

بررسی مآخذ عمده زیبایی‌شناسی تلویزیون

محمد حسین تمجیدی^۱

(تاریخ دریافت ۸۷/۷/۳۰، تاریخ پذیرش ۸۷/۹/۲۴)

چکیده

در مقاله حاضر زیبایی‌شناسی تلویزیون مورد بررسی و تجزیه تحلیل قرار گرفته است. این بررسی همراه با مقایسه دیدگاه‌های اندیشمندان با یکدیگر صورت گرفته است. دیدگاه‌های نویسندگان و متفکرین در حوزه تلویزیون و تعریف آنها از مقوله زیبایی‌شناسی تلویزیون و روش‌هایی که زیبایی‌شناسی می‌تواند در این رسانه به صورت کاربردی مطرح گردد، اصلی‌ترین رویکرد این مقاله است.

واژگان کلیدی: زیبایی‌شناسی، ژانر، رسانه، تلویزیون.

مقدمه

امروزه در حوزه علوم مرتبط با رسانه مباحث جدیدی مطرح شده است که در تبدیل جایگاه تلویزیون از یک مقوله صرفاً ارتباطاتی به سمت یک پدیده هنری نقش مهمی ایفا می کنند. یکی از اثرگذارترین این مباحث حوزه "مطالعات تلویزیونی" به عنوان یک مقوله هنری و نه فقط ابزاری تکنولوژیک دیدگاه‌های جدی و قابل تعمقی را مطرح می کند. شاید کلیدی‌ترین بحث در این زمینه مقوله زیبایی‌شناسی تلویزیون باشد که در تثبیت جایگاه هنری آن، اصلی‌ترین محل گفتگو و مطالعه را بوجود می آورد. بدون شک آنچه در مورد مفهوم زیبا و زیباشناسی تاکنون از سوی نظریه پردازان به بحث گذاشته شده است شانس مقابله و مکاشفه در عملکرد و بیان تلویزیون به عنوان یک رسانه دیداری و شنیداری را هموارتر می نماید. وجود کتاب‌های متعدد با عنوان "زیبایی‌شناسی تلویزیون" خود اثبات این مدعی است که اولین گام‌ها در این راستا برداشته شده است. بررسی نظریه‌های اندیشمندان از درون این کتب می تواند یک نقطه شروع باشد.

بیان مسئله

یکی از مهمترین قطعات پازل ارتباطات بصری، زیبایی‌شناسی است. چرا طبیعت ما این‌گونه است که برخی زیبایی‌ها اینقدر عمیق ما را تحت تأثیر قرار می دهند... چرا کیفیاتی در زندگی مانند غروب خورشید و یا یک رز نیمه باز شده ما را به شدت مجذوب می کند؟ این سؤال بسیار مهمی است که می بایست در ارتباطات بصری در نظر بگیریم. پیشنهاد می شود به دلیل طبیعت ضرورتاً غیر کلامی زیبایی‌شناسی، آنچه که در این مورد نوشته می شود فقط تفحصی است که در مورد طبیعت بصری زیبایی‌شناسی صورت می گیرد نه این که خود مفهوم زیبایی‌شناسی بصری قلمداد شود. در طی ۷۰ سال گذشته بسیاری از اندیشمندان و منتقدین درباره حق تلویزیون برای تبدیل شدن به یک شکل هنری بحث کرده اند. "تلویزیون از وابستگان هواپیما و اتومبیل است" این چیزی است که رودلف آرنهیم^۱ روانشناس در سال ۱۹۳۵ نوشت. به طور حتم این فقط ابزاری است برای فرستادن تصویر، و هیچ جنبه جدیدی در تفسیر هنری از واقعیت آنگونه که رادیو و فیلم انجام می دهد- ندارد. پیش از این هم مارشال مک‌لوهان مفهوم دنباله انسان را مطرح کرده بود.

1. Rudolf Arnheim

بعدها آرنه‌ایم اینگونه نوشت:

تلویزیون موجب تغییر دیدگاه ما نسبت به واقعیت می‌شود، این به ما کمک می‌کند دنیای اطراف را بهتر درک کنیم و به ما احساس تنوع و گوناگونی می‌دهد که بدانیم در آن واحد در اطراف و اکناف دنیا چه اتفاقاتی می‌افتد."

