



○ علی بهرام پور
پژوهشگر علوم ارتباطات

یک رویداد

- راهنمای بررسی تلویزیون
- کیت سلیبی / ران کاودری
- مترجم: علی عامری مهابادی
- انتشارات سروش، ۱۳۸۰

راهنمای بررسی تلویزیون، کتابی است که با رویکرد انتقادی به مطالعه تلویزیون می‌پردازد و می‌کوشد این مطالعه را به مخاطبان خود آموزش دهد. نویسندگان کتاب، کیت سلیبی (Keith Selby) و ران کاودری (Ron Cowderly) سعی دارند مخاطبان خود را، که به زعم آنها دانشجویان علوم ارتباطات هستند، در ارائه تحلیل برنامه‌های تلویزیون کمک کنند. از این رو، کتاب حاضر در هر فصل با یک یا چند مثال آغاز می‌شود و نویسندگان مطالب موردنظر خودشان را با توضیح جامع دربارهٔ مثالها پی می‌گیرند.

کتاب از یک مقدمهٔ کوتاه و هشت فصل تشکیل شده است. در مقدمه، هدف از تهیه، تدوین و انتشار کتاب به قلم ناشر (MACMILLAN) توضیح داده شده است. ناشر، هدف اصلی را ارائه «کتابی راهنما دربارهٔ اندیشه‌های رایج در زمینهٔ رسانه و متنی آموزشی» برشمرده که به خوانندگان «باری می‌دهد تا پاسخهای انتقادی خود را تکامل ببخشند.» از نظر ناشر، این کتاب منبعی است غنی از آرای که به خوانندگان امکان می‌دهد تا از مطالعه رسانه تلویزیون لذت ببرند. در واقع، هدف این کتاب «هدایت مخاطبان برنامه‌های تلویزیون

در ارائهٔ تحلیلهای انتقادی» از آن برنامه‌هاست. عنوان فصل اول «بررسی تلویزیون» است. در این فصل نویسندگان به این سؤال پاسخ می‌دهند که چگونه مخاطبان یا بینندگان یک برنامه تلویزیون، صرفاً با توجه به چند اصل، «به هر برنامه تلویزیونی واکنش نشان دهند.»

نکته‌ای که آنان بر آن تأکید می‌کنند این است که «بهترین روش ابزار واکنش تحلیلی شروع کار با چند ایدهٔ روشن دربارهٔ عرصه‌های گوناگونی است که می‌خواهید به بررسی آنها بپردازید.» نویسندگان توصیه می‌کنند که نخست به تفکیک حیطه‌هایی در «متن رسانه» پرداخته شود و سپس وقتی شروع به تحلیل می‌کنید، توجه‌تان را به آنها جلب سازید. از این رو، آنها پنج عرصه را برای بحث دربارهٔ متون رسانه‌ای پیشنهاد می‌کنند و با ذکر مثالهایی هریک را توضیح می‌دهند:

۱. **سازه:** هر متن رسانه‌ای با استفاده از زبان ساخته می‌شود. رمزهایی که برای انتقال اطلاعات خاص فرهنگی انتخاب می‌شود چنین وضعی دارد.

۲. **مخاطب:** نمی‌توان متن رسانه‌ای را صرفاً دارای معنای ثابت و منفرد و منسجم دانست؛ بلکه باید در نظر داشت که مخاطبان گوناگون می‌توانند تأویل گوناگونی از آن داشته باشند.

۳. **روایت:** روشی که طبق آن روایت بیان می‌شود از شکل طبیعی بسیار دور است. اما نتیجه، به کارگیری و تدوین توأم اطلاعات است.

۴. **رده‌بندی:** وقتی برنامه‌ای تلویزیونی را می‌بینیم، مقدار زیادی از دانش و درک متون رسانه‌ای را به طور کلی در آن دخالت می‌دهیم. نیز آن بخش از متن که برایمان لذت بخش است دربرگیرنده لذت ناشی از مشاهده شکلی داستانی است که مقابل ما ساخته می‌شود.

۵. **عوامل تولید:** مشتمل بر ملاحظه بافت سازمانی در زمان‌بندی برنامه‌های تلویزیونی، سیاست پخش، تأثیر ملاحظات مالی، مسئلهٔ حکومت و سرمایه‌گذاری مردمی و تبعیض سیاسی است. در مطالعات رسانه و ارتباط به روابط و تضادهایی نگریسته می‌شود که هم در بطن و هم میان نهادها وجود دارد.

