

سرایت زبانی در ارتباطات سیاسی (از تلویزیون به اینترنت)

مسعود کوثری

چکیده

این مقاله می‌کوشد نشان دهد که رسانه‌های نوین مستقل از رسانه‌های قدیمی نیستند و به ویژه نوعی سرایت زبانی از رسانه‌های قدیمی نظیر تلویزیون به رسانه‌های نوین وجود دارد. کاربران اینترنت، اگرچه در عرصه عمومی مجازی از آزادی‌های بیشتری نسبت به عرصه عمومی واقعی برخوردار هستند، اما ارتباطات سیاسی آنان در تالارهای بحث و گفتگو مستقل از ساختارهای زبانی رسانه‌ها گذشته نظیر تلویزیون نیستند. از دیگر سو، انتقال گفتمان سیاسی از تلویزیون به اینترنت در خلعت نوعی هویت‌یابی سیاسی کاربران اینترنت قرار می‌گیرد.

کلیدواژه‌ها: سرایت زبانی، ارتباطات سیاسی، اینترنت، تلویزیون، زبان سیاسی، گفتمان سیاسی، رسانه‌های قدیمی، رسانه‌های نوین، عرصه عمومی مجازی، هویت‌یابی سیاسی.

مقدمه

تاریخ رشد و تکوین رسانه‌های جمعی، از روزنامه گرفته تا اینترنت، نشان می‌دهد که رسانه‌ها هر یک زبان خاص خود را به وجود آورده و با همین زبان با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده‌اند. از این منظر، زبان رادیو با زبان تلویزیون، و زبان کتاب با روزنامه، در عین شباهت، تفاوت‌های اساسی دارد. خبرنگاران هر یک از رسانه‌های یاد شده به مرور و به تجربه نحوه بهره‌گیری از این زبان را به خوبی آموخته‌اند. آنان به خوبی آگاه هستند که استفاده نابجا و تقلیدی از زبان رسانه دیگر، نه تنها میزان مخاطبان آنان را افزایش نمی‌دهد، بلکه ممکن است به از دست دادن مخاطبان هدف نیز بینجامد. مجریان تازه کاری که می‌کوشند از زبان رسانه دیگر تقلید کنند، به زودی متوجه می‌شوند که نه تنها توفیقی به دست نیاورده‌اند، بلکه مخاطبان خود را نیز از دست داده‌اند. کرایسل

(۱۳۸۱: ۶۵) به خوبی تفاوت زبان رادیو را با دیگر رسانه‌ها، نظیر تلویزیون، به تصویر کشیده است. زبان رادیو که ترکیبی از صدا و سکوت است، با زبان تلویزیون که ترکیبی از صدا و تصویر است، تا حدود زیادی تفاوت دارد. این دو زبان، با زبان روزنامه که در آن پیام تنها به مدد حروف / کلمات و تصاویر یک بعدی به مخاطب منتقل می‌شود نیز متفاوت هستند.

با این حال، به رغم وجود زبان‌های خاص در رسانه‌ها، باید به این نکته اشاره کنیم که رشد یک زبان در یک رسانه فی‌البداهه نیست و نوعی سرایت زبانی بین رسانه‌های قبلی و بعدی وجود دارد؛ تلویزیون از زبان رادیو استفاده کرد و آن را متناسب و ویژگی‌های خود گسترش داد. در ادامه چنین روندی این سرایت زبانی به ویژه بین رسانه‌های قدیمی^۱ و رسانه‌های نوین^۲ به چشم می‌خورد.

از این رو، بر خلاف تصور رایج، مبنی بر این که این رسانه‌ها، زبانی به یک‌باره تازه و مختص به خود ایجاد کرده‌اند، باید گفت که نوعی سرایت زبانی بین رسانه‌های نوین و رسانه‌های قدیمی وجود دارد. این سرایت زبانی حاکی از آن است که نوعی تداوم و داد و ستد بین رسانه‌ها وجود دارد، و باید از حرکتی تکاملی در این مسیر سخن گفت. از کهنکشان گوته‌گرایی تا کهنکشان اینترنتی (کستلز، ۲۰۰۱) نوعی تداوم وجود داشته است، تداومی که در آن هر رسانه نرسیده ضمن ایجاد زبانی نو برای ارتباط با مخاطب خود، از زبان رسانه‌های پیشین نیز بهره برده است. البته، باید افزود با این که در باره وجود یک زبان مختص به هر رسانه‌ای کمتر شکی وجود دارد، تعریف زبان رسانه کار چندان آسانی نیست.

یکی از موضوعات جالب توجه، سرایت زبانی بین تلویزیون و اینترنت در ارتباطات سیاسی است. به رغم تمامی انتقادهایی که در جوامع معاصر نسبت به نقش تلویزیون در بسیج مردم برای مشارکت در عرصه‌های سیاسی وجود دارد، تاثیر آن انکارناپذیر است. از دیگر سو، اینترنت خود با ایجاد یک عرصه عمومی نوین (کوثری، ۱۳۸۳: ۱۵۴) به موازات عرصه عمومی واقعی، سهم انکارناپذیری در افزایش مشارکت سیاسی در جوامع معاصر بر عهده دارد. تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که اتاق‌های بحث و گفتگو، اجتماعات مجازی و وبلاگ‌ها عرصه عمومی گسترده‌ای برای مشارکت سیاسی فراهم آورده‌اند. در این محیط‌های مجازی افراد به رد و بدل کردن اخبار سیاسی و بیان نظرها و مواضع سیاسی خود می‌پردازند. باید افزود که انتقال گفتمان‌های

1. old media
2. new media

سیاسی از تلویزیون به اینترنت نه تنها در خدمت نوعی ارتباط سیاسی است، بلکه به هویت‌یابی سیاسی کاربران یاری می‌رساند.

