



سال سیزدهم / پاییز ۱۴۰۳

کارکرد ادبیات در برنامه گفتگو محور تلویزیونی، با تمرکز بر مقایسه تطبیقی برنامه ماه عسل و برنامه اُپرا شو

حبیبه محمد یوسفی^۱، محمد حسن حسن زاده نبری^۲، داود اسپرهم^۳

تاریخ دریافت: ۰۲/۸/۱۳، تاریخ تایید: ۰۲/۱۳/۱۳

DOI: [10.22034/SCM.2024.423740.1691](https://doi.org/10.22034/SCM.2024.423740.1691)

چکیده

رسانه‌ها از زمان ظهور نشریات، به عنوان یکی از ابزارهای اثرگذار در شکل‌دهی افکار عمومی شناخته شده‌اند. با توجه به نقش محوری زبان در ساخت برنامه‌های تلویزیونی، این پژوهش به مطالعه اهمیت ادبیات در ساخت و اجرای این برنامه‌ها می‌پردازد. بنابراین با تکیه بر عنصر زبان، برنامه‌ها را نشانه‌شناختی تلقی کرده و با مقایسه تطبیقی برنامه‌های «ماه عسل» و «اُپرا شو»، کارکرد ادبیات در این برنامه‌ها مطالعه شد. روش پژوهش مورد استفاده در این تحقیق، تحلیل نشانه‌شناختی است و با توجه به یافته‌های بدست آمده می‌توان ادعا کرد: هر دو برنامه واجد دو محور جانشینی و همنشینی هستند، طولانی بودن «ماه عسل» باعث می‌شود تا عناصر جدیدی در محور جانشینی شکل بگیرد. در حالی‌که در «اُپرا شو» به علت ضرباهنگ بالاتر برنامه، کمتر با شکل‌گیری عناصر جدید روبرو هستیم. در تأویل هرمنوتیکی، با توجه به نشانه‌شناسی پیرس، هر دو برنامه نه تنها عناصر نشانه‌شناختی را در خود دارند، بلکه مولفه‌های غیر زبانی (فیلمبرداری، صحنه‌پردازی، موسیقی و غیره) را هم شامل می‌شوند. بر اساس این نشانه‌ها در برنامه «ماه عسل» داستان و در «اُپرا شو» موضوع دارای اهمیت بیشتری است. بررسی تطبیقی دو برنامه «ماه عسل» و «اُپرا شو» نشان می‌دهد که هر دو برنامه از ادبیات در سطوح مختلف زبانی، محتوایی و ساختاری استفاده می‌کنند. با این حال، نحوه استفاده از ادبیات در این دو برنامه متفاوت است.

واژگان کلیدی: ادبیات، نشانه‌شناسی، برنامه گفتگو محور تلویزیونی، مقایسه تطبیقی.

^۱ دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبائی habibeh.m.yousefi@gmail.com

^۲ استادیار، هیئت علم دانشگاه علامه طباطبائی mhnhniri@yahoo.com

^۳ هیئت علم دانشگاه علمی d_sparham@yahoo.com

طرح مسئله

برنامه‌های گفتگومحور تلویزیونی از جمله برنامه‌های پرطرفدار میان مخاطبان هستند. این برنامه‌ها با دعوت از مهمانان مختلف و گفتگو با آنها در مورد موضوعات مختلف سعی در سرگرمی، اطلاع‌رسانی به مهمانان خود هستند و چه بسا بنا به کیفیت این برنامه‌ها و سطح مهارت تولیدکنندگان گاهی حتی منجر به تغییرات اجتماعی و حتی قانونی در سطوح وسیعی علی‌الخصوص در حوزه گروه‌های حاشیه یا خاموش و یا کمتر دیده شده، شده‌اند.

برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور، چنان چه خواهیم دید، دو پارادایم کلامی متفاوت و حتی بعضی اوقات متناقض را در زمینه‌ی گفتگوهای بینافردی و نمایش توده‌ای را در هم ادغام می‌کنند. پارادایم اول متعلق به سنن شفاهی پیشامدرن است و پارادایم دوم بالاخص در دنیای مدرن ظهور پیدا کرده است. در نتیجه‌ی ادغام این دو پارادایم، یک زبان محاوره‌ای عمومی توسعه می‌یابد و به روش‌های مختلف و بر مبنای شیوه‌های گوناگون، الگوبرداری می‌شود. اینجاست که می‌توان با بعضی از نظریه‌پردازان همگام شد و از ورود گفتار محاوره‌ای از طریق فرآیند «کلامی‌سازی»^۱ به گفتمان عمومی نام برد (Ilie, 2006: 489). نقش کلیدی عنصر گفتگو در برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور، انکارناپذیر است. «هر کس گام در راه گفتگو می‌گذارد، نقطه‌ی عزیمت خویش را در ندانستن قرار می‌دهد و چون می‌داند که گفتگو از شنیدن آغاز می‌شود، جسارت ورود به عرصه‌های ناشناخته را دارد» (خانیک، ۱۳۹۲: ۱). مصداق این نکته در برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور قابل جستجو است؛ چون در این برنامه‌ها، از مخاطبان دعوت می‌شود تا از طریق روایات مهمانان و گفتگوی آنها با مجری برنامه، به امور ناشناخته راه پیدا کرده و شناخت و فهم خود را نسبت به آنها افزایش دهند.

اما موضوعی که به طور مجزا و مستقل اهمیت خاصی پیدا کرده و محوریت می‌یابد، نقش ادبیات و عناصر تشکیل‌دهنده‌ی آن در تکوین و توسعه‌ی برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور است. این برنامه‌ها، مانند متون ادبی یا روایات داستانی، دارای فضای چندبعدی (پین، ۱۳۷۹: ۱۷) و ویژگی چندمعنایی بوده و در مقام یکی از ژانرهای دیداری و شنیداری، از ادبیات تغذیه کرده و عملاً از آن ملهم می‌شوند. به همین دلیل است که گرایش به نقد این برنامه‌ها به ویژه از منظر

^۱. Conversationalization

روایت‌شناسی^۱ و گفتگمانی^۲ و نیز با در نظر گرفتن مولفه‌های زبانی، ادبی و نشانه‌شناختی^۳، به حوزه‌ی نقد ادبی و مطالعات فرهنگی و نیز بینارشته‌ای راه پیدا کرده است و در نتیجه بر غنای مباحث و موضوعات مطرح، افزوده است. مقاله‌ی حاضر نیز کوششی در این زمینه محسوب شده و برای توسعه‌ی محتوایی خود و تبیین و تحلیل داده‌ها، از روش مقایسه‌ای در چارچوب مطالعه‌ی موردی^۴ استفاده کرده است.

برنامه‌ی تلویزیونی «اپرا شو»^۵ که با مجری‌گری اپرا وینفیری^۶ در سال‌های ۱۹۸۵-۲۰۱۱ در ایالات متحده‌ی آمریکا تهیه، اجرا و پخش شد به عنوان موفق‌ترین نمونه در نوع برنامه‌های گفتگومحور اجتماعی شناخته می‌شود. این برنامه با آن که آمریکایی است اما در تمام دنیا مخاطبین و حتی مهمانانی داشته و به عنوان مرجع در برنامه‌سازی اجتماعی گفتگومحور، مورد توجه واقع شده است (Wu and Lu, 2018: 44). برنامه‌ی «ماه غسل» با تهیه‌کنندگی و اجرای احسان علیخانی در سال‌های ۱۳۸۶-۱۳۹۷، یکی از پربیننده‌ترین و تاثیرگذارترین برنامه‌های اجتماعی دو دهه‌ی اخیر در رسانه‌ی ملی جمهوری اسلامی ایران است که علاوه بر جذب مخاطب حداکثری، موفق شد تاثیرگذاری فرهنگی زیادی را باعث شود. این برنامه الگوی ساخت تعداد زیادی از برنامه‌های مشابه شد که اگر چه هرگز نتوانستند توفیق دستیابی به جایگاه ماه غسل را به دست آورند. به همین دلیل به نظر می‌رسد بررسی مقایسه‌ای بین ادبیات این دو برنامه از نظر زبان و محتوا می‌تواند به بررسی کارکرد ادبیات در ساخت این نوع برنامه‌ها کمک نماید؛ به شکلی که به کارگیری هر نوع ادبیاتی، نتایج متفاوتی را در تاثیرگذاری برنامه باعث می‌شود و این، علی‌رغم شباهت‌هایی می‌باشد که بین دو برنامه وجود دارد.

لازم به ذکر است که در مقاله‌ی حاضر تلاش شده تا نمونه‌هایی در این دو مجموعه برای مقایسه‌گزینش شود که تا حد امکان از نظر موضوعی هم‌پوشانی دارند. این امر کمک می‌کند تا بهتر بتوان با تمرکز بیشتر، زبان و ادبیات دو برنامه را مقایسه کرد و با ثابت کردن وجود و نقش عوامل دیگر، تا حد امکان تاثیر ادبیات و زبان را بر ساخت و محتوای برنامه مورد مطالعه قرار داد.

