

تلویزیون و توسعه ورزش؛ مطالعه‌ای با رویکرد نظریه گفتمان

بی‌تا عرب نرمی*

استادیار گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه دامغان

تاریخ پذیرش: (۱۳۹۷/۰۵/۱۳)

تاریخ دریافت: (۱۳۹۶/۱۱/۱۷)

Sport Development in TV; a Study by Discourse Theory Approach

Bita Arabnarmi*

Assistant Professor, School of Humanities, Department of Sport Science, Damghan University

Received: (2018/02/06)

Accepted: (2018/08/04)

Abstract

TV is one of the most influential media in development of various sport fields. This study, trying to answer this question: how TV define development of sport in society, and how criticism and interpretation this concept. For this purpose, a range of TV texts, conversations and observations has been examined. Connection between elements and points was expressed based on the concepts of discourse theory of Laclau and Mouffe (1985). Sport development in television cannot take into account without describing the unequal incidence of discourses; they are named high level (elite) and participation (public). Analysis of interviews and television texts show that many concepts such as development, sports, athletics, budget, and facilities, get their meaning from elite sports discourse. The results also show elite sport discourse has marginalized participation discourse. Understanding the conditions of development of sport based on the strengthening and weakening of dominant discourses on television is important for researchers in the field of Physical Education and Sport Sciences. This means that the normalization and institutionalization of the concept of sports development takes shape in how form of knowledge, experience, political analysis and media policy.

Keywords: Development, Discourse Theory, Laclau and Mouffe, Sport, TV.

چکیده

تلویزیون مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه در توسعه ابعاد مختلف ورزش است. این تحلیل در پی پاسخ به این سؤال است که تلویزیون چه تعریفی از توسعه ورزش در جامعه مطرح و آن را نقد، تفسیر و ترویج می‌نماید. بدین منظور طیفی از متون تلویزیونی، گفتگوها و مشاهدات مورد بررسی قرار داده شد و ارتباط بین نشانه‌ها بر اساس توصیف مفاهیم نظریه گفتمان لا کلا و موف (۱۹۸۵) تبیین گردید. مهم‌ترین دستاورد این تحلیل، شناسایی دو گفتمان ورزش نخبگی و گفتمان ورزش مشارکتی به‌عنوان دو گفتمان متقابل در تلویزیون است؛ تحلیل مصاحبه‌ها و متون تلویزیونی نشان می‌دهد، مفاهیمی همچون توسعه، ورزش، ورزشکار، بودجه و امکانات، معنای خود را از گفتمان ورزش نخبگی دریافت می‌کنند و گفتمان ورزش نخبگی در رسانه، گفتمان ورزش مشارکتی را به حاشیه رانده است. آنچه برای پژوهشگران حوزه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی حائز اهمیت است درک شرایط مفاهیم توسعه ورزش بر مبنای تقویت و تضعیف گفتمان‌های غالب در فضای تلویزیون است. بدین معنی که توسعه ورزش در چه قالبی از دانش، تجربه، تجزیه و تحلیل سیاسی و سیاست‌گذاری رسانه، عادی‌سازی و نهادینه می‌گردد؟

واژه‌های کلیدی: تحلیل گفتمان، تلویزیون، توسعه، نظریه گفتمان.

* Corresponding Author: Bita Arab Narmi

E-mail: b.arabnarmi@du.ac.ir

* نویسنده مسئول: بی‌تا عرب نرمی

b.arabnarmi@du.ac.ir پست الکترونیک:

مقدمه

بررسی نظام‌های مختلف ورزش در ملل مختلف نشان‌دهنده نحوه تلقی و درک متفاوت نسبت به ورزش و فعالیت بدنی است و میزان توجه مردم و حکومت هر کشور بر هریک از ابعاد مشارکتی یا قهرمانی ورزش شکل‌دهنده نظام واقعی ورزش و رویکردهای توسعه ورزش در آن جامعه است؛ اما مسلم است که در همه جوامع، توسعه ورزش بخش مهمی از توسعه اجتماعی و اقتصادی است و برای توسعه مناسب ورزش در هر کشور باید به تمامی ابعاد ورزش به شکل مناسبی توجه گردد. رسانه و در رأس آن تلویزیون یکی از عوامل مهمی است که از قابلیت و قدرت تأثیرگذاری بر تمام ابعاد ورزش برخوردار است، می‌توان از رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری برای توسعه و معرفی توسعه بهره گرفت، همان‌گونه که جوامع توسعه‌یافته با تمام توان خود از رسانه‌ها بهره‌برداری نموده و در جهت نهادینه‌سازی، ایجاد مشارکت، تشویق سرمایه‌گذاری، ایجاد و عرضه اولویت‌های توسعه و ارائه راهبردهای اجرایی به مسئولین و مردم در جهت توسعه مقولات مختلف قدم برمی‌دارند (حیدری، ۱۳۹۱). از میان رسانه‌ها تلویزیون به‌عنوان تأثیرگذارترین و پرمخاطب‌ترین رسانه در اولویت توجه به توسعه قرار دارد. پژوهش‌های قابل‌توجهی به‌منظور درک و تبیین جایگاه رسانه‌ها و ازجمله تلویزیون در توسعه کشور انجام شده است (حیدری، ۱۳۹۱؛ ضیائی و همکاران، ۱۳۸۹). نتایج بررسی‌های مختلف نقش تلویزیون را در توسعه بسیاری از ابعاد ورزش تأیید کرده است (قاسمی، ۱۳۹۲؛ دوند و پاتیل، ۲۰۱۲). نقطه مشترک عمده پژوهش‌های انجام‌شده در داخل کشور تبیین اهمیت و نقش بی‌بدیل رسانه و کارکردهای آن در توسعه است؛ اما در این پژوهش انعکاس توسعه ورزش به جامعه موردبررسی قرار می‌گیرد، تلویزیون می‌تواند تصویری کلی نسبت به پیشرفت یا عدم پیشرفت ورزش در جامعه به مردم ارائه دهد و با توجه به کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و آموزشی، ارزش‌ها و معیارهای توسعه را در جامعه نهادینه کند و اندیشه‌ها را حول یک تعریف مشخص از ورزش و توسعه آن شکل دهد. خطامشی تلویزیون با توجه به انحصاری بودن این رسانه در ایران و نقش محوری آن در فعال کردن زندگی عامه مردم نیازمند تحقیق و بررسی در مورد راه‌هایی است که بتوان