تلویزیون، مشارکت سیاسی و دموکراسی

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که نحوه پخش مسائل سیاسی از تلویزیون بر خلاف انتظار حتی در کشورهای غربی به کناره‌گیری شهروندان از مسائل و عرصه سیاسی (کاهش مشارکت سیاسی) منجر شده است. در واقع ما شاهد نوعی کاهش مشارکت مدنی، کاهش رأی‌دهی و در مجموع کاهش کیفیت دموکراسی هستیم. این امر، از سویی به نوع بازنمایی^۱ دنیای خارج باز می‌گردد. این بازنمایی به نحوی است که بیننده احساس می‌کند دنیای خارج از او دنیایی پر از جنگ، آشوب‌زده، پرزد و خورد و کاملاً پیچیده است که او از درک آن عاجز است. تنها جای باثبات همان خانه اوست (باران و دیویس، ۲۰۰۰: ۲۷۴). این پیچیدگی و پرآشوبی جهان خارج غالباً به عدم مشارکت مخاطب منجر می‌شود.^(۲) از دیگر سو، تلویزیون به جای به تصویر کشیدن وقایع و رویدادهای سیاسی، نوعی نمایش سالاری^۳ را تقویت کرده است. آن چه توسط تلویزیون به تصویر کشیده می‌شود، نمایشی از مسائل و رویدادهای سیاسی است تا خود آن وقایع و رویدادها. این نمایش سالاری بسیاری اوقات جای واقعیت‌های سیاسی را گرفته است. بودریار (۱۳۸۱: ۲۷-۱۱۷) هنگامی که از وانموده^۴، شبیه‌سازی شده یا رسانه‌ای شده سخن می‌گوید، دقیقاً همین معنا را اراده می‌کند.^(۵) از این رو، در باره این که آیا تلویزیون می‌تواند از طریق به تصویر کشیدن مسائل سیاسی هر جامعه‌ای، مردم را به سوی مشارکت سیاسی بیشتر، و در نتیجه افزایش دموکراسی سوق دهد، شک جدی وجود دارد. این امر در کشورهایی که مالکیت دولتی رسانه‌های جمعی، به ویژه رادیو و تلویزیون، شکل مسلط مالکیت این رسانه‌هاست، باید انتظار چنین وضعیتی را داشت.

1. representation
2. spectatorship
3. simulacra/ Simulation

ایترننت و گسترش عرصه عمومی

همان گونه که نویسندگان متعددی به این مسأله اشاره کرده‌اند (اندرسون، ۲۰۰۳: ۸۹۱؛ پاپاچاریسی ۲۰۰۲: ۲۶۵؛ کوثری، ۱۳۸۳: ۱۵۴) یکی از تأثیرات مهم تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی یا رسانه‌های نوین، تکوین عرصه عمومی نوین در جوامع معاصر است. با این همه، همان گونه که هابرماس به درستی می‌گوید نقش روزنامه‌ها و سپس رسانه‌های الکترونیک (رادیو و تلویزیون) در تکوین عرصه عمومی^۱ در مرحله اول انکارناپذیر است. هابرماس در کتاب مشهور خود با عنوان «حول عرصه عمومی» که تأثیر شایان توجهی در بحث از عرصه عمومی، به ویژه نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد و تکوین آن داشته است، عرصه عمومی را همزمان یک قالب، مکان و فعالیت ارتباطی می‌داند که همراه با مناسک و نمایش رفتاری خاص خود نیز هست (اندرسون، ۲۰۰۳: ۸۹۲). عرصه عمومی عرصه یا فضایی حایل و واسط بین دولت و مردم است. هابرماس کش ارتباطی «عقلانی-انتقادی» را شکل استاندارد ارتباط در عرصه عمومی می‌داند که ابتدا در مکان‌هایی نظیر قهوه‌خانه‌ها، مکان‌های نمایشی نظیر سالن‌های تئاتر و مناسک دینی به ظهور رسیده است و سپس رسانه‌های چاپی به ویژه روزنامه به گسترش آن در جوامع اروپایی قرن هفدهم و هجدهم کمک شایان توجهی کرده‌اند (برای نقد دیدگاه هابرماس نک. اندرسون، ۲۰۰۳: ۸۹۲؛ پاپاچاریسی ۲۰۰۲: ۱۷).

با این همه، به نظر اندرسون (۲۰۰۳) این نقش در مرحله دوم تکوین عرصه عمومی توسط رسانه‌های نوین ایفا شده است. به بیان دیگر، در مرحله دوم، این رسانه‌های نوین، به ویژه پخش ماهواره‌ای و ایترننت بودند که تأثیر مهمی بر گسترش عرصه عمومی داشتند. پاپاچاریسی (۲۰۰۲: ۱۱) بر آن است که ایترننت نه تنها توانسته است به گسترش عرصه عمومی موجود در جوامع غربی یا صنعتی یاری رساند، بلکه خود یک عرصه عمومی نوین که وی آن را عرصه عمومی مجازی یا سایر^۲ می‌نامد، به وجود آورده است. اندرسون (۲۰۰۳) معتقد است که این تأثیر به جوامع غربی محدود نمی‌شود، بلکه در جوامع اسلامی نیز گسترش رسانه‌های نوین به گسترش یک نوع عرصه عمومی جدید یاری رسانده است.

1. public sphere

2. virtual/ cyber public sphere

چند ویژگی مهم اینترنت، نظیر محدودیت‌های کمتر برای ورود تولیدکنندگان، رابطه متقارن‌تر میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، و درجه بالاتری از تعامل بین فرستنده و گیرنده، به نظر اندرسون (۲۰۰۳: ۸۹۱) بستر مناسبی را برای تکوین عرصه عمومی مجازی فراهم کرده است.