1. Narratology

2. Discursive

3. Semiologic

4. Case study

5. Oprah Show

6. Oprah Winfery

سوالات پژوهش

مضامین و پیام‌ها

- چه مضامین و پیام‌های کلیدی در هر دو برنامه "ماه عسل" و "آپرا شو" ارائه می‌شوند؟
- چگونه این مضامین و پیام‌ها در ساختار و محتوای هر دو برنامه بازتاب پیدا می‌کنند؟
- چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی بین مضامین و پیام‌های دو برنامه وجود دارد؟

مخاطب و تأثیر:

- چه کسانی مخاطبان اصلی هر دو برنامه "ماه عسل" و "آپرا شو" هستند؟
- چگونه هر دو برنامه بر مخاطبان خود تأثیر می‌گذارند؟
- چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی بین مخاطبان و تأثیرات دو برنامه وجود دارد؟

ساختار و فرم:

- چه ساختار و فرمی در هر دو برنامه "ماه عسل" و "آپرا شو" به کار رفته است؟
- چگونه این ساختار و فرم به انتقال مضامین و پیام‌های هر دو برنامه کمک می‌کند؟
- چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی بین ساختار و فرم دو برنامه وجود دارد؟

زمینه فرهنگی:

- چگونه می‌توان هر دو برنامه "ماه عسل" و "آپرا شو" را در زمینه فرهنگی خود تحلیل کرد؟
- چه عواملی در شکل‌گیری مضامین، پیام‌ها، ساختار و فرم دو برنامه نقش داشته‌اند؟
- تا چه حد دو برنامه با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود همسو هستند؟

مقایسه تطبیقی:

- چه نقاط قوت و ضعفی در هر دو برنامه "ماه عسل" و "آپرا شو" وجود دارد؟
- کدام برنامه در رسیدن به اهداف خود موفق‌تر بوده است؟
- چه درس‌هایی می‌توان از مقایسه دو برنامه برای تولید برنامه‌های گفتگو محور تلویزیونی در آینده آموخت؟

روش تحقیق

روش پژوهش در این مقاله، با تکیه بر عنصر زبان برنامه را نشانه‌شناسی تلقی کرده و روش مقایسه‌ی تطبیقی یا بهتر است گفت مقایسه‌ی تطبیقی بین متن و لحن دو برنامه‌ی

تلویزیونی گفتگومحور «اپرا شو» و «ماه غسل» خواهد بود که خود، در سنت روش‌های کیفی قرار می‌گیرد.

در روش تحلیل کیفی، ما با فرآیند محتوایی کردن^۱ معانی روبرو هستیم که باید آن را از ابزارها و وسایل عمومی و مشترک این نوع روش محسوب نمود. این «یک تکنیک کارآمد تحلیل و در خدمت طیف وسیعی از روش‌های مختلف تحقیق است» (زرین‌دار، ۱۳۹۳: ۷۸).

روش تحلیل محتوایی^۲

تحلیل محتوایی را می‌توان روش شناسایی، استخراج و تحلیل محتویات (مضامین) در داده‌ها دانست. استخراج، طبقه‌بندی، توصیف و بعضاً تفسیر داده‌ها ما را به تحلیل محتوایی آنها می‌رساند یا حداقل زمینه را برای آن فراهم می‌کند. گست^۳ و همکارانش در بحث از تحلیل محتوایی کاربردی^۴، محتوا یا محتویات را ایده یا ایده‌های ساده یا مغلّی درون داده‌ای می‌دانند که شناسایی و توصیف آنها را باید تحلیل محتوایی نامید (Guest et al., 2012: 10-11). علاوه بر این، نباید فراموش کرد که محتوا با هر کیفیتی که باشد در نهایت با مقوله‌ی معنا گره می‌خورد و در نتیجه تفسیر و تفسیرپذیری نیز جزئی از آن است.

روش تحلیل نشانه‌شناختی

نشانه به مثابه علامتی تعریف می‌شود که «همواره با قصدی دائر بر انتقال معنا همراه است» (گیرو، ۱۳۹۲: ۴۰). به عبارت دیگر، نشانه با معنا و معنا با واقعیت و بازنمایی‌های آن سر و کار دارد و بنابراین نشانه‌شناسی را باید دانشی در نظر گرفت که از یک طرف به دنبال کشف معانی و نحوه‌ی ساخته شدنشان در واقعیت است و از طرف دیگر، به مقوله‌ی بازنمایی خود این واقعیت می‌پردازد.

بحث نشانه‌ها، پای موضوع دیگری را نیز به وسط می‌کشد که همان نظام رمزگان است؛ یعنی «نظامی از نشانه‌های قانونمند که همه‌ی آحاد یک فرهنگ به قوانین و عرف‌های آن پایبندند» (زرین‌دار، ۱۳۹۳: ۸۰). تقسیم‌بندی‌های متعددی از رمزگان نشانه‌شناختی وجود دارد، از جمله رمزگان اجتماعی، رمزگان متنی و رمزگان تفسیری.

^۱. Thematisation

^۲. Thematic analytic method

^۳. Guest

^۴. Applied thematic analysis

در پژوهش حاضر، اولویت با رمزگان نشانه‌شناختی متنی و تفسیری است که از طریق آنها، خوانش محتوای تحلیلی دو برنامه‌ی تلویزیونی گفتگومحور محقق خواهد شد؛ هر چند ما از بعضی عناصر رمزی - نشانه‌ای مانند رمزگان گفتاری که تحت مقوله‌ی نخست (یعنی رمزگان اجتماعی) قرار می‌گیرند غفلت نخواهیم کرد. علاوه بر این، روش نشانه‌شناختی اهمیتی دیگر هم پیدا می‌کند که مستقیماً با محوریت تصویر در برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور در ارتباط است؛ چرا که «تلویزیون که از نام آن پیداست، رسانه‌ای مبتنی بر نظام تصویر است و باید تا حد امکان کمتر از نظام‌های نشانه‌شناختی گفتاری و نوشتاری استفاده کند. در غیر آن، کارکرد خود را از دست می‌دهد و رقبا یا سایر رسانه‌ها جای آن را می‌گیرند» (فرخ‌نژاد و سالاری، ۱۳۹۷: ۲۰۱).

یافته‌های تحقیق

تطبیق زبانی - نشانه‌شناختی دو برنامه

دو برنامه‌ی تلویزیونی «اپرا شو» و «ماه غسل» از این منظر، هم قابل بررسی هستند و هم قابل مقایسه؛ یعنی می‌توان با تحلیل محتوای آنها از چشم‌انداز نشانه‌شناختی - زبانی، به زوایای پنهان یا آشکار آنها پی برد و در نتیجه امکان خوانش مقایسه‌ای بین آنها را فراهم نمود. در هر دو برنامه ماه غسل و اپرا شو، به موضوع اعتیاد پرداخته شده است. با این حال، رویکرد هر دو برنامه به این موضوع متفاوت است.

رمزگان اجتماعی

مهمانان:

- افراد معتاد در حال ترک یا بهبودی
- خانواده‌های افراد معتاد
- متخصصان حوزه اعتیاد
- چهره‌های شناخته شده‌ای که تجربه اعتیاد داشته‌اند

فضای برنامه:

- استودیو با دکور ساده و صمیمی
- استفاده از نورپردازی ملایم

لباس:

- لباس‌های ساده و متناسب با مهمانان

مثال: حضور یک زن معتاد در حال ترک که با لباس‌های ساده و روسری در برنامه حاضر می‌شود و از تجربه خود در اعتیاد و مسیر ترک آن صحبت می‌کند.

رمزگان متنی:

- استفاده از اشعار و متون ادبی با مضمون اعتیاد، امید، و رهایی
- لحنی صمیمی و عاطفی
- استفاده از داستان‌گویی و بیان تجارب شخصی

مثال: خواندن شعری از مولانا با مضمون امید به رهایی از اعتیاد در ابتدای برنامه.

رمزگان تفسیری:

- تاکید بر پیامدهای منفی اعتیاد در زندگی فردی و اجتماعی
- ایجاد همدلی و compassion برای افراد معتاد
- ارائه امید به رهایی و امکان‌پذیری ترک اعتیاد
- ترویج فرهنگ صبر و شکیبایی در مسیر ترک اعتیاد

مثال: به اشتراک گذاشتن داستان غم‌انگیز یک خانواده از اعتیاد فرزندشان و تأکید بر ضرورت کمک به افراد معتاد.

