش می‌خشکد. خب، برنامهٔ خودروهایی مجهول هزینه تولید این یکی را برایم فراهم کرد. [..]. نوعی تاخت‌زدن است. واقعاً بده بستان است. (بورن، ۲۰۰۴: ۴۳۷)

نقل قول بالا نشان می‌دهد که برخی از عوامل مهم و شکل‌دهندهٔ ارتباط تلویزیونی از دسترس مطالعات شکل (یا دریافت) به دور می‌مانند، ولی بسیار در خور مطالعات تولیدند. به همین ترتیب، بررسی چگونگی دریافت یا تفسیر متون رسانه‌ای، بینش‌های ارزشمندی را دربارهٔ بسیاری از بحث‌های اساسی تاریخ پژوهش رسانه‌ها در اختیار می‌گذارد، از جمله دربارهٔ حیطهٔ فراگیر و غامض تأثیر رسانه‌ها.

1. Born

۲. docusoap برنامه‌های مستندی هستند که به نمایش ماجراهای روزمره در زندگی مردم عادی می‌پردازند و با استفاده از عناصر مجموعه‌های سبک و احساساتی (soap-opera) به رویدادها جنبهٔ دراماتیک می‌دهند. این اصطلاح در حال حاضر برابر گویا و کوتاهی در زبان فارسی ندارد، و در اینجا بنا به قرارداد آنها را «مستندهای احساساتی تلویزیونی» نامیده‌ایم.

3. X Cars

همان گونه که کارنر (۱۹۹۸: ۱۴-۱۶) توضیح می‌دهد، بسیاری از پژوهش‌های رسانه‌ای در دهه ۱۹۷۰ بر «زبان» متمرکز بودند - هم بر چگونگی کاربرد زبان در رسانه‌ها و هم بر سازمان و نظام زبانی جامعه و ضمیر انسان. کارهای لوی-اشتراوس^۱ درباره مردم‌شناسی ساختارگرا، تحلیل فروید از ناخودآگاه، مفاهیم ایدئولوژی نزد نومارکسی‌ها، و آثار بارت^۲ و اکو^۳ در زمینه نشانه‌شناسی از آن جمله‌اند. با این حال، از اوایل دهه ۱۹۸۰ دگرگونی تدریجی ولی مهمی در پژوهش رسانه‌ای رخ داد. این دگرگونی ناشی از درک این نکته بود که «معنی» متون رسانه‌ای بیشتر وابسته به تفسیر است تا به خود آن متون. چندین دیدگاه پژوهشی درباره شرایط اجتماعی تفسیرپذیری شکل گرفت و به این نتیجه انجامید که رابطه مستقیم میان رسانه - متن - تأثیر ناممکن است. مهم‌تر اینکه برخی از این پژوهش‌ها به رد «عارضه جانبداری منفی» منجر شد، یعنی همان دیدگاه منفی و سوگیرانه‌ای که بستر بسیاری از پژوهش‌های پیشین درباره تأثیر رسانه‌ها بود. به گفته کارنر (۱۹۹۹: ۷):

این نگرش به قدرت تلویزیون، نگرشی بسیار کلی است و تفاوت‌های ظریف فرهنگی در آن لحاظ نشده است. در جامعه مدرن که معانی فرهنگی به شیوه‌های چندگانه و نامستقیم تولید می‌شوند [..] دیگر پرسش کلی «تأثیر وجود دارد یا خیر؟» پیش‌پاافتاده می‌نماید. پژوهش درباره قدرت تلویزیون باید خود را از شر برخی پیش‌فرض‌های نهفته در یکی از مفاهیم اساسی‌اش خلاص کند.

به دیگر سخن، موضوع این نیست که آیا تلویزیون بر ذهن و روان بیننده تأثیری ژرف و گمراه‌کننده دارد یا خیر. بلکه پرسش‌های اصلی این است: «تلویزیون چه نوع قدرت‌هایی دارد؟ این قدرت‌ها چگونه اعمال می‌شوند؟ له و علیه کدام یک از عوامل ساختار و کنش اجتماعی‌اند؟» (کارنر، ۱۹۹۹: ۷)

سومین عاملی که در کمبود نسبی بررسی شکل رسانه‌ها دخیل است، خود نوعی انتقاد هم محسوب می‌شود: این پژوهش‌ها اغلب به تأمل درباره پیچیدگی‌های دلالت‌گرایی دارند و چندان بر توصیف‌های دقیق متنی متمرکز نیستند و به پیامدهای اجتماعی و سیاسی تأثیرهای متن نمی‌پردازند. البته برخی از پژوهشگران از این دام رسته‌اند. برای نمونه، آثار فئرکلاف^۴ (۱۹۹۲، ۱۹۹۵، ۱۹۹۸، ۲۰۰۰) که جزو زبان‌شناسان انتقادی است، از اتهام آخر مبرا است، زیرا به رابطه سه‌سویه میان این سه عامل می‌پردازد: متون، فرآیندها (طراحی/

1. Lévi-Strauss

2. Roland Barthes

3. Umberto Eco

4. Fairclough

تولید و مصرف) و کنش‌های اجتماعی - سیاسی (اینکه چگونه جامعه متون را شکل می‌دهد و با همین متون شکل می‌پذیرد). با این همه، این عده نیز از نقد و تأسف برکنار نمانده‌اند. این آثار بر «هرمنوتیک بدگمانی» استوارند، یعنی بر فرضیه‌ای که زبان و رسانه‌ها را نظام‌های بازنمون^۱ می‌داند؛ «نظام‌های بازنمونی که در کاربرد و روش رایج، واقعیتی را که باز-نمون می‌کنند، نادرست ارائه می‌دهند» (اسکانل، ۱۹۹۸: ۲۵۶).^[۲] این نگرش انتقادی به تلویزیون، که بویژه در سنت‌های نظریه انتقادی و نقد ادبی بازتاب یافته است، موجب شده تا هارتلی (۲۰۰۴: ۳۳) چنین بنگارد:

بسیاری از سنت‌های پژوهش در گستره کلی هنر بر این فرض استوار بوده است که دانشجو به موضوع پژوهش علاقه دارد، ولی سنت پژوهش متنی در مطالعات تلویزیون از آغاز با این نیت پایه گرفت که تلویزیون و همه آثارش را محکوم کند [...] دانشجوی موفق [مطالعات تلویزیون] کسی بود که بتواند فهرست جامعی از همه زبان‌های تلویزیون تهیه کند، زبان‌هایی که البته دامنگیر دیگران می‌شد، زیرا خود دانشجویان قرار بود تلویزیون تماشا نکنند تا بتوانند مغرورانه درباره آن نظر بدهند (تأکید از متن اصلی).

با این حال، تغییر در راه است - و منظورم فقط اشاره به دگرگونی تلویزیون در عصر دیجیتال، پخش محدود از طریق تلویزیون کابلی و اینترنت، و آن «گمان‌پردازی‌های پر طمطراقی» (گراتی و لاستد، ۲۰۰۴: ۱) نیست که سرشت و گستره و روند این دگرگونی را احاطه کرده است. پژوهش در زمینه شکل رسانه‌ها دوباره سر برآورده است.^[۳] پس از علاقه محیط‌های دانشگاهی به زبان در دهه ۱۹۷۰ و گرایش به تفسیر در دهه ۱۹۸۰ که در بالا به آن اشاره کردیم، در دهه ۱۹۹۰ علاقه به گفتمان ملفوظ در رسانه‌های پخش گسترده احیا شد؛ علاقه‌ای که از نظر کمی متوسط ولی از نظر کیفی مهم بود. گفتگو در رادیو و تلویزیون^۲ (۱۹۹۱)، که مجموعه مقاله‌ای به گردآوری اسکانل است، نخستین و احتمالاً تأثیرگذارترین کتاب دانشگاهی بود که فقط به گفتگو در رادیو و تلویزیون اختصاص یافته بود. سپس دو کتاب *گفتمان رسانه‌ای*^۳ (فترکلاف، ۱۹۹۱) و *گفتگوی تقابلی*^۴ (هاچ‌بای، ۱۹۹۶) منتشر شد. کتاب نخست به هر دو زمینه آثار چاپی و رادیو تلویزیونی می‌پردازد و، همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، متون رسانه‌ای را یکی از سه جنبه مهم در تحلیل گفتمان رسانه‌ها می‌داند. کتاب دوم، تجزیه و تحلیل دقیقی از تقابل لفظی در گفتمان رادیویی ارائه

1. representation

2. Broadcast Talk

3. Media Discourse

4. Confrontation Talk

می‌دهد. در سال‌های اخیر، چندین طرح که در چارچوب پژوهش «گفتگو در رسانه‌های پخش گسترده» می‌گنجند، به برخی از قالب‌های پخش گسترده پرداخته‌اند (همچون کتاب تولسون (۲۰۰۱ الف) که مجموعه مقاله است و کتاب مانگومری (۲۰۰۷) که تکنگاری‌ای درباره اخبار رادیویی و تلویزیونی است) یا گفتمان رادیو تلویزیونی را به طور کلی بررسی کرده‌اند (مانند هاچ‌بای ۲۰۰۶ و تولسون ۲۰۰۶).^[۴]

کتاب حاضر، *گفتمان تلویزیونی*، از عزم و دانش همه این پژوهش‌ها بهره می‌گیرد و - تا جایی که من می‌دانم - نخستین پژوهشی در قالب یک کتاب است که به طور کامل فقط به گفتگو در تلویزیون می‌پردازد، و رابطه میان چه و چگونه را در گفتمان تلویزیونی بررسی می‌کند. این کتاب با استفاده از داده‌هایی از منابع گوناگون - از برنامه‌های «نوسازی»^۱ گرفته تا مصاحبه‌های سیاسی - به این موضوع می‌پردازد که چگونه تلویزیون به گفتگوهای تعاملی شکل می‌دهد و با آنها شکل می‌پذیرد. برای نمونه، یکی از مباحث این کتاب، تأثیر متقابل داستان‌هایی است که در مستندهای احساساتی تلویزیونی نقل می‌شود (داستان‌هایی که ساختار کشمش - گره‌گشایی دارند) و شیوه‌ای که این داستان‌ها ارائه می‌شوند تا توجه بیننده پابرجا بماند.

به طور کلی، کتاب حاضر در زمره پژوهش‌هایی است که به تحلیل گفتمان رسانه‌ای می‌پردازند، هرچند هیچ تعریف واحد و جامعی از اصطلاح «گفتمان» در میان نیست. در واقع، برخی از تعاریف رایج گفتمان از این قرار است: «زبان طولانی‌تر از جمله و عبارت» (استابز، ۱۹۸۳: ۱)، «کاربرد عملی زبان» (براون و یول، ۱۹۸۳: ۱)، «کاربرد زبان» (فاسولد، ۱۹۹۰: ۶۵)، و «کاربرد زبان، خواه گفتاری و خواه نوشتاری، به مثابه یک کنش اجتماعی» (فترکلاف، ۱۹۹۲: ۲۸).^[۵] در همه این تعاریف یک نکته مشترک است: اینکه تحلیل گفتمان نه به زبان به طور انتزاعی، بلکه به کاربرد آن توجه دارد. البته هر یک از رشته‌های فرعی تحلیل گفتمان، نگرش متفاوتی به رابطه زبان و زمینه این کاربرد دارد.^[۶]

گفتمان تلویزیونی، در چارچوب این نگرش به تحلیل گفتمان، بر «هرمنوتیک اعتماد» استوار است، نه بر «هرمنوتیک بدگمانی». نگرش ما این است که زبان و رسانه‌ها (در اینجا تلویزیون) «چیزهایی هستند که عملکردی ساده و رایج و عادی دارند (فارغ از اینکه عملکردشان له یا علیه منافع بشری است)» (اسکانل، ۱۹۹۸: ۲۵۷). این دو خط پژوهش

1. make-over

لزوماً متناقض نیستند. همان گونه که مانتگومری (۲۰۰۷: ۲۱) در زمینه اخبار رادیویی و تلویزیونی می گوید: «اگر بخواهیم اخبار را به مثابه یک پدیده مشخص بفهمیم و توضیح دهیم، باید چگونگی عملکرد آن را به دقت تجزیه و تحلیل کنیم. نقد اخبار هنگامی حالت مطلوب می یابد که بر توصیف کامل گفتمان آن استوار باشد، زیرا طیف گسترده کنش های ارتباطی اخبار در همین گفتمان تجلی پیدا می کند».

۱-۲ گوینده و شنونده و زمان گفتگو در تلویزیون

گفتمان تلویزیونی جنبه ای دارد که تحلیل آن را از تحلیل دیگرگفتمان های بی واسطه و ملفوظ متمایز می سازد: بیان دوگانه. به نوشته اسکائل (۱۹۹۱: ۱)، گفتگوی رادیویی و تلویزیونی «نوعی تعامل ارتباطی میان شرکت کنندگان در بحث، مصاحبه، مسابقه، یا هر چیز دیگر است و در عین حال برای مخاطبان غایب طراحی شده است». در واقع، گفتمان تلویزیونی فقط به این منظور طراحی و تولید می شود که این مخاطبان غایب آن را بشنوند و ببینند. از همین روست که حرکت دوربین، موسیقی پس زمینه، گرافیک و تصاویر، زبان، کیفیت صدا، زیر و بم گفتار، چیدمان فضایی در دکور استودیو، و پوشش مجریان همگی منابع معناآفرین نشانه شناختی اند و در نتیجه به تحلیل گفتمان تلویزیونی در این کتاب ربط می یابند.

برای نمونه، به شمار فراوان برنامه هایی توجه کنید که بسیار تدوین شده هستند و بر صفحه تلویزیون خانه های ما به نمایش درمی آیند. فیلمبرداری هر یک از قسمت های برنامه های «نوسازی خانه» که از تلویزیون بریتانیا پخش می شود، سه تا هفت روز به طول می انجامد. ولی زمان پخش آن، با آگهی های بازرگانی، سی تا شصت دقیقه است. به این ترتیب، در هر قسمت، فقط بخش هایی از کل تصاویر فیلمبرداری شده به بیننده عرضه می شود که آگاهانه گزینش و سازماندهی و پیوند یافته اند. برای نمونه، «لحظه آشکارسازی»^۱ (بانر ۲۰۰۳؛ موزلی ۲۰۰۰) یا «پرده برداری» (اسپیگل ۲۰۰۶؛ هلر ۲۰۰۷) — یعنی لحظه ای که شکل تازه خانه نخستین بار به بینندگان و شرکت کنندگان نشان داده می شود — چند عنصر مشخص دارد: موسیقی متناسب با سبک دکور داخلی (موسیقی کلاسیک برای خانه های سنتی و موسیقی تند و شاد برای خانه های مدرن)، تدوین سریع نماهای دور و متوسط و درشت از اتاق ها و اشیای تزئینی، و تحسین و تمجید مجری از

1. moment of revelation

موفقیت‌های گروه در نوسازی خانه. این نوع پیوند پیرایش‌یافته منابع نشانه‌شناختی، که از اسلوب‌های ارتباطی گوناگون (بصری، صوتی، کلامی) مایه می‌گیرد، ناشی از تصمیم‌هایی است که تدوین و اجرای گزینشی این برنامه‌ها می‌طلبد.

همین بیان دوگانه گفتگوی تلویزیونی است که تحلیل آن را در چارچوب الگوهای ارتباطی سنتی (گوینده - شنونده) دشوار می‌سازد. این الگوی سنتی را از جمله زبان‌شناس فرانسوی فردینان دو سوسور در کتاب *درس‌هایی در زبان‌شناسی عمومی*^۱ (۱۹۱۶) ارائه داده است. مفهوم «مدار سخن»^۲ (۱۹۱۶: ۱۱-۱۵) که سوسور مطرح کرده، و البته با توجه به زمان ارائه این نظریه عنوان عجیبی نمی‌نماید، برای توضیح و تبیین ماهیت «آگاهانه و تعمداً عام» (اسکانل، ۱۹۹۱: ۱۱؛ تأکید از متن اصلی) گفتمان تلویزیونی کاربرد ندارد. «مدار سخن» بر این اندیشه استوار است که مفاهیم از فرد الف به فرد ب انتقال می‌یابد. ارتباط هنگامی رخ می‌دهد که فرد الف مفاهیم را در قالب گفتار رمزگذاری و سپس فرد ب آنها را رمزگشایی می‌کند. بعدها الگوهای ارتباطی پیچیده‌تری مطرح شد؛ از جمله از سوی شانون و ویور (۱۹۴۹)، سیبک^۳ (۱۹۸۸)، اسپربر و ویلسن (۱۹۹۵)، و گافمن (۱۹۸۱) که دیدگاه‌های او به بحث ما درباره بیان دوگانه در گفتگوی تلویزیونی بسیار مربوط است.

اروینگ گافمن جامعه‌شناس اهل امریکای شمالی است. البته وی از ابتدا قصد نداشت که ارتباط ملفوظ را الگوبندی کند، ولی بخش شایان توجهی از کار وی، بررسی ویژگی‌های گفتگوی مردم در برخوردهای گوناگون اجتماعی است. برای نمونه، گافمن در کتاب *شکل‌های گفتگو* (۱۹۸۱) به تأثیر متقابل سه درونمایه کلی در بررسی گفتگو می‌پردازد. این سه درونمایه عبارتند از:

- توانایی دگرارجاعی یا خودارجاعی گفتگو که وی آن را «توان نقش‌پذیری» گفتگو می‌نامد؛
- «مکث‌ها، نگاه‌ها، و صداهایی که در هنگام سخن گفتن و گوش سپردن به طور غیرارادی ایجاد می‌کنیم ... نیازمند نقش ارتباطی ویژه‌ای در رفتار پیوسته ماست» (۱۹۸۱: ۲)، و وی آنها را در مجموع «فرآیند آداب و رسوم» می‌نامد؛
- «چارچوب مشارکتی» گفتگو، که وی آن را به طور کلی چنین تعریف می‌کند: «هنگامی که واژه‌ای ادا می‌شود، همه کسانی که در شعاع ادراکی آن قرار دارند [آن را می‌شنوند و درک می‌کنند] به نوعی در آن مشارکت می‌جویند». (۱۹۸۱: ۳)

از نظر گافمن، دو مفهوم سستی گوینده و شنونده بسیار ساده‌انگارانه است، و به همین دلیل «قالب تولید» و «چارچوب مشارکت» (برای دریافت گفتگو) را به جای آنها به کار می‌برد؛ و قالب تولید را به سه نقش تقسیم می‌کند: محرک: «جعبه صوتی که ادای واژگان را امکان‌پذیر می‌سازد»؛ «مؤلف: عاملی که جملات را کنار هم می‌گذارد، تصنیف می‌کند، و می‌نگارد»؛ و «گوینده اصلی: کسی که واژگان، نشان‌دهنده نگرش و جایگاه و باور اوست».

(گافمن، ۱۹۸۱: ۲۲۶)

گافمن برای گیرنده پیام نیز دو نقش «تصدیقی» و «تصوری» قایل شده است. گیرندگان تصدیقی آن دسته از گیرندگان «رسمی» یا آگاهانه پیامند که خود به دو دسته «خطابی» و «غیرخطابی» تقسیم می‌شوند. گیرندگان خطابی کسانی هستند که «توجه بصری گوینده به آنهاست و انتظار دارد که به نوبه خود نقش گوینده را بر عهده بگیرند» (۱۹۸۱: ۱۳۲). گیرندگان غیرخطابی جزو بقیه «شنوندگان رسمی هر گفتگوی ارتباطی‌اند، حتی کسانی که شاید در واقع به سخنان گوینده گوش ندهند» (۱۹۸۱: ۱۳۳). گیرندگان تصوری نیز گیرندگان غیررسمی و ناخواسته گفتگویند و به دو دسته تقسیم می‌شوند: «شنوندگان اتفاقی» (شنوندگان یا رهگذران «ناخواسته» و «غیررسمی») و «شنوندگان عمدی» (شنوندگان «غیررسمی» یا کسانی که «آگاهانه» گوش می‌ایستند). (۱۹۸۱: ۱۲۸)

گافمن تأکید کرده است که میان دو نقش تولید و دریافت سخن، نوعی تعامل سیال وجود دارد. گوینده و شنونده میان این دو نقش در حرکتند و در هر موقعیت درگیر چیزی می‌شوند که وی آن را «تغییر وضعیت» نامیده است: یعنی «تغییر مسیر خودمان و دیگران حاضر در آن موقعیت که با تنظیم وضعیت تولید یا دریافت کلام مشخص می‌شود».

(۱۹۸۱: ۱۲۸)

چارچوب مشارکتی گافمن مزیت‌های آشکاری بر الگوهای ارتباطی گوینده - شنونده دارد، ولی با محدودیت‌هایی نیز همراه است. برای نمونه، همان‌گونه که در تعاریف بالا آشکار است، گافمن در آثار خود اصطلاح «چارچوب مشارکت» را گاهی در مورد تولید و دریافت گفتگو و گاهی فقط در مورد دریافت آن به کار برده است. از این گذشته، گافمن به درستی توضیح نمی‌دهد نقش‌های گوناگونی که یک چارچوب مشارکتی را شکل می‌دهند در عمل چگونه اجرا می‌شوند. این نکته، همان‌گونه که لوینسن (۱۹۸۸: ۲۲۱) اشاره می‌کند، چند دشواری تحلیلی را دامن می‌زند؛ چون «تعیین چند نقش مشارکتی یک چیز

است و تعیین اینکه چه کسی در چه زمانی در کدام نقش است، چیزی دیگر؛ زیرا دومی پیچیدگی بسیار بیشتری دارد.

وظیفه پژوهش‌های بعدی در زمینه گفتمان تلویزیونی، درست فهم همین پیچیدگی بوده است. از آنجا که نقش‌ها و مسیرهای مشارکتی یکجانبه رخ نمی‌دهند، هدف این پژوهش‌ها آن بوده است که این نقش‌ها را در عمل و در تعامل با یکدیگر نشان دهند. برای نمونه، اینکه گافمن نقش سنتی گوینده را به چند گروه تقسیم کرد، موجب شد که از نقش‌های تعاملی «گویندگان» در تلویزیون فهم بهتری پیدا کنیم. مثلاً، مصاحبه‌کنندگان با سیاستمداران، معمولاً پرسش‌های چالش‌برانگیز را به شیوه‌ای رسمی و خنثی طرح می‌کنند تا از انگ جانبداری و غرض‌ورزی برکنار بمانند. این شیوه‌ها اغلب شامل «تغییر وضعیت» است؛ یعنی مصاحبه‌کننده نقش محرک گفتگو را حفظ می‌کند، ولی نقش «مؤلف» را به کسی دیگر نسبت می‌دهد (نگاه کنید به فصل ۱۰). به همین ترتیب، دسته‌بندی گافمن از نقش سنتی شنونده موجب شد تا تحلیل‌های دقیق‌تری از تعامل تلویزیونی نیز فراهم آید. برای نمونه، نقش‌های «شنونده اتفاقی» و «شنونده عمدی»، به توصیف و بررسی نقش‌های گوناگون مخاطبان غایب گفتگوهای تلویزیون (یعنی بینندگان) کمک شایانی کرده است. (نگاه کنید به هری تیج ۱۹۸۵؛ هری تیج و راث ۱۹۹۵؛ ایلی ۱۹۹۹)

آثاری که با تأثیرپذیری از گافمن در مورد «تعیین نقش افراد در گفتگو» نوشته شده‌اند، جملگی بر این نکته تأکید می‌کنند که باید همه «کسانی را که در شعاع ادراکی [ارتباط تلویزیونی] قرار دارند» (۱۹۸۱: ۳)، جزو شنوندگان قلمداد کرد. با این حال، از آنجا که بیشتر آثار گافمن بر ساختارهای واقعی گفتگوی تعاملی متمرکز است، به نظر می‌رسد جنبه «موضوعی» گفتمان تلویزیونی [حاضران در استودیو] را بر «پخش گسترده» آن [مخاطبان بیرون از استودیو] اولویت بخشیده است.

در نتیجه، هرچند تمایز نقش‌های محرک و مؤلف در گفتگوهایی که افراد بر صفحه تلویزیون انجام می‌دهند، مفید بوده است، ولی ویژگی‌های این نقش‌ها در بیان دوگانه گفتگوی تلویزیونی بیش از اینهاست. اگر هدف از گفتگوی تلویزیونی این باشد که مخاطبان غایب آن را بشنوند و ببینند، آنگاه همه شرکت‌کنندگان حاضر در استودیو «جعبه صوتی» یا محرک آن به شمار می‌آیند. به همین ترتیب، تهیه‌کنندگان و پژوهشگران و فیلمنامه‌نویسان و دیگران را می‌توان «مؤلفان» گفتگوی تلویزیونی به حساب آورد - یعنی نسخه‌های گوناگون «عاملی که جملات را کنار هم می‌گذارد، تصنیف می‌کند، و می‌نگارد».

این نکته در مورد درام‌ها، مجموعه‌های سبک، و دیگر شکل‌های داستانی آشکار است، ولی در مورد برخی از برنامه‌های غیرداستانی حالت ضمنی و پوشیده دارد.^[۷] بعلاوه، از آنجا که گفتگوی تلویزیونی اساساً برای مخاطب غایب تولید می‌شود و از واکنش‌های آنی آنان بی‌بهره است، نقش «محرک» هم بسیار «خودآگاه» (اسکانل، ۱۹۹۱) است و هم متنوع؛ زیرا طیف گسترده‌ای را در برمی‌گیرد؛ از تلاش برای پنهان‌سازی تا آشکارسازی کامل آن.

به همین ترتیب، تعیین نقش‌های دریافتی گوناگونی که بینندگان انواع گفتگوهای تلویزیونی ایفا می‌کنند، بسیار سودمند بوده است. با این حال، هرچند به‌ظاهر پذیرفتنی می‌نماید که بینندگان را چون در استودیو حضور ندارند، شنوندهٔ اتفاقی یا عمدی بدانیم، ولی چنین فرضی همراه‌کننده است؛ زیرا در چارچوب مشارکتی گافمن، نقش‌های شنوندهٔ اتفاقی و عمدی در گروه گیرندگان تصویری (غیررسمی و ناخودآگاه) قرار دارد؛ ولی از آنجا که ماهیت و کارکرد تلویزیون، پخش گسترده است، این بینندگان بنا به تعریف جزو گیرندگان تصدیقی (رسمی و آگاهانه) گفتگوی تلویزیونی قرار می‌گیرند. بنابراین، هرگز نمی‌توان آنان را شنوندهٔ اتفاقی یا عمدی قلمداد کرد، هرچند فضای کنونی تلویزیون ممکن است احساسی از «نزدیکی» و «چشم‌چرانی» را ایجاد کند. بنابراین، اصطلاح «شنوندگان اتفاقی» که در بسیاری از پژوهش‌های رسانه‌ای به کار می‌رود و امروزه رایج و در نتیجه کارآمد شده است، ناکافی به نظر می‌رسد. برای نمونه، هاچ‌بای (۲۰۰۶: ۱۶۷) پیشنهاد کرده است که به جای آن از اصطلاح «گیرندگان عام» استفاده کنیم، زیرا در واقع گفتگوی رادیویی و تلویزیونی به «مقولهٔ گستردهٔ گفتگوی تعاملی با واسطه و عام تعلق دارد» (تأکید از متن اصلی).

۳-۱ گستره و ساختار این کتاب

گفتمان تلویزیونی به بررسی متون چندین شبکه و برنامهٔ تلویزیون زمینی^۱ می‌پردازد که در امریکا و بریتانیا، و شمار اندکی از آنها در نیوزیلند، پخش شده است. هرچند شمار این متون به نسبت اندک است، ولی گزیده‌ای از حجم انبوهی از برنامه‌های تلویزیونی است که در پانزده سال اخیر برای تدریس و پژوهش، ضبط و گردآوری و آوانویسی کرده‌ام.^[۸] در گزینش این برنامه‌ها کوشیده‌ام تا حد امکان چند معیار را رعایت کنم.

1. terrestrial

نخست، و بنا به رسم رایج در «سنت پژوهش گفتگوی تلویزیونی»، برنامه‌های داستانی را کنار گذاشته‌ام؛ زیرا در برنامه‌های داستانی (مانند مجموعه‌های سبک، کمدی‌های موقعیت، کمدی‌ها، درام‌ها، آگهی‌های بازرگانی، و جز آن) واژگان خاصی به کار می‌رود و از آنجا که گفتگوها از پیش نوشته شده و مشخص است، واژگان حد و مرزهای ویژه‌ای پیدا می‌کنند [که با گفتگوهای روزمره تفاوت دارند]. مواد غیرداستانی که در اینجا بررسی شده‌اند، متنوع‌ترند، ولی همه آنها از منش ارتباطی «معاشرت‌پذیری»^۱ (اسکانل، ۱۹۹۶) برخوردارند. البته تحقق این معاشرت‌پذیری شکل‌های گوناگونی دارد، ولی اخبار و مصاحبه‌های سیاسی و برنامه‌های سبک زندگی^۲ و برنامه‌های دادگاهی و دیگر برنامه‌های غیرداستانی که در این کتاب بررسی شده‌اند، همگی به خلق روابط انسانی بر صفحه تلویزیون می‌پردازند؛ و «تا اندازه‌ای» دارای فیلمنامه مشخص نیز هستند. برای نمونه، آن دسته از اخبار تلویزیونی که در آنها گفت‌و شنود میان گوینده خبر در استودیو و گزارشگر بیرون از استودیو صورت می‌گیرد، معمولاً شامل پرسش‌های از پیش تعیین‌شده‌ای است که گوینده از گزارشگر می‌پرسد. (تاگل و دیگران، ۲۰۰۴)

دوم، از آنجا که تأکید *گفتمان تلویزیونی* بر گفتگوهای تلویزیونی امروزی است، برنامه‌هایی را برگزیده‌ام که در زمان نگارش این کتاب در حال پخش‌اند. در مواردی که پخش برنامه مورد بررسی قطع شده باشد، برنامه‌هایی را برگزیده‌ام که به برنامه‌های کنونی شبیه باشند، در کشور مبدأ شناخته شده باشند، و به دیگر کشورها صادر شده باشند. مثلاً، در بحث از داستان‌گویی در مباحثه‌های شرکت‌کنندگان برنامه‌های گفتگویی، از گزیده دو برنامه ریکی لیک^۳ (امریکا) و کیلروی^۴ (بریتانیا) استفاده کرده‌ام. پخش این دو برنامه، به دلایل گوناگون، در سال ۲۰۰۴ قطع شد، ولی هر دوی آنها در سطح ملی و جهانی بسیار معروف بودند: ریکی لیک در بریتانیا پخش شد و کیلروی نیز چند قسمت را در استرالیا و با عنوان *کیلروی در استرالیا*^۵ اجرا کرد.

از این گذشته، باید تأکید کنم که گزینش بخش‌هایی از برنامه‌ها برای ارائه نکات مورد نظر است، نه شاهی بر نکاتی که تفسیرهای ایدئولوژیک و از پیش معین را به کرسی بنشانند. از این رو، داده‌های این کتاب را باید نماینده گرایش‌های گوناگون دانست. *گفتمان*

1. sociability

2. Life Style

3. Ricki Lake

4. Kilroy

5. Kilroy Down Under

تلویزیونی بر چهار ویژگی اصلی متمرکز است که در همه برنامه‌های مورد بررسی تکرار می‌شوند: داستان‌گویی، نزدیکی، کشمکش، و ترغیب. هرچند این چهار ویژگی به هم ربط دارند، ولی در اینجا، برای روشنی مباحث، به ترتیب و در چهار بخش مجزا بررسی شده‌اند. هر بخش، شامل یک فصل مقدماتی و دو فصل دیگر است. در فصل مقدماتی، اطلاعاتی درباره هر یک از ویژگی‌های گفتمان تلویزیونی ارائه شده است؛ و در دو فصل بعد، هر ویژگی در ارتباط با زمینه کاربرد آن، خواه قالب‌های خاص تلویزیونی (مثلاً برنامه‌های گفتگویی روزانه) و خواه شکل‌های گفتگو در آن (مانند تک‌گویی‌های اعترافی)، مورد بررسی قرار گرفته است. فصل ۱۴ هر چهار ویژگی گفتمان تلویزیونی را در هم می‌آمیزد و آنها را در زمینه بحث از سه درونمایه تکوینی این کتاب - یعنی احساسات، اخلاقیات، و واقعیت - قرار می‌دهد.

بنابراین، کتاب حاضر را نباید تجزیه و تحلیل انواع و اقسام برنامه‌سازی تلویزیونی دانست؛ یعنی هرچند برخی از فصول آن به یک قالب تلویزیونی مشخص می‌پردازد، ولی هدف اصلی، بررسی جنبه‌های گوناگون گفتگو در آن قالب است. برای نمونه، گفتمان اخبار تلویزیونی با توجه به دو ویژگی تجزیه و تحلیل شده است: نزدیکی و ترغیب. در مورد نخست، تعامل زنده میان مجریان خبر و گزارشگران خبر با توجه به معاشرت‌پذیری تلویزیون (نگاه کنید به فصل ۶) بررسی شده و در مورد دوم، بخش‌هایی از سخنان سیاستمداران با توجه به توان اقناعی تلویزیون مورد بررسی قرار گرفته است.

در همین زمینه باید بپذیریم که چون تلویزیون و سیاست یکدیگر را تقویت و پشتیبانی می‌کنند، تجزیه و تحلیل انواع ارتباط سیاسی در زمینه‌های گوناگون تلویزیونی، در بخش‌ها و فصل‌های متوالی این کتاب تکرار شده است. ارتباط سیاسی - از جمله بروشورهای انتخاباتی، برنامه‌های سیاسی رادیویی، بیانیه‌های مطبوعاتی، وب‌گاه‌های گروه‌های سیاسی، یا مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی - همیشه، البته به درجات متفاوت، با رسانه‌ها سر و کار داشته است. با این حال، امروزه در بیشتر کشورهای استوار بر دموکراسی، سیاست و رسانه‌ها چنان در هم آمیخته‌اند که برای توصیف رابطه متقابل آنها یک اصطلاح جدید وضع شده است: «رسانه‌سازی» سیاست. این اصطلاح به طور کلی به دو معناست: یکی نقش رسانه‌ها در تقویت دموکراسی، و دیگری پیامدهای مستعمره شدن سیاست به دست صنعت روابط عمومی. در این کتاب، همین معنای دوم مد نظر بوده است. نیاز نخبگان سیاسی به «هدایت توده‌ها» از طریق راهبردهای ارتباطی اقناعی و استفاده از فنون روابط

عمومی، پدیده‌های تازه‌ای نیستند. نمونه‌های آشکار این موارد در گذشته، خطابه‌خوانی‌های آدلف هیتلر و دستگاه تبلیغاتی نازی‌هاست. شایان توجه است که در دوران معاصر، شمار و گستره و پیچیدگی راهبردهای ارتباطی که برای انتشار آراء و تصاویر سیاسی از طریق رسانه‌های گروهی به کار می‌رود، افزایش یافته است.

بنابراین، از دیدگاه سیاسی، رسانه‌ها سودمندی بالقوه فراوانی دارند؛ زیرا به ایجاد رضایت عمومی و کسب مشروعیت حکومت‌ها یاری می‌رسانند. از همین روست که سیاستمداران انواع فنون روابط عمومی را به کار می‌گیرند تا تصاویر سیاسی مطلوبی از خودشان ارائه کنند (نگاه کنید به فصل ۱۲) یا روزنامه‌نگاران را به دستگاه پیچیده سیاست وارد سازند (لوئو، ۲۰۰۵). از دیدگاه رسانه‌ها، روزنامه‌نگاران رهگذرانی معصوم نیستند؛ بلکه چون در نقش نگهبان جامعه ظاهر می‌شوند، اغلب نقش «گروه گرگ‌ها» را ایفا می‌کنند (پارتینگتن، ۲۰۰۳). اینان، همواره رفتار سیاستمداران را زیر پرسش می‌برند و می‌خواهند عیب و نقص فرآیندهای سیاسی را نشان بدهند (ن.ک. فصل ۱۰)، ولی راهبردهای فرابازنمونی^۱ را نیز در پیش می‌گیرند تا ارزش‌های خاص سیاسی را به مردم عرضه کنند (ن.ک. فصل ۱۲).

این کتاب علاوه بر قالب‌های «جدی» تلویزیونی همچون اخبار و برنامه‌های سیاسی، به بررسی ویژگی‌های شکلی چند قالب «غیرجدی» نیز می‌پردازد که آنها را در مجموع «تلویزیون واقعیت»^۲ یا تلویزیون واقعیت‌نما می‌نامند. این اصطلاح نخستین بار به نوعی «تلویزیون بی‌واسطه»^۳ در امریکای شمالی اطلاق می‌شد که تصاویری از فعالیت‌های روزمره مردم را در «بخش عملیاتی» خدمات عمومی - مانند پلیس و اورژانس - نشان می‌داد. برنامه‌هایی مانند پلیس‌ها^۴ که در اوایل دهه ۱۹۹۰ در امریکا پخش می‌شد، در چند کشور دیگر نیز تا اندازه‌ای مورد تقلید قرار گرفت (مانند *تبهکاران*^۵ در بریتانیا و *نجات اضطراری*^۶ در استرالیا). چندی نپایید که این برنامه‌ها به قالب‌های گوناگونی تبدیل شدند، از «مستندهای احساساتی» (مانند *فرودگاه*)^۷ و مسابقه‌های واقعی (مانند *بازمانده*)^۸ و برادر بزرگ^۹ گرفته تا برنامه‌های نوسازی (نهایت نوسازی^{۱۰} و نوسازی منزل^{۱۱}) و برنامه‌های

1. metarepresentation

2. reality television

3. direct television

4. Cops

5. Crimewatch

6. Emergency Rescue

7. Airport

8. Survivor

9. Big Brother

10. Extreme Makeover

11. Changing Rooms

استعدادیابی (همچون ستارگان پاپ^۱، پتهای پاپ^۲، و عامل مجهول^۳). این تلفیق‌ها که ویژگی این برنامه‌ها و برنامه‌های همانند آنهاست، نوعی سردرگمی اصطلاح‌شناختی را در مورد حیطه کلی تلویزیون واقعیت رقم زده است - برای مثال، عنوان برخی از این برنامه‌ها تقریباً به آنها می‌خورد و برخی دیگر را به دشواری می‌توان دسته‌بندی کرد. بانر (۲۰۰۳: ۳) اصطلاح «تلویزیون معمولی» را در اشاره به برنامه‌هایی به کار می‌برد که «مورد اعتنای منتقدان نیستند» و «کارکرد غیرداستانی دارند»، یعنی «شاید فیلمنامه از پیش نوشته شده داشته باشند ولی [...] ادعای حقیقت دارند». ویژگی‌های اساسی تلویزیون معمولی عبارت است از: «خطاب مستقیم به بینندگان، استفاده از مردم معمولی در برنامه، و موضوعات و مسائل عادی و روزمره».^[۹]

جنبه‌های گوناگون گفتمان برنامه‌های معمولی، یا واقعیت‌نما، در چند فصل این کتاب بررسی شده است. این نکته هم دلیلی بر رواج این گونه برنامه‌هاست و هم نشان می‌دهد که در رسانه بسیار بینامتنی تلویزیون، چنین برنامه‌هایی اندیشه‌های جالبی را در مورد رابطه گفتمان و رسانه‌ها و جامعه فراهم می‌آورند. برای نمونه، گفتمان برنامه‌های امروزی «سبک زندگی» که در بریتانیا پخش می‌شود، یادآور گفتمان برنامه‌های «خودت بساز»^۴ در دهه ۱۹۶۰ است. با این حال، همان گونه که در بخش‌های دوم و چهارم این کتاب بحث شده است، گفتار آموزشی آن برنامه‌ها به شیوه‌های گوناگون در اعتراف (ن.ک. فصل ۷) و راهنمایی (ن.ک. فصل ۱۳) مورد استفاده قرار گرفته است که آنها را می‌توان به ترتیب بازتاب و شکل‌دهنده دو کنش اجتماعی امروز، یعنی نظارت اخلاقی و تعلیم سبک زندگی، دانست.

و دست آخر، «واژه‌نامه» و «راهنمای مطالعات بیشتر» برای این است که خواندن متن را برای خواننده آسان سازند. هر یک از فصل‌های گفتمان تلویزیونی بر پایه چند برنامه ضبط‌شده ساختار یافته است. برای خوانندگانی که با این برنامه‌ها آشنا نیستند، زمینه همه متون (گزیده‌های) مورد تحلیل را مشخص ساخته‌ام؛ یعنی پیش از بخش‌های گزیده برنامه‌ها، متن ملازم آنها (متن پیش از بخش‌های گزیده) را آورده‌ام، و درباره نوع و سرشت هر برنامه توضیحاتی داده‌ام. آوانویسی بخش‌ها به صورت اختصاری است تا تجزیه و تحلیل آنها هم معنادار و هم فهم‌پذیر باشد (اکانل و کووال، ۱۹۹۵). البته در انتقاد از این نگرش می‌توان گفت که چون مجموعه‌ای گزینشی از ویژگی‌های گفتمان را نشان می‌دهد،

1. Popstars

2. Pop Idol

3. X-Factor

4. DIY (Do It Yourself)

بی‌طرفانه به شمار نمی‌آید. به هر حال، هر نوع آوانویسی گفتار، همواره حاصل طبقه‌بندی و گزینشِ شخص تحلیلگر است و بنابراین همواره بیشتر نوعی تفسیر است تا بازتولید وفادارانه داده‌های اصلی (آکس^۱، ۱۹۷۹). در اینجا این داده‌های اصلی همان برنامه‌های ضبط‌شده‌اند. همان‌گونه که بوخولتز^۲ (۲۰۰۰: ۱۴۳۹) گفته است، در آوانویسی انعکاسی که بخشی از تحلیل گفتمان انعکاسی است، «باید به محدودیت‌های هر روش آوانویسی که برمی‌گزینیم توجه و آگاهی داشته باشیم». من با کوئتس^۳ و ثورن بارو (۱۹۹۹) موافقم که این محدودیت‌ها نه تنها مشکلی ایجاد نمی‌کنند بلکه ضروری‌اند. زیرا هیچ آوانویسی‌ای کامل و تمام عیار - یعنی نسخه مکتوب و «عینی» گفتار - نیست. در مقابل، آوانویسی فرآیندی است ناتمام و مداوم.

بنابراین، هدف از قواعد آوانویسی که در این کتاب به کار رفته، کمک به فهم بهتر مطلب (کوک، ۱۹۹۹) است، ولی شامل موارد غیرضروری (استابز، ۱۹۸۳) نیست. برای نمونه، آوانویسی منابع زبانی و پیرازبانی، نسخه ساده‌شده روش جفرسون (در آتکینسون و هری تیچ، ۱۹۸۴) است. آوانویسی منابع پرشمار نشانه‌شناختی بصری (و غیرکلامی)، حاصل کار چند ساله خود من در زمینه گفتمان تلویزیونی است. این موارد، تا جایی که به تصاویر و زوایای دوربین در تلویزیون مربوط می‌شود، بر همان اصطلاحات رایج در این حیطه استوارند، مانند نمای متوسط، نمای درشت، و زوم به جلو یا عقب. البته در برنامه‌های ضبط‌شده، اسلوب‌های ارتباط کلامی و بصری و صوتی همزمان رخ می‌دهند، ولی برای اینکه متن راحت‌تر خوانده شود، آنها را در ستون‌های مجزا آورده‌ام. در آوانویسی بخش‌های برگزیده، نخستین ستون از سمت راست، توصیف منابع دیداری و شنیداری است: حرکت دوربین، چیدمان فضایی، نشانه‌های ارتباطی غیرکلامی (مانند نگاه و حرکات دست)، حضور موسیقی پس‌زمینه، و مانند آن. همه این توصیفات با حروف خوابیده مشخص شده‌اند. در ستون‌های دوم و سوم، شماره سطرها و مخفف نام گوینده آمده است. اصل گفتار در ستون آخر آمده، و گاهی نشانه‌های رفتار غیرکلامی در آن مشخص شده است تا خواندن متن آسان‌تر شود (بویژه هنگامی که ستون نخست آکنده از اطلاعات است). برای حفظ انسجام و روشنی متن، این‌گونه نشانه‌ها نیز با حروف خوابیده مشخص شده‌اند. فهرست همه قواعدی که در این کتاب برای آوانویسی برنامه‌های برگزیده به کار رفته، در صفحه ۱۳ چاپ شده است.

بخش اول

داستان گویی

۲

داستان‌گویی ... یا سامان‌دهی واقعیت در قالب سرگرمی

در روایت است که کابوس می‌بینیم، در روایت است که رؤیا می‌بینیم، در روایت است که به خاطر می‌آوریم، پیش‌بینی می‌کنیم، امید می‌یابیم، باور می‌کنیم، تردید می‌کنیم، نقشه می‌کشیم، بازیگری می‌کنیم، انتقاد می‌کنیم، گپ می‌زنیم، می‌آموزیم، نفرت می‌یابیم، و عشق می‌ورزیم.

(هاردی، ۱۹۶۸: ۵)

داستان‌های گوناگون چنان زندگی ما را دربر گرفته‌اند که اغلب، داستان‌گویی را یکی از جنبه‌های ذاتی ذهن آدمی می‌دانند. این فراگیری داستان‌گویی البته به دلیل سرگرمی‌آفرینی آن است، ولی اهمیت آن را نیز نباید از نظر دور داشت، زیرا ما را متوجه جایگاهمان در جهان می‌سازد. داستان، نوعی بوم‌گفتاری یا گفتمانی است که بر آن چهره خودمان - و دیگران - را نقش می‌زنیم و مورد ارزیابی همگانی قرار می‌دهیم. به گفته زبان‌شناس اجتماعی دبورا شیففرین^۱ (۱۹۹۶: ۱۹۹) داستان «نوعی عدسی زبانی است که از ورای آن به کشف دیدگاه‌های (تقریباً آرمانی) مردم درباره خودشان می‌پردازیم؛ مردمی که در یک

1. Deborah Schiffrin

ساختار اجتماعی مشخص جای دارند». بنابراین، عمل داستان‌گویی در ذات خود جانبدارانه و محصول آن همیشه ترفندآمیز است: زیرا حاصل‌گزینش و ساختاردهی مواد به یک شکل معین و نادیده انگاشتن روش‌ها و ساختارهای دیگر است.

می‌دانیم که داستان‌گویی شفاهی یکی از کهن‌ترین شکل‌های ارتباطی است، پس در تحلیل گفتمان^۱ تلویزیون امروز چه محلی از اعراب دارد؟ به این پرسش دو پاسخ می‌توان داد. نخست، تلویزیون به طور کلی نوعی ابرروایت^۲ ارائه می‌دهد - یعنی روایتی که انواع روایت‌ها (برنامه‌ها) در درون آن جای گرفته و هر روایت خودش شامل چند داستان مشخص است.^[۱] ارزش سرگرمی‌آفرینی هر یک از این سطوح، اهمیتی بنیادی در حفظ علاقه بینندگان دارد. به همین دلیل است که تلویزیون علاوه بر بازیافت فرمول‌های قدیمی، همواره در پی روش‌های تازه داستان‌گویی است. برای نمونه، فیلم‌های مستند از سال‌های ۱۹۹۰ تاکنون آشکارا در معرض «روایت‌مداری»^۳ بوده‌اند. بورن (۲۰۰۴: ۴۳۱) در مورد مستندهای بی‌بی‌سی در این دوره می‌نویسد، «مفهوم "داستان" چنان نزد تهیه‌کنندگان رواج یافت که به مرز وسواس رسید و "ارائه درست داستان" و "یافتن شخصیت‌های قوی" به دلمشغولی عمده آنها تبدیل شد». در همین دوره در فیلم‌های مستند استفاده از شخصیت‌های معروف در مقام راوی فزونی گرفت تا جذابیت داستان‌ها افزایش یابد (ن.ک. فصل ۳). به همین ترتیب، در برنامه‌های گفتگویی نیز تأکید بر نقل تجارب شخصی در قالب داستان است. این، پیرو همان گرایش معاصر است که گفتگو درباره تجارب دست‌اول را لذتبخش‌تر و موثق‌تر از بحث‌های انتزاعی می‌داند. (ن.ک. فصل‌های ۴، ۷، و ۹)

دوم، داستان‌گویی تلویزیونی، در ساخت هویت نقش مهمی دارد - یعنی واجد کارکرد حماسه‌سرایی ایدئولوژیک است (فیسک و هارتلی، ۱۹۷۸). برای نمونه، داستان‌هایی که در مستندهای سیر و سفر نقل می‌شوند، به هویت‌های شخصی و اجتماعی معینی شکل می‌دهند، و بینندگان نیز این هویت‌ها را با هویت و گروه اجتماعی خودشان کمابیش سازگار می‌یابند. به همین ترتیب، در برنامه‌های گفتگومحور نیز زنجیره‌ای از داستان‌های تجارب شخصی درباره یک موضوع (مانند بیکاری) یا هویت مشخص (برای مثال پدر یا مادر بودن)، نسخه‌های ویژه‌ای از واقعیت و هویت‌های معین را شکل می‌دهد، و بینندگان واقعیت‌ها و هویت‌های روزمره خودشان را با آنها مقایسه می‌کنند.

به این ترتیب، تلویزیون با استفاده از داستان‌گویی، هویت‌های خاص اجتماعی را در قالب‌هایی لذتبخش و آسان‌فهم شکل می‌بخشد. البته این سخن درباره برنامه‌های داستانی و غیرداستانی به یک اندازه رواست، ولی در این بخش از کتاب تأکید بر برنامه‌های غیرداستانی است: یعنی داستان‌گویی در برنامه‌هایی که مدعی ارائه «جهان واقعی» اند. این تأکید نه به دلیل تردید در صداقت داستان‌گویی در این برنامه‌ها، بلکه به دلیل تضاد بالقوه‌ای است که میان ادعای این برنامه‌ها مبنی بر ترسیم واقعیت، و سرشت ساختگی همه داستان‌گویی‌ها وجود دارد.

برای نمونه، آن «نگرش تأکیدی به واقعیت» (پلنتیگا، ۱۹۹۷: ۴۰) که مورد ادعای برخی از فیلم‌های مستند است، بر این فرض استوار است که بیننده می‌پذیرد میان ضبط سینمایی و واقعیت پیوند مستحکمی برقرار است. آنچه بیننده را به پذیرش این نگرش ترغیب می‌کند، برخی از نشانه‌های نهاده‌ای از جمله قواعد فیلمی و پیشافیلمی^۱ است؛ هدف این قواعد این است که به بیننده بیاوراند که در همان جهان اجتماعی و تاریخی روی پرده سینما یا صفحه تلویزیون حضور دارد. قواعد پیشافیلمی یا «در جلو عدسی دوربین» شامل این موارد است: فیلمبرداری در مکان رویداد، مصاحبه تصویری با شاهدان عینی، خطاب مستقیم خبرنگاران به دوربین، و گفتار متن‌آپیش‌نوشته‌شده. از سوی دیگر، قواعد فیلمی به گزینش‌های سبکی در حین فیلمبرداری مربوط می‌شوند، از جمله استفاده از «نور طبیعی» برای ایجاد سایه‌های تند (به جای کاربرد نور مصنوعی و کنترل‌شده در فیلم‌های سینمایی)، و استفاده از دوربین روی دست یا روی شانه برای ایجاد تکان و حرکت. هدف از کاربرد فنون بالا و فنون دیگر، ایجاد حس واقعیت است. این فنون، با نفی تأکید بر زیبایی‌شناسی، «گفتمان معتدلی» را می‌آفرینند که همبسته فیلم‌های مستند است. (نیکولز، ۱۹۹۱)

البته همه مستندها از این گفتمان معتدل پیروی نمی‌کنند، و در برخی از آنها قواعد فیلم‌های داستانی به کار می‌رود، مانند بازسازی و استفاده از بازیگران (نه مردم واقعی) به جای شخصیت‌ها. در بسیاری از مستندهای تاریخ طبیعی نیز از فنون پیچیده فیلمسازی و موسیقی دراماتیک در لحظات حساس استفاده می‌شود، و مانند داستان‌های پریان، گاهی به حیوانات جنبه انسانی می‌بخشند؛ یعنی به آنها اسامی و ویژگی‌های دوست‌داشتنی انسانی

1. pro-filmic

می‌دهند. برای نمونه فیلم مستند *زندگی/اسرارآمیز کیوی*^۱ (۲۰۰۳) تولید نیوزیلند، زندگی دو مرغ کیوی و جوجه‌هایشان را در دو سال و نیم نشان می‌دهد. این فیلم، داستان مهیجی از تلاش بقای یک خانواده است که شخصیت‌هایش ویژگی‌های انسانی یافته‌اند: مرد حامی خانواده «جو»، «همسر» کوشا و مادر سختکوش «مگی»؛ و «فرزندان» آنها که نام‌هایی انسانی همچون «سنویی» دارند.

جالب اینجاست که جنبه ارجاعی و گزاره‌ای فیلم‌های مستند، حتی در کاربرد قواعد داستانی، چندان مورد بحث قرار نگرفته است. برای نمونه، در مستندهای تاریخی، عکس‌های سیاه و سفید و فیلم‌های خبری شخصیت‌ها و رویدادهای گذشته، وسیله‌ای است که دسترسی تماشاگران را به تاریخ فراهم می‌آورد. به همین ترتیب، در مستندهای تاریخ طبیعی، نمایش رشد گیاه با سرعت تند، عدول آن فیلم از واقعیت چرخه زندگی گیاه شمرده نمی‌شود، بلکه آن را نوعی فن تولیدی می‌دانند که دسترسی «بی‌واسطه» بیننده را به دنیای حیات وحش امکان‌پذیر می‌سازد. برای مثال در مستند *پراوازه بی‌بی سی*، *سیاره زمین*^۲ (۲۰۰۵-۲۰۰۶)، انواع فنون فیلمسازی به کار رفته است که هیچ «معتدل» نیستند: دریاها در چند ثانیه یخ می‌زنند و آب می‌شوند و صدای راوی بیرون از صحنه این رویدادها را توضیح می‌دهد، نماهای درشتی از داخل حفره‌های زیر زمین با دقت بسیار نشان می‌دهد که جوجه‌های برخی از پرندگان نادر چگونه از تخم بیرون می‌آیند، و صدای موسیقی دراماتیک اوج و فرود می‌یابد تا با حس و حال گفتار متن و تصاویر هماهنگ باشد.

ظاهراً سازندگان *سیاره زمین* نیز نگران بوده‌اند که مبدا کاربرد این فنون، این‌باور را خدشه‌دار کند که این فیلم مستند، جهان طبیعی را «بی‌واسطه» نشان می‌دهد. به همین منظور، در پایان هر قسمت از این مجموعه بخشی به نام «خاطرات سیاره زمین» گنجانده شده است که جهان بیرون را به طور «مستقیم و بی‌واسطه» در دسترس بینندگان قرار می‌دهد. برای مثال در بخش خاطرات «قطب جنوب» تقلای فیلمبرداران در حین فیلمبرداری از طوفان برف و تلاش این عده برای نجات بچه پنگوئن‌ها نشان داده می‌شود که در حفره‌ای گیر افتاده است. در توجیه صحنه نجات بچه پنگوئن راوی چنین توضیح می‌دهد که گروه فیلمسازی چنان رابطه عاطفی با پنگوئن‌ها پیدا کرده بودند که شش ماه را در شرایطی واقعاً تحمل‌ناپذیر به فیلمبرداری از آنها پرداختند. به این ترتیب، *سیاره زمین*

1. *The Secret Life of a Kiwi*

2. *Planet Earth*

خودش را از اتهام «دستکاری» در جهان طبیعی «مبرا» می‌سازد و بر نگرش واقع‌گرایانه‌اش تأکید می‌ورزد.

همان‌گونه که از توضیحات کوتاه بالا برمی‌آید، اندیشه داستان‌گویی «واقعی» یا «واقع‌گرا» در مورد تلویزیون غیرداستانی چندان سراسر نیست. چنان‌که در فصل ۱ بحث کردیم، همه برنامه‌های تلویزیونی برای برآوردن نیازهای فرضی گیرندگان اصلی آنها - یعنی بینندگان - طراحی و تولید می‌شوند. این در عمل به معنای استفاده و کاربرد جهان اجتماعی و تاریخی به شیوه‌های گوناگون است: حذف جنبه‌هایی که شاید جذابیت کافی نداشته باشند، تأکید بر جنبه‌هایی که شمار بینندگان را افزایش می‌دهند، و مانند آن. در این شرایط، داستان‌گویی فقط نقل داستان‌های «واقعی» درباره جهان «واقعی» نیست. بعلاوه، شیوه سازمان‌دهی این داستان‌ها در برنامه‌های گوناگون نیز یکی نیست. در برنامه‌های گفتگویی نوعی مشخص از گفتگو، برای مثال گفتمان اطلاعات شخصی، شاید امکان دسترسی مستقیم به زندگی و احساسات واقعی شرکت‌کنندگان را فراهم سازد؛ اما همین نوع گفتگو در برنامه‌های گفتگو با افراد مشهور شاید موجب شود که این افراد نوعی گفتمان اخلاقی را اجرا کنند و به تبلیغ کار و حرفه خودشان بپردازند. بنابراین، در دو فصل بعدی این بخش از کتاب، به کندوکاو در داستان‌گویی در قالب‌های مشخص تلویزیونی، یعنی فیلم‌های مستند و برنامه‌های گفتگویی روزانه، خواهیم پرداخت. به این منظور، ناگزیر چند جمله‌ای درباره این دو نوع برنامه توضیح می‌دهیم.

برنامه‌های گفتگویی، همان‌گونه که از نام آنها برمی‌آید، گفتگو و مسائل شخصی را با دیدگاه حاصل از رسانه‌های گروهی تلفیق می‌کنند. داستان‌گویی در این برنامه‌ها، زمینه را برای دور شدن میهمانان از بحث‌های کلی و ورود به برداشت‌های احساسی فراهم می‌سازد. این کار، علاوه بر توان سرگرمی‌آفرینی، جذابیت چشم‌چرانی و تخلیه روانی^۱ نیز دارد. از این گذشته، داستان‌گویی بهترین وسیله‌ای است که به افراد حاضر در استودیوی برنامه‌های گفتگویی فرصت و امکان سخن گفتن می‌دهد. شایان ذکر است که میهمانان برنامه‌های گفتگویی معمولاً از دو نوع داستان - شخصی^۲ و دیدگاهی^۳ - استفاده می‌کنند تا عقاید خودشان را ابراز کنند و بدین وسیله هویت خود را در برابر دیگر میهمانان شکل ببخشند. داستان‌های شخصی معمولاً در آغاز صحبت میهمانان رخ می‌دهد و اغلب پیش از آنها

1. cathartic

2. personal

3. positional

نشانه‌های گفتمانی همچون «خب...» یا «خب ا...» قرار می‌گیرد. کارکرد این نشانه‌های گفتمانی، تضمین دسترسی میهمانان به بحث برنامه است و «به دیدگاه یا موضعی که در ادامه بحث اتخاذ خواهند کرد، مشروعیت می‌بخشد» (ثورن بارو، ۱۹۹۷: ۲۵۹). داستان‌های دیدگاهی در نوبت‌های طولانی‌تر رخ می‌دهند و شامل ارزیابی‌هایی است که دیدگاه هر میهمان را مشخص می‌سازد و نشان‌دهنده «گفتارهایی اساسی است که به پویایی بحث کمک می‌کند، زیرا به دیگران امکان می‌دهد تا دیدگاه‌های مخالفشان را ابراز کنند» (۱۹۹۷: ۲۵۸). از طریق همین داستان‌های شخصی و دیدگاهی است که برنامه‌های گفتگویی، هویت‌های ویژه و نسخه‌هایی از واقعیت را به شیوه‌ای سرگرمی‌آفرین ارائه می‌کنند.

فیلم‌ها یا برنامه‌های مستند به ضبط وفادارانه جهان اجتماعی—تاریخی می‌پردازند و به همین دلیل گاهی به صورت مقالات مجلات، تاریخ مکتوب، یا پرونده‌های دادگاهی ساختار می‌یابند؛ یعنی به صورت متونی گفتاری و واقعی (کیلپورن و آیزود، ۱۹۹۷). با این حال، وظیفه گفتاری ثبت جهان اغلب با داستان‌گویی صورت می‌گیرد. در واقع، پژوهش‌های بنیادی نیکولز (۱۹۹۱) و وینستون (۱۹۹۵) درباره فیلم‌های مستند نشان می‌دهد که این فیلم‌ها همیشه جنبه‌های روایتی دارند. به همین ترتیب کارنر (۱۹۹۹: ۵۶) نیز اشاره می‌کند که امروزه در اغلب فیلم‌های مستند از داستان استفاده می‌شود، ولی به شیوه‌های گوناگون و به اندازه‌های گوناگون. مارک ادواردز، تهیه‌کننده فیلم‌های مستند در بی‌بی‌سی نیز توضیح می‌دهد که «برای تولید یک مستند خوب به داستانی قانع‌کننده نیاز است تا قطعات گوناگون شواهد ضبط‌شده در آن تنیده شوند. بدون داستان، مستند وجود ندارد».^[۲] برای نمونه، به دنباله مستند معروف بی‌بی‌سی، *سرزمین مادری*، توجه کنید که با نام *سرزمین مادری: ادامه*^۱ (۲۰۰۴) ساخته شد. این فیلم، شرح یک دوره زمانی در زندگی سه نفر سیاه‌پوست (دو بریتانیایی و یک نفر اهل کارائیب) است که داوطلب می‌شوند زنجیره‌های DNA آنها با نمونه‌های DNA افراد دیگری در سرتاسر جهان مطابقت داده شود. این فیلم مستند، با استفاده از ساختار روایتی ساده و خطی در پی بیان این نکته است که مشخص شدن نیاکان ژنتیک هر فرد با روش بالا، چه مسائل پیچیده ملی و هویت قومی را می‌تواند رقم بزند. از آنجا که بینندگان معمولاً تسلسل زمانی را به علیت

1. *Motherland: Moving On*

رابط می‌دهند (کازلف، ۱۹۹۲)، داستان‌گویی در سرزمین مادری: ادامه مسیرهای تأویلی معینی را به روی تماشاگران می‌گشاید. هر یک از سه داستان این فیلم مستند نکته مشخصی دارد - یعنی همان ارزیابی روایتی یا «خب که چی؟» در اصطلاح لایبوف (۱۹۷۲ الف).^[۳] ارزیابی درونی از سوی سه شخصیت فیلم صورت می‌گیرد که رو به دوربین به بیان دیدگاه‌ها و احساس‌هایشان می‌پردازند. ارزیابی بیرونی را راوی بیرون از تصویر صورت می‌دهد که به اهمیت رویدادهای روی پرده - از جمله ارزیابی درونی شخصیت‌ها - اشاره می‌کند.

در سرزمین مادری: ادامه اهمیت داستان‌گویی در ساخت مفهوم اجتماعی فرد کاملاً آشکار است. در این فیلم معلوم می‌شود که فقط دو نفر از شخصیت‌های مورد آزمون نیاکان ژنتیکی افریقایی دارند، و پس از دو سه هفته دیدار و گفتگو با نوادگان کنونی «خانواده ژنتیکی» خود، به تفصیل و با احساسات فراوان درباره هویت تازه‌شان سخن می‌گویند. بعلاوه، سه داستان تجربه شخصی این افراد را می‌توان شواهد موردپژوهی^۱ درباره کاربردهای امروزی آزمون DNA دانست.

بنابراین، در برنامه‌های گفتگویی روزانه و برنامه‌های مستند، داستان‌گویی اهداف چندگانه‌ای دارد: پی‌ریزی استدلال مبتنی بر شواهد، تعیین جایگاه فرد در برابر دیگران، ارائه اطلاعات به شیوه‌ای جذاب و به‌یادماندنی، تقویت حس پیشرفت بحث، و جز آن. از این گذشته، داستان‌گویی، روش بسیار مفیدی برای تأکید بر واقع‌گرایی این برنامه‌هاست، هر چند در آنها از داستان (مانند فنون پیچیده فیلمسازی در آثار مستند) یا اجراهای کاملاً مصنوعی (برای مثال سبک بیان تصنعی برخی از میهمانان برنامه‌های گفتگویی روزانه) استفاده می‌شود.

افزون بر اینها، در هر دوی این برنامه‌های تلویزیونی، داستان‌گویی در دو سطح عمل می‌کند: جهان حکایت^۲ و قلمرو داستان^۳ (یانگ، ۱۹۸۷). در جهان حکایت، خود برنامه‌ها را می‌توان داستان‌هایی دانست که شخصیت‌ها و خطوط پیرنگ مشخصی دارند؛ و شخصیت‌ها شاید آگاه نباشند که در داستان حضور دارند بلکه می‌توان گفت که «همچون دنیایی واقعی به آن وارد می‌شوند، و به قلمرویی پا می‌گذارند که ساکنانش آن را واقعیت می‌شمارند» (یانگ، ۱۹۸۷: ۱۶). در قلمرو داستان، هر برنامه را می‌توان نوعی فضای

گفتمانی دانست که موارد مشخصی از داستان‌گویی در آن رخ می‌دهد - «گستره‌ای از گفتگوها که یکی به دیگری، یعنی جهان حکایت، راه می‌برد». (۱۹۸۷: ۱۵)

در اینجا به این دو سطح - یا قلمرو - در قالب‌های برگزیده‌مان می‌پردازیم. جهان حکایت در برنامه‌های مستند اغلب بر ساختار کشمکش - گره‌گشایی استوار است. این ساختار روایتی، که نخستین بار تزوتان تودورف^۱ ساختارگرای فرانسوی - بلغاری آن را مطرح کرد و پیرنگِ کمینه روایت‌های واقع‌گرای کهن‌الگویی دانست، در ساده‌ترین شکل، انتقال از وضعیت متعادل الف به وضعیت متعادل ج با گذر از وضعیت نامتعادل ب است. به نظر تودورف (۱۹۷۵، ۱۹۸۱) روایت‌های داستانی واقع‌گرا بر برقراری نظم در جهانی استوار است که به طور موقت دچار آشفتگی شده است. این فرآیند، شامل پنج مرحله است. در آغاز هر روایت، معمولاً وضعیت ثابت یا «تعادل» برقرار است (مرحله نخست). تودورف توضیح می‌دهد که قدرت یا نیرویی این تعادل را بر هم می‌زند و وضعیت «نامتعادل» (مرحله دوم) شکل می‌گیرد. در وضعیت بعد «شناخت» روی می‌دهد؛ یعنی شخصیت‌ها متوجه می‌شوند که رویدادی آشفته‌ساز رخ داده است (مرحله سوم). در وضعیت بعد، تلاش‌هایی برای «ترمیم» صورت می‌گیرد (مرحله چهارم). سرانجام، «گره‌گشایی» پدید می‌آید (مرحله پنجم)، یعنی دوباره تعادل برقرار می‌شود، ولی با تعادلِ مرحله نخست متفاوت است.

مجموعه مستند و معروف تلویزیون نیوزیلند، سرزمین مرکزی^۲، از نمونه‌هایی است که نشان می‌دهد ساختار روایتی تودورف را به آسانی می‌توان در مورد جهان حکایت بسیاری از فیلم‌های مستند به کار بست.^[۴] داستان‌هایی که در این مجموعه نقل می‌شود از ساختار کشمکش - گره‌گشایی استفاده می‌کنند تا چالش‌های هویت ملی را که امروزه گریبانگیر جامعه نیوزیلند است به نمایش بگذارند؛ چالش‌هایی که حاصل برخی از نگرانی‌های پسا-استعماری است، از جمله معاهده وایتانگی^۳، اوج‌گیری ملی‌گرایی مائوری^۴، و موج‌های گوناگون مهاجرت (اسمیت، ۲۰۰۵، ۲۰۰۶). در آغاز هر بخش از این مجموعه، تصاویر زیبایی از چشم‌اندازهای مناطق گوناگون این کشور ارائه می‌شود و سپس مقدمه راوی می‌آید که شامل اطلاعات تاریخی و گفتگو با تنی چند از ساکنان بومی است. این بخش، وضعیت آغازین و متعادل را عرضه می‌کند، یعنی همان تصویر نیوزیلند در آگهی‌های

1. Tzvetan Todorov

2. Heartland

3. Waitangi

4. Maori

تبلیغاتی: سرزمینی با زیبایی بی‌نظیر و مردمانی مهربان و بی‌تکبر (بل، ۱۹۹۹). سپس با معرفی برخی از مشکلات (برای مثال میزان بالای بیکاری) در این جامعه تقریباً بی‌عیب و نقص، وضعیت نامتعادل نشان داده می‌شود. در این مرحله، نگرانی افزایش می‌یابد، زیرا متوجه می‌شویم که تصاویر و گفته‌های وضعیت متعادل آغازین چندان هم ساده و دلپذیر نبوده است. این شناخت رویداد آشفته‌ساز، موجب حرکت و شتاب روایت می‌شود و توجه بیننده را به روش‌های رفع این وضعیت نامتعادل می‌کشاند. پس از سه چهارم زمان هر بخش، نوعی گره‌گشایی مطرح و سرانجام تثبیت می‌شود که همواره با پیش‌بینی خوش‌بینانه برای کشور - یعنی آینده‌ای درخشان برای همه ساکنان نیوزیلند - همراه است. به این ترتیب، هر یک از بخش‌های مجموعه سرزمین مرکزی با استفاده از ساختار روایتی نظم‌دهی به جهانی که به طور موقت دچار آشفتگی است، نوعی حس اطمینان را در مخاطبان زنده می‌کند. تأکید این مجموعه مستند بر این است که با اندکی روحیه «کیوی» و هم‌بستگی ملی می‌توان تفاوت‌ها و مشکلات داخلی را از میان برداشت. جامعه «تخیلی» که در جهان حکایت سرزمین مرکزی ارائه می‌شود، حس تعلق به جامعه واقعی و چندفرهنگی نیوزیلند و دارای آینده‌ای روشن را تقویت می‌کند. (اسمیت، ۲۰۰۵)

به همین ترتیب، هر بخش از برنامه‌های گفتگویی را می‌توان جهان حکایتی دانست که ساختار آن بر پایه کشمکش و گره‌گشایی است. در واقع، برخی به همانندی‌های ساختار روایتی برنامه‌های گفتگویی و ساختار روایت‌های رمانتیک اسطوره‌ای اشاره کرده‌اند. برای نمونه، در هر دوی آنها داستان با مسئله یا موضوعی آغاز می‌شود که برای برخی از افراد مشکلاتی ایجاد کرده است؛ افرادی که یا شرکت‌کنندگان عادی در برنامه‌های گفتگویی‌اند یا ساکنان قلمرو اسطوره‌ای روایت‌های رمانتیک.^[۵] در برنامه‌های گفتگویی، هویت برخی از شرکت‌کنندگان چنان پرداخت می‌شود که بازتاب هویت قهرمان داستان‌های پریان در روایت‌های رمانتیک باشد: «کودکی که در جنگل گم می‌شود و فقط با نیروی ذکاوت طبیعی و خوش‌اقبالی فراوان دوباره راه خانه‌اش را پیدا می‌کند» (لوینگستون و لانت، ۱۹۹۴: ۶۱). در جهان حکایت برنامه‌های گفتگویی روزانه نیز همچون در روایت‌های اسطوره‌ای رمانتیک، شخصیت‌ها به سفر اکتشافی می‌روند و در این مسیر با یک یا چند شریر روبه‌رو می‌شوند. در برنامه کیلروی که مورد پژوهش لوینگستون و لانت بوده است، شخصیت‌های شریر، متخصصان حاضر در استودیویند. در دیگر برنامه‌های گفتگویی، برای مثال در

برنامه‌های گفتگویی «جنجالی»^۱ همچون برنامه جری/اسپرینگر^۲، شرکت‌کنندگان عادی خودشان به دو دسته قربانی و شریر تقسیم می‌شوند.

در مرکز کنش جاری، و تقریباً در همه برنامه‌های گفتگویی، شخصیت میزبان^۳ این برنامه‌ها قرار دارد: یعنی همان قهرمان اسطوره‌ای. میزبان یا مجری، شخصیتی رها از مشکل و در موقعیتی برتر است و همچون قهرمانان روایت‌های اسطوره‌ای رمانتیک، مورد ستایش یا غبطه قرار می‌گیرد و کسی داوری او را زیر پرسش نمی‌برد. میزبان در اواخر هر بخش، از قالب این شخصیت بیرون می‌آید و بینندگان را به طور مستقیم مورد خطاب قرار می‌دهد؛ و به این ترتیب، میان جهان حکایت برنامه و قلمرو داستان آن، نوعی پل گفتاری - به تعبیر لایوف (۱۹۷۲ الف) «پس درآمد» - برقرار می‌سازد.^[۶] در برنامه‌هایی همچون کیلروی، این پس درآمد میزبان شامل خطاب کوتاه رو به دوربین است که روی صحنه و به ظاهر بدون متن از پیش آماده صورت می‌گیرد. در برخی دیگر از این برنامه‌ها، همچون برنامه جری/اسپرینگر، این پس درآمد یک بخش از برنامه و از پیش آماده شده است: «سخنان نهایی جری»؛ که رو به دوربین، بیرون از صحنه، و به صورت موعظه کوتاه اجرا می‌شود. تردیدی نیست که این پس درآمد‌ها اهمیت فراوانی دارند، چون بنا به تعریف لایوف از «پس درآمد خوب»، آنها هم مشکل فنی پایان‌بخشی به داستان (هر بخش از برنامه گفتگویی) را حل می‌کنند و هم به شنوندگان (بینندگان) «حس رضایت و اتمام می‌بخشند، زیرا چنین می‌نمایند که مسائل حل و فصل شده‌اند». (۱۹۷۲ الف: ۳۶۶)

قلمرو داستان در برنامه‌های گفتگویی و مستند شامل چند داستان مشخص درباره جهان واقعی است. «گزارش‌پذیری»^۴ (لایوف، ۱۹۷۲ الف) و «نقل‌پذیری»^۵ (تولان، ۱۹۸۸) این داستان‌ها معیارهای مشخصی دارند، هرچند دگرگونی‌های معینی نیز مجاز است، تا از این طریق، هر برنامه ویژگی‌های خودش را داشته باشد. برای مثال، برخلاف داستان‌گویی در گفتگوهای آزاد، داستان‌های برنامه‌های گفتگویی لزوماً همیشه به موضوع بحث مربوط نیستند. شاید ابراز احساسات شرکت‌کنندگان عادی بر نقل داستان‌هایی اثر بگذارد که رابطه

1. tabloid

2. The Jerry Springer Show

۳. host: مجری برنامه گفتگویی. در اینجا اغلب همین برابر را به کار برده‌ایم، ولی گاهی به تناسب بحث واژه مجری نیز به کار رفته است.

4. reportability

5. tellability

اندکی با بحث کلی در استودیو دارند. بعلاوه، داستان‌های برنامه‌های گفتگویی لزوماً نباید همیشه برای مخاطبان حاضر در استودیو تازه باشند. میزبان یا مجری نیز معمولاً از روند کلی - و حتی شاید کل روند - داستان‌ها، پیش از آنکه شرکت‌کنندگان آنها را نقل کنند، آگاهی دارد. از همین روست که داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی نوعی روایت مشارکتی و با نظارت مجری است. (ن.ک. فصل ۴)

قلمرو داستان در فیلم‌های مستند نیز بر شخصیت راوی استوار است. راوی به طور کلی بر دو نوع است: برون‌داستانی^۱ و درون‌داستانی^۲ (کازلف، ۱۹۹۲). راوی برون‌داستانی، از داستان‌های مورد نقل و نیز از گیرندگان آن داستان‌ها (بینندگان) جداست. این نوع راوی‌ها، که اغلب آنان را «صدای خداوند» می‌نامند، گویندگانی بیرون از تصویرند که صدای آنان بینندگان را در مسیر فیلم مستند راهنمایی می‌کند. جدایی جسمانی و ناشناختگی عمومی این راوی‌ها برای این است که به داستان‌های آنان نوعی اقتدار و اعتبار ببخشد و به این ترتیب بتوانند درباره جهان اجتماعی - تاریخی، ادعاهایی حقیقی مطرح سازند.

از سوی دیگر، راوی‌های درون‌داستانی، خود درگیر نقل داستانند. برای نمونه، در برخی از مستندهای حیات وحش، این نوع راوی را می‌بینیم که رو به دوربین درباره یک گونه جانوری توضیح می‌دهد. در برخی دیگر از فیلم‌های مستند، راوی نقش یکی از شخصیت‌های داستان را ایفا می‌کند. به این ترتیب، گفتار متن درون‌داستانی، مرز میان جهان حکایت فیلم مستند، قلمرو داستان، و جهان واقعی را از میان برمی‌دارد. درگیری شخصی - بر خلاف اعتبار و اقتدار متمایز در گفتار متن برون‌داستانی - مهم‌ترین ابزاری است که در مستندهای متکی به گفتار متن درون‌داستانی به کار می‌رود تا واقع‌گرایی آنها مؤکد شود.

در این فصل، دلیل بررسی داستان‌گویی در قالب‌های تلویزیونی غیرداستانی را بازگو کردیم و شالوده‌های نظری تجزیه و تحلیل برنامه‌های مستند و برنامه‌های گفتگویی روزانه را مشخص ساختیم. اینک وقت آن است که به برخی از مسائل مرتبط پردازیم؛ و این کار را در دو فصل آینده صورت می‌دهیم و توضیح می‌دهیم که در داستان‌گویی برخی از برنامه‌های گفتگویی و مستند، چگونه زبان و تصویر و صدا در هم می‌آمیزند و نسخه‌های معینی از واقعیت و هویت را ایجاد می‌کنند. فصل ۳ بررسی ساختارهای روایتی

کشمکش- گره‌گشایی در مستندهای احساساتی تلویزیونی در تلویزیون بریتانیاست. تمرکز این فصل بر نقش این برنامه‌ها در ارائه جهان حکایت است که هم وفادار به جهان واقعی است و هم آن را به صورتی جذاب عرضه می‌کند. انواع گفتار متن در فیلم‌های مستند نیز در همین فصل بررسی می‌شود. در فصل ۴ برخی از منابع اصلی نشانه‌شناختی را بررسی می‌کنیم که شرکت‌کنندگان و میزبانان برنامه‌های گفتگویی روزانه از طریق آنها روایتی کلی را شکل می‌دهند. بیشتر تحلیل‌های این بخش بر دو مسئله نقل‌پذیری و روایت مشارکتی استوار است، زیرا این دو عامل در چگونگی ارائه جهانی که در این برنامه‌ها درباره آن گفتگو می‌شود، نقش بنیادی دارند. همچنین در این فصل، رابطه میان داستان‌گویی برگرفته از تجربه شخصی و نقش هویت‌گوینده را که به «اعتبار» سخن منجر می‌شود، بررسی می‌کنیم. در همین جاست که تجزیه و تحلیل ما به بررسی موضوعی می‌انجامد که در مطالعات (پخش) رسانه‌ها بسیار مورد بحث بوده است: گفتگوی «موثق».

در فصل پیش دیدیم که فیلم‌های مستند، جهان اجتماعی - تاریخی را لزوماً به عینی‌ترین و دقیق‌ترین صورت ثبت نمی‌کنند؛ هرچند بسیاری از آنها از نظر بصری و صوتی و کلامی چنان طراحی و تولید می‌شوند که گویی همین گونه‌اند^[۱] و به این منظور از دو منبع «اعتدال» و «داستان» بهره می‌گیرند. چنین می‌نماید که جنبهٔ داستانی این فیلم‌ها نه تنها به ادعای حقیقت‌نمایی / واقع‌گرایی آنها خدشه‌ای وارد نمی‌سازد، بلکه به نظر می‌رسد آنها را تقویت نیز می‌کند. در بخش‌های ۱-۳ و ۲-۳ این فصل، داستان‌گویی در فیلم‌های مستند را با توجه به همین «واقع‌گرایی داستانی» بررسی خواهیم کرد.

در بخش ۱-۳ به همان بحث پیشین دربارهٔ استفاده از ساختارهای روایت داستانی واقع‌گرا در فیلم‌های مستند استناد خواهیم کرد. در این بخش، گزیده‌هایی از یک قسمت از مجموعهٔ فرودگاه (یکی از نمونه‌های پیشتاز و بسیار موفق مستندهای احساساتی تلویزیونی در بریتانیا) را تحلیل خواهیم کرد و نشان خواهیم داد که جهان حکایت معمولی این نوع برنامه‌ها چگونه از کنش و تعلیق آکنده می‌شود. در بخش ۲-۳ تمایز سنتی میان روایتگری برون‌داستانی و درون‌داستانی را که ناگزیر با دو موضع جدایی از داستان و درگیری با آن مشخص می‌شوند، زیر پرسش خواهیم برد. داده‌هایی که در این بخش به کار رفته،

گزیده‌هایی روشن‌گر از دو مجموعه مستند بی‌بی‌سی است: سیاره زمین و دور دنیا در هشت روز با مایکل پالین^۱.

۳-۱ جذابیت بخشی به رویدادهای کسالت‌بار

مستندهای احساساتی تلویزیونی در اوایل دهه ۱۹۹۰ در بریتانیا پا گرفتند، ولی در اندک زمانی چنان موفقیتی یافتند که نسخه‌هایی از آنها در نیوزیلند و آمریکا پخش شد (راسکو و هایت^۲، ۲۰۰۱). این برنامه‌ها، تلفیقی است از عناصر مستند مشاهده‌گر^۳ و مجموعه‌های سبک تلویزیونی. ادعای این نوع برنامه‌ها، همچون مستندهای مشاهده‌گر، این است که برش‌هایی از زندگی را همان‌طور که رخ می‌دهند، ثبت می‌کنند. به این منظور، دوربین در همه جا حضور دارد و «خودش گویاست». همانندی این برنامه‌ها و مجموعه‌های سبک تلویزیونی در این است که اینها نیز مجموعه‌هایی چند قسمتی‌اند و به زندگی چند شخصیت می‌پردازند که داستان‌های آنان با هم تداخل می‌یابد (وینستون، ۲۰۰۰). مستندهای احساساتی تلویزیونی معمولاً بر موضوعات پیش‌پاافتاده و کار و زندگی روزمره مردم معمولی متمرکزند؛ همچون کار در مؤسسه‌های بزرگ، بویژه خدمات عمومی مانند بهداشت و راهنمایی و رانندگی. بنابراین، در این برنامه‌ها از بحران‌های بزرگ و لحظات سرنوشت‌ساز، که اغلب در داستان‌های واقع‌گرای کلاسیک دیده می‌شود، خبری نیست؛ ولی داستان‌گویی در آنها اغلب بر چند کشمکش (یا مسئله) «عمده» و سپس گره‌گشایی «دراماتیک» آنها استوار است. به عبارت دیگر، جهان حکایت آنها تقریباً از همان الگوی تودورف درباره ساختار روایتی آثار داستانی پیروی می‌کند. چرا چنین است؟ و این الگو چگونه با نیازهای این نوع مستندهای عامه‌پسند همخوانی می‌یابد؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها، سه گزیده از آغاز (گزیده ۱)، میانه (گزیده ۲)، و پایان (گزیده ۳) نخستین قسمت از دوره پنجم مجموعه فرودگاه (بی‌بی‌سی) را بررسی می‌کنیم. این گزیده‌ها از دو داستان این قسمت گرفته شده‌اند. داستان نخست درباره

1. Michael Palin's around the World in Eight Days

2. Roscoe and Hight

3. observational documentary

یک مأمور سلامت حیوانات در فرودگاه هیثرو لندن، به نام استوارت کینگ، است که مأموریت دارد به یک موقعیت اضطراری رسیدگی کند: سگی (فین) از قفس پرواز فرار کرده است. داستان دوم درباره یکی دیگر از کارکنان هیثرو به نام جان کالن است که قرار است از تیم المپیک ایرلند در فاصله ورود به فرودگاه و خروج از آن محافظت کند.

در مستندهای احساساتی تلویزیونی، وضعیت عدم تعادل در داستان بلافاصله معرفی می شود و جنبه دراماتیک می یابد. برای نمونه، در گزیده ۱-۳ (صفحه بعد) درست پس از عنوان بندی آغازین، راوی بیرون از تصویر به اطلاع بینندگان می رساند که بحرانی در راه است (سطرهای ۱ تا ۳). نیروی برآشوبنده این رویداد روایتی - یعنی سگی که در یکی از پایانه های فرودگاه در حال فرار است - بی درنگ به عنوان موقعیتی «اضطراری» معرفی می شود (سطر ۲). بعد که سگ را «نزدیک یکی از مسیرهای فرود» (سطر ۲۷) می بینند، ارزیابی راوی جنبه دراماتیک را افزایش می دهد، و این با بیان کند و تأکیدی «مسئله بسیار جدی» (سطرهای ۲۸ و ۲۹) نشان داده می شود. پیامدهای ناگوار این نیروی برآشوبنده نیز به همین اندازه، جنبه دراماتیک می یابد: «اگر این سگ را نگیرند و به مسیر فرود وارد شود (.) شاید مجبور شوند همه هواپیماهای در حال فرود را به مسیر دیگری هدایت کنند (۳/۰)» (سطرهای ۲۹ تا ۳۲). تلفیق هوشمندانه تمهیدهای کلامی و بصری، نیروی برآشوبنده این رویداد را افزایش می دهد. همزمان با بیان جمله «شاید مجبور شوند همه هواپیماهای در حال فرود را به مسیر دیگری هدایت کنند»، تصاویری از چندین هواپیمای در حال پرواز نشان داده می شود. به این ترتیب، چنین القا می شود که این هواپیماها در حال چرخش بر فراز فرودگاه و منتظر اجازه فرودند. از آنجا که سگ هنوز به مسیر فرود راه نیافته و «مسئله جدی» دیگری نیز گزارش نشده، به نظر می رسد اینها تصاویر آرشیوی هستند و پس از فیلمبرداری [در مرحله تدوین] به داستان افزوده شده اند. با این حال، ارائه این تصاویر همزمان با گفتار راوی درباره بحران فرضی، که القا می کند پرواز هواپیماها بر فراز فرودگاه همزمان با سخنان راوی رخ می دهد، به این معناست که این تصاویر، جنبه دراماتیک وضعیت نامتعادل در داستان سگ فراری را افزایش می دهند. به این ترتیب، وظیفه یکنواخت و کسالت بار این کارمند فرودگاه، جای خود را به حالت ماجراجویی خطرناک قهرمان مستندهای احساساتی تلویزیونی می دهد.

گزیده ۱-۳

فرودگاه (بی بی سی، ۲۰۰۰)

[این گزیده، دو دقیقه آغازین این قسمت را نشان می‌دهد. ر: راوی؛ ک: کینگ؛ کا: کالن؛ را: راننده]

ند - ک پشت فرمان	۱	ر (صرت)	استوارت کینگ مأمور سلامت حیوانات
جیپ. ند - خودرو نجات از پشت	۲		به یک مأموریت اضطراری در آن سوی
شیشه جلو جیپ دیده	۳		فرودگاه فراخوانده شده است.
می‌شود. ند از	۴	ک	این اولین باره که اجازه پیدا کرده‌ام
چپ - ک، در حال رانندگی رو به	۵		در مسیر فرود رانندگی کنم (.) ا (.) و بعلاوه
دوربین لبخند می‌زند.	۶		می‌تونم خیلی بیشتر از سرعت مجاز بروم (.) خب
	۷		وضعیت اضطراریه و اسکورت هم دارم
ند - خودرو نجات	۸	ک (صرت)	از پشش ا (.) برمی‌آم (.) ا (.) همین الان گزارش دادن که
از پشت شیشه جلو جیپ.	۹		یه سگ ول شده توی ترمینال
ند - ک، رو به	۱۰	ک	چهار (.) ا (.) فکر می‌کنم فرا - تا جایی که اونا
مصاحبه‌کننده بیرون از تصویر.	۱۱		می‌دونن (.) از توی هواپیما فرار کرده (.) من
ند - فرمان جیپ.	۱۲		همه تلاشم رو می‌کنم تا این قضیه هر چه زودتر تموم بشه
ند - جیپ از دوربین	۱۳		(۲/۰) (صدای دور موتور جیپ)
دور می‌شود.	۱۴		
ند - چرخ‌های هواپیما	۱۵		(۲/۰) (صدای نزدیک فرود هواپیما)
به زمین می‌نشیند.	۱۶		
نم - کا، رو به	۱۷	کا	امروز وضعیت عجیبیه چون
مصاحبه‌کننده بیرون از تصویر در	۱۸		تیم المپیک ایرلند دارن می‌ر - یا دست‌کم بیست و
ساختمان پایانه.	۱۹		پنج‌تاشون (.) و ا (.) کل وضعیت یه خرده عجیب و غریبه
	۲۰		چون ما اینجاییم (.) توی یه فرودگاه انگلیس
	۲۱		با تیم ایرلند که داره می‌ره با شرکت هواپیمایی
نم - میزها و کیک	۲۲		استرالیا و تازه قراره که یه جشن
آماده برای جشن.	۲۳		بدرقه بگیریم براشون، اونم دم گیت خروجی
ند - برج	۲۴		(۱/۸)
مراقبت پرواز؛	۲۵	ر (صرت)	استوارت دارد به سمت مرکز محوطه پرواز می‌رود
چندین نفر از دور	۲۶		زیرا سگ فراری را از
در پشت پنجره‌های	۲۷		برج مراقبت نزدیک مسیر فرود دیده‌اند (.)
برج مراقبت دیده می‌شوند.	۲۸		سگ‌خانگی که درمحوطه پرواز به هر سو بدود > یک

ند - فرود یک هواپیما.	۲۹	مسئله بسیار جدی است (.) اگر اگر این سگ را نگیرند و
	۳۰	به مسیر فرود وارد شود (.) شاید مجبور شوند همه
		هواپیماهای در حال فرود را
ند - چند هواپیما بر فراز فرودگاه.	۳۱	به مسیر دیگری هدایت کنند
نم - کا، به سمت	۳۲	(۳/۰)
پایانه اتوبوس ها می رود. ن دور -	۳۳	ر (صرت) جان می خواهد تیم المپیک ایرلند را پیدا کند
مسافران از اتوبوس	۳۴	تا به موقع به جشن برسند (.)
پیاده می شوند. ن دور - کا	۳۵	
در محوطه فرودگاه می گردد.	۳۶	
نم - پایانه فرودگاه.	۳۷	کا (صرت) شما تیم المپیک
ند - کا، کنار اتوبوس.	۳۸	ایرلند را این اطراف ندیدید (.) دیدید؟
ند - کا و راننده (را)	۳۹	را نه
کنار اتوبوس.	۴۰	کا آه (.) خیلی خوب:ب < [. . .]

به همین ترتیب، داستان تیم المپیک ایرلند نیز بلافاصله معرفی می شود و جنبه دراماتیک می یابد. این داستان با سخنان جان کالن رو به دوربین آغاز می شود (سطرهای ۱۷ تا ۲۳). در این مرحله بینندگان جان کالن را نمی شناسند، ولی از لباسش پی می برند که یکی از شخصیت های مجموعه فرودگاه است. وی برگزاری جشن بدرقه برای تیم المپیک ایرلند در فرودگاه انگلیس را پیش از سوار شدن به هواپیمای استرالیایی «عجیب» (سطر ۱۷) و «یه خرده عجیب و غریب» (سطر ۱۹) توصیف می کند؛ و همین باعث می شود که بینندگان ماهیت نیروی برآشوبنده ای را حدس بزنند که این داستان بر پایه آن استوار است. در اینجا بازگشت به داستان اول (سطرهای ۲۴ تا ۳۲) نوعی تعلیق ایجاد می کند و هنگامی که داستان تیم المپیک ایرلند دوباره مطرح می شود، بینندگان درمی یابند که آن موقعیت غیرعادی نخستین اینک به مسئله ای تبدیل شده است که باید حل و فصل شود (سطرهای ۳۳ تا ۴۰). در سطرهای ۳۳ و ۳۴ راوی بیرون از تصویر به بینندگان می گوید که کالن «می خواهد تیم المپیک ایرلند را پیدا کند تا به موقع به جشن برسند». عبارت «پیدا کند» به معنای جستجو به دنبال این مسافران است، نه اینکه منتظرشان بماند. به این ترتیب، وظیفه کالن - و در نتیجه داستانش - از کاری روزمره به امری استثنایی تبدیل می شود. همزمان، نمایی دور از مسافران - نه از کالن - که از اتوبوس پیاده می شوند، درستی نظر راوی را تأیید می کند. این تأیید چند ثانیه بعد قوت بیشتری می گیرد؛

هنگامی که جان از راننده می‌پرسد آیا تیم المپیک ایرلند را در آن اطراف دیده است یا نه، و راننده نیز با «نه» مبهمی به او پاسخ می‌دهد. بنابراین، در همین دو دقیقه آغازین این قسمت از فرودگاه وضعیت‌های نامتعادل این دو داستان از نظر دراماتیک به ترتیب «مسئله جدی» - آشفتگی بالقوه در بزرگ‌ترین فرودگاه جهان - و «پیدا کردن» گروه مهمی از مسافران معرفی می‌شود.

داستان‌های فرعی هر بخش از مستندهای احساساتی تلویزیونی، همچون در مجموعه‌های سبک و احساساتی، همین‌که معرفی شوند چنان به هم برش می‌خورند که یکدیگر را تقویت می‌کنند یا بازتاب می‌دهند. انسجام این داستان‌ها با تمرکز بر چند مکان و شخصیت - مثلاً در مورد بالا، تمرکز بر محیط فرودگاه و چند مأمور و مسافر مشخص - به دست می‌آید. عامل دیگری که در انسجام این برنامه‌ها دخیل است، حذف برخی از صحنه‌های این داستان‌ها از طریق «همزمانی‌های روایتی» یا «در همین حال» است؛ یعنی رویدادهای مختلف داستان‌های گوناگون چنان ارائه می‌شوند که گویی همزمان و در ارتباط با هم رخ می‌دهند. برای نمونه، گزیده بالا به رغم مدت کوتاهش، دارای سه مورد از این همزمانی‌هاست: سطرهای ۱۳ تا ۱۶، سطر ۲۴، و سطر ۳۲. ضرباهنگ تند روایتی این بخش‌ها، این توهم را در بینندگان ایجاد می‌کند که گویی به واقعیت «موجود» زندگی در فرودگاه دسترسی مستقیم دارند، زیرا این واقعیت همزمان در مکان‌های گوناگون و جلو چشم آنها رخ می‌دهد.^[۲]

برای توضیح بیشتر، به نخستین مورد از این همزمانی‌های روایتی می‌پردازیم که ۲۲ ثانیه پس از آغاز این قسمت رخ می‌دهد و برآمده از منابع بصری و صوتی معینی است. این منابع بصری و صوتی، این توهم را به وجود می‌آورند که داستان دوم بی‌وقفه پس از داستان اول رخ داده است. در سطرهای ۱۳ تا ۱۶ مکثی چهار ثانیه‌ای وجود دارد که دو بخش را از هم جدا می‌کند: یکی گفتاری که در آن کینگ تلاش می‌کند با یافتن سگ فراری تعادل را در داستان برقرار سازد (سطر ۱۲)، و دیگری معرفی یک شخصیت جدید در بخش بعدی (سطر ۱۷). این لحظه که فاقد گفتار است، از نظر بصری با نمایی دور از جیب کینگ پر شده است که از دوربین دور می‌شود (سطرهای ۱۳ و ۱۴)، سپس نمای درشتی از چرخ‌های هواپیما می‌آید (سطرهای ۱۵ و ۱۶). این نمای دور به طور موقت داستان سگ فراری را به حالت تعلیق درمی‌آورد، زیرا یکی از دال‌های آن - جیب

شخصیت اصلی - از بینندگان فاصله می‌گیرد و دور می‌شود. نمای درشت چرخ‌های هواپیمای در حال فرود را نمی‌توان به طور منطقی به این داستان ربط داد، زیرا با گفتار راوی در تناقض است که می‌گوید شاید همه هواپیماها را به مسیر دیگری هدایت کنند. در نتیجه، تفسیری که به بینندگان عرضه می‌شود این است که با داستان تازه‌ای سر و کار دارند. این مکث چهار ثانیه‌ای از نظر صوتی با صدای موتور جیپ (دو ثانیه اول) و صدای فرود هواپیما (دو ثانیه بعدی) پر شده است. در دو ثانیه‌ای که جیپ از ما دور می‌شود، بلندی صدا یکسان باقی می‌ماند، و این امر، بین دو چیز ناهماهنگی به وجود می‌آورد: یکی افزایش فاصله میان دوربین و موضوع؛ و دیگری نوار صوتی نمایانگر این فاصله. این‌گونه دستکاری در رابطه صدا و تصویر، یعنی بلندی یکسان صدا، بر رابطه بینندگان و صدا نیز تأثیر می‌گذارد. در دو ثانیه نخست این همزمانی روایتی، داستان سگ فراری به پس‌زمینه صوتی کشانده می‌شود و در دو ثانیه بعدی، زمینه برای صدای بلند موتور هواپیما فراهم می‌آید. به این ترتیب، در سطرهای ۱۳ تا ۱۶، منابع بصری (تغییر سریع در فاصله دوربین و موضوع) و منابع صوتی (دستکاری در رابطه صدا و تصویر) با هم عمل می‌کنند تا بینندگان بی‌وقفه از یک داستان به داستان بعد انتقال یابند.

این نوع معرفی سریع وضعیت‌های نامتعادل در داستان‌های فرعی مستندهای احساساتی تلویزیونی باعث می‌شود که برای حفظ علاقه بینندگان به ماجراهای بعدی، باید شمار فراوانی از تمهیدهای روایتی تعلیق‌آفرین به کار برود. برای نمونه، در میانه این قسمت از مجموعه فرودگاه (که گزیده ۳-۱ از آن گرفته شده است) کینگ سگ مورد نظر (فین) را پیدا کرده، در جای امنی قرار داده است؛ کالن نیز تیم المپیک ایرلند را یافته است. اما در اینجا نیز، همچون در مجموعه‌های احساساتی تلویزیونی، این گره‌گشایی‌های درونی به وضعیت‌های نامتعادل تازه‌ای منجر می‌شوند. برای مثال در داستان سگ فراری، برخی آزمایش‌ها باید روی فین صورت گیرد که در حین این آزمایش مشخص می‌شود که سگ باید چند روزی در سگدانی فرودگاه بماند. این موضوع به وضعیت نامتعادل تازه‌ای می‌انجامد: حالا باید صاحب سگ را پیدا کنند و به او این خبر بد را بدهند که احتمالاً پروازی را که مدت‌ها منتظرش بوده است، از دست خواهد داد.

گزیده ۲-۳

فرودگاه (بی بی سی، ۲۰۰۰)

[این گزیده، در میانه این قسمت رخ می دهد و یک دقیقه و پانزده ثانیه طول می کشد. کا: جان کالن؛ گ: گوردن عضو تیم المپیک ایرلند؛ تیم: اعضای تیم المپیک ایرلند؛ ک: استوارت کینگ؛ ر: راوی؛ مصا: مصاحبه کننده بیرون از صحنه]

ند - گ. ندور - کا (در حال گفتگوی	۱	کا	من دارم می رم به خروجی سه (. یکی
تلفنی) وگ در ساختمان	۲		از ورزشکاران ایرلندی گذرنامه ش رو گم کرده (.)
پایانه فرودگاه.	۳	ر (صرت)	اگر گوردن نتواند سوار هواپیما شود (. چمدان هایش
ند - از چهره	۴		هم باید از هواپیما تخلیه شود؛ چمدان هایی که
			قرار است
نگران گ.	۵		به استرالیا برسند (۲/۰)
ند - گ به سمت	۶	گ	متأسفانه باید چمدان ها را بیاریم بیرون از
مصاحبه کننده بیرون از تصویر نگاه می کند	۷		هواپیما تا بگردند ببینند که
نم - دو مأمور	۸		گذرنامه ام کجاست
فرودگاه.	۹	گ (صرت)	و :: و > امیدوارم < بتونیم اونو پیدا [کنیم
ند - گ سرش را پایین انداخته است،	۱۰	مصا (صرت)	[حالا چه
بسیار نگران است.	۱۱		احساسی داری؟
سرش را به سمت ر بالا می آورد.	۱۲	گ	یعنی واقعاً باید بررسی؟ (.)
ند - گ لبخند زورکی می زند.	۱۳		می بینی که خوشحالم (۲/۰)
ند - کا تیم المپیک را	۱۴	کا	همین طور برید به سمت چپ (. باید برسین به
			- باید
از خروجی ها	۱۵		برسین به > خروجی سه < سه (. کاری به
رد می کند. رو به اعضای تیم.	۱۶		فری شاپ نداشته باشین بچه ها (. <u>توی فری</u>
			<u>شاپ نرین</u>
			(۲/۰)
با خنده. نمای دور - اعضای تیم	۱۷		
با خوشحالی وارد	۱۸	ر (صرت)	جان فکری به ذهنش رسیده است که شاید
			باعث شود
اتاق جشن می شوند.	۱۹		گوردن به پروازش برسد
ند - مرکز	۲۰		(۳/۰) در مرکز پذیرش حیوانات، استوارت
پذیرش حیوانات.	۲۱		سعی می کند فین در دسر بیشتری
	۲۲		درست نکند (.)
ند - ک سعی می کند فین را آرام از	۲۳	ک	فین (. بیا پایین (. بیا پایین فین (. چه
عقب جیب بیرون بیاورد.	۲۴		پسر خوبی (.) [. . .]

گزیده ۲-۳ (صفحه قبل) که همچون گزیده ۱-۳ از همین قسمت مجموعه فرودگاه گرفته شده است، فرآیند تعلیق آفرینی در داستان تیم المپیک ایرلند را نشان می‌دهد. در سطرهای ۱ و ۲ بینندگان از طریق «استراق سمع»، یعنی شنیدن گفتگوی تلفنی کالن و یکی از همکارانش، به حضور یک نیروی برآشوبنده تازه پی می‌برند: «یکی از ورزشکاران ایرلندی گذرنامه‌اش را گم کرده است». در گزیده ۱-۳ دیدیم که راوی بیرون از تصویر بلافاصله به ارزیابی پیامدهای بالقوه حضور سگ فراری در محوطه پرواز می‌پردازد. در گزیده ۲-۳ نیز همین راوی پیامدهای احتمالی وضعیت نامتعادل تازه را به بینندگان یادآوری می‌کند: «اگر گوردن نتواند سوار هواپیما شود (. چمدان‌هایش هم باید از هواپیما تخلیه شوند؛ چمدان‌هایی که قرار است به استرالیا برسند» (سطرهای ۳ تا ۵). سپس نمای درشتی از گوردن نگران را می‌بینیم که به دو پرسش مصاحبه‌کننده بیرون از تصویر پاسخ می‌دهد. نخستین پرسش حذف شده است، ولی می‌توانیم حدس بزنیم که مصاحبه‌کننده از آخرین وضعیت وی جويا شده و گوردن نیز رو به جایی که احتمالاً مصاحبه‌کننده ایستاده است، پاسخش را می‌دهد (سطرهای ۶ تا ۸). هدف از دومین پرسش - «حالا چه احساسی داری؟» (سطرهای ۱۰ و ۱۱) - ارائه ارزیابی درونی (یعنی ارزیابی گوردن) از این وضعیت نامتعادل در داستان اوست، هرچند نمای درشتی که از چهره نگران وی می‌بینیم به خودی خود گویاست و پاسخمان را می‌دهد. آنچه ارزیابی (غیر)کلامی گوردن را شدت می‌بخشد، این است که پس از این نمای درشت، به نمایی دور با حرکت افقی دوربین (پن) برش می‌خورد که کالن دارد تیم پرشور ایرلند را (بدون گوردن) از خروجی‌ها عبور می‌دهد (سطرهای ۱۴ تا ۱۶) و به سوی اتاق جشن می‌برد (سطرهای ۱۷ تا ۱۹). به این ترتیب، نوعی تضاد غمگین - خوشحال رقم می‌خورد که بعداً برای ایجاد تعلیق بیشتر به کار می‌رود؛ راوی بیرون از تصویر اعلام می‌کند که شاید برای گرفتاری گوردن راه‌حلی پیدا شود (سطرهای ۱۸ و ۱۹). مطابق انتظار، در این لحظه حساس داستان یک همزمانی دیگر ارائه می‌شود (سطر ۲۰) که بینندگان را به داستان سگ فراری بازمی‌گرداند. «تعلیق» ناشی از این همزمانی روایتی، در دیگر برنامه‌های مجموعه‌ای، بویژه در مجموعه‌های احساساتی تلویزیونی، رایج است و به این منظور به کار می‌رود که در عرصه بسیار رقابتی امروز، توجه بیننده را پابرجا نگه دارد. همان‌گونه که از گزیده ۲-۳ برمی‌آید، این همزمانی‌های روایتی، عامل پیشبرد کنش و ضرباهنگ روایت‌اند، آن‌هم در قالب‌هایی که در آنها گفتگوهای «معمولی» - یعنی سخنان افراد درباره خودشان و دیگران - کنش اصلی است.

گزیده ۳-۳

فرودگاه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۰)

[کا: جان کالن؛ گ: گوردن؛ ک: استوارت کینگ؛ ر: راوی]

ند - فین	۵۱	ک (صرت)	قراره امشب اینجا بمونه (.). تحت
	۵۲		مراقبت بیست و چهار ساعته (.). ...
ند - ک رو به دوربین.	۵۳	ک	اما امیدواریم که فردا صبح پرواز کنه
نم - خودرو نجات	۵۴		(۴/۰)
کینگ دنده عقب می‌رود.	۵۵		
ندور - گ در باجه تحویل بار و بلیت.	۵۶	کا (صرت)	گوردن؟ (.). نگران نباش (.). ما رازت رو
	۵۷		نگه می‌داریم
ند - گ خطاب به کا	۵۸	گ	مسئله‌ای نیس (.). ممنون (می‌خندد)
	۵۹	کا (صرت)	از هیثرو بیرون نمی‌ره
ندور - گ دست تکان می‌دهد برای	۶۰	گ	حتماً همین طوره (.). فعلاً خداحافظ
کا که از جلوی	۶۱	کا (صرت)	خداحافظ :: ظ
دوربین رد می‌شود.	۶۲	گ	ممنون (.). خداحافظ
نم - کا کیک را در	۶۳	کا	متأسفم که گذرنامه‌ش رو گم کرده و حتماً به این خاطر
دست راستش گرفته است، و رو به دوربین.	۶۴		مسخره‌ش می‌کنن (.). ولی آدمای جالبی بودن
ند - کا کمی	۶۵		به نظرم (.). و براشون آرزوی موفقیت دارم و مسابقه‌شون رو
شرمنده به نظر می‌رسد، با	۶۶		با علاقه تماشا می‌کنم (.). دارم با دهان پر
دست چپ جلوی دهانش را می‌گیرد.	۶۷		توی تلویزیون حرف می‌زنم (.).
ند - گ تنها در اتاق	۶۸	ر (صرت)	متأسفانه (.). گوردن برای مسابقه دو
جشن در حال کیک خوردن است	۶۹		چهارصد متر امدادی در المپیک
	۷۰		انتخاب نشد (.). تیم‌شان به دور
ند - قفس پرواز	۷۱		نهایی راه نیافت (.). حال فین روز بعد خوب شد و به
به داخل هواپیما برده می‌شود.	۷۲		سفرش ادامه داد (.). و حالا خوشحال
			زندگی می‌کند در وینی‌پگ
نم - فین در قفس	۷۳		کانادا (.). با این حال تجربه بدی را پشت سر
پرواز	۷۴		گذاشت
عنوان‌بندی پایانی.	۷۵		(۱۰/۰)

اینک به گزیده ۳-۳ (بالا) می‌پردازیم که تقریباً دو دقیقه پایانی همین قسمت از مجموعه فرودگاه را نشان می‌دهد و در آن وضعیت‌های نامتعادل پیشین به گره‌گشایی‌های مورد انتظار می‌رسد. در مستندهای احساساتی تلویزیونی این گره‌گشایی‌ها که بیننده مدت زمانی طولانی منتظر آنها بوده است، اغلب چنان ساختار می‌یابند که به رویدادهای آغازین برمی‌گردند؛ از جهان حکایت به قلمرو داستان وارد می‌شوند، و به سوی تحولات آتی در جهان اجتماعی - تاریخی پیش می‌روند. برای نمونه، در گزیده ۳-۳، کالن به ارزیابی جنبه‌ها و شخصیت‌های داستان خودش می‌پردازد: «متأسفم که گذرنامه‌ش رو گم کرده ... ولی آدمای جالبی بودن، به نظرم» (سطرهای ۶۳ تا ۶۵). بعلاوه، وی نقش خود را چنان ایفا می‌کند که انگار دوربینی در کار نیست. برای مثال، به «شرمندگی» وی در سطرهای ۶۶ و ۶۷ توجه کنید؛ آنجا که متوجه می‌شود با دهان پر در حال حرف زدن توی تلویزیون است. به این ترتیب، بینندگان حس می‌کنند که هم به جهان حکایت و هم به قلمرو داستان این برنامه مستند دسترسی مستقیم دارند - آنچه این حس را تقویت می‌کند این است که در این بخش‌های پایانی، کینگ و کالن رو به دوربین سخن می‌گویند (سطرهای ۵۳ و ۶۳ تا ۶۷). افزون بر این، کینگ و کالن آینده برخی از شخصیت‌ها را نیز پیش‌بینی می‌کنند: فین «به احتمال زیاد» فردا فرودگاه را ترک خواهد کرد (سطر ۵۳)، گوردن را «مسخره» خواهند کرد (سطرهای ۶۳ و ۶۴)، و کالن مسابقه تیم المپیک ایرلند را با علاقه تماشا خواهد نمود (سطرهای ۶۵ و ۶۶).

راوی نیز گره‌گشایی پایانی این دو داستان را به جهان بیرون و خارج از این برنامه مستند ربط می‌دهد. وی در سطرهای ۶۸ تا ۷۱، پایان ناخوشی را برای داستان گوردن و تیمش، و در سطرهای ۷۱ تا ۷۴ پایان خوشی را برای داستان فین و صاحبش اعلام می‌کند. راوی با اشاره به یک رویداد واقعی (یعنی مسابقات المپیک) که از نظر زمانی پس از رویدادهای جهان حکایت این برنامه رخ می‌دهد، رابطه میان این فیلم مستند و جهان بیرون را شدت می‌بخشد. این تمهید روایتی، که در برنامه‌های مجموعه‌ای رایج است، بر جنبه ارجاعی مستندهای احساساتی تلویزیونی می‌افزاید؛ زیرا این برنامه‌ها معمولاً در ساعت مشخص و بدون تکرار مجدد پخش می‌شوند.^[۳]

گزیده ۳-۴

فرودگاه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۰)

[ک: استوارت کینگ؛ ر: راوی؛ راسل، استیو و شیکر: کارکنان فرودگاه هیشرو]

نم - مشت زن مدالاش را	۱	ر	هفته آینده در برنامه فرودگاه (.) استیو و راسل به دنبال
بالا می‌گیرد.	۲	(صرت)	< خبر دست اول از المپیک > (.)
نودور - خودرو روی یادکش.	۳		شیکر از شرکت هواپیمایی گلفایر تقلا می‌کند تا یک خودرو
			اختصاصی
ند - ک شوک زده نگاه می‌کند.	۴		را سوار هواپیما کند (.) و : : و استوارت با یک محموله
ند - عنکبوت بزرگ و پشمالو	۵		< ترسن : : اک > سر و کار دارد که در پایانه یک توقیف شده
در جعبه.	۶		است [. .]

به این ترتیب، دو داستان این قسمت از فرودگاه با بازگشت به حالت تعادل پایان می‌پذیرد؛ ولی این تعادل، همان‌گونه که در الگوی تودورف گفته شد، با تعادل آغازین اندکی تفاوت دارد. با این حال، با توجه به اینکه مستندهای احساساتی تلویزیونی دنباله‌دارند، می‌توان گفت که این داستان‌ها هرگز به پایان قطعی نمی‌رسند. برای مثال، پس از عنوان‌بندی پایانی این قسمت که گزیده‌های ۱-۳ تا ۳-۳ از آن گرفته شده، بخش کوتاهی پخش می‌شود که در گزیده ۳-۴ آمده است.

در مستندهای احساساتی تلویزیونی، داستان‌های هر قسمت به صورت بخش‌هایی از یک داستان بزرگ‌تر - یعنی کل مجموعه - در نظر گرفته می‌شوند؛ و برای حفظ انسجام، مکان‌ها و شخصیت‌ها ثابت می‌مانند. در گزیده بالا، سه شخصیت جدید - استیو، راسل و شیکر - معرفی می‌شوند (سطرهای ۱ تا ۳) ولی یک شخصیت «قدیمی» یعنی استوارت کینگ باقی می‌ماند (سطرهای ۴ تا ۶). وضعیت‌های نامتعادل تازه‌ای در انتظار هر چهار شخصیت است: پیگیری یک خبر دست اول از المپیک (سطرهای ۱ و ۲)، «تقلا برای سوار کردن یک خودرو اختصاصی به هواپیما» (سطرهای ۳ و ۴)، و «سر و کار داشتن با یک محموله < ترسن : : اک >» (سطرهای ۴ و ۵). این وضعیت‌ها به صورت خبرهای تحریک‌کننده روزنامه‌ای عرضه می‌شوند: ناقص ولی با توان دراماتیک فراوان. برای نمونه، توجه کنید که راوی عباراتی را به کار می‌برد که درام و تعلیق را القا می‌کنند، مثلاً «پیگیری

یک «خبر دست اول از المپیک» (سطرهای ۱ و ۲)، «تقلا» (سطر ۳)، و «سر و کار داشتن با یک محموله > ترسن :: اک <» (سطرهای ۴ و ۵). نیز به استفاده از دو نمای درشت متوالی از چهره کینگ و عنکبوت بزرگ و پشمالو در جعبه (سطرهای ۴ تا ۶) دقت کنید. بنابراین، بر خلاف روایت‌های داستانی کلاسیک واقع‌گرا، داستان‌های مجموعه‌های احساساتی تلویزیونی فاقد پایان قطعی‌اند؛ و مسیر را برای داستان‌های تازه هموار می‌سازند و انتظاراتی را درباره قسمت بعدی برنامه رقم می‌زنند. حتی پایان واپسین قسمت هر یک از این مجموعه‌ها معمولاً از نظر روایتی مسیر را برای مجموعه‌های بعدی باز نگه می‌دارد.^[۴]

۲-۳ شخصیت‌های جذاب و داستان‌گویی مستند

ساختار روایتی برنامه‌های مستند اهمیت فراوانی دارد، ولی بدون گفتار متن «مناسب» و راوی «مناسب»، این ساختار بی‌فایده می‌ماند. گفتار متن، سازمان‌دهنده اصلی معنا در برنامه‌های مستند است؛ و از آنجا که کاملاً چشمگیر است، در انتخاب نویسنده آن دقت فراوانی اعمال می‌شود. در فصل ۲ گفته شد که در فیلم‌ها و برنامه‌های مستند معمولاً دو نوع راوی وجود دارد: برون‌داستانی و درون‌داستانی. راوی برون‌داستانی بیرون از جهان حکایت فیلم مستند قرار دارد و معمولاً در تصویر دیده نمی‌شود (بیرون از تصویر است). راوی درون‌داستانی جزو شخصیت‌های داستانی است که بازمی‌گوید و اغلب در تصاویر و نماهای فیلم مستند دیده می‌شود. البته این تقسیم‌بندی بسیار گسترده و کلی است، ولی این دو نوع گفتار متن، آغازگاه مفیدی برای بررسی این موضوع است که گفتمان (گفتار) راوی چه سهمی در واقع‌گرایی فیلم مستند دارد؟

مستندهایی که در این بخش از فصل کنونی برای تجزیه و تحلیل برگزیده‌ایم، به مستندهای توضیحی^۱ مشهورند. برنامه‌هایی که به نمایش خدمات عمومی می‌پردازند، بویژه این قالب را برگزیده‌اند. مستند توضیحی در دهه ۱۹۳۰ پا گرفت و هدف اجتماعی‌اش، ثبت سینمایی رویدادها بود، به گونه‌ای که با تمرکز هالیوود بر تخیل و خواسته‌های شخصی در تقابل باشد (کارنر، ۱۹۹۵؛ کیلبورن و آیزود، ۱۹۹۷). ادعای مستندهای توضیحی این است که جهان اجتماعی - تاریخی را با دیدگاهی حقیقت‌گرا عرضه می‌کنند؛ و به این

1. expository

منظور به داستان‌هایی که نقل می‌کنند جنبه واقع‌گرایانه می‌دهند. در این نوع فیلم‌های مستند معمولاً با استفاده از فیلمنامه (گفتار متن) اطلاعات مشخصی درباره موضوع به بیننده ارائه می‌شود. با این حال، این گفتار روایتی معمولاً جنبه بی‌طرفانه دارد و تصاویر و نماها برای اثبات آن به کار می‌روند.

مستندهای توضیحی «ناب» امروزه نیز پخش می‌شوند ولی از میانه دهه ۱۹۹۰ در شمار فزاینده‌ای از برنامه‌ها از تلفیق دو قالب توضیحی و مشاهده‌ای^۱ استفاده می‌شود (بورن، ۲۰۰۴؛ نیکولز، ۲۰۰۱). در این گونه «تلفیقی» دو نوع فصل وجود دارد: فصل‌هایی که بینندگان تجارب دیگران و گفته‌های بی‌واسطه آنان را رو به دوربین می‌بینند، و فصل‌هایی که در آنها راوی (معمولاً بیرون از تصویر) اطلاعاتی را درباره آن تجارب بازگو می‌کند. در ادامه این فصل، نمونه‌هایی از مستندهای توضیحی ناب و تلفیقی را آورده‌ایم تا نقش راوی را در داستان‌گویی مستند نشان بدهیم.

۳-۲-۱ گفتار متن روایتی و «صدای خداوند» در فیلم‌های مستند

راوی بیرون از تصویر و برون‌داستانی (یا «صدای خداوند») در خلق واقع‌گرایی فیلم مستند دخیل است؛ و معمولاً برای این مورد سه دلیل ذکر می‌کنند. نخست، به نظر می‌رسد بینندگان از نظر روان‌شناختی آمادگی دارند تا صداهایی را باور کنند که در تلویزیون آنان را مورد خطاب مستقیم قرار می‌دهند (کیلپورن و آیزود، ۱۹۹۷؛ نیکولز، ۱۹۹۱، ۲۰۰۱). برای نمونه، وقتی در برنامه‌های مستند یا خبری فقط صدای گوینده یا راوی را می‌شنویم (بدون اینکه خود او را ببینیم)، توجه‌مان بر تصاویری متمرکز می‌شود که با دنیای پدیدارشناختی ما رابطه بسیار نزدیکی دارند و به همین دلیل می‌توانند تجاربی به‌ظاهر واقعی را در ما به‌وجود بیاورند. (مساریس، ۱۹۹۷)

دومین عامل، که با عامل نخست پیوند دارد، این است که راوی بیرون از تصویر چنان در فیلم‌های مستند و دیگر قالب‌های غیرداستانی تلویزیونی تنیده شده است که تقریباً هیچ‌کس متوجه‌اش نمی‌شود. وقتی فیلم مستندی را تماشا می‌کنیم که صدای روی تصویر دارد، از خودمان نمی‌پرسیم «چه کسی اینها را می‌گوید؟» بلکه واکنش ما معمولاً چنین است: «آها، خب، این فیلم مستند است و گفتار متن، رویدادها را توضیح می‌دهد». در

1. observational

واقع، فقط هنگامی متوجه این نوع گفتار متن می‌شویم که شخص گوینده یا راوی را بشناسیم. برای نمونه، راوی مجموعه مستند سیاره زمین بی‌بی‌سی، دیوید آتنبورو^۱ است که طی سال‌ها به صدای مورد اعتماد در مستندهای تاریخ طبیعی تولید بریتانیا تبدیل شده است و بینندگان بریتانیایی به سرعت صدای او را تشخیص می‌دهند. حتی اگر برخی هم صدای او را نشناسند، در عنوان‌بندی آغازین هر قسمت از سیاره زمین با فونت درشت نوشته می‌شود «راوی: دیوید آتنبورو». این مورد در مستندهایی دیده می‌شود که راوی آنها شخصیت‌های مشهورند، و در بقیه مستندها نام راوی در عنوان‌بندی پایانی و جزو صدها نام دیگر، از جمله تهیه‌کننده و گروه فیلمبرداری و دیگران، می‌آید. چنین می‌نماید که این نوع شناساندن راوی در سیاره زمین تلاشی برای کسب اعتبار از طریق بهره‌گیری از شهرت گوینده، و در عین حال حفظ اقتدار و اعتماد شیوه روایت صدای خداوند است.

