



پایان نامه دوره کارشناسی ارشد تهیه کنندگی - گرایش نمایش

## تاک شوی تلویزیونی به مثابه درام

نرجس ادب خواه

استاد راهنما :

دکتر محمود اربابی

بهار ۸۸

به نام خدا

کوچک و ناچیز

به

پدر و مادرم

این پژوهش به عنوان پایان نامه در مقطع کارشناسی ارشد در دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ارائه می شود اما طبعاً حاصل تمام سال های دانشجویی من در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد درباره فیلم و تلویزیون است.

به این ترتیب شاید اینجا فرصتی برای عرض تشکر و قدردانی ام از اساتید دانشکده صدا و سیما، خصوصاً اساتید محترم گروه تولید باشد، همچنین تشکر ویژه از دکتر محمود اربابی که به عنوان استاد راهنما با سعه صدر بسیار یاریم کردند.

همینطور از زحمات و صبوری پدر و مادر و سایر اعضای خانواده هم تشکر می کنم، چراکه حمایت و پشتیبانی آنها همیشه باعث اعتماد به نفس و عزت من بوده است.

در پایان بی انصافی است اگر از دوستانی که در شکل گیری کار عملی مکمل این پژوهش با عنوان «سلام آبی» همراه بودند چیزی نگویم.

قدردان همگی هستم، به ویژه خانم ها و آقایان: مالکی، سعیدی، تمجیدی، رضایی، تهمتن، رصافی، مصطفوی، گل بیدی، نظری، خادمی، امیر پور، ساکت اف، شاه ابراهیمی، شیرزی، علیشاهی و سایر دوستان.

با آرزوی سلامت و موفقیت روز افزون

نرجس ادب خواه

بهار ۸۸

## چکیده:

در بادی امر به نظر می‌رسد که تاک شوها با تولید ارزان و ویژگی‌های ساختاری خود در جدول برنامه‌های تلویزیون، تأثیرات ویژه‌ای بر تحول ساختار اقتصاد رسانه‌ها داشته‌اند، لکن تاک شوها به دلیل تمرکز بر مباحثات مردمی و گسترش مفهوم تلویزیون مردمی، بحث برانگیز و مهم می‌شوند. شاید بتوان گفت جذابیت تاک شوها به نوعی، در ذات جذابیت شنیدن و دیدن محاورات عادی مردم به صورت عامیانه، ریشه دارد. این ژانر اساساً نوعی از گفتگوی تلویزیونی یا همان برنامه‌های گفتگو محور در ایران است و بنابراین نقش محوری «گفتگو» و محاوره در آن محرز است. از آنجا که «گفتگو» می‌تواند «درام» باشد و هیجان و تعلیق ایجاد نماید، تاک شو نیز به همین ترتیب قابلیت‌های درام بودن را داراست؛ کوتاه سخن اینکه برای تماشاگر، تاک شو یک ژانر تلویزیونی جذاب است و این مهم در ویژگی‌های دراماتیک «تاک شو» نهفته است که باب دیگری را در مبحث زیبایی‌شناسی آن می‌گشاید، دقت در این نکات برای مدیران، برنامه‌سازان و دست‌اندرکاران رسانه‌ای چون تلویزیون مسلماً منجر به تغییرات مفیدی خواهد شد. از «تاک شو» به عنوان مهم‌ترین ژانر مردمی و گفتگو محور تلویزیونی یاد می‌شود که در تمام شبکه‌های تلویزیونی حضور دارد، در حالی که در ساختار سازمانی صدا و سیما عمولاً در پایین‌ترین درجه اعتباری یعنی «دال» طبقه‌بندی می‌شود! این پژوهش سعی در اثبات این فرضیه دارد که در میان تمام عوامل جذابیت که برای درام متصور است دراماتیک بودن، اصلی‌ترین و موثرترین عامل است.

از زاویه دیگر، بررسی ماهیت دوگانه و دراماتیک «تاک شو» در تحلیل زیبایی‌شناسی تمام ارکان تشکیل‌دهنده آن به عنوان یک ژانر تلویزیونی، موثر است.

این پژوهش به شیوه کاربردی و با استناد به نمونه‌های موجود به توصیف ارکان اساسی تاک شوها در جهت یافتن تأثیرات هر یک از ارکان در جذابیت آنها برای مخاطب می‌پردازد. برای نیل به این مهم از شیوه کتابخانه‌ای و تحلیل کیفی و توصیفی نمونه‌های متفاوت تاک شوهای تلویزیونی در شبکه‌های مختلفی مثل سی‌ان‌ان، ای‌بی‌سی، ام‌بی‌سی و غیره استفاده شده است.