برنامه آپرا شو:**رمزگان اجتماعی:****مهمانان:**

- متخصصان برجسته حوزه اعتیاد
- افراد مشهوری که تجربه اعتیاد داشته‌اند
- سیاستمداران و فعالان اجتماعی

فضای برنامه:

- استودیو با دکور رسمی و شیک
- استفاده از نورپردازی قوی

لباس:

- لباس‌های رسمی و مجلسی

مثال: حضور یک متخصص مشهور اعتیاد با کت و شلوار و کراوات در برنامه و ارائه آمار و اطلاعات علمی در مورد اعتیاد.

رمزگان متنی:

- ارائه اطلاعات علمی و دقیق در مورد اعتیاد
 - لحنی رسمی و جدی
 - استفاده از مصاحبه و گفتگوهای تخصصی
- مثال:** مصاحبه با یک متخصص اعتیاد در مورد راه‌های پیشگیری از اعتیاد در نوجوانان.

رمزگان تفسیری:

- تاکید بر ضرورت توجه به اعتیاد به عنوان یک بیماری
 - معرفی راه‌های پیشگیری و درمان اعتیاد
 - ترویج فرهنگ مسئولیت‌پذیری اجتماعی در قبال معضل اعتیاد
 - تشویق به حمایت از افراد معتاد در مسیر ترک اعتیاد
- مثال:** بحث و گفتگو با سیاستمداران و فعالان اجتماعی در مورد راهکارهای مقابله با معضل اعتیاد در جامعه.

برنامه ماه غسل: در برنامه ماه غسل، به طور معمول به داستان‌های افراد معتاد و تجربیات آنها پرداخته می‌شود. این برنامه سعی می‌کند تا با نمایش سختی‌ها و مشکلات اعتیاد، مخاطبان را از خطرات این پدیده آگاه کند. همچنین در این برنامه، به راهکارهای ترک اعتیاد و بهبودی نیز پرداخته می‌شود.

برنامه اپرا شو: در برنامه اپرا شو، به موضوع اعتیاد از دیدگاهی علمی و اجتماعی پرداخته می‌شود. این برنامه سعی می‌کند تا با دعوت از متخصصان و کارشناسان، به بررسی علل و عوامل اعتیاد و راهکارهای پیشگیری از آن بپردازد. همچنین در این برنامه، به تجربیات افراد معتاد و خانواده‌های آنها نیز پرداخته می‌شود.

تفاوت رویکردها

- رویکرد برنامه ماه عسل: رویکرد برنامه ماه عسل به موضوع اعتیاد، بیشتر احساسی و تجربی است. این برنامه سعی می‌کند تا با نمایش داستان‌های واقعی افراد معتاد، مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد و آنها را از خطرات اعتیاد آگاه کند.
 - رویکرد برنامه اپرا شو: رویکرد برنامه اپرا شو به موضوع اعتیاد، بیشتر علمی و اجتماعی است. این برنامه سعی می‌کند تا با ارائه اطلاعات علمی و دعوت از متخصصان، به بررسی علل و عوامل اعتیاد و راهکارهای پیشگیری از آن بپردازد.
- در بخش نخست از مقایسه‌ی دو برنامه‌ی «اپرا شو» و «ماه عسل»، موضوع محوری اعتیاد است: در برنامه‌ی اپرا، اعتیاد مادران به الکل و در برنامه‌ی ماه عسل، اعتیاد به مواد مخدر و تاثیرات آن بر روابط خانوادگی. همانطور که پیداست، محتوای تولیدی هر دو برنامه، از یک طرف بستر و زمینه‌ای را به وجود آورده است که می‌توان آن را به مثابه عنصر یا مولفه‌ی تشکیل‌دهنده‌ی متن در نظر گرفت و مورد خوانش قرار داد و از طرف دیگر، نتایج و پیامدهایی نیز از این متن تولیدی استنباط می‌گردد. در نتیجه ما را در مقام خوانندگان/مخاطبان هر دو برنامه، در کلیتِ متنی - زبانی خود (فرم، محتوا و پیام متن)، هم به چگونگی موضوع می‌رساند و هم به چرایی موضوع.

تطبیق زبانی دو برنامه بر مبنای نظریه‌ی باختین: چندصدایی، گفتگو (دیالوگ) و بی‌طرفی نویسنده میخائیل باختین، نظریه‌پرداز روس، معتقد بود که زبان ذاتاً چندصدایی است و هر متنی از گفتگوهای متعددی تشکیل شده است. او همچنین معتقد بود که نویسنده در متن حضور دارد، اما این حضور به معنای بیطرفی نیست. نویسنده با انتخاب کلمات، لحن و ساختار متن، دیدگاه خود را به خواننده القا می‌کند.

چندصدایی گفتگو: چندصدایی گفتگو به معنای حضور صداهای مختلف در یک متن است.

این صداها می‌توانند متعلق به شخصیت‌های داستان، راوی، نویسنده یا خواننده باشند. بیطرفی نویسنده: بیطرفی نویسنده به معنای عدم جانبداری او در متن است. نویسنده بی‌طرف سعی می‌کند تا همه دیدگاه‌ها را به طور عادلانه ارائه دهد و از تحمیل دیدگاه خود به خواننده خودداری می‌کند.

تطبیق زبانی دو برنامه

برنامه ماه غسل: در برنامه ماه غسل، شاهد حضور صداهاى مختلفى هستیم. مهمانان برنامه، مجرى و مخاطبان هر کدام دیدگاه‌هاى خود را در مورد موضوع برنامه بیان مى‌کنند. مجرى برنامه سعی مى‌کند تا با ایجاد فضایی گفتگویی، به همه صداها فرصت بیان دهد. با این حال، مى‌توان گفت که مجرى برنامه در برخی موارد دیدگاه خود را به مخاطبان القا مى‌کند.

برنامه اپرا شو: در برنامه اپرا شو، شاهد حضور صداهاى مختلفى هستیم. مهمانان برنامه، مجرى و مخاطبان هر کدام دیدگاه‌هاى خود را در مورد موضوع برنامه بیان مى‌کنند. مجرى برنامه سعی مى‌کند تا با حفظ بی‌طرفی، از تحمیل دیدگاه خود به مخاطبان خودداری کند. با این حال، مى‌توان گفت که ساختار برنامه و انتخاب مهمانان در برخی موارد به نفع یک دیدگاه خاص است.

اهمیت زبان گفتار در دو برنامه

اهمیت زبان گفتار از تفکیک بین لانگ و پارول در دستگاه نشانه‌شناختی سوسور مى‌آید که قبلاً به آن پرداخته شد. در واقع اگر گفتار را تکرار نشانه‌هاى یکسان در نظر بگیریم (بارت، ۱۴۰۱: ۳)، پس هر کدام از دو موضوع بررسی‌شده در «اپرا شو» و «ماه غسل»، مصادیق بارز آن هستند؛ چرا که هم مجریان دو برنامه و هم شرکت‌کنندگان آن، برای بیان مقاصد و افکار شخصی خود، از رمزگان زبانی (علائم، نشانه‌ها، هنجارها، قواعد و غیره) بهره مى‌برند. به ویژه این امر در مورد شرکت‌کنندگان صدق مى‌کند که تحت تاثیر ترکیب‌سازی‌هایی که خود متاثر از مکانیسم‌های روانی یا فیزیکی آنها هستند، به سوژه‌های سخنگو (متکلم) بدل مى‌شوند و تجارب زیسته‌ی خود را از الکلیسم، اعتیاد، مشکلات خانوادگی، ابراز ندامت، دلسوزی، همدلی، بی‌ارادگی، اراده به تغییر، خویشتن‌داری، عصبانیت و غیره، از طریق گفتار با دیگران (مجرى و مخاطبان) تقسیم مى‌کنند. علاوه بر این، برای مثال در «ماه غسل» مهمان مدام با گفتن کلمه‌ی «آره»، کلام مجرى را تأیید مى‌کنند که این تأیید زبانی، از طریق تکرار و توالی، ایجاد نشانه مى‌کند. به عبارت دیگر، کلمه‌ی «آره» شبیه یک نشانه یا تداعی‌کننده‌ی آن است.

از سوی دیگر، وقتی برای مثال علیخانی صراحتاً بیان مى‌کند که: «دوست داریم که فقط گوینده نباشیم، متکلم وحده نباشیم»، عملاً با سلب تک‌صدایی خود، بر متکلم بودن شرکت‌کنندگان و اهمیت شنیده شدن صدای آنها تأکید مى‌کند. ضمناً متکلم بودن

شرکت‌کنندگان نکته‌ای کلیدی در فهم دو برنامه‌ی «اپرا شو» و «ماه غسل» که مملو از نشانه‌های زبانی هستند نیز می‌باشد. نشانه‌های ذکرشده در بالا در «ماه غسل» بیشتر ایجاد می‌شوند که دلایل آن بدین قرار است:

- ۱) تمرکز روی یک روایت (قصه)؛
- ۲) طولانی شدن یک گفتگو که بیشتر یک اطناب غیر ارادی است و با توجه با آزادی عمل نسبی در برنامه، اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد؛
- ۳) تفاوت فرهنگی: ترس از پیشداوری و قضاوت‌های احتمالی که ممکن است در ذهن دیگران ایجاد شود.