از طریق آن، تلویزیون را در خدمت سطوح پایه‌ی ورزش با حفظ جذابیت‌ها قرارداد؛ این امر از اهمیت توجه به سطوح بالا ورزش حرفه‌ای و ورزش قهرمانی نمی‌کاهد (عرب نرمی، گودرزی، سجادی و خبیری، ۱۳۹۵). پژوهش‌ها نشان می‌دهند پرداختن به سطوح پایه‌ی ورزش، باحساس مشارکت و انگیزه‌ی عمل همراه است که به توسعه‌ی ورزش و افزایش سلامت اجتماع منتهی می‌شود و زمینه‌ی افزایش حضور مردم در فضاهای ورزشی و آگاهی آن‌ها در مورد فرایندهای ورزش، زمینه ارتقای سلامت و تداوم رفتارهای فعال‌تر را مهیا می‌سازد (همر، کیلر و استامتکیس، ۲۰۱۴؛ ایلهان و جنسر، ۲۰۱۲) رسانه‌ها به‌شدت در چگونگی درک معنای ورزش نقش دارند و نقش مهمی را در درک از ورزش بازی می‌کنند. بخش چشمگیری از افکار عمومی تحت تأثیر جهت‌گیری رسانه‌ای است و رسانه‌ها بر تعبیر و نگرش ما از ورزش تأثیر می‌گذارند. از دیدگاه جامعه ورزش، در معرفی توسعه ورزش می‌بایست نه‌تنها گزینه‌های ورزش رقابتی، بلکه جنبه‌های غیررسمی‌تر مانند تفریحات و اوقات فراغت فعال هم در نظر گرفته شوند. از آنجاکه تلویزیون دارای اعمال نفوذ قابل‌توجهی بر مسائل پیچیده در سطوح مختلف ورزش است و سیاست ورزش را مدیریت می‌کند، این سؤال مطرح می‌شود که تلویزیون توسعه ورزش را چگونه به مخاطبان معرفی می‌کند؟ هدف این پژوهش تحلیل توسعه ورزش در تلویزیون ایران با رویکرد نظریه گفتمان است و به دنبال پاسخ به این سؤال است که تلویزیون به‌عنوان رسانه انحصاری و پرمخاطب ورزشی در کشور، چه تعریفی از توسعه ورزش به مردم و نهادهای مرتبط القا می‌کند؟ پیش‌فرض این پژوهش این است که تلویزیون با داشتن ابزار ارتباطی و قدرتمند زبان و داشتن شرایط انحصاری در ایران، سازنده و تقویت‌کننده گفتمان‌های حوزه ورزش است. گفتمان شیوه‌ای خاص برای سخن گفتن درباره جهان و فهم آن یا یکی از وجوه آن است (یورگنسن و فلیپس، ۱۳۹۱) که امکان مفصل‌بندی و چینش ذهنی حول یک نشانه و دال و تشکیل نظام معنایی و تثبیت و سلطه آن با ایجاد یک اجماع و اقناع عرفی موقت را فراهم می‌کند (مقدمی، ۱۳۹۰) و قادر به اعمال قدرت به‌صورت برجسته‌سازی و به حاشیه‌شانی در امور

2. Hamer, Weiler & Stamatakis
3. Ilhan & Genser
4. Jorgensen & Phillips

1. Dhonde & Patil

پژوهشی به بررسی گفتمان‌های چاقی، سلامت و فعالیت فیزیکی در ۳۵ سال گذشته‌ی ایالت متحده در حوزه رسانه‌های عمومی و چهار حوزه دیگر پرداختند و نقش‌های مختلف این گفتمان‌ها را در ساخت پیام‌های مربوط به سلامت و چاقی شناسایی کردند. آن‌ها به بررسی روش‌هایی پرداختند که شعارهای درون این حوزه‌ها، گفتمانی را ایجاد می‌کند که از دیدگاه وجود یک "بحران و اپیدمی در سلامت عمومی" حمایت کرده و آن را دامن می‌زند. (زیف و وری^۱، ۲۰۰۹).

ایده کلی نظریه گفتمان این است که پدیده‌های اجتماعی هرگز تام و تمام نیستند. معانی هیچ‌گاه نمی‌توانند برای همیشه تثبیت شوند و این امر راه را برای کشمکش‌های همیشگی اجتماعی بر سر تعاریف جامعه و هویت باز می‌گذارد که خود تأثیرات اجتماعی به همراه دارد. وظیفه تحلیل‌گران گفتمان، نشان دادن جریان این کشمکش‌ها بر سر تثبیت معنا در تمامی سطوح امر اجتماعی است (یورگنسن و فلیپس، ۱۳۹۱). نظریه گفتمان لاکلا و موف (۱۹۸۵) به کشمکش‌های گفتمانی تأکید می‌کند و از تقابل دو گفتمان بر سر عناصر و دال‌ها سخن می‌گوید. از این‌رو، نزاع گفتمانی به ایجاد، تغییر و بازتولید واقعیت اجتماعی منجر می‌شود پیامد هژمونی شدن یک گفتمان به معنای برجسته شدن نظام معنایی خود و به حاشیه راندن نظام‌های معنایی سایر رقبا است (مقدمی، ۱۳۹۰)؛ گاه معنای برخی از نشانه‌ها آن‌چنان رایج و مرسوم می‌شود که کاملاً طبیعی جلوه می‌کند، در نظریه گفتمان این کار از طریق مفصل‌بندی صورت می‌گیرد (سلطانی، ۱۳۹۱) که تلاش می‌گردد در بخش روش‌شناسی تشریح گردد. پاسخ به این سؤال که توسعه ورزش در چه قالبی از دانش، تجربه، تجزیه تحلیل سیاسی و سیاست‌گذاری رسانه، به مردم و سازمان‌های مرتبط معرفی شده است؛ مستلزم بررسی متون تلویزیونی، مشاهدات و گفتگوها در بافت روزمره به‌منظور شناسایی گفتمان غالب و گفتمان‌های به حاشیه رانده شده است.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق در این تحلیل بر اساس توصیف مفاهیم به‌کاررفته در نظریه گفتمان لاکلا و موف^۲ (۱۹۸۵) است.