سومین دلیل نیز به دو عامل بالا مرتبط است؛ یعنی راوی برون‌داستانی از آن روی به واقع‌گرایی فیلم مستند یاری می‌رساند که موضعی بیرونی دارد. این نوع راوی‌ها جهان حکایت فیلم مستند را هم با اقتدار تفسیر می‌کنند و هم با فاصله. این فاصله نیز از نظر گفتاری با کاربرد روایت سوم شخص و منفک حاصل می‌شود.

با این حال، در فضای «نزدیکی» ناشی از تصاویر تلویزیونی (ن.ک بخش ۲)، راوی‌های برون‌داستانی همیشه به حفظ این موضع بیرونی پایبند نمی‌مانند، و فقط هنگامی آن را عملی می‌سازند که فایده‌ای در بر داشته باشد. مسئله لزوماً این نیست که راوی به بیان دیدگاه خود درباره موضوع فیلم مستند و سهم کردن بیننده در تجاربش می‌پردازد - هرچند این قضیه، بویژه در مستندهای تلفیقی، رخ می‌دهد (ن.ک. بخش ۳-۲-۲). این مسئله را می‌توان تعهد بی‌قید و شرط به روایت‌گری فیلم مستند دانست. برای نمونه، به گزیده ۳-۵ (صفحه بعد) از سیاره زمین توجه کنید. این گزیده در ده دقیقه نخست قسمتی از این مجموعه رخ می‌دهد که درباره جنگل‌های سیاره ماست؛ و آتنبورو مراسم جفت‌یابی گونه نادری از پرندگان بهشتی را در جنگل آمازون شرح می‌دهد.

فیلمبرداری سیاره زمین واقعاً بی‌نظیر است و در واقع یکی از دلایل موفقیت این مجموعه همین بوده است. برای مثال، کل بخش «خاطرات سیاره زمین» مربوط به همین

1. David Attenborough

قسمتی که گزیده ۳-۵ از آن گرفته شده است، درباره صبر و بردباری فیلمبردار برای ثبت تصاویری از این پرندگان بهشتی است که برای ثبت سی ثانیه از مراسم جفت‌یابی این پرندگان صد ساعت در پناهگاهی کوچک و ناراحت صبر کرده است - و آن‌گونه که در بخش «خاطرات سیاره زمین» به اطلاع بینندگان می‌رسد، این نکته حتی با معیارهای مستندهای تاریخ طبیعی امری شایان توجه و بی‌مانند است.

با وجود فیلمبرداری بی‌نظیر مجموعه سیاره زمین، رابطه میان تصاویر و گفتار متن تا اندازه زیادی همان رابطه سنتی است که معمولاً در مستندهای توضیحی وجود دارد: یعنی تصاویر برای تأیید گفتار متن ارائه می‌شوند و گاهی همزمان آن را اثبات می‌کنند. در گزیده ۳-۵ نیز وضع از همین قرار است، زیرا تصاویر این دو پرندۀ بهشتی، متن آتنورو را تأیید، اثبات، یا اعلام می‌کند. برای مثال، در سطر ۳ همزمان با اشاره آتنورو به رنگ ساده پرندۀ ماده، تصاویری از پرندۀ ماده قهوه‌ای رنگ ارائه می‌شود که با نمای درشت قبلی از پر و بال رنگ‌وارنگ پرندۀ نر در تضاد است (سطرهای ۱ تا ۳). وی در سطرهای ۶ تا ۸ به بینندگان اطلاع می‌دهد که مراسم جفت‌یابی پرندۀ نر نوعی اجرای نمایشی است، نه فقط پلک و پر و بال زدن. سپس در تأیید این سخنان نماهایی از پرندۀ نر ارائه می‌شود که با صدای بلند جیک‌جیک می‌کند، بال‌هایش را به شدت تکان می‌دهد، و سرش را به چپ و راست می‌چرخاند (سطرهای ۷ تا ۹) - همه اینها «اثبات» بصری و انکارناپذیر ارزیابی کلی آتنورو نیز هست که چند ثانیه بعد ادا می‌شود (سطرهای ۲۱ تا ۲۳).

هرچند روایت آتنورو به برتری سنتی گفتار متن بر تصاویر پایبند است، ولی بخش‌هایی از آن در گزیده ۳-۵ از آن فاصله‌گیری مرسوم در «صدای خداوند» به دور است. آتنورو تا سطر ۱۲ اطلاعاتی واقعی درباره این پرندگان بهشتی به بینندگان ارائه می‌دهد و تنها موارد به اصطلاح اختیار هنری، استفاده از ضمیرهای شخصی انسانی در اشاره به دو پرندۀ مورد نظر است (his, he, her در سطر ۷). ولی این موردی معمولی از انسان‌انگاری یا جنبۀ انسانی دادن به حیوانات به شمار می‌آید و در تلویزیون بسیار رایج است.^[۵] اگر قرار باشد بینندگان به تماشای برنامه ترغیب شوند و آن را فقط ثبت کسالت‌بار عادت‌های جفت‌یابی حیوانات بشمارند، باید کاری بیش از این کرد، و آتنورو در سطرهای ۱۳ تا ۱۸ این کار را با مهارت انجام می‌دهد.

گزیده ۳-۵

سیاره زمین (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۶)

[آ: آتنبورو]

۱	آ	این پرندۀ بهشتی <u>باشکوه</u> به شاخه‌های	ند - پرندۀ نر روی شاخه نشسته
۲	(صرت)	پایین درختان علاقه دارد (۳/۰)	و بال‌های رنگینش را
۳		پرندۀ ماده (.) رنگ ساده‌ای دارد	تکان می‌دهد. ند - پرندۀ ماده (قهوه‌ای).
۴	(۴/۰)		ند - پرندۀ نر با صدای بلند جیک‌جیک می‌کند.
۵		پرندۀ نر از ریه‌های خوبی برخوردار است (.)	نم - پرندۀ نر و ماده روی
۶		اما پلک زدن کافی نیست	دو شاخه نزدیک یک بوته نشسته‌اند.
۷		اگر می‌خواهد پرندۀ ماده را تحت‌تأثیر قرار بدهد (.)	ند - پرندۀ نر با صدای بلند جیک‌جیک می‌کند،
۸		همه چیز به نحوۀ اجرای او بستگی دارد (۲/۰)	بال‌هایش را تکان می‌دهد و سرش را به دو طرف
۹		ماده‌ها شاید به‌ظاهر کم‌هوش به نظر برسند، ولی	می‌چرخانند.
۱۰		<خیلی> مشکل‌پسندند (۲/۰) و حالا وقتش	نم - پرندۀ نر و ماده.
		است که	
۱۱		یک ارزیابی واقعاً دقیق انجام بدهد	
۱۲	(۵/۰)		ند - اکنون پرندۀ نر و ماده
۱۳		از این سمت که خوب است	نزدیک‌ترین، پرندۀ ماده در حال نگاه کردن به
۱۴	(۲/۰)		سمت راست پرندۀ نر
۱۵		اما سمت چپش چه؟	است.
۱۶	(۳/۰)		
۱۷		<تقریباً> شکوهمند (.)	ند - پرندۀ ماده.
۱۸		اما آیا >به اندازه کافی< >باشکوه< هست؟	ند - پرندۀ نر و ماده
۱۹	(۲/۰)		کنار هم. نم - پرندۀ ماده پرواز می‌کند و
۲۰		وا: ی چی شد (.) رفتنش کاملاً گویاست	می‌رود.
۲۱		(۲/۰) نسل‌های متوالی ماده‌های مشکل‌پسند	ند - یک پرندۀ رنگین دیگر از
۲۲		در تکامل این	گونه‌های بهشتی روی شاخه درخت.
۲۳		نمایش‌های جالب نقش اساسی داشته‌اند [..]	

پس از ارائه اطلاعات دربارهٔ مراسم جفت‌یابی این پرندگان و پیش‌بینی صحنهٔ «ارزیابی دقیق»، پنج ثانیه مکث وجود دارد که بینندگان را از گفتار آتنبورو دربارهٔ این دو پرنده به گفتار متن دربارهٔ مراسم جفت‌یابی پرنده ماده انتقال می‌دهد. درست است که پرنده ماده نمی‌تواند به زبان انسان سخن بگوید ولی آتنبورو که می‌تواند، و در سطرهای ۱۳ تا ۱۸ درست همین کار را می‌کند. وی در این چند سطر همان عملی را انجام می‌دهد که گافمن (۱۹۷۴) آن را «به جای کسی حرف زدن»^۱ یا «کلام بطنی»^۲ نامیده است. کلام بطنی نوعی بازنمون تقلیدی و نوعی ارائه لفظی اندیشه است و در مواقعی رخ می‌دهد که «فرد بزرگسال چنان سخن می‌گوید که اگر کودک یا نوزادی می‌توانست سخن بگوید آن کلمات را ادا می‌کرد. شکل دیگر کلام بطنی سخن گفتن از زبان بچه گربه‌ها، عروسک‌های بچه خرس‌ها، و دیگر اشیاء یا موجودات دوست‌داشتنی است». (۱۹۷۴: ۵۳۶)

مقلد، به‌ظاهر در قالب شیء یا شخص مورد تقلید فرو می‌رود و به بیان نیت‌ها و احساس‌ها و دیدگاه‌های فردی او می‌پردازد و با این کار به سخنان خودش سرزندگی می‌بخشد. جنبهٔ تقلیدی این تمهید آن را به ابزار مناسبی برای بیان کلامی شوخ‌طبعی مقلد تبدیل می‌کند. بعلاوه، این جنبهٔ تقلیدی اغلب به سیاق محاوره‌ای صورت می‌گیرد و این کلام محاوره‌ای نوعی حالت غیررسمی ایجاد می‌کند و نوعی رابطه را میان مقلد و شیء یا فرد مورد تقلید پی می‌ریزد که برای بحث ما دربارهٔ سبک‌های گفتار متن اهمیت بنیادی دارد.^[۶]

کلام بطنی آتنبورو در گزیدهٔ ۳-۵ در واقع نوعی خویش‌نمایی^۳ ظریف است. استفادهٔ آتنبورو از صفات عالی همچون «شکوهمند» و «باشکوه» نشان می‌دهد که پرندهٔ ماده بسیار مشکل‌پسند است و جز به بهترین رضایت نمی‌دهد. گفتگوی ساختگی و پرسش و پاسخ وی (سطرهای ۱۵، ۱۷ و ۱۸) نوعی پیش‌بینی را دربارهٔ تصمیم پرندهٔ ماده رقم می‌زند، بویژه که این گفتگوی ساختگی با مکث‌هایی معنادار (سطرهای ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۹) علامت‌گذاری شده است. ولی آنچه این بازنمون تقلیدی را سرزندگی می‌بخشد، جنبه‌های پیرا‌زبانی کلام آتنبوروست.

به طور کلی، گفتار آتنبورو با لحنی وزین ادا می‌شود، ولی در سطرهای ۱۳ تا ۱۸ دانگ صدایش را بالا می‌برد تا جایی که صدایش حالت «زنانه» کلیشه‌ای به خود می‌گیرد.

1. say-foring

2. ventriloquising

3. self-display

منحني آهنگ کلام وی نیز، که با افزایش‌های پایانی همراه است ویژگی‌های «گفتار متزلزل» زنان (لاکوف، ۱۹۷۵) را در خود دارد. البته همه زنان در گفتارشان از لحن زیر و افزایش آهنگ در پایان جمله استفاده نمی‌کنند، ولی این بازنمون تقلیدی آتنبورو از جنبه‌های پیرایه‌بانی پرندۀ ماده، به طرز ظریفی بر همان کلیشه گفتار دمدمی و متزلزل زنان استوار است. تصاویر نیز بی‌درنگ این کلیشه را تأیید می‌کنند.

در سطر ۱۹ نمایی متوسط از پرندۀ ماده ارائه می‌شود که می‌پرد و می‌رود، هرچند - بنا بر معیارهای فیلمبردار صبور و راوی بردبار - نمایش پرندۀ نر واقعاً چشمگیر بوده است.

سطر ۲۰ نشان می‌دهد که آتنبورو چه اندازه از فاصله‌گیری مرسوم در روایت برون‌داستانی دور شده است. جمله «وا: بی چی شد» رفتش کاملاً گویاست» از زبان خود آتنبورست نه از زبان راوی. در اینجا نواخت و آهنگ صدای وی با سطرهای بعدی کاملاً متفاوت است، زیرا از سر همدلی است و حالت اندرزی و پذیرنده دارد، یعنی «دیدید گفتم». ولی در سطرهای ۲۱ تا ۲۳ لحن وی مقتدرانه و وزین است و دوباره آتنبورو را به همان نقش آشنای راوی با فاصله برمی‌گرداند. به این ترتیب، سطر ۲۰ بین دو نوع گفتار متن پل می‌زند: بی‌فاصله (کلام بطنی بانشاط) و بافاصله (صدای مقتدرانه خداوند)؛ و دو چیز را به هم پیوند می‌دهد: جهان حکایت پرندگان بهشتی (که آتنبورو به آن دسترسی یافته است تا صدای آنها را به «گوش همگان» برساند) و قلمرو داستان این فیلم مستند (که در آن بینندگان را با «واقعیت» زندگی در جنگل آشنا می‌سازد).

۳-۲-۱ حضور و گفتار متن افراد مشهور در مستند

تا اینجا گفتیم که گاهی روایت برون‌داستانی از موضع بی‌فاصله صورت می‌گیرد نه بافاصله. در سطرهای آتی درگیری بی‌فاصله راوی را در مستندهایی بررسی خواهیم کرد که با حضور شخصیت‌های مشهور رسانه‌ها ساخته می‌شوند.

استفاده از شخصیت‌های رسانه‌ای در مقام راوی فیلم مستند تا اندازه‌ای به دلیل علاقه کنونی به افراد مشهور است (ایوانس و هزموندها^۱، ۲۰۰۵؛ روئک^۲، ۲۰۰۱). برای نمونه، در نیوزیلند از اواخر دهه ۱۹۹۰ به بعد راوی شمار فراوانی از فیلم‌های مستند، افراد مشهور

بوده‌اند. دبرت (۲۰۰۴) شمار این مستندها را در سال ۱۹۹۸ ده مورد دانسته که در هفت مورد راوی فیلم از کم‌دین‌های مشهور بوده است. اسمیت (۲۰۰۵) نمونه‌های دیگری را نیز ذکر کرده است، از جمله سرزمین مرکزی با راویتگری گری مک‌کورمیک^۱ کم‌دین نیوزلندی، و هشت قسمت از مجموعه تور جهانی نیوزیلند با بیلی کانولی^۲. بیلی کانولی راوی چندین مجموعه مستند مسافرتی در بریتانیا بوده و در واقع جزو فهرست بلند بالایی شخصیت‌های تلویزیونی است که راوی مستندهای تاریخی (تاریخ طبیعی) و مسافرتی در این کشور را بوده‌اند. برخی دیگر از این افراد عبارتند از: سرآشپز معروف اینزلی هریوت^۳، فوتبالیست سابق و مجری کنونی تلویزیون ایان رایت^۴ و، همان گونه که گزیده ۳-۶ نشان می‌دهد، بازیگر و کم‌دین معروف مایکل پالین.^[۷]

همه این راوی‌های مشهور نوعی «شخصیت جذاب» دارند. به گفته فئرکلاف (۱۹۹۵): ۱۳۷-۱۳۸) امروزه معیار این جذابیت، استفاده شخصیت‌های رسانه‌ای از سبک ارتباطی غیررسمی، شخصی، و به طور کلی گفتگویی است.^[۸] بعلاوه، این راوی‌های مشهور، سبک روایتی درون تصویر و بی‌فاصله (درون‌داستانی) را به کار می‌گیرند. به این منظور به گزیده‌ای از یک قسمت از مجموعه دور دنیا در هشتاد روز با مایکل پالین نگاه می‌اندازیم که در آن پالین همان سفر تخیلی فیلاس فاگ^۵ را در رمان معروف ژول ورن^۶ [دور دنیا در هشتاد روز] بازسازی می‌کند.

در گزیده ۳-۶ پالین فقط مدت کوتاهی از روایت بیرون از صحنه استفاده می‌کند. در سطرهای ۳۰ تا ۳۳ و ۴۴ تا ۴۶ روایت روی تصویر، بینندگان را در جهان حکایت این برنامه مستند راه می‌برد و در همان حال بخش‌های گوناگونی از شواهد تصویری مکمل ارائه می‌شود. در هر دو مورد، گفتار متن وی به تجارب خودش در این جهان حکایت اشاره دارد و به این ترتیب از طریق درگیری شخصی با هر دو مورد، جهان حکایت این برنامه را به قلمرو داستان آن پیوند می‌دهد. در سطرهای ۳۰ تا ۳۳ که پالین می‌گوید متوجه شده که آرایشگر نابیناست، نمایی دور از افراد محلی ارائه می‌شود. در سطرهای ۴۴ تا ۴۶ نیز که پالین با صورت اصلاح کرده و تمیز در خیابانی در بمبئی قدم می‌زند، همزمان

1. Gary McCormick

2. Billy Connolly's World Tour of New Zealand

3. Ainsley Harriott

4. Ian Wright

5. Phileas Fogg

6. Jules Verne

گفتار او را می‌شنویم که می‌گوید «اصلاح کردم و دوش گرفتم و (.) کمی استراحت کردم (.) و حالا وقتشه که به سفر دور دنیا ادامه بدیم». نیز در هر دو مورد، گفتار پالین به‌ظاهر به صورت همزمان با رویدادها تنظیم شده است، زیرا وی از زمان حال استفاده می‌کند: «حالا متوجه می‌شوم» (سطرهای ۳۰ تا ۳۴) و «حالا وقتشه که . . . ادامه بدیم» (سطر ۴۶).

گزیده ۳-۶

دور دنیا با مایکل پالین (بی‌بی‌سی، ۱۹۸۹)

[مایکل پالین پس از هشت روز مسافرت اینک پای پیاده به شهر شلوغ بمبئی وارد می‌شود و می‌خواهد سر و صورتش را اصلاح کند، دوش بگیرد، و استراحت کند. در گزیده زیر، آرایشگر و مرد محلی اغلب به زبان بومی خودشان حرف می‌زنند. سخنان این دو را با حرف X (بزرگ) نشان داده‌ایم تا از بخش‌های نامفهومی که به دلیل سر و صدای شدید ترافیک درست شنیده نمی‌شوند (و با علامت * نشان داده شده‌اند) متمایز شوند. پ: پالین؛ آ: آرایشگر؛ م: مرد محلی.]

ند- خیابان شلوغ در	۱	پ	سلام (.) ببخشید
بمبئی. نم - پ	۲		(۲/۰)
به آ نزدیک می‌شود.	۳		ببخشید
نم - آ در جلو	۴	آ	X X X X]
بساط اصلاح	۵	پ	شما آرایشگرید (.) ریش هم می‌تراشید؟
در کنار خیابان.	۶	آ	بله
نم - پ و آ.	۷	پ	ممکنه که (****) ممکنه که این
	۸		ریش منو بتراشید؟ (.) [بله؟]
	۹	آ	X X X X]
ند - پ رو به دوربین	۱۰	پ	خید: :: لی خوب (.)
نم - پ خطاب به آ.	۱۱		چکار باید بکنم؟
نم - پ و آ. پ به	۱۲	آ	بله (.) بنشین اینجا
اطراف نگاه می‌اندازد. به م.	۱۳	پ	صندلی آرایشگاه اینه؟
که کنارشان نشسته است، با	۱۴	م	X X X X
کنایه. پ می‌نشیند. به م.	۱۵	پ	روبه‌روی ایشون بنشینم؟
ند - آ صورت پ را اصلاح می‌کند.	۱۶	م	بله
گروهی از افراد محلی کنجکاو	۱۷	پ	ایشون می‌تونه - (****) او :: ووه (****)
گرد پ جمع می‌شوند.	۱۸		
پ خطاب به آ و با اشاره به م.	۱۹		ایشون کارگزار شماسه، بله؟ (۲/۰)
نم - پ روی صندلی. ند -	۲۰		خب (****) هشت روزه ریشم را نزده‌ام (.) پس مراقب باش

چهره خندان پ. رو به آ.	۲۱	(****) :: : (.) خیلی خوبه (.)
نم - آ و پ. ند -	۲۲	از بهترین آرایشگرای اینجا؟ (۳/۰)
پ ناراحت به نظر می‌رسد.	۲۳	< تو (.) آرایشگر خوب؟ >
ند - پ لبخند ساختگی	۲۴	می‌بینید چه آدم ساکتیه؟ (۲/۰)
رو به دوربین می‌زند.	۲۵	تیم شفیلد یونایتد شنبه گذشته برنده شد (۴/۰) شانس آوردن
ند - پ و آ.	۲۶	واقعاً (۳/۰) این فصل تیم خوبی دارن
ند - پ ترسیده	۲۷	(۴/۰) اوه او :: : ه وای (.) خیلی خوب مایکل (.) تکنون نخور (.)
به نظر می‌رسد. ند -	۲۸	تا می‌توننی تکنون نخور (.) اوه اوه دماغ رو بی خیال شو (.) می‌دونم
افراد محلی با علاقه صحنه را تماشا می‌کنند.	۲۹	گندهس (.) اوه خوبی آ: ه (۲/۰)
ند - آ و پ و گروهی از	۳۰	حالا متوجه می‌شوم چه چیز رفتار این آرایشگر پ
افراد محلی.	۳۱	منو می‌ترسونه (.) این جوری که با من رفتار (صرت) می‌کنه
	۳۲	و به پشت سرم نگاه می‌کنه (.) تقریباً دارم به این نتیجه می‌رسم
	۳۳	که طرف نابیناس (۴/۰)
نم - آ در حال اصلاح پ.	۳۴	
ند - رو به دوربین بالای سرش	۳۵	دیگه حرف نمی‌زنم چون اگه حرف بزنم پ ممکنه
نجوا می‌کند.	۳۶	شاهرگم رو ببره (۳/۰)
ند - آ و پ و افراد محلی.	۳۷	همینه که این عده اینجا جمع شدن (.) نیومدهن
ند - پ به بالا می‌نگرد.	۳۸	که اصلاح منو تماشا کنن (.) به تماشای
ند م - پ به سمت	۳۹	< اعدام > اومدن (.) ابداً فکرشو نمی‌کردم که اینجا اصلاح
فیلمبردار در میان	۴۰	کنم (۲/۰) درختای بالا رو می‌بینی؟ لاشخورها دارن جمع می‌شن
افراد محلی نگاه می‌کنند. ند از زیر -	۴۱	
درختان بالای سر. ن م - آ	۴۲	(۴/۰)
و پ، چرخش افقی دوربین به ند	۴۳	
- خیابان‌های مختلف در	۴۴	اصلاح کردم و دوش گرفتم پ
بمبئی. ند - پ در کنار	۴۵	(صرت) و (.) کمی استراحت کردم (.)
خیابان قدم می‌زند و	۴۶	و حالا وقتشه که به سفر دور دنیا ادامه بدیم
از دوربین دور می‌شود.	۴۷	[. . .]

سواى این دو مورد متفاوتِ گفتار کوتاه و بیرون از تصویر، بقیه این گزیده - و در واقع بخش زیادی از این قسمت و کل مجموعه - را خودِ پالین روایت می‌کند که در تصویر دیده می‌شود و به صورت یکی از شخصیت‌های جهانِ حکایت این برنامه مستند درمی‌آید (سطرهای ۱ تا ۲۳ و ۲۵ تا ۲۹) و گاهی به طور مستقیم رو به دوربین دربارهٔ تجارب و احساسش در این جهان حکایت سخن می‌گوید و بینندگان نیز همان تجارب را مشاهده می‌کنند (سطرهای ۲۴، و ۳۵ تا ۴۰). در اینجا به مورد نخست می‌پردازیم که در آن پالین در نقش یک انگلیسی ژولیده به شهری ناآشنا وارد می‌شود و نومیدانه می‌کوشد به زبان انگلیسی با افرادی محلی که زبان او را نمی‌دانند، ارتباط برقرار کند و نادانسته خود را به دست آرایشگری نابینا می‌سپارد. این بخش می‌توانست به صورت مدرکی روایتی و گفتاری ساخته شود که نشان دهد سفر به سرزمین‌های ناشناخته بدون آگاهی به زبان آن منطقه چه خطراتی در پی دارد؛ ولی در مقابل به صورت تجربه‌ای بی‌خطر و طنزآمیز در این برنامه مستند گنجانده شد که در این مورد دو عامل دخیل‌اند.

نخست، ما مردم آگاه (به قواعد رسانه) می‌دانیم که قهرمان داستان یا برنامه مستند معمولاً در میانه داستان یا مجموعه از دنیا نمی‌رود. بنابراین، با وجود خطری که متوجه پالین است، می‌دانیم که سالم خواهد ماند تا داستان اصلاح در بمبئی را برایمان تعریف کند. بعلاوه، می‌دانیم که پالین در این سفر تنها نیست و گروه تولید نیز همراه اویند. توجه کنید که وی به یکی از اعضای گروه در میان افراد محلی اشاره می‌کند و می‌گوید «درختای بالا رو می‌بینی؟ لاشخورها دارن جمع می‌شن» (سطر ۴۰). هرچند در اینجا پالین دارد روایتی کمیک (نه تراژیک) را پی می‌ریزد ولی نسخه‌ای که از مستند مسافرتی ارائه می‌دهد، «صادقانه»تر از مستندهایی است که در آنها راوی درون تصویر و درون داستانی ادای مثلاً مسافر یا کوهنورد یا قایقرانی تنها را درمی‌آورد که هدفش «یگانگی» با طبیعت است. در مقابل، دیدگاه پالین بر این فرض استوار است که بینندگان بیشتر می‌دانند.

دوم، گزینش پالین به عنوان شخصیت اصلی این برنامه مستند، پیشامدهای روایتی را از «منش پیشاگفتاری»^۱ یا وجهه او آکنده می‌سازد، زیرا وی کم‌دینی معروف است و در گزیده ۳-۶ نیز این را به خوبی نشان می‌دهد. برای نمونه، پالین پس از تلاش‌های آغازین برای اصلاح سر و صورتش توسط آرایشگر محلی (سطرهای ۲ تا ۱۲)، نشستن روی

1. pre-speech ethos

وسیله‌ای (سطر ۱۵) که به کنایه می‌پرسد «صندلی آرایشگاه اینه؟»، و تلاش موفق برای ارتباط با استفاده از کلام بیگانه (ساده‌سازی جملات به لحاظ دستوری و ادای دقیق و شمرده در سطر ۲۳)، به «گپ و گفتگوی» مرسوم با آرایشگر می‌پردازد^[۹]؛ گفتگوی مرسوم از این نظر که شبیه همان چیزی است که در سرزمین مادری پالین وجود دارد، بی‌توجه به اینکه امروزه در بریتانیا بیشتر مردان صورتشان را در خانه اصلاح می‌کنند و فقط برای کوتاه کردن موی سرشان به آرایشگاه می‌روند.

اجرای پالین در این بخش را می‌توان نوعی هجو بی‌ریای فیلاس فاگ و سفرش دانست و در واقع شبیه به همان هجو فرهنگ انگلیسی است که پیشتر در مجموعه سیرک پرنده ماتنی پاتون^۱ و بعدها در حکایت‌های معرکه^۲ وجود داشته است. بویژه، اجرای وی در گزیده ۳-۶ را می‌توان هجو مرد انگلیسی در سرزمین بیگانه به شمار آورد.^[۱۰] بهترین نمونه این مورد، تلاش پالین برای گپ و گفتگوی کلیشه‌ای مردان، یعنی بحث درباره فوتبال، در سطرهای ۲۵ و ۲۶ است. این گفتگو با مکث‌های طولانی آزاردهنده‌ای همراه است که با جریان پیوسته گفتگو در گپ زدن‌های مرسوم هیچ همخوانی ندارد، و نشان می‌دهد که اوضاع بر وفق مراد پالین پیش نمی‌رود. سه تلاشی که پالین برای گفتگوی سرسری با آرایشگر صورت می‌دهد، با سه مکث چهار ثانیه‌ای، سه ثانیه‌ای، و چهار ثانیه‌ای نقطه‌گذاری می‌شوند. نکاتی که پالین آنها را مطرح می‌کند، اشارات فرهنگی بسیار ویژه‌ای هستند؛ برای نمونه، تیم فوتبال شفیلد یونایتد یک تیم محلی - و احتمالاً تیم مورد علاقه پالین - است، زیرا وی در همین شهر به دنیا آمده است. بنابراین، در سطرهای ۲۵ و ۲۶ پالین نمی‌خواهد رفتن به هر آرایشگاهی در بریتانیا را به زمینه بمبئی انتقال دهد، بلکه قصد دارد رفتن به آرایشگاه خودش در شهر خودش را به کشوری بیگانه و به یکی از افراد آن کشور منتقل سازد. در این شرایط، و با توجه به فقدان رمزگان زبانی مشترک، آشکار است که گپ و گفتگوی پالین به هیچ سرانجامی نخواهد رسید. طنز بالقوه این موقعیت، دست‌کم تا اندازه‌ای، از اجرای آگاهانه این ناآگاهی میان فرهنگی مایه می‌گیرد.

در سطرهای ۲۷ تا ۲۹ گزیده بالا، نمونه دیگری را می‌توان دید که چگونه پالین از «منش پیشاگفتاری» خود در مقام کم‌دینی مشهور استفاده می‌کند. وی که با سکوت آرایشگر روبه‌رو شده است، بالاخره از تلاش برای ارتباط منصرف می‌شود. البته این بدان

معنا نیست که وی سکوت پیشه کند؛ بلکه برعکس به مجری سرزنده موقعیت تبدیل می‌شود. نخست، به گفتگو با خود می‌پردازد و خودش را نصیحت می‌کند که در این موقعیت «خطرناک» رفتاری معقول در پیش بگیرد: «اوه او :: ه وای» (خیلی خوب مایکل (.) تکون نخور (.) تا می‌تونی تکون نخور» (سطرهای ۲۷ و ۲۸). سپس در سطرهای ۲۸ و ۲۹ از در گفتگویی فرضی با آرایشگر درمی‌آید (یعنی «می‌دونم گنده‌س» در اشاره به بینی خودش) و برای نشاط بخشیدن به آن از آواهای بیان‌گرایانه و پیرازبانی (یعنی انواع و اقسام «آه» و «اوه») استفاده می‌کند. تلفیق نماهای درشت از چهره ناراحت (سطر ۲۳) و ترسیده (سطر ۲۷) پالین و نماهای دور از افراد محلی که ابتدا کنجکاوند (سطرهای ۱۶ تا ۱۹) و سپس آشکارا سرگرم می‌شوند (سطرهای ۲۷ تا ۲۹)، جنبه کمیک این هجو پالین از مرد انگلیسی سردرگم در سرزمینی بیگانه را افزایش می‌دهد.

نکته آخر که به همین اندازه اهمیت دارد، استفاده پالین در این روایت درون تصویر (در گزیده ۳-۶) از دو مورد کناره‌گویی^۱ است. در نخستین کناره‌گویی، در حین ارزیابی شخصیت آرایشگر، «می‌بینید چه آدم ساکتیه؟» (سطر ۲۴)، رو به دوربین لبخندی ساختگی می‌زند. این ارزیابی، نوعی تفسیر نادرست آگاهانه از موقعیت و نیز شخصیت آرایشگر است، زیرا اگر با او به زبان خودش حرف بزنند، شاید خیلی هم پر حرف باشد. این تفسیر نادرست، ظرفیت طنزآمیز این دوپهلوگویی را می‌افزاید؛ و می‌دانیم که کم‌دی اغلب بر همین دوپهلوگویی‌ها استوار است. در کناره‌گویی دوم، پالین رو به دوربین نجوا می‌کند که قصد دارد مدتی ساکت بماند و در توجیه این عملش می‌گوید: «چون اگه حرف بزنم ممکنه شاهرگم رو ببره» (سطرهای ۳۵ و ۳۶). این، نوعی بیان محاوره‌ای است، زیرا اگر آرایشگر در کارش اشتباه کند، آنچه بریده خواهد شد گلوی پالین است نه شاهرگش. با این حال، این عبارتی پرنشاط و محاوره‌ای است و به جذابیت شخصیت پالین می‌افزاید.

این دو کناره‌گویی پالین رو به دوربین، هرچند کوتاه و گذرا هستند، ولی در پی‌ریزی رابطه راوی - بیننده نقش مهمی دارند. آنچه بر این تأثیر می‌افزاید آن است که لبخند ساختگی پالین (سطر ۲۴) و لحن نجواگونه‌اش (سطرهای ۳۵ و ۳۶) در نمای درشت فیلمبرداری شده‌اند. بعلاوه، در کناره‌گویی دوم، نمای درشت از بالا گرفته شده است - این

۱. aside: گفتار شخصیت‌های درون فیلم یا بر صحنه نمایش خطاب به تماشاگران، انگار که دیگر شخصیت‌ها آن را نمی‌شنوند - م.

زاویه دوربین، بیننده را بر موضوع (در اینجا پالین) برتری می‌دهد (لاری، ۲۰۰۵)؛ و هدفش این است که تصویر انگلیسی سردرگم در سرزمین بیگانه را تقویت کند؛ یعنی همان چیزی که تأثیر کمیک اجرای پالین بر آن استوار است.

به طور کلی، داستان‌گویی پالین از نوع درون تصویر و بی‌فاصله است. شایان ذکر است که نقش‌های گوناگون پالین در گزیده ۳-۶ (راوی و راهنمای توانا، انگلیسی سردرگم در کشور بیگانه، و همراه بیننده) بالقوه متناقض‌اند، زیرا هدف‌های گوناگونی را دنبال می‌کنند: ثبت تجارب سفر، سرگرم ساختن بینندگان، تقابل هویت انگلیسی در برابر هویت آسیایی، ایجاد رابطه دوستانه با بینندگان، و مانند آن. با این حال، این نقش‌ها به اعتبار او خدشه‌ای وارد نمی‌سازند. دلیلش هم این است که همه آنها زیر چتر یک شخصیت جذاب قرار گرفته‌اند، شخصیتی که پالین نه فقط آن را ارائه می‌دهد، بلکه در سرتاسر این برنامه مستند از آن بهره‌برداری می‌کند: پالین کم‌دین. این کار ما را به یاد آثار گافمن (۱۹۶۷) درباره خویشتن‌نمایی و بویژه دیدگاه او درباره خویشتن‌نمایی موفق می‌اندازد که به نظر وی نیازمند نمایش یک خویشتن ثابت است؛ هرچند این سخن بدان معنا نیست که دگرگونی‌های جزئی اصلاً مجاز نیستند. در واقع گافمن (۱۹۶۱، ۱۹۶۷، ۱۹۶۹) زندگی اجتماعی را به نوعی بازی تشبیه می‌کند که در آن افراد همواره می‌کوشند وقار و یکسانی شخصیت خود را حفظ کنند، ولی گاهی «خطرات شخصیتی» را نیز پذیرا می‌شوند به این امید که «چهره خوبی از خود به نمایش بگذارند» (۱۹۶۷: ۲۳۷). اجرای چندگونه افراد مشهور در مقام راوی فیلم مستند، مانند پالین، شاهد مناسبی بر این ادعاست.

۳-۳ نتیجه‌گیری

اصطلاح «مستند» دو اندیشه واقع‌گرایی و حقیقت را به هم پیوند می‌دهد؛ زیرا مستندسازی به هر حال به معنای ثبت جنبه‌هایی از واقعیت است. ولی واقعیت گفتمان مستند چندان سراسر نیست و حتی در برنامه‌هایی که بر موضع تأکیدی واقعیت صحنه می‌گذارند، از طیف گوناگونی از منابع نشانه‌شناختی که جهان بیرون را «دستکاری» می‌کنند، استفاده می‌شود. عجیب اینجاست که این منابع به عنوان مدرک دسترس‌بی‌واسطه به واقعیت به کار می‌روند.

به نظر می‌رسد که واقع‌گرایی تخیلی فیلم‌های مستند از همان ساختارهای روایتی و انواع گفتار متن شناخته‌شده پیروی می‌کند. مثلاً، از آنجا که جهان حکایت مستندهای

احساساتی تلویزیونی پیش‌پاافتاده است، برای مهیج‌ساختن آن از ساختارهای داستانی مرسوم و رایج استفاده می‌شود. با این حال، نباید به دام این وسوسه افتاد که داستان‌گویی این نوع برنامه‌ها درست همانند ساختارهایی باشد که در متون داستانی به کار می‌رود؛ زیرا چند تفاوت مهم در میان است. برای نمونه، برای افزایش جذابیت مستندهای احساساتی تلویزیونی، وضعیت نامتعادل آغازین اغلب فشرده می‌شود و دو مرحله روایتی شناخت و ترمیم بسیار گسترش می‌یابد. نیز، در مستندهای احساساتی تلویزیونی مرحله گره‌گشایی، هم در یک قسمت مجزا و هم در قسمت‌های متوالی یک مجموعه، تا حد امکان به تعویق می‌افتد. افزون بر این، شمار همزمانی‌های روایتی، نقاط اوج، تأخیرها، و چرخش‌های پیرنگ در هر قسمت از این برنامه‌ها بسیار بیشتر از روایت‌های مورد نظر تودورف است. باید توجه داشت که دلیل این امر، تعدد مآجرا در داستان‌های مستندهای احساساتی تلویزیونی نیست، بلکه به این دلیل است که در این برنامه‌ها، جنبه‌های پیش‌پاافتاده گفتگوهای روزمره و کارهای معمولی در نهادهای خدمات عمومی، پرداخت بسیار دراماتیک پیدا می‌کند.

سواى این تفاوت‌ها، ساختار ساده و آسان‌فهم کشمکش - گره‌گشایی که در روایت‌های داستانی واقع‌گرا و کلاسیک به کار می‌رود، به چند دلیل گزینه بسیار جذابی برای داستان‌گویی در مستندهای احساساتی تلویزیونی است. نخست، پیرنگ خطی و علت و معلولی روایت‌های داستانی کلاسیک، نوعی حس ثبات و یکدستی زمانی و مکانی می‌آفریند که معرفي عناصر جدید را تسهیل می‌کند، زیرا این عناصر در محیطی آشنا تنیده می‌شوند. این نکته بویژه در مورد مستندهای احساساتی تلویزیونی چند داستانه مفید است، زیرا این برنامه‌ها نیز بر محیط ثابت (مانند ساختمان فرودگاه) و مدت زمان معین (برای مثال یک روز یا یک هفته کاری) استوارند. دوم، شخصیت‌های روایت‌های داستانی کلاسیک معمولاً چندبعدی‌اند و با معنایی که ما از انگیزش و ثبات در ذهن داریم، همخوانی دارند. این نکته نیز در مورد مستندهای احساساتی تلویزیونی مفید است، زیرا شخصیت‌ها از جامعه‌ای یکسان و از میان مردم معمولی (مانند کارکنان فرودگاهی در لندن) انتخاب می‌شوند و بر پایه انتظارات و کلیشه‌های مشخصی عمل می‌کنند. بنابراین، هرچند ضرورت سرگرم‌کنندگی این برنامه‌ها بدان معناست که این شخصیت‌ها باید تا اندازه‌ای با مردم عادی فرق داشته باشند، ولی به طور کلی با انتظارات ما از طبقه اجتماعی و گفتاری‌شان (مثلاً مرد جوان با شغلی متوسط) همخوانی دارند. سوم، داستان‌گویی در

مستندهای احساساتی تلویزیونی نیز همچون در روایت‌های داستانی واقع‌گرا و کلاسیک، بر گردِ راوی‌ای می‌چرخد که اغلب ناپیداست و از موضع دانای کل، امکان شکل‌گیری درام را در گذشته و اکنون و آینده رویدادهای داستان اعلام می‌کند. بعلاوه، این راوی وظیفه بیان آشکار روابط میان بخش‌های هر داستان و دیگر داستان‌ها را بر عهده دارد.

همچنین در این فصل، داستان‌گویی در فیلم‌های مستند را بر اساس حضور راوی‌های حرفه‌ای و افراد مشهور، و سبک‌های روایتی‌شان، بررسی کردیم. گفتیم که راوی‌های حرفه‌ای اغلب بیرون از تصویرند، ولی همان‌گونه که تحلیل گزیده ۳-۵ نشان می‌دهد، ضرورتی ندارد که روایت بیرون از تصویر و صدای خداوند نیز همیشه از موضع بافاصله و مقتدرانه صورت پذیرد؛ و می‌توان در اجرای آن سبکی از گفتار متن را به کار گرفت که تازه و سرگرم‌کننده و سرشار از شگفتی باشد تا به آن جهان ثبت‌شده، جلوه‌ای نو ببخشد. افراد مشهوری که راوی فیلم مستندند، اغلب جلو دوربین قرار می‌گیرند و از جذابیت‌های فردی خود استفاده می‌کنند تا به جهان حکایت فیلم مستند اعتباری «مؤثر» عطا کنند. برای نمونه، در گزینه ۳-۶ پالین نقش مرد انگلیسی در کشوری بیگانه را با مهارت ایفا کرده و به آن رنگ‌وبوی کمیک داده؛ و با استفاده از کناره‌گویی رو به دوربین رابطه‌ای نزدیک را با بینندگان پی ریخته. وی از همین موضع شخصیت کمیک در جهان حکایت فیلم مستند و نیز همراهی با بینندگان است که به روایت خود اعتبار می‌بخشد. در برخی از فیلم‌های مستند، خواه گفتار متن را راوی‌های حرفه‌ای اجرا کنند و خواه افراد مشهور، و چه درون تصویری باشد و چه برون‌تصویری، برتری با ایجاد پیوند میان راوی - روایت است. در واقع هدف از ایجاد این رابطه، ادعای دسترسی بی‌واسطه‌ای به جهان اجتماعی - تاریخی است که پیشتر از طریق جدایی راوی - روایت صورت می‌گرفت.

در این فصل بررسی داستان‌گویی در قالب‌هایی تلویزیونی را پی می‌گیریم که مدعی دسترسی بی‌واسطه به جهان اجتماعی-تاریخی و نقل داستان‌هایی «واقعی» دربارهٔ مردم «واقعی»‌اند. قالبی که در این فصل برگزیده‌ایم، برنامه‌های گفتگویی است و از آنجا که این نوع برنامه‌ها طیف گسترده‌ای دارند، فقط بر برنامه‌های گفتگویی روزانه تمرکز خواهیم کرد. البته برنامه‌های گفتگویی روزانه نیز بویژه از سالهای ۱۹۹۰ به این سو به چند دسته تقسیم شده‌اند؛ از جمله برنامه‌های گفتگویی که آشکارا هدف درمانی دارند، همچون /پرا (امریکا)؛ برنامه‌های گفتگویی «جنجالی» مانند ریکی لیک (امریکا)؛ و برنامه‌های بحث و گفتگوی شرکت‌کنندگان همچون کیلروی (بریتانیا). در انواع برنامه‌های گفتگویی، داستان‌گویی مهم‌ترین ابزاری است که از طریق آن جنبه‌های خاصی از واقعیت و وجوه معینی از هویت فرد و هویت‌های دیگران شکل می‌گیرد. گویندگان این داستان‌ها مردان و زنان معمولی - همان مردم کوچه و خیابان - هستند که به برنامه دعوت می‌شوند تا دیدگاه‌ها و تجارب خود را با دیگران در میان بگذارند. با این حال، روند داستان‌گویی آنان تحت کنترل میزبان برنامه است، زیرا میزبان نیز گاه به گاه دیدگاه و تجارب خود را بیان می‌کند.

فصل کنونی به دو بخش تقسیم شده است. در بخش نخست که داده‌های آن از برنامه کیلروی گرفته شده است، به بررسی داستان‌های تجربه شخصی می‌پردازیم که شرکت‌کنندگان عادی و میزبانان برنامه‌های گفتگویی ارائه می‌دهند. در بخش دوم که بر گزیده‌هایی از برنامه ریکی لیک استوار است، به این موضوع می‌پردازیم که چگونه این داستان‌های تجربه شخصی، در برنامه‌های گفتگویی به روایت‌های همگانی تبدیل می‌شوند. به این منظور به تجزیه و تحلیل روایت مشترک شرکت‌کننده (میهمان) و میزبان و تأثیرات آن در پی‌ریزی هویت‌های فردی و اجتماعی و تناسب آنها خواهیم پرداخت. در سراسر این فصل، بر نقش تجربه شخصی در «اعتباربخشی» به این داستان‌ها و ماهیت اجرای این داستان‌گویی تمرکز خواهیم کرد.

۴-۱ داستان‌های تجربه شخصی و «گفتگوی موثق»

داستان‌گویی، خوراک اصلی برنامه‌های گفتگویی روزانه است. عقیده بر این است که داستان‌هایی که در این برنامه‌ها نقل می‌شوند، چند کارکرد دارند که همگی ملازم یکدیگرند، از جمله بیان بحث (ثورن بارو، ۱۹۹۷)، ارائه تجربه معمولی در مقابل نظام‌های پیشرفته دانش (کارپینانو و دیگران، ۱۹۹۰؛ لوینگستون و لانت، ۱۹۹۴)، ایجاد نوعی حس نزدیکی که باعث می‌شود شرکت‌کنندگان خود واقعی‌شان را در برابر همگان برملا کنند (جوینر پریست، ۱۹۹۵؛ شتک^۱، ۱۹۹۷)، اجرای گفتگویی لذتبخش (تولسون، ۲۰۰۶) و، مهم‌تر از همه برای بحث کنونی ما، ایجاد این حس که جنبه‌هایی از جهان اجتماعی - تاریخی در دسترس مستقیم ما قرار می‌گیرند.

این کارکرد آخر، حضوری آشکار دارد هرچند که در این برنامه‌ها موارد مشهودی از فریبکاری و داستان‌های «دروغین» رخ داده است. برخی، برنامه‌های گفتگویی را متهم کرده‌اند که برای جلب توجه و ایجاد جنجال، استودیو را از افراد «غیرعادی» پر می‌کنند، نه از «مردم عادی». برای نمونه، این نکته در امریکا موجب شده است که بینندگان بیش از پیش «حقیقت» گفتگوهای این برنامه‌ها را «به دیده تردید بنگرند». این وضعیت در سال ۱۹۹۵ چنان بود که پرسش «این آدم‌ها را از کجا گیر می‌آورند؟» به پرسش «این آدم‌ها واقعی هستند یا خیر؟» تغییر کرده بود. (شتک، ۱۹۹۷: ۱۶۱)

جدا از اینکه شرکت‌کنندگان برنامه‌های گفتگویی روزانه تا چه اندازه «واقعی» اند، همواره ترغیب می‌شوند چنان رفتار کنند که تصور «گفتگوی موثق»^۱ در ذهن بینندگان ایجاد شود. پرسش اینجاست که عناصر این نوع گفتگو چیست؟ در پاسخ به این پرسش باید یادآوری کنیم که در گفتگوهای رادیویی و تلویزیونی بیان دوگانه‌ای وجود دارد - یعنی اجرا و بیان آن موضعی و در یک مکان است، ولی برای مخاطبانی طراحی و تولید می‌شود که در مکانی دیگر قرار دارند (ن.ک. فصل ۱). از این نظر، گفتگوی موثق در برنامه‌های گفتگویی - و به طور کلی همه برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی - چیزی جز اجرای آن نیست: یعنی به‌کارگیری علامت‌ها و قالب‌های تولیدی معینی که مخاطبان اصلی، آنها را موثق بدانند (مانتگومری، ۲۰۰۱). البته نوع این علامت‌ها و قالب‌های تولیدی به زمینه پخش، نوع شرکت‌کنندگان، و موضوعات مورد بحث، و مانند آن بستگی دارد.

با این حال، سه معیار برای گفتگوی موثق وجود دارد که به نظر می‌رسد در مورد چندین زمینه پخش به کار می‌رود (مانتگومری، ۱۰۰۱: ۴۰۴-۴۰۵). نخست، گفتگوی موثق مشخص می‌کند که «گفتگو، رویداد یا تجربه را به طور واقعی نشان می‌دهد» [گفتگوی وفادار به تجربه]. دوم، مشخص می‌کند که خود «گفتگو حقیقی است» [گفتگوی وفادار به خود]: «گفتگو چنان اجرا می‌شود که چیزی کمتر یا بیشتر از گفتگو نیست»؛ یعنی اجرای گفتگو به شیوه‌ای که مصنوعی یا ساختگی نباشد. سوم، گفتگوی موثق «گفتگویی است که شخص یا فرد را به طور واقعی و حقیقی نشان دهد» [گفتگوی وفادار به شخص]. من با مانتگومری موافقم که معیار سوم امروزه چندان رواج ندارد. با این همه، همان‌گونه که بویژه در بخش ۲ این کتاب خواهیم دید، امروزه بسیاری از شخصیت‌های معروف و مردم عادی در برنامه‌های تلویزیونی به گفتمان اعترافی یا افشای خویشتن می‌پردازند. زیرا «در دنیایی که تجارب به واسطه رسانه‌ها منتقل می‌شود، چندان معلوم نیست که یک معنای مستحکم و عمومی از واقعیت وجودی فرد بتواند دوام بیاورد» (۲۰۰۱: ۴۰۴). جالب اینکه درست برعکس این موضوع، فقط در زمینه‌های تخیلی و داستانی است که واقعیت وجودی افراد تکوین می‌یابد.

اما دو معیار دیگر به طور حتم در مورد گفتگوهای برنامه‌های گفتگویی و بویژه در مورد داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی صدق می‌کنند. گفتگوی وفادار به تجربه معمولاً

1. authentic talk

از طریق چیزی رخ می‌دهد که گافمن (۱۹۸۱) آن را «گفتگوی سرزننده» می‌نامد: نوعی «قالب تولید» که در آن هر سه موضع «محرک»، «مؤلف»، و «گوینده اصلی» همپوشی پیدا می‌کنند. گویندگان در گفتگوی سرزننده از تجارب و باورها و دیدگاه‌های خود سخن می‌گویند. بنابراین، داستان‌های تجربه شخصی - یعنی داستان‌هایی که مردم عادی در برنامه‌های گفتگویی بازگو می‌کنند - بر معیار نخست مانگومری (۲۰۰۱) استوارند. گفتگوی وفادار به خود نیز نوعی گفتگوست که داستان‌های تجربه شخصی شرکت‌کنندگان عادی به آن منجر می‌شود. هرچند این داستان‌ها را میزبان برنامه گفتگویی به دقت کنترل می‌کند، ولی معمولاً به صورت گفتگویی طبیعی و خودانگیخته اجرا می‌شوند. «اعتبار» این داستان‌ها ناشی از این نکته است که وجوه گفتاری عامیانه (نه تخصصی) گوینده را «به طور طبیعی» نشان می‌دهند. در زیر به این مورد بیشتر خواهیم پرداخت.

۴-۱-۱ داستان‌های غیرعادی مردم عادی

بلوم - کولکا^۱ (۱۹۹۷) در بررسی گفتگوی خانواده‌های آمریکایی - یهودی سر میز شام به این نتیجه رسیده که والدین معمولاً داستان‌های کودکان را با «چفت‌بندی»^۲ هدایت می‌کنند؛ یعنی طرح پرسش‌های آزمونی، ترغیب همراه با پرسش از جزئیات، آزمایش. طرح این پرسش‌ها به این دلیل است که اغلب یکی از والدین [پدر یا مادر] از رویدادهای داستان‌های کودکان اطلاع دارد. بررسی بлум - کولکا همچنین نشان می‌دهد که تعلق به یک گروه خاص - بویژه تعلق به گروه «کودکان» - تنها معیاری است که والدین برای نقل‌پذیری داستان‌های فرزندانشان در نظر می‌گیرند. به عبارت دیگر، کودکان حتی مجازند داستان‌هایی بسیار عادی را سر میز شام نقل کنند.

به عقیده بлум - کولکا میان داستان‌های کودکان سر میز شام و داستان‌های مردم عادی در برنامه‌های گفتگویی، بویژه برنامه‌های بحث و گفتگوی شرکت‌کنندگان، تفاوت‌ها و همانندی‌های چندی وجود دارد. برای نمونه، در این برنامه‌های تلویزیونی، حق سخن گفتن ناشی از تعلق به یک گروه خاص نیست؛ بلکه در جهان درونمایه این برنامه‌ها، معیار اصلی ورود هر شرکت‌کننده به قلمرو نقل داستان، جنبه غیرعادی آن داستان است. هرچند شرکت‌کنندگان درست به این دلیل به این برنامه‌ها دعوت می‌شوند که جزو مردم عادی

1. Blum-Kulka

2. scaffolding

هستند، ولی داستان‌های روزمره و پیش‌پاافتاده در گفتگوهای استودیویی جایی ندارد. در مقابل، فرمول مطلوب عبارت است از فرد عادی - داستان غیرعادی؛ یعنی داستان‌هایی که یا انحراف از وضعیت عادی باشند (مانند «مردی که سگ را گاز گرفت») یا وضعیتی نابهنجار را نشان بدهند (برای مثال «مرد بی‌خانمان در گوشه خیابان مرد»).

از آنجا که غیرعادی بودن داستان را میزان تضاد آن با داستان‌های عادی تعیین می‌کند، عملکرد هویت‌های گوینده آنها نیز به شیوه‌های گوناگون ارزیابی می‌شود. برای نمونه، در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی»، هویت شرکت‌کنندگان در سه دسته جای می‌گیرد: شریر، قربانی، و قهرمان (گریگوری - ساینز، ۲۰۰۱). عوامل دخیل در این زمینه عبارتند از: نیازهای فرضی جهان حکایت هر برنامه، تقابل شدید افراد (هاچ‌بای، ۲۰۰۱؛ مونسون، ۱۹۹۳)، و تضاد آشکار منش‌های اخلاقی. داستان‌گویی در این برنامه‌ها از یک سو یادآور پانتومیم است؛ زیرا هویت گوینده در گونه‌هایی پیش‌بینی‌پذیر قرار می‌گیرد؛ و از سوی دیگر همانند انواع شخصیت‌های رایج (یا کلیشه‌ای) است که در جهان حکایت مجموعه‌های احساساتی تلویزیونی یافت می‌شوند، همچون مرد زن‌ذلیل، زن کینه‌توز، و مانند آن.

این قطب‌بندی سیاه و سفید منش‌های اخلاقی که در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی» دیده می‌شود، در دیگر برنامه‌های گفتگومحور نیز تا اندازه‌ای وجود دارد، ولی در این برنامه‌ها شرکت‌کنندگان می‌توانند هویت‌هایی متنوع‌تر با قطب‌بندی کمتر را به نمایش بگذارند. برای مثال، همان‌گونه که در فصل ۲ گفتیم، در برنامه‌هایی همچون کیلروی (و/پِر) این شرکت‌کنندگان همانند قهرمانان داستان‌های پریان هستند که تا اندازه‌ای با یاری میزبان به اهداف خود می‌رسند، خواه این یاری عملی باشد (مانند تهیه هزینه و برگزاری جشن عروسی باشکوهی در استودیو، پِر/۲۰۰۳) و خواه فقط احساسی (همچون ارائه توصیه به شرکت‌کنندگان درباره مسائل گوناگون) و خواه هر دو. علاوه بر این هویت کلی قهرمان داستان‌های پریان، چند هویت مرتبط و فرعی نیز در اختیار شرکت‌کنندگان قرار می‌گیرد که به محتوای هر قسمت از برنامه، داستان کلی برنامه، و ویژگی‌های خاص هر مجموعه بستگی دارد.

برای نمونه، در بررسی چگونگی ساخت هویت در برنامه کیلروی مشخص می‌شود که در داستان‌های تجربه شخصی درباره کنار آمدن با اندوه و افسردگی، شرکت‌کنندگان عادی معمولاً سه نوع هویت به خود می‌گیرند که بویژه نوع نخست یعنی «خود عادی» با

معیار گویندهٔ عادی - داستان غیرعادی همخوان است و معمولاً با آنچه ساکز (۱۹۸۴: ۴۱۷) آن را «حالت عادی ذهن» می‌نامد، تحقق می‌یابد و از جمله شامل استفاده از عبارت‌های تسکینی (پدافندی)، همچون «نه چندان زیاد» و «یک کم» در اشاره به کنش‌های خویش است. این مورد اغلب از طریق انطباق داستان با معیارهای اجتماعی و افزودن رفتارهای غیرکلامی - مانند استفاده از لحن آرام و نرم و پایین انداختن سر در لحظات غم‌انگیز - به دست می‌آید. در این لحظات، اغلب، نماهای درشت از چهرهٔ گوینده ارائه می‌شود. دو هویت دیگر عبارتند از: «خود مبارز و بازمانده» و «خود انساندوست» و با کاربرد واژگانی حاصل می‌شوند که به ترتیب بر کنش‌گری فرد و علاقه او به دیگران تأکید دارند. نیز، گوینده اغلب ضمیری به کار می‌برد که نقش فعال او و توجهش به دیگران را می‌رساند. (لورنزو - داس، ۲۰۰۱ الف)

گزیدهٔ ۱-۴ (زیر) نمونهٔ مناسبی از اجرای این دو هویت در زمینهٔ داستانی است که به تحمل یک مصیبت خانوادگی می‌پردازد. در اینجا، جان خودش را فردی می‌نماید که می‌تواند در لحظات دشوار تصمیم درست بگیرد. برای مثال، وقتی خونریزی بینی همسرش آغاز می‌شود، موضعی فعال می‌گیرد؛ یعنی نخست تلاش می‌کند خونریزی را بند بیاورد (سطرهای ۴ تا ۶) و سپس به بیمارستان زنگ می‌زند و همسرش را به آنجا می‌برد (سطرهای ۶ تا ۹). توجه کنید که وی در سطرهای ۴ تا ۹ در اشاره به کنش‌هایی که احتمالاً توسط خود او انجام شده است، از ضمیر اول شخص جمع «ما» استفاده می‌کند. جان با این کار هم حالت غیرعادی ماجرا را محو می‌کند و هم تصویری از همراهی زن و شوهر و علاقه و توجه به همسرش ارائه می‌دهد. اجرای هویت «خود مبارز و بازمانده» نیز با ارزیابی درونی وی از داستان صورت می‌گیرد، زیرا خودش را مردی نشان می‌دهد که در همهٔ این رویدادهای تلخ خوشبین باقی مانده است.

اجرای جان از «خود عادی» تا اندازهٔ زیادی ناشی از سبک بیان اوست. برای نمونه، جان از نظر رفتار پیرایه‌بانی و غیرکلامی از کمترین تغییر لحن و حرکات بدن استفاده می‌کند (توجه کنید که در این گزیده نشانه‌های مربوط به این دو مورد وجود ندارد). داستان جان از نظر کلامی ساختار روشنی دارد و در آن رویداد پیچیدگی‌آفرین به صورت واقعیت‌هایی منظم و خطی (لابوف، ۱۹۷۲ الف) در ۱۱ مرحله بیان می‌شود: (۱) «بلند شدیم و سعی کردیم (.) جلو ...»؛ (۲) «یکدفعه دیدیم که ...»؛ (۳) «تلفن کردیم به بیمارستان»؛ (۴) «و بعد خودمون رفتیم به اون: بیمارستان»؛ (۵) «اونها خونریزی رو بند آوردن...»؛

گزیده ۱-۴

کیلروی (بی‌بی‌سی، ۱۹۹۹)

میزبان برنامه، رابرت کیلروی - سیلک، از جان، یکی از شرکت‌کنندگان عادی، پرسیده است که آیا واقعاً می‌توان مصیبت مرگ همسر را تحمل کرد یا نه. دیدگاه جان در قالب یک روایت تجربه شخصی بیان می‌شود که پنج دقیقه طول می‌کشد. در گزیده زیر، بخش‌های «مقدماتی» (حدود سی ثانیه) و «نتیجه» (حدود یک دقیقه) حذف شده‌اند. در بخش مقدماتی، اطلاعاتی درباره جان، همسرش دونا و سه فرزندشان ارائه می‌شود. بخش نتیجه نیز که درست پس از سطر ۱۹ زیر آغاز می‌شود، شامل اطلاعاتی است درباره مرگ غم‌انگیز دونا در واپسین ماه بارداری‌اش، تولد نوزاد، و اینکه جان به تنهایی چهار فرزندش را سرپرستی می‌کند. سطر ۴ نخستین رویدادی است که تعادل آغازین را به هم می‌زند و به اصطلاح «رویداد پیچیدگی‌آفرین» است.^[۱] ج: جان؛ ک: رابرت کیلروی - سیلک.

نم - ک و ج.	۱	ج [۰.۰] در : : هزار و نهصد و هشتاد و سه به خونریزی بینی [دچار شد]
ند - کمی به	۲	ک [آن موقع]
سمت ج	۳	ک چند سالتون بود؟
خم می‌شود. ند - ج خطاب به	۴	ج من من : ما هر دو بیست و نه سالمون بود و من : : (. خونریزی حدود
ک.	۵	شش و نیم صبح یکشنبه شروع شد، ما بلند شدیم و سعی کردیم
	۶	(.) جلو خونریزی رو بگیریم همه کار کردیم (.) و بعد یکدفعه
	۷	دیدیم که خونریزی خیلی زیاده < بند نمی‌اومد > (. تلفن کردیم به
	۸	بیمارستان و بعد خودمون رفتیم به اون : بیمارستان تا خونریزی رو
	۹	مداوا کنیم (.) اونها خونریزی رو بند آوردن و گفتند که اگه که اگه
	۱۰	دوباره شروع شد بریم : : به همون : بیمارستانی که همسرم تحت مراقبت (.)
	۱۱	زایمانه : ما هم همین کار رو کردیم (.) اونها هم نتونستن خونریزی رو بند بیارن
ند - ج، ک، و	۱۲	اولش (.) اونو توی بیمارستان نگه داشتن (.) و ام (۲/۰) تا این
حاضران در استودیو	۱۳	موقع فکر می‌کردم که همه چیز قراره درست بشه (.) اونا
در اطراف آنها.	۱۴	خیلی زود خونریزی رو بند می‌آرن و می‌ریم خونه
	۱۵	همون روز و با بقیه افراد خانواده (.) اما دو روز گذشت و اونها
	۱۶	سه روش مختلف رو برای بند آوردن خونریزی امتحان کردن و حتی بهش خون
ند - ک با همدردی	۱۷	تزریق کردن (.) انتظار ما به روز چهارم و پنجم کشید و
به سمت جان	۱۸	بعد یک هفته گذشت و اونها هنوز نتونسته بودن جلو
سر تکان می‌دهد.	۱۹	خونریزی بینی رو بگیرن [۰.۰]

(۶) «ما هم همین کار رو کردیم»؛ (۷) «اونها هم نتونستن خونریزی رو بند بیان»؛ (۸) «اونو توی بیمارستان نگه داشتن»؛ (۹) «سه روش مختلف رو...»؛ (۱۰) «انتظار ما به... کشید»؛ و (۱۱) «یک هفته گذشت...». با این همه، با توجه به اینکه در برنامه‌های گفتگویی بیان احساسات شخصی مهم‌ترین نکته است، داستان جان بر رویدادهایی با «جنبه داستانی اندک» (ساکز، ۱۹۸۴) متمرکز است، مانند تلفن زدن به بیمارستان (سطرهای ۷ و ۸) یا ذکر بیمارستانی که جان و همسرش به آنجا ارجاع داده شدند (سطر ۱۰).

پرسش اینجاست که چرا این شرکت‌کننده عادی، فرصتی چنین طولانی و بدون دخالت مجری یافته تا ماجرایش را بگوید؟ به دو دلیل. نخست، هویت‌های محدودی که وی در این روایت و از طریق آن اجرا می‌کند، با همان هویت کلی شرکت‌کننده عادی در مقام قهرمان داستان پریان همخوان است (فصل ۲). جان «همراه و همدم» همسرش بوده و پس از مرگ دلخراش وی، با سرسختی و استواری تمام هر چهار فرزندش را خودش بزرگ کرده است. دوم، این هویت‌ها بر دو ارزش تأکید می‌کنند: همدمی و همراهی زن و شوهر، و توانایی تحمل سوگ و ناگواری. از آنجا که شعار این برنامه «غلبه شخص بر مشکلات احساسی» (لورنزو - داس، ۲۰۰۳، ۲۰۰۵) است، هر دوی این ارزش‌ها در چارچوب آن می‌گنجند. این مورد آخر بر دو باور استوار است: (۱) انسان باید برای بهبود زندگی‌اش تلاش کند، و (۲) در این کار بهتر است دیگران را پند بدهد و از آنان پند بگیرد. باور نخست از ویژگی‌های فرهنگ شجاعت‌محور^۱ است (فترکلاف، ۱۹۹۱؛ راسل و ابرکرامبی، ۱۹۹۱) و بر پی‌ریزی «ویژگی‌ها و ارزش‌ها و رفتارهایی - همچون ابتکار و انضباط و استقبال از خطر و دگرگونی - تمرکز دارد که موجب پیشرفت مردم در شرایط خطیر و دشوار می‌شود» (کامرون، ۲۰۰۰: ۷)؛ آن‌هم در جامعه انسانی به طور کلی و نه فقط در محیط‌های تجاری و بازرگانی. داستان جان درباره تحمل مصیبت نمونه مناسبی است، بویژه آنکه وی تحمل این «موقعیت دشوار» را از موضع فروتنی (خود عادی) و مهربانی (خود انسان‌دوست) ارائه می‌دهد.

باور دوم از گرایش‌های جامعه «خودت بساز» (DIY) بریتانیا مایه می‌گیرد، که شخص را ترغیب می‌کند تا مشکلاتش را خودش حل کند و برای موفقیت از توصیه‌های منابع

1. enterprise culture

شناخته شده - برای مثال کتاب‌های راهنما و متخصصانی همچون روان‌شناسان و مربیان شخصی - و دیگری که در همین موقعیت بوده‌اند، استفاده کند. این نکته، که از ویژگی‌های برنامه‌های گفتگویی روزانه است، جنبه درمانی بیان لفظی یا همان «گفتگودرمانی» (شتک، ۱۹۹۷) را تکمیل می‌کند. بنابراین، حضور جان و سخن گفتن از بیماری و مرگ دونا، به دو دلیل در این برنامه با واکنش مثبت روبه‌رو می‌شود: یکی عمل به گفتگودرمانی، و دیگری ارائه توصیه به آن دسته از حاضران در استودیو و بینندگان در خانه که می‌خواهند خودشان بر مشکلات احساسی‌شان غلبه کنند.

در برنامه کیلروی این هویت‌های محدود و نسخه‌هایی از واقعیت که ارائه می‌دهند (مانند واقعیت تحمل مصیبت خانوادگی) طبیعی جلوه می‌کنند، هرچند با ویژگی‌های منحصر به فرد «خود عادی»، «خود مبارز و بازمانده»، و «خود انساندوست» در زمینه داستان‌های تجربه شخصی شرکت‌کنندگان عادی در این برنامه تفاوت فراوانی دارند. در این برنامه، با پیوند داستان‌ها و داستان‌گوهایی همچون جان، «خودت بساز» احساسی به منشوری تبدیل می‌گردد که جهان بیرون از خلال آن دیده می‌شود.

۴-۱-۲ داستان‌های عادی شرکت‌کنندگان غیرعادی

شرکت‌کنندگان عادی تنها افرادی نیستند که به نقل داستان‌های تجربه شخصی در برنامه‌های گفتگویی می‌پردازند. میزبانان این برنامه‌ها نیز چنین می‌کنند و هنگامی که نقش داستان‌گو به خود می‌گیرند، به طور موقت از قالب نهادینه «ناظر گفتگو» (ایلی، ۱۹۹۹) بیرون می‌آیند و در جهان حکایت آن برنامه گفتگویی سهیم می‌شوند. پرسش اینجاست که میزبانان برنامه‌های گفتگویی چه نوع تجارب شخصی را با میهمانان، حاضران در استودیو، و بینندگان در میان می‌گذارند؟ در تعیین محتوا و شکل این تجارب، دو عامل نقش اساسی دارد. نخست، میزبانان این برنامه‌ها آدم‌هایی مشهور و اغلب در سطح ملی یا جهانی شناخته شده‌اند؛ و موقعیت اجتماعی و حتی موقعیت مالی‌شان، میان آنان و شرکت‌کنندگان عادی برنامه فاصله می‌اندازد. دوم، و با وجود این نکته (عامل نخست)، در بسیاری از برنامه‌های گفتگویی روزانه، بویژه آنهایی که اهداف درمانی دارند، همدلی میزبان - میهمان ترغیب می‌شود. این بدان معناست که نقل تجربه شخصی میزبان باید به نحوی با نقل تجربه شخصی شرکت‌کنندگان عادی همخوانی و ارتباط داشته باشد.

گزیده ۲-۴

کیلروی (بی‌بی‌سی، ۱۹۹۹)

[جین زن جوانی با لهجه غلیظ لیورپولی است و درباره تجربه‌اش از مزاحمت جنسی در محیط کار سخن می‌گوید.

ج: جین؛ ک: رابرت کیلروی - سیلک؛ ح: حاضران در استودیو.]

نم - ج و ک کنار	۱	ج	[. . .] اما بعد اوضاع کم‌کم (.) غیرعادی شد (.) دیگه
هم در استودیو	۲		از حد شوخی گذشت (.) یعنی هر وقت که خم می‌شدم
نشسته‌اند.	۳		می‌زد به ماتحتم (.) [این اوضاع ادامه پیدا کرد
ند - ک با لحنی که نشان می‌دهد	۴	ک	[می‌تونستی به جای این کلمه
ناراحت شده است. نم - ج و	۵		بگی پشتم (.)
ک. ند - ک با لبخند	۶		واقعاً که خیلی ممنون (.) خیلی ممنون (۲/۰)
رو به جین. ند - ج	۷	ح	[خنده
و ح. ند - ک چهره‌اش را	۸	ک	[: : ی خدا
با دو دست و به علامت ناامیدی	۹		حالا ده هزار تا نامه به من می‌رسه و می‌دونی
می‌پوشانند. نم - ک	۱۰		چی می‌شه؟ (.) منم که باید به تک‌تک اونا جواب بدم و
			روی
به اطرافش و به ح می‌نگرد.	۱۱		تک‌تک شون تمبر بچسبونم
ند - ج:	۱۲		[ولی شما راحت برمی‌گردی لیورپول (۳/۰)
	۱۳	ج	[از ته دل می‌خندد
ند - ح:	۱۴	ح	[خنده
نم - ک و ج:	۱۵	ک	خیلی خب (.) بعدش چه کار کردی؟ [. . .]

میزبانان برنامه‌های گفتگویی روزانه برای غلبه بر این موقعیت پیچیده، اغلب به نقل تجارب عادی در چارچوب هویت‌های غیرعادی‌شان می‌پردازند. شاید بهترین نمونه این کار اپرا وینفری^۱ باشد که در مجامع عمومی و برنامه‌هایش بارها از این گونه تجارب سخن گفته است: اینکه در خانواده‌ای از طبقه کارگر بزرگ شده، در کودکی مورد آزار قرار گرفته، و مشکل اضافه وزن دارد. البته این تجارب به خودی خود عادی نیستند - برای مثال آزار در کودکی خوشبختانه تجربه‌ای نیست که در زندگی اغلب مردان و زنان پیش آمده باشد - ولی در خردجهان برنامه‌های گفتگویی، بویژه آنهایی که درباره مشکلات چاقی،

1. Oprah Winfrey

کودک‌آزاری، فقر، و مانند آن است، عادی به شمار می‌آیند. از این رو، نقل این تجارب، هم برای ایجاد همدلی - و حتی ترغیبِ همذات‌پنداری - میان میزبان و شرکت‌کنندگان عادی است و هم به «اعتباربخشی» برنامه (دایر، ۱۹۹۱؛ تولسون، ۱۹۹۱) که بر ایجاد هویت خودِ عادی و واقعی استوار است، یاری می‌رساند.

البته همه میزبانان برنامه‌های گفتگویی این خود «عادی» را چندان جدی نمی‌گیرند. گزیده ۲-۴ (بالا) که از یک قسمت از برنامه کیلروی دربارهٔ مزاحمت جنسی در محیط کار گرفته شده است، این نکته را به‌خوبی نشان می‌دهد. در این گزیده، کیلروی نقش ناظرِ گفتگو را ایفا می‌کند و بویژه مراقب است که شرکت‌کنندگان زبانی را به کار بگیرند که مناسب برنامه‌های روزانه تلویزیون بی‌بی‌سی باشد. به همین دلیل است که وقتی جین در سطر ۳ کلمه «ماتحت» را به کار می‌برد، کیلروی وسط حرفش می‌پرد؛ و در سطرهای ۴ و ۵ صدایش را از جین بلندتر می‌کند تا بتواند حق سخن گفتن را نصیب خودش سازد و در این کار هم موفق می‌شود. پس از این دوباره همان نقش ناظرِ گفتگو را بر عهده می‌گیرد، ولی در این نقش، هم می‌خواهد با جین همدلی کند و هم هویت شخصی خودش را بنمایاند.

رابطهٔ دوستانه و همدلی میزبان - میهمان از طریق اشاره به زمینه‌های مشترک و شوخی‌های کنایه‌آمیز شکل می‌گیرد. در نگاه نخست، مداخلهٔ آشکار کیلروی در سخنان جین در سطرهای ۴ تا ۶ شاید به دور از این رابطهٔ دوستانه تعبیر شود، بویژه که صدایش بلند و حاکی از نارضایتی است. با این حال، این نارضایتی آشکارا اغراق‌آمیز است و در نمایی درشت از چهرهٔ میزبان ارائه می‌شود که رو به جین لبخندی باگذشت می‌زند. تضاد میان زبان گفتار و زبان بدن مجری، که دوربین در سطرهای ۴ تا ۷ آن را با مهارت ثبت کرده است، ما را ترغیب می‌کند تا سخنان او را شوخی کنایه‌آمیز، یعنی نوعی راهبردِ همدلی با میهمان، تفسیر کنیم. برای جین و تماشاگران حاضر در استودیو و بینندگان در خانه آسان است که سخنان کیلروی را کنایه‌ای نشاط‌آفرین قلمداد کنند.

بویژه به سطر ۶ دقت کنید. میان عملی که کیلروی برای پرکردن این بخش از سخنانش برمی‌گزیند (یعنی کنش گفتاری^۱ تشکر کردن) و بخش پیشین سخنش (سرزنش با صدای بلند در سطرهای ۴ و ۵) ناهمخوانی وجود دارد. از این رو، پیامی که منتقل

1. speech act

می‌شود این است: درست است که جین واژه‌ای نامناسب به کار برده است ولی همچنان می‌تواند از حمایت میزبان برنامه برای نقل داستان‌ش برخوردار باشد. حاضران در استودیو نیز لحن کنایی سخن کیلروی را درمی‌یابند و این از خنده‌شان در سطر ۷ مشخص است. کنایه کیلروی نشان‌دهنده این نیز هست که نمی‌خواهد به طور مستقیم به موضوعی حساس در مرحله‌ای مهم از داستان جین، یعنی آگاهی او از رفتار نامناسب رئیس‌اش (سطرهای ۲ و ۳)، پردازد. از این گذشته، همان‌گونه که در بریتانیا همه می‌دانند، کیلروی خودش زاده لیورپول است. بنابراین، اینکه در سطر ۱۲ می‌گوید، جین راحت به آن شهر باز خواهد گشت، بدون نگرانی از «دردسری» که حضورش در این برنامه ممکن است برای همشهری و «همانند» مشهورش ایجاد کند، تلاشی برای ایجاد زمینه جغرافیایی مشترک است، هرچند این دو از نظر اجتماعی و لهجه با هم فاصله دارند؛ زیرا کیلروی نه کارمند دون‌پایه است و نه لهجه لیورپولی آشکاری دارد.

خویش‌نمایی کیلروی در گزیده ۴-۲ بر نقل داستان کوتاهی از تجربه شخصی استوار است. وی در سطرهای ۸ تا ۱۲ به شرح و بسط تشکر کنایی‌اش در سطر ۶ می‌پردازد. سخنان وی در این مرحله «وفادار به خود» به نظر می‌رسد؛ و شامل وجوه پیرا‌زبانی روشنگر و تأکیدی (۱: : : ی خدا) و استفاده از زبان بدن (پوشاندن صورت با دو دست) است. بعلاوه، «وفادار به تجربه» نیز به نظر می‌رسد، زیرا صحنه‌ای را توصیف می‌کند که وی نشسته و دارد انبوهی نامه را جواب می‌دهد. بنابراین، سخنان کیلروی در سطرهای ۸ تا ۱۲ نمونه‌ای از گفتار موثق شخصیت‌های رسانه‌ای در تلویزیون است که با نقل بداهه‌وار تجربه شخصی صورت می‌پذیرد.

با این همه، تجربه شخصی کیلروی کاملاً تخیلی است. در داستان کیلروی وی به نامه‌ها پاسخ می‌دهد، ولی اینها پاسخ‌هایی است که وی در مقام شخصیتی رسانه‌ای خطاب به بینندگان ناراضی می‌نویسد؛ و اصلاً نامه‌هایی معمولی نیستند. در «زندگی واقعی» این پاسخ‌ها را احتمالاً کارکنان برنامه، و شاید دستیار شخصی کیلروی، می‌نویسند. از این گذشته، مخاطبان برنامه می‌دانند که بعید است شخصیتی رسانه‌ای روی تک‌تک نامه‌های ارسالی به بینندگان تمبر بچسباند. از این رو، داستان کیلروی نه داستانی است که شرکت‌کنندگان عادی حاضر در استودیو بتوانند راحت آن را بپذیرند و نه داستانی است که بتوان آن را حقیقی دانست. بلکه هدف از این داستان فقط یک چیز است: خنداندن مخاطب. در این مورد توجه کنید که در سطرهای ۱۰ و ۱۱ زبان بدن و نگاه وی خطاب به

تماشاگران حاضر در استودیوست. نیز، وی در سطر ۱۲ سه ثانیه مکث می‌کند تا فرصتی برای خنده حمایت‌گرانه حاضران و جین فراهم شود.

بعلاوه، داستان کوتاه کیلروی تلاشی برای اعتباربخشی به شخصیت رسانه‌ای اوست. دو عامل در این زمینه دخالت دارند: یکی آگاهی آشکار وی به خود غیرعادی‌اش، و دیگری کنایه‌آمیز کردن تصویر میزبان برنامه گفتگویی. این تلفیق جنبه‌های عادی (آدم معمولی) و غیرعادی (شخصیت رسانه‌ای) هویت کیلروی، همیشه کنایی نیست، ولی پای ثابت اجرای اوست. برای نمونه، وی اشاره می‌کند که همان مشکلات جسمانی را داشته است که حاضران در استودیو به آن اشاره می‌کنند، ولی می‌افزاید که از سوی بهترین پزشکان دنیا مورد معاینه قرار گرفته است. نیز، وی آشکارا به طرفداری از مردم کوچک و بازار می‌پردازد و علیه نظام سیاسی موضع می‌گیرد، ولی می‌پذیرد زمانی که عضو مجلس و حزب کارگر بوده، با استفاده از نفوذش به برخی از شهروندان توجه بیشتری داشته است (لورنزو-داس، ۲۰۰۵). خلاصه اینکه در گزیده ۲-۴ خویشتن‌نمایی کیلروی از طریق داستان تجربه شخصی بر ایفاگری^۱ (یعنی ایفای آشکار و بازتابی خود) استوار است. جالب آنکه این ایفاگری برای اعتباربخشی به خود به کار رفته است.

۲-۴ روایت‌های مشترک

همانندی داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی روزانه و دیگر قالب‌های گفتمان تلویزیونی در این است که خطاب به تماشاگرانی هستند که دیده نمی‌شوند و صدایشان به گوش نمی‌رسد. همین ویژگی است که سبک اصلی روایت‌گری این برنامه‌ها را تعیین می‌کند؛ یعنی همان «شبه گفتگوی بسیار چفت‌بندی شده» (بلوم - کولکا، ۲۰۰۱: ۱۰۴) که در آن میزبان و میهمان با پرسش و پاسخ، داستانی را نقل می‌کنند.

هرچند داستان‌های برنامه‌های گفتگویی خطاب به میزبان حاضر در استودیوی تلویزیون نقل می‌شوند، ولی محتوای آنها برای مجری تازگی ندارد؛ بلکه همچون داستان‌های کودکان - والدین هنگام شام در پژوهش بلوم - کولکا (۱۹۹۷) (ن.ک. بخش ۴-۱) شامل «رویدادهای الف - ب» (لابوف، ۱۹۷۲ ب) هستند: یعنی رویدادهایی که گوینده و شنونده هر دو از آنها باخبرند و در نتیجه حق تألیف به هر دو تعلق دارد. از این

1. performativity

گذشته، با توجه به موقعیت قدرتمند میزبان برنامه در مقام ناظر گفتگو در استودیو، اغلب اوست که تعیین می‌کند در حین نقل داستان چه کسی چه کاری را انجام دهد.

در اینجا برای تشریح این ویژگی داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی روزانه، و تأثیر بالقوه آن بر ساخت نسخه‌های ویژه‌ای از واقعیت در این برنامه‌ها، به تحلیل گزیده‌ای از یک قسمت از برنامه ریکی لیک می‌پردازیم که در آمریکا در روز ملی جلوگیری از بارداری نوجوانان پخش شده است.

گزیده ۳-۴ مرحله مقدماتی روایتی را نشان می‌دهد که تقریباً پنج دقیقه دیگر طول می‌کشد. از آنجا که این داستان تجربه شخصی است، انتظار می‌رود که گوینده اصلی، مؤلف و محرک آن نیز باشد. ولی همان‌گونه که گافمن (۱۹۸۱) و دیگر صاحب‌نظران (کلی من، ۱۹۹۲؛ کلی من و هریتیج، ۲۰۰۲) اشاره کرده‌اند، نقش‌های تولیدی در گفتگوهای رادیویی و تلویزیونی اغلب مشترک است. در گزیده ۳-۴ نقش تولیدی گوینده اصلی بر عهده کریستین است، ولی نقش‌های محرک و مؤلف را ریکی لیک ایفا می‌کند؛ زیرا هم اوست که پس‌زمینه داستان کریستین را فراهم می‌آورد، یعنی (۱) وی دو بار در نوجوانی باردار شده (سطرهای ۱ تا ۳)؛ (۲) پدرهای هر دو فرزندش او را ترک کرده‌اند (سطر ۸)؛ و (۳) به تنهایی فرزندانش را بزرگ می‌کند (سطر ۱۰). کریستین با پاسخ‌هایی کوتاه در سطرهای ۲، ۴، ۹ و با تکمیل سخن مجری در سطر ۱۱ این اطلاعات مقدماتی میزبان را فقط تأیید می‌کند.

نیز، شخص میزبان است که در این مرحله مقدماتی، داستان را از صافی یک دیدگاه معین می‌گذراند و واژگانی را برمی‌گزیند تا داستان به شیوه خاصی در دسترس مخاطبان قرار گیرد. برای نمونه، ریکی لیک در نقش تولیدی مؤلف داستان از اصطلاح «ول کرده‌ان رفته‌ان» استفاده می‌کند (سطر ۸) تا این نکته را پررنگ سازد که هر دو مرد، کریستین را ترک گفته‌اند و با او زندگی نمی‌کنند. وی همچنین واژه «بچه» (سطر ۱۲) را به کار می‌برد تا جوان بودن کریستین را به جنبه مسلط این داستان تبدیل کند. بعلاوه، به تأکید آشکار و بلند ریکی لیک بر دو واژه «همچنین» (سطر ۳) و «هنوز» (سطر ۱۲) توجه کنید که به ترتیب دو بار بارداری کریستین و نیز جوان بودن این مادر را مؤکد می‌سازند.

اینکه در مرحله مقدماتی این داستان تجربه شخصی، میزبان نقش محرک و مؤلف را دارد و کریستین فقط سخنان او را تأیید می‌کند، نشان می‌دهد که از همین ابتدا قرار است

گزیده ۳-۴

ریکی لیک (سونی پیکچرز تله‌ویژن، ۲۰۰۳)

[ریکی لیک در صحنه استودیو در میان حدود بیست دختر نوجوان نشسته است. یکی از دختران، لاتویا، تازه داستانش را تمام کرده و گفته که در پانزده سالگی باردار شده است. دختر دیگر، کریستین، در بیشتر طول صحنه با زیرنویس و به عنوان نوجوانی نوزده ساله و مادری مجرد معرفی می‌شود. رل: ریکی لیک؛ ک: کریستین؛ ل: لاتویا؛ دن: دختران نوجوان.]

نم - رل و ک. رو به	۱	رل	می تونی تعریف کنی که می [تونی؟ که باردار شدی در
ک.	۲	ک	[بله]
ند - ک، به تأیید سر تکان می‌دهد.	۳	رل	شانزده سالگی و <u>همچنین</u> هفده سالگی
ند - رل.	۴	ک	بله (.) درست
نم - رل و ک. رل	۵	رل	و ام ا : : بچه‌ها ت ال : : ان چند ساله‌ان؟
به تأیید سر تکان می‌دهد.	۶	ک	بزرگه داره سه سالش می‌شه و کوچیکه تازه
ند - رل.	۷	رل	یک ساله‌س =
نم - رل و ک.	۸	رل	= و < <u>هر دوی پدرها</u> > ول کرده‌ان رفته‌ان
ند - ک، به تأیید سر تکان می‌دهد.	۹	ک	درسته
ند - رل.	۱۰	رل	وظیفه بزرگ کردن دو تا [بچه
ند - ک، به تأیید سر تکان می‌دهد.	۱۱	ک	[به گردن خودمه =
ند - صحنه استودیو.	۱۲	رل	= و <u>هنوز</u> بچه‌ای [خودت
ند - چند دن حرف می‌زنند.	۱۳	ک	[بله درسته =
نم - ل.	۱۴	ل	= خودش هنوز خیلی [جوونه
ند - رل، رو به دوربین.	۱۵	دن	[بله خیلی جوو - (****) خیلی
			جوونه (****)
	۱۶	رل	<u>خیلی خب</u> (۲/۰) ادامه بده [. . .]

نوعی هویت «توافقی» برای این شرکت‌کننده در استودیو ساخته شود. برای مثال وقتی کریستین سخنان مجری را تأیید می‌کند (سطر ۱۳) لاتویا نیز در سطر ۱۴، ارزیابی مجری از جوان بودن کریستین (سطر ۱۲) را تأیید می‌کند و می‌گوید: «خودش هنوز خیلی [جوونه». نوجوانان حاضر در استودیو نیز بی‌درنگ به تأیید جمله لاتویا برمی‌خیزند و در سطر ۱۵ سخن او را قطع می‌کنند و در حمایت از او یکصدا داد می‌زنند: «[بله خیلی جوو - (****) خیلی جوونه (****)». به این ترتیب، ارزیابی به‌ظاهر خنثای میزبان از سن و سال کریستین در سطر ۱۲، به زنجیره‌ای از ارزیابی‌های دیگر می‌انجامد و موجب

می‌شود که پیامدهای ناگوار روابط جنسی دختران نوجوان به محور گفتگوی برنامه تبدیل شود.

اینک می‌توان پرسید اگر «گفتگوی سرزنده» برای اجرای گفتگوی موثق در برنامه‌هایی همچون *ریکی لیک* اهمیت دارد، آن‌هم با توجه به اینکه این برنامه‌ها مدعی عرضه سخنان مردان و زنان عادی‌اند، پس چرا مجریان این برنامه‌ها نقش محرک و مؤلف داستان‌های شرکت‌کنندگان عادی را از آن خود می‌کنند؟ در پاسخ به این پرسش نیز، همان‌گونه که در سطرهای بعد خواهیم گفت، باید بیان دوگانه گفتگوهای رادیویی و تلویزیونی را در نظر گرفت.

گفتیم که قلمرو داستان برنامه‌های گفتگویی برای «شنندگان» متعددی طراحی و اجرا می‌شود. نخست، میزبان یا مجری حاضر در استودیوی برنامه که داستان‌ها اغلب خطاب به او بیان می‌شود، هرچند معمولاً خود او نیز در بیان داستان نقش فعال دارد و از بسیاری از رویدادها آگاه است. دوم، شرکت‌کنندگان حاضر در استودیو. برای نمونه، در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی»، شریر و قربانی با هم روی صحنه قرار می‌گیرند و نسخه‌های خودشان از یک داستان را باز می‌گویند که اغلب ضد و نقیض‌اند. در برنامه‌های بحث و گفتگوی شرکت‌کنندگان، این افراد جملگی روی صحنه گرد هم می‌آیند تا نظر خودشان را بگویند، یعنی داستان‌های آنان گاهی خطاب به دیگر شرکت‌کنندگان است (ثورن‌بارو، ۱۹۹۷). علاوه بر میزبان و شرکت‌کنندگان، تماشاگران حاضران در استودیو نیز شنونده این داستان‌ها هستند و به شیوه‌های گوناگون به ارزیابی این داستان‌ها می‌پردازند. و دست‌آخر، بینندگان در خانه قرار دارند. درست است که همه «شنندگان» بالا جزو مخاطبان رسمی داستان‌هایی هستند که در استودیوی برنامه‌های گفتگویی نقل می‌شود، ولی «سرزندگی» گفتگو باید با فهم‌پذیری، سرگرم‌کنندگی، ساخت نسخه‌های ویژه‌ای از واقعیت، و پی‌ریزی جنبه‌های معینی از هویت همخوانی داشته باشد. مداخله میزبان در داستان‌گویی شرکت‌کنندگان عادی اغلب برای تحکیم این همخوانی است و نفع آن بیش از همه متوجه بینندگان در خانه است.

از این رو، سخنان *ریکی لیک* در گزیده ۳-۴ برای تولید داستانی است که بینندگان برنامه از آن لذت ببرند، به آسانی آن را بفهمند و از آن ارزیابی «مناسب» داشته باشند. وی به این منظور، برخی از جزئیات را با تأکید و اغراق بیان کرده است؛ مانند سن کریستین در دو باری که باردار شده (سطرهای ۱ تا ۴) و بیان سن دو فرزند وی در هنگام پخش برنامه

(سطرهای ۵ تا ۷). ریکی لیک، با تملک نقش‌های محرک و مؤلف، خودش بر پیامدهای ناگوار رابطه جنسی دختران نوجوان تأکید می‌ورزد و رسیدن - یا احتمالاً نرسیدن - به این نتیجه را به مخاطبان برنامه واگذار نمی‌کند. دیدگاه برنامه درباره این موضوع، به اختصار و مفید در عنوان آن آمده است: «جلوی بارداری نوجوانان را بگیرید!» خود ریکی لیک نیز در آغاز برنامه از آن به عنوان «بیماری بومی بارداری نوجوانان» یاد می‌کند. شبه‌گفتگوهایی بسیار چفت‌بندی شده میان میزبان و میهمان، مانند آنچه در بخش مقدماتی داستان تجربه شخصی کریستین در گزیده ۳-۴ دیدیم، دیدگاهی «توافقی» را درباره واقعیت بارداری نوجوانان و هویت مادران نوجوان پی می‌ریزد.

میزبانان برنامه‌های گفتگویی بر اینکه چه کسی کدام بخش از داستان‌های شرکت‌کنندگان عادی را نقل کند، نظارت دقیقی اعمال می‌کنند، یعنی رویدادهای گفتنی را برمی‌گزینند و ارزیابی‌های معینی از این رویدادها و قهرمانان آنها را برجستگی می‌بخشند. بنابراین، داستان‌های تجربه شخصی شرکت‌کنندگان عادی در برنامه‌های گفتگویی روزانه به واسطه منابعی نشانه‌شناختی نقل یا «روایت‌مند» می‌شوند که در بخش آخر این فصل به آنها خواهیم پرداخت.

۴-۲-۱ روایت‌مندی تجربه عادی در برنامه‌های گفتگویی

یکی از بررسی‌های پیشگام در زمینه گفتگوی رادیویی و تلویزیونی کتاب مانتگومری (۱۹۹۱) است. وی در این بررسی به این نتیجه رسیده است که در بازگویی داستان‌های تجربه شخصی یکی از مجریان برنامه‌های موسیقی رادیویی (دی‌جی) که در برنامه آهنگ ما (رادیو ۱، بریتانیا) با اجرای سایمن بیتس^۱ صورت گرفته، دو سبک ماهرانه در هم تنیده شده است: نامه‌های اعترافی خصوصی و روایت‌های آشکار همگانی. دی‌جی با استفاده از سبک نخست، توانسته است توضیحات مقدماتی همدلانه‌ای درباره گویندگان اصلی آن داستان‌های تجربه شخصی ارائه دهد؛ و با کاربرد سبک دوم، داستان‌ها را با «فاصله‌ای گفتاری» بازگو نموده است؛ یعنی به آنها چارچوبی موثق بخشیده، ولی اطلاعات کافی ارائه نداده است تا هویت گوینده ناشناخته بماند.

1. Simon Bates

در برنامه‌های گفتگویی روزانه تلویزیونی، انتقال از تجربه خصوصی به روایت آشکار همگانی، فقط این نیست که میزبان امکان نقل داستان‌های شرکت‌کنندگان عادی را فراهم می‌آورد. زیرا در داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی، روایت‌مندی تجربه عادی از سوی میزبان و میهمان هر دو صورت می‌گیرد. این کار از جمله شامل موارد زیر است: تصمیم‌گیری درباره اینکه تجربه میهمان کی و چگونه در گفتگوی برنامه داخل شود، ساخت هویت‌های میهمانان در استودیو چگونه صورت پذیرد، و چگونه مطمئن شویم که بینندگان پیام «درست» را دریافته‌اند و چنان سرگرم شده‌اند که کانال را عوض نخواهند کرد.

برای رسیدن به اهداف بالا از نقش‌های روایتی گوناگونی استفاده می‌شود که برخی از آنها با نقش‌های داستان‌گویی گفتگویی مشترک است، از جمله معرفی داستان، راوی، راوی مشترک، شخصیت محوری، مخاطب اصلی، مسئله‌ساز و مسئله‌مند (آکس^۱ و تیلور، ۱۹۹۲). در برنامه‌های گفتگویی روزانه، داستان‌های شرکت‌کنندگان عادی را اغلب مجری معرفی می‌کند (گزیده‌های ۱-۴ تا ۳-۴). شرکت‌کنندگان عادی معمولاً نقش شخصیت محوری (گوینده اصلی) را بر عهده دارند و مجری یا میزبان اغلب نقش راوی مشترک را ایفا می‌کند و گاهی نقش‌های تولیدی محرک و مؤلف را نیز از آن خود می‌سازد (گزیده ۳-۴). نقش مخاطب اصلی همیشه بر عهده بینندگان است و دیگران (برای مثال مخاطبان حاضر در استودیو) نیز نقش مخاطبان تصدیقی، ولی ثانویه را ایفا می‌کنند. نقش‌های مسئله‌ساز و مسئله‌مند به ترتیب بر ارزیابی انتقادی داستان و مخاطب یا هدف این ارزیابی دلالت دارند. شرکت‌کنندگان عادی معمولاً مسئله‌مندند و میزبان، و گاهی، حاضران در استودیو مسئله‌ساز.

ثورن بارو (۲۰۰۱) نقش «درام‌آفرین» را به این نقش‌ها می‌افزاید؛ یعنی کسی که این داستان‌ها را آشکارا به نمایش‌هایی عمومی تبدیل می‌کند. این نقش را معمولاً میزبان برنامه‌های گفتگویی بر عهده دارد و به این منظور چند تمهید تعاملی را به کار می‌بندد؛ مانند تأکید آشکار بر برخی واژه‌ها یا تکرار آنها، «ترغیب» حاضران در استودیو که در لحظات حساس به هو یا تشویق یا دیگر انواع ارزیابی پردازند، مکث معنادار پیش یا پس از اینکه شرکت‌کنندگان نکته‌های مهمی را افشا می‌کنند، و جز آن.

البته این نقش‌های روایتی سیالند؛ یعنی امکان دارد در حین نقل داستان جابه‌جا شوند. برای نمونه، نقش مسئله‌ساز را شاید ابتدا یکی از حاضران در استودیو بر عهده بگیرد و از میهمان برنامه سؤالی بپرسد، و سپس مجری همین نقش را با شدت بیشتری ایفا کند و به ایجاد درام پردازد.

گزیده ۴-۴ که از بخش سوم همین قسمت از برنامه ریکی لیک «جلو بارداری نوجوانان را بگیرید!» گرفته شده است، روند روایت‌مندی تجربه شخصی را در برنامه‌های گفتگویی نشان می‌دهد. نخستین سخنان ریکی لیک، رینالدو را به قلمرو داستان این برنامه وارد می‌سازد. در سطر ۱ وی با نگاه به کارت یادآوری به بینندگان اطلاع می‌دهد که یک داستان دیگر درباره بارداری نوجوانان در راه است و سپس شخصیت محوری آن را معرفی می‌کند: «حالا می‌خواهم با رینالدو حرف بزنم». سپس نقش محرک و مؤلف بخش مقدماتی داستان را بر عهده می‌گیرد (سطرهای ۲ تا ۴) و اطلاعاتی فراهم می‌آورد که نوعی زمینه اخلاقی را شکل می‌دهد تا بعد هویت رینالدو بر پایه همین زمینه ارزیابی شود؛ یعنی پیامدهای ناگوار اینکه رینالدو بدون استفاده از وسایل پیشگیری به رابطه جنسی پرداخته و در چهارده‌سالگی پدر شده است. نقش‌های روایتی و تولیدی رینالدو در این مرحله آغازین، همچون کریستین در گزیده ۳-۴، شخصیت محوری و گوینده اصلی است. در سرتاسر این گزیده، میزبان به مسئله‌سازی و درام‌آفرینی در مورد برخی از جنبه‌های داستان رینالدو می‌پردازد. نخستین مورد در سطر ۳ رخ می‌دهد که میزبان با تأکید و به آرامی عبارت «اولین بار» را ادا می‌کند، و همزمان خواندن کارت یادآوری را متوقف می‌سازد و به طور مستقیم به دوربین چشم می‌دوزد. تلفیق زیرکانه زبان، پیرازبان، و زبان بدن در این لحظه، هم بر توان دراماتیک ماجرا می‌افزاید و هم بینندگان را ترغیب می‌کند که همچون خود وی به مسئله‌سازی (یعنی سرزنش) رفتار رینالدو پردازند.

رینالدو نیز نقش‌های مسئله‌مند و درام‌آفرین مشترک را بر عهده دارد. در واقع، در سرتاسر این گزیده، به نظر می‌رسد که وی نقش مسئله‌مند را به راحتی پذیرفته است؛ و به جز دو مورد که بر خلاف شعار برنامه «جلو بارداری نوجوانان را بگیرید» است (یعنی «> منظورم این نیست که متأسفم >» در سطرهای ۱۹ و ۲۰؛ و «منظورم این نیست که اوضاع براش خیلی بد بوده» در سطرهای ۲۴ و ۲۵) وی در ساخت هویت خودش به عنوان نوجوانی که عبرت گرفته است و حالا می‌داند که «وضعیت می‌تونست در کل (.) خیلی بهتر از این» برای او و پسرش باشد، سهم است. (سطرهای ۲۴ تا ۲۷)

گزیده ۴-۴

ریکی لیک (سونی پیکچرز تله‌ویژن، ۲۰۰۳)

[گزیده زیر پس از پخش فیلم کوتاهی می‌آید که در آن «پسران نوجوان بد» یک به یک رو به دوربین از این سخن می‌گویند که ابایی ندارند دختران نوجوان را باردار سازند و سپس «رها»شان کنند. پس از این فیلم کوتاه، آگهی بازرگانی پخش می‌شود و سپس به نمایی دور و معرف از صحنه استودیو برش می‌خورد. مجری برنامه در جمع حدود بیست نوجوان پسر، از جمله همان پسران بد حاضر در فیلم، نشسته است. رل: ریکی لیک؛ ر: رینالدو. زیرنویس رینالدو را پدری نوزده ساله معرفی می‌کند.]

ن - رل به کارت یادآوری نگاه می‌کند.	۱	رل	خب (.) حالا می‌خواهم با رینالدو حرف بزنم (۲/۰)
نم - رل و ر.	۲		تو به دختر رو باردار کردی
ن - رل نگاهش را از کارت یادآوری برمی‌گیرد، و به دوربین چشم می‌دوزد.	۳		> اولین بار < که رابطه جنسی داشتی در چهارده سالگی (۲/۰)
ن - ر، انگار خجالت‌زده است و سرش را پایین انداخته است.	۴		چهارده سالگی (۲/۰)
	۵	ر	بله ° =
	۶		
ن - رل، به «پسران بد»،	۷		= (۳/۰)
به دوربین، و سپس به ر نگاه می‌کند.	۸		
که در حین سخن گفتن نگاهش را به کف استودیو دوخته است.	۹		بد شامسی بود هان؟
	۱۰		
ن - ر، زیرچشمی به رل نگاه می‌کند و با تأیید و خجالت‌زده سر تکان می‌دهد، ناگهان	۱۱	ر	بله °
برش به نم از چند «پسر بد»	۱۲		
در استودیو که به پایین نگاه می‌کنند و انگار خجالت‌زده‌اند.	۱۳		(۴/۰)
	۱۴		
	۱۵	رل	می‌دونستی که رابطه جنسی بدون وسایل پیشگیری
ن - رل.	۱۶		چه عواقبی داره؟
ن - ر.	۱۷	ر	به نظرم (.) من حتی فکر نمی‌کردم که چه عواقبی داره (.) من فقط (.) داشتم
ن - رل، به تأیید سر تکان می‌دهد.	۱۸		به همون لحظه فکر می‌کردم ا (.) پیش اومد (.)
	۱۹		< منظورم
	۲۰		این نیست که متأسفم > (.) فقط (.) فقط (.) نوجوانی مو ازم گرفت (.) ا (۲/۰)
ن - ر.	۲۱		
	۲۲		ا (.) پسرم داره بزرگ می‌شه (****) ببینید
نم - رل و ر.	۲۳		(.) منم خیلی چیزا رو از او گرفته‌ام (.) می‌دونین (.)
	۲۴		اوضاع می‌تونست خیلی بهتر از این باشه (.) منظورم این نیست
	۲۵		که اوضاع براش خیلی بد بوده ولی (.)
	۲۶		می‌تونست در کل (.) خیلی بهتر باشه حتی برای من
	۲۷		هم [..]

درام‌آفرینی مشترکِ میزبان و میهمان بویژه در سطرهای ۱ تا ۱۵ آشکار است. پرسش کناییِ ریکی لیک «بد شانس بود، هان؟» (سطر ۹)، سه ثانیه مکث پیش از آن (سطرهای ۷ و ۸)، و تأکید آشکار در ادای این پرسش، جملگی برای این است که مخاطبان اصلی داستان در این لحظه - یعنی پسرانِ بد و از جمله رینالدو - را به واکنش وادارد. این واکنش به شکل خجالت‌زدگی رینالدو و دیگر پسران بروز می‌یابد: رینالدو نگاهش را می‌دزد و سرش را پایین می‌اندازد، به تأیید سر تکان می‌دهد و در سکوت با گفته‌های میزبان موافقت می‌کند (سطرهای ۱۱ و ۱۲)؛ پسران نیز با ناراحتی سرشان را پایین می‌اندازند (سطرهای ۱۴ و ۱۵). پرسش کنایی مجری برای این نیز هست که بینندگان را به موافقت وادارد. همچنین در سطر ۸ ریکی لیک با نگاه مستقیم به دوربین بار دیگر بینندگان را به مسئله‌سازی - و ارزیابی - داستان رینالدو فرامی‌خواند.

نکته مهم این است که درام‌آفرینی و مسئله‌سازی ریکی لیک و رینالدو در گزیده ۴-۴ با گزینش هوشمندانه اندازه نما برجستگی یافته است. در چند ثانیه، نماهای درشت میزبان و میهمان به بینندگان ارائه می‌شود و سپس نماهایی از دیگر پسران حاضر در استودیو می‌آید که ارزیابی روایتی «مناسبی» از خود بروز می‌دهند. برای نمونه، در سطر ۹ نمایی درشت از تصدیق غیرکلامی رینالدو ارائه می‌شود که رفتار نادرست او را در گذشته تأیید می‌کند. سپس دوربین این واکنش او را تعمیم می‌دهد و نمایی طولانی (چهار ثانیه) و متوسط از چند پسر بد ارائه می‌شود که به تأیید سر می‌جنبانند و خجالت‌زده‌اند (سطرهای ۱۱ تا ۱۵). همین کاربرد منابع کلامی و بصری از سوی میزبان و شرکت‌کنندگان و گروه تولید (فیلمبرداران و تهیه‌کنندگان) است که تجربه شخصی رینالدو در موقعیت پدری نوجوان را به روایتی همگانی تبدیل می‌کند. درست است که بینندگان برنامه ریکی لیک شاید این را تجربه‌ای خصوصی بدانند، اما این تجربه در قالبی سرگرم‌کننده و اخلاقی عرضه شده است.

۳-۴ نتیجه‌گیری

در این فصل چگونگی «ترسیم» جهان اجتماعی - تاریخی را در داستان‌گویی برنامه‌های گفتگویی روزانه بررسی کردیم؛ و با توجه به تجارب مردم عادی و در ارجاع به روایت‌های مصایب احساسی در برنامه کیلروی نشان دادیم که اجرای هویت‌های موضعی عادی بودن،

انعطاف‌پذیری، و همبستگی چه ارزشی دارد. حتی هنگامی که داستان‌گویی گفتگویی نه «وفادار به خود» است و نه بر رویدادهای چشمگیر تمرکز دارد، برای نمونه در گزیده ۱-۴، نمایش هویت‌های موضعی‌ای که با منش این برنامه، یعنی «با مشکلات احساسی خودت بساز»، همخوان است، حق سخن گفتن شرکت‌کنندگان را می‌افزاید.

اما برای داستان‌گویان غیرعادی، بویژه میزبانان برنامه‌های گفتگویی، مزیت نقل داستان‌های تجربه دست‌اول این است که رابطه دوستانه‌ای را میان مجری و میهمان رقم می‌زنند. البته این داستان‌ها به شخصیت‌های رسانه‌ای نیز وابسته‌اند و شاید به همین دلیل موثق شمرده شوند. پیشتر باور بر این بود که شخصیت‌های صفحه کوچک تلویزیون باید چهره‌ای عادی از خود نشان بدهند تا بتوانند به این اعتمادپذیری دست یابند؛ ولی، همان‌گونه که از تحلیل گزیده ۲-۴ برمی‌آید، در واقع برخی از این شخصیت‌ها برای کسب این اعتمادپذیری به وجهه عمومی‌شان رنگ و بوی کنایی و طنزآمیز می‌دهند. در بقیه این کتاب و بویژه در فصل ۱۴ این موضوع را به تفصیل بررسی خواهیم کرد.

این ادعای برنامه‌های گفتگویی که داستان‌هایی واقعی را از زبان مردم واقعی ارائه می‌دهند، با دو مورد هماهنگ است: یکی نیاز به سرگرمی‌آفرینی، و دیگری نظارت بر نسخه‌هایی از واقعیت و برخی از هویت‌های مردم عادی که باید از طریق داستان‌گویی عرضه شود. به این دلیل، داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی اغلب با روایت مشترک میزبان و میهمان شکل می‌گیرد، و میزبان نقش اصلی را در هدایت گفتار میهمان دارد. میزبانان این برنامه‌ها با کنش‌هایی روایتی همچون شبه‌گفتگوهای بسیار چفت‌بندی‌شده، تجارب و احساسات شرکت‌کنندگان را به روایت‌هایی همگانی تبدیل می‌کنند که با نیازها و ادعاهای برنامه همخوانی داشته باشد. برای نمونه، میزبانان به یاری کاربرد هوشمندانه دوربین، به درام‌آفرینی و مسئله‌سازی برخی از واقعیت‌های روایتی برای بینندگان می‌پردازند.

بنابراین، داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی، نمونه مناسبی از نقش ایدئولوژیک و حماسه‌سرایانه تلویزیون است (ن.ک. فصل ۲). این برنامه‌ها ادعا دارند که صدای آن دسته از مردان و زنان عادی را به گوش همگان می‌رسانند که در غیر این صورت دیدگاه‌ها و تجارب‌شان ناشنیده می‌ماند، ولی کنش‌های روایتی مورد استفاده در این برنامه‌ها چنان است که این فرصتی که در اختیار مردم عادی برای بیان دیدگاه‌ها و تجارب‌شان قرار می‌گیرد، ماهرانه و باواسطه است. در بخش بعدی این کتاب، بویژه در فصل‌های ۶ و ۷، بیشتر به این

موضوع خواهیم پرداخت که گروه‌های گفتمانی متفاوت (مردم عادی، مجریان حرفه‌ای، و افراد مشهور) چگونه جلوی دوربین به افشای احساسات و بیان تجاربشان می‌پردازند. فصل ۵ نیز به بررسی مفهومی فضای «نزدیکی» در تلویزیون اختصاص دارد که این گفتگوهای کلامی در آن صورت می‌پذیرند.

بخش دوم

نزدیکی



نزدیکی ... یا چگونه تلویزیون صمیمی و شخصی می‌شود

پخش رادیویی و تلویزیونی نمی‌توانست با مخاطبانش به صورت یک
توده سخن بگوید و باید می‌آموخت که با تک‌تک آنها صحبت کند.
(اسکانل، ۱۹۹۱: ۳)

در نقل قول بالا، سخنان اسکانل درباره شبکه بی‌بی‌سی است که در اوایل دهه ۱۹۳۰ متوجه
شد هرچند رادیو و تلویزیون رسانه‌های جمعی‌اند، ولی شیوه ارتباطی آنها چنین نیست.
هیلدا مته‌سون^۱، مدیر وقت برنامه‌های گفتگو محور بی‌بی‌سی، در این باره چنین گفته است:
«شخصی که در آن سو نشسته است [بیننده]، از گوینده انتظار دارد که با او به گونه‌ای
شخصی و ساده و تقریباً آشنا، مثل گفتگوی رودررو، حرف بزند» (مته‌سون، ۱۹۳۳:
۷۶-۷۵) در اسکانل، ۱۹۹۱: ۳. باور بر این بود که با این کار، رادیو و تلویزیون با دو حیطه
خلوت و فراغت هماهنگی می‌یابند؛ یعنی با دو حیطه‌ای که گوش دادن به رادیو و تماشای
تلویزیون در آنها رخ می‌دهد. دیری نپایید که دریافتند پخش رادیویی و تلویزیونی باید با

1. Hilda Matheson

میلیون‌ها مخاطب چنان سخن بگویند که انگار با تک‌تک آنها سروکار دارد؛ یعنی باید از «ساختارهای برای همه ولی خطاب به یک‌نفر» استفاده کند: هر یک از بینندگان باید احساس کند که آنچه می‌بیند و می‌شنود به طور مستقیم و فقط خطاب به اوست، هرچند آشکار است که این سخنان و تصاویر برای تمام کسانی پخش می‌شود که به تماشای آن برنامه نشسته‌اند (اسکانل، ۲۰۰۰). خلاصه اینکه، پخش رادیویی و تلویزیونی برای بقای خود باید از در نزدیکی با مخاطب درمی‌آمد.

در واقع، بینندگان باید به آنچه در تلویزیون گفته می‌شود، گوش بسپارند، نه اینکه آن را فقط بشنوند؛ و آنچه را به نمایش درمی‌آید تماشا کنند، نه اینکه فقط تصاویر متحرکی را بر صفحه ببینند. با این حال، تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی نه می‌توانند بینندگان را به تماشای برنامه‌ای خاص وادارند و نه می‌توانند آنان را به بینندگان آرمانی تبدیل کنند، یعنی به بینندگانی که همه برنامه را از اول تا آخر ببینند. بنابراین، ناگزیر به ابداع روش‌هایی پرداخته‌اند که نخست توجه بیننده را جلب و سپس آن را حفظ کنند. یکی از بهترین روش‌های این کار، ایجاد نوعی تعامل میان تلویزیون و بیننده است.

هرگاه به تعامل در تلویزیون معاصر می‌اندیشیم، معمولاً آن را با نوآوری‌های فناورانه همراه می‌سازیم. برای نمونه، تماس تلفنی بینندگان با برنامه فقط برای افزایش درآمد نیست [چون بخشی از هزینه تماس تلفنی به حساب برنامه ریخته می‌شود] بلکه از نخستین تمهیدهایی است که امکان مشارکت - و تعامل - آنان را با تلویزیون فراهم می‌سازد. امروزه این تماس‌های تلفنی در بیشتر قالب‌های تلویزیونی - از برنامه‌های صبحگاهی گرفته تا مسابقات و برنامه‌های استعدادیابی - رایج شده است. به تازگی، و بویژه با ابداع تلویزیون دیجیتال و اینترنت، فرصت‌های تعاملی تازه‌ای سر بر آورده است، مانند پادپخش^۱، پخش برنامه بر پایه تقاضای بیننده، و ویژگی‌های تعاملی که دستگاه کنترل از راه دور در اختیار مخاطب قرار می‌دهد.

با این همه، و همان‌گونه که در فصل ۱ ذکر کردیم، سهم فناوری در آینده (گفتمان) تلویزیونی را باید قدر بنهیم، ولی مقهور آن نشویم؛ زیرا منش ارتباطی تلویزیون - و رادیو - بر تعامل‌پذیری یا به اصطلاح اسکانل (۱۹۸۹: ۱۵۶، و نیز ۱۹۹۹) بر «معاشرت‌پذیری»

1. podcasting

استوار است. گفتگوی تلویزیونی «راحت و اجتماعی، قابل دسترسی و اشتراک‌پذیر، غیر انحصاری، و در نظریه و عمل نقل‌پذیر از سوی همگان است».

تلاش‌های بنیادی برای ایجاد تعامل اجتماعی میان تلویزیون و بیننده را می‌توان در بخش‌های آغازین و پایانی برخی از برنامه‌ها دید. برای نمونه، همان‌گونه که در فصل ۲ گفتیم، مجریان برنامه‌های گفتگویی معمولاً در پایان برنامه، بینندگان را «به طور مستقیم» مورد خطاب قرار می‌دهند و با پایان‌بخش‌های روایتی، محتوا و مفاد اخلاقی گفتگوها را جمع‌بندی می‌کنند؛ و در برخی موارد، بینندگان را به «تعامل» بعدی «فرا می‌خوانند». مثلاً، رابرت کیلروی - سیلک همیشه برنامه‌اش را در نمای درشت و رو به دوربین و با این جملات به پایان می‌برد: «مراقبت خودتان باشید. به امید دیدار در فردا صبح».

آغاز و پایان برنامه‌های خبری نیز با جملاتی فرمولی همراه است، مانند «این بخش خبری ساعت ده است» یا «از جانب همه ما در اتاق خبر، شب به‌خیر». البته کسی انتظار ندارد که بیننده به این «شیوه خطاب مستقیم» (آلن، ۲۰۰۴؛ کارنر، ۱۹۹۵؛ تولسون، ۱۹۹۶) واکنش نشان بدهد و در پاسخ به این خوشامدها و خداحافظی‌ها که «جفت‌های همجوار»^۱ نامیده می‌شوند، در عمل جملاتی را به زبان بیاورد. گویندگان اخبار پس از خوشامدگویی آغازین کارشان را ادامه می‌دهند و به اعلام عناوین مهم خبری می‌پردازند و در آخر نیز روی از دوربین برمی‌گیرند و به برگه‌های جلوشان نگاه می‌اندازند تا به بیننده علامت بدهند که اخبار به پایان رسیده است. اینکه گویندگان خبر به دوربین نگاه می‌کنند، ولی اخبار را از روی صفحه بالای آن می‌خوانند، برای ایجاد حس تعامل است و با این کار، سخنان آنها از محدوده استودیو فراتر می‌رود و بر این دلالت دارد که حتماً «در جایی کسی هست که آن را دریافت کند، کسی که به هر حال معلوم می‌شود "من" است» (اسکانل، ۲۰۰۰: ۱۱). ولی برخلاف گفتگوهای بی‌واسطه، این خطاب‌ها و نگاه‌های مستقیم گویندگان خبر به بینندگان، دال بر هیچ نوع گفت و شنود واقعی نیستند؛ اما چون در زمان واقعی تولید می‌شوند و ساختارهای «برای همه ولی خطاب به یک‌نفر» را دارند، از توان بالقوه تعامل برخوردارند و فرد فرد بینندگان را در موقعیت شبه‌تعامل یا تعامل شبیه‌سازی شده قرار می‌دهند.

1. adjacency pairs

معاشرت‌پذیری تلویزیون بویژه در گفتگوهای احساسی افراد آشکار می‌شود. مجریان، مردم عادی، و افراد مشهور اغلب جلوی دوربین تلویزیون از احساس‌ها و تجارب خود سخن می‌گویند. برای نمونه، در فصل ۳ نشان دادیم که چگونه در فیلم‌های مستند، کناره‌گویی‌های شخصی راوی مشهور که رو به دوربین صورت می‌گیرد، نوعی حس اعتماد و رابطه میان راوی و بیننده را پی می‌ریزد که مبنای واقع‌گرایی آنها به شمار می‌رود. این کناره‌گویی‌ها (با استفاده از نماهای درشت) فاصله بصری و (با استفاده از گفتار تجربه‌محور و محرمانه) فاصله کلامی میان دو جهان را برمی‌دارند: جهانی که راوی در آن حضور دارد، و جهانی که بینندگان در آن زندگی می‌کنند. در فصل ۴ نیز نقش تجربه شخصی را در اعتمادبخشی به داستان‌گویی برنامه‌های گفتگویی بررسی کردیم. در این بخش از کتاب به رابطه میان دو مورد خواهیم پرداخت: یکی اجرای گفتگوی خصوصی و احساسی، و دیگری تلاش این رسانه برای نزدیکی به بینندگان در قالب‌های تلویزیونی «جدی» (اخبار زنده، فصل ۶) و «غیرجدی» (برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور و برنامه‌های واقعیت‌محور، فصل ۷). برای مثال در برخی از برنامه‌های واقعیت‌نما^۱ افراد عادی را می‌بینیم که در خلوت خانه‌های خود، گفته‌هایی شخصی و احساسی را رو به دوربین‌های قابل حمل به زبان می‌آورند. استفاده از وسایل فیلم‌سازی غیرحرفه‌ای و محیط خانه از یک سو، و محتوای اعترافی سخنان این افراد از سوی دیگر، به این معناست که ظاهراً این گفتگوها وجوه پنهان شخصیت آنان را برملا می‌سازد. در نتیجه، این احساس رقم می‌خورد که این مردم عادی روی صفحه تلویزیون، رابطه‌ای صمیمی و شخصی با بینندگان برقرار می‌کنند.

معاشرت‌پذیری میان کسانی که بر صفحه تلویزیون دیده می‌شوند و کسانی که آن را تماشا می‌کنند، تنها تمهیدی نیست که این رسانه برای ایجاد نزدیکی و ارتباط به کار می‌گیرد، بلکه تعامل افراد حاضر در تلویزیون نیز تمهیدی رایج برای ایجاد نزدیکی است و معمولاً چنان برقرار می‌شود که بینندگان نیز خودشان را، هرچند به صورت نیابتی، جزء آن احساس کنند. برای نمونه، در فصل ۴ دیدیم که در برنامه‌های گفتگویی، داستان‌های شرکت‌کنندگان عادی اغلب به صورت شبه‌گفتگوهای بسیار چفت‌بندی شده اجرا می‌شوند: در حین گفتگوی میزبان و میهمان، و با پرسش‌ها و اشاره‌های میزبان، تجارب و احساسات میهمان در دسترس «مستقیم» بینندگان قرار می‌گیرد. تبادل گفتگو بر صفحه

1. reality show

تلویزیون (که به «گفتگوی خوب و مناسب»^۱ نیز معروف است) به شکلی رایج برای ارائه اخبار تبدیل شده است؛ و فقط شامل گفتگوی دو گوینده درباره رویدادهایی نیست که خبر آن را اعلام کرده‌اند یا اعلام خواهند کرد - البته این مورد نیز گاهی رخ می‌دهد - ولی بیشتر شامل ارائه داستان‌های خبری از طریق گفتگوی گوینده خبر و گزارشگر خبر است. این بخش‌های تعاملی، بینندگان را در موقعیت استراق سمع گفتگوی گوینده و گزارشگر خبر قرار می‌دهند، هرچند بینندگان آگاهی کامل دارند که گفتگوی این دو در اصل برای آنان صورت می‌گیرد.

بعلاوه، به تدریج میان افراد روی صفحه تلویزیون یا میان آنان و بینندگان پیوند مشترک دیگری نیز شکل گرفته است: هرچه سبک تعامل غیررسمی‌تر، بهتر. این گفته معروف فئرکلاف (۱۹۸۹، ۱۹۹۵، ۱۹۹۸) است که شکل‌های گفتار خصوصی، بویژه شکل‌های گفتار در اسلوب‌های گفتگویی یا مکالمه‌ای، تلویزیون و دیگر گستره‌های زندگی عمومی را به تسخیر خود درآورده‌اند. این پدیده، «گفتگووارسازی»^۲ نام گرفته و از جمله در کاربرد روزافزون گفتار محاوره‌ای و مصطلح، نشانه‌های گفتمان گفتگویی، و نگرش‌های توده‌گرایانه (پوپولیستی) در برخی از گستره‌های همگانی آشکار است، مانند استفاده از «ما» در برنامه‌های تلویزیونی که برای اشاره به تلویزیون و بینندگان به کار می‌رود.