تفاوت گفتار در این دو برنامه بدین صورت است

- لحن: برنامه ماه غسل: لحن برنامه ماه غسل بیشتر گرم و صمیمی است. احسان علیخانی، مجری برنامه، از طنز و شوخی در صحبت‌های خود استفاده می‌کند و سعی می‌کند فضایی صمیمی و گفتگوی دوستانه ایجاد کند. برنامه اپرا شو: لحن برنامه اپرا شو بیشتر قاطع و جدی است. اپرا وینفیری، مجری برنامه، از لحنی رسمی و گاه پرسشگرانه در صحبت‌های خود استفاده می‌کند و سعی می‌کند به موضوع برنامه عمق ببخشد.
- مثال: برنامه ماه غسل: در قسمتی از برنامه که به موضوع ازدواج می‌پردازد، احسان علیخانی از مهمان برنامه که یک زوج جوان هستند می‌پرسد: "چه چیزی باعث شد که شما به هم علاقه‌مند شوید؟" لحن سوال علیخانی گرم و صمیمی است و به نوعی فضایی دوستانه برای گفتگو ایجاد می‌کند. برنامه اپرا شو: در قسمتی از برنامه که به موضوع سیاست می‌پردازد، اپرا وینفیری از مهمان برنامه که یک سیاستمدار است می‌پرسد: "نظر شما در مورد سیاست‌های اخیر دولت چیست؟" لحن سوال وینفیری قاطع و جدی است و نشان می‌دهد که او به دنبال پاسخ دقیق و شفاف از مهمان برنامه است.
- واژگان: برنامه ماه غسل: در برنامه ماه غسل، بیشتر از واژگانی استفاده می‌شود که بار احساسی و عاطفی دارند. مهمانان برنامه از داستان‌ها و تجربیات شخصی خود صحبت می‌کنند و از واژگانی استفاده می‌کنند که احساسات و عواطف آنها را بیان می‌کند. برنامه اپرا شو: در برنامه اپرا شو، بیشتر از واژگانی استفاده می‌شود که بار علمی و تخصصی دارند. مهمانان برنامه از دیدگاه‌ها و نظرات خود در مورد موضوعات مختلف صحبت می‌کنند و از واژگانی استفاده می‌کنند که به طور دقیق منظور آنها را بیان می‌کند.

مثال: برنامه ماه عسل: در قسمتی از برنامه که به موضوع اعتیاد می‌پردازد، مهمان برنامه که یک فرد معتاد در حال بهبودی است می‌گوید: "من در تاریکی مطلق غرق شده بودم و هیچ امیدی به آینده نداشتم." واژگانی که این مهمان استفاده می‌کند، بار احساسی و عاطفی بالایی دارند و به مخاطب کمک می‌کنند تا با شرایط او همدردی کند. برنامه اپرا شو: در قسمتی از برنامه که به موضوع تغییرات آب و هوایی می‌پردازد، مهمان برنامه که یک دانشمند است می‌گوید: "گرمایش جهانی یک تهدید جدی برای کره زمین است و اگر اقدامی نکنیم، عواقب فاجعه‌بار خواهد بود." واژگانی که این مهمان استفاده می‌کند، بار علمی و تخصصی بالایی دارند و به مخاطب کمک می‌کنند تا به طور دقیق‌تر با موضوع تغییرات آب و هوایی آشنا شود. یا در خصوص اعتیاد کارشناسی دعوت شده که از اثر هرکدام از مواد مخدر بر افراد می‌گوید تا آگاهی بیشتری به جامعه تزریق کند.

- ساختار: برنامه ماه عسل: ساختار جملات در برنامه ماه عسل بیشتر ساده و روان است. مهمانان برنامه از زبان گفتار روزمره استفاده می‌کنند و جملات آنها پیچیدگی خاصی ندارد. برنامه اپرا شو: ساختار جملات در برنامه اپرا شو بیشتر پیچیده و رسمی است. مهمانان برنامه از زبان گفتار رسمی و گاه آکادمیک استفاده می‌کنند و جملات آنها پیچیدگی و ظرافت بیشتری دارد.

محورهای همنشینی و جانشینی در هر دو برنامه

نشانه‌شناسی، علم بررسی نشانه‌ها و رمزگان است. در این علم، دو محور همنشینی و جانشینی برای تحلیل نشانه‌ها و رمزگان مورد استفاده قرار می‌گیرد. محور همنشینی به روابط هم‌زمانی بین نشانه‌ها در یک متن یا گفتمان می‌پردازد. به عبارت دیگر، این محور به بررسی نحوه قرارگیری نشانه‌ها در کنار یکدیگر و چگونگی ایجاد معنا از طریق این روابط می‌پردازد.

محورهای همنشینی در دو برنامه

- مشارکت: در هر دو برنامه، مجری و مهمانان در گفتگو مشارکت دارند.
- کنترل: در برنامه ماه عسل، مجری کنترل بیشتری بر گفتگو دارد، در حالی که در برنامه اپرا شو، مهمانان نیز در کنترل گفتگو نقش دارند.
- ترتیب: در هر دو برنامه، ترتیب گفتگو از پیش تعیین شده است، اما در برنامه ماه عسل، مجری می‌تواند ترتیب گفتگو را تا حدی تغییر دهد.

مثال: در برنامه ماه عسل، در قسمتی که به موضوع ازدواج می‌پردازد، مجری برنامه از مهمان برنامه که یک زوج جوان هستند می‌پرسد: "چه چیزی باعث شد که شما به هم علاقه‌مند شوید؟" در این جمله، نشانه‌های "مجری"، "مهمان"، "زوج جوان"، "سوال" و "پاسخ" در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند و معنای جدیدی را ایجاد می‌کنند. این معنا، گفتگوی دو نفر در مورد موضوع ازدواج است.

محور جانشینی: محور جانشینی به روابط در زمانی بین نشانه‌ها در یک متن یا گفتمان می‌پردازد. به عبارت دیگر، این محور به بررسی نحوه جایگزینی نشانه‌ها با یکدیگر و چگونگی ایجاد معنا از طریق این جایگزینی‌ها می‌پردازد.

محورهای جانشینی در دو برنامه:

- پیوند: در هر دو برنامه، از پیوندهای مختلفی برای اتصال عناصر گفتار استفاده می‌شود.
 - انسجام: در هر دو برنامه، گفتار به طور کلی انسجام دارد و عناصر آن به هم مرتبط هستند.
 - تکرار: در هر دو برنامه، از تکرار برای تأکید بر نکات مهم استفاده می‌شود
- مثال: در برنامه اپرا شو، در قسمتی که به موضوع سیاست می‌پردازد، مجری برنامه از مهمان برنامه که یک سیاستمدار است می‌پرسد: "نظر شما در مورد سیاست‌های اخیر دولت چیست؟" در این جمله، نشانه "سوال" می‌تواند با نشانه‌های دیگری مانند "نظر شما در مورد وضعیت اقتصادی کشور چیست؟" یا "نظر شما در مورد روابط خارجی کشور چیست؟" جایگزین شود. هر کدام از این جایگزینی‌ها، معنای جدیدی را ایجاد می‌کند.

تفاوت‌های همنشینی و جانشینی در دو برنامه

- برنامه ماه عسل: در برنامه ماه عسل، بیشتر از محور همنشینی استفاده می‌شود. در این برنامه، نشانه‌ها در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و معنای جدیدی را ایجاد می‌کنند.
 - برنامه اپرا شو: در برنامه اپرا شو، بیشتر از محور جانشینی استفاده می‌شود. در این برنامه، نشانه‌ها با یکدیگر جایگزین می‌شوند و معنای جدیدی را ایجاد می‌کنند.
- هدف برنامه: هدف برنامه ماه عسل بیشتر بر ایجاد فضایی گفتگومحور و صمیمی است. در این برنامه، مجری و مهمانان با استفاده از نشانه‌ها، سعی می‌کنند تا با مخاطبان ارتباط برقرار کرده و آنها را مجذوب برنامه کنند. همچنین این برنامه مختص ماه رمضان است و بیشتر قسمت‌های آن به مسائل مذهبی، اعتقادی و احساسی جامعه نزدیک‌ترند تا مسائل جدی

اجتماعی، سیاسی و... در حالی که هدف برنامه اپرا شو بیشتر بر ارائه اطلاعات و دیدگاه‌های مختلف در مورد موضوعات مختلف است. در این برنامه، مجری و مهمانان با استفاده از نشانه‌ها، سعی می‌کنند تا به طور دقیق و عمیق به موضوع برنامه بپردازند. محورهای همنشینی و جانشینی در نشانه‌شناسی، دو ابزار مهم برای تحلیل نشانه‌ها و رمزگان هستند. در برنامه‌های ماه غسل و اپرا شو، از هر دو محور استفاده می‌شود، اما با توجه به هدف هر برنامه، از یکی از این محورها بیشتر استفاده می‌شود.