ورزش است. در رویکرد لاکلا و موف، گفتمان تمام عرصه‌های حیات اجتماعی را درمی‌نوردد و اذهان و رفتار کارگزاران فردی و اجتماعی را شکل می‌دهد. در این رویکرد گفتمان وسعتی به گستردگی تمام نظام اجتماعی دارد (سلطانی، ۱۳۸۳). ویژگی گفتمان لاکلا و موف این است که تحلیل گفتمان انتقادی را از حوزه زبان‌شناسی به عالم سیاست و اجتماع کشیده و از آن به‌مثابه ابزاری نیرومند برای تحلیل‌های اجتماعی خود استفاده کرده‌اند (سلطانی، ۱۳۹۱). این نظریه بر آن است تا از همه امور اجتماعی برداشتی گفتمانی ارائه دهد و بر اساس این نظریه، تمام امور اجتماعی را می‌توان با ابزارهای تحلیل گفتمانی، تحلیل و بررسی کرد. این پژوهش نیز به دنبال شناسایی گفتمان‌هایی است که حول موضوع توسعه ورزش در تلویزیون وجود دارد، بررسی و تحلیل برنامه‌های ورزشی تلویزیونی به‌منظور شناسایی گفتمان غالب توسعه ورزش و گفتمان‌های مجاور آن در تلویزیون صورت می‌گیرد؛ این تحلیل‌ها با استفاده از مفاهیم به‌کاررفته در نظریه گفتمان لاکلا و موف انجام می‌گردد. در تحلیل گفتمان تحلیلگر باید با آنچه در عمل گفته شده یا نوشته شده است سروکار داشته و الگوهای موجود در یک گزاره یا گزاره‌های مختلف را بررسی و پیامدهای اجتماعی بازنمایی‌های گفتمانی مختلف از واقعیت را مشخص کند (یورگنسن و فلیپس، ۱۳۹۱: ۴۸). در این مطالعه رویکرد نظریه گفتمان موردتوجه قرار داده شده است و هدف درک مفهوم توسعه بر مبنای تقویت و تضعیف گفتمان‌های شناسایی‌شده در تلویزیون است. اگرچه بررسی‌های گفتمانی در حوزه کلان به‌ویژه حوزه رسانه مغفول واقع شده است اما رویکرد تحلیل گفتمان در سطوح مشارکتی ورزش موردتوجه شمار محدودی از محققین قرار گرفته است، در یکی از بررسی‌ها فضای گفتمانی فعالیت‌بندی زنان در باشگاه‌ها با رویکرد نظریه گفتمان بررسی شده است و بر ارتباط بین دوام مشارکت زنان و گفتمان‌های موجود در فضای فعالیت بدنی پرداخته است، نقش مربی ورزشی (در کنار سایر عوامل) به‌عنوان یک عنصر گفتمان ساز در فضای ورزشی در نظر گرفته شده است (عرب نرمی، ۱۳۹۵). در پژوهشی دیگر نگرش و عملکرد معلمین ورزش در ارتباط با چاقی با رویکرد نظریه گفتمان موردبررسی قرار گرفته و گفتمان‌های ترس از چاقی و سلامت‌جویی در تقابل با یکدیگر شناسایی شدند (عرب نرمی و رمضان‌زاده، ۱۳۹۷). همچنین محققان در

1. Zieff, & Veri
2. Laclau & Muffe

برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی^۵، رقابت، هژمونی و تثبیت معنا اشاره کرد. در بخش نتایج، سعی شده به این مفاهیم کلیدی در تبیین گفتمان‌های شناسایی‌شده اشاره شود. داده‌هایی که برای تشریح فرآیندها جمع‌آوری گردیدند شامل بررسی متون تلویزیونی، مشاهدات و گفتگوها بودند. از آنجاکه برنامه‌های تلویزیونی دارای ابعاد گسترده و انواع گوناگونی است، کانون توجه نظریه گفتمان نیز گسترده است، این تحلیل فقط به بررسی محتوای ورزشی تلویزیون به صورت پراکنده و در بهار ۹۴ و به مدت حدود سه ساعت در روز (در ساعات پراکنده شنبانه‌روز - ساعات در دسترس) پرداخت. نشانه‌ها و مفاهیم معنادار توسط تحلیلگر بررسی گردید؛ تحلیل به صورت کیفی و از طریق شناخت ارتباط بین جملات، رفتارها و نشانه‌ها و نگریستن به کل آن چیزی است که نتیجه این روابط است (ظاهر متن، محتوای متن و موقعیت متن) و به شکل‌گیری معنای توسعه ورزش در تلویزیون می‌انجامد؛ صورت گردید. ثبت تعداد زیادی از نشانه‌ها، به پیدا کردن رابطه بین آن‌ها از طریق مفصل‌بندی کمک نمود.

همچنین تحلیلگر چند مصاحبه با بینندگان برنامه‌های ورزشی تلویزیون به صورت در دسترس در شهر دامغان انجام داد. شرایط ورود به مصاحبه شامل پیگیری حداقل برنامه‌های ورزشی تلویزیون برای مدت بیش از یک سال، عدم داشتن مدرک تحصیلی و اشتغال حرفه‌ای در حوزه ورزش و تربیت‌بدنی (در این تحلیل دانش و درک عامه مردم مدنظر قرار گرفته است) بود. مصاحبه با سوالات: "توسعه ورزش چیست؟ چه وقت می‌توانیم بگوییم در ورزش توسعه پیدا کرده‌ایم؟" انجام گردید. این دو سؤال بر اساس تجربه چندساله تحلیلگر طراحی و باهدف دسترسی به تعریف توسعه ورزش (در معنای عام) در زندگی روزمره و بر اساس هدف اصلی و عنوان پژوهش پرسیده شد. پس از تکمیل هر مصاحبه، تحلیلگر چندین بار متن مصاحبه‌ها را به‌دقت مرور کرده و نشانه‌های معنادار را در سطح متن و فرا متن بررسی نمود. هرچند که در ابتدای پژوهش انتظار انجام مصاحبه‌های بیشتری می‌رفت اما از آنجاکه بیشتر پاسخ‌ها تکرار می‌گردید؛ انجام مصاحبه تا نه نفر ادامه یافت. مراحل کدگذاری و تلخیص کلیه داده‌ها با استفاده از روش کلاسرک و طی مراحل ایجاد کدهای اولیه، دسته‌بندی کدها و بازبینی، بازخوانی مکرر داده‌ها