فصل دوم به تحلیل متن رسانه‌ای می‌پردازد. این فصل با استفاده از پنج مقوله‌ای که در فصل اول توضیح داده شده است، به ارائه یک تحلیل کلی می‌پردازد. کتاب که هدف خود را آشناسازی مخاطب با روش تحلیل هر نوع برنامه تلویزیونی می‌داند، در این فصل برای ارائهٔ یک تحلیل کلی، به تحلیل یک عکس تبلیغاتی می‌پردازد. به عبارت دیگر، در این فصل، یک عکس تبلیغاتی با استفاده از پنج مقوله سازه، مخاطب، روایت، رده‌بندی و عوامل تولید به طور مفصل بررسی می‌شود.

نویسندگان برای تحلیل عکس با استفاده از مقولهٔ سازه، آن را به دو وجه میزانشن و رمزهای فنی سازه تقسیم می‌کنند. در تحلیل میزانشن، به ابعادی مانند صحنه‌پردازی، وسایل صحنه، رفتار بازیگران یا

نویسندگان توصیه می‌کنند که نخست به تفکیک حیطه‌هایی در «متن رسانه» پرداخته شود و سپس وقتی شروع به تحلیل می‌کنید، توجه‌تان را به آنها جلب سازید

کاربردی بودن کتاب مهمترین مزیت آن محسوب می‌شود. نویسندگان نخست با توضیح و طرح مفاهیم در فصول اول، دوم و سوم به تعریف مفاهیم اساسی تحلیل برنامه‌ها پرداخته و سپس به تحلیل برنامه‌های مختلف روی آورده‌اند. آنان کتاب را مملو از مثالهای متعدد ساخته‌اند تا چارچوب تحلیل را برای مخاطبان کتاب کاربردی کنند

۲. سکانس افتتاحیه را تحلیل کنید.
 ۳. سکانس دوم یک برنامه را برای بحث انتخاب کنید.
 ۴. سکانس سوم برای بحث انتخاب کنید.
 ۵. سکانس چهارمی برای بحث انتخاب کنید.
 ۶. آیا در متن رسانه‌ای به معنای منسجم و کامل پی برده‌اید یا نه؟
- در پاسخ به گامهای ششگانه فوق، نویسندگان پنج مقوله اصلی مورد بررسی را که در فصل اول کتاب آمده است به طور مشروح و مفصل مطرح می‌سازند و توضیح می‌دهند. فصل پنجم که به «کمدی موقعیت تلویزیونی فاوستی، تاورز» می‌پردازد، دقیقاً از همین روند پیروی می‌کند.

فصل ششم به «تحلیل برنامه خبری تلویزیون: اخبار ساعت ۱۰» که در هفتم جولای ۱۹۹۲ در تلویزیون آی. تی. ان. انگلیس پخش شد، می‌پردازد. از نظر نویسندگان، مخاطبان در تحلیل برنامه خبری باید به پنج سؤال زیر پاسخ دهند:

۱. از چه فنون و رمزهایی در برنامه‌های خبری استفاده می‌شود تا ما قانع شویم که در حال تماشای واقعیت هستیم. (سازه)
۲. مخاطبان چگونه این سازه‌ها را تأویل یا خوانش می‌کنند؟ (مخاطب)
۳. در هر موضوع خاص خبری چه داستانهایی بیان می‌شود؟ (روایت)



می‌کنند تا در پنج فصل بعدی برنامه‌های تلویزیونی را تحلیل کنند.

سریال پلیسی گروه ضربت موضوع فصل چهارم است. نویسندگان، سریال پلیسی گروه ضربت ساخته مک کوین، بانی سریال برای شبکه تلویزیونی تیمس انگلستان را در این فصل تحلیل می‌کنند. آنها برای تحلیل شش گام را به ترتیب زیر مطرح می‌کنند و به آن پاسخ می‌دهند:

۱. بعد از مشاهده برنامه، ببینید آیا می‌توانید نوعی الگو یا ساختار در آن شناسایی کنید.

شخصیتها، لباسها و چهره‌ها توجه می‌کنند و رمزهای فنی سازه را شامل زاویه دوربین و نورپردازی برمی‌شمرند. در تحلیل مخاطب، به ماهیت مخاطب مانند میزان تحصیلات، سن، جنس، وضعیت اقتصادی و تعلق طبقاتی توجه دارند. در تحلیل روایت ابتدا به توصیف روایت و سپس به معانی ضمنی، پنهان و آشکار آن می‌پردازند. رده‌بندی را نیز به ژانر یا سبک شناسایی، شکل متن رسانه‌ای و طبق رسانه شناسایی و تفکیک می‌کنند.