امکان‌پذیری تأویل هرمنوتیکی دو برنامه بر مبنای عنصر زبان

خوانش هر دو برنامه‌ی تلویزیونی گفتگو محور «اپرا شو» و «ماه غسل» می‌تواند به تأویل هرمنوتیکی از آنها نیز منجر شود؛ چون ما در هرمنوتیک صرفاً با تأویل متون (کلامی، فلسفی، تاریخی، ادبی و غیره) سر و کار نداریم یا به عبارت دیگر قلمروی هرمنوتیک صرفاً به این موارد ختم نمی‌شود، بلکه علاوه بر آن می‌توانیم برای مثال تصاویر سینمایی یا علائم و رموز دیجیتال را نیز از این منظر مورد بازخوانی قرار دهیم.

این امر شامل هر دو برنامه‌ی «اپرا شو» و «ماه غسل» یا همان ابژه‌های مطالعاتی ما نیز می‌شود؛ چرا که هر دو برنامه، از طریق ایجاد سنتز بین تصویر (بعد بصری)، تصویر گویا (بعد سمعی - بصری) و گفتگو (بعد زبانی)، امکان خوانش و تأویل هرمنوتیکی از خود را ارائه می‌دهند. این مسئله را از دو دیدگاه دیگر نیز می‌توان اثبات کرد:

۱- با در نظر گرفتن نشانه‌شناسی پیرس، هر دو برنامه نه تنها هر سه عناصر نشانه‌شناختی (شمایل و علامت و نماد) را در خود دارند، بلکه با دارا بودن مولفه‌های ترکیبی و عوامل غیر زبانی (فیلمبرداری، نورپردازی، صحنه‌پردازی، تدوین، موسیقی و غیره)، امکان تأویل‌پذیری خود را افزایش می‌دهند. موارد زیر را می‌توان به عنوان شواهد متنی ارائه داد:

الف) در «اپراشو» نماهای بازتر مبین عمومیت موضوع است. در «ماه غسل» وجود نماهای بسته تاکید بر شخصیت‌ها را نشان می‌دهد و به عبارت دیگر، شخصیت‌محور است. در حالی که در «اپراشو» وجود نماهای بازتر مبین عمومیت موضوع است.

ب) پوشش رسمی مجری در «ماه غسل» نماد وجود یک گفتگوی رسمی است؛ اما مجری در «اپراشو» پوشش معمولی دارد.

ج) در «ماه غسل»، عدم وجود تماشاگر باعث تمرکز بر گفتگویی متمرکز و روایتی شخصی است. در حالی که در «پراشو» حضور تماشاگرانی که به انحاء مختلف درگیر موضوع برنامه هستند اهمیت آن را نشان می‌دهد.

د) در «ماه غسل»، موسیقی متن دال بر تاکید بر احساسات است که از خلال روایات بروز می‌کند. اما در «پراشو» گفتگو زیرصدای موسیقی ندارد و علاوه بر این، حضور کارشناس و آیتم‌های آزمایشی بر تخصصی بودن موضوع برنامه گواهی می‌دهد.

۲- اگر استراتژی بارت را انتخاب کرده و هر دو برنامه را به مثابه متن در نظر بگیریم، پس با تکثیر معانی در هر دو برنامه مواجه خواهیم شد که نتیجه‌ی برخورداری آنها از تصاویر متعدد است؛ زیرا همانطور که قبلاً گفته شد، «تکثیر معنا در متن یعنی مشحون بودن متن از تصاویر» (پین، ۱۳۷۹: ۱۴). در «پراشو» از مهمانان سوالاتی پرسیده می‌شود که ممکن است پاسخ به آنها برای ایشان خوشایند نباشد:

«پرا: خب تا حالا خودت رو مست دیده بودی؟»

سارا: هیچ وقت خودم رو مست دیده بودم قبلاً. اصلاً هم دلپذیر نبود.»

در حالی که در «ماه غسل» مجری تاکید می‌کند که مهمانان آزاد هستند تا به سوالات پاسخ ندهند و این که به میل خودشان حرف بزنند. این آزادی عمل در معنای هرمنوتیکی کلمه در گفتگوی مبتنی بر پرسش و پاسخ، از یک طرف با مولفه‌های روایت‌گری (مانند سخنوری و غیره) در ارتباط است که علی‌خانی نیز به عنوان مجری/تهیه‌کننده‌ی برنامه بر ضرورت آنها تاکید دارد و از طرف دیگر، به دلیل مطرح شدن موضوعاتی که ممکن است حساسیت‌برانگیز باشند، ریشه‌های فرهنگی نیز دارد و در نتیجه از جانب مجری احتیاط می‌طلبد. از این منظر می‌توان اظهار داشت که «پرا شو» دارای قضاوت و صراحت بیشتری است تا «ماه غسل».

امکان‌پذیری تأویل هرمنوتیکی دو برنامه بر مبنای عنصر زبان گفتگو و ایجاد فضای دموکراتیک
در این باره عنصر گفتگو یا زبان گفتگوست که اهمیت پیدا می‌کند. در واقع هر گونه توجه به زبان، مساوی است با توجه به گفتگو که عنصر ارتباطی (حداقل بین دو نفر) را از قبل در خود دارد و در نتیجه از اهمیت زیادی برخوردار است. به عبارت دیگر، فهم ما از تجارب تلخی مانند فروپاشی خانوادگی یا تجارب شیرینی مانند اراده به تغییر و غلبه بر مشکلات که در هر دو برنامه بیان می‌شوند، در وهله‌ی نخست وابسته و منوط به منوط به منوط گفتگو هستند که ما در مقام

مخاطب، آن را کشف می‌کنیم. در «اپرا شو» و «ماه غسل»، گفتگو نوعی بده‌بستان است که علی‌رغم شکل‌گیری زمینه یا پایه‌ی نشانه چنان که مد نظر پیرس است، به دیگر تفسیرکنندگان (با مفسران اشتباه نشود) مجال ظهور داده و در نتیجه تبادل، به مانند نوعی فرآیند، ادامه پیدا می‌کند.

شرکت‌کنندگان، با آزادی عمل خودشان را بیان می‌کنند و با وجود این که تجارب زیسته‌ی آنها مستقیماً به معضلات اجتماعی هر دو جامعه‌ی آمریکا و ایران بر می‌گردد، اما تقریباً از امر و نهی مجریان و کارشناسان برنامه فارغ هستند و از آزادی عمل و اختیار کافی برخوردار می‌باشند. با این که «اپرا شو» بیشتر دغدغه‌های آسیب‌شناسانه دارد تا اخلاقی و در «ماه غسل»، آسیب‌شناسی با رویکردی قویاً اخلاقی دنبال می‌شود، اما در هیچکدام از این دو برنامه‌ی گفتگو محور ما با انحصار حقیقت روبرو نیستیم؛ چون مجریان متکلم وحده نیستند، بلکه جزئی از گفتگوها هستند و بر اساس منطق گفتگو که به ویژه در زبان مورد استفاده‌ی آنها منعکس می‌شود، برنامه‌ها را پیش می‌برند. در واقع به نظر می‌رسد که هم «اپرا شو» و هم «ماه غسل»، در هر دو برنامه‌ای که به موضوعات حساس اعتیاد و خیانت اختصاص داده‌اند، این نکته‌ی کلیدی را از نظر دور نداشته‌اند.

نکته‌ی بعدی در زمینه‌ی محوریت گفتگو، دوری نسبی از پیش‌داوری‌ها و قضاوت‌ها مربوط است. اپرا وینفری هیچ جا به عنوان داور یک‌طرفه حاضر نمی‌شود و ردایلی مانند بدمستی، بی‌مبالائی در قبال فرزندان و شوهران که تجارب شرکت‌کنندگان مملو از آنها می‌باشد را به عنوان ابزاری برای محکوم کردن یا تحقیر آنها به کار نمی‌گیرد؛ بلکه تلاش می‌کند تا با استفاده از زبانی بی‌طرف و محترمانه و البته صریح، شرکت‌کنندگان را بفهمد و درک کند و با این کار مخاطبان را نیز دعوت کند تا در این فهم شریک باشند. احسان علیخانی نیز مدام از بینندگان می‌خواهد تا از یک طرف، برداشت آزاد خود را از قصه داشته باشند («برداشت از این قصه کاملاً آزاده برای شما. هر کسی تصور و تلقی خودش رو داره») و از طرف دیگر، بر این موضوع تاکید می‌کند که قضاوت‌ها متنوع هستند و برای اثبات این موضوع، به حال و هوای ماه رمضان و قدرت تاثیرگذاری آن بر روحیه‌ی انسان‌ها متوسل می‌شود.