دلیل انتخاب این روش از میان سایر روش‌های تحلیل گفتمان (مانند روانشناسی گفتمانی و روش فوکویی)، تطابق برداشت لاکلا و موف با ماهیت و موضوع پژوهش است. نظریه گفتمان لاکلا و موف را می‌توان از کاربردی‌ترین نظریات حوزه گفتمان به شمار آورد که از قابلیت فوق‌العاده‌ای در تبیین پدیده‌ها برخوردار است، از نگاه لاکلا و موف همه پدیده‌ها گفتمانی هستند و هر فعالیتی برای معنادار شدن باید بخشی از یک گفتمان خاص باشد، به عبارتی هر کنش برای قابل‌فهم بودن باید بخشی از چارچوب معنایی وسیع‌تری باشد. بدین ترتیب عناصر و اقدامات مربوط به هر بخش به هم ارتباط می‌یابند از این رو هویت یک گفتمان، در اثر رابطه‌ای که از طریق مفصل‌بندی میان عناصر گوناگون به وجود می‌آید، شکل می‌گیرد. مفصل‌بندی کنشی است که میان عناصر مختلف مانند مفاهیم، نمادها، رفتارها و... چنان رابطه‌ای ایجاد می‌کند که هویت اولیه آن‌ها دگرگون شده، هویتی جدید بیابند. (یورگنسن و فلیپس، ۱۳۹۱). در تحلیل‌ها پیش‌فرض‌های تحلیل بر اساس نظریه گفتمان رعایت گردید از مهم‌ترین این مفروضات، در نظر گرفتن متن به‌عنوان یک کل معنادار، در نظر گرفتن زمینه اجتماعی و فرهنگی متن و در نظر گرفتن سطوح و ابعاد گفتمان است (تاجیک، ۱۳۷۸).

نخستین قدم در تحلیل‌های سیاسی در قالب نظریه گفتمان شناسایی فضایی است که حداقل دو گفتمان در آن فضا با یکدیگر رابطه تخصصی برقرار کرده و درصدد حذف دیگری‌اند. از آنجاکه هویت گفتمان‌ها هویتی ارتباطی است که هر گفتمان هویت خویش را در نسبتی که با دیگر گفتمان‌ها دارد احراز می‌کند، نظام معنایی خود را بر همین اساس در مقابل با نظام معنایی گفتمان رقیب تنظیم و ارائه می‌کند. نظام معنایی هر گفتمان متشکل از مجموعه‌ای از دال‌هایی است که گفتمان دیگر از آن غافل بوده و بدان توجه نشان نداده است و گفتمان تازه‌نفس سعی در طرح و پرورش آن‌ها به‌منظور کشف و ارائه کاستی‌های گفتمان حاکم و نقاط قوت آن می‌کند (سلطانی، ۱۳۸۳).

از مفاهیم مهم این نظریه می‌توان به رابطه دال و مدلول، دال مرکزی^۱ و دال‌های شناور^۲، عنصر^۳، ضدیت^۴،

1. Nodal point
2. Floating signifiers
3. Moment
4. Antagonism

مشارکتی " از نشانه‌هایی مانند ارتقای سلامت در جامعه، نشاط، تفریحات مثبت، بسیار استفاده می‌کنند و کاهش بی‌تحریکی و مقابله با اعتیاد و افسردگی از مفاهیم مهم در این گفتمان است. به عبارت بهتر، درصد مشارکت، بهترین شاخص توسعه ورزش در گویش‌گران ورزش مشارکتی است. مواجهه با بدن در این گفتمان به‌عنوان یک عنصر هدفی است که سلامت و پایداری آن، اساس کار محسوب می‌شود اما در گفتمان مقابل، مواجهه با بدن به‌مثابه ابزاری است که مسیر موفقیت است باید تحت تمرینات شدید و در جهت کسب نتیجه، قرار بگیرد. تجربه در میدان گفتمان ورزش مشارکتی به معنای درک فواید جسمی و روانی و اجتماعی و مشارکت منظم در فعالیت‌های روزانه، هفتگی یا ماهانه و تأکید بر استمرار آن است. تجربه ورزشی یا به عبارتی تجربه میدان ورزش در میدان گفتمان ورزش نخبگی، شامل تجربه رقابت در سطوح بالا و به‌صورت رسمی با پوشش رسانه‌ای مطلوب و دانستن نام تیم و بازیکنان لیگ‌های مطرح انگلستان، اسپانیا و آلمان است.

با توجه به مضامین محوری نظریه لاکلا و موف سعی می‌گردد تا حد امکان نحوه استقرار و تثبیت نشانه‌ها در گفتمان‌های شناسایی شده تشریح گردد.

مفصل‌بندی: بر اساس نظریه گفتمان لاکلا مفصل‌بندی عبارت است از تلفیقی از عناصری که با قرار گرفتن در مجموعه جدید، هویتی تازه می‌یابند (یورگنسن و فلیپس، ۱۳۹۱). مهم‌ترین وقته‌ها در گفتمان ورزش نخبگی شامل: موفقیت، کسب رتبه و مدال، حمایت مالی و معنوی، غرور ملی، سرافرازی، قهرمان‌پروری، تماشا، سرگرمی، ایجاد اقبال عمومی و پرداختن به حواشی است. مهم‌ترین وقته‌ها در گفتمان ورزش مشارکتی شامل: سرگرمی، تفریح و لذت، سلامت و جذابیت است. نکته مهم دیگر اینکه، عناصری مانند ورزش، ورزشکار، امکانات و شرایط و بودجه نیز اگرچه عضو هر دو گفتمان هستند، اما معنای خود را از گفتمان ورزش نخبگی دریافت می‌کند. دال مرکزی: دال مرکزی یا گره‌گاه^۲ در گفتمان ورزش نخبگی موفقیت است و سایر نشانه‌ها همچون غرور ملی، قهرمان‌پروری، سرگرمی و وفاداری حول آن

(جستجوی معانی و الگوها)، انجام شد. برای تأیید دقت از استراتژی بازبینی کدگذاری‌ها توسط تحلیلگر استفاده گردید. تأیید نظر یکی از اساتید حوزه زبان‌شناسی در خصوص روند انجام پژوهش در جهت افزایش اعتبار تحقیق صورت گرفت. همچنین ثبت و مستندسازی تمامی گام‌های پژوهش و یادداشت‌برداری در تمامی مراحل کار در جهت اعتبار هر چه بیشتر پژوهش صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