از نظر پاپاچاریسی (۲۰۰۲: ۹) دو ویژگی توان ذخیره و بازایی اطلاعات اینترنت و تکنولوژی‌های مکملش را مهم‌ترین ویژگی‌هایی می‌داند که با در اختیار قرار دادن اطلاعاتی که به شیوه دیگر قابل دسترس نیست، به بحث سیاسی میان افراد و گروه‌ها دامن می‌زند. از این رو، اینترنت به عنوان یک عرصه عمومی مجازی که مکمل ظرفیت‌های عرصه عمومی واقعی در کشورهاست، می‌تواند به بسط مشارکت سیاسی و توسعه دموکراسی در کشورها یاری رساند. این موضوع به‌ویژه در شرایط مالکیت دولتی رسانه‌های جمعی و اعمال فشار حکومت‌ها برای محدودساختن عرصه عمومی و کاهش مشارکت واقعی سیاسی، چشمگیر است. تجربه‌ای که به خوبی در دوران اصلاحات در ایران قابل مشاهده است. در این دوران، اینترنت (اعم از اتاق‌های گفتگو، وبلاگ‌ها و سایت‌های خبررسانی) نقش یک عرصه عمومی نوین/مجازی را بازی کردند که تا حدودی محدودیت‌های عرصه عمومی واقعی را جبران نمودند. از این رو، اگر در مرحله اول جریان اصلاحات، روزنامه‌ها نقش نوعی جامعه مدنی را ایفا کردند، در مرحله دوم و با توقیف مطبوعات، اینترنت توانست در بسط عرصه عمومی کمک شایان توجهی بکند.

در جریان حمله به عراق و اشغال بعدی آن کشور توسط آمریکا، وبلاگ اسلامپکس^۱ به تنهایی توانست در قتلان رسانه‌های جمعی، اخباری دست اول از عملیات آمریکایی‌ها در عراق به دست دهد^۲ (گویتا، ۲۰۰۵: ۳۳).

دشواری‌های فیلتر کردن (فیلترینگ) سایت‌های اینترنتی و راه‌های بی‌شمار پخش و انتشار عقاید و مطالب در اینترنت، سیالیتی به این رسانه بخشیده بود که به سادگی مطبوعات قابل کنترل نبود. این تجربیات در ایران و سایر کشورهای جهان سوم، سوابق مهمی هستند برای این که بتوانیم به پرسش‌های ذیل پاسخ مثبت بدهیم: آیا اینترنت (حداقل اتاق‌های بحث و گفتگوی آن) گسترش عرصه عمومی و مشارکت سیاسی مردم و در واقع تقویت دموکراسی را به دنبال دارد؟ آیا اینترنت به تالار گفتگوی شهر^۲ تبدیل شده است؟

1. islampax (www. islampax. com)

2. city hall

با این حال، اغراق در باره نقش اینترنت در کشورهای جهان سوم که هنوز ضریب دسترسی به اینترنت در آنها پایین است، ساده‌نگاری است؛ زیرا در این مورد هم محدودیت‌هایی وجود دارد که نباید از آنها غافل ماند. همان‌گونه که پاپاچاریسی به درستی می‌گوید واقعیت آن است که در اینجا نیز نابرابری در دسترسی به اینترنت و سواد رسانه‌ای همچنان دو عامل مهم تفاوت میان افراد است که به تفاوت در مشارکت در این عرصه منجر می‌شود. از دیگر سو، به‌رغم دیدگاه‌های اتوپایی (خوشین) و دیستوپایی (بدبین)، باید گفت که اینترنت چندان به خلق یک فرهنگ سیاسی جدید متفاوت با آنچه در جهان سرمایه‌داری یا غیرسرمایه‌داری در جریان است، نخواهد انجامید؛ زیرا فرهنگ سیاسی کاربران اینترنت در شکل‌گیری فرهنگ سیاسی در این عرصه عمومی نوین هم مؤثر است. بنابراین، می‌توان گفت که افراد با همان فرهنگ سیاسی در اینترنت شرکت می‌کنند، که در جامعه واقعی خود به آن خو کرده‌اند. در یک نظام سیاسی که فرهنگ سیاسی غالب، فرهنگ سیاسی تابع است، این فرهنگ در اینترنت (عرصه عمومی مجازی) نیز بازتولید خواهد شد.

پاپاچاریسی (۲۰۰۲: ۱۴) بر آن است که حتی این موضوع در منازعه میان کاربران محافظه‌کار و لیبرال آمریکایی وجود دارد، به طوری که به‌رغم آن که کاربران لیبرال در فضای اینترنت اکثریت دارند، اما باز هم گفتمان موجود بازتولید همان تقسیم سیاسی سنتی میان محافظه‌کاران و لیبرال‌هاست: «با این همه، گفتمان سیاسی برخط (آنلاین)، تحت سلطه محافظه‌کاران است، حتی اگر لیبرال‌ها اکثریت برخط باشند. این بدان معناست که فضای مجازی از نظر سیاسی به نحوی تقسیم می‌شود که سیاست سنتی را منعکس کند. بنابراین، خیلی ساده به عنوان فضایی برای اظهار نظر سیاسی به کار می‌آید، به جای آن که به صورت ریشه‌ای تفکر و ساختار سیاسی را اصلاح کند». (برای بحث بیشتر راجع به سهم بازتولید یا آفرینندگی فرهنگی در اینترنت نکه کوثری، ۱۳۸۴ الف؛ کوثری، ۱۳۸۴ ب).