جایگاه زبان گفتگو در دو برنامه بر مبنای نظریه‌های گفتمان

نظریه‌های گفتمان به بررسی نحوه استفاده از زبان در موقعیت‌های مختلف اجتماعی می‌پردازند. در این نظریه‌ها، زبان نه صرفاً ابزاری برای انتقال اطلاعات، بلکه ابزاری برای کنش اجتماعی و

ساخت واقعیت اجتماعی است. هر دو برنامه ماه عسل و اپرا شو از زبان گفتگو برای اهداف مختلفی استفاده می‌کنند.

برنامه ماه عسل: در برنامه ماه عسل، از زبان گفتگو برای ایجاد فضایی صمیمی و گفتگوی دوستانه بین مجری و مهمانان استفاده می‌شود. هدف این برنامه اشتراک‌گذاری داستان‌ها و تجربیات افراد مختلف است. زبان گفتگو در این برنامه نقشی عاطفی و همدلانه دارد و به ایجاد ارتباط عاطفی بین مخاطبان و مهمانان برنامه کمک می‌کند.

برنامه اپرا شو: در برنامه اپرا شو، از زبان گفتگو برای بحث و گفتگو در مورد موضوعات مختلف استفاده می‌شود. هدف این برنامه ارائه اطلاعات و دیدگاه‌های مختلف به مخاطبان است. زبان گفتگو در این برنامه نقشی تحلیلی و چالشی دارد و به مخاطبان کمک می‌کند تا به درک عمیق‌تر موضوعات مختلف دست پیدا کنند.

بر اساس نظریه‌های گفتمان، می‌توان جایگاه زبان گفتگو در دو برنامه ماه عسل و اپرا شو را به شرح زیر تحلیل کرد:

برنامه ماه عسل: در این برنامه، از زبان گفتگو برای ایجاد هویت گفتمانی برای مخاطبان استفاده می‌شود. هویت گفتمانی مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که افراد در یک گفتمان خاص به اشتراک می‌گذارند. همچنین زبان گفتگو در این برنامه به ایجاد همبستگی اجتماعی بین مخاطبان کمک می‌کند.

برنامه اپرا شو: در این برنامه، از زبان گفتگو برای ایجاد گفتمان عمومی در مورد موضوعات مختلف استفاده می‌شود. گفتمان عمومی فضایی برای تبادل نظر و گفتگو بین افراد مختلف جامعه است. نهایتاً زبان گفتگو در این برنامه به افزایش آگاهی عمومی و ترویج گفتگوی دموکراتیک کمک می‌کند.

زبان گفتگو در دو برنامه ماه عسل و اپرا شو جایگاهی مهم دارد. در هر دو برنامه، از زبان گفتگو برای ایجاد ارتباط با مخاطبان، تبادل نظر و گفتگو، و ساخت واقعیت اجتماعی استفاده می‌شود. در هر دو برنامه‌ی «اپرا شو» و «ماه عسل»، عنصر چندصدایی نیز نقش ایفا می‌کند که البته آن را باید در امتداد همان گفتگو (دیالوگ) در نظر گرفت.

تطبیق زبانی دو برنامه بر مبنای نظریه‌ی بارت: جایگاه نویسنده و مخاطب نسبت به یکدیگر

رولان بارت، نظریه‌پرداز فرانسوی، در نظریه خود به بررسی رابطه بین نویسنده، متن و مخاطب می‌پردازد. بارت معتقد است که متن، فضایی خالی است که توسط مخاطب پر می‌شود. به عبارت دیگر، معنای متن توسط مخاطب و در حین خوانش متن ساخته می‌شود.

برنامه ماه عسل: در این برنامه، مجری نقش نویسنده را دارد و مهمانان و مخاطبان نقش خواننده را دارند. مجری با طرح سوالات و ارائه اطلاعات، متن را تولید می‌کند. مهمانان و مخاطبان با تفسیر و تأویل متن، معنای آن را می‌سازند. در این برنامه، نویسنده (مجری) حضور پررنگی دارد و مخاطب در جایگاهی منفعل‌تر قرار دارد.

برنامه اپرا شو: در این برنامه، مجری و مهمانان هر دو نقش نویسنده را دارند. هر دو با ارائه اطلاعات و دیدگاه‌های خود، متن را تولید می‌کنند. مخاطبان با تفسیر و تأویل متن، معنای آن را می‌سازند. در این برنامه، نویسنده (مجری و مهمانان) حضور کمرنگ‌تری دارند و مخاطب در جایگاهی فعال‌تر قرار دارد.

مقایسه: بر اساس نظریه بارت، می‌توان گفت که در برنامه ماه عسل، نویسنده (مجری) قدرت و سلطه بیشتری نسبت به مخاطب دارد. در حالی که در برنامه اپرا شو، نویسنده (مجری و مهمانان) قدرت و سلطه کمتری نسبت به مخاطب دارند. در برنامه ماه عسل، سبک گفتگو بیشتر یک‌طرفه است و مجری در جایگاه فردی دانا قرار دارد. در حالی که در برنامه اپرا شو، سبک گفتگو بیشتر دوطرفه است و مجری و مهمانان در جایگاهی برابر با یکدیگر قرار دارند. در برنامه ماه عسل، موضوع برنامه بیشتر احساسی و عاطفی است و مخاطبان در جایگاهی منفعل‌تر قرار می‌گیرند. در حالی که در برنامه اپرا شو، موضوع برنامه بیشتر تحلیلی و چالشی است و مخاطبان در جایگاهی فعال‌تر قرار می‌گیرند.

نتیجه‌گیری

برنامه‌های گفتگومحور تلویزیونی، به عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین برنامه‌ها، از جایگاه ویژه‌ای در رسانه برخوردارند. ادبیات، به عنوان عنصری اساسی در ساخت و اجرای این برنامه‌ها، نقشی کلیدی در جذب مخاطب و انتقال پیام ایفا می‌کند. بررسی تطبیقی دو برنامه «ماه عسل» و «اپرا شو» نشان می‌دهد که هر دو برنامه از ادبیات در سطوح مختلف زبانی، محتوایی و

ساختاری استفاده می‌کنند. با این حال، نحوه استفاده از ادبیات در این دو برنامه متفاوت است. در سطح زبانی، «ماه عسل» بیشتر بر داستان‌سرایی و ایجاد عاطفه و همدلی تمرکز دارد، در حالی که «اُپرا شو» بیشتر بر ارائه اطلاعات و آگاهی به مخاطبان تمرکز دارد. در سطح محتوایی، «ماه عسل» به موضوعات اجتماعی و فرهنگی با رویکردی احساسی و عاطفی می‌پردازد، در حالی که «اُپرا شو» به موضوعات مختلف با رویکردی عقلانی و تحلیلی می‌پردازد. در سطح ساختاری، «ماه عسل» از ساختاری داستانی و روایی بهره می‌برد، در حالی که «اُپرا شو» از ساختاری گفتگومحور و تحلیلی بهره می‌برد.

پرسش اصلی پژوهش کنونی که در بدو امر مطرح گردید، چرایی و چگونگی کارکرد ادبیات در برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور بود. منظور ما از ادبیات، معنای وسیع آن است که شامل عناصر زبانی - نشانه‌شناختی می‌گردد؛ یعنی مجموعه‌ای از واژگان، علائم و نشانه‌ها و رمزگان زبانی که به منظور برانگیختن هدفی خاص و انتقال پیامی ویژه، «اثر» را شکل می‌دهند. در واقع ما، هم در مباحث نقد ادبی و هم در مطالعات نشانه‌شناختی، تجلی ادبیات و داستان و زبان به کار گرفته شده در این دو را به عنوان نمونه‌های روایی الگوماند نزد سایر روایات غیر ادبی و به ویژه روایات شنیداری - دیداری - که به واسطه‌ی سینما، از جمله مهم‌ترین وارثان ادبیات و رمان هستند - نیز مشاهده می‌کنیم. برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور، چنان چه از نامشان بر می‌آید، با محوریت گفتگو (دیالوگ) بنیان نهاده شده‌اند و در نتیجه در کنار ابعاد مهمی مانند ابعاد دراماتیک، پرفورماتیو، میزاسن و غیره، برای زبان و لحن و در کل روایت، اهمیتی غیر قابل انکار قائلند. در هر دو برنامه‌ی «اُپرا شو» و «ماه عسل»، چنان چه دیدیم، بین لایه‌های متنی و نظام‌های نشانه‌شناختی - که ترکیبی از صدا و تصویر هستند - یک شبکه‌ی تعاملی و چندوجهی پیچیده وجود دارد که در بحث از بازخوانی و تفسیر مقایسه‌ای این دو برنامه، بدان پرداخته شد.