نهایتاً عوامل تولید را به فعالیت گروه سازنده و تولید متن تفکیک کرده و هریک را به طور مفصل توضیح داده‌اند.

فصل سوم «نگاهی به ابعاد متن رسانه‌ای» دارد و چارچوبی را که در فصل دوم برای تحلیل تهیه کرده است، تبیین می‌کند. در این فصل، مخاطب صرفاً با برخی از اصطلاحات فنی و مرتبط با تحلیل مذکور آشنا می‌شود. بنیاد این تحلیل از نظر نویسندگان، نشانه‌شناسی نام دارد. از این رو، مفاهیمی مانند شمایل، نمایه‌ها، نشانه‌های دلخواهی، رمزا، نمادها، همنشینی و جاننشینی به طور مفصل توضیح داده شده است. در این فصل، تعداد زیادی عکس نیز باتوجه به مفاهیم مذکور تفسیر شده است.

نویسندگان در فصول اول، دوم و سوم مفاهیم مهم در مطالعات رسانه‌ای را برای مخاطب تبیین و یک چارچوب کلی تحلیل برنامه‌ها را پی‌ریزی و تلویین



۴. چگونه اخبار با سایر شکل‌های واقع‌گرا، همچون وقایع روزمره و آثار مستند تفاوت می‌یابد؟ (رده‌بندی)

۵. منابع نهادینه و تعیین‌کننده در پخش اخبار چه هستند؟ (عوامل تولید)

فصل‌های بعدی کتاب تقریباً مطابق با شیوه‌ای که فصول پنجم، ششم و هفتم مطرح شده‌اند، تبیین می‌شود. فصل هفتم به مجموعه خانوادگی تلویزیونی «همسایه‌ها» و فصل هشتم به «مسابقه تلویزیونی» پرداخته است. هرچند هریک از این فصول، چه از لحاظ موضوع مورد بررسی و چه از لحاظ محتوای تحلیل با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند، وجه مشترک این فصول تحلیل برنامه‌های مذکور بر مبنای همان پنج مقوله مطرح شده در فصل اول است. نویسندگان در هریک از این فصل‌ها با طرح برخی تفاوت‌ها در تحلیل برنامه‌های مختلف و ذکر ظرافت‌های هر برنامه خاص می‌کوشند ذهن خوانندگان کتاب را بر توجه به نکات ریز و اساسی و ویژه در هریک از برنامه‌ها جلب کنند. آنان، هرچند برای تحلیل برنامه‌های مختلف پنج مقوله اساسی را مطرح کرده‌اند، بر این نکته تأکید دارند که تحلیل تمامی برنامه‌های تلویزیون یکسان نیست و تحلیلگران باید ابتدا اطلاعاتی کلی درباره هریک از برنامه‌ها داشته باشند تا بعد بتوانند به تفاوت‌های هریک آشنا شوند و هر برنامه را مطابق با قواعد خودش تحلیل کنند.

نقد کتاب

۱. مهمترین مزیت کتاب سادگی و روانی آن است. از آنجا که نویسندگان کتاب، مخاطبان اصلی کتاب را دانشجویان علوم ارتباطات و رسانه‌ها می‌دانند، ظرافت خاصی در بیان روان و ساده مطالب به کار گرفته‌اند تا مخاطبان خود را جذب کنند. روانی مطالب کتاب به گونه‌ای است که بسیاری از افراد دیگر رشته‌های علوم اجتماعی نیز به راحتی می‌توانند از آن بهره‌مند گردند.

۲. ترجمه کتاب به روانی متن اصلی لطمه‌ای وارد نساخته است. البته ارجاع به متن اصلی کتاب برای راقم این سطور میسر نبود تا با مقایسه مقاله هر دو متن به کیفیت ترجمه پی برد. خواننده در مطالعه کتاب دچار مشکل خاصی نمی‌شود و همین موضوع تا حدود زیادی کیفیت مطلوب ترجمه را نشان می‌دهد.