در نظریه گفتمان، گفتمان کلیتی است که در آن هر نشانه‌ای در قالب یک بعد و به‌واسطه رابطه‌اش با سایر نشانه‌ها (مثل تور ماهیگیری) تثبیت شده است این عمل از طریق طرد سایر معنایی که نشانه می‌توانست داشته باشد، انجام می‌گیرد: یعنی کلیه دیگر روابطی را که ممکن است نشانه‌ها با یکدیگر داشته باشند. بدین ترتیب گفتمان یعنی تقلیل حالت‌های ممکن. لاکلا و موف کلیه حالت‌ها ممکن را که گفتمان طرد می‌کند میدان گفتمان^۱ می‌نامند (یورگنسن و فلیپس، ۱۳۹۱: ۵۷). در این مطالعه دو گفتمان ورزش سطوح بالا (قهرمانی یا نخبگی) و مشارکتی (عمومی)، در یک کشمکش نابرابر شناسایی شدند. بر اساس نتایج، نمی‌توان مفهوم توسعه را بدون بررسی تقابل گفتمانی نابرابر بین ورزش مشارکتی و نخبگی در تلویزیون در نظر گرفت. تقابل این دو به معنای تقابل دو بخش مهم ورزش کشور است درحالی‌که این مؤلفه‌ها می‌بایست در مجاورت یکدیگر رشد کنند. اگرچه گفتمان ورزش نخبگی در رسانه، گفتمان ورزش مشارکتی را کاملاً نفی نمی‌کند، حتی گاهی آن را به‌عنوان یکی از عناصر در دل خود جای داده و یا آن را به حاشیه می‌راند. گویش‌گران "ورزش نخبگی" بر مفاهیمی همچون اهمیت تأمین ورزشکاران نخبه، استانداردهای عملکرد و بهبود امکانات ورزشی و بهبود رتبه در المپیک، رقابت‌های جهانی، قاره‌ای و منطقه‌ای، تعداد مدال در مسابقات مختلف و ... تأکید می‌کنند و برنامه‌ریزی یکپارچه و هماهنگ برای حضور در رقابت‌ها و کسب نتیجه مدنظر و مطلوب آن‌هاست. حال اینکه گویش‌گران "ورزش

1. The Field of Discursivity

میدان گفتمان مخزنی است برای نگه‌داری "مازاد معنا"ی تولید شده به وسیله عمل مفصل‌بندی.

2. Nodal Point

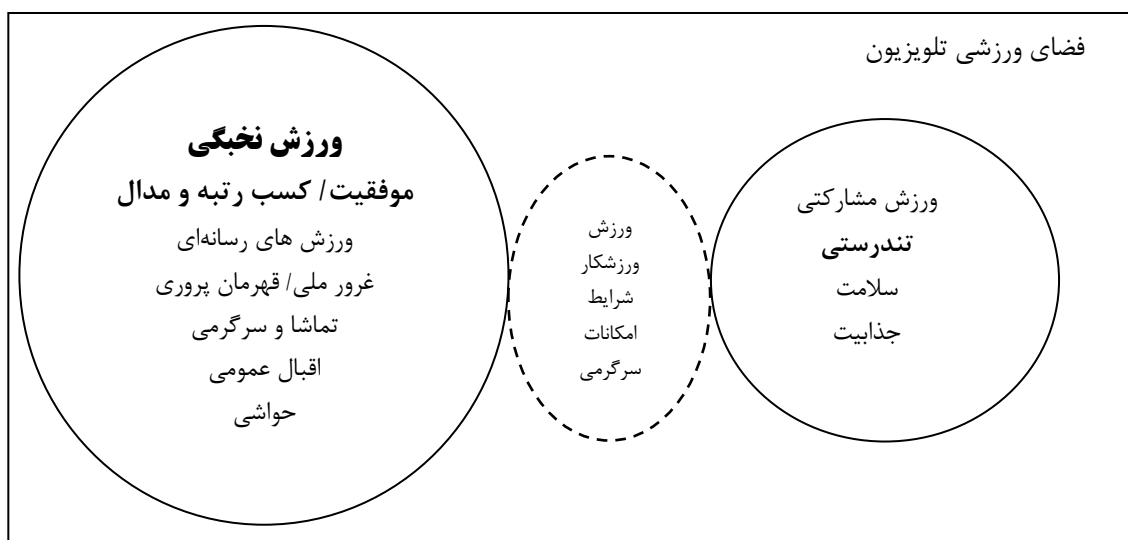
گره‌گاه نشانه‌های متمایزی هستند که یک گفتمان حول آن سازمان پیدا می‌کند سایر نشانه‌ها معنای خودشان را از رابطه‌شان با گره‌گاه اخذ می‌کنند

هریک از گفتمان‌ها به شیوه‌ای متفاوت معنا پیدا می‌کند و در شبکه نشانه‌های متفاوت مفصل‌بندی می‌شود. یکی دیگر از دال‌های شناور، سرگرمی است. سرگرمی مفهومی پیچیده در هر یک از گفتمان‌های ورزش مشارکتی و ورزش نخبگی است فعالیت در سطوح مشارکت در جامعه با مفهوم سرگرمی مرتبط است؛ می‌توان سرگرمی را به‌عنوان یک عنصر مهم در ورزش روزمره مردم برشمرد (عرب نرمی، ۱۳۹۵). مفهوم سرگرمی از منظر گویش گران ورزش نخبگی، سرگرمی حاصل از تماشای تلویزیون و مسابقات ورزشی در لیگ‌های حرفه‌ای و یا مسابقات قهرمانی است افراد از تماشای ورزش لذت می‌برند و سرگرم می‌شوند. بسیاری از افراد در جهت رفع نیازهای اجتماعی، گذراندن وقت و سرگرمی به فعالیت بدنی می‌پردازند؛ همان‌طور که مخاطبین تلویزیونی نیز باهدف رفع خستگی و گذراندن وقت و باانگیزه سرگرمی و لذت به تماشای تلویزیون می‌پردازند. سرگرمی در هر دو گفتمان ورزش مشارکتی و ورزش نخبگی در تلویزیون، یک عنصر هدفی است و یکی از انتقادات به عملکرد ورزشی تلویزیون عدم توجه به این شناور در بعد مشارکتی آن است، بدین معنی که مقولات و موضوعات ورزش مشارکتی هرگز با محوریت سرگرمی در ساعات پرمخاطب و سرگرم‌کننده تلویزیون ارائه نمی‌گردد بلکه در ساعات اولیه روز با محور سلامت و شادابی و یا در قالب پیام‌های بهداشتی عرضه می‌گردد. به‌عنوان نمونه می‌توان به تبلیغات تلویزیونی سرگرم‌کننده درباره فعالیت بدنی فرزندان در کمپین‌های تلویزیونی کانادا اشاره کرد، رویکرد جدیدی با عنوان ادغام بازی‌های کودکان (بازی‌های فعال) به‌عنوان عامل پیشگیری از چاقی کودکان. نتایج پژوهش الکساندر، فوسکو و فرولیچ^۱ (۲۰۱۵) نشان داد که برخی از کودکان پیام بازی‌های فعال را در مصاحبه‌های خود بازسازی کردند.