**واژگان کلیدی:** ژانر، تاک شو، مباحثه، درام.

۱- فصل اول - کلیات تحقیق.....	۱
۱-۱- مقدمه.....	۱
۱-۲- طرح مسئله.....	۳
۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۴
۱-۴- سئوالات تحقیق.....	۵
۱-۵- فرضیات تحقیق.....	۵
۱-۶- تعریف مفاهیم کلیدی.....	۵
۲- فصل دوم - پیشینه تحقیق.....	۸
۳- فصل سوم - روش تحقیق.....	۱۳
۴- فصل چهارم - یافته های تحقیق.....	۱۴
۴-۱- تاک شوی تلویزیونی	
۴-۱-۱- نوع ارتباط با مخاطب.....	۱۵
۴-۱-۲- ویژگی های بنیادین رسانه ی تلویزیون.....	۱۶
۴-۱-۳- ویژگی های بنیادین تاک شو.....	۲۲
۴-۱-۴- ارکان تاک شو و انواع آن.....	۲۷
۴-۱-۵- گفتار تلویزیونی.....	۲۹
۴-۱-۶- نقش تعیین کننده ی مجری در نوع برنامه.....	۳۰
۴-۱-۷- فرمت های گفتگو.....	۳۳
۴-۱-۸- تاک شو - گفتگوی رسانه ای.....	۳۹

۴۲..... ۹-۱-۴- ژانر - شیوه تفکر.....

۴۷..... ۱۰-۱-۴- ژانر - تاک شو.....

۴-۲-۴-۲- درام

۵۲..... ۱-۲-۴- ارتباط با مخاطب.....

۵۷..... ۲-۲-۴- شخصیت و ماجرا.....

۶۳..... ۳-۲-۴- زبان.....

۶۵..... ۴-۲-۴- گفتگو.....

۴-۳-۴- تاک شوی دراماتیک

۷۳..... ۱-۳-۴- تاک شو - درام - داستان گویی.....

۸۰..... ۲-۳-۴- گفتگوی دراماتیک در تاک شو.....

۸۸..... ۳-۳-۴- شخصیت دراماتیک در تاک شو.....

۹۶..... ۴-۳-۴- ساختمان دراماتیک در تاک شو.....

۱۰۲..... ۵- فصل پنجم - نتیجه گیری.....

۱۰۲..... ۱-۵- تجزیه و تحلیل یافته ها.....

۱۰۵..... ۲-۵- محدودیت های تحقیق.....

۱۰۸..... فهرست منابع و مأخذ.....

۱۱۱..... پیوست ها.....

۱۱۱..... الف- تصاویر.....

۱۳۲..... ب- بخش هایی از کتاب تاک شو صفحه ۳۰ تا ۵۰.....

۱۳۲..... ب-۱- بخش انتخابی ۱.....

ب-۲- بخش انتخابی ۲..... ۱۳۵

ب-۳- بخش انتخابی ۳..... ۱۳۸

ب-۴- بخش انتخابی ۴..... ۱۴۰

ب-۵- بخش انتخابی ۵..... ۱۴۲



# ۱- فصل اول - کلیات تحقیق

## ۱-۱- مقدمه

در میان طیف وسیع برنامه های تلویزیونی شکل گرفته بر اساس گفتگو، «گفتگو» نقش محوری و اساسی ایفا می نماید. از برنامه های ساده و کم هزینه تا برنامه های سنگین و تولیدی، گفتگو به نسبت تئاتر و سینما در تلویزیون از اهمیت بیشتری برخوردار است، (همانطور که در جدول تکنیکی - استاتیکی آندره فرانک نیز دیالوگ برای تلویزیون در رتبه ی اول، برای تئاتر در رتبه سوم و برای سینما در رتبه ششم اهمیت قرار گرفته است) (نجم ، ۱۳۸۵).

گفتگو در تلویزیون آنقدر مهم بوده که ژانری به نام تاک شو خلق شده است، به این ترتیب که گفتگوی رادیویی با کمی پیشرفت به تلویزیون می آید و طی مراحلی که چند دهه طول می کشد دچار تغییر و تحول شده و امروز یکی از مهم ترین، جذاب ترین و البته موثر ترین ژانر های تلویزیونی در سراسر دنیا محسوب می شود.

گفتگو در ذات خود جذاب است، چرا که به خودی خود می تواند تنش، کشمکش، بحران، هیجان و جذابیت ایجاد نماید. بررسی تحلیلی، آکادمیک و زیبایی شناسانه گفتگو نیز دریچه های جالبی به روی بحث باز خواهد نمود. تا به حال در تحلیل برنامه های تلویزیونی به بررسی عوامل مختلف تشکیل دهنده آن، ساختار بیرونی و ارتباط اجزا مختلف برنامه با یکدیگر پرداخته شده اما به نظر می رسد با نگاه جزئی تر به ارکان هر برنامه و نگاه بینارسانه ای می توان به نتایج قابل توجه و بنیادینی دست پیدا کرد.