زبان سیاسی در تالارهای گفتگو

از میان امکاناتی که اینترنت در اختیار کاربران خود نهاده است، باید به نقش مهم تالارهای گفتگو^۱ و تالارهای بحث^۲ به عنوان ایزاری مؤثر برای ارتباطات اشاره کرد. کاربران در تالارها یا اتاق‌های گفتگوی

1. chat rooms

2. discussion rooms / groups

مختلف، به رد و بدل کردن پیام‌های خود می‌پردازند و از این طریق به ارتباطی مؤثر و پویا دامن می‌زنند. به گفته ارتباطاتی که در اینترنت شکل می‌گیرد (اتاق‌های گفتگو، پست الکترونیکی و...) با این که ظاهری شبیه ارتباطات نوشتاری دارد، بسیار مؤثرتر از ارتباط نوشتاری است. این ارتباط کاملاً از ویژگی‌ها و اثربخشی ارتباطات شفاهی^۱ برخوردار است. به همین دلیل فرن‌بک (۲۰۰۳: ۲۷-۳۸) به تبعیت از آنگ آن را نوعی شفاهیت ثانویه^۲ می‌نامد.

این شفاهیت ثانویه به‌ویژه در ارتباطات سیاسی مهم است. با کاهش نقش تلویزیون در جلب مشارکت سیاسی و توسعه دموکراسی در جوامع معاصر، باید به ارتباطات سیاسی شکل گرفته در اینترنت، به‌ویژه در اتاق‌ها یا تالارهای گفتگو توجه جدی کرد. در این تالارها که می‌تواند همانند تالارهای شهر گذشته بستری برای تبادل آراء و عقاید سیاسی باشد، مشارکت سیاسی فعال‌تری امکان‌پذیر می‌یابد. اما پرسش اصلی اینجاست که مردم چگونه به رد و بدل کردن افکار، عقاید و مواضع سیاسی خود در این تالارها می‌پردازند؟ آیا آنان شیوه (زبان) خاصی برای این تبادل آراء و ارتباطات سیاسی دارند؟ تا چه اندازه این ارتباطات متأثر از زبان و ساختارهای ارائه پیام‌های سیاسی تلویزیونی است؟

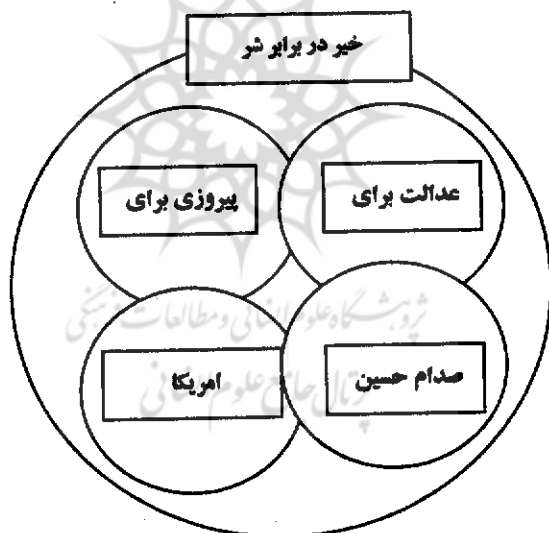
برای روشن‌تر شدن موضوع، اجازه دهید مثالی در این باره بزنیم. فرض کنید، کاربرانی ایرانی اینترنت می‌خواهند عقاید و مواضع سیاسی خود را درباره پروژه هسته‌ای ایران با کاربران دیگر در میان بگذارند. آنان به یکدیگر چه خواهند گفت؟ (چه خواهند نوشت؟) نحوه بیان مطالب، اظهار نظر، نقل اخبار و رویدادهای مهم در این ارتباط سیاسی چگونه خواهد بود؟ نگاهی به تالارهای گفتگو و مطالب رد و بدل شده در آن (نک. والدمن، ۲۰۰۴: ۵۲) نشان می‌دهد که زبان سیاسی به کار رفته در این تالارهای گفتگو، تا حدود زیادی متأثر از زبان تلویزیون در ارتباطات سیاسی است. بنابراین، پرسش اصلی این است که آیا زبان تلویزیون در ارتباطات سیاسی بر زبان مورد استفاده در گفت‌وگوهای سیاسی شهروندان در تالارهای گفتگو/بحث اینترنت اثر می‌گذارد؟

پیش از آن که به این پرسش پاسخ دهیم، بهتر است اندکی به مفهوم زبان سیاسی و نحوه استفاده از آن در ارتباطات سیاسی در رسانه‌های جمعی (نظیر تلویزیون) و رسانه‌های نوین پردازیم.

1. oral communications
2. secondary communication

زبان در ارتباطات سیاسی

همان گونه که در بالا بیان شد، حداقل دو تر در باره رابطه اخبار و نقل رویدادهای سیاسی در تلویزیون و وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگو وجود دارد. نخست، آن که بین مطالب وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگو و سایت‌های رسمی اخبار اینترنت تفاوت اساسی وجود دارد. دوم، اخبار سایت‌های رسمی در واقع ادامه گفتمان شبکه‌های خبری رسمی هستند و تفاوت اساسی با شبکه‌های خبری از این لحاظ ندارند. بررسی‌های والدمن (۲۰۰۴: ۹۹ بعد) نشان می‌دهد که تا حدود زیادی گفتمان سیاسی کاربران در وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگو ادامه گفتمان شبکه‌های خبری رسمی هستند. برای مثال، والدمن با تجزیه و تحلیل اخبار شبکه‌های امریکایی در باره صدام حسین، به دو فریم (قالب) در اخبار برخورد می‌کند: پیروزی امریکا و عدالت برای صدام حسین (شکل ۱).