مفهوم زیبایی‌شناسی تلویزیون با فرهنگ و هنر متعالی مرتبط می‌گردد، ادبیات، تئاتر، هنرهای تصویری و ... اصلی‌ترین اجزاء تشکیل دهنده فرهنگ و هنر هستند. در نظر بسیاری از منتقدین رسانه‌های جمعی همچون تلویزیون معمولاً فاقد کیفیت فرهنگی، اصالت و اعتبار به شمار می‌آیند، در نتیجه در حوزه مبحث زیبایی‌شناسی هم قرار نمی‌گیرند.

بدون شک اگر برنامه‌های تلویزیونی به وسیله استانداردهای زیبایی‌شناسانه و اولویت‌های ارزشی در شکل‌های مختلف هنر سنتی مورد قضاوت قرار گیرند، مردود خواهند شد.

اگرچه این اعتقاد راسخ در میان اهل رسانه وجود دارد که تلویزیون به عنوان یک رسانه، دارای ارزش‌های زیبایی‌شناسانه است.

آیا تلویزیون زیبا است؟

زیبایی‌شناسی در تلویزیون با نحوه بیان، فرم، تعاملات و سبک‌های آن در ارتباط مستقیم قرار می‌گیرد. محتوی و رابطه بین آن با بیان رسانه‌ای، ارتباط بین برنامه، و گونه یا ژانری که در آن ساخته شده است در کنار مخاطب و کانالی که در آن جریان پیدا می‌کند، اهمیت بسیار زیادی دارد. هدف این گزیده تشریح و توصیف تلویزیون به عنوان یک پدیده زیباشناختی است و یکی از مصادیقی که در شکافتن موضوع و تصدیق هدف به ما یاری می‌رساند بررسی مقالات و کتبی است که نظریه‌پردازان و اساتید فن در حوزه تلویزیون نگاشته‌اند.

با در نظر گرفتن این موضوع که بحث زیبایی‌شناسی تلویزیون مقوله‌ای نوپا است تعداد کتابهایی هم که در این زمینه نوشته شده است بسیار محدود است.

از آنجائی که رسانه تلویزیون وابستگی مستقیم به تصویر دارد بنابراین برخی از این کتب صرفاً این مقوله را از منظر زیبایی در ساختار بصری مورد بحث قرار داده‌اند و در نهایت عناصر اصلی تشکیل دهنده ساختار و تصویر را برای رسیدن به هدف دنبال کرده‌اند.

این در حالی است که عنصر محتوی به عنوان زیر بنای اصلی شکل دهنده یک برنامه تلویزیونی نیز در برخی مطالعات دیگر هدف محققین قرار گرفته است، که این خود بحث تعامل با مخاطب را نیز به همراه می‌آورد.

برای روشن‌تر شدن مطلب ابتدا سه مورد مطالعه‌ای این مقاله معرفی می‌گردند و سپس در یک نگاه مقایسه‌ای چگونگی مؤثر بودن آنها در دستیابی به شناخت از زیبایی‌شناسی تلویزیون مطرح می‌گردد.

آشنا‌ترین عنوان برای علاقمندان این موضوع، کتابی است با عنوان زیبایی‌شناسی تلویزیون اثر "نیکوس متالینوس"^۱ که برگردان فارسی آن توسط آقای جمال آل احمد در ایران صورت گرفته است. ضمن احترام به جایگاه مترجم محترم با توجه به این که سایر نمونه‌های مورد بحث ترجمه نشده‌اند از همین رو معیار و مقیاس این مقاله از روی نسخه اصلی کتاب زیبایی‌شناسی تلویزیون (متالینوس) به زبان انگلیسی خواهد بود.

همانگونه که در بالا هم اشاره شد در هر یک از بررسی‌ها مفهوم زیبایی‌شناسی در تلویزیون وام‌دار چگونگی برخورد مخاطب با آن چیزی است که رسانه برای او به همراه می‌آورد چه در فرم و چه در محتوی. کتاب فوق دارای زیر عناوینی است که در راستای بحث حاضر بسیار تعیین‌کننده است. این سه زیر عنوان عبارتند از ادراک، شناخت، و بنیان‌های ترکیب‌بندی^۲ که در فصل‌های جداگانه مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

این سه عنوان، فصل‌های اصلی کتاب را تشکیل می‌دهند که زیبایی‌شناسی تلویزیون را تجزیه و تحلیل می‌نماید. روش نگاه نویسنده کتاب به این موضوع بسیار علمی آموزشی است و از طریق تفکیک اطلاعات کلی به جزئیات قابل فهم برای خواننده پیش می‌رود.