درست است که مفهوم گفتگووارسازی فئرکلاف نشان‌دهنده تأثیر فزاینده قلمرو خصوصی بر گستره‌های زندگی عمومی است، اما اثرپذیری دوجانبه اینها را نباید نادیده گرفت. برای مثال در برنامه‌های گفتگویی، ارزش «خودت بساز» احساسی، که ناشی از نقل شفاهی ماجراهاست، مورد تأکید قرار می‌گیرد (ن.ک. فصل ۴). در واقع این تأکید، بخشی از رفتارهایی است که در مجموع، بیان احساسات را در طیفی از زمینه‌های خصوصی و عمومی ترغیب می‌کنند. مطالعه کتاب‌های خودیاری، شرکت در انجمن‌های گروه‌درمانی، و «بحث و تبادل نظر» با همسر و فرزندان و همکاران و رئیس، همگی نشانه‌هایی هستند که علاقه کنونی به بیان لفظی احساسات را نشان می‌دهند. به گفته کامرون (۲۰۰۳: ۳۰-۳۱) ما در زمینه‌های گوناگون (مانند میهمانی خصوصی و برنامه گفتگویی) به شیوه‌های گوناگون سخن می‌گوییم، ولی شیوه‌ای که با آن خودمان را ارائه می‌دهیم و با طرف صحبت‌مان ارتباط می‌یابیم، اغلب بر پایه یک خود «آرمانی» است، یعنی:

1. happy talk

2. conversationalisation

انسانی فصیح، صریح، مساوات طلب، همیار، بیان کننده احساسات، درستکار، و صادق. این خود آرمانی فقط جنبه زبانی ندارد، بلکه به طور تلویحی انسانی را تعریف می کند که از نظر اخلاقی نیز پسندیده است. گال (۱۹۹۵) بر این باور است که داوریهایی که بر پایه کاربرد زبان صورت می گیرند، اغلب این جنبه اخلاقی را در خود دارند. [..]. این جنبه اخلاقی هنگامی کاملاً آشکار است که گفتار کسی را «ارتباط خوب» ارزیابی می کنیم. در برخی از متون، نویسندگان [کارشناس ارتباطات] به تفصیل شرح می دهد که سکوت یا سخن نگفتن از احساسات، برانزو اطلبی و تنگ چشمی دلالت دارد.

بنابراین، آرمان ارتباط خوب به اجرای گفتگوی احساسی نیاز دارد و گفتگوی احساسی نیز از نظر ارزش درمانی با اخلاقیات درآمیخته است. بعلاوه، در برخی از فرهنگ ها، همین حالت آرمانی است که در زمینه های ارتباطی گوناگون، خصوصی و عمومی، گسترش می یابد. برای مثال، تحلیل مانگومری (۱۹۹۹) از بزرگداشت مرگ شاهزاده دایانا از سوی مردم بریتانیا، نشان می دهد که شیوه های ارتباطی غیررسمی و احساسی و بدون قید و بند، در هر دو گفتمان عمومی و خصوصی کاربرد روزافزونی یافته است و آنچه رواج آنها را در کل جامعه تشدید می کند، اجرای روزمره آنها بر صفحه تلویزیون است.

معاشرت پذیری تلویزیون، علاوه بر اجرای گفتار احساسی، تا اندازه ای بر «اجرای زنده»^۱ (تولسون، ۲۰۰۶) نیز استوار است. اجرای زنده مفهومی تازه نیست - و در واقع جناس تولسون روی مفهومی قدیمی در پژوهش رسانه ای است: «پخش زنده».^۲ این مفهوم در آغاز فصل ۶ به تفصیل بررسی شده است، ولی در اینجا باید اشاره کنیم که اجرای گفتگوی زنده در تلویزیون، مفهوم گفتگووارسازی فترکلاف را یک گام به جلو می برد. آنچه گفتگو را برای رسانه تلویزیون جذاب ساخته است، فقط حالت غیررسمی آن نیست، بلکه نانوشته بودن آن نیز هست. گفتگوهای زندگی واقعی از آن روی خودانگیخته به نظر می رسند که لحظه به لحظه تکوین می یابند، نه بر پایه مراحل پیش بینی پذیر. البته شاید انتظار داشته باشیم که این گفتگوها نیز با جفت های همجوار سلام و خداحافظی همراه باشند، ولی شکل و محتوای واقعی این جملات هرگز قابل پیش بینی نیستند، و به همین دلیل است که «زنده» (طبیعی، خودانگیخته) به نظر می رسند. امروزه بسیاری از برنامه های

1. liveliness

2. liveness

پخش، از جمله آنهایی که آشکارا ضبط شده و دارای فیلمنامه‌اند، نیز می‌خواهند زنده به نظر برسند. اجرای زنده، در ایجاد نوعی حس کلی نزدیکی نقش بسیار مهمی دارد. به همین دلیل، پخش تلویزیونی، که در اصل زنده و بدون متن قبلی است نیز همین جنبه طبیعی «هم‌اکنون و همین‌جا» را بسیار تبلیغ می‌کند.

در فصل ۶ همین جنبه از گفتمان تلویزیونی در مورد اخبار زنده بررسی شده است. در این برنامه‌های خبری، که قرار است زنده و بدون متن قبلی به نظر برسند، یک نیاز فنی مهم برآورده می‌شود: همزمانی با آن دسته از رویدادهای زندگی واقعی که در این برنامه‌ها پخش می‌شود. با این حال، این برنامه‌ها برای تقویت این حس، از چند منبع نشانه‌شناختی استفاده می‌کنند. برای مثال، گفتار اغلب بداهه می‌نماید و شامل تعامل‌هایی است که با زمینه‌های بروز طبیعی ارتباط، مانند تبادل گفتگو میان گوینده خبر و گزارشگران حاضر در محل، همخوانی دارند. صدا و تصویر گاهی «ناهموار» به نظر می‌رسند - که نشانه‌ای بصری و صوتی بر نبود فیلمنامه است. چنین می‌نماید که هدف از این «زیبایی‌شناسی پخش زنده» (ریچاردسن و ماینهوف، ۱۹۹۹)، اجرای طبیعی (زنده) همان شرایط تماشای بی‌واسطه و در زمان واقعی است. منظور از همه اینها، کاهش فاصله بینندگان و هر چیز و هر کسی است که بر صفحه تلویزیون دیده می‌شود.

پخش به‌ظاهر زنده، در برنامه‌های گفتگویی و واقعیت‌نما نیز اهمیت دارد، زیرا هم ابزاری بنیادین برای ایجاد نزدیکی میان بینندگان و افراد حاضر در تلویزیون است و هم در اعتباربخشی به سخنان آن افراد نقش مهمی دارد. یکی از روش‌های رایج این اعتباربخشی این است که افراد به بیان آزادانه احساساتشان پردازند. دلیل آن هم این است که، به طور کلی، از پیش طراحی نمی‌کنیم که خوشحال، غمگین، نومید، خشمگین، و جز آن باشیم، بلکه ایجاد این حالت‌ها در ما به عوامل گوناگونی بستگی دارد. بنابراین، برنامه‌های گفتگویی و واقعیت‌نما با برجسته کردن گفتار احساسی، نوعی حس خودانگیختگی را رقم می‌زنند؛ و بعلاوه، همان‌گونه که تجزیه و تحلیل فصل ۷ نشان خواهد داد، شکلی از سرگرمی را برای مصرف همگانی فراهم می‌آورند که امروزه بسیار رونق دارد.

یکی از نشانه‌های موفقیت تلویزیون در پی‌ریزی این معاشرت‌پذیری، ایجاد «تعامل‌های پیرا اجتماعی» (هارتون و ول، ۱۹۹۵) میان برخی از بینندگان و بعضی از مجریان تلویزیون است. هارتون و ول (۱۹۵۶: ۲۲۳) با تجزیه و تحلیل روان‌شناختی یکی

از برنامه‌های تلویزیون آمریکا در دهه ۱۹۵۰، یعنی برنامه جانی کارسون^۱، به این نتیجه رسیدند که استفاده مکرر مجری (در اینجا کارسون) از خطاب مستقیم به بینندگان موجب می‌شود که بینندگان حس کنند مجری را «چنان می‌شناسند که دوستان نزدیکشان را: یعنی با مشاهده مستقیم و تفسیر ظاهر و حرکات و صدا و گفتار و کردار آنان در موقعیت‌های گوناگون».

البته باید گفت که هارتون و ول در اثبات این ادعا شواهد تجربی ارائه نکردند، ولی در برخی از پژوهش‌های بعدی که درباره واکنش بینندگان به اجرای میزبانان برنامه‌های گفتگویی صورت گرفته، چنین شواهدی ذکر شده است. برخی از بینندگان، میزبانان این برنامه‌ها را افرادی «واقعی» توصیف کرده‌اند، نه کسانی که نقش میزبان را در برنامه‌های گفتگویی ایفا می‌کنند (ن.ک. لوینگستون و لانت، ۱۹۹۴). آنچه این حس را تقویت می‌کند، چند رمزگان فنی و بازنمونی است. برای نمونه، دکور استودیوی این برنامه‌ها اغلب حالتی غیررسمی دارد. نماهای درشت از این میزبانان نیز فراوان است تا بینندگان بتوانند ظاهر و حرکات و صدای آنان را «به طور مستقیم» مشاهده و تفسیر کنند. بعلاوه، شمار فراوان نماهای درشت یا نزدیک، به بینندگان امکان می‌دهد تا چگونگی تعامل میزبانان با حاضران در برنامه و رفتارشان را در موقعیت‌های گوناگون - برای مثال، پند و اندرز، لبخندهای همدلانه، اظهار احساسات و تجارب شخصی، و مانند آن - مشاهده کنند.

این تعامل‌های پیرا اجتماعی، بازتاب و تأکید فرایند گسترده‌تری به نام «فردیت ساختگی»^۲ است که در برخی از جوامع امروزی رخ می‌دهد - طی این فرایند، روابط ناهمزمان یا ناشناس، به طرزی فزاینده سمت و سوی «برابری، همبستگی، و نزدیکی» گرفته‌اند (فترکلاف، ۱۹۸۹: ۲۱۷). البته فردیت ساختگی به هیچ وجه منحصر به رسانه تلویزیون نیست. روابط باواسطه با دیگران غایب، به بخشی از زندگی امروز ما تبدیل شده است. امروزه برخی از تعامل‌های اجتماعی ما در چارچوب «نظام اجتماعی باواسطه» صورت می‌گیرد: تلویزیون، رادیو، اتاق‌های گفتگو در اینترنت، پیام‌های کوتاه با تلفن همراه، کنفرانس‌های ویدئویی، وبلاگ‌ها، و جز آن. از طریق این رسانه‌های کهنه و نو است که روابطمان را با دیگران - اغلب به شیوه‌ای «نزدیک» - شکل و قوام می‌دهیم. برای مثال، توجه کنید که در نامه‌های الکترونیک (ای‌میل) با چه زبان راحت و غیررسمی با

1. The Johnny Carson Show

2. synthetic personalisation

کسانی ارتباط برقرار می‌کنیم که آنان را نه دیده‌ایم و نه می‌شناسیم. از این دیدگاه، فردیتِ ساختگی و «نزدیکی بافاصله» (لنگر، ۱۹۸۱: ۳۶۱) که در وجوه تعاملیِ تلویزیون ریشه دارد، فقط یکی از جلوه‌های واسطه‌پذیریِ روابط فردی در جهان امروز است.

با این همه، اینکه تلویزیون می‌تواند تعامل‌های پیرا اجتماعی را گسترش دهد، به این معنا نیست که بینندگان چنان ساده‌لوح‌اند که متوجه ماهیت ایفایی آنها نمی‌شوند؛ و به این معنا نیز نیست که بینندگان به نشانه‌های صمیمیت میان فردی که مجریان تلویزیون بروز می‌دهند، به طور خودکار واکنش مثبت نشان می‌دهند. فقط در گفتگوهای تصادفی است که مخاطبان احتمالاً چنین واکنش‌های مثبتی را نشان می‌دهند. بینندگان تلویزیون ممکن است این نشانه‌ها را با بدبینی بنگرند و حتی آنها را ماکیاولی‌وار بشمارند: یعنی بگویند که هدف از آنها ترغیب تماشاگران به تماشای برنامه، تبلیغ وجهه اجتماعی مجریان و برنامه، و مانند آن است.

دلبستگی تلویزیون به اجرای زنده نیز سرنوشت همانندی دارد. نمونه خوب آن، قسمت‌های متوالی مسابقه واقعیت‌نمای *برادر بزرگ*^۱ است که در آن گروهی از افراد به مدت ده هفته در یک خانه مشخص اسکان می‌یابند و دوربین، بیست و چهار ساعته کردار و گفتار آنها را ضبط می‌کند. از یک سو، بینندگان این برنامه می‌توانند لحظه به لحظه زندگی روزمره این چند همخانه را روی اینترنت تماشا کنند. این بدان معناست که این همخانه‌ها باید گاهی فراموش کنند که زیر نگاه دوربین قرار دارند - یعنی گاهی باید رفتار مقید را کنار بگذارند. در چنین مواقعی شاید گفتگوی آنان به «محیط اجتماعی» خانه *برادر بزرگ* - یعنی روابط میان فردی آنان - معطوف شود. در این سطح، گفتگوی آنان را می‌توان سرزنده پنداشت. می‌توان گفت که *برادر بزرگ* دسترسی بی‌واسطه به دنیای «واقعی» این همخانه‌ها را فراهم می‌آورد و در نتیجه فرصت جذابی در اختیار بینندگان قرار می‌دهد تا چشم‌چرانی کنند و به حرف‌های خصوصی آنان گوش بسپارند.

از سوی دیگر، این برنامه این حقیقت را پنهان نمی‌سازد که گاهی «واقعیت» خانه *برادر بزرگ* را دستکاری می‌کند. این برنامه برای سرگرم ساختن بینندگان تمهیدهایی را اعمال می‌کند: ایجاد موانعی که همخانه‌ها باید بر آنها غلبه کنند تا امتیاز بگیرند، ایجاد تفرقه میان اعضای گروه، پخش برنامه‌های جنبی که در آنها بستگان و دوستان و همخانه‌های

«اخراجی» درباره روابط میان فردی که در خانه در حال شکل گیری است بحث می کنند، و موارد دیگر. بعلاوه، هر روز عصر گزیده‌ای از مهم ترین رویدادهای آن روز پخش می شود که شامل گفتگوی همخانه‌ها درباره عشق، روابط جنسی، کشمکش، بحران هویت، خیانت در دوستی، و دیگر مواردی است که رنگ و بوی ملودرام دارند. از این گذشته، صحنه‌هایی که در آنها همخانه‌ها آشکارا درباره حالت مسابقه‌ای برنامه گفتگو می کنند نیز حذف نمی شوند؛ و در واقع اغلب صحنه‌هایی برای بینندگان پخش می شود که همخانه‌ها درباره حضور دوربین و شرکت شان در مسابقه‌ای با جایزه نقدی گفتگو می کنند. در این مواقع، گفتار آنها اصلاً مخفیانه و پنهان نیست. این «چارچوب دوگانه» گفتگو در برادر بزرگ (ثورن بارو و موریس، ۲۰۰۴) اجرای زنده‌ای را که به ظاهر دوربین‌های این برنامه ضبط می کنند، تا اندازه‌ای زیر سؤال می برد. بینندگان احساسات و افشاگری‌ها و شایعات و انواع و اقسام بروز طبیعی گفتگوی خصوصی را مشاهده می کنند؛ ولی متوجه (برخی از) شیوه‌هایی نیز می شوند که با آنها این گفتگوها آشکارا برای مصرف آنان طراحی شده‌اند. برادر بزرگ بازیگوشانه به «شبیه‌سازی» واقعیت از دل مکان‌ها، وظایف، شخصیت‌ها و تصاویری می پردازد که واقعی و صمیمی جلوه می کنند (داوی، ۲۰۰۰) — در اینجا شبیه‌سازی را به همان معنایی به کار می بریم که در بازی رایانه‌ای *خانواده مجازی* [خانواده سیم]^۱ می بینیم.

مباحث این فصل درباره منش ارتباطی تلویزیون بوده است که بیشتر میان فردی است تا تصویری. تلاش تلویزیون، به مثابه رسانه‌ای همگانی، برای ایجاد حس نزدیکی میان فردی با بینندگان در آغاز بر شیوه‌های ارتباطی در حیطه خصوصی زندگی استوار بوده است؛ ولی نمی توان گفت که معاشرت‌پذیری تلویزیون همچنان وامدار گستره خصوصی است. زیرا شیوه‌های گفتار عمومی نیز بر گستره خصوصی زندگی اثر می گذارند. تلویزیون شیوه‌های ارتباطی گستره خصوصی، مانند حالت غیررسمی و طبیعی و فهم‌پذیر را چنان در اختیار خود گرفته که امروزه گفتمان تلویزیونی شامل این موارد است، نه برگرفته از آنها.

با این همه، معاشرت‌پذیری تلویزیون همچنان یک سازه است: یعنی محصول واسطه‌پذیری و اجراست. زیرا به هر حال تلویزیون، بنا به تعریف، رسانه‌ای همگانی است و در نتیجه تعامل‌های آن همیشه برای پخش گسترده طراحی و تولید می شود. پرسش

اصلی این است که این تعامل از نظر بصری و صوتی و کلامی چگونه در تلویزیون شکل می‌گیرد تا حس نزدیکی را القا کند. این موضوعی است که در فصل‌های ۶ و ۷ به آن خواهیم پرداخت.

فصل ۶ به بررسی نزدیکی در زمینه اخبار زنده تلویزیونی می‌پردازد، و یکی از هدف‌های اصلی آن تجزیه و تحلیل این نکته است که تصاویر و صداها و واژگان اخبار زنده چگونه این حس را به درستی به بیننده القا می‌کنند که به «هم‌اکنون و همین‌جا»^۱ برش معینی از جهان اجتماعی - تاریخی، و نه به نسخه دوم آن، دسترسی مستقیم دارند. بنابراین، این تجزیه و تحلیل بر بخش ۱ این کتاب استوار است، زیرا به قالبی از پخش تلویزیونی می‌پردازد که مدعی ارتباط مستقیم با جهان بیرون است نه ضبط مستقیم آن. یکی از بحث‌های روشن‌گر در این زمینه، تکیه اخبار زنده بر آینده و این امکان است که اخبار تلویزیونی فقط دسترسی بی‌واسطه به واقعیت (های) بالقوه را فراهم می‌سازد یا خواهد ساخت.

همان‌گونه که در فصل ۶ خواهیم گفت، امروزه حضور کنونی جهانی که اخبار زنده بر گرد آن می‌چرخد، بیش از پیش به نفع «اخبار آتی» این جهان کنار می‌رود. نتیجه ناگزیر این موقعیت، گفتار گمان‌پردازانه است. برخی عقیده دارند که این وضعیت به «تنزل» یا «جنجالی شدن»^۱ اخبار منجر شده است (سواين، ۲۰۰۳)؛ بعضی نیز بر این باورند که تا جایی که به تولید و بازده خبر مربوط می‌شود، هیچ تغییر مهمی در اصول و شیوه‌های آن پدید نیامده است (وینستون، ۲۰۰۲). برای نمونه، مانتگومری (۲۰۰۷) تغییراتی را که از دهه ۱۹۸۰ به بعد در سبک اخبار رخ داده، برشمرده است (تغییر در طرز بیان، سبک خطاب، و ساختار گفتمان) ولی عقیده دارد که این دگرگونی‌ها بیشتر در جهت افزایش جنبه‌های اطلاعاتی و گفتگوواری اخبار بوده است، نه در مسیر جنجالی شدن آن.

در وضعیت کنونی اخبار، آینده تقریباً همان‌گونه پرداخت می‌شود که رویدادهای گذشته نزدیک، پیش از سیلاب پخش زنده در تلویزیون، پرداخت می‌شدند: به صورت سازه‌ای که در معرض دیدگاه‌ها و ارزیابی‌های گوناگون است. بعلاوه، تلاش دیگری که برای نزدیکی بینندگان و تلویزیون صورت می‌گیرد این است که از بینندگان خواسته می‌شود تا در بررسی اخبار و گفتگوهای شخصی نقش فعالی ایفا کنند. برای مثال، از

1. tabloidisation

بینندگان خواسته می‌شود تا از طریق تلفن همراه یا پیام کوتاه یا نامه الکترونیکی نظرات خود را درباره عناوین خبری ابراز کنند و با تکیه بر تجارب خود یا دیگران، حقیقت این عناوین را تأیید یا تکذیب نمایند. معمولاً در آغاز هر بخش خبری از بینندگان دعوت می‌شود تا درباره یکی از عناوین نظر بدهند، و نتایج این رأی‌گیری، خود به نوعی خبر تبدیل می‌شود. به این ترتیب، در اخبار زنده، گذشته نزدیک، حال، و آینده هر سه به یک شیوه و با شکل‌های گوناگون گفتگوی نزدیک پرداخت می‌شوند.^[۱]

در فصل ۷ به جنبه دیگری از معاشرت‌پذیری تلویزیون، یعنی گفتگوی خودافشایی یا اعترافی جلوی دوربین، می‌پردازیم. در اینجا، تلویزیون واقعیت‌نما و برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور (با حضور هنرمندان و افراد معروف) را برگزیده‌ایم، زیرا اینها مهم‌ترین برنامه‌هایی هستند که در آنها افراد «ویژگی‌های واقعی خود» را بروز می‌دهند. در این برنامه‌ها، طیف گسترده‌ای از مردم عادی و هنرمندان سینما و تلویزیون شرکت می‌کنند و به گفتگوهای شخصی و اغلب احساسی می‌پردازند. شعار این برنامه‌ها، صمیمیت و حقیقت است و معمولاً گفتگوهای این افراد را نشانه عمل به همین شعار می‌شمارند (موردادک، ۲۰۰۰). مهم‌ترین و جالب‌ترین نکته این فصل آن است که از بینندگان خواسته می‌شود تا بر پایه سخنان این افراد، ارزش اخلاقی آنان را ارزیابی کنند. در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور، هنرمندان رسانه‌ها به نقل جنبه‌های خصوصی زندگی خود می‌پردازند؛ و اعتراف‌های آنان اغلب سکوی پرشی است تا ارزش اخلاقی خودشان و گاهی «درس‌های» ترغیبی‌شان را عرضه کنند. با این حال، در برخی از برنامه‌های واقعیت‌نما، تلاش مردم عادی برای اینکه با بیان احساسی به عرضه ارزش اخلاقی‌شان بپردازند، مورد تمسخر و استهزا قرار می‌گیرد. در واقع، این تلاش مردم عادی فرصتی در اختیار کارشناسان (معمولاً مجری برنامه) می‌گذارد تا با ظرافت کلامی، گفتار اخلاقی یا ترغیبی خودشان را اجرا کنند.



اخبار زنده و نزدیکی

جلب علاقه بینندگان به یک رویداد یا اطلاعات خاص به «ضروریاتی حرفه‌ای بستگی دارد که چگونگی ساخت و پرداخت داستان‌های خبری را معین می‌سازند» (چینال، ۱۹۷۷: ۱۶۷). این ضروریات یا نیازها را معمولاً ارزش‌های خبری می‌نامند و اغلب عقیده دارند که خبرسازان، بازار، فناوری و مخاطب، آنها را شکل می‌دهند.^[۱] از آنجا که این چهار عامل در طول زمان دگرگونی می‌یابند، ارزش‌های خبری نیز خودشان انعطاف‌پذیرند. برای نمونه، روند شتابان جهانی‌سازی و انقلاب ارتباطات از نیمه دوم سده بیستم به این سو، باعث شده است که محیط اخبار از «فاصله زمانی - مکانی» (تامپسون، ۱۹۹۵) رهایی یابد. این اصطلاح در اصل یعنی اینکه افزایش فاصله مکانی رویداد با استودیوی خبر به معنای افزایش فاصله زمانی دسترسی بینندگان به آن نیست. در نتیجه، فوریت به یکی از ارزش‌های بنیادی خبر تبدیل شده، و نمونه مناسب آن رقابت شبکه‌های خبری است که می‌کوشند فاصله زمانی ضبط (گزارش)، پخش، و تماشای اخبار هر رویداد را به صفر یا نزدیک به صفر برسانند. بعلاوه، حالا که لحظه اکنون در دسترس اخبار است، تأکید بر آینده نزدیک - رویدادهای زودآیند - قرار گرفته و آن را در شمار نیازهای ویژه خبری درآورده است. امروزه اخبار زنده بیشتر درباره پرداخت خبرسازان به رویدادهای آینده است، نه رویدادهای گذشته یا

حال؛ و از آنجا که آینده بنا به تعریف، فاقد شواهد عینی است، گمانه‌زنی به خوراک اصلی اخبار زنده تبدیل شده است.

در این فصل، نزدیکی را با توجه به همین ویژگی‌های اخبار زنده بررسی خواهیم کرد. این تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که هدف از تصاویر و صداها و گفتار برنامه‌های خبری این است که تلویزیون، جهان بیرون، بینندگان، گزارشگران، گویندگان خبر، و بازیگران خبر همگی در اکنون (فوریت) پخش و آینده (زودآیندی) پخش گرد هم آیند. ولی نخست بهتر است به مفهوم پخش زنده تلویزیونی نگاهی بیندازیم.

۶-۱ پخش زنده و تلویزیون

پیشینه و زمینه اصطلاح «پخش زنده» در «هم‌اکنون و همین‌جا»ی هستی‌شناختی رسانه تلویزیون ریشه دارد: یعنی پخش و تماشای برنامه در یک لحظه صورت می‌گیرد. ولی از آنجا که تولید این نوع برنامه‌ها از سالهای ۱۹۶۰ به این سو رو به کاهش گذاشت، اصطلاح «پخش زنده» نیز جهت دیگری پیدا کرد. برای مثال به عقیده بوردون (۲۰۰۰: ۵۳۸) این اصطلاح فقط به معنای پخش رویدادهای واقعی در زمان واقعی است - یعنی نوعی پخش که بیننده احساس کند «یک رویداد از زندگی را به تمامی مشاهده و دریافت کرده است». البته بوردون می‌افزاید که در تلویزیون این لحظات «پخش کاملاً زنده»^۱ یا «پخش زنده تمام‌عیار»^۲ نادر و اندک‌شمارند؛ و در واقع فقط به گزارش رویدادهای ورزشی یا رویدادهای مهم محدود می‌شوند. پخش زنده تمام‌عیار را «خدشه» بر «روند» تلویزیون دانسته‌اند^[۲]: گزارش زنده این تصور را ایجاد می‌کند که انگار تلویزیون در چنگ رویدادهاست، هرچند شاید خود تلویزیون نیز در این برتری بخشیدن به رویدادها نقش داشته است (دایان و کتز، ۱۹۹۲). به دلیل همین شمار به نسبت اندک پخش زنده تمام‌عیار در تلویزیون است که بوردون عقیده دارد پخش زنده در این رسانه، وعده‌ای تحقق‌نیافته است.

برخی از نویسندگان، رویدادهای واقعی و زمان واقعی را دو شرط پخش زنده می‌دانند، ولی عقیده دارند که پخش زنده تلویزیونی در واقع نوعی ایدئولوژی و اجرای نمایشی است. برای نمونه، فوئر (۱۹۸۳) روشن‌گرانه بحث کرده است که پخش زنده

1. fully live

2. maximum liveness

تلویزیونی بر این فرض استوار است که این رسانه گروهی می‌تواند ما را به رویدادهای مهم مرتبط سازد - یعنی امکان می‌دهد که رویدادها (و افراد) مهم را در حین رخ دادن (و در حین انجام دادن کار) ببینیم. البته روی منفی سکه «ایدئولوژی پخش زنده» این است که تلویزیون رویدادها و افراد غیرمهم را به طور زنده نشان نمی‌دهد. کولدري (۲۰۰۳، ۲۰۰۴) از جمله نویسندگانی است که بحث فوئر را بسط داده‌اند. به نظر وی، پخش زنده تلویزیونی نوعی کنش آیینی است که روابط گسترده‌تر قدرت را بهنجار می‌کند. بنابراین، وی می‌گوید که پخش زنده «مقوله‌ای است که کاربرد آن این اندیشه کلی را معقول جلوه می‌دهد که از طریق رسانه‌ها به توجه مشترک به «واقعیت‌هایی» می‌رسیم که برای ما، یعنی جامعه، اهمیت دارند». (۲۰۰۴: ۳۵۶)

به نظر برخی از تحلیل‌گران گفتمان رسانه‌ای نیز پخش زنده فقط منوط به پخش مواد زندگی واقعی در زمان واقعی نیست. برای نمونه، مانتگومری (۲۰۰۶: ۲۳۸) عامل اصلی را «نبود فیلمنامه و متن مشخص» می‌داند. نظر وی با دیدگاه تولسون (۲۰۰۶) درباره پخش زنده (فصل ۵) همخوانی دارد. به نظر این دو و برخی از پژوهشگران، پخش زنده تلویزیونی نوعی اجرای ویژه است: «شرایط متمایزی که گفتمان در آن تولید می‌شود» (مانتگومری، ۲۰۰۶: ۲۳۸). البته این شرایط تنها شامل پخش زنده تمام عیار نیست. برای مثال، امروزه در داستان‌های خبری اغلب بخش‌های کوتاهی از پخش کاملاً زنده به عنوان شاهد مدعا به کار می‌رود تا بخش‌های ضبط‌شده، تفصیل و «غنای» بیشتری پیدا کنند (ثورن بارو و فیتزجرالد، ۲۰۰۴). تعامل زنده گزارشگران و گویندگان خبر نیز اغلب با گزارش‌های ضبط‌شده ترکیب می‌شود. قالب رایج، پخش گزارش ضبط‌شده و سپس اتمام آن با گزارش زنده در محل است که در امریکا به «اخبار دوناتی»^۱ معروف است (هاسکینز و اُلاکلین، ۲۰۰۷؛ مانتگومری، ۲۰۰۷). با این همه، فارغ از اینکه اخبار زنده به واقع چقدر «کاملاً زنده» است، لازم است معیاری برای «زنده» بودن آن تعریف شود. در واقع، برآوردن - یا اجرای - همین نیاز است که به ریشه اصطلاح «پخش زنده» در قالب‌های گوناگون تلویزیون تبدیل شده است.

البته شرایط متمایزی که به تولید گفتمان زنده در تلویزیون منجر می‌شود، نه از نظر همزمانی ثابت است و نه از نظر درزمانی. در اخبار زنده، پخش زنده با سه عامل ضروری

تعریف می‌شود: «تولید لحظه، حاضر دانستن بیننده، و ارائه تمامیت رویداد» (ماریوت، ۲۰۰۱: ۷۲۷). برای تشریح این سه عامل، بد نیست به پژوهش آلن بل (۲۰۰۳) توجه کنیم که گزارش تلویزیون نیوزیلند از دو سفر به قطب جنوب را با هم مقایسه کرده است: یکی به سرپرستی کاپیتان اسکات در سال ۱۹۱۲ و دیگری به سرپرستی پیتر هیلاری در سال‌های ۱۹۹۸ و ۱۹۹۹. گروه کاپیتان اسکات به قطب جنوب رسید، ولی متأسفانه در مسیر بازگشت همه اعضای گروه جان سپردند. گروه جستجو هشت ماه بعد، جسد‌های آنان و نیز دفترچه خاطرات مفصل کاپیتان اسکات را پیدا کردند. نشریه نیوزیلند هرالد یک سال و یک ماه و بیست و پنج روز پس از رسیدن گروه به قطب جنوب این گزارش غم‌انگیز را چاپ کرد - گزارشی که باب اخبار زنده امروز نیست! همسر کاپیتان اسکات که به قصد دیدار شوهرش با کشتی از سانفرانسیسکو راهی نیوزیلند بود، خبر مرگ او را یک هفته پس از انتشار دریافت کرد. درست بر خلاف این ماجرا، یک ساعت پس از رسیدن گروه پیتر هیلاری به قطب جنوب، اهالی نیوزیلند از موفقیت آنان اطلاع یافتند. گزارش این سفر، شامل گفتگوی تلفنی با هیلاری در قطب جنوب بود و طی این مصاحبه تلفنی، هیلاری با همسرش در خانه‌شان در نیوزیلند نیز صحبت کرد.

رسیدن هیلاری به قطب جنوب به صورت رویدادی زنده ساخته و پرداخته شده بود، هرچند در این گزارش، لحظه رسیدن وی به آنجا در زمان واقعی ارائه نشده بود. برنامه پربیننده اخبار شبکه یک این گزارش را در ساعت ۶ بعد از ظهر به وقت نیوزیلند پخش کرد که نشان می‌دهد احتمالاً این شبکه زمان‌بندی این رویداد را برنامه‌ریزی کرده بوده است (بل، ۲۰۰۳). گروه خبر که از لحظه رسیدن به قطب تصاویری در اختیار نداشتند، به جای آن موادی را به کار بردند که بیشترین جنبه پخش زنده را داشت - یعنی گفتگوی تلفنی هیلاری و همسرش - و آن را به صورت همان لحظه مورد نظر پرداخت کردند. این «رویداد» زنده با این فوریت اکتسابی چنان ارائه شده بود که بر حضور بیننده تأکید کند. گفتگوی هیلاری و همسرش نیز دو قلمرو خصوصی و عمومی را در هم می‌آمیخت. سخنان هیلاری شامل کلیشه‌های گفتار عمومی بود، مانند «خیلی خوشحالم که اینجا هستم»، ولی گفتار خصوصی و احساسی نیز در آن یافت می‌شد، مانند «من این کار رو به خاطر تو هم کردم عزیزم - می‌دونم، می‌دونم» (بل، ۲۰۰۳: ۱۵). پخش این مکالمه چنان از حس شدید چشم‌چرانی آکنده بود که مجری اخبار در سه موقعیت مجزا به غیرطبیعی بودن آن اشاره کرد. بینندگان نه فقط تماشاگر بلکه شاهد لحظه‌ای «تاریخی» بودند که این زن و

شوهر دربارهٔ احساس‌شان حرف می‌زدند، و حس می‌کردند که در لحظه به لحظهٔ آن رویداد شرکت دارند.

امروزه یکی از وجوه رایج در زیبایی‌شناسی پخش زنده این است که «شدت تجلی» (بنیامین، ۱۹۶۸ به نقل از ماریوت، ۲۰۰۱) رویدادی که در زمان واقعی گزارش می‌شود، چنان شبیه‌سازی می‌گردد که بیننده گمان می‌برد خود در آنجا (یعنی در زمینه بی‌واسطهٔ بروز آن رویداد) حضور دارد. به عقیدهٔ برخی از نویسندگان، دلیل این کار شاید این باشد که حس حضور در مکان رویداد نوعی «ارزش حقیقیِ موثق» در خود دارد (دوآن، ۱۹۹۰: ۲۲۴). به نظر می‌رسد دیدن رویداد در همان لحظهٔ وقوع، قانع‌کننده‌تر از تماشای گزارش ضبط‌شدهٔ آن است.^[۳] راج (۱۹۸۸) نمونه‌ای ذکر می‌کند که بنا به فتوای کلیسای کاتولیک، کسانی که پخش زندهٔ دعای خیر و بخشش پاپ را تماشا کرده‌اند، همان‌قدر مورد مرحمت قرار دارند که کسانی که در حضور پاپ در آن مراسم شرکت داشته‌اند. بنابراین، اینکه پخش زنده تلویزیونی می‌تواند حقیقت رویداد را ثبت کند تا اندازه‌ای دلیلِ رواج آن در اخبار و دیگر قالب‌های تلویزیونی است که بر رابطهٔ مصداقی با دنیای اجتماعی - تاریخی تأکید می‌ورزند.

سومین نیاز یا ضرورت در پخش زندهٔ تلویزیونی - یعنی توان ارائهٔ تمامیت رویداد - نیز در پژوهش بل (۲۰۰۳) تشریح شده است. در پخش زندهٔ گفتگوی تلفنی بالا، همزمان تصاویری از هیلاری در قطب و همسرش در خانه ارائه شده بود. این تصاویر، بینندگان را در موقعیت همه‌جا حاضر قرار می‌دهد: یعنی می‌توانند رویداد را در همهٔ مکان‌های مرتبط - در اینجا دو مکان قطب و خانه - تماشا کنند. به این ترتیب، پخش زندهٔ هیلاری و همسرش این حس را در بینندگان پدید می‌آورد که هم در آنجا حضور دارند و هم در جاهای دیگر. در نتیجه، بینندگان هم حضور مشترک می‌یابند و هم حضور در همه‌جا.

با این حال، میان حس حضور همزمان در یک‌جا و در همه‌جا که در اخبار زنده القا می‌شود، ناهمخوانی وجود دارد. برای نمونه، در گزارش زندهٔ رویدادهای مهم، اغلب چندین گزارشگر و دوربین در مکان حضور دارند و همان نزدیکی به رویداد را ارائه می‌دهند که در مشاهدهٔ مستقیم امکان‌پذیر است - یعنی این حس به بیننده القا می‌شود که در آن مکان حضور دارد. ولی نوعی دیدگاه فراگیر را نیز فراهم می‌آورند که در مشاهدهٔ مستقیم غیرممکن است، زیرا حضور جسمانی در محل رویداد اغلب به این معناست که فرد به یک مکان و چند زاویهٔ دید محدود می‌شود. به این ترتیب، پخش زندهٔ اخبار،

بینندگان را در یک حضور مشترکِ غیرواقعی (غیرممکن) ولی آرمانی (تمام‌عیار) قرار می‌دهد که باید با احتیاط و با توجه به زمینه رویداد به کار رود. (ماریوت، ۲۰۰۱)

به نظر برخی از بینندگان، این حضور مشترکِ غیرممکن ولی تمام‌عیار در اخبار زنده، دلیل خوبی است تا در حقیقتِ رویدادهای مورد تماشا تردید کنیم. به نظر این عده، پخش زنده و باواسطه اخبار به معنای تحریف و حتی نادیده انگاشتن «واقعیت‌های» آن لحظه‌ای است که به طور زنده ثبت می‌شود. برای مثال، گفته می‌شود که کاربرد نماهای زنده در گزارش‌های خبری سیاسی، نه ارزیابی بینندگان را بهبود می‌بخشد و نه در یادآوری محتوای این گزارش‌ها نقش مهمی دارد. بعلاوه، برخی از بینندگان عقیده دارند که گزارش‌های ضبط‌شده در محل رویداد، از گفتگوی همزمان گزارشگر سر صحنه و گوینده خبر فوریت بیشتری دارند (سنایر^۱ و دیگران، ۲۰۰۲). از این گذشته، برخی از بینندگان چشم‌چرانانی آگاه و حتی مشتاقند و «حضور مشترکِ واقعی» را نمی‌پسندند و «حضور مشترکِ باواسطه» را ترجیح می‌دهند. برای مثال تصور کنید چه اندوهی به آدم دست می‌دهد که بلیت کنسرت راک را به بهایی گزاف بخرد و در «محل» حضور یابد، ولی به دلیل محدودیت دید ناچار شود رویداد را روی صفحات تلویزیونی بزرگی تماشا کند که تمامیت آن (از جمله نماهای درشت جمعیت) را نشان می‌دهند.

برخی نیز عقیده دارند اهمیتی که برای پخش زنده تلویزیونی قایل می‌شوند، فارغ از حقیقت فرضی و ارزش تجربی آن، تا اندازه زیادی توجیه‌ناپذیر است. برای نمونه، کالدول (۱۹۹۵: ۳۰) در کتاب تأثیرگذاری که درباره پخش رادیویی و تلویزیونی در اواخر دهه ۱۹۸۰ در امریکا نگاشته است، می‌گوید که «تلویزیون خود را کمتر بر پایه زمان‌مندی و زمان حال و بیشتر بر اساس لذت و سبک و کالابودگی تعریف می‌کند». وی اصطلاح «تلویزیون‌وارگی»^۲ را نوعی شیوه بازنمود^۳ می‌داند که ویژگی آن «سبک‌پرداختگی افراطی و خودنمایی بصری است - نوعی شیوه بازنمود آکنده از وجوه ارتباطی و نشانه‌شناختی» (۱۹۹۵: ۳۵۲). به زعم کالدول، ویژگی‌های تلویزیون‌وارگی عبارت‌اند از: علاقه به اجرای سبک‌پرداخته (استیلیزه)، تأکید بر کیفیت مؤلفان و خصیصه‌های ویژه خود، توانایی پردازش نماها از دل تصاویر دیجیتال، و آکندگی از زمان حال. این ویژگی آخر «تلویزیون‌وارگی» نشان می‌دهد که - درست بر خلاف بحث کالدول - ایدئولوژی پخش زنده جزء بنیادین

سبک خودآگاه یا زیبایی‌شناسی‌گرایی این رسانه است. به دیگر سخن، تلویزیون‌وارگی، دال اصلی پخش زنده است (هاسکینز و آلاکلین، ۲۰۰۷).

۶-۲ نماهای زنده و نزدیکی

در گزارش‌های اخبار زنده، بویژه در مورد رویدادهای مهم، رشته‌ای از تصاویر متوالی به بیننده عرضه می‌شود که به‌ظاهر در زمان واقعی رخ می‌دهند. این کار، که با تعریف کالدول از آکندگی از زمان حال همخوانی دارد، در مسابقه‌های واقعیت‌نما همچون برادر بزرگ نیز صورت می‌گیرد. در هر دو قالب، نماهای زنده‌ای به بینندگان عرضه می‌شود که با تناوب سریع، مکان‌ها و رویدادها (و گاهی نا - رویدادها) را نشان می‌دهد. در خانه برادر بزرگ چندین دوربین وجود دارد که انبوهی از نماهای زنده - نماهایی از اتاق‌های گوناگون یا از زوایای گوناگون در یک اتاق - را به بیننده ارائه می‌دهند. در اخبار زنده نیز چندین دوربین وجود دارد که رویدادها و مکان‌های گوناگون (استودیو و محل‌های وقوع رویدادها) را به نمایش می‌گذارند. در هر دو مورد، هدف این است که شاهد وقوع لحظه‌ای باشیم که در حال پخش است - حتی اگر آن لحظه در عمل بدون کنش یا رویداد باشد.

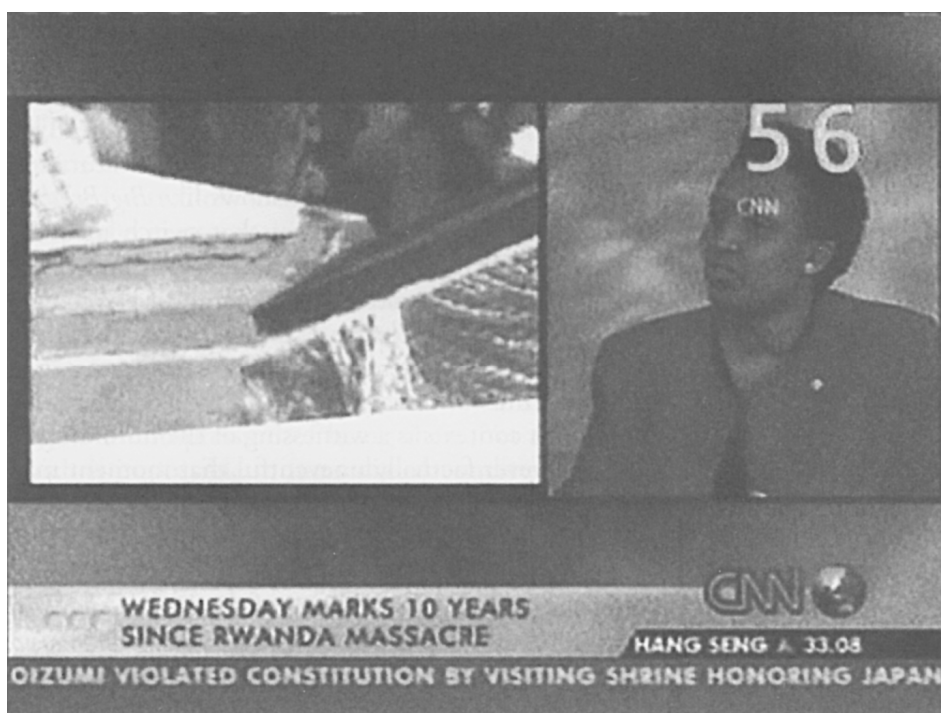
سیلاب بصری لحظه اکنون بر صفحه تلویزیون، از یک راه دیگر نیز میسر است: ارائه همزمان تصاویر زنده از چند مکان. یکی از نخستین نمونه‌های این مورد، گزارش سی‌ان‌ان از جنگ خلیج فارس در سال ۱۹۹۱ است. در پخش زنده این رویداد، گزارش‌های ماهواره‌ای به طور همزمان در چند قاب بصری نشان داده می‌شد. در نتیجه، صفحه تلویزیون اغلب به چند قاب تقسیم می‌شد و در آنها مکان‌های مختلف در زمان حال به نمایش درمی‌آمد. برای مثال، صحنه‌هایی در زمان واقعی از حمله به بغداد، همزمان با تصاویری در زمان واقعی از هشدار حمله هوایی و هول و هراس در اسرائیل، شلیک موشک‌های عراقی، و واکنش شهروندان آمریکایی و دیگر نقاط جهان به این گزارش زنده «اخبار» جنگ، نشان داده می‌شد. مناطق زمانی مختلف در سراسر جهان، روز و شب، به طور زنده و همزمان جلوی چشم بینندگان قرار می‌گرفت. به این ترتیب، نوعی اکنون بسیار آنی، ولی از نظر زمانی به هم‌ریخته (نامنظم) شکل گرفته بود (هاسکینز، ۲۰۰۱). این جلوه چندقاب را بیش‌رسانگی^۱ و دگررسانگی^۲ تلویزیون دانسته‌اند. منظور از «بیش‌رسانگی»

1. hypermediacy

2. remediation

تلفیق تلویزیون و فناوری‌های رایانه‌ای است و «دگرسانگی» یعنی «بازنمون یک رسانه در رسانه دیگر». (بالت و گروسین، ۲۰۰۰)

تصویر ۱-۶ نمونه به نسبت متعادلی از همین جلوه چندقابی است، اما به بحث ما از نماهای زنده و نزدیکی در اخبار بسیار ارتباط دارد. این تصویر از شبکه جهانی سی‌ان‌ان، و درست از هفتمین بخش برنامه خبری سی‌ان‌ان ۵ تا ۶، گرفته شده است. این عنوان خبری درباره مراسم دهمین سالگرد نسل‌کشی در روانداست که در سال ۱۹۹۴ پایان گرفت. نخست، گوینده اخبار مقدمه‌ای را رو به دوربین بیان می‌کند و سپس گزارشی پنج دقیقه‌ای و ضبط‌شده درباره این نسل‌کشی می‌آید که شامل تصاویر آرشیوی از روزهای پس از کشتار و صدای چند بازمانده این رویداد است. آنگاه بر روی تصاویری زنده از مراسم سالگرد، گزارش تلفنی زنده و کوتاهی از خبرنگار شبکه در رواندا پخش می‌شود. درست پس از این گزارش به استودیوی سی‌ان‌ان بازمی‌گردیم و مجری مصاحبه‌ای زنده با سفیر وقت رواندا در امریکا انجام می‌دهد. بیست ثانیه پس از آغاز مصاحبه، همان‌گونه که تصویر ۱-۶ نشان می‌دهد، صفحه تلویزیون به دو قاب تقریباً هم‌اندازه تقسیم می‌شود.



تصویر ۱-۶ سی‌ان‌ان ۵ تا ۶ (۲۰۰۴)

قاب سمت چپ در تصویر ۱-۶ نماهایی زنده و در محل را از مراسم تدفین قربانیان و بویژه سمت جلویی یکی از تابوت‌هایی را نشان می‌دهد که بر زمین گذاشته می‌شوند. قاب سمت راست، نمایی متوسط (مناسب مصاحبه) از چهره سفیر رواندا در امریکا در حین این گفتگوست. البته معلوم نیست که چرا در این لحظه از مصاحبه، صفحه به دو بخش تقسیم شده تا تصاویری همزمان از این دو «رویداد» زنده پخش شود. زیرا تصاویر قاب سمت چپ اطلاعات تازه‌ای درباره‌ی این مراسم نمی‌دهد و همان چیزی را می‌بینیم که چند دقیقه پیش در گزارش تلفنی شنیده بودیم. شاید به همین دلیل است که این تصاویر در سمت چپ صفحه تلویزیون قرار گرفته‌اند، یعنی جایی که معمولاً به اطلاعات «کهنه» اختصاص دارد.^[۴] در واقع، این تصاویر، شرکت‌کنندگان در این مراسم را نشان می‌دهد که می‌بینند شمار فراوانی از تابوت‌های قربانیان نسل‌کشی بر زمین گذاشته می‌شوند. بعلاوه، این تصاویر، تکمیل‌کننده سخنان سفیر رواندا نیز نیستند، زیرا وی در این لحظه در حال سخن گفتن درباره‌ی جامعه روانداست. به نظر می‌رسد تقسیم صفحه تلویزیون به دو قاب که دو لحظه اکنون متفاوت را نشان می‌دهند به این دلیل است که به طور بصری و در زمان واقعی، دو واقعیت به هم پیوند یابند: واقعیت دلپذیر استودیوی سی‌ان‌ان (دلپذیر از این نظر که از محل کشتار به دور و شامل دو نفر است که این نسل‌کشی بر آنها هیچ تأثیری نداشته است) و واقعیت دلخراش محل رویداد (رواندا و یادآوری بصری و حزن‌انگیز مصایب این نسل‌کشی که نشانه آن انبوه تابوت‌هایی است که بر زمین گذاشته می‌شوند).

آنچه بر تضاد این دو «واقعیت» زنده می‌افزاید، تفاوت کیفیت تصاویر دو قاب است. البته این تفاوت در بازسازی کوچک ۱-۶ چندان مشهود نیست، ولی تصویر استودیویی در قاب سمت راست کیفیت بسیار بالایی دارد، درست برعکس کیفیت تصاویر ماهواره‌ای در قاب سمت چپ که متوسط و خط‌خط است. این تصاویر ماهواره‌ای نوعی «جلوه ناهموار و نامتظاهر» (کالدول، ۱۹۹۵) دارند و طبیعی به نظر می‌رسند، زیرا معلوم است که در واقعیت ضبط شده هیچ دستکاری آشکاری صورت نگرفته است.

این مصاحبه زنده از نظر بصری نیز «پیراسته» است، زیرا از تصاویری که در استودیویی پیشرفته (استودیوی سی‌ان‌ان) تولید شده، جز این انتظار نمی‌رود. بعلاوه، این مصاحبه نوعی نزدیکی تعاملی را میان مجری و سفیر نشان می‌دهد. لحن گفتگوی مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده دوستانه است و هنگامی که سفیر از تأثیر نسل‌کشی بر جامعه رواندا سخن می‌گوید، مصاحبه‌کننده به نشانه همدردی و همدلی واژگانی را

ادا می‌کند. از نظر بصری نیز نوعی حس نزدیکی میان این دو و بینندگان برقرار می‌شود، زیرا شمار نماهای نزدیک از مصاحبه‌کننده و بویژه از سفیر (ن.ک. تصویر ۱-۶) بیشتر از شمار نماهای متوسط یا دور است.

ظاهر «ناهموار» و «پیراسته» قاب‌های چپ و راست تصویر ۱-۶ به دو عامل تلویزیون‌وارگی مختلف دامن می‌زنند. ظاهر ناهموار این اندیشه را بازآفرینی و تقویت می‌کند که اخبار صرفاً ضبط «ساده» و «طبیعی» جهان اجتماعی - تاریخی است. ظاهر پیراسته، نشان‌دهنده و ایجادکننده نوعی زیبایی‌شناسی نزدیکی میان فردی است که کاربرد آگاهانه زوایای دوربین و چیدمان مجری و میهمان در آن دخیل است. هر دو عامل بالا در لحظه اکنون پخش همزمان حضور دارند. هدف از این لحظه اکنون، ارتباط دادن بینندگان با دو نفر حاضر در استودیوی سی‌ان‌ان و افراد حاضر در مراسم روانداست.

دلیل دیگری نیز در کار است که تصویر ۱-۶ را به بحث ما از نماهای زنده و نزدیکی در اخبار مربوط می‌سازد: اینکه بیننده را در موقعیت شاهد رنج دیگران قرار می‌دهد. در اینجا، تصاویر تابوت‌های فراوانی که بر زمین نهاده می‌شوند، یادآور نسل‌کشی است و بیننده با حزن و اندوه آنها را می‌نگرد. در حینی که بینندگان به گفتگوی مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده گوش می‌دهند، در قاب سمت چپ، نماهای نزدیک تابوت‌ها به نماهای درشت چهره غم‌زده حاضران در مراسم برش می‌خورد. برخی عقیده دارند که تماشای رنج و غم دیگران بر صفحه تلویزیون، تجربه‌ای ناراحت‌کننده را رقم می‌زند (پیترز، ۲۰۰۱؛ سانتاگ، ۲۰۰۳). گفته می‌شود که تماشای فجایعی همچون حملات تروریستی یا بلایای طبیعی در رسانه‌های گروهی، نوعی مشارکت نیابتی در رنج و غم دیگران است (رنچلر^۱، ۲۰۰۴)؛ و می‌تواند شرایطی تصویری را فراهم آورد که بیننده را به مشارکت فعال در رنج دیگران وادارد. (زلیزر، ۲۰۰۲)

نکته آخر، و مرتبط با بحث بالا، این است که تصویر ۱-۶ نمونه‌ای است از یکی از لحظات رایج در تلویزیون که تماشای رویداد همچون مشارکت در آن است. بهترین نمونه این مورد، پخش مراسم یادبود در این رسانه است؛^[۵] زیرا بیننده به همراهی با مراسم و آن رویداد ترغیب می‌شود. به این ترتیب، بیننده خود را جزو روند تاریخ می‌داند؛ چون فرصتی می‌یابد که هم شاهد و هم درگیر ثبت یک لحظه تاریخی باشد.

۳-۶ گفتگوی زنده و نزدیکی

نشانه‌های بصری پخش زنده، مانند مواردی که در بخش پیشین این فصل ذکر کردیم، تنها روشی نیست که برای پیوند تلویزیون و بینندگان در لحظه اکنون به کار می‌رود. گفتگو در نماهای زنده نیز اغلب چنان است که آشکارا زنده جلوه می‌کند. بویژه، گفتگو در اخبار زنده معمولاً پیرو همان ویژگی‌های گفتگو «در زمینه‌های ارتباط رودرروست، یعنی بدون استفاده از فناوری و محدود به شرایط اولیه شنوایی‌پذیری در محدوده‌های فضایی - زمانی مشخص» (ریچاردسون و ماینهوف، ۱۹۹۹: ۴۷). این نوع گفتگو، سه ویژگی مشخص دارد. نخست، گفتگوی زنده اغلب به همین جا و هم‌اکنون موقعیتی اشاره دارد که در آن رخ می‌دهد؛ موقعیتی که هر دو طرف گفتگو در آن سهیم‌اند. از نظر زبانی، این اشاره‌ها در کاربرد مکرر نمایه‌های صرفاً فضایی - زمانی نمود می‌یابد، همچون «الان»، «امروز»، «همین الان»، «اینجا»، «درست همین‌جا»، و مانند آن.^[۶] این اسامی اشاره، گفتار فرد را در زمان حال و در مکانی جای می‌دهند که شنوندگان در آن حضور دارند. دوم، در گفتگوی زنده، در مقایسه با گفتگوی نوشته‌شده یا تمرین‌شده، شمار تکرارها، اصلاحات، و آغازها و پرکننده‌های اشتباه بیشتر است. این موارد که مانع روانی سخن هستند، گفتگو را طبیعی و زنده جلوه می‌دهند. سوم، گفتگوی زنده اغلب در گفت و شنود دو یا چند طرفه رخ می‌دهد، زیرا گفتگوی همزمان بدون آگاهی طرفین از چگونگی اتمام جمله‌ها به پیش می‌رود.

همان‌گونه که تحلیل گزیده ۶-۱ نشان می‌دهد، امروزه این سه ویژگی در مورد بیشتر گفتگوهای اخبار زنده صادق است. این گزیده، آوانویسی حدود نیم دقیقه از اخبار زنده بی‌بی‌سی درباره خبر روز است: دولت هیئتی را به سرپرستی لرد هاتن، مأمور بررسی دلایل مشارکت بریتانیا در جنگ عراق در سال ۲۰۰۳ کرده و در گزارش این هیئت انتقادهایی به بی‌بی‌سی وارد شده است و حال بی‌بی‌سی به این انتقادات پاسخ می‌دهد. پیشینه این داستان خبری این است که در مارس ۲۰۰۳ آندرو گیلیگان خبرنگار رادیو ۴ بی‌بی‌سی اعلام کرده بود که یک مقام رسمی که نخواست است نامش فاش شود، به او اطلاع داده که دولت بریتانیا به‌عمد پرونده سلاح‌های کشتار جمعی عراق را «داغ» کرده تا تصمیم این دولت مبنی بر حمایت از آمریکا در حمله نظامی به عراق را توجیه کند. نام منبع گیلیگان، یعنی

دکتر کلی، به هر صورت به روزنامه‌ها درز کرد. دکتر کلی نیز دست به خودکشی زد. پس از درز خبرهای بیشتر و سخنان ضد و نقیض سیاستمداران، بالاخره نتایج این بررسی در ژانویه ۲۰۰۴ در گزارشی موسوم به «گزارش هاتن» منتشر شد. در این گزارش آمده بود که ادعای گیلیگان مبنی بر «داغ» کردن پرونده عراق بی‌پایه و اساس است و دولت بریتانیا از این اتهامات مبرا شناخته می‌شود. در این گزارش، شورای سردبیری بی‌بی‌سی به بی‌کفایتی و ناکارآمدی متهم شده بود. برخی از اعضای بی‌بی‌سی، عذرخواهی کردند یا استعفا دادند یا بیانیه‌های عمومی صادر نمودند که در گزیده ۶-۱ به بعضی از آنها اشاره شده است.

در گزیده ۶-۱ گفتگوی شرکت‌کنندگان آشکارا به اینجا و اکنون موقعیت گفتگوی میان آنان اشاره دارد. درم^۱ و بردبی^۲ در جملات آغازین گفتگوی دونفره خود دست‌کم پنج اسم اشاره به کار می‌برند (که در متن با حروف خوابیده مشخص شده‌اند). البته این اسامی اشاره به کاربرد منابع زبانی و پیرا زبانی نمود بیشتری یافته‌اند. برای مثال در سطر ۲ استفاده درم از قید زمان «الان» با اسم معرف «همین» همراه شده و هر دوی آنها («همین الان») با تأکید ادا شده‌اند. به همین ترتیب، بردبی نیز گزارش خود را به طور موقت قطع می‌کند تا کناره‌گویی خودش را بیان کند - «به هر حال» در سطر ۹ - و در این کناره‌گویی دو اسم اشاره دیگر به کار می‌برد: قید مکان «اینجا» (سطر ۱۰) و قید زمان «الان» (سطر ۱۲). قید زمان «الان» با چند عامل برجستگی یافته است: اسم معرف «هر لحظه»، بیان آرام و مؤکد، افزایش تأکید، و مکث جزئی پیش و پس از آن (سطرهای ۱۱ و ۱۲). چند ثانیه بعد، بردبی باز اسم اشاره به کار می‌برد: «امروز اینجا» (سطر ۱۸). شمار و بیان تأکیدی اسامی اشاره‌ای که درم و بردبی در این گفتگوی کوتاه به کار می‌برند، لحظه اکنون موقعیتی را برجسته می‌کند که این گفتگو در آن اجرا و شنیده می‌شود. به این ترتیب، تازه‌ترین اخبار، جهان اجتماعی - تاریخی مورد گزارش، و بینندگان این برنامه خبری همگی در یک لحظه اکنون بارز تلویزیونی به هم می‌پیوندند.

1. Derham

2. Bradby

گزیده ۱-۶

اخبار آی تی وی، به روزرسانی زنده (۲۰۰۴)

[در این گزیده دو نفر حضور دارند: گوینده خبر کیتی درم و گزارشگر تام بردبی. موقعیت این دو همان چیزی است که در محافل خبرنگاری به آن «گفتگوی زنده دونفره» می گویند: یعنی گفتگوی تعاملی میان گوینده خبر در استودیو و گزارشگر حاضر در محل رویداد، که در زمان واقعی پخش می شود. پیش از آغاز این گزیده، درم متنی را رو به دوربین می خواند و آخرین تحولات را در زمینه این خبر جمع بندی می کند که عبارتند از: استعفای مدیر بی بی سی، گوین دیویس، و انتشار یک بیانیه عذرخواهی عمومی از سوی مدیر کل وقت بی بی سی، گرگ دایک. وی می افزاید، قرار است دایک اطلاعات دیگری نیز منتشر کند، در واقع علت پخش این بخش خبری نیز همین است. اداره بی بی سی: اداره مرکزی بی بی سی؛ د: کیت درم؛ ب: تام بردبی.]

- | | | | |
|----|---|--|---------------------------------------|
| ۱ | د | دیر بخش سیاسی بریتانیا تام بردبی در اداره مرکزی | نم - د، رو به دوربین. |
| ۲ | | بی بی سی است، همین الان (.) | ن دور - د به سمت |
| ۳ | | تام (.) چی فکر می کنی؟ | چپ رو به صفحه بزرگ تلویزیونی می چرخد. |
| ۴ | | احساس درونی ات چیه؟ | که ب را |
| ۵ | | گرگ دایک استعفا می ده؟ | کنار در ورودی اداره |
| ۶ | ب | خب من - من فکر می کنم احتما - احتمالاً این کار رو خواهد کرد به نظرم (.) | بی بی سی نشان می دهد. نم - ب، |
| ۷ | | این قطعاً پیش بینی همه است (.) ایشون چاره دیگه ای - به نظرم ایشون | رو به دوربین. |
| ۸ | | احتمالاً حس خواهد کرد که - (.) کاملاً روشن که - (.) ایشون | |
| ۹ | | چاره دیگه ای نداره (.) ما همه به هر حال کیتی ما همه | |
| ۱۰ | | اینجا وایستادیم چون قراره (.) که این بیانیه | |
| ۱۱ | | به شکل کتی یا شفاهی به ما برسه (.) > هر لحظه | |
| ۱۲ | | لان < (.) باید بگم که هیچ وقت فکر نمی کردم اینو بگم | |
| ۱۳ | | می دونید (.) : : پانزده کم - کمابیش پانزده سال | |
| ۱۴ | | رقابت علیه بی بی سی (.) اینکه بگیرم و بزنمشون | |
| ۱۵ | | چیزی که هر روز صبح منو از رختخواب می کشه بیرون | |
| ۱۶ | د | [می خندد | (بیرون از تصویر) |
| ۱۷ | | [اما اینو هم باید بگم که مردم درباره کل این موضوع به کم واقعاً ناراحتند | |
| ۱۸ | | امروز اینجا (.) ، به نظرم مردم فکر می کنن | |
| ۱۹ | | می دونید در جامعه گسترده خبری > منظورم | |
| ۲۰ | | اینه < منظورم اینه که اینها افراد داخل این اداره | |
| | | حسابی مات و مبهوتند (.) ولی | |
| ۲۱ | | من فکر می کنم که جامعه گسترده خبری به مقدار | |
| ۲۲ | | عصبانی اند (.) می دونید [. .] | |

اینک، به گسست‌ها و وقفه‌های گفتار بردبی نگاه می‌کنیم که شامل چندین تکرار «من - من» در سطر ۶؛ «> منظورم اینه < منظورم اینه» در سطرهای ۱۹ و ۲۰، چند پرکننده گفتار «||» «| :» در سطرهای ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۸؛ و «می‌دونید» در سطرهای ۱۲-۱۳، ۱۹، ۲۲، و چند اصلاح جمله «فکر می‌کنم احتما - احتمالاً این کار رو خواهد کرد به نظرم» در سطر ۶؛ «ایشون چاره دیگه‌ای - به نظرم» در سطر ۷؛ «کم - کمابیش» در سطر ۱۳ است.

این موارد در مجموع نوعی حس آنی و فوری به سخنان وی می‌بخشد و باعث می‌شود که گفتار وی ناشی از نیازها و اهداف تعاملی ناگهانی (بدون متن قبلی) به نظر برسد، همان‌طور که اغلب در گفتگوی عادی چنین است. البته منظور این نیست که گفتگوی درم و بردبی به طور طبیعی رخ می‌دهد؛ بلکه درست برعکس، احتمال دارد که هر دوی آنان پیش از پخش زنده این گفتگوی دونفره از محتوا و ساختار آن اطلاع داشته باشند. گزارشگران سر صحنه معمولاً در حین تعامل زنده، پرسش‌هایی را که دوست دارند گوینده خبر بپرسد، به آنان القا می‌کنند (تاگل و دیگران، ۲۰۰۴). بنابراین، گزارش زنده بردبی با تصمیم آگاهانه خودش (یا تهیه‌کنندگان خبر) است که می‌خواهد اخبار زنده را به‌ظاهر تلویزیونی ناهموار پیوند دهد (کالدول، ۱۹۹۵). این تصمیم احتمالاً برای رفع یکی از موانع اساسی بر سر راه پخش زنده اخبار، گرفته شده است: اینکه گزارش نباید این طور به نظر برسد که انگار گزارشگر دارد متن از پیش‌نوشته‌شده را با صدای بلند می‌خواند.

گزیده ۶-۱ علاوه بر اینکه بیان زنده و طبیعی را نشان می‌دهد، نمونه مناسبی از معاشرت‌پذیری بر صفحه تلویزیون است. ماهیت معاشرت‌پذیر و ارتباطی گفتگوی زنده دونفره در آثار ماننگومری (۲۰۰۶، ۲۰۰۷) به تفصیل مورد بحث قرار گرفته است. وی با استفاده از نقش‌هایی که دو طرف این نوع گفتگو اتخاذ می‌کنند، آن را یکی از چهار نوع مصاحبه خبری شمرده است: مصاحبه همبستگی^۱. سه نوع مصاحبه دیگر عبارتند از: مصاحبه پاسخ‌خواهی^۲، مصاحبه تجربی^۳، و مصاحبه تخصصی^۴. مصاحبه پاسخ‌خواهی شامل گفتگوی خبرنگار و شخصیت‌هایی اجتماعی است که در زمینه رویداد مورد گزارش مسئولیتی بر عهده دارند (یعنی درباره «مسئولیت داشتن و جواب پس‌دادن» است)؛ مصاحبه

1. affiliated interview

2. accountability interview

3. experiential interview

4. expert interview

تجربی میان خبرنگار و مردمی عادی رخ می‌دهد که رویداد مورد گزارش بر آنها تأثیر گذاشته است یا خبرساز شده‌اند (یعنی در مورد «مشاهده، واکنش، و بیان دیدگاه‌ها»ست)؛ و مصاحبه تخصصی گفتگوی خبرنگار و کارشناسانی است که وظیفه «اطلاع‌رسانی و توضیح» را بر عهده دارند. (مانتگومری، ۲۰۰۷: ۱۴۶-۱۴۷)

مصاحبه زنده دونفره در گزیده ۶-۱ نمونه مناسبی از گپ خودمانی و همبسته است. اصطلاح گپ خودمانی در مفهوم «ارتباط تعارفی»^۱ مالینوفسکی (۱۹۲۳) ریشه دارد؛ یعنی نوعی گفتگوی سرسری که هدف آن ایجاد روابط خوب میان فردی و نشانه پذیرا بودن ارتباط است. نمونه‌های رایج ارتباط تعارفی، سلام و احوال‌پرسی؛ «صبح بخیر» و «حال شما چگونه؟» و خداحافظی؛ «به امید دیدار» و «خوش بگذره» است. همان‌گونه که در فصل ۵ گفتیم، نمونه‌های این فرمول‌های معاشرتی که به بحث ما مربوط است، در آغاز و پایان برنامه‌های خبری (از گوینده خبر به بینندگان) و در گزارش‌های درون‌برنامه‌ای (بین گوینده خبر و گزارشگر خبر) یافت می‌شود.

پیشتر گپ و گفتگوی خودمانی را بی‌اهمیت می‌دانستند - زیرا نوعی گفتگوست که فقط برای «رفع وخامت بالقوه سکوت است، آن‌هم در مواقعی که معمولاً انتظار سخن گفتن می‌رود» (لاور، ۱۹۸۱: ۲۹۷). ولی در سال‌های اخیر این نگاه منفی به نقش گپ و گفتگوی خودمانی از بین رفته است، زیرا آگاهی یافته‌ایم که در جریان نرم و روان برخی از گفتگوهای تعاملی - از جمله کار با ابزار، معاملات، و پیشه و فعالیت - نقش مهمی دارد و تنها به حاشیه برخورد‌های اجتماعی محدود نمی‌شود (کوپلند، ۲۰۰۰). امروزه عقیده بر این است که گپ خودمانی هم ارتباط تعارفی است و هم «گفتگوی اجتماعی» نه «کاملاً نامربوط یا فارغ از زمینه فعالیت». (هولمز، ۲۰۰۰: ۳۸-۳۹)

گزیده ۶-۱ شاهی بر اهمیت گپ خودمانی در برخورد‌های کاری و سازمانی است که در اینجا شامل گزارش تازه‌ترین اخبار در تلویزیون می‌شود. گزارش بردبی از نظر مصداقی ضعیف است، زیرا هیچ خبر تازه‌ای اضافه بر آنچه در عناوین اصلی اخبار آمده است، در بر ندارد؛ ولی بسیار غنی به نظر می‌رسد. زیرا احساس دیگران را در قبال رویدادهای اخیر ارائه می‌دهد. از این روست که وی به احساس «مردم» اشاره می‌کند که «ناراحتند» (سطر ۱۷)، به خبرنگاران بی‌بی‌سی در اداره مرکزی اشاره دارد که «مات و

1. phatic communion

میهوتند» (سطر ۲۰)، و در مورد «جامعه گسترده خبری» می‌گوید که «یه مقدار عصبانی‌اند» (سطرهای ۲۱ و ۲۲). وی با این کار، بینندگان را به مشارکت احساسی (و نه ادراکی) با این گزارش و کسانی فرامی‌خواند که آن را تهیه کرده‌اند.

گزارش بردبی درباره «طرز فکر دیگران» به یقین ذهنی است. بعید است که وی از دیدگاه خبرنگاران بی‌بی‌سی درباره رویداد مورد گزارش اطلاع داشته باشد. چون اگر اطلاع می‌داشت، حتماً به آن اشاره می‌کرد یا بخش‌هایی از سخنان آن خبرنگاران را پخش می‌کرد. به همین ترتیب، در عمل ناممکن است که وی از طرز فکر مقوله‌ای انتزاعی به نام «جامعه گسترده خبری» آگاه باشد. اینکه بردبی می‌خواهد دیدگاه شخصی خودش را نماینده یک گفتمان گسترده‌تر (در این مورد، احساس یا دیدگاه دیگر خبرنگاران) بنمایاند، در واقع «کلام بطنی گزاره‌ای»^۱ (مانتگومری، ۲۰۰۶) است؛ یعنی خودش را در موقعیت محرک یک دیدگاه جمعی قرار می‌دهد، هرچند هیچ مدرکی در دست نیست که این گروه با دیدگاه او موافق باشند. با این همه، تفسیر وی از احساس دیگران تا اندازه‌ای موجب سرزندگی سخنان اوست. این موردی است که در سخن‌چینی نیز رخ می‌دهد - زیرا سخن‌چینی [غیبت کردن] نوعی گپ و گفتگوی خودمانی و ارزیابی رفتار دیگران و گمانه‌پردازی درباره انگیزه‌های آنان است که در غیاب‌شان صورت می‌گیرد.

بردبی احساس و دیدگاه خودش را نیز گزارش می‌کند و در سطرهای ۱۲ تا ۱۵ می‌گوید: «باید بگم که هیچ‌وقت فکر نمی‌کردم اینو بگم می‌دونید (.): ا: : پانزده کم - کمابیش پانزده سال رقابت علیه بی‌بی‌سی (.). اینکه بگیرم و بزنمشون چیزیه که هر روز صبح منو از رختخواب می‌کشه بیرون». بردبی با این کار، سخنانش را با نوعی حس تعهد درهم می‌آمیزد که او را از کارمند رسانه به شخصیت رسانه‌ای تبدیل می‌کند - خود تلویزیون نیز به این فرایند انتقال یاری می‌رساند، زیرا به شهرت مؤلفان و نشانه‌های خودش علاقه دارد (کالدول، ۱۹۹۵). با اینکه چهره و صدای بردبی برای بینندگان اخبار آی‌تی‌وی در بریتانیا شناخته شده است، ولی درم پیش از گفتگوی زنده دوفره‌شان او را معرفی می‌کند «دبیر بخش سیاسی بریتانیا...» (سطر ۱).^[۷] بردبی نیز حس مبارزه‌جویی خود را به اطلاع بینندگان می‌رساند (سطرهای ۱۳ تا ۱۵) و با اتکا به تجربه حرفه‌ای، گزارش خود را با طنز درهم می‌آمیزد تا بتواند در حین انجام وظیفه، چهره جذابی از خود ارائه

1. propositional ventriloquism

دهد. اینکه می‌گوید، در پانزده سال گذشته هر روز به این امید از خواب برخاسته که خبرنگاران بی‌بی‌سی را بگیرد و بزند، لطیفه‌آسان‌فهمی است که هم درم آن را درمی‌یابد (توجه کنید به خنده‌وی در سطر ۱۶) و هم بینندگان، زیرا در بریتانیا همه از رقابت بی‌بی‌سی و آی‌تی‌وی خبر دارند. بنابراین، تلفیق گزارش دیدگاه دیگران و طنز در گفتگوی خودمانی بردبی، نوعی حس مشارکت شادمانه و نوعی نزدیکی در لحظه اکنون را میان دبیر بخش سیاسی سر صحنه رویداد، گوینده خبر در استودیو، و بینندگان در خانه رقم می‌زند.

گفتگوی خودمانی بردبی، هم می‌تواند بیننده را به طرزی مؤثر درگیر سازد و هم کمک می‌کند که گزارش او «سرزنده» جلوه کند. همان‌گونه که پیشتر ذکر شد، بردبی در موقعیتی قرار می‌گیرد که باید گزارشی زنده ارائه دهد، بی‌آنکه هیچ خبر تازه‌ای در کار باشد - این موقعیت برای خبرنگارانی که در محیط خبری کاملاً زنده گزارش می‌دهند، بسیار اتفاق می‌افتد. در نتیجه، وی برای پرهیز از سکوت به تکرار همان اطلاعات قبلی روی می‌آورد (اینکه منتظر انتشار بیانیه‌اند)، سخنانی نامربوط به خبر بیان می‌کند (اینکه هر روز صبح از خواب بیدار می‌شود)، و «صدا» تولید می‌کند (مانند گسست‌ها و وقفه‌های مکرر در گفتار). خلاصه اینکه، وی سکوت «استعاری» را جایگزین سکوت «واقعی» می‌کند. (یاوورسکی، ۱۹۹۳، ۱۹۹۷)

این کار در گزارش‌های زنده تلویزیونی رایج است. برای نمونه، مک‌گرگور (۱۹۹۷) در مورد پوشش خبری یک رویداد مهم در روزهای جنگ اول خلیج فارس (۱۹۹۱) - یعنی حمله تروریستی به کابینه بریتانیا و خانه مسکونی نخست وزیر در وایت‌هال لندن - بررسی دقیقی صورت داده و به این نتیجه رسیده است که در گزارش زنده دونفره این رویداد خبری، موارد فراوانی از کاربرد سکوت استعاری به جای سکوت واقعی دیده می‌شود (البته وی اصطلاح «سکوت استعاری» را به کار نبرده است). توصیفی که در زیر می‌آید، نمایانگر این نکته است:

اندکی پس از بخش خبری ساعت ۱۱ سی‌ان‌ان، گزارش دوم براین کیبل از وایت‌هال پخش می‌شود. [...] و درست پس از آن، مجری خبر در آتلانتا گزارش اسوشیتدپرس را برای براین می‌خواند، مبنی بر اینکه می‌گویند از پشت خانه شماره ۱۰ داونینگ استریت [محل سکونت نخست وزیر بریتانیا] دود برمی‌خیزد. کیبل پاسخ می‌دهد که خودش نمی‌تواند آنجا را ببیند و در نتیجه نمی‌تواند این گزارش را تأیید کند؛ و می‌افزاید که اصلاً

نمی‌توان به آن منطقه نزدیک شد و تاکنون نیز هیچ تصویری از آنجا پخش نشده است، و چنین القا می‌کند که شاید یک ساعتی طول بکشد تا تصویری از آن منطقه منتشر شود. (مک‌گرگور، ۱۹۹۷: ۹۴)

در نمونه بالا، برای هیچ خبر تازه‌ای ندارد که گزارش کند، ولی به هر حال باید گزارش بدهد. بنابراین، به گزارش سلبی^۱ روی می‌آورد - گزارش سلبی نیز نوعی سکوت استعاری برای پر کردن زمان پخش است. هاسکینز (۲۰۰۴ الف: ۶۱) نیز یکی از گزارش‌های زنده دومین جنگ خلیج فارس (۲۰۰۳) را این‌گونه توصیف کرده است:

چیپ راید خبرنگار ان‌بی‌سی در لشکر یکم تفنگداران دریایی آمریکا با صدایی آهسته گزارش می‌دهد تا مزاحم استراحت سربازان نشود: «بخشید که خیلی آهسته حرف می‌زنم، اما من اینجا در میان سربازانی هستم که خوابیده‌اند، روز خیلی طولانی‌ای بوده، امروز صبح قبل از طلوع بیدار شده‌ان و تمام روز را به سمت شمال حرکت کرده‌ان». (ام‌اس‌ان‌بی‌سی، زنده، ۲۳ مارس ۲۰۰۳)

پوشش پیوسته جنگ به این معناست که گزارش‌های زنده اغلب از صحنه نبرد و از سوی خبرنگاران اعزامی ارسال می‌شود و این گزارشگران اغلب خبر تازه‌ای برای ارائه ندارند. خبرنگار اعزامی در نمونه‌ای که هاسکینز ذکر کرده، برای پرهیز از سکوت واقعی به سکوت استعاری پناه برده است: یعنی ارائه اطلاعات آشکار صوتی و بصری (اینکه آهسته حرف می‌زند و در میان سربازان خفته قرار دارد) و رویداد اخیر را شرح می‌دهد (اینکه سربازان صبح قبل از طلوع بیدار شده و همه روز را به سمت شمال حرکت کرده‌اند) که (بنا به معیارهای جنگ) عادی و معمولی است. لحن نجواگونه و شرایط تصویربرداری نوعی حس نزدیکی را میان دو گروه رقم می‌زند: سربازان و خبرنگار اعزامی (که نمی‌خواهد آنان را بیدار کند)، و خبرنگار اعزامی و بینندگان (که در حال تماشای سربازان خفته هستند).

به استفاده بردبی از سکوت استعاری در گزیده ۶-۱ برمی‌گردیم که آن‌هم برای پیش‌بینی آینده به کار رفته است. در گزارش زنده بردبی، هنگامی که تا یکی دو ساعت آینده خبر تازه‌ای در کار نخواهد بود، گمانه‌پردازی درباره رویدادهای آتی گزینه بسیار جذابی به نظر می‌رسد. این گمانه‌پردازی از همان آغاز این گزیده نمایان است، جایی که

1. negative reporting

درم در سطرهای آغازین گفتگوی دونفره، آشکارا و با لحنی احساسی از بردبی می‌خواهد که نظر خود را درباره رویدادهای آینده بگوید: «تام (.) چی فکر می‌کنی؟ احساس درونی‌ات چیه؟ گرگ دایک استعفا می‌ده؟» (سطرهای ۳ تا ۵). بردبی نیز ناگزیر می‌گوید: «خب من - من فکر می‌کنم احتما - احتمالاً این کار رو خواهد کرد به نظرم (.) این قطعاً پیش‌بینی همه است (.) ایشون چاره دیگه‌ای - به نظرم ایشون احتمالاً حس خواهد کرد که - (.) کاملاً روشن که - (.) ایشون چاره دیگه‌ای نداره» (سطرهای ۶ تا ۹). در اینجا، نمونه‌ای از نقش‌ها یا هویت‌های مختلف را می‌بینیم که در «مرتبه‌های» گوناگونی در گفتمان خبری جای می‌گیرند و «سبک‌های گفتاری» مختلفی دارند. بویژه، گرایش مجریانی همچون درم به «تأکید» یا «پرهیز» و گرایش خبرنگاران یا سردبیرانی همچون بردبی به «تفسیر» یا «گمانه‌زنی» است. (ماتنگومری، ۲۰۰۷)

تفسیر بردبی از رویدادهای آتی «زنده» است - برای نمونه، به گسست‌ها و وقفه‌های گفتار وی در سطرهای ۶ تا ۸ توجه کنید. با این حال، این تفسیر چنان ارائه شده است که هوشمندانه تأیید و تردید را در هم می‌آمیزد. پیش‌بینی‌های بردبی گاهی آشکارا حالت طفره دارند، گویی وی نمی‌خواهد به دام پاسخی شخصی بیفتد که شاید بعدها نادرستی آن برملا شود. در نتیجه، هرچند وی از زمان آینده استفاده می‌کند که بر قطعیت دلالت دارد (این کار رو خواهد کرد [استعفا خواهد داد] یا «احساس خواهد کرد . . .») ولی با استفاده از واژگان غیرقطعی همچون «احتمالاً» و «به نظرم»، از زیر این تعهد شانه خالی می‌کند که همه پیش‌بینی‌هایش به حقیقت خواهد پیوست. ولی گاهی عباراتی بی‌ابهام و صریح را به کار می‌گیرد و با استفاده از ضمائر سوم شخص به طور تلویحی می‌گوید که اینها پیش‌بینی‌های خود او نیستند؛ برای مثال «این قطعاً پیش‌بینی همه است» (سطرهای ۶ و ۷) و «کاملاً روشن که - (.) ایشون چاره دیگه‌ای نداره» (سطرهای ۸ و ۹). در این جمله آخر، زمان حال به کار رفته و تأکید زبرزنجیری بر قید «کاملاً» و صفت «روشن» قرار گرفته و به این ترتیب، جنبه تأکیدی آنها تقویت شده است.

این تلفیق تأیید و تردید نشان‌دهنده دو نیاز همسته در گزارش دو نفره اخبار زنده است: «جذابیت» و «واقعیت». در محیط بسیار رقابتی تلویزیون امروز، اخبار باید توجه بیننده را جلب و حفظ کند. پیش‌بینی رویدادهای آینده - هر چند به طور تجربی و تردیدآمیز - یکی از راه‌های جذابیت است، درست همان‌طور که سخن‌چینی درباره کردار واقعی و بالقوه دیگران یکی از سرگرمی‌های رایج ما انسان‌هاست. ولی حتی در این محیط

بسیار رقابتی تلویزیون، اخبار زنده باید تا اندازه‌ای به واقعیت ربط داشته باشد. استفاده از تأییدهای قوی، یا «ساختارهای جلوبرنده»^۱، یکی از روش‌های گفتاری ارائه واقعیت است. اما از آنجا که ارائه واقعیت احتمالاً خالی از گمانه‌پردازی نیست، گاهی نیاز است که نیروی تأییدی بالا با عبارات احتمالی یا «ساختارهای عقب‌کشنده»^۲، تعدیل شود. (مانتگومری، ۲۰۰۶)

سرانجام، هرچند در پخش رادیویی و تلویزیونی از سکوت واقعی پرهیز می‌شود، ولی در برخی از لحظات پخش زنده تمام‌عیار در تلویزیون به طور هوشمندانه - و اغلب در ترکیب با سکوت استعاری - به کار می‌رود. نمونه‌های عملی این مورد، پخش بیست و چهار ساعته پیامدهای آنی رویدادهای وخیم و پیش‌بینی‌ناشده است، مانند ترور ورزشکاران اسرائیلی در المپیک ۱۹۷۲ مونیخ، حملات تروریستی یازده سپتامبر در امریکا، سونامی در آسیا و گردباد کاترینا در امریکا، هر دو در ۲۰۰۵. پوشش خبری این رویدادها به «ماراتون فاجعه» (لیبس، ۱۹۹۸) معروف است و خود به یک رویداد رسانه‌ای تبدیل می‌شود - یعنی نقطه ارجاع همه اخباری است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به آن رویداد وخیم اولیه می‌پردازند.

برای نمونه، در روز فاجعه یازده سپتامبر، تصاویر حرکت و سپس اصابت هواپیما به برج جنوبی مرکز تجارت جهانی در حالی که برج شمالی هنوز در آتش می‌سوخت، پشت سر هم نشان داده می‌شد و حتی در یک مورد، در اخبار ۲۴ ساعت بی‌بی‌سی، به صورت معکوس به نمایش درآمد. به عقیده یاوروسکی و دیگران (۲۰۰۵) پخش پیوسته این نماها همان تأثیر تصاویر ساکن عکاسی را دارد، و در اینجا سکون، معادل بصری سکوت است. پخش بی‌پایان این تصاویر متحرک به نمادگرایی و شمایل‌وارگی آنها نیز یاری می‌رسانید. (زیزلر، ۲۰۰۲)

نمونه دیگری از کاربرد آگاهانه سکوت واقعی در پوشش خبری فاجعه یازده سپتامبر در اخبار ۲۴ ساعته بی‌بی‌سی، فقدان نسبی صدا در برخی از این نماها بود. گفتار متن روی تصاویر برج شمالی در حال سوختن و حرکت و اصابت هواپیمای دوم به برج جنوبی، با صدای یکنواخت بالگردی همراه بود که برخی از تصاویر از درون آن گرفته شده بود. جالب اینجاست که در هنگام پخش آهسته این نماها، صدای موتور چرخ‌بال ثابت و بدون تغییر می‌ماند (یاوروسکی و دیگران، ۲۰۰۵). احتمالاً به این نتیجه رسیده بودند که صدای

1. push structures

2. pull structures

ملایم (یا سکوت نیمه واقعی) بهترین وسیله برای ثبت وخامت آن لحظه زنده است. موارد دیگری از سکوت واقعی در پوشش خبری فاجعه یازده سپتامبر در /اخبار ۲۴ ساعتۀ بی بی سی، مکث‌های طولانی و آشکار گزارشگران بود، و حس شوک و هراس آنان را در برابر رویدادی نشان می داد که خود (نه فقط گزارشگر که) شاهد آن بودند.

۴-۶ نتیجه گیری

از مفهوم پخش زنده نمی توان تعریفی واحد ارائه داد، ولی بی گمان در تلویزیون امروز بسیار رایج و تأثیرگذار است. برای مثال، برنامه های خبری و واقعیت نما از جمله قالب های تلویزیونی اند که پخش زنده در آنها غلبه دارد، چندان که بینندگان عادت کرده اند که این برنامه ها همیشه به صورت زنده پخش شوند (هاسکینز، ۲۰۰۴ ب). می توان پرسید که تأثیرات پخش زنده در مقایسه با برنامه هایی که در شرایط بی واسطه و در زمان واقعی تولید می شوند تا چه اندازه واقعی یا برتر است، ولی فعلاً به نظر می رسد که این پرسش ها بر رواج و محبوبیت پخش زنده تأثیری ندارند. به عقیده برخی از نویسندگان، دلیل این امر آن است که پخش زنده «ارتباط بالقوه ما را با واقعیت های اجتماعی مشترکی تضمین می کند که در همان لحظه وقوع به تصویر درمی آیند» (کالدری، ۲۰۰۴: ۳۵۵)؛ و پخش زنده «از طریق نوعی تجربه مشترک، نوعی حس پیوند با دیگران» را به ما می بخشد (گیتلین، ۲۰۰۱: ۱۲۸). از طریق پخش زنده، مکان ها، زمان ها، رویدادها و افراد گوناگون، جملگی به شبکه ای از پیوندهای درونی، و سرانجام، نزدیکی و صمیمیت وارد می شوند.

همان گونه که دیدیم، در اخبار زنده تمهیدهای گوناگونی به کار می رود تا ما بینندگان «زنده» را به یکدیگر، به جهان بیرون، و به دیگران ساکن در این جهان (برای مثال خبرنگاران یا بازیگران خبر) پیوند دهد. همچنین، اخبار زنده ما را به گذشته، حال، و بیش از پیش، به آینده مان ربط می دهد. تصاویر زنده (خواه همزمان پخش شوند و خواه با تناوب سریع) این حس را به ما بینندگان القا می کنند که به اکنون دیگر مکان ها و افراد و حتی (در کمال شگفتی) دیگر زمان ها دسترسی داریم. «اکنون» هایی که به طور همزمان بر صفحه تلویزیون نشان داده می شوند، شاید از نظر زمانی با لحظه ای که ما آنها را تماشا می کنیم، تفاوت داشته باشند - برای مثال شاید منطقه های زمانی متفاوتی را دربر بگیرند که همه آنها

به صورت «زنده» به ما ارائه می‌شود - ولی همچنان در یک اکنونِ بارز و مشهود، ما را به دیگران پیوند می‌دهند.

به همین ترتیب، در اخبار زنده، گفتگوی زنده نیز همواره اجرا می‌شود و جنبه خودبازتابی دارد. در اخبار زنده، گزارش لحظه اکنون به نوعی اجرای زنده وابسته است که در آن گپ و گفتگوی خودمانی اهمیتی چشمگیر دارد و اغلب چنان اجرا می‌شود که هم طبیعی می‌نماید و هم نشان می‌دهد که گوینده شخصاً به گفته‌هایش متعهد است. گفتگوی به ظاهر خودانگیخته و گفتگوی سرزنده، دو علامت اصلی گفتگوی موثق در پخش رادیویی و تلویزیونی است (ن.ک. فصل ۴). وقتی بخش‌های گفتار گزارشگران، طبیعی به نظر برسد، نه پیرایش یافته و تمرین شده، گفتار آنان وفادار به خود و در نتیجه موثق جلوه می‌کند. هرگاه در گفتگوی زنده خبری، دیدگاه گزارشگر یا دیگران بیان شود، اجرای گفتگو، وفادار به تجربه و باز هم موثق به نظر می‌رسد. بعلاوه، وقتی گزارشگران از تجربه خودشان سخن می‌گویند، خواه تجربه شخصی‌شان و خواه گفتار بطنی گزاره‌ای به نمایندگی گروهی گسترده‌تر، گفتار آنها از نوعی اعتمادپذیری آکنده می‌شود که بیشتر بر معاشرت‌پذیری استوار است تا بر واقعیت‌های مسلم.

از این گذشته، و همان‌گونه که در مورد ماراتون فاجعه ذکر کردیم، در اخبار زنده گاهی سکوت نیز آگاهانه به کار می‌رود؛ خواه سکوت واقعی و خواه سکوت استعاری. کارکردهای سکوت در اخبار زنده عبارتند از: پنهان کردن نبود اخبار تازه، تأکید بر برخی از رویدادها و عناوین خبری و، مهم‌تر از همه برای بحث ما درباره نزدیکی و صمیمیت، ایجاد نوعی فضای احساسی مشترک که در آن احساس‌هایی جمعی همچون شوک، اندوه، و حیرت جای می‌گیرند.

اینکه آیا بینندگان گرایش رایج و خودآگاه به استفاده (افراطی) از تصاویر زنده، گفتگوی زنده، و سکوت زنده در اخبار را درست و معتبر می‌دانند یا خیر، هنوز مورد مناقشه است - و ما در فصل ۱۴ به آن خواهیم پرداخت - ولی نکته قطعی این است که پخش زنده به‌واقع توانسته است آن کارکرد سنتی مصداقی را از اخبار بگیرد. خواه روش‌های اجرای کنونی اخبار زنده و پیامدهای آن را به دیده انتقاد بنگریم و خواه آنها را بپذیریم، این واقعیت را باید قبول کنیم که ویژگی اصلی اخبار زنده تلفیق دو چیز است: یکی فوریت و دیگری توجه به رویدادهای آینده نزدیک. به نظر می‌رسد اخبار تلویزیونی در حال فاصله گرفتن از افشا و ارائه اطلاعات واقعی تازه و روی آوردن به تفسیر تأثیرگذار

و گاهی اخلاقی (چولیاراکی^۱، ۲۰۰۴) رویدادهای کنونی و دگرگونی‌های احتمالی آنها در آینده نزدیک هستند. به این ترتیب، اخبار زنده بیش از هر چیز در حال تبدیل شدن به اخبار «نزدیک» است: یعنی زمینه‌ای تلویزیونی که مشتاقانه این حس را در بینندگان ایجاد می‌کند که در لحظه اکنون - و حتی گاهی در لحظه آینده - با دیگران در یک جامعه جهانی تصویری در ارتباطند.



گفتگوی «نزدیک» و ارزش اخلاقی

ما، آن‌چنانکه اغلب دربارهٔ غرب می‌گویند، در «فرهنگ درمان‌محور»^۱ (فوردی، ۲۰۰۴) زندگی می‌کنیم - یعنی فرهنگی که ما را تشویق می‌کند دربارهٔ خطاهایمان با دیگران گفتگو کنیم و برای اصلاح آنها تلاش بورزیم. بعلاوه، ما در فرهنگی زندگی می‌کنیم که در آن رسانه‌ها پیوسته احساس‌هایی را برای ارضای شخصی تولید می‌کنند و به این ترتیب در شکل‌گیری پدیده‌ای سهم‌اند که مستروویچ (۱۹۹۷) آن را «مک‌دونالدسازی احساسات» می‌نامد. در این فصل، در ادامهٔ بحث از نزدیکی در اخبار زنده، به این موضوع می‌پردازیم که چگونه «دستگاه درمانی»^۲ تلویزیون (وایت، ۲۰۰۲) حس نزدیکی - و حتی صمیمیت - را میان خودش و بینندگان ایجاد می‌کند. تمرکز این فصل بویژه روی دو موضوع است: یکی انواع گفتگوهای خودافشایی / اعترافی که هم مردم عادی و هم افراد مشهور اغلب در تلویزیون اجرا می‌کنند، و دیگری باورها و ارزش‌هایی که به‌ظاهر زیربنای این گفتگوهاست. تجزیه و تحلیل ما بیشتر متوجه برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور و

1. therapeutic culture

2. therapy machine

برنامه‌های واقعیت‌نماست. زیرا این دو قالب، با وجود تفاوت‌ها و ماهیت دو رگه‌شان، در یک چیز مشترکند و آن علاقه فراوان به افشای احساسات در مقابل دوربین است. از آنجا که معمولاً احساسات در «کنه» افراد ریشه دارند، این دو قالب ادعا می‌کنند که آنچه برای برخی از افراد رخ می‌دهد و چگونگی برخورد آنان با آن رویدادها را بی‌واسطه به بینندگان عرضه می‌کنند.

۷-۱ گپ و گفتگوی نزدیک

ویتن و پانتی (۲۰۰۶) در مقاله «دلمشغول مخاطبان: نگاهی دوباره به برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون» می‌گویند که این قالب تلویزیونی برای نزدیکی به بینندگان مسیری طولانی را پشت سر گذاشته است. یکی از راه‌های این نزدیکی، راززدایی از خود بوده است؛ به این معنا که در برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون، فیلمبرداران، متصدیان صحنه، و دیگر افراد پشت صحنه اغلب در تصویر دیده می‌شوند و گاهی در برنامه مشارکت می‌جویند. حتی خطاهای فنی به عنوان گزینش‌هایی زیبایی‌شناختی به کار می‌روند تا نشان دهند که در این برنامه‌ها نیز همچون در زندگی واقعی گاهی اشتباه رخ می‌دهد و این امری طبیعی است. راه دیگر، ایجاد حس وابستگی و تعلق است. دکور شبیه به خانه - صندلی‌های راحتی، صندلی‌های جلو شومینه، و میز آشپزخانه - در برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون برای ایجاد حس آشنایی است. هویت‌های حرفه‌ای مجریان نیز همین نقش را دارد، زیرا این هویت‌ها اغلب بر اجرای نقش «همسایه بغل دستی» استوارند و با توصیف کلی مجریان برنامه‌های عادی تلویزیون همخوانی دارند. این مجریان نباید هیچ نشانه‌ای مبنی بر هوش یا بینش فوق‌العاده یا مرتبه‌الای اجتماعی از خود بروز دهند؛ مجریان مرد نیز نباید بیش از اندازه خوش‌سیمما باشند.^[۱] به طور خلاصه، این مجریان باید معمولی به نظر برسند.

بعلاوه، تعامل مجریان برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون با یکدیگر نیز به شیوه‌ای آشنا صورت می‌گیرد. برای نمونه، در یکی از برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون بریتانیا یعنی صبح به‌خیر تلویزیون (آی‌تی‌وی) مجریان درباره آن دسته از جنبه‌های زندگی روزانه‌شان گفتگو می‌کنند که برای بیننده آشنا هستند و در نتیجه معمولی جلوه می‌کنند: مواردی همچون بارداری یا اولین روز مدرسه فرزندان، و مانند آن. مجریان برای اینکه معمولی به نظر برسند، اغلب به افشای ضعف‌ها و مشکلاتشان نیز می‌پردازند؛ و برای حفظ جنبه‌های آشنا و معمولی این برنامه‌ها، این افشاگری‌ها اغلب مسائل روزمره را دربرمی‌گیرند و به صورتی همدلانه و گفتگویی انجام می‌شوند. برای مثال، شاید مجری با خونسردی «اعتراف» کند که

هرچند قبلاً در همین برنامه قول داده است که دیگر شکلات نخورد، ولی نتوانسته جلوی خودش را بگیرد. به این ترتیب، جنبه‌های عادی و آشنا برای ایجاد دو چیز اهمیت بنیادی دارند: یکی این برداشت که برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون همان تجارب و احساسات بینندگان را نشان می‌دهند، و دیگر آنکه به آنان نزدیکند - یعنی «به فکر» بینندگان هستند. (ویتن و پانتی، ۲۰۰۶: ۳۵)

محور اصلی برخی از برنامه‌های تلویزیونی، خودافشایی شخصیت‌های رسانه‌ای به صورتی آشنا و عادی است. برای نمونه، در فصل ۴ گفتیم که میزبانان برنامه‌های گفتگویی در حین تعامل با شرکت‌کنندگان به نقل بخش‌های گزیده‌ای از زندگی شخصی خود نیز می‌پردازند. در این بخش از فصل کنونی، بر نوع دیگری از قالب برنامه‌های گفتگویی تمرکز می‌کنیم: برنامه‌های گفتگویی با حضور افراد مشهور [که در اینجا برای رعایت اختصار آنها را برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور می‌نامیم]. برخی از این برنامه‌ها عبارتند از: برنامه پارکینسون^۱ در بریتانیا که در آن مجریان و طیف گسترده‌ای از هنرمندان سینما و تلویزیون، به طور «جدی» به افشای زندگی خود می‌پردازند، البته این بدان معنا نیست که این گفتگوها سرگرم‌کننده نیستند؛ برنامه دیوید لترمن^۲ در آمریکا، و برنامه زنده روو^۳ در استرالیا و نیوزیلند که در آن گفتگوهای خودافشایی معمولاً بهانه‌ای برای شوخی و هجو است.^[۲]

گزیده ۷-۱ (صفحه بعد) آوانویسی بخشی از برنامه زنده روو است که در آن مجری استرالیایی برنامه روو مک‌مانوس^۴ از طریق کنفرانس ویدئویی به طور زنده با بازیگر هالیوودی درو بری‌مور^۵ مصاحبه می‌کند. آنچه پیش از این گزیده پخش شده عبارت است از: آگهی تبلیغاتی آخرین فیلم بری‌مور، سلام و احوال‌پرسی غیررسمی وی و روو، پرسش روو از بری‌مور درباره همین فیلم، و پاسخ بری‌مور به این پرسش.

می‌گویند افراد مشهور، و بویژه ستارگان سینما، «جاذبه» خود را از طریق حضور بر پرده سینما و آگاهی مردم از زندگی پر زرق و برق‌شان به دست می‌آورند (دایر، ۱۹۷۹). آگاهی مردم از سبک زندگی این افراد، وظیفه صنعتی است که تبلیغ درباره این افراد را بر عهده دارد (الیس، ۱۹۸۲). این تبلیغات به چند شکل است، از جمله عکس‌های جذاب و

1. Parkinson

2. The David Letterman Show

3. Rove Live

4. Rove McManus

5. Drew Barrymore

پر آب و رنگی که از خانه‌های باشکوه آنان در مجلات چاپ می‌شود، و گفتگوهای تبلیغی مانند همین مصاحبه‌بری‌مور در *برنامه زنده روو* که در گزیده ۷-۱ آمده است. همه این تبلیغات تکمیلی، ایجاد کننده نوعی «نظام شهرت» (مارشال، ۱۹۹۷) است که دنیای پر زرق و برق ستارگان سینما را در برابر دنیای آشنای دیگر شخصیت‌های رسانه‌ای (مانند مجریان برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون) و دنیای معمولی مردم عادی قرار می‌دهد. بنابراین، نوعی کنجکاوی بی‌امان در دل مردم ریشه می‌دواند که بفهمند پشت نقاب این شخصیت مشهور چه جور انسانی نهفته است. به نظر می‌رسد این شیفتگی، بینندگان را به «کارآگاه‌هایی» تبدیل می‌کنند که در جستجوی «خود واقعی» ستارگان سینمایند.

همان‌گونه که در تحلیل داستان تجربه شخصی کیلروی در فصل ۴ نشان دادیم، شخصیت‌های تلویزیونی به وجهه رسانه‌ای خود جنبه طنز و کنایه می‌دهند. کسانی که همچنان پیرو اجرای سنتی «ستاره معتبر» هستند، تلاش می‌کنند در محیط شهرت امروز کار مناسب را انجام بدهند، محیطی که در آن «نشانه‌های صداقت و اعتمادپذیری دیروز جای خود را به گزافه و نیرنگ امروز داده‌اند» (دایر، ۱۹۹۱: ۱۳۷). پس، امروزه «شهرت واقعی» چگونه بیان می‌شود؟ و چه ربطی به گفتمان تلویزیونی دارد؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها، بهتر است به مصاحبه‌بری‌مور در گزیده ۷-۱ نگاهی بیندازیم.

در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور، شهرت واقعی اغلب از طریق گفتار خودافشایی این افراد شکل می‌گیرد. زیرا این نوع گفتار معمولاً شامل جنبه‌هایی از زندگی خصوصی و نیز احساسات آنان است. به نظر می‌رسد بیان همین جنبه‌های خصوصی و احساسی در گفتار است که روی هم‌رفته تصویری از خود واقعی این افراد را می‌نمایاند. برای نمونه، از بری‌مور پرسش می‌شود که آیا خودش نیز به همان روابط عاشقانه‌ای که در فیلم وجود دارد، می‌پردازد یا خیر (سطرهای ۱ تا ۵، ۲۵ تا ۲۶)، و آیا خودش در حین فیلمبرداری در آن جزیره به شیوه‌هاوایی زندگی کرده یا نه (سطرهای ۳۸ تا ۴۷). پاسخ وی نه فقط مثبت است، و در نتیجه جنبه‌هایی از زندگی خصوصی او را آشکار می‌سازد، بلکه مؤکد هم هست: «< دقیقاً >» (سطر ۶)، «من خیلی < بدجور > رمانتیکم» (سطر ۲۲)، «وای خدایا» (سطر ۲۷)، و «بله» (سطر ۴۸). توجه کنید که آنچه عواطف یا احساسات گفتار وی را در این لحظات به بهترین شکل به بینندگان انتقال می‌دهد، نخست، چهار نمای درشت از اوست که محجوبانه سر به پایین انداخته (سطرهای ۳ تا ۵، ۲۱ و ۲۲)، و دوم، لبخند متین‌اش در سطرهای ۶ و ۷ و سپس لبخند بازش در سطر ۴۸ است.

گزیده ۱-۷

برنامه زنده روو (نیوزیلند، شبکه ۳، ۲۰۰۴)

[روو در مرکز صحنه رو به تماشاگران حاضر در استودیو نشسته است. در سمت چپ وی، صفحه تلویزیونی بزرگی قرار دارد و روی آن نمای متوسط بری مور را می بینیم. در پس زمینه تصویر بری مور، نمایی از یکی از شهرهای امریکا در شب دیده می شود. ر: روو، ب: بری مور، ت: تماشاگران حاضر در استودیو]

ندور - پشت روو، رو به ب	۱	ر	در ادامه همین مطلب (.) < چون موضوع
روی صفحه بزرگ تلویزیونی.	۲		فیلم درباره اظهار علاقه هر روزه به یک شخص واحد است >
ند - ب با کمرویی به پایین می نگرد	۳		(.) آیا خود شما هم سعی می کنی که همین کار رو در زندگی
و سرش را به تأیید تکان می دهد و	۴		روزمره انجام بدی؟ یعنی به کسی که دوستش داری اظهار علاقه می کنی
محبوبانه لبخند می زند.	۵		آن هم > هر روز < و > هر روز ؟
ند - ب به بالا می نگرد و	۶	ب	< دقیقاً > (.) باز هم می گم که هرچند این
لبخندی متین می زند.	۷		فیلم از برخی لحاظ به کمندی سبک (.) ولی
ندور - از پشت ر، رو به ب	۸		اِ پیام اصلی ش خیلی
روی صفحه بزرگ تلویزیونی.	۹		قشنگه (.) اینکه چطور می شه عشق را رشد داد؟ [..]
	۱۰ تا		[ب حدود ده ثانیه درباره عشق به طور کلی
	۱۹		حرف می زند.]
نم - ب رو به دوربین.	۲۰		[..] کار خیلی جالبیه ک - نه فقط اینجور نیست
ند - ب به پایین می نگرد،	۲۱		که انرژی آدم رو تحلیل ببره بلکه به آدم انرژی می ده (.) و اِ (.) اِ این - اِ
انگار خجالت می کشد.	۲۲		اِ من خیلی > بدجور < رمانتیکم (.)
ندور - پشت ر، رو به ب	۲۳		< دقیقاً > (.) باید هر روز زندگی عاشق بشی
روی صفحه بزرگ تلویزیونی.	۲۴		اون هم به روش هایی > تازه < و متفاوت
	۲۵	ر	رمانتیک ترین کاری که خودت تا حالا کردی
	۲۶		چی بوده؟
نم - ب قسمتی از	۲۷	ب	وای خدایا (.) من اِ من من حس می کنم که (.) من اِ من امیدوارم که
صورتش را با دست می پوشاند، به بالا	۲۸		بتونم همیشه کارهای رمانتیک بکنم
نگاه می کند انگار در حال فکر کردن است و	۲۹	ر	[می خندد
لبخندی متین می زند و سپس	۳۰	ب	اِ من دوست دارم به چیزایی رو درست کنم اِ فکر می کنم چیزی که آدم درست می کنه

چیزی که عشق و علاقه رو نشون می‌ده و من عاشق	۳۱	به سخنانش ادامه می‌دهد.
اصالت این کارم و (.) خلایقی که توش هست (۲/۰) و (.)	۳۲	نم - ر به تأیید سرتکان می‌دهد و
فقط باید از لذت ببری و همیشه تلاش بکنی و (.)	۳۳	لبخند می‌زند.
و (.) در عوض این تلاشی که می‌کنی	۳۴	ن‌دور - پشت ر، رو به ب
خی :: لی	۳۵	روی صفحه بزرگ تلویزیونی.
پاداش می‌گیری هرچند فقط داری تلاش می‌کنی	۳۶	
که یه نفر دیگه رو خوشحال کنی	۳۷	
[ر به تی شرت ب اشاره می‌کند که روی آن کلمه	۳۸ تا	
هاوایی نوشته شده و از او می‌پرسد آیا در حین فیلمبرداری در آن جزیره	۴۷	
به شیوه هاوایی هم زندگی کرده یا نه.]		
بله (.) بله (.) چند تا از دوستای مؤنثم	ب ۴۸	ن‌د - ب، لبخندی باز صورتش را می‌پوشاند.
اومدن پیشم این ا این تنها	۴۹	نم - با دستهایش بازی
جایی بود که همه دوستای مؤنثم به دیدنم اومدن	۵۰	می‌کند.
[به خاطر		
[می‌خندد	ر ۵۱	ن‌د - ر.
جزیره زیبای هاوایی و دوست مؤنثم آخرش	ب ۵۲	نم - استفاده آشکار ب از زبان
> سه هفته < اونجا موند و (.) م - و ما	۵۳	بدن و حالت‌های بیانی
مدام موج سواری کردیم و (.) می‌دونین چی‌ش	۵۴	چهره.
جالیه؟ این		
کاریه که هیچ وقت فکرشو نمی‌کردم انجام بدم	۵۵	نم - ر لبخند می‌زند.
(.) من عینهو		
خیلی خنگم (.) کاملاً [> دست‌وپاچلفتی‌ام <]	۵۶	
[می‌خندند	ت ۵۷	ن‌دور - ت.
کاملاً مضحک و اصلاً باورم نمی‌شد که من	ب ۵۸	نم - استفاده آشکار ب از زبان
داشتم این کار رو می‌کردم (.) > انگار رؤیایم را	۵۹	بدن. ن‌دور - پشت ر،
محقق کرده بود < (.)		
این کار برای فیلم هم خیلی خوب بود چون	۶۰	رو به ب روی صفحه بزرگ
اصلاً برای همین		
اونجا بودیم چون پس‌زمین - همین جزیره بود	۶۱	تلویزیونی.
[. . .]		

به همین ترتیب، استفاده آشکار بری‌مور از زبان بدن در نمای متوسط (نمای ویژه گفتار در تلویزیون) نشان داده شده است تا به طور بصری اثبات شود که وی طبیعی حرف می‌زند، نه از روی نوشته. برای مثال در سطرهای ۲۷ و ۲۸ با دست صورتش را می‌پوشاند، انگار با پرسش شخصیِ روو تا اندازه‌ای غافلگیر شده است و خجالت می‌کشد که جنبه رمانتیک وجودش را مقابل دوربین افشا کند. اجرای «گفتگوی سرزننده» (اینکه بری‌مور هر سه نقش محرک و گوینده اصلی و مؤلف را خودش ایفا می‌کند) و وقفه‌هایی که در بیانش وجود دارد (برای مثال در سطرهای ۲۱-۲۲ و ۲۷) به طبیعی بودن گفتارش یاری می‌رساند. سبک گفتگوییِ بری‌مور بر حالت غیررسمی - نوعی تعامل ساده و راحت - دلالت دارد. این حالت غیررسمی از کاربرد اصطلاحات عامیانه (مانند «فقط باید ازش لذت ببری» سطر ۳۴؛ «چند تا از» سطر ۴۸؛ «آخرش» سطر ۵۲)، عدول از نحو (حذف فاعل در «انگار رؤیایم را محقق کرده بود» سطر ۵۹)، عبارت‌های فرمولی گفتگویی («می‌دونید چی‌ش جالبه؟» سطر ۵۴) و ساختارهای گفتار نوجوانان («عینهو» غیرمعیار در «من عینهو خیلی خنگم ...» سطرهای ۵۵-۵۶) ناشی می‌شود. به این ترتیب، اداها و اشاره‌های متمایز، پخش زنده، و رنگ و بوی گفتگویی در گفتار خودافشایی بری‌مور، همگی این حس را القا می‌کنند که با تماشا کردن و گوش دادن به او به کنه وجودش دسترسی مستقیم می‌یابیم.

جالب اینجاست که محتوای گفتار خودافشایی بری‌مور کاملاً کنترل‌شده است. وی فقط چند جنبه از زندگی خصوصی‌اش را بیان می‌کند و تازه اینها را با بحث از آخرین فیلمش در هم می‌آمیزد. تلفیق جنبه‌های خصوصی و عمومی یکی از ویژگی‌های مصاحبه افراد مشهور در برنامه‌های گفتگویی است و افراد مشهور اغلب لحظاتی از پخش را صرف گفتار خصوصی و گاهی احساسی می‌کنند تا وجهه عمومی خود را تبلیغ کنند. بینندگان این را می‌دانند. علاقه «کارآگاهی» بینندگان در این ریشه دارد که می‌توانند لحظاتی را در مصاحبه تشخیص دهند که این افراد نقاب تبلیغی‌شان را کنار می‌گذارند. افراد مشهور نیز این را می‌دانند. و کارشان این است که میان گفتار خصوصی و عمومی توازن مناسبی برقرار سازند. به اصطلاح گافمن (۱۹۸۱)، کارشان این است که بدانند در این برنامه‌ها چه مقدار و چه نوعی از «مواد پشت صحنه» را در «پیش‌صحنه» مصاحبه بگنجانند.

گافمن (۱۹۸۱) در بررسی گفتگوهای رادیویی توضیح می‌دهد که چگونه مجریان برنامه‌های موسیقی (دی‌جی) گاهی در حین اجرا، شنوندگان را به طور مجازی به

پشت‌صحنه برنامه می‌برند؛ و درباره نکاتی حرف می‌زنند که معمولاً از شنونده پنهان است، مانند مشکلات و نقص‌های فنی. در واقع سخنانی که به لحاظ نظری قرار نیست پخش شوند، در عمل به گوش شنونده می‌رسند. به عقیده گافمن، در این موارد گفتگوی پشت‌صحنه به پیش‌صحنه کشانده می‌شود. البته این مفهوم گفتگوی پشت‌صحنه و پیش‌صحنه، از زمینه گفتار مجریان برنامه‌های موسیقی فراتر می‌رود و در بطن استعاره «نمایشی» یا «درام‌پردازی» گافمن قرار دارد. به باور گافمن، ارائه خود در زندگی روزمره بسیار وابسته به نمایش است.^[۳] وی می‌نویسد، مردم در تعامل‌های روزمره بیش از آنکه اطلاعاتی را به گیرنده منتقل کنند، درامی را برای مخاطبان به اجرا درمی‌آورند. برای نمونه، در نقل حکایتی شخصی «آنچه فرد ارائه می‌دهد، نه خودش، بلکه داستانی شامل یک شخصیت محوری است که اتفاقاً خودِ اوست» (۱۹۷۴: ۵۴۱). گافمن سپس می‌افزاید که این آیین‌های اجرایی یا نمایشی با جایگاه فرد در پایگان اجتماعی همخوانی دارند. از همه ما، در مقام بازیگران اجتماعی، انتظار می‌رود که خویشتن‌نمایی را بر چارچوب‌های موقعیتی، مناسبات، و «رفتار بهنجار و مرسوم» (۱۹۸۱: ۳) در هر رویداد اجتماعی بنا کنیم.

چارچوب‌های موقعیتی یا تعاملی، اصول ساختاری ویژه‌ای هستند که معنا و اهمیت هر رویداد اجتماعی را تعریف می‌کنند. مناسبات نیز تنظیم‌های ویژه‌ای هستند که در هر تعامل با توجه به واژگان خودمان و دیگران اعمال می‌کنیم. رفتار بهنجار و مرسوم تعیین می‌کند که کدام گفتار و کدام سبک بیان، برای عرضه به مخاطب عام در چارچوب‌ها و مناسبات گوناگون، شایسته (پیش‌صحنه‌ای) یا ناشایسته (پشت‌صحنه‌ای) است. برای نمونه، در تلویزیون بریتانیا، ناسزاگویی تا پیش از به اصطلاح «نقطه عطف» ساعت نه شب، جزو مواد پیش‌صحنه‌ای قلمداد نمی‌شود. در واقع، در برخی از رویدادهای اجتماعی (بی)واسطه در بعضی از فرهنگ‌ها، ناسزاگویی جزو مواد پشت‌صحنه‌ای است. افشای احساسات شخصی نیز از جمله موادی است که معمولاً به قلمرو خصوصی - یا پشت‌صحنه‌ای - فرد تعلق دارد. ولی برخلاف ناسزاگویی، افشای احساسات درونی در برابر جمع، در تلویزیون بسیار رایج است. در برخی از برنامه‌های تلویزیونی و به عقیده برخی از مجریان تلویزیون، افشای احساسات شخصی بویژه اگر حالت اعترافی داشته باشد، جزو آن دسته از مواد پشت‌صحنه‌ای است که انتظار داریم حالت پیش‌صحنه‌ای بیابد.

در مصاحبه گزیده ۷-۱ بری‌مور گفتار پشت‌صحنه‌ای و پیش‌صحنه‌ای را در هم می‌آمیزد. جالب اینجاست که وی حتی در پاسخ به پرسش از زندگی خصوصی‌اش نیز

همین کار را می‌کند. برای مثال وی در پاسخ به پرسش روو درباره جنبه رمانتیک خودش (سطرهای ۱-۵، ۲۵-۲۶) نخست اشاره کوتاهی به تجربیاتش می‌کند و سپس ماهرانه به جملاتی به نسبت پرداخته‌تر، و کلی و تبلیغی روی می‌آورد. برای مثال، وی در پاسخ به نخستین پرسش روو ابتدا با لحنی مصمم می‌گوید: «دقیقاً >» (سطر ۶)، که کاملاً به آن پرسش مربوط است؛ ولی مکث و تردید کوتاهی که پس از آن می‌آید («(.) اِ») بر تغییر مناسبات یا رویه دلالت دارد. زیرا از اینجا به بعد بری‌مور به محرک سخنانی پیراسته و بیشتر پیش‌صحنه‌ای برای تبلیغ و فروش فیلم تبدیل می‌شود، از جمله اینکه گونه (ژانر) «این فیلم از برخی لحاظ به کم‌دی سبکه» (سطرهای ۶ و ۷) و «پیام اصلی» (سطر ۸) آن را مشخص می‌کند. وی پیام اصلی فیلم را با یک پرسش مشخص می‌کند («اینکه چطور می‌شه عشق را رشد داد؟»، سطر ۹) و خودش با اصطلاحاتی کلی به آن پاسخ می‌دهد (سطرهای ۱۰ تا ۱۹). وقتی روو از او می‌خواهد تا مواد پشت‌صحنه‌ای بیشتری را بیان کند («رمانتیک‌ترین کاری که خودت تا حالا کردی چی بوده؟»، سطرهای ۲۵ و ۲۶) بری‌مور ابتدا پاسخ مرتبط می‌دهد (سطرهای ۲۷-۲۸، ۳۰-۳۳)؛ ولی یک مکث دو ثانیه‌ای و چند گسست و وقفه بیانی (سطر ۳۳) دوباره گفتار او را به قلمرو پیش‌صحنه می‌کشاند. برای مثال به کاربرد ضمیر دوم شخص مفرد در معنایی کلی در این سخنان وی دقت کنید: «فقط باید از لذت ببری و همیشه تلاش بکنی و و اِ و در عوض این تلاشی که می‌کنی خیی: لی پاداش می‌گیری هرچند فقط داری تلاش می‌کنی که به نفر دیگه رو خوشحال کنی» (سطرهای ۳۴ تا ۳۷).

بعلاوه، وقتی که گفتار پشت‌صحنه به پیش‌صحنه کشانده می‌شود، سبک بیان بری‌مور حالت «گفتار به مثابه نمایش» می‌یابد. نمونه مناسب، سرزنش‌هایی است که وی در سطرهای ۵۴ تا ۵۸ نثار خودش می‌کند: «این کاریه که هیچ‌وقت فکرشو نمی‌کردم انجام بدم (.) من عینهو خیلی خنگم (.) کاملاً [> دست و پا چلفتی‌ام < کاملاً مضحک». وی در اینجا ناتوانی‌های شخصی‌اش را برملا می‌کند، ولی این کار را با اغراق‌هایی زیرکانه انجام می‌دهد، بویژه آنکه از تأکیدهای آشکار و لحن نرم و آهسته‌ای استفاده می‌کند. به این ترتیب، موفق می‌شود مجری را به لبخند (سطرهای ۵۵ و ۵۶) و تماشاگران حاضر در استودیو را به خنده‌ای حمایتگر (سطر ۵۷) وادارد. همچنین با این کار، گفتار خود را از افشای شخصی به حیطه سرگرمی انتقال می‌دهد. می‌توان گفت که بری‌مور با اشاره‌های جزئی به خودِ خصوصی‌اش و بیان آنها به صورت گفتار عمومی، هم به علاقه کارآگاه‌وار بینندگان به زندگی شخصی‌اش پاسخ می‌دهد و هم وجهه عمومی خودش را تبلیغ می‌کند.