شکل ۱. دو قالب خبری مهم در جریان حمله آمریکا به عراق

عملکرد این دو قالب در اخبار رسمی شبکه‌های خبری آمریکا چنان بود که مخاطبان قانع شوند که پیروزی آمریکا مهم‌تر است. جالب است که همین جریان در اتاق‌های بحث و گفتگو هم توسط کاربران دنبال شده

است، زیرا، مطالب اتاق‌های بحث / گفتگو از سوی مردم به عنوان نوعی مشارکت در تولید گفتمان سیاسی تلقی می‌شود.

تعریف گفتمانی زبان

منظور از زبان رسانه‌ای در این مقاله ترتیب و ترکیب به کارگیری نشانه‌ها در گفتمان یک رسانه (نظیر تلویزیون) است که به بازنمایی اخبار و وقایع سیاسی در آن رسانه منتهی می‌شود. در حالی که زبان رادیو تنها از نشانه‌های شنیداری استفاده می‌کند (کرایسل، ۱۳۸۱؛ آسابرگر، ۱۳۸۰)، در تلویزیون این زبان ترکیبی از نشانه‌های دیداری و شنیداری است. نشانه‌های دیداری تنها به تصاویر اشیاء و وقایع باز نمی‌گردد، بلکه حتی شامل زوایای دورین و دیگر عناصر مهم در روایت تلویزیونی نیز می‌شود (آسابرگر، ۱۳۸۰: ۱۵۰).

زبان تلویزیون هنوز هم گسترده‌ترین زبان در گفتمان سیاسی در دنیاست. پیدایش و گسترش شبکه‌های خبری جهانی (نظیر سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی، فاکس نیوز، الجزیره و غیره) که به مدد فناوری ماهواره‌ای جهان گستر شده‌اند، در گسترش زبان سیاسی تلویزیون نقش مهمی داشته است. قالب‌دهی رسانه‌های^۱ مهم‌ترین فرایندی است که تلویزیون از طریق آن به ذهن مخاطبان خود قالب می‌دهد (برای نمونه نک. راینسون، ۲۰۰۱؛ بره‌ور و دیگران، ۲۰۰۳). به نظر گلفمن، دیوس و باران (۱۹۸۱) رسانه‌ها نقش مهمی در تقویت کادرها/ قالب‌ها در ذهن شنوندگان دارند. از نظر گلفمن قالب‌ها «انگاره‌های تفسیر» هستند.

آینگار (۱۹۹۱)، نقل از واللمن، ۲۰۰۴: ۱۲) بین دو نوع قالب‌دهی تفاوت می‌گذارد: قالب‌دهی مضمونی^۲ و قالب‌دهی ایزودی^۳. تفاوت این دو گونه در این است که در قالب‌دهی مضمونی خبر و وقایع در یک خط سیر مشخص و با توجه به کل موضوع ارائه می‌شود، حال آن که در قالب‌دهی ایزودی خبرها و وقایع به صورت جدا شده و بریده از کلیت، به صورت ایزود ایزود ارائه می‌شوند و مخاطب نمی‌تواند تصویری از کل به دست آورد. بنابراین، یکی از تفاوت‌های اساسی این دو نوع قالب‌دهی، میزان درگیر کردن مخاطب است. در شیوه اول، مخاطب تصویری از کلیت به دست می‌آورد، حال آن که در شیوه دوم، مخاطب به صورت بریده بریده با واقعیت ارائه شده مواجه می‌شود در این شیوه واقعیت به صورت قطعه‌هایی بریده که با ضربه‌های خاصی

1. media framing
2. thematic framing
3. episodic framing

تدوین شده‌اند، به مخاطب ارائه می‌شوند و مخاطب نمی‌تواند کلیت یکپارچه واقعیت را دریابد. بسیاری از گزارش‌ها و تفاسیر خبری با همین نوع قالب‌دهی به مخاطبان ارائه می‌شود. کافی است به اخبار و تفاسیر ارائه‌شده توسط سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی نگاه کنید.

نگاهی به گفتمان‌های سیاسی تلویزیون نشان می‌دهد که بیشتر گفتمان‌های آن از نوع بازنمایی ایزودی است و همین امر به کناره‌گیری شهروندان از گفتمان و مشارکت سیاسی منجر می‌شود. در واقع شهروندان احساس می‌کنند که نمی‌توانند از این دنیای پیچیده درکی درست به دست آورند و همین امر به ترس و گریز از این دنیای پیچیده منجر می‌شود. از این رو، گفتمان سیاسی مندرج در برنامه‌های سیاسی تلویزیون (اخبار، تفاسیر و گزارش‌ها) حاصلی جز انزوای مخاطب ندارد؛ انزوایی که حاصل وحشت و ترس مخاطب از زندگی در دنیایی است که از طریق قالب‌دهی ایزودی به صورت تکه‌تکه به او ارائه می‌شود؛ دنیایی که او از یکپارچگی آن درک درستی ندارد.

آیا مخاطبان/بینندگان تلویزیون همین گفتمان‌های سیاسی را که از طریق نوعی قالب‌دهی ایزودی به آنان عرضه شده است، با خود به عرصه اینترنت می‌آوردند، یا به خلق گفتمان‌های سیاسی جدید دست می‌زنند؟ پاسخ محققانی نظیر اندرسون (۲۰۰۳) و پاپاچاریسی (۲۰۰۲) آن است که کاربران در عرصه اینترنت به خلق گفتمان‌های سیاسی جدید دست می‌زنند، گفتمان‌هایی که برای آنها محدودیت‌هایی در عرصه عمومی واقعی وجود دارد. اما تحقیق جالب توجه والدمن نشان می‌دهد که شهروندان به جای خلق گفتمان‌های جدید و تفاسیر جدید در اینترنت بیشتر به مبادله و داد و ستد همان تفاسیری که از طریق قالب‌دهی ایزودی آموخته‌اند، می‌پردازند.