یکی از اصلی‌ترین مبادی این کتاب تکیه و تأکید بر مبادی درک مخاطب از تصویر و چگونگی باز تعریف آن در مغز انسان است. بنابراین به سادگی می‌توان دریافت که در این مورد تمرکز نویسنده بیشتر روی جنبه‌های زیبایی‌شناسانه در قاب تصویر (کمپوزیسیون) و عناصر مؤثر در ارائه تصویر زیباتر براساس قوانین فیزیکی شیوه درک انسان، قرار گرفته است.

این کتاب از طریق ارائه تصاویر و بازپرداخت آموزشی روی آنها مصادیق مورد اشاره خود را به وضوح مورد بررسی قرار داده است.

آنچه بیش از هر چیز دیگری در این کتاب به چشم می‌خورد، عدم پرداخت به مقوله مخاطب و جایگاه آن در تعامل با این رسانه است. اگر چه در تمامی فصل‌های کتاب تعاریف قابل اعتبار از مفاهیم و رویکردهای ساختاری تلویزیون به چشم می‌خورد با این وجود سایر عوامل تأثیرگذار در ارتباط با مقوله زیبایی‌شناسی کمتر مورد موشکافی قرار گرفته است.

مبحث زیبایی‌شناسی تلویزیون فراتر از توقف در بازنگری شکلی آن مطرح است، از همین رو متالینوس سنتز خوبی از ایده‌های کلیدی در مباحث فرهنگ غرب ارائه می‌کند، که گستره آنها از "زیبایی‌شناسی فلسفی" آغاز می‌شود و افلاطون، ارسطو، کانت، نیچه و دیویی را در بر می‌گیرد.

1. Nikos Metalinos

۲. نیکوس متالینوس پروفسور علوم ارتباطات در دانشگاه کنکور‌دیا- مونترال کانادا است. او در زمینه هنرهای نمایشی و تلویزیون مدارج علمی خود را طی کرده است و بیش از ۵۰ نمایش از درام یونان باستان را روی صحنه برده است.

البته همین موضوع موجب شکل‌گیری جنبش‌هایی همچون مارکسیسم، فرویدیسم، اگزیستانسیالیسم، و سمانتیک (معناشناسی)^۱ شده است و اینکه بالاخره چهار نظریه تأثیرگذار در حوزه رسانه را مطرح می‌کند:

سنت‌گرایی (فیلسوفانه)، فرمالیست، متن‌گرایی و تجربه‌گرایی^۲ که از ادبیات معاصر در رسانه ظهور کردند.

دکتر هربرت زتل^۳ از نام‌آشناترین مدرسین و اندیشمندان حوزه‌ی مطالعات تلویزیونی دیدگاه‌های زیبایی‌شناسانه خود را در کتابی با عنوان "نما، صدا، حرکت، زیبایی‌شناسی کاربردی رسانه"^۴ مطرح کرده است.

او معتقد است زیبایی‌شناسی رسانه (تلویزیون) به‌طور خاص پنج عنصر زیبایی‌شناسانه تصویر را مورد بررسی قرار می‌دهد که در واقع داشته‌های زیبایی‌شناسانه این رسانه هستند:

الف: نور و رنگ

ب: فضای دوبعدی

ج: فضای سه بعدی

د: زمان و حرکت

ه: صدا

زتل اعتقاد دارد که این عناصر در مجموع یک فرایم (Metamessage) را تشکیل می‌دهند، همان تجربه‌ای که کولشوف در ۸۰ سال پیش با چیدمان خاصی از تصاویر ماژوئین به یک فرایم دست یافت.

او اینگونه بحث می‌کند که رسانه‌ی تلویزیون نیازهای دقیق و قطعی زیبایی‌شناسانه دارد که می‌توانند یک پیام را بوجود آورند یا آن را از بین ببرند، بدون اینکه تأثیر و اهمیت ارتباط‌گیران را در نظر بگیرد.