مفصل‌بندی شده است، بنابراین کلیه مفاهیم مرتبط با توسعه ورزش نخبگی با مفهوم موفقیت گره‌خورده است؛ مفاهیمی مانند برد، رتبه، مدال، رتبه‌بندی، کسب سهمیه، صعود و سروده‌هایی مملو از هیجان و تشویق در وصف قهرمانان...

دال مرکزی در ورزش مشارکتی، تندرستی است. فعالیت بدنی برای پیشگیری یا درمان بیماری‌ها و رفع مشکلات فردی و اجتماعی در تلویزیون نشان داده می‌شود. برنامه‌های روتین روزمره عموماً در ساعات اولیه روز و در موقعیت زمانی نه‌چندان پرمخاطب (عرب نرمی، ۱۳۹۴)، گنجانده‌شده و حاوی پیام‌هایی در جهت ترویج زندگی سالم و نشانه‌هایی مانند تحرک، سلامتی، پویایی، سحرخیزی، نشاط، فضای آزاد، پیاده‌روی، نرمش، نظم، حرکات هماهنگ و با شمارش و... است.

دال‌های شناور: دال‌های شناوری در فضای ورزشی تلویزیون قرار دارند که به دلیل غلبه گفتمانی در مفصل‌بندی گفتمان ورزش نخبگی قرار می‌گیرند. دال شناور دالی است که مدلول آن شناور و غیرثابت است و گفتمان‌ها بر اساس نظام معنایی خود و متناسب با آن سعی دارند مدلول خویش را به آن الحاق کنند و مدلول‌های دیگر رقیب را به حاشیه برانند (یورگنسن و فلیپس، ۱۳۹۱). ورزش یک دال سیال و نشانه‌ای است که در هر دو گفتمان ورزش مشارکتی و ورزش نخبگی به‌طور مشترک تثبیت شده است و در تصرف و انحصار یکی از این دو نیست. تحلیل این دال سیال می‌تواند در توصیف و درک شرایط موجود راهگشا باشد. ورزش در گفتمان مشارکتی عنصری است مرتبط با سلامت و ورزش در گفتمان نخبگی عنصری مرتبط با موفقیت و کسب مدال است. همچنین مفهوم امکانات و شرایط که پس از شکست‌ها و پیروزی‌ها در برنامه‌های گفتگو محور و نقد محور بسیار به آن اشاره می‌گردد، به کمبودها و شرایط دشوار تمرینی ورزشکاران نخبه در حیطه قهرمانی می‌پردازد و در ذهن بیننده، مفهوم امکانات و شرایط، تداعی از امکانات ورزش آموزشی و مشارکتی در جامعه، سرانه و امکانات ورزش عامه را ندارد. مفهوم مشارکت نیز تحت تسلط گفتمان غالب به‌صورت مشارکت در ورزشگاه و پر کردن سکوی تماشاچیان و یا مشارکت در حمایت ورزش نخبگی به‌ویژه فوتبال در قالب سامانه‌های پیامکی مطرح می‌گردد و تداعی‌کننده مشارکت اقشار مختلف در فعالیت‌های ورزشی نیست؛ بنابراین همان‌طور که ملاحظه می‌گردد نشانه‌های مرتبط با موفقیت و توسعه ورزش در



شکل ۱- عناصر گفتمانی در گفتمان ورزش نخبگی و ورزش مشارکتی

معنایی و دال‌های گفتمان رقیب در عرصه منازعات گفتمانی رخ می‌دهند. بررسی متون تلویزیونی و مشاهده موقعیت زمانی و حجم برنامه‌های ورزش نخبه و ورزش مشارکتی در تلویزیون نشان می‌دهد که به‌طور کلی اولویت موضوعی برنامه‌های ورزشی تلویزیون، فراغتی و خبری است که با برجسته‌سازی نشانه‌های ورزش نخبگی سازگار است؛ بنابراین کسب مدال و افتخار و به‌طور عمده فعالیت‌های تماشاگرپسند، در رشته‌های محدود موردتوجه قرار می‌گیرد و متن برنامه‌های ورزشی تلویزیون با تأکید بر جذب مخاطب بانگیزه سرگرمی، پرسش‌گری و نقد در موضوعات داوری، تحلیل مسابقات و علت شکست‌ها با حضور کارشناسان ورزشی و مجریان تلویزیونی شکل می‌گیرد. تفسیر و ترسیمات تلویزیونی، مدیریت مطلوب و موفق در ورزش را با عواملی نظیر موفقیت تیم‌های ملی و ورزشکاران رشته‌های مختلف در رویدادهای بزرگ پیوند زده و به‌عنوان ملاک توسعه ورزش به بینندگان القا می‌کند، مفاهیم مدیریت نامطلوب و ناکارآمد نیز با عدم موفقیت و نزول رتبه در رویدادها به بینندگان القا می‌شود. متن و موضوع برنامه‌های ورزشی با توجه به زمان‌بندی و حجم، گستره توجه مردم را به ورزش قهرمانی و حرفه‌ای (سطوح بالا) محدود نموده، در نتیجه مفاهیم قابل‌درک از مهارت‌ها و توانایی‌های پایه، اهمیت فعالیت بدنی و مشارکت در ورزش به‌صورت محدود و با حجم کمتری انعکاس می‌یابد. مفسرین مربوط به توسعه ورزش تعلیم و تربیتی و همگانی در برنامه‌های ورزشی حضور کم‌رنگ‌تری نسبت به مفسرین و تحلیلگران حوزه حرفه‌ای

هژمونی و تثبیت معنا؛ ورزش، یک دال سیال است، عنصری است که به روی انتصاب معانی گوناگون باز است و هر یک از گفتمان‌های ورزش نخبگی و مشارکتی سعی می‌کنند تا به آن معنا و مفهوم متفاوتی ببخشند. توصیف و تبیین امور اجتماعی و سیاسی هدف اصلی نظریه گفتمان لاکلا و موف است و تحلیل تنها شامل تبیین نظریه و مفهوم گفتمان نیست، لاکلو و موف از انعطاف‌پذیری رابطه میان دال و مدلول استفاده سیاسی می‌کنند و آن را به مفهوم هژمونی^۱ پیوند می‌دهند به این ترتیب اگر مدلول خاصی به دالی نزدیک شود و بر سر معنای خاصی برای یک دال در اجتماع اجماع حاصل شود آن دال هژمونیک می‌شود با هژمونیک شدن دال‌های آن گفتمان، کل گفتمان به هژمونی دست می‌یابد. هژمونیک شدن یک نشانه به این معناست که معنای آن در سطح وسیعی در افکار عمومی موردپذیرش قرار گرفته است (سلطانی، ۱۳۹۱). مشارکت، یک گفتمان مجاور و تضعیف‌شده و به حاشیه رانده‌شده است، بنابراین موفقیت و مدال‌آوری به‌عنوان مهم‌ترین نتیجه و به‌صورت یک درک هژمونیک به بینندگان القا می‌گردد.