نشانه‌شناسی و گفتمان باواسطه

برای فهم رابطه گفتمان‌های تلویزیونی و بازتولید این گفتمان‌ها در تالارهای بحث و گفتگوی اینترنت، ما نیاز به یک مدل نظری داریم، مدلی که دو نکته را آشکار سازد؛ اول آن که چگونه یک گفتمان سیاسی در رسانه‌های جمعی (در اینجا تلویزیون) شکل می‌گیرد؟ و دوم آن که این گفتمان چگونه به تالارهای بحث و گفتگو منتقل می‌شود؟ به منظور پاسخگویی به این دو سؤال، ابتدا به نحوه شکل‌گیری گفتمان سیاسی در تلویزیون می‌پردازیم و سپس انتقال این گفتمان به تالارهای بحث و گفتگو را بررسی می‌کنیم.

شکل‌گیری گفتمان سیاسی در برنامه‌های تلویزیونی

برای توضیح چگونگی شکل‌گیری گفتمان سیاسی در برنامه‌های تلویزیونی و فهم آن توسط مخاطب/بیننده، نیاز به دو مقدمه داریم. مقدمه نخست به نظریه نشانه‌شناسی باز می‌گردد. این نظریه به ما کمک می‌کند تا توضیح دهیم که چگونه مخاطب از میان معانی گوناگون نشانه‌های یک برنامه سیاسی تلویزیونی (اخبار، گزارش‌ها و تفاسیر)، تنها برخی از دلالت‌ها را می‌پذیرد. همان‌گونه که نشانه‌شناسان می‌گویند، معانی نشانه‌ها زیاد هستند و بسته به بافت/اجتماعی مورد استفاده، از این معانی استفاده می‌شود. پست‌مدرنیست‌ها از نوعی سرگشتگی یا شناوری دال‌ها/نشانه‌ها سخن می‌گویند. باختین، ولوسینوف و فیسک این را چندمعنایی^۱ نامیده‌اند. بنابراین، مخاطب/بیننده بسته به محیط اجتماعی‌یی که در آن به سر می‌برد، از میان معانی گوناگون، تنها برخی از معانی را می‌پذیرد (آلن، ۱۳۸۰: ۲۶).

در مورد تفسیر مخاطبان از نشانه‌ها حداقل می‌توان از دیدگاه بودریار در مقابل دیدگاه پیرس یاد کرد. بودریار به وضوح از این سخن می‌گوید که مخاطبان، تفاسیر و ارزش‌های نشانه‌ها را که توسط گفتمان مسلط ارائه می‌شود، می‌پذیرند، حال آن‌که دیدگاه پیرس بر آن است که مخاطبان فعال‌تر هستند و تفاسیرشان از نشانه‌ها متنوع‌تر است.

نظریه گفتمان باواسطه

برای فهم بهتر این رابطه و چگونه عمل گفتمان در رسانه‌های جمعی، می‌توان از نظریه گفتمان باواسطه^۲ (ران اسکالن^۳ ۲۰۰۳؛ والدمن، ۲۰۰۴: ۲۰) بهره برد. نظریه گفتمان باواسطه شکلی از تحلیل گفتمان است که تأثیرات محیط اجتماعی را بر هر گفتمان خاص ملاحظه می‌کند. اسکالن نشان می‌دهد که چگونه ساختار و کردارهای اجتماعی، آگاهانه یا ناآگاهانه، با واسطه کلام یا حتی اشیایی^(۳) دور و بر ما هستند، هنگام مشارکت در تعاملات اجتماعی، ما را هدایت می‌کنند. به نظر اسکالن، در تعامل تولیدکنندگان اخبار (ژورنالیست‌های) تلویزیونی و مخاطبانشان در شبکه‌ها و کردارهای اجتماعی است که اعمال گفتمانی و هویت‌های اجتماعی مخاطبان شکل می‌گیرد، و از خلال این اعمال گفتمانی و هویت‌های شکل گرفته است که تولیدکنندگان

1. polysemy

2. mediated discourse theory

3. ron scollon

(روزنامه‌نگاران، گزارشگران تلویزیونی) و مخاطبان از اطلاعاتی که با آنها در زندگی روزمره مواجه می‌شوند، معانی را تولید می‌کنند. چنین تحلیلی به کار رابطه گفتمان بین کلیه رسانه‌ها و مخاطبان آنان می‌آید، و تنها محدود به رابطه مخاطبان و تلویزیون نمی‌شود.

مدل نشانه‌شناسی گفتمان سیاسی

مدل تحلیل گفتمان با واسطه اسکالن ترکیبی از نظریه‌های گفتمان و نشانه‌شناسی است. والدمن با کمک نظریه اسکالن کوشیده است تا مدلی برای تحلیل رابطه گفتمانی اخبار تلویزیونی و تاثیر آن بر گفتمان سیاسی در وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگو نشان دهد (والدمن، ۲۰۰۴: ۲۵). دو عنصر در این مدل مهم هستند: *دال*^۱ و *مدلول*^۲. در نشانه‌شناسی ساختاری، دال نشانه و مدلول مفهومی است که نشانه بیان می‌کند. در واقع مدلول‌ها معانی هر نشانه خاص هستند. در نشانه‌شناسی تلویزیون می‌توان نظام نشانه‌ها را به بخش‌هایی از متن و بایتهای صوتی که برای بیان یک متن کامل به کار می‌روند و از این رو چارچوبی بزرگ‌تر را برای معنا فراهم می‌سازند، گسترش داد.