زتلی، در مقام تعریف زیبایی‌شناسی کاربردی چنین می‌نویسد:

-
1. Marxism , Freudianism, Existentialism and Semantics
 2. Traditional, Formalist, Contextualist, and Empiricist
 3. Herbert Zettle

هربرت زتل بیش از ۴۰ سال در زمینه‌ی علوم تلویزیونی در دانشگاه ایالتی سانفرانسیسکو تدریس نموده است او در کنار تحقیق و تدریس به‌طور عملی به عنوان تهیه‌کننده و کارگردان در شبکه‌های تلویزیونی سی‌بی‌اس، ان‌بی‌سی و کیپکس فعالیت نموده است. کتب او در کشورهای زیادی همچون اسپانیا، یونان، چین، کره و ایران هم ترجمه شده است.

4. Sight, Sound, Motion Applied Media Aesthetic

"زیبایی‌شناسی کاربردی رسانه از سه طریق با مفهوم سنتی زیبایی‌شناسی تفاوت می‌کند. اول اینکه ما زیبایی‌شناسی را فقط به مفهوم فلسفی و سنتی آن که به درک و تحسین زیبایی و قدرت قضاوت ما درباره آن می‌پردازد، محدود نخواهیم کرد، و آن را نیز فقط به شکل نظریه‌های هنری که به جستجوی حقیقت می‌پردازند در نظر نخواهیم گرفت. زیبایی‌شناسی کاربردی هنر و زندگی را وابستهٔ مشترک یکدیگر می‌داند که ضرورتاً در هم تنیده شده‌اند.

زیبایی‌شناسی کاربردی یک مفهوم تجربیدی نیست، بلکه فرآیندی است که ما در آن تعدادی از عناصر رسانه را همچون نور، ترکیب‌بندی تصویر و تعامل آنها با یکدیگر را همراه با عکس‌العمل‌های ادراکی خود نسبت به آنها، مورد بررسی قرار می‌دهیم.

دوم اینکه رسانه در این مورد خاص فیلم یا تلویزیون، و در سطح محدودتر نمایش بصری توسط کامپیوترها، دیگر صرفاً یک ابزار ساده انتقال و پخش پیام نخواهند بود بلکه عناصری ضروری در یک سیستم ارتباطی زیبایی‌شناسانه خواهند بود.

و در مرتبه سوم زیبایی‌شناسی کاربردی امکان ارزیابی تأثیر در برقراری ارتباط از منظر زیبایی‌شناختی را بوجود می‌آورد." (زتل، ۳: ۲۰۰۵)

از دیگر شاخصه‌های منطقی این کتاب چیدمان فصل‌ها براساس جایگاه هر عنصر تأثیرگذار در مقوله تصویر است، نویسنده پس از بررسی عمیق مقوله نور سخن از رنگ به میان می‌آورد.

زتل با طرح بعد چهارم مقوله‌های زمان، حرکت، تدوین تداومی و در نهایت صدا را به عنوان بعد پنجم معرفی می‌کند. یکی از تفاوت‌های عمده کتاب متالینوس با زتل در این است که براساس توجه به زمینه‌های ادراکی انسان، متالینوس در یک فصل چگونگی مکانیزم ادراک را در انسان مورد بررسی قرار می‌دهد، این در صورتی است که زتل فارغ از این مفهوم، مبادی درک انسانها را مانند یک فرض از پیش تعیین شده پذیرفته است.

یکی از دیگر ویژگی‌های این کتاب پرداختن نویسنده به مقوله نسبت ابعاد است که از بحث‌های داغ امروزی است. زتل همچنین محدوده‌ی دوبعدی تصویر در قاب‌های تصویری غیرمعمول در تلویزیون را از منظر زیبایی‌شناسی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد.

کتاب زتل در نپرداختن به مقولاتی همچون مخاطب و جایگاه ژانر و تأثیر آن در جنبه‌های زیبایی‌شناسانه تلویزیون همچون متالینوس عمل کرده است، اگرچه در کتاب متالینوس اشارات مختصری به این دو پدیده‌ی مهم در تلویزیون شده است.

صدا و موسیقی را بسیار دقیق مورد تجزیه و تحلیل زیبایی‌شناسانه قرار داده است. همانگونه که قبلاً اشاره شد زتل اعتقاد خود به پنج عنصر تأثیرگذار در زیبایی‌شناسی کاربردی را به طور مستقل تحلیل کرده است.