در همه ادوار و در سراسر جهان، درام جذابیت داشته است، انواع مختلفی از درام موجود است و از زمان های بسیار دور، نوشته هایی در نقد، بررسی و تحلیل درام وجود دارد که نشان از اهمیت و جذابیت آن دارد؛ از جمله بوطیقای ارسطو که به شرح دقیقی از نمایش، درام و انواع آن می پردازد،

و از آنجا که یکی از همین نقاط مهم و مورد بحث گفتگو است می تواند به تلویزیون هم تعمیم یافته و جذابیت های درام را به خدمت برنامه های تلویزیون نیز درآورد. شاید حتی بتوان هر چیز جذابی را درام خواند که به این تعبیر، دراماتیک کردن به معنی تزریق جذابیت به هر نوع برنامه می باشد.

به عبارت دیگر هر رسانه ای ویژگی هایی خاص از جنس «دراماتیک» دارد و هر متنی، با تغییر رسانه، باید برای رسانه جدید آدابه و سازگار شود یعنی ارکان دراماتیک موجود در متن و رسانه مورد نظر، هماهنگ شود تا جذابیت های آن امکان بروز یابند.

تاک شوی تلویزیونی به عنوان مهم ترین، موثرترین و جذاب ترین برنامه تلویزیونی در سراسر جهان (Tolson, 2001)، گفتگو محور است و اصل بنیادین آن گفتگو است؛ بنابراین با پذیرش گفتگو به عنوان درام، تاک شو نیز می تواند به مثابه درام پذیرفته شود.

اما تاک شوها فرمت های متنوعی دارند و در منابع مختلف، دارای تقسیم بندی های متفاوتی نیز می باشند، که امید است با مقایسه کلی این تقسیم بندی ها، تعریف مورد نظر ما یعنی «تاک شو به مثابه درام» آشکار تر شود. در ادامه ی بررسی ارکان درام و اثبات گفتگو به مثابه درام، به سمت فرمول سازی و قاعده مند نمودن برنامه های دیگر تلویزیون در جهت جذب مخاطب هدایت می شویم، از این رو تلاش ما بر این است که ارکان اساسی درام و تاک شو به عنوان ژانری مهم، گفتگو محور و نماد تلویزیون، بررسی و مقایسه شود.

منظور از فرمول سازی یا مباحث ساختاری در طی این پژوهش بیشتر ساختارهای درونی و حتی بیرونی متن و محتوای برنامه، بیشتر از نگاه محقق و یا تهیه کننده است و لذا بررسی اصول مرتبط به دکوپاژ و اغلب مواردی که به کارگردانی برمی گردد به فرصت دیگری موکول می شود، فرض در تمام مراحل بر این اصل است که کارگردان در یک تاک شوی دراماتیک هماهنگ کننده ی سایر عوامل بیرونی و متضمن اجرای درست، دقیق و روان هر آنچه در مقابل دوربین ها اتفاق می افتد است. در این مسیر به تعریف های جدیدی از درام، مجری، استودیو و متن رسانه ای رسیدیم که امید است با بسط معنی جدید آنها در ساختار تعریف شده، تاک شو بتواند در جذاب نمودن سیستماتیک و هدفمند گفتگوهای تلویزیونی و تاک شوها منشأ اثر باشد.

## ۲-۱- طرح مسئله

تمام سازمان های برنامه ساز تلویزیونی دنیا دارای ساختار سازمانی ویژه ای می باشند که علاوه بر قواعد، قوانین و طبقه بندی اداری شامل دستورالعمل ها و ساختار های تعریف شده ای نیز برای برنامه های آنها می باشد. این ساختار های تعریف شده تعبیر به ژانر می شود، یکی از ژانر های معروف و بسیار پر طرفدار «تاک شو» است. در تلویزیون ایران تقسیم بندی ها به دو صورت کلی انجام می گیرد: یکی از لحاظ بودجه بندی که شامل گروههای الف ویژه، الف، ب، جیم و دال است و دیگری ساختار های برنامه سازی است که در شبکه های متفاوت تقریباً مشابه است. این ساختارهای برنامه سازی در هر شبکه از لحاظ موضوع، مخاطب و فرمت تقسیم می شوند که شامل گروههای اجتماعی، اقتصادی، معارف، فرهنگ و تاریخ و هنر، حماسه و دفاع مقدس و... به عنوان تقسیم بندی موضوعی یا کودک برای مثال به عنوان تقسیم بندی بر اساس مخاطب است بعلاوه ی گروه فیلم و سریال یا گروه مستند که دسته بندی آن بر اساس فرمت است.