برجسته‌سازی و حاشیه رانی: مفهوم غیریت در ذات خود با مفاهیم حاشیه رانی و برجسته‌سازی همراه است. برجسته‌سازی دال‌های موردنظر خود و حاشیه رانی نظام

۱ بهترین تعبیر از هژمونی عبارت است از سازماندهی رضایت فرآیندی که طی آن آگاهی فرمانبردار بدون توسل به خشونت یا اجبار ساخته می‌شود (بارت، ۱۹۹۱ در یورگنسن و فلیس، ۱۳۹۱)

رسانه‌ای است و بر نگرش آنان تأثیرگذار است در بررسی جملات بینندگان تلویزیونی تأیید می‌گردد. متون رسانه‌ای و دیالوگ‌های برنامه‌های گفتگو محور، اطلاعاتی را در اختیار بیننده (خواننده) می‌گذارند که به کنش وی به صورت یک استنباط و قضاوت منجر شود و پیگیری او توأم با حس کنجکاوی را در برداشته باشد. بررسی متون تلویزیونی نشان می‌دهد تلویزیون دارای سیاست‌های عمومی سلامت از طریق فعالیت بدنی به صورت محدود است، این محدودیت در مقولات حجم برنامه‌ها، موقعیت زمانی برنامه‌ها و پیگیری این سیاست‌ها در متون برنامه‌های ورزشی قابل مشاهده است و محتوای برنامه‌ها پیرامون دال مرکزی این گفتمان نیست. در شرایط مطلوب، چنین ملاحظاتی می‌بایست شامل عادی‌سازی گفتمان ورزشی در سطح دسترسی به منابع تفریحی و سرگرمی برای عموم و اقدام افراد در پیگیری سلامت از طریق فعالیت بدنی در قالب برنامه‌های جذاب و هیجان‌انگیز باشد.

در نظر گرفتن شرایط ورزش در تلویزیون بدون در نظر گرفتن مناسبات قدرت و سلاقی گروه‌های برنامه‌ساز غیرممکن است، اما باید این نکته را در نظر داشت که مفهوم هویت ورزشی تلویزیون با انعکاس ابعاد ورزش خبگی سازگارتر است (عرب‌نرمی، گودرزی، سجادی و خبیری، ۱۳۹۵) دالگرن، نهادهای رسانه‌ای (ابعادی از قبیل تشکیلات سازمانی، بودجه مالی و چارچوب‌های حقوقی) و بازنمایی^۲ رسانه‌ای (مطالبی که رسانه‌ها عرضه می‌کنند نحوه انعکاس موضوعات، انواع گفتمان‌های مطرح و مباحثات و مناظرات ارائه شده) را از ابعاد تحلیلی مهم در ارتباط با گستره عمومی و کانون مباحثات مربوط به سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای برمی‌شمرد (دالگرن، ۱۳۸۹، ۴۰-۲۵). باین حال تلقی از رسانه، نباید ابزار و یا ظرف باشد، بلکه رسانه‌ها یک ظرفیت اجتماعی و ارتباطی هستند که شان ابزاری آن‌ها باید به شأن دلالت‌گری ارتقا یابد. شأن رسانه‌ها ساختن نیست، بلکه پرداختن است و جایگاه رسانه‌ها، نه موضع‌گیری که موضوعیت دادن و دلالت‌گری است. مدیریت کلان حوزه رسانه مستلزم مدیریتی منظومه‌ای است که با استفاده از عناصر فرهنگ ارتباطات رسانه‌ای و با تعریف یک سبب کالای رسانه‌ای

دارند. مدال و رتبه به‌عنوان شاخص توسعه ورزش و معرفی کننده مدیریت مطلوب ورزش است و به‌عنوان ملاک ارزیابی عملکرد مدیر، مربی و مسئولین برشمرده می‌شود. صرف زمان زیاد برای بررسی امور ورزش خبگی شامل حواشی، ارقام پرداختی، قابل توجه است؛ بنابراین بازنمایی توسعه ورزش مختص سطوح خبگی بوده و در برنامه‌های گفتگو محور به بیان‌های مختلف در ارتباط با مشکلات مربیان، مشکلات بودجه و امکانات و مسائل مدیریتی به‌منظور ساختن حقایق در ورزش برجسته می‌گردند. در نظریه گفتمان به آن دسته از گفتمان‌هایی که چنان محکم تثبیت شده‌اند که تصادفی بودنشان فراموش شده، گفتمان‌های عینی گفته می‌شود، خبگی (قهرمانی) در تلویزیون چنان تثبیت شده است که در حکم گفتمان عینی مطرح می‌شوند و مفهوم ورزشکار در ذهن و کلام بیننده تلویزیونی عمدتاً کسی است که عضو تیم‌های مطرح و صاحب رتبه و مدال باشد؛ بیننده هرگز یک فرد که هرروز ورزش می‌کند را به‌عنوان ورزشکار در ذهن خود جای نمی‌دهد، در تحلیل گفتگوهای بینندگان احساس دست‌نیافتنی بودن ورزش و فاصله تا عملکردها و رکوردهای بالا استنباط می‌گردد و بیننده خود و همتایان خود را در موقعیت مقایسه و تشویق برای رسیدن به جایگاه ورزشکار قرار نمی‌دهد. تلویزیون نیز مفهوم رقابت و قهرمانی را باهدف سرگرمی و جذابیت برای بیننده، بازنمایی و منعکس می‌کند و زمان محدودی را به انعکاس وضعیت و شرایط ورزش همگانی اختصاص می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