اگر و جنسن^۱ سه محدودهٔ تئوریک را در زیبایی‌شناسی تلویزیون مورد تأکید قرار می‌دهند: رسانه، ژانر و زیبایی‌شناسی.

کتاب دیگری با عنوان "زیبایی‌شناسی تلویزیون" که مجموعه مقالاتی است از مدرسین و محققین دانشگاه آلبورگ دانمارک^۲، به بررسی محتوایی مبحث زیبایی‌شناسی تلویزیون می‌پردازد. این کتاب به همت گانهیلداگر و ینس جنسن گردآوری شده است و از آنجائی که به صورت مقالات ارائه شده شخصیت کاملاً متفاوتی نسبت به دو کتاب قبلی دارد و به طور خاص روی مفاهیم محتوایی و ژانریک متمرکز است.

یکی از مقالات این کتاب با عنوان "زیبایی‌شناسی لحظه در تلویزیون" (واقعیت‌نمایی در فضا و زمان) چالش‌های زیبایی‌شناسانهٔ جدیدی را مطرح می‌کند.

نویسندهٔ این مقاله یورگن استیگل^۳ در شروع مقاله خود این چنین آورده است:

"تلویزیون در اصول بنیادین خود رسانه‌ای است که می‌تواند ژانرهای مختلف و بیان زیبایی‌شناسانه را جذب کند، و انتقال دهد. براساس این مطلب می‌توان ادعا نمود که زیبایی‌شناسی تلویزیون از شکل‌های مختلفی از زیبایی‌شناسی تشکیل یافته است که ژانرها محل بروز و چهره‌نمایی آنها می‌گردد." (استیگل ۲۵:۲۰۰۱)

دربخش دیگری از این کتاب یکی دیگر از نویسندگان به نام راسموس‌دال^۴ به بحث در مورد مستند تلویزیونی و وجوه تمایز آن می‌پردازد. در این مقاله دیدگاه‌های نظریه‌پردازان سینمای مستند همچون اریک بیل نیکولز و مایکل رنوف هریک از دیدگاه متفاوتی ارزیابی شده است و در نهایت نویسنده تلاش می‌کند از طریق وجوه متمایزی که بین این نظریه‌ها وجود دارد زمینه بحث زیبایی‌شناسانه را فراهم کند. در ادامه نویسنده این سؤال را مطرح می‌کند که آیا اصلاً مستند را می‌توان ژانر برشمرد؟

نویسنده‌ی مقاله چنین استدلال می‌کند که مستند در واقع فوق ژانر است زیرا محدوده بسیار گسترده‌ای را در برمی‌گیرد، و با این رویکرد می‌توان تنوع گونه‌ها در تلویزیون را از این منظر مورد بررسی قرار داد.

به عبارت دیگر مستند به صورت یک کل دیده می‌شود که انواع آن در تلویزیون اجزاء مشتق شده از آن هستند. در بخش پایانی مقالات این کتاب، مقاله‌ای با عنوان "خب لنیدا تو چی فکر می‌کنی؟" آمده است که بسیار حائز اهمیت است. این مقاله با پیش‌بینی ورود تلویزیون تعاملی^۵ به

-
1. Agger & Jensen
 2. Aalborg
 3. Jurgen Stigel
 4. Rasmus Dahl
 5. Interactive Television

عرصه‌ی زندگی روزمره قصد دارد شرایط و جایگاه این تکنولوژی (فناوری) را همراه با تأثیری که روی نظریه‌های موجود خواهد داشت بررسی کند. از آنجائی که در تلویزیون انتی‌راکتیو (تعاملی) مخاطب در بستر برنامه‌ای که عرضه می‌شود نقش خواهد داشت تمامی تعاریف پیشین و تأثیرگذاری‌های رسانه از منظر زیبایی‌شناسی دستخوش تغییرات اساسی خواهد شد.

در مقدمه مقاله مورد اشاره با نگاهی به فیلم "فارنهایت ۴۵۱" اینگونه آمده است: جمله‌ای که این مقاله با آن شروع شده است از فیلم علمی تخیلی فارنهایت ۴۵۱ برگرفته شده است. این در صحنه‌ای رخ می‌دهد که مونتگ قهرمان داستان و همسرش لیندا در اتاق پذیرایی آینده‌نگرانه‌ای قرار گرفته‌اند و یک تلویزیون دیواری بسیار بزرگ پیش روی آنها قرار دارد. در این فیلم از تلویزیون با عنوان خانواده یاد می‌شود و گویندگان یا مجرهای تلویزیون پسرعمو به شمار می‌آیند.