هر کدام از این گروهها طبقه بندی داخلی دیگری دارند که همچنین در همه گروههای شبکه های دیگر مشترک بوده و طبقه بندی ساختاری به حساب می آید، در تلویزیون ایران از آنها با عنوان «فرم یا قالب برنامه» یاد می شود و تقسیم بندی دیگری است بر اساس فرمت: مثل مستندمحض، مستند بازسازی، مستند گزارشی، میزگرد، نمایشی، مسابقه، مجری/گوینده، عروسکی، انیمیشن، کلیپ، سخنرانی، وله و غیره(ارتباط شخصی، اسحاقی، خرداد ۱۳۸۶).

آشکار است که تاک شو در هیچ کدام از این طبقه بندی ها حضور ندارد، البته آقای زاکانی مدیر بودجه جاری سازمان صدا و سیما به حضور تاک شو در سیستم به این شکل اشاره می کند: «هر تهیه کننده بعد از تاک شو خواندن طرح خود، باید منظور خود را تعریف کند. به این معنی که آیتم دارد یا نه، ترکیبی است یا گفتگوی استودیویی است... که در هر صورت جیم یا دال طبقه بندی می شود»(ارتباط شخصی، خرداد ۱۳۸۷). به هر حال به علت موفقیت و تأثیر گذاری آشکار این ژانر در دنیا، در اینجا ضروری دیدیم که به بررسی این ژانر و تفاوت های آن با ساختارهای نزدیک پرداخته و قدم های اولیه را برای رشد برنامه سازی «موثر» با این ساختار برداریم.

برای این منظور به بررسی ارکان و عوامل جذابیت این ژانر و تا حدودی که چارچوب بحث اجازه می دهد به زیبایی شناسی آن از طریق تحلیل دراماتیکی و مخاطب شناسانه می پردازیم.

۱ - و غیر آشکار در ایران! به این معنی که انواع مشابه آن به طور غیر سازمان یافته در حال شکل گیری است .

### ۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق

در پایان نامه های دانشجویی و حتی تحقیقات سازمانی صدا و سیما در مرکز تحقیقات و معاونت پژوهشی کارهای قابل توجهی در مورد ژانر و ساختار های برنامه سازی صورت نگرفته است، از «تاک شو»<sup>۱</sup> نیز تعریف دقیق و یکسانی وجود ندارد، البته لازم به ذکر است که به دلیل اهمیت موضوع و جدید بودن آن، مقالات بسیاری، به نوعی به این موضوع پرداخته اند اما به نظر می رسد در تعاریف اولیه دچار اشکالاتی باشند، یا اینکه صرفاً ترجمه متون خارجی اند بدون تحلیل و یا ترکیبی از این دو. این موضوع به تحقیقات آکادمیک نیز راه یافته از جمله یک پایان نامه در دانشکده صدا و سیما از صابر زلالی بناب که به بررسی ساختار برنامه های زنده تلویزیونی، تاریخچه و ویژگی های برنامه های گفتگو محور می پردازد اما البته به اصل دراماتیک بودن تاک شو که منظور بحث این پایان نامه است اشاره ای ندارد، ضمن اینکه این پژوهش نیز چون سایر منابع پیشین، از ترکیب «برنامه گفتگو محور» به عنوان معادل تاک شو استفاده می کند، که تعریف دقیقی نیست.

عمدتاً نظرات و تحلیل های واگرایی نسبت به تعاریف و نقش هرکدام از ارکان و عوامل برنامه های تلویزیونی در مقالات فارسی دیده می شود. شاید بتوان گفت مشکل عدم وجود ساختار روشن و تئوری پردازی تحلیلی دقیق است که باعث عدم کنترل شرایط و عدم امکان مدیریت نظام مند امکانات و نتیجه گیری از آنهاست. با کمی بدبینی می توانیم ادعا کنیم که این مشکل در بیشتر برنامه های تلویزیونی و بیشتر تحلیل های مرتبط با آنها کاملاً واضح است بطوری که با مطالعه اظهار نظرها اغلب یادی از مولوی و آن شعر ماندگارش می کنیم که: هرکسی از ظن خود شد یار من... به این معنی که وقتی تعاریف دقیق وجود ندارد ارزیابی ها و مقایسه ها جز اظهار نظر شخصی و حتی گروهی نیست! نشانه وجود این شرایط نبود تحلیل ساختاری است، که شاهدش هستیم. نشانه دیگرش چند صدایی و واگرایی افکار است که شاهد این دومی نیز هستیم. البته این مسئله تنها مختص تلویزیون نیست، گویی مشکل قرن است، بسیاری متفکران معاصر ایرانی این اشکال را در اغلب حیطه ها وارد می دانند. در اینجا اشاره به نظر دکتر داوری اردکانی از صاحب نظران فلسفه در ایران در مورد روی آوردن به فلسفه جالب است و بی ارتباط با بحث ما نیست، داوری معتقد است که روی آوری به فلسفه در ایران، ریشه در جستجوی یک راه حل آماده برای حل کاربردی مسائل جامعه بوده است و به بسیاری کسانی که فلسفه ی غرب را به ایران آوردند اشاره می کند که فکر می کردند باید ریشه های تمدن جدید را با تزریق افکار فلاسفه ی غرب بدست آورد در حالی که اینکار به نوعی پویایی فکری جامعه را از بین برد (امیر یار، ۱۳۸۴، ص ۲۱۵-۲۱۴). به نظر می رسد استفاده از