دالگرن^۱ تأکید می‌کند برخی از چارچوب‌ها در لایه‌های مختلف جامعه آن قدر گسترده شده و ریشه دوانیده‌اند که برای آن افشار الگوهای فرهنگی مهمی را نیز پدید آورده‌اند. این انواع ذهنیت توده‌ای را می‌توان به روندهای کنونی در تولیدات رسانه‌ای ربط داد. به بیان دقیق‌تر، برخی گفتمان‌های رسانه‌ای، برخی موانع فکری و ذهنی را توسعه داده و مانع رشد سایر مواضع می‌گردد و این مواضع ذهنی که به شکل متن و در قالب گفتمان‌های رسانه‌ای عرضه می‌گردند با مسائل اجتماعی ارتباط مستقیم و متقابل می‌یابند (دالگرن، ۱۳۸۹). این موضوع که برداشت مردمی تحت تأثیر جهت‌گیری متون مختلف

^۲ بازنمایی به ابعاد اطلاعاتی و فرا اطلاعاتی تولیدات رسانه‌ای از جمله ابعاد نمادین و بدیعی آن اشاره دارد (دالگرن، ۱۳۸۹، ۳۰)

مطالعه مفهوم توسعه ورزش در تلویزیون از منظر گفتمان با تأکید بر رویکرد نظریه گفتمان بررسی گردید. از منظر نظریه گفتمان دو گفتمان "ورزش مشارکتی" و "ورزش نخبگی" در کشمکش نابرابر با یکدیگر هستند و گفتمان ورزش مشارکتی تحت انقیاد گفتمان "ورزش نخبگی" است و تولید معنای ورزش و مفهوم توسعه ورزش از طریق گفتمان مسلط "ورزش نخبگی" با برجسته‌سازی عناصر گفتمان نخبگی و به حاشیه رانی مفاهیم ورزش مشارکتی صورت می‌گیرد.

برای یکایک افراد اجتماع و بهره‌گیری از گوناگونی رسانه‌های موجود و تعریف ثقل ارتباطی هر یک و تخصیص و همپوشانی نقش‌ها برای این سبد کالا و به تعبیر بهتر، این بسته فرهنگی است (ضیائی، روشندل ارتباطی، خجسته و مستقیم، ۱۳۸۹).

این تحلیل رویکردی را فراهم می‌کند که از طریق آن می‌توان تلاش‌هایی را برای توسعه ابعاد مختلف ورزش از طریق تلویزیون تعریف و تعبیه نمود. این امر مستلزم به رسمیت شناختن جایگاه غالب اجتماعی تلویزیون (به‌عنوان رسانه گفتمان ساز) و جایگاه ویژه تلویزیون به‌عنوان یک موسسه سلامت و بهداشت مردمی عمومی است... در این

References

- Alexander, S. A; Fusco, C. & Frohlich, K. L. (2015). "You have to do 60 minutes of physical activity per day ... I saw it on TV: Children's constructions of play in the context of Canadian public health discourse of playing for health", in Children, Health and Well-being: Policy Debates and Lived Experience (eds G. Brady, P. Lowe and S. O. Lauritzen), John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, NJ, USA.
- Arabnarmi, B; Goodarzi, M; Sjjadi, S, N; & Khabiri, M. (2017). "TV and Public Sport Development: A Grounded Theory". Sport Management Studies, 8 (40): 17-38. (Persian)
- Arabnarmi, B. (2015, October). Sports program's Position time in national TV of Iran with the approach of prioritizing sport component. IN 1th National Conference of Applied Sciences of Sport and Health, (Iran), Azarbaijan Shahid Madani University,(pp. 1-4)
- Arabnarmi, B. (2016). "TV and Sport in Daily Life (An Analysis of Linking Media and Sport in Iran". Sport Management, 4(2): 589-603. (Persian)
- Arabnarmi, B. (2017). "Discursive space of Iranian women's physical activity". Women in Development and Politics, 14(4): 477-91. (Persian)
- Arabnarmi, B; Ramezanzade, H. (2018). "Attitude and practice of elementary Physical Education teachers toward obesity from the perspective of discourse theory". Journal of Research in Psychological Health, 12 (1):1-12. (Persian)
- Dholgern, P. (1995). Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media (Media Culture & Society Series) (M. Shafaghati, Trans.). Tehran, Soroush. (Persian)
- Dhonde, B. M. & Patil, V. N. (2012). "Role of Mass Media In Progress of Physical Education And Sports", Indian Streams Research Journal
- Ghasemi, H., Karami, A., Sadeghi. F. (2013). The Situation of Sports Events broadcasting on Iranian T.V. Channels by View of Sports Media

- Experts. Applied researches in sport management, 2(4), 43-54. (Persian)
10. Hamer, M; Weiler, R; & Stamatakis, E. (2014). "Watching sport on television, physical activity, and risk of obesity in older adults". BMC public Health, (8):1-4.
 11. Heydari, A. (2012). "The impact of new media on the development of tourism development strategies in line with the goals and visions twenty years (1404)". Ph.D. Thesis. University of Tehran. Faculty of Management. (Persian)
 12. Ilhan, L. & Genser, E. (2012). "The media as the factor of tending to sport in children: A study after a TV competition program name as ICE DANCING". Nigde University Journal of Physical Education and Sport Sciences, 6(1):85-93.
 13. Jorgensen, W. M., & Phillips, L. (2002). Discourse Analysis as Theory and Method. SAGE Publications. London Translated by Hadi JALILI (2012), Tehran, nashreney.
 14. McDonnell, D. (1998). Theory of discourse, An Introduction (H, Nozari, trans.). political and social discourse Quarterly, Issue 2.
 15. Moghadami, M. T. (2011). "Laclau and Mouffe's theory of discourse analysis and its criticism". Social and cultural knowledge, (2): 91-124. (Persian)
 16. Soltani, A.A. (2012). Power, Discourse and Language: Mechanisms of Power in the Islamic Republic of Iran, Tehran, Nashre Ney:76-107. (Persian)
 17. Soltani, A.A. (2004). Discourse analysis as a theory and method. Political Science (28). 153-180. (Persian)
 18. Tajik MR. (1999). Discourse and Discourse Analysis. Tehran: Farhang Gofte-man. (Persian)
 19. Ziaee, M, S; Roshandel Arbatani, T; Khojasteh, H; Mostaghimi, H. (2010). "The role and the status of media in wise society and its proper management approach". Iranian Public administration, 2(5): 75-92. (Persian)
 20. Zieff, S,G; & Veri MJ. (2009). "Obesity, Health, and Physical Activity: Discourses From the United States". AAKPE; 61(1): 154-79.