مونتگ ولیندا در حال گفتگو در مورد این رسانه جدید هستند.

لیندا: "من ترجیح می‌دهم یک دیوار دیگه‌ی اینجوری داشته باشم، همه می‌گن وقتی دوتا داشته باشید یعنی خانواده‌تون بزرگ‌تر شده... بگذریم، امشب برای من شب خاصی. قراره من تو خانواده نقش بازی کنم.... زودباش زودباش. من تا یک دقیقه دیگه باید روی صفحه تلویزیون باشم.

مونتگ: من نمی‌فهمم، تو چطور میتونی توی اون نقش داشته باشی؟

لیندا: اونا یه نمایش نوشتن که یک جای خالی داره و اون جای خالی من هستم. وقتی مردم به من نگاه می‌کنن باید حرف بزنم، اونا از من سؤال می‌پرسن و من باید جواب بدم.

لیندا در مقابل تلویزیون دیواری می‌نشیند و موهاش رو مرتبه می‌کند و پسرعمو روی صفحه تلویزیون دیواری ظاهر می‌شود و با این مقدمه برنامه را شروع می‌کند:

"و حالا برای پسرعموها هرکجا که هستند: تئاتر خانوادگی ما... بیاید و در کنار ما نقش ایفا کنید، بیا پسرعمو و به ما بگو چی فکر می‌کنی و عضو خانواده باش." (جنسن ۲۰۰۱: ۳۴۹)

بنابراین جایگاه تلویزیون تعاملی به صورت جدی تمامی دکترین‌های مرتبط با زیبایی‌شناسی تلویزیون از منظر مخاطب و محتوی را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

نتیجه‌گیری

اکنون می‌توان چنین نتیجه گرفت که محققین و نظریه‌پردازان کمتر در حوزه نگرش ژانریک وارد شده‌اند و نحوه تعامل مخاطب با تلویزیون اصول و قواعد خاص خود را دارد که می‌تواند مورد مطالعه زیبایی‌شناسانه قرار گیرد. بدون شک جغرافیای حضور تلویزیون به‌طور قطع از نگاه زیبایی‌شناسانه نسبت به آن تأثیرگذار است. تنها پارامتری که به طور ثابت می‌تواند مورد نقد زیباشناسانه قرار گیرد ساختار بصری تلویزیون است که اصول و قواعد آن کاملاً تعریف شده است. امروزه شایع‌ترین بحث داغ پذیرش مخاطبین از عنصر ویدئو در تلویزیون است، همچون ارزشی که هنر سینما برای فیلم به همراه داشت و این روند حرکت به سوی گفتمان زیبایی‌شناسانه در مورد تلویزیون را می‌افزاید. کثرت ابزار تولید از گوشی‌های موبایل گرفته تا وب‌کم‌ها و دستگاه‌های چندرسانه‌ای قابل حمل، چشم‌اندازهای جدیدی را پیش روی نظریه‌پردازان حوزه‌ی زیبایی‌شناسی گشوده است. اکنون هر انسانی تصاویری را که با گوشی موبایل خود گرفته است بدون ملاحظات زیبایی‌شناسانه در یوتیوب Youtube یا هر سایت تصویری دیگر قرار می‌دهد، اگرچه این حقیقت وجود دارد که تئوری زیبایی‌شناسی تلویزیون بدون شک در ابتدای راه است.

فهرست منابع:

- 1- Metalinos, Nikos, Television Aesthetics, Lawrence Erlbaum publishers, 1996
- 2- Zettl, Herbert, Sight Sound Motion-Applied Media Aesthetic, Fourth Edition, Thomson-Wadsworth publishers, 2005
- 3-Gunhild, K Jensen, The Aesthetic of Television Aalborg University Press, 2001
- 4-Ken, Smith, Moritary Sandra, Handbook Of Visual Communication-Theory, Methods, And Media Erlbaum Publishers, 2005
- 5-Wasko, Janet, A Companion to Television Blackwell Publishing, 2005