بنابراین، در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور، احساسات و گفتار عمومی در افشای خود واقعی فرد نقش بنیادی دارند، هرچند هر دوی اینها اغلب برای جذابیت بخشیدن به گفتار عمومی آنان به کار می‌روند. آیا همه انواع افشای احساسات شخصی را می‌توان به همه افراد مشهور نسبت داد؟ پاسخ به این پرسش تا اندازه زیادی به آن فرد و به نوع برنامه گفتگویی بستگی دارد. با این حال، به نظر می‌رسد که امروزه دو نوع اجرا رایج‌تر است: «اجرای عادی بودن» و «اجرای پیام‌های اخلاقی یا ترغیبی». (تولسون، ۲۰۰۶)

از جنبه نظری، عادی بودن با مقوله شهرت همخوانی ندارد، زیرا شهرت به معنای برخورداری از ویژگی‌ها و امکانات غیرعادی است. به همین دلیل است که برخی از شخصیت‌های رسانه‌ای، عادی بودن خود را به هجو و کنایه می‌گیرند. پیشتر در فصل ۴ این نکته را در مورد رابرت کیلروی - سیلک مجری برنامه‌های گفتگویی توضیح دادیم. ولی در عمل، عادی بودن، این توهم جذاب را رقم می‌زند که فرد مشهور با وجود همه موفقیت‌ها و زرق و برقی که دارد، در اصل مثل بقیه است. از همین روست که، برای مثال، در گزیده ۷-۱ بری‌مور خود را دختر جوانی می‌نماید که مثل بقیه دختران جوان از وقت‌گذرانی با «چند نفر از دوستان مؤنث» (سطر ۴۸) لذت می‌برد. این دوستان نیز همچون همه دختران جوان از سفر و گردش در جزیره‌ای تماشایی به هیجان می‌آیند؛ و به همین دلیل است که بری‌مور می‌گوید، هاوایی «تنها جایی بود که همه دوستای مؤنثم به دیدنم اومدن» (سطرهای ۴۹ و ۵۰) و یکی از آنان «> آخرش سه هفته< اونجا موند» (سطرهای ۵۲ و ۵۳). بعلاوه، بری‌مور خود را شخصی نشان می‌دهد که زود به رنگ محیط درمی‌آید. حکایتی که وی درباره موج‌سواری با دوستانش در هاوایی نقل می‌کند، نگرشی عادی و «خواهی نشوی رسوا» را نشان می‌دهد، نه دیدگاه شخصیتی متمایز و برتر. همچنین، وی در این حکایت خود را شخصی نشان می‌دهد که، همچون بقیه مردم، عیب و نقص‌هایی دارد (مانند «خیلی خنگم (. کاملاً [> دست و پا چلفتی‌ام < »، سطر ۵۶)، ولی همین تمسخرش تا اندازه‌ای هجو عادی بودنش نیز هست. افزون بر این، بری‌مور خودش را کسی می‌نماید که با وجود امکانات غیرعادی‌اش نمی‌تواند همچون بقیه مردم به موج‌سواری در جزیره هاوایی - یکی از معروف‌ترین مکان‌های موج‌سواری در دنیا - بپردازد: «می‌دونین چی‌ش جالبه؟ این کاریه که هیچ‌وقت فکرشو نمی‌کردم انجام بدم (.» (سطرهای ۵۴ و ۵۵) و «اصلاً باورم نمی‌شد که من داشتم این کار رو می‌کردم (.» > انگار رؤیایم را محقق کرده بود<» (سطرهای ۵۸ و ۵۹). به طور کلی، گفتار پشت‌صحنه‌ای بری‌مور شخصی عادی را نشان می‌دهد که دارد تجارب و احساساتش را با بینندگان در میان می‌گذارد.

اجرای پیام‌های اخلاقی یا ترغیبی فقط به این محدود نمی‌شود که شمار فزاینده‌ای از مشاهیر سینما و تلویزیون به صورت سفیر یا حامی سازمان‌های بشردوستانه عمل می‌کنند و به تبلیغ وجهه خودشان می‌پردازند؛ و به این نیز محدود نمی‌شود که این افراد اغلب در برنامه‌های واقعیت‌نما شرکت می‌کنند تا برای موسسه‌های خیریه پول جمع کنند. بلکه با توجه به جذابیت همه امور مشهور، نکته اصلی و مهم این است که گفتار پشت‌صحنه‌ای آنان به پیش‌صحنه می‌آید و بیش از پیش دارای پیام‌های اخلاقی یا ترغیبی می‌شود. نمونه مناسب این مورد اپرا وینفری است که به مظهر شخصیت‌های مشهور امروز تبدیل شده است (مارشال، ۱۹۹۷). افشاهای مکرر وی رو به دورین، بر توانایی تغییر و نیروی درمانی بیان احساسات تأکید می‌کند. وی با این افشاگری‌ها - هرگاه که مناسب باشد - جنبه‌های عادی زندگی‌اش را برجسته می‌سازد و هدفش ایجاد رابطه دوستانه میان خودش و بینندگان است (پک، ۱۹۹۵). اینکه اپرا وینفری خودش نیز از طریق گفتگو توانسته است بر برخی از مشکلاتش (مانند اضافه وزن) غلبه کند، به او جایگاهی برتر می‌بخشد تا بتواند کسانی را که در موقعیتی مشابه قرار دارند راهنمایی و هدایت کند. اپرا وینفری نیز همچون بسیاری از افراد مشهور «گفتمانی ترغیبی و حتی اخلاقی را درباره موفقیت‌های فردی» (تولسون، ۲۰۰۶: ۱۵۵) اجرا می‌کند. از آنجا که ایفای نقش فرد مشهور به خودی خود برای برخی از بینندگان جذابیت دارد (بل و ون لیوون^۱، ۱۹۹۴) اجرای این گفتمان‌ها به طبعی‌سازی گفتار و آرمان اخلاقی بیان احساسات یاری می‌رساند.

ولی بری‌مور در گزیده ۷-۱، بر خلاف اپرا وینفری، نه به خطاهایش اعتراف می‌کند و نه مشکلاتی شخصی را که بر آنها فایق آمده است مطرح می‌سازد. ولی گفتار پشت‌صحنه‌ای او، تجربه شخصی را به درسی درباره موفقیت فردی تبدیل می‌کند. برای نمونه، وی که (در سطر ۲۳) برداشتن زندگی رمانتیک به شدت تأکید کرده است، به دیگران نیز رهنمود می‌دهد که همین روش را برگزینند: «باید هر روز زندگی عاشق‌بشی اون‌هم به روش‌هایی <تازه و متفاوت> (سطرهای ۲۳ و ۲۴) و «فقط باید از لذت ببری و همیشه تلاش بکنی» (سطر ۳۴). از این گذشته، چنین می‌نماید که زندگی رمانتیک بری‌مور، دست‌کم به دلیل پاداش‌هایی که به همراه دارد، ارزش تقلید هم دارد: «کار خیلی جالبیه ک - نه فقط اینجور نیست که انرژی آدم رو تحلیل ببره بلکه به آدم انرژی می‌ده (سطرهای ۲۰

و (۲۱) و «در عوض این تلاشی که می‌کنی خی : : لی پاداش می‌گیری هرچند فقط داری تلاش می‌کنی که یه نفر دیگه رو خوشحال کنی» (سطرهای ۳۵ تا ۳۷). افراد مشهور، همچون بری‌مور، تجربه و احساس شخصی خودشان را به درس‌هایی آموزنده برای دیگران تبدیل می‌کنند و با این کار هم به تبلیغ وجهه عمومی و خصوصی‌شان می‌پردازند و هم نشان می‌دهند که بیان احساسات امری پسندیده و دارای ارزش اخلاقی است.

اجرای عادی بودن و اجرای پیام‌های اخلاقی و ترغیبی دو نشانه رایج برای گفتار موثق در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور است. هر دوی این موارد به اجرای گفتار احساسی و خودافشایی بستگی دارند و در نتیجه به‌ظاهر دسترسی مستقیم بینندگان را به قلمرو پشت‌صحنه‌ای این افراد مشهور فراهم می‌سازند؛ یعنی به جایی که فرض می‌شود خود واقعی این افراد قرار دارد. افراد مشهور البته به‌خوبی می‌دانند که افشای مطالب خصوصی به سخنانشان اعتبار می‌دهد. این نکته در تلفیق ماهرانه مواد پشت‌صحنه‌ای و پیش‌صحنه‌ای در سخنان بری‌مور در گزیده ۷-۱ کاملاً مشخص است. باید توجه داشت که بالاخره قدرت نهایی افراد مشهور در این است که بتوانند «کالایی را به فروش برسانند که آن کالا خود ایشان است» (ترنر و دیگران، ۲۰۰۰: ۱۲۸). در ادامه این فصل به بررسی همین رابطه میان جنبه‌های خصوصی و اعتبار سخن می‌پردازیم، ولی در یک نوع گفتگوی دیگر (تک‌گویی‌های اعترافی رو به دوربین) و در یک زمینه تلویزیونی دیگر (برنامه‌های واقعیت‌نما).

۲-۷ گفتگوی نزدیک و «تنها»

در تلویزیون واقعیت‌نما از انواع گفتگو استفاده می‌شود تا رابطه بی‌واسطه با واقعیت مورد تأکید قرار گیرد، از جمله گفتگوهای چندنفره، تعامل‌های دونفره، و موقعیت‌های گفتگویی تک‌نفره.^[۴] از میان این گفتگوها، موقعیت‌های گفتگویی تک‌نفره را «نشانه حقیقی» تلویزیون واقعیت‌نما می‌دانند، هرچند در دیگر زمینه‌های تلویزیون غیرداستانی، مانند سخنرانی‌های سیاسی (ن.ک. فصل ۱۲) و کمدی‌های یک‌نفره گفتاری^۱، متن تک‌گویی‌ها از پیش نوشته و آماده می‌شود. اینکه در برنامه‌های واقعیت‌نما شخص رو به دوربین‌های نزدیک به او به افشای احساساتش می‌پردازد، اغلب نشانه دسترسی بی‌واسطه به خود واقعی آن اشخاص شمرده شده است. احتمال دارد که ارزش حقیقی تک‌گویی در برنامه‌های واقعیت‌نما ناشی

1. stand-up comedy

از کاربرد آن در گونه‌های شناخته‌شده ادبی و سینمایی باشد. برای مثال در درام، ادبیات، و فیلم سیاه (فیلم نوآر) تک‌گویی معمولاً برای افشای خودِ واقعی شخصیت‌ها به کار می‌رود، بویژه اگر پای درون‌کاوی یا اعتراف به رفتار غیراخلاقی در میان باشد.

در اینجا با بررسی گزیده ۷-۲ (صفحه بعد) که از مجموعه خوراک نشان‌دهنده شخصیت شماست^۱ (شبکه ۴ بریتانیا) گرفته شده است، به رابطه تک‌گویی و خودِ واقعی می‌پردازیم. در این قسمت از مجموعه که گزیده مذکور از آن گرفته شده است، دو فرد عادی - گرگور و هلن - یک روند درمانی مرسوم را طی می‌کنند؛ و در نتیجه از «دلبستگی» به خوراک ناسالم (و تأثیرهای روان‌شناختی و جسمانی این دلبستگی) فاصله می‌گیرند و به «کنترل» رابطه‌شان با خوراک (و سلامت احساسی و جسمانی بیشتر) روی می‌آورند. کارگشا و واسطه این درمان احساسی و جسمانی، مجری این مجموعه و کارشناس تغذیه، گیلان مک‌کیث^۲ است. رژیم غذایی گیلان شامل دو مرحله است: مرحله نخست که در آن شرکت‌کنندگانی همچون گرگور و هلن زیر نظر وی یک دوره آموزشی را در زمینه تغذیه سالم و تناسب اندام می‌گذرانند، و یک مرحله دوماهه کنترل (شخصی). در مرحله دوم، گیلان «سرزده» به خانه و محل کار افراد می‌رود و دوربین قابل حملی نیز به آنان می‌دهد تا فراز و فرودهای احساسی این روند درمانی را ضبط کنند.

هرچند در تلویزیون واقعیت‌نما همه انواع گفتگوهای نزدیک و «تنها» نشانه حقیقت شمرده می‌شود، ولی یک نوع گفتگو، برتر به حساب می‌آید: تک‌گوییِ اعترافی. همان‌گونه که از این نام برمی‌آید، این نوع گفتار شامل موقعیت‌های گفتاری یک‌نفره‌ای است که شخص به بازاندیشی ارزش اخلاقی‌اش در کردار و پندار و احساسات و رابطه‌اش با دیگران می‌پردازد. به لحاظ نظری، تک‌گویی اعترافی در تلویزیون واقعیت‌نما، بر خلاف افشای احساسات در برنامه‌های گفتگویی، خودآغاز^۳ است. یعنی هرچند ممکن است برای مؤلف سخن و بینندگان، ارزش درمانی و حتی پالایشی داشته باشد، ولی آنچه آن را برمی‌انگیزد، مثلاً، پرسش‌های مجری برنامه نیست. بلکه در برخی از برنامه‌های تلویزیون واقعیت‌نما از شرکت‌کنندگان خواسته می‌شود تا خاطرات خود را بر روی فیلم ضبط کنند تا بتوانند به طور «خودآغاز» و در خلوت خانه‌شان، خطاها و ضعف‌ها و دیگر ناتوانی‌هایشان را ثبت نمایند.

1. *You are What You Eat*

2. Gillian McKeith

3. self-induced

گزیده ۷-۲

خوراک نشان‌دهنده شخصیت شماست (شبکه ۴، ۲۰۰۷)

[این گزیده در آغاز نیمه دوم این قسمت روی می‌دهد، هنگامی که گرگور و هلن دوره آموزشی گیلان مک‌کیث را به پایان رسانیده‌اند. (م: گیلان مک‌کیث؛ گ: گرگور؛ ه: هلن)]

ن‌دور - گ در آشپزخانه در حال پوست‌گرفتن	۱	م	فقط یک هفته‌اس که از خونه رفته و
خیار سبز			
است	۲	(صرت)	حالا دست‌پرورده درشت‌هیکل من گرگور به مانع برخورد (.)
نم - رو به دوربین، گ	۳	گ	چیزی که واقعاً دارم دست و پنجه نرم می‌کنم
خیار را مخلوط می‌کند و	۴		باهاش اینه که این نوشیدنی هاس ک - (.)
در لیوان می‌ریزد.	۵		برای من (.) ا ام (.)
گ آن را می‌نوشد	۶		باید بگم که خیلی گند و بدمزه‌س (۲/۰)
و حالت تهوع پیدا می‌کند. گ در	۷		تحميل خیار رو ندارم
آشپزخانه، نوشته‌هایی با	۸	م	من هم تحمل آدم‌های < غرغرو > رو ندارم.
نام ویتامین‌ها و مواد معدنی	۹	(صرت)	خیار سرشار از ویتامین‌ها و
روی صفحه تلویزیون بالا می‌رود.	۱۰		مواد معدنی است که گرگور از دستش می‌ده
			[...]

[این قسمت حدود ۱۵ دقیقه دیگر ادامه می‌یابد. بخشی که در زیر آمده است شامل یکی از بازدیدهای به اصطلاح سرزده مجری از گرگور سه هفته پس از مرحله کنترل (شخصی) روند درمانی است]

ن‌د - گ در کافه نشسته است.	۴۰	م	گرگور داره تلاش می‌کنه که بر میلش غلبه کنه
ن‌د - بشقاب از غذای سالم	۴۱	(صرت)	
به سر میزگ	۴۲	گ	هفته گذشته خیلی وحشتناک بود ا واقعاً دلم
آورده می‌شود.	۴۳		شکلات (.) کیک و بیسکویت می‌خواست
			(.) اینها چیزاییه که
ن‌د - گ رو به دوربین.	۴۴		دلم واقعاً می‌خواست (.) چیزاییه که واقعاً
	۴۵		می‌خواستم ا (.) اما می‌خوام که سالم باشم
			(۲/۰)
ن‌د - بشقاب خالی گ.	۴۶		پس ا پس ا رژیم رو رعایت می‌کنم (.)
ن‌د - گ در گل‌فروشی	۴۷	م	آه (.) چه < نوزاد نق‌قویی > (.) لازمه که
روی پله تمرین	۴۸	(صرت)	سروتنین زیاد رو جایگزین
پشت پیشخوان ایستاده است.	۴۹		شکلات زیاد بکنه و ورزش هم بکنه برای
			همین من یک

نم - گ گل‌ها را	۵۰	پلهٔ تمرین برآش فرستادم تا موقع کار بتونه پله بزنه (.)
مرتب می‌کنه. ند - گ، رو به	۵۱ گ	این پلهٔ تمرین (.) به نظرم خیلی مزخرفه (.) من
دوربین، سپس با	۵۲	تمام روز روی این پله ایستادم ولی من (.)
بی‌اعتنائی به پایین	۵۳	به نظر من اِعْمالاً فایده‌ای نداره و من باید این مغازه رو
به پلهٔ تمرین می‌نگرد.	۵۴	بچرخونم (.) نمی‌تونم > دور خودم بچرخم < با
ندور - م از ایستگاه قطار	۵۵	تمرین (.) و ورزش با این پله و این چیزها
بیرون می‌آید و	۵۶ م	منفی‌بافی گرگور اونو به جایی نمی‌رسونه
هلمن را می‌بیند. با هم سلام	۵۷ (صرت)	بنابراین روی کمک هلمن حساب می‌کنم تا روحیه‌شو
و روبوسی می‌کنند. نم -	۵۸	تقویت کنه
ه و م بیرون از ایستگاه	۵۹ م	گرگور داره منو دیوونه می‌کنه اینه که ازت خواستم
قطار گفتگو می‌کنند. به هـ	۶۰	امروز با من بیایی (.) > خیلی
ند - هـ به م.	۶۱	غرغروئه < =
	۶۲ هـ	= هست واقعاً بله [..]

البته شرکت‌کنندگان می‌دانند که گفتارشان کاملاً تک‌گویی و در تنهایی نیست، و سخنانی که رو به دوربین می‌گویند به این معناست که می‌دانند این فرایند به‌ظاهر خودآغاز و خصوصیِ اعتراف، به محصولی عمومی تبدیل خواهد شد و در معرض ارزیابی دیگران قرار خواهد گرفت. به همین ترتیب، حضور گاه به گاه مجریان و دیگر اعضای گروه تولید نیز بدین معناست که دست‌کم برخی از این تک‌گویی‌های اعترافیِ رو به دوربین در واقع از پیش آماده شده است.

در گزیدهٔ ۷-۲ در گفتار گرگور سه تک‌گویی کوتاه رو به دوربین وجود دارد (سطرهای ۳ تا ۷، ۴۲ تا ۴۶، و ۵۱ تا ۵۵). از آنجا که این سه تک‌گویی، گفتار خودارزیابی هستند، گفتمان اعترافی به شمار می‌آیند. در نخستین تک‌گویی، گرگور با بیانی احساسی می‌گوید که سعی می‌کند به پیروی از دستورات مجری برنامه آمیوه‌های سالم بنوشد. در دو تک‌گویی بعدی به ترتیب دربارهٔ از دست دادن اراده در برابر شکلات و کیک و بیسکویت، و بی‌میلی‌اش به استفاده از پلهٔ تمرین در محل کار سخن می‌گوید. با این حال، فقط تک‌گویی نخست است که خودآغاز به نظر می‌رسد: زیرا در آشپزخانهٔ گرگور و بدون

حضور جسمانی کسی دیگر اجرا شده است. دو تک‌گویی دیگر نماهایی از وی را در کافه و مغازه‌اش نشان می‌دهند و مشخص است که کسی دیگر با هماهنگی قبلی از او فیلم گرفته است. بنابراین می‌توان گفت که این دو تک‌گویی دیگر آغاز^۱ هستند و احتمالاً در پاسخ به پرسش‌هایی از سوی مصاحبه‌کننده صورت گرفته‌اند که بعداً در مرحله تدوین حذف شده‌اند.

تک‌گویی‌های اعترافی گرگور در گزیده ۷-۲ با وعده‌های تلویزیون واقعیت‌نما درباره نزدیکی و حقیقت همخوانی دارند، زیرا کشمکش‌های درونی یک فرد عادی را نشان می‌دهند. از همین روست که در سرتاسر این گزیده، گرگور مشکلاتی را که در پیروی از دستورهای مجری دارد، آشکارا بر زبان می‌آورد؛ و از صفت‌ها و بیان تأکیدی استفاده می‌کند: «خیلی گند و بدمزه» (سطر ۶) و «خیلی وحشتناک» (سطر ۴۲). همچنین، با افزایش تأکید یا صدا، برخی از عبارات را مؤکد می‌سازد، مثلاً: «واقعاً دارم دست و پنجه نرم می‌کنم» (سطر ۳)، «تحمّل ندارم» (سطر ۷)، و «دلم واقعاً می‌خواست» (سطر ۴۴). همه اینها جای تردید باقی نمی‌گذارد که گرگور می‌کوشد احساسات شدیدی را رو به دوربین بیان کند.

به همین ترتیب، نشانه حقیقی بودن تک‌گویی گرگور در این است که به نظر می‌رسد پروایی از حضور نزدیک دوربین ندارد. اینکه پس از نوشیدن آب خیار حالت تهوع پیدا می‌کند (سطرهای ۶ و ۷) دال بر همین نکته است.^[۵] نیز توجه کنید که در سطرهای ۵۱ و ۵۴ گفتار پشت‌صحنه‌ای را بیان می‌کند و هرچند این عبارات «خیلی مزخرف» و «دور خود چرخیدن» به نسبت معتدلند، ولی شاید برخی، آنها را از نظر اجتماعی نامناسب بدانند. ادای این عبارات با وجود حضور نزدیک دوربین، این حس را القا می‌کند که جنبه‌های خصوصی گرگور «بی‌اختیار» آشکار شده است. این نکته برای آن دسته از برنامه‌های واقعیت‌نما اهمیت دارد که مدعی دسترسی مستقیم به احساسات واقعی افراد واقعی‌اند. نکته دیگری که به همین اندازه اهمیت دارد این است که تک‌گویی‌های گرگور فرصتی در اختیار برنامه می‌گذارد تا نسخه خاصی از حقیقت و ارزش اخلاقی را تولید کند. در زیر به این نکته می‌پردازیم.

1. other-induced

فیلسوف و مورخ فرانسوی میشل فوکو^۱ در کتاب تاریخ جنسیت^۲ (۱۹۷۸) می‌گوید، انسان غربی امروز، حیوان اعتراف‌گر است. وی می‌نویسد که در غرب، اعتراف «گسترش و رواج فراوانی یافته است»:

اعتراف در دادگستری، پزشکی، آموزش و پرورش، روابط خانوادگی، روابط عشقی، در مرسوم‌ترین کارهای زندگی روزمره، و در آیین‌های شرعی نقش دارد؛ افراد به جنایت‌ها و گناهان و اندیشه‌ها و خواسته‌ها و بیماری‌ها و مشکلاتشان اعتراف می‌کنند؛ و چیزهایی را با دقت بسیار تعریف می‌کنند که نقل آنها بسیار دشوار است. افراد در نهان و آشکار به پدر و مادر، معلم، پزشک، و افراد مورد علاقه‌شان اعتراف می‌کنند؛ و در شادی و رنج چیزهایی را معترف می‌شوند که گفتن آنها به دیگران ناممکن است؛ اموری که معمولاً درباره‌شان کتاب می‌نویسند. (۱۹۷۸: ۵۹)

البته در زمانی که فوکو تاریخ جنسیت را می‌نوشت، چیزی همانند تلویزیون واقعیت‌نمای امروز وجود نداشت، ولی اجرای فراگیر گفتگوی نزدیک و «تنها» در این برنامه‌ها ناگزیر ما را به یاد همین دیدگاه فوکو درباره‌ اعتراف‌زدگی غرب می‌اندازد. فوکو در ادامه می‌نویسد، از قرون وسطی تاکنون جوامع غربی اعتراف را به یکی از «ارزشمندترین فنون تولید حقیقت» تبدیل کرده‌اند (۱۹۷۸: ۵۸ - ۵۹). زیرا افراد از طریق اعتراف و با گفتمان‌هایی حقیقی که درباره‌ خودشان ابراز می‌کنند، به اعتبار دست می‌یابند. این اعتباربخشی به خود نیز نشانه‌ای از عزم عاطفی آنهاست که می‌خواهند به ارزش اخلاقی برسند. برای مثال در آیین اعتراف در کلیسای کاتولیک، انسان‌های نادم خطاهای خود را می‌پذیرند و به این ترتیب نشان می‌دهند که می‌خواهند تغییر (و بهبود) یابند و به کاتولیک‌هایی نیک تبدیل شوند. فوکو (۱۹۷۸: ۶۱) می‌افزاید، از همین روست که اعتراف «[شخص معترف] را تبرئه می‌کند، از گناه می‌رهاند، و پاک می‌گرداند؛ بار خطاها را از دوشش برمی‌دارد، آزادش می‌سازد، و رستگاری را نویدش می‌دهد».

در برنامه‌هایی همچون خوراک نشان‌دهنده شخصیت شماست نیز کنش‌های اعترافی از عزم شرکت‌کنندگان به بهبود - بنا بر معیارهای این برنامه - مایه می‌گیرد. برای نمونه، در گزیده ۷-۲ تک‌گویی‌های گرگور رو به دوربین، ضمن نشان دادن تلاش وی برای بهبود، عزم او را برای غلبه بر موانع نیز به نمایش می‌گذارد. در سطرهای ۶ و ۷ آب خیار می‌نوشد، چیزی که آن‌همه از آن بدش می‌آید. در سطرهای ۴۰-۴۳ بشقابی از غذای سالم را در کافه جلوی او می‌گذارند و چیزی نمی‌گذرد که می‌بینیم بشقاب خالی شده است

(سطر ۴۶) و گرگور عزم و اراده‌اش را اعلام می‌کند: «اما می‌خوام که سالم باشم (۲/۰) پس اِ پس اِ رژیم‌ام رو رعایت می‌کنم» (سطرهای ۴۵-۴۶). همچنین، اگرچه معلوم است که قصد ندارد از پلهٔ تمرین در محل کارش استفاده کند، ولی این تخطی از دستور مجری را با توجه به زمینه‌های «عملی» (سطر ۵۳) توجیه می‌کند: «باید این مغازه رو بچرخونم» (سطرهای ۵۳-۵۴). بنابراین، زیربنای گفتمان اعترافیِ گرگور رو به دوربین همانا میل به تغییر است، خواه این میل واقعی باشد خواه نباشد.

در آن به اصطلاح «اتاق خاطرات» خانهٔ برادر بزرگ نیز شرکت‌کنندگان اغلب به افشای احساسات شخصی (با آغازگری برادر بزرگ) یا تک‌گویی‌های اعترافی (خودآغاز) می‌پردازند.^[۶] هدف از این تک‌گویی‌ها در اصل این است که به «همخانه‌هایی خوب» – یعنی بنا بر معیارهای خانهٔ برادر بزرگ به افرادی اخلاقی – تبدیل شوند. رسیدن به موقعیت «همخانهٔ خوب» در خانهٔ برادر بزرگ از نظر گفتمانی با سه چیز صورت می‌گیرد: معاشرت‌پذیری، ایجاد همدلی، و فردیت (تولسون، ۲۰۰۶). معاشرت‌پذیری یعنی ایجاد این حس که فرد می‌خواهد با همخانه‌هایش رابطه‌ای دوستانه داشته باشد، هرچند هم می‌خواهد آنان را شکست بدهد و هم می‌خواهد بینندگان را سرگرم کند. هدف از ایجاد همدلی این است که بینندگان و همخانه‌ها رفتار فرد را با تفاهم و همدلی بنگرند. به این منظور، فرد از «نشانه‌های ایجاد همدلی» (برنستاین، ۱۹۷۱؛ مانتگومری، ۱۹۸۶) استفاده می‌کند، یعنی عبارات و جملاتی همچون «می‌دونی؟»، «متوجه منظورم هستی؟» و پرسش‌های فرمولی (مانند «کار دیگه‌ای نمی‌تونستم بکنم، می‌تونستم؟») را به کار می‌برد. همخانه‌ها با این روش طرف گفتگو را به همدلی با گفتارشان (و رفتارشان) فرا می‌خوانند. در برنامهٔ برادر بزرگ که رقابتی شدید بر سر مبلغ هنگفتی پول و امکان کسب شهرت در جریان است، همخانه‌ها با کاربرد این نشانه‌های ایجاد همدلی به‌ظاهر از فردیت خود چشم می‌پوشند ولی در واقع گفتارشان جنبهٔ خودتبلیغی دارد. اجرای فردیت به تصمیم همخانه‌ها بستگی دارد که میان دو چیز انسجام برقرار کنند یا خیر: از یک سو، معاشرت‌پذیری پیش‌صحنه‌ای که باید در مورد دیگر همخانه‌ها اعمال کنند و از سوی دیگر، اعتراف‌های پشت‌صحنه‌ای در «اتاق خاطرات» که به تقلب‌ها و ترفندهای بازی و دیگر موارد اشاره می‌کنند و خودشان نیز می‌دانند که باید ابراز شوند، چون بینندگان از آنها اطلاع دارند.

درست است که برنامه‌هایی همچون *خوراک نشان‌دهندهٔ شخصیت شماست* و *برادر بزرگ* از برخی جنبه‌ها با هم تفاوت دارند، ولی دلمشغولی آنها یکی است: اینکه از طریق

گفتار «تنها» و رو به دوربین، افراد معمولی به کنه ضمیرشان دسترسی یابند. این گفتار، اغلب حالت اعترافی دارد و ضعف‌ها و آرزوها و کشمکش‌ها و خبایث درونی مؤلف سخن را نشان می‌دهد. در برخی از این برنامه‌ها، ارزش اخلاقی مؤلف نیز آشکارا مورد داوری قرار می‌گیرد. در اینجا بهتر است که باز به نظر فوکو درباره آیین‌های اعتراف بپردازیم.

به عقیده فوکو (۱۹۷۸) از قرون وسطی تاکنون اعتراف همواره به شکل نوعی نظارت عمل کرده است. اعتراف همیشه در حضور دیگری صورت می‌گیرد، و نقش او نخست شنیدن و سپس «داوری، تنبیه، عفو، دلداری، و آشتی» است. بنابراین در اعتراف، قدرت یا «نیروی برتری»، نه با گوینده معترف که می‌خواهد به فردیتش اعتبار ببخشد، بلکه «با کسی است که گوش می‌دهد [. . .] کسی که می‌پرسد و از قرار معلوم چیزی از ماجرا نمی‌داند» (۱۹۷۸: ۶۱-۶۲). به لحاظ نظری، در تلویزیون واقعیت‌نما دیگران ناپیدا همان بینندگانند. برای نمونه، تک‌گویی‌های اعترافی گرگور در گزیده ۷-۲ به صورت لحظات گفتار نزدیکی پخش می‌شوند که فقط شامل خود او و دوربین است. بینندگان از طریق دوربین در موقعیت شنوندگانی قرار می‌گیرند که چیزی از ماجرا نمی‌دانند، اما در عمل، بینندگان به صورت نیروهای برتری نیابتی درمی‌آیند. معمولاً وظیفه داوری و توبه‌پذیری بر عهده مجری است که اغلب در پایان برنامه مردم عادی را که رو به دوربین اعتراف کرده‌اند، می‌بخشاید.

درست است که گفتار «تنها»ی مردم عادی در وهله نخست به صورت لحظات خصوصی ارزیابی خویشتن اجرا می‌شود، ولی در بسیاری از این برنامه‌ها با استفاده از فنون تدوین در مرحله پس‌تولید، و با استفاده از گفتمان مجری، این گفتار حالت عمومی و توجیه‌پذیر پیدا می‌کند. برای مثال در گزیده ۷-۲ تک‌گویی‌های اعترافی گرگور با گفتار متنی همراه است که در آن مک‌کیث با عباراتی روشن و آشکار، نظر خود را درباره ارزش اخلاقی مورد ادعای گرگور بیان می‌کند. در سطرهای ۵۹ تا ۶۱ همزمان با گفتار متن، خود مک‌کیث نیز در تصویر حضور دارد و در گفتگو با هلن به داوری درباره اجرای گرگور می‌پردازد. به این ترتیب، مک‌کیث هرگاه بخواهد، نیروی برتری خود را به دو شیوه اعمال می‌کند: از جایگاه شخصیت درون داستان و از طریق صدای خداوند. و بویژه از طریق مورد دوم است که نوعی نظارت اخلاقی را فراهم می‌آورد که بر آموزش درس‌های پندآموز استوار است.

در گزیده ۷-۲ ارزیابی مک‌کیث از گفتار اعترافی گرگور تند و بی‌رحمانه و شبیه به توصیه‌های رک و صریح کارشناسان یا مجریان در برخی از برنامه‌هاست؛ برنامه‌های مشاوره‌ای همچون *روابط عشقی*^۱ و *روابط سالم با توصیه‌های دکتر روث وست‌هایمر*^۲، برنامه‌های دادگاهی مانند *قاضی جودی*^۳، مسابقه‌های استعدادیابی مانند *ستاره پاپ*^۴ و *عامل مجهول*^۵، و برنامه‌های آشپزیِ واقعیت‌نما همچون *کابوس‌های آشپزخانه (رامزی)*^۶ [۷] به عقیده وایت (۲۰۰۲: ۳۲۰) وجه مشترک همه این برنامه‌ها، اتکای آنها به «تشخیص سریع و گفتار صریح درباره رفتار "طبیعی" است». مجریان این برنامه‌ها اغلب برای سرگرمی مخاطب، درباره تلاش‌های مردم عادی در جهت ارزش‌مندی اخلاقی، جملاتی تحقیرآمیز یا تمسخرآمیز بیان می‌کنند؛ و این کار را به دو صورت انجام می‌دهند: یا در حضور خود آن افراد (ن.ک. فصل ۹) یا، مانند گزیده ۷-۲، با گفتار متنی که بعدها در مرحله تدوین افزوده می‌شود. در هر صورت، این کار معمولاً تخطی آشکار و تعمدی از هنجارهای پذیرفته شده تعامل اجتماعی، همچون نزاکت گفتمانی^۷ است. [۸]

ویژگی اصلی نزاکت گفتمانی در فرهنگ انگلوساکسون پرهیز از رفتارهایی است که نیاز هم‌سخنان به محبت و قدردانی و ارزشمندی را به مخاطره بیندازد؛ یعنی رفتارهایی که «نیازهای ایجابی وجهه» را تهدید کند. در گفتار مک‌کیث در گزیده ۷-۲ چند مورد از این تهدید نیازهای ایجابی وجهه دیده می‌شود. برای نمونه، وی درباره بی‌ارادگی گرگور («فقط یک هفته‌اس که ... گرگور به مانع برخورد»، سطرهای ۱ و ۲) و «منفی‌بافی» او (سطر ۵۶) نظر می‌دهد؛ اصطلاح «غرغرو» (سطر ۸) را به کار می‌برد و گرگور را «نوزاد نق‌نقو» (سطر ۴۷) می‌نامد. درباره رفتار گرگور می‌گوید، «داره منو دیوونه می‌کنه» (سطر ۵۹) و دوباره تکرار می‌کند که «>خیلی غرغروئه <» (سطرهای ۶۰ و ۶۱). از این گذشته، تهدیدهای مک‌کیث به نیازهای ایجابی وجهه گرگور بسیار صریح است. عبارات رنگ و وارنگ و جناس‌های خطی^۸ مانند «نوزاد نق‌نقو» (سطر ۴۷) و «دست‌پرورده درشت‌هیکل»

1. Loveline

2. Good Sex! With Dr. Ruth Westheimer

3. Judge Judy

4. Pop Idol

5. The X factor

6. (Ramsay's) Kitchen Nightmares

7. discourse politeness

۸. alliterative: ایجاد جناس آوایی در واژه‌های آغازین عبارت، مانند «نوزاد نق‌نقو» که هر دو واژه با حرف نون آغاز شده‌اند.

(سطر ۲) نمونه چیزی است که کالپر (۱۹۹۶، ۲۰۰۳، ۲۰۰۵) - با استناد به مفهوم رفتار مؤدبانه نزد براون و لوینسون (۱۹۸۷) - آن را بی‌نزاکتی گستاخانه و آشکار می‌نامد؛ یعنی عباراتی که نیازهای ایجابی وجهه شنونده را به شیوه‌ای «مستقیم، روشن، آشکار، و کوتاه» تهدید می‌کنند. بعلاوه، از آنجا که این عبارات با شوخ طبعی کلامی (برای مثال جناس خطی و واژگان خنده‌دار) ادا می‌شوند، همزمان نیازهای ایجابی وجهه مک‌کیث را نیز برآورده می‌سازند، بویژه این نیاز وی که می‌خواهد اگر نه کارشناس خبره تغذیه، که دست‌کم مجری‌ای جذاب جلوه کند.

آیا می‌توان گفت که گفتار مک‌کیث به واقع بی‌ادبانه است؟ نویسندگانی همچون کالپر (۲۰۰۵) عقیده دارند که این نوع رفتار بی‌نزاکت گستاخانه و آشکار که در برنامه‌های «استثمارگرانه» رخ می‌دهد، در تعامل‌های طبیعی چنان نادر است که وقتی با آنها روبه‌رو می‌شویم، دیگر نمی‌توانیم زمینه سخن را بهانه کنیم و آنها را مناسب بشماریم (نیز ن.ک. باوس‌فیلد، ۲۰۰۸). با این حال، رفتار بی‌ادبانه با توجه به زمینه و نوع جامعه تعریف می‌شود: رفتاری که در زمینه‌های اجتماعی و تعاملی معین از حیطة مورد انتظار تخطی می‌کند و آن را زیر پا می‌گذارد (واتس، ۲۰۰۳). اگر بپذیریم که تمسخر مردم عادی در مقابل دیگران یکی از عناصر سازنده «گفتار جذاب و نمایشی» در برخی از برنامه‌های واقعیت‌نماست، آنگاه می‌توانیم بگوییم که رفتار مک‌کیث با توجه به این زمینه نه بی‌ادبانه که «هوشمندانه» (واتس، ۲۰۰۳) است.

نکته آخر اینکه، هدف از گفتار مجری در بسیاری از این برنامه‌ها، اجرای منش ترغیبی یا اخلاقی آن برنامه‌هاست. به نظر می‌رسد هدف از این منش نیز نجات مردم عادی از «درماندگی» است. در این زمینه توجه کنید که در گزیده ۷-۲ هر بار که مک‌کیث به تمسخر گرگور می‌پردازد، پس از آن اطلاعات مفیدی ارائه می‌دهد. برای مثال در سطر ۸ به تقلید از گرگور می‌گوید، «من تحمل آدم‌های <غرغرو> رو ندارم» و سپس گفتار متن او را می‌شنویم: «خیار سرشار از ویتامین‌ها و مواد معدنی است که گرگور از دستش می‌ده» (سطرهای ۹-۱۰). این تبلیغ مواد غذایی روی تصاویری از چهره دردناک گرگور در آشپزخانه پخش می‌شود و نام ویتامین‌ها و مواد معدنی روی صفحه تلویزیون بالا می‌رود. مک‌کیث در سطر ۴۷ تصمیم احساسی گرگور را به تمسخر می‌گیرد: «آه (.) چه > نوزاد نق‌نقویی <» و پس از این عبارت رنجش‌آور، جمله‌ای آموزنده می‌گوید: «لازمه که ... برای

همین پله تمرین براش فرستادم» (سطرهای ۴۷-۵۰). سپس همین که با بنده‌نوازی، دیدگاه گرگور درباره پله تمرین را در این جمله بیان می‌کند: «منفی‌بافی، اونو به جایی نمی‌رسونه» (سطر ۵۶) ترفند ترغیبی دیگری از آستیش بیرون می‌کشد: «بنابراین روی کمک هلن حساب می‌کنم تا روحیه‌شو تقویت کنه» (سطرهای ۵۷-۵۸).

بنابراین، در برخی از برنامه‌های تلویزیون واقعیت‌نما، اجرای تک‌گویی‌های اعترافی مردم عادی رو به دوربین به شدت ترغیب می‌شود، زیرا چنین می‌نماید که افشای احساسات درونی افراد زمینه دسترسی مستقیم به خود واقعی آنان را فراهم می‌آورد. در عین حال، از این کار برای سرگرمی مخاطبان «بهره‌برداری» می‌شود و اغلب مورد نوعی ارزیابی شدید و نظارت اجتماعی قرار می‌گیرد که منش اخلاقی و ترغیبی برنامه را تحقق می‌بخشد.^[۹] مورد گویای دیگری که البته با نمونه‌ای که در اینجا بررسی شد، اندکی تفاوت دارد در برنامه *برادر بزرگ با شرکت افراد مشهور* (بریتانیا، ۲۰۰۶) رخ داده است. یکی از شرکت‌کنندگان این مسابقه، جید گودی^۱، در مورد یکی دیگر از شرکت‌کنندگان یعنی بازیگر سینمای هند شیلپا شتی^۲ سخنانی نژادپرستانه را بر زبان آورد. حتی از گوردن براون وزیر وقت دارایی بریتانیا، که در آن زمان در سفری رسمی به هند به سر می‌برد، درخواست شد که درباره اظهارات گودی نظر بدهد و ایشان ناگزیر شد که از «بریتانیایی بودن» شتی دفاع کند. همزمان با افزایش بینندگان این برنامه، سیل انتقادات از شبکه ۴ نیز بالا گرفت که چرا از میان همه رویدادهای بیست و چهار ساعته خانه برادر بزرگ بخشی از گفتار گودی را برای پخش برگزیده‌اند که در جامعه به اصطلاح چندفرهنگی بریتانیا تفرقه ایجاد کرده است. البته این سخنان گودی با شخصیتی که به تدریج در رسانه‌ها پیدا کرده بود، همخوانی داشت. وی که نخستین بار در سال ۲۰۰۲ در مسابقه عادی برادر بزرگ شرکت کرده بود، خود را زنی پرمدها ولی «سر به هوا» شناسانده بود: یعنی کسی که هر چه به زبانش بیاید می‌گوید ولی اساساً خوش‌قلب است. وقتی گودی از مسابقه اخراج شد، در توجیه سخنان «فاقد ارزشمندی اخلاقی» که درباره شتی گفته بود، همین تندزبانی ناآگاهانه را بهانه کرد. وی در مسابقه عادی برادر بزرگ به دلیل تندزبانی و سر به هوایی‌اش پرآوازه شد و در *برادر بزرگ با شرکت افراد مشهور* به دلیل اجرای همین نوع گفتار، بدآوازه گشت.

1. Jade Goody

2. Shilpa Shetty

۳-۷ نتیجه‌گیری

در تجزیه و تحلیل‌های این فصل به نقش گفتار احساسی و خصوصی در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور و تلویزیون واقعیت‌نما پرداختیم. در برنامه‌های نوع اول، از طریق گفتگوی مجری و فرد مشهور، به‌ظاهر جنبه‌هایی از خود واقعی این افراد برملا می‌گردد که البته هوشمندانه پرداخت و اجرا می‌شوند. در نوع دوم، افراد عادی رو به دوربین تک‌گویی‌های اعترافی را اجرا می‌کنند و به شرح مشکلاتشان و تصمیم برای غلبه بر آنها می‌پردازند، به این امید که بنا بر معیارهای ارزشمندی اخلاقی آن برنامه، مورد ستایش قرار گیرند. در هر دو نوع برنامه، اجرای گفتار احساسی و خصوصی به مثابه نشانه حقیقت - یعنی دال بر خود حقیقی فرد - به بینندگان ارائه می‌شود.

در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور، گفتگوی نزدیک میان مجری و ستارگان چنان اجرا می‌شود که عطش اشتیاق و کنجکاوی بینندگان را فرو بنشانند. آنچه به این زمینه‌های تعاملی بسیار عمومی و تبلیغی تمایز می‌بخشد، همانا پرسش‌هایی است که مجریان درباره زندگی خصوصی ستارگان مطرح می‌کنند و ستارگان نیز به این پرسش‌ها به‌طور «طبیعی» پاسخ می‌دهند. برای مثال در گزیده ۷-۱ سری‌مور نخست از پرسش درباره جنبه‌های رمانتیک وجودش تعجب می‌کند، ولی به هر حال نشان می‌دهد که بی‌میل نیست برخی از این جنبه‌ها را آشکار سازد.

به همین ترتیب، به نظر می‌رسد که مردم عادی در برنامه‌های واقعیت‌نما فرصتی به دست می‌آورند تا از طریق آیین‌های اعتراف به اعتباربخشی خود بپردازند. برای نمونه، تک‌گویی‌های اعترافی گرگور در گزیده ۷-۲ چنان ساخته و پرداخته شده‌اند که حس کنیم امکان دسترسی مستقیم به خود حقیقی او را فراهم می‌آورند؛ و شاید برخی از بینندگان کمابیش تحت تأثیر انسجام اخلاقی این اعتراف‌ها قرار گرفته باشند. برای مثال وی ادعا می‌کند «می‌خوام که سالم باشم» (سطر ۴۵) اما این را هم می‌گوید که دوست ندارد از پله تمرین استفاده کند. باید توجه داشت که درست از طریق همین اعتراف احساسی به تناقض‌های درونی است که بینندگان می‌پندارند شرکت‌کنندگانی همچون گرگور خود واقعی‌شان را نشان می‌دهند. همین ناهمخوانی‌های اخلاقی در گفتار نزدیک و «تنها»ی آنان، این حس موجه را رقم می‌زند که احتمالاً بینندگان می‌توانند یکی از ویژگی‌های اصلی اعتبار آنها را ارزیابی کنند: یعنی «انسجام و اعتبار بیان احساسات». (اسلمه و پانتی، ۲۰۰۶:

و سرانجام، در این فصل نشان دادیم که گفتار احساسی و خودافشایی در تلویزیون، ابزاری تعاملی با اهداف ایدئولوژیک است. ستارگان سینما و تلویزیون از توجه و علاقه بینندگان به موقعیت‌شان استفاده می‌کنند تا شکل‌های خاصی از ترغیب یا ارزشمندی اخلاقی را به اجرا بگذارند؛ که مثلاً در مورد اپرا وینفری، تأکید بر عادی بودن و موفقیت‌های شخصی است. در برنامه‌های واقعیت‌نمایی که در نیمه دوم این فصل بررسی کردیم، تثبیت منش اخلاقی و ترغیبی برنامه کاملاً در اختیار مجری است، زیرا مردم عادی چنان تصویر می‌شوند که گویی از حل مشکلات خود ناتوانند. هم ستارگانی همچون اپرا وینفری و هم مجریانی مانند مک‌کیث در چارچوب برنامه به راهنمایی و هدایت افراد می‌پردازند. بعلاوه، این راهنمایی بر این فرض استوار است که با اندکی کمک می‌توان مردم عادی را از «درماندگی» نجات داد. به این ترتیب، این ستارگان و مجریان به کاری به‌ظاهر غیرممکن می‌پردازند که جزء ذاتی این نوع برنامه‌هاست. «تأیید قاطع نیرو و توان فرد» (مک‌دانلد، ۲۰۰۳: ۸۵) راهی است برای اینکه نشان دهند برنامه‌های خودپاری و انضباط شخصی هنوز واجد ارزش اخلاقی هستند (اسکوائر، ۱۹۹۷). بینندگان نیز، هم نقش اعتراف‌کننده و شنونده نیابتی را ایفا می‌کنند و هم با اجرای خودآگاه مجری، راهبردهای خودآگاه تلویزیون در زمینه وساطت و شبیه‌سازی، و اجرای شرکت‌کنندگان (وایت، ۲۰۰۲) از ماجرا دور نگه داشته می‌شوند.

بخش سوم

کشمکش



کشمکش . . . یا ظهور بی‌نزاکتی تماشایی

به من پول می‌دهند که در خط حرکت کنم. به من پول می‌دهند که بیرون
از خط حرکت کنم. به من پول می‌دهند تا بحث‌انگیز باشم و به بحث دامن
بزنم. و در این سال‌ها خط خیلی خوبی را طی کرده‌ام.
(پل هلمز، ۳ آوریل ۲۰۰۴)

پل هلمز یکی از معروف‌ترین و بحث‌برانگیزترین مجریان تلویزیون نیوزیلند است که
برنامه‌های او در شبکه‌های گوناگون و در سال‌های متوالی بر هیجان‌انگیزی و بحث‌انگیزی
استوار بوده است. این بحث‌انگیزی در نقل قول مغرورانه^۱ بالا به خوبی آشکار است. این
نقل قول از مصاحبه وی با روزنامه دومینیون پست^۱ شهر ولینگتون به مناسبت پانزدهمین
سالگرد برنامه‌اش هلمز (۱۹۸۹ - ۲۰۰۴) گرفته شده است. در این برنامه که بیشتر بر قالب
مصاحبه استوار است، «حرکت بیرون از خط» و «دامن زدن به بحث» به ترتیب به معنای
مخالفت با مصاحبه‌شونده و پیگیری بحث است. برای نمونه، در نخستین شب اجرای

1. *Dominion Post*

برنامه هلمز در سال ۱۹۸۹ مصاحبه وی چنان تند و تیز بود که مصاحبه‌شونده استودیو را ترک کرد. این رویداد در تلویزیون نیوزیلند بی‌سابقه بود، زیرا تا آن زمان همه مصاحبه‌ها مؤدبانه صورت می‌گرفت. در واقع، هلمز در آن شب تأثیری ملی ایجاد کرد و دومینیون پست بعدها نوشت: «هنگامی که در ۳ آوریل ۱۹۸۹ دنیس کانر [مصاحبه‌شونده] با عصبانیت استودیو را ترک کرد، نام هلمز به فرهنگ واژگان ملی وارد شد» (دومینیون پست، ۲۰۰۴: ۶). همین روزنامه به نمونه‌ی اخیر اشاره می‌کند که هلمز را در مارس ۲۰۰۴ دوباره در زمره عناوین خبری درآورد، زیرا در گفتگویی زنده در شبکه ZB درباره قتل شیخ احمد یاسین رهبر معنوی حماس، لطیفه‌ی ادبانه‌ای را بر زبان راند؛ «مثل اینکه این اسرائیلی‌ها خیلی خای ... دارند، ولی غلفه ندارند».^[۱] (۲۰۰۴: ۶)

به نظر می‌رسد که در برنامه هلمز نه استدلال عقلانی که بحث‌برانگیزی و جریان آزاد احساسات «منفی»، مانند تحقیر دیگران، بیشتر مورد توجه بوده است. البته این قضیه فقط به این برنامه و مجری آن محدود نمی‌شود. شهرت جرمی پکسمن^۱، مجری کارکشته بریتانیایی نیز هنگامی در این کشور فزونی گرفت که در مصاحبه‌ای تلویزیونی با یکی از وزرای کابینه یک پرسش چالش‌برانگیز را چهارده بار از او پرسید. در واقع پکسمن در سال ۱۹۹۷ به دلیل سبک ویژه مصاحبه‌هایش، برنده جایزه بفتا (آکادمی هنرهای فیلم و تلویزیون بریتانیا)^۲ شد. از آن زمان تاکنون، پیگیری مصراغه بحث‌ها و کشمکش‌های وی هیچ خللی نیافته است و حتی مجریان دیگر نیز در برخی از مصاحبه‌های خبری و سیاسی در تلویزیون بریتانیا سبک او را به کار بسته‌اند.

می‌توان گفت سبک مخالفت‌جویانه برخی از مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی در نظام نوبت‌بندی نامتقارن اجرای این نوع مصاحبه‌ها ریشه دارد، بویژه با توجه به نقش مصاحبه‌کننده که می‌تواند با نوع پرسش‌هایی که مطرح می‌سازد محتوا و روند تعامل را شکل بدهد. با این حال، این جنبه از نظام نوبت‌بندی مصاحبه‌های سیاسی در دیگر مصاحبه‌های تلویزیونی، از جمله در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور نیز یافت می‌شود. همان‌گونه که در فصل ۷ دیدیم، این نوع مصاحبه‌ها نیز بر اجرای گفتگوی احساسی استوارند، ولی سبک آنها بیشتر از سرهم‌دلی است تا مخالفت. بنابراین، توضیح پذیرفتنی‌تری که می‌توان برای سبک مخالفت‌جویانه مصاحبه‌های سیاسی ارائه کرد این

1. Jeremy Paxman

2. BAFTA (British Academy of Film and Television Arts)

است که رابطه تلویزیون (و دیگر رسانه‌ها) با سیاست در اصل بر گرد مخالفت می‌چرخد. هدف اصلی مصاحبه‌های خبری، و بویژه مصاحبه‌های سیاسی، بحث‌برانگیزی و مخالفت است نه کسب اطلاعات و موافقت.^[۲] مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی معمولاً از سوی مجریان باتجربه اجرا می‌شوند و اغلب مصاحبه‌کننده در نقش «بحث‌برانگیز واسطه» یا «شکارچی» و سیاستمداران در نقش «صید»‌هایی قرار می‌گیرند که آگاهانه طفره می‌روند، ولی در عین حال به تبلیغ خودشان می‌پردازند (پارتینگتون، ۲۰۰۳). با این همه، همان‌گونه که تحلیل انواع گفتگوهای تلویزیونی سیاستمداران و مجریان در فصل‌های ۱۰ و ۱۲ نشان خواهد داد، هر دو طرف از اجرای مخالفت فایده می‌برند.

مخالفت معمولاً در برنامه‌های گفتگویی و برنامه‌های واقعیت‌نما نیز رخ می‌دهد و اغلب به شیوه‌ای بسیار صریح و بسیار احساسی صورت می‌گیرد. در برنامه‌های گفتگویی، کشمکش از طریق برخی تمهیدهای تعاملی به اوج می‌رسد. برای نمونه، در برنامه‌هایی که با شرکت مردم عادی و کارشناسان برگزار می‌شود، بحث‌های شدید اغلب هنگامی درمی‌گیرد که کارشناسان شیوه بحث تخصصی را وامی‌نهند و روش بحث «عادی» را در پیش می‌گیرند. بحث عادی بر مخالفت‌های احساسی استوار است، نه بر نوعی هم‌رأیی عقلانی که به طور مرسوم در گفتمان‌های تخصصی یافت می‌شود. نکته مهم این است که آنچه این مخالفت‌های احساسی را تسهیل می‌کند، کنترل شدید مجری بر حق سخن گفتن شرکت‌کنندگان است. برای نمونه، در برنامه رابرت کیلروی - سیلک گاهی که شرکت‌کننده‌ای عادی گلایه‌ای را از یک شرکت خدمات عمومی مطرح می‌کند، این مجری به شرکت‌کننده عادی فرصتی طولانی می‌دهد تا بدون مزاحمت و با فراغ بال به مخالفت با دیدگاه نماینده آن شرکت (متخصص) که در استودیو حاضر است بپردازد. البته این نوع مدیریت مجری بر نظام نوبت‌دهی سخن، به معنای برتری مردم عادی بر کارشناسان نیست، بلکه هدف آن است که از طریق تقابل، نیازهای این گونه تلویزیونی برآورده شود - یعنی زمینه سرگرمی بینندگان فراهم آید (لورنزو - داس، ۲۰۰۱ الف؛ وود، ۲۰۰۱). به عبارت دیگر، هدف، «تقابل سرگرمی‌آفرین»^۱ است.

میزان سرگرمی‌آفرینی بیان خشم و تحقیر و دیگر احساس‌های «منفی» رایج در برنامه‌های گفتگویی، بیش از هر جا در برنامه‌های «جنجالی» آشکار است. ساختار کلی و

چارچوب مشارکتی این برنامه‌ها چنان طراحی می‌شود که در اصل به صورت منظره‌ای تماشایی دریافت شوند. در برنامه‌هایی همچون *برنامه جری اسپرینگر*^۱ (امریکا) و *تریشا*^۲ (بریتانیا) خیل میهمانان («قربانیان») به صحنه می‌آیند تا از این شکایت کنند که مورد خطاکاری دیگران قرار گرفته‌اند. سپس گروهی از متهمان («شریرها») را از پشت صحنه فرا می‌خوانند تا نسخه‌هایی کاملاً متفاوت، ولی به همان اندازه اتهام‌آمیز، از رویدادها ارائه دهند. بحث‌های خصماگین اغلب در همین مرحله رخ می‌دهد، و مجری نیز معمولاً کنار تماشاگران حاضر در استودیو و روبه‌روی میهمانان قرار می‌گیرد و فقط آن‌گاه برای خاتمه‌دادن به بحث میهمانان پا پیش می‌گذارد که مطمئن شود ارزش سرگرمی‌آفرینی این تقابل‌ها دیگر در حال فروکش کردن است. این مداخله‌ها در هر برنامه‌ای فرق می‌کند و در برخی از برنامه‌ها به جای پرخاش‌های کلامی - برای مثال فحش‌ها و ناسزاهای افراد - صدای بیب می‌گذارند، ولی از پرخاش‌های غیرکلامی - از جمله حمله و کتک‌کاری - بیشترین استفاده را می‌برند.

مجریان برنامه‌های گفتگویی «جنجالی» معمولاً توجه را به جنبه‌هایی از داستان میهمانان می‌کشاند که احتمال دارد احساساتی قوی و «منفی» را برانگیزند؛ و هنگامی که تجارب میهمانان را مسئله‌آفرین می‌سازند، فضای بیشتری برای تقابل سرگرمی‌آفرین فراهم می‌آورند، بویژه که رفتار میهمانان و حاضران در استودیو با اعمال نمایشی فراوانی همراه است. برای نمونه، پس از طرح اتهام از سوی «قربانی»، «آخ‌ها» و «نه‌های بلند و با تأکید و حرکات تند دست و حالت‌های بیانی چهره به میان می‌آید و هدف از آنها، هم ارزیابی آن اتهام است و هم ایجاد تقابل‌های چندگانه میان قربانی و شریر و حاضران در استودیو. بعلاوه، در پایان برخی از قسمت‌ها از کارشناسان برنامه (کارشناسان خودیاری، مشاوران، و مانند آن) دعوت می‌شود تا به صحنه بیایند و قربانی و شریر را راهنمایی کنند که چگونه از عصبانیت دست بردارند و با شرایط کنار بیایند. به این ترتیب، این برنامه‌ها از آغاز تا پایان، بحث و گفتگوی میهمانان را به دو صورت قالب‌بندی می‌کنند: داستان‌های موقعیتی (ن.ک. فصل ۴) و «مسائل گلایه‌پذیر» (هاچ‌بای، ۲۰۰۱). از این رو، استودیوی تلویزیون به مکانی مناسب برای اجرای گفتگوی کشمکش‌ی و بسیار احساسی میهمانان تبدیل می‌شود.

در برخی از برنامه‌های واقعیت‌نما نیز مخالفت به صورتی آشکار و احساسی اجرا می‌شود. جدای از اینکه برخی از افراد معمولی به این دلیل در این برنامه‌ها شرکت می‌کنند که به شهرتی موقتی و پانزده دقیقه‌ای برسند، به لحاظ نظری دلایل شرکت در این برنامه‌ها کسب مهارتی خاص یا دستیابی به هدفی شخصی است: مانند گذراندن دوره آموزش نظامی (رتش پسران بد^۱)، رسیدن به مقام آشپز بهتر (واژه غذا^۲)، حل و فصل مناقشه (دادگاه مردم^۳ و قاضی ماتیس^۴)، کاهش وزن (خوراک نشان‌دهنده شخصیت شماست^۵)، کسب شغلی با درآمد خوب (کارآموز^۶)، و تبدیل شدن به خواننده پاپ (ستاره پاپ^۷)، و مانند آن. گاهی نیز، مثلاً در مسابقه ضعیف‌ترین حلقه^۸، انگیزه اصلی، بردن جایزه نقدی است. ولی در عمل، رسیدن به نوعی تفاهم با خود، بهبودی، یا دستاورد در مرحله دوم قرار می‌گیرد: «مشارکت موفق در نوعی تعامل اجرایی شهرت و اعتبار و فنآوری‌های رسانه‌ای جایگزین آن موارد می‌شود» (وایت، ۲۰۰۲: ۳۲۰). این تعامل اغلب شامل ارزیابی‌های تند و تحقیر همان مردم عادی است که این برنامه‌ها ادعای کمک به آنان را دارند. (ن.ک. فصل ۷)

دیدیم که گفتگوی کشمکشی، هم در برنامه‌های «جدی» (مانند مصاحبه‌های سیاسی) رایج است و هم در برنامه‌های «غیرجدی»، و اینک می‌توان پرسید: چرا؟ آیا به این دلیل است که تلویزیون بازتابی از «فرهنگ بحث‌محور»ی است که می‌گویند امروزه در آن زندگی می‌کنیم؟ (تانن، ۱۹۹۹). منظور از «فرهنگ بحث‌محور» فرهنگی است که برای دستیابی به همه اهداف فردی و اجتماعی، از بحث و جدلهای خودکار بهره می‌گیرد. به عقیده رابین لاکوف، گفتمان سیاسی و عمومی در آمریکا از دهه آخر سده بیستم به این سو دچار نوعی بی‌نزاکتی آشکار شده است. با این حال، وی می‌افزاید که «بی‌نزاکتی عمومی» چیز تازه‌ای نیست، و بارها اشتیاق خود را «به آن دوران طلایی فرضی» ابراز می‌کند که «همه آمریکایی‌ها به فکر یکدیگر بودند و حتی اگر این گونه نبودند، حجب و حیا پیشه می‌کردند». (۲۰۰۳: ۴۳)

البته مشکل اجرای هم‌رأیی و مخالفت محجوبانه در تلویزیون این است که سرگرمی‌آفرینی آنها به پای مخالفت و کشمکش، بویژه وقتی از ته دل اجرا شوند،

1. *Bad Lad's Army*2. *The F Word*3. *The People's Court*4. *Judge Mathis*5. *The Apprentice*6. *Pop Idol*7. *The Weakest Link*

نمی‌رسد. به ظاهر آنچه رسانه تلویزیون ارائه می‌دهد، نه افزایش چشمگیر بی‌نزاکتی، بلکه افزایش «بی‌نزاکتی چشمگیر» - یا بی‌نزاکتی تماشایی - است. این نکته چندان شامل موارد فراوان فریاد زدن و بحث و جدل و مخالفت و پریدن وسط سخنان دیگران نمی‌شود و بیشتر شامل رفتارهایی است که فقط برای سرگرمی‌آفرینی در تلویزیون اجرا می‌شوند - و به همین دلیل در این رسانه که بقای آن وابسته به رضایت بینندگان است، تا این اندازه رواج دارند.

در همین زمینه، کالپر (۲۰۰۵) چهار عامل کلی را ذکر می‌کند که در ارزش سرگرمی‌آفرینی گفتگوهای کشمکشی در تلویزیون نقش دارند، بویژه در برنامه‌هایی که مجریان به تمسخر شرکت‌کنندگان عادی می‌پردازند. نخست، به نظر می‌رسد خشونت نهفته در این نوع گفتگوها لذتی غریزی به بینندگان می‌بخشد: «نیازی نیست که کتک‌کاری واقعاً رخ دهد، بلکه صرف امکان رخ دادن آن ما را به هیجان می‌آورد» (۲۰۰۵: ۴۵). دوم، به نظر می‌رسد تماشای ضعف‌های دیگران لذت چشم‌چرانی به بینندگان می‌دهد. البته این نکته بر این فرض استوار است که فریاد زدن و دیگر واکنش‌های احساسی که انسان کنترل خود را از دست می‌دهد، نشان‌دهنده ضعف آدمی است - این نکته شاید در مورد جوامع انگلوساکسون درست باشد، ولی برخلاف محبوبیت جهانی این برنامه‌ها، جهان‌شمول نیست. سوم، بنا به مفهوم آلمانی «خوشحالی از بدحالی دیگران»^۱، چنین می‌نماید که بینندگان از تماشای گرفتاری و مصیبت دیگران لذت می‌برند - برای مثال از اینکه کسی سر دیگری فریاد بزند یا در مقابل جمع او را دست بیندازد. چهارم، تماشاگران از این لذت می‌برند که از فاصله‌ای امن امکان درگیری خود را در مناقشه تصور کنند. مثلاً اگر دعوا و کتک‌کاری را از طریق فیلم ببینند، احساس امنیت می‌کنند، اما اگر خودشان از نزدیک شاهد همین دعوا باشند، احساس ناامنی و ترس به آنان دست می‌دهد.

گذشته از این چهار عامل کلی، گفتگوی کشمکشی در تلویزیون واقعیت‌نما به این دلیل اهمیت دارد که همچنین در داستان، به پیشبرد پیرنگ و شخصیت‌پردازی یاری می‌رساند (کالپر، ۱۹۹۸). برای مثال ایجاد یک سبک شخصی در مخالفت، برای بسیاری از مجریان برنامه‌های واقعیت‌نما اهمیت ویژه‌ای دارد. برای نمونه، آن رایبسون، مجری برنامه بریتانیایی ضعیف‌ترین حلقه، پیش از نوبت سخن هر یک از شرکت‌کنندگان، جملات کوتاه

1. schadenfreude

طنزآمیز و تحقیرآمیزی می‌گوید. موفقیت این برنامه در بریتانیا و دیگر کشورهای که از «آن» و سبک نیشدار او تقلید کرده‌اند، از جمله استرالیا، دانمارک، نیوزیلند، ایتالیا، مکزیک و آمریکا، بیشتر به دلیل همین گفتار تلخ و کوبندهٔ رایبسون بوده است. چنین می‌نماید که گفتگوی کشمکشی «خشن» - بویژه اگر با ظرایف کلامی همراه باشد - مسیر سرگرمی را هموار می‌سازد.^[۳]

با این همه، در اینجا تناقضی در کار است. گفتگوی کشمکشی به دلیل ارزش سرگرمی‌آفرینی‌اش در بسیاری از قالب‌های تلویزیون رواج دارد؛ ولی در برخی از کشورهایی که این برنامه‌ها محبوبیت دارند، بویژه در کشورهای انگلوساکسون، احساساتی که در این نوع گفتگوی کشمکشی بروز می‌یابند (مانند تحقیر و خشم و عصبانیت) «منفی» ارزیابی می‌شوند. آنچه این نگرش منفی به کشمکش را ایجاد و ترغیب می‌کند، الگویی است که در بررسی ارتباط میان فردی نقش بسیار مؤثری دارد: نزاکت گفتمانی.^۱

نزاکت گفتمانی در نظریهٔ گافمن دربارهٔ تعامل اجتماعی و بویژه مفهوم «وجه» ریشه دارد. به نظر گافمن (۱۹۶۷: ۵) وجه عبارت است از «ارزش اجتماعی مثبتی که فرد، از طریق داوری فرضی دیگران در مورد رفتار او در یک برخورد اجتماعی معین، به خودش نسبت می‌دهد». گافمن می‌گوید، افراد برای حفظ وجه‌شان، تصویری از خود ارائه می‌دهند که تا حد امکان با چارچوب‌های تعاملی رویدادهای اجتماعی گوناگون همخوان باشد. برای نمونه، چارچوب مسلط بر خویشتن‌نمایی در گپ و گفتگوی غیررسمی دو دوست، بسیار متفاوت با چارچوبی است که همین دو نفر در یک برنامهٔ گفتگویی افراد مشهور نقش مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده را ایفا می‌کنند. در گپ و گفتگوی غیررسمی هر دو نفر می‌توانند به کنش‌های تعاملی «پرسیدن» و «پاسخ دادن» پردازند، ولی در چارچوب غیررسمی برنامهٔ گفتگویی، نوبت‌بندی سخن ذاتاً نامتقارن است: یعنی فقط یکی از آنان (مصاحبه‌کننده) قرار است اطلاعات بگیرد (با کنش «پرسیدن») و دیگری (مصاحبه‌شونده) قرار است اطلاعات بدهد (با کنش «پاسخ دادن»). بنابراین می‌توان گفت، مصاحبه‌کننده شاید در کل هیچ اطلاعاتی دربارهٔ زندگی شخصی خودش ندهد، ولی مصاحبه‌شونده می‌تواند با کنش «پاسخ دادن» به ارائه و تبلیغ برخی از جنبه‌های خود عمومی و خصوصی‌اش پردازد.

1. discourse politeness

پنه‌لویه براون و استیفن لوینسون در سال ۱۹۷۸ مقاله‌ای درباره‌ی نزاکت در فرهنگ‌های گوناگون منتشر ساختند که تا اندازه‌ای بر نظریه‌های تعامل اجتماعی گافمن و بویژه مفهوم وجهه استوار بود. نسخه‌ی توسعه‌یافته‌ی این مقاله نه سال بعد به شکل کتاب انتشار یافت (نزاکت: برخی از عناصر جهان‌شمول در کاربرد زبان^۱، ۱۹۸۷) و چیزی نگذشت که به منبع اصلی پژوهش درباره‌ی ارتباط میان فردی تبدیل شد. الگوی براون و لوینسون بر سه اصل استوار است:

۱. هر فردی یک چهره‌ی عمومی دارد: وجهه.
۲. ارتباط شامل چندین کنش گفتاری^۲ است که وجهه‌ی گوینده و شنونده را به خطر می‌اندازند: کنش‌های تهدید وجهه.
۳. افراد برای کاهش کنش تهدیدآمیز ارتباط، مطابق با وجهه‌ی خودشان و دیگران به گفتار راهبردی یا تدبیری^۳ روی می‌آورند: راهبردهای نزاکت.

مفهوم وجهه نزد براون و لوینسون شامل دو «خواسته» یا «نیاز» است که افراد به یکدیگر نسبت می‌دهند و هر یک از اعضای جامعه می‌داند که دیگران نیز همین نیازها را دارند: نیازهای ایجابی وجهه و نیازهای سلبی وجهه. نیازهای ایجابی وجهه، همان‌گونه که در فصل ۷ گفته شد، نشان‌دهنده‌ی میل فرد به جلب علاقه و احترام و ستایش دیگران است. نیازهای سلبی وجهه نشان‌دهنده‌ی میل فرد به در امان ماندن از تحمیل‌های دیگران است.

براون و لوینسون نیز همچون گافمن، وجهه را دارای فایده‌ی دوجانبه می‌دانند: وجهه‌ی هر فرد به تثبیت وجهه‌ی دیگران بستگی دارد. این دو نیز همچون گافمن بر ماهیت راهبردی یا تدبیری تعامل انسانی تأکید می‌ورزند. افراد همواره از راهبردهای نزاکت استفاده می‌کنند تا تصویر مطلوبی از خود به دیگران ارائه دهند. راهبردهایی که هدف از آنها رعایت نیازهای دیگران به علاقه و ستایش است (نیازهای ایجابی وجهه‌ی دیگران)، راهبردهای ایجابی نزاکت نام دارند؛ و راهبردهایی که هدف از آنها رعایت نیازهای دیگران به رهایی از تحمیل است (نیازهای سلبی وجهه‌ی دیگران)، راهبردهای سلبی نزاکت نام دارند.^[۴]

1. Politeness: Some Universals in Language Usage

2. speech act

3. strategic

در پژوهش‌هایی که به پیروی از الگوی براون و لوینسون صورت گرفته، بر حفظ وجهه فرد از طریق حفظ وجهه دیگران تأکید شده است، و از این رو جای شگفتی نیست که گاهی در تجزیه و تحلیل گفتگوی کشمکشی آن را تخطی از نزاکت گفتمانی دانسته‌اند.^[۵] برای مثال، مخالفت با دیدگاه دیگران که در مشاجره رخ می‌دهد، نوعی حمله به نیازهای ایجابی وجهه آنان است: زیرا با این میل آنان در تضاد است که می‌خواهند دیدگاهشان مورد علاقه و ستایش و احترام قرار گیرد. بعلاوه، تهدیدی بر نیاز رهایی از تحمیل - یعنی نیازهای سلبی وجهه آنان - نیز به شمار می‌آید، زیرا در مشاجره، هر فردی می‌خواهد نظر خود را به کرسی بنشانند [و به دیگران تحمیل کند]. برای نمونه، قضات در برنامه‌های دادگاهی اغلب سخنان دادخواه را با تکیه کلام‌های خاصی قطع می‌کنند، مانند «حرف شما را باور نمی‌کنم حتی اگر دفتر اسناد رسمی آن را تأیید کند!» یا «کدام قسمت از "کافی است" را متوجه نشدید؟» (قاضی میلان، دادگاه مردم، امریکا). این گسست‌های تقابلی سخن دادخواهان، هم نیازهای سلبی وجهه آنان، یعنی حق تعاملی سخن‌گویی آنان، را تهدید می‌کند و هم نیازهای ایجابی وجهه‌شان را؛ اینکه با آنان همچون شاهدانی صادق و توانا رفتار شود. به همین ترتیب، در مصاحبه‌های خبری پاسخ‌خواهی با حضور سیاستمداران، هنگامی که مصاحبه‌کننده نخست پیش‌فرض‌هایی زیانبار را در مورد مصاحبه‌شونده مطرح می‌سازد و سپس به طرح پرسش‌های جفتی (بلی - خیر) می‌پردازد، در واقع نیازهای ایجابی و سلبی وجهه مصاحبه‌شونده را تهدید می‌کند. قالب بلی - خیر فشار زیادی بر سیاستمداران وارد می‌آورد تا فقط به یک موضوع خاص بپردازند و در نتیجه حق بیان کامل از آنان گرفته می‌شود. آن پیش‌فرض‌ها نیز ویژگی‌هایی را به سیاستمداران نسبت می‌دهد که باعث می‌شود نه در مقام سیاستمدار مورد علاقه و ستایش و ارزش قرار بگیرند و نه به مثابه انسان‌هایی عادی.

بنابراین، گفتگوی کشمکشی را اغلب رفتاری خارج از نزاکت و تهدیدکننده وجهه دانسته‌اند. ولی همان‌گونه که در فصل ۷ دیدیم، بانزاکت یا بی‌نزاکت بودن هر رفتار گفتمانی را تناسب زمینه‌ای و اجتماعی تعیین می‌کند. این دیدگاه را نمی‌توان پذیرفت که برخی از کنش‌های گفتاری ذاتاً بانزاکت یا بی‌نزاکت هستند. حتی آن دسته از کنش‌های گفتاری که معمولاً برای تقویت وجهه به کار می‌روند، مانند تعارف‌ها و خوشامدها، اگر در زمینه نامناسب به کار گرفته شوند، برای مثال برای هجو یا تمسخر، نیازهای وجهه مخاطبان اصلی را تهدید می‌کنند (لورنزو - داس، ۲۰۰۱ب). از سوی دیگر، کنش‌های گفتاری‌ای که

اغلب برای تهدید وجهه به کار می‌روند، مانند دشنام و ناسزا، در زمینه‌های خاص به ایجاد دوستی میان اعضای یک گروه خاص یاری می‌رساند. دو نمونه معروف، یکی استفاده از دشنام در گفتگوهای سرسری مردان جوان سفیدپوست است (کمرون، ۱۹۹۷) و دیگری ناسزاهای رایج در انگلیسی محاوره‌ای سیاهان در حین شوخی‌های خودمانی (لابوف، ۱۹۷۲ ب). در دیگر زمینه‌ها نیز کنش گفتاری ناسزاگویی شاید به تقویت وجهه فرد کمک کند. برای مثال به یاد بیاورید دشنام‌های خفیفی را که گرگور در تک‌گویی‌های رو به دوربین به کار می‌برد (فصل ۷).

این باور که برخی از انواع گفتار نیز در ذات خود بی‌نزاکت هستند، پذیرفتنی نیست. برای نمونه، بحث و جدل شامل مجموعه‌ای از کنش - تقابل است که به این ترتیب ایجاد می‌شوند و پیش می‌روند: (۱) گوینده الف نظری را طرح می‌کند؛ (۲) گوینده ب (هم‌تعامل گوینده الف) این نظر را قابل اعتراض، یا «اقدام کنشی»، می‌داند؛ (۳) گوینده ب آنگاه با اقدام کنشی الف مقابله می‌کند؛ یعنی «اقدام تقابلی» انجام می‌دهد؛ (۴) گوینده الف این اقدام تقابلی گوینده ب را اقدام کنشی تازه‌ای می‌پندارد و اقدام تقابلی تازه‌ای مطرح می‌کند، و تا آخر (مینارد، ۱۹۸۵). هر یک از این اقدام‌ها تا جایی که دیدگاه هم‌آورد و تعاملی فرد را به چالش بگیرد، تهدیدکننده وجهه است.

با این حال، بحث و جدل، هم تشکیل‌دهنده برخی از «انواع فعالیت» (لویسنسون، ۱۹۹۲) است، مانند بحث‌های سیاسی در مجلس عوام انگلستان (هریس، ۲۰۰۱: ۱۹۹۲؛ پرز د آیالا، ۲۰۰۱) و هم مایه داستان‌گویی در برخی از برنامه‌های بحث و گفتگوی تماشاگران (لورنزو - داس، ۲۰۰۷). در این موارد، مخالفت با دیدگاه دیگران، مناسب با زمینه است، یعنی رفتاری است مؤدبانه و فارغ از سوءظن. این بحث‌ها فقط آنگاه به گفتار نامناسب یا بی‌نزاکت تبدیل می‌شوند که عواملی دیگر نیز بروز یابند، مثلاً آیین‌نامه رفتار مجلس بریتانیا آشکارا نقض شود یا به جای نقش‌های تعاملی شرکت‌کنندگان، خود آنان مورد حمله قرار گیرند.

بنابراین، نوع فعالیت، نقش بسیار مهمی در تولید و تفسیر رفتار به عنوان بانزاکت یا بی‌نزاکت دارد. به عقیده لودویگ ویتگنشتاین^۱ فیلسوف اتریشی، برای فهم معنای گفتار باید از نوع فعالیتی آگاه باشیم که این گفتار در آن نقش دارد. استیفن لویسنسون (۱۹۹۲: ۶۹) بر مبنای همین دیدگاه، نوع فعالیت را چنین تعریف می‌کند:

1. Ludwig Wittgenstein

هر نوع فعالیت شناخته‌شده فرهنگی، چه آن فعالیت با گفتار همراه باشد یا نباشد و در واقع حتی اگر هیچ گفتاری در آن رخ ندهد [...] بویژه، به نظر من نوع فعالیت به مقوله‌ای مبهم اشاره دارد که اعضای اصلی آن رویدادهایی هدف‌مند و اجتماع‌محور و همبسته‌اند، با محدودیت‌هایی که بر شرکت‌کنندگان و محیط و دیگر موارد و از همه مهم‌تر بر انواع مشارکت مجاز اعمال می‌کنند. بهترین نمونه‌ها عبارتند از آموزش، مصاحبه کاری، بازپرسی قاضی، بازی فوتبال، کار در کارگاه، میهمانی شام، و جز آن. (تأکید از متن اصلی)

نوع فعالیت نشان می‌دهد که «آنچه فرد می‌گوید چگونه "برداشت" می‌شود، یعنی دیگران از آنچه وی می‌گوید چه استنباطی می‌کنند» (لویسنسون، ۱۹۹۲: ۹۷). آگاهی ما از انواع فعالیت به این معناست که باید‌ها و نباید‌های اجرای آنها را می‌دانیم و متوجهیم که دیگران از تصمیم‌های ما چه برداشتی خواهند کرد.

بنابراین، همه گفتگوهای کشمکشی، حتی سخنان تندی که تهدید وجهه را جبران نمی‌کنند، بی‌نزاکت نیستند. زیرا اگر چنین باشند فرو می‌پاشند، چون همین نزاکت گفتمانی است که چرخ‌های تعامل اجتماعی را روغن کاری می‌کند. از سوی دیگر، هر نوع فعالیت، گفتار بی‌نزاکت به شمار می‌آید، اگر: «۱) گوینده آگاهانه به وجهه شنونده حمله کند؛ یا ۲) شنونده رفتار گوینده را تهدیدکننده وجهه بشمارد یا تفسیر کند، یا ترکیب هر دو مورد ۱ و ۲». (کالپیر، ۲۰۰۵: ۳۸)

تعریف بالا موجب می‌شود که دیگر به طور سستی هر تهدید وجهه (آگاهانه یا ناآگاهانه) را بی‌نزاکتی ندانیم؛ ولی این تعریف در مورد رسانه تلویزیون چالش‌های چندی را رقم می‌زند. برای نمونه، در فصل ۷ گفتیم که جنبه گفتار نمایشی یا تماشایی در برخی از برنامه‌های واقعیت‌نما باعث می‌شود که تهدیدهای آگاهانه مجری به وجهه دیگران (عامل ۱ در تعریف کالپیر) بانزاکت جلوه کند، نه بی‌نزاکت. مجریان این برنامه‌ها نقش محرک گفتار را دارند، ولی نقش مؤلف تا اندازه‌ای بر عهده برنامه، و اجرای بحث و کشمکش است. در این زمینه نیز گفته‌هایم را به یاد بیاورید: «به من پول می‌دهند تا در خط حرکت کنم. به من پول می‌دهند تا بیرون از خط حرکت کنم...» (تأکید از من است). به عبارت دیگر، به او پول می‌دهند تا «جعبه صوتی» گفتار تهدیدکننده وجهه باشد، ولی مؤلف گفتار، خود برنامه است که می‌خواهد بینندگان را سرگرم سازد.^[۶]

اعتبار تفسیر شنونده (عامل ۲ در تعریف کالپیر) نیز مسئله دشواری است، زیرا گفتار تلویزیونی برای سطوحی از «شنوندگان» گوناگون تولید می‌شود. برای مثال، نمونه رایجی را در نظر بگیرید که دو میهمان در یک برنامه گفتگویی به شدت در حال جرّ و بحث هستند.

هر یک از این دو، تهدیدهای آگاهانه و آشکار نفر دیگر به وجهه خودش را احتمالاً بی‌نزاکتی تفسیر می‌کند. حاضران در استودیو نیز شاید با درام‌پردازی مجری از گفتگوی میهمانان تحریک شوند و تهدیدهای دوجانبه آنان را بی‌نزاکت بدانند، و حتی شاید به ضدحمله‌های آگاهانه دست بزنند، یعنی پرسش‌هایی چالش‌برانگیز مطرح کنند یا (با صدای هو دسته‌جمعی) به ارزیابی شدید رفتار میهمانان بپردازند. اما احتمال دارد که مجری و تهیه‌کنندگان برنامه، این تهدیدهای خشن و بیرحمانه به وجهه میهمانان را اجرای مناسب (مؤدبانه) و حتی ماهرانه گفتگوی کشمکش در برنامه‌شان بدانند. از این گذشته، اجرای همیشگی این نوع گفتگوهای کشمکش شاید برخی از بینندگان را وادارد که رفتار میهمانان را هنجار تعاملی - یعنی رفتار مؤدبانه - بشمارند. با این حال - به عقیده کالپیر (۲۰۰۵) - شاید برخی از بینندگان چنان از «صراحت» گفتگوی کشمکش میهمانان آزرده شوند که فراموش کنند این برنامه‌ها در واقع ساخته‌شده و طراحی‌شده‌اند، و در نتیجه هم خود برنامه و هم میهمانان را بی‌نزاکت بدانند. حتی در این مورد نیز همه بینندگان توافق نخواهند داشت که دقیقاً کدام مورد از تهدیدهای آگاهانه وجهه، بی‌ادبانه است یا شدت بی‌نزاکتی میهمانان به واقع چقدر است.

با توجه به موارد بالا، در دو فصل آینده گفتگوی کشمکش در تلویزیون را بر پایه دو فرضیه (۱) حساسیت زمینه‌ای و (۲) اجرای شناخته‌شده آن بررسی خواهیم کرد؛ و بویژه به انواع مختلف فعالیت‌هایی خواهیم پرداخت که این گفتگوها در آنها اجرا می‌شوند. فصل ۹ به بررسی گفتگوی کشمکش در برنامه‌های گفتگویی «جنگالی» و برنامه‌های دادگاهی اختصاص دارد. در هر دوی این برنامه‌ها، و به رغم وضعیت غیرداستانی آنها، کشمکش نه فقط اجرای احساسی دارد، بلکه سکویی است که در آن برخی از ارزش‌های اجتماعی ترغیب می‌شوند و برخی دیگر بی‌ارزش یا گمراه به حساب می‌آیند. در فصل ۱۰ نیز اجرای گفتگوی کشمکش میان سیاستمداران (بحث‌های سیاسی) و میان سیاستمداران و مجریان (مصاحبه سیاسی) در تلویزیون تجزیه و تحلیل می‌شود، و نقش مخالفت سیاسی در فضای سیاسی رسانه‌ای مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این فصل بحث بر سر این است که با افزایش رأی‌دهندگان بدبین یا بی‌اعتنا در بسیاری از کشورها، نمایش بحث و جدل‌های تند سیاستمداران در تلویزیون می‌تواند به «داغ» کردن بازار سیاست و پوشش رسانه‌ای آن یاری برساند. به همین ترتیب، اگر مصاحبه‌های سیاسی از «بی‌طرفی رسمی» سنتی فاصله بگیرند، موجب افزایش علاقه به سیاست و حفظ توجه بیننده خواهد شد.

۹

گفتگوی کشمکشی احساسی و تلویزیون واقعیت‌نما

در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی» میهمانان اغلب بر سر یکدیگر فریاد می‌کشند، با خشم و عصبانیت همدیگر را به خطاکاری متهم می‌سازند، و حتی کتک‌کاری می‌کنند. با این حال، موارد اثبات‌شده حضور میهمانان دروغین و نقل داستان‌های ساختگی، تعلیم میهمانان برای داغ‌کردن بحث و جدل‌ها، و سبک بیان خشک و بی‌احساس، همگی بیش از پیش تردید بینندگان را به «اعتبار» گفتگوی کشمکشی میهمانان رقم زده است. ولی در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی» میهمانان همچنان به فریاد زدن و متهم ساختن و حمله به یکدیگر ادامه می‌دهند. با توجه به این موارد، در بخش نخست این فصل به ویژگی‌های ثابت اجرای گفتگوی کشمکشی می‌پردازیم. در این تجزیه و تحلیل تأکید خواهیم کرد که اندازه‌نما در افزایش ارزش سرگرمی‌آفرینی بیان احساسی مردم عادی نقش مهمی دارد و این اسطوره را واکاوی خواهیم کرد که می‌گوید، احساسات‌گرایی شدید تشکیل‌دهنده مقوله‌ای است که به طور کلی آن را گفتمان مردم کوچه و بازار می‌نامند.

در بخش دوم این فصل به موضوعی مرتبط می‌پردازیم: اجرای گفتگوی کشمکشی احساسی از سوی مجریان برنامه‌های واقعیت‌نما. در فصل ۷ با استفاده از «آموزش سبک

زندگی» در برنامه خوراک نشان‌دهنده شخصیت شماست نشان دادیم که چگونه مجریان این برنامه‌ها (کارشناسان) از تک‌گویی‌های اعترافی مردم عادی بهره می‌گیرند تا هم این افراد را تمسخر یا تحقیر کنند و هم بر منش اخلاقی یا ترغیبی برنامه تأکید ورزند. در اینجا با تمرکز بر برنامه‌های دادگاهی نشان خواهیم داد که در این برنامه‌ها اجرای گفتگوی کشمکشی میان دادخواهان و قضات بر تمهیدهایی استوار است که همان برتری سستی کارشناسان بر مردم عادی را تقویت می‌کند و احساسات خصوصی و «منفی» را به نمایش عمومی و محبوب بدل می‌سازند.

۹-۱ مردم عادی خارج از کنترل؟

آنچه از مردم عادی در برنامه‌های گفتگویی انتظار می‌رود نقل داستان‌های تجربه شخصی (ن.ک. فصل ۴) و جرّ و بحث است. بعلاوه، سبک بحث و جدل در برخی از این برنامه‌ها واقعاً بسیار احساسی و از ته دل است: یعنی چنان طراحی و تولید می‌شود که به صورت کشمکشی «شدید» دیده و شنیده شود. به این منظور، تأکید این برنامه‌ها در اصل بر این است که میهمانان خشم و نفرت خود به یکدیگر را با شدت تمام بروز دهند. گزیده ۹-۱ (صفحه بعد) از برنامه تریشا، نمونه نمایش مردم عادی در هنگامی است که کنترل احساساتشان را از دست می‌دهند.

روند گفتگوی کشمکشی آنت و کریگ در گزیده ۹-۱، حتی با معیارهای این نوع گفتگو، تخطی از هنجارهای نزاکت گفتمانی در بریتانیاست. در اینجا هیچ تلاشی برای کاهش یا پرهیز از تهدید وجهه صورت نمی‌گیرد. با این حال، دشمنی آشکار و تقابل احساسی که این دو میهمان بروز می‌دهند، جزء ویژگی‌های بسیاری از گفتگوهای کشمکشی است که هر روز بر صفحه تلویزیون می‌بینیم. برای نمونه، در پژوهشی که اسکات (۲۰۰۲) درباره برنامه گفتگویی شبکه خبری سی‌ان‌ان، برخورد^۱، انجام داده، چنین آمده است که در این برنامه شمار «مناقشه‌های پیش‌زمینه‌ای»^۲ بسیار بیشتر از «مناقشه‌های پس‌زمینه‌ای»^۳ است. معیار تمایز این دو نوع مناقشه، ماهیت آشکار یا پنهان آنها بر مبنای شماری از راهبردهای زبانی، مقوله‌های دستوری، و موارد واژگانی است که در بحث و جدل‌های کلامی یافت می‌شوند: اسامی مطلق (مانند «همه»، «همه»، «نفی، علامت‌های

1. Crossfire

2. foregrounded disagreements

3. backgrounded disagreements

گزیده ۹-۱

تریشا (آی‌تی‌وی، گرانا‌دا، ۲۰۰۴)

[آنت به استودیو آمده است تا دختر نوجوان باردارش دونا را قانع کند تا دوست مذکرش کریگ را «ول» کند؛ آنت، کریگ را متهم می‌کند که «پدری بی‌ارزش» است. تریشا پس از شنیدن سخنان آنت از کریگ می‌خواهد که روی صحنه بیاید و به آنت و دونا ببیند. در حین ورود کریگ، صدای کف‌زدن و نیز هو کردن برخی از تماشاگران حاضر در استودیو به گوش می‌رسد. ک: کریگ؛ ت: تریشا؛ آ: آنت؛ د: دونا.]

ند - ک به آ و د نزدیک می‌شود	۱	ک	می - می‌تونم من فقط می‌تونم فقط به چیز بگم قبل از اینکه
و در همان حالت ایستاده خطاب به ت	۲		شروع کنیم؟ =
جمله‌ای را می‌گوید.			
ند - د و آ و ک روی صحنه.	۳	ت	= بله =
به آ. ن‌دور (از پشت آ) - آ	۴	ک	= می‌دونین (.) من و دونا از هم جدا شدیم [چونک -
بلند می‌شود و به طرف ک می‌رود	۵	آ	[نه این
نامه‌ای در دست دارد. نم - آ و	۶		(.) نه نامه اینجاس (.) این
ک رو در رو، با خشم به سمت	۷		مدرکه (.) تو خانواده ما رو نابود کردی (.) تو نابو-
یکدیگر اشاره می‌کنند. ند - آ و ک،	۸		[بین (.) خودت گفتی توی - (*****)
بسیار خشمگین‌اند. آ نامه را جلو	۹	ک	[تو نمی‌دوننی (.) خفه شو تو =
پای ک می‌اندازد، و دور می‌شود. ند	۱۰	آ	= تو [نابود کر - نه (.) تو خفه ش - (*****)
- آ و ک و د. د نامه را از	۱۱	د	[مامان (.) مامان (.) نه (.) مامان
کف استودیو برمی‌دارد. ند - آ و ک،	۱۲	ک	[حالا (.) (*****) گوش بده (.) تو
با تنفر به هم نگاه می‌کنند.	۱۳		(*****) گوش بده [تو (*****)
نم - آ از ک روی برمی‌گرداند.	۱۴	آ	[نه (.) نمی‌خوام بدونم =
ند - ک با انگشت به آ اشاره می‌کند و	۱۵	ک	= دلیل اینکه ما [جدا شدیم
بسیار عصبانی است. ند - آ به سمت	۱۶	آ	[نه نمی‌خوام بدونم
ک برمی‌گردد و با انگشت به سوی چهره او	۱۷		(.) نه (.) [تو به پدر تنبل فاسدی - تو
اشاره می‌کند.			
ند - آ و ک رو در روی یکدیگر.	۱۸	ک	[تو فقط (*****) تو اصلاً [..]

گفتمانی («اما»، «حالا»، «خب»)، تأکید (مانند «خیلی»)، قطع سخن (یعنی عباراتی که نشان می‌دهند فرد می‌خواهد سخن دیگری را قطع کند)، پیوستگی (یعنی پیگیری‌ها و گسست‌های تقابلی)، ضمائر نمایه‌ای دوم شخص مفرد (مانند استفاده از این ضمائر برای

اتهام)، افعال وجه‌نما (ضرورت، احتمال، و افعال شبه‌وجهی)، تکرار، پرسش (چالشی)، طول جملات (برای مثال جملات کوتاه نشان‌دهنده مخالفت است)، و پرهیزهای تعمدی (مانند پاسخ ندادن به پرسش‌های چالش‌برانگیز).^[۱] در برنامه برخورد، شدت خصومت و دشمنی در مناقشه‌های پیش‌زمینه‌ای با هم فرق دارد. جدول ۹-۱ این موارد را از ضعیف‌تر به قوی‌تر نشان می‌دهد: مناقشه‌های همکاران، مناقشه‌های فردی چالشی، و مناقشه‌های فردی حمله‌ای.

جدول ۹-۱ انواع مناقشه‌های پیش‌زمینه‌ای در برخورد

نوع			
شدت مورد	مناقشه‌های همکاران	مناقشه‌های فردی چالشی	مناقشه‌های فردی حمله‌ای
قوی متوسط گرایش	پیوستگی، پرسش تکرار نفی، وندهای گفتمانی، افعال وجه‌نما	پرسش، نفی پیوستگی، تکرار، تأکید ضمایر دوم شخص، افعال وجه‌نما	نفی، پیوستگی، تکرار ضمایر دوم شخص وندهای گفتمانی

منبع: برگرفته از اسکات (۲۰۰۲: ۳۱۴)

در داده‌های اسکات در هر سه نوع مناقشه پیش‌زمینه‌ای میزان قابل‌توجهی آشفتگی گفتگویی دیده می‌شود که ویژگی‌های آن عبارتند از: جملات کوتاه، افزایش بلندی صدا، و تلاش همزمان چند نفر برای حرف زدن. تفاوت اصلی مناقشه فردی چالشی و مناقشه فردی حمله‌ای، فقدان نسبی پرسش در دومی است؛ یعنی به جای انتقاد غیرمستقیم با پرسش، بیانیه‌های صریح و برچسب‌های منفی به کار می‌رود. بعلاوه، مناقشه‌های فردی حمله‌ای اغلب با «نگاه‌های حیرت‌بار، چشمان تنگ‌شده، و حرکات و اداهای نمایشی» همراه است. (اسکات، ۲۰۰۲: ۳۲۲)

روند گفتگوی کشمکش‌آنت و کریگ در گزیده ۹-۱ بسیاری از ویژگی‌های اصلی مناقشه پیش‌زمینه‌ای، بویژه مناقشه فردی حمله‌ای را در خود دارد. زیرا هر دو طرف، تنفر خود از یکدیگر را بسیار صریح و شدید نشان می‌دهند. سوای نخستین پرسش کریگ، که در واقع خطاب به مجری برنامه است، دیگر هیچ تلاشی به چشم نمی‌خورد که با کنش

گفتاری پرسش، از دیدگاه فرد مقابل انتقاد شود. در مقابل، در گزیده ۹-۱ که کمتر از نیم دقیقه طول می‌کشد، افزایش بلندی صدا (سطرهای ۵ تا ۱۷)، انکار آشکار اتهام (سطرهای ۵-۶، ۱۰)، دستور (سطرهای ۹، ۱۲-۱۳)، تأکید (سطرهای ۵-۶، ۹، ۱۶-۱۷)، ضمیر دوم شخص اتهامی (سطرهای ۷، ۹، ۱۲-۱۳، ۱۷-۱۸)، تکرار (سطرهای ۵-۶، ۱۲-۱۳، ۱۴-۱۶) و ناسزاگویی (سطر ۱۷) دیده می‌شود. در این تعامل که از آغاز تا پایان سرعتی تند دارد، نخستین اقدام مقابله‌ای (سطرهای ۵ تا ۸)، در نخستین جملات گفتگو شکل می‌گیرد و نشان‌دهنده بروز خودبه‌خودی خشم است. تمام جملات گفتگو با مقابله قطع می‌شود یا با سخنان نفر بعدی ادامه می‌یابد. حرکات و اداهای نمایشی نیز در تصاویر ۹-۱ تا ۹-۴ آشکار است. این تصاویر گزیده‌ای از زاویه و اندازه‌نماها را در سطرهای ۵ تا ۱۰ نشان می‌دهند.

در سطرهای ۵-۱۰ آنت دلیل عصبانیت خود از کریگ را به شکل یک نامه ارائه می‌دهد (تصویر ۹-۱) و این نامه را با خشم به سوی او می‌گیرد (تصویر ۹-۲). توجه کنید که در تصویر ۹-۳، هم خشم و چالش در چهره او خوانده می‌شود و هم به حریم فضایی کریگ هجوم برده است. آنت پس از اینکه نامه را با عصبانیت جلو پای کریگ پرت می‌کند، به طرزی نمایشی از او روی برمی‌گرداند - فقط به این دلیل که وقتی کریگ بر سر او فریاد می‌کشد «خفه شو تو» (سطر ۹) دوباره به طرزی نمایشی‌تر به سوی او برگردد. سپس، همان‌گونه که در تصویر ۹-۴ تقریباً مشخص است، ابراز شدید خشم با شاخ و شانه کشیدن، اشاره‌های تهدیدآمیز، و تکان دادن انگشت صورت می‌گیرد.



«نامه اینجاس (.) این مدرکه (.)»
تصویر ۹-۲



«نه این (.) نه . . .»
تصویر ۹-۱



ک: «تو نمی‌دونی (.) خفه شو تو =
آ: «= تو [نابود کر - نه (.) تو خفه ش»
تصویر ۴-۹



«تو خانواده ما رو نابود کردی (.) تو»
تصویر ۳-۹

زاویه و اندازه نماها در اجرای گفتگوی کشمکشی خشن مردم عادی در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی»

هر کس که از نزدیک شاهد این گفتگوی کشمکشی باشد، متوجه خشم دو طرف و بویژه خشم آنت می‌شود. ولی زاویه و اندازه نماهاست که زمینه مناسب را فراهم می‌آورد تا بینندگان این بی‌نزاکتی دوجانبه را به‌خوبی ببینند - به عبارت دیگر، زاویه و اندازه نماهاست که آن را به «بی‌نزاکتی تماشایی» (ن.ک. فصل ۸) تبدیل می‌کند. در روند گفتگوی کشمکشی گزیده ۱-۹ چندین نمای درشت، شدت احساسات را در چهره آنت نشان می‌دهند، و چند نمای دور نیز حس و حال کلی و ضرباهنگ تند این برون‌ریزی احساسی را ثبت می‌کنند. برای مثال، همان گونه که تصویر ۱-۹ نشان می‌دهد، نمای دور از پشت سر آنت واکنش‌های شدید او را به بینندگان ارائه می‌دهد، بویژه زمانی که کریگ می‌خواهد حق سخن گفتن را به دست بیاورد تا از خودش دفاع کند، آنت مثل فنر از جا می‌پرد تا با او به مناقشه بپردازد. در اینجا دوربین کمی پایین‌تر از صحنه و نزدیک به آنت قرار می‌گیرد و به این ترتیب تحقیرهای او نیرومندتر جلوه می‌کند. تصویر ۴-۹ نیز نمایی دور است و لحظه‌ای حساس را ارائه می‌دهد که آنت و کریگ بر سر یکدیگر فریاد می‌کشند و با تهدید به هم اشاره می‌کنند، در حالی که دونای باردار به‌سختی خم می‌شود تا نامه را از زمین بردارد، و تماشاگران و مجری نیز بی‌حرکت و از فاصله‌ای امن این ماجرا را تماشا می‌کنند.

این نما که از زاویه رو به پایین و از میان تماشاگران گرفته شده است، میهمانان را ضعیف‌تر از موضع دوربین نشان می‌دهد. بعلاوه، تصویر ۹-۴ بر جنبهٔ تأثیری و نمایشی این جرّ و بحث تأکید می‌کند، زیرا نمایی از استودیو را نشان می‌دهد که فضای آن بسیار شبیه به چیدمان تئاتر است.

این نوع برون‌ریزی احساسات در گزیدهٔ ۹-۱ و تصاویر ۹-۱ تا ۹-۴ را به «نمایش اوج لذت جنسی در فیلم‌های هرزه‌نگاری» (گریندستاف، ۱۹۹۷، ۲۰۰۲) تشبیه کرده‌اند. برخی عقیده دارند که در برنامه‌های گفتگویی و فیلم‌های هرزه‌نگاری، هدف از اجرای احساسات شدید، ایجاد این حس است که افراد درون تصویر، لحظات «رها سازی، از دست دادن کنترل، و تسلیم شدن به جسم و احساس‌های "حیوانی" آن» (گریندستاف، ۲۰۰۲: ۱۹-۲۰) را نمایش می‌دهند. در فیلم‌های هرزه‌نگاری، اجرای این کارها بر عهدهٔ بازیگران حرفه‌ای است. در برنامه‌های گفتگویی، همانندی‌های مردم کوچه و بازار، بویژه «تمایل آنها به گریه و فریاد و بگو مگو و دعوا بر صفحهٔ تلویزیون» (گریندستاف، ۱۹۹۷: ۱۶۹) را فراهم آورندهٔ «نماهای پول‌ساز» دانسته‌اند. هرزه‌نگاری «نوعی قوم‌نگاری سطحی جسم است [...] برنامه‌های گفتگویی روزانه نیز همچون هرزه‌نگاری، اعضای پوشیدهٔ مردم را نهان می‌سازند؛ زیرا احساسات درونی آنان باید با مدارکی مشهود و بیرونی همراه باشد» (همان).

«نمایش آشکار احساسات» (بیرسی و نان، ۲۰۰۵: ۳۰) در برنامه‌های گفتگویی علاوه بر اینکه سرگرمی‌ای سودآفرین است، نشان می‌دهد که در جوامع مدرن و رسانه‌های مربوطه، دانش مردم کوچه و بازار (دانش همگانی) دوباره اعتبار یافته است (لیوینگستون و لانت، ۱۹۹۴).^[۲] همان‌گونه که در جدول ۹-۲ (صفحه بعد) آمده، به نظر می‌رسد این اعتباربخشی به دانش همگانی، با اعتبارزدایی از دانش تخصصی همراه بوده است.

هر یک از اصطلاحات ستون دوم در جدول ۹-۲، هم‌بی‌تردید جنبهٔ مثبت دارد و هم در مورد اجرای گفتگوی کشمکش‌محاسنی گزیدهٔ ۹-۱ صدق می‌کند. ریشه و دلیل توسعهٔ این گفتگوی کشمکش‌محاسنی این است که دو فرد عادی (آنت و کریگ) دربارهٔ یک مسئلهٔ خصوصی یعنی «رابطهٔ جنسی بی‌خردانه» دونا به مناقشه‌ای شدید می‌پردازند. به این ترتیب یک موضوع اجتماعی، یعنی بی‌بندوباری جنسی، از طریق داستان‌های تجربهٔ شخصی یک نفر مورد بحث قرار می‌گیرد. واقعیت‌های خاص این داستان‌ها، مانند نامهٔ کریگ به خانوادهٔ آنت، مواردی واقعی و معنادار و مرتبط با بحث کلی عرضه می‌شوند.

جدول ۹-۲ دگرگونی دانش همگانی و تخصصی از جوامع پیشامدرن به مدرن

دانش تخصصی		دانش همگانی	
جوامع مدرن	جوامع پیشامدرن	جوامع مدرن	جوامع پیشامدرن
بیگانه	عینی	معتبر	ذهنی
چندپاره	با پشتوانه داده‌ها	روایت	بی‌پشتوانه
سرد	عقلانی	پرشور	احساسی
نامرتبط	تکرارپذیر و کلی	مرتبط	خاص
بی‌پشتوانه	انتزاعی	استوار بر تجربه	واقعی
تهی از معنا	خشتی	معنادار	انگیزه‌مند
بی‌فایده	واقعیت‌محور	عملی	فرضی
مصنوعی	غیرشهودی	واقعی	بدیهی

منبع: برگرفته از لیوینگستون و لانت (۱۹۹۴: ۱۰۲)

نشانه ارزشمندی گفتگوی احساسی و شخصی، مانند مناقشه آنت و کریگ در گزیده ۹-۱، سه چیز است: نخست اینکه در برنامه‌های گفتگویی همچون تریشا بارها تکرار می‌شوند؛ دوم آنکه همه شرکت‌کنندگان حق سخن گفتن می‌یابند هرچند فریادها و قطع کردن حرف یکدیگر باعث می‌شود که بخشی از سخنان آنها قابل فهم نباشد (برای مثال در سطرهای ۸، ۱۰، ۱۲، و ۱۳)؛ و سوم اینکه اگر اجرای شرکت‌کننده‌ای مطابق با شیوه این برنامه‌ها نباشد، با مخالفت مجری یا تماشاگران روبه‌رو می‌شود. برای نمونه، اگر شرکت‌کنندگان عادی برنامه‌های گفتگویی بخواهند با عباراتی کلی سخن بگویند، معمولاً مجری از آنان می‌خواهد که به مسائل شخصی و احساسی بپردازند. در واقع الگوی خاصی وجود دارد که اگر شرکت‌کنندگان عادی بخواهند اصطلاحاتی کلی و نامعین را به کار ببرند، مجری به سرعت آنها را به این سمت هدایت می‌کند که گلایه‌های شخصی خودشان را مطرح سازند. گزیده ۹-۲ این نکته را بخوبی نشان می‌دهد.

در سطرهای ۱ تا ۴ گزیده ۹-۲ کیلروی پرسشی کلی را پیش می‌کشد؛ و از ضمیر دوم شخص جمع «شما» (سطر ۲) و ضمیر اول شخص جمع «ما» (سطر ۴) استفاده می‌کند، ولی پاسخ شرکت‌کننده عادی نشان می‌دهد که هدف اصلی از جمله‌پردازی کیلروی (یعنی تأثیری که قرار است بر شرکت‌کننده بگذارد) این است که داستان گلایه و شکایت

شخصی‌اش را بیان کند. شرکت‌کننده در سطرهای ۵ تا ۷ از عباراتی همچون «برخی افراد»، «در بعضی از موقعیت‌ها مثلاً مدیران» و «مسئله رعایت قوانین بازی است» استفاده می‌کند، و این نشان می‌دهد که وی در ابتدا متوجه نیست که قرار است گلایه و شکایت خودش را مطرح کند، ولی وقتی می‌گوید «منظورم این‌ه که اگه درباره موقعیت خود من صحبت می‌کنید چون در غیر این صورت که اینجا نبودم [بودم؟]» نشان می‌دهد که حالا می‌داند از او به عنوان شرکت‌کننده عادی برنامه چه انتظاری می‌رود. بعلاوه، وی دوست دارد نشان دهد که برنامه چگونه می‌خواهد محتوا و سبک گفتار شرکت‌کنندگان عادی را تعیین کند.

بنابراین، تعجبی ندارد که مجری سخنان شرکت‌کننده در سطرهای ۷ تا ۹ را چالش‌پذیر - یعنی زمینه‌ای برای بحث و جدل - می‌داند. آنچه این وضعیت را دامن می‌زند، لبخند کنایه‌آمیز شرکت‌کننده (سطرهای ۸ تا ۹) و صدای خنده تأییدکننده تماشاگران حاضر در استودیوست (سطر ۱۰). در سطرهای ۱۱ تا ۱۳ کیلروی با صدایی بلند و آزرده وسط حرف شرکت‌کننده می‌پرد. بویژه توجه کنید به ادای مؤکد «شما» (سطر ۱۲)، بیان شمرده و آرام «> خب حالا» و باز ادای مؤکد «کار را سخت نکن [برای من]» (سطرهای ۱۲-۱۳). مجری در این سخنان به مقابله با شرکت‌کننده می‌پردازد و تلاش می‌کند تماشاگران حاضر در استودیو را با خود همراه سازد. برای مثال، به طرزی نمایشی چشمانش را به سمت آنان می‌چرخاند و لبخند می‌زند تا با او همدردی کنند که گرفتار چنین شرکت‌کننده بدقلقی شده است.

این شرکت‌کننده، احتمالاً با خنده تماشاگران ترغیب می‌شود و با وجود آنکه مجری پیشاپیش به او هشدار داده است که مانع نظارت او بر روند گفتگو نشود، تصمیم می‌گیرد که همچنان این قاعده برنامه را که باید سبک گفتاری خاصی در آن به کار برود، به چالش بگیرد. از همین روست که در سطر ۱۴ وسط حرف مجری می‌پرد: «[در غیر این صورت شما [علاقه‌ای نداشتی-]]. کیلروی عصبانی می‌شود و بر خلاف اجرای مرسوم این برنامه از کوره در می‌رود؛ و با صدایی بلند و آشکارا آزرده اقدام تقابلی تازه‌ای انجام می‌دهد: «[اوه دست‌بردار (.) حرف بزَن]» (سطر ۱۵). در اینجا است که شرکت‌کننده تسلیم می‌شود و مطابق با الگوی برنامه سخن می‌گوید؛ و به نوعی خودافشایی رنج‌آور می‌پردازد («این موضوع فشار زیادی بر من و خانواده‌ام وارد کرده»، سطرهای ۱۶-۱۷) و از همان قالب مورد انتظار برنامه یعنی داستان تجربه شخصی استفاده می‌کند («به‌تازگی وارد یک جنگ قانونی علیه یک ارکستر شده‌ام [.. .]»، سطرهای ۱۷-۱۸).

گزیده ۹-۲

کیلروی (بی بی سی، ۱۹۹۹)

[گزیده زیر از قسمتی از این برنامه گرفته شده است که درباره اهمیت یا بی اهمیتی نوع لباس در محیط کار بحث می کند. رابرت کیلروی - سیلک مجری برنامه کنار خانمی نشسته است که با نقل داستان تجربه شخصی به انتقاد از شرکت هایی پرداخته که کارکنان شان را به پوشیدن لباس یک شکل (یونیفورم) مجبور می کنند. در این گزیده، شرکت کننده عادی، ترومبون نواز اول در یک ارکستر موسیقی کلاسیک است. ک: رابرت کیلروی - سیلک؛ ش: شرکت کننده عادی (ترومبون نواز)؛ ت: تماشاگران حاضر در استودیو.]

ن د - ک برمی خیزد و	۱	ک	اما قوانینی وجود دارند که می گویند مهم است
از پله هایی پایین می رود که	۲		شما در محیط کار چه لباسی بپوشید (.).
در وسط	۳		این طور نیست؟ (. آیا واقعا مهم است که
استودیو قرار گرفته اند.	۴		ما چه لباسی بپوشیم؟
ن م - ک کنارش می نشیند.	۵	ش	خب (. برای برخی افراد در بعضی
			موقعیت ها
	۶		مثلاً مدیران این این مسئله رعایت
	۷		قواعد بازی است (. منظورم اینه که آگه درباره
ن د - لبخندی	۸		موقعیت خود من صحبت می کنید چون در غیر
			این صورت که
کنایه آمیز می زند.	۹		اینجا نبودم [بودم؟
ن د - ت.	۱۰	ت	[خنده
ن م - ک و ش.	۱۱	ک	[درسته (. در غیر این صورت من
			هم با
ن د - ک چشمانش را می چرخاند	۱۲		شما حرف نمی زدم (. > خب حالا < کار را
			سخت نکن
و به سمت ت لبخند می زند.	۱۳		[برای من
ن د - ک آزرده به نظر	۱۴	ش	[در غیر این صورت شما [علاقه ای نداشتی -
می رسد، دستانش را	۱۵	ک	[اوه دست بردار (.)
			حرف بزن
تکان می دهد،	۱۶	ش	ا من (. این موضوع فشار زیادی بر من و
و ش را ترغیب می کند که	۱۷		خانواده ام وارد کرده (. به تازگی وارد یک
			جنگ قانونی
حرف بزند. ن م - ک و ش.	۱۸		علیه یک ارکستر شده ام [. . .]

ادعای برنامه‌های گفتگویی این است که چون مردم عادی را وامی‌دارند که به شیوه‌ای شخصی یا درونی درباره موضوعات گوناگون ابراز نظر کنند، به اعتباربخشی دانش همگانی یاری می‌رسانند. در واقع، با تحلیل دو گزیده ۹-۱ و ۹-۲ نشان دادیم که در این برنامه‌ها شرکت‌کنندگان عادی اجازه می‌یابند تا دیدگاه‌های خود را ابراز کنند؛ ولی این نکته آموزنده را نیز نشان دادیم که این سخن فقط آنگاه صادق است که محتوا و شیوه گفتار این شرکت‌کنندگان - به عنوان اعضای مقوله گفتمان مردم کوچه و بازار - با قواعد برنامه همخوانی داشته باشد. برخی از نویسندگان، مانند فئرکلاف (۱۹۹۵)، عقیده دارند که برنامه‌های گفتگویی تلویزیونی بر سوءاستفاده از شرکت‌کنندگان عادی، تماشاگران حاضر در استودیو، و بینندگان استوارند. آن به اصطلاح اعتباربخشی و احیای دانش همگانی در این برنامه‌ها فقط تغییری ظاهری در روابط قدرت به نفع مردم عادی است؛ و در نهایت، قدرت همچنان در دست شخصیت‌های نهادی این برنامه‌ها باقی می‌ماند: یعنی در دست مجریان و گروه تولید و دیگران. بنابراین، ادعای این برنامه‌ها که صدای مردم را به گوش همگان می‌رسانند، ادعایی ظاهری است.

با توجه به این موارد آیا می‌توان گفت که در برنامه‌های گفتگویی، مردم عادی واقعاً کنترل احساساتشان را از دست می‌دهند؟ چنین به نظر نمی‌رسد. بی‌گمان، بحث و جدل آنان جلوی دوربین بیشتر بر رهاسازی خشم و عصبانیت دلالت دارد تا بر رعایت هنجارهای اجتماعی نزاکت گفتمانی و بحث عقلانی. با این حال، این برنامه‌ها همین نوع بحث و گفتگو را ترغیب - و هوشمندانه اجرا - می‌کنند. این برنامه‌ها با نظارت مجری بر گفتگوها، استفاده گزینشی از زوایا و اندازه‌نما، و چیدمان راهبردی افراد مخالف در کنار یکدیگر، و مواردی از این دست، در زمینه بسیار کنترل‌شده استودیو، رفتار کنترل‌نشده و سرگرم‌کننده شرکت‌کنندگان عادی را تسهیل - و حتی تولید - می‌کنند. بنابراین، از این دیدگاه نمی‌توان دفاع کرد که گفتگوی کشمکشی احساسی، گفتمان مردم کوچه و بازار را شکل می‌دهد، زیرا مردم عادی فقط نقش محرک این نوع گفتمان را دارند [و نقش‌های مؤلف و گوینده اصلی بر عهده دست‌اندرکاران برنامه است].

در بخش بعدی این فصل به موضوعی مرتبط می‌پردازیم: تصاحب گفتگوی کشمکشی و احساسی از سوی برخی از متخصصان در برنامه‌های تلویزیونی. البته این نکته را می‌توان پیامد منطقی و طبیعی همان اعتباربخشی و احیای دانش همگانی در جوامع و رسانه‌های مدرن غربی دانست. در این جوامع، فروپاشی دانش تخصصی به مثابه «اقتداری شگرف و

دسترسی ناپذیر و رعب‌آور» (چینی، ۲۰۰۲: ۱۰۹) موجب ظهور شمار فزاینده‌ای از «اقتدارهای خُرد» (بیرسی و نان، ۲۰۰۵) یا «کارشناسان عوام ذهنیت» (هاکینز، ۲۰۰۱: ۴۱۸) بر صفحه تلویزیون شده است تا خویشتن عامیانه و معمولی خود را برجستگی ببخشند. به علاوه، این «عوام‌سازی» یا «معمولی‌سازی» دانش تخصصی موجب شده است که برخی از این کارشناسان به ابراز احساسات «منفی» جلوی دوربین بپردازند. در نگاه نخست، این روند بر پیروزی گفتمان عوام دلالت دارد، و ظاهراً این گفتمان برتر شمرده می‌شود حتی اگر شامل اجرای رفتارهای میان‌فردی نامطلوب باشد. ولی با نگاه دقیق‌تر متوجه می‌شویم که اوضاع به گونه دیگری است. موردپژوهی گفتگوی کشمکشی در برنامه‌های دادگاهی تلویزیونی در ادامه این فصل این نکته را به خوبی نشان می‌دهد.

۹-۲ کارشناسان خارج از کنترل؟

برنامه‌های گفتگویی و برنامه‌های دادگاهی در امریکا، دو نمونه روشن از اجرای گفتگوی کشمکشی احساسی در تلویزیون است. دلیل این امر تا اندازه‌ای این است که الگوی کلی ارتباط بی‌واسطه این برنامه‌ها، یعنی دادگاه‌های دعاوی سبک در امریکا، در اساس، بر تقابل و کشمکش استوار است. زیرا شامل یک متهم (خوانده) و یک شاکی (خواهان) است که نسخه‌های متفاوتی از واقعیت را ارائه می‌دهند و یک قاضی هم در کار است که تصمیم می‌گیرد حق با کیست و حکم صادر می‌کند. ولی در شمار فراوان برنامه‌های دادگاهی در شبکه‌های گوناگون تلویزیون امریکا، این چارچوب تعاملی چندان به کار بسته نمی‌شود.

برنامه‌های دادگاهی معمولاً با صدای مجری آغاز می‌شود که با عباراتی دراماتیک، مجرای پرونده را شرح می‌دهد و این گفتار متن بر روی تصاویری از ورود خواهان و خوانده به سالن دادگاه قرار می‌گیرد. آنگاه بررسی قضایی در حضور تقریباً سی نفر از مردم عادی صورت می‌گیرد که پشت سر طرفین دعوی (دادخواهان) و شاهدان و رو به قاضی می‌نشینند. ابتدا طرفین دعوی به اقامه مطالب خود می‌پردازند، سپس قاضی از آنان بازپرسی می‌کند و در پایان نیز حکم می‌دهد. در حین خروج دادخواهان از دادگاه از آنان خواسته می‌شود که نظر خود را درباره حکم قاضی، در مقابل دوربین بگویند. در برخی از برنامه‌ها (مانند دادگاه مردم) از کسانی که بیرون استودیوی دادگاه ایستاده‌اند نیز خواسته می‌شود تا درباره پرونده‌ها و حکم‌ها نظر بدهند.

در برنامه‌های دادگاهی، بخش زیادی از تعامل بر تبادل گفتگوی کشمکشی استوار است. برای نمونه، تجزیه و تحلیل بیش از شصت پرونده در برنامه‌های *دادگاه تگزاس*^۱، *قاضی ماتیس*^۲، *قاضی جو*^۳، و *دادگاه مردم* نشان می‌دهد که مناقشه‌های پیش‌زمینه‌ای حدود ۷۸ درصد (در *دادگاه تگزاس*) تا ۶۳ درصد (در *دادگاه مردم*) از کل گفتگوها را به خود اختصاص می‌دهند (لورنزو - داس، ۲۰۰۸). این مناقشه‌های پیش‌زمینه‌ای بیشتر از نوع فردی چالشی و فردی حمله‌ای است (اسکات، ۲۰۰۲). جالب اینجاست که بیش از نیمی از این مناقشه‌ها میان دادخواهان و قاضی رخ می‌دهد.