دو برنامه‌ی «اُپرا شو» و «ماه عسل»، با حجم وسیعی از مخاطب و قدرت تاثیرگذاری، به ترتیب در دو کشور آمریکا و ایران به منزله‌ی موفق‌ترین برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور شناخته شده‌اند و برای برنامه‌های مشابه، الگوسازی کرده‌اند. در مقاله‌ی حاضر، این دو برنامه‌ی از منظر زبانی، مطالعه و مقایسه شدند. با توجه به این که هر دو برنامه به عنوان برنامه‌های تلویزیونی گفتگومحور در رسانه‌های ملی ارائه شده‌اند و اصل بدیهی در آنها گفتگوست، گفتگویی که با واژگان و عبارات شکل می‌گیرد و بنابراین، گزینش واژگان که ساختار ادبیات را

تشکیل داده و همنشینی واژگان که محتوای آن را شکل می‌دهد، موضوعاتی هستند که در هر یک از دو برنامه، به اشکال مختلف ظهور می‌کنند. از طرفی هر دو برنامه بدون استفاده از زبان دیالوگ و گفتگو، قادر به اشتراک گذاشتن محتوای واقعی خود نیستند و در نتیجه پیام آنها بدون مخاطب باقی می‌ماند. پس با تکیه بر عنصر زبان و درهم‌آمیختگی با زبان می‌توان این دو برنامه را نشانه‌شناختی تلقی نمود. حضور مخاطبان در استودیو (در «اپرا شو»، پرسش و پاسخ‌های شرکت‌کنندگان با مجری یا با کارشناس برنامه، تبلیغات میان‌برنامه‌ای (در «ماه عسل») و غیره را باید جملگی به معنای تصدیق پیام‌های زبان‌شناختی این برنامه‌ها که محتوای سمعی - بصری تولید می‌کنند، دانست.

اهمیت زبان گفتار از تفکیک بین لانگ و پارول در دستگاه نشانه‌شناختی سوسور می‌آید. اگر گفتار را تکرار نشانه‌های یکسان در نظر بگیریم پس «اپرا شو» و «ماه عسل»، مصادیق بارز آن هستند؛ چرا که هم مجریان و هم شرکت‌کنندگان، از رمزگان زبانی (علائم، نشانه‌ها، هنجارها، قواعد و غیره) بهره می‌برند. به ویژه این امر در مورد شرکت‌کنندگان صدق می‌کند که به سوژه‌های سخنگو (متکلم) بدل می‌شوند. در «ماه عسل» به خاطر طولانی بودن گفتگوها از طریق تکرار و توالی، بیشتر ایجاد نشانه می‌شود.

هم «اپرا شو» و هم «ماه عسل»، واجد دو محور جانشینی و همنشینی هستند. بلند بودن «ماه عسل» باعث می‌شود تا عناصر جدیدی در طی برنامه، در محور جانشینی شکل بگیرد. در حالی که در «اپرا شو» به علت ضرباهنگ بالاتر برنامه، گفتگوهای کوتاه‌تری شکل می‌گیرد و همین امر باعث می‌شود تا کمتر با شکل‌گیری عناصر جدید روبرو باشیم.

با توجه به نظریه‌ی باختین که بر چندصدایی تاکید دارد و آن را تعاملی می‌داند که بین گفتمان راوی اصلی و گفتمان دیگر شخصیت‌ها است، در «اپرا شو»، نظرهایی که رد و بدل می‌شوند قطعی‌ترند اما در «ماه عسل» مجری تاکید می‌کند که قضاوت نکنیم. البته با توجه به حضور کارشناس در برنامه اپرا نمی‌توان این چندصدایی را مزیتی برای نمونه ایرانی دانست.

خوانش هر دو برنامه‌ی تلویزیونی گفتگومحور «اپرا شو» و «ماه عسل» می‌تواند به تأویل هرمنوتیکی از آنها نیز منجر شود. با در نظر گرفتن نشانه‌شناسی پیرس، هر دو برنامه نه تنها هر سه عناصر نشانه‌شناختی (شمایل و علامت و نماد) را در خود دارند، بلکه با دارا بودن مولفه‌های ترکیبی و عوامل غیر زبانی (فیلمبرداری، نورپردازی، صحنه‌پردازی، تدوین، موسیقی و غیره)، امکان تأویل‌پذیری خود را افزایش می‌دهند. بر اساس این نشانه‌ها می‌توان نتیجه گرفت در

برنامه «ماه غسل» داستان و در «آپرا شو» موضوع از اهمیت بیشتری برخوردار است. در هیچکدام از این دو برنامه ما با انحصار حقیقت روبرو نیستیم؛ چون مجریان متکلم وحده نیستند، بلکه جزئی از گفتگوها هستند.

نسبت بین نویسنده و مخاطب در دو برنامه‌ی «آپراشو» و «ماه غسل» همسان نیست. در «آپراشو»، مجری، بعد از بازکردن موضوع در نقش کمک‌کننده و ناجی ظاهر می‌شود و در نتیجه بیشتر تداعی‌کننده‌ی تعریف کلاسیک از نویسنده (مولف) و مخاطب است که لزوماً در چارچوب نظریه‌ی بارت نمی‌گنجد، اما در «ماه غسل» نقش مجری ناجی نیست. در عوض، در عین حفظ ظاهری بی‌طرفی و با تکیه بر بُعد قهرمانی و ستایش از قهرمان داستان، مخاطب را غیر مستقیم به سمتی راهنمایی می‌کند که نیت اصلی او را نشان می‌دهد.

بنابراین اگر برنامه‌های تلویزیونی گفتگو محور از ویژگی‌هایی که در بالا ذکر شدند برخوردار باشند یا حداقل برای نمود پیدا کردن آنها تلاش نمایند، پس ضروری است که پژوهشگران و منتقدان نیز در حوزه‌های مطالعاتی گوناگون، این برنامه‌ها را به بوته‌ی آزمایش گذاشته و از این طریق راه را برای مطالعات مشابه بعدی هموار سازند.

منابع

- احمدی، بابک (۱۳۹۱). *ساختار و تاویل متن*. تهران: مرکز.
- بارت، رولان (۱۴۰۱). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه: صادق رشیدی و فرزانه دوستی. تهران: علمی و فرهنگی.
- پاینده، حسین (۱۳۹۰). *گفتمان نقد*. تهران: نیلوفر.
- پاینده، حسین (۱۳۹۸). *گشودن رمان: رمان ایران در پرتو نظریه و نقد ادبی*. تهران: مروارید.
- پین، مایکل (۱۳۷۹). *بارت، فوکو، آلتوسر*. ترجمه: پیام یزدانجو. تهران: مرکز.
- تودوروف، تزوتان (۱۳۷۷). *منطق گفت‌وگویی میخائیل باختین*. ترجمه: داریوش کریمی. تهران: مرکز.
- چندلر، دانیل (۱۳۹۷). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه: مهدی پارسا. تهران: سوره مهر.
- خانیکی، هادی (۱۳۹۲). *در جهان گفت و گو: بررسی تحولات گفتمانی در پایان قرن بیستم*. تهران: هرمس.
- سوسور، فردیناند دو (۱۳۹۲). *دوره‌ی زبان‌شناسی عمومی*. ترجمه: کوروش صفوی. تهران: هرمس.
- شمیسا، سیروس (۱۴۰۱). *معانی*. تهران: میترا.

- شهبها، محمد (۱۳۹۰). *زیباشناسی عناصر بصری در برنامه‌های خبری و گفتگومحور تلویزیونی*. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- گیرو، پی‌یر (۱۳۹۲). *نشانه‌شناسی*. ترجمه: محمد نبوی. تهران: آگه.
- مک‌کی، رابرت (۱۳۸۲). *داستان*، ترجمه: محمد گذرآبادی، تهران: هرمس.
- میرصادقی، جمال (۱۳۶۷). *عناصر داستان*، تهران: شفا.
- میرصادقی، جمال (۱۳۹۰). *ادبیات داستانی*، تهران: سخن.
- بیطرفان، فاطمه سادات و شکاری، عباس (۱۳۹۵). «بازشناسی مولفه‌های تربیتی - دینی در مجموعه تلویزیونی ماه عسل؛ با تاکید بر سواد رسانه». *پژوهش‌نامه تربیت تبلیغی*. بهار و تابستان ۱۳۹۵، شماره ۱۱ و ۱۲، صص ۳۳-۶۸.
- سروری زرگر، محمد (۱۳۹۱). «برنامه‌ی تلویزیونی به مثابه متن؛ درآمدی بر روش‌شناسی مطالعات تلویزیون با تکیه بر روش نشانه‌شناسی». *سوره اندیشه*. اردیبهشت و خرداد ۱۳۹۱، شماره ۵۸ و ۵۹، صص ۲۸۶-۲۹۱.
- طهرانی‌پور، زهره؛ بساک؛ حسن و اشرف‌زاده، رضا (۱۳۹۹). «بررسی عناصر داستانی در منظومه‌ی عصمت‌نامه‌ی کلانوری». *دوفصلنامه مطالعات شبه‌قاره دانشگاه سیستان و بلوچستان*، ۱۲(۳۸): ۱۴۶-۱۲۷.
- غلامی، فرزاد و بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۹). «صنعت فرهنگ و تلویزیون در ایران: تحلیل انتقادی برنامه ماه عسل». *نشریه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. تابستان ۱۳۹۹، دوره نهم، شماره ۲، صص ۳۷۳-۳۹۲.
- فرخ‌نژاد، رضا و سالاری، عزیزالله (۱۳۹۷). «تحلیل نشانه‌شناختی اینوگرافیک و موشن‌گرافیک‌های پخش‌شده از شبکه‌های تلویزیونی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۶»، *نشریه رسانه‌های دیداری و شنیداری*، زمستان ۱۳۹۷، شماره ۲۸، صص ۱۹۹-۲۲۸.
- منتظر قائم، مهدی و مهربانی‌فر، حسین (۱۳۹۴). «برنامه‌های گفتگومحور تلویزیونی و چگونگی آن در دو نظام رسانه‌ای آمریکا و ایران، واکاوی اقتضات، ضرورت‌ها و بایسته‌ها». *رسانه*، ۲۶(۳): ۱۷۸-۱۶۳.
- ادب‌خواه، نرجس (۱۳۸۸). *تاک شوی تلویزیونی به مثابه درام*. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد تهیه‌کنندگی، دانشکده صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران.
- حسینی، سید محمد (۱۳۹۶). *وجهه در فرهنگ ایرانی و ارتباط آن با ادب: مطالعه موردی گفتگوهای زنده تلویزیونی*. مقاله دکتری، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