1 - Talk Show

فرمت‌ها و ساختارهای هنری در سینما و تلویزیون هم با همین انگیزه کاربردی همراه است و کمتر، ورای استفاده از آنها، تحلیلی موجود است.

امید است این پژوهش با نگرش «تاک شو به مثابه درام» و مقایسه‌ی تحلیلی عناصر این ژانر با اثراتی که در برنامه‌های مشابه آن در ایران موجود است بتواند اولین قدم‌ها را در جهت سازمان‌دهی «برنامه‌های گفتگو محور» بردارد چراکه شناخت بنیادی ژانر و بررسی و تئوریزه کردن قوانین نوشته و نانوشته‌ی آنها به ارتقاء برنامه‌ها کمک می‌کند و باید در صدر امور تحقیقی سازمان و خصوصاً دانشکده صدا و سیما باشد، به ویژه ژانری مثل «تاک شو» که در حال اشغال تمام باکس‌های تلویزیون بوده و به دلیل محوریت گفتگو، آن هم از نوع «محاوره»، بسیار در فرهنگ مردم و حتی احساس امنیت کلی جامعه اهمیت دارد.

#### ۴-۱- سنوالات تحقیق

۱. گفتگو چگونه می‌تواند در یک تاک شو تبدیل به درام شود؟
۲. کشمکش‌ها و هیجانانگیزات دراماتیک و جذابیت‌های «تاک شو» در چه مرحله‌ای و به چه شکلی ایجاد می‌شود؟
۳. ارکان اساسی ژانر «تاک شو» چیست و عملکرد آنها چگونه است؟
۴. جایگاه اهمیت فرهنگی-اجتماعی «تاک شو» به عنوان یک برنامه‌ی تلویزیونی مخاطب‌پسند، در ایران، کجاست؟

#### ۵-۱- فرضیات تحقیق

با توجه به نقش گفتگو که یکی از ارکان درام است، یک «تاک شوی» دراماتیک و جذاب تلویزیونی، ساختاری است که به درستی از عناصر «درام» از جمله گفتگو بهره گرفته است و در واقع یک درام خوب است.

#### ۶-۱- تعریف مفاهیم کلیدی

##### تاک شو

تاک شو در تعاریف این پژوهش با «گفتار تلویزیونی»، «گفتگوی تلویزیونی» یا «برنامه‌ی گفتگو محور» مورد استفاده تلویزیون ایران فرق دارد. تاک شو به طور کلی یکی از ساختارهای برنامه‌سازی

است که در جهان بسیار مورد اقبال واقع شده و تلاش بر این است که این ساختار ویژه را به عنوان ژانری مجزا تعریف کرده و با توجه به ویژگی هایی که بر خواهیم شمرد حتی انواعی از آن را به عنوان **درام تعریف نماییم**. به عبارت دیگر تاک شوی دراماتیک که مورد نظر این پژوهش است، یک ژانر تلویزیونی گفتگو محور است که با بهره گیری دراماتیک از تمام فرمت های گفتگو، احساسی از زنده بودن و پویایی را به تماشاگر تلویزیونی منتقل می نماید.

لازم به تأکید است که موضوع مورد بحث این پژوهش «تاک شوی دراماتیک» است نه هر برنامه ی کلام محوری با پسوند «شو» و نه هر برنامه ای با محوریت گفتگو.

### گفتگو

زبان یکی از شیوه های انتقال مفاهیم است که شامل انواع کلامی و حرکتی و... می شود. نوع کلامی آن خود دسته بندی های دیگری دارد که ابتدایی ترین آن مکالمه است انواع دیگری هم وجود دارد مثل سخنرانی، تک گویی، روایت، مصاحبه و یا «گفتگو».