۳. کاربردی بودن کتاب مهمترین مزیت آن محسوب می‌شود. نویسندگان نخست با توضیح و طرح مفاهیم در فصول اول، دوم و سوم به تعریف مفاهیم اساسی تحلیل برنامه‌ها پرداخته و سپس به تحلیل برنامه‌های مختلف روی آورده‌اند. آنان کتاب را مملو از مثال‌های متعدد ساخته‌اند تا چارچوب تحلیل را برای مخاطبان کتاب کاربردی کنند. توجه به برنامه‌های مختلف تلویزیونی که در ژانرهای مختلف جای می‌گیرند، تفاوت تحلیل هریک از برنامه‌ها را برای مخاطبان عینی‌تر

و ملموس ساخته است. مثالها به گونه‌ای است که هر خواننده با کمی جرح و تعدیل می‌تواند برای برنامه‌های مشابه به کار گیرد. کاربردی بودن کتاب به گونه‌ای است که حتی خوانندگان متن ترجمه شده آن نیز می‌توانند برنامه‌های مختلف تلویزیونی کشور خودشان را بر مبنای قواعد به کار رفته در کتاب تحلیل کنند.

۴. از نکات مثبت و جنبه‌های کاربردی کتاب که بگذریم، مهمترین ضعف کتاب در تحلیل برنامه‌های تلویزیونی، محصور ماندن در تحلیل نشانه‌شناختی است. کتاب می‌توانست رویکردهای مختلف دیگری را در تحلیلهای خود لحاظ کند و در عین حال از جامعیت آن کاسته نشود. در تحلیل برنامه‌های تلویزیونی می‌توان از تحلیلهای مارکسیستی، روان‌شناسانه، جامعه‌شناسانه، تحلیل محتوا، تحلیل گفتمان و امثال آن نیز استفاده کرد. هریک از روشهای مذکور به طور مستقل در متون مختلف برای تحلیل برنامه‌های تلویزیون و متون رسانه‌ای مورد تأکید قرار گرفته‌اند. از این رو، محصور ماندن کتاب در یک شیوه تحلیل، می‌تواند برای آن ضعف محسوب گردد.

البته اگر کتاب داعیه تحلیل همه برنامه‌های تلویزیون را نمی‌داشت و هدف از انتشار خود را آشناسازی خوانندگان به تحلیل انتقادی برنامه‌های تلویزیون نمی‌دانسته، محصور ماندن کتاب بر یک شیوه تحلیل فی‌الغالبه نقص محسوب نمی‌شد. نگاهی به عنوان اصلی کتاب و مقدمه این امر را روشن می‌سازد. داعیه کتاب در عنوانش (How to study Television) است. نویسندگان کتاب می‌توانستند قید نشانه‌شناسانه را در عنوان بیابارند تا آن را از حالت کلی‌اش خارج کنند، رویکرد نشانه‌شناسانه در سراسر کتاب غلبه دارد. به همین جهت، مطالعه سراسر کتاب این سؤال را برای خواننده پاسخ نمی‌دهد که آیا تحلیل برنامه‌های تلویزیونی، می‌تواند تحلیل کیفیت برنامه‌های تلویزیونی باشد؟ یعنی این که خوانندگان کتاب پس از مطالعه کتاب و بکارگیری قواعد آن بر شناخت کیفیت یک برنامه تلویزیونی آگاهی پیدا نمی‌کنند. (احتمالاً نویسندگان نیز چنین هدفی در پی نداشتند و البته علاوه بر نویسندگان، تحلیل نشانه‌شناسانه نیز مدعی چنین هدفی نیست.)

۵. خطای نویسندگان را مترجم در ترجمه عنوان کتاب بیشتر کرده است. مترجم احتمالاً برای سلاست ترجمه، عنوان کتاب را به «راهنمای بررسی تلویزیون» تغییر داده که باتوجه به نکته مطرح شده در بند چهارم، عنوان ترجمه شده نیز علاوه بر آنکه به عنوان اصلی متن وفادار نمانده است به دلیل ترجمه غیر دقیق در راهنمایی برای محتوای کتاب نیز ابهام دارد.

۶. نکاتی که در بندهای چهارم و پنجم عنوان شد به هیچ وجه از اهمیت و محتوای کتاب نمی‌کاهد. یادگیری رویکرد نشانه‌شناسانه برای تحلیل برنامه‌های مختلف تلویزیون کاملاً ضروری و لازم است. از این رو، مطالعه کتاب نه تنها خواننده را از وقتی که برای آن صرف کرده است پشیمان نمی‌کند؛ بلکه وی را ترغیب می‌کند تا برای تحلیل برنامه‌های مجدداً به سراغ آن برود.