- زاهدین فرد، مریم و توکلی رستمی، فاطمه (۱۴۰۰)، «تفاوت هم‌بوم‌پنداری از دیدگاه دیوید هرمن با همذات‌پنداری در روایت‌شناسی»، *مطالعات نقد ادبی*، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، شماره ۵۱، صص ۴۱-۵۴.
- Abdul Wahab, Juliana (2011). “Television Talk Show and the Public Sphere”. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*. Jilid 27(2): 29-45.
- Abt V, Seesholtz M (1994). “The shameless world of Phil, Sally and Oprah: Television talk shows and the deconstructing of society”. *Journal of popular Culture*. 28(1):171-91.
- Ilie C (2001). “Semi-institutional discourse: the case of talk shows.” *Journal of Pragmatics* 33(2), pp. 209-254.
- Ilie C (2006), “Talk Shows”. In: Keith Brown, (Editor-in-Chief) *Encyclopedia of Language & Linguistics*, volume 12, pp. 489-494. Oxford: Elsevier.
- Lee J. (2019). “Scaling as an argumentative resource in television talk shows”. *Journal of Pragmatics*. 150: 133-149.
- Nabi, L. R., Hendriks A. (2006). “The Persuasive Effect of Host and Audience Reaction Shots in Television Talk Shows”. *Journal of Communication* 53(3):527 – 543.
- Paz Perez, Elisa (2020). *Gender representation and television talk show: An analysis of prime time and late-night shows in Europe and the United States*. PHD Thesis, Barcelona University.
- Peck, J. (1995). “TV Talk Shows as Therapeutic Discourse: The Ideological Labor of the Televised Talking Cure”. *Communication Theory*, 5(1).
- Shaakir, Adill Nisar Uddin (2015). “The Role of Media Talk-Show in Democracy of Bangladesh: An Inclusive Research Paper”, *Free papare. Course in Political Science*. University of Dakha.
- Spjeldnæs, K., & Karlsen, F. (2022). “How digital devices transform literary reading: The impact of e-books, audiobooks and online life on reading habits”. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448221126168>
- Tolson A. (2001). *Television Talk Shows: Discourse, Performance, Spectacle* (Routledge Communication Series). London: Routledge.
- Wu, Hongli and Lu, Jingjing (2018). “Comparative Studies of Talk Shows in China and America from Hosting Styles”. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education* (IJHSSE), Volume 5, Issue 5, May 2018, PP. 42-48 (<http://dx.doi.org/10.20431/2349-0381.0505006>)
- Zhu, J. & Wang, X. (2013). “Unveiling the Political Elite: High-Ranking Chinese Officials on Television Talk Shows”. *Journal of Chinese Political Science*, N. 18, pp. 117-137
- Adabkhah, Narges. (2009). *Television Talk Show as Drama*. Master’s Thesis in Production, IRIB Faculty. (in persian).

- Barthes, Roland. (2022). *Fundamentals of Semiotics*. Translated by Sadegh Rashidi & Farzaneh Doosti. Tehran: Elmi va Farhangi. (in persian).
- Beitrafan, Fatemeh Sadat & Shekari, Abbas. (2016). “Recognizing Religious-Educational Components in the TV Program Mah-e Asal: With Emphasis on Media Literacy.” *Promotional Education Research Journal*, Spring & Summer 2016, No. 11 & 12, pp. 33–68. (in persian).
- Chandler, Daniel. (2018). *Fundamentals of Semiotics*. Translated by Mehdi Parsa. Tehran: Soore Mehr. (in persian).
- Farokhnejad, Reza & Salari, Azizollah. (2018). “A Semiotic Analysis of Infographics and Motion Graphics Broadcast on Iranian Television in 2017.” *Journal of Visual and Audio Media*, Winter 2018, No. 28, pp. 199–228. (in persian).
- Gholami, Farzad & Bichranlou, Abdollah. (2020). “Culture Industry and Television in Iran: A Critical Analysis of the Mah-e Asal Program.” *Journal of Social Studies and Research in Iran*, Summer 2020, Vol. 9, No. 2, pp. 373–392. (in persian).
- Guiraud, Pierre. (2013). *Semiotics*. Translated by Mohammad Nabavi. Tehran: Agah. (in persian).
- Hosseini, Seyyed Mohammad. (2017). *Face in Iranian Culture and Its Relation to Politeness: A Case Study of Live Television Interviews*. Doctoral Dissertation, Tarbiat Modares University, Tehran. (in persian).
- Khaniki, Hadi. (2013). *In the World of Dialogue: Analyzing Discursive Transformations at the End of the 20th Century*. Tehran: Hermes. (in persian).
- McKee, Robert. (2003). *Story*. Translated by Mohammad Gozarabadi. Tehran: Hermes. (in persian).
- Mirsadeghi, Jamal. (1988). *Elements of Fiction*. Tehran: Shafa. (in persian).
- Mirsadeghi, Jamal. (2011). *Fiction Literature*. Tehran: Sokhan. (in persian).
- Montazer-Ghaem, Mehdi & Mehrabani-Far, Hossein. (2015). “Television Talk Shows and Their Nature in Two Media Systems of the U.S. and Iran: Analyzing Necessities, Requirements, and Considerations.” *Resaneh*, 26(3): 163–178. (in persian).
- Payandeh, Hossein. (2011). *Discourse of Criticism*. Tehran: Niloufar. (in persian).
- Payandeh, Hossein. (2019). *Opening the Novel: Iranian Novel in the Light of Literary Theory and Criticism*. Tehran: Morvarid. (in persian).
- Payne, Michael. (2000). *Barthes, Foucault, Althusser*. Translated by Payam Yazdanjoo. Tehran: Markaz. (in persian).
- Sarvari Zargar, Mohammad. (2012). “Television Program as a Text: An Introduction to Television Studies Methodology with an Emphasis on Semiotics.” *Soreh Andisheh*, May & June 2012, No. 58 & 59, pp. 286–291. (in persian).

- Saussure, Ferdinand de. (2013). *Course in General Linguistics*. Translated by Kourosh Safavi. Tehran: Hermes. (in persian).
- Shahba, Mohammad. (2011). *Aesthetics of Visual Elements in News and Talk Show Programs*. Tehran: IRIB Research Center. (in persian).
- Shamisa, Siros. (2022). *Meanings*. Tehran: Mitra. (in persian).
- Todorov, Tzvetan. (1998). *The Dialogical Logic of Mikhail Bakhtin*. Translated by Daryoush Karimi. Tehran: Markaz. (in persian).
- Tohrani-Pour, Zohreh; Basak, Hassan & Ashrafzadeh, Reza. (2020). "An Analysis of Narrative Elements in the Poem Esmat-Nameh by Kalānuri." *Subcontinent Studies*, University of Sistan and Baluchestan, 12(38): 127-146. (in persian).
- Zahedin-Fard, Maryam & Tavakoli-Rostami, Fatemeh. (2021). "David Herman's Concept of Homodiegetic Identification Versus Empathy in Narratology." *Literary Criticism Studies*, Fall & Winter 2021, No. 51, pp. 41-54(in persian).
- Ahmadi, Babak. (2012). *Structure and Interpretation of the Text*. Tehran: Markaz. (in persian).

منابع تلویزیونی

- برنامه‌ی ماه غسل (۱۳۹۵)، قسمت ۱۲ (به مجری‌گری احسان علیخانی).
- The Oprah Show (2004), "Moms Who Drink Too Much", Oprah Winfrey –January 2004 .