

گفت و شنوذهای رسانه‌ای

نویسنده: اندرو تولسون

ترجمه: پروین حیدری

در دست انتشار

در این کتاب به بررسی گفت‌وگوهایی پرداخته شده است که در رادیو و تلویزیون پخش می‌شوند و از سویی سبک ارائه برنامه مانند تفسیر، گفت‌وشنود، مصاحبه و مناظره است.

هدف اصلی این کتاب شناخت چگونگی طراحی انواع گفت‌وگو در گونه‌های مختلف برنامه برای جذب بینندگان و شنوندگان است. لذا در این کتاب گفت‌وگوهای نوشته‌شده برنامه‌های داستانی مانند نمایش، سریال‌های تلویزیونی و طنز بررسی نمی‌شود. این کتاب گفت‌وگوی رسانه‌ای را به صورت تعاملی بررسی می‌کند. در این مطالعه، چگونگی ارتباط شرکت‌کنندگان در برنامه‌های رادیو و تلویزیون با یکدیگر به گونه‌ای که بینندگان و شنوندگان هم طبق یک الگو با آنها در این ارتباط همراه باشند، موردنظر است. در قلب برنامه‌ای که پخش می‌شود، ارتباطی پویا وجود دارد که گاهی اوقات از آن به عنوان «بیان دوگانه» یاد می‌شود. حدود ۲۰ سال است که مجموعه‌ای از بررسی‌ها و مطالعات دانشگاهی و آکادمیک پیرامون برنامه‌های گفت‌وگو به عنوان تعامل کلامی با واسطه شکل گرفته و توسعه یافته است. هدف دیگر این کتاب ارائه نمایی دقیق از این رشته و پی‌گیری مرزهای کلیدی آن در روند توسعه و شکل‌گیری است. این کتاب در دو بخش تنظیم گردیده است: بخش اول که مشتمل بر دو فصل است، منطق کلی حاکم بر این حیطه و روشی برای مطالعه گفت‌وگوهای رسانه‌ای را ارائه می‌دهد.

بخش دوم نمونه‌های مختلفی از انواع گفت‌وگوهای رسانه‌ای را برای مطالعه ارائه می‌دهد که در این طیف از اخبار و امور جاری تا ورزشی و موسیقی و اشکال جهانی گفت‌وگوهای عادی به چشم می‌خورد. هدف اصلی بخش دوم بررسی گونه‌های مختلف برنامه‌سازی با توجه به فرم اصلی گفت‌وگو است که به کار گرفته شده است. در هر گونه مورد بررسی، تأکید و توجه اساسی بر روی تحول و نوآوری در این حیطه است، چرا که رادیو و تلویزیون در فضایی بسیار رقابتی - که مسیر صعودی را طی می‌کند - باید مخاطبان خود را هدف قرار دهند. به این دلیل هر بخش، شامل موضوعاتی تازه انتشار یافته و نمونه‌هایی برگرفته از آرشو ده ساله یعنی از ۱۹۹۵ است. سه فصل آخر کتاب، تنها تحولات گونه‌ای را بررسی نمی‌کند؛ مطالعه بر روی گفت‌وگوهای تلویزیونی مصاحبه با اشخاص مهم و برنامه‌های تلویزیونی واقعی، برای نشان دادن دلیل حیاتی و مهم دیگر در توجه به گفت‌وگوهای رسانه‌ای است؛ به این معنی که در فرهنگ معاصر گفت‌وگو توسط اشکال جهانی برنامه‌هایی که پخش می‌شوند بالندگی و توسعه می‌یابد. در حوزه معمولی‌بودن، انجام گفت‌وگوهای معمولی در حقیقت همان چیزی است که در بسیاری از برنامه‌ها محور اصلی است.

فصل پایانی بحث و بررسی پیرامون این مسئله است که چرا امروزه چنین علاقه‌ای به مردم عادی با گفت‌وگوهای عادی در رادیو و تلویزیون شکل گرفته است. کتاب گفت‌وگوهای رسانه‌ای، شامل دو بخش و نه فصل است که طی آن به بررسی و تحلیل گفت‌وگوهای خبری، سیاسی، ورزشی، جوانان، معمولی و شخصیت‌های مهم می‌پردازد.