گرچه مشابهت هایی بین این انواع وجود دارد اما «گفتگو»، مکالمه یا مصاحبه نیست، ما نیز به پشتوانه بسیاری شواهد از جمله قول ارسطو که حتی گفتگو را در جایگاه عمل می داند، با درام دانستن گفتگو آن را از سایر انواع مشابه مجزا می کنیم.

### درام

امروزه هر جا سخن از جذابیت هر اثری می شود از واژه درام یاد می شود. واژه ی درام دیگر مختص نمایش نیست و در هر بستر مستعدی یافت می شود. در محدوده ذهنی ما همیشه واژه دراماتیک به معنای نمایشی است که البته این تعبیر چندان هم صحیح نیست! در حقیقت «دراماتیک» بودن، ویژگی خاصی از امر «درام» است، نوعی حرکت و پویایی که در نمایش، موسیقی، قصه و یا اعمال، گفتگوها و حرکات، می تواند وجود داشته باشد.

### ژانر

مفهوم فرانسوی ژانر که از آن به نوع یا گونه نیز تعبیر می شود مفاهیم مختلفی را در مطالعات رادیو تلویزیون شامل می شود. ژانر برای بسیاری، چه مخاطبان، چه برنامه ریزان رسانه ای و منتقدان، مفهومی آشناست. وقتی مردم از تماشای تلویزیون حرف می زنند، مطمئناً منظور، دیدن انواعی از برنامه است که توسط رسانه تلویزیون، از طریق سیستم کابلی یا از طریق ماهواره و... دریافت و

پخش می شود. درصد زیادی از این برنامه ها ساختار روایتی دارند و به نوعی داستان می گویند. آرتور آسابرگر معمول ترین ژانر های تلویزیونی را به این شکل طبقه بندی می کند: تبلیغات، برنامه های خبری، کمدی های موقعیت، سوپ اوپرا، شوهای ورزشی، تاک شوها، حوادث ماجرا جویانه، شوهای کارآگاهی، شوهای علمی- تخیلی، درام های بیمارستانی، درام وسترن (AsaBerger , 2008 , para.3).

از نظر آسابرگر «ژانر» یک سیستم کاربردی است و یکی از کاربردهای آن، سازماندهی حقیقی و درست مراحل تولید در تلویزیون است که اغلب برای برنامه ریزی و مدیریت مالی و زمانی مفید است (AsaBerger , 2008 , para.17). علاوه بر آن ژانرها با ارائه تعاریف مشابه و تکرار شونده و با تغییر گاه به گاه یا جابه جایی آنها می توانند انتقال دهنده بسیاری مفاهیم فرهنگی باشند که بسیار جدی و مهم اند اما به این ترتیب بسیار راحت منتقل می شوند. بنابراین «سیستم مالی» و «اهمیت فرهنگی» هر دو فاکتورهای مهمی در فهم برنامه محسوب می شوند که بنابراین برای شناخت کامل اهمیت ژانر در تلویزیون باید آن را به عنوان یک سیستم بررسی کرد... آرتور آسابرگر بر این مسئله تأکید می کند که ژانر یک مفهوم عملی و مجزا در هر سطحی از برنامه سازی است، یک فرم طبقه بندی در رسانه، حتی اگر فرم های آینده ی تلویزیون، فرم های باقی مانده ی فعلی را تغییر دهد (AsaBerger , 2008 , para.22).

## ۲- فصل دوم - پیشینه تحقیق

یافتن یک تعریف مشترک از تاک شو کار ساده ای نیست؛ رسانه ملی مهم ترین منبع در این ارتباط نیز، این ساختار را به روشنی در خود تعریف نکرده، پژوهش های معاونت پژوهشی هم تاک شو را فقط برنامه گفتگو محور تعریف می کند، که از سخنرانی تا پخش اخبار تا میز گرد و حتی برنامه های مستند را می تواند شامل شود! منبع نقد و تحلیل معتبری نیز دیده نمی شود و به همین دلیل تحلیل ها نامعتبر و واگرا هستند.

در واقع تحلیل برنامه های تلویزیونی در ایران در دو دسته قرار می گیرد: یک دسته به تئوری های موجود و تجربه شده غیر ایرانی اشاره می کند که لزوماً هم به دلایل تفاوت فرهنگی و سیستم ارتباطی نمی تواند کمک کننده باشد و دسته دیگر تحلیل های شخصی یا بهتر «اظهار نظرهای واگرایانه و شخصی» است. مثلاً پایگاه خبری دانشجویان! تاک شوهای تلویزیون ایران را به نقد کشیده تاک شو را مهم ترین برنامه در تلویزیون های دنیا، شامل یک یا دو مجری با میهمان می داند، که راجع به مسائل مختلفی حرف می زنند و اغلب مخاطب استودیویی دارند و معتقد است «در ایران تاک شوها یادآور گفتگوهای حضوری است و کمتر چالش مد نظر است!» نویسنده که هنوز تعریف خود را واضح نکرده در ادامه حکم هم صادر می کند و برنامه گفتگوی ویژه خبری را مهم ترین تاک شوی سیاسی ایران معرفی می کند و صندلی داغ را به عنوان تاک شویی معرفی می کند که تکلیفش مشخص نیست!

یا خبرگذاری مهر! به اظهار نظر درباره تاک شوهای ایرانی و آسیب شناسی آنها می پردازد و عیب صندلی داغ را روزمره بودن و تکراری بودن اعلام می کند و علت جذابیت برنامه رشید پور را صراحت لهجه او می داند که باعث اعتماد مخاطب و ناراحتی میهمان می شود. یا پاکدل در وب نوشته هایش! از برنامه «باز هم زندگی» بیژن بیرنگ تمجید می کند و آن را یک گفتگو محور جذاب می داند و ...



سؤال اینجاست که آیا کسی در ایران این «استانداردهای رسانه در جهان» را تعریف کرده است؟ آیا این استانداردها یک امر بدیهی اند؟ چه آنها را وام بگیریم و چه با تئوری پردازی بومی آنها را تولید کنیم، تعریف آنها در رسانه از اهم واجبات است!

در واقع تألیف و ترجمه ای اختصاصاً و دقیقاً در مورد ساختار «تاک شو» یا تحلیل کاربردی آن، در ایران موجود نمی باشد. البته موارد مرتبط با موضوع زیادند، «مرتبط» به این مفهوم که ظاهراً در یک موضوع هستند و یا حتی عناوین مشابه دارند اما رویکرد و نگرش متفاوت یا به عبارتی منظور دیگری دارند، از جمله:

۱- زلالی بناب، صابر (۱۳۸۷). *مطالعه ساختاری برنامه های گفتگو محور با تأکید بر مطالعه تطبیقی برنامه های لری کینگ لایو و شب شیشه ای*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صداوسیما، تهران.

زلالی در پایان نامه اش تاک شو را «برنامه گفتگو محور» ترجمه می کند و بیشتر درباره ساختار مصاحبه صحبت می کند تا تاک شو. او از یک ژانر منحصر بفرد حرف نمی زند و به هیچ عنوان وارد مقوله درام نمی شود. زلالی ارزان بودن ساخت را به عنوان فرضیه پایان نامه اش مطرح نموده و ویژگی های یک مصاحبه ارزان اما جذاب را از نظر ساختاری در شوی لری کینگ بررسی می کند.

۲- شجاعیان، سعید (ویراستار) (۱۳۸۳). *برنامه های گفتگو محور (مختار زاده بهادرانی، لادن، مترجم)*، چاپ دوم، تهران: اداره کل پژوهش های سیما.

این کتاب در سه فصل، تهیه شده، در دو فصل اول به تاریخچه برنامه های گفتگو محور شبانگاهی و روزانه در پنجاه سال اخیر می پردازد و فصل سوم را به اشاره ای مختصر از بیست تاک شوی معروف اختصاص می دهد. به غیر از مقدمه که شامل ترجمه بخشی از مقاله ی تیم برگ درباره ی تاک شوست، اظهار نظر یا تعریف دیگری از این نوع برنامه در این کتاب وجود ندارد، در مورد ساختار نیز همینطور.

از منابع انگلیسی زبان، که به بررسی تحلیلی «تاک شو» می پردازد می توان به موارد زیر اشاره کرد:

3-Tolson, Andrew (2001). **Television Talk Show**. NewJersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

این کتاب شامل مجموعه ای از مقالات است که توسط افراد متفاوتی به نگارش درآمده، عنوان فصل و نگارنده های آنان در این کتاب به ترتیب زیر است:

- گفتگو درباره گفتگو: مناظره دانشگاهی، نوشته اندرو تولسن
- به نمایش درآوردن یک گفتگو، نوشته لوآن هارمن
- «نه، شما آشوب به پا کردید!» پیگیری یک اختلاف در مدیریت مباحثه های کارشناسی و غیر کارشناسی kilroy ، نوشته هلن وود
- وجوه مختلف withmeni: تاریخ و داستان های تاک شوی اسرائیلی، نوشته ششونا بلام کلکا
- «آیا تا به حال برای شما اتفاق افتاده؟» داستان های تاک شو به عنوان یک نمایش واسطه، نوشته جوآنا تورن بارو
- «اشکالی نداره که گریه کنی»: دو نوع گفتگو درمانی در تاک شوها، نوشته رایانا بران ویتن و اندرو تولسن
- مواجهه و مقابله به عنوان یک نمایش یا مناظره: چارچوب جدلی یا استدلالی شو Ricki Lake ، نوشته تن هاچ بی
- «به من مربوط نیست، شما بحث کنید»: نتیجه گیری کردن در شوی Springer Jerry ، نوشته گرگ میرز