گفتگوی کشمکشی قاضی و دادخواهان معمولاً با ترکیبی از دو مورد صورت می‌گیرد: (۱) چالش‌ها و حمله‌های فردی از سوی قاضی، و (۲) تلاش دادخواهان برای نفی اقدام‌های قاضی. برای مثال، بازپرسی‌های قاضی شامل پرسش‌های چالشی فراوانی است که هدف از آنها فقط کسب اطلاعات نیست، مانند «آیا منظور شما واقعاً اینه که از این پول اصلاً هیچ خبری نداشتید؟» (.) یعنی < فقط یادتون رفت که باز پرداختش کنید > ؟ (.) یعنی واقعاً هیچ اطلاعی نداشتید؟» (قاضی میلیان، *دادگاه مردم*، ۲۰۰۶). در این نمونه، واژگان ترفیعی همچون «واقعاً» و «فقط»، ادای آرام کلمات که نشان‌دهنده تهدید وجهه است، و تأکید آشکار بر واژگان اصلی (مانند «هیچ»، «یادتون»، «واقعاً» و «هیچ اطلاعی») جای هیچ تردیدی باقی نمی‌گذارد که قاضی به سخنان دادخواه بدبین است. بعلاوه، هنگامی که دادخواهان با نفی‌های مؤکد به مقابله با چالش‌های قاضی برمی‌خیزند، معمولاً قاضی تحریک می‌شود تا جملات چالشی یا نفی‌کننده دیگری را بر زبان بیاورد: مانند «اوه دست بردار» (.) خب خب خب (.) دوباره بگو (.) اما این بار < فقط خودِ ماجرا رو بگو نه هیچ چیز دیگه > (.) در ضمن راستش رو هم بگو». (قاضی دوهورتی، *دادگاه تگزاس*، ۲۰۰۶)

گزیده ۹-۳ (صفحه بعد) نمونه رایجی از گفتگوی کشمکشی میان قاضی و دادخواه در برنامه‌های دادگاهی تلویزیون امریکاست. در اینجا قاضی گرگ ماتیس واپسین بخش از بازپرسی خود را انجام می‌دهد (سطرهای ۱ تا ۳۳) و زمینه را برای اعلام حکم فراهم می‌سازد (سطرهای ۳۴ تا ۶۴). در بخش بازپرسی این گزیده، مناقشه فردی چالشی سلطه دارد. قاضی پرسش‌های گوناگونی می‌پرسد که نشان می‌دهند خواننده به احتمال زیاد

گناهکار است (سطرهای ۱-۴، ۶-۷، ۹-۱۰، ۱۲-۱۴، ۱۷ و ۱۹). خواننده نیز چندین بار گفته‌های قاضی را به شدت نفی می‌کند (سطرهای ۵، ۸، ۱۱، ۱۵ و ۱۸) ولی فقط یکی از آنها شامل نفی مستقیم است: «نه شما اشتباه می‌کنید» (سطر ۲۰). قاضی بی‌درنگ با این اقدام تقابلی مقابله می‌کند و در سطر ۲۱ نشانه‌ای از خود بروز می‌دهد که علامتی دراماتیک برای واکنش او به این اتهام خواننده است: «او :: : ه». قاضی سپس چهار ثانیه مکث می‌کند تا از ارزش این گفتار نمایشی بهره‌برداری کند. در این چهار ثانیه وی با شگفتی اغراق‌آمیزی به تماشاگران حاضر در استودیو می‌نگرد و آنان نیز از این اجرای قاضی لذت می‌برند (سطرهای ۲۱-۲۳). همین واکنش تماشاگران حاضر در استودیو، احتمالاً قاضی را وامی‌دارد تا به سرگرم کردن آنان ادامه دهد. وی در سطرهای ۲۲ و ۲۳ به جای خواننده حرف می‌زند و با استفاده از پیرایان تقلیدی به وانمود انکار او می‌پردازد («قضیه <موتورسیکلت نبود>» و سپس او را به چالش می‌گیرد) («پس قضیه چی بود هان؟ <چی [بود ک - ؟]>»). در ادامه این گزیده، تلاش خواننده بیشتر دفع حملات و چالش‌های فردی قاضی است. در این گزیده، بیشتر فریادها (سطرهای ۳۴ تا ۳۸، ۴۰ و ۴۱، ۴۳ و ۴۴، ۴۶ و ۴۷، ۴۹ تا ۵۲، ۵۵ تا ۵۷، ۶۰) و ادای مؤکد واژگان تحقیرآمیز (سطرهای ۳۵ و ۳۶، ۵۵ تا ۵۷)، و رفتار غیرکلامی (سطرهای ۲۴ تا ۲۶، ۳۴ و ۳۵، ۴۹ و ۵۰) را قاضی انجام می‌دهد.

اجرای قاضی ماتیس در گزیده ۹-۳ نمونه تحقیرهایی است که مردم عادی در برنامه‌های دادگاهی امریکا با آنها روبه‌رو می‌شوند. این وضعیت با «واقعیتی» که این برنامه‌ها ادعای بازسازی آن را دارند، یعنی دادگاه‌های دعاوی سبک در امریکا، کاملاً متفاوت است؛ زیرا در این دادگاه‌ها، قضات مانع از بروز احساسی خشم و مقابله شدید می‌شوند، نه اینکه خودشان درگیر این حالت‌ها شوند (گارسیا، ۱۹۹۱). بعلاوه، اجرای قاضی ماتیس بسیار متفاوت با شیوه‌ای است که «پسرعموهای» رادیویی و تلویزیونی او - یعنی میزبانان برنامه‌های گفتگویی - برای ارتباط با مردم عادی برمی‌گزینند. در برنامه‌های گفتگویی، تعامل مجریان با شرکت‌کنندگان عادی بیشتر عقلانی - و فقط گاهی احساسی (گزیده ۹-۲) - است. از این گذشته، این مجریان، ولو به طور ظاهری با شرکت‌کنندگان عادی حاضر در استودیو همراه می‌شوند، برای مثال اگر دیدگاه آنان با نگرش کارشناسان همخوان نباشد، معمولاً از شرکت‌کنندگان عادی دفاع می‌کنند.

(ن.ک. فصل ۸)

گزیده ۹-۳

قاضی ماتیس (شرکت سندیکایی AND (برادران وارنر)، ۲۰۰۶)

[پرونده‌ای که در این گزیده مطرح شده، شامل خواننده (متهمی) بیست و چند ساله است. خواهان (شاکی) مادر اوست و شکایت کرده که پسرش در وب‌گاهی که برای کسب و کار او طراحی کرده به او (مادر) بی‌احترامی نموده است. در پرونده به سابقه بزهکاری پسر، از جمله سرقت و کتک‌زدن همسرش، اشاره شده است. بعلاوه ذکر شده که خواننده در همان زمانی که در وب‌گاه به آبروریزی مادرش پرداخته، قصد داشته است موتورسیکلت گران‌قیمتی را خریداری کند. پیش از آغاز این گزیده، خواننده در حال توضیح این مطلب است که مادرش از او اجاره‌خانه طلب کرده، برخلاف آنچه با هم قرار گذاشته بودند که وی به جای پرداخت اجاره، وب‌گاهی برای وی راه‌اندازی کند. ق: قاضی ماتیس؛ م: متهم؛ خ: خواهان؛ ت: تماشاگران حاضر در استودیو.]

- نم - ق رو به م. ۱ ق پس بهانه تو اینه که مادر خودتو بدنام کردی
- ۲ اون‌هم با بدترین القاب؟ (.) که > بدترین
- ۳ چیزها رو بگی؟ (.) > بدترین > کلمات > انسانی > رو
- ۴ به او نسبت بدی؟ =
- ۵ م = بل - نه (.) نه چون [من زندگی :: - نه (****)]
- نم - ق به م. ۶ ق [چون پول می‌خواستی که [موتورسیکلت بخری؟
- ۷ ند - صحن دادگاه. نم - ق رو به
- ۸ ت. نم - م به ق. م [نه (.) نه نه (.) نه چون من [می‌خواس -
- ۹ ند - از پشت سر قاضی، م و خ و ق [این هم
- ۱۰ تماشاگران مسرور پشت سر دادخواهان. یه بهونه دیگه‌س [هان؟
- ۱۱ ند - م سراسیمه به نظر می‌رسد. م [نه (.) این جور نیست [نه (.) نه
- نم - ق از جا برمی‌خیزد، بازوانش را ۱۲ ق [توی این
- ۱۳ به علامت نومیدی از هم می‌گشاید، روی میز بهانه‌های شما (.) > از سر کنجکاو می‌پرسم > تا کجا
- ۱۴ ختم می‌شود و م را مورد خطاب قرار می‌دهد. حاضر بودی پیش بری [به‌خاطر اون موتورسیکلت؟
- ۱۵ نم از بالا - م که م [نه (.) نه این جور نی - این
- ۱۶ «نگران» به نظر می‌رسد. [جور نبود (****)]
- ۱۷ ق [حاضر بودی کتکش [بزنی؟ (.) حاضر بودی
- ۱۸ ند - م عصبانی به نظر می‌رسد. م [نه نه نه این جور نب - (****)]
- ۱۹ ند - ق آشکارا ناراحت شده است. ق بکشی [مادرتو؟
- ۲۰ ند - م به عصبانیت خطاب به ق. م [نه نه این جور نبود اص - نه شما اشتباه می‌کنید =

۲۱	ق	نم - ق به ت می‌نگرد،
۲۲		با تعجبی اغراق‌آمیز. ند -
۲۳		ق ادای م را درمی‌آورد. ند -
۲۴	م	ت مسرور و خندان. نم - پرونده‌ها را برمی‌دارد
۲۵		و آنها را تکان می‌دهد انگار که
۲۶		هم عصبانی و هم نومید است. ند - ت
۲۷	ق	مسرور. نم - ق با بدبینی و تردید.
۲۸	م	صفحه به دو قسمت مساوی
۲۹		تقسیم می‌شود. در این دو قسمت
۳۰		نماهای درشت بخ و م دیده می‌شود.
۳۱	ق	نم - ق ناراحت به نظر می‌رسد.
۳۲	م	ند - م ستیزه‌جویانه خطاب به ق.
۳۳		
۳۴	ق	نم - ق با انگشت اشاره و
۳۵		با خشم به م اشاره می‌کند.
۳۶		
۳۷		ند - م سرش را پایین می‌اندازد
۳۸		انگار دستپاچه شده است.
۳۹	م	
۴۰	ق	نم - ق با عصبانیت.
۴۱		
۴۲	م	صفحه به دو
۴۳	ق	قسمت مساوی تقسیم می‌شود و
۴۴		نماهای درشت م (آزرده)
۴۵	م	و بخ (خندان) را نشان می‌دهد.
۴۶	ق	
۴۷		خو [دتو؟
۴۸	م	[نه (.) اون [ن -
۴۹	ق	نم - ق کاغذهای پرونده را
۵۰		با عصبانیت در هوا تکان می‌دهد و
۵۱		به ت نگاه می‌کند.
۵۲		ند - ق خطاب به م.
۵۳		ند - ت، مسرور از

= او :::: ه (۴/۰)

قضیه <موتورسیکلت نبود> (.)

<پس قضیه چی بود هان؟> چی [بود ک - ؟

[احترام (.)

چون مادر منه (.) مادرم (.) چطور

[من می‌تون - ؟

[این کارها به خاطر احترام به اونه؟ =

نه (.) احترام اون به من چون ما چون - ما

هیچ وقت قرار نداشتیم که من پولی بهش بدم (.)

ما هیچ وقت همچو [قراری نداشتیم که من بهش

[اوه (.) شما هیچ وق -

پولی از بانک بدم خب؟ (.) پس ما هیچ وقت

[هیچ قراری نداشتیم ک -

[خیلی خوب (.) باشه (.) ساکت (.) ساکت (.)

دیگه

لازم نیست به این مزخرفات

تو گوش بدم (.) سؤال من از تو اینه که چرا تو

این کار را انجام دادی (.) شما می‌گی چون

ایشون به شما بی‌احترامی

کرده [حالا سؤال من اینه حضری تا کجا -

[نه (.) این جور - این جور نب -

پیش بری؟ > حضری کتک بزنی

مادر خودت رو به خاطر [بی‌احترامی

[نه این جور [نب -

[به تو؟ (.)

حاضری [بکشی

[نه اون [ن -

[مادر

خو [دتو؟

[نه (.) اون [ن -

[تو اشاره کرده‌ای به

مرگ اون تا میلیون‌ها نفر

بینند که تو درباره مادر خودت

چی فکر می‌کنی (.) یعنی حضری تا این حد

پیش بری؟ خیلی خب (.)

هیچ کاری نیست که مادر در حق تو انجام بده که

باعث بشه

۵۴	تو > همه این القاب < رو بهش نسبت بدی، هست؟ (.) هی :::: چ	اجرای ق.
۵۵	آدمی > با عقل سلیم <	نم - ق خطاب به م.
۵۶	هرگز چنین کاری در حق مادرش نمی‌کند (۲/۰) اما تو	نم - م به ق خیره می‌شود.
۵۷	عقل [سلیم نداری	نم - ق خطاب به م.
۵۸	م [ن - من آدم اخلاقی هستم (.) من	نم - م به ق، با حالت دفاع.
۵۹	[آدم اخلاقی هستم -	
۶۰	ق [نخیر نیستی (.) تو نیستی و باید که	ق به ت می‌نگرد، سپس
۶۱	دوباره بری زندان	با اتهام به م اشاره می‌کند.
۶۲	(.) پنج هزار دلار هم برای آبروریزی مادرت (.)	نم - ق خطاب به ت مسرور.
۶۳	[واقعاً باید خجالت بکشی (***)]	ق برمی‌خیزد و راه می‌افتد.
۶۴	ت [هورا می‌کشند و دست می‌زنند (۴/۰) . . .]	که از دادگاه بیرون برود.

این وضعیت در برنامه‌های دادگاهی کاملاً فرق دارد، زیرا قضات معمولاً آشکارا به تحقیر مردم عادی می‌پردازند و با این کار برخی از تماشایی‌ترین و پول‌سازترین نماهای برنامه را فراهم می‌آورند. برای نمونه، قاضی‌های مرد اغلب در خطاب به متهمان زن واژگانی همچون «عزیز»، «عزیزم»، «جانم» را به کار می‌برند که حالت بنده‌نوازی دارند. همچنین، اغلب حمله‌های فردی را با ظرافت‌های کلامی در هم می‌آمیزند تا هم دادخواهان از پاسخ دادن دربمانند و هم تماشاگران حاضر در استودیو سرگرم شوند. برای مثال، در یک قسمت از برنامه *دادگاه تگزاس* (۲۰۰۶) خشم قاضی دوهورتی باعث خنده تماشاگران حاضر در استودیو می‌شود؛ زیرا خواهان مدعی است که خوانده به او آزار روانی رسانده و بنابراین تقاضای ۲۰۰۰ دلار خسارت کرده است، حالاً قاضی دوهورتی ادعای او را رد می‌کند: «اول از همه (.) آدم برای اینکه مورد آزار روانی قرار بگیرد باید روان تقریباً سالمی داشته باشد (.) من به نفع خوانده (متهم) رأی می‌دهم». قضات برنامه‌های دادگاهی برای تنبیه دادخواهان از تکیه‌کلام‌هایی استفاده می‌کنند که شبیه به تکیه‌کلام‌های مجریان مسابقات تلویزیونی است ولی خشن‌تر. برای مثال برخی از تکیه‌کلام‌های تحقیرآمیز قاضی میلیان (*دادگاه مردم*) عبارتند از: «نه اینجا (.) نه امروز (.) نه در دادگاه من» و «مثل اینکه خیلی گستاخ و پررویی». در واقع، برخی از تکیه‌کلام‌های معروف قضات ضبط می‌شود و

در وب‌گاه رسمی برنامه قرار می‌گیرد.^[۳] این امر نشان می‌دهد که تلاش فراوانی صرف می‌شود تا قاضی‌های «ستاره» و به‌یادماندنی و حتی خودنما خلق شوند. آنچه ارزش سرگرمی‌آفرینی اجرای گفتگوهای کشمکشی این قضات را مشخص می‌سازد این است که هم این اجراها و هم واکنش تماشاگران حاضر در استودیو، با دقت از طریق دوربین‌ها ضبط می‌شوند. برای نمونه، در گزیده ۹-۳ چندین نمای متوسط به کار رفته است تا خشم نمایشی و غیرکلامی قاضی را برجسته سازند (سطرهای ۲۱-۲۲، ۲۴-۲۶، ۴۹-۵۱، ۶۰-۶۱). سپس چند نمای دور ارائه می‌شود تا واکنش مثبت تماشاگران را به این اجرای نمایشی قاضی نشان دهند (سطرهای ۲۳-۲۴، ۲۶-۲۷، ۵۳-۵۴، ۶۲). این نوع استفاده از دوربین نشان‌دهنده تقابل سرگرمی‌آفرینی است که در اجراهای قضات نهفته است.

بنابراین، تردیدی نیست که گفتگوی کشمکشی قضات در برنامه‌های دادگاهی چنان زیرکانه طراحی و تولید می‌شود که اجرایی احساسی و اغراق‌آمیز باشد و نوعی سرگرمی تلویزیونی فراهم آورد. برای مثال، واکنش‌های آنان که حاکی از تعجب، بدبینی، یا ناخرسندی از گفته‌های دادخواهان است اغلب حالتی اغراق‌آمیز می‌یابد؛ پرسش‌های آنان معمولاً با واژه‌پردازی‌های دراماتیک همراه است؛ و تعامل با تماشاگران حاضر در استودیو (مانند خیره شدن یا سخن گفتن با آنان) کاملاً رایج است و هدف از این کار چیزی جز خندان تماشاگران نیست. با توجه به این موارد، و با توجه به وضعیت مشابه احساس‌گرایی شرکت‌کنندگان عادی در برنامه‌های گفتگویی که در بخش ۹-۱ بررسی کردیم، نمی‌توانیم بگوییم که قضات برنامه‌های دادگاهی، به واقع کنترل احساساتشان را از دست می‌دهند؛ بلکه این نمایش‌های پر احساس در واقع فقط وسیله‌ای برای سرگرمی بیننده است.

البته سخنان بالا به این معنا نیست که گفتگوی کشمکشی در برنامه‌های دادگاهی فقط نوعی اجرای تماشایی است. نکته نخست، که پیشتر نیز به آن اشاره کردیم، این است که قضات این برنامه‌ها سبک‌های تقابلی خودشان را ایجاد می‌کنند و هر برنامه نیز با انتشار آنها در وب‌گاه خود این سبک‌ها را وسیله تبلیغ قرار می‌دهد. نکته مهم این است که گفتگوی کشمکشی در برنامه‌های دادگاهی ابزار بیان و تعمق و تفکر مردم

است. از این گذشته، این کار به شیوه‌ای صورت می‌گیرد که با بیان عقلانی و اجماعی، یعنی با آن ابزارهای تعاملی که به طور سنتی با مفهوم هابرماسی «حیطه همگانی»^۱ همراه است، تفاوت بسیار دارد.^[۴] در این برنامه‌ها هنگام بحث از موضوعات اجتماعی و شخصی نزد همگان، خشم شدید، عصبانیت، تحقیر، برآشفتگی، پرخاشگری، و دیگر احساسات «منفی» نشان داده می‌شود. برای نمونه، در گزیده ۹-۳ تحقیرهای قاضی باعث می‌شود که مردم به قلمرو زندگی خانوادگی کشانده شوند، بویژه جنبه‌هایی از رفتار اعضای خانواده که ممکن است با مخالفت خانواده‌ها روبه‌رو شود، یا بر ضرورت احترام به بزرگ‌ترها (والدین) تأکید کند. گزیده ۹-۴ نمونه دیگری از این مورد را نشان می‌دهد.

گزیده ۹-۴

د/دگاه مردم (شرکت رالف ادواردز / استوبیله ، ۲۰۰۶)

[در این قسمت، خواهان (شاکی) زنی چهل و چند ساله است که ادعا می‌کند خواننده (متهم) - صاحب مغازه سوراخ کردن بدن - بی‌احتیاطی به خرج داده و باعث عفونت لب او شده است. گزیده زیر، نخستین مداخله قاضی میلیون را در این قسمت نشان می‌دهد. پیش از این وی از خواهان درخواست کرده است که نامش را بگوید. ق: قاضی؛ م: متهم؛ خ: خواهان؛ ت: تماشاگران حاضر در استودیو.]

ند - به خ.	۱	ق	صحیح (.)! پس شما به این دلیل از متهم شکایت کرده‌اید
نم - به ت، با لحنی	۲		که این خانوم لب شما را با بی‌احتیاطی سوراخ کرده؟=
متعجب و اغراق‌آمیز.	۳	خ	= بله اما قر[با -
ند - ق (با لبخندی کنایی	۴	ق	[خب خب] خب
به ت). ن‌دور - خ (جدی)،	۵	ت	[خنده
م (با لبخند)، و ت مسرور.	۶	ق	من می‌دونستم :: این کار > هیچ‌وقت < نتیجه نداره که
نم - ق دست‌هایش را به	۷		جایی را سوراخ کنی که خداوند خودش آنجا را سوراخ
طرزی نمایشی بالا می‌برد.	۸		[نکرده
نم - خ خجالت‌زده	۹	ت	[خنده (۳/۰)
به نظر می‌رسد. ند - خ، م،	۱۰	خ	[****) وقتی! وقتی که من رفتم لبم رو
و ت.	۱۱		سوراخ کنم [..]

در گزیده ۹-۴ قاضی میلیون آمیزه‌ای از ظرافت کلامی و پیرازبان بیان‌گرایانه و زبان بدن را به کار می‌گیرد تا سوراخ کردن بدن را با پرسش روبه‌رو کند. برای نمونه، به بیان اغراق آمیز تعجب (سطرهای ۲-۳)، لبخند کنایی (سطر ۴)، و بلند کردن دست‌هایش (سطرهای ۷-۸) توجه کنید. دوربین نیز از ظرفیت تماشایی این اجراهای نمایشی بهره‌برداری می‌کند. برش سریع میان نماهای متوسط و نماهای نزدیک در سطرهای ۱ تا ۹، واکنش‌های همه، از جمله تماشاگران حاضر در استودیو را به طرزی مؤثر ضبط می‌کند. نخستین تلاش خواهان برای توضیح قضیه (سطر ۳) را دو چیز ناکام می‌گذارد: یکی اینکه قاضی در سطر ۴ وسط حرف او می‌پرد («خب خب [خب]») و دیگری خنده ناگهانی تماشاگران در استودیو که ناشی از همین اقدام قاضی است (سطر ۵). تکیه کلام قاضی نیز به سرعت بروز می‌یابد؛ به شکل سخنانی کنایه‌آمیز در سطرهای ۶ تا ۸ که نشان می‌دهد خواهان باید خودش متوجه می‌بوده است که سوراخ کردن بدن خطرانی به همراه دارد. میلیون از عبارتی عامیانه («جایی را سوراخ کنی که خداوند خودش آنجا را سوراخ نکرده»، سطرهای ۷-۸) استفاده می‌کند تا به طور تلویحی بگوید که انسان‌ها نباید آفرینش خداوند را دستکاری کنند. به این ترتیب، قاضی با استفاده از ظرافت کلامی و اجرای نمایشی، دادخواه را در موقعیتی انفعالی قرار می‌دهد تا به درسی تحقیرآمیز گوش بسپارد.

در خصوص نکته بالا، باید گفت که درس‌ها و پندآموزی‌های قضات برنامه‌های دادگاهی، در مورد موضوعات جدی و شوخی با شدت و اشتیاق یکسانی ابراز می‌شود. این قضات اغلب ارزش اخلاقی عادی‌ترین جنبه‌های رفتار دادخواهان را زیر ذره‌بین می‌برند، حتی اگر این جنبه‌های رفتاری به پرونده مورد بررسی هیچ ربطی نداشته باشد. برای مثال شاید کسی از همسایه‌اش شکایت کرده باشد که سگش به او آسیب رسانده است، حال امکان دارد که قاضی از خواهان بپرسد «آیا شما هر روز برای خانواده‌تان وقت کافی می‌گذارید؟». پاسخ - همان‌گونه که قاضی به احتمال زیاد می‌داند - منفی است و همین، دلیلی بر عیب و کاستی شخصیت اخلاقی دادخواه قلمداد می‌شود و بهانه‌ای به دست قاضی می‌دهد تا به ارزش‌گذاری و دسته‌بندی و تنبیه این فرد «خاطی» بپردازد. به این ترتیب، قاضی می‌تواند نوعی «پدیداری و نمایانی» را بر آنان تحمیل کند، «پدیداری‌ای که با آن به تمایزبخشی و داوری افراد می‌پردازیم» (فوکو، ۱۹۷۷: ۱۸۴). این مراقبت بسیار فردی که قضات برنامه‌های دادگاهی اعمال می‌کنند، نوعی «منطق مسئولیت شخصی» را رقم می‌زند. بر پایه این منطق، حتی عادی‌ترین و نامرتب‌ترین عادت‌ها و رفتارها نیز شاید به

«گزینش‌های نابخردانه، بی‌مسئولیتی، بی‌انضباطی، و از دست دادن کنترل» منجر شوند (شوگارت، ۲۰۰۶: ۸۷). از این رو می‌توان گفت، بنا به انتظار، برنامه‌های دادگاهی نوعی نظارت اجتماعی را اعمال می‌کنند، ولی این نظارت از درون «حیطه همگانی احساسی» (لانت و استنر، ۲۰۰۵) صورت می‌گیرد؛ حیطه‌ای که ترغیب‌کننده بیان و ارزیابی مسایل مربوط به هویت شخصی، و انواع موضوعات اجتماعی، آن‌هم به شیوه‌ای نامقید و احساسی است.

۳-۹ نتیجه‌گیری

در برنامه‌های دادگاهی و برنامه‌های گفتگویی، بحث‌هایی که بدون حضور دوربین شاید هرگز رخ ندهند، درست به دلیل حضور دوربین به مجموعه‌ای از اجراهای احساسی گفتگوهای کشمکی تبدیل می‌شوند. در این برنامه‌ها، اجرای گفتگوی کشمکی به معنای آشکارسازی لحظاتی است که افراد کنترل احساسات‌شان را از دست می‌دهند: یعنی ابراز آگاهانه خشم، بروز بی‌محابای گله و شکایت، تحقیر بی‌پروای دیگران، و مانند آن. در جوامع انگلوساکسون هیچ‌یک از این موارد در زمرهٔ هنجارهای تعاملی در بروز طبیعی و بی‌واسطهٔ گفتگوهای کشمکی نیست، زیرا در این جوامع تلاش بر پرهیز از تهدید مستقیم وجههٔ همسخنان است. همان‌گونه که لانت و استنر (۲۰۰۵: ۶۵) در مورد برنامهٔ جری/سپرینگر نوشته‌اند: «نکتهٔ کنایی این است که بحث انتقادی عقلانی، امکان کشمکش و افشای اسرار و تشدید احساسات را از میان می‌برد، و بنابراین باید محدود و کنترل شده باشد».

اجرای گفتگوی کشمکی در آن دسته از زمینه‌های تلویزیونی که در این فصل بررسی کردیم، در مقایسه با زندگی واقعی، چندان «واقعی» نیست؛ اما چنان طراحی و تولید می‌شود که به صورت اجرای رفتار کنترل‌نشده و «منفی» در محیط بسیار کنترل‌شدهٔ این برنامه‌ها دریافت شود و بنابراین فقط در زمینهٔ همین برنامه‌ها «واقعی» شمرده می‌شود. جالب اینجاست که خود این برنامه‌ها نیز این اجرای نمایشی احساسات‌گرایی «منفی» را انکار نمی‌کنند. در حین جرّ و بحث میهمانان، اغلب نماهای درشتی به کار می‌رود که آشکارا خشم و تحقیر را در معرض دید همگان می‌گذارند. برای نمونه، در برنامه‌های دادگاهی معمولاً صفحهٔ تلویزیون به دو بخش مساوی تقسیم می‌شود و در هر بخش نمای درشت هر کدام از دادخواهان را می‌بینیم که با خشم به دیگری می‌نگرد، بر سر او فریاد

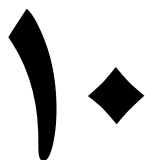
می‌کشد، و جز آن. این تقسیم صفحه، فاصله میان شرکت‌کنندگان را به طرز مصنوعی کاهش می‌دهد (ن.ک. فصل ۶) و به این ترتیب بر احساسات‌گرایی جرّ و بحث آنان می‌افزاید. گاهی نیز کولاژهایی بصری پخش می‌شود که شامل تصاویر ثابتی از شرکت‌کنندگان خشمگین یا بهت‌زده است و بر روی این تصاویر، بحث‌های بعدی آنان با لحنی دراماتیک تفسیر می‌شود. بنابراین، هم در برنامه‌های دادگاهی و هم در برنامه‌های گفتگویی تأکید بر این است که احساسات «منفی» به صورت یک سبک گفتگویی طراحی و بسته‌بندی شود؛ که هدف آن بیشتر رضایت بینندگان است. در این برنامه‌ها، گفتگوی کشمکش از آن رو به تأثیرهای (سرگرمی) «واقعی» منجر می‌شود که آشکارا ساختگی و نمایشی است.

اجرای گفتگوی کشمکش در برنامه‌های گفتگویی و برنامه‌های دادگاهی علاوه بر اینکه جنبه تماشایی دارد، نشان‌دهنده نوعی حیطه همگانی احساسی نیز هست. شرکت‌کنندگان عادی اغلب ترغیب - و حتی هدایت - می‌شوند که شیوه گفتار و آرمان اخلاقی بیان احساسی را رعایت کنند. هدف، سهم ساختن همگان در احساسات شخصی است، از جمله - همان‌گونه که در همین فصل دیدیم - احساساتی که در خود آن جوامع نکوهیده به شمار می‌آیند، ولی نمایش آنها بر صفحه تلویزیون چنین پرطرفدار است (مانند خشم، نفرت، ناشکیبایی در برابر عقاید دیگران، و جز آن). میزبانان و مجریان نیز ترغیب - و احتمالاً هدایت - می‌شوند که قطار محبوب بیان احساسات «منفی» را به راه بیندازند. برای نمونه، در برنامه‌های دادگاهی قضات معمولاً خشم و عصبانیت خود را به طرز نمایشی و ماهرانه بروز می‌دهند تا هم به تبلیغ چهره رسانه‌ای‌شان پردازند و هم به دادخواهان حمله کنند.

این تأکید بر گفتگوی کشمکش «خشن» بر چه انگیزه‌ای استوار است؟ خب، بینندگان احتمالاً لذت می‌برند که می‌بینند اعضای یک مقوله گفتمانی که به طور معمول در زمره پاسداران بحث انتقادی عقلانی به شمار می‌آیند (یعنی کارشناسان) به حیطه داد و فریاد و ناسزاگویی و قطع سخن یکدیگر فرو می‌غلتنند. همچنین، مشاهده اینکه اعضای مقوله گفتمانی خودشان (عوام) مورد تحقیر اعضای یک مقوله گفتمانی دیگر (کارشناسان) قرار می‌گیرند، شاید لذتی چشم‌چرانانه و حتی بیمارگونه به آنان ببخشد. گذشته از همه اینها، نمایش مردم عادی به صورتی زشت و ناهنجار از دیرباز جزو سرگرمی‌های رادیویی و

تلویزیونی بوده است. برای مثال، در نخستین موج برنامه‌های گفتگویی، از کارشناسان دعوت می‌شد تا به مردم عادی که نمی‌توانستند مشکلات و چالش‌هایشان را حل کنند، یاری برسانند تا به افرادی بهتر تبدیل شوند و بتوانند احساساتشان را بیان کنند. همان‌گونه که در فصل ۱۳ بحث خواهیم کرد، برنامه‌های «نوسازی» همین گرایش را ادامه داده‌اند و اغلب مردم عادی را به صورتی ناخوشایند تصویر می‌کنند؛ زیرا نشان می‌دهند که در منزل‌آرایی یا باغبانی یا دیگر موارد سلیقه خوبی ندارند. البته این برنامه‌ها اغلب بر موضع گفتمانی بحث عقلانی استوارند و کمتر حالت رو در رو دارند. گام بعدی، همان‌گونه که در همین فصل دیدیم، نمایش آشکار احساسات‌گرایی «منفی» از سوی کارشناسان به زیان مردم عادی و درست با تهدید وجهه آنان بوده است.

به هر حال، علت اصلی جذابیت تحقیر آشکار مردم عادی هر چه باشد، اجرای گفتگوی کشمکی جلوی دوربین، اطلاعات فراوانی درباره احیای فرضی دانش همگانی (عوام) در جوامع و رسانه‌های مدرن عرضه می‌کند. امروزه در طیف گسترده‌ای از تلویزیون واقعیت‌نما، شیوه‌های ارتباطی عوام به لحاظ نظری چنان احیا شده که اجرای احساسات «منفی» از سوی کارشناسان و مجریان به جنبه مرسوم و موجه گفتگوی کشمکی تبدیل شده است. ولی همین کارشناسان از چنان شیوه‌های ارتباطی استفاده می‌کنند که آشکارا تحقیر و کوچک‌شماری مردم عادی را نشان می‌دهد. به علاوه، تقلید نمایشی کارشناسان و مجریان از مردم عادی و تمسخر زیرکانه بحث‌های آنان نشان می‌دهد که این عده چگونه از موقعیت خود در مقام کارشناس رسانه استفاده می‌کنند تا به تحقیر و کوچک‌شماری زنان و مردان عادی بپردازند. خلاصه اینکه، کارشناسان رسانه از شیوه‌های ارتباطی «عوام» به طرزی ماهرانه و گزینشی استفاده می‌کنند تا مردم عادی را در همان جایگاه سنتی فرودست نگه دارند. اینکه این قضیه به جنبه مرسوم تقابل سرگرمی‌آفرین در تلویزیون تبدیل شده است، بیش از پیش بر اهمیت این ویژگی خاص گفتمان تلویزیونی تأکید می‌کند.



گفتگوی کشمکشی و سیاست

در فصل ۹ اجرای گفتگوی کشمکشی را در برنامه‌های «غیرجدی» تلویزیونی بررسی کردیم و در این فصل اجرای این نوع گفتگو را در دو زمینه «جدی» تلویزیونی - یعنی مناظره‌های سیاسی و مصاحبه‌های سیاسی - تجزیه و تحلیل خواهیم کرد. در مناظره‌های سیاسی، گفتگوی کشمکشی با مجموعه‌ای از کنش‌ها و تقابل‌هایی صورت می‌پذیرد که یک واسطه نهادی - گرداننده بحث یا رئیس جلسه - بر روند آنها نظارت می‌کند. این مناظره‌ها اغلب حالت رینگ مشت‌زنی را دارند که در آن اعضای احزاب مختلف سیاسی، یا جناح‌های مختلف یک حزب، می‌کوشند با بحث و جدل یکدیگر را «ضربه‌فنی» کنند. ولی همان‌گونه که تجزیه و تحلیل بخش نخست این فصل نشان می‌دهد، زیر لوای این تقابل‌های دوجانبه و اعتبارزدایی از طرف مقابل، هدفی مهم‌تر نهفته است: خویشتن‌نمایی. در مصاحبه‌های سیاسی، گفتگوی کشمکشی از قالب پرسش - پاسخ پیروی می‌کند و چارچوب آن را نیاز به پرس‌وجوی بی‌طرفانه، ولی انتقادی مشخص می‌سازد. برای برآوردن همین نیاز است که خبرنگاران و سیاستمداران به اجرای «بی‌طرفی رسمی» روی می‌آورند. با این حال، شمار فراوانی از مصاحبه‌های پاسخ‌خواهی با سیاستمداران در تلویزیون بریتانیا، آشکارا حالت

مخالفت‌جویانه و نوعی «نگرش توده‌گرایانه (پوپولیستی) دارند و مصاحبه‌کنندگان - در مقام تریبون مردم - از زبان مردم ناراضی و بدبین سخن می‌گویند» (مانتگومری، ۲۰۰۷: ۱۷۹). با توجه به این موارد، در بخش دوم این فصل به پدیده‌ای خواهیم پرداخت که آن را می‌توان «بی‌نزاکتی رسمی» در مصاحبه‌های سیاسی دانست.

۱-۱۰ گفتگوی کشمکشی در مناظره‌های سیاسی

بحث‌های «سیاسی» و خویشتن‌نمایی

بحث و جدل سیاستمداران، خواه در کنگره رخ دهد و خواه در پارلمان و خواه در استودیو، یکی از جنبه‌های سیاست است که تلویزیون به ضبط و پخش آن علاقه فراوانی دارد. در بریتانیا، دو زمینه تلویزیونی که اغلب به این بحث و جدل‌ها می‌پردازند، یکی مناظره‌های مجلس است، بویژه برنامه پرسش از نخست‌وزیر^۱ و دیگری مناظره‌های چندنفره در برنامه‌های مسائل سیاسی. برنامه پرسش از نخست‌وزیر در مجلس عوام بریتانیا رخ می‌دهد و اعضای مجلس درباره برنامه‌های دولت پرسش‌هایی را از نخست‌وزیر می‌پرسند. این برنامه از رادیو و تلویزیون پخش می‌شود و نسخه نوشتاری آن و دیگر مناظره‌های مجلس در گزارش رسمی مذاکرات مجلس بریتانیا^۲ در اینترنت انتشار می‌یابد. به این ترتیب، این مذاکرات را نه فقط اعضای مجلس عوام می‌بینند و می‌شنوند بلکه، مهم‌تر از آن، در اختیار توده مردم نیز قرار می‌گیرند. برای نمونه، اعضای مجلس می‌دانند که برخی از مخالفت‌جویی‌های این مذاکرات، بویژه آنهایی که با ظرافت و طنز کلامی همراه باشند، اغلب در گزارش‌های خبری پخش می‌شوند. بنابراین، اعضای مجلس علاقه دارند این نوع بحث‌ها را چنان اجرا کنند که تصویر جذابی از خودشان ارائه دهند. مناظره‌های چندنفره نیز در شماری از برنامه‌های مسایل سیاسی، از جمله برنامه اخبار شبانه^۳، پخش می‌شود. این برنامه که از سال ۱۹۸۰ آغاز شده است، در حال حاضر، روزهای دوشنبه تا جمعه از بی‌بی‌سی ۲ درست پس از اخبار ساعت ۱۰ پخش می‌شود و شامل گزارش‌های مفصل خبری، مصاحبه‌های سیاسی، و مناظره‌های سیاسی است و اغلب آن را «راهنمای روشنفکران در زمینه مهم‌ترین داستان‌های خبری روز می‌دانند که اغلب با دیدگاهی بحث‌برانگیز ارائه می‌شود». (بورن، ۲۰۰۴: ۴۱۴)

1. Prime Minister's Questions

2. Hansard

3. Newsnight

دو برنامه پرسش/از نخست‌وزیر و/اخبار شبانه هرچند تفاوت‌هایی دارند، ولی دو نمونه رایج از گفت‌وشنوهای مخالفت‌جویانه سیاسی در تلویزیون به شمار می‌آیند. در برنامه پرسش/از نخست‌وزیر هدف ظاهری پرسش‌های اعضای مجلس، کسب اطلاعات درباره سیاست‌های دولت است؛ ولی هدف اصلی آنان حمله به دولت است (هریس، ۲۰۰۱).^[۱] به همین ترتیب، سال‌هاست شهرت برنامه/اخبار شبانه، به چالش کشیدن سیاست‌های دولت‌هاست، نه اینکه در مورد این سیاست‌ها فقط مناظره کند یا به مردم اطلاعات بدهد. از این رو، در هر دوی این برنامه‌ها، گفتگوی کشمکش‌ی بسیار رایج است.

از این گذشته، در هر دوی این برنامه‌ها، آغاز و پیشرفت و پایان گفتگوهای کشمکش‌ی اغلب به شیوه‌های معینی صورت می‌گیرد که سیاستمداران مربوطه با آنها کاملاً آشنایی دارند. برای مثال، از اعضای مجلس انتظار می‌رود که بر اساس آیین‌نامه رفتاری مجلس بریتانیا - معروف به رساله/ارسکین می^۱ (یا به اختصار می) - عمل کنند و معمولاً نیز چنین می‌کنند. این رساله، ساختار بحث و مناظره در مجلس عوام را تعیین می‌کند. برای نمونه، پرسش/از نخست‌وزیر همیشه با پرسشی از پیش‌معین از نخست‌وزیر آغاز می‌شود و ایشان نیز تا اندازه‌ای به آن پاسخ می‌دهد. این گفت‌وشنود آغازین با پرسشی مکمل ادامه می‌یابد که از پیش مشخص نشده و در نتیجه تقریباً خودانگیخته به نظر می‌رسد. بعلاوه، می جنبه‌های گوناگون بحث و گفتگو در مجلس را معین می‌سازد، مانند اینکه اعضای مجلس باید یکدیگر را با واسطه رئیس جلسه معروف به «سخنگو» خطاب کنند. این کار در عمل به معنای خطاب با استفاده از ضمیر (یا اسامی) سوم شخص است.^[۲]

به همین ترتیب، شرکت‌کنندگان در مناظره‌های چندنفره نیز باید طبق معیارهای مشخصی با یکدیگر سخن بگویند. البته این معیارها نه صراحت قواعد را دارند و نه قاطعیت آن را، ولی تعیین می‌کنند که سیاستمداران در حین مناظره چگونه و کی با هم مخالفت بورزند. برای نمونه، این معیارها تعیین می‌کنند که سیاستمداران می‌توانند به طور مستقیم با یکدیگر مخالفت کنند و گرداننده بحث می‌تواند نکات مورد بحث را مطرح سازد و در صورت لزوم دستور جلسه را تغییر دهد. این مورد دوم، بویژه از اواخر دهه ۱۹۹۰ به بعد، شامل یافتن فرصت‌هایی برای پاسخ گرفتن از سیاستمداران و «افشا و القای مخالفت میان جناح‌های سیاسی نه تأکید بر توافق میان آنها» است (بورن، ۲۰۰۴: ۴۲۸).

1. *Erskine May Treatise*

بنابراین، در هر دو برنامه پرسش/از نخست‌وزیر و/اخبار شبانه، بحث و مناظره سیاسی معمولاً «نوع فعالیت»^۱ (لوینسون، ۱۹۹۲) مخالفت‌جویانه است. به این ترتیب، گفتگوی کشمکش‌ی یکی از اجزای سازنده این مناظره‌هاست و تهدیدی بر نیاز سیاستمداران به وجهه ایجابی در زمینه رفتار سیاسی به شمار می‌آید. البته تا جایی که گفتگوی کشمکش‌ی و تهدید وجهه مطابق با معیارها و محدودیت‌های ناظر بر این نوع فعالیت صورت بگیرند. همان‌گونه که گزیده‌های ۱-۱۰ و ۲-۱۰ نشان می‌دهند، اگر سیاستمدار بخواهد «چهره خوبی از خود نشان بدهد» (گافمن، ۱۹۶۷: ۲۳۷) باید این معیارها را رعایت کند. گزیده ۱-۱۰ قسمتی از برنامه پرسش/از نخست‌وزیر است که شش هفته پیش از انتخابات عمومی ۵ مه ۲۰۰۵ بریتانیا پخش شده است؛ و گزیده ۲-۱۰ بخشی از مناظره برنامه/اخبار شبانه میان شش تن از اعضای حزب محافظه‌کار است که در انتخابات عمومی ۲۰۰۱ بریتانیا بازنده شد.

گزیده ۱-۱۰

پرسش/از نخست‌وزیر (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۵)

[در گزیده زیر، جان پرسکات معاون وقت نخست‌وزیر از طرف تونی بلر نخست‌وزیر، به پرسش‌ها پاسخ می‌دهد چون تونی بلر در آن روز به جلسه شورای اتحادیه اروپا رفته بود. آ: مایکل آنکرام عضو حزب محافظه‌کار؛ پ: جان پرسکات؛ ن: نمایندگان مجلس عوام.]

نم - آ.	۱	آ	[. . .] اجازه می‌خواهم که از معاون نخست‌وزیر سؤال دیگری ببرسم (.).
ند - مجلس عوام.	۲		پس از < هشت سال > حکومت حزب کارگر (.).
نم - آ.	۳		چه تعداد از دانش‌آموزان از مدرسه فرار می‌کنند؟
نم - پ.	۴	پ	البته دشوار است که یک‌دفعه از بحث جرم و جنایت به فرار دانش‌آموزان از مدرسه ببریم (.). اما احتمالاً این همان پرشی است که حزب محافظه‌کار می‌خواهد انجام دهد
لیخند. می‌زند.	۵		(.). ایشان فرد محترم و فرهیخته هنوز باید
ند - مجلس عوام.	۶		این واقعیت را بپذیرد که در این دولت جنایت کاهش یافته است. [. . .]
نم - آ.	۸	آ	باز هم (.). ایشان فرد محترم پاسخ ندادند به پرسش بنده [. . .] اجازه می‌خواهم که از معاون نخست‌وزیر پرسش دیگری را
۹			

ند - مجلس عوام.	۱۰	بپرسم (.) پس از < هشت سال > حکومت حزب کارگر (.)
نم - آ.	۱۱	چه تعداد از پناهندگانی که درخواست اقامت و تجدیدنظر آنها
ند - مجلس عوام.	۱۲	رد شده هنوز در این کشور مانده‌اند؟
نم - پ.	۱۳	پ باز هم (.) تعداد درخواست‌های پناهندگان
ند - مجلس عوام.	۱۴	کاهش یافته [. .] با رعایت انصاف نسبت به ایشان فرد محترم و
نم - پ.	۱۵	فرهیخته (.) که خودشان فرموده بودند (.) واقعاً عرض می‌کنم (.)
		من می‌روم به
	۱۶	آلمان و آنها به من می‌گویند (.) کاش میزان
	۱۷	بیکاری ما به اندازه شما بود (۲/۰) افزایش شمار کاریابی > یک
پ با لبخندی	۱۸	صد و هشتاد هزار < بوده از زمانی که ایشان فرموده بودند (.)
کنایه آمیز	۱۹	آیا شما هم مثل ما می‌اندیشید؟ =
به آ. ن دور -	۲۰	ن = سر و صدا و خنده و هورا
مجلس عوام. نم -	۲۱	آ بله خب (.) ما همیشه می‌دانیم که ایشان فرد محترم
آ، لبخند می‌زند.	۲۲	های و هوی راه می‌اندازد وقتی پاسخ سؤالی را می‌دهد که
	۲۳	از ایشان نپرسیده‌ایم (.) واقعیت این است که < یک چهارم میلیون >
	۲۴	از پناهندگانی که درخواست‌شان رد شده، هنوز در این کشور
		مانده‌اند
	۲۵	در دوران همین دولت (.) آیا ایشان متوجه نیستند که وقتی
	۲۶	بحث جنایت می‌شود (.) وقتی بحث فرار دانش‌آموزان از مدرسه
		می‌شود (.) وقتی بحث
	۲۷	پناهندگان می‌شود (.) مردم کاملاً حس می‌کنند که این دولت کاری
		برایشان نکرده است و
	۲۸	واقعاً منتظرند تا پنجم مه از راه برسد و ایشان را بفرستند پی
		کارشان؟

در هر دو گزیده، سیاستمداران چندین تهدید وجهه را اجرا می‌کنند. برای مثال در گزیده ۱۰-۲، کلارک به طور تلویحی می‌گوید که اسمیت در مبارزه انتخابات عمومی ۲۰۰۱ نقش داشته است (سطرهای ۲۵-۲۷) - نوعی تهدید وجهه که رفتار غیرکلامی وی (یعنی اشاره با انگشت در سطرهای ۲۶-۲۸) آن را تقویت می‌کند. در گزیده ۱۰-۱ نیز طرح کلی پرسش‌های آنکرام چنان است که آنها را از تلاش برای کسب اطلاعات دور می‌سازد و به چالش‌هایی علیه پرسکات و دولت‌ش تبدیل می‌کند. وی در سطرهای ۲ و ۱۰ از یک عبارت زمینه‌ساز، یعنی «پس از < هشت سال > حکومت حزب کارگر»، استفاده می‌کند و آن را زمینه‌ای قرار می‌دهد تا مسئولیت پیش‌فرض‌های پرسش‌های بعدی‌اش را

گزیده ۱۰-۲

اخبار شبانه (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۱)

[در گزیده زیر، بحث بر سر این است که حزب محافظه‌کار در آن زمان تصمیم گرفت که در مبارزه انتخاباتی به جای تبلیغ گسترده درباره خدمات عمومی بر فاصله گرفتن از دیگر کشورهای اروپایی متمرکز شود. بعدها مشخص شد که این تصمیم یکی از عوامل باخت این حزب بوده است و ناچار تصمیم به تغییر رهبری حزب گرفتند. دو سیاستمدار شرکت‌کننده در این مناظره، کنث کلارک و ایان دانکن اسمیت، در هنگام پخش این برنامه نامزد رهبری حزب محافظه‌کار بریتانیا بودند. ک: کنث کلارک؛ اس: ایان دانکن اسمیت.]

نم - میزگرد،	۱	ک	من فکر نمی‌کنم هیچ کسی در حزب محافظه‌کار به اندازه
با حضور شش	۲		ایان اروپاستیز باشد (.). این موقعیت که ما سه ماه نخست را
سیاستمدار.	۳		با این سیاست گذراندیم - یعنی سیاستی را برای آینده
	۴		قابل پیش‌بینی تعیین کردیم (.). < ما در واقع یک کنفرانس در
			حزب داشتیم که من هم
نم - میزگرد.	۵		همان‌قدر با این سیاست موافق بودم که شما بودید > به نظر من
			که اینجور بود (.). بعد
ندم - ک،	۶		شما و دیوید [****] گفتید که ما - [****] خب ::
به اس اشاره می‌کند،	۷	اس	[کن (.).] [کن (۲/۰)]
با تمسخر.	۸	ک	[این به مجلس مربوط نمی‌شه
ند - اس.	۹	اس	[با عرض احترام (.). باید بگم که موضوع این نیست (.). حقیقت این بود که آنچه
ند - سرش را به	۱۰		ویلیام از آن دفاع می‌کرد (.). < یعنی موضع ما در قبال اروپا >
نشانه انکار تکان می‌دهد.	۱۱		(.). برو و خودش بررسی کن (.).
نم - میزگرد.	۱۲		قول می‌دم که همین‌طور بود (.).
ند - اس.	۱۳		بحث در این مورد هیچ فایده‌ای نداره (.). همه‌اش
نم - میزگرد.	۱۴		گذشته و رفته (.). [..]. > تمام قضیه همین بود < (.). انگیزه من
ند - ک،	۱۵		برای این کار قوی‌تر از انگیزه دیگران نبود (.). واقعیت این بود که
تردید از	۱۶		اگر این موضوع روشن نمی‌شد باعث مشکلاتی می‌شد (.). ولی
چهره‌اش می‌بارد. ند	۱۷		همه اینها حالا گذشته و تمام شده کن =
- اس. ند - ک.	۱۸	ک	= من نمی‌خواهم درباره این موضوع بحث کنم ک - فکر
			نمی‌کنم به بحث ما ربط داشته باشه (.). > منظور من
	۱۹		اینه که < یعنی پرداختن به موضوعاتی که لیام فاکس آنها را
			برملا کرده که
	۲۰		قبل از انتخابات این تصمیم گرفته شده بود که مبارزه انتخاباتی
			بر سر
ند - ک،	۲۱		بهداشت و آموزش و پرورش و این مسائل نباشد (.). تصمیم
			بر این بود که محور

شعارهای انتخاباتی، اروپا باشد (.) <u>دوازده روز فرصت برای</u>	۲۲	با تمسخر
<u>نجات</u>		
<u>پوند و بقیه شعارها (.) حالا (.) من شخصاً به</u>	۲۳	اس را
ویلیام توصیه کردم (.) به همکاران و دوستان توصیه کردم (.)	۲۴	با حرکت دست
مبارزه ما باید بر		
<u>مسائل مهم داخلی (.) بهداشت و غیره (.) متمرکز باشد (.) اما</u>	۲۵	تحقیر می‌کند. نم -
شما جزو		
کسانی بودی که تصمیم گرفتید > <u>مبارزه انتخاباتی درباره</u>	۲۶	میزگرد. ند - ک،
بهداشت و		
<u>[آموزش و پرورش نباشد <</u>	۲۷	با انگشت به
<u>]با عرض احترام کن (.) ما در جریان مبارزه انتخاباتی سه روز</u>	۲۸	اس اشاره می‌کند. نم - میزگرد
را اختصاص دادیم	اس	
به آموزش و پرورش (.) سه بار که ترزا	۲۹	ند - اس،
می و دیگران در واقع سیاست‌های ما را در زمینه آموزش و	۳۰	با تأکید
پرورش مطرح کردند (.) البته		
<u>مواقع دیگری هم بود که درباره مستمری بحث کردیم - و انواع</u>	۳۱	دست راستش را
<u>و اقسام مسائل</u>		
دیگر (.) مسئله این بود که < فکر می‌کنم شما هم متوجه هستید	۳۲	بالا می‌برد. ند - ک،
> که		
علاقه جمعی زیاد به چیزهایی نبود که به عقیده من جزو	۳۳	سرش را به نشانه
مسائل اصلی‌اند و > در این مورد با شما موافقم < (.) من فکر	۳۴	انکار تکان می‌دهد.
می‌کنم که ما حتماً توافق داریم		
در این مورد - که (.) واقعیت اینه (.) کاری که ما باید به عنوان	۳۵	ند - اس.
یک حزب انجام بدیم این است		
که به مسائل خدمات عمومی بپردازیم [..]	۳۶	نم - میزگرد.

به گردن پرسکات بیندازد. این پرسش‌ها («چه تعداد از دانش‌آموزان از مدرسه فرار می‌کنند؟» در سطر ۳؛ و «چه تعداد از پناهندگانی که درخواست اقامت و تجدیدنظر آنها رد شده هنوز در این کشور مانده‌اند؟» در سطرهای ۱۱ و ۱۲) به صورت «اطلاعات قطعی» مطرح می‌شوند تا نشان دهند که سیاست‌های دولت در زمینه فرار دانش‌آموزان از مدرسه و پناهندگان مشکل دارد، چون آنچه آنکرام از آن سؤال می‌کند، نه موجودیت این مسائل، بلکه میزان این دو مسئله و کنترل دولت بر آنهاست. به این ترتیب، هم عبارت‌های زمینه‌ساز آنکرام و هم پیش‌فرض‌های نهفته در آنها، فقط طرح پرسش نیستند، بلکه چالش‌برانگیزند و پرسکات را در موقعیتی قرار می‌دهند که به آنها واکنش نشان دهد،

نه اینکه فقط به آنها پاسخ بدهد. همچنین، آنکرام در سطرهای ۲۵ تا ۲۸ یکی از پرسش‌هایش را با جمله استفهامی منفی آغاز می‌کند («آیا ایشان متوجه نیستند...»). تا پاسخی ترجیحی را در ذهن شنوندگان برانگیزد؛ اینکه پرسکات در واقع متوجه «واقعیت» اجتماعی کشور نیست. جملاتی همچون «مردم کاملاً حس می‌کنند که این دولت کاری برایشان نکرده» (سطر ۲۷) و «واقعاً منتظرند تا پنجم مه از راه برسد و ایشان را بفرستند پی کارشان؟» (سطر ۲۸)، و نیز استفاده آنکرام از تأکید آشکار بر دو قید «کاملاً» و «واقعاً»، تردیدی باقی نمی‌گذارد که وی با این پرسش چه تهدیدی را متوجه و جهت پرسکات ساخته است.

به این ترتیب، در گزیده‌های ۱۰-۱ و ۱۰-۲ تهدیدی که سیاستمداران به جهت مخالفان وارد می‌سازند، باعث می‌شود که این مخالفان چهره‌ای منفی بیابند: افرادی فریبکار، ناتوان از درک وضعیت رأی‌دهندگان، ناتوان از کاهش فرار از مدرسه، و مانند آن. جالب اینجاست که در هر دو گزیده، مواردی مشاهده می‌شود که دو طرف مخالف می‌کوشند با استفاده از راهبردهای نزاکت، این تهدید وجهه را به ظاهر کاهش دهند. به عبارت دیگر، در هر دو گزیده، سیاستمداران به اجرای حفظ وجهه می‌پردازند. برای نمونه، در گزیده ۱۰-۱ پرسکات و آنکرام در خطاب به یکدیگر از عبارت اسمی «ایشان فرد محترم (و فرهیخته)» (سطرهای ۸، ۱۴-۱۵، ۲۱) استفاده می‌کنند که نشان‌دهنده احترام است. در گزیده ۱۰-۲ نیز اسمیت سه بار (در سطرهای ۷، ۱۷، و ۲۸) از شکل کوتاه و خلاصه نام کلارک («کِن» به جای «کِنِث») استفاده می‌کند که نشان‌دهنده دوستی و آشنایی است.

دیگر موارد حفظ وجهه، شامل تأکید بر زمینه مشترک است. مثلاً در گزیده ۱۰-۲ اسمیت جمله‌ها و عبارات‌هایی را به کار می‌برد که هدف آنها ایجاد روابط دوستانه است: «< فکر می‌کنم شما هم متوجه هستید >» (سطر ۳۲)، «> در این مورد با شما موافقم <» (.) من فکر می‌کنم که ما حتماً توافق داریم در این مورد - که (.) واقعیت اینه (.) کاری که ما باید به عنوان یک حزب انجام بدیم» (سطرهای ۳۴ و ۳۵). وی حتی به کلارک اطمینان می‌دهد: «قول می‌دم که همین‌طور بود» (سطر ۱۲). بعلاوه، وی و کلارک برای کاهش تفاوت‌هایشان از نسخه‌های گوناگون این جمله فرمولی استفاده می‌کنند: «بحث در این مورد هیچ فایده‌ای نداره (.) همه‌اش گذشته و رفته» (گزیده ۱۰-۲، سطرهای ۱۳-۱۴، ۱۷ و ۱۸).

به این ترتیب، در گزیده‌های ۱۰-۱ و ۱۰-۲ آمیزه‌ای از تهدید وجهه و حفظ وجهه دیده می‌شود. این آمیزه با توجه به تشبیه مناظره‌های سیاسی به رینگ مشت‌زنی شاید عجیب به نظر برسد، ولی اگر مناظره‌های سیاسی را عرصه خویشتن‌نمایی برای عموم بدانیم، کاملاً موجه جلوه می‌کند. تهدید وجهه دیگران و حفظ وجهه دیگران به هیچ روی ناهمخوان نیستند، زیرا هدف سیاستمداران از حضور در رسانه‌ها بیش از هر چیز تقویت وجهه خودشان است و تهدید و حفظ وجهه دیگران به این امر یاری می‌رساند. این قضیه را در دو جنبه مرتبط به هم می‌توان دید.

نخست، در مناظره‌های سیاسی تهدید وجهه اغلب در گستره تناسب زمینه‌ای رخ می‌دهد و بنابراین نشان‌دهنده آگاهی سیاستمداران از چگونگی مناظره است. برای نمونه، در گزیده ۱۰-۱ اصطلاحات تعارفی نمایندگان در خطاب به یکدیگر حالت فرمولی دارد. در رساله می (۱۹۸۹: ۳۸۰) عباراتی همچون «ایشان فرد محترم (و فرهیخته)» (سطرهای ۶، ۱۴-۱۵، ۲۱) شکل مناسب خطاب در مجلس شمرده شده است. از این روی، اینها بیشتر شیوه خطاب سیاسی‌اند تا مؤدبانه. بعلاوه، در گزیده ۱۰-۱ تهدیدهای دوجانبه پرسکات و آنکرام به وجهه یکدیگر از طریق «سخنگو» صورت می‌گیرد و زبان بدن و خطاب آنان متوجه همین سخنگوست. توجه کنید که این دو، در خطاب به یکدیگر از اسامی سوم شخص مفرد استفاده می‌کنند. نیز توجه کنید که در گزیده‌های ۱۰-۱ و ۱۰-۲ تهدیدهای وجهه عمومی سیاستمداران، از نوع ایجابی یا سلبی است. وجهه عمومی ایجابی هر سیاستمدار نشان‌دهنده تصویری از شخص به مثابه فردی «منطقی و مورد اعتماد است که اندیشه‌ها و کنش‌های سیاسی‌اش، بیش از اندیشه‌ها و کنش‌های سیاسی مخالفانش، در جهت خواسته‌ها و نیازهای مردم است» (گروبر، ۱۹۹۳: ۳). از سوی دیگر، وجهه عمومی سلبی سیاستمدار، به حق وی اشاره دارد که در حیطه‌های سیاسی از تحمیل به دور بماند (پرز دو آیالا، ۲۰۰۱). حمله به هر یک از این دو جنبه از وجهه عمومی سیاستمدار، هم مجاز است و هم جزء عناصر سازنده نوع فعالیت در مناظره‌های سیاسی عمومی به‌شمار می‌رود. از این گذشته، این حملات برای حفظ ارزش تقابل سرگرمی‌آفرین در زمینه تلویزیون اهمیت دارند.

دوم، در مناظره‌های سیاسی تلویزیونی تلاش سیاستمداران برای حفظ وجهه یکدیگر اغلب در قالب عباراتی بیان می‌شود که یا کارکرد تسکینی اندکی دارند یا بر ویژگی‌های مثبت وجهه خودشان تأکید می‌کنند.^[۳] برای نمونه، پرسکات در گزیده ۱۰-۱ آنکرام را «ایشان فرد محترم (و فرهیخته)» (سطر ۶، ۱۴-۱۵) خطاب می‌کند، ولی سپس به تمسخر

او می‌پردازد (نگاه کنید به سطور بعد) یا در خطاب به او، از جملاتی چالشی استفاده می‌کند، اینکه وی [آنکرام] «هنوز باید این واقعیت را بپذیرد که در این دولت جنایت کاهش یافته است» (سطرهای ۶-۷). به این ترتیب، دو چیز این تعریف و تمجیدهای ظاهری را خنثی می‌سازد: یکی، همان‌گونه که پیشتر گفته شد، ماهیت فرمولی آنها؛ و دیگری تهدیدهای آشکاری که پس از آنها به وجهه طرف مقابل وارد می‌شود.

به همین ترتیب، ادعای سیاستمداران در مورد دوستی و پیوندهای مشترک نیز اغلب در زمینه سخنانی مصداق پیدا می‌کند که معنای آشکار آنها را نفی می‌کنند. برای مثال در سطر ۱۸ از گزیده ۱۰-۲ کلارک نخست موضوع را بی‌اهمیت جلوه می‌دهد («من نمی‌خواهم درباره این موضوع بحث کنم ک - فکر نمی‌کنم به بحث ما ربط داشته باشه») ولی سپس تهدیدی را به وجهه اسمیت شکل می‌دهد و برای اینکه به وی حمله کند (سطرهای ۱۹-۲۷) درست به همان گذشته‌ای می‌پردازد که خود، آن را «نامربوط به بحث» شمرده است. و جمله اطمینان‌بخش اسمیت در سطر ۱۲ («قول می‌دم که همین‌طور بود») میان دو سخن قرار گرفته است؛ جمله‌ای امری که آشکارا تهدیدی بر نیازهای سلبی وجهه اسمیت است که نمی‌خواهد در این گفتگو چیزی بر او تحمیل شود («برو و خودت بررسی کن»، سطر ۱۱)، و جملاتی تأکیدی که در توجیه و تثبیت دیدگاه خودش بیان می‌دارد: «> تمام قضیه همین بود < (. انگیزه من برای این کار قوی‌تر از انگیزه دیگران نبود» (سطرهای ۱۴-۱۵).

از این گذشته، به کلام بطنی پرسکات و کلارک در سطرهای ۱۹ (گزیده ۱۰-۱) و ۲۲-۲۳ (گزیده ۱۰-۲) از زبان مخالفانشان توجه کنید. همان‌گونه که در فصل ۳ توضیح دادیم، مفهوم کلام بطنی یا سخن گفتن به جای دیگران که گافمن (۱۹۷۴) مطرح ساخته، بازنمایی شوخی‌آمیز گوینده از گفتمان اشیای «دوست‌داشتنی» یا کودکانی است که هنوز زبان باز نکرده‌اند. آشکار است که مورد دوم در تعریف گافمن درباره بازنمون تقلیدی پرسکات و کلارک صدق نمی‌کند؛ زیرا آنکرام و اسمیت خودشان می‌توانند گفتمان‌شان را اجرا کنند و به‌علاوه شخصاً در مناظره حاضرند و به‌خوبی از پس این کار برمی‌آیند. در عوض، در هر دو موقعیت، این کلام‌های بطنی در خدمت هدفی متفاوت با تعریف گافمن قرار دارند. در زیر بیشتر به این نکته می‌پردازیم.

در گزیده ۱۰-۱، سطرهای ۱۵-۱۷، پرسکات با نقل گفته‌ای از زبان آنکرام زمینه را برای این کلام بطنی فراهم می‌سازد: «واقعاً عرض می‌کنم (. من می‌روم به آلمان و آنها به من می‌گویند (. کاش میزان بیکاری ما به اندازه شما بود». سپس آماری از افزایش کاریابی

[استخدام] ارائه می‌دهد که گفته آنکرام را به ضرر وی و به نفع حزب پرسکات تمام می‌کند: «افزایش شمار کاریابی > یک صد و هشتاد هزار< بوده از زمانی که ایشان [آنکرام] فرموده بودند» (سطرهای ۱۷-۱۸). آنگاه پرسکات شعاری را نقل می‌کند که حزب محافظه‌کار در مبارزه انتخاباتی سال ۲۰۰۵ از آن استفاده می‌کرد: «آیا شما هم مثل ما می‌اندیشید؟». این شعار در تبلیغات رسانه‌ای و چاپی استفاده می‌شد و پس از آن فهرست بلند بالایی از ناتوانایی‌های حزب کارگر ردیف شده بود تا چنین پاسخی را به ذهن مخاطبان القا کند: «بله، من هم می‌اندیشم که حالا وقتش است به حزب محافظه‌کار رأی بدهم». با این حال، اینکه پرسکات ابتدا آماری از موفقیت حزبش در زمینه افزایش کاریابی ذکر می‌کند و سپس به این شعار متوسل می‌شود، در واقع زیرکانه آن را به ضرر مؤلف اصلی آن، یعنی آنکرام و حزب محافظه‌کار، تمام می‌کند.

در گزیده ۱۰-۲ کلارک یک شعار انتخاباتی را ذکر می‌کند که یکی از جناح‌های حزب محافظه‌کار به رهبری اسمیت در سال ۲۰۰۱ به کار گرفته بود و بعدها ثابت شد که از جمله دلایل شکست این حزب در به‌دست آوردن آرای مردم بوده است: «دوازده روز فرصت برای نجات پوند» (سطرهای ۲۲-۲۳). در اینجا پیرازبان کلارک (افزایش بلندی صدا) و نیز زبان بدن وی تهدیدکننده است، زیرا در نمایی درشت می‌بینیم که با حرکت تحقیرآمیز دست، به تمسخر اسمیت می‌پردازد (سطرهای ۲۱-۲۵). به این ترتیب، در این مناظره سیاسی، اجرای کلام بطنی از سوی کلارک در خدمت چالش دیدگاه طرف مقابل است.

با این حال، بازنمون پرسکات و کلارک از گفتمان طرف مقابل، به شیوه‌ای شوخی‌آمیز اجرا شده است. بنابراین می‌توان گفت که این نوع بازنمون‌ها از تدابیر مفید در مناظره‌های سیاسی تلویزیونی‌اند. بیان تقلیدی پرسکات چندان شبیه به صدا و لحن آنکرام نیست، ولی به طرزی تمسخرآمیز بازنمون صدای جمعی حزب اوست که آکنده از اهمیت نشان داده می‌شود. ولی بازنمون کلارک به صدا و لحن اسمیت نزدیک است و حالت ریشخند نیز دارد. پرسکات و کلارک، با این شیوه بیان، این حس را القا می‌کنند که این کلام‌های بطنی تهدید وجهه طرف مقابل نیستند و فقط شوخی‌هایی بی‌آزار میان اعضای یک گروه گفتمانی‌اند: سیاستمداران بلندپایه. برای مثال توجه کنید که در سطرهای ۲۱-۲۲ از گزیده ۱۰-۱۱ نمایی متوسط از آنکرام ارائه می‌شود که لبخند می‌زند و پاسخ تمسخر پرسکات را می‌دهد و می‌گوید، وی هنگامی که پاسخ سؤالی را می‌دهد که از او نپرسیده‌اند همیشه «های و هوی» راه می‌اندازد.

با این همه، این نوع بیان شوخی‌آمیز که از ویژگی‌های راهبرد کلام بطنی است، دام تعاملی مؤثری را بر سر راه کسانی می‌گذارد که گفتمان‌شان مورد بازنمون قرار گرفته است. در مواردی که در بالا ذکر کردیم، اگر آنکرام و اسمیت به مقابله با این تمسخرهای به‌ظاهر بی‌آزار برخیزند، از نظر سیاسی زودرنج و حساس جلوه می‌کنند. بنابراین، کلارک و پرسکات با استفاده از همین جنبه تقلیدی راهبرد کلام بطنی می‌توانند طرف مقابل را به چالش بگیرند، بی‌آنکه این کارشان آشکار و صریح باشد. به‌علاوه، با این کار فرصت بی‌نظیری می‌یابند تا چهره خوبی از خود نشان بدهند، زیرا با این ظرافت‌های کلامی می‌توانند به ضرر مخالفانشان «امتیاز ظرافت و زیرکی» کسب کنند.

بنابراین، از تجزیه و تحلیل گزیده‌های ۱-۱۰ و ۲-۱۰ برمی‌آید که گفتگوی کشمکشی اگر به درستی اجرا شود، به خویشتن‌نمایی سیاسی یاری می‌رساند. سیاستمداران با اقدام‌های کنش - تقابل، همزمان به تهدید و حفظ وجهه مخالفان می‌پردازند، ولی هدف‌شان بیش و پیش از هر چیز ارائه چهره سیاسی جذابی از خودشان است؛ و با پابندی به برخی از قواعد مناظره، بیشتر خودشان را مناظره‌کنندگانی ماهر نشان می‌دهند، نه کسانی که دلوپس حفظ وجهه طرف مقابل‌اند. اینان زیر لوای شوخی‌های دوستانه، بیشتر ظرافت و زیرکی خود را می‌نمایانند، تا پابندی‌شان را به نیازهای وجهه مخالفان. بنابراین، مناظره‌های سیاسی تلویزیونی نه رینگ‌های مشت‌زنی و مخالفت‌جویی، بلکه سکوه‌های خویشتن‌نمایی هستند و سیاستمداران از این راه چهره خوبی از خودشان به مخاطبان عرضه می‌کنند. انگیزه نوع فعالیت مناظره سیاسی در تلویزیون بیشتر بر ترغیب استوار است تا بر مخالفت‌جویی. به بیان دیگر، تهدید و حفظ وجهه دیگران، ابزارهایی گفتمانی هستند که هدفی مهم‌تر دارند: ایجاد شخصیت‌هایی جذاب در این دوران سیاست رسانه‌ای (ن.ک. فصلهای ۱۱ و ۱۲).

۲-۱۰ گفتگوی کشمکشی در مصاحبه‌های سیاسی:

ضیافت همگانی بحث و جدل

مصاحبه‌های سیاسی در تلویزیون بریتانیا نمایانگر همان رابطه صید و صیاد است که به‌ظاهر میان سیاستمداران و رسانه‌ها برقرار است. اصحاب رسانه‌ها در مصاحبه با سیاستمداران اغلب می‌کوشند آنان را به پاسخگویی وادارند، آن‌هم به شیوه‌ای فارغ از تکریم یا یاه‌سرای. به‌علاوه، اغلب تلاش می‌کنند سیاستمداران را به سخنانی وادارند که بعدها مایه تأسف‌شان شود یا «فریبکاری» سیاسی‌شان را آشکار سازد. با این حال، از

مصاحبه‌کنندگان انتظار می‌رود که از سیاستمداران مصاحبه‌شونده اطلاعات بگیرند: نه - همچون بسیاری از برنامه‌های گفتگو با افراد مشهور (ن.ک. فصل ۷) - با آنان همبستگی یابند و نه با خشونت یا خصومت از آنان دوری جویند. خلاصه، از مصاحبه‌کنندگان انتظار می‌رود که بی‌طرف باشند.

بنابراین، در مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی، مصاحبه‌کنندگان با وظیفه‌ای دشوار روبه‌رو هستند؛ اینکه «تحریک‌کننده ولی بی‌طرف» باشند. اما با نگاهی دقیق‌تر درمی‌یابیم که آنها این وظیفه را به‌آسانی انجام می‌دهند، زیرا بر مفهومی از بی‌طرفی تکیه می‌کنند که به «دیدگاه خنثی»^۱ (هری تیچ و گریت‌باخ، ۱۹۹۱) معروف است و آن را چنین تعریف کرده‌اند: «شیوه یا سبکی در مصاحبه که شامل الگوهای رفتاری مصاحبه‌کننده است، به طوری که - چه در آن مصاحبه و چه فراتر از آن - رسماً به طرفداری از کسی متهم نشود» (گریت‌باخ، ۱۹۹۸: ۱۶۷).

یکی از راهبردهایی که مصاحبه‌کنندگان برای رسیدن به این بی‌طرفی رسمی به کار می‌گیرند این است که خودشان را از دیدگاه‌ها یا پرسش‌های چالش‌برانگیز جدا می‌کنند و آنها را به شخص یا گروه‌های دیگری نسبت می‌دهند؛ یعنی نقش مؤلف سخنانشان را به فرد یا گروه یا جمعی ناشناس حواله می‌کنند و خودشان تنها نقش تولیدی محرک را بر عهده می‌گیرند. برای مثال اگر مصاحبه‌شونده طرفدار اردوگاه‌های پناهندگان بوسنیایی باشد، مصاحبه‌کننده شاید چنین پرسشی از او بپرسد: «مردم این اردوگاه‌ها را اردوگاه‌های کار اجباری نامیده‌اند؛ خود بوسنیایی‌ها نیز همین اصطلاح را به کار برده‌اند. به نظر شما علت این قضیه چیست؟»^[۴] در این پرسش، مصاحبه‌کننده تغییر نقش می‌دهد، یعنی به طور موقت نقش مؤلف پرسش‌های مطرح‌شده را کنار می‌گذارد و فقط نقش محرک را ایفا می‌کند؛ نقش مؤلف به گروهی کلی و ناشناس به نام «مردم» واگذار می‌شود. به این ترتیب، این سخن منفی که اردوگاه‌های پناهندگان بوسنیایی شبیه به اردوگاه‌های کار اجباری‌اند، در سطح ظاهری و رسمی حالت خنثی می‌یابد: نمی‌توان گفت که مصاحبه‌کننده خودش عقیده دارد که اردوگاه‌های پناهندگان بوسنیایی شبیه به اردوگاه‌های کار اجباری‌اند، چه رسد به اینکه مصاحبه‌شونده را به طرفداری از اردوگاه‌های کار اجباری متهم سازد. با این حال، آشکار است که مقایسه‌ای ذهنی و زیانبار میان اردوگاه‌های پناهندگان و اردوگاه‌های کار اجباری صورت گرفته است.

1. neutralistic stance

نکته مهم این است که دیدگاه خنثای مصاحبه‌کنندگان بدون همکاری سیاستمداران راه به جایی نمی‌برد. سیاستمداران اغلب، هم تغییر نقش مصاحبه‌کننده را می‌پذیرند، یعنی اینکه از جانب کسانی دیگر سخن بگویند، و هم بر پایه این انتظار رفتار می‌کنند که باید به پرسش‌های مصاحبه‌کننده پاسخ بدهند نه به تحریک‌های آنان. سیاستمداران از تمهیدهای تعاملی آشکار و پنهان گوناگونی استفاده می‌کنند تا این تصور را به حداقل برسانند که پرسش‌ها و سخنانی چالش‌برانگیز از سوی شخص مصاحبه‌کننده مطرح شده است. برای نمونه، سیاستمداران معمولاً به همان شخص یا گروه سومی اشاره می‌کنند که مصاحبه‌کننده از زبان آنان پرسش را مطرح ساخته است؛ به آن دیدگاه اشاره می‌کنند بی‌آنکه نام شخص یا گروه معینی را بر زبان بیاورند، یا از آن دیدگاه می‌گذرند و بحث تازه‌ای را پیش می‌کشند.

چنین می‌نماید که در مصاحبه‌های سیاسی، حفظ دیدگاه به‌ظاهر خنثی از طریق انتساب به شخص یا گروه سوم و دیگر تمهیدهای تعاملی، به نفع مصاحبه‌کنندگان است. به عقیده کلی‌من و هری تیج (۲۰۰۲: ۱۷۷) «اگر مصاحبه‌کننده بخواهد نظر شخصی خودش را ابراز کند، این خطر وجود دارد که شهرتش به مخاطره بیفتد، برخی از مخاطبان را از دست بدهد، و با واکنش‌های منفی گروه‌های ذی‌نفع روبه‌رو شود». به همین ترتیب، اگر سیاستمدار نیز پرسش‌های مصاحبه‌کننده را حمله شخصی، نه همان بحث‌برانگیزی و تحریک‌آمیزی رایج خبرنگاران، تفسیر کند این خطر وجود دارد که به وجهه سیاسی‌اش خدشه وارد آورد. به هر حال، واکنش به تحریک‌های خبرنگاران شاید نشان دهد که سیاستمداران برنامه‌ای مخفی و پنهان دارند که خبرنگار آن را به‌خوبی برملا کرده است.

با توجه به این موارد، جای شگفتی است که دیدگاه خنثی اغلب در مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی دیده می‌شود. البته همیشه موارد استثنا نیز وجود دارد. برای مثال، کلی‌من و هری تیج (۲۰۰۲) در پژوهشی گسترده درباره گونه مصاحبه‌های سیاسی در تلویزیون بریتانیا و امریکا نشان داده‌اند که مشارکت مصاحبه‌کنندگان همیشه به پرسش‌های قابل دفاع (خنثی) محدود نمی‌شود و اغلب، تفسیرهای شخصی مجری برنامه نیز در کار است. به‌علاوه، سیاستمداران نیز همیشه با مصاحبه‌کنندگان همراهی نمی‌کنند، بویژه هنگامی که چالش را در قالب کسب اطلاعات می‌گنجانند یا سخنان منفی را به دیگران نسبت می‌دهند. با این حال، منطقی می‌نماید اگر بگوییم که در ده - دوازده سال اخیر طرح آشکار پرسش‌های خصومت‌بار و پاسخ‌های خصمانه، دست‌کم در تلویزیون بریتانیا، فزونی یافته است (نیز ن.ک. مانتگومری ۲۰۰۷). در واقع، به نظر می‌رسد که نوعی رابطه همزیستی

در حال شکل‌گیری است؛ یعنی مردم عادی و کارشناسان هر دو از سبک‌های مصاحبه‌کنندگی و مصاحبه‌شوندگی یکسانی در تلویزیون بهره می‌گیرند که به شکل‌گیری و تقویت مصاحبه‌های سیاسی خشن در تلویزیون یاری می‌رساند.

در این مورد به دو گزیده ۳-۱۰ و ۴-۱۰ می‌پردازیم. گزیده ۳-۱۰ بخشی از مصاحبه با نخست‌وزیر پیشین بریتانیا تونی بلیر است که در آن وی نقش مصاحبه‌شونده و گروهی از مردم عادی نقش مصاحبه‌کننده را بر عهده دارند. این مصاحبه بخشی از یک قسمت ویژه از برنامه سیاسی پرسش و پاسخ^۱ شبکه بی‌بی‌سی با عنوان «از رهبر پرسید»^۲ است. گزیده ۴-۱۰ بخشی از مصاحبه مجری کارکشته اخبار جان سنو^۳ با مدیر وقت ارتباطات حزب کارگر و مفسر باشی معروف آلیستر کمپبل^۴ است.

در دو مصاحبه سیاسی این دو گزیده، یک نکته مشترک دیده می‌شود: دیدگاه‌های خنثی، قربانی مخالفت‌جویی آشکار شده است. البته در این دو گزیده مصاحبه‌کنندگان بر دو نوع‌اند؛ به ترتیب مردم عادی و مجری‌ای کهنه‌کار، ولی فقط در یک مورد مصاحبه‌کننده از قول فرد سوم جملاتی را بیان می‌کند، آن‌هم جان سنو در گزیده ۴-۱۰ است که در سطرهای ۴۶-۴۷ می‌گوید: «شما شنیده‌اید که وزیر امور خارجه خودش به آن کمیته گفته که آن پرونده حکم آرام‌بخش را داشته». و فقط در یک مورد مصاحبه‌کننده از راهبرد تخفیفی استفاده می‌کند تا حمله را متوجه شخص مصاحبه‌شونده نسازد، و آن هم باز از سوی جان سنو در گزیده ۴-۱۰ است که در سطرهای ۹-۱۰ می‌گوید: «دلیل اینکه ما نمی‌دانیم این است که <ابهام> و <اختلاف> وجود دارد». جان سنو با این راهبرد می‌خواهد اتهام وجود ابهام و اختلاف در دیدگاه‌های دولت را متوجه شخص کمپبل (نماینده ارشد همان دولت) نسازد و آن را چیزی بنمایاند که به هر حال وجود دارد.

از این موارد استثنا که بگذریم، سبک مصاحبه در دو گزیده ۳-۱۰ و ۴-۱۰ کاملاً خصمانه است. حتی راهبرد سنو در سطرهای ۹-۱۰ که می‌خواهد اتهام را متوجه کمپبل نسازد، با اتهام بعدی‌اش علیه وی خنثی می‌شود، زیرا این اتهام دوم تأکید بیشتری دارد: «بخشی از این قضیه [ابهام و اختلاف در دیدگاه‌های دولت] را داریم می‌بینیم

1. Question Time

2. Ask the Leader

3. Jon Snow

4. Alistair Campbell

گزیده ۱۰-۳

پرسش و پاسخ (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۵)

[در گزیده زیر از تونی بلر می‌پرسند که چرا از حمله آمریکا به عراق در سال ۲۰۰۳ حمایت کرده، به رغم اینکه دادستان کل بریتانیا در گزارشی مکتوب نسبت به قانونی بودن این اقدام تذکر داده بود. این گزارش به روزنامه‌ها درز پیدا کرد و بلر از سوی مجلس این کشور با انتقادهای سختی روبه‌رو شد. ش ۱، ش ۲، و ش ۳: سه تن از شرکت‌کنندگان حاضر در استودیو؛ ح: حاضران در استودیو؛ ت: تونی بلر.]

ند - ح، ن م -	۱	ش ۱	جالبه که شما دوست دارید جنبه سیاسی بدهید به
ش ۱ خطاب به ت.	۲		تصمیم‌تان در :::: حمایت (.) از بهترین دوست‌تان (.) جورج بوش
ند ت سرش را	۳		اما [ام- (****) شما همیشه می‌گو- اما شما همیشه می‌گویید
پایین می‌اندازد و از سر تسلیم	۴	ح	[هلهله و خنده (۵/۰)
لبخند می‌زند. ن م - ش ۱	۵	ش ۱	اوه مسئله‌ای نیست چون صدام حسین واقعاً آدم بدیه (.)
خطاب به ت، با لحنی	۶		در این مورد هیچ تردیدی وجود نداره (.)
تمسخرآمیز. ند	۷		اما این قضیه < فقط جنبه نظری > داره (.) واقعیت اینکه که جورج بوش به هر حال صدام حسین را برکنار می‌کرد
ت با قیافه‌ای	۸		چه با کمک شما چه بدون کمک شما =
عبوس. ن م - ش ۱.	۹		[حاضران کف می‌زنند
ند - ح، ن م -	۱۰	ح	= [حاضران کف می‌زنند
ت به ش ۱	۱۱	ت	[(۲/۰) (****) (۳/۰)
نگاه می‌کند و منتظر است تا	۱۲		
صدای کف‌زدن	۱۳		این‌طور نبود (.) فقط جنبه نظری نداشت
تمام شود. ند -	۱۴		بویژه برای صدها هزار عراقی
ت خطاب به ش ۱،	۱۵		که در دوران حکومت صدام حسین جانشان را از دست داده بودند (.)
با لحنی آرام و نرم	۱۶		موضوع برایشان خیلی مهم بود.
سخن می‌گوید.	۱۷		
ن م - ش ۱، بدبین به	۱۸	ت	حالا (.)
نظر می‌رسد. ند -	۱۹		شاید شما بگویید که من این تصمیم را فقط به خاطر آمریکا گرفتم (.) <u>نخیر</u>
ت، با تأکید.	۲۰		(.) این تصمیم را گرفتم چون من باور داشتم که به نفع این کشوره (.)
ند - ت،	۲۱		من این تصمیم را با حسن نیت گرفتم و (.) گاهی (.) وقتی شما هم در صندلی من به عنوان نخست‌وزیر نشسته باشید (.) <u>مجبورید</u> که
با فروتنی و سپس	۲۲		تصمیم بگیرید (.) و من هم این تصمیم را گرفتم
با لحنی جدی	۲۳		جناب نخست‌وزیر (.) <u>وظیفه شما</u> اینه که <u>تصمیم درست</u> بگیرید
و راسخ.	۲۴		
ند - ش ۱،	۲۵	ش ۱	

با عصبانیت به	۲۶	ولی شما تصمیم غلطی گرفتید =
ت/اشاره می‌کند. ن‌دور - ح.	۲۷	ح = [حاضران کف می‌زنند]
ن‌د - ت،	۲۸	ت = [(****)] (****) خب [(****)]
به ح	۲۹	(۳/۰) خب این این این - (.) این نظر شماست (.)
خیره می‌شود.	۳۰	اما جالبه، نیست؟ اینکه ما امروز یک
	۳۱	حکومت دموکرات در عراق داریم
	[...]	[پاسخ تونی بلر حدود نیم دقیقه ادامه می‌یابد]
ن‌د - ش ۲ به جلو	۵۷	ش ۲ وقتی شما شواهدتان را به مجلس عوام عرضه کردید
خم می‌شود و بسیار	۵۸	گفتید که شواهدی > تأیید شده < و > کامل < است آه
عصبانی به نظر می‌رسد.	۵۹	< عین کلمات خاطرم نیست > (.) ولی اداره اطلاعات
		گفت که
ش ۲ انگشت اتهام	۶۰	این گزارش > نامنسجم < و > پراکنده < است (.) این
		دروغ است (.) > شما
به سوی ت	۶۱	به این کشور دروغ گفتید < و به همین دلیل که نمی‌توانیم
می‌گیرد.	۶۲	از شما حمایت کنیم در انتخابات [آینده
ن‌د - ح. ن‌م -	۶۳	ح = [حاضران کف می‌زنند]
ت سرش را پایین می‌اندازد،	۶۴	ت = [(****)] خب -
با لبخندی تسلیم‌وار،	۶۵	إ (****)
منتظر می‌ماند تا	۶۶	خب (۶/۰) إ خب شما باید خودتان تصمیم بگیرید
کف زدن حاضران تمام شود.	۶۷	در این مورد (.) اما قبل از اینکه تصمیم بگیرید (.)
ن‌د - ت.	۶۸	نکته جالب درباره اداره اطلاعات [. . .]
	۸۷-۶۹	[پاسخ تونی بلر حدود یک دقیقه ادامه می‌یابد. وی اشاره
		می‌کند
		که دستور داده درباره استفاده دولت کارگر از
		نیروهای اطلاعاتی در زمینه سلاح‌های کشتار جمعی عراق
		تحقیق شود.]
ن‌د - ح. ن‌م -	۸۸	ش ۳ چرا شما یک گزارش > کاملاً مستقل < ندارید که
		پاسخگوی
ت دستش را بالا می‌برد تا	۸۹	همه [پرسش‌ها باشد نه فقط پرسش‌های خاصی که [شما
		تصمی -
سخن بگوید. ن‌د -	۹۰	ت = [می‌دانید ؟ د - ؟]
		(.)
ت خشمگین.	۹۱	[آه
ن‌د - ح. ن‌م -	۹۲	ح = [صدای کف زدن و هلهله
ت با عصبانیت خطاب	۹۳	ت = (۵/۰) می‌دانید ما چند تا تحقیق [انجام دادیم؟ (.)
		چهار تا
به ش ۳. ن‌م - ش ۳،	۹۴	ش ۳ [مسئله اینه که - شما
		تصمیم می‌گیرید
به سمت	۹۵	درباره محتوای این گزارش‌ها > همیشه < و > هر بار < =
ت خم می‌شود.	۹۶	ح = حاضران کف می‌زنند [. . .]

گزیده ۱۰-۴

اخبار شبکه ۴ (شبکه ۴، ۲۰۰۳)

[گزیده زیر برگرفته از مصاحبه‌ای است که پس از انتشار گزارشی درباره بررسی مستقل دولت حزب کارگر از سلاح‌های کشتار جمعی عراق صورت گرفته است. این بررسی پیش از حمله به عراق در سال ۲۰۰۳ صورت گرفته بود. برای اطلاع از جزئیات این گزارش به فصل ۶ مراجعه کنید. گزیده زیر چند دقیقه آغازین این مصاحبه را در برمی‌گیرد. س: سنو؛ ک: کمپبل.]

نم - ک و س	۱	س	[...] پرسشی که شما از بی‌بی‌سی کردید؟ (.)
پشت میز و	۲		آیا با آن موافق هستند؟
روبه‌روی یکدیگر	۳		پاسخ اینه که بله (.)
نشسته‌اند. ندم - ک،	۴		یک بله [قدرتمند
به سمت	۵	ک	[خیلی بیخشید (.) این نامه همان قدر قدرتمنده که تیم بلک‌برن
س خم می‌شود. نم -	۶		روورز در بازی مقابل تیم تره‌له‌بورگز بود (.) حالا به شما می‌گویم (.)
حالا ک و س	۷		پاسخ به این پرسش (.) <بله یا خیر>؟ پاسخ به این پرسش
بیشتر به	۸		اینه نه =
سمت یکدیگر	۹	س	= پاسخ به این پرسش اینه که <ما نمی‌دانیم> و
خم شده‌اند.	۱۰		دلیل اینکه ما نمی‌دانیم این است که <ابهام> و
	۱۱		<اختلاف> وجود دارد (.) بخشی از این قضیه را داریم می‌بینیم درست همین‌جا
	۱۲		جلو چشم‌مان
	[...]		[مصاحبه حدود یک دقیقه ادامه می‌یابد.]
نم - ک و س.	۴۶	س	شما شنیده‌اید که وزیر امور خارجه خودش به آن کمیته
	۴۷		گفته که آن پرونده حکم آرام‌بخش را داشته [و چیزی -
ندم - ک، دستش را	۴۸	ک	[بیخشید (.) دوباره <عمداً>
بالا می‌برد تا سخن بگوید	۴۹		خلط دو موضوع =
و سر و دستش را	۵۰	س	= چیزی که ایشان گفت [ته
تکان می‌دهد. نم	۵۱	ک	[حرف را تصحیح کن (.) حرف را تصحیح کن (.) این
- ک، انگشت اشاره‌اش را	۵۲		همان گزارش نیست (.) این را که قبول داری؟ =
به سمت س می‌گیرد.	۵۳	س	= چی همان گزارش نیست؟ =
ندم - ک،	۵۴	ک	= خودت الان گفتی (.) که وزیر امور خارجه گفته که این پرونده حکم

مشت گره کرده/ش را	۵۵	[آرام بخش را داشته
تکان می دهد.	۵۶	[این پر - پرونده مُب [هم
	۵۷	[ببخشید (.) ما داریم درباره
	۵۸	پرونده سلاح های کشتار جمعی حرف می زنیم [. .] و شما
		دارید عمداً
ندم - س،	۵۹	دو تا قضیه را [خلط می کنید
دستش را	۶۰	[قضیه ای که امروز اینجا مطرحه اولاً اینه که در
تکان می دهد. ندم - ک،	۶۱	اولین گزارش در ماه سپتامبر (.) چند خطای فاحش
آب می نوشد.	۶۲	در بیان واقعیت وجود داشته؟ [حالا می دانیم که
نم - س و ک. ک	۶۳	[بیخ - ببخشید (.) در اولین (.)
		گزارش در ماه سپتامبر - (.)
نوشیدن آب را	۶۴	چند خطای فاحش در بیان واقع - واقعیت وجود داشته؟ این
		خطاها چی بوده جان؟
متوقف می کند.	۶۵	این اتهام که ا وزیر ی که قرار بوده
نم - س و ک. س	۶۶	سفارش خرید سلاح های اتمی (.) را
با دست ادای	۶۷	امضا کند (.) خودش چند سال قبل استعفا داده [بوده
امضا کردن را درمی آورد.	۶۸	[خودت -
		خودت که می دانی (.) واقعاً می دانی یا نه جان؟ که
ندم - ک، با خودکار	۶۹	(.) که این چیزی بود که اداره اطلاعات بریتانیا این را در
در دست به س	۷۰	پرونده گذاشت (.) شما که این را می دانی نمی دانی؟ (.)
		چون اگر شما اینجور فکر می کنی
اشاره می کند.	۷۱	که (.) داری اشتباه می کنی (.) هیچ (.) خطایی (.) در بیان
		واقعیت (.) وجود نداشت
	۷۲	در آن (.) پر - پرونده سلاح های کشتار جمعی که در
		[سپتامبر دو هزار و -
ندم - ک و س.	۷۳	[(****) ولی ولی (****)]
	۷۴	بحث ما بر سر منبع [این گزارش نبود
ندم - ک، هنوز	۷۵	[ببخشید (.) اداره اطلاعات یک کشور
		دیگر
با خودکار در دست	۷۶	و اداره اطلاعات بریتانیا (.) بودند که آنچه در این پرونده قرار
		دادند بر
به س اشاره می کند.	۷۷	پایه گزارش اداره اطلاعات بریتانیا بود (.) اول واقعیت ها را
		درست بیان کن
	۷۸	بعد شما به افراد اتهام جدی بزن [. .]

درست همین جا جلو چشم مان» (سطرهای ۱۱-۱۲). همچنین سنو درخواست‌های چالش‌برانگیزی را مطرح می‌سازد تا کمپیل توضیح بدهد (مثلاً در سطرهای ۱۱-۱۲) و در مقابل حرکات تقابلی وی، ضدحمله‌های آشکاری را پی می‌ریزد (سطرهای ۹-۱۲، ۶۰-۶۲، و ۶۵-۶۷) و تفسیرهایی ارائه می‌دهد که هم او را در جناح مخالف با کمپیل قرار می‌دهد (سطرهای ۵۴-۵۵) و هم شواهد زیانباری را علیه او عرضه می‌کند (سطرهای ۶۰-۶۲). به علاوه، سنو ویژگی اصلی مصاحبه، یعنی طرح پرسش را تقریباً نادیده می‌گیرد. البته شاید بتوان گفت که رفتار خصمانه کمپیل فرصت چندانی در اختیار سنو قرار نمی‌دهد، ولی سنو در این گزیده در واقع فقط یک پرسش اصلی را مطرح می‌کند: «پرسشی که شما از بی‌بی‌سی کردید؟» (آیا با آن موافق هستند؟) (سطرهای ۱-۲). این پرسش به هیچ روی حالت خنثی ندارد، زیرا سنو خودش فوراً و با تأکید پاسخ می‌دهد: «پاسخ اینه که بله» (بی‌بی‌سی یک بله [قدرتمند] (سطرهای ۳-۴)).

در گزیده ۱۰-۳ نیز تنی چند از مردم عادی که نقش مصاحبه‌کننده را بر عهده دارند، طرح پرسش را کنار می‌گذارند و در مقابل به اجرای تهدیدهای آشکار و مستقیم به وجهه مصاحبه‌شونده می‌پردازند. از همین روست که، برای مثال، شرکت‌کننده ۱ وجهه بلر را تهدید می‌کند و می‌گوید، وی بیشتر بر پایه ملاحظات شخصی نه حرفه‌ای اقدام کرده است؛ بویژه برای حمایت از «بهترین دوست‌تان» (جورج بوش) (سطر ۲). به این ترتیب، شرکت‌کننده ۱ وجهه عمومی بلر (رهبر سیاسی) و وجهه خصوصی‌اش (دوست) را به هم پیوند می‌دهد. در واقع، وی آشکارا بلر را متهم می‌سازد که سیاستش را بر روابط شخصی و دوستی بنا کرده، ولی به نادرست آن را توجیه هم می‌کند: «شما دوست دارید جنبه سیاسی بدهید به تصمیم‌تان . . .» (سطرهای ۱-۲). سپس وی که به ظاهر با حمایت کلی حاضران از این اتهامش (خنده و لهله آنان در استودیو، سطر ۴) جرئت بیشتری یافته است، تهدید دیگری را متوجه وجهه بلر می‌سازد و او را متهم می‌کند که برای توجیه خطاهایش به جنبه‌های نظری و غیرعملی متوسل می‌شود (سطرهای ۶ تا ۹). پیش از این تهدید وجهه، نوعی کلام بطنی وجود دارد که در آن شرکت‌کننده ۱ از لحن تقلیدی، پیرازبان‌گویا («اوه») و بازنمون لغوی ساده («مسئله‌ای نیست چون صدام حسین واقعاً آدم بدیه») استفاده می‌کند تا گفتمان بلر درباره صدام را به سخره بگیرد. با توجه به اینکه شرکت‌کننده ۱ (یک نفر از مردم عادی) و بلر (نخست‌وزیر وقت بریتانیا) از نظر اجتماعی و قدرت فاصله زیادی با هم دارند، این کلام بطنی بویژه تهدیدکننده وجهه به شمار می‌آید.

به علاوه، شرکت‌کننده ۱ نه تنها پاسخ بلر در سطرهای ۱۱-۲۴ را نمی‌پذیرد، بلکه به مقابله بسیار خصمانه با او ادامه می‌دهد. وی در سطر ۲۵ به بلر یادآوری می‌کند که «وظیفه شما اینه که تصمیم درست بگیرید» و فوراً می‌افزاید که وی این وظیفه را به‌درستی انجام نداده است: «ولی شما تصمیم غلطی گرفتید =» (سطر ۲۶). توجه کنید که شرکت‌کننده ۱ از پدافندهای گفتمانی مانند «به نظر من» یا «من فکر می‌کنم» استفاده نمی‌کند تا از تهدید وجهه سخنانش بکاهد. بلکه برعکس واژگان مهم را با تأکید بیان می‌کند («وظیفه شما اینه»، «تصمیم درست»، «تصمیم غلط») و حالت ندایی رسمی و فاصله‌انداز «جناب نخست‌وزیر» را به کار می‌برد تا نشان دهد که میان «ما» (مردم عادی) و «شما» (سیاستمداران بلندپایه) فاصله آشکاری وجود دارد.

مشارکت شرکت‌کننده ۲ نیز بر اجرای تهدیدهای مستقیم و بدون دلجویی به وجهه بلر استوار است و این انتظار را نادیده می‌گیرد که مصاحبه‌کننده، بویژه در برنامه‌ای با عنوان «از رهبر پرسید»، باید پرسش طرح کند. شرکت‌کننده ۲ با بیانی مؤثر و بسیار خصمانه سه مورد را بر می‌شمارد: ۱) پاسخ قبلی بلر «دروغ» است، ۲) بلر سیاستمداری است که «به این کشور دروغ» گفته است، و ۳) «به همین دلیل که نمی‌توانیم از شما حمایت کنیم در انتخابات [آینده]» (سطرهای ۶۰-۶۲). شرکت‌کننده ۲ نیز همچون شرکت‌کننده ۱ و سپس شرکت‌کننده ۳ بر تمایز میان «ما» و «شما» تأکید می‌کند و از حمایت کلی حاضران در استودیو برخوردار می‌شود. به علاوه، زبان بدن شرکت‌کننده ۲ بسیار پرخاشگرانه است. وی همین‌که فرصت سخن گفتن می‌یابد و در نمای درشت نشان داده می‌شود، با تهدید به سوی بلر خم می‌شود (سطرهای ۵۷-۵۹) و انگشت اتهامش را به سوی او می‌گیرد (سطرهای ۶۰-۶۲). پیرازبان این شرکت‌کننده نیز خصمانه است. هرچند وی تنها کسی است که در این مرحله با میکروفون سخن می‌گوید ولی صدایش را بالا می‌برد، واژگانی که بیشترین تهدید وجهه را دارند با تأکید ادا می‌کند، برخی از اتهام‌هایش را با لحنی شمردن و آهسته بیان می‌کند، و در ذکر اتهام‌های سه‌گانه بالا به استفاده راهبردی از مکث‌های کوتاه روی می‌آورد.

فقط شرکت‌کننده ۳ است که پرسشی را می‌پرسد: «چرا شما یک گزارش > کاملاً مستقل < ندارید که [...]» (سطرهای ۸۸-۸۹). ولی این پرسش در یک جمله، راهبردهای دو نوع پرسشگری را تلفیق می‌کند: پرسشگری سلبی (مانند «این سخن شما درست نیست، آقای فلان که...») و پرسشگری پاسخ‌خواهی (مانند «چرا شما...؟» یا «به چه دلیل

است که شما . . . ؟). البته می‌دانیم که پرسشگری‌های سلبی و پاسخ‌خواهی به هیچ وجه پرسش به حساب نمی‌آیند، بلکه پاسخ‌هایی قابل انتظار را به ذهن می‌آورند که دیدگاه مصاحبه‌شونده را مورد چالش و آسیب قرار می‌دهند (کلی من و هری تیچ، ۲۰۰۲). در واقع، پرسش شرکت‌کننده ۳ پاسخی را القا می‌کند که اتهامی جدی است (و این از سوی شرکت‌کننده ۳ در سطرهای ۸۹ و ۹۴-۹۵ تأیید می‌شود). این اتهام عبارت است از اینکه بلر محتوای گزارش‌های مستقل دولتش را خودش تعیین می‌کند. به این ترتیب، این پرسش از نوع پرسشگری مرسوم نیست. بعلاوه، از آنجا که این پرسش پس از اتهام‌های پیشین و خنده‌حمایت‌گرانه حاضران مطرح می‌شود، تنها تهدید وجهه‌ای است که بلر را به «تشر زد» وامی‌دارد.

در سطرهای ۹۰ و ۹۱ بلر در اقدامی تقابلی سخن شرکت‌کننده ۳ را قطع می‌کند و آشکارا عصبانیتش را نشان می‌دهد: «[می‌دانید؟ د - ؟] نه :: : (.) [آه.] با اینکه در سطر ۹۲ حاضران استودیو در حمایت از شرکت‌کننده ۳ کف می‌زنند، ولی بلر اقدام مخالفت‌جویانه دیگری را در قالب پرسشی چالشی از وی پی می‌ریزد: «می‌دانید ما چند تا تحقیق [انجام دادیم؟ » (سطر ۹۳). بلر خشمگین، به سرعت پاسخ پرسش خودش را با صدایی بلند و مؤکد می‌دهد: «چهار تا» (سطر ۹۳).

البته تنها مصاحبه‌شونده‌ای که به واقع «از کوره در می‌رود» کمپبل در گزیده ۱۰-۴ است. وی نه فقط چالش‌های مصاحبه‌کننده را بر نمی‌تابد، بلکه در واقع از همین چالش‌ها استفاده می‌کند تا ضدحمله‌هایش را به آشکارترین و شخصی‌ترین شیوه صورت دهد. برای نمونه، وی در سطرهای ۵-۶ نخستین پرسش سنو را چنین بی‌اثر می‌سازد: «خیلی ببخشید(.) این نامه همان‌قدر قدرتمنده که تیم بلک‌برن روورز در بازی مقابل تیم تره‌له‌بورگز بود». در اینجا اشاره کمپبل به مسابقات قهرمانی فوتبال لیگ اروپاست و بویژه قدرتمندی استدلال بی‌بی‌سی را با بازی ضعیف تیم بلک‌برن روورز^۱، عضو لیگ برتر انگلستان، در مقابل تیم به‌ظاهر ضعیف‌تر سوئدی تره‌له‌بورگز^۲ در مسابقات سال ۲۰۰۳ مقایسه می‌کند.

به‌علاوه، کمپبل بیشتر دیدگاه‌های سنو را با قدرت نفی می‌کند و معمولاً حتی اجازه نمی‌دهد که سنو حرفش را درست تمام کند. بنابراین، اینکه کمپبل در مقابله با سنو، وسط

حرف او می‌پرد (سطرهای ۵ تا ۸، ۴۸ و ۴۹، ۵۱ و ۵۲، ۵۷ تا ۵۹، ۶۳ و ۶۴، ۶۸ تا ۷۲، ۷۵ تا ۷۸) تهدیدی مکرر بر نیازهای سلبی وجههٔ سنو مصاحبه‌کننده است که می‌خواهد کسی مانع طرح کامل پرسش‌هایش نشود. نفی و انکارهای کمپیل نیز به صورت تهدیدهایی آشکار و بدون دلجویی بیان می‌شوند. برای مثال، وی از ضمیر دوم شخص «تو یا شما» و گاهی همراه با تأکید صریح یا حرکات بیانی دست استفاده می‌کند تا اتهام‌هایی شخصی را به سنو وارد سازد: «شما دارید عمداً دو تا قضیه را [خلط می‌کنید] (سطرهای ۵۸ و ۵۹)؛ «خودت - خودت که می‌دانی (.) واقعاً می‌دانی یا نه جان؟ که (.) که این چیزی بود [..]». شما که این را می‌دانی نمی‌دانی؟ (.) چون اگر شما اینجور فکر می‌کنی ...» (سطرهای ۶۸ تا ۷۲)؛ اول واقعیت‌ها را درست بیان کن بعد شما به افراد اتهام جدی بزن» (سطرهای ۷۷ و ۷۸).

شاهد دیگری که می‌توان بر هم‌ستیزی آشکار کمپیل ارائه کرد و با توجه به نقش تعاملی وی در مقام مصاحبه‌شونده حالت کنایی دارد، این است که وی از سنو (مصاحبه‌کننده) پرسش‌هایی را می‌پرسد. وی در سطرهای ۵۱ و ۵۲ نخست با تأکید، به سنو دستور می‌دهد «حرفت را تصحیح کن (.) حرفت را تصحیح کن» و سپس با پرسشی دوقطبی (که پاسخ بله یا خیر دارد) او را گیر می‌اندازد: «این همان گزارش نیست (.) این را که قبول داری؟» و در سطرهای ۶۳-۶۴ و ۶۸-۷۰، در نوعی اوج‌گیری مخالفت‌ها، برای سنو یک دام پرسشی پهن می‌کند: «بیخ - ببخشد (.) در اولین (.) گزارش در ماه سپتامبر - (.) چند خطای فاحش در بیان واقع - واقعیت وجود داشته؟ این خطاها چی بوده جان؟» و «خودت - خودت که می‌دانی (.) واقعاً می‌دانی یا نه جان؟ [..] شما که این را می‌دانی نمی‌دانی؟». سپس فوراً تیر خلاص را رها می‌کند: «چون اگر شما اینجور فکر می‌کنی که (.) داری اشتباه می‌کنی» (سطرهای ۷۰-۷۱).

پیرازبان و زبان بدن کمپیل نیز خصمانه‌اند. کمپیل فقط یک بار اتهاماتش را به‌ظاهر متوجه سنو نمی‌سازد، ولی در اینجا نیز پیرازبان وی بیشترین تهدید وجهه را در خود دارد: «ببخشید (.) دوباره < عمداً > خلط دو موضوع =» (سطرهای ۴۸-۴۹). به بلندی صدا و تأکید آشکار وی بر «ببخشید» و «دوباره» دقت کنید که نشان‌دهندهٔ عصبانیت است و مکمل تهدید وجهه‌ای است که با زبان بدن اجرا می‌کند (اینکه دستش را بالا می‌برد تا سخن بگوید و سر و بدنش را تکان می‌دهد).

در این گزیده، شمار قابل توجهی از نماهای درشت متوسط وجود دارد (درست هفت مورد) که شدت تهدید وجهه از طریق زبان بدن کمپبل را ماهرانه ضبط می‌کنند. در این نماها، دوربین بر آن دسته از رفتارهای غیرکلامی زوم می‌کند که واکنش‌های احساسی این مفسرباشی توانا را نشان می‌دهند: اشاره‌های تهدیدآمیز انگشت (سطرهای ۵۰-۵۳، ۶۹-۷۱، ۷۵-۷۸)، مشت‌های گره کرده (سطرهای ۵۴-۵۹)، و کاهش فاصله جسمانی میان وی و سنو (سطرهای ۴-۶). نیز توجه کنید به نمای متوسط بعدی که نشان می‌دهد مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده در فاصله‌ای نزدیک و روبروی هم نشسته‌اند (سطرهای ۶-۱۲).

آیا می‌توان گفت که کمپبل در این مصاحبه واقعاً از کوره در رفته است؟ کمپبل ابتدا نپذیرفته بود که با شبکه ۴ مصاحبه کند، ولی بعد بی‌خبر به استودیو وارد شد و اعلام کرد که برای مصاحبه آماده است. این نشان می‌دهد که در روند مصاحبه حالت عقلانی کامل نداشته و بی‌تردید از نظر سیاسی نیز رفتاری مناسب نداشته است، زیرا رفتار وی در این مصاحبه بر خلاف اولین قانون مفسرباشی بودن دولت است: اینکه خود فرد به ماجرا تبدیل نشود. البته این امکان نیز وجود دارد که کمپبل این «از کوره دررفتن» را آگاهانه طراحی کرده است تا به طور موقت دولت را از فشارهای آنی و شوریدگی رسانه‌ها برهاند.

سواى اینکه اجرای کمپبل در گزیده ۱۰-۴ چقدر اصالت دارد، این مصاحبه سیاستمداری را نشان می‌دهد که آشکارا و با شدت به انکار و حمله به خبرنگاری باتجربه می‌پردازد. این مصاحبه، دست‌کم در چارچوب سبک سنتی مخالفت‌ورزی در مصاحبه‌های سیاسی در بریتانیا، نمونه‌ای نادر است و مهارت‌های خبرنگاران را، در مقام مراقبان اوضاع، به چالش می‌گیرد. بعلاوه، این مصاحبه‌ای تأثیرگذار است، زیرا سیاستمدار مذکور یکی از ورزیده‌ترین نمایندگان دار و دسته‌ای سیاسی است که مظهر کنترل احساسات شخصی در برابر جمع به شمار می‌آیند: مفسران سیاسی.

به همین ترتیب، گزیده ۱۰-۳ گروهی از مردم عادی را نشان می‌دهد که قواعد مرسوم در مصاحبه بی‌طرفانه را «نادیده» می‌گیرند. جذابیت این امر در این است که نشان می‌دهد مردم عادی این قواعد را از درون فرو می‌پاشند و همان احساسات‌گرایی «منفی» را که در برنامه‌های «غیرجدی» تلویزیونی دیده می‌شود، مانند برنامه‌هایی که در فصل ۹ بررسی کردیم، به حیطه برنامه‌هایی جدی همچون مصاحبه‌های سیاسی می‌کشانند. اینکه هدف این مخالفت‌ورزی‌ها شخصیتی بسیار قدرتمندتر از مردم عادی - در واقع، بالاترین مقام سیاسی کشور - است، شاید دلیل دیگری بر جذابیت این مصاحبه باشد.

۳-۱۰ نتیجه‌گیری

سیاست کشمکش است - یا دست‌کم تلویزیون و سیاستمداران می‌خواهند این را به ما بیاوراند. در این فصل به این موضوع پرداختیم که گفتگوی کشمکی در دو نوع فعالیتی که از اساس مخالفت‌جویانه‌اند، چگونه شکل می‌گیرد و پیش می‌رود. این دو نوع فعالیت عبارتند از: مناظره‌های سیاسی و مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی. در این مناظره‌ها، تهدید وجهه آگاهانه صورت می‌گیرد، ولی معمولاً در چارچوب معیارهایی اجرا می‌شود که متناسب با زمینه سخن هستند و بنابراین بیشتر سیاسی‌اند تا بی‌ادبانه. برای نمونه، در مناظره‌های مجلس بریتانیا، اغلب از حمله لفظی مستقیم به وجهه سیاستمداران پرهیز می‌شود و چالش‌ها و انتقادهای صافی شخصیتی به نام «سخنگو» می‌گذرند. در مناظره‌های چندنفره، سیاستمداران به وجهه عمومی یکدیگر حمله می‌کنند. در هر دو زمینه، معمولاً راهبردهای نزاکت در سخنان مخالفت‌جویانه گنجانیده می‌شوند و به این ترتیب کارکرد تعدیلی این راهبردها، در مقایسه با کارکرد آنها در گونه‌های غیرمخالفتی، کاهش می‌یابد.

به همین ترتیب، سرشت دگرگونی‌پذیر تهدید وجهه و حفظ وجهه در مناظره‌های سیاسی، یکی از ویژگی‌های خاص این مناظره‌ها را شکل می‌دهد؛ یعنی در مناظره‌های سیاسی تلویزیونی اگر تهدید وجهه و حفظ وجهه متناسب با زمینه سخن اجرا شوند، نه فقط هیچ ناسازگاری با هم ندارند، مکمل هم نیز هستند. هدف از تهدید وجهه این است که گفتگوی کشمکی در این مناظره‌ها، در چشم بینندگان بدبین، واقعی و اصیل جلوه کند. هدف از حفظ وجهه نیز انتقال این حس است که این کار، یعنی مناظره درباره مسائل سیاسی، را می‌توان حفاظت کرد زیرا اهمیت مخالفت با دیدگاه‌های یکدیگر چندان نیست که به نفی قواعد نوع فعالیت مناظره سیاسی در تلویزیون بینجامد.

بنابراین، هدف از تهدید وجهه و حفظ وجهه این است که به خویشتن‌نمایی سیاستمداران در این مناظره‌ها یاری برسانند. همان‌گونه که در فصل ۸ گفتیم، خویشتن‌نمایی یعنی آن دسته از فرایندهای ارتباطی که افراد به کار می‌گیرند تا تعیین کنند که به چشم دیگران چگونه به نظر بیایند. به این ترتیب، خویشتن‌نمایی همیشه عنصری از اجرا^۱ را در خود دارد. در مناظره‌های سیاسی تلویزیونی، همچون پرسش/از نخست‌وزیر و /اخبار شبانه، این نوع اجرا آشکارا دیده می‌شود: حضور دوربین‌های فیلمبرداری در مجلس

1. performance

عوام و استودیوهای بی‌بی‌سی علامت آشکاری است بر اینکه سیاستمداران روی صحنه قرار دارند. به علاوه، در محیط سیاست رسانه‌ای، سیاستمداران می‌دانند که این اجراهای عمومی زیر ذره‌بین رسانه‌هاست و بنابراین در شکل‌دهی به چهره سیاسی آنان نقش مهمی دارد.

برای نمونه، در گزیده ۱۰-۲ چیدمان فضایی و دکور استودیو جنبه «مبارزه جویانه» این مناظره‌ها را به حداکثر می‌رساند. کلارک و اسمیت پشت یک میز و درست روبه‌روی یکدیگر نشسته‌اند و در کنار هر کدام از آنها حامیان سیاسی‌شان قرار گرفته‌اند. در مرکز میز نیز گرداننده بحث یا رئیس جلسه قرار دارد. تناوب سریع نماهای درشت (متوسط) از کلارک و اسمیت به نماهای متوسط از همه شرکت‌کنندگان پشت میز برش می‌خورد. این نماهای درشت (متوسط) درست در هنگام تهدید وجهه سیاستمداران ارائه می‌شود و این حس را تقویت می‌کند که مناظره سیاسی کنشی تقابلی است. برای مثال، نمای متوسط از سیاستمداران پشت میز که همزمان با سخنان کلارک در سطرهای ۱ تا ۴ ارائه می‌شود، هنگامی که وی اتهامی را متوجه شخص اسمیت می‌سازد و دو واژه «شما» و «دیوید» را با تأکید ادا می‌کند، به نمای درشت متوسط برش می‌خورد (سطرهای ۵ تا ۷). حرکات مؤکد سر کلارک در نفی سخنان اسمیت (سطرهای ۱۰-۱۱ و ۳۲-۳۴) و صدای بلند (سطرهای ۲۳-۲۴، ۲۵-۲۶) و لحن تمسخرآمیز وی (سطرهای ۲۵-۲۶) نیز در نمای درشت نشان داده می‌شود. به این ترتیب، نشانه‌های بصری و کلامی کشمکش، هم یکدیگر را تقویت می‌کنند و هم نشان می‌دهند که قاب‌بندی مناظره‌های سیاسی تلویزیونی بر اجرای آگاهانه مخالفت‌جویی دلالت دارد.

همین نیاز به تبلیغ خویشتن، در گفتگوهای کشمکشی مصاحبه‌های پاسخ‌خواهی با سیاستمداران نیز دیده می‌شود. ولی آن بی‌طرفی رسمی و ظاهری که پیشتر نوعی رفتار سیاسی شمرده می‌شد، امروزه به تدریج جای خود را به مخالفت‌ورزی آشکار می‌دهد. در بخش دوم این فصل برخی از روش‌هایی را نشان دادیم که مردم عادی و خبرنگاران به کار می‌گیرند تا نقش خود را به عنوان مصاحبه‌کننده، آن‌هم به شیوه‌ای خصمانه، ایفا کنند. به علاوه، تمهیدهایی را نیز ذکر کردیم که سیاستمداران به کار می‌بندند تا به همین شیوه پاسخ بدهند.

شاید بتوان گفت که افزایش این رفتارها، حالت صریح (بی‌نزاکت) آنها را به حالت تلویحی (سیاسی) تبدیل می‌کند (واکنش سنو به رفتار کمپبل در مقام مصاحبه‌شونده، و نیز

واکنش بلر به شرکت‌کننده ۳ در مقام مصاحبه‌کننده، بی‌تردید حالت بی‌نزاکت دارد) و در واقع راه را برای ایجاد و تثبیت چارچوب تعاملی تازه‌ای در نوع فعالیت مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی هموار می‌سازد - یعنی خشونت رسمی. به این ترتیب، مصاحبه‌کنندگان اغلب با پرسش‌هایی فردی یا ابراز نظر شخصی به ارائه جنبه‌هایی از هویت خود (یا مؤسسه‌شان) خواهند پرداخت، و مصاحبه‌شوندگان نیز با استفاده از راهبردهایی همچون پاسخگویی‌های خصمانه، پرسش‌های پدافندی پی‌درپی، و حمله‌های شخصی به مخالفت‌ورزی آشکار دست خواهند یازید.

این چارچوب احتمالی، با ارائه حیطه همگانی احساسی در تلویزیون همخوان خواهد بود؛ حیطه‌ای که در آن مردم عادی و کارشناسان (در اینجا سیاستمداران و خبرنگاران) ابراز شدید احساسات درونی را راهی برای بحث و تأمل اجتماعی خواهند شمرد. به علاوه، این چارچوب تازه با تبلیغ تقابل سرگرمی‌آفرین در تلویزیون همساز خواهد بود و در مورد گفتگوی سیاسی در تلویزیون به «بحث سیاسی سرگرمی‌آفرین»^۱ منجر خواهد شد. اگر بپذیریم که در این دوران سیاست رسانه‌ای آنچه بینندگان می‌طلبند خصومت‌ورزی آشکار است، کسانی که بر صفحه تلویزیون دیده می‌شوند (مردم عادی، خبرنگاران، و سیاستمداران) ناگزیر همین را فراهم خواهند ساخت.^[۵]

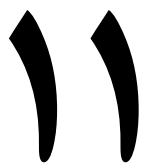
نکته آخر اینکه، تحلیل‌های این فصل این دیدگاه را به چالش می‌گیرند که رابطه رسانه‌ها و سیاست همان رابطه تعاملی صید و صیاد است. دست‌اندرکاران تلویزیون (و دیگر رسانه‌ها) و اهل سیاست بر گفتمان‌هایی تکیه می‌کنند که طی سال‌های طولانی به نوعی همگرایی رسیده‌اند. بنابراین، این دو دسته، در رابطه‌ای قرار گرفته‌اند که همان‌قدر بر کشمکش و مخالفت استوار است که بر همکاری و، مهم‌تر از همه، بر نیازهای متقابل (فترکلاف، ۱۹۹۸). از این رو، رابطه تلویزیون و سیاست نوعی رابطه هم‌افزایی^۲ است و هر دو طرف از اجرای آگاهانه شکل‌های گفتاری مشخص، از جمله انواع گفتگوی کشمکی، سود می‌برند.

1. politainment

2. synergetic

بخش چهارم

ترغیب



ترغیب ... یا هنر پوشیده‌گویی

نیز، هیچ نخواهم گفت دربارهٔ فلاکت مالی
که در سیزدهم این ماه بدان دچار خواهی شد.
بلکه به مسائلی خواهم پرداخت
که به نکبت کژراهی‌های تو مربوط نیست،
به پیچ و خم‌های ناپاک روابط شخصی تو مربوط نیست،
بلکه به منافع والای سرزمین ما مربوط است.

قطعهٔ بالا بخشی از خطابهٔ سیاسی سیسرون^۱ سخنور نامی است که در سنای روم به عتاب کاتالینا^۲ می‌پردازد.^۱ این قطعه را رابرت کاک‌کرافت^۳ و سوزان کاک‌کرافت (۲۰۰۵) در کتاب خود با عنوان ترغیب مردم^۴ نقل کرده‌اند تا راهبردی بلاغی را توضیح دهند که به «پوشیده‌گویی»^۵ معروف است. ترفند زیربنایی این راهبرد این است: فرد وانمود می‌کند که نمی‌گوید آنچه را که دارد می‌گوید. در سطح جزئی، پوشیده‌گویی فقط یکی از راهبردهایی

1. Cicero (سخنور و سیاستمدار رومی)
3. Robert Cockcroft
5. occultatio

2. Catilina (سیاستمدار خیانتکار رومی)
4. Persuading People

گوناگونی است که افراد برای ترغیب دیگران از طریق گفتمان به کار می‌بندند. در سطح کلی، پوشیده‌گویی همان چیزی است که این بخش از کتاب حاضر در مورد آن است: اینکه تلویزیون چگونه به شیوه‌ای پوشیده، کالاها و خدمات گوناگون را به بینندگان می‌فروشد.

پوشیده‌گویی در تلویزیون تا اندازه‌ای در یکی از ویژگی‌های ذاتی ترغیب ریشه دارد: اینکه مرز آن با بحث و استدلال چندان روشن نیست. همه متن‌ها ویژگی «استدلالی» دارند، یعنی همه آنها می‌کوشند مخاطب را به گونه‌ای قانع کنند (لاواندرا، ۱۹۹۲). ولی هدف ارتباطی اصلی متن‌های ترغیبی، اقناع است. در برخی از زمینه‌های تلویزیونی، مرز میان استدلال و ترغیب را می‌توان به آسانی مشخص کرد. برای نمونه، حتی در مواردی که فنون تبلیغی «نرم» (پنهان) به کار می‌رود، انتظاراتی که بینندگان از نوع فعالیت تبلیغ دارند، باعث می‌شود تا اندازه‌ای به ماهیت ترغیبی آنها پی ببرند. اما آیا همیشه می‌توان به سادگی تشخیص داد که گزارش خبری درباره سخنانی یک سیاستمدار قصد دارد آن سیاستمدار را از زاویه مشخصی به ما بنمایاند یا ما را ترغیب می‌کند تا او را از آن زاویه خاص ببینیم؟ آیا می‌توانیم مشخص کنیم که سخنان مجریان برنامه‌های مسافرتی در دفاع از تورهای تعطیلاتی خارج از کشور است یا می‌کوشند ما را ترغیب کنند که سبک خاصی را در گردشگری پیش بگیریم؟ همان‌گونه که در فصل‌های ۱۲ و ۱۳ نشان خواهیم داد، پاسخ به این پرسش‌ها نه قطعی است و نه آسان.

یکی از راه‌های تمایز ترغیب و استدلال این است که تفاوت آنها را بر پایه میزان و درجه بسنجیم، نه بر پایه ماهیت (پاردو، ۲۰۰۱). برای مثال در گستره سخنانی‌های سیاسی، می‌دانیم که سیاستمداران از راهبردهای گوناگون و متنوعی استفاده می‌کنند تا مخاطبان را قانع کنند، نه اینکه فقط بحث کنند که دیدگاه‌شان از دیدگاه حزب مخالف بهتر است. این راهبردها معمولاً در حیطه یکی از سه «روش ترغیب» از نظر ارسطو قرار می‌گیرند، یعنی کلام، تأثر، و منش. (ارسطو، ۱۹۲۶: ۳-۶)

ارسطو کلام^۱ را ترغیب با گفتار تعریف می‌کند. این اصطلاح یعنی «فرایند تعیین مسائل اصلی مورد بحث؛ گستره استدلال‌های گوناگون در گفتمان؛ ساختار اندیشه‌ای که این استدلال‌ها شکل می‌دهند؛ و ترتیب و انسجام و ارزش منطقی این استدلال‌ها». (کاک‌کرافت و کاک‌کرافت، ۲۰۰۵: ۱۸)

از نظر ارسطو، تأثیر^۱ ترغیب شنونده با قرار دادن وی در نوعی وضعیت ذهنی مشخص؛ و نشان‌دهنده تصمیم ترغیب‌کننده است که می‌خواهد «جاذبه‌های احساسی را درست متوجه مخاطب و موضوع سازد، و این جاذبه‌ها را بر منابعی احساسی استوار کند که در دسترس گوینده و مخاطب، و نویسنده و خواننده باشند» (همان: ۱۷). برای نمونه، سیاستمداران در برنامه‌های سیاسی تلویزیونی از نشانه‌های ارتباط (غیر) لفظی، مانند حرکات و اداهای احساسی یا اشاره مستقیم به احساساتشان، استفاده می‌کنند تا از نظر احساسی (و نه منطقی) برای بینندگان جذاب جلوه کنند.

از دید ارسطو، منش^۲ عبارت است از ترغیب با ویژگی‌های اخلاقی. کاک‌کرافت و کاک‌کرافت (۲۰۰۵: ۱۶-۱۷) به پیروی از ارسطو تأکید می‌کنند که ترغیب از طریق منش «باید ناشی از گفتار گوینده باشد، نه از تصورات پیشین درباره شخصیت وی». بعلاوه، برای اینکه ترغیب از طریق منش کارگر افتد، شخصیت گوینده باید با نگرش یا دیدگاهی مناسب درباره موضوعات مورد بحث همراه باشد. نگرش نیز وابسته به موقع‌شناسی^۳ است؛ یعنی فرد باید همواره از نیازهای مخاطب آگاه باشد و مطابق با این نیازها، بیان خود را تغییر دهد.

سیاستمداران باید اطمینان یابند که نگرش آنها مکمل شخصیت اخلاقی‌شان است و نباید ابزار دست دیگران جلوه کنند، وگرنه، مخاطبان آنان را فاقد برنامه سیاسی یا منش مشخص خواهند شمرد. در عین حال، انطباق‌پذیری عمل‌محور نیز در موفقیت ترغیب سیاسی نقش به‌سزایی دارد. سیاستمداران پیرو «سخندانی ایجابی»^۴ (هانتز، ۱۹۸۴)، همخوان با واکنش مخاطبان، نگرش خود را تغییر یا گسترش می‌دهند و به دیدگاهی واحد (یعنی «سخندانی سلبی»^۵) پایبند نمی‌مانند. نمونه مشخص این مورد، واکنش نخست‌وزیر پیشین بریتانیا، تونی بلر در مصاحبه تلویزیونی با شماری از مردم عادی است که در فصل پیش (گزیده ۱۰-۳) به آن اشاره کردیم و در آن بلر از تصمیم خود در حمایت از امریکا برای جنگ علیه عراق در سال ۲۰۰۳ دفاع می‌کند. ولی همین‌که انتقاد مصاحبه‌کنندگان از نگرش وی ادامه می‌یابد، به سخنانی این‌چنین روی می‌آورد: «خب این این این - (.) این نظر شماست» (سطر ۲۹) و «خب (۶/۰) اِ خب شما باید خودتان تصمیم بگیرید در این

1. pathos

2. ethos

3. Kairos

4. positive rhetoric

5. negative rhetoric

مورد» (سطرهای ۶۶-۶۷). وی با این سخنان نشان می‌دهد که نگرش‌های دیگر در این زمینه نیز معتبرند، هرچند خودش با آنها موافق نیست.

تکیه بر منش، یا نسخه‌ی امروزی آن «چهره»، به /میری ناگزیر در ارتباطات سیاسی رسانه‌ای تبدیل شده و نوعی «سبک سیاسی صریح» را رقم زده که به عقیده‌ی کارنر و پلز (۲۰۰۳) به فرهنگ همگانی شبیه است. این دو، انتخابات سیاسی و انتخاب بهترین ترانه عامه‌پسند را با هم مقایسه کرده و از جمله گفته‌اند، در قسمت نهایی برنامه‌ی استعدادیابی ستاره‌ی پاپ بریتانیا در سال ۲۰۰۲، شمار تماس‌های تلفنی بینندگان بی‌سابقه بود (۸/۷ میلیون رأی دریافت شد - یعنی بیشتر از آرای حزب لیبرال دموکرات در انتخابات عمومی سال ۲۰۰۱ بریتانیا). ستاره‌ی محبوب مردم، برخی از قواعد و ابزار انتخابات سیاسی را از آن خود کرده است. در همین زمان، سیاست «رسمی» از راه می‌رسد و مرزهای میان بازنمون «فرداست» سیاسی و سرگرمی‌های «فروست» عامیانه را از میان برمی‌دارد و آنها را هم‌سطح می‌سازد (کارنر و پلز، ۲۰۰۳: ۴). امروزه سیاست به نوعی صنعت فرهنگ تبدیل شده و به برنامه‌های استعدادیابی یا مسابقات محبوبیت همانند گشته است. برخی از منتقدان این پدیده را «ناتوان‌سازی» سیاست دانسته‌اند، ولی برخی دیگر عقیده دارند که این کار، مشارکت فعال شهروندان را در سیاست فراهم می‌سازد.^[۲] خواه این رسانه‌وارگی سیاست را به دیده‌ی مثبت بنگریم و خواه منفی، واقعیت تردیدناپذیر این است که این سبک، خود مدخلی به سیاست است و شیوه‌های عملکرد آن به عملکرد دیگر شکل‌های فرهنگ عامیانه بی‌همانند نیست. به این ترتیب، نیروی محرکه‌ی آن، فردیت و در نتیجه چهره‌ی سیاسی است.

امروزه یکی از چهره‌های محبوب سیاسی، مرد یا زن خودساخته‌ای است که به سیاستمداری موفق تبدیل شده باشد. این چهره، که به نظر می‌رسد در سرتاسر جهان محبوبیت دارد، سیاستمداران را افرادی نشان می‌دهد که بر سختی‌های شخصی فایق آمده‌اند، خانواده‌محورند، و ارزش‌هایی ژرف و شخصی دارند، و همین‌ها را معیار تصمیم‌های سیاسی‌شان قرار می‌دهند (استانیر و رینگ^۱، ۲۰۰۴). در اینجا بهتر است دوباره به اجرای بلر در مصاحبه‌ی تلویزیونی گزیده‌ی ۱۰-۳ در فصل ۱۰ پردازیم و بویژه واکنش او را در زمینه‌ی تصمیم به جنگ بررسی کنیم:

1. Staney and Wring

نم - ش ۱، بدبین به	۱۸	ت	حالا (.)
نظر می‌رسد. ند -	۱۹		شاید شما بگویید که من این تصمیم را فقط به خاطر امریکا
			گرفتم (.) <u>نخیر</u>
ت، با تأکید.	۲۰		(.) این تصمیم را گرفتم چون من <u>باور</u> داشتم که به <u>نفع</u> این
ند - ت،	۲۱		کشوره (.)
با فروتنی [. . .]	۲۲		من این تصمیم را با حسن نیت گرفتم و (.) گاهی (.) وقتی
	۲۳		شما هم در صندلی من به عنوان نخست‌وزیر نشسته باشید (.)
			<u>مجبورید که</u>
	۲۴		تصمیم بگیرید (.) و من هم این تصمیم را گرفتم

بلر اشاره می‌کند که این تصمیم را بر پایهٔ باورهای شخصی گرفته است. وی با تأکید آشکار بر ضمیر اول شخص مفرد («من») و فعل «باور داشتم» می‌خواهد مصاحبه‌کنندگان (بینندگان) را ترغیب کند تا اهمیت تصمیمی را بپذیرند که به عقیدهٔ وی «به نفع این کشور» (سطرهای ۲۰-۲۱) بوده و او این تصمیم را با «حسن نیت» (سطر ۲۲) گرفته است. خلاصه اینکه، وی می‌خواهد کسی جلوه کند که شخصاً به سیاست پایبند است و این پایبندی بر ارزش‌های خودش استوارند، تا بتواند در چهرهٔ سیاسی‌اش فرد عادی و رهبر حزب را در هم بیامیزد.

دو چهرهٔ دیگر که امروزه در سیاست ارزشمند شمرده می‌شوند و البته به هم ربط دارند، یکی سیاستمدار «دلپذیر» است و دیگری سیاستمداری که احساساتش را آشکارا بیان می‌کند. به طور کلی، «دلپذیر» به شخصیتی اشاره دارد که واجد سه ویژگی است: خودشیفتگی، بی‌اعتنائی کنایی، و لذت‌گرایی (پونتین و رابینز، ۲۰۰۰). این سه جنبهٔ بنیادین دلپذیری با تصور عمومی از سیاستمدار ناهمخوانند، و به همین دلیل است که پونتین و رابینز (۲۰۰۰: ۱۷۱) عقیده دارند «دلپذیر به هیچ‌وجه سیاسی نیست و سیاست نیز بنا به تعریف هیچ‌گاه دلپذیر نیست». بنابراین، چهرهٔ دلپذیر سیاسی بر اجرای همان رفتار دلپذیری استوار است که ستارگان فرهنگ عامیانه بروز می‌دهند و احتمالاً سیاستمداران با این رفتار می‌توانند ادعا کنند که با فرهنگ عامیانه تماس دارند.

اما چهره سیاستمداری که احساساتش را آشکارا بیان می‌کند، سیاستمدار را کسی نشان می‌دهد که می‌تواند و می‌خواهد که احساساتش را با عامه مردم در میان بگذارد. می‌دانیم که بینندگان اغلب سیاستمداران را بر این پایه قضاوت می‌کنند که تا چه اندازه احساساتشان را به طرزی شایسته بروز می‌دهند. عقیده بر این است که میزان اعتبار این بروز احساسات، در ارزیابی بینندگان از اعتمادپذیری سیاستمداران و برنامه‌های سیاسی‌شان نقش مهمی دارد (بیوسی^۱، ۲۰۰۰). همین «احساسات‌وارگی» سیاست (لپله‌کر^۲، ۲۰۰۶) یکی از دلایلی است که امروزه سیاستمداران بلندپایه را در طبقه ستارگان معروف جای می‌دهند.

اینکه سیاستمداران در شمار ستارگان معروف درآیند، فقط به دلیل رابطه آنان با دنیای پر زرق و برق ستارگان فیلم و موسیقی نیست، مانند اینکه ستاره هالیوود آرنولد شوارتز^۳ به فرمانداری کالیفرنیا رسید، یا اینکه نخست‌وزیر پیشین بریتانیا تونی بلر با بونو رهبر گروه U2 دیدار کرد و به بحث درباره فقر جهانی پرداخت. بلکه به این دلیل نیز هست که سیاستمداران نیز به فهرست بلند بالای بازیگران سینما و تلویزیون پیوسته‌اند و رسانه‌ها زندگی خصوصی آنان را زیر ذره‌بین و در معرض دید همگان می‌گذارند. رهبران سیاسی نیز همچون ستارگان سینما و مجریان برنامه‌های گفتگویی، سخنرانی و آرمان اخلاقی بیان احساسات را به یکی از ویژگی‌های همیشگی حضور عمومی خود تبدیل کرده‌اند - و در واقع با همین کار می‌توانند کالایی فرهنگی را به فروش برسانند که خودشان مظهر آنند.

توجه روزافزون رسانه‌ها به سیاستمدار دلبذیر و احساسات‌گو، شمشیر دولبه است. تامپسون (۲۰۰۰) در بررسی دقیقی درباره افزایش رسوایی‌های سیاسی در رسانه‌ها، به توان تلویزیون اشاره کرده است که می‌تواند زمینه رشد مناسب چیزی را فراهم سازد که وی آن را «جامعه خودافشایی» امروز نامیده است. منظور وی از این اصطلاح، جامعه‌ای است که در آن «این امری ممکن و در واقع رایج برای رهبران سیاسی و دیگر افراد است که در مقابل مخاطبانی غایب ظاهر شوند و جنبه‌هایی از خود و زندگی خصوصی‌شان را افشا کنند» (۲۰۰۰: ۴۰). برای نمونه، توانایی تلویزیون در پخش صدای با کیفیت و نماهای درشت موجب شده است که سیاستمداران و گروه‌های روابط عمومی آنان جنبه‌هایی از حضورشان بر صفحه تلویزیون - مانند حالت‌های بیانی چهره، نوع رفتار، حرکات دست، و

1. Bucy

2. Lilleker

3. Arnold Schwarzenegger

تغییر لحن صدا - را به دقت برنامه‌ریزی کنند که پیش از این مختص رابطه حضور جسمانی مشترک و نزدیک با دیگران بود.

تامپسون (۲۰۰۰: ۱۰۸-۱۰۹) می‌افزاید، هویدایی روزافزونی که تلویزیون در اختیار رهبران سیاسی قرار داده، یکی از دلایل اصلی افزایش رسوایی‌های سیاسی در رسانه‌های امروز است:

در این دوران هویدایی رسانه‌ای، رهبران سیاسی (و نامزدهای انتخاباتی) می‌دانند که باید از رسانه‌ها استفاده کنند تا در حیطه سیاسی حضوری آشکار داشته باشند - و بدون آن به جایی نخواهند رسید. ولی هویدایی رسانه‌ای در حکم تله است. فرد هر چه بیشتر هویدا باشد، بیشتر آسیب‌پذیر است زیرا هویدایی بیشتر به معنای توجه بیشتر از سوی رسانه‌هاست و هر قدر هم که فرد بخواهد ارائه تصویرش در رسانه‌ها را کنترل کند، قادر به کنترل کامل آن نیست. [. . .] رهبران سیاسی شاید بخواهند ارائه تصویرشان در رسانه‌ها را کنترل کنند، ولی روز به روز برایشان دشوارتر می‌شود که جلوی افشای مطالب یا تصاویر زیانبار را بگیرند. هویدایی رسانه‌ای ممکن است به آسانی از کنترل آنها خارج شود و حتی گاهی علیه آنان عمل کند.

رسوایی‌های جنسی در حیطه سیاسی، نمونه مناسبی از این نکته است. رابطه کلیتون و لووینسکی - که احتمالاً مهم‌ترین رسوایی جنسی در تاریخ سیاسی امریکاست - نشان می‌دهد که در این دوران هویدایی روزافزون چگونه چهره و منصب ورزیده‌ترین سخنوران سیاسی نیز به آسانی تباه می‌شود. این رسوایی، ابتدا بر «تخطی درجه اول» (تامپسون، ۲۰۰) استوار بود، یعنی اینکه رسانه‌ها افشا کردند که رئیس‌جمهور امریکا بیل کلیتون و منشی کاخ سفید مونیکا لووینسکی رابطه نامشروع دارند. ولی چیزی نگذشت که این رسوایی به «تخطی‌های درجه دوم» (تامپسون، ۲۰۰۰) تبدیل شد؛ یعنی توجه رسانه‌ها از بی‌مبالاتی جنسی آغازین به کنش‌های بعدی معطوف شد که هدف از آنها پنهان‌سازی آن تخطی اولیه بود. به این ترتیب، تلاش کلیتون برای پنهان‌سازی رابطه‌اش با لووینسکی به «چرخه گسترده‌ای از ادعاها و انکارها منجر شد که آن تخطی آغازین را بی‌اهمیت ساختند و آتش رسوایی‌ای را شعله‌ور ساختند که با هر پیچ و خمی دامنه بزرگ‌تری می‌یافت» (تامپسون، ۲۰۰۰: ۱۷). این تخطی‌های درجه دوم، بیش از آن رسوایی رابطه نامشروع، اهمیت یافتند و به چهره سیاسی کلیتون لطمه وارد آوردند.

رسانه‌ها نیز تمامی تلاش‌های کلیتون در انکار این رابطه را منتشر ساختند؛ به طوری که این رسوایی تا یک سال در صدر اخبار قرار داشت. این پوشش رسانه‌ای از جمله شامل

بیانات لفظی کلیتون در انکار این رابطه بود، مانند بیاناتی که در ۲۶ ژانویه ۱۹۹۸ ابراز کرد؛ زمانی که همراه با همسرش در تلویزیون ظاهر شد و با شور و احساسات گفت: «من با آن زن، خانم لووینسکی، هیچ رابطه جنسی نداشته‌ام. هرگز به کسی نگفتم که دروغ بگوید، حتی یک بار - هرگز. این اتهامات بی‌اساس‌اند. و من به خاطر مردم امریکا باید سرکارم برگردم».^[۳] واژگانی که کلیتون برگزید (بویژه جمله نخست در نقل قول بالا) به یکی از بخش‌های صوتی هجوآمیز این رسوایی تبدیل شد - و رسانه‌های مختلف در سرتاسر جهان آن را پیوسته پخش کردند، بویژه هنگامی که معلوم شد وی دروغ گفته است.

زبان بدن کلیتون نیز زیر ذره‌بین رسانه‌ها قرار گرفت. نوار ویدئویی شهادت وی در برابر هیئت منصفه عالی در ۱۷ اوت ۱۹۹۸، که در ۲۱ سپتامبر ۱۹۹۸ برای عموم پخش شد، منبعی غنی در اختیار رسانه‌ها گذاشت تا نه فقط به شهادت وی (رفتار کلامی‌اش) بپردازند بلکه، همان‌گونه که یاوورسکی و گالاسینسکی (۲۰۰۲) گفته‌اند، «ظاهر» و «کردار» (رفتار غیرکلامی) او را در حین این شهادت بررسی کنند. بویژه به رفتار غیرکلامی او توجه کردند؛ شاید به این دلیل که باورپذیری را بیشتر به نشانه‌های غیرکلامی مربوط می‌دانند تا به نشانه‌های کلامی (آرگایل و دیگران، ۱۹۷۰؛ لایونز، ۱۹۷۷؛ ریچموند و مک‌کراسکی، ۲۰۰۰)، بویژه هنگامی که پیام‌های ناشی از نشانه‌های غیرکلامی و نشانه‌های کلامی با هم تناقض داشته باشند. (هچ و دیگران، ۱۹۹۹)

هرچند معمولاً نشانه‌های غیرکلامی ارتباط را باورپذیرتر از نشانه‌های کلامی همزمان با آنها می‌دانند، ولی نشانه‌های نخست نامعین‌تر و مبهم‌ترند. نشانه‌های کلامی بر تمهیدهای ثابت و بسیار پیچیده‌ای استوارند که رابطه‌های مشخصی مانند علیت و همانندی و تفاوت را نشان می‌دهند، ولی صراحت نشانه‌های غیرکلامی در مورد این روابط بسیار کمتر است. حتی آن دسته از نشانه‌های غیرکلامی که معمولاً به دروغ‌گویی نسبت داده می‌شود (مانند بی‌قراری و دزدیدن نگاه) به صراحت بر فریبکاری دلالت ندارند. برای مثال، قوت و نیروی نشانه‌های غیرکلامی مانند تصاویر، درست به واسطه جنبه تلویحی آنهاست. به همین دلیل است که فنون تبلیغی «فروش نرم»^۱ را که از طریق تلویح (کلامی و بصری) عمل می‌کنند، اغلب ترغیب‌کننده‌تر از فنون تبلیغی «فروش سخت»^۲ می‌دانند (کوک، ۲۰۰۱). بعلاوه، تلویح بصری در تبلیغات اغلب تنها راه ممکن است، بویژه هنگامی که ترغیب، بر رفتار یا

1. soft-sell

2. hard-sell

ویژگی‌های هویتیِ بحث‌برانگیز یا ممنوع، مانند سیگار کشیدن یا بی‌بند و باری جنسی، استوار باشد.

بنابراین، رسوایی کلینتون - لووینسکی هم نشان می‌دهد که هویداییِ روزافزون چه عواقبی دارد و هم ماهیتِ ترغیبیِ زبانِ تلویزیون را در موردِ زبانِ سیاستمداران می‌نمایاند. به طور کلی، تواناییِ زبان در اشاره و تفسیر خودش را کارکرد «فرازبانی»^۱ آن می‌نامند. در این زمینه، توصیف میخائیل بختین^۲ (۱۹۸۱، ۱۹۸۴، ۱۹۸۶) از ویژگیِ دگرآوایی^۳ زبانِ راهگشاست. از نظر بختین، زبان همیشه حاوی «آواهای» چندگانه و متباین است: از گذشته و اکنون، و در گروه‌ها و سنت‌های اجتماعی و ایدئولوژیک گوناگون. به این ترتیب، زبان حالت گفتگویی دارد، نه اینکه فقط گفتارهایی منفرد و مجزا باشد.^[۴] از این رو، کاربردِ زبان همواره وابسته به گزینش است. گزینش‌هایِ زبانیِ هر فرد نشان‌دهندهٔ تصمیم وی بر بازنمون - تقلید، نسخه‌برداری، یا تمایز با - آواهای دیگری است که در حوزهٔ کلی آن زبان وجود دارد. به طور خلاصه، اینها فراگزینش‌هایی هستند که ارتباط را امکان‌پذیر می‌سازند.

ولی علاوه بر تواناییِ زبانی در ارجاع به کاربردِ زبان، تواناییِ دستکاریِ آگاهانه در زبان نیز در میان است که بختین آن را «دگرآواییِ آگاهانه» می‌نامد که اهداف گوناگونی دارد. برای نمونه، در نظر بگیریید که گروهی در حال بحث در این باره هستند که چگونه انجیل را به زبان کلینگون ترجمه کنند. از آنجا که کلینگون زبانی فرضی و ناموجود است، در اصل هیچ نیازی نیست که انجیل به این زبان ترجمه شود، چه رسد به اینکه کسی بخواهد دربارهٔ بهترین شیوهٔ ترجمه به این زبان بحث کند. (کامرون، ۱۹۹۵، ۲۰۰۴)

یاوورسکی و ساکدوف (۲۰۰۴) در زمینهٔ آموزش و پرورش بریتانیا نمونه‌ای ذکر کرده‌اند، و آن توصیه‌نامه‌هایی است که آموزگاران برای دانش‌آموزان متقاضی ادامه تحصیل در دانشگاه می‌نویسند. در برخی از این توصیه‌نامه‌ها به میزان سخن‌گویی دانش‌آموز در کلاس اشاره شده و پرگویی، مثبت و کم‌گویی، منفی ارزیابی گردیده است. از آنجا که توصیه‌نامه‌های استادان و شخصیت‌های نام‌آور تأثیر به‌سزایی در پذیرش تقاضای تحصیل در دانشگاه دارد، این فراکنش‌های آموزگاران نقش مهمی در تعیین آیندهٔ دانش‌آموزان داشته است. از این گذشته، این توصیه‌نامه‌ها به ضرر برخی از دانش‌آموزان بود، زیرا هیچ مدرکی وجود ندارد که نشان دهد میان پرگویی و توان یا پیشرفت تحصیلی رابطهٔ مستقیم برقرار است.

1. metalinguistic

2. Mikhail Bakhtin

3. heteroglossic

نمونه‌هایی از فرابازنمون راهبردی زبان دیگران اغلب در تلویزیون نیز دیده می‌شود. برای مثال، امروزه دیدگاه ما درباره رهبران (و نامزدهای) سیاسی برگرفته از حضور آنان در تلویزیون است نه، مثلاً، برخاسته از خواندن دقیق بیانیه‌های احزاب آنان (کارنر، ۲۰۰۳). در دوره مبارزات انتخاباتی، کارشناسان تلویزیونی به طور مفصل به فعالیت‌های روزانه نامزدها می‌پردازند و اغلب بر فنون ایجاد تأثیر مناسب تأکید می‌ورزند: گزینش واژگان، لحن صدا، شیوه دست‌دادن، لباس و پوشاک، و مانند آن. ولی آنچه ما اغلب به آن توجه نداریم، این است که این فرابازنمون‌ها، سیاستمداران را از زاویه خاصی می‌نمایانند. فرازبان خبرنگاران در مورد رفتار (غیر)کلامی سیاستمداران، شاید به طبعی سازیِ نگرش خبرنگاران به چهره سیاستمداران و حیطه سیاست یاری برساند.

در برنامه‌های به‌سازی افراد نیز مجریان اغلب درباره چگونگی پوشش و جلوه ظاهری مردم عادی نظر می‌دهند. از آنجا که این مجریان، خودشان کارشناسند، کنش‌های فرازبانی آنان، جنبه ترغیبی دارد و زمینه اعمال قدرت را برایشان فراهم می‌آورد. این برنامه‌ها از طریق همین ویژگی‌های ترغیبی است که پسندهای زیبایی‌شناختی آنها در مورد لباس و آرایش مو و دیگر موارد را جهان‌شمول می‌نمایانند. به عبارت دیگر، این برنامه‌ها برخی از گزینش‌های زیبایی‌شناختی در گستره فعالیت‌های روزمره و حیطه‌های کنش فردی و اجتماعی را طبعی می‌سازند [یعنی جلوه‌های مصنوعی آنها را می‌زدایند]. این برنامه‌ها در ظاهر به اشاعه مهارت و دانش می‌پردازند، ولی با نگاهی دقیق‌تر درمی‌یابیم که «پسند خوب» را به بینندگان آموزش می‌دهند. از این گذشته، برنامه‌های نوسازی و به‌سازی، گرایش دارند که میان محصولات محسوس (مانند نوعی لباس) و نمادین (مانند عزت نفس زیاد) پیوند مستقیم برقرار سازند؛ و اغلب تصاویر و زمینه‌هایی را به بینندگان نشان می‌دهند که آنان را ترغیب می‌کند تا محصولات روی صفحه تلویزیون را راهی برای رسیدن به هویت‌های جذاب بدانند. با این کار، این برنامه‌ها، هم انتقال از شیوه روزمره زندگی^۱ به سبک زندگی^۲ را نشان می‌دهند و هم در این انتقال نقش دارند.

درباره سبک زندگی باید توضیحاتی بدهیم، دست‌کم به این دلیل که آن را یکی از ویژگی‌های بارز جوامع مدرن و متکی به رسانه‌های گروهی دانسته‌اند. سبک زندگی شامل طیفی از کردارهای مرسوم است که در عادت‌های خوراک و پوشاک، شیوه‌های رفتار در

جامعه و محل کار، گزینش مکان‌هایی خاص برای دیدار با دیگران، و مانند آن تجلی می‌یابد. بنابراین، سبک زندگی هر فرد شامل مجموعه‌ای از «بخش‌های سبک زندگی» است؛ یعنی «برش‌های زمانی - مکانی از فعالیت‌های کلی فرد، که در آنها مجموعه‌ای منسجم و مرتب از رفتارها گزینش و اعمال می‌شود» (گیدنز، ۱۹۹۱: ۸۳). بنابراین، تعجبی ندارد که سبک‌های زندگی به نشانه‌های اصلی هویت تبدیل شده‌اند. مردم اغلب به تصاویر و نمادهای ویژه‌ای متوسل می‌شوند که نشان‌دهنده سبک‌های زندگی معینی هستند تا هم هویت خودشان را ابراز کنند و هم خودشان را از هویت‌ها و سبک‌های زندگی دیگران تمایز ببخشند. مردم رفتارهای مبتنی یک سبک زندگی را پذیرا می‌شوند، نه فقط به این دلیل که «نیازهای کاربردی را برآورده می‌سازند، بلکه چون به روایت ویژه‌ای از هویت شخصی آنان شکل می‌دهند». (گیدنز، ۱۹۹۱: ۸۱)

بعلاوه، سبک‌های زندگی را می‌توان ساز و کارهایی انطباقی دانست که با کمک آنها می‌توانیم از میان زمینه‌ها و دیدگاه‌های گوناگونی که جوامع مدرن برایمان به ارمغان آورده‌اند، راه خودمان را بجویم؛ زیرا نوعی کنترل نظام‌یافته (چینی، ۱۹۹۶، ۲۰۰۱) را در اختیارمان می‌گذارند. این امر برای برخی از افراد اطمینان‌بخش است، ولی جالب اینجاست که فراوانی سبک‌های اختیاری زندگی چندان است که نمی‌توانیم به یک یا چند مورد از آنها تن در ندهیم. به گفته گیدنز (۱۹۹۱: ۸۱)

مفهوم سبک زندگی تا اندازه‌ای پیش‌پاافتاده می‌نماید، زیرا اغلب آن را فقط بر پایه مصرف‌گراییِ ساختگی می‌سنجند؛ اینکه سبک‌های زندگی را مجله‌های پر زرق و برق و تصاویر تبلیغاتی می‌سازند. ولی قضیه بنیادی‌تر از چیزی است که این برداشت القا می‌کند: در شرایط مدرنیته سطح بالا، همه ما نه فقط از سبک‌های زندگی پیروی می‌کنیم، بلکه مهم‌تر این است که ناچار به این کار هستیم - یعنی چاره‌ای جز گزینش یک یا چند سبک زندگی نداریم.

سرانجام، و با ارجاع دوباره به سخنان سیسرون در آغاز این فصل، باید بگوییم که این بخش از کتاب به طیف منابع نشانه‌شناختی‌ای می‌پردازد که در دو زمینه بسیار متفاوت تلویزیون به کار می‌روند تا بینندگان را متقاعد سازند که انواع کالاها و خدمات مورد ارائه - چه مادی و چه نمادین - ارزش بهره‌برداری دارند. در فصل ۱۲ به ترغیب سیاسی در تلویزیون می‌پردازیم. امروزه که رسانه‌ها توجه سیری‌ناپذیری به حضور عمومی سیاستمداران نشان می‌دهند، بینندگان می‌توانند به فراکنش‌های بازنمونی ناشی از این توجه

حالت طبیعی ببخشند. تفسیری که تلویزیون درباره حضور سیاستمداران در این رسانه ارائه می‌دهد، شاید به آسانی موجب شود که نیروی فرازبان تلویزیون درباره سیاست و سیاستمداران کاهش یابد. فصل ۱۳ به بررسی ترغیب در انواع برنامه‌های سبک زندگی در تلویزیون اختصاص دارد. در بسیاری از این برنامه‌ها، از راهبردهای بصری و صوتی و کلامی مهمی استفاده می‌شود تا القا کنند که برخی از شیوه‌های زندگی مطلوب‌تر است، ولی در عین حال از ایجاد این گمان که در پی تحمیل آن سبک‌های زندگی به بینندگان هستند، به شدت پرهیز دارند. در مقابل، به کالاها و خدماتی آشنا و مقرون به صرفه متوسل می‌شوند و آنها را نماد هویت‌ها و سبک‌های جذاب زندگی می‌شمارند. در نتیجه، نوعی تلویزیون سبک زندگی پا گرفته است که در آن «نمی‌توان میان مصرف به طور کلی و "مصرف" کالاهای نمادین تمایز آشکاری برقرار کرد». (مک کوئیل، ۲۰۰۲: ۴۲۷)

در فصل پیش به هویدایی روزافزون سیاستمداران امروز اشاره کردیم - پدیده‌ای که شاید در اختراع چاپ ریشه داشته باشد، ولی با «ابداع رسانه‌های الکترونیک، یعنی رادیو و بویژه تلویزیون» (تامپسون، ۲۰۰۰: ۳۹) دگرگونی بنیادی یافته است. یکی از پیامدهای این پدیده، رویکرد مهم سیاست از پایگاه‌های سنتی (همچون مجلس و کنگره) به پایگاه‌های جدید و رسانه‌ای است. برای نمونه، سیاستمداران بریتانیا دریافته‌اند که حضورشان در مجلس عوام اهمیت کمتری از حضور در بیرون از آن دارد - برای مثال در وب‌گاه کالج گرین (که به «بهشت قطعه‌های صوتی» معروف است) یا در استودیوهای شبکه‌های اصلی تلویزیونی در میل‌بنک لندن. (ریدل، ۱۹۹۸؛ سیتون، ۱۹۹۸)

بعلاوه، هویدایی روزافزون سیاستمداران نیاز به سازماندهی حرفه‌ای دارد - وظیفه‌ای که شاخه‌های گوناگون روابط عمومی مشتاقانه آن را پذیرا شده‌اند. این «روابط عمومی محوری»^۱ سیاست که امروزه حالت ترغیبی دارد، به هیچ وجه امر تازه‌ای نیست. برای مثال، حتی در دهه ۱۹۲۰ والتر لیمن به اهمیت حیاتی نقش واسط میان سیاستمداران و رسانه‌ها اشاره کرده بود، نقشی که بر عهده نوع تازه‌ای از رابط‌های حرفه‌ای بود: کارگزار

1. PRisation

مطبوعاتی یا تبلیغاتی (مکنایر، ۱۹۹۹). در سال‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ روزولت رئیس جمهور آمریکا به دلیل «گفتگوهای خودمانی» رادیویی‌اش با مردم آمریکا معروف بود - گفتگوهایی که زیر نظر مربیان حرفه‌ای اجرا می‌کرد.^[۱] و در سال‌های ۱۹۵۰، آیزنهاور خودش را نخستین رهبر سیاسی آمریکا نامید که به اهمیت بنیادی روابط عمومی در سیاست پی برده است. وی نخستین رئیس جمهور آمریکا بود که چهره تلویزیونی‌اش را گروهی از مشاوران رسانه‌ای «ساختند» و او را به قهرمان جنگ تبدیل کردند (جیمی سون، ۱۹۸۴). در بریتانیا، نخستین ورود واقعی روابط عمومی به عرصه سیاست در دوران حکومت مارگارت تاچر در اواخر دهه ۱۹۷۰ و سال‌های ۱۹۸۰ بود (لوئو، ۲۰۰۵). از آن زمان، همچون در آمریکا و دیگر دموکراسی‌های مدرن، روابط عمومی محوری سیاست بریتانیا امری اجتناب‌ناپذیر برای خبرنگاران و سیاستمداران بوده است.

با توجه به موارد بالاست که در این فصل به ترغیب سیاسی در تلویزیون می‌پردازیم. در بخش نخست این فصل، برخی از منابع اصلی (غیر)کلامی که سیاستمداران به کار می‌برند تا چهره سیاسی خاصی را به بینندگان بقبولانند، بررسی شده‌اند. در بخش دوم این فصل، به آن روی سکه می‌پردازیم؛ اینکه تلویزیون چگونه از برخی منابع ارتباط (غیر)کلامی استفاده می‌کند تا چهره خاصی از سیاست و سیاستمداران را به بینندگان ارائه دهد. در این فصل با بررسی استفاده سیاستمداران از رسانه تلویزیون و استفاده تلویزیون از حیطه سیاست که هر دو برای دستیابی به اهداف ترغیبی است، بر رابطه هم‌افزایی میان سیاست و رسانه‌ها تأکید خواهیم کرد. البته اینکه آیا راهبردهای ترغیبی سیاستمداران و خبرنگاران واقعاً به هدف می‌رسد یا خیر مسئله دیگری است، بویژه اینکه امروزه بحث بر این است که در برخی از دموکراسی‌های غربی رأی‌دهندگان دچار بدبینی و بی‌علاقگی‌اند.

۱-۱۲ سیاستمداران و اجراهای تلویزیونی آنان

اگر بخواهیم تنها یک زمینه تلویزیونی را نام ببریم که در آن سازماندهی چهره سیاسی بسیار اهمیت دارد، باید به مناظره‌های انتخاباتی اشاره کنیم. این مناظره‌ها در آمریکا بسیار محبوبیت دارند، زیرا عقیده بر این است که بر نیات و رفتار بعدی رأی‌دهندگان تأثیر می‌گذارند (یاون و بیتی، ۲۰۰۰). به همین دلیل، تمامی جنبه‌های اجرایی آنها پیش از پخش مورد بررسی و توافق قرار می‌گیرد؛ از جمله اینکه نامزدها ایستاده باشند یا نشسته، در میان حاضران در استودیو قدم بزنند یا خیر، یکدیگر را مورد خطاب مستقیم قرار بدهند یا نه، شمار آگهی‌های بازرگانی چقدر باشد، و سخنان آغازین هر کدام چقدر طول بکشد.

بنابراین، مناظره‌های انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در واقع کردارهای ترغیبی ماهرانه‌ای هستند و رفتار کلامی نامزدها شامل راهبردهای کلاسیک سخنوری است؛ از تناظر نحوی (همانندی) گرفته تا پرسش‌های بلاغی و کنایه و انسان‌انگاری (حاضرینداری).^[۲]

به همین ترتیب، رفتار غیرکلامی نامزدها نیز به دقت برنامه‌ریزی می‌شود. می‌گویند پیش از حضور نامزدها در این مناظره‌ها، گروه‌های حرفه‌ای روابط عمومی طرز قرار گرفتن بدن و حالت‌های بیانی چهره و دیگر موارد را به آنان می‌آموزند. در اینجا اهمیتی که به ارتباط غیرکلامی داده می‌شود، ناشی از دو چیز است: یکی اینکه نشانه‌های غیرکلامی ارتباط نسبت به نشانه‌های کلامی همراه آنها باورپذیرترند (ن.ک. فصل ۱۱). برای مثال، برای سیاستمداران مهم است که در حین ابراز وفاداری به حزب و ملت و دیگر موارد، زبان بدن‌شان «بر خلاف» گفته‌هایشان نباشد. عامل دوم، هویدایی بصری و (صوتی) فراوانی است که تلویزیون در این مناظره‌ها در اختیار سیاستمداران قرار می‌دهد. حالت‌های بیانی چهره، حرکات دست، و زیر و بم صدا در حین ادای واژگان همگی باید درست اجرا شوند، زیرا دوربین‌ها و میکروفون‌های موجود در استودیوی محل مناظره، حتی جزئیات آنها را به دقت ضبط و ثبت می‌کنند.

با توجه به موارد بالا، در اینجا به گزیده ۱۲-۱ می‌پردازیم. این گزیده، شامل بیانات نهایی سناتور جان کری نامزد حزب دموکرات و جورج بوش نامزد حزب جمهوریخواه آمریکا در سومین و واپسین مناظره پیش از انتخابات عمومی ۲۰۰۴ این کشور است. رئیس جلسه باب شیفر از شبکه تلویزیونی سی‌بی‌اس بود. این برنامه در اوج انتظارات رسانه‌ها پخش شد، زیرا آن را واپسین فرصت جورج بوش می‌دانستند که کری را شکست دهد، چون نظرسنجی رسانه‌ها نشان می‌داد که کری در دو مناظره قبلی برنده شده است. شیفر در ابتدا موضوع بحث (مسائل داخلی) را مشخص کرد و قواعد مناظره را به طور خلاصه شرح داد و سپس دو دقیقه در اختیار هر یک از نامزدها گذاشت تا واپسین بیانات خود را ادا کنند.

در این گزیده، بر خلاف دیگر گزیده‌های این کتاب، در ستون سمت راست فقط حرکات دست ذکر شده است. زیرا نوع و شمار اندازه نماها در بیانات هر دو نفر دقیقاً یکسان است: تقریباً یک‌سوم آنها را نماهای درشت و دوسوم بقیه را نماهای متوسط تشکیل می‌دهد. در اینجا از نماهای دور استفاده نشده است، هرچند پیشتر در جریان مناظره به کار رفته‌اند. بنابراین، می‌توان گفت که استفاده از نماهای درشت و متوسط در حین ایراد بیانات نهایی این دو نامزد، کاملاً آگاهانه و راهبردی بوده است. این نماهای درشت، با

شبیه‌سازی فاصله نزدیک، و تماس چشمی طولانی با بینندگان، اجرای نامزدها را شدت بخشیده‌اند و احتمالاً با این هدف بوده است که نوعی تعامل پیرا-اجتماعی را میان نامزدها و بینندگان ایجاد کنند (ن.ک. فصل ۵).

استفاده انحصاری از نماهای درشت و متوسط در بیانات نهایی نامزدها باعث شده است تا حالت‌های بیانی چهره، نگاه مستقیم، و حرکات دست به سه نشانه اصلی ارتباط غیرکلامی (بصری) تبدیل شود. با این حال، هر دو سیاستمدار به شیوه‌ای همانند از حالت‌های بیانی چهره و نگاه مستقیم استفاده کرده‌اند. کری و بوش فقط در آغاز سخنانشان به رئیس جلسه نگاهی می‌اندازند و به او لبخند می‌زنند تا از اینکه حق سخن گفتن را به آنها سپرده است قدردانی کنند، ولی بعد در سراسر گفته‌هایشان با چهره‌ای موقر و جدی مستقیماً به دوربین چشم می‌دوزند (سطرهای ۳-۵، ۳۶-۳۸). بنابراین، از نظر رفتار غیرکلامی، حرکات دست آنان است که اهمیتی ویژه دارد.

ثابت شده است که حرکات دست سیاستمداران، خواه خودانگیخته باشد و خواه تمرین‌شده، در ترغیب بینندگان مؤثر است (کندون، ۱۹۹۴). سیئنکی^۱ (۲۰۰۴) در پژوهشی دربارهٔ مناظره‌های انتخابات ریاست جمهوری آمریکا به این نتیجه رسیده است که حرکات دست نامزدها (ال‌گور و جورج بوش) سه کارکرد دارد که لزوماً مانع‌الجمع نیستند: اجرایی، گفتمانی، و ارجاعی. حرکات اجرایی، نوعی کنش گفتاری‌اند، مانند اینکه با حرکت دست چیزی را نفی یا انکار کنند. حرکات گفتمانی، نکته‌ای را بیان یا مؤکد می‌کنند، مانند اینکه فرد دستش را بالا ببرد و انگشت اشاره‌اش را بالا بگیرد تا بر تصمیم و اراده دلالت کند. حرکات ارجاعی، شکل یا رفتار یک موجود را مشخص می‌سازند. این موجود یا واقعی است، همچون وقتی که سیاستمدار به رقیبش اشاره می‌کند؛ یا استعاره‌ای است، همچون وقتی که از حرکات دست برای نمایش حیطه‌ای اصلی استفاده می‌شود که از طریق آن موضوعی انتزاعی تجسم می‌یابد. یکی از نمونه‌های این مورد در پژوهش سیئنکی، استفاده بوش از کف دست‌های گشوده است، به این ترتیب که وی کف هر دو دست را به طرف بدن و انگشت‌ها را رو به هم می‌گیرد انگار که دارد نوعی حفاظ یا سپر را شکل می‌دهد. این حرکات دست، تصویری از قدرت را عرضه می‌کند، بویژه آنکه در هنگام ادای جملاتی این چنین اجرا می‌شوند: «و ارتشی {نیرومند}» و «اگر ملتی فروتن باشیم، ولی {مقتدر}، همه به ما خوشامد خواهند گفت». (سیئنکی، ۲۰۰۴: ۴۲۷)

گزیده ۱۲-۱

بیانات نهایی کری و بوش (سی‌بی‌اس، ۲۰۰۴)

[علامت‌های } در ستون سمت چپ واژگانی را نشان می‌دهد که «حرکت آغازین» دست با آنها شروع می‌شود. در ستون سمت راست نیز توضیح کوتاهی درباره آن حرکت در بین { قرار گرفته است. نشانه‌های «۲-د» و «د-ر» به حرکت هر دو دست یا دست راست اشاره دارد. در بیانات نهایی زیر هیچ‌یک از نامزدها از حرکت دست چپ به تنهایی استفاده نکرده است. ش: باب شیفر؛ ک: جان کری؛ ب: جورج بوش.]

ش	۱	خب (.) آقایان (.) به این ترتیب به بیانات	ش به سمت ک و ب
	۲	نهایی می‌رسیم (.) سناتور کری به نظرم اول نوبت شماست	روی صحنه، مقابل او
ک	۳	(۱/۶)	سخن می‌گوید. ک به بالا
	۴	هم‌میهنان امریکایی من (.) همان‌طور که	رو به دوربین نگاه می‌کند، سپس رو به ش،
	۵	{باب (.) شیفر} چند لحظه پیش گفت (.) امریکا مورد	با لبخند {د-ر به سمت ش دراز می‌کند}
	۶	آزمون تفرقه قرار گرفته (.) بیش از همیشه (.) ما باید	
	۷	کشوری متحد باشیم (.) و :: (.) مثل {فرانکلین روزولت}	{کف ۲-د بالا و
	۸	(.) من هم خیالم نیست که ایده‌ای {ایده جمهوریخواه است یا	گشوده}
	۹	ایده دموکرات { (.) بلکه فقط به این فکر می‌کنم که آیا به نفع	{۲-د به راست و چپ حرکت می‌دهد}
	۱۰	امریکا است یا خیر و آیا قرار است ما را قوی‌تر بکند یا خیر (.)	
	۱۱	امروزه زمانه خطرناکی است (۲/۰) من باور دارم که آزمون پس داده‌ام (.)	
	۱۲	در زمینه رهبری قدرتمندی (.) که بتواند امواج خروشان	
	۱۳	دنیای پرتلاطم امروز را آرام کند (.) و {من باور دارم} که ما می‌توانیم (.) با هم	{کف ۲-د به سمت
	۱۴	(.) کارهایی انجام بدهیم که در توان امریکاییان است < ما	سینه}
	۱۵	می‌توانیم مدارسمان را ترقی بدهیم (.) می‌توانیم شغل‌هایی ایجاد کنیم که حاصل‌شان	
	۱۶	بیشتر از شغل‌هایی باشد که در کشورهای دیگر از دست می‌دهیم > (.) ما می‌توانیم	
	۱۷	بهداشت و درمان برای همه امریکاییان فراهم کنیم (.) > ما می‌توانیم قضیه	

۱۸	لوانگشت اشاره د - ر	برابری را در کشورمان بیشتر کنیم < (۲/۰) { بگذارید صریح بگویم {
۱۹	را بالا می‌گیرد {	(.) من هرگز اجازه نخواهم داد که هیچ کشوری مانع امنیت ما بشود (.) همان‌طور که من در جوانی برای کشورمان جنگیدم
۲۰		{ (.) با همان شور و اشتیاق (.) }
۲۱	لرکف ۲ - د بالا و	من برای دفاع از کشوری که به آن عشق می‌ورزم (.) خواهم { جنگید } و با
۲۲	گشوده { لرد - ر را بالا نگه می‌دارد {	ایمان به خدا (.) و با اعتقاد راسخ به مأموریت { امریکا (.) } من باور دارم که می‌توانیم به سطحی بالا تر برسیم (.) من
۲۳	لرکف ۲ - د بالا و	باور دارم که می‌توانیم بهتر عمل کنیم (.) من فکر می‌کنم که بزرگ‌ترین
۲۴	گشوده {	امکانات کشورمان (.) > رؤیاهای ما و
۲۵		امیدهای ما < در همین نزدیکی است و منتظرند تا ما { آنها را به دست
۲۶	لرکف ۲ - د بالا و	بیاوریم { (.) و من از شما می‌خواهم که در این سفر به من پیوندید
۲۷	گشوده {	(.) از شما می‌خواهم که به من اعتماد کنید (.) از شما می‌خواهم که کمک کنید (.)
۲۸		از شما می‌خواهم که افتخار رهبری این ملت بزرگ خودمان
۲۹		را به من بسپارید (.) کمک کنید تا اینجا در کشورمان قوی‌تر باشیم و
۳۰		در دنیا نیز دوباره احترام به دست آوریم (.) و مهم‌تر از همه
۳۱		(.) ایمن‌تر باشیم (.) برای همیشه (.) متشکرم (.) شب به‌خیر (.)
۳۲		و خداوند پشت و پناه ایالات متحده آمریکا باشد
۳۳	ش رو به ب.	ش (۲/۰) آقای رئیس جمهور؟
۳۴	ب به سمت ش سر تکان می‌دهد و	ب (۲/۰)
۳۵	لبخند می‌زند. سرش را پایین می‌اندازد،	در اتاق کار رئیس جمهور یک تابلو نقاشی هست (.) کار یکی از دوستان
۳۶	و سپس رو به دوربین بالا می‌آورد.	لورا و منه، به اسم (.) کار تام لی است (.) یک تابلو بزرگ از
۳۷		تگراس است (.) تابلو یک چشم‌انداز کوهستانی است و (.)
۳۸		خودش درباره این تابلو گفت < گفت که من و سارا در سمت شرقی
۳۹		
۴۰		

این کوهستان زندگی می‌کنیم (. یعنی در سمت طلوع خورشید نه در سمت غروب	۴۱	
خورشید > (. یعنی سمتی که می‌بینیم روز تازه‌ای دارد می‌آید نه	۴۲	
سمتی که ببینیم روز رفته است (. من عاشق خوش‌بینی این	۴۳	
تابلو هستم چون این همان { احساسی است که به امریکا دارم } (. و	۴۴	لطف ۲ - د را روی
ما در گذشته مسائل زیادی را با هم پشت سر گذاشتیم (. در سه	۴۵	سمت چپ سینه‌اش می‌گذارد
سال و نه ماه گذشته (. از رکود اقتصادی عبور کردیم	۴۶	
(. با نزول بازار سهام روبه‌رو شدیم (. و حمله به کشورمان (.	۴۷	
ولی با این همه (. به خاطر تلاش و کوشش مردم امریکا و سیاست‌های درست اقتصادمان دارد رشد می‌کند (. در	۴۸	
چهار سال آینده کاری خواهیم کرد که { اقتصاد همچنان رشد کند } (. ما به اصلاح	۵۰	لطف ۲ - د را از هم فاصله می‌دهد
نظام مدرسه‌هایمان پرداختیم و حالا فقط فاصله کوتاهی تا هدف وجود دارد که آن هم	۵۱	لطف ۲ - د را به هم
دارد { برداشته } می‌شود (. در چهار سال آینده ما همچنان بر کیفیت عالی تک‌تک کلاس‌های درس در	۵۲	می‌چسباند
امریکا پای خواهیم فشرده تا فرزندانمان فرصت یابند که	۵۳	
آینده شایسته امریکا را تحقق بخشند (. < در چهار سال آینده	۵۴	
همچنان کار خواهیم کرد تا بهداشت و درمان با هزینه مناسب در اختیار همه باشد > (. < در چهار سال آینده همچنان به ساماندهی	۵۵	
لشکرهای همدردی خواهیم پرداخت > (. تا به درمان زخم‌ها پردازیم (. زخم‌هایی	۵۶	
که در برخی از کشورهای همسایه‌مان وجود دارد { (. من	۵۷	لطف گره کرده د - ر
خوشبینم که در جنگ با تروریسم پیروز خواهیم شد (. { اما من	۵۸	را به عقب و جلو حرکت می‌دهد
متوجه هستم که این کار به عزم جزم و هدف روشن نیاز دارد (.	۵۹	
ما نباید	۶۰	لطف گره کرده د - ر
	۶۱	
	۶۲	
	۶۳	
	۶۴	

۶۵	{ > هرگز متزلزل شویم < } در مقابل این دشمنی که - این	را به عقب و جلو حرکت می‌دهد {
۶۶	ایدئولوژی‌های نفرت (.) و در حالی که به تعقیب این دشمن می‌پردازیم	لُرد - ر را بالا نگه می‌دارد، و
۶۷	در هر کجا که باشد (.) به { گسترش > آزادی < } (.) و	تکان می‌دهد { لُرد - ر را روی
۶۸	رهایی (.) { خواهیم پرداخت ما {به شدت ایمان داریم که آزادی می‌تواند	سمت چپ سینه‌اش می‌گذارد {
۶۹	جوامع را تغییر دهد { و این جهان خصم - خصمانه را به	
۷۰	دنیایی مسالمت‌آمیز تبدیل کند (.) آرزوی من برای امریکا پیشرفت	
۷۱	امریکاست (.) امریکایی امیدوار و دنیایی ایمن‌تر (.) می‌خواهم	
۷۲	از شما تشکر کنم که امشب به سخنانم گوش دادید (.) > درخواست من رأی	
۷۳	شماست < (.) خداوند پشت و پناهنان باشد	

جدول ۱۲-۱ حرکات دست و جمله‌های همراه آنها را در بیانات نهایی کری و بوش نشان می‌دهد. نیمی از حرکات ارجاعی کری خطاب به موجودی واقعی است (۱، ۲، ۳). بویژه، این ارجاعات، موجود مورد بحث (فرد، کشور، یا اندیشهٔ سیاسی) را در فضای واقعی مشخصی قرار می‌دهند («همین نزدیکی»، «راست»، «چپ»، و مانند آن). درست است که این حرکات به سخنان کری سرزندگی بیشتری می‌بخشند و اگر این حرکات در کار نبود، سخنانش سرزندگی کمتری می‌داشت، ولی نیروی احساسی آنها به نسبت کم است. حرکات ارجاعی استعاری وی (۴، ۸، و ۹) نیز چندان نیرومند نیستند که سخنانش را از نیروی احساسی آکنده سازند. در حرکت ۴، وی ضمن بیان «{من باور دارم {» کف هر دو دستش را به سمت سینه‌اش می‌گیرد. توجه کنید که وی دست‌هایش را به سمت سینه‌اش می‌گیرد، نه به سمت چپ بدنش - یعنی به سمت قلبش. حرکات کری در موارد ۸ و ۹ با ارجاع واقعی این حرکات اندکی ناهمزمان است. کری هنگام ادای واژگان «امریکا» و «آنها را به دست بیاوریم» هر دو دستش را بالا می‌برد، ولی بهتر بود هنگام ادای واژگانی این کار را می‌کرد که احساسی‌تر و انتزاعی‌ترند، یعنی به ترتیب «اعتقاد راسخ» و «رؤیایها» و... امیدها».

جدول ۱۲-۱ حرکات دست و بیانات لفظی همراه آنها در بیانات نهایی کری و بوش (۲۰۰۴)

بیانات لفظی	حرکات
همان‌طور که {باب (.) شیف} چند لحظه پیش گفت	۱. {د - ر به سمت ش دراز می‌کند}
و :: {.) مثل {فرانکلین روزولت}	۲. {کف ۲ - د بالا و گشوده}
که ایده‌ای {ایده جمهوریخواه است یا ایده دموکرات}	۳. {د ۲ - د به راست و چپ حرکت می‌دهد}
{من باور دارم} که ما می‌توانیم {.) با هم {.) کارهایی انجام بدهیم	۴. {کف ۲ - د به سمت سینه}
{بگذارید صریح بگویم}	۵. {انگشت اشاره د - ر را بالا می‌گیرد}
همان‌طور که <u>من</u> در جوانی برای کشورمان جنگیدم {.) با همان شور و اشتیاق {.)}	۶. {کف ۲ - د بالا و گشوده}
<u>من</u> برای دفاع از کشوری که به آن عشق می‌ورزم {.) خواهم {جنگید}	۷. {د - ر را بالا نگه می‌دارد}
و با اعتقاد راسخ به <u>مأموریت</u> {امریکا {.)}	۸. {کف ۲ - د بالا و گشوده}
> <u>رؤیاهای</u> ما و <u>امیدهای</u> ما < در همین نزدیکی است و منتظرند تا ما {آنها را به دست بیاوریم}	۹. {کف ۲ - د بالا و گشوده}
من عاشق [..] هستم چون این همان {احساسی است که به امریکا دارم}	۱. {کف ۲ - د را روی سمت چپ سینه/ش می‌گذارد}
کاری خواهیم کرد که {اقتصاد همچنان رشد کند}	۲. {کف ۲ - د را از هم فاصله می‌دهد}
و حالا فقط فاصله کوتاهی تا هدف وجود دارد که آن هم دارد {برداشته} می‌شود	۳. {کف ۲ - د را به هم می‌چسباند}
{.) من خوشبینم که در جنگ با تروریسم پیروز خواهیم شد {.)} اما من متوجه هستم که این کار به عزم جزم نیاز دارد	۴. {مشت گره کرده د - ر را به عقب و جلو حرکت می‌دهد}
ما نباید {> <u>هرگز</u> متزلزل شویم <} در مقابل این دشمنی که - این ایدئولوژی‌های نفرت	۵. {مشت گره کرده د - ر را به عقب و جلو حرکت می‌دهد}
به {گسترش < <u>آزادی</u> > {.) و <u>رهایی</u> {.)} خواهیم پرداخت	۶. {د - ر را بالا نگه می‌دارد، و تکان می‌دهد}
ما {به شدت <u>ایمان</u> داریم که آزادی می‌تواند جوامع را تغییر دهد}	۷. {د - ر را روی سمت چپ سینه/ش می‌گذارد}

حرکات غیرارجاعی کری (۵، ۶، و ۷) به طور کلی بهتر اجرا شده‌اند و بیش از حرکات ارجاعی‌اش به سخنان وی احساس (تأثر) و شخصیت اخلاقی (منش) می‌بخشند. با این حال، کری فقط دو بار این حرکات غیرارجاعی را با تأکید همراه می‌سازد و به این ترتیب بر شدت آنها می‌افزاید (۶ و ۷). و گویاترین حرکات گفتمانی وی، یعنی بلند کردن دست راست (۷) یا انگشت اشاره دست راست (۵)، همزمان با جملاتی اجرا می‌شوند که بخش‌هایی از برنامه پیشنهادی‌اش را بازگو می‌کنند. بنابراین، تا جایی که به حرکات دست کری مربوط می‌شود، وی جنبه احساسی را دست‌کم گرفته است.

برعکس، بوش از حرکات دست برای تجسم بخشیدن به احساسات استفاده می‌کند. تنها حرکت غیرارجاعی وی (که در ۴ و ۵ نیز تکرار می‌شود) به واژگانش قدرت و عزم می‌بخشد - به حرکت مشت گره کرده‌اش توجه کنید. حرکات ارجاعی استعاری وی به احساس‌هایی انتزاعی همچون «آزادی و رهایی» (۶) و «ایمان» (۷) اشاره می‌کنند و با ادای این واژگان همزمانند. وی در حرکات ۱ و ۷ کف دست‌هایش را روی سمت چپ سینه‌اش می‌گذارد. بویژه حرکت ۱ شایان بحث بیشتر است.

این حرکت، در بخشی توصیفی در آغاز بیانات نهایی بوش رخ می‌دهد و امریکا را با تابلویی در اتاق کار رئیس جمهور مقایسه می‌کند (سطرهای ۳۷-۴۴) و طی آن، هم احساس خود نقاش را درباره این تابلو شرح می‌دهد (سطرهای ۴۰-۴۳) و هم احساس خودش را بیان می‌کند (سطرهای ۴۳-۴۴). بیان احساس نقاش از طریق نقل قول بازسازی‌شده صورت می‌گیرد («و.») خودش درباره این تابلو گفت < گفت من و سارا . . . «، سطرهای ۳۹-۴۰». این نوع نقل قول، در مقایسه با نقل قول غیرمستقیم و گزارشی («او گفت که . . .»)، گفتار را سرزنده‌تر می‌کند و آن جهان‌تصوری را بهتر به ذهن می‌آورد.^[۳] دومین مورد، همزمان با ادای واژگانی احساسی و عاطفی («عاشق» و «احساس»، سطرهای ۴۳-۴۴) رخ می‌دهد و بوش کف دست‌هایش را روی سمت چپ سینه‌اش می‌گذارد - یعنی روی بخشی از بدن انسان که نماد احساسات فرد است. هدف از این تلفیق زبان احساسی و حرکات عاطفی، ترغیب بینندگان از طریق منش و تأثیر است، زیرا امروزه چهره سیاسی استوار بر ارزش‌های ژرف و بیان احساسات (ن.ک. فصل ۱۱) ارزشمند شمرده می‌شود. توصیف بوش، ابتدا در سطرهای ۴۴-۴۷ با اشاره به دشواری‌های گذشته (سمت غروب خورشید در کوهستان) به بقیه سخنانش ربط می‌یابد، و در سطرهای ۴۸-۷۲ با اشاره به آینده‌ای نویدبخش (سمت طلوع خورشید در کوهستان) ادامه پیدا می‌کند.

بنابراین، هم کری و هم بوش در بیانات نهایی خود، از رفتار غیرکلامی، استفاده راهبردی کرده‌اند. این رفتارها چهره سیاسی ویژه‌ای از آنان ارائه داده که به ترتیب بر بی‌توجهی به احساسات [کری] و تأکید بر احساسات [بوش] استوار است. البته این دو چهره از طریق رفتار کلامی نیز القا شده‌اند. در واقع این رفتارهای کلامی نیز، در زمینه سخنرانی عمومی در تلویزیون، بسیار آگاهانه شکل‌دهی شده‌اند تا کری و بوش بتوانند با گزینش واژگان و نوع خطاب، رابطه خود را با بینندگان مشخص سازند.

سیاستمداران در خطاب به عموم در رسانه تلویزیون باید تصمیم‌های مهمی بگیرند که چگونه با مخاطبانی بسیار گوناگون، با نیت و اهداف بسیار متنوع، ارتباط برقرار کنند؛ و به این منظور، اغلب یک «شنونده» «آرمانی» کلی را در نظر می‌گیرند، یعنی کسی که نماینده دیدگاه‌ها و خواسته‌ها و امیدهای «کلی» همه «مردم» و «تلویحاً مخاطبان» است. (فئرکلاف، ۱۹۸۹: ۱۷۸)

در گزیده ۱۲-۱ کری و بوش برای ارتباط با این شنونده کلی و آرمانی، از شکل‌های خطاب یکسانی استفاده می‌کنند و به‌ندرت خطاب مستقیم را، چه به شکل ضمیر دوم شخص «شما» یا در مورد کری، از عبارت اسمی «هم‌میهنان امریکایی من» (سطر ۴)، به کار می‌برند. کاربرد ضمیر دوم شخص بیشتر در پایان بیانات رخ می‌دهد و مفعول بی‌واسطه برای افعال کنشی [زبانی - کرداری] «درخواست کردن»، «تشکر کردن»، و «پشت و پناه بودن» است. استفاده کری از عبارت اسمی، باعث می‌شود که لحن وی در بقیه سخنانش حالت پند و اندرز پیدا کند.

هر دو سیاستمدار، خطاب غیرمستقیم را، خواه به صورت ارجاع اسمی و خواه به صورت کاربرد ضمیر اول شخص جمع «ما» ترجیح داده‌اند. هر یک از این دو نامزد، هشت بار از ارجاع اسمی استفاده کرده است؛ مانند «امریکا»، «امریکاییان»، «ایالات متحده امریکا» و عبارت‌های مثبت در ترکیب با اسامی «کشور» یا «امریکا» همچون «کشوری که به آن عشق می‌ورزم» (کری، سطر ۲۲) و «آینده شایسته امریکا» (بوش، سطرهای ۵۵-۵۶). ارجاعات اسمی، هنگامی که خطاب به افراد به کار می‌روند، بر فاصله زیاد میان گوینده و شنونده دلالت دارند، زیرا هیچ ارجاع مستقیم و آشکاری در آنها نیست که حضور همزمان دو طرف تعامل را در یک مکان تعاملی نشان دهد. با این حال، از آنجا که ارجاعات مورد استفاده کری و بوش تصویری کلی می‌سازند، گوینده و بیننده را در فضای مشترک «امریکایی بودن» قرار می‌دهند.

آنچه در بیانات هر دو سیاستمدار، بیشتر از ارجاعات اسمی به کار رفته است، استفاده از ضمیر اول شخص جمع «ما» در خطاب به عموم است: نوزده بار در بیانات کری و پانزده بار در بیانات بوش. البته این نکته عجیبی نیست؛ زیرا این ضمیر بسیار مبهم است و به دلیل همین ابهام به راهبردی‌ترین گزینش ضمائر در زمینه ارتباطات سیاسی (و دیگر زمینه‌ها) تبدیل شده است. برای نمونه، بایر و دیگران (۱۹۹۹) نشان داده‌اند که ابهام ارجاعی ضمیر «ما» را فقط مخاطبان اصلی آن می‌توانند برطرف کنند. در مناظره‌های انتخابات ریاست جمهوری که از تلویزیون پخش می‌شود، استفاده از ضمیر ذاتاً مبهم «ما»، به سیاستمداران امکان می‌دهد تا تور ترغیبی خود را هرچه گسترده‌تر پهن کنند.

از جنبه دستور زبان، می‌توان هشت کارکرد متمایز برای ضمیر «ما» برشمرد (کوئیرک و دیگران، ۱۹۸۵). از جنبه ترغیب سیاسی در خطاب عمومی در تلویزیون، دو مورد از این هشت مورد جالب‌تر از بقیه هستند: «ما»ی خاص^۱ و «ما»ی عام^۲. «ما»ی خاص، میان گوینده و شنونده فاصله می‌اندازد و به همین دلیل معمولاً در مواردی به کار می‌رود که میان دو طرف تعامل، توازن قدرت برقرار نباشد. برعکس، «ما»ی عام گوینده و شنونده را در یک گروه قرار می‌دهد و در نتیجه بر همبستگی و برابری دلالت دارد.^[۴]

در سیاست امریکا، «ما»ی عام و خاص به طور بالقوه مورد توجه دو قالب فکری، یا الگوی استعاری، متفاوت درباره ملت امریکا است: (۱) «خانواده والدین حمایت‌گر» و (۲) «خانواده پدر سختگیر». هر دو الگو زیر چتر یک الگوی بزرگ‌تر قرار می‌گیرند که ملت را یک خانواده تصور می‌کند. الگوی خانواده والدین حمایت‌گر معمولاً به دیدگاه‌های سیاسی آزادیخواه، یا جناح چپ، مربوط است که خانواده (ملت امریکا) را یک گروه می‌داند که با هم کار می‌کنند و در مسئولیت‌های اداره خانه (ساخت کشور) سهیم‌اند. ولی استعاره خانواده پدر سخت‌گیر معمولاً به دیدگاه‌های سیاسی محافظه‌کار، یا جناح راست، منسوب است و بر الگوی خانواده پدرسالار بنا شده که در آن پدر (رئیس جمهور و دولت) نیازهای فرزندان را تأمین می‌کند؛ فرزندان که باید بیاموزند روی پای خودشان بایستند. (لاکوف، ۱۹۹۶)

1. exclusive

2. inclusive

کری در بیانات نهایی خود از «ما»ی عام استفاده کرده و آشکارا بر همراهی سیاستمدار - حزب سیاسی - شهروندان تأکید کرده است: «ما می‌توانیم(.) با هم» + «مدارس مان را ترقی بدهیم»، «شغل ایجاد کنیم»، «بهداشت و درمان برای همهٔ امریکاییان فراهم کنیم»، «به سطحی بالاتر برسیم»، «بهتر عمل کنیم»، و مانند آن. به این ترتیب، کری از دیدگاه الگوی خانوادهٔ حمایت‌گر با بینندگان ارتباط برقرار کرده است. از آنجا که فاعل همهٔ کارهایی که وی اگر انتخاب شود می‌خواهد انجام دهد «ما»ست، برابری ناشی از این الگو بر این دلالت دارد که همهٔ مخاطبان در برنامه‌های آینده نقش و شرکت خواهند داشت. به این ترتیب، آینده نه محل رویدادهای احتمالی و بالقوه، بلکه محلی ایدئولوژیک تصویر شده است که کری و حزب او و مردم امریکا در مورد آن توافق دارند.

بوش نیز در بیانات نهایی خود از «ما»ی عام استفاده کرده است. وی در اشاره به رویدادهای گذشته (در مجموع پنج مورد)، بر همراهی رئیس‌جمهور - دولت - شهروندان تأکید کرده است: «مسائل زیادی را با هم پشت سر گذاشتیم...» (سطر ۴۵) و «از رکود اقتصادی عبور کردیم [...] . . . و حمله به کشورمان» (سطرهای ۴۶ و ۴۷). به این ترتیب، وی بویژه خود را یکی از افراد ملت امریکا نشان می‌دهد که همچون دیگران در معرض دشواری‌ها بوده است. استفاده از «ما»ی عام کمک می‌کند تا چهرهٔ یک رهبر سیاسی احساسات‌گو تصویر شود که هم با مصایب مردم پس از رویداد ۱۱ سپتامبر آشناست و هم خودش از آن رویداد متأثر شده است. هنگامی که از مسئولیت ساختن آینده سخن به میان می‌آید، بوش ماهرانه دو رکنی را ذکر می‌کند که خانواده/ملت امریکا بر آنها استوار است: شهروندان و دولت رئیس‌جمهور: «به دلیل تلاش و کوشش مردم/امریکا و سیاست‌های درست، اقتصادمان دارد رشد می‌کند(.) در چهار سال آینده کاری خواهیم کرد که {اقتصاد همچنان رشد کند} . . . در چهار سال آینده ما همچنان بر کیفیت عالی تک‌تک کلاس‌های درس در امریکا پای خواهیم فشرد . . . در چهار سال آینده همچنان به ساماندهی لشکرهای همدردی خواهیم پرداخت . . . در جنگ با تروریسم پیروز خواهیم شد . . .» (سطرهای ۴۸-۶۲). عبارت پیرو و سببی که پیش از فهرست کردن کارها می‌آورد (و در بالا با حروف خوابیده مشخص شده است)، درست همچون در سخنان کری، به یک دورهٔ زمانی نامعلوم (آینده) اشاره دارد که این رهبر مشتاق انتخاب دوباره، اعضای دولت، و مردم امریکا از نظر ایدئولوژیک دربارهٔ آن توافق دارند و در آن سهیم‌اند.

در این فصل به شناسایی و بررسی برخی از ویژگی‌های خویشتن‌نمایی کُری و بوش، بویژه استفاده از حرکات دست و شیوه خطاب، در بیانات نهایی و عمومی‌شان در سومین دور مناظره انتخابات ریاست جمهوری امریکا (۲۰۰۴) پرداختیم. سیاستمدارانی همچون کُری و بوش از طریق این حرکات و دیگر منابع (غیر)کلامی، چهره سیاسی خود را به عموم می‌نمایانند. به عقیده کارنر و پلز (۲۰۰۳: ۱۰) این روند «تا اندازه‌ای وابسته به گزینش (نوعی) "نشان ویژه" آگاهانه برای تقویت تصویر فرد» است و تا اندازه‌ای نوعی واکنش ضروری به هویدایی رسانه‌ای است که امروزه در بسیاری از کشورها، چارچوب و تفسیر کنش سیاسی را رقم می‌زند». در ادامه این فصل به همین مورد دوم می‌پردازیم و توضیح می‌دهیم که چگونه یکی از رسانه‌های سهم در این هویدایی روزافزون سیاسی - یعنی تلویزیون - از حضور سیاستمداران در این عرصه بهره‌برداری می‌کند. بویژه به این موضوع خواهیم پرداخت که تلویزیون رفتار غیرکلامی و روابط سیاستمداران با بینندگان و دیگر شخصیت‌های سیاسی را چگونه نشان می‌دهد.

۱۲-۲ تلویزیون و فرازبان آن در مورد سیاستمداران

هالین (۱۹۹۲) در مقاله «قطعه‌های خبری»، گزارش سی‌بی‌اس و ای‌بی‌سی از دو انتخابات ریاست جمهوری امریکا را در سال‌های مختلف بررسی کرده و بویژه به قطعه‌های خبری سخنان سیاستمداران پرداخته، و به این نتیجه رسیده است که طول متوسط این قطعه‌ها از بیش از چهل ثانیه در سال ۱۹۶۸ به کمتر از ده ثانیه در ۱۹۸۸ رسیده است. در اینجا پرسشی پیش می‌آید: از اواخر دهه ۱۹۶۰ به این سو، بقیه ثانیه‌های پخش تلویزیونی امور سیاسی کجا رفته است؟ پاسخ، بنا به پژوهش هالین، این است: نصیب خبرنگاران و مجریان شده است. تا اواخر دهه ۱۹۸۰، خبرنگاران معمولاً حضور عمومی سیاستمداران را «ماده خامی می‌دانستند که می‌توانستند آن را تفکیک کنند، با دیگر صداها و تصاویر بیامیزند، و آن را در قالب روایتی تازه شکل بدهند» (۱۹۹۲: ۹-۱۰): یعنی روایت خبرنگاران از آن رویداد.

شیوه‌های رایج این نوع ترکیب و بسته‌بندی تازه حضور عمومی سیاستمداران برای پخش از تلویزیون عبارت بود از: استفاده فراوان از عناصر بصری (فیلم و گرافیک)، افزایش قابل توجه «جمع‌بندی‌های» سنجشی مجریان در پایان عناوین خبری، و گرایش فزاینده به گنجاندن مواد برگرفته از مکان‌های دیگر در گزارش‌های خبری. نمونه‌ای که هالین برای

مورد آخر ذکر می‌کند، گزارش سی‌بی‌اس از مبارزه انتخابات ریاست جمهوری امریکا در سال ۱۹۸۴ است. در این گزارش، جمله‌ای از زبان جورج بوش پدر آمده که حاصل ترکیب پنج قطعه صوتی از پنج سخنرانی مختلف وی در پنج مکان مختلف است.

هالین با توجه به این یافته‌ها نتیجه‌گیری کرده که گزارش‌های تلویزیونی رویدادهای سیاسی در دهه ۱۹۸۰ اغلب هم توجه‌برانگیزتر از گزارش‌های دهه ۱۹۶۰ است و هم نوعی خبرنگاری جدی‌تر را موجب شده است؛ زیرا هدف از این گزارش‌ها برملا ساختن راهبردهایی است که سیاستمداران، آن‌هم در محیط سیاسی هویدایی روزافزون، برای ارائه چهره خودشان به کار می‌بندند. با این حال، هالین ذکر می‌کند که این روش‌های تازه از سه نظر دشواری‌آفرین هستند. نخست، نشان دادن بخش‌های تقریباً بیست ثانیه‌ای از سخنان سیاستمداران باعث می‌شود که بینندگان بحث‌های آنان را به‌درستی درنیابند. دوم، جمع‌بندی مجریان این امکان را از بینندگان می‌گیرد که خودشان قضاوت کنند. سوم، گرایش تلویزیون به گزارش درباره جنبه‌های روابط عمومی فرایندهای سیاسی، بدبینی بینندگان به سیاست را افزایش می‌دهد.

یافته‌های هالین درباره گزارش‌های سیاسی تلویزیونی در اواخر دهه ۱۹۸۰ درباره امروز نیز صدق می‌کند. زیرا امروزه نه فقط فرهنگ «قطعه‌های خبری کوتاه» همچنان رایج است و کاربرد عناصر بصری بیشتر و پیچیده‌تر از پیش شده، بلکه نقش مجری یا خبرنگار به مثابه رابط اصلی نیز به طور تصاعدی فزونی یافته است. همه این موارد موجب شده است که گزارش‌های حضور عمومی سیاستمداران به چندین شیوه تدوین شوند تا با داستان‌های خبری گزارشگران هماهنگی داشته باشند.

در این زمینه به گزیده ۱۲-۲ توجه کنید که بخشی از پوشش گسترده رسانه‌های بریتانیا پس از انتشار گزارش هاتن است (در مورد این گزارش ن.ک. فصل ۶). راهبرد تدوینی این گزارش، نخست اعلام عنوان خبر (سطرهای ۱ تا ۴)، سپس افزودن یک قطعه گفتار شامل یکی از پاسخ‌های سیاستمدار در مصاحبه‌ای قبلی و ضبط‌شده (سطرهای ۵ تا ۱۲)، و آنگاه گنجاندن نکته بعدی در «رویداد پیچیدگی آفرین» (لابوف، ۱۹۷۲ الف) داستان گزارشگر (سطر ۱۳) است. پرسشی که سخنان دیویس در پاسخ به آن ابراز شده، حذف گردیده است اما از کلام گزارشگر (سطرهای ۳ و ۴) و پرسش‌های دیویس (سطرهای ۵ و ۶) می‌توان حدس زد که احتمالاً این گونه بوده است: «آیا هاورد از بلر عذرخواهی خواهد

کرد؟» گفتار کوتاه دیویس ناراحتی او را آشکارا نشان می‌دهد. به نخستین واکنش چالشی وی توجه کنید (سطر ۵) که در قالب پرسش است («برای چی؟»). این پرسش با تأکید ادا می‌شود و دوربین نیز نمای درشت چهره عصبانی او را نشان می‌دهد. بقیه سخنان وی نیز به همین اندازه مخالفت‌جویانه است. برای نمونه، وی از تأکید آشکار بسیار استفاده می‌کند (که در متن زیر آنها خط کشیده شده) و عبارت‌های قاطع و جزمی به کار می‌برد، مانند «همه می‌دانند که هرگونه مسئولیت را انکار کرده» (سطر ۸) و «کاملاً لحنش را عوض کرد» (سطر ۱۰).

گزیده ۱۲-۲

اخبار آی‌تی‌وی (آی‌تی‌وی، ۲۰۰۴)

[این گزیده برگرفته از به‌روزرسانی زنده اخبار در مورد تصمیم لرد هاتن است که دولت حزب کارگر بریتانیا را از هر گونه مسئولیت در مرگ دکتر کلی، متخصص سلاح‌های کشتار جمعی، مبرا ساخته است. گ: پل دیویس گزارشگر؛ د: دیوید دیویس عضو کابینه احتمالی حزب محافظه‌کار؛ بی‌بی‌سی: اداره مرکزی بی‌بی‌سی.]

ند - لرد هاتن	۱	گ	هرچند گزارش لرد هاتن هر گونه
از خود رو پیاده می‌شود	۲	(ص رت)	اتهام را از نخست‌وزیر مبرا می‌سازد (.)
و به سمت	۳		ولی حزب محافظه‌کار اصرار دارد که مایکل هاورد هرگز
ساختمان می‌رود.	۴		از او عذرخواهی نخواهد کرد
ند - د، رو به دوربین،	۵	د	برای چی؟ به خاطر اینکه ا با برداشت آقای بلر از ماجرا
عصبانی به نظر می‌رسد.	۶		مخالفت کرده؟ (.) در واقع این قضیه از دیروز تا حالا تغییر کرده
	۷		(.) یعنی قبل از اینکه گزارش لرد هاتن منتشر بشه (.) ا آقای بلر
	۸		همه می‌دانند که هرگونه مسئولیت را انکار کرده راجع به نام بردن از
	۹		دکتر کلی (.) در هواپی - ا (.) ایشان در دیدار با خبرنگاران
	۱۰		دیروز کاملاً لحنش را عوض کرد و گفت که این
	۱۱		وظیفه او بوده که از وی نام ببرد چون البته این گزارش
ند - بی‌بی‌سی. رو به	۱۲		> او را تیره کرده بوده <
دوربین، بیرون از	۱۳	گ	ولی امروز ظهر همه نگاه‌ها به بی‌بی‌سی دوخته شده است
بی‌بی‌سی.	۱۴		[. . .]

تردیدی نیست که سخنان دیویس در این قطعه خبری اصلاً حالت مسالمت‌آمیز ندارد. ولی آیا این قطعه را می‌توان نماینده کل مصاحبه با وی دانست؟ یا اینکه آگاهانه انتخاب شده تا با یک «دیدگاه حرفه‌ای» منطبق باشد؛ یعنی با مجموعه معینی از «شیوه‌های اجتماعی مشاهده و ادراک رویدادها که پاسخگوی پسندهای خاص یک گروه اجتماعی‌اند» (گودوین و گودوین، ۱۹۹۷: ۲۹۳). به عبارت دیگر، داستان این گزارشگر شاید از صافی این نگرش رسانه‌ها به سیاست و سیاستمداران گذشته باشد که سیاست را عرصه کشمکش می‌شمارد و سیاستمداران را بیشتر دلبسته لو دادن مخالفان می‌داند، نه نگران منافع مردم. به عقیده ون زونن (۲۰۰۳) سیاست اغلب در رسانه‌ها به شکل مجموعه‌های سبک و احساساتی ارائه می‌شود - یعنی بیشتر درباره ستیزه‌های درون کابینه، کشمکش‌های شخصی، و رقابت‌های درون‌حزبی و میان‌حزبی است. وی در دفاع از گفته‌هایش، نمونه‌هایی از تفاسیر خبرنگاران را در بریتانیا و آمریکا ذکر کرده است؛ برای مثال، در مورد بریتانیا: «این یعنی نمایش سیاست به صورت مجموعه‌های سبک و احساساتی: داستانی که در داوینک استریت می‌گذرد و درباره گسست دوستی‌ها و خیانت و انتقام است و جا دارد که از بی‌بی‌سی یا آی‌تی‌وی پخش شود» (مگواثر، ۲۰۰۱)؛ و درباره آمریکا: «انتخابات مقدماتی در آمریکا شبیه به درام‌های مجموعه‌های سبک تلویزیونی است» (هیکس، ۲۰۰۰ الف)، «فیلمنامه‌ای برای یک مجموعه سبک تلویزیونی» (هیکس، ۲۰۰۰ ب). این دیدگاه بویژه درباره تقابل سرگرمی‌آفرین در تلویزیون صدق می‌کند.

همچنین، تردیدی نیست که شیوه‌های تدوین، از آن نوعی که در گزیده ۱۲-۲ به کار رفته است، زمینه و بافت گفتمان سیاستمداران را تغییر می‌دهد. تغییر زمینه گفتمان^۱ یعنی اینکه بخشی از متن گفتاری یا نوشتاری از زمینه اصلی آن جدا شود و در زمینه‌ای دیگر قرار گیرد (لینل، ۱۹۹۸). از آنجا که معنی هر متن به زمینه‌ای وابسته است که در آن قرار می‌گیرد، تغییر زمینه، ناگزیر معنای متن را تغییر می‌دهد؛ و نه فقط دیگر برداشتی خنثی از سخنان فرد نیست، که نشان‌دهنده کنترل تغییر دهنده زمینه [مؤلف] بر محتوای سخنان بازگفته و چگونگی سازماندهی آنهاست (کالداس - کولتارد^۲، ۱۹۹۴). تغییر زمینه گفتمان همیشه مطابق با جهان‌بینی مؤلف رخ می‌دهد. البته این سخن بدان معنا نیست که ذهنیت مؤلف همیشه قابل شناسایی است.

برای نمونه، تغییر زمینه‌ای که گزارشگر در گزیده ۱۲-۲ صورت می‌دهد، شامل استفاده رابردی از فرازیان (ن.ک. فصل ۱۱) است. وی در سطر ۳ پاسخ دیویس را با فعل «اصرار داشتن» علامت‌گذاری می‌کند. *افعال/تسابی*^۱ (همچون «اصرار کردن»، «خواستار شدن»، «شکایت کردن»، «درخواست کردن»)، عین سخنان دیگران را نشان نمی‌دهند، بلکه آنها را دسته‌بندی و طبقه‌بندی می‌کنند و در نتیجه حاوی فرضیات مؤلفانند که از چه چیزی و چه کسی گزارش بگیرد. در گزارش بالا، روایت گزارشگر از درخواست حزب کارگر از حزب محافظه‌کار مبنی بر عذرخواهی تونی بلر در مقابل عموم، به کشمکش شخصی میان رهبران این دو حزب تبدیل شده است: «ولی حزب محافظه‌کار اصرار دارد که مایکل هاوارد هرگز از او [تونی بلر] عذرخواهی نخواهد کرد» (سطرهای ۳ و ۴). آنچه بینندگان دریافت می‌کنند همین نسخه گزارشگر از این رویداد سیاسی است. به این ترتیب، گفتمان دیویس به مدرکی بحث‌آفرین در داستان گزارشگر تبدیل شده است.

این تغییر زمینه رابردی رفتار کلامی سیاستمداران که در گزارش‌های خبری، با نقل بخش‌های گفتاری صورت می‌گیرد و نمونه‌ای از آن در گزیده ۱۲-۲ ذکر شد، رابردی شناخته‌شده در ارتباطات رسانه‌ای است و بسیاری به آن پرداخته‌اند (از جمله اکستروم^۲، ۲۰۰۱؛ نایلاند، ۲۰۰۳). ولی چیزی که کمتر به آن پرداخته‌اند، بازنمون رابردی تلویزیون از رفتار غیرکلامی سیاستمداران است، که نشان می‌دهد تلویزیون چگونه می‌تواند از باورپذیری و عدم قطعیت نشانه‌های ارتباطی غیرکلامی (ن.ک. فصل ۱۱) بهره‌برداری کند. یاوورسکی و گالاسینسکی (۲۰۰۲) پژوهشی انجام داده‌اند که رفتار غیرکلامی رئیس‌جمهور پیشین امریکا بیل کلینتون، در فیلم ویدئویی شهادتش در مقابل هیئت منصفه عالی در زمینه رابطه‌اش با مونیکا لووینسکی، در روزنامه‌های بریتانیا چگونه گزارش شده است. در روزنامه‌های «وزین» (قطع بزرگ) و روزنامه‌های «جنجالی» (قطع کوچک‌تر)، رفتار غیرکلامی کلینتون به شخصیت اخلاقی وی ربط یافته است. به عبارت دیگر، چهره سیاسی (منش) وی بر پایه رفتار غیرکلامی او ارزیابی شده و به این منظور تصاویری از نوار ویدئویی شهادت وی به چاپ رسیده است. همه روزنامه‌ها از باورپذیری و اعتبارپذیری این تصاویر بهره‌برداری کرده‌اند؛ ولی هر کدام از آنها از این تصاویر تفاسیر گوناگونی عرضه داشته است. برای مثال، تصویری از کلینتون که از بالای عینک مطالعه‌اش نگاه

می‌کند، در روزنامه جنجالی سان^۱ نشانه دروغ‌گویی («فریبکاری: عینک نمی‌تواند در ماندگی فراینده‌اش را بپوشاند») و در روزنامه جنجالی دیلی میل^۲ نشانه نگرانی («مضطرب») شمرده شده است. این روزنامه‌ها با انتساب این عناوین کلامی به نشانه‌های بصری (تصاویر کلیتون) از رفتار غیرکلامی این سیاستمدار «ابهام‌زدایی» کردند، ولی به شیوه‌ای که با جهت‌گیری ایدئولوژیک آنها همخوان است. طبق انتظار، ارزیابی رفتار غیرکلامی کلیتون در روزنامه‌های وزین و دست‌چپی، مثبت‌تر از ارزیابی روزنامه‌های جنجالی و دست‌راستی بوده است. بنا بر یافته‌های این پژوهش، روزنامه‌ها اغلب به نقل قول از کارشناسان ارتباط غیرکلامی پرداخته‌اند، ولی سخنان کارشناسانی را چاپ کرده‌اند که با پسندهای ایدئولوژیک خودشان همخوان باشد. آشکار است که روزنامه‌ها از این افراد استفاده کرده‌اند تا دیدگاه حرفه‌ای خودشان را از کلیتون پی ببرند. گزیده ۱۲-۳ (صفحه بعد) نمونه دیگری است که این بار از تلویزیون گرفته شده و نشان می‌دهد که فرازبان این رسانه درباره رفتار غیرکلامی سیاستمداران، چگونه شیوه‌های خاصی را به بینندگان عرضه می‌کند که سیاست و سیاستمداران را آن‌گونه ببینند و بفهمند.

در هر دو گزیده ۱۲-۲ و ۱۲-۳ بخشی از سخنان گوینده از زمینه اصلی آن (مصاحبه سیاسی در گزیده ۱۲-۲ و سخنرانی سیاسی در گزیده ۱۲-۳) جدا شده و به زمینه‌ای جدید (در هر دو مورد به صورت قطعه‌ای گفتاری در گزارش زنده خبری) انتقال یافته است. بعلاوه، در هر دو گزیده، تغییر زمینه متن به تأکید بر جنبه «انسانی» (احساسی) سیاست انجامیده است. در گزیده ۱۲-۲، دیویس خشمش را ابراز می‌کند و گزارشگر از آن تفسیری راهبردی ارائه می‌دهد. در گزیده ۱۲-۳، کری تحت تأثیر واکنش طرفدارانش قرار گرفته است - نوعی بروز احساسات که سیمپسون درباره آن تفسیری راهبردی ارائه می‌دهد. بویژه، در قطعه گفتاری گزیده ۱۲-۳ سیاستمدار را در نمای درشت می‌بینیم که به نظر می‌رسد نمی‌تواند صدایش را کنترل کند و جمله‌اش را به پایان ببرد (سطرهای ۶ و ۷). سپس نمایی دور از طرفداران وی در بیرون ساختمان مرکزی حزب دموکرات می‌آید که او را بلند و طولانی تشویق می‌کنند (سطرهای ۸ و ۹). آنگاه نمای درشت دیگری از کری ارائه می‌شود که آشکارا متأثر است و با حرکت سر و لب‌خند از همکاران و طرفدارانش تشکر می‌کند (سطرهای ۸ و ۹). به این ترتیب، این قطعه گفتاری فقط شامل یک جمله

1. Sun

2. Daily Mail

ناتمام کری است، ولی حاوی نشانه‌های ارتباطی غیرکلامی‌ای است که واجد ارزش خبری شمرده شده‌اند.

گزیده ۱۲-۳

اخبار بی‌بی‌سی (بی‌بی‌سی، ۲۰۰۴)

[گزیده زیر برگرفته از سی‌ثانیۀ آغازین یک گزارش زندهٔ دونفره است. گزارشگر سر صحنه، خبرنگار ارشد بی‌بی‌سی جان سیمپسون است که در ساختمان مرکزی حزب دموکرات در بوستون حضور دارد، جایی که جان کری درست پس از شکست در انتخابات ۲۰۰۴ آمریکا سخنرانی اعتراضی خود را انجام داده است. س: جان سیمپسون؛ ک: جان کری؛ س:م: ساختمان مرکزی حزب دموکرات.]

ند - س، جلو سم در	۱	س	> در نهایت
بوستون ایستاده است. رو به	۲		نومیدی‌اش < (.) > و با آن
دوربین.	۳		شیوه‌ای که صحنه را ترک کرد < (.)
			امشب آمریکا
	۴		جان کری‌ای را دید که پیشتر ندیده بود (.)
ند - کری، روی صحنه، به	۵		
افراد حاضر در محل. ندور - ک در سم.	۶	ک	کاش می‌توانستم همهٔ شما را در
ند - ک با حرکت سر و لب‌خند	۷		آغوش بگیرم (صدایش می‌لرزد) و : =
از طرفدارانش تشکر می‌کند.	۸		= (۵/۰) صدای بلند کف زدن
ند - س، به مانیتور نگاه می‌کند و	۹		حاضران
انگار یکه خورده است، سپس رو به	۱۰	س	(۲/۰) جان کری متأثرتر از
دوربین.	۱۱		همیشه است (.) این بهترین
	۱۲		سخنرانی‌اش بود (.) نخستین بار است که
			امریکاییان این مرد را این‌گونه
	۱۳		می‌بینند
ند - ک روی صحنه، به او دل‌داری می‌دهند.	۱۴	(صرت)	(۲/۰) او از حمایت گرم
	۱۵		همکارانش برخوردار شد [. .]

اینکه سیمپسون در همان چند ثانیه آغازین این گزارش زندهٔ خبری از این قطعهٔ گفتاری استفاده کرده، احتمالاً به دلیل بروز احساسات از جانب کری بوده است که اتفاقاً فقط ده ثانیه از شانزده دقیقه سخنرانی اعتراضی او را تشکیل می‌دهد. در این گزارش، اینکه کری کنترل صدایش را از دست می‌دهد، موردی استثنایی شمرده شده است. در جریان مبارزات انتخاباتی ۲۰۰۴ آمریکا، بینندگان در بسیاری از برنامه‌های تلویزیون، از مناظره‌های انتخاباتی گرفته تا مصاحبه‌های گوناگون، با «جنبهٔ اجتماعی» کری آشنا شده بودند. وی در

این برنامه‌ها، همواره چهره‌ای سیاسی از خود بروز داده بود که چندان اعتنایی به احساسات ندارد. همین تضاد میان کُری بی‌اعتنا به احساسات و کُری‌ای که احساساتش را جلوی همگان برملا می‌کند، موجب شده است که قطعه گفتاری وی در گزیده ۱۲-۳ ارزش خبری پیدا کند. برای نمونه به گزارش حس و حال در سطرهای ۱ تا ۵ توجه کنید که سیمپسون می‌گوید: «> در نهایتِ نومیدی/ش < (. > و با آن شیوه‌ای که صحنه را ترک کرد < (.» امشب امریکا جان کُری‌ای را دید که پیشتر ندیده بود (.». دو عبارتی که با حروف خوابیده مشخص شده‌اند، آرام و شمرده و با تأکید آشکار بیان می‌شوند و با مکث‌های کوتاه علامت‌گذاری شده‌اند.

در این گزارش، سیمپسون احساسات خودش را نیز بیان می‌کند. در دو ثانیه مکثی که پس از سخنان کُری وجود دارد، نمای درشتی از گزارشگر می‌بینیم که در حال تماشای قسمت پایین است؛ جایی که احتمالاً یک مانیتور، سخنرانی کُری را نشان می‌دهد (سطرهای ۱۰ و ۱۱). در این دو ثانیه سکوت زنده، سیمپسون یک‌خورده به نظر می‌رسد. این حالت وی، این حس را تقویت می‌کند که هم او و هم بینندگانی که این گزارش را دیده‌اند، شاهد نمایش استثنایی احساسات بوده‌اند.

بنابراین، در گزیده ۱۲-۳ رفتار غیرکلامی این سیاستمدار با دو چیز برجستگی می‌یابد: یکی استفاده از یک قطعه گفتاری ویژه در همان ثانیه‌های آغازین گزارش زنده خبری، و دیگری فرابازنمونِ راهبردی گزارشگر خبر از رفتار غیرکلامی گوینده. با این همه، این قطعه گفتاری فقط دیدگاه حرفه‌ای سیمپسون را درباره احساسات‌گویی کُری از طریق رفتار غیرکلامی نشان نمی‌دهد، بلکه این بیان احساسات را نشانه هویت کُری می‌شمارد. اینکه صدای کُری می‌لرزد، دال بر یک «جان کُری» تازه قلمداد شده است. در این مورد، توجه کنید که سیمپسون «شیوه‌ای که [کُری] صحنه را ترک کرد» (یعنی فرازبان احساسی وی) را آشکارا نسبت می‌دهد به «امریکا جان کُری‌ای را دید که پیشتر ندیده بود». این کُری تازه نیز اصیل‌تر از کُری قدیم شمرده می‌شود: «نخستین بار است که امریکاییان این مرد را این‌گونه می‌بینند» (سطرهای ۱۲ و ۱۳). نیز توجه کنید که فقط یکی از ویژگی‌های رفتار غیرکلامی کُری موجب شده است تا سیمپسون این سخنرانی را «بهترین سخنرانی» او بداند (سطرهای ۱۱-۱۲).

بنابراین، فرازبان سیمپسون چهره خاصی از این سیاستمدار ترسیم کرده است - که با توجه به جایگاه حرفه‌ای سیمپسون در مقام یکی از بهترین و معروف‌ترین دبیران خبر در

بریتانیا کاملاً حالت ترغیبی دارد. این چهره همخوان است با تأکیدی که امروزه بر بیان احساسات می‌شود و آن را تضمین‌کننده ارزش اخلاقی می‌دانند. گزارش سیمپسون نشان می‌دهد که بروز احساسات، کلامی یا غیرکلامی، رفتاری ضروری برای یکی از گروه‌های گرانقدر جامعه است: رهبران سیاسی. هرچند بیان احساسات در این گروه به‌ندرت رخ می‌دهد، ولی گزارش سیمپسون با فرابازنمون آن به شیوه‌ای مطلوب، پذیرش اجتماعی آن را تقویت می‌کند و به نفی اجتماعی شکل‌های «نادرست» رفتار سیاسی، همچون کریِ قدیم، دامن می‌زند.

۱۲-۳ نتیجه‌گیری

ترغیب سیاسی در تلویزیون نشان‌دهنده رابطه هم‌افزایی نیرومندی است که میان اصحاب رسانه و سیاستمداران وجود دارد؛ زیرا هر دو گروه ناگزیر از سازگاری با هم و تأثیرپذیری از یکدیگرند. سیاستمداران برای بقای سیاسی خود باید بتوانند در تلویزیون خوب ظاهر شوند. این عده، با آموزش‌های گروه روابط عمومی، می‌کوشند چیزی را به بینندگان بقبولانند که امروزه به شکلی بنیادی از «سرمایه فرهنگی» (فترکلاف، ۱۹۹۸: ۱۵۰) تبدیل شده است: چهره سیاسی آنان. امروزه سیاستمداران، تحت تأثیر فرهنگ هنرمندان سینما و تلویزیون، می‌خواهند از توجه فراوانی که به احساسات و زندگی خصوصی آنها می‌شود، بهره‌برداری کنند.

اما این سخن بدان معنا نیست که همه سیاستمداران، حتی اگر از روش‌های ترغیبی یکسانی استفاده کنند، چهره سیاسی یکسانی از خود در تلویزیون ایجاد می‌کنند. برای نمونه، در زمینه رفتار کلامی، تجزیه و تحلیل بیانات نهایی کری و بوش نشان داد که کری از حرکاتی استفاده می‌کند که تقریباً فاقد احساسات است. در مقابل، بوش با همگامی حرکات دست و با زبانی احساسی و غنی، تصویری از خود نشان داد که رهبری با ارزش‌های عمیق فردی را می‌نمایاند.

در این فصل، ضمن پرداختن به نقش مهم برخی از نشانه‌های غیرکلامی ارتباط در بیان سیاسی در تلویزیون، پوشش گسترده تلویزیون از حضور عمومی سیاستمداران را بررسی کردیم. تعجبی ندارد که در محیط امروز که به هنرمندان توجه فراوانی دارد، تلویزیون حرکات سیاستمداران را زیر ذره‌بین گرفته است؛ زیرا این بهایی است که برای هویدایی روزافزون‌شان می‌پردازند. با این حال، هرچند رفتار سیاستمداران زیر ذره‌بین

تلویزیون است، ولی به جنبه ایدئولوژیک این قضیه چندان نپرداخته‌اند. در مقابل، خبرنگاران معمولاً روش‌هایی شخصی برای مشاهدهٔ سیاست و سیاستمداران ایجاد می‌کنند. - دو گزارشی که در نیمهٔ دوم این فصل آورده‌ایم و قطعه‌های گفتاری سیاستمداران را شامل می‌شوند، این نکته را به‌خوبی نشان می‌دهند. با این همه، جنبهٔ شخصی و ذهنی دیدگاه حرفه‌ای خبرنگاران چندان آشکار نیست، هرچند سبک بیان این دیدگاه‌ها اغلب چنین است. برای مثال، امروزه رسانه‌ها اغلب سیاست را عرصهٔ اختلاف‌های میان‌فردی، و سیاستمداران را افرادی ترسیم می‌کنند که احساسات و زندگی خصوصی‌شان در معرض مصرف همگانی است.

نمایش سیاست و سیاستمداران در تلویزیون نمایانگر استعارهٔ کمرون (۲۰۰۴: ۳۱۲)

دربارهٔ فرازبان است:

فرازبان مانند موجوداتی فراطبیعی، برای مثال غول چراغ، است که اغلب در اسطوره‌ها و افسانه‌های پریان حضور دارند و آرزوی آدمیان را برآورده می‌سازند. غول همین‌که از داخل چراغ آزاد می‌شود، می‌پذیرد که همهٔ آرزوهای آزادکننده‌اش را برآورد؛ این آرزوها ابتدا در مورد چیزهای ضروری و مفید هستند، ولی همچنان که داستان به پیش می‌رود، حالت افراطی می‌یابند. هیچ‌کس نمی‌تواند جلوی آدمی را بگیرد که غول همهٔ آرزوهایش را برآورده می‌کند. بویژه اصلاً نمی‌شود از او خواست که خوش‌خدمتی غول را صرف آرزوهای بیهوده و حتی مضحک نکند. قول غول بی‌قید و شرط است و نمی‌توان آن را برگرداند («نمی‌توان غول را به داخل چراغ برگرداند»).

شاید بتوان گفت که فرازبان تلویزیون در مورد سیاستمداران، ابتدا ابزاری «ضروری و مفید» بود تا وظیفهٔ اصحاب رسانه در زمینهٔ نگهبانی از منافع جامعه به‌درستی شکل بگیرد. البته باید احتیاط کنیم و تأثیر این فرازبان را زیاد بزرگ جلوه ندهیم. تلویزیون نمی‌تواند دیدگاه حرفه‌ای خود را دربارهٔ سیاست و سیاستمداران در ذهن بینندگان حک کند، زیرا بینندگان لوح سفید احساسی و ادراکی نیستند (هال، ۱۹۷۴). و فقط به این دلیل که تلویزیون می‌تواند برخی از بینندگان را متأثر سازد، نمی‌توان گفت که به‌طور خودکار بر سیاستگذاران نیز تأثیر می‌گذارد. برای اینکه تأثیر تلویزیون بر سیاستگذاران محقق شود، این عده باید از توده‌های انبوه شهروندان تأثیر بپذیرند. البته این امر در حال وقوع است، ولی هنوز کاملاً تحقق نیافته است (لوئو، ۲۰۰۵).^[۵] با این حال، و درست مانند غول در استعارهٔ کمرون، احتمال نمی‌رود که در محیط سیاسیِ هویدایی روزافزون، بتوان فرازبان تلویزیون

درباره سیاست و سیاستمداران را دوباره به داخل چراغ برگرداند - هرچند که به نظر می‌رسد این فرازبان گاهی صرف آرزوهای «غیرضروری»، مانند تفسیر رابطه میان رفتار غیرکلامی سیاستمداران و اعتبار سیاسی آنان، می‌شود.

در فصل ۱۲ به حضور سیاستمداران جلوی دوربین و نیز فرازبان تلویزیون درباره این حضورها پرداختیم و بر نقشی تأکید کردیم که بیان احساسات در ایجاد چهره سیاسی مطلوب دارد. گفتیم که توانایی در میان گذاشتن احساسات خود با بینندگان، دارایی نمادینی است که بسیاری از سیاستمداران از آن بهره می گیرند تا حمایت بینندگان را به دست آورند. به علاوه، این کار دارایی نمادینی برای خبرنگاران و کارشناسان سیاسی نیز به شمار می رود که از آن برای ترغیب بینندگان به منظور سهم شدنشان در دیدگاه های حرفه ای ایشان در حیطه سیاست استفاده می کنند. در این فصل نیز به نقش این دارایی های نمادین در ترغیب تلویزیونی خواهیم پرداخت، ولی آن را در زمینه برنامه های سبک زندگی بررسی خواهیم کرد. این برنامه ها طیف گسترده ای را شامل می شوند، اما در همه آنها، کارشناسان در زمینه های گوناگون زندگی به مردم عادی توصیه هایی ارائه می دهند: باغبانی، تزیینات داخلی، آشپزی، مهارت های فردی، آرایش و پیرایش، سفر، تعطیلات، و مانند آن. در اینجا تحلیل ما بر برنامه های املاک در تلویزیون سبک زندگی متمرکز است، ولی به برنامه های به سازی ظاهر افراد و برنامه های سفر و تعطیلات و آشپزی نیز اشاره خواهیم کرد.

در بخش نخست این فصل به این موضوع خواهیم پرداخت که چگونه تلویزیون، زندگی و محصولات مادی و مصرفی را نشانه و سازنده هویت‌ها و سبک‌های زندگی مطلوب می‌نمایاند. با این کار، دو ویژگی اصلی گفتمان این برنامه‌ها را آشکار خواهیم ساخت: بزرگداشت ظاهرپسندی، و ایجاد و به اصطلاح مردمی کردن «مفهوم جهان‌شمول پسند و سلیقه» (موزلی، ۲۰۰۰). در بخش دوم این فصل، به بررسی چارچوب‌های مشارکتی اصلی‌ای خواهیم پرداخت که این برنامه‌ها به کار می‌گیرند تا سبک‌های زندگی را مطلوب یا نامطلوب جلوه دهند؛ و بویژه به مجری این برنامه‌ها، و به‌خصوص به موقعیت کنونی وی در مقام «مفسر خوش‌برخورد شخصیت» توجه خواهیم کرد. لازمه خوش‌برخوردی و در دسترس بودن مجری این است که وی هم روش آموزشی مقتدرانه و بی‌اعتنای خود را کنار بگذارد و هم او را در حالی ببینیم که به فعالیت‌های روزمره در محیط‌های آشنای خانه و باغچه می‌پردازد، یعنی درست همان‌طور که شرکت‌کنندگان عادی برنامه‌های سبک زندگی امروزه نشان داده می‌شوند. با این حال، هدف مجریان برنامه‌های تلویزیونی سبک زندگی این است که از طریق همین درگیری با امور روزمره، بر شرکت‌کنندگان عادی و نیز بینندگان تأثیر بگذارند تا برخی از سبک‌های زندگی را ارزیابی کنند.

۱۳-۱ تلویزیون سبک زندگی: بزرگداشت ظاهرپسندی و مردمی کردن پسند و سلیقه

در بریتانیا از اوایل دهه ۱۹۹۰ برنامه‌های سبک زندگی به تدریج جای کم‌دی‌های موقعیت و گونه‌های «سطح بالا» همچون برنامه‌های مستند و مسائل جاری را گرفتند (برانزدون^۱ و دیگران، ۲۰۰۱؛ موزلی، ۲۰۰۰) و از آن زمان تاکنون به یکی از برنامه‌های محبوب تبدیل شده‌اند. یکی از دلایل موفقیت پیوسته این برنامه‌ها این است که جزو برنامه‌های کم‌هزینه‌اند. دلیل دیگر، رابطه نمادین نیرومندی است که با صنعت قدرتمند فرهنگ و رفاه دارند. برای نمونه، در برنامه‌های به‌سازی ظاهر افراد، مجریان به مردم عادی توصیه می‌کنند که چگونه ظاهر خود را تغییر دهند - این تغییر البته نیازمند این است که فرد پوشاک جدید بخرد، به آرایشگاه برود، و به سالن زیبایی و مد سری بزند. در آغاز این برنامه‌ها

1. Brunsdon

معمولاً پوشاک قبلی را دور می‌اندازند و لباس‌های تازه می‌خرند. روش‌های قبلی آرایش را کنار می‌گذارند و آرایش‌های تازه چهره و مو را با آغوش گرم می‌پذیرند. این لباس‌ها و لوازم آرایش در برنامه به فروش نمی‌رسند، ولی مارک‌ها و شرکت‌هایی که آنها را در اختیار برنامه می‌گذارند، از تبلیغات خوبی برخوردار می‌شوند، زیرا یا محصولات و فروشگاه‌هایشان در تصاویر دیده می‌شود یا نام آنها در عنوان‌بندی پایانی و وب‌گاه برنامه می‌آید.

برنامه‌های سبک زندگی علاوه بر اینکه بینامتن‌هایی برای کالاها و خدمات دیگران هستند (بانر، ۲۰۰۳؛ میهان، ۱۹۹۱) کالاهای خودشان را نیز تبلیغ می‌کنند. ولی این کالاها بیشتر حالت نمادین دارند. یکی از محبوب‌ترین برنامه‌های سبک زندگی در بریتانیا برنامه‌های نوسازی منزل است. در این برنامه‌ها، مجریان (که کارشناس نیز هستند) به کسانی که می‌خواهند خانه‌شان را بفروشند، نشان می‌دهند که چگونه آن را «نوسازی» کنند تا به فروشی سریع و سودآور برسند. برای مثال، در سری سال ۲۰۰۷ مجموعه فروش خانه‌ها^۱ (شبکه ۴) مجری برنامه آندرو وینتر «به مأموریت نجات در سرتاسر اروپا می‌رود تا به بریتانیایی‌هایی کمک کند که برای فروش املاک‌شان در آن کشورها با دشواری‌های فراوانی روبه‌رو هستند [...] وی تقریباً تمام خانه را زیر و رو می‌کند تا این فروش مهم صورت بگیرد».^[۱] پایه منطقی برنامه‌هایی همچون فروش خانه‌ها این است که چون نشان می‌دهند مردم عادی چگونه با «توصیه» مجری «نجات» می‌یابند، بینندگان نیز می‌توانند درس‌هایی را که از این برنامه آموخته‌اند، در زندگی واقعی خودشان به کار بگیرند. یعنی بعدها «خودشان هم این کار را انجام خواهند داد». این پایه منطقی همخوان با آن چیزی است که رُز (۱۹۹۹: ۹۲) آن را «تعلیم و تربیت کارشناسان» می‌نامد و از طریق آن، مردم عادی رمزگان دانش و چگونگی اداره امور را از کارشناسان و افراد حرفه‌ای فرا می‌گیرند (نیز ن.ک. بانر، ۲۰۰۳).

برنامه‌های نوسازی منزل از آنجا که روشی آموزشی دارند، نسخه امروزی برنامه‌های رفاهی در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ به شمار می‌آیند. خود این برنامه‌ها نیز نسخه تلویزیونی کتاب‌های سنتی و چاپی «خودت بساز»^۲ بودند. ولی، همان‌گونه که گزیده ۱۳-۱ نشان می‌دهد، برنامه‌های امروزی فقط شامل نکته‌ها و توصیه‌های ساخت وسایل

گزیده ۱-۱۳

فروش خانه‌ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)

[آندرو ویتتر یک هفته را صرف نوسازی خانه کرده است و حالا صاحبخانه، کلیر، را در اتاق‌های خانه می‌گرداند و درباره تغییراتی که اعمال کرده به او توضیح می‌دهد. هر دو در آشپزخانه می‌ایستند. آشپزخانه به سبک فرانسوی است و دو در دارد که به پاسیو باز می‌شوند. آ: آندرو ویتتر؛ ک: کلیر؛ خ: خریدار احتمالی.]

نم - آ و ک	۱	آ	فقط باید به مردم بگویی که چقدر شما
در آشپزخانه ایستاده‌اند.	۲		از زندگی در اینجا لذت برده‌ای تا آنها هم این
			حس را پیدا کنند
ند - آ به ک.	۳		که از زندگی در اینجا لذت خواهند برد [..].
ند - ک اتاق‌های	۴		
خانه را به خریدار نشان می‌دهد. ند - ک	۵	ک	[..] و این هم پاسیوست (.)
به پاسیو اشاره می‌کند. نم -	۶		می‌توانم اینجا بیرون بنشینم (.) مثلاً عصرهای
ک و خم به پاسیو	۷		تابستون و (لیختن زنان) حسابی شراب بنوشیم
وارد می‌شوند. ند - خم با رضایت	۸		[کرکر می‌خندد]
به اطراف نظر می‌اندازد.	۹	خ	[خیلی خوبه (به تأیید سر تکان می‌دهد) =
ند - ک و خم دوباره	۱۰	آ	= همین‌جا کلیر (.) باید به مشتری
وارد خانه می‌شوند.	۱۱	(صرت)	<سبک زندگی> را بفروشی [..].

نیستند. در این گزیده، ویتتر به کلیر می‌آموزد که چگونه خود به کالایی که می‌خواهد بفروشد، اعتقاد داشته باشد (سطرهای ۱ تا ۳). چند لحظه بعد کلیر را می‌بینیم که توصیه‌های ویتتر را به کار می‌بندد (سطرهای ۵ تا ۸) و گفتمان یک مکان مادی (پاسیو) را به مکانی نمادین برای استراحت (شراب‌نوشی) و صمیمیت (نشستن در بیرون در عصرهای تابستان) تبدیل می‌کند. در زمینه کشور بریتانیا، اشاره به شراب‌نوشی و زندگی بیرون از خانه، یادآور سبک‌های جذاب زندگی در کشورهای دیگر است؛ همان سبک‌هایی که در برنامه‌های سیر و سفر و صنعت تفریحات درباره آنها فراوان تبلیغ می‌شود. این برنامه‌ها، بویژه، تصاویری از مکان‌هایی در کشورهای دیگر نشان می‌دهند که دلفریب و گرم و آسوده و به طور کلی دلپذیر شمرده می‌شوند: فرانسه و مکان‌هایی در کشورهای حوزه مدیترانه همچون یونان و ایتالیا و اسپانیا. در اواخر صحنه گزیده ۱-۱۳ نمایی درشت از

خریدار احتمالی دیده می‌شود که به اطراف نگاه می‌کند و به نظر می‌رسد سخنان ترغیب‌کننده کلیر (سطرهای ۸ و ۹) او را مجاب کرده است، سپس بی‌درنگ صدای مجری روی تصاویر می‌آید: «همینه کلیر (.) باید به مشتری < سبک زندگی > را بفروشی» (سطرهای ۱۰ و ۱۱). پیام ویتتر کاملاً آشکار است: ۱) فروشنده باید سبک زندگی (در اینجا سبک مدیترانه‌ای) را به فروش برساند، نه خانه را؛ و ۲) به این منظور، فروشنده باید این سبک زندگی را در قالب گزینه‌هایی آشنا و مشتری‌پسند عرضه کند (در اینجا، پاسیو و لیوانی شراب). به این ترتیب، محیط مادی و ایمن و خصوصی خانه به صورت مکانی دلپذیر درمی‌آید و بینندگان را ترغیب می‌کند تا سبک‌های مطلوب زندگی را در پیش بگیرند.

نفوذپذیری کالاهای مادی و نمادین تلویزیون سبک زندگی، بیش از همه در آن لحظه آشکارسازی - یا پرده‌برداری - دیده می‌شود که در بسیاری از برنامه‌های به‌سازی ظاهر افراد وجود دارد؛ یعنی لحظه‌ای که مجری «محصول» نهایی را نخستین بار به مردم عادی درگیر ماجرا و نیز به بینندگان نشان می‌دهد. در این لحظه آشکارسازی، موسیقی پرکننده مناسب، نماهای درشت از کالاهای مادی (مانند لوازم و ابزار جدید آرایش) و کالاهای نمادین (برای مثال شخصی جوان‌تر و سرزنده‌تر)، و توضیحات مجری روی تصاویر درباره دستاوردهای این افراد، همزمان به بیننده عرضه می‌شوند. گاهی، برای اینکه تأثیر برنامه افزایش یابد، تصاویری از فرد پیش و پس از به‌سازی به نمایش درمی‌آید. سمت چپ تصویر حاوی عکس‌هایی از ظاهر فرد پیش از به‌سازی است، و فردی را نشان می‌دهد که (بنا بر معیارهای برنامه) آرایش بد دارد یا لوازم نامناسبی را به کار می‌برد. به‌علاوه، این فرد معمولاً غمگین جلوه داده می‌شود - یعنی شاید می‌خواسته است جلوی دوربین لبخند بزند (کاری که به طور طبیعی همه ما می‌کنیم) ولی احتمالاً از او خواسته‌اند که این کار را نکند.

سمت راست تصویر، سمت بعد از به‌سازی، سبک آرایشی و پوشاک شیک‌تری را - البته باز هم بنا بر معیارهای زیبایی‌شناختی برنامه - نشان می‌دهد. همچنین، فردی را نشان می‌دهد که حالا خوشحال‌تر است، فردی که با اعتماد به نفس مقابل دوربین ژست می‌گیرد، زیرا نه فقط لباس‌های جدید و لوازم آرایشی تازه‌ای به دست آورده، بلکه شخصیت «بهتری» هم کسب کرده است. همچنین، در برخی از موارد، این فرد همین‌که

«نخستین بار» دگرگونی ظاهر خودش را می‌بیند، بسیار یکه می‌خورد و احساسی به نظر می‌رسد. به عقیده موزلی (۲۰۰۰) اینکه در لحظه آشکارسازی، تجربه شخصی و نمایش عمومی درهم می‌آمیزند، شاید موجب ناراحتی بینندگان شود. با این حال، تهیه‌کنندگان برنامه توجه دارند که لحظه آشکارسازی حالت «افراطی» پیدا نکند، و آن را تا جایی کش می‌دهند که فکر می‌کنند «ناراحت کننده نیست و درست به موقع آن را قطع می‌کنند».

(بانر، ۲۰۰۳: ۱۳۲)

بخشی از توان ترغیبی لحظه آشکارسازی در برنامه‌های به‌سازی این است که به بینندگان گفته نمی‌شود این یا آن کالا یا فلان وسایل آشپزخانه را بخرند یا کدام سبک آرایشی یا تزئین خانه را برگزینند؛ بلکه لحظه آشکارسازی نشان می‌دهد که ترغیب‌کننده (مجری) و ترغیب‌شونده (مردم عادی حاضر در برنامه و همچنین افراد خانواده و دوستان آنان) درباره نتیجه مثبت این به‌سازی و نوسازی توافق دارند. حتی اگر بینندگان با گزینه‌های زیبایی‌شناختی این برنامه‌ها موافق نباشند، احتمالاً در این نکته توافق دارند که نتیجه ترغیب (خانه فروش رفته، فرد خوشحال‌تر، و دوستان و خانواده راضی‌تر) بهتر از هنگامی است که ترغیبی در میان نباشد (خانه فروش نرفته، فرد بدون اعتماد به نفس، و دوستان و خانواده ناراضی). در اینجا به یاد نظریه وان دایک (۱۹۹۸) می‌افتیم که می‌گوید، کارکرد ترغیب وابسته به این است که ترغیب‌کننده و ترغیب‌شونده باید توافق داشته باشند که نتایج ترغیب بسیار بهتر از زمانی است که هیچ ترغیبی در کار نباشد. این توافق در هراسی تلویحی ریشه دارد و رابطه نزدیک ترغیب و قدرت را به خوبی نشان می‌دهد.

توانایی تلویزیون سبک زندگی در قبولاندن برخی از کالاهای نمادین، همچون پسند خوب زیبایی‌شناختی یا سبک خانه مدیترانه‌ای، وابسته به این است که می‌تواند بینندگان را مجاب کند که اینها را می‌توان در فرصتی اندک، با تلاش اندک، و با سرمایه‌ای اندک به دست آورد. برای نمونه، برنامه‌های املاک آشکارا تأکید می‌کنند که در مدت زمانی اندک می‌توان خانه رؤیایی خود را ساخت. در بیشتر این برنامه‌ها، مهلت معینی، معمولاً سه تا هفت روز، تعیین می‌شود تا شرکت‌کنندگان بتوانند خانه‌شان را بفروشند یا خانه مطلوب‌شان را بخرند.^[۲] برای مثال، در گزیده ۱۳-۲ مجری برنامه فروش خانه‌ها تأکید می‌کند که در مدت یک هفته می‌توان کل خانه را دگرگون کرد.

گزیده ۱۳-۲

فروش خانه‌ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)

[گزیده زیر از سه دقیقه پایانی این قسمت برگرفته شده است. ویتتر و مالک خانه‌ای که آن را نوسازی کرده‌اند در یکی از اتاق‌های نوسازی شده نشسته‌اند. آ: آندرو ویتتر؛ م: مالک.]

نم، ن‌دور، ن‌د - آشپزخانه	۱	آ	> درست یک هفته پیش < این خانه کهنه و دلگیر بود
و دیگر اتاق‌ها	۲	(صرت)	(.) سرنوشتش این بود که برای فروش باقی بماند آن‌هم به
قبل از نوسازی.	۳		> مدتی خیلی خیلی طولانی < (۴/۰)
ن‌د - آ رو به دوربین.	۴		ولی از یک هفته پیش همه چیز
نم، ن‌دور، ن‌د - آشپزخانه	۵		عجیب تغییر کرده [..].
و دیگر اتاق‌ها بعد از	۶		[جزئیات نوسازی اتاق‌ها، همراه با
نوسازی.	۷		موسیقی نرم و کلاسیک در پس‌زمینه، شنیده می‌شود.]
ن‌دور - آ و م در	۸	م	خب پس از یک سال انتظار و آن همه رفت و آمد مشتری‌ها
آشپزخانه. ن‌د - م رو به	۹		(.) یک هفته نوسازی کردیم و درست همان اولین
دوربین، راضی به	۱۰		روز به فروش رفت (.) محشره
نظر می‌رسد.	۱۱		[می‌خندد] [..].

گزیده ۱۳-۲ نیز همچون گزیده ۱۳-۱ پیام آشکاری دارد. در اینجا پیام این است که اگر از توصیه‌های نوسازی برنامه پیروی شود، خانه خیلی زود به فروش می‌رسد. جنبه ترغیبی این پیام در تلفیق ماهرانه (پیرا) زبان و اندازه نما ریشه دارد، زیرا هر دوی آنها بر این نکته تأکید دارند که وضعیت خانه پیش و پس از نوسازی ویتتر بسیار فرق کرده است. مجری نخست به وضعیت خانه قبل از نوسازی می‌پردازد و آن را «کهنه و دلگیر» (سطر ۱) توصیف می‌کند و می‌گوید، «سرنوشتش این بود که برای فروش باقی بماند، آن‌هم به > مدتی خیلی خیلی طولانی < (۴/۰)» (سطرهای ۲ و ۳). استفاده مجری از تأکید آشکار، تکرار قید «خیلی»، و بیان آرام و شمرده در «> مدتی خیلی خیلی طولانی <»، همگی این حس را القا می‌کنند که این وضعیت هم درازمدت بوده است و هم آزاردهنده. استفاده از عبارت فعلی «سرنوشتش این بود» نیز القا می‌کند که اگر کمک مجری نبود، سرنوشت خانه این می‌شد که به فروش نرود. سخنان مالک خانه نیز همین را تأیید می‌کند: «پس از یک سال انتظار و آن همه رفت و آمد مشتری‌ها» (سطر ۸).

وضعیت خانه پس از نوسازی نیز چنان به بینندگان عرضه می‌شود که نشان دهد تغییری کلی و استثنایی صورت گرفته است. ویتتر اشاره می‌کند که «همه چیز عجیب تغییر کرده» (سطرهای ۴ و ۵) و در سطرهای ۹ تا ۱۱ مالک، ارزیابی مثبت خود از نوسازی «محشر» خانه را با پیرازبان مثبت (خنده) و زبان بدن (نگاه از سر رضایت به دوربین) تأیید می‌کند. هم مجری و هم مالک اشاره می‌کنند که این نتایج فقط در یک هفته حاصل شده است (سطر ۱، سطر ۹). به علاوه، مالک می‌گوید که همین که خانه را دوباره برای فروش گذاشتند، «درست همان اولین روز به فروش رفت» (سطرهای ۹ و ۱۰).

آنچه تضاد میان وضعیت پیش و پس از نوسازی را از نظر بصری شدت می‌بخشد، تصاویر اتاق‌ها و خانه پیش (سطرهای ۱ تا ۳) و پس (سطرهای ۵ تا ۷) از نوسازی است. در این تصاویر، نماهای دور و نماهای متوسط و نزدیک با هم تلفیق شده‌اند؛ نماهای دور میزان تغییرات را به طور کلی می‌نمایانند، و نماهای متوسط و نزدیک ویژگی‌های تزئینی اتاق‌ها را نشان می‌دهند. بر روی تصاویر اتاق‌ها، علاوه بر آوای نرم موسیقی کلاسیک، صدای مجری را بیرون از تصویر می‌شنویم که توضیح می‌دهد در نوسازی این خانه به چه موفقیت‌هایی رسیده است. هدف از همه اینها این است که بینندگان شیک بودن این نوسازی و در نتیجه پسند زیبایی‌شناسی مورد نظر برنامه را بپذیرند.

در این برنامه‌ها به بینندگان القا می‌شود که رسیدن به سبک زندگی مطلوب، هم به زمانی اندک نیاز دارد و هم به تلاشی اندک. در برنامه‌های به‌سازی ظاهر افراد، یکی دو دست لباس جدید و آرایش جدید مو و چهره، اغلب - به گفته مجریان و شرکت‌کنندگان - به دگرگونی «شگفت‌انگیز» فرد می‌انجامد. این دگرگونی‌ها، همان‌گونه که پیشتر گفتیم، از ظاهر جسمانی فرد فراتر می‌روند و اغلب جنبه‌هایی از شخصیت وی، همچون خودباوری او را در بر می‌گیرند. به گفته مجریان برخی از برنامه‌های سیر و سفر، گزینش سبک‌های جذاب «گردشگری» در خارج از کشور نیز به تلاش اندکی نیاز دارد. در این برنامه‌ها، تبلیغ عادات تعطیلات بر پایه سهولت است؛ هم سهولت در فعالیت‌هایی که گردشگر قصد انجام آنها را دارد و هم، در کشورهایی که زبانی غیر از انگلیسی دارند، سهولت در گزینش زبانی که گردشگر می‌خواهد با مردم محلی ارتباط برقرار کند.

برای نمونه، یاورسکی و دیگران (۲۰۰۳ الف، ۲۰۰۳ ب) به این نتیجه رسیده‌اند که در برخی از برنامه‌های سیر و سفر در تلویزیون بریتانیا این پیام القا و تبلیغ می‌شود:

گردشگران خارجی و مردم محلی به هیچ تماسی نیاز ندارند یا این تماس بسیار اندک است. در مواردی که تماس رخ می‌دهد، همیشه از زبان انگلیسی استفاده می‌شود، حتی اگر زبان کشور مقصد انگلیسی نباشد. به این ترتیب، زبان مردم محلی (زبانی غیر از انگلیسی) فقط در ۲۶ درصد از تعامل‌ها به کار می‌رود و اغلب شامل گفتگوهای کوتاه و فرمولی است. همه اینها این حس را القا می‌کند که چند جمله از کتاب‌های راهنما نیازهای گردشگر را برآورده می‌سازد. نتیجه این ناهمترای زبانی این است که زبان مردم محلی به «چشم‌انداز زبانی» کاهش می‌یابد؛ یعنی زبان مردم محلی فقط پیرایه‌هایی بیگانه است که آن محیط رام و بی‌آزار را تزئین می‌کند؛ محیطی که گردشگران به راحتی با آن خو می‌گیرند.

به همین ترتیب، در برنامه‌های املاک که مجریان به مردم عادی کمک می‌کنند تا خانه مطلوب خود را بیابند، مجری فقط دو سه خانه را به آنان نشان می‌دهد و به دو سه دفتر املاک تلفن می‌زند. نقشه‌برداران و مشاوران حقوقی و دفاتر املاک معمولاً همیشه حاضر و آماده‌اند تا به تماس تلفنی مجری پاسخ بگویند، و این خیلی عجیب است، بویژه آنکه مهلت زمانی این مجریان اغلب کوتاه [سه تا هفت روز] است.

در برنامه‌های نوسازی منزل نیز به ندرت تعمیرات ساختاری صورت می‌گیرد و در نتیجه کار نوسازی به نسبت راحت و سریع پیش می‌رود. تزئینات داخلی مطلوب این برنامه‌ها شامل تعویض کاغذ دیواری یا نقاشی، تغییر چیدمان مبلمان، و چینش تازه وسایل تزئینی است. این برنامه‌ها معمولاً فقط مجری را در حین کار نشان می‌دهند و به ندرت گروه کارگرانی را به تصویر می‌کشند که در واقع (بیشتر) کار بر عهده آنهاست. به این ترتیب، تغییر دکور داخلی منزل کاری ساده و راحت جلوه می‌کند. در این زمینه، به گزیده ۱۳-۳ توجه کنید که از برنامه نوسازی منزل پزشک/املاک^۱ (شبکه پنج، بریتانیا) گرفته شده است.

1. *The House Doctor*

گزیده ۱۳-۳

پزشک/مالک (شبکه ۵، ۲۰۰۳)

[مالکین، دو خانم، در حال نشان دادن خانه خود به مجری برنامه، آن موریس هستند؛ خانه‌ای که یک سال است به فروش نرفته. م: آن موریس؛ خ: دو خانم مالک خانه.]

نم - م و خ در دستشویی.	۱	م	خی: : لی خب (.) دستشویی کوچک و قشنگیه =
ند - دستشویی.	۲	خ	= بله
نم - م به خ.	۳	م	فقط یک کم دلگیره (.)
ند - با نارضایتی به	۴		< این کابینت تیره زیاد خوب نیست > (.)
دور و بر دستشویی نگاهی می‌اندازد.	۵		یه جورایی باعث می‌شه خونه قدیمی جلوه کنه (.)
ند - کابینت دستشویی. ندور -	۶		فقط باید چند تا دستکاری کوچیک انجام داد < به نظرم > (.) تا (.)
دستشویی.	۷		یه خرده تر و تازه بشه (.)
ندور - سه اتاق خواب.	۸	م	و این (.) اساساً (.) مشکل
	۹	(صرت)	اتاق خواب‌های بالا هم هست (.)
	۱۰		همه‌شان کمی دلگیرند و باید
	۱۱		چند تا دستکاری کوچیک بشن تا
	۱۲		حس > صمیمیت (.) و زندگی < رو ایجاد کنن [...]

در این گزیده کوتاه، مجری سه بار اشاره می‌کند که نوسازی این خانه به کار چندان زیادی نیاز ندارد. نخست، هنگامی که وضعیت دستشویی و اتاق خواب‌ها را «دلگیر» می‌نامد (به ترتیب در سطرهای ۳ و ۱۰) پیش از این صفت، دو قید مقدار «کم» و «کمی» را با تأکید بیان می‌کند تا نیروی آن صفت را کاهش دهد. در واقع، وی نیروی منفی عبارت وصفی «یک کم دلگیر» (سطر ۳) را با کاربرد واژه تخفیفی «فقط» (سطر ۳) باز هم کاهش می‌دهد. دوم، وی در سطر ۴ نارضایتی خود را از کابینت دستشویی ابراز می‌کند، ولی به سرعت می‌افزاید، «فقط باید چند تا دستکاری کوچیک انجام داد < به نظرم > (.) تا (.)» (سطرهای ۵ تا ۷). بنابراین، کارهای لازم، هم اندک («چند تا دستکاری») و هم سطحی («تر و تازه بشه») هستند. حتی می‌توان گفت که این کارها چندان مهم هم نیستند، چون به عقیده مجری فقط «یه خرده» تر و تازه کردن کابینت لازم است. سوم، وی در سطرهای ۸ تا ۱۱ می‌گوید، وضعیت اتاق خواب‌های بالا نیز

«مشکل» دارد، ولی می‌افزاید که این مشکل به آسانی قابل رفع است، زیرا فقط به چند «دستکاری کوچیک» نیاز دارند. با شنیدن سخنان موریس، هم بینندگان و هم مالکان انتظار دارند که کار اندکی برای نوسازی خانه انجام شود؛ ولی نتیجه، به گفته مجری، چنان خواهد بود که «حس > صمیمیت (.) و زندگی» ایجاد خواهد شد (سطرهای ۱۱ و ۱۲). به این ترتیب، رابطه میان محصولات مادی (کابینت، اتاق خواب) و محصولات نمادین (حس صمیمیت و زندگی)، هم به آسانی برقرار می‌شود و هم به طور ترغیبی بسیار ساده به نظر می‌رسد.

دسترسی‌پذیری سبک‌های زندگی که در این برنامه‌ها به نمایش درمی‌آید، در این نکته نیز ریشه دارد که ارزان جلوه داده می‌شوند. برای مثال، در برنامه امریکایی *مارتا/استوارت*^۱ که درباره سبک‌های زندگی در خانه است، مجری از تجربیات خودش در مقام کارآفرینی خودساخته استفاده می‌کند تا سبک زندگی آرمانی و عرفی طبقه متوسط رو به بالا (سفید پوست و غیر همجنس‌گرا) را تبلیغ کند؛ یعنی همان سبک زندگی که در آن زن نقش سنتی خانم خانه را بر عهده دارد. به این ترتیب، سبک زندگی طبقه متوسط رو به بالا، به عنوان مظهر سلیقه و پسند خوب معرفی می‌شود. نکته مهم این است که مارتا استوارت تلاش می‌کند این سلیقه خوب را در دسترس طبقات اجتماعی - اقتصادی پایین‌تر نیز قرار بدهد. برای نمونه، در هر برنامه معمولاً هم دستور تهیه خوراک‌های لذیذ و گران‌قیمت و هم دستور تهیه غذاهای ساده و ارزان‌قیمت را عرضه می‌کند. چنین می‌نماید که وی با این کار به مردمی کردن سلیقه و پسند می‌پردازد و آن را کالایی در دسترس و ارزان در حیطه سبک زندگی در خانه معرفی می‌کند. (ایوانس دیویس، ۲۰۰۳)^[۳]

برنامه‌های املاک نیز ظاهراً به سلیقه و پسند جنبه مردمی می‌دهند، زیرا تأکید می‌کنند که برای رسیدن به خانه رؤیایی به بودجه اندکی نیاز است. بویژه تأکید برنامه‌های نوسازی خانه این است که با نوسازی می‌توان خانه را به سرعت به فروش رساند، بی‌آنکه به صرف هزینه گزاف نیاز باشد؛ زیرا فقط چیزهای بسیار ضروری خریداری خواهد شد. این برنامه‌ها، در گسستی بنیادی با ارزش‌های زیبایی‌شناختی پیشامدرن که سلیقه خوب را با مواد با کیفیت (و در نتیجه گران) یکی می‌دانست، مواد ارزان‌قیمت را ترجیح می‌دهند؛ زیرا - از نظر ترغیبی - هزینه اندکی برمی‌دارند ولی ظاهر خوبی دارند. به این ترتیب، پسند

1. Martha Stewart

زیبایی‌شناختی چیزی معرفی می‌شود که هم باید در هر خانه‌ای دیده شود و هم از نظر مالی در دسترس بیشتر مردم باشد. همان‌گونه که گزیده ۱۳-۴ نشان می‌دهد، پسند زیبایی‌شناختی نوعی «سرمایه نمادین» (بورديو، ۱۹۸۴) است که هر کسی می‌تواند آن را به دست آورد.

در این گزیده، مجری، میان کاری که انسان باید «به طور آرمانی» (سطر ۷) انجام دهد، و کاری که تصمیم به انجام آن می‌گیرد، تمایز می‌گذارد: به جای اینکه دیوار را بکوبد و بازسازی کند (سطر ۷) فقط آن را رنگ بزند (سطر ۱۱). سیاست صرفه‌جویانه وی «دردسر زیاد» (سطر ۱۳) ایجاد نمی‌کند، زمان چندانی نمی‌برد (سطرهای ۴-۵ و ۸)، و مهم‌تر از همه، «خیلی هم ارزون‌تره» (سطر ۱۳)؛ ولی «قشنگ شده» (سطر ۱۳) - در واقع این تدبیر، به «کارمون عالی بوده» (سطر ۱۲) منجر شده است. به این ترتیب، پسند زیبایی‌شناختی چنان به طور ترغیبی به بینندگان و مالک عرضه می‌شود که کم‌هزینه و امکان‌پذیر با هر بودجه‌ای به نظر بیاید. در واقع، این پسند چیزی است که فقط در جهانی آرمانی نیازمند هزینه فراوان و کیفیت فوق‌العاده است، ولی در جهان «واقعی»، دلمشغولی اصلی بینندگان، کاهش زمان و تلاش و هزینه‌ای است که صرف رسیدن به سبک زندگی مطلوب می‌کنند. در واقع، این همان چیزی است که ویتتر «همیشه به کسانی که می‌خواهند خانه‌شان را بفروشند» می‌گوید (سطرهای ۳ و ۴).

بنابراین، برنامه‌های نوسازی، آشپزی، و تعطیلات فقط شامل توصیه‌هایی درباره تزئین داخلی، مد، پخت‌وپز، و مکان‌های سیاحتی نیستند؛ بلکه می‌خواهند در ذهن بینندگان میان گزینه‌های مادی (پاسیو، آرایش مو، دستور تهیه غذا، و مانند آن) و گزینه‌های نمادین (سبک زندگی خانه‌مدیرانه‌ای، شخصیتی با اعتماد به نفس، رژیم غذایی شیک و متعلق به طبقه متوسط رو به بالا، و جز آن) پیوندی نیرومند و مثبت برقرار سازند. این برنامه‌ها شرکت‌کنندگان - و بینندگان - را به گزینش این سبک‌های زندگی مجبور نمی‌کنند؛ بلکه چون آنها را سریع و ارزان و راحت می‌نمایانند، بینندگان و شرکت‌کنندگان را دعوت می‌کنند که این سبک‌های زندگی را برگزینند. در اینجا باز به یاد جنبه دیگری از آثار وان دایک (۱۹۹۸) می‌افتیم که قدرت را وابسته به ذهن افراد می‌داند، بویژه وابسته به این میل ما که می‌خواهیم ذهن دیگران را چنان کنترل کنیم که دنیا را همچون ما ببینند و آن‌گونه که ما می‌خواهیم رفتار کنند. دستور دادن یکی از راه‌های کسب قدرت است. راه دیگر، که پیچیده‌تر و ظریف‌تر است، مجاب کردن - یا ترغیب - افراد است.

گزیده ۱۳-۴

فروش خانه‌ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)

[آندرو ویتتر در میانه کار نوسازی است. مالک، جودیت، با او در یکی از اتاق‌های خانه است. آ: آندرو ویتتر؛ ج: جودیت.]		
ن‌دور - آ در حال رنگ زدن است و ج	۱	آ در اتاق نشیمن داریم این
کنار او ایستاده است.	۲	(صرت) کابینت‌های قدیمی را رنگ سفید می‌زنیم
نم - ج به سمت	۳	جودیت (.) من همیشه به کسانی که می‌خواهند
ج برمی‌گردد تا با او حرف بزند.	۴	خانه‌شان را بفروشند می‌گویم (.) حتماً باید به دنبال
	۵	سریع‌ترین گزینه باشند
ند - ج به سمت آ سر تکان می‌دهد.	۶	(۱/۰)
نم - آ و ج.	۷	(به ج) البته بهتره که تمام این روکش چوبی دیوار را
		بریزیم پایین، ولی
ند - دست آ روی	۸	به نظر من این کار < خیلی زمان می‌بره > (.)
		چون
روکش چوبی دیوار قرار دارد.	۹	معلوم نیست که پشتش چیه =
ند - ج به آ.	۱۰	ج = نه 'معلوم نیست'
ند - آ و ج در اتاق.	۱۱	آ برای همین داریم اینجا رو رنگ می‌زنیم (.) تا
		همرنگ دیوار بشه (.)
نم - آ و ج.	۱۲	(به ج) کارمون عالی بوده بدون اینکه دچار
ند - آ به ج لبخند می‌زند.	۱۳	دردسر زیاد بشیم (.) قشنگ شده و خیلی هم
		ارزون‌تره [..]

شمار منابع کلامی و غیرکلامی (مانند موسیقی و تصاویر) که در تلویزیون سبک زندگی به کار می‌روند تا کالاها و خدمات مادی و نمادین را به نمایش بگذارند، موجب می‌شود که گفتمان این برنامه‌ها کاملاً حالت ترغیبی پیدا کند. نیروی ترغیبی گفتمان این برنامه‌ها در این نکته نهفته است که می‌تواند بینندگان را مجاب کند که تلویزیون فقط سبک‌های زندگی را نمایش می‌دهد، ولی گزینش آنها در اختیار خود بینندگان است. بنابراین، می‌توان گفت که این برنامه‌ها همان راهبرد پوشیده‌گویی (ن.ک. فصل ۱۱) را اجرا می‌کنند؛ یعنی به انجام ندادن کاری که به‌واقع انجام می‌دهند تظاهر می‌کنند: اینکه بسته‌های حاضر و آماده و راحت سبک زندگی را به بینندگان می‌فروشند. در این کار، شخصیت مجری نقش مهمی دارد؛ و در ادامه این فصل به این مورد می‌پردازیم.

۱۳-۲ از درس‌های «خودت بساز» به ملودرام

برنامه‌های رفاهی و تفریحی در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ بر چارچوبی مشارکتی استوار بودند که در آن کارشناسان (که مجری برنامه نیز بودند) تنها تولیدکنندگان گفتار به شمار می‌آمدند. مردم عادی نیز نقش مشارکتی گیرندگان تصدیقی گفتار مجری را بر عهده داشتند. در این چارچوب مشارکتی، هدف از گفتار مجری کاملاً آموزشی بود؛ و شیوه خطاب و گفتار آنان نیز بیشتر حالت مقتدرانه و توضیحی داشت. این مجریان با گفتار لفظی توصیه‌هایی درباره انجام برخی کارها ارائه می‌دادند: «این کار به این صورت انجام می‌شود»، «برای این کار به این گونه عمل می‌شود». همچنین، از نظر بصری نیز شمار فراوانی از نماهای درشت و نزدیک به کار می‌رفت تا شیوه انجام کاری را که مجری توضیح می‌داد گام به گام نشان دهند. (برانزدون و دیگران، ۲۰۰۱)

امروزه تلویزیون سبک زندگی، همان منش آموزشی اسلافش را حفظ کرده است. ولی بدگمانی رایج به کارشناسان موجب شده است تا مجریان این برنامه‌ها تغییر بنیادی پیدا کنند. دو گزیده ۱۳-۵ و ۱۳-۶ این نکته را نشان می‌دهند.

گزیده ۱۳-۵

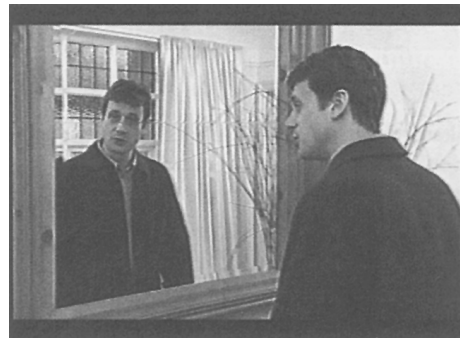
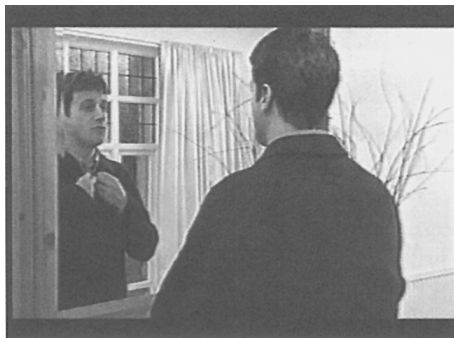
فروش خانه‌ها (شبکه ۴، ۲۰۰۳)

[آندرو ویتتر کار نوسازی را به پایان برده و تغییراتی را که صورت گرفته است شرح داده و حالا در حال توضیح «بایدها و نبایدهای» نوسازی خانه به بینندگان است. تمام این گزیده فقط شامل گفتار ویتتر، رو به دوربین (رد) یا روی تصویر (رت)، است. آ: آندرو ویتتر.]

نم - آشپزخانه و	۱	(رت)	[. . .] هرگز آنها را نترسانید با اتاق‌هایی که به
دستشویی ناتمام.	۲		لوازم گران‌قیمت نیاز دارند (۲/۰)
نم - آ روی صندلی	۳	(رد)	> خریداران حرفه‌ای جوان و پولدار < که
فلزی می‌نشینند.	۴		خریداران تازه‌کار نیستند > سبک زندگی
			شیک <
	۵		را می‌پسندند
نم - آشپزخانه مدرن	۶	(رت)	پس > دکور امروزی و مد روز < را انتخاب
			کنید (.)
ند - /جاق گاز از جنس فولاد ضد زنگ	۷		لوازم خانگی از جنس فولاد ضد زنگ و دوش
			برقی
ند - از زیر میز شیشه‌ای	۸	(رد)	اما (.) اگر چیزی کنیف باشد

آشپزخانه. آ گرد و خاک را تمیز	۹	(رت)	(.) با فروش خانه تان خدا حافظی کنید
می کند. ند - آ از	۱۰	(رد)	< مشتری های متعلق به خانواده های مرفه >
در اصلی به سالن بزرگ وارد می شود،	۱۱		خانه ای می خواهند که والدین و بچه ها
در را می بندد و به سمت	۱۲	(رت)	از سبک آن لذت ببرند
دوربین می آید. برش به ند - آ وارد	۱۳	(رد)	پس اگر می توانید (.) یک محوطه غذاخوری ایجاد کنید در
آشپزخانه می شود و به سمت میز می رود.	۱۴		آشپزخانه و لوازم کاربردی مطلوب را جلوه بدهید
ند - لوازمی که توصیف می شوند.	۱۵	(رت)	مانند ماشین ظرفشویی خوب (.) یخچال فریزر بزرگ (.)
ند - سالن تر و تمیز. کودکی خوشگل	۱۶		اجاق گاز خوب و نورپردازی پیچیده (۲/۰)
به سمت دوربین می دود.	۱۷		اما نگذارید که < بچه ها و حیوانات > در حین بازدید مشتری
ند - گریه ایرانی زیر میز.	۱۸		به این طرف و آن طرف بدوند (.) چون
ند - سالن، سپس برش سریع به ند و نم	۱۹		نمایش شما را بر باد می دهند (.)
- آ کنار پله ها ایستاده است.	۲۰	(رد)	آنچه خانواده های کم بودجه می خواهند
ند - سالن استراحت شبیک و تمیز.	۲۱		سبک زندگی کاملاً ساده و راحت است [. . .]
ند - تخت خواب. نم - اتاق خواب، سپس	۲۲	(رت)	پس از شر خرت و پرت ها خلاص شوید تا جا حسابی باز شود
برش به نم - پله ها.	۲۳		و مطمئن شوید که کاربرد هر اتاق
ند - قاب ترک خورده پنجره.	۲۴		< کاملاً مشخص > باشد
ند - رایانه. نم - میز	۲۵		کارهای ناتمام را سر و سامان بدهید و (.)
مطالعه. نم - بقیه اتاق مطالعه با	۲۶		اگر اتاق مطالعه بزرگی دارید
میل تخت خواب شو.	۲۷		یک مبل تخت خواب شو در آن بگذارید تا نشان بدهید که از آن
ند - سالن، آ رو به آینه.	۲۸		می توان به جای اتاق میهمان استفاده کرد (.)
ند - آ پیراهنش را صاف می کند، زیپ	۲۹	(رد)	و سرانجام (.) و این در مورد همه گروه های خریدار صدق می کند
کاپشنش را بالا می کشد و با رضایت لیختد.	۳۰		(.) بعلاوه نقش خودتان را در بسته سبک زندگی
	۳۱		فراموش نکنید (.) پس (.)
	۳۲		خودتان را تر و تمیز نشان بدهید قبل از > هر
	۳۳		بازدید < [. . .]

در گزیده ۱۳-۵ گفتار وینتر دو درس در خود دارد. یکی همان تلفیق قلمروهای مادی و نمادین است که پیشتر در مورد آن سخن گفتیم. به گفته این مجری، «> دکور امروزی و مد روز<» به طور اعم و «لوازم خانگی از جنس فولاد ضد زنگ و دوش برقی» (سطرهای ۶ و ۷) به طور اخص، مظهر «> سبک زندگی شیک<» است (سطرهای ۴ و ۵). این سبک زندگی شیک نیز دال بر نوعی هویت اجتماعی است؛ یعنی «> خریداران حرفه‌ای جوان و پولدار<» (سطر ۳) - این هویت، هویت‌های دیگر و هماورد، برای مثال «خریداران تازه‌کار» (سطرهای ۳ و ۴) را کنار می‌گذارد. به همین ترتیب، وینتر در سطرهای ۱۳ تا ۱۶ «محوطه غذاخوری در آشپزخانه» و «لوازم کاربردی مطلوب مانند ماشین ظرفشویی خوب (.» یخچال فریزر بزرگ (.» اجاق گاز خوب و نورپردازی پیچیده» را آشکارا به «جلوه‌فروشی» (سطر ۱۴) و سبک زندگی خانواده‌ای با لذت‌های شیک (سطر ۱۲) ربط می‌دهد. این لوازم نیز هویت «خانواده مرفه» (سطر ۱۰) را نشان می‌دهند. برعکس، هویت خانواده «کم بودجه» (سطر ۲۰) همخوان است با «سبک زندگی کاملاً ساده و راحت» (سطرهای ۲۰ و ۲۱) که به گزینش‌های مادی معینی منجر می‌شود؛ مانند کنار گذاشتن لوازم تزئینی (که وینتر آنها را «خرت و پرت» می‌نامد) و گذاشتن مبل تختخواب‌شو در اتاق مطالعه بزرگ (سطرهای ۲۲ تا ۲۸). به این ترتیب، در سرتاسر این گزیده بینندگان می‌آموزند که مشتری و سبک زندگی و گزینش‌های هویتی به هم ربط دارند.



«خودتان را تر و تمیز نشان بدهید قبل از > هر بازدید<»
(گزیده ۱۳-۵، سطرهای ۳۲ و ۳۳)

«به‌علاوه نقش خودتان را در بسته سبک زندگی فراموش
نکنید» (گزیده ۱۳-۵، سطرهای ۳۰ و ۳۱)

تصویر ۱۳-۲ / اهمیت زیبایی‌شناسی (۲)

تصویر ۱۳-۱ / اهمیت زیبایی‌شناسی (۱)

درس دیگر به اهمیت زیبایی‌شناسی، یا بهتر بگوییم، به اهمیت نمایش عمومی آن ربط دارد. این، همان‌گونه که پیشتر گفتیم، به بی‌علاقگی این برنامه‌ها به انجام تغییرات اساسی مربوط است؛ زیرا این تغییرات اساسی لازمه رسیدن به پسند خوب نیستند. برای نمونه، توجه کنید که در گزیده بالا، وینتر بخش‌های مهم گفتمان‌ش درباره ظاهر خانه یا فروشنده را با تأکید و شمرده ادا می‌کند: «اگر چیزی کثیف باشد» (.) با فروش خانه‌تان خداحافظی کنید» (سطرهای ۸ و ۹)؛ «نگذارید که < بچه‌ها و حیوانات > در حین بازدید مشتری به این طرف و آن طرف بدوند» (.) چون نمایش شما را بر باد می‌دهند» (سطرهای ۱۷ تا ۱۹)؛ و «بعلاوه نقش خودتان را در بسته سبک زندگی فراموش نکنید» (.) پس (.) خودتان را تر و تمیز نشان بدهید قبل از < هر بازدید >» (سطرهای ۳۰ تا ۳۳). در سطرهای ۸ و ۹ نمای نزدیکی از وینتر از زیر میز شیشه‌ای دیده می‌شود که دارد روی میز را تمیز می‌کند؛ این، یعنی عمل به همان گفتاری که خودش در مورد تمیزی خانه بر زبان می‌آورد. در سطرهای ۱۷ تا ۱۹ تصاویری از کودکی زیبا که در حال دویدن در سالنی تر و تمیز است و گربه‌ای ایرانی که زیر میزی ظریف و قشنگ دراز کشیده است، همزمان با گفتار وینتر ارائه می‌شوند که می‌گوید، این کارها - هر قدر هم که کودک زیبا یا گربه از نژاد اصیل باشد - «نمایش را بر باد می‌دهند». و در سطرهای ۲۹ تا ۳۳ معنای واقعی گفتار وینتر درباره تر و تمیزی، با نمایی متوسط از او مشخص می‌شود که جلوی آینه خطاب به دوربین حرف می‌زند (تصویر ۱۳-۱). این کردار وی همزمان با گفته‌های اوست که به بینندگان یادآوری می‌کند: «نقش خودتان را در بسته سبک زندگی فراموش نکنید» (سطرهای ۳۰-۳۱). سپس او را می‌بینیم که در حال عمل به همین توصیه است؛ یعنی پیراهنش را صاف می‌کند و زیپ کاپشنش را بالا می‌کشد (تصویر ۱۳-۲). پیراهن و کاپشن مجری نو و اسپرت به نظر می‌رسند و خودش نیز ریشش را تراشیده و موهایش را خوب اصلاح کرده است. در این گزیده، وینتر به جای اینکه ملاحظات قدیمی خشت و آجر و ساختار را در فروش خانه مؤثر بداند، به بینندگان می‌آموزد که فروش خانه بر نمایش زیبایی‌شناسی استوار است.

آنچه بیش از درس‌های وینتر اهمیت دارد، شیوه آموزش وی است. در این گزیده، وی چندین توصیه گفتاری ارائه می‌دهد و سپس در نماهای درشت و نزدیک عمل به آن توصیه‌ها را می‌بینیم (برای مثال در سطرهای ۷، ۱۵-۱۶، ۱۹، ۲۳، ۲۵، و ۲۶). وینتر از

«حقایق مسلم» همچون «الف، ب را می‌خواهد یا می‌طلبد» نیز استفاده می‌کند و سپس آنها را با کنش‌هایی مشخص ادامه می‌دهد «در نتیجه شما هم کار ج را انجام دهید» [تا به نتیجه برسید] (سطرهای ۷-۳، ۱۰-۱۶، ۲۰-۲۸). شیوه خطاب او همیشه مستقیم، و معنای منظوری^۱ توصیه‌های (دستورات) او تقریباً همیشه صریح است: «هرگز آنها را نترسانید...» (سطر ۱)، «انتخاب کنید» (سطر ۶)، «لوازم کاربردی مطلوب را جلوه بدهید» (سطر ۱۴)، «نگذارید که...» (سطر ۱۷)، «از شر... خلاص شوید» (سطر ۲۲)، «مطمئن شوید...» (سطر ۲۳) و «کارهای ناتمام را سر و سامان بدهید» (سطر ۲۵). به طور کلی، شیوه آموزشی وینتر یادآور لحن پدرسالار گفتمان قدیمی خدمات عمومی در تلویزیون زمینی بریتانیاست، هرچند محتوای درس‌های وی بیشتر بر گزینه‌های مشتری محور سبک زندگی استوار است تا بر شیوه‌های سنتی زندگی.

با این حال، شیوه آموزشی وینتر از یک جنبه مهم با اسلافش فرق دارد: اینکه خودش را کارشناسی مقتدر و بی‌طرف نشان نمی‌دهد، بلکه تصویری از یک مشتری مطمئن را ارائه می‌دهد که در مورد کالای مورد نظرش خوب تحقیق کرده است و حالا در حال تفسیر سبک‌های رایج زندگی به خاطر دیگر مشتریان - یعنی بینندگان و شرکت‌کنندگان برنامه - است. این نکته، از جمله، در این مورد آشکار است که وی نقش محرک برخی از حقایق مسلم را بر عهده دارد، ولی نقش مؤلف آنها را به دیگران نسبت می‌دهد. بنابراین، «خریداران حرفه‌ای جوان و پولدار» (سطر ۳)، «مشتری‌های متعلق به خانواده‌های مرفه» (سطر ۱۰)، و «خانواده‌های کم بودجه» (سطر ۲۰) هستند که به ترتیب سبک‌های زندگی مشخصی را «می‌پسندند» (سطر ۵) و «می‌خواهند» (سطرهای ۱۱ و ۲۰).

بنابراین، در گزیده ۱۳-۵ وینتر خواسته‌های زیبایی‌شناختی گروه‌های مختلف اجتماعی را چنان پی‌ریزی می‌کند که با سبک‌های زندگی ارائه شده در برنامه همخوانی داشته باشند. به این منظور، وی پیوسته خودش را از آن قالب سنتی کارشناس بی‌طرف جدا می‌سازد. نیروی ترغیبی اجرای وینتر، همچون مجریان برخی از برنامه‌های باغبانی و سیر و سفر، تا اندازه‌ای به دلیل این توانایی اوست که خودش را شخصیت و مفسری جذاب می‌نماید - یعنی به صورت فردی مطلع که آگاهانه به «منبع اصلی» اندیشه‌هایی تبدیل می‌شود که این

1. illocutionary force

برنامه‌ها با توسل به آنها بینندگان را به پیروی از سبک‌های گوناگون زندگی دعوت می‌کنند. (تیلور، ۲۰۰۲)

در گزیده ۱۳-۶ نمونه دیگری از این دوری‌گزینی مجری از قالب کارشناس سرد و بی‌اعتنا دیده می‌شود. این گزیده از برنامه *مارتا/استوارت* گرفته شده که درباره زندگی در خانه است. *مارتا استوارت*، مثلاً هنگامی که بایدها و نبایدهای استفاده از جایگزین‌های پودر نانوائی [بیکینگ پودر] را توضیح می‌دهد، در عمل بینندگان را راهنمایی می‌کند. شیوه آموزشی وی همزمان بر راهبردهای سلبی نزاکت (پرهیز از تحمیل) و راهبردهای ایجابی نزاکت (ایجاد پیوندهای مشترک) استوار است. مورد نخست با فردگرایی رایج در برخی از فرهنگ‌های انگلوساکسون، از جمله آمریکا، همخوانی دارد. مورد دوم نیز با این ایدئولوژی رایج در آمریکا سازگار است که تفاوت‌های طبقاتی را نفی، و آرمان برابری و همبستگی اجتماعی را ترغیب می‌کند (ایوانس دیویس، ۲۰۰۳). این دو راهبرد، تصویر مشخصی از مجری - مفسر سبک زندگی ارائه می‌دهند؛ اینکه فردی آگاه و یاری‌رسان است، دوست دارد بینندگان را با خودش برابر بداند، و نمی‌خواهد توصیه‌هایش را به آنان تحمیل کند.

گزیده ۱۳-۶

مارتا استوارت (شرکت تولیدات تلویزیونی

مارتا استوارت، ۲۰۰۴)

[این گزیده بخشی از کلاس آشپزی در برنامه *مارتا/استوارت* است. م: مارتا استوارت.]

۱	م	موقع پخت نان یا شیرینی، هر قدر هم که مواد مورد نیاز شما به اندازه کافی باشد (.)
۲		حتماً مواقعی پیش می‌آید که می‌بینید یک ماده مهم را
۳		ندارید (.) حالا یا می‌توانید کارتان را ول کنید و بدوید به سمت مغازه (.) یا اینکه
۴		می‌توانید با استفاده از یک ماده جایگزین در وقت و هزینه خود صرفه‌جویی کنید (.) حالا چند
۵		چیز را به شما آموزش می‌دهم که به نظر من نتیجه خوبی می‌دهند (.) به جای
۶		یک قاشق چایخوری پودر نانوائی (.) <u>یک‌هشتم قاشق چایخوری کرم</u>
۷		تارتار را با یک چهارم قاشق چایخوری جوش شیرین مخلوط کنید (.) این کار هم برای
۸		مواقعی مفیده که پودر نانوائی ندارید و هم برای مواقعی که پودر نانوائی تان دیگر
۹		جوشش لازم را نداره (۲/۰) پودر نانوائی را باید همیشه قبل از استفاده امتحان کنید؛ یعنی یک
۱۰		قاشق از آن را در آب جوش بریزید (.) اگر زود نجوشید و کف نکرد (.) از
۱۱		آن پودر < نباید استفاده کرد >

بنابراین، در گزیده ۱۳-۶ هدف استوارت از راهبردهای سلبی نزاکت، ایجاد این حس است که بینندگان خودشان می‌توانند گزینه‌ها - نه قواعد - پیشنهادی وی را بپذیرند [یا نپذیرند]. برای نمونه، وی یا هر نکته را با افعال وجه‌نما همراه می‌کند («باید همیشه قبل از استفاده امتحان کنید . . .»، سطر ۹) یا فعل نفی به کار می‌برد («از آن پودر > نباید استفاده کرد <»، سطر ۱۱). با این دو راهبرد، میزان تحمیلی که آموزش دیگران به همراه دارد، به کمترین میزان می‌رسد. همچنین، وی به جای اینکه روش خودش را ترجیح بدهد، راه‌حل‌های دیگری نیز پیشنهاد می‌دهد: «(.) حالا یا می‌توانید کارتان را ول کنید و بدوید به سمت مغازه» (سطر ۳).

راهبردهای ایجابی نزاکت نیز اصولاً بر تأکید زمینه‌های مشترک میان وی و بینندگان استوارند. برای نمونه، در سرتاسر گزیده، «شما»ی عام ضمیر همساز است و هدف از آن این است که مجری و بینندگان را در کار روزمره پخت نان یا شیرینی به هم پیوند دهد. در سطرهای ۱ تا ۳، استفاده استوارت از ضمیر عام «شما» باعث می‌شود که مسئله مورد بحث («نداشتن یک ماده مهم») گریزناپذیر («حتماً مواقعی پیش می‌آید») جلوه کند - «هر قدر هم که مواد مورد نیاز شما به اندازه کافی باشد». پیام نهفته این سخنان این است که هیچ‌کس کامل نیست. در این گزیده، استوارت فقط یک بار از ضمیر اول شخص «من» استفاده می‌کند: «حالا چند چیز را به شما آموزش می‌دهم که به نظر من نتیجه خوبی می‌دهند» (سطرهای ۴ و ۵). وی با این کار می‌خواهد به بینندگان نزدیک‌تر شود و تجارب شخصی و اطلاعات تخصصی خود را با آنان در میان بگذارد نه اینکه به ایشان تحمیل کند.

تلویزیون سبک زندگی، هم کارشناسان را از جایگاه پیشین‌شان پایین کشیده است و هم از مدت زمان حضورشان کاسته و آن را به مردم عادی بخشیده است. برای نمونه، به یاد بیاورید که در گزیده ۱۳-۱ مجری با یکی از مردم عادی، کلیر، در خانه‌اش گفتگو می‌کند، سپس در نمای بعد خود کلیر را می‌بینیم که گویی بی‌توجه به حضور دوربین، خانه‌اش را به مشتری (یکی دیگر از مردم عادی) نشان می‌دهد.

در برنامه‌های به‌سازی ظاهر افراد نیز مردم عادی را به صورت فاعل سخنگو نشان می‌دهند؛ مردمی که سرگرم فعالیت‌ها و کردارهای روزمره‌اند و با مجری و دیگر مردم عادی تعامل دارند. مجریان نیز در محیط‌های آشنا و امن نشان داده می‌شوند و همراه با

شرکت کنندگان عادی به همان کارهایی می پردازند که بینندگان در زندگی روزانه خود انجام می دهند. در بخش آخر این فصل به همین تعامل مجری و شرکت کنندگان در چارچوب فعالیت های روزمره، و توان ترغیبی آنها، خواهیم پرداخت.

در سرتاسر گزیده ۷-۱۳ که از برنامه مکان، مکان، مکان گرفته شده، دو مجری و یک زوج را می بینیم که در حال گفتگو درباره محاسن و معایب یک خانه هستند. این گفتگو یا در تصویر است (سطرهای ۱ تا ۹، ۴۰ تا ۴۵) یا به صورت گفتار روی تصویر (سخنان آلسپ^۱ در سطرهای ۱۰ تا ۳۹). گفتگوی نوع نخست، میان جیم و آلسپ، چنان طراحی و اجرا شده است که سرزنده به نظر برسد (ن.ک. فصل ۵). در سرزندگی این گفتگو سه عامل نقش دارند. نخست، استفاده جیم از زبان توصیفی و سبک بیانی که بالبداهه و تمرین نشده جلوه می کند. نمونه های زبان توصیفی، استفاده از صفت های «خیلی بد» (سطر ۳) و «وحشتناک» (سطر ۶) و عبارت «و همه این مزاحمت ها» (سطر ۴۳) است. نمونه های سبک بیان بالبداهه، تأکید آشکار وی در ادای صفات و نیز عذرخواهی اش در سطرهای ۴۴-۴۵ («آه .») نه («.») ببخشید» است. این عذرخواهی در واقع پایان بخش توصیف پر آب و تاب است که از زندگی فرضی اش در آن خانه ارائه می دهد (سطرهای ۴۰ تا ۴۵).

دومین عامل، استفاده جیم از زبان سرزنده است (ن.ک. فصل ۴). جیم در سطرهای ۳-۴، ۶، و ۸-۹ واکنش اش به خانه را در هر سه نقش محرک و مؤلف و گوینده اصلی بیان می کند. نیز، در سطرهای ۴۰ تا ۴۵ خودش را مؤلف و محرک و گوینده اصلی نشان می دهد: «یک هفته که اینجا زندگی کنم باید اسباب کشی کنم و برم» (سطر ۴۰). ولی چیزی نمی گذرد که فقط نقش محرک و مؤلف را بر عهده می گیرد و نقش گوینده اصلی را یا به دوم شخص عام «نمی تونی» (سطر ۴۱) نسبت می دهد یا به اول شخص جمع «ما» (سطر ۴۳) که شامل خودش و، برای نخستین بار در این گزیده، همسرش هدر است. در زمینه همین استفاده از زبان بیانگرا و بالبداهه است که عذرخواهی جیم در پایان سخنانش دوباره نشان از بازگشت به گفتار سرزنده دارد، هرچند این گفته وی آشکارا «من عذر می خواهم» نیست.

1. Allsopp

گزیده ۷-۱۳

مکان، مکان، مکان (شبکه ۴، ۲۰۰۳)

[مجریان برنامه، کریستی آلپ و فیل اسپنسر، می‌خواهند خانه‌ای را به یک زوج (جیم و هدر) نشان بدهند که در ملکی بزرگ در حومه گلاسکو ساخته شده است. هر چهار نفر وارد خانه می‌شوند و در سالن می‌ایستند. آ: آلپ؛ ج: جیم.]

نم/از سمت راست -	۱	آ	مثل یک بوم سفیده (.) همه چیز تر و تمیزه
گروه در سالن.	۲		کاملاً (.) امن هم هست (.) محیط کاملاً امن
ند - ج.	۳	ج	به نظر من که خیلی بده (.) زمین ماگنولیا (.) زمین یک ممیز
	۴		هفت [۱/۷] بچه‌س (.) [این
	۵	آ	[فکر [کن به
	۶	ج	[وحشتناکه =
ند - ملک بزرگ.	۷	آ	= ولی ملک خیلی با ارزش و اعیانیه (.)
ند/از بالا -	۸	ج	از چه نظر اعیانیه؟ (.) به نظر من که اعیانی نیست (.) من
گروه. ند - آ.	۹		اینو اعیانی نمی‌بینم (آلپ لبخند می‌زند) (۱/۰)
نم، ند، نم، ند -	۱۰	آ	ای بابا (.) ما هنوز از سالن رد نشده‌ایم و شما دارید
اتاق دلپذیر غذاخوری	۱۱	(صرت)	همه چیز را خراب می‌کنید
و نشیمن.	۱۲		
	۱۷-۱۳		[بر روی نماهای نزدیک و متوسط و دور از اتاق‌ها و اشیای تزئینی داخل آنها توصیفات تحسین‌آمیز آ به گوش می‌رسد.
			صدای موسیقی آرام در پس‌زمینه تصاویر.]
	۳۸	(صرت)	تردید ندارم که اینجا برای خیلی‌ها خانه زیبایی است، ولی
	۳۹		معلومه که برای جیم و هدر این‌طور نیست
نم/از سمت چپ -	۴۰	ج	یک هفته که اینجا زندگی کنم باید اسباب‌کشی کنم و برم (.)
گروه.			
ند/از بالا - ج.	۴۱		نمی‌تونی یکشنبه‌ها بگیری بخوابی با این همه
به گروه.	۴۲		سر و صدای ماشین چمن‌زنی و شستن ماشین‌ها
	۴۳		(هدر می‌خندد) و همه این مزاحمت‌ها (.) ما مجبور می‌شیم که
	۴۴		بریم و بشیم عضو باشگاه ورق‌بازی (همه می‌خندند) (.) و
			آه (.) نه (.)
برش به صحنه بعد	۴۵		ببخشید [. . .]

عامل سوم، ماهیتی مجازی دارد. در تعامل مجری - شرکت‌کننده در گزیده ۷-۱۳ گفتار و نگاه هیچ‌یک از افراد رو به دوربین نیست؛ و در عوض اندازه نماها به سرعت تغییر می‌کند. برای نمونه، در یک جمله که در سطرهای ۱۰ تا ۱۲ بیان می‌شود، اندازه نما از متوسط به نزدیک، سپس دوباره به متوسط و بعد به نمای دور از اتاق‌ها تغییر می‌یابد. نیز توجه کنید که جای دوربین در نماهای گروهی در سطرهای ۱، ۸، و ۴۰ تغییر می‌کند. همه اینها نشان می‌دهد که همزمان چند دوربین در محل وجود دارد که اتاق‌ها و تعامل میان افراد حاضر در تصویر را ضبط می‌کنند. همچنین، این حس ایجاد می‌شود که در مرحله پس از فیلمبرداری تصمیم گرفته‌اند برخی از نماها را اضافه و برخی را حذف کنند. نمونه این کار در سطرهای ۴۱ تا ۴۴ رخ می‌دهد که دوربین از بالا به سمت جیم زوم می‌کند - این نما موضوع (جیم) را نسبت به دوربین در موضعی ضعیف‌تر قرار می‌دهد و به این ترتیب با سخنان طنزآمیز جیم تعامل برقرار می‌کند. در واقع، دوربین چندین بار روی جیم متمرکز می‌شود و در حالی که او خانه را توصیف می‌کند، چندین نمای نزدیک از او نشان می‌دهد. برای مثال در سطرهای ۳-۴ و ۶ واکنش جیم به چرب‌زبانی آل‌سپ را در نمای نزدیک می‌بینیم. توصیف پر آب و تاب جیم از خانه (سطرهای ۴۰ تا ۴۵) نیز در نمای نزدیک به بینندگان ارائه می‌شود که از نظر بصری واکنش‌های دیگران را حذف می‌کند.

در گزیده ۷-۱۳ هدف از کاربرد فراوان نماهای نزدیک و درشت، القای حس طبیعی بودن و ایجاد سرگرمی است. در این نوع برنامه‌ها در لحظات مهم، بویژه در لحظات آشکارسازی، نماهای درشت به کار می‌رود تا واکنش‌های چهره افراد نشان داده شود. همان‌گونه که پیشتر گفتیم، مجریان برنامه‌های سبک زندگی، مجموعه‌ای از ایده‌های مادی و نمادین را در دسترس شرکت‌کنندگان و بینندگان می‌گذارند تا سبک دلخواه‌شان را از میان آنها برگزینند. در گزیده ۷-۱۳ فرض تهیه‌کنندگان احتمالاً این بوده است که بینندگان می‌خواهند ببینند آیا آل‌سپ و اسپنسر در مقام دو مجری - شخصیت می‌توانند جیم و هدر را قانع سازند که این سبک زندگی را انتخاب کنند یا خیر. از این رو، تأکید بر واکنش‌های جیم بر جنبه سرگرمی‌آفرینی ملودرام این برنامه می‌افزاید.

در این قسمت از فصل حاضر، برای اینکه تحلیل‌ها روشن‌تر و مفهوم‌تر باشند، چارچوب‌های مشارکتی ملودرام و آموزشی را جدای از هم تصور کردیم، ولی در عمل این دو در هم می‌آمیزند، زیرا تعامل‌های سرگرمی‌آفرین و ساختگی که در برنامه‌های سبک زندگی رخ می‌دهد، اغلب حاوی آموزش‌هایی است. در گزیده ۷-۱۳ ارزش ملودرام برنامه

بر دو چیز استوار است: یکی پیش‌بینی لحظه آشکارسازی («آیا جیم و هدر از این خانه خوششان می‌آید؟») و دیگری کشمکش احتمالی میان شرکت‌کننده و مجری. ارزش آموزشی برنامه نیز در همین کشمکش، بویژه تبیین آرای آل‌سپ و جیم در مورد سبک زندگی دلخواه، ریشه دارد. توصیف‌های آل‌سپ در سطرهای ۱ و ۲ که خانه را «تر و تمیز» و «امن» (۱) محیط کاملاً امن معرفی می‌کند، و در سطر ۷ آن را «ایمانی» می‌خواند، نشان‌دهنده نوعی سبک زندگی معقول و محافظه‌کار و زیبایی‌پسند است که امروزه در بسیاری از برنامه‌های سبک زندگی تبلیغ می‌شود. تعریف و تمجیدهای وی از اتاق‌های خانه، همراه با کاربرد آگاهانه زوایای دوربین و موسیقی ملایم (سطرهای ۱۳ تا ۳۷) برای این است که بیننده ترغیب شود که این گزینه‌های مادی و سبک‌های زندگی و هویت‌ها ارزش‌گزینش دارند. همان‌گونه که آل‌سپ کارشناس املاک، بیرون از تصویر می‌گوید: «تردید ندارم که اینجا برای خیلی‌ها خانه زیبایی است» (سطر ۳۸).

دیدگاه جیم کاملاً متفاوت است. از نظر وی، خرید این خانه پیوستن به سبک زندگی‌ای است که در آن مردم برای اینکه به خانه‌شان ببالند، هر هفته با ماشین‌های چمن‌زنی به جان چمن‌ها می‌افتند و با شیلنگ‌های فشاری ماشین‌هایشان را می‌شویند (سطر ۴۲) — چیزی که به نظر جیم بیهوده و مایه آزار و اذیت است («همه این مزاحمت‌ها»، سطر ۴۳). بعلاوه، از نظر جیم خرید این خانه یعنی گزینش سبک زندگی سازشکار و هم‌رنگ جماعت و ظاهرپسند طبقه متوسط (برای همین در سطرهای ۴۳ و ۴۴ اشاره می‌کند که باید بروند و عضو باشگاه ورق‌بازی بشوند). بنابر پسند بصری امروز مردم بریتانیا در زمینه تزئینات داخلی، ماگنولیا رنگ طبقه متوسط است، یعنی ملال‌آور و بی‌مزه. عبارت «یک ممیز هفت [۱/۷]» نیز اشاره به آمار و ارقامی دارد که اغلب درباره تعداد فرزندان هر خانواده بریتانیایی ذکر می‌کنند.

تبیین پسندهای جیم و آل‌سپ در مورد سبک زندگی، نویدبخش تقابل است، بویژه اینکه این گزیده در یک سوم آغازین برنامه رخ می‌دهد و بینندگان دوست دارند ببینند این دو تا آخر با هم چگونه رفتار خواهند کرد. مهم‌تر از همه، تعامل این دو نفر با صدای روی تصویر (سطرهای ۱۰ تا ۳۹) به دو قسمت تقسیم شده است (سطرهای ۱ تا ۹ و ۴۰ تا ۴۵). در صدای روی تصویر، آل‌سپ از نقشی که در ملودرام برنامه دارد جدا می‌شود و نقش «میانجی» را بر عهده می‌گیرد. گافمن (۱۹۷۴: ۲۲۶-۲۲۷) میانجی را چنین تعریف می‌کند:

بیننده‌ای کارشناس که نقش یکی از شخصیت‌ها را نیز ایفا می‌کند و می‌تواند درباره همه جنبه‌های برنامه اظهار نظر کند، و چیزهایی را مورد توجه مستقیم قرار بدهد که دیگر شخصیت‌ها خودشان را غرق در آن می‌یابند. میانجی، پانوشتی سخنگوست.

آلسپ در نقش ملودرامش، گفتمان جیم را زیرکانه فرابازنمون می‌کند. از همین روست که وی در سطرهای ۱۰ و ۱۱ واکنش جیم به خانه را عیب‌جویانه و عجولانه می‌خواند: «ای بابا!». ما هنوز از سالن رد نشده‌ایم و شما دارید همه‌چیز را خراب می‌کنید. شایان ذکر است که هرچند آلسپ گفتارش را بالبداهه اجرا می‌کند، اما می‌خواهد با نشاط هم به نظر برسد. زبان بیان‌گرا، تأکید آشکار «ای بابا» و اصطلاح عامیانه «خراب می‌کنید» همگی برای بازنمون گفتار جیم به کار رفته‌اند. بعلاوه، وی از گفتار زنده نیز استفاده می‌کند تا انتقاد قبلی جیم را کاهش دهد. به همین دلیل، نقشی را ایفا می‌کند که فقط یک محرک و چند مؤلف دارد، و این چند مؤلف گوینده اصلی نیز هستند: «ما هنوز از سالن رد نشده‌ایم...» (سطر ۱۰). با این حال، توضیح آلسپ در سطرهای ۳۸ و ۳۹ بر فاصله میان «ما» (بسیاری از افراد از جمله خودش و اسپنسر) و «آنها» (جیم و هدر) تأکید می‌کند.

اینکه آلسپ از نقش ملودرامی برنامه بیرون می‌آید و درباره یکی از شخصیت‌ها نظر می‌دهد، در واقع اشاره به بینندگان است که بدانند درس این قسمت درباره چیست. در این مورد، باید خاطرنشان کنیم که این قسمت از برنامه مکان، مکان، مکان که گزیده ۷-۱۳ از آن گرفته شده، از معدود قسمت‌هایی است که شرکت‌کنندگان نمی‌توانند خانه دلخواه‌شان را پیدا کنند. با توجه به نکاتی که در اینجا مطرح ساختیم، به آسانی می‌توان نتیجه گرفت که این پایان ناخوش، جزء اساسی درسی است که بینندگان از تعامل کشمکش جیم و آلسپ فرا می‌گیرند؛ تعاملی ساختگی که البته به خودی خود سرگرمی‌آفرین است.

۳-۱۳ نتیجه‌گیری

هدف از تلویزیون سبک زندگی، ترغیب است: هدف ارتباطی این برنامه‌ها این است که بیننده را مجاب کنند تا کالاها و خدمات مورد نمایش را خریداری کند. ماهیت این کالاها و خدمات در اصل نمادین است؛ ولی با گزینش‌های مادی و مشهود رابطه‌ای نیرومند دارند. همان‌گونه که در گزیده‌های ۱-۱۳ و ۵-۱۳ دیدیم، محوطه پاسیو به نمادی از سبک زندگی دلپسند مدیریتانه‌ای و بیرون از خانه تبدیل می‌شود، و اندازه یخچال-فریزر نشانه اصلی هویتی می‌شود که برخی از بینندگان شاید خواستار آن باشند. اتفاقاً در این برنامه‌ها،

هویت اجتماعی چنان ساخته می‌شود که تلفیقی از جمعیت‌شناسی سنتی و الگوهای امروزی زندگی و صرف پول و وقت است.

در این فصل، با تجزیه و تحلیل چند نمونه از برنامه‌های نوسازی خانه، چند جنبه مهم از نمایش ترغیبی سبک‌های زندگی را در این برنامه‌ها مشخص کردیم. یکی از این جنبه‌های مهم، تأکید بر ظاهرپسندی است. به عقیده گیدنز (۱۹۹۱: ۲۰۰) در جوامع مدرن، ظاهر به «معیار اصلی ارزش» تبدیل می‌شود و پیشرفت در اصل «بر پایه جلوه ظاهری» مورد سنجش قرار می‌گیرد. تلویزیون سبک زندگی، با توجه به هم‌افزایی آن با صنعت نیرومند فرهنگ و رفاه، بازتاب و تأکیدی بر این نکته است که در این جوامع نقش سبک بیشتر از محتواست. در برنامه‌های به‌سازی ظاهر افراد، تغییر در ظاهر مردم مترادف با تغییر در هویت آنان است و به همین دلیل است که این تغییرات مهم شمرده می‌شوند. در برنامه‌های نوسازی خانه، بزک کردن و تغییرات ظاهری جایگزین تعمیرات اساسی می‌شود و گفته می‌شود که این تغییرات ظاهری در فروش خانه / سبک زندگی نقش مهمی دارند.

در این فصل به نکته مرتبط دیگری نیز پرداختیم و گفتیم که در این برنامه‌ها، رسیدن به سبک زندگی مطلوب بسیار آسان و ساده جلوه داده می‌شود. این برنامه‌ها، رسیدن به سبک زندگی و خانه دلخواه را صرفاً منوط به چند تغییر ظاهری و سریع و آسان می‌کنند که در مقایسه با تعمیرات اساسی خیلی ارزان‌تر هم درمی‌آید. ضمن آنکه جلوه خوبی هم دارد. سبک‌های جهانگردی که مجریان برنامه‌های سیر و سفر تبلیغ می‌کنند، هم جذابند و هم راحت و بی‌دردسر؛ و اگر بینندگان بخواهند به آن سفرها بروند، لازم نیست «زحمت» آشنایی با زبان و فرهنگ و مردم آن شهرها یا کشورها را بر خود هموار سازند. به همین ترتیب، تغییراتی که در برنامه‌های به‌سازی ظاهر افراد نشان داده می‌شوند، هم از نظر زیبایی‌شناختی و روان‌شناختی جذابند و هم فقط به چند دست لباس جدید و آرایش تازه مو و چهره نیاز است. انواع برنامه‌های تلویزیون سبک زندگی اغلب بر بحث از راحتی و آسانی استوارند. چنین می‌نماید که دلیل تأثیرگذاری این برنامه‌ها در خطری تلویحی است که عمل نکردن به آنها در پی دارد: صرف تلاش و زمان و پول بیشتر برای نوسازی خانه، «زحمت» آشنایی با زبان و مردم کشورهای دیگر در حین تعطیلات، سر کردن با نبود اعتماد به نفس، و مانند آن.

همچنین، در این فصل گفتیم که یکی از دلایل اصلی موفقیت تلویزیون سبک زندگی این است که توانسته همپای زمان به پیش برود. این گونه تلویزیون، همپای دگرگونی اجتماعی - فرهنگی از سبک زندگی پیشامدرن به سبک‌های زندگی مدرن، همان شیوه‌های آموزشی قدیمی خود را با مصرف‌گرایی و چندگانگی دیدگاه‌ها در جوامع مدرن تطبیق داده است. ویژگی اصلی این برنامه‌ها، همچنان «آموزش» است، ولی «آموزگاران» دیگر آن شخصیت‌های مقتدر و خشک نیستند و در مقابل به شخص - مفسر تبدیل شده‌اند: یعنی به مشتریانی آگاه که یا درباره کالاهای موجود که شاید مطابق با نیازهای دیگر مشتریان باشند، تحقیق می‌کنند (گزیده ۱۳-۵) یا اطلاعات تخصصی خود را با دیگران در میان می‌گذارند (گزیده ۱۳-۶). در نتیجه، نوعی چارچوب مشارکتی ایجاد شده که مدعی است «آموزگاران» و «آموزندگان» را بیش از پیش به هم نزدیک ساخته است.

همخوان با معرفی مجری به صورت شخص - مفسر در برنامه‌های سبک زندگی، استودیوهای این برنامه‌ها نیز از مردم عادی انباشته می‌شود؛ و این مردم به شخصیت‌هایی مهم در ملودرام این برنامه‌ها تبدیل شده‌اند. به این ترتیب، به لحاظ نظری، مردم عادی اهمیتی بیشتر از برنامه‌های «خودت بساز» یافته‌اند، زیرا در آن برنامه‌ها مردم تقریباً حضور و گفتاری کمرنگ داشتند، ولی در عمل، مردم عادی فقط موردی برای آموزش مجری‌اند (گزیده ۱۳-۱). گاهی نیز حضور آنان فقط فرصتی در اختیار مجری می‌گذارد تا ثابت کند که این مردم اشتباه می‌کنند و به این ترتیب درس‌هایی ارزشمند را به بینندگان بیاموزد (۱۳-۷)؛ درس‌هایی که اغلب درباره زیبایی‌شناسی است. از آنجا که در جوامع مدرن، ظاهر بر خود فرد برتری دارد (گیدنز، ۱۹۹۱) گفتار مجری بالقوه ترغیبی است و به جای اینکه جامعه‌ای از افراد مستقل بیافریند که خودشان کارشان را انجام می‌دهند، هدفش این است که بینندگان را به پذیرش پسند مجری یا برنامه وادارد - پسندی که با آن کردارهای متفاوت، هویت مشخصی را بیان می‌کنند. (بانر، ۲۰۰۳)

فکر می‌کنید مصریان چگونه مجسمه ابوالهول را ساختند؟ حتماً فکر نمی‌کنید که یک روز گروهی از مردم مصر جمع شدند و گفتند: «هی، بیایید یک مجسمه ابوالهول بسازیم!» البته که این جور نبوده. اگر مردم مصر را به حال خودشان می‌گذاشتند ترجیح می‌دادند وقت‌شان را صرف کشت و زرع کنند. برای ایجاد فرهنگ، برای ایجاد ابوالهول مصریان به دولتی مقتدر نیاز داشتند، به شخصی با بصیرت، به شخصی با ذوق، به شخصی با نیزه و شلاق.

(بری، ۱۹۸۷: ۱۶۴؛ تأکیدها از متن اصلی)

در این کتاب نه به تاریخ مصر پرداختیم و نه به ساختن ابوالهول. بنابراین در این فصل که قرار است به بررسی کلی مهم‌ترین بحث‌های گفتمان تلویزیونی بپردازیم، شاید نقل قول بالا از نویسنده و طنزپرداز امریکایی دیو بری^۱، گزینه‌ی غریبی بنماید. ولی گفتمان تلویزیونی و مجسمه ابوالهول در دو چیز اشتراک دارند: ساختن و عامل واسطه. بیان دوگانه گفتار تلویزیونی موجب می‌شود که اجرای آن به هیچ‌وجه تصادفی نباشد. بلکه همان‌طور که از

1. Dave Barry

مصریان در نقل قول بری انتظار نمی‌رفته است که یکباره به ساختن ابوالهول بپردازند، گفتمان تلویزیون نیز فقط این‌طور «ساخته» نمی‌شود که گروهی از مردم عادی را در مکانی از پیش معلوم جمع کنند - حتی اگر برخی از مسابقه‌های تلویزیونی مانند برادر بزرگ گاهی چنین به نظر می‌رسند. همچنین، گفتمان تلویزیونی این‌طور نیز ساخته نمی‌شود که خبرنگار و سیاستمدار فقط در استودیوی تلویزیون بنشینند و دربارهٔ سیاست حرف بزنند، یا کسی کنه وجودش را جلوی همه افشا کند - چه با تک‌گویی اعترافی رو به دوربین و چه با گپ و گفتگوی دوستانه با مجری‌ای خوش‌برخورد در استودیوی صمیمی، و چه با شهادت مقابل قاضی در برنامه‌های دادگاهی. بلکه درست برعکس، همهٔ این گفتارهای تلویزیونی و انواع دیگری که در فصل‌های پیشین بررسی کردیم، آگاهانه و به‌دقت برای پخش طراحی و اجرا می‌شوند. آن دولت مقتدر در سخنان بری نیز کسانی هستند که مسئولیت گفتمان تلویزیون را بر عهده دارند؛ مانند کسانی که آن را طراحی و اجرا می‌کنند؛ و نیزه و شلاق نیز آن منابع نشانه‌شناختی‌اند که گفتمان تلویزیونی از طریق آنها صورت می‌گیرد. این «مسئولان» و «بزار» متفاوت، نشان‌دهندهٔ «بصیرت» و «ذوقی» هستند که ساخت ابوالهول و گفتمان تلویزیونی بر آنها استوار است.

در این کتاب، گفتمان تلویزیونی را بر پایهٔ هرمنوتیک اعتماد بررسی کردیم و هدف‌مان این بوده است که دربارهٔ چندرسانگی تلویزیون دیدگاهی واقع‌گرا (یا به عقیدهٔ برخی، عمل‌گرا) اختیار کنیم. نشان دادیم که روش‌های «ساخت» گفتمان تلویزیونی، هم پرشمارند و هم متنوع؛ ولی این روش‌ها نشان نمی‌دهند که تلویزیون، افراد دخیل در ایجاد این گفتمان را زیر فشار نیزه و ضربات شلاق می‌گیرد. بلکه، گفتیم که این روش‌های گوناگون در واقع نشان‌دهندهٔ اجرای مشترک متون تلویزیونی‌اند - به‌طور خلاصه، دیدگاه «هی، بیایید یک گفتمان تلویزیونی اجرا کنیم!» در موردشان صدق نمی‌کند.

برای نمونه، در گفتمان تلویزیونی به تعیین و توضیح برخی از منابع نشانه‌شناختی پرداختیم که تلویزیون با استفاده از آنها می‌خواهد چکامه‌سرای واقعیت باشد، به بینندگان نزدیک شود، تقابل سرگرمی‌آفرین داشته باشد، و ترغیب‌کننده باشد. همان‌گونه که در بخش نخست این کتاب گفتیم، تلویزیون اغلب از ساختارهای روایتی و تمهیدهای شکلی معینی استفاده می‌کند تا رابطه‌ای «مستقیم» را با جهان بیرون پی‌بریزد و در این روند، هویت‌های فردی و اجتماعی ویژه‌ای را صورت دهد و نگرش‌های خاصی را به جهان رقم بزند. به علاوه، تلویزیون از انواع معاشرت‌پذیری بهره می‌گیرد تا حس نزدیکی و صمیمیت را

القا کند. برای مثال، همان‌گونه که در بخش دوم ذکر شد، نزدیکی و صمیمیت میان‌فردی را بین افراد حاضر در صحنه، بین این افراد و جهان مورد گفتگو، و بین آنان و بینندگان ایجاد می‌کند. به این ترتیب، گفت‌مان تلویزیونی احساسات را برجسته می‌سازد و، همان‌گونه که در بخش سوم نشان دادیم، گاهی ابراز آشکار احساسات «منفی» همچون خشم و تحقیر و شرمسار کردن دیگران را تشویق می‌کند. این احساسات معمولاً به صورت صحنه‌های تماشایی عرضه می‌شوند، ولی همچنین نشان می‌دهند که تلویزیون نوعی حیطه عمومی با واسطه یا رسانه‌ای را به نمایش می‌گذارد (ن.ک. بخش ۱۴-۱). به علاوه، همان‌گونه که در بخش چهارم گفتیم، گفت‌مان تلویزیونی می‌خواهد دلپذیری کالاها و خدماتی را که نمایش می‌دهد، به بینندگان بیاوراند و آنان را به پذیرش آنها وادارد. این کالاها و خدمات همیشه مادی و مشهود نیستند و در واقع اغلب، حتی اگر بر گزینش‌هایی عمل‌گرایانه و مشتری‌محور استوار باشند، حالت نمادین دارند.

البته گفت‌مان تلویزیونی پویایی قابل توجهی دارد و می‌تواند به تلفیق و بازیافت و نوآوری پردازد و به همین دلیل است که مسیر تکامل و تحول آن مشخص و قطعی نیست. گاهی این پویایی را به معنای توان تکامل جهشی می‌دانند و همین نکته، بحث‌های فراوانی را دامن می‌زند که (گفت‌مان) تلویزیون در آینده چگونه (و به چه شکل و قالبی) خواهد بود. آیا تلفیق سیستم تلویزیون و صنعت فناوری اطلاعات (IT) به تلفیق دستگاه‌های خانگی منجر خواهد شد؟ برخی عقیده دارند که الگوهای مختلف کاربرد و فضای خانگی چنین امکانی را نفی می‌کند. در مقابل، برخی معتقدند که لوح‌های فشرده، تلفن، تلویزیون، اینترنت، و نرم‌افزارهای رایانه‌ای همگی در یک وسیله تلفیق خواهند شد، و بازاریابی تک‌وسیله‌ای، آینده رسانه‌های گروهی خواهد بود. و اگر تلفیق کامل تلویزیون و فناوری اطلاعات رخ ندهد، چه پیامدهایی خواهد داشت؟ کارنر عقیده دارد که این کار احتمالاً شدت و گستره استفاده هدف‌مند را افزایش خواهد داد، ولی بر «استفاده سرسری از تلویزیون» تأثیر چندانی نخواهد گذاشت. (۱۹۹۹: ۱۲۴)

با این حال، هدف ما در این کتاب، بررسی «توان ارتباطی کامل» گفت‌مان تلویزیونی «به مثابه نوعی تعامل از جمله میان مخاطبان این رسانه» (مانتگومری، ۲۰۰۷: ۲۱) بوده است، و به همین دلیل از پژوهش‌های صرفاً نظری، هرچند که در جای خود جذاب و مهم هستند، پرهیز کرده‌ایم. وجود و بقای رسانه تلویزیون، به قالب‌های خاص خود و ساختارهای ارتباطی‌اش وابسته است، و به همین دلیل در این کتاب بیشتر به «چه» گفتار

تلویزیونی پرداخته‌ایم تا به «چگونه» آن؛ و هرچند به این منظور ویژگی‌های داستانگویی، صمیمیت، کشمکش، و ترغیب را بررسی کرده‌ایم، ولی با دقت در مطالب این کتاب متوجه می‌شویم که گفتمان تلویزیونی نشان‌دهنده و تشویق‌کننده و شکل‌دهنده و استوار بر سه درونمایه گسترده‌تر است: احساسات، اخلاقیات، و واقعیت. در اینجا به این سه مورد می‌پردازیم.

۱۴-۱ گفتمان تلویزیونی و احساسات

ابراز احساسات در تلویزیون فقط به نمونه‌های مکرر بیان لفظی محدود نمی‌شود، بلکه شامل چند مورد دیگر نیز هست. نخست، نماهای درشت و نزدیک؛ زیرا در این نماها می‌توان احساسات مردم، مانند خشم و اندوه و نومیدی و تعجب و شغف و جز آن، را به دقت دید. دوم، سیلاب بصری زمان حال؛ به صورت تقسیم صفحه به چند قاب که به طور همزمان لحظات زنده را با تمامی شوکت و تابناکی‌شان نشان می‌دهند. و سوم، نگاه و خطاب مستقیم مجری رو به دوربین. موارد دیگری نیز در کار است، همچون موسیقی شاد یا آرام که در فیلم‌های مستند مراحل خوش یا ناخوش داستان را نقطه‌گذاری می‌کنند، و تلفیق سکوت واقعی یا استعاری در اخبار زنده برای اینکه حس و حال ویژه‌ای پدید بیاورد. به طور کلی، ابراز احساسات در تلویزیون یعنی اینکه گفتمان تلویزیونی از منابع نشانه‌شناختی گوناگونی استفاده می‌کند تا احساسات را برجسته نماید - و این حس را ایجاد کند که تلویزیون با ما، همراه با ما، و درباره ما سخن می‌گوید، آن‌هم به شیوه‌ای که نه فقط آن را می‌شنویم و می‌بینیم، بلکه مهم‌تر از همه، آن را حس می‌کنیم.

از آنجا که ابراز احساسات در تلویزیون از منابع نشانه‌شناختی گوناگون و پیچیده‌ای ناشی می‌شود، نمونه‌ای برجسته از اجرای گفتار در این رسانه است. در برنامه‌های تلویزیونی، محتوا و ویژگی‌های شکلی تعامل گفتاری به دقت طراحی و بیان می‌شوند. برای نمونه، در برنامه‌های گفتگویی روزانه، مردم عادی اغلب به نقل داستان‌های تجربه شخصی می‌پردازند، ولی این داستان‌ها همیشه چنان حالت روایتی می‌یابند که جنبه درام و سرگرمی‌آفرینی آنها به بیشترین میزان برسد. در برنامه‌های گفتگویی افراد مشهور نیز میهمانان معروف از حضورشان در برنامه استفاده می‌کنند تا جنبه‌های گزیده‌ای از خود «واقعی» شان را افشا کنند، و به این منظور اغلب در گفتارشان به احساسات و زندگی خصوصی‌شان اشاره می‌کنند. در انواع برنامه‌های تلویزیون عادی نیز مردم، به بیان ترس‌ها،

آرزوها و ضعف‌ها و افسوس‌هایشان در مقابل دوربین می‌پردازند. تک‌گویی‌های اعتراضی مردم چنان اجرا می‌شود که دروازه‌ای به خود پنهانشان قلمداد شود، هرچند در واقع این تک‌گویی‌ها معمولاً اجراهایی بسیار کنترل شده در حضور دوربین‌های کوچک و قابل حمل است. مجریان برنامه‌های مستند و سبک زندگی نیز اغلب رو به دوربین، دیدگاه و احساسشان را درباره‌ی یک موقعیت بیان می‌کنند. این نوع گفتارها معمولاً به صورت کناره‌گویی مجری خطاب به بینندگان، نه به صورت متونی از پیش نوشته شده برای اجرا مقابل دوربین، و لزوماً با دیگر بخش‌های گفتاری برنامه‌نمایی مقارن نیستند.

علاوه بر این زمینه‌های «غیرجدی»، گفتار احساسی در قالب‌های (بنا به دیدگاه سنتی) «جدی» نیز رایج است، از جمله در اخبار و انواع گفتگوهای سیاسی. برای مثال، در این کتاب، نقش گزارش حس و حال را در گزارش‌های زنده‌ی دونفره بررسی کردیم و گفتیم که بیان احساسات و دیدگاه‌های خبرنگاران و دیگران خطاب به همکارانشان در استودیوی خبر و بینندگان بر «واقعیت‌های مسلم» برتری می‌یابد. این مورد شاید با نارسایی‌های گفتاری و مکث نیز همراه باشد که نشان می‌دهد خبرنگار تا اندازه‌ای یک‌ه خورده است و به دلیل غلبه‌ی احساسات، در حال حاضر نمی‌تواند وظیفه‌ی گزارشگری را به درستی انجام دهد. برای نمونه، در فصل ۶ نشان دادیم که وقتی از یک خبرنگار سر صحنه پرسیده می‌شود که «احساس درونی‌اش» را درباره‌ی ماجرا توضیح دهد، من و من‌کنان پیش‌بینی‌هایی درباره‌ی آینده بر زبان می‌آورد. به همین ترتیب، در فصل ۱۲ دیدیم که یک خبرنگار دیگر سر صحنه هنگامی که با واکنش بسیار احساساتی یک سیاستمدار روبه‌رو می‌شود؛ برای مدتی از سخن گفتن بازمی‌ماند. البته آشکار است که خبرنگار پیش از این گزارش زنده با آن جمله سیاستمدار آشنا بوده و احتمالاً خودش تصمیم گرفته است که آن را در این گزارش زنده‌ی دونفره، شامل خودش و گوینده‌ی خبر در استودیو، بگنجانند و بروز احساسات، که به شکل سکوتی نیشدار جلوه‌گر می‌شود، به دلیل وجود دوربین صورت گرفته است.

این نوع مشارکت لفظی در محیط سیاسی رسانه‌ای امروز یکی از دلایلی است که نشان می‌دهد سیاست نیز دچار احساسات‌گرایی شده است (بیوسی، ۲۰۰۰؛ کارنر و پلنز، ۲۰۰۳؛ لوئو، ۲۰۰۵؛ ریچاردز، ۲۰۰۴). ابراز احساسات سیاستمداران در برابر جمع را معمولاً گروه‌های روابط عمومی به دقت طراحی می‌کنند و اصحاب رسانه به فرابازنمون گسترده‌ی آن می‌پردازند. این امر بسیار رایج است و بهترین راه برای درک اهمیت آن این است که توجه کنیم سیاستمدارانی که از ابراز احساسات می‌پرهیزند، در تلویزیون (و دیگر

رسانه‌ها) سرد و آدم آهنی نشان داده می‌شوند. برای مثال، در فصل ۱۲ دیدیم که وقتی جان کری نامزد حزب دموکرات در انتخابات ریاست جمهوری امریکا (۲۰۰۴) بالاخره در سخنرانی اعترافی خود به ابراز احساسات می‌پردازد، گزارشگر این کار او را به گونه‌ای مثبت فرابازنمون می‌کند.

با این حال، ابراز احساسات در مقابل دوربین، به شمشیر دولبه می‌ماند. برای نمونه، همان‌گونه که در فصل ۱۰ دیدیم، گفتمان تونی بلر نخست‌وزیر پیشین بریتانیا که نشان‌دهنده ارزش‌های ژرف شخصی اوست، در مصاحبه‌ای تلویزیونی که گروهی از مردم عادی نقش مصاحبه‌کننده را بر عهده دارند، به صورتی دیگر و منفی ارزیابی می‌شود: ابراز احساساتی که بر اجرای صریح و تند مخالفت‌جویی استوار است. همچنین، تونی بلر در واقع قربانی این تناقض می‌شود که احساساتی که در برخی از جوامع «منفی» به حساب می‌آیند، در تلویزیون مورد تشویق قرار می‌گیرند.

در بسیاری از قالب‌های تلویزیونی امروز، مردم عادی و کارشناسان به طرزی «خودانگیخته» و بی‌قید و بند به ابراز خشم و عصبانیت و تحقیر و سرکوفت دیگران می‌پردازند. در فصل‌های مختلف این کتاب به جلوه‌های گوناگون این نوع گفتگوی کشمکشی در برنامه‌های گفتگویی «جنجالی»، برنامه‌های دادگاهی، برنامه‌های سبک زندگی، و مصاحبه‌های سیاسی پرداختیم. برای مثال، در فصل ۹ نشان دادیم که تلاقی چندین منبع نشانه‌شناختی موجب می‌شود که احساسات «منفی» جلو دوربین و به دلیل وجود دوربین ابراز شوند. این موارد عبارتند از: رفتار زبانی برای تهدید و جبهه (ناسزاگویی و اتهام صریح)، رفتار پیرازبانی (فریاد و تأکید آشکار)، و رفتار غیر زبانی (بلند شدن از روی صندلی برای تهاجم به فضای جسمانی دیگری، و اشاره انگشت)؛ تغییر سریع نماهای درشت از شرکت‌کنندگان خشمگین و نماهای دور از حاضران مسرور؛ و نیز کولاژ بصری شرکت‌کنندگان خشمگین همراه با موسیقی دراماتیک و گفتار متن توضیح‌دهنده رویدادها.

فارغ از اینکه گفتگوی کشمکشی در چه قالب تلویزیونی رخ بدهد، به نظر می‌رسد اجرای این نوع گفتگو بر این نکته استوار است که مواردی از ابراز کنترل نشده احساسات را، آن‌هم در چیدمان کاملاً کنترل شده تلویزیون، در اختیار بینندگان می‌گذارد. در واقع این نوع گفتگوی کشمکشی، جنبه پولساز این برنامه‌هاست و اجرای مردم عادی و کارشناسان هر دو آن را تضمین می‌کنند.

برای نمونه، به نظر می‌رسد مخالفت‌جویی آشکار دارد به رفتار سیاسی در مصاحبه‌های پاسخ‌خواهی در تلویزیون بریتانیا تبدیل می‌شود. این نکته در تحلیل‌های فصل ۱۰ به‌خوبی دیده می‌شود، زیرا نشان دادیم که در مصاحبه‌های سیاستمداران با خبرنگاران یا مردم عادی، آشکارا حرکات خصمانه به کار می‌رود. در اینجا دیدیم که در وظیفه تعاملی پرسش و پاسخ، منابع (غیر) کلامی کاملاً خصومت‌بار مورد استفاده قرار می‌گیرند. حضور شایان توجه سبک‌های خصومت‌بار در مصاحبه‌های سیاسی تلویزیونی، و نیز این نکته که این نوع مصاحبه‌ها وظیفه تعاملی پرسش و پاسخ را به مخاطره نمی‌اندازند، نشان می‌دهد که گفتگوهای مجاز در نوع فعالیت مصاحبه با سیاستمداران در تلویزیون چقدر تغییر یافته است.

مانتگومری (۲۰۰۷: ۲۱۶) برای این فاصله‌گیری از بی‌طرفی رسمی دو دلیل ذکر می‌کند: ۱) «از بین رفتن اجماع در حیطه‌های مهم زندگی اجتماعی و سیاسی (بویژه در مورد ارزش‌ها)» که به این معنی است: «هرچه شمار دیدگاه‌های مناقشه‌پذیر بیشتر باشد، شمار دیدگاه‌های قطعی کمتر می‌شود؛» و ۲) دگرگونی بنیادی در فهم نقش مصاحبه‌کننده، که دیگر فقط نقش «تربیان مردم» را بر عهده ندارد و فقط نمی‌خواهد به نیابت از مخاطبان با پرسش و پاسخ به حقیقت برسد، بلکه به «داور حقیقت» تبدیل شده است و پرسش‌هایی کاملاً اخلاقی را پیش می‌کشد.

من در این کتاب دلیل دیگری را نیز ذکر کرده‌ام که به اجرا و صحنه‌های تماشایی مربوط است و بویژه گفته‌ام که دگرگونی، به‌خصوص در مصاحبه‌های پاسخ‌خواهی سیاسی، نشان‌دهنده «خشونت رسمی» در این نوع مصاحبه‌های تلویزیونی است. ساختار گفت‌وگو پرسش و پاسخ جای خود را به ساختاری داده که بر اصرار و انکار استوار است (مانتگومری، ۲۰۰۷). در این ساختار گفت‌وگویی، مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده «به صورت عادی» به اجرای خصومت آشکار می‌پردازند - یعنی گفتگویی مطابق انتظار را اجرا می‌کنند که نیازهای تقابل سرگرمی‌آفرین را تسهیل می‌کند. برای نمونه، بورن (۲۰۰۴: ۴۱۶) با توجه به برنامه/خبر شبانه درباره این سبک مصاحبه چنین می‌نویسد: «تماشای تهیه‌کنندگان برنامه از پشت دیوارهای شیشه‌ای اداره که در حال آماده کردن پکسمن برای "مبارزه" با مایکل پورتیلو یا رابین کوک بودند، مثل تماشای مشت‌زنی بود که پیش از مسابقه به او روحیه می‌دادند». به نظر می‌رسد که آموزش مصاحبه‌کنندگان مبنی بر اتخاذ دیدگاه بی‌طرفانه، دست‌کم در مورد مصاحبه‌های پاسخ‌خواهی در تلویزیون بریتانیا به سبک/خبر

شبهانه، به تدریج جای خود را به آموزش مصاحبه‌کنندگان برای اجرای گفتگوی کاملاً خصمانه - دست‌کم در سطح ظاهری - می‌دهد.

اجرای مخالفت‌جویی آشکار در برنامه‌های گفتگویی «جنگالی» و برنامه‌های دادگاهی و مصاحبه‌های سیاسی، خواه همگی زیر یک چتر «تقابل سرگرمی‌آفرین» قرار بگیرند و خواه نه، نشان می‌دهد که در تلویزیون شیوه‌های «تازه‌ای» برای مدیریت بیان، تبادل نظر، و تأمل پدید آمده است. در واقع، این امر به نمایش یک حیطه احساسی عمومی در تلویزیون اشاره دارد. برای مثال، در فصل ۹ گفتیم که اجرای گفتگوی کشمکشی در برنامه‌های دادگاهی نمونه عملی دیگری است که نشان می‌دهد امروزه در قالب‌های تلویزیونی، اصول حیطه همگانی بورژوازی مد نظر هابرماس^۱ وارونه شده‌اند. تحلیل‌های این فصل این نظر لانت و استنر (۲۰۰۵: ۷۰) را تأیید می‌کنند که امروزه برخی از گفتمان‌های تلویزیونی «به جای پرهیز از تأثیرات مخرب علایق شخصی و نهادی، آنها را با آغوش باز می‌پذیرند و جایگاه مرسوم استدلال و احساس را عوض می‌کنند». به این منظور، گفتمان تلویزیونی گاهی لحنی کنایی و شوخی دارد و همین موضوع بینندگان را متوجه می‌سازد که بروز احساسات «منفی»، هم ساختگی و اجرا شده است و هم ارزش سرگرمی‌آفرینی دارد. به این ترتیب، همان‌گونه که حیطه همگانی هابرماس عبارت است از: «موقعیت گفتاری آرمانی که در آن نیروی استدلال غلبه دارد»، برنامه‌هایی همچون برنامه جری/سپرینگر نیز عبارتند از: «موقعیت کشمکشی آرمانی که در آن نیروی صحنه‌های تماشایی غلبه دارد» (لانت و استنر، ۲۰۰۵: ۷۵). هر دوی اینها بر شرایطی آرمانی استوارند که به ترتیب به بیان عمومی تبادل نظر عقلانی و احساسی می‌انجامند.

۱۴-۲ گفتمان تلویزیونی و اخلاقیات

رواج نمایش احساسات در تلویزیون، علاوه بر جنبه تماشایی آن، به ارزش اخلاقی نیز وابسته است. برای نمونه، «خودت بساز» احساسی در بسیاری از برنامه‌های گفتگویی و برنامه‌های سبک زندگی تشویق می‌شود. در این برنامه‌ها، مردم عادی یکدیگر را راهنمایی می‌کنند - و اغلب از مجری راهنمایی می‌گیرند - که چگونه یک زندگی اجتماعی معقول را پیشه کنند. در اینجا، بیان احساسات - بویژه اگر خودافشایی این مردم در تلاش برای غلبه

1. Habermas

بر مشکلات و پلیدی‌های درونی‌شان باشد - ارزش درمانی و اخلاقی فراوانی دارد. البته در این برنامه‌ها، سخن گفتن دربارهٔ مسائل و مشکلات بیشتر نشان‌دهندهٔ «انسان خوب» است تا «درمان». آنچه ارزش اخلاقی دارد، همین تلاش (برای خوب بودن، برای ابراز احساسات) است، بویژه در برنامه‌هایی که آشکارا هدف درمانی دارند.

با این همه، جنبهٔ اخلاقی بیان احساسات فقط به مردم عادی که صفحهٔ تلویزیون‌های ما را انباشته‌اند، محدود نمی‌شود، بلکه ویژگی مشترک گفتار انواع مجریان تخصصی نیز هست؛ از هنرمندان صفحهٔ کوچک تلویزیون (از جمله مجریان و گزارشگران خبر) گرفته تا هنرمندان پردهٔ بزرگ سینما. دیدگاه‌های سنتی در زمینهٔ بررسی مشاهیر، نقش این افراد را بیان این نکته می‌داند که «در جامعهٔ امروز انسان بودن چگونه است؟» (دایر، ۱۹۸۶: ۸). با توجه به همین نقش «انسان نمونه» است که امروزه افراد مشهور اغلب به گفت‌مان ترغیبی / اخلاقی در مورد دستاوردهای شخصی می‌پردازند؛ و همان‌گونه که انتظار می‌رود، این کار بر اجرای بیان‌گرایی احساسی استوار است. نمونهٔ مشخص این مورد، اپرا وینفری است که، همان‌گونه که در فصل ۷ گفتیم، معمولاً جلوی دوربین به بیان تجارب شخصی خود می‌پردازد و به بینندگان سرمشق می‌دهد. امروزه، تجارب شخصی افراد مشهور اغلب به صورت «روایت‌های پندآموز» عرضه می‌شوند: یعنی به صورت «حقایقی انکارناپذیر» که دیگران باید در مورد آنها اندیشه کنند و از آنها بیاموزند. (تولسون، ۲۰۰۶)

دیدگاه سنتی این است که هنرمندان صفحهٔ کوچک به ترغیب آن نوع خودساختگی می‌پردازند که با بینندهٔ آرمانی و عادی تلویزیون همخوانی داشته باشد، زیرا این خودساختگی در واقع خطاب به همین نوع افراد است (الیس، ۱۹۸۲؛ لانگر، ۱۹۸۱)؛ ولی خودساختگی هنرمندان پردهٔ بزرگ، «خارق‌العاده» به نظر می‌رسد. اما اینکه هنرمندان صفحهٔ کوچک و پردهٔ بزرگ چگونه در گفتگوهای تلویزیونی‌شان خودشان را انسان نمونه جلوه می‌دهند، بسته به نوع برنامه و زمینهٔ گفتگو فرق می‌کند. برای مثال، به مصاحبه با بری‌مور در برنامهٔ گفتگویی توجه کنید که در فصل ۷ به آن اشاره کردیم. طبق انتظار، بری‌مور در این گفتار آشکارا تبلیغی، حکایت‌های شخصی و اشاره‌های کوتاه به احساسات خودش را در هم می‌آمیزد. این حکایت‌ها و احساسات بیشتر بر خودِ عادی او تمرکز دارند تا بر خودِ معروفش، و به موضوع کلی بحث، یعنی رابطهٔ عاشقانه، مربوط می‌شوند ولی چنان بیان شده‌اند که بخشی از آن تماشایی است و بخشی دیگر حالت حقایقی عبرت‌آموز دربارهٔ مردم و زندگی دارد که دیگران (بینندگان عادی) باید از آنها درس بیاموزند.

با این حال، همان‌گونه که در فصل ۴ آمده است، رابرت کیلروی - سیلک مجری برنامه‌های گفتگویی، روش دیگری دارد. وی آگاهانه به هجو شخصیت تلویزیونی‌اش می‌پردازد و به این منظور حکایتی از تجربه شخصی خود را بیان می‌کند. این حکایت، این احتمال را به ذهن بیننده متبادر می‌کند که چون کار او به‌ظاهر مانند یک فرد عادی است، پس خودش هم فردی عادی است. این حکایت، هم حاضران در استودیو را سرگرم و خشنود می‌کند و هم موجب می‌شود که یکی از آن شرکت‌کنندگان به نقل تجربه شخصی‌اش از مزاحمت جنسی ادامه بدهد.

هجو کیلروی، ویژگی نوعی اعتباربخشی رسانه‌ها به «خودِ عمومی و اجراگر پیوسته» (گمسون، ۱۹۹۴: ۵۴) در مقابل خودِ خصوصیِ زودگذر است. اینکه برخی از هنرمندان صفحه کوچک و پرده بزرگ به اجرای گفتمان هجو خویشتن در تلویزیون روی آورده‌اند، شاید به این دلیل باشد: افزایش بدبینی مخاطبان به دلیل تغییر سریع و پیش‌بینی‌ناپذیر نشانه‌های صداقت و اعتبار افراد مشهور.

در بخش‌های گوناگون فصل‌های ۷، ۹، و ۱۳ گفته شد که آن دسته از قالب‌های تلویزیونی که ارزش اخلاقی را به بیان‌گرایی احساسی نسبت می‌دهند، از همین بیان‌گرایی برای ارزیابی و داوریِ گوینده استفاده می‌کنند. بویژه برنامه‌های واقعیت‌نما، خواه شامل کارشناس تغذیه باشند و خواه قاضی دادگاه، وظیفه ارزیابی اخلاقیات مردم عادی را به مجری می‌سپارند؛ مردمی که پیش از این، جلوی دوربین یا خطاب به مجری به امیدها و دیدگاه‌ها و هراس‌ها و ضعف‌هایشان «اعتراف» کرده‌اند. به این ترتیب، این برنامه‌ها نوعی کارکرد نظارت اجتماعی دارند که از برخی لحاظ همانند کارکردی است که میشل فوکو (۱۹۷۸) برای مراسم اعتراف در کلیسای کاتولیک ذکر کرده است. در هر دو موقعیت، یک فرد عادی (شرکت‌کننده برنامه / کاتولیک عادی) «چیزهایی را که گفتنش بسیار دشوار است» (۱۹۷۸: ۵۹) به شخصی دیگر و «از نظر اخلاقی برتر» (کشیش / مجری برنامه) می‌گوید.

با این حال، و بر خلاف مراسم اعتراف میان توبه‌کننده و کشیش، مراسم اعتراف میان فرد عادی و کارشناس در تلویزیون به‌طرزی فاحش عمومی و اغلب عبرت‌آموز است. در برخی از برنامه‌های واقعیت‌نما، شنیدن و داوری و تنبیه و بخشش و تسلی و آشتی، بیش از هر چیز به صورت صحنه‌هایی تماشایی اجرا می‌شوند. برای نمونه، در فصل ۷ استفاده از تدوین هوشمندانه را نشان دادیم که با آن مجریان بیرون از تصویر، تک‌گویی‌های اعترافی

مردم عادی را با داوری‌هایی خشن ولی ظریف نقطه‌گذاری می‌کنند و ادعای آن افراد را در مورد ارزشمندی اخلاقی با تردید روبه‌رو می‌سازند. و همان‌گونه که در فصل ۹ درباره برنامه‌های دادگاهی گفتیم، اندازه و زاویه نما، در افزایش توان نمایشی ارزیابی کارشناسان از دادخواهان عادی حاضر در دادگاه نقش مهمی دارد. حمله قاضی به دادخواهان به صورتی کاملاً تئاتری و نمایشی و بویژه در نماهای درشت ضبط می‌شود و سپس بی‌درنگ به نماهای درشت دادخواه تحقیرشده یا برخی از حاضران مشعوف یا نماهای دور از حاضران خندان برش می‌خورد.

البته همواره این وسوسه وجود دارد که این نمایش‌های تئاتری را زیر لفافه گفتار تماشایی در سرگرمی (یا تلویزیون) واقعیت‌نما- نوعی مقوله برنامه‌سازی دورگه که از نظر برخی ارزش چندانی ندارد - پنهان کنیم. ولی چنین کاری اشتباه است؛ زیرا آن دسته از منابع گفت‌مانی انجام نظارت را نادیده می‌گیرد که کارشناسان، برای فرابازنمون گفت‌مان مردم عادی درباره ارزشمندی اخلاقی از آنها استفاده می‌کنند. برخلاف آیین اعتراف در کلیسای کاتولیک، «اشتباه‌های» مردم عادی در برنامه‌های واقعیت‌نمایی که در فصل‌های ۷، ۹، و ۱۳ بررسی کردیم، به صورت درس‌هایی پندآموز - حکایت‌هایی عبرت‌انگیز - به بینندگان ارائه می‌شوند تا عبرت بگیرند. برای نمونه، پیامدهای ناگوار سوراخ کردن بدن، نه به احتمال عفونت زخم، بلکه به این کار نادرست ربط داده می‌شود که «جایی را سوراخ کنی که خداوند خودش آنجا را سوراخ نکرده است» (گزیده ۹-۴). به همین ترتیب، پیامد اینکه کسی به حرف مجری گوش ندهد و آن خانه اعیانی را نخرد، به صورت ناکامی در یافتن خانه مطلوب نشان داده می‌شود نه به صورت دو دیدگاه متفاوت درباره پسند و سلیقه (گزیده ۱۳-۷). خلاصه اینکه، «جامعه خودافشایی» (تامپسون، ۲۰۰۰) که در تلویزیون به شدت در مورد آن تبلیغ می‌شود، از طریق این نوع گفتار احساسی، به جامعه نظارت اخلاقی «تماشایی» تبدیل می‌شود.

۱۴-۳ گفت‌مان تلویزیونی و واقعیت

شکل‌های گفت‌مانی که در این کتاب بررسی کردیم، در آن دسته از قالب‌های غیرداستانی تلویزیونی بروز می‌یابند که مدعی پیوستگی با جهان اجتماعی - تاریخی‌اند؛ و شاید کمابیش از همان منابع نشانه‌شناختی بهره بگیرند که به طور سنتی به داستان مربوط می‌شوند، ولی هدف همه آنها تأکید بر نوعی واقع‌گرایی است. می‌گوییم «نوعی واقع‌گرایی»

زیرا واقع‌گرایی تلویزیونی، مفهومی بسیار مبهم است و به یک یا چند عنصر زیر اشاره دارد: باورپذیری، امکان‌پذیری، احتمال، واقعیت، طبیعت‌گرایی، حقیقت‌مندی، و حقیقت‌نمایی (بارتون، ۲۰۰۲). مهم‌تر از همه، واقع‌گرایی تلویزیونی فقط به بازتولید باورپذیر، امکان‌پذیر، محتمل، و حقیقت‌مند جهان بیرون مربوط نمی‌شود، بلکه به معنابخشی به این جهان مربوط است (فیسک، ۱۹۸۷)؛ یعنی می‌توان گفت که گفتمان تلویزیونی بازتاب و سازنده ارزش‌ها و باورهای خاصی درباره جنبه‌های گوناگون «واقعیت» است. برای مثال، با تحلیل داستان‌گویی در برنامه‌های مستند (فصل ۳) و برنامه‌های گفتگویی روزانه (فصل ۴) برخی از تمهیدهایی را نشان دادیم که از طریق آنها، جهان حکایت این برنامه‌ها، هم به صورت «آینه‌ای» در برابر جهان اجتماعی - تاریخی درمی‌آید و هم نسخه سرگرمی‌آفرینی از آن ارائه می‌دهد. مهم‌تر از همه، جنبه سرگرمی داستان‌گویی در این قالب‌های تلویزیونی، ابزار مؤثری برای ایجاد و تبلیغ ارزش‌ها و باورهای خاصی در مورد جهان‌های مورد استناد و مورد گفتگوست.

گفتمان تلویزیونی که در این کتاب بررسی کردیم، نمونه‌های دیگری نیز فراهم می‌سازد که تلویزیون چگونه به واسطه واقعیت تبدیل می‌شود. برای مثال، در بخش اول با تحلیل داستان‌گویی در برنامه‌های گفتگویی نشان دادیم که شرکت‌کنندگان عادی از برخی منابع کلامی، برای ایجاد نوعی هویت‌بخشی به خود، مانند «عادی بودن» و «غلبه بر مشکلات احساسی» استفاده می‌کنند که مورد پذیرش جامعه باشد. در بخش سوم نیز با تحلیل گفتگوی کشمکش در حیطه سیاست، باورهایی را در مورد رابطه سیاست و رسانه‌ها ذکر کردیم؛ و نشان دادیم که سیاستمداران به اجرای مخالفت‌جویی، که میزان آن را نوع فعالیت تعیین می‌کند، علاقه دارند. دیدیم که «سیاست به مثابه کشمکش»، از تهدید و حفظ وجهه دیگران در مذاکرات مجلس گرفته تا پاسخ‌های چالش‌برانگیز مفسران سیاسی در مصاحبه‌های سیاسی، هم در تلویزیون به نمایش درمی‌آید و هم تلویزیون به آن دامن می‌زند.

با این همه، واسطه واقعیت بودن را بیش از هر جا در بحث از اخبار زنده می‌توان دید. در واقع، تمرکز فزاینده بر پیش‌بینی آینده به جای گزارش رویدادهای «مسلم» (فصل ۶) به بحث و جدل‌های فراوانی درباره اینکه در اخبار، کدام «واقعیت» گزارش می‌شود، دامن زده است. مهم‌تر از همه اینکه، همان‌گونه که مکس هستینگز خبرنگار هشدار می‌دهد (به نقل از مک‌گرگور، ۱۹۹۷: ۱۰)، گاهی «تصاویر چنان سریع ارسال می‌شوند که هیچ گزارشگری،

هر قدر هم توانا، نمی‌تواند تفسیر درستی از آنها ارائه دهد. به عبارت دیگر، این خطر برای بینندگان وجود دارد که گمان کنند تفسیری درست از رویدادها را می‌شنوند، ولی در واقع تفسیری نادرست به آنان عرضه می‌شود.

البته ماهیت تأثیرگذار اخبار زنده شاید برای مخاطبان پیامدهای مثبت و درمانی داشته باشد (زلیزر و آلن، ۲۰۰۲) بویژه هنگامی که لحظه مورد ثبت و گزارش شامل رویدادهای بی‌سابقه، نامنتظره، پیش‌بینی‌ناپذیر، و خطرناک باشد (لایز، ۱۹۹۸؛ ملن کمپ، ۱۹۹۰). با این حال، هنگامی که خبر تازه‌ای در مورد رویدادی مهم وجود ندارد، اغلب از گفتار زنده، شامل نوعی گزارش بسیار احساسی استفاده می‌شود تا زمان پخش را پر کند. با این کار، بر نوع متفاوتی از واقعیت اجتماعی - تاریخی تأکید می‌شود که حاصل مشاهده بینندگان از سردرگمی کسانی است که در حال گزارش آن رویداد سهمگین هستند. به همین ترتیب، همان‌گونه که در فصل ۶ دیدیم، گزارشگران برای اینکه زمان پخش را پر کنند، گاهی به گفتار سراسری روی می‌آورند، ولی تمرکز بر احساسات، این خطر را در پی دارد که شاید رویدادها از زمینه گسترده تاریخی و اجتماعی - سیاسی‌شان جدا شوند. همچنین، زمان حال پیوسته در اخبار زنده و جستجوی همیشگی آن برای آنچه که قرار است رخ دهد، مرزهایی نفوذپذیر را میان اکنون و آینده پدید می‌آورد. بنابراین، منتقدان عقیده دارند که رویدادهای مورد گزارش از گذشته نزدیک جدا شده‌اند، اخبار حالت پیش‌بینی به خود گرفته‌اند، و واقعیت‌های «اشتباه» گزارش می‌شوند. برای نمونه، مارتین بل (۲۰۰۳) در تحلیل گزارش تلویزیون/سکای از جنگ عراق در سال ۲۰۰۳ به افزایش شمار گزارش‌های تأیید نشده و در نتیجه احتمالاً نادرست از «واقعیت» اشاره کرده و آنها را پیامد فشار برای پر کردن زمان پخش دانسته است.

۴-۱۴ کلام آخر

در این کتاب به تعیین و توضیح چهار ویژگی مرتبط و سه درونمایه گفتار تلویزیونی پرداختیم و آنها را در گستره وسیعی از برنامه‌های غیرداستانی بررسی کردیم. به این منظور، نمونه‌های فراوانی را از برنامه‌های سه کشور انگلیسی زبان برگزیدیم که دست‌کم دو تای آنها بر چشم‌انداز پخش جهانی تأثیر ویژه‌ای دارند.

با این حال، نه می‌توان ادعا کرد که این ویژگی‌ها و درونمایه‌ها همه جوانب گفت‌وگو تلویزیونی را در بر می‌گیرند و نه می‌توان گفت که همیشگی و جاودانی‌اند؛ زیرا گفت‌وگو

تلویزیونی از فناوری تأثیر می‌پذیرد، ولی باید منتظر ماند و دید که این تأثیر تا چه اندازه است. همچنین، گفتمان تلویزیونی از جهانی‌سازی و واکنش‌های جهانی و ملی و منطقه‌ای نیز متأثر می‌شود. به علاوه، دگرگونی‌های اجتماعی بر آن اثر می‌گذارد و باید قالب‌ها و راهبردهای تازه‌ای بیابد تا بتواند مخاطبان مختلف و متغیر را جلب کند.

این دگرگونی‌های پیوسته شاید مطالعه گفتمان تلویزیونی را دچار سرخوردگی کند، ولی باید توجه داشت که مهم‌ترین دلیل پرداختن به گفتمان تلویزیونی، همین دگرگونی‌های سریع است؛ زیرا برای فهم دگرگونی‌های گذشته آن و بحث منطقی درباره شکل‌های احتمالی‌اش در آینده، باید وضعیت کنونی آن را خوب درک کرد. با توجه به این نکات، امید است که کتاب *گفتمان تلویزیونی* توانسته باشد اشتیاق پژوهش بیشتر را برانگیزد؛ پژوهش درباره تشریح دقیق اینکه تلویزیون امروزه چگونه با ما و همراه با ما و درباره ما سخن می‌گوید. همچنین، امید است که تحلیل‌های این کتاب، ابزار و بینش لازم را در اختیار خواننده گذاشته باشد تا بتواند شکل‌ها و ساختارهای ارتباطی این رسانه بسیار جذاب را بیشتر و بهتر بررسی کند.

یادداشت‌ها

۱ دیباچه

۱. شکل یا فرم یعنی انواع «سازمان‌دهی‌های دلالت که شیء یا موردی را به ارتباط تبدیل می‌کنند، مانند تابلوی تبلیغاتی، یک قسمت از کم‌دی موقعیت در تلویزیون، یا مقاله‌ای در روزنامه عصر» (کارنر، ۱۹۹۸: ۹۶؛ تأکید در متن اصلی).
۲. برخی از نویسندگان پیرو «هرمنوتیک بدگمانی»، مانند فاولر (۱۹۸۱: ۲۵)، معتقدند که جنبه انتقادی یعنی «پذیرش کیفیت ساختگی مقوله‌ها» نه «خرده‌گیری از سر ناشکیبایی».
۳. این نکته، همان‌گونه که کارنر (۱۹۹۸: ۷-۹۶) اشاره می‌کند، در همه زمینه‌های پژوهش رسانه‌ای مورد پذیرش نیست و برخی احساس می‌کنند که این حیطه «دچار پژوهش‌های بیش از اندازه درباره "شکل" است (اصطلاح شکل‌گرایی مدت‌های طولانی است که مترادف با تحریف و محدودیت شمرده می‌شود، بویژه در مورد پژوهش درباره ادبیات و هنرهای زیبا) (تأکید از متن اصلی).
۴. دو نمونه از کتاب‌هایی که به تازگی (بعد از ۲۰۰۰) چاپ شده‌اند و بر شکل تلویزیون تمرکز دارند، ولی بیرون از چارچوب پژوهش درباره گفتار رادیویی و تلویزیونی قرار می‌گیرند، یکی کتاب لوری (۲۰۰۵) *تفسیر تلویزیون* و دیگری کتاب اُکیف (۲۰۰۶) با عنوان *بررسی گفتمان رسانه‌ای* است.
۵. گفتمان، در برخی از تعاریف، گونه‌های سازمان‌یافته بیان و گفتگو درباره (و شامل) جنبه‌های ویژه‌ای از واقعیت دانسته شده است: مانند *گفتمان نژاد*، *گفتمان جنسیت*، و مانند آن.
۶. برای نمونه، در تحلیل گفتگو، سازماندهی «گفتار در تعامل» تنها منبع تحلیلی ضروری شمرده می‌شود، ولی در مطالعات انتقادی گفتمان، زمینه‌های اجتماعی - فرهنگی و

تاریخی زبان، شرط /سası تحلیل است. از نظر تحلیل گران انتقادی، گفت‌مان عبارت است از: «ابزار ساخت اجتماعی واقعیت» (ون لئون، ۱۹۹۳: ۱۹۳). گفت‌مان، هم نظام اجتماعی را بازتاب می‌دهد و هم آن را می‌سازد و در این روند، تعامل مردم را با واقعیت شکل می‌بخشد.

۷. در اینجا اصطلاح «غیرداستانی» را آگاهانه به کار برده‌ایم، زیرا همان گونه که در این کتاب خواهید دید، حتی بهترین گونه‌های «واقعی» همچون فیلم‌های مستند و برنامه‌های خبری نیز اغلب از منابعی نشانه‌شناختی استفاده می‌کنند که معمولاً در مورد داستان کاربرد دارند.

۸. این حجم نمونه گسترده شامل داده‌های حاصل از ضبط و آوانویسی طیف گسترده‌ای از برنامه‌های غیرداستانی تلویزیونی است، از جمله برنامه‌های کودک (بریتانیا)، مسابقات (بریتانیا، امریکا)، برنامه‌های صبحگاهی (نیوزیلند، بریتانیا)، برنامه‌های مسائل جاری (نیوزیلند، امریکا، بریتانیا)، مناظره‌های سیاسی (بریتانیا)، مصاحبه‌های سیاسی (نیوزیلند، بریتانیا)، انواع برنامه‌های مستند (نیوزیلند، بریتانیا، امریکا)، برنامه‌های گزارش ورزشی (بریتانیا)، بولتن‌های خبری (نیوزیلند، بریتانیا، امریکا)، برنامه‌های آشپزی (نیوزیلند، بریتانیا، امریکا)، برنامه‌های گفتگویی (بریتانیا، امریکا)، برنامه‌های «آموزش سبک زندگی» (نیوزیلند، بریتانیا، امریکا)، برنامه‌های دادگاهی (امریکا)، برنامه‌های املاک (بریتانیا)، برنامه‌های استعدادیابی (بریتانیا، امریکا)، و دیگر برنامه‌های تلویزیون واقعیت‌نما.

۹. جالب است که به عقیده بانر (۲۰۰۳: ۵۲) «تلویزیون معمولی به این وابسته نیست که حتماً مردم عادی را در برنامه نشان بدهد»؛ هر چند باید پذیرفت که این رایج‌ترین شیوه است.

۲ داستان‌گویی... یا ساماندهی واقعیت در قالب سرگرمی

۱. در این کتاب دو اصطلاح «داستان» و «روایت» را به یک معنا به کار برده‌ایم، اما در روایت‌شناسی به دو جنبه متفاوت از گفت‌مان روایتی اشاره می‌شود (ن.ک. بخش واژه‌نامه زیر عنوان داستان / روایت).

۲. مصاحبه با نگارنده در ژانویه ۲۰۰۷.

۳. ارزیابی روایتی عبارت است از «تمهیدهایی که راوی به کار می‌بندد تا نکته اصلی روایت و دلیل وجودی آن را مشخص کند: چرا روایت بیان شده است و منظور راوی چیست» (لابوف، ۱۹۷۲ الف: ۳۷۵).
۴. سرزمین مادری نخستین بار در سال ۱۹۹۳ در نیوزیلند پخش شد و بعدها به صورت مجموعه‌ای بیست و چهار قسمتی در آمد و در سال ۱۹۹۴ مدال برنز جشنواره فیلم و تلویزیون نیویورک و سپس در همان سال جایزه بهترین مجموعه مستند را در جشنواره فیلم و تلویزیون نیوزیلند دریافت کرد. دوره دوم این مجموعه در سال ۱۹۹۵ تولید و پخش شد. در سال ۲۰۰۱ برخی از قسمت‌های این مجموعه از سال‌های میانی دهه ۱۹۹۰ از تلویزیون نیوزیلند پخش گردید.
۵. شرکت‌کنندگان عادی کسانی هستند که در برنامه‌های گفتگویی از جانب خودشان سخن می‌گویند. این گروه، نه شامل کارشناسانی هستند که به دلیل تخصص‌شان به استودیو دعوت می‌شوند تا از جانب دیگران و اغلب «در دفاع از "تخصص" یا "حرفه‌شان" سخن بگویند (لوینگستون و لانت، ۱۹۹۴: ۱۲۹)، و نه شامل حاضران در استودیو که معمولاً با کف زدن و هورا کشیدن و دیگر رفتارها به ارزیابی سخنان شرکت‌کنندگان عادی می‌پردازند و اغلب تجربیات خودشان را بیان نمی‌کنند.
۶. پس‌درآمد به تعریف لایبوف (۱۹۷۲ الف: ۳۶۵) عبارت است از: «جملات آزاد در پایان روایت»؛ که آن را جمع‌بندی می‌کنند و نشان می‌دهند که روایت به پایان رسیده است و «راوی و شنونده را به همان نقطه‌ای باز می‌گردانند که وارد روایت شده بودند» (۱۹۷۲ الف: ۳۶۶).

۳ روزی روزگاری در فیلم مستند

۱. نمونه‌ای از فیلم مستند که ادعای ثبت واقعیت را ندارد، فیلم «مستندنما یا مستند جعلی» (راسکو و هایت، ۲۰۰۱) است که به هجو فرض‌ها و انتظارات ما از این گونه می‌پردازد. البته برخی از مسابقه‌های واقعیت‌نما به سبک برادر بزرگ این جنبه را آشکارا بروز نمی‌دهند. همان‌گونه که در بخش دوم این کتاب بحث خواهیم کرد، در این برنامه‌ها، ادعاهای واقع‌گرایی و صحنه‌پردازی آشکار برخی از جنبه‌های واقعیت در هم می‌آمیزد.

۲. شرایط «پخش زنده» که ناشی از نمایش زمان حال پیوسته بر صفحه تلویزیون است، در فصل ۶ و در زمینه اخبار تلویزیونی مورد بحث قرار گرفته است.
۳. البته این وضعیت شاید در آینده تغییر یابد (ن.ک. فصل ۱).
۴. البته این ویژگی روایتی را با توجه به برنامه‌ریزی، نامگذاری، جلب مخاطب، و حفظ مخاطب نیز می‌توان توضیح داد (مقایسه کنید با بورن، ۲۰۰۴).
۵. برای نمونه، در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ یکی از مجریان تلویزیون بریتانیا (جانی موریس) به تقلید خنده‌دار از حیوانات (باغ وحش) می‌پرداخت و برنامه‌هایش بسیار محبوب بودند. در دهه ۱۹۶۰ دیزنی نیز به انسان‌انگاری حیوانات در فیلم‌ها می‌پرداخت و این فیلم‌ها بعدها از تلویزیون هم پخش شدند.
۶. البته کلام بطنی فقط به بازنمون گفتار نوزادان و حیوانات خانگی و دیگر موجودات دوست‌داشتنی محدود نمی‌شود؛ و از آنجا که توانایی بازنمون دیگران را به شیوه‌ای غیررسمی دارد، تدبیری مناسب است تا، مثلاً، بتوان کسانی را که قادر به سخن‌گویی هستند، مورد ارزیابی انتقادی ولی به‌ظاهر دوستانه قرار داد (ن.ک. فصل‌های ۹ و ۱۰).
۷. مایکل پالین از همان نخستین روزهایی که در برنامه سیرک پرنده مانتی پایتون ظاهر شد، به یکی از محبوب‌ترین شخصیت‌های تلویزیونی در بریتانیا تبدیل شده است. شاهد این محبوبیت، یکی وب‌گاه www.palintravels.co.uk است که به سفرهای او اختصاص یافته، و دیگری مصاحبه‌های او در برنامه‌های معروف گفتگو با مشاهیر همچون پارکینسون (بریتانیا) است.
۸. در فصل ۵ به مفهوم گفتگووارسازی از نظر فئرکلاف پرداخته‌ایم.
۹. در فصل ۶ به تفصیل به اصطلاح «گفتگوی سرسری» یا گپ و گفتگو پرداخته‌ایم.
۱۰. هجو مرد انگلیسی در سرزمین بیگانه یکی از درونمایه‌های رایج در دهه ۱۹۷۰ بود؛ از جمله در سیرک پرنده مانتی پایتون و حکایت‌های معرکه. برای مثال در حکایت‌های معرکه، پالین و تری جونز (یکی از اعضای گروه مانتی پایتون) چندین هجویه درباره حکایت‌های پیش از جنگ نوشتند که به هجو بی‌باکی و قهرمان‌انگاری «مردم شمال» می‌پرداخت - یعنی هجو همان شعارهایی که با آن بزرگ شده بودند. در ضمن، اجرای پالین از مرد انگلیسی در سرزمین بیگانه را می‌توان نمونه‌ای از همان «دیگرسازی» به شمار آورد که اغلب در برنامه‌های سیر و سفر دیده می‌شود. در اینجا، دیگرسازی

یعنی اینکه مردم و نواحی و فرهنگ‌های مورد بازدید گردشگران (که در مجری برنامه تجسم می‌یابند) آگاهانه به صورت گروه‌هایی کاملاً متمایز با گروه «ما» (مجری و بینندگان) تصویر شوند و این تفاوت‌ها بدون تعریف و تمجید به نمایش درآیند (یاوورسکی و دیگران، ۲۰۰۳ الف، ۲۰۰۳ ب).

۴ روزی روزگاری در برنامه‌های گفتگویی

۱. در اینجا سه اصطلاح «بخش مقدماتی»، «رویداد پیچیدگی‌آفرین» و «نتیجه» را به معنای مورد نظر لایبوف (۱۹۷۲ الف) به کار برده‌ایم. (ن.ک. واژه‌نامه زیر داستان / روایت).

۵ نزدیکی... یا چگونه تلویزیون صمیمی و شخصی می‌شود

۱. نمونه دیگر، که البته گفتار به معنای رایج کلمه نیست، این است که مردم عادی تصاویری را که با تلفن همراه یا دوربین‌های جیبی گرفته‌اند، به برنامه می‌فرستند. این یکی از موارد «خبرنگاری شهروندان» (آلن، ۲۰۰۶؛ گیلومر، ۲۰۰۶) است.

۶ اخبار زنده و نزدیکی

۱. مانتگومری (۲۰۰۷: ۵) به تازگی ارزش خبری را چنین تعریف کرده است: «اصول ویژهٔ گزینش، الگوهای مرتبط بودن، و قواعد حذف یا اضافه کردن مواد در خبر».
۲. مفهوم جریان پیوستهٔ تلویزیون را ریموند ویلیامز مطرح کرد و نخستین بار هنگامی آن را به کار برد که تنها و خسته در اتاق هتلش در امریکای شمالی نشسته بود و بی‌هدف کانال‌های تلویزیون را عوض می‌کرد که متوجه شد بازنمون پیوستهٔ مواد بصری (آگهی‌های بازرگانی و برنامه‌ها) حالت بخش‌بخش ندارد، بلکه پیوسته و بی‌وقفه به نظر می‌رسد. به عقیدهٔ ویلیامز این نکته ناشی از «گنجانیدن» بی‌وقفهٔ بخش‌های کوتاه‌تر در میان بخش‌های بزرگ‌تر برنامه‌های در حال پخش است. الیس (۱۹۹۲: ۱۲۲) نیز همین اصطلاح «جریان» را برگزید و - همچون ویلیامز - آن را ویژگی اصلی این رسانه دانست و آن را چنین تعریف کرد: «توالی اجزاء، توالی بخش‌های منسجم نمایشی، آموزشی، داستانی، یا مواد مستند». هرچند بینندگان حتی پیش از اختراع فناوری‌های جدید، بویژه در اواخر سدهٔ بیستم، می‌توانستند تا اندازه‌ای خودشان این جریان را صورت دهند ولی با ابداع این فناوری‌ها این توانایی فزونی

یافت، چندان که به عقیده برخی (مانند گریس پاد، ۲۰۰۴) «جریان» دیگر ویژگی اصلی تلویزیون نیست.

۳. می توان گفت که تماشای وقوع زنده یک رویداد زنده، «کامل تر» از پخش زنده آن است، بویژه هنگامی که به صورت بازیافت، بارها در برنامه های خبری پخش شود. بنابراین، می توان گفت فقط آن دسته از «بینندگان حی و حاضر» که مصاحبه هیلاری را «شاهد» بوده اند، پخش زنده آن را به طور کامل تجربه کرده اند.

۴. کرس و ون لئون در کتاب *خوانش تصاویر: دستور زبان طراحی بصری* (۱۹۹۶، ۲۰۰۵ (ویراست دوم)) به بررسی «ساختارهای کهنه / جدید» پرداخته اند. این ساختارها بر این فرض استوارند که اطلاعات «کهنه» معمولاً در سمت چپ تصویر یا فضا قرار می گیرند و سمت راست تصویر نشان دهنده و وابسته به اطلاعات «جدید» است. برای نمونه، در مصاحبه های تلویزیونی، مصاحبه کننده اغلب در سمت چپ مصاحبه شونده (از زاویه دید بیننده) می نشیند. به عقیده کرس و ون لئون (۲۰۰۵: ۱۸۴) هدف از این چیدمان این است که مصاحبه کنندگان را «کسانی نشان بدهند که بینندگان با دیدگاه ها و گرایش هایشان آشنا هستند و آنان را می شناسند، در واقع به صورت کسانی که از جانب بینندگان پرسش مطرح می سازند». مصاحبه شونده نیز معمولاً در سمت راست مصاحبه کننده (از زاویه دید بیننده) قرار می گیرند، یعنی در سمتی که حاوی اطلاعات جدید است. در پنجره سمت راست تصویر ۱-۶ نیز وضع به همین منوال است.

۵. علاوه بر پخش زنده مراسم یادبود و جشن ها (دایان و کتز، ۱۹۹۲)، «پخش زنده رویدادهای خشونت بار» (لایبز، ۱۹۹۸) نیز نمونه دیگری است که در آن، بیننده شاهد رویدادهایی است که در زمان واقعی از رسانه های گروهی پخش می شوند، نه اینکه فقط تماشاگر یا بیننده آنها باشد.

۶. اصطلاح «نمایه» نشان دهنده آن دسته از ویژگی های زبان است که به طور مستقیم به مشخصه های فردی، مکانی، یا زمانی یک موقعیت اشاره می کنند. (ن.ک. واژه نامه، عبارات نمایه ای).

۷. در برنامه های خبری بریتانیا (بی بی سی و آی تی وی) عنوان «دبیر» در مورد خبرنگاران ارشدی به کار می رود که در یک حیطه مشخص تخصص دارند، برای مثال در روابط خارجی، اقتصاد، یا در مورد بردبی سیاست. بنابراین، «دبیر» از این نظر با گزارشگر یا خبرنگار تفاوت دارد که در تفسیر و توضیح اخبار توانا تر است (مانتگومری، ۲۰۰۷).

۷ گفتگوی «نزدیک» و ارزش اخلاقی

۱. البته به عقیده بانر (۲۰۰۳) خوش‌سیمایی مجریان زن هیچ مشکلی ندارد.
۲. تولید و پخش برنامه زنده روو در استرالیاست، ولی از تلویزیون نیوزیلند (NZ3) نیز پخش می‌شود. گزیده ۷-۱ نیز از همین شبکه ضبط شده است. همان‌گونه که در این گزیده نشان داده شده است، بری‌مور در سرتاسر مصاحبه با روو گاهی همان سبک هجوآمیز برنامه را در پیش می‌گیرد، ولی معمولاً چنان رفتار می‌کند که گوی در حال گفتگو در یک برنامه «جدی» مصاحبه با افراد مشهور است.
۳. هدف از استعاره نمایشی گافمن این نیست که زندگی اجتماعی را نوعی بازی معمولی و ترفندی بدانند، بلکه این اجراها را که بر بازیگری راهبردی استوارند، نوعی بیان احترام به نظام اجتماعی (یعنی اخلاقی) می‌شمارد. به‌علاوه، گافمن الگوی زندگی اجتماعی به مثابه درام را نیز محدود می‌داند ((«البته همه جهان، صحنه نمایش نیست» (۱۹۵۹: ۷۲)) ولی هشدار می‌دهد که همیشه نمی‌توان به آسانی تعیین کرد که در چه مواردی چنین نیست.
۴. البته این نکته در مورد بیشتر شکل‌های تلویزیون واقعیت‌نما صدق می‌کند نه همه آنها. فیلم‌های مستندنما و برنامه‌های واقعیت‌نما، مانند برادر بزرگ، تا اندازه‌ای این دیدگاه قطعی به واقعیت‌های «ضبط» شده را به چالش می‌گیرند (فصل‌های ۲ و ۳).
۵. تمام این تک‌گویی اعترافی در نمای متوسط فیلمبرداری شده است، چنان‌که بالاتنه گرگور بیشتر تصویر را پوشانده ولی برخی از عناصر پس‌زمینه نیز دیده می‌شوند (مثلاً اینکه روی میز آشپزخانه در حال تهیه آب خیار است).
۶. «اتاق خاطرات» فضایی کوچک در درون خانه است و داخل آن یک صندلی قرار دارد که شرکت‌کنندگان می‌توانند به آن «پناه» ببرند یا فراخوانده شوند که رو به شنونده‌ای ناپیدا (برادر بزرگ) درباره احساسات و کنش‌ها و روابطشان با دیگر همخانه‌ها، و مواردی از این دست، سخن بگویند. گفتار شرکت‌کنندگان رو به دوربینی است که هم‌تراز چشم و روبه‌روی صندلی قرار گرفته است. صدای شنونده ناپیدا در «اتاق خاطرات» همیشه از سوی یک نفر اجرا نمی‌شود و گاهی مرد است و گاهی زن.
۷. کابوس‌های آشپزخانه نسخه آمریکایی کابوس‌های آشپزخانه رامزی در تلویزیون بریتانیاست و یکی از چندین برنامه‌ای است که گوردن رامزی سرآشپز بریتانیایی اجرا کرده است. برنامه‌های دیگر او عبارتند از: دو مستند نقطه جوش و فراتر از نقطه

- جوش که به سبک «مگس روی دیوار» تهیه شده‌اند، و دو برنامه واقعیت‌نما به نام *آشپزخانه جهنمی* و *واژه خوراک*.
۸. نزاکت گفتمانی، از جمله مفهوم «نیازهای وجهه»، به تفصیل در بخش سوم این کتاب بررسی شده است.
۹. در اینجا اصطلاح «بهره‌برداری» به معنای توصیفی (و نه تحلیلی) کلمه به کار رفته است، زیرا آشکار است که تهیه‌کنندگان این برنامه‌ها آنها را به این طریق معرفی یا تبلیغ نمی‌کنند.

۸ کشمکش... یا ظهور بی‌نزاکتی تماشایی

۱. ZB مخفف گفتگوی خبری در شبکه ZB است: شبکه ملی گفتگوی رادیویی در نیوزیلند که شبکه رادیویی نیوزیلند آن را اداره می‌کرد.
۲. برای نمونه، نگاه کنید به: کلی من و هریتیج (۲۰۰۲)، فتزر و وایزمن (۲۰۰۶)، هریتیج (۲۰۰۲)، هاج‌بای (۱۹۹۶)، پیراینن - مارچ (۲۰۰۵)، و ثورن‌بارو (۲۰۰۲).
۳. در اینجا اصطلاح «خشن» در معنای توصیفی کلمه به کار رفته است.
۴. راهبردهای ایجابی و سلبی نزاکت که براون و لوینسون ذکر می‌کنند، یکی از چهار گزینه‌ای است (گزینه ۲ زیر) که گویندگان در هر تعامل می‌توانند به کار بگیرند. این چهار گزینه عبارتند از:
 ۱. تهدید وجهه؛ مستقیم و بی‌پروا، بدون لفظ‌پردازی.
 ۲. تهدید وجهه؛ مستقیم، با لفظ‌پردازی و استفاده از راهبردهای ایجابی یا سلبی نزاکت.
 ۳. تهدید وجهه؛ غیر مستقیم.
 ۴. پرهیز از تهدید وجهه.
۵. البته طی سالها، برخی، از الگوی براون و لوینسون انتقاد کرده‌اند. از جمله ن.ک. به الین (۲۰۰۱)، میلز (۲۰۰۳) و واتس (۲۰۰۳).
۶. این بدان معنا نیست که مجریان تلاش نمی‌کنند سبک خاص خودشان را، بویژه در زمینه تهدید وجهه، پی ببرند.

۹ گفتگوی کشمکشی احساسی و تلویزیون واقعیت‌نما

۱. این ویژگی‌ها را اسکات (۲۰۰۲) با بررسی جامع چندین منبع گردآوری کرده است: مناقشه (گریم‌شاو، ۱۹۹۰)، دیدگاه (بایبر و فینه‌گان، ۱۹۸۸، ۱۹۸۹)، لحن (بختین، ۱۹۸۱، ۱۹۸۴)، گونه (بریگز و بومن، ۱۹۹۲)، و نظام‌های گفتمان (فوکو، ۱۹۷۸). در بررسی اسکات، مناقشه‌های پیش‌زمینه‌ای و پس‌زمینه‌ای در دو سر این طیف قرار دارند. در میانه این طیف، مقولهٔ سومی به نام «مناقشه‌های تلفیقی» قرار می‌گیرد که همان‌گونه که از نام آن پیداست، تلفیقی از ویژگی‌های دو مناقشهٔ پیش‌زمینه‌ای و پس‌زمینه‌ای است.
۲. در اینجا برای سادگی بحث، اصطلاح جامعهٔ «مدرن» را به جای اصطلاحات گوناگونی به کار می‌برم که نویسندگان مختلف ذکر کرده‌اند؛ مانند «مدرنیتهٔ متأخر یا سطح بالا» (گیدنز، ۱۹۹۱)، «مدرنیته» (چینی، ۱۹۹۶، ۲۰۰۱، ۲۰۰۲)، و «پسامدرنیته» (لوینگستون و لانت، ۱۹۹۴).
۳. برای نمونه، ن.ک. www.judgejoebrown.com، www.judgejudy.com، www.texasjusticetv.com (آخرین تاریخ دسترسی آوریل ۲۰۰۸).
۴. برای توضیحی کوتاه دربارهٔ «حیطهٔ همگانی» ن.ک. واژه‌نامه.

۱۰ گفتگوی کشمکشی و سیاست

۱. موارد استثنا شامل پرسش‌های حمایتی اعضای یک حزب سیاسی از رهبرشان است. ولی گاهی اعضای مجلس در مورد تصمیم‌های سیاسی مناقشه‌برانگیز به تهدید و جبههٔ رهبر یا هم‌قطاران‌شان می‌پردازند. برای مثال چند ماه پیش از اینکه تونی بلر تصمیم بگیرد نیروهای جنگی به عراق بفرستد (۲۰۰۳) چندین نفر از اعضای مجلس بارها در برنامهٔ پرسش/از نخست‌وزیر چنین تصمیمی را به چالش گرفتند.
۲. برای تعریف این اصطلاح ن.ک. واژه‌نامه زیر «شکل‌های خطاب» (Forms of Address).
۳. این نکته را بلاس - آرویو (۲۰۰۳) نیز در زمینهٔ مناظره‌های سیاسی در تلویزیون اسپانیا ذکر کرده است.
۴. این نمونه، از کتاب کلی‌من و هریتیج (۲۰۰۲: ۱۵۳) گرفته شده است.

۵. برعکس، مانتگومری (۲۰۰۷: ۲۰۲-۲۱۷) عقیده دارد که این نوع مصاحبه تهاجمی در برخی از مصاحبه‌های پاسخ‌خواهی در تلویزیون با انتقاد روبه‌رو شده است و «هر روز بیش از پیش آن را بی‌ادبانه و نامناسب» می‌دانند.

۱۱. ترغیب... یا هنر پوشیده‌گویی

۱. سیسرون (۱۹۸۸: ۸۳).
۲. به گفته کارنر و پلز (۲۰۰۳: ۵۳) دو اصطلاح «ناتوان‌سازی» و «تواناسازی» دو دیدگاه کلی در مورد رابطه رسانه‌ها و سیاست را نشان می‌دهند.
۳. واشنگتن پست ۲۷ ژانویه ۱۹۹۸، ص ۱، به نقل از تامپسون (۲۰۰۰: ۱۵۴).
۴. برای اینکه همان اصطلاحات کتاب بختین را به کار ببریم، در این بخش از کتاب حاضر دو اصطلاح «زبان» و «فرازبان» در اشاره به آن جنبه کلی «فرا» به کار رفته‌اند که شامل شیوه‌های ارتباط کلامی و غیرکلامی است. نیز، در اینجا «گفتار» به همان معنای مورد نظر بختین به کار رفته است و به آن دسته از واحدهای ساختاری اشاره دارد که حاوی هر نوبت از سخنان هر فرد است. طول این واحدهای ساختاری گوناگون است؛ از سخنان تک‌واژه‌ای گرفته تا رمان (نوشتاری) و بزرگ‌تر.

۱۲. ترغیب، سیاست، و تلویزیون

۱. «گفتگوهای خودمانی» [کنار شومینه] مجموعه‌ای از ۳۰ سخنرانی رادیویی بود که فرانکلین دی. روزولت، رئیس جمهور آمریکا در سال‌های ۱۹۳۳ تا ۱۹۴۴ ایراد کرد. گفته می‌شود که این سخنرانی‌ها، که در دوران طلایی رادیو در آمریکا پخش شده‌اند، بیش از برنامه‌های محبوب رادیویی امروز شنونده داشتند (بوریات و لوی، ۱۹۹۲).
۲. در این فصل به دلیل محدودیت صفحات، نمی‌توانیم به راهبردهای کلاسیک سخنوری پردازیم (ن.ک. به راهنمای مطالعات بیشتر).
۳. نقل قول بازسازی شده می‌تواند پیام نهفته در آن را شاعرانه کند (باین‌هم، ۱۹۹۶، ۱۹۹۹؛ جانستون، ۱۹۹۴؛ تانن، ۱۹۸۷، ۱۹۸۹) و خود سخنان را برجسته سازد. در واقع، این همان چیزی است که یاکوبسون (۱۹۶۰) آن را «کارکرد شاعرانه زبان» می‌نامد؛ یعنی کاربرد زبان به گونه‌ای که ویژگی‌های شکلی آن مورد توجه کاربر باشد و با «اضافه» معنا، جلوه‌های خاصی (اغلب زیبایی‌شناختی) ایجاد کند.

۴. البته در برخی از موارد «ما»ی عام، فروتنانه جلوه می‌کند، مانند هنگامی که پزشک با بیمار در مورد وضعیت سلامت او گفتگو می‌کند.
۵. این توانایی رسانه تلویزیون که می‌تواند با برنامه‌های خبری، رویدادها را در لحظه خاصی از زمان گزارش کند و شکل بدهد، اغلب «تأثیر سی‌ان‌ان» نامیده شده است (ن.ک. واژه‌نامه).

۱۳ ترغیب و تلویزیون سبک زندگی

۱. www.channel4.com/4homes/ontv/sellinghouses/index.html (آخرین تاریخ دسترسی آوریل ۲۰۰۸).
۲. برخی از نویسندگان همچون بانر (۲۰۰۳: ۱۳۵) عقیده دارند که این مهلت‌های زمانی خودخواسته علاوه بر اینکه جذابیت روایتی دارد، تلاشی از جانب این برنامه‌هاست تا «جهانی را تصویر کنند که در آن هیچ‌گاه وقت کافی برای انجام کارها وجود ندارد».
۳. در بریتانیا، دلیا اسمیت، سبک «آموزش آشپزی» مشابهی دارد که البته با ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی این کشور همخوان شده است (برای تجزیه و تحلیل گفتمان برنامه‌های آشپزی در تلویزیون بریتانیا، از جمله کریسمس دلیا / اسمیت، ن.ک. استرنج (۲۰۰۴)).

واژه‌نامه

در زیر فهرستی از مهم‌ترین اصطلاحات و مفاهیم به کار رفته در این کتاب آمده و برای هر کدام تعریف کوتاهی ارائه شده است.

Actuality footage (نماهای واقعی): «واقعی» در مفهوم کلی یعنی آنچه که به‌واقع انجام شده، آنچه به‌واقع رخ داده، و آنچه به‌واقع مشاهده شده است. نماهای واقعی به تصاویری از رویدادهای خبری گفته می‌شود که به طور زنده ضبط شده‌اند.

Adjacency pairs (جفت‌های همجوار): یک پی‌رفت واحد از محرک - گفتار و واکنش - گفتار که دو گوینده مختلف آنها را تولید می‌کنند. پرسش و پاسخ و سلام و احوال‌پرسی دو نمونه رایج از جفت‌های همجوار است.

Activity type (نوع فعالیت): هر نوع فعالیتی که به لحاظ عرفی این گونه شمرده شود و اعضای اجتماعی نیز آنها را همین‌گونه طبقه‌بندی کنند (مقایسه کنید با تعریف لوینسون در فصل ۷).

CNN effect (تأثیر سی‌ان‌ان): به «سی‌ان‌ان‌وارگی» (مک‌گرگور، ۱۹۹۷) نیز معروف است و به ورود تلویزیون جهانی اشاره دارد که با رسانه‌ای کردن تصمیم‌گیری‌های سیاسی، ماهیت روابط خارجی را دگرگون ساخته است. این عنوان از گزارش سی‌ان‌ان از نخستین جنگ خلیج فارس برمی‌آید که این شبکه به صورت بیست و چهار ساعته در تمام هفته اطلاعاتی را در اختیار همه گروه‌های درگیر می‌گذاشت و نوعی جاسوسی بصری را در زمان واقعی برای هر دو طرف درگیر فراهم می‌آورد، «ابزاری برای ارائه اطلاعات نادرست؛ ابزاری برای مذاکرات پشت پرده شبکه [. . .] و ابزاری برای پیام‌های عملیات روابط عمومی / جاسوسی که به طور مستقیم به جمعیت گروه مقابل ارائه می‌شود» (لئو، ۲۰۰۵: ۲۸۵).

CNN look (جلوه سی‌ان‌ان): این اصطلاح را نخستین بار بالتر و گروسین (۲۰۰۰) در اشاره به این گرایش برنامه‌های خبری به کار بردند که صفحه تلویزیون را با «شواهدی» مرئی پر می‌کنند تا قدرت رسانه تلویزیون را در گردآوری خبر نشان دهند. جلوه سی‌ان‌ان یعنی صفحه‌ای شلوغ که در آن «تصویر مجری خبر چنان با تصاویر گرافیکی و نوشتاری همراه می‌شود که برنامه به صورت وب‌گاه یا نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای درمی‌آید». بر خلاف دهه ۱۹۸۰ که برنامه‌های خبری معمولاً «صفحه‌ای یکدست» را نشان می‌دادند، تغییراتی که سی‌ان‌ان - و سپس دیگر شبکه‌ها - در شیوه ارائه اعمال کرده‌اند، به این معناست که بینندگان «این بیش‌رسانگی را نه با یک نگاه یکدست و متمرکز، بلکه با تغییر توجه‌شان به نقاط گوناگون تصویر در لحظات کوتاه» تجربه می‌کنند (بالتر و گروسین، ۲۰۰۰: ۱۹۸).

Conversationalisation (گفتگووارسازی): این اصطلاح بیشتر در آثار نورمن فئرکلاف در مطالعات انتقادی گفتمان به کار رفته و به دو معناست: یکی «اشغال حیطه همگانی با کنش‌های حیطه خصوصی، گشودگی نظام‌های همگانی گفتمان به روی کنش‌هایی گفتمانی که همه ما، و نه فقط نخبگان، قادر به انجام آنهایم، و کنش‌های سنتی مختص حیطه همگانی»، و دیگری «تصاحب آن دسته از کنش‌های حیطه‌های خصوصی که در موقعیت‌های پس-سنتی مورد نیازند تا فرایندهای پیچیده تنظیم روابط و هویت‌ها شکل بگیرد» (فئرکلاف، ۱۹۹۵: ۱۳۸).

Deictic expressions (عبارات نمایه‌ای): ویژگی‌های زبانی که به طور مستقیم به مشخصه‌های فردی، مکانی، یا زمانی یک موقعیت اشاره می‌کنند. به عقیده لایونز (۱۹۹۷: ۶۳۷) نمایه‌ها نشان‌دهنده «مکان و تعیین افراد، اشیا، رویدادها، فرایندها، و فعالیت‌های مورد گفتگو یا مورد اشاره‌اند، آن‌هم در رابطه با زمینه زمانی-مکانی که با گفتار و مشارکت در آن ایجاد و حفظ می‌شود، این مشارکت معمولاً شامل یک گوینده و دست‌کم یک مخاطب است». البته همه عبارت‌های زمان و مکانی نمایه‌ای نیستند. مثلاً در جمله «جان قرار است ۲۰ اکتبر ساعت ۱۶ به لندن بیاید» ساعت و تاریخ ورود جان، و همچنین مقصد وی، عبارت‌های نمایه‌ای نیستند، زیرا تفسیر آنها به زمینه‌ای که در آن بیان شده‌اند، بستگی ندارد. برعکس، در جمله «جان شاید همین حالا همین‌جا به دیدارمان بیاید»، «همین‌جا» و «همین حالا» را فقط با توجه به زمینه‌ای می‌توان دریافت که در آن به کار رفته‌اند، برای مثال جلو سینما («همین‌جا») در ساعت ۳۰: ۱۹ («همین حالا»).

Documentary (مستند): نوعی فیلم یا برنامه که بیشترین توانایی را برای ارائه دقیق و واقعی جهان اجتماعی دارد: «مستند یعنی تمامیت و کمال، دانش و مدرک، توضیح جهان اجتماعی و ساز و کارهای محرک آن» (نیکولز، ۱۹۹۳: ۱۷۴). مستند، گونه‌ای متنوع و شامل و استوار بر پنج نوع اسلوب بازنمون است: توضیحی، مشاهده‌ای، تعاملی، بازتابی، و اجرایی (نیکولز، ۱۹۹۱). در این کتاب، به کاربرد روایت در اسلوب‌های بازنمون توضیحی و مشاهده‌ای پرداخته‌ایم. در مستند توضیحی، به شیوه‌ای آشکار درباره جهان اجتماعی - تاریخی بحث می‌شود، هرچند روایت نیز در آن به کار می‌رود. این نوع مستند، بینندگان را به طور مستقیم مورد خطاب قرار می‌دهد و هدفش این است که فیلمساز را بی‌طرف و عینیت‌گرا بنمایاند. در مستند مشاهده‌ای، به جای بحث درباره جهان اجتماعی - تاریخی، زندگی اجتماعی با دقت و تفصیل ارائه می‌شود. برای اینکه این حس القا شود که فیلم مستند، دسترسی بی‌واسطه و مستقیم به جهان واقعی دارد، فیلمساز از مداخله در رویدادها می‌پرهیزد و «دریچه‌ای به واقعیت - نوعی موقعیت تماشاگر آرمانی (چشم‌چرانی)» (راسکو و هایت، ۲۰۰۱: ۱۹) در اختیار بینندگان قرار می‌گیرد.

Face (وجهه): یکی از سه اصل بنیادی است که نظریه نزاکت براون و لوینسون (۱۹۸۷) بر آنها استوار است و خودشان این اصول را از آثار گافمن گرفته‌اند. وجهه، نوعی جایگاه یا ارزش اجتماعی است که افراد برای خود قایل‌اند و می‌خواهند که دیگران آن را رعایت کنند.

Footing (موضع): دیدگاهی که شرکت‌کنندگان در تعامل کلامی در قبال دیگر شرکت‌کنندگان دارند (مقایسه کنید با تعریف گافمن در فصل ۴).

Forms of address (شکل‌های خطاب): طیفی از گزینه‌های اسمی یا ضمیری که گویندگان از طریق آنها هم روابط میان‌فردی را نشان می‌دهند و هم آنها را (باز) تعریف می‌کنند. گزینش یک شکل خطاب - مانند عنوان رسمی فرد به جای نام کوچک یا لقب او - کنشی گفتمانی است که دلالت‌های ایدئولوژیک مهمی دارد: زیرا گوینده را از نظر قدرت فراتر یا فروتر از دیگری می‌نماید، او را عضو گروه یا بیرون از گروه نشان می‌دهد، و مانند آن (وان دایک، ۱۹۹۸). به این ترتیب، شکل‌های خطاب، معیار مهمی است که «معناشناسی قدرت و همبستگی» (براون و گیلمن، ۱۹۷۲) را میان افراد متعامل نشان می‌دهد.

Frame (چارچوب): مجموعه ویژه‌ای از اصول سازمانی که معنا و اهمیت رویدادهای اجتماعی را مشخص می‌سازد (گافمن، ۱۹۸۱).

Fresh talk (گفتگوی سرزنده): نوعی چارچوب مشارکتی برای تولید گفتار که در آن گوینده هر سه نقش محرک و مؤلف و گوینده اصلی را بر عهده دارد (برای توضیح این اصطلاحات و کاربرد آنها در زمینه گفتمان تلویزیونی ن.ک. فصل ۱)

Given/new visual structures (ساختارهای بصری کهنه/جدید): چیدمان‌های بصری استوار بر این فرض که اطلاعات «کهنه» معمولاً در سمت چپ صفحه قرار می‌گیرد و سمت راست صفحه یا فضا به اطلاعات «جدید» اختصاص می‌یابد (کِرس و وان لئون، ۲۰۰۱).

Hedge (تخفیف یا تسکین): اصطلاحاتی زبانی که نیرو و تندی گفتار گوینده را تا اندازه‌ای کاهش می‌دهند و برخی از نمونه‌های آن عبارتند از: «تقریباً»، «منظورم اینه که»، و «کمابیش».

Identity (هویت): مفهوم «خود» که افراد در گفتمان و از طریق آن ایجاد و اجرا می‌کنند.

Ideology (ایدئولوژی): این اصطلاح تعاریف فراوانی دارد. در این کتاب، ایدئولوژی به همان معنایی به کار رفته است که یاوورسکی و کوپلند (۱۹۹: ۴۹۶)، بر پایه آثار نویسندگانی همچون وان دایک (۱۹۹۸) و فاولر (۱۹۸۵)، تعریف کرده‌اند: «بازنمون‌های (کلی و انتزاعی) اجتماعی که در میان اعضای یک گروه مشترک است و این اعضا آنها را به کار می‌گیرند تا فعالیت‌های روزمره اجتماعی را انجام دهند: یعنی کنش و ارتباط. این بازنمون‌ها در نظام‌هایی سازماندهی می‌شوند که طبقات اجتماعی و دیگر گروه‌ها از آنها استفاده می‌کنند» تا شیوه عملکرد جامعه را معنا بدهند، آن را مشخص کنند، و قابل فهم سازند (هال، ۱۹۹۶: ۲۶).

Indirect speech (گفتار غیرمستقیم): به گفتار یا گفتگو یا نقل قول گزارش شده / بازسازی شده نیز معروف است. نوعی ساخت جمله که در آن سخنان گوینده «تابع» مصدر «گفتن» قرار می‌گیرد. مانند: «آنها گفتند / گزارش دادند / توضیح دادند که وی نتوانسته است گزارش را به موقع برای جلسه آماده کند».

Intertextuality (بینامتنی): این اصطلاح، در مطالعات (انتقادی) گفتمان به معنای وام‌گیری از دیگر گونه‌های گفتمان است. این اصطلاح در زمینه گفتمان رسانه‌ها به روش‌هایی گفته می‌شود که متون رسانه‌ای و معنای آنها، از یک رسانه به رسانه دیگر و حتی در چارچوب یک گونه، در هم می‌آمیزد. بنابراین، بینامتنی به این توانایی اشاره دارد که فهم ما از یک متن رسانه‌ای تا اندازه‌ای وابسته به دانش قبلی ما از متون دیگر است.

Live two-way (گزارش زنده دوفره): این اصطلاحی در خبرنگاری تلویزیونی و عبارت است از گفتگوی تعاملی در پخش زنده در زمان واقعی میان مجری خبر در استودیوی تلویزیون و گزارشگر خبر سر صحنه.

Marked (نشانداری): رویدادهایی که کمتر رخ می‌دهند و به همین دلیل هنگامی که رخ می‌دهند غیرعادی و برجسته جلوه می‌کنند. به همین ترتیب، «غیرنشانداری» به رویدادهایی گفته می‌شود که به دلیل تکرار، عادی و خنثی به نظر می‌رسند.

Media event (رویداد چشمگیر رسانه‌ای): این اصطلاح بر ویژگی‌های کارکردی «تماشای رویدادهای مهم بر صفحه تلویزیون» (دایان و کتز، ۱۹۹۲: ۱) دلالت می‌کند و در مورد پخش زنده رویدادهایی چشمگیر همچون مسابقات المپیک، عروسی‌های باشکوه، مراسم تدفین مجلل، و فرود بر کره ماه به کار می‌رود. از نظر دایان و کتز (۱۹۹۲: ۱) این گزارش‌ها «نوعی گونه روایتی جدید را پی می‌ریزند که از توانایی منحصربه‌فرد رسانه‌های الکترونیک استفاده می‌کند تا هم توجه جهانیان را جلب کند و هم داستانی بی‌مانند را درباره رویدادهای جاری ارائه دهد».

Metalanguage (فرازبان): زبانی که در بحث از زبان به کار می‌رود (ن.ک فصل ۱۱ که در آنجا درباره ریشه این اصطلاح و ارتباط آن با گفتمان رسانه‌ای بحث شده است).

Multi-modal discourse analysis / Multimodality (تحلیل گفتمان چند وجهی / چند وجهی): دیدگاهی درباره تحلیل گفتمان اجتماعی که بیشتر از سوی کِرس و وان لثوون (۲۰۰۱) مطرح شده است و در آن، همه منابع نشانه‌شناختی (همچون رنگ و زبان و موسیقی و جز آن) نقش یکسانی دارند. هدف از این نوع تحلیل گفتمان، پاسخ به این پرسش است: مردم در کنش‌های ارتباطی واقعی و قطعی و تعاملی چگونه از رسانه‌ها و اسلوب‌های ارتباطی گوناگون استفاده می‌کنند؟

Naturalisation (طبیعی سازی): فعالیت‌های باز نمونی از طریق زبان یا تصاویر بصری که چنین القا می‌کنند که واقعیت مورد ارائه ناشی از «وضعیت طبیعی امور» است، نه نتیجه فعالیت‌های اجتماعی. فعالیت‌های طبیعی سازی این نکته را نادیده می‌گیرند که «وضعیت طبیعی امور» گیرناپذیر و تغییرناپذیر نیست» (کمرون، ۲۰۰۱: ۱۲۳).

Neutralistic stance (موضع بی طرفانه): «شیوه یا سبکی از مصاحبه که در آن مصاحبه‌کننده الگوهای رفتاری ویژه‌ای را برمی‌گزیند تا - چه در زمینه خود مصاحبه و چه بیرون از آن - از اتهام جانبداری برکنار بماند» (گریت‌بچ، ۱۹۹۸: ۱۶۷).

Presupposition (پیش فرض): اینکه گوینده فرض می‌کند که او و مخاطب دانش مشترکی از مسائل دارند و بنابراین می‌توانند به تفسیر گفتار یا بخشی از گفتمان بپردازند.

Public sphere (حیطه همگانی): این اصطلاح را نخستین بار فیلسوف و جامعه‌شناس آلمانی یورگن هابرماس وضع کرده و به این معناست: «حیطه‌ای از زندگی اجتماعی ما که چیزی به نام دیدگاه همگانی در آن شکل می‌گیرد»، جایی که شهروندان می‌توانند «به مسایل مورد علاقه همگان بپردازند، بی‌آنکه مورد فشار و تهدید واقع شوند»، و جایی که می‌توانند «به بیان و نشر دیدگاه‌شان بپردازند» (۱۹۹۷: ۱۰۵). از نظر هابرماس، روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون رسانه‌های حیطه همگانی‌اند. البته این بدان معنا نیست که وی در مورد اینکه شهروندان می‌توانند دیدگاه‌شان را در هر یک از این رسانه‌ها آزادانه شکل بدهند و منتشر سازند، کاملاً خوشبین است.

Reality TV (تلویزیون واقعیت‌نما): این اصطلاح بسیار کلی، که به «سرگرمی واقعی و پرتطرفدار» و «تلویزیون معمولی» نیز معروف است، شامل طیف گسترده‌ای از برنامه‌هایی درباره مردم واقعی است که به بینندگان امکان می‌دهند «خودشان ببینند». مهم‌ترین قالب‌های تلویزیون واقعیت‌نما عبارتند از: برنامه‌های سرگرمی آفرین اطلاع‌رسانی، مستندهای احساساتی، برنامه‌های سبک زندگی، و مسابقه‌های واقعیت‌نما. گوناگونی و تنوع برنامه‌های زیرمجموعه این قالب‌ها، ناشی از این نکته است که تلویزیون واقعیت‌نما شامل «شماری از گونه‌های متمایز و باسابقه تلویزیونی است [...] که با یکدیگر ترکیب شده‌اند و گونه‌های دورگه دیگری را پدید آورده‌اند» (هیل، ۲۰۰۵: ۵۵).

Rhetoric (سخندانی یا معانی بیان): معنای کلی این اصطلاح بسیار کهن، گفتمان ترغیبی است. ارسطو (۱۹۲۶: ۱۵) این اصطلاح را چنین تعریف کرده است: «توانایی کشف ابزارهای احتمالی ترغیب در مورد هر موضوع ممکن». زبان عملی ترغیب شامل گزینش‌های واژگانی، ساختارهای معنایی، و الگوهای صوتی است که گنجینه ترغیبی سخنوران را تشکیل می‌دهند.

Self-presentation (خویش‌نمایی): این اصطلاح به طور کلی یعنی فرایند گفتمانی که با آن فرد می‌خواهد برداشت دیگران را از خودش شکل بدهد. مطالعه نظام‌مند خویش‌نمایی با نوشته‌های اروینگ گافمن جامعه‌شناس اهل امریکای شمالی آغاز شد. یکی از فرض‌های بنیادین گافمن این است که بسیاری از نکته‌های افشاکننده در رفتار اجتماعی را می‌توان در جلوه‌ای ظاهری یافت که مردم در تعامل روزمره‌شان، یعنی در ارائه خودشان در جمع، برای یکدیگر به نمایش می‌گذارند.

Sound-bite (قطعه‌های کوتاه خبری): این اصطلاح از رادیو می‌آید و در آنجا به «گفتار واقعی» نیز معروف است. قطعه کوتاه خبری، بخشی از نوار صوتی یا فیلم در گزارش خبری است که شامل گفتار گوینده، معمولاً یک سطر یا یک جمله، است و از گفتار یا متنی طولانی‌تر برگزیده می‌شود و بر محتوای کلی آن گفتار یا متن دلالت می‌کند. جان اف. کندی رئیس جمهور پیشین امریکا نخستین سیاستمداری بود که از این قطعات کوتاه خبری استفاده بهینه کرد. نمونه معروف این مورد "Ich bin ein Berliner" (من برلینی هستم) است که کندی آن را برای ابراز همبستگی با اهالی آلمان غربی، که در آن زمان زیر سایه دیوار برلین زندگی می‌کردند، به کار برد. هرولد ویلسون نخست وزیر پیشین بریتانیا نیز همین سبک را «برگزید» و در مبارزات انتخاباتی ۱۹۶۴ و ۱۹۶۶ آن را به طرزی مؤثر به کار گرفت.

Speech act (کنش گفتاری): گفتاری (لفظی) که بر پایه نیت (منظور) گوینده و تأثیر (اثرگذاری) آن بر شنونده تعریف می‌شود.

Story / narrative (داستان / روایت): نقل گفتمانی یک یا چند رویداد تخیلی که در زمان مشخصی رخ داده‌اند، در حال رخ دادن هستند، یا رخ خواهند داد. یاوورسکی و کوپلند (۱۹۹۹: ۳۰) روایت را «بازنمون ساختاری رویدادها به ترتیب زمانی معین» تعریف کرده‌اند.

در روایت‌شناسی، دو اصطلاح «داستان» و «روایت» به دو جنبه متفاوت از گفتمان روایتی دلالت دارند. داستان (یا فیولا در آثار نخستین شکل‌گرایان روس همچون پروپ و توماشفسکی، و گزارش (*histiore*) در آثار پژوهشگران فرانسوی همچون بنونیست و بارت) عبارت است از «زنجیره‌ای از رویدادها که ارتباط منطقی و زمانی دارند و کنشگران آنها را موجب می‌شوند یا از سر می‌گذرانند» (بال، ۱۹۸۵: ۵). روایت (یا سیورته در آثار نخستین شکل‌گرایان روس، و گفتمان در آثار پژوهشگران فرانسوی) عبارت است از نقل داستان - یعنی شکل‌دهی به آن در یک زمینه روایتی مشخص. [توضیح مترجم: به نظر می‌رسد در اینجا نویسنده تعریف «روایت‌گری» (*narration*) را با روایت (*narrative*) اشتباه گرفته است.]

به عقیده زبان‌شناسان اجتماعی، از جمله لایوف و والتسکی (۱۹۶۷)، همه روایت‌های کلامی، ساختاری بنیادین دارند. این ساختار شامل پنج عنصر زیر است (البته همه روایت‌ها شامل هر پنج عنصر نیستند)، و به پنج پرسش اساسی پاسخ می‌دهد:

چکیده: داستان درباره چیست؟

مقدمه‌چینی: چه کسی، کی، چه، کجا؟

رویداد پیچیدگی‌آفرین: بعد چه شد؟

ارزیابی: خب که چی؟

پایان: سرانجام چه شد؟

در زمینه ادبیات، ولادیمیر پروپ (۱۹۷۵) به بررسی ساختار روایتی در داستان‌های پریان، یعنی داستان‌های گفتاری یا نوشتاری برای کودکان پرداخت و با بررسی یکصد داستان دریافت که از نظر چکیده، همه آنها شبیه به هم هستند. همچنین وی متوجه شد که «نقش‌های شخصیت‌ها» در هشت دسته اصلی می‌گنجند - مانند شیر، قربانی، یاور، قهرمان - و «عناصر ثابت کارکردهای روایتی» سی و دو مورد است. وی این سی و دو کارکرد را به شش مرحله یا بخش تقسیم کرد که همیشه به یک ترتیب رخ می‌دهند (و شبیه به «مقوله‌ها» در تعریف لایوف و والتسکی هستند): آماده‌سازی، پیچیدگی، انتقال، نبرد، بازگشت، و بازشناسی.

Spin - doctor (مفسر‌باشی): این اصطلاح نخستین بار در سرمقاله روزنامه نیویورک تایمز (۲۱ اکتبر ۱۹۸۴) در اشاره به گروه رسانه‌ای رونالد ریگان به کار رفته است. مفسر‌باشی،

فردی حرفه‌ای است که تأثیر کلی مسائل را شکل می‌دهد و می‌تواند رسانه‌ها را ماهرانه در جهت تأثیرگذاری بر دیدگاه عمومی به کار بگیرد. مفسرباشی سه وظیفه کلی دارد: الف) وادار کردن خبرنگاران به اینکه دنیا را از زاویه‌ای ببینند که با برنامه‌های وی همخوانی داشته باشد، ب) منحرف ساختن توجه رسانه‌ها از ماجراهایی که وی می‌خواهد «پوشاند»، و ج) القا و افشای اخبار. مفسرباشی کارشناسی است که با استفاده از رسانه‌ها، دیدگاه عمومی را «هدایت» می‌کند (لئو، ۲۰۰۵: ۲۹۷-۲۹۸).

Symbolic capital (سرمایه نمادین): این اصطلاح را جامعه‌شناس فرانسوی پیر بوردیو (۱۹۳۰-۲۰۰۲) وضع کرده است. بوردیو چهار نوع «سرمایه» را تعریف می‌کند که تا اندازه‌ای به هم وابستگی دارند و وضعیت طبقاتی را مشخص می‌سازند: اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، و نمادین. سرمایه نمادین، به تملک شهرت خوب منجر می‌شود و همانند پایگاه اجتماعی است. به نظر بوردیو، این نوع سرمایه، نشانه مهمی از طبقه اجتماعی در جامعه امروز است.

Televisuality (تلویزیون‌وارگی): این اصطلاح را کالدول، در توضیح وضعیت تلویزیون امریکای شمالی در دهه ۱۹۸۰ به کار برده است، ولی از برخی لحاظ در مورد دوره‌های بعدی و کشورهای دیگر نیز مصداق دارد. به عقیده کالدول (۱۹۹۵: ۵-۱۱) شش اصل است که تلویزیون‌وارگی را تعریف و معین می‌کند:

۱. اجرای پیرایش‌یافته - نوعی خودنمایی که از جلوه‌ها و ظاهرهای گوناگون بهره می‌گیرد. (در این کتاب به این جنبه پرداخته‌ایم).
۲. وارونگی ساختاری میان روایت و گفتمان.
۳. محصولی صنعتی که ناشی از دستاوردهای جدید فناوری است.
۴. پدیده برنامه‌سازی - یعنی افزایش قابل توجه جلوه‌گری تلویزیون: «امروزه هر چیزی که در تلویزیون به نمایش درمی‌آید، به صورت رویدادی ویژه به خورد بیننده داده می‌شود [. . .] چندان که واژه "ویژه" دیگر تقریباً بی‌معنا شده است» (۱۹۹۵: ۹).
۵. کارکرد مخاطب. به نظر می‌رسد که توانایی‌های فرهنگی مخاطب در اوایل دهه ۱۹۸۰ دگرگون شده بوده است: «بسیاری از بینندگان به تماشای برنامه‌هایی می‌نشستند که نیازهای زیبایی‌شناختی و مفهومی‌شان بیشتر از برنامه‌های پیشین بود» (۱۹۹۵: ۹).

۶. محصول بحران اقتصادی: بحرانی که شبکه‌های تلویزیونی پس از دهه ۱۹۸۰ گریبانگیر آن شدند و به «کاهش هزینه‌های تولید» انجامید. «خودنمایی پیرایش‌یافته و کاهش هزینه‌های تولید دو راهبرد سازمانی متفاوت بودند» (۱۹۹۵: ۱۱) که هدف از آنها حل و فصل یک مسئله بود: کاهش سهم اقتصادی شبکه‌ها.

راهنمای مطالعات بیشتر

کتاب *گفتمان تلویزیونی* چنان طراحی شده است که به تنهایی خواننده و استفاده شود. آثاری که در زیر آورده‌ایم هم این نکته را نشان می‌دهند و هم ماهیت مرتبط این نوشته‌ها را برملا می‌سازند. با این حال، باید پذیرفت که برخی از خوانندگان به بعضی از جنبه‌های این پژوهش بیش از دیگر جنبه‌ها علاقه دارند. به همین منظور، تلاش کرده‌ایم این راهنما تا حد امکان بر پایه موضوع تنظیم شود.

- درباره تلویزیون و روایت ن.ک. به: Holland, P. *The television Handbook*, 2nd edn (London: Routledge, 2000) که تأکید آن بر تولید تلویزیونی است؛ ولی بخش دوم آن حاوی مطالبی مربوط به روایت و برنامه‌های مستند تلویزیونی است و برخی از دیدگاه‌های انتقادی را که در آن استفاده شده است، توضیح می‌دهد.
- برای موردپژوهی درباره کاربرد روایت در تلویزیون از دیدگاه گفتمان / زبان‌شناسی اجتماعی ن.ک. به:

Montgomery, M. 'Television news and narrative. How relevant are narrative models for explaining the coherence of television news?', in J. Thornborrow and J. Coates (eds) *The Sociolinguistics of Narrative* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 2005) 239-57.

درباره کاربرد آثار تودورف درباره ساختار روایتی در مورد گفتمان مستند ن.ک. به:

Smith, P. 'Raising anxiety to construct the nation: Heartland - A case study, *Working Papers, Centre for Communication Research* (Auckland: Auckland University of Technology, 2006), http://www.aut.ac.nz/research/research_institutes/ccr/publications/working_papers/archive.htm

- درباره نماهای آرشیوی در گزارش‌های خبری و توانایی آنها برای القای حس واقع‌گرایی (یا دست‌کم همانندی کافی با جهان واقعی) ن.ک. به:

Machin, D. and Jaworski, A. 'Archive video footage in news: Creating a likeness and index of the phenomenal world', *Visual Communication*, 5 (2006) 345-66.

- علاوه بر پژوهش‌های مهمی که در بخش نخست این کتاب درباره فیلم مستند ذکر کردیم، آثار زیر نیز شاید برای خواننده جالب باشند:

o Barnouw, E. *Documentary: A History of the Non-Fiction Film*, 2nd edn (New York and Oxford: Oxford University Press: 1993).

o Roscoe, J. *Documentary in New Zealand: An Immigrant Nation* (Palmerston North: Dunmore Press, 1999).

o Bruzzi, S. *New Documentary: A Critical Introduction* (London: Routledge, 2000).

کتاب پروتزی به محصولات غیرداستانی در دو دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ می‌پردازد و برخی از آموزه‌های رایج در زمینه نقد و ارزیابی فیلم مستند را به چالش می‌گیرد. بخش دوم این کتاب بویژه برای این مفید است که زمینه بهتری برای تحلیل گفتمان مستندهای احساساتی، بدان گونه که در فصل ۳ کتاب حاضر عرضه کردیم، فراهم می‌آورد. پروتزی از جمله انواع مستندهای احساساتی در تلویزیون بریتانیا را مورد بحث قرار می‌دهد (مانند ساکنان حومه دریاچه، هتل، رفتن به مدرسه، و جستجو).

- درباره محیط کنونی تلویزیون واقعیت (اخبار، مسائل جاری، مستند، و تلویزیون واقعیت‌نما)، و استفاده از نظرسنجی مخاطبان در سوئد و بریتانیا و امریکا ن.ک. به:

Hill, A. *Restyling Factual TV* (London: Routledge, 2007)

- درباره تاریخ تلویزیون واقعیت‌نما، از دوربین مخفی تا آزمون‌ها ن.ک. به:

Holmes, S and Jermyn, D. *Understanding Reality Television* (London: Routledge, 2003)

- درباره زمان‌مندی در اخبار و آینده در گزارش خبری ن.ک. به:

Jaworski, A. and Fitzgerald, R «This poll has not happened yet»: Temporal play in election predictions', *Discourse & Communication*, 2 (2008) 5-27.

نویسندگان در این مقاله با بررسی پوشش خبری انتخابات عمومی ۲۰۰۱ بریتانیا به دستکاری در روابط زمانی این رویداد پرداخته‌اند.

- همان گونه که در فصل ۶ ذکر کردیم، بخش زنده از مفاهیمی است که در پژوهش‌های رسانه‌ای بسیار مورد بحث قرار گرفته است. علاوه بر پژوهش‌هایی که در کتاب حاضر

به آنها اشاره کردیم، خوانندگان شاید مایل باشند به مقالات نشریات زیر که دربارهٔ پخش زنده است نیز نگاهی بیندازند:

O *The Communication Review*, 7 (2004), edited by P. Lunt

این شماره شامل مقالاتی است به قلم ان. کالدروی و جی. راسکو دربارهٔ پخش زنده در تلویزیون واقعیت‌نما، جی. کارنر دربارهٔ پخش زنده در برنامه‌های مستند، و جی. ثورنبارو و آر. فیتزجرالد دربارهٔ رویدادهای زنده در گزارش خبری.

O *Media, Culture & Society*, 23 (2001), edited by P. Scannel

این شماره شامل موردپژوهی اس. ماریوت است دربارهٔ پوشش خبری زندهٔ کسوف ماه که عنوان آن چنین است:

"In pursuit of the ineffable: How television found the eclipse but lost the plot", 725-42

ماریوت مقالات بسیار مهمی دربارهٔ شیوه‌های ایجاد تأثیر پخش زنده برای بینندگان غایب نوشته است. برخی از نوشته‌های وی در فصل ۶ این کتاب مورد اشاره قرار گرفته‌اند، ولی مقالهٔ مهم دیگر وی دربارهٔ پخش زندهٔ مراسم تدفین شاهزاده دایانا در دو شبکهٔ تلویزیونی بریتانیاست: "The BBC, ITN and the funeral of Princess Diana", *Media History*, 13 (2007), 93-110

O Snoeijer, R., de Vreese, C.H. and Semetko, H.A. 'The effects of live television reporting on recall and appreciation of political news', *European Journal of Communication*, 17 (2002) 85-101

در این مقاله، نویسنده به تأثیر پخش زندهٔ گزارش‌های خبری سیاسی بر بینندگان می‌پردازد.

O Jaworski, A., Fitzgerald, R., and Morris, D. "Radio leaks: Presenting and contesting leaks in radio news broadcasts", *Journalism*, 5 (2004) 183-202

این مقاله بویژه در مورد درز اخبار در رسانه‌ها و پوشش «زنده» آنها در برنامه‌های خبری است. برای بحثی گسترده‌تر دربارهٔ درز اخبار و اهمیت آنها در ارتباط سیاسی ن.ک. به: Tiffin, R. *News and Power* (Sydney: Allen Unwin, 1989)

• دربارهٔ تاریخچهٔ استنادی واژهٔ spin ن.ک. به: Pitcher, G. *The Death of Spin* (London: John Wiley, 2002)

دربارهٔ موردپژوهی در زمینهٔ مفسر‌باشی در کشورهای امریکا و انگلستان به ترتیب ن.ک. دو کتاب زیر:

Hurrtz, H. *Spin Cycle: Inside the Clinton Propaganda Machine* (New York: Free Press, 1998)

Moloney, K. 'The rise and fall of spin: Changes in fashion in the presentation of UK politics', *Journal of Public Affairs*, 1 (2002) 124-35.

• مروری جامع بر «گفتگوی سراسری»، از جمله تاریخچهٔ این اصطلاح و تفسیرهای متفاوت از آن، به همراه چند موردپژوهی در این کتاب آمده است: Coupland, J. (ed.)

Small Talk (London: Pearson Education, 2000)

• برای بحث دربارهٔ «فرا» زبان و اصطلاحات مشابه مانند فراگفتمان، فراکاربردگرایی، و فرا ارتباط ن.ک. به فصل‌های مختلف کتاب زیر:

Jaworski, A., Coupland, N. and Galasinski, D. (eds) *Metalanguage, Social and Ideological Perspectives* (Berlin: Mouton de Gruyter, 2004)

• برای بحث دربارهٔ سکوت در رسانه‌ها ن.ک. به:

Jaworski, A., Fitzgerald, R. and Constanrinou, O. 'Busy saying nothing new: Live silence in TV reporting of 9/11', *Multilingua*, 24 (2005) 121-44. (Special issue, Adam Jaworski (ed.) *Silence in Institutional and Intercultural Contexts*).

• دربارهٔ تأثیر سی‌ان‌ان ن.ک. به آثار زیر:

Livingston, S. 'Classifying the CNN effect: An examination of media effects according to the type of military intervention', *Research Paper R-18* (The Joan Shorenstein Center: Harvard University, 1997).

Robinson, P. *The CNN Effect. The Myth of News, Foreign Policy and Intervention* (London: Routledge, 2002).

Volkmer, I. *News in the Global Sphere. A Study of CNN and its Impact on Global Communication* (Luton: University of Luton Press, 1999).

دربارهٔ موردپژوهی مفصل ن.ک. به دو اثر زیر:

McGregor, B.B. *Live, Direct and Biased? Making Television News in the Satellite Age* (London and New York: Arnold, 1997).

Livingston, S and Eachus, T. 'Humanitarian crises and US foreign policy: Somalia and the CNN effect reconsidered', *Political Communication*, 12 (1995) 413-29.

• آثار کلاسیک درباره رویدادهای چشمگیر رسانه‌ای عبارت‌اند از:

Dayan, D. and Katz, E. *Media Events: The Live Broadcasting of History* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992).

Liebes, T. 'Television's disaster marathons: A danger for democratic processes?', in T. Liebes and J. Curran (eds) *Media, Ritual and Identity* (London: Routledge, 1998) 71-84.

در کتاب دوم، لایبز در زمینه کشتار ورزشکاران اسرائیلی در المپیک ۱۹۷۲ مونیخ به بررسی پخش زنده ماراتون فاجعه می‌پردازد. موردپژوهی‌های اخیر درباره رویدادهای چشمگیر (مانند ۱۱ سپتامبر) در دو کتاب زیر یافتنی است:

Zelizer, B. and Allan, S. (eds) *Journalism after September 11* (London and New York: Routledge, 2002).

Hoskins, A 'Television and the collapse of memory', *Time & Society*, 13 (2004b) 109-27.

در این کتاب آخر، هاسکینز با بررسی داده‌های سه رویداد مهم رسانه‌ای (جنگ خلیج فارس در سال ۱۹۹۱، یازده سپتامبر، و جنگ عراق در سال ۲۰۰۳) به این می‌پردازد که چگونه این سه رویداد نشان‌دهنده تغییر در رابطه میان تلویزیون و اکنون و گذشته است.

• درباره گفت‌وگو درمانی ن.ک. به:

Peck, J. 'TV talk shows as therapeutic discourse: The ideological labor of the television talking cure', *Communication Theory*, 5 (1995) 58-81

پک در این مقاله با استفاده از داده‌های دو برنامه گفتگویی تلویزیون آمریکا، سلی جسی رافائل و اپرا وینفری، نشان می‌دهد که گفت‌وگو درمانی چگونه برای سازماندهی و مرتب‌سازی کشمکش‌های اجتماعی در قالب روایت‌های نابسامانی روانی به کار می‌رود. نیز ن.ک. به دو منبع زیر:

Shattuc, J. *The Talking Cure: TV Talk Shows and Women* (London: Routledge, 1997)

White, M. *Tele-Advising: Therapeutic Discourse in American Television*, (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1992)

- برخی از منابع اخیر دربارهٔ جاذبهٔ افراد مشهور / سخنوری معتبر عبارتند از:
 - O Tolson, A. "Celebrity Talk" in *Media Talk: Spoken Discourse on TV and Radio* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006) 149-66

تولسون در این مقاله تجزیه و تحلیل و بحث مفصلی از انواع شکل‌های گفتگوی افراد مشهور در تلویزیون ارائه می‌دهد، از «بازپرووری افراد مشهور» گرفته تا کنایه‌های خودبازتابی. موردپژوهی‌های دیگری از گفتگوی افراد مشهور در مقاله‌ای به قلم همین نویسنده در شمارهٔ مخصوص نشریهٔ *Discourse Studies* (2007) به چاپ رسیده که دربارهٔ اعتبار در گفتمان رسانه‌ای است. این مقاله، "Being yourself: The pursuit of authentic celebrity", 433-57 بر فیلمی مستند دربارهٔ جری هالی‌ول عضو پیشین گروه اسپایس گرلز استوار است.

 - O Marshall, P.O. *The Celebrity Culture Reader* (London: Routledge, 2006)
- این کتاب، تلفیقی از مقالات کلاسیک و نوشته‌های اخیر است که روی هم رفته تصویر روشنی از دلالت‌ها و زیربنای فرهنگی پدیده‌ای پیچیده به نام فرهنگ افراد مشهور ارائه می‌دهند.
- دربارهٔ کاربرد استعارهٔ نمایشی گافمن در پژوهش‌های جنسیتی ن.ک. به:
 - Coates, J. 'Women behaving badly: Female speakers backstage', *Journal of Sociolinguistics*, 3 (1999) 65-80

این مقاله به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه زنان گفتار پشت‌صحنه‌ای را حیطه‌ای در نظر می‌گیرند که در آن می‌توان هنجارها را وارونه کرد یا به چالش کشید و تصویر دیگری از خود نشان داد.
 - دربارهٔ نمونه‌هایی از کاربرد دیدگاه‌های فوکو در مورد مراسم اعتراف و نظارت اخلاقی در پژوهش‌های رسانه‌ای ن.ک. منابع زیر:
 - O Holland, S. 'Our ladies of the airwaves', in E.M. Mazur and K. McCarthy (eds) *God in the Details: American Religion in Popular Culture* (London: Routledge, 2006) 217-23
 - O Aldridge, M. 'Confessional culture, masculinity and emotional work', *Journalism*, 29 (2001) 91-108

نویسنده در این مقاله فرهنگ اعتراف‌محور را بخش بحث‌برانگیزی از جنجالی‌سازی اخبار می‌داند که بسیاری از دست‌اندرکاران صنعت رسانه‌ها آن را مبتذل و حتی فاسد می‌دانند. ولی برخی دیگر، از جمله نویسندهٔ این مقاله، معتقدند که «این کار

واکنش مثبت بیننده را در پی دارد و اهمیتش در این است که مرز میان حیطه همگانی/ عقلانی/ مردانه و خصوصی/ احساسی/ زنانه را کمرنگ می‌سازد.

- O Shugart, H.A 'Ruling class: Disciplining. class, race and ethnicity in television reality court shows', *The Howard Journal of Communications*, 17 (2006) 79-100

این مقاله به این موضوع می‌پردازد که افراط‌گرایی و اقتدار اخلاقی برنامه‌های دادگاهی تلویزیونی چنان اجرا می‌شوند که تسلط فراگیر گفتمان مقررات را عادی جلوه می‌دهند؛ گفتمانی که بر طبقه اجتماعی و نژاد / قومیت استوار است.

• درباره نزاکت در رسانه‌ها، بویژه در تلویزیون واقعیت‌نما، ن.ک. به منابع اخیر:

- O Bousfield, D. 'Beginnings, middles and ends: Towards a biopsy of the dynamics of impoliteness', *Journal of Pragmatics*, 39 (2007) 2185-216
- O Bousfield, D. *Impoliteness in Interaction* (Amsterdam and Philadelphia, PA. John Benjamins, 2008)
- O Bousfield, D. and Locher, M. (eds) *Impoliteness in Language* (Mouton de Gruyter: Berlin, 2007)
- O Culpeper, J. 'Impoliteness in dramatic dialogue', in J. Culpeper, M. Short and P. Verdonk (eds) *Exploring the Language of Drama: From Text to Context* (London: Routledge, 1998) 83-95
- O Culpeper, J. Bousfield, D. and Wichmann, A. 'Impoliteness revisited: With special reference to dynamic and prosodic aspects', *Journal of Pragmatics*, 35 (2003) 1545-79

• در بخش سوم این کتاب به نقش تغییر زمینه در گزارش‌های خبری تلویزیونی پرداختیم، ولی برای بحثی کلی درباره تغییر زمینه به مثابه کردار گفتمانی ن.ک. به:

Linell, P. *Approaching Dialogue: Talk, Interaction and Contexts in Dialogical Perspectives* (Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 1998)

• درباره خشونت در گفتمان سیاسی و رسانه‌ای نگاه کنید به فصل‌های زیر در این کتاب:

Tannen, D. *The Argument Culture* (London: Virago Press, 1999)

- O "A plague on both your hands!: Opposition in our political lives" (Chapter 4, 100-137)

این فصل به بررسی گفتگوی کشمکشی در سیاست و رسانه‌ها به مثابه صحنه‌هایی تماشایی می‌پردازد.

- O "Fast forward: Technologically enhanced aggression" (Chapter 8, 244-263)

این فصل، نگاهی دارد به خشونت لفظی در ارتباط با نامه الکترونیک (ای‌میل).

- درباره مصاحبه‌های خبری در بریتانیا و آمریکا که اصل موضع بی‌طرفانه در آنها رعایت نشده است، ن.ک. به فصل ۷ کتاب زیر:

Clayman, S. and Heritage, J. *The News Interview* (Cambridge: Cambridge University Press, 2002), Chapter 7 ("Adversarial questioning: Setting agendas and exerting pressure")

برای بررسی همین موضوع در استرالیا ن.ک. به:

Rendle-Short, J. 'Neutralism and adversarial challenges in the political news interview', *Discourse & Communication*, 1 (2007) 387-406

این مقاله، بررسی چالش‌های مخالفت‌جویانه در مصاحبه‌ها و برنامه‌های خبری سیاسی در استرالیا است که هرچند سیاستمداران، مصاحبه‌کنندگان را به طور مستقیم به جانبداری یا طرفداری متهم نمی‌کنند، ولی آشکارا ماهیت چالشی سخنان خبرنگاران را نشان می‌دهند.

- برای بررسی جامع و به زبان ساده از **سخنوری یا معانی بیان** که حاوی نمونه‌های متعدد از ارتباط سیاسی است ن.ک. به:

Cockcroft, R. and Cockcroft, S. *Persuading People. An Introduction to Rhetoric*, 2nd edn (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005)

- در مورد رابطه سیاست و رسانه‌های خبری در بریتانیا ن.ک. به فصل ۶ («اخبار»، ۱۷۵-۱۴۵) و فصل ۷ («دولت و مدیریت اخبار»، ۲۰۲-۱۷۶) در کتاب زیر:

Kuhn, R. *Politics and the Media in Britain* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007)

- درباره **گفتمان سیاسی** نوشته‌های فراوانی موجود است، ولی منابع زیر مهم‌ترینند:
- O Fetzer, A. and Lauerbach, G. (eds) *Political Discourse in the Media* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 2007)

این مجموعه مقالات به بررسی گفتمان سیاسی در رسانه‌ها از دیدگاه جامع میان‌فرهنگی در زمینه‌های گوناگون می‌پردازد، از جمله در کشورهای عربی، بریتانیا، آلمان، آمریکا، فرانسه، و اسرائیل.

- O Bayley, P. (ed.) *Cross-cultural Perspectives on Parliamentary Discourse* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 2004)

این کتاب که دربارهٔ گفتمان در مجلس است، از جمله منابع جامع در زمینهٔ گفتمان سیاسی است. مقاله‌ای که برای خوانندگان کتاب حاضر (گفتمان تلویزیونی) جالب خواهد بود، مقالهٔ زیر است:

D. Miller, "Truth, justice and the American way: The appraisal system of judgment in the U.S. House debate on the impeachment of the President, 1998", 271-300

این تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که معنای «حقیقت» بسته به دیدگاه گوینده متفاوت است، و دو مفهوم حقیقت و عدالت همپوشانی دارند.

- O Fairclough, N. 'Political discourse in the media: An analytical framework', in A. Bell and P. Garrett (eds) *Approaches to Media Discourse* (Oxford: Blackwell, 1998) 142-62

این کتاب دربارهٔ هم‌افزایی گفتمان‌های سیاسی، بویژه گفتمان‌های سیاست و گفتمان‌های رسانه‌هاست.

- O Inigo-Mora, I. 'On the uses of the personal pronoun we in communities', *Journal of Language and Politics*, 3 (2004) 27-52

این مقاله به استفادهٔ راهبردی از شکل‌های خطاب و بویژه ضمیر «ما» در گفتمان مجلس می‌پردازد.

- O Galasinski, D. *The Language of Deception: A Discourse Analytic Approach* (London: Sage, 2000)

این کتاب، بویژه فصل ۵ («اغوای فراگفتمانی») دربارهٔ تحلیل گفتمان سیاست و اغواست.

- O Charteris-Black, J. *Politicians and Rhetoric* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004)

کتابی آسان‌فهم ولی جامع دربارهٔ گفتمان ترغیب سیاسی که نمونه‌های عملی فراوانی بویژه از استعاره در گفتمان سیاسی در آن ذکر شده است.

- o Fairclough, N. *New Labour, New Language* (London: Routledge, 2000); Street, J. 'Celebrity politicians: Popular culture and political representation', *British Journal of Politics and International Relations*, 6 (2004) 435-52

علاوه بر مباحثی که در فصل ۱۲ کتاب حاضر درباره تصویر سیاستمداران بیان کردیم، دو منبع بالا نیز مفیدند.

- O Stanyer, J. and Wring D. 'Public images, private lives: The mediation of politicians around the globe', *Parliamentary Affairs*, 57 (2004) 1-8; Bucy, E. P. 'Emotional and evaluative consequences of inappropriate leader displays', *Communication Research*, 27 (2000) 194-226

این دو منبع، مروری کلی بر گرایش‌های جهانی در گزارش رسانه‌ها از سیاست چهره‌محور است.

- o Fetzer, A. and Weizman, E. (eds) *Pragmatic Aspects of Political Discourse in the Media*, special issue of *Journal of Pragmatics*, 38 (2006), especially A. Fetzer's "'Minister, we will see how the public judges you'. Media references in political interviews", 180-195; Lauerbach, G. 'Discourse representation in political interviews: The construction of identities and relations through voicing and ventriloquizing', 196-215; and Ensik, T. 'Pragmatic aspects of televised texts; a single case study of the intervention of televised documentary program in party politics', 230-49

این شماره ویژه از نشریه *Journal of Pragmatics* به جنبه‌های گوناگون رابطه میان رسانه‌ها و سیاست می‌پردازد و سه مقاله بالا جالب‌تر از بقیه‌اند. مقاله آخر، تأثیر رسانه‌ها را بر ایجاد و تفسیر پیام‌های سیاسی بررسی می‌کند.

- O Davies, A. *The Mediation of Power* (London: Routledge, 2007)

این کتاب درباره رسانه‌سازی سیاست و کندوکاوی انتقادی درباره بحث‌هایی است که در مورد سیاست رسانه‌محور در جریان است. آنچه به مباحث این کتاب سرزندگی می‌بخشد، نقل قول‌های دست‌اولی است که از مصاحبه با گروه‌های درگیر - سیاستمداران، مفسر‌باشی‌ها، مبارزان انتخاباتی، و دیگران - گرفته شده‌اند.

- O Davies, A. *Public Relations and the Mass Media in Britain* (Manchester: Manchester University Press, 2002); Franklin, B. *Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy* (London: Arnold, 2004); Moloney, K. 'Democracy and public relations', *Journal of Communication Management*, 9 (2004) 89-92

دو کتاب بالا جامع‌ترین بررسی روابط عمومی در بریتانیا هستند. منبع سوم، مقاله مولونی، بررسی انتقادی رابطه میان صنعت روابط عمومی و دموکراسی است.

- درباره ارتباط غیرکلامی و بویژه اهمیت آن در مقایسه با رفتار کلامی ن.ک. به:

Richmond, V.P. and McCroskey, J. C. *Nonverbal Behavior in Interpersonal Relations*, 4th edn (Boston, MA: Allyn and Bacon, 2000) and Remland, M.S. *Nonverbal Communication in Everyday Life* (Boston, MA: Houghton Mifflin, 2000)

- درباره «گردشگری» از دیدگاه جامعه‌شناختی ن.ک. به: Urry, J. *The Tourist Gaze*, 2nd edn (London: Sage, 2000)

در مورد همین بحث از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی ن.ک. به:

Gieve, S. and Norton, J. 'Dealing with linguistic difference in encounters with others on British television', in S. Johnson and A. Ensslin (eds) *Language in the Media* (London: Continuum, 2007) 188-212.

نویسندگان این مقاله به این موضوع می‌پردازند که چگونه در بسیاری از برخوردهای میان مجریان انگلیسی زبان برنامه‌های سیر و سفر و اهالی بیگانه دیگر سرزمین‌ها از تلاش برای ارتباط پیچیده پرهیز می‌شود. این پژوهش بر آن دسته از روش‌های تولید و تدوین متمرکز است که اغلب به تحقیر بیگانگی می‌انجامد که می‌خواهند از حد و مرزهای زبانی عبور کنند.

- در مورد رابطه میان سبک زندگی و رسانه‌ها ن.ک. به شماره مخصوص نشریه زیر:

European Journal of Communication, 17 (2002) edited by D. McQuail

مقالاتی که به بحث‌های فصل‌های ۱۱ و ۱۳ کتاب حاضر ارتباط دارند عبارتند از:

Taylor, L. 'From ways of life to lifestyles. The 'ordnari-ization' of British gardening lifestyle television', 479-94 ; and Vyncke, P. 'Lifestyle segmentation: From attitudes, interests and opinions, to values, aesthetic styles, life visions and media preferences', 445-64.

- کتاب زیر متنی مقدماتی درباره مفهوم حیطه همگانی از دید هابرماس است:

McKee, A. *The Public Sphere: An Introduction* (Cambridge: Cambridge University Press, 2005)

این کتاب، هم چشم‌انداز روشنی از کارکرد کنونی حیطه همگانی به دست می‌دهد و هم نوشته‌های دانشگاهی و مردم‌پسند را درباره این موضوع معرفی می‌کند. کتاب دیگری

که جامع‌تر است و تجزیه و تحلیل‌های روشنگری، بویژه دربارهٔ زبانِ حیطهٔ همگانی دارد، منبع زیر است:

Dahlgren, P. *Television and the Public Sphere: Citizenship, the Public Sphere and National Identity* (London: Sage, 1995)

- دربارهٔ بررسی گفتمان رسانه‌ها (رسانه‌های چاپی) که از مفهوم «سرمایهٔ نمادین» بهره می‌گیرند ن.ک. به:

Thurlow, C. and Jaworski, A. "The alchemy of the upwardly mobile: Symbolic capital and the stylization of elites in frequent-flyer programs", *Discourse & Society*, 17 (2006) 131-67

کتاب‌شناسی

- Aldridge, M. 'Confessional culture, masculinity and emotional work', *Journalism*, 29 (2001) 91–108.
- Allan, S. *News Culture*, 2nd edn (Buckingham: Open University Press, 2004).
- Allan, S. *Online News: Journalism and the Internet* (Maidenhead: Open University Press, 2006).
- Argyle, M., Slater, V., Nicholson, H., Williams, M. and Burgess, P. 'The communication of inferior and superior attitudes by verbal and non-verbal signals', *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 9 (1970) 221–31.
- Aristotle, *The Art of Rhetoric*, translated by J.H. Freese, Loeb Classical Library (London: Heinemann, 1926).
- Aslama, M. and Pantii, M. 'Talking alone. Reality TV, emotions and authenticity', *European Journal of Cultural Studies*, 9 (2006) 167–184.
- Atkinson, J.M. and Heritage, J. 'Jefferson's transcript notation', in J.M. Atkinson and J. Heritage (eds) *Structures of Social Action: Studies in Conversation Analysis* (Cambridge: Cambridge University Press, 1984) ix–xvi.
- Austin, J.L. *How to Do Things with Words: The William James Lectures Delivered at Harvard University in 1955*, edited by J.O. Urmson (Oxford: Clarendon, 1962).
- Bakhtin, M.M. *The Dialogic Imagination*, edited by M. Holquist, translated by C. Emerson and M. Holquist (Austin: University of Texas Press, 1981).
- Bakhtin, M.M. *Problems in Dostoyevsky's Poetics* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1984).
- Bakhtin, M.M. *Speech Genres and Other Late Essays*. Edited by C. Emerson and M. Holquist, translated by V.M. McGee (Austin: University of Texas Press, 1986).
- Bal, M. *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative* (Toronto: University of Toronto Press, 1985).
- Barnouw, E. *Documentary: A History of the Non-Fiction Film*, 2nd edn (New York and Oxford: Oxford University Press, 1993).
- Barry, D. *Bad Habits* (New York: Henry Holt, 1987).
- Bayley, P. (ed.) *Cross-cultural Perspectives on Parliamentary Discourse* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 2004).
- Baynham, M. 'Direct speech: What's it doing in non-narrative discourse', *Journal of Pragmatics*, 25 (1996) 61–81.
- Baynham, M. 'Double-voicing and the scholarly "I": On incorporating the words of others in academic discourse', in M. Baynham and S. Slembrouck (eds) *Speech Representation and Institutional Discourse*, special issue of *Text* (1999) 485–504.
- Bell, A. 'Styling the other to define the self: A study in New Zealand identity', *Journal of Sociolinguistics*, 3 (1999) 523–41.
- Bell, A. 'Poles apart. Globalization and the development of news discourse across the twentieth century', in J. Aitchison and D. Lewis (eds) *New Media Language* (London: Routledge, 2003) 7–17.
- Bell, M. *Through Gates of Fire* (London: Phoenix, Orion, 2003).
- Bell, P. and Van Leeuwen, T. *The Media Interview: Confession, Contest, Conversation* (Kensington: University of New South Wales Press, 1994).

- Benjamin, W. 'The work of art in the age of mechanical reproduction', in H. Arendt (ed.) *Illuminations* (New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1968).
- Bernstein, B. *Class, Code and Control*, vol. 1 (London: Routledge and Kegan Paul, 1971).
- Biber, D. and Finegan, E., 'Adverbial stance types in English', *Discourse Processes*, 11 (1988) 1-34.
- Biber, D. and Finegan, E. 'Styles of stance in English: Lexical and grammatical marking of evidentiality and affect', *Text*, 9 (1989) 93-165.
- Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S. and Finegan, E. *Longman Grammar of Spoken and Written English* (London: Longman, 1999).
- Birrell, A. and Nunn, H. *Reality TV. Realism and Revelation* (London and New York: Wallflower Press, 2005).
- Blas-Arroyo, J.L. 'Perdóneme que se lo diga, pero vuelve usted a faltar a la verdad, señor González: Form and function of politic verbal behaviour in face-to-face Spanish political debates', *Discourse & Society*, 4 (2003) 395-424.
- Blum-Kulka, S. "'You gotta know how to tell a story': Telling, tales and tellers in American and Israeli narrative events at dinner", *Language in Society*, 22 (1993) 361-402.
- Blum-Kulka, S. *Dinner Talk: Cultural Patterns of Sociability and Socialization in Family Discourse* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1997).
- Blum-Kulka, S. 'The many faces of *With Meni*: The history and stories of one Israeli talk show', in A. Tolson (ed.) *Television Talk Shows. Discourse, Performance, Spectacle* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001) 89-116.
- Bolter, J.D. and Grusin, R. *Remediation: Understanding New Media*, 3rd printing (London: MIT Press, 2000).
- Bonner, F. *Ordinary Television* (London: Sage, 2003).
- Born, G. *Uncertain Vision. Birt, Dyke and the Reinvention of the BBC* (London: Secker & Warburg, 2004).
- Bourdieu, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (London: Routledge and Kegan Paul, 1984).
- Bourdon, J. 'Live television is still alive: On television as an unfulfilled promise', *Media, Culture & Society*, 22 (2000) 531-52.
- Bousfield, D. 'Beginnings, middles and ends: Towards a biopsy of the dynamics of impoliteness', *Journal of Pragmatics*, 39 (2007) 2185-216.
- Bousfield, D. *Impoliteness in Interaction* (Amsterdam and Philadelphia, PA, John Benjamins, 2008).
- Bousfield, D. and Locher, M. (eds) *Impoliteness in Language* (Mouton de Gruyter: Berlin, 2007).
- Briggs, C.L. and Bauman, R. 'Genre, intertextuality and social power', *Journal of Linguistic Anthropology*, 2 (1992) 131-72.
- Brown, G. and Yule, G. *Discourse Analysis* (Cambridge: Cambridge University Press, 1983).
- Brown, P. and Levinson, S. *Politeness: Some Universals in Language Usage* (Cambridge: Cambridge University Press, 1987).
- Brown, R. and Gillman, A. 'The pronouns of power and solidarity', in P.P. Giglioli (ed.) *Language and Social Context* (Harmondsworth: Penguin, 1972), 265-82. (First published in T.A. Sebeok (ed.) *Style in Language* (Cambridge, MA: MIT Press) 253-77).
- Brunsdon, C., Johnson, C., Moseley, R. and Wheatley, H. 'Factual entertainment on British television: The Midlands TV Research Group's "8-9 Project"', *European Journal of Cultural Studies*, 4 (2001) 29-62.

- Bruzzi, S. *New Documentary: A Critical Introduction* (London: Routledge, 2000).
- Bucholtz, M. 'The politics of transcription', *Journal of Pragmatics*, 32 (2000) 1439–65.
- Bucy, E.P. 'Emotional and evaluative consequences of inappropriate leader displays', *Communication Research*, 27 (2000) 194–226.
- Burite, R. and Levy, D.W. (eds) *FDR's Fireside Chats* (Norman, OK: University of Oklahoma Press, 1992).
- Burton, G. *More than Meets the Eye*, 3rd edn (London: Arnold, 2002).
- Caldas-Coulthard, C.R. 'On reporting reporting: The representation of speech in factual and fictional narratives', in M. Coulthard (ed.) *Advances in Written Text Analysis* (London: Routledge, 1994) 295–308.
- Caldwell, J.T. *Televisuality: Style, Crisis and Authority in American Television* (New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1995).
- Cameron, D. *Verbal Hygiene* (London: Routledge, 1995).
- Cameron, D. 'Performing gender identity: Young men's talk and the construction of heterosexual identity', in S. Johnson and U.H. Meinhof (eds) *Language and Masculinity* (Oxford: Blackwell, 1997) 47–64.
- Cameron, D. *Good to Talk? Living and Working in a Communication Culture* (London: Sage, 2000).
- Cameron, D. *Working with Spoken Discourse* (London: Sage, 2001).
- Cameron, D. 'Globalizing "communication"', in J. Aitchison and D. Lewis (eds) *New Media Language* (London: Routledge, 2003) 27–35.
- Cameron, D. 'Out of the bottle: The social life of metalanguage', in A. Jaworski, N. Coupland and D. Galasiński (eds) *Metalanguage. Social and Ideological Perspectives* (Berlin: Mouton de Gruyter, 2004) 311–21.
- Carpignano, P., Andersen, R., Aronowitz, S. and Difazio, W. 'Chatter in the age of electronic reproduction: Talk television and the "public mind"', *Social Text*, 25 (1990) 33–55.
- Chaney, D. *Lifestyles* (London: Routledge, 1996).
- Chaney, D. 'From ways of life to lifestyles: Rethinking culture as ideology and sensibility', in J. Lull (ed.) *Culture in the Communication Age* (London: Routledge, 2001) 75–88.
- Chaney, D. *Cultural Change and Everyday Life*. (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2002).
- Charteris-Black, J. *Politicians and Rhetoric* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004).
- Chibnall, S. *Law-and-Order News: An Analysis of Crime Reporting in the British Press* (London: Tavistock, 1977).
- Chouliaraki, L. 'Watching 11 September: The politics of pity', *Discourse & Society*, 15 (2004) 185–98.
- Cicero, *Selected Political Speeches of Cicero* (translated and introduced by M. Grant, Harmondsworth, Penguin Classics, 1988).
- Cienki, A. 'Bush's and Gore's language and gestures in the 2000 US Presidential debates', *Journal of Language and Politics*, 3 (2004) 409–40.
- Clayman, S. 'Footing in the achievement of neutrality: The case of news-interview discourse', in P. Drew and J. Heritage (eds) *Talk at Work: Interaction in Institutional Settings* (Cambridge: Cambridge University Press, 1992) 163–98.
- Clayman, S. and Heritage, J. *The News Interview* (Cambridge: Cambridge University Press, 2002).
- Coates, J. 'Women behaving badly: Female speakers backstage', *Journal of Sociolinguistics*, 3 (1999) 65–80.
- Coates, J. and Thornborrow, J. 'Myths, lies and audiotapes: Some thoughts on data transcripts', *Discourse & Society*, 10 (1999) 594–7.

- Cockcroft, R. and Cockcroft, S. *Persuading People. An Introduction to Rhetoric*, 2nd edn (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005).
- Cook, G. 'Transcribing infinity. Problems of contextual presentation', *Journal of Pragmatics*, 14 (1990) 1-24.
- Cook, G. *The Discourse of Advertising*, 2nd edn (London: Routledge, 2001).
- Corner, J. *Television Form and Public Address* (London: Edward Arnold, 1995).
- Corner, J. *Studying Media. Problems of Theory and Method* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 1998).
- Corner, J. *Critical Ideas in Television Studies* (Oxford: Clarendon Press, 1999).
- Corner, J. 'Mediated persona and political culture', in J. Corner and D. Pels (eds) *Media and the Re-Styling of Politics* (London: Sage, 2003) 67-84.
- Corner, J. and Pels, D. (eds) *Media and the Re-Styling of Politics* (London: Sage, 2003).
- Couldry, N. *Media Rituals: A Critical Approach* (London: Routledge, 2003).
- Couldry, N. 'Liveness, "reality", and the mediated habitus. From television to the mobile phone', *The Communication Review*, 7 (2004) 353-61.
- Coupland, J. (ed.) *Small Talk* (London: Pearson Education, 2000).
- Culpeper, J. 'Towards an anatomy of impoliteness', *Journal of Pragmatics*, 29 (1996) 173-91.
- Culpeper, J. 'Impoliteness in dramatic dialogue', in J. Culpeper, M. Short and P. Verdonk (eds) *Exploring the Language of Drama: From Text to Context* (London: Routledge, 1998) 83-95.
- Culpeper, J. 'Impoliteness and entertainment in the television quiz show: The Weakest Link', *Journal of Politeness Research*, 1 (2005) 35-72.
- Culpeper, J. Bousfield, D. and Wichmann, A. 'Impoliteness revisited: With special reference to dynamic and prosodic aspects', *Journal of Pragmatics*, 35 (2003) 1545-79.
- Dahlgren, P. *Television and the Public Sphere: Citizenship, the Public Sphere and National Identity* (London: Sage, 1995).
- Davies, A. *Public Relations and the Mass Media in Britain* (Manchester: Manchester University Press, 2002).
- Davies, A. *The Mediation of Power* (London: Routledge, 2007).
- Dayan, D. and Katz, E. *Media Events: The Live Broadcasting of History* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992).
- Debrett, M. 'Branding documentary: New Zealand's minimalist solution to cultural subsidy', *Media, Culture & Society*, 24 (2004) 5-23.
- Doane, M.A. 'Information, crisis, catastrophe', in P. Mellencamp (ed.) *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism* (Bloomington, IND: Indiana University Press, 1990) 222-39.
- Dominion Post, The* (Wellington, New Zealand, 2004).
- Dovey, J. *Freakshow: First Person Media and Factual Television* (London and Sterling, VA: Pluto Press, 2000).
- Dyer, R. *Stars* (London: British Film Institute, 1979).
- Dyer, R. *Heavenly Bodies* (New York: St Martin's Press, 1986).
- Dyer, R. 'A star is born and the construction of authenticity', in C. Gledhill (ed.) *Stardom: Industry of Desire* (London: Routledge, 1991) 132-40.
- Eelen, G. *A Critique of Politeness Theories* (Manchester: St Jerome, 2001).
- Ellis, J. *Visible Fictions* (London: Routledge, 1982, updated 2nd edn pub 1992).
- Ekström, M. 'Politicians interviewed on television news', *Discourse & Society*, 12 (2001) 563-84.

- Ensik, T. 'Pragmatic aspects of televised texts; a single case study of the intervention of televised documentary program in party politics', *Journal of Pragmatics*, 38 (2006) 230-49.
- Evans, J. and Hesmondhalgh, D. *Understanding the Media: Inside Celebrity* (Maidenhead, England and New York: Open University Press in association with the Open University, 2005).
- Evans Davies, C. 'Language and American "good taste". Martha Stewart as mass-media role model', in J. Aitchison and D. Lewis (eds) *New Media Language* (London: Routledge, 2003) 146-55.
- Fairclough, N. *Language and Power* (Harlow: Longman, 1989).
- Fairclough, N. 'What might we mean by "enterprise discourse"', in K. Russell and N. Abercrombie (eds) *Enterprise Culture* (London: Routledge, 1991) 38-58.
- Fairclough, N. (ed.) *Critical Language Awareness* (London: Longman, 1992).
- Fairclough, N. *Media Discourse* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1995).
- Fairclough, N. 'Political discourse in the media: An analytical framework', in A. Bell and P. Garrett (eds) *Approaches to Media Discourse* (Oxford: Blackwell, 1998) 142-62.
- Fairclough, N. *New Labour, New Language* (London: Routledge, 2000).
- Fasold, R. *Sociolinguistics of Language* (Oxford: Blackwell, 1990).
- Felski, R. 'The invention of everyday life', *New Formations*, 39 (2000) 15-31.
- Fetzer, A. and Lauerbach, G. (eds) *Political Discourse in the Media* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 2007).
- Fetzer, A. and Weizman, E. (eds) *Pragmatic Aspects of Political Discourse in the Media*, special issue of *Journal of Pragmatics*, 38 (2006).
- Feuer, J. 'The concept of live television', in E. Kaplan (ed.) *Regarding Television* (Los Angeles: American Film Institute, 1983) 12-22.
- Fiske, J. *Television Culture* (London: Routledge, 1987).
- Fiske, J. and Hartley, J. *Reading Television* (London: Methuen, 1978).
- Foucault, M. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (New York: Pantheon Books, 1977).
- Foucault, M. *The History of Sexuality: An Introduction* (New York: Random House, 1978).
- Fowler, R. *Literature as Social Discourse: The Practice of Linguistic Criticism* (London: Batsford Academic, 1981).
- Fowler, R. 'Power', in T. Van Dijk (ed.) *Handbook of Discourse Analysis*, vol. 4 (London: Academic Press, 1985), 61-8.
- Fowler, R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press* (London: Routledge, 1991).
- Franklin, B. *Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy* (London: Arnold, 2004).
- Furedi, F. *Therapy Culture: Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age* (London: Routledge, 2004).
- Galasinski, D. *The Language of Deception: A Discourse Analytic Approach* (London: Sage, 2000).
- Galtung, J. and Ruge, M.H. 'The structure of foreign news', *Journal of Peace Research*, 2 (1965) 64-91.
- Gamson, J. *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America* (Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1994).
- García, A. 'Dispute resolution without disputing: How the interactional organization of mediation hearings minimizes argument', *American Sociological Review*, 56 (1991) 818-35.

- Geraghty, C. and Lusted, D. (eds) *The Television Studies Book*, 2nd edn (London: Arnold, 2004).
- Giddens, A. *Modernity and Self-Identity* (Cambridge: Polity Press, in association with Blackwell, 1991).
- Gieve, S. and Norton, J. 'Dealing with linguistic difference in encounters with others on British television', in S. Johnson and A. Ensslin (eds) *Language in the Media* (London: Continuum, 2007) 188–212.
- Giles, D. 'Keeping the public in their place: Audience participation in lifestyle television programming', *Discourse & Society*, 13 (2002) 603–28.
- Gillmor, D. *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People* (Sebastopol, CA: O'Reilly, 2006).
- Gitlin, T. *Media Unlimited* (New York: Metropolitan Books, 2001).
- Goffman, E. *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York: Anchor Books, 1959).
- Goffman, E. *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction* (Indianapolis: Bobbs-Merritt, 1961).
- Goffman, E. *Behaviour in Public Places* (New York: Free Press, 1963).
- Goffman, E. *Interactional Ritual: Essays on Face-to-Face Behaviour* (Garden City, NY: Anchor, 1967).
- Goffman, E. *Strategic Interaction* (Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, 1969).
- Goffman, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (New York: Harper & Row, 1974).
- Goffman, E. *Forms of Talk* (Oxford: Blackwell, 1981).
- Goodwin, C. and Goodwin, M.H. 'Contested vision: The discursive constitution of Rodney King', in B.L. Gunnarsson, P. Linell and B. Nordberg (eds) *The Construction of Professional Discourse* (London: Longman, 1997) 292–316.
- Goodwin, M.H. *He-Said-She-Said: Talk as Social Organisation among Black Children* (Bloomington: Indiana University Press, 1990).
- Greatbatch, D. 'Conversation analysis: Neutralism in British news interviews', in A. Bell and P. Garrett (eds) *Approaches to Media Discourse* (Oxford: Blackwell, 1998) 163–85.
- Gregori-Signes, C. 'Heroes and villains: Metacognition in tabloid talk-show storytelling', in A. Sánchez Macarro (ed.) *Windows on the World: Media Discourse in English* (Valencia: University of Valencia Press, 2001) 153–76.
- Grimshaw, A.D. (ed.) *Conflict Talk: Sociolinguistic Investigations of Arguments in Conversations* (Cambridge: Cambridge University Press, 1990).
- Grindstaff, L. 'Producing trash, class and the money shot', in J. Lull and S. Hinerman, (eds) *Media Scandals* (Cambridge: Cambridge University Press, 1997) 164–201.
- Grindstaff, L. *The Money Shot. Trash, Class, and the Making of TV Talk Shows* (Chicago and London: University of Chicago Press, 2002).
- Grispud, J. 'Television, broadcasting, flow: Key metaphors in TV theory', in C. Geraghty and D. Lusted (eds) *The Television Studies Book*, 2nd edn (London: Arnold, 2004) 17–32.
- Gruber, H. 'Political language and textual vagueness', *Pragmatics*, 3 (1993) 1–28.
- Habermas, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (Cambridge, MA: MIT Press, 1989 (1962)), translated by T. Burger and F. Lawrence.
- Habermas, J. 'The public sphere', in R.E. Goodin and P. Pettit (eds) *Contemporary Political Philosophy: An Anthology* (Oxford: Blackwell, 1997) 105–8.
- Hall, S. 'The television discourse – Encoding and decoding', *Education and Culture*, 25 (1974) 8–14.

- Hall, S. 'The problem of ideology: Marxism without guarantees', in D. Morley and K.H. Chen (eds) *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies* (London: Routledge, 1996) 25–46.
- Hallin, D. 'Sound bite news. Television coverage of elections', *Journal of Communication*, 42 (1992) 5–24.
- Hardy, B. 'Towards a poetics of fiction', *Novel*, 2 (1968) 5–14.
- Harris, S. 'Being politically impolite: Extending politeness theory to adversarial political discourse', *Discourse & Society*, 12 (2001) 451–72.
- Hartley, J. 'Housing television: Textual traditions in TV and Cultural Studies', in C. Geraghty and D. Lusted (eds) *The Television Studies Book*, 2nd edn (London: Arnold, 2004) 33–50.
- Hawkins, G. 'The ethics of television', *International Journal of Cultural Studies*, 4 (2001) 412–26.
- Heller, D. (ed.) *Makeover Television. Realities Remodelled* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007).
- Heritage, J. 'Analyzing news interviews: Aspects of the production of talk for an over-hearing audience', in T.A. Van Dijk (ed.) *Handbook of Discourse Analysis, Volume III: Discourse and Dialogue* (London: Academic Press, 1985) 95–116.
- Heritage, J. 'The limits of questioning: Negative interrogatives and hostile question content', *Journal of Pragmatics*, 34 (2002) 1427–46.
- Heritage, J. and Greatbatch, D. 'On the institutional character of institutional talk: The case of news interviews', in D. Boden and D.H. Zimmerman (eds) *Talk and Social Structure* (Berkeley: University of California Press, 1991) 93–137.
- Heritage, J. and Roth, A.L. 'Grammar and institution: Questions and questioning in broadcast news interviews', *Research on Language and Social Interaction*, 28 (1995) 1–60.
- Hetch, M.L., De Vito, J.A. and Guerrero, L.K. 'Perspectives on nonverbal communication', in L.K. Guerrero, J.A. De Vito and M.L. Hetch (eds) *The Nonverbal Communication Reader* (Prospect Heights, IL: Waveland Press, 1999) 3–18.
- Hicks, J.P. 'Bitter primary contest hits ethnic nerve among blacks', *The New York Times*, 31 August (2000a).
- Hicks, J.P. 'Vitriol flows in race for Congress', *The New York Times*, 8 September (2000b).
- Hill, A. *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television* (London: Routledge, 2005).
- Hill, A. *Restyling Factual TV* (London: Routledge, 2007).
- Hodge, R. and Kress, G. *Social Semiotics* (Cambridge: Polity, 1988).
- Holland, S. 'Our ladies of the airwaves', in E.M. Mazur and K. McCarthy (eds) *God in the Details: American Religion in Popular Culture* (London: Routledge, 2006) 217–23.
- Holmes, J. 'Doing collegiality and keeping control at work: Small talk in government departments', in J. Coupland (ed.) *Small Talk* (London: Pearson Education, 2000) 32–61.
- Holmes, S and Jermyn, D. *Understanding Reality Television* (London: Routledge, 2003).
- Horton, D. and Wohl, R.R. 'Mass communication and para-social interaction', *Psychiatry*, 19 (1956) 215–29.
- Hoskins, A. 'Mediating time: The temporal mix of television', *Time & Society*, 10 (2001) 333–46.
- Hoskins, A. *Televising War: From Vietnam to Iraq* (London: Continuum, 2004a).
- Hoskins, A. 'Television and the collapse of memory', *Time & Society*, 13 (2004b) 109–27.

- Hoskins, A. and O'Loughlin, B. *Television and Terror: Conflicting Times and the Crisis of News Discourse* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007).
- Hunter, L. *Rhetorical Stance in Modern Literature: Allegories of Love and Death* (Basingstoke: Macmillan, 1984).
- Hurtz, H. *Spin Cycle: Inside the Clinton Propaganda Machine* (New York: Free Press, 1998).
- Hutchby, I. *Confrontation Talk* (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1996).
- Hutchby, I. 'Building alignments in public debate: A case study from British TV', *Text*, 17 (1997) 161–79.
- Hutchby, I. 'Confrontation as a spectacle: The argumentative frame of the Ricki Lake Show', in A. Tolson (ed.) *Television Talk Shows. Discourse, Performance, Spectacle* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001) 155–72.
- Hutchby, I. *Media Talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting* (Maidenhead: Open University Press, 2006).
- Illie, C. 'Question-response argumentation in talk shows', *Journal of Pragmatics*, 33 (1999) 209–54.
- Iñigo-Mora, I. 'On the uses of the personal pronoun we in communities', *Journal of Language and Politics*, 3 (2004) 27–52.
- Jakobson, R. 'Closing statement: Linguistics and poetics', in T.A. Sebeok (ed.) *Style in Language* (Cambridge, MA: MIT Press, 1960) 350–77.
- Jamieson, K.H. *Packaging the Presidency. A History and Criticism of Presidential Campaign Advertising* (Oxford: Oxford University Press, 1984).
- Jamieson, K.H. *Dirty Politics. Deception, Distraction and Democracy* (Oxford: Oxford University Press, 1992).
- Jaworski, A. *The Power of Silence: Social and Pragmatic Perspectives* (Newbury Park, CA.: Sage, 1993).
- Jaworski, A. (ed.) *Silence: Interdisciplinary Perspectives* (Berlin: Mouton de Gruyter, 1997).
- Jaworski, A. and N. Coupland (eds) *The Discourse Reader*, 1st edn/2nd edn (London: Routledge, 1999/2005).
- Jaworski, A., Coupland, N. and Galasiński, D. (eds) *Metalanguage. Social and Ideological Perspectives* (Berlin: Mouton de Gruyter, 2004).
- Jaworski, A. and Fitzgerald, R. "'This poll has not happened yet": Temporal play in election predictions', *Discourse & Communication*, 2 (2008) 5–27.
- Jaworski, A., Fitzgerald, R. and Constantinou, O. 'Busy saying nothing new: Live silence in TV reporting of 9/11', *Multilingua*, 24 (2005) 121–44.
- Jaworski, A. and Galasiński, D. 'The verbal construction of non-verbal behaviour: British press reports of President Clinton's grand jury testimony video', *Discourse & Society*, 13 (2002) 629–49.
- Jaworski, A. and I. Sachdev, 'Teachers' beliefs about students' talk and salience: Constructing academic success and failure through metapragmatic comments', in A. Jaworski, N. Coupland and D. Galasiński (eds) *Metalanguage. Social and Ideological Perspectives* (Berlin: Mouton de Gruyter, 2004) 227–46.
- Jaworski, A., Thurlow, C., Lawson, S. and Ylänne-McEwen, V. 'The uses and representations of local languages in tourist destinations: A view from British television holiday programmes', *Language Awareness*, 12 (2003b) 5–29.
- Jaworski, A., Ylänne-McEwen, V., Lawson, S. and Thurlow, C. 'Social roles and negotiation of status in host–tourist interactions: A view from British television holiday programmes', *Journal of Sociolinguistics*, 7 (2003a) 135–63.
- Johnstone, B. *Repetition in Discourse: Interdisciplinary Perspectives*, vols 1 and 2 (Norwood, NJ: Ablex, 1994).

- Joyner Priest, P. *Public Intimacies: Talk Show Participants and Tell-all TV* (Cresskill, NJ: Hampton Press, 1995).
- Katriel, T. and Philipsen, G. "What we need is communication": Communication as a cultural category in some American speech', in D. Carbaugh (ed.) *Cultural Communication and Intercultural Contact* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1990) 77-93.
- Kendon, A. 'Do gestures communicate? A review', *Research on Language and Social Interaction*, 27 (1994) 175-200.
- Kilborn, R. and Izod, J. *An Introduction to Television Documentary*. (Manchester: Manchester University Press, 1997).
- Knapp, M.L. *Nonverbal Communication in Human Interaction* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1972).
- Kozloff, S. 'Narrative theory and television', in R.C. Allen (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled* (London: University of North Carolina Press, 1992) 67-100.
- Kress, G. and Van Leeuwen, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (London: Routledge, 1996 and 2005 (2nd edn)).
- Kress, G. and Van Leeuwen, T. *Multimodal Discourse* (London: Arnold, 2001).
- Kuhn, R. *Politics and the Media in Britain* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007).
- Labov, W. 'The transformation of experience in narrative syntax', in W. Labov, *Language in the Inner City* (Philadelphia, PA: University of Philadelphia Press, and Oxford: Blackwell, 1972a) 354-96.
- Labov, W. 'Rules for ritual insults', in W. Labov, *Language in the Inner City* (Philadelphia, PA: University of Philadelphia Press and Oxford: Blackwell, 1972b) 297-353.
- Labov, W. and Fanshel, D. *Therapeutic Discourse: Psychotherapy as Conversation*. (New York: Academic Press, 1977).
- Labov, W. and Waletzky, J. 'Narrative analysis', in J. Helm (ed.) *Essays on the Verbal and Visual Arts* (Seattle: University of Washington Press, 1967) 12-44.
- Lakoff, G. *Moral Politics: What Conservatives Know the Liberals Don't* (Chicago: University of Chicago Press, 1996). [2nd edn (2002) published as *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*].
- Lakoff, R. *Language and Woman's Place* (New York: Harper Collins Publishers, 1975).
- Lakoff, R. 'The new incivility: Threat or promise?', in J. Aitchison and D. Lewis (eds) *New Media Language* (London: Routledge, 2003) 36-44.
- Langer, J. 'Television's "personality system"', *Media, Culture & Society*, 3 (1981) 351-65.
- Lauerbach, G. 'Discourse representation in political interviews: The construction of identities and relations through voicing and ventriloquizing', *Journal of Pragmatics*, 38 (2006) 196-215.
- Lavandera, B. 'Argumentatividad y discurso', *Voz y Letra. Revista de Filología*, 3 (1992) 3-18.
- Laver, J. 'Linguistic routines and politeness in greeting and parting', in F. Coulmas (ed.) *Conversational Routines: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech* (The Hague: Mouton de Gruyter, 1981) 289-304.
- Levinson, S.C. 'Putting linguistics on a proper footing: Explorations in Goffman's concepts of participation', in P. Drew and A. Wooton (eds) *Erving Goffman: Exploring the Interaction Order* (Cambridge: Polity, 1988) 161-227.
- Levinson, S.C. 'Activity types and language', in P. Drew and J. Heritage (eds) *Talk at Work. Interaction in Institutional Settings* (Cambridge: Cambridge University Press, 1992) 66-100.

- Liebes, T. 'Television's disaster marathons: A danger for democratic processes?', in T. Liebes and J. Curran (eds) *Media, Ritual and Identity* (London: Routledge, 1998) 71-84.
- Lilleker, D.G. *Key Concepts in Political Communication* (London: Sage, 2006).
- Linell, P. *Approaching Dialogue: Talk, Interaction and Contexts in Dialogical Perspectives* (Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 1998).
- Livingston, S. 'Classifying the CNN effect: An examination of media effects according to the type of military intervention', *Research Paper R-18* (The Joan Shorenstein Center: Harvard University, 1997).
- Livingston, S and Eachus, T. 'Humanitarian crises and US foreign policy: Somalia and the CNN effect reconsidered', *Political Communication*, 12 (1995) 413-29.
- Livingstone, S. and Lunt, P. *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate* (London: Routledge, 1994).
- Lorenzo-Dus, N. 'Up close and personal: The narrativization of private experience in Media Talk', *Studies in English Language and Linguistics*, 3 (2001a) 125-48.
- Lorenzo-Dus, N. 'Compliment responses among British and Spanish university students: A contrastive study', *Journal of Pragmatics*, 33 (2001b) 107-27.
- Lorenzo-Dus, N. 'Emotional DIY and proper parenting in Kilroy', in J. Aitchison and D. Lewis (eds) *New Media Language* (London and New York: Routledge, 2003) 136-45.
- Lorenzo-Dus, N. 'A rapport and impression management approach to public figures' performance of talk', *Journal of Pragmatics*, 37 (2005) 611-31.
- Lorenzo-Dus, N. 'Buying and selling: Mediating persuasion in British property shows', *Media, Culture & Society*, 28 (2006a) 739-61.
- Lorenzo-Dus, N. 'The discourse of lifestyles in the broadcast media', in P. Bou Franch (ed.) *Ways into Discourse* (Granada: Comares, 2006b) 135-50.
- Lorenzo-Dus, N. '(Im)politeness and the Spanish media: The case of audience participation debates', in M.E. Placencia and C. García (eds) *Research on Politeness in the Spanish-Speaking World* (Mahwah, NJ and London: Lawrence Erlbaum Associates, 2007) 145-66.
- Lorenzo-Dus, N. 'Real disorder in the court: An investigation of conflict talk in US courtroom shows', *Media, Culture & Society*, 30 (2008) 81-107.
- Louw, E. *The Media and Political Process* (London: Sage, 2005).
- Lunt, P. and Stenner, P. 'The Jerry Springer Show as an emotional public sphere', *Media, Culture & Society*, 27 (2005) 59-82.
- Lury, K. *Interpreting Television* (London and New York: Hodder Arnold, 2005).
- Lyons, J. *Semantics* (Cambridge: Cambridge University Press, 1977).
- Machin, D. and Jaworski, A. 'Archive video footage in news: Creating a likeness and index of the phenomenal world', *Visual Communication*, 5 (2006) 345-66.
- Maguire, K. 'Masters of the political black arts go to war', *Guardian*, 10 March (2001).
- Macdonald, M. *Exploring Media Discourse* (London: Arnold, 2003).
- Malinowski, B. 'The problem of meaning in primitive languages', supplement to C.K. Ogden and I.A. Richards, *The Meaning of Meaning* (London: Routledge and Kegan Paul, 1923) 146-52.
- Marriott, S. 'Time and time again: "live" television commentary and the construction of replay talk', *Media, Culture & Society*, 22 (1996) 131-48.
- Marriott, S. 'Election night', *Media, Culture & Society*, 18 (2000) 69-86.
- Marriott, S. 'In pursuit of the ineffable: How television found the eclipse but lost the plot', *Media, Culture & Society*, 23 (2001) 725-42.
- Marriott, S. 'The BBC, ITN and the funeral of Princess Diana', *Media History*, 13 (2007), 93-110.

- Marshall, P.D. *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997).
- Marshall, P.D. *The Celebrity Culture Reader* (London: Routledge, 2006).
- May, T.E. *The Thomas Erskine May Treatise on the Law, Privileges, Proceedings and Usage of Parliament* (London: Butterworths, 1989).
- Maynard, D. 'How children start arguments', *Language in Society*, 14 (1985) 1–30.
- McGregor, B.B. *Live, Direct and Biased? Making Television News in the Satellite Age* (London and New York: Arnold, 1997).
- McGuiran, J. *Cultural Populism* (London: Routledge, 1992).
- McKee, A. *The Public Sphere: An Introduction* (Cambridge: Cambridge University Press, 2005).
- McNair, B. *An Introduction to Political Communication* (London: Routledge, 1999, 2nd edn).
- McQuail, D. 'The media and lifestyles. Editor's Introduction', *European Journal of Communication*, 17 (2002) 427–28.
- Meehan, E. 'Holy commodity fetish Batman', in R.R. Pearson and W. Uricchio (eds) *The Many Lives of Batman: Critical Approaches to a Superhero and his Media* (London: Routledge, 1991) 47–65.
- Mellencamp, P. (ed.) *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism* (Bloomington, IND: Indiana University Press, 1990).
- Messaris, P. *Visual Persuasion. The Role of Images in Advertising* (London: Sage, 1997).
- Mestrovic, S. *Postemotional Society* (London: Sage, 1997).
- Miller 'Truth, justice and the American way: The appraisal system of judgment in the U.S. House debate on the impeachment of the President, 1998', in P. Bayley (ed.) *Cross-Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 2004) 271–300.
- Mills, S. *Gender and Politeness* (Cambridge: Cambridge University Press, 2003).
- Moloney, K. 'The rise and fall of spin: Changes in fashion in the presentation of UK politics', *Journal of Public Affairs*, 1 (2002) 124–35.
- Moloney, K. 'Democracy and public relations', *Journal of Communication Management*, 9 (2004) 89–92.
- Montgomery, M. *An Introduction to Language and Society* (London: Methuen, 1986).
- Montgomery, M. "'Our Tune": A study of a discourse genre', in P. Scannell (ed.) *Broadcast Talk* (London: Sage, 1991) 138–77.
- Montgomery, M. 'Speaking sincerely: Public reactions to the death of Diana', *Language and Literature*, 8 (1999) 5–33.
- Montgomery, M. 'Defining "authentic talk"', *Discourse Studies*, 3 (2001) 397–405.
- Montgomery, M. 'Television news and narrative. How relevant are narrative models for explaining the coherence of television news?', in J. Thornborrow and J. Coates (eds) *The Sociolinguistics of Narrative* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 2005) 239–57.
- Montgomery, M. 'Broadcast news, the live "two-way" and the case of Andrew Gilligan', *Media, Culture & Society*, 28 (2006) 233–59.
- Montgomery, M. *The Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach* (London: Routledge, 2007).
- Moore, S. *Media and Everyday Life in Modern Society* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2000).
- Moseley, R. 'Makeover takeover on British television', *Screen*, 41 (2000) 299–314.
- Munson, W. *All Talk: The Talk Show in Media Culture* (Philadelphia, PA: Temple University Press, 1993).

- Murdock, G. 'Talk shows: Democratic debates and tabloid tales', in J. Wieten, G. Murdock and P. Dahlgren (eds) *Television Across Europe: A Comparative Introduction* (London: Sage, 2000) 198–220.
- Nichols, B. *Representing Reality* (Bloomington, IND: Indiana University Press, 1991).
- Nichols, B. "'Getting to know you . . .': Knowledge, power and the body", in M. Renov (ed.) *Theorizing Documentary* (New York: Routledge, 1993) 174–92.
- Nichols, B. *Introduction to Documentary*, (Bloomington, IND: Indiana University Press, 2001).
- Nylund, M. 'Asking questions, making sound-bites: Research reports, interviews and television news stories', *Discourse Studies*, 5 (2003) 517–33.
- Ochs, E. 'Transcription as theory', in E. Ochs and B.B. Schiefflen (eds) *Developmental Pragmatics* (New York: Academic Press, 1979) 43–72.
- Ochs, E. and Taylor, C. 'Family narrative as political activity', *Discourse & Society*, 3 (1992) 301–40.
- Ochs, E., Taylor, C., Rudolph, D. and Smith, R. 'Storytelling as a theory-building activity', *Discourse Processes*, 15 (1992) 37–72.
- O'Connell, D. and Kowal, S. 'Transcription systems for spoken discourse', in J. Verschueren, J. Otsman and J. Blommaert (eds) *Handbook of Pragmatics* (Amsterdam and Philadelphia, PA: John Benjamins, 1995) 645–56.
- O'Keeffe, A. *Investigating Media Discourse* (London: Routledge, 2006).
- Pardo, L. 'Linguistic persuasion as an essential political factor in current democracies: Globalization discourse in Argentina at the turn and the end of the century', *Discourse & Society*, 12 (2001) 91–118.
- Partington, A. *The Linguistics of Political Argument* (London: Routledge, 2003).
- Peck, J. 'TV talk shows as therapeutic discourse: The ideological labor of the television talking cure', *Communication Theory*, 5 (1995) 58–81.
- Pérez de Ayala, S. 'FTAs and Erskine May: Conflicting needs? – Politeness in Question Time', *Journal of Pragmatics*, 33 (2001) 143–70.
- Peters, J. 'Witnessing', *Media, Culture & Society*, 23 (2001) 707–23.
- Piirainen-Marsh, A. 'Managing adversarial questioning in broadcast interviews', *Journal of Politeness Research*, 3 (2005) 193–218.
- Pitcher, G. *The Death of Spin* (London: John Wiley, 2002).
- Plantiga, C.R. *Rhetoric and Representation in Nonfiction Film* (Cambridge: Cambridge University Press, 1997).
- Pountain, D. and Robins, D. *Cool Rules: Anatomy of an Attitude* (London: Reaktion, 2000).
- Propp, V. *Morphology of the Folk Tale* (Austin: University of Texas Press, 1975).
- Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G. and Svartvik, J. *A Comprehensive Grammar of the English Language* (London: Longman, 1985).
- Rach, C.D. 'Live/life: Television as a generator of events in everyday life', in P. Drummond and R. Paterson (eds) *Television and its Audience* (London: British Film Institute, 1988) 32–8.
- Remland, M.S. *Nonverbal Communication in Everyday Life* (Boston, MA: Houghton Mifflin, 2000).
- Rendle-Short, J. 'Neutrality and adversarial challenges in the political news interview', *Discourse & Communication*, 1 (2007) 387–406.
- Rentschler, C. 'Witnessing: US citizenship and the vicarious experience of suffering', *Media, Culture & Society*, 26 (2004) 296–304.
- Richards, B. 'The emotional deficit in political communication', *Political Communication*, 21 (2004) 339–52.

- Richardson, K. and Meinhof, U. *Worlds in Common? Television Discourse in a Changing Europe* (London and New York: Routledge, 1999).
- Richmond, V.P. and McCroskey, J.C. *Nonverbal Behavior in Interpersonal Relations*, 4th edn (Boston, MA: Allyn and Bacon, 2000).
- Riddell, P. 'Members and Millbank: The media and parliament', in J. Seaton (ed.) *Politics and the Media* (Oxford: Blackwell, 1998) 8–17.
- Robinson, P. *The CNN Effect. The Myth of News, Foreign Policy and Intervention* (London: Routledge, 2002).
- Rojek, C. *Celebrity* (Reaktion Books: London, 2001).
- Roscoe, J. *Documentary in New Zealand: An Immigrant Nation* (Palmerston North: Dunmore Press, 1999).
- Roscoe, J. and Hight, C. *Faking it. Mock-documentary and the Subversion of Factuality* (Manchester: Manchester University Press, 2001).
- Rose, N. *Powers of Freedom: Reframing Political Thought* (Cambridge: Cambridge University Press, 1999).
- Ross, K. 'Political talk radio and democratic participation: Caller perspectives on Election Call', *Media, Culture & Society*, 26 (2004) 785–801.
- Russell, K. and Abercrombie, N. (eds) *Enterprise Culture* (London: Routledge, 1991).
- Sacks, H. 'On doing "being ordinary"', in G. Jefferson (ed.) *Structures of Social Action: Studies in Conversation Analysis* (Cambridge: Cambridge University Press, 1984) 413–29.
- Sacks, H. *Lectures on Conversation* (vols 1 & 2) (Cambridge, MA and Oxford: Blackwell, 1992).
- Saussure, F. de (1916) *Cours de linguistique générale*, edited by C. Bally and A. Sechehaye, in collaboration with A. Riedlinger (Paris: Éditions Payot).
- Scammell, M. *Designer Politics. How Elections are Won* (London: Macmillan, 1995).
- Scannell, P. 'Public service broadcasting and modern public life', *Media, Culture & Society*, 11 (1989) 134–66.
- Scannell, P. (ed.) *Broadcast Talk* (London: Sage, 1991).
- Scannell, P. *Radio, Television and Modern Life* (Oxford: Blackwell, 1996).
- Scannell, P. 'Media-language-world', in A. Bell and P. Garrett (eds) *Approaches to Media Discourse* (Oxford: Blackwell, 1998) 251–67.
- Scannell, P. 'For-anyone-as-someone structures', *Media, Culture & Society*, 22 (2000) 5–24.
- Schiffrin, D. 'The management of a co-operative self during argument: The role of opinions and stories', in A.D. Grimshaw (ed.) *Conflict Talk* (Cambridge: Cambridge University Press, 1990) 241–59.
- Schiffrin, D. 'Narrative as self-portrait: Sociolinguistic constructions of identity', *Language in Society*, 25 (1996) 167–203.
- Scott, S. 'Linguistic feature variation within disagreements: An empirical investigation', *Text*, 22 (2002) 301–28.
- Seaton, J. (ed.) *Politics and the Media* (Oxford: Blackwell, 1998).
- Sebeck, T.A. *A Sign is Just a Sign* (Bloomington, IND: Indiana University Press, 1991).
- Shannon, C.E. and Weaver, W. *The Mathematical Theory of Communication* (Urbana: University of Illinois Press, 1949).
- Shattuc, J. *The Talking Cure: TV Talk Shows and Women* (London: Routledge, 1997).
- Shugart, H.A. 'Ruling class: Disciplining class, race and ethnicity in television reality court shows', *The Howard Journal of Communications*, 17 (2006) 79–100.
- Smith, P. 'Rebuilding New Zealand's national identity: A critical discourse analysis of the role of the charismatic documentary presenter', in *Proceedings of the International*

- Conference on Critical Discourse Analysis: Theory into Research* (Tasmania, 2005) 660-7.
- Smith, P. 'Raising anxiety to construct the nation: Heartland - A case study, *Working Papers, Centre for Communication Research* (Auckland: Auckland University of Technology, 2006) 1-14.
- Snoeijer, R., de Vreese, C.H. and Semetko, H.A. 'The effects of live television reporting on recall and appreciation of political news', *European Journal of Communication*, 17 (2002) 85-101.
- Sontag, S. *Regarding the Pain of Others* (New York: Farrer, Straus and Giroux, 2003).
- Sperber, D. and Wilson, D. *Relevance: Communication and Cognition*, 2nd edn (Oxford: Blackwell, 1995).
- Spigel, L. 'The Reveal', in D. Heller (ed.) *The Great American Makeover* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006) 227-41.
- Squire, C. 'Empowering women? The Oprah Winfrey show', in C. Brunson, J. D'Acci and L. Spigel (eds) *Feminist Television Criticism* (Oxford: Clarendon Press, 1990) 98-113.
- Squire, C. 'AIDS panic', in J.M. Usher (ed.) *Body Talk: The Material and Discursive Regulation of Sexuality, Madness and Reproduction* (London and New York: Routledge, 1997) 50-69.
- Stanyer, J. and Wring D. 'Public images, private lives: The mediation of politicians around the globe', *Parliamentary Affairs*, 57 (2004) 1-8.
- Strange, N. 'Perform, educate, entertain: Ingredients in the cookery programme genre', in C. Geraghty and D. Lusted (eds) *The Television Studies Book*, 2nd edn (London: Arnold, 2004) 301-14.
- Street, J. 'Celebrity politicians: Popular culture and political representation', *British Journal of Politics and International Relations*, 6 (2004) 435-52.
- Stubbs, M. *Discourse Analysis* (Oxford: Blackwell, 1983).
- Swain, J. 'War doesn't belong to the generals', *British Journalism Review*, 14 (2003) 23-9.
- Tannen, D. 'Repetition in conversation: Toward a poetics of talk', *Language*, 63 (1987) 574-605.
- Tannen, D. *Talking Voices: Repetition, Dialogue and Imagery in Conversational Discourse* (Cambridge: Cambridge University Press, 1989).
- Tannen, D. *The Argument Culture* (London: Virago Press, 1999).
- Taylor, L. 'From ways of life to lifestyles. The 'ordinarization' of British gardening lifestyle television', *European Journal of Communication*, 17 (2002) 479-94.
- Thompson, J. *The Media and Modernity* (Oxford: Polity Press, 1995).
- Thompson, J. *Political Scandal* (Cambridge: Polity Press, 2000).
- Thornborrow, J. 'Having their say: The function of stories in talk show discourse', *Text*, 17 (1997) 241-62.
- Thornborrow, J. '"Has it ever happened to you?": Talk show stories as mediated performance', in A. Tolson (ed.) *Television Talk Shows. Discourse, Performance, Spectacle* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001) 117-38.
- Thornborrow, J. *Power Talk: Language and Interaction in Institutional Discourse* (London: Longman, 2002).
- Thornborrow, J. and Fitzgerald, R. 'Storying the news through category, actor and reason', *The Communication Review*, 7 (2004), 345-52.
- Thornborrow, J. and Morris, D. 'Gossip as strategy: The management of talk about others on reality TV show "Big Brother"', *Journal of Sociolinguistics*, 8 (2004) 246-71.

- Thurlow, C. and Jaworski, A. 'The alchemy of the upwardly mobile: Symbolic capital and the stylization of elites in frequent-flyer programs', *Discourse & Society*, 17 (2006) 131–67.
- Tiffin, R. *News and Power* (Sydney: Allen Unwin, 1989).
- Todorov, T. *The Poetics of Prose*, translated by Jonathan Culler (New York: Cornell University Press, 1971).
- Todorov, T. *Fantastic: A Structural Approach to a Literary Genre*, translated by R. Howard (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1975).
- Todorov, T. *Introduction to Poetics*, translated by R. Howard (Brighton: Harvester Press, 1981).
- Tolson, A. 'Televised chat and the synthetic personality', in P. Scannell (ed.) *Broadcast Talk* (London: Sage, 1991) 179–87.
- Tolson, A. *Mediations* (London: Arnold, 1996).
- Tolson, A. (ed.) *Television Talk Shows. Discourse, Performance, Spectacle* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001a).
- Tolson, A. "Being yourself": The pursuit of authentic celebrity', *Discourse Studies*, 3 (2001b) 433–57.
- Tolson, A. *Media Talk. Spoken Discourse on TV and Radio* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006).
- Toolan, M. *Narrative: A Critical Linguistic Introduction* (London: Routledge, 1988).
- Tuggle, C.A., Carr, F. and Huffman, S. *Broadcast News Handbook: Writing, Reporting and Producing in a Converging Media World* (Boston and London: McGraw-Hill, 2004).
- Turner, G., Bonner, F. and Marshall, P.D. *Fame Games. The Production of Celebrity in Australia* (Cambridge: Cambridge University Press, 2000).
- Urry, J. *The Tourist Gaze*, 2nd edn (London: Sage, 2000).
- Van Dijk, T.A. *Ideology* (London: Sage, 1998).
- Van Leeuwen, T. 'Genre and field in critical discourse analysis', *Discourse & Society*, 4 (1993) 193–225.
- Van Zoonen, L. "'After Dallas and Dynasty we have . . . democracy': Articulating soap, politics and gender', in J. Corner and D. Pels (eds) *Media and the Re-Styling of Politics* (London: Sage, 2003) 99–116.
- Volkmer, I. *News in the Global Sphere. A Study of CNN and its Impact on Global Communication* (Luton: University of Luton Press, 1999).
- Vyncke, P. 'Lifestyle segmentation: From attitudes, interests and opinions, to values, aesthetic styles, life visions and media preferences', *European Journal of Communication*, 17 (2002) 445–64.
- Watts, R. *Politeness* (Cambridge: Cambridge University Press, 2003).
- White, M. *Tele-Advising: Therapeutic Discourse in American Television*, (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1992).
- White, M. 'Television, therapy and the social subject; or, the TV therapy machine', in J. Friedman (ed.) *Reality Squared. Televisual Discourse on the Real* (New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2002) 313–21.
- Wieten, J. and Pantii, M. 'Obsessed with the audience; breakfast television revisited', *Media, Culture & Society*, 27 (2006) 21–39.
- Winston, B. *Claiming the Real: The Documentary Film Revisited* (London: British Film Institute, 1995).
- Winston, B. *Lies, Damn Lies and Documentaries* (London: British Film Institute, 2000).
- Winston, B. 'Towards tabloidization? Glasgow revisited, 1975–2001', *Journalism Studies*, 3 (2002) 5–20.

- Wood, H. "No, YOU rioted!": The pursuit of conflict in the management of "lay" and "expert" discourses on *Kilroy*, in A. Tolson (ed.) *Television Talk Shows. Discourse, Performance, Spectacle* (London and Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001) 65–88.
- Yatziv, G. *Introduction to Normative Sociology* (Claremont, CA: Foundation for California, 2000).
- Yawn, M. and Beatty, B. 'Debate-induced opinion change. What matters?', *American Politics Quarterly*, 28 (2000) 270–85.
- Young, K.G. 1987. *Taleworlds and Storyrealms: The Phenomenology of Narrative* (Dordrecht: Martinus Nijhoff, 1987).
- Zelizer, B. 'Photography, journalism and trauma', in B. Zelizer and S. Allan (eds) *Journalism after September 11* (London and New York: Routledge, 2002) 48–69.
- Zelizer, B. and Allan, S. (eds) *Journalism after September 11* (London and New York: Routledge, 2002).