انتقال گفتمان سیاسی

گفتمان سیاسی که از طریق برنامه‌های تلویزیونی تولید می‌شود و دلالت‌های معنایی برای مخاطبان/ بینندگان به همراه دارد، تا چه اندازه در گفتمان‌های سیاسی آنلاین (برخط) بازتولید می‌شود؟ بر اساس تحقیق والدمن (۲۰۰۴: ۹۹) بررسی محتوای اتاق‌های گفتگو نشان می‌دهد که کاربران اینترنت بیش از هر منبع دیگری از شبکه‌های خبری تلویزیونی استفاده می‌کنند. آنان در بحث از وقایع و مسائل سیاسی بیشتر همان موضع سیاسی شبکه‌های خبری غالب را اخذ می‌کنند. این موضوع نه تنها در معنای جملاتی که در تالارهای بحث و گفتگو به کار می‌برند، دیده می‌شود؛ بلکه در میزان انعکاس زبان شبکه‌های خبری در زبان مورد استفاده کاربران نیز قابل مشاهده است.

در اینجا باید بین نقل قول مستقیم و نقل به مضمون تفاوت گذاشت. در عین حال، زبان مورد استفاده در هر دو بخش (نقل قول مستقیم و نقل به مضمون) تقریباً متأثر از شبکه‌های خبری است. وقتی موضوعی مورد توجه

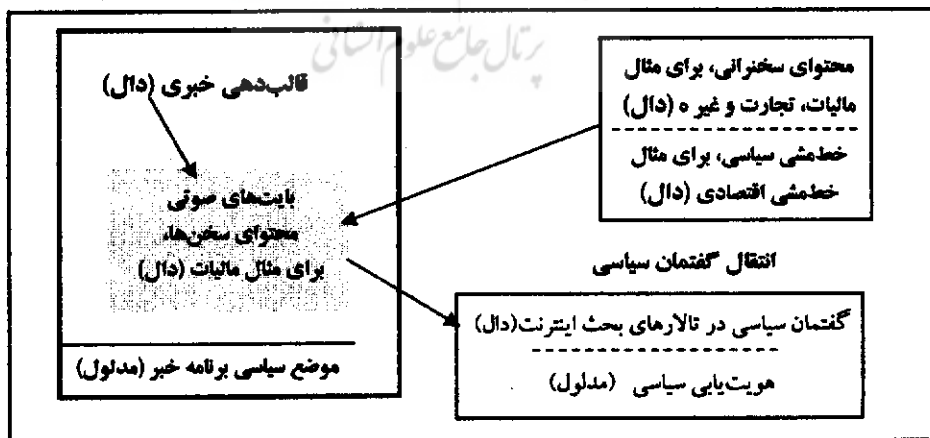
1. sr= signifier

2. sd= signified

مردم باشد، کاربران بیشتر از ترکیبی از نقل قول مستقیم و غیر مستقیم استفاده می کنند. تنها تفاوت اصلی بین این دو شیوه این است که کاربران بعضی وقتها منبع خبر را نقل می کنند، و بعضی وقتها تنها به ذکر یک مطلب مهم می پردازند، بدون آن که منبع نقل خبر را ذکر کنند.

بررسی مطالب نوشته شده در تالارهای بحث و گفتگو نشان می دهد که نحوه بیان اخبار و رویدادهای مهم سیاسی متأثر از زبان رسانه های تلویزیون است. با این همه، نکته مهم در این سرایت زبانی، آن است که افراد از نقل مطالب (اخبار، رویدادها و تفاسیر) به عنوان دالی برای یک مدلول مهم استفاده می کنند: هویت سیاسی. در واقع، کاربران در تالارهای بحث و گفتگو تحت تأثیر برنامه های تلویزیون چنان از اخبار و رویدادها استفاده می کنند، که یک رابطه دلالتی برقرار سازند (رابطه خبر و رویداد به عنوان دال و هویت سیاسی خود به عنوان مدلول آن). بنابراین، انتقال گفتمان خود در خدمت یک بازی هویتی قرار می گیرد، بازی که در جریان آن کاربر بر هویت سیاسی خود تأکید می ورزد.

در اینجا، زبان به نحوی باز تولید می شود که به هویت یابی مخاطب کمک کند (هویت به عنوان فردی لیرال یا محافظه کار). اما نکته مهم آن است که معنای این زبان بسته به بافتی است که مخاطب آن را به کار می برد (نظیر کاربرد آن توسط شبکه های خبری). به کاربردن ساختارهای نحوی و استفاده از ساختار روایی ساده در شبکه های خبری سبب می شود که کاربران به همان نحو از ساختارهای نحوی و روایی مورد استفاده در شبکه های خبری بهره برند. رابطه بین این عناصر در نمودار ۱ آمده است.



شکل ۲. نمودار رابطه بین عناصر مختلف در سرایت زبانی از تلویزیون به اینترنت (قتل از والدمن، ۲۰۰۴: ۲۵)

نتیجه‌گیری

بین رسانه‌های نوین و رسانه‌های سنتی نوعی داد و ستد مشاهده می‌شود. این داد و ستد به نحوی است که ما شاهد نوعی سرایت زبانی از رسانه‌های قدیمی، به رسانه‌های نوین هستیم. این سرایت زبانی یا انتقال گفتگویی نه تنها در خدمت انتقال ساختارهای ارتباط سیاسی از یک رسانه به رسانه دیگر، و نشان‌دهنده وابستگی رسانه‌ها در شکل‌دهی به ارتباطات سیاسی در یک جامعه است، بلکه در راستای نوعی هویت‌یابی سیاسی افراد نیز قرار می‌گیرد. تلویزیون به عنوان یک رسانه، هنوز هم در ارتباطات سیاسی و شکل‌گیری گفتگومان‌های سیاسی یکی از رسانه‌های تأثیرگذار به شمار می‌رود. بنابراین، در ارزیابی نقش اینترنت و تکنولوژی‌های مکمل آن در گسترش عرصه عمومی مجازی نگاهی واقع‌بینانه لازم است، نگاهی که هم‌زمان هم به توان بالقوه اینترنت در گسترش عرصه عمومی توجه کند و هم به انتقال و بازتولید گفتگومان‌های سیاسی رسانه‌های دیگر نظیر تلویزیون که در اساس، انعکاس فرهنگ سیاسی جامعه و تقسیم قدرت سیاسی هستند.