فصل های یک، دو، سه و هشت این کتاب بسیار مورد استفاده این پژوهش قرار گرفت چراکه چه در ارتباط با ماهیت گفتگو و چه تاک شو به عنوان یک برنامه تلویزیونی به صورت تحلیلی و ساختارگرایانه بحث می کند.

4-Timberg, M. Bernard (n.d). **Talk Shows**. Retrived April 10, 2008, from [www.museum.TV/archives/etv/R/htmlR/riverageral.htm](http://www.museum.TV/archives/etv/R/htmlR/riverageral.htm)

این مقاله اینترنتی نیز به تعریف تاک شوها و برخی عناصر مهم آن از جمله مجری و تماشاگران می پردازد، فرمت های گفتگو را بر می شمارد و با ذکر نمونه هایی به بیان تاریخچه تاک شوها و چگونگی خوانش آنها مبادرت می ورزد.

۵- "Television talk, A History of the TV Talk Show" مقاله دیگری از تیم برگ است که صرفاً تاریخیچه و ذکر نام تاک شوهاست و از آنجا که در پژوهش حاضر، بیان تاریخیچه مد نظر نبوده بطور مستقیم مورد استفاده قرار نگرفته است.

6-Asa Berger, Arthur (n.d). **GENRE**. Retrived April 10, 2008, from <http://www.museum.TV/archives/etv/G/htmlG/game/genre/.htm>

آسابرگر در این مقاله ژانر را با مفهومی دوگانه تعریف می کند که به عنوان «سیستم» در شکل گیری ساختار و نیل به اهداف برنامه های تلویزیونی نقش مهمی ایفا می نماید.

7-Widal, Benedikte (2003). **The Oprah Winfrey Show-The Fascination of a Television Talk Show**. Master's thesis, Copenhagen University, Denmark. Retrived May 27, 2008 From [www.widal.dk/oprahwinfrey/010703%20uden%20appendix.PDF](http://www.widal.dk/oprahwinfrey/010703%20uden%20appendix.PDF)

پایان نامه بندیکت وایدال، درباره جذابیت های شوی اوپرا وینفری است. فصل های دوم تا هفتم پایان نامه او به ترتیب شامل موضوعات زیر است:

- عقبه تاریخی تاک شوها
- زندگی نامه اوپرا وینفری و تاریخیچه شوی او
- تحلیل دو نمونه از شوهای اوپرا از نظر تصویری و همچنین گفتاری
- موضوعات و عناوین شوهای اوپرا
- مخاطبان هدف
- روش های جذب مخاطب

8- Bruun, Hanne (1999). **The Aesthetics of the Television Talk Show**. Retrived April 10, 2008, from [www.Nordicom.GU.Se/common/publ-pdf/45-Bruun.pdf](http://www.Nordicom.GU.Se/common/publ-pdf/45-Bruun.pdf).

این مقاله ی مستخرج از پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد «هان بران»، محقق رسانه ای دانمارکی نیز از منابعی است که مملو از مطالب جالب در ارتباط با ساختار و محتوای تاک شوها می باشد. بران در این مقاله به برخی عناصر کلیدی در تاک شوها اشاره می کند، سپس وارد مسائل جامعه شناسی و

ارتباطی شده، هیجانات دراماتیک مرتبط با اصول جامعه شناسی را بررسی کرده و در نهایت چهار مدل دراماتورژیک برای تاک شوها پیشنهاد می نماید.

بنابراین هیچ کار ساختار محور یا تحلیلی در این مورد در ایران وجود ندارد و این پایان نامه با استفاده از منابع الکترونیکی و چاپی انگلیسی محدود و همچنین استفاده از نمونه های دیداری در دسترس به انجام رسیده است، البته قابل ذکر است که نمونه های تجربی ساخته شده در تلویزیون ایران با وجود دور بودن از تعریف تاک شو مورد توجه قرار گرفته است، اما علاوه بر آن امید است بخش عملی این پایان نامه صرف نظر از محدودیت ها و نقص ها بتواند به عنوان یک تجربه در جهت نزدیک شدن به ساختار تاک شو و به عنوان مکمل بخش نظری مورد مشاهده قرار گیرد.