یادداشتها

۱. ترسیم این وضعیت توسط تلویزیون غالب اوقات به آنجا منجر می‌شود که مخاطب/بیننده کشور خود را در میان جهان پر آشوب و پرتلاطم بیرونی، تنها نقطه آرام و جزیره باثبات بداند.
۲. بودریار به صراحت اعلام کرد که جنگ ۱۹۹۱ آمریکا علیه عراق (با عنوان طوفان صحرا)، جنگی بود که حتی فرماندهان سیا و پنتاگون آن را از صفحه سی‌ان‌ان مشاهده و هدایت کردند. از این رو، بودریار معتقد بود که جنگی اتفاق نیفتاده است!
۳. این وبلاگ متعلق به یک آمریکایی به نام جان واکر لینگ است که پس از آن که به گروه طالبان پیوست اسم خود را به اسمی اسلامی تغییر داد. وبلاگ او مطالب زیادی در مورد فجایع آمریکا در افغانستان و عراق در بر دارد.
۴. اسکالن تلاش کرده است در پروژه‌های گسترده‌ای عمل گفتگومان‌های سیاسی و اجتماعی را حتی از خلال اشیایی که دور و بر ما هستند (برای مثال در آشپزخانه) به تصویر بکشد. نکته محوری در نظریه اسکالن این است که چگونه گفتگومان‌ها با واسطه چیزهای دیگر (رخترا، کلام، اشیاء و حتی دکوراسیون) به هدایت تعاملات اجتماعی ما کمک می‌کنند.

فهرست منابع

- آلن، گراهام (۱۳۸۰): بینامتنیت، ترجمه پیام یزدانجو، تهران، نشر مرکز.
- آسابرگر، آرتور (۱۳۸۰): روایت در فرهنگ عامیانه: رسانه و زندگی روزمره، ترجمه محمد رضا لیراوی، تهران، انتشارات سروش.
- بودربار، ژان (۱۳۸۱): در سایه اکثریت‌های خاموش، ترجمه پیام یزدانجو، تهران، نشر مرکز.
- گویتا، سومان (۱۳۸۴): جهان واکر لیند و اسلام بکس: ابهام در تصویر قطبی‌شده، چکیده مقالات کنفرانس جهانی شدن و دین: هویت و قدرت (۲۲ و ۲۳ آبان ۱۳۸۴)، ایران، تهران، مؤسسه مطالعات آمریکای شمالی و اروپا.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۴): تاملی بودن و بازبودگی در بازی کامپیوتری دینی، چکیده مقالات همایش بین‌المللی دین و رسانه، تهران، صدای جمهوری اسلامی ایران و دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، صص ۵۳-۵۴.
- _____ (۱۳۸۴): هویت و بریکولاژ فرهنگی در جهان رسانه‌ای شده، تهران، مجموعه مقالات همایش جهانی شدن و هویت ملی، مؤسسه توسعه دانش، ۱۳۸۳.
- _____ (۱۳۸۴ الف): جهان فرهنگی کلویان اورکات، تحقیق منتشر نشده، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشکده فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- _____ (۱۳۸۴ ب): آتومی اجتماعی در اجتماعات مجازی، فرهنگ و ارتباطات، شماره ۲، صص ۱۷۶-۱۹۴.
- _____ (۱۳۸۳): سواد رسانه‌های و زندگی در عرصه عمومی نوین، نامه پژوهش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، بهار ۱۳۸۳، شماره ۹، صص ۱۶۸-۱۶۷.
- Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K. (2000): *Mass Communication Theory: Foundations, ferment, and Future*, Second Edition, USA, Belmont, CA, Wadsworth.
- Castles, Manuel (2001): *The Internet Galaxy*, Oxford University Press.
- Fernback, Jan (2003): "Legends on the net: an examination of computer-mediated Communication as a locus of oral culture", *new media & society*, Vol. 5 (1): 29-45.
- Papacharissi, Zizi (2002): "The virtual sphere: The internet as a public sphere", *new media & society*, Vol. 4 (1): 9-27.
- Robinson, Piers J. (2001): "Theorizing the Influence of Media on World Politics: Models of Media Influence on Foreign Policy", *European Journal of Communication*, Vol. 16(4): 523-544.

Scollon, Ron (2000): "Generic variability in news stories in Chinese and English: A contrastive discourse study of five days' newspapers", *Journal of Pragmatics*, 32 (2000) 761-791.

Brewer, Paul R., Graf, Joseph and Willnat, Lars(2003): "Priming or Framing: Media Influence on Attitudes toward Foreign Countries, *Gazette*", *the international journal for Communication Studies*, Vol. 65(6): 493-508.

Waldman, Daniel J. (2004): *Crossing Discursive Frames: the Framing of political Discourse in Television and Internet Forums*, A Thesis submitted to the Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University, for an MA. In Communication, Culture and Technology, Washington, DC.

مشخصات نویسنده

دکتر مسعود کوثری دارای دکترای دکتری جامعه‌شناسی از دانشگاه تربیت مدرس تهران و استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران است. علائق پژوهشی او در زمینه ارتباطات، هنر و بخصوص موسیقی است. او مؤلف کتابهای «تأملاتی در جامعه‌شناسی ارتباطات»، «آسیب‌شناسی فرهنگی عصر قاجار» و «انسان‌شناسی موسیقی مردم‌پسند» است.
آدرس: تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

Email: mkousari@ut.ac.ir

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی