

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید و انتخاب خبر در حوزه‌های اجتماعی و ورزشی در چارچوب نظریه ایدئولوژیک وندایک (۲۰۰۶)

فردوس آقاگلزاده*، آزاده کاشوردوست**

عالیه کرد زعفرانلو کامبوزیا***، ارسلان گلغام****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۲۹

چکیده

به‌رغم پژوهش‌های بسیاری که در حوزه خبر و گفتمان رسانه‌ای انجام شده است، توجه به ژانرهای خبری و تفاوت‌هایی که در جزئیات زبان‌شناختی این انواع وجود دارد، مغفول مانده است. این ژانرها شامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، کارگری، بین‌الملل، ورزشی و علمی هستند. در این پژوهش تلاش شده است حوزه‌های اجتماعی و ورزشی به لحاظ ویژگی‌های زبان‌شناختی با استفاده از نظریه ایدئولوژی وندایک (۲۰۰۶) مورد بررسی قرار گرفته و تفاوت‌های هر یک از آنها شناسایی، توصیف و تبیین شود و در نهایت الگویی برای انتخاب و نگارش خبر برای هر کدام از آنها ارائه شود. دلیل انتخاب این دو حوزه، پرمخاطب بودن آنها و اختلاف معنی‌دار میزان خطاهای زبان‌شناختی در اخبار این دو حوزه است. این پژوهش به روش میدانی انجام شده و داده‌های آن با استفاده از آزمون نخی دو مورد تحلیل قرار گرفته است. ارزیابی کارایی الگوی ارائه شده نشان داد که این الگو به لحاظ زبان‌شناسی و نظریه‌های ارتباطی می‌تواند به‌عنوان مرجعی برای فعالان حوزه اجتماعی و ورزشی مورد استفاده قرار بگیرد و نتیجه‌ای که با استفاده از شش حرفه‌ای حاصل شده و برای دستیابی به آن، صرف چندین سال زمان نیاز است، در قالب الگویی منسجم و کارآمد خلاصه شود تا به‌این‌ترتیب هم استفاده بهینه از نیروی انسانی محقق شده و هم الگوی واحد و یک‌دست برای مراجعه و استناد متخصصان هر حوزه معرفی شود.

واژه‌های کلیدی: الگوی انتخاب و نگارش خبر، حوزه‌های اجتماعی و ورزشی، خبر،

ژانر خبری، نظریه ایدئولوژی وندایک.

* استاد گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). aghagolz@modares.ac.ir

** دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. azadeh.keshvardoost@gmail.com

*** دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. akord@modares.ac.ir

**** دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. golfamar@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

به‌رغم تخصصی شدن حوزه خبر و فعالیت‌های رسانه‌ای هم‌زمان با پیشرفت علم و تکنولوژی و توجه فزاینده این حوزه به‌ویژه بعد از دهه ۷۰ میلادی، همچنان به‌تمام حوزه‌های خبری به‌عنوان یک محصول ثابت نگاه می‌شود. این در حالی است که انواع مختلف خبری به لحاظ ویژگی‌های دستوری، واژگانی و کاربردشناختی، ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارند که با طبقه‌بندی و ارائه الگو برای انتخاب و نگارش آنها می‌توان به ساختاری واحد و جامع در هر یک از این حوزه‌ها دست‌یافت. در حال حاضر در تمام مطبوعات و رسانه‌های داخلی و عمدتاً در سطح بین‌الملل، برای آموزش افرادی که در حوزه رسانه فعالیت می‌کنند به آموزش‌های زبانی کلی و سطحی بسنده شده و تأکید می‌شود که با گذشت چندین سال فعالیت روزنامه‌نگار، خبرنگار و فعال رسانه‌ای، نوعی «شم زبانی حرفه‌ای» در وی ایجاد می‌شود که با توجه به آن می‌تواند در مسیر صحیح انتخاب واژگان، دستور و شاخص‌های کاربردشناختی قرار بگیرد. یکی از دلایل در پیش گرفتن چنین رویکردی را می‌توان عدم وجود الگویی علمی و کارآمد برای ارجاع و استناد به آن دانست.

در این پژوهش تلاش می‌شود حوزه‌های ورزشی و اجتماعی به لحاظ ویژگی‌های زبان‌شناختی در بُعد واژگانی، دستوری و کاربردشناختی مورد بررسی قرار گرفته و تفاوت‌های هر یک از آنها تبیین شود و در نهایت الگویی برای انتخاب و نگارش خبر برای هر کدام از این دو طبقه‌بندی ارائه شود. دلیل انتخاب این دو حوزه، طیف گسترده‌تر مخاطبان آنها و اختلاف معنی‌دار میانگین خطاهای زبان‌شناختی در آنها در مقایسه با سایر حوزه‌های خبری است. به‌ویژه در حوزه ورزشی که مخاطبان آن از نظر سواد، معلومات رسانه‌ای، فرهنگی و اجتماعی بسیار متنوع هستند (کریمی فیروزجانی، ۱۳۹۶) ارائه این الگو، روند انتخاب و تنظیم خبر که با معیارهای زبان‌شناختی تطابق داشته باشد را تسهیل کرده و کارایی نیروی انسانی فعال در تحریریه را بهینه می‌کند.

اهمیت و ضرورت پژوهش

با وجود پیشرفت‌هایی که با کاربرد ابزارهای زبان‌شناختی در تحلیل متون خبری صورت گرفته است، به تفاوت‌هایی که به لحاظ محتوایی میان انواع خبر وجود داشته توجهی ن شده است. این در حالی است که حوزه خبر نیز هم‌زمان با پیشرفت جوامع و تخصصی شدن ابعاد زندگی بشر، وارد مرحله‌ای تخصصی، کارشناسی و فنی شده است و توجه به هر یک از انواع خبر به‌عنوان یک ژانر کاملاً متفاوت، ضروری است. در این پژوهش به‌طور خاص به دو حوزه ورزشی و اجتماعی پرداخته شده و تلاش می‌شود با توجه به تفاوت‌هایی که بین این دو حوزه خبری وجود دارد، الگو و مدلی خاص برای تولید و نگارش هر یک ارائه شود.

اهداف پژوهش

هدف نظری این پژوهش، تأکید بر تفاوت‌های حوزه‌های خبری ورزشی و اجتماعی به لحاظ به‌کارگیری ابزارهای زبان‌شناختی است. هدف عملی نیز معرفی الگویی عملی برای انتخاب و نگارش خبر در این دو حوزه است.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

پژوهشگران ایرانی

عیناوی (۱۳۷۷) به بررسی نقش زبان در رادیو پرداخته و مجموعه مقالاتی در حوزه گفتمان و رادیو را مورد بررسی و نقد قرار داده است. گفتمان اخبار رادیویی، کنترل عدم توافق برای جلوگیری از مجادله در گفت‌وگوهای رادیو ورزش، شیوه‌های صحبت کردن در رادیوی نروژ از سال ۱۹۳۵ تا ۱۹۸۰؛ تحقیقی در تکامل هنجار متنی، سه سبک نگارش اخبار رادیویی: تجزیه و تحلیل کلام متون رسانه‌ای، از جمله محورهای مورد بررسی در این پژوهش هستند.

عطاران (۱۳۸۶) ترجمه متون خبری در پایگاه اینترنتی «تابناک» را در چارچوب مدل ارائه شده توسط وندایک (۱۹۹۸) مورد بررسی قرار داد تا به الگوهای ترجمانی-ایدئولوژیکی که در این پایگاه خبری مورد استفاده قرار گرفته است؛ دست یابد. نتیجه این پژوهش حاکی از آن است که عقاید و ایدئولوژی در مطبوعات و ترجمه آنها نقشی اساسی دارد.

آقاگلزاده و خیرآبادی (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان «انگاره زبان‌شناختی نگارش و گزینش خبر: رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی» به شناسایی و معرفی انگاره زبان‌شناختی فرایند نگارش و گزینش خبر پرداخته‌اند که در آن مجموعه‌ای از بایسته‌های زبانی تولید خبر در کنار عوامل غیرزبانی از جمله ملاک‌های اجتماعی، اقتصادی و حرفه‌ای بازبینی و ارائه می‌شود. این پژوهش ضمن معرفی اصول چهارگانه گرایس به‌عنوان معیارهای نگارش متن خبری، انگاره‌ای چند سطحی از فرایند تولید خبر را معرفی می‌کند که مبتنی بر دستاوردهای زبان‌شناختی، به‌ویژه تحلیل گفتمان انتقادی است. در این پژوهش، انگاره‌ای شامل یک فرا سطح (ایدئولوژی، روابط و قدرت) و چهار سطح دیگر که به ترتیب عبارت‌اند از: عناصر اساسی واقعه (جذابیت و امکان‌پذیری)، ارزش‌های نگارش خبر (اصول گرایس کیفیت، کمیت، شیوه، ارتباط)، ارزش‌های گزینش خبر، بازبینی عناصر اساسی واقعه، شرایط حاکم بر توزیع، انتشار و پخش خبر و در نهایت، بازخورد مخاطبان. تفاوت مشخص این پژوهش با تحقیق حاضر در آن است که در این پژوهش به شناسایی و معرفی انگاره زبان‌شناختی خبر به‌طور کلی پرداخته شده درحالی‌که در تحقیق حاضر به شناسایی و ارائه انگاره در انواع ژانرهای خبری با تأکید بر تمایز زبان‌شناختی آن‌ها پرداخته می‌شود. همچنین این دو پژوهش، چارچوب نظری متفاوتی دارند.

علی‌پور (۱۳۹۲) نیز با تهیه پیکره‌ای گسترده از متون خبری از ۱۰ کشور مختلف، اصول ادب لیچ را در آنها بررسی کرده است. وی به این نتیجه رسیده است که رعایت

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۲۸۳

اصل همدردی در متون خبری کشورهای آفریقا، شرق آسیا و منطقه قفقاز در مقایسه با سایر مناطق پررنگ‌تر بوده و اصل تأیید در متون خبری آمریکا، اروپای غربی و به‌طور خاص کشور انگلیس بیشتر از همه نقض شده است.

اکوانی (۱۳۹۱)، کسایی (۱۳۹۱)، استاجی و شیروان (۱۳۹۳)، زابلی‌زاده و موسوی (۱۳۹۴)، جمال‌زاده و خواجه‌علی (۱۳۹۵)، فیروزیان پوراصفهانی و آقاگل‌زاده (۱۳۹۵)، علیخانی و همکاران (۱۳۹۶)، تربتی و مهدوی (۱۳۹۷)، حلاج‌زاده بناب و همکاران (۱۳۹۷)، نوری‌راد و حکیمی (۱۳۹۷)، خان‌جان و همکاران (۲۰۱۳) از دیگر پژوهشگرانی هستند که در حوزه ارتباط زبان و رسانه مطالعاتی را انجام داده‌اند.

پژوهشگران خارجی

فرکلاف (۱۹۹۲) در کتاب «گفتمان و تغییر اجتماعی» به تحلیل زبان خبر پرداخته و علاوه بر عوامل زبانی، عوامل غیرزبانی و جامعه‌شناختی از جمله روابط قدرت و ایدئولوژی را نیز در شکل‌گیری گفتمان خبری مؤثر می‌داند. وی گفتمان را «کنشی اجتماعی» می‌داند و از آنجاکه خبر نیز رویدادی اجتماعی است، متون خبری را دربرگیرنده ویژگی‌های گفتمان می‌داند.

فاولر (۱۹۹۱) در کتاب «زبان اخبار» به لحاظ زبان‌شناختی، ارزش‌های خبری، روند انتخاب اخبار و مراحل تولید خبر را معرفی کرده و عوامل غیرزبانی شاخصی که در شکل‌گیری و تولید خبر نقش دارند را مورد بررسی قرار می‌دهد. وی به شاخص‌هایی مانند گذرابی^۱، ساختار واژگانی^۲ و بینافردی^۳ به‌عنوان ابزارهای زبانی تحلیل متن به شیوه انتقادی اشاره کرده و عواملی مانند نابرابری در گفتمان و جنسیت و قدرت را نیز به‌عنوان ابزارهای غیرزبانی دخیل در این روند در نظر می‌گیرد.

-
1. Transitivity
 2. Lexical Structure
 3. Interpersonal

هربرت (۲۰۰۲) به بررسی گفتمان روزنامه‌ای پرداخته است. وی با مطالعه ۱۱ روزنامه کشور سوئد طی سال ۲۰۰۱ میلادی، متون خبری این روزنامه‌ها را در چارچوب تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیده است که تحلیل متون خبری روزنامه‌ای بدون در نظر گرفتن عوامل غیرزبانی غیرممکن است.

وایت (۲۰۰۶) به بررسی نقش ایدئولوژی در گفتمان خبری پرداخته و برای تحلیل متون خبری، چارچوبی با عنوان «الگوی ارزشیابی» ارائه کرده است و در قالب آن برخی گزینه‌ها و امکانات زبانی که می‌توانند به‌عنوان سازوکار انتقال و نمایش موضع‌گیری‌های گرایشی به حساب آیند را، معرفی می‌کند. مخاطب با کاربرد این سازوکارها نسبت به یک دیدگاه، نگاهی مثبت یا منفی پیدا می‌کند.

بارنارد (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان گفتمان رسانه، «حقایق» جنی است، فرهنگ و خشونت به تحلیل متون رسانه‌ای پرداخته و برای این منظور از نظریه وندایک استفاده کرده است. وی ۴۸ گزارش مطبوعاتی را با چهار آزمون تحلیل گفتمان انتقادی مورد بررسی قرار دارد تا تأثیر «حقایق» رسانه‌ای بر جریان موسوم به «دانش اجتماعی» را بررسی کند. نتایج این پژوهش نشان داد که هر چه گزارش‌های رسانه‌ها بیشتر به مسائل اقلیت‌ها بپردازند، در مقایسه با شرایطی که در این زمینه راهبرد سکوت را انتخاب می‌کنند، جامعه وضعیتی آرام‌تر و کم‌تنش‌تر خواهد داشت.

المغلوث (۲۰۱۷) در رساله دکتری خود به تحلیل گفتمان انتقادی تغییرات اجتماعی در پست‌های مربوط به زنان در وبلاگ‌های انگلیسی‌زبان سعودی در فاصله سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲ پرداخته و برای این منظور از نظریه وندایک بهره برده است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بازنمایی درگیری میان هواداران و مخالفان تغییر، در کانون توجه قرار دارد و این امر حتی به بهای قربانی کردن زنان و نموده‌های آن در گفتمان صورت می‌گیرد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمام این پژوهش‌ها به ارتباط زبان و رسانه پرداخته‌اند ولی هیچ‌کدام از آنها به تمایز زبان‌شناختی میان حوزه‌های مختلف خبری که محور اصلی این پژوهش است، نپرداخته‌اند.

تعریف عبارت‌های کلیدی

ارزش‌های خبری: ارزش‌های خبری ملاک‌ها و معیارهایی هستند که بر اساس آنها، گزینشگر خبر، در مورد انتشار یا عدم انتشار یک خبر تصمیم‌گیری می‌کند. (Van Dijk, 1998). گالتانگ و روژ (۱۹۶۵) فهرستی شامل ۱۲ مورد را در پاسخ به این‌که چه عواملی رخدادها را به خبر تبدیل می‌کنند، ارائه کرده‌اند که مبنای تعیین ارزش‌های خبری در این پژوهش قرار می‌گیرند. (Fowler, 1991:13). این ۱۲ عامل به شرح زیر است:

۱- تواتر (بسامد):^۱ تواتر عبارت از ظرف زمانی یک رویداد بوده و در حقیقت زمان رسیدن به خیر است. هر چه تواتر کوتاه‌تر باشد، نیاز به توضیح کمتر شده و بنابراین مطلوب‌تر خواهد بود.

۲- آستانه خبر:^۲ برای هر رویداد آستانه‌ای وجود دارد که اگر رویداد به سطح آن نرسد، اصلاً مخاطره نخواهد شد. علاوه بر آن، اگر رویدادی به آستانه خود برسد و مخاطره شود، ممکن است درون خود آستانه‌های دیگری را نیز ایجاد کند.

۳- فقدان ابهام:^۳ این ارزش مربوط به وضوح رویداد است. هر چه صراحت متن بیشتر بوده و ماهیت ادبی آن کمتر باشد، برای انتشار در رسانه‌های جمعی مطلوب‌تر است.

-
1. Frequency
 2. Threshold
 3. Unambiguity

۴- معنامندی: ^۱ معنی‌دار بودن، خود را به دو صورت نشان می‌دهد: الف) مجاورت فرهنگی؛ ب) مربوط بودن. مجاورت فرهنگی: بسیاری از رویدادهایی که در نقطه‌ای از جهان اتفاق می‌افتد، برای مخاطبانی که در دیگر نقاط جهان زندگی می‌کنند به دلیل تفاوت فرهنگی زیاد، قابل‌درک نبوده و طبیعتاً برای آنها معنی‌دار نخواهد بود. به همین دلیل گزینشگران خبر تمایل به مخابره آن ندارند. بالعکس، چنانچه گزینشگر میان پیشینه فرهنگی یک رویداد و مخاطبان خود قرابتی احساس کند، آن را برای مخابره انتخاب خواهد کرد.

۵- هم‌خوانی: ^۲ گالتانگ و روژ، معتقدند که اگر رسانه‌ها انتظار و قصد تحقق یک رویداد را داشته باشند، آن رویداد قطعاً محقق خواهد شد. به اعتقاد آنها، گزارشگران قبل از رسیدن به محل وقوع رویداد، می‌دانند که از کدام زاویه اقدام به تهیه گزارش خواهند کرد.

۶- غیرمنتظره بودن: ^۳ به اعتقاد گالتانگ و روژ، رویدادهای غیرقابل‌پیش‌بینی و نادر، جذابیت بیشتری برای گزینشگران خبر دارد.

۷- استمرار: ^۴ اگر خبری تحت پوشش خبری قرار گیرد، تا زمان مشخصی به‌طور مستمر تحت پوشش خبری خواهد ماند که البته این موضوع به ماهیت خبر نیز بستگی دارد.

۸- ترکیب (چیدمان): ^۵ به اعتقاد گالتانگ و روژ، چیدمان بهترین نمود برای اعمال‌نظر سردبیران است. به‌عنوان‌مثال این افراد در کنار چند خبر خارجی، چندین خبر داخلی و در کنار چند خبر با محتوای منفی، اخباری با ماهیت مثبت نیز قرار می‌دهند تا توازن برقرار شود.

-
1. Meaningfulness
 2. Consonance
 3. Unexpectedness
 4. continuity
 5. Composition

- ۹- ارجاع به ملل ممتاز:^۱ به اعتقاد گالتانگ و روژ رسانه‌های غربی به پوشش رویدادها در میان ملل ممتاز تمایل بیشتری دارند.
- ۱۰- ارجاع به اشخاص ممتاز یا افراد نخبه:^۲ رسانه‌های غربی عمدتاً روی افراد مهم تمرکز بیشتری داشته و عملکرد افراد برگزیده و معروف و رویدادهای مرتبط با آنها، مورد توجه بیشتری قرار می‌گیرد.
- ۱۱- شخصیت‌سازی:^۳ در رسانه‌های غربی رویدادها را عملکرد افراد و مردم می‌دانند. به عبارت دیگر، هویت بخشیدن به افراد به مراتب آسان‌تر از هویت بخشیدن به نهادها و سازمان‌ها است.
- ۱۲- ارجاع به مسائل منفی:^۴ منظور از منفی‌گرایی این است که خبر خوب، خبر بد است؛ چرا که خبر منفی، بسیاری از ویژگی‌های یک خبر را دارد.

خط قرمز در رسانه:

خطوط قرمز در جوامع مانند مرزهای جغرافیایی که تعیین‌کننده حدود کشورها و تقسیمات آن است، ترسیم‌کننده جغرافیای هویتی نظام‌ها و جوامع گوناگون می‌باشند. (افتخاری، ۱۳۷۷: ۱۵). خطوط قرمز رسانه عبارت است از حدودی که تخطی از آن، یک «نظام» را به «غیر آن» تبدیل می‌کند و در فضایی مابین «گفتمان نظام» و «قانون اساسی» در ساختار «انتظام ملی» قرار می‌گیرند. ساختار انتظام ملی، عنوانی است که به لایه‌های مختلف حقوقی در یک نظام دلالت دارد و در مجموع بیانگر چگونگی ایجاد انتظام در گستره ملی است. (همان: ۱۲۳). شومیکر و ریز^۵ بر

1. Reference to elite nations
2. Reference to elite people
3. Reference to people
4. Reference to something negative
5. Shomaker and Rise

اساس کار هربرت گتز^۱ و تاد گیتلین^۲ پنج دسته اصلی از اثر بر محتوای رسانه‌ها را به ترتیب مطرح کرده‌اند:

- ۱- اثرهای ناشی از فرد فرد کارکنان رسانه
 - ۲- اثرهای مربوط به رویه‌های رسانه
 - ۳- نفوذهای سازمانی بر محتوا
 - ۴- اثر و نفوذ سازمان‌های برون‌رسانه‌ای بر محتوا
 - ۵- اثر ایدئولوژی (سورین وتانکار، ۱۳۸۱: ۳۵۳)
- عوامل اصلی بازدارنده خبر به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم می‌شوند:
- عوامل بازدارنده درونی: دیدگاه‌ها و ارزش‌های شخصی، منافع شخصی روزنامه‌نگار، منافع و ارزش‌های سازمان رسانه.
- عوامل بازدارنده بیرونی: دولت‌ها (حکومت‌ها)، احزاب، گروه‌های فشار، عوامل اقتصادی، مسائل دیپلماتیک، منابع خبری، رسانه‌های نخبه (مزروعی، ۱۳۹۰)

چارچوب نظری و روش پژوهش

چارچوب نظری این پژوهش نظریه ایدئولوژیک وندایک (۲۰۰۶) است که در قالب آن استراتژی‌های خرد و کلانی را برای القای ایدئولوژی مورد نظر به مخاطب ارائه کرده است.

نظریه ایدئولوژیک وندایک (۲۰۰۶)

الگوی وندایک (۲۰۰۶) درباره زبان، ایدئولوژی و گفتمان یک الگوی سه وجهی شامل گفتمان، شناخت و اجتماع است. شناخت به مثابه واسطه بین جامعه و گفتمان است و شناخت اجتماعی، نظام بازنمایی ذهنی و فرایندهای اجتماعی اعضای گروه یا گفتمان است و در این الگو، گفتمان صرفاً ساخت متنی با بافت ایدئولوژیک صرف

1. Herbert Gans
2. Todd Giltline

نیست بلکه آن رخداد پیچیده ارتباطی است که با بافت اجتماعی گره‌خورده است. ایدئولوژی نیز مانند گفتمان، بخش اصلی تحلیل گفتمان انتقادی را شکل می‌دهد و خود با قدرت و سلطه مرتبط است. ایدئولوژی‌ها نظام‌های اجتماعی یا سیاسی و ارزش‌های گروه‌های سیاسی - اجتماعی (گفتمان‌های رقیب) می‌باشند که در ساماندهی و هویت‌بخشی و مشروعیت‌بخشی کنش‌های آن گروه یا گفتمان نقش اساسی به عهده دارند و در این نگاه، زبان در ساختارهای فرایندهای جامعه‌شناختی، سیاسی و ایدئولوژیک نهفته است و متن محصول فرایند گفتمان است. برای آشکارسازی ساخت‌های ایدئولوژیک باید از متن زبانی شروع کرد و به متن اجتماع رسید و با مراکز قدرت و ایدئولوژی آن گروه و استفاده از ساخت‌های استعاره و برجسته‌سازی، سبک خاصی از متن را تولید نمود. وندایک همچنین ۴۳ راهبرد زبان‌شناختی، فرا زبان‌شناختی و ایدئولوژیکی مطرح کرده است که عناوین راهبردهایی که در این پژوهش در بخش ارزیابی و تحلیل مورد استفاده قرار گرفته، به شرح زیر است:

توصیف کنشگر^۱: تمام گفتمان‌ها درباره افراد و کنش‌ها، شامل انواع مختلف توصیف کنشگر هستند و کنشگرها به‌مثابه اعضای گروه یا به‌صورت فردی از طریق نام یا نام خانوادگی، کارکرد و نقش، توصیف می‌شوند.

مقوله‌بندی^۲: بر اساس روان‌شناسی اجتماعی، انسان‌ها سعی می‌کنند افراد را مقوله‌بندی کنند و بعداً این مقوله‌بندی، گروه‌ها دارای ویژگی‌های مثبت یا منفی می‌شوند.

گواه‌نمایی^۳: ادعاها و دیدگاه‌های افراد زمانی که دلایل و اسنادی برای اثبات آنها ارائه می‌دهند، بهتر درک می‌شود.

خودبزرگ‌منشی ملی^۴: برجسته‌سازی نقاط قوت خود، به‌ویژه در سخنرانی‌های پارلمانی درباره مهاجرت، با استفاده از شکل‌های مختلف خودبزرگ‌منشی ملی، صورت

-
1. Actor description
 2. Categorization
 3. Evidentiality
 4. National self-glorification

می‌گیرد و از جمله مصداق‌های آن می‌توان ارجاع مثبت یا تحسین کشور، اصول، تاریخ و سنت‌های کشور خود را نام برد.

بزرگ‌نمایی نقاط مثبت خودی: در بافت مناظره درباره مهاجران، برجسته‌سازی نقاط قوت خود به صورت تأکید بر مهمان‌نوازی، تحمل، متعصب نبودن، ابراز همدردی، حمایت از حقوق بشر و همسویی با قانون یا توافق‌های بین‌المللی، نمود می‌یابد. برجسته‌سازی نقاط قوت خودی‌ها اساساً مقوله‌ای ایدئولوژیک است؛ زیرا بر مبنای طرحواره‌های مثبت خودی‌ها، ایدئولوژی یک گروه تعریف می‌شود.

برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی‌ها:^۱ مقوله‌سازی افراد به صورت درون گروهی و برون‌گروهی، بدون وجود ارزش و معیار، صورت نمی‌گیرد؛ بلکه هنجارها و ارزش‌ها، کاربردهای ایدئولوژیک دارند. در واقع، در این مقوله، گروه‌های غیرخودی به گونه‌ای منفی، در محتوای گفتمان، نمود می‌یابند.

توصیف موقعیت:^۲ یکی از راهبردهای معنایی، توصیف موقعیت است. مناظره درباره پناهندگان، به توصیف غیرخودی‌ها در رابطه با خودها محدود نمی‌شود؛ بلکه در این مقوله، کنش‌ها، تجربه‌ها و همه موقعیت‌های مورد نیاز، توصیف می‌شوند و ممکن است موقعیت‌ها درباره علت‌ها، پیامدها و ارزیابی‌ها توضیح دهند.

واژگان‌گرایی:^۳ یکی از راهبردهای سبکی، واژگان‌گرایی است. در سطح خرد تحلیل در مناظره‌ها، به بیان مفاهیم و باورهای زیربنایی از طریق عناصر واژگانی خاص، نیاز هست و معانی مشابه از طریق واژه‌های مختلف، بسته به جایگاه، نقش، هدف‌ها و دیدگاه‌های گوینده، یعنی به مثابه کاربرد مشخصه‌های بافتی، بیان می‌شوند. واژگان‌گرایی در حمایت از مهاجران، بر بازنمایی منفی حکومت‌های دیکتاتوری و اعمال آنها مانند ستم، شکنجه، سوءاستفاده و بی‌عدالتی، تأکید می‌کند و اعضای درون‌گروهی و برون

1. Negative- other representation
2. Situation description
3. Implicative

گروهی بسته به جنبه‌ها و دیدگاه‌های سیاسی یا ایدئولوژیکشان برحسب عبارت‌هایی خاص، توصیف می‌شوند.

همدردی:^۱ یکی از راهبردهای معنایی، همدردی است. در گفتمان‌های نژادپرستی، بسته به جنبه‌های سیاسی یا ایدئولوژیک، ممکن است انسان‌ها در پی آگاهی از مشکلات مهاجران و یا افراد خودی (مانند مالیات‌دهندگان)، با آنها ابراز همدردی کنند.

تلویح:^۲ گویندگان به دلایل کاربردشناختی، به گفتن هر چیزی نیاز ندارند و بدین‌صورت، بخشی عمده از گفتمان، به شکل ضمنی باقی می‌ماند. این اطلاعات ضمنی، از سوی مخاطبان، با استفاده از دانش یا نگرش‌های مشترک، استنباط می‌شود و الگوهای ذهنی رخداد یا کنش بازنمایی شده افراد در گفتمان تلقی می‌شود. علاوه بر قواعد شناختی و کاربردشناختی عمومی، برای تلویحات، وضعیت تعاملی، اجتماعی-سیاسی و فرهنگی از جمله ادب و هنجارهای فرهنگی نیز وجود دارد.

به‌گویی:^۳ به‌گویی راهبری بلاغی و معنایی برای تلطیف معنایی است که در گفت‌وگو درباره مهاجران نقشی مهم دارد.

ابهام‌ها:^۴ ممکن است گویندگان در سخنانشان از عبارت‌هایی مبهم استفاده کنند؛ یعنی عبارت‌هایی را به کار برند که مصداق‌های مشخصی ندارند یا به مجموعه‌های فازی اشاره می‌کنند؛ مانند: کمیت‌نماهای مبهم یک کمی و زیاد، و قیده‌های خیلی و ...

تاریخ به‌مثابه درس عبرت:^۵ موقعیت فعلی را می‌توان با رخداد‌های مثبت یا منفی ثبت شده در تاریخ، مقایسه کرد و این‌گونه مقایسه‌ها را می‌توان به موضوع‌های کلی درس‌های تاریخ، تعمیم داد.

-
1. Sympathy
 2. Lexicalization
 3. Euphemism
 4. Ambiguity
 5. History as Lesson

استدلال منطقی:^۱ استدلال علیه مهاجران، بر اساس استانداردهایی مختلف صورت می‌گیرد که قضایای بدیهی و مستند، و دلایل کافی برای پذیرش نتیجه را بازنمایی می‌کنند.

تکرار:^۲ یکی از راهبردهای بلاغت، تکرار است و این شگرد، به‌مثابه ابزار بلاغی، تنها به مناظره‌های مربوط به مهاجرت، اختصاص ندارد؛ بلکه در راهبرد کلی برجسته‌سازی نقاط قوت خودی‌ها و نقاط منفی غیرخودی‌ها نیز نقش مهم دارد. در مناظره‌ها، تکرارهایی لفظی یا معنایی درباره مهاجران روی می‌دهد؛ بدین‌صورت که مثلاً مهاجران، افرادی غیرقابل‌اعتماد و هنجارشکن بشمار می‌روند. گاه نیز تکرارها صورت هنری به خود می‌گیرند.

مثال/تشریح:^۳ یکی از راهبردهای خاص در استدلال، ذکر مثال‌های عینی به‌شکل داستان کوتاه و تشریح نکته‌های کلی است. مثال‌های عینی و ملموس، برخلاف حقایق کلی، نه‌تنها به‌سادگی قابل‌درک هستند؛ بلکه دلایل و اسناد تجربی را نیز عرضه می‌کنند. در مناظره‌های پناهندگان، مثال‌ها کارکردهایی شناختی، معنایی، استدلالی و سیاسی دارند.

روش انجام پژوهش

برای اثبات تفاوت بین الگوهای تولید خبر در حوزه‌های خبری از ۲۴ نفر از فعالان رسانه‌ای شامل خبرنگاران، دبیران و سردبیران (در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، بین‌الملل، کارگری، ورزشی و علمی) در روزنامه‌ها و مطبوعات داخلی و ۲۴ نفر از خبرنگاران و سردبیران خارجی خواسته شد روال انتخاب و نگارش

-
1. Logical Reasoning
 2. Repetition
 3. Exemplification

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۲۹۳

خبر در حوزه تخصصی خود را تشریح کنند. اطلاعات مربوط به کارکنان رسانه‌های خارجی با کمک مرکز نظارت رسانه‌ای مستقر در شهر پاویا در ایتالیا تهیه شده است. همچنین پرسشنامه‌ای شامل موارد زیر در اختیار این افراد قرار گرفته و از آنها خواسته شد به این پرسش‌ها پاسخ دهند.

۱- اولویت شما برای انتخاب سوژه و تبدیل آن به خبر چیست؟

۲- خطوط قرمز جامعه و خطوط قرمزی که توسط رسانه‌ای که در آن فعال هستید، چگونه در انتخاب خبر تأثیرگذار است؟

۳- خطوط قرمز جامعه و خطوط قرمزی که توسط رسانه‌ای که در آن فعال هستید، چه تأثیری در نحوه نگارش خبر دارد؟

۴- ارزش‌های خبری در حوزه فعالیت خود را اولویت‌بندی کنید.

مشخصات این افراد به شرح زیر است:

جدول ۱- مشخصات خبرنگاران، دبیران و سردبیران رسانه‌های داخلی

شماره	نام رسانه	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت
۱	ایلنا	سیاسی	۱۲ سال
۲	ایسنا	سیاسی	۵ سال
۳	وطن امروز	سیاسی	۷ سال
۴	ایلنا	اقتصادی	یک سال و پنج ماه
۵	ایسنا	اقتصادی	۳ سال
۶	وطن امروز	اقتصادی	۶ سال
۷	ایلنا	اجتماعی	دو سال و نیم
۸	فارس	اجتماعی	۱۳ سال
۹	ایرنا	اجتماعی	۱۷ سال
۱۰	ایلنا	فرهنگی	۴ سال
۱۱	تسنیم	فرهنگی	۲ سال
۱۲	ایرنا	فرهنگی	۱۱ سال
۱۳	ایسنا	علم و فناوری	یک سال و دو ماه
۱۴	عصر ایران	علم و فناوری	۸ سال
۱۵	فارس	علم و فناوری	۳ سال
۱۶	ایلنا	کارگری	۱۳ سال
۱۷	ایرنا	کارگری	۱۱ سال
۱۸	تسنیم	کارگری	۱۰ سال
۱۹	ایلنا	ورزشی	۱۰ سال
۲۰	فارس	ورزشی	۷ سال و نیم
۲۱	ایرنا	ورزشی	۱۱ سال
۲۲	ایلنا	بین‌الملل	۸ سال
۲۳	وطن امروز	بین‌الملل	۵ سال
۲۴	ایرنا	بین‌الملل	۱۷ سال

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۲۹۵

جدول ۲- مشخصات خبرنگاران، دبیران و سردبیران رسانه‌های خارجی

شماره	نام رسانه	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت
۱	نیویورک تایمز	سیاسی	۲۵ سال
۲	سی‌ان‌ان	سیاسی	۱۸ سال
۳	کریستین ساینس مانیتور	سیاسی	۲۷ سال
۴	رویترز	اقتصادی	۱۳ سال
۵	سی‌ان‌ان	اقتصادی	۱۹ سال
۶	فاکس نیوز	اقتصادی	۱۰ سال
۷	آسوشیتدپرس	اجتماعی	۲۱ سال
۸	رویترز	اجتماعی	۸ سال
۹	فاکس نیوز	اجتماعی	۱۶ سال
۱۰	وال استریت ژورنال	فرهنگی	۲۴ سال
۱۱	نیویورک تایمز	فرهنگی	۲۰ سال
۱۲	رویترز	فرهنگی	۱۳ سال
۱۳	نیویورک تایمز	علم و فن‌آوری	۱۷ سال
۱۴	رویترز	علم و فن‌آوری	۷ سال
۱۵	سی‌ان‌ان	علم و فن‌آوری	۱۱ سال
۱۶	رویترز	کارگری	۱۰ سال
۱۷	هافینگتن پست	کارگری	۹ سال
۱۸	آسوشیتدپرس	کارگری	۱۳ سال
۱۹	رویترز	بین‌الملل	۱۸ سال
۲۰	خبرگزاری فرانسه	بین‌الملل	۲۳ سال
۲۱	نیویورک پست	بین‌الملل	۱۱ سال
۲۲	رویترز	ورزشی	۱۰ سال
۲۳	وال استریت ژورنال	ورزشی	۱۵ سال
۲۴	تایم	ورزشی	۹ سال

جدول ۳- اطلاعات مستخرج از پرسشنامه‌ها

حوزه خبری	اجتماعی	ورزشی
خط قرمز	بسامد پاسخ مثبت: ۳۵	بسامد پاسخ مثبت: ۷
	بسامد پاسخ منفی: ۱۳	بسامد پاسخ منفی: ۴۱
ارزش‌های خبری	بسامد پاسخ مثبت: ۴۸	بسامد پاسخ مثبت: ۴۸
	بسامد پاسخ منفی: ۰	بسامد پاسخ منفی: ۰
استراتژی‌های وندایک	بسامد پاسخ مثبت: ۳۷	توصیف کنشگر: ۱۴
	بسامد پاسخ منفی: ۱۱	توصیف موقعیت: ۸
واژگان	بسامد پاسخ مثبت: ۳۰	تخصصی: ۲۰ عام: ۵
	بسامد پاسخ منفی: ۱۸	بسامد پاسخ منفی: ۲۳
نحو	بسامد پاسخ مثبت: ۳۷	فعل معلوم: ۲۰
	بسامد پاسخ منفی: ۱۱	فعل مجهول: ۶
		ساده: ۱۴
		درونه: ۲
	فعل مجهول: ۷	بسامد پاسخ مثبت: ۳۰
	زمان حال: ۱۷	بسامد پاسخ منفی: ۱۸
	زمان آینده: ۳	
	زمان گذشته: ۱۰	
	واژگان تابو: ۱۷	
	واژگان با بار منفی: ۱۳	
	همدردی: ۲۹	بسامد پاسخ مثبت: ۳۲
	توصیف کنشگر: ۸	بسامد پاسخ منفی: ۱۶
		خود بزرگ‌منشی: ۱۰ ملی

اطلاعات مستخرج از پرسشنامه‌ها که نشان‌دهنده اولویتی است که پاسخ‌دهندگان برای هر یک از گزینه‌های موجود در یک طبقه در مقایسه با سایر گزینه‌ها قائل هستند، در قالب نمودار ارائه شده است.



نمودار ۱- اجتماعی نمودار ۲- ورزشی

با توجه به غیرپارامتریک بودن داده‌ها، انتخاب داده‌ها از یک نمونه تصادفی و این‌که فراوانی مورد انتظار تمام طبقات بزرگتر از عدد (۱) است، برای ارزیابی برازندگی این مدل با داده‌ها از آزمون خی دو استفاده شده است. این آزمون در سطح معنی‌داری ۰.۰۵ انجام شده است. خی دو به‌دست‌آمده در این آزمون برابر با ۰.۳۶ است که از خی دوی بحرانی کوچک‌تر بوده و با توجه به این‌که میزان آن به سمت صفر میل می‌کند، فرضیه برازندگی مدل با داده‌ها تأیید می‌شود. استفاده از این آزمون نشان می‌دهد که مدل‌های ارائه شده برای حوزه‌های ورزشی و اجتماعی به لحاظ نظری از اعتبار لازم برخوردار هستند. در مرحله بعد، کارایی این الگوها در بعد عملی نشان داده می‌شود.

ارزیابی و تحلیل

برای ارزیابی کارایی الگوهای ارائه‌شده، از هر یک از این دو حوزه خبری متنی به‌طور تصادفی از رسانه‌های داخل و خارج کشور انتخاب شده و در چارچوب این الگو مورد بررسی قرار می‌گیرند.

- نمونه‌ای از توصیف، تحلیل و تبیین زبان‌شناختی - اجتماعی الگوی اجتماعی

دستگیری عامل اصلی شهادت ۳۶ مأمور ناجا در حادثه گورناک پس از ۱۹

سال (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۷، سایت)

رئیس پلیس مبارزه با مواد مخدر از دستگیری عامل اصلی شهادت ۳۶ مأمور نیروی انتظامی در حادثه گورناک پس از ۱۹ سال خبر داد. سردار مسعود زاهدیان در گفت‌وگو با خبرنگار انتظامی خبرگزاری تسنیم با اعلام خبر دستگیری یکی از عناصر اصلی حادثه گورناک در سیستان و بلوچستان گفت: این فرد، عامل اصلی این جنایت بود که زنده دستگیر شده است.

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۲۹۹

رئیس پلیس مبارزه با مواد مخدر نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران گفت: این فرد به دنبال اقدامات اطلاعاتی پیچیده توسط مأموران پلیس در داخل کشور شناسایی و دستگیر شد. وی ادامه داد: در جریان دستگیری این فرد، مقادیر قابل توجهی سلاح و مهمات کشف و ضبط شد.

به گفته زاهدیان این فرد علاوه بر اقدامات تروریستی، در قاچاق و ترانزیت مواد مخدر نیز فعالیت داشته و عملیات دستگیری این فرد حدود دو هفته پیش انجام شده است. به گزارش تسنیم، آن‌طور که پیش‌تر رسانه‌ها اعلام کرده‌اند، در سال ۷۸ این فرد در جریان یکی از اقدامات خود دستگیر شده و بعد از بازداشت با ترفندی به بهانه مخفی کردن مقدار زیادی مواد مخدر، چند تیم از مأموران ناجا را به گورناک می‌کشاند و زمانی که این تیم‌ها به محل مورد نظر می‌رسند در کمین عوامل این فرد گرفتار می‌شوند که در نهایت ۳۶ نفر از مأموران نیروی انتظامی از جمله سرتیپ ستار صفری فرمانده میدان به شهادت می‌رسند و اشرار به خارج از خاک ایران می‌گریزند.

- ماهیت این خبر انعکاس دستگیری عامل شهادت مأموران ناجا که هیچ نوع تخطی از خطوط قرمز به شمار نمی‌رود.

همچنین بر اساس معیارهای ارائه شده توسط گالتانگ و روژ، موضوع دستگیری قاتل ۳۶ مأمور ناجا بعد از ۱۹ سال، معیار آستانه خبر و همچنین غیرمنتظره بودن را دارد، بنابراین دارای ارزش خبری برای انتشار است. این مسئله که قاتل، ۱۹ مأمور پلیس را به قتل رسانده و به مدت ۱۹ سال دستگیر نشده، برانگیزاننده همدردی از جانب مخاطب است.

استفاده از مربع ایدئولوژیک وندایک شامل بزرگنمایی نقاط مثبت خودی (انجام عملیات پیچیده اطلاعاتی توسط مأموران پلیس / کشف مقدار قابل توجهی سلاح و مهمات توسط نیروهای پلیس) و بزرگنمایی نقاط منفی غیرخودی (دست داشتن در

اقدام‌های تروریستی / فعالیت در قاچاق و ترانزیت مواد مخدر / دروغ‌گویی / توطئه‌چینی برای کمین / فرار به خارج از کشور) در متن خبر مشاهده می‌شود. نقل قول از «سردار مسعود زاهدیان» استفاده از استراتژی توسل به صاحبان قدرت است.

استفاده از واژه «شهادت» به جای «کشته شدن» / استفاده از واژه «پیچیده» در عبارت «عملیات اطلاعاتی پیچیده»، استفاده از واژه «اشرار» بهره‌گیری از راهبرد واژگان است. بسامد استفاده از افعال مجهول در حوزه اخبار اجتماعی، قابل توجه است زیرا معمولاً در این حوزه، رویداد صورت گرفته از عامل انجام دهنده آن، اهمیت بیشتری دارد. افعال مجهول به کار رفته در این خبر عبارت‌اند از: دستگیر شده است / شناسایی شد / دستگیر شد / کشف شد / ضبط شد / انجام شد / دستگیر شد / گرفتار شدند

Migrants in U.S. custody describe life in 'ice boxes' and 'dog pounds' (Reuters, 2018, website)

During their detention last month in a U.S. Customs and Border Protection facility in Laredo, Texas, Karen and her two young sons were constantly cold. The family, which fled violence in Honduras, slept on a hard floor in a holding cell without mattresses, she said, their clothes still wet from crossing the Rio Grande.

"I can only hold one at a time to keep them warm. Whoever I am not holding is cold," she said in one of more than 200 sworn statements filed this week in a long-running lawsuit challenging conditions for children in immigration custody.

The statements, which were taken in June and July and identify immigrants only by their first names, provide a rare window into life in Customs and Border Protection (CBP) facilities. Migrants like Karen and her children who crossed into the United States illegally, as well as those who applied for asylum at the border, are often held in such facilities before being released or transferred to longer-term detention centers.

A nursing mother named Serafin, who said she fled Mexico after a cartel member threatened to rape her and kill her baby, said she was given too little food at a facility in San Ysidro, California.

"My daughter cries a lot because she is hungry."

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۳۰۱

A woman named Mayra said her 9-year-old son became fearful after their detention in Nogales, Arizona, where he saw children separated from their parents.

“He saw someone bound with chains and asked me whether I would be chained in the same way,” she said. “He wonders when we will get to the United States. I do not tell him that we are already here. He wouldn’t believe that the United States would treat us this way.”

- انتشار رویداد مربوط به شرایط نامناسب پناهجویان در آمریکا در خبرگزاری رويترز مشمول هیچ‌یک از ملاک‌های بازدارنده انتشار نمی‌شود و بنابراین وارد روند تولید خبر می‌شود (با این وجود چنین خبری در رسانه‌های محافظه‌کار آمریکایی از جمله فاکس نیوز، واشنگتن‌پست با مضمونی کاملاً متفاوت منتشر شده است).

- مسائل مربوط به وضعیت پناهجویان به‌ویژه در آمریکا برای مخاطب دارای جذابیت است. با اشاره به ملاک‌های معرفی شده توسط گالتانگ و روژ، به دلیل دارا بودن شرایط پوشش رویدادهای منفی و ارجاع به ملل ممتاز این موضوع ارزش خبری برای انتشار دارد.

- انتخاب موضوع دشواری‌های پناهجویان و شرایط نامناسب آنها، پرداختن به موضوع مورد توجه جامعه و تلاش برای برانگیختن احساسات و همدردی آنهاست.

- اشاره به:

During their detention last month in a U.S. Customs and Border Protection facility in Laredo /slept on a hard floor in a holding cell without mattresses /their clothes still wet from crossing the Rio Grande /in one of more than 200 sworn statements filed this week in a long-running lawsuit challenging conditions for children in immigration custody /where he saw children separated from their parents

استفاده از استراتژی توصیف موقعیت است.

اشاره به:

Karen and her two young sons were constantly cold /The family, which fled violence in Honduras /Migrants like Karen and her children who crossed into the United States illegally, as well as those who applied for asylum at the border / A woman named Mayra / her 9-year-old son

استفاده از استراتژی توصیف کنشگر است.

- استفاده از عباراتی مانند: kill her baby/given too /Ice box/ dog pounds
without holding cell/provide a rare window into life /little food cell /
mattresses/ cries a lot استفاده از استراتژی همدردی است.

- استفاده از عباراتی مانند: rape, dog pound, به‌کارگیری استراتژی واژگان‌گرایی
و همچنین کاربرد واژه‌های تابو برای تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب است.
- همان‌طور که مشاهده می‌شود، استفاده از افعال معلوم در مقایسه با افعال مجهول
از بسامد بیشتری برخوردار است، چرا که در این حوزه، کنشگر به‌اندازه عملی که انجام
می‌شود اهمیت دارد.

افعال معلوم:

Fled/ slept/ hold/ keep/ field/ holding/ said/ provided/ crossed/ applied/
transferred/ threatened/ said/ cries/ became/ saw/ said/ wonders/ will get/
would not believe/ tell/ would treat

افعال مجهول:

were taken/ being released/ would be chained

- همچنین همان‌طور که دیده می‌شود، افعالی که به زمان حال و گذشته اشاره
دارند، با بسامد بیشتری تکرار شده‌اند:

were/ fled/ slept/ hold/ said/ field/were taken/ provide/ crossed/ applied/
held/ released/ transferred/ threatened/ said/ cries/ would be chained/ would
treat

- نمونه‌ای از توصیف، تحلیل و تبیین زبان‌شناختی - اجتماعی الگوی ورزشی

سهراب مرادی رکورد جهان را شکست (ورزش ۳، ۱۳۹۶، سایت)

نماینده وزن ۹۴ کیلوگرم وزنه‌برداری ایران توانست رکورد مجموع جهان را
جابه‌جا کند. به گزارش «ورزش سه»، سهراب مرادی، دارنده مدال طلای المپیک ۲۰۱۶
که به درخواست خودش در مسابقات داخل سالن آسیا در ترکمنستان حاضر شده بود،

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۳۰۳

عصر امروز در دسته ۹۴ کیلوگرم روی تخته رفت. نماینده کشورمان در یک‌ضرب با بالا بردن وزن ۱۸۵ کیلوگرمی به مقام نخست دست‌یافت.

مرادی در دو‌ضرب بی‌رقیب به حساب می‌آید و بعد از اینکه کار رقبایش به پایان رسید، روی تخته رفت. سهراب در تلاش اول وزنه ۲۲۰ کیلوگرمی را روی زمین انداخت؛ اما بالا بردن این وزنه در تلاش دوم مدال طلای خود را قطعی کرد. در نهایت سهراب مرادی با بالا بردن وزنه ۲۲۸ کیلوگرمی و ثبت رکورد ۴۱۳ کیلوگرم در مجموع، رکورد جهانی این وزن در مجموع را شکست.

سهراب مرادی که خود را برای مسابقات جهانی ۲۰۱۷ در آمریکا آماده می‌کند، با مجموع ۴۱۳ کیلوگرم به میزان یک کیلوگرم رکورد سال ۱۹۹۹ «آکایوس کاخیا سویلیس» یونانی را ارتقاء داد و رکورد دیگری را به نام وزنه‌برداری ایران به ثبت رساند. رکورد این وزنه‌بردار یونانی ۴۱۲ کیلوگرم در مجموع بود. البته قبلاً ایلیا ایلین قزاق این رکورد را شکسته بود اما به دلیل مثبت شدن دوپینگش رکوردها پاک شد.

- این خبر دقیقی پس از پایان مسابقه ورزشی منتشر شده است بنابراین فاکتور تازگی که مهم‌ترین معیار در حوزه اخبار ورزشی است، رعایت شده است.

- این خبر مربوط به ورزش ایران و یک شخص معروف در حوزه ورزش است، پس معیارهای «ارجاع به اشخاص ممتاز» و «ارجاع به ملت‌های ممتاز» را دارد، بنابراین ارزش خبری انتشار را خواهد داشت.

استفاده از عبارت‌های «سهراب مرادی، دارنده مدال طلای المپیک ۲۰۱۶»، «نماینده وزن ۹۴ کیلوگرم وزنه‌برداری ایران»، «نماینده کشورمان در یک‌ضرب»، «سهراب مرادی که خود را برای مسابقات جهانی ۲۰۱۷ در آمریکا آماده می‌کند»، کاربرد راهبرد توصیف کنشگر است. بیان این‌که «مرادی در دو‌ضرب بی‌رقیب به حساب می‌آید» استفاده از راهبرد بزرگنمایی نقاط مثبت خودی است.

بیان این‌که «سهراب مرادی با بالا بردن وزنه ۲۲۸ کیلوگرمی و ثبت رکورد ۴۱۳ کیلوگرم در مجموع، رکورد جهانی این وزن در مجموع را شکست» استفاده از راهبرد توصیف موقعیت است.

ارجاع به مرادی با عنوان «نماینده کشورمان در یک‌ضرب» و تأکید بر این‌که این ورزشکار «در دوضرب بی‌رقیب به حساب می‌آید» کاربرد راهبرد خودبزرگ‌منشی ملی است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود در این خبر از عبارات‌های تخصصی مانند یک‌ضرب بالا، دوضرب بدون ارائه معادل عمومی آن استفاده شده است. همچنین از آنجاکه در حوزه اخبار ورزشی، شخص ورزشکار اهمیت زیادی دارد، در این حوزه عمدتاً از افعال معلوم استفاده می‌شود. به دلیل بالا بودن سرعت تحولات نیز از جملات ساده استفاده می‌شود تا رمزگشایی آن در ذهن مخاطب با سرعت بیشتری صورت بگیرد.

Croatia beats England in extra-time to reach first World Cup final (CNN, 2018, website)

History for Croatia, heartbreak for England.

Croatia will compete in its first World Cup final after putting England to the sword in Moscow with a dramatic extra-time win.

For the third consecutive match, Croatia was forced to play 120 minutes after this semifinal ended 1-1 in normal time. But unlike in victories over Russia and Denmark, it did not need penalties to decide the outcome as Mario Mandzukic's 109th-minute winner proved decisive.

Kieran Trippier's first international goal, an exquisite free-kick in the fifth minute, gave England a lead which was negated when Ivan Perisic drew his team level in the second half.

After a poor first half, when Croatia's exertions to reach the last four looked to have taken their toll, Zlatko Dalic's men found seemingly endless reserves of energy after the break to set up a showdown in the Russian capital against France for the sport's ultimate prize.

Dalic had admitted pre-match that brutal last-16 and quarterfinal matches had impacted his side, but he also said there could be "no excuses." And despite falling behind, his players made sure there wouldn't be as Croatia, a country with a population of just four million - one-13th the size

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۳۰۵

of England's -- and ranked 20th in the world, continued its unexpected journey in Russia.

- انتشار رویداد مربوط به صعود کرواسی به جام با هیچ‌کدام از عوامل بازدارنده خبر منافاتی ندارد.

- رویدادهای مربوط به جام جهانی فوتبال، شرط تواتر در شروط دوازده‌گانه گالتانگ و روز را محقق می‌کند همچنین انتشار اخبار مربوط به کرواسی و انگلیس در حوزه فوتبال، ارجاع به ملل ممتاز در شروط گالتانگ و روز محسوب می‌شود. بنابراین ارزش خبری برای انتشار در رسانه را دارد..

- استفاده از عبارت‌های زیر، کاربرد استراتژی توصیف موقعیت است.

in Moscow with a dramatic extra-time win /Croatia was forced to play 120 minutes after this semifinal ended 1-1 in normal time /109th-minute winner proved decisive /it did not need penalties to decide the outcome / After a poor first half /an exquisite free-kick in the fifth minute, gave England a lead which was negated when Ivan Perisic drew his team level in the second half.

- استفاده از عبارت‌های زیر، کاربرد استراتژی توصیف کنشگر است.

Croatia/ Kieran Trippier's first international goal, an exquisite free-kick in the fifth minute/ Zlatko Dalic's men found seemingly endless reserves of energy.

- استفاده از واژه‌های *heartbreaker* و *dramatic* کاربرد استراتژی واژگان‌گرایی است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود استفاده از استراتژی‌های توصیف کنشگر و توصیف موقعیت از بسامد بیشتری برخوردار است.

- مشاهده می‌شود که استفاده از افعال زمان گذشته و آینده و همچنین افعال معلوم از بسامد بیشتری برخوردار است.

- *will compete/ was forced/ ended/ did not need/ proved/ gave/ was negated/ drew/ looked/ found/ admitted/ said/ made/ ranked/ continued*

- همچنین دیده می‌شود که جمله‌ها ساختاری ساده دارند.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش شد با تأکید بر تفاوت‌های زبان‌شناختی هر یک از حوزه‌های خبری، به‌طور خاص این ویژگی‌های زبان‌شناختی در بعد واژگانی، دستوری و کاربردشناختی در دو حوزه اجتماعی و ورزشی مورد بررسی قرار گرفته و تفاوت‌های هر یک از آنها تبیین شود. با استفاده از پرسشنامه‌ای که در اختیار ۴۸ نفر از خبرنگاران، دبیران و سردبیران رسانه‌های داخلی و خارجی قرار گرفت، روند تولید و انتخاب خبر مورد بررسی قرار گرفت. با بررسی داده‌های مستخرج از این پرسشنامه‌ها و استفاده از آزمون خی دو، الگویی برای تولید و نگارش خبر در این دو حوزه ارائه شده است که به لحاظ زبان‌شناختی کاملاً توجیه‌پذیر به نظر می‌رسد:

در حوزه اجتماعی رعایت خطوط قرمز از اهمیت زیادی برخوردار است و برخی رویدادها، مشمول عوامل بازدارنده انتشار خبر شده و نمی‌توانند وارد مرحله نگارش شوند. (همان‌طور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، ۳۵ نفر از پاسخ‌دهندگان بر لزوم اعمال خطوط قرمز توسط گزینشگر خبر تأکید دارند). در این حوزه نیز مانند تمام حوزه‌های خبری، ارزش خبری باید لحاظ شده و تنها اخباری می‌توانند وارد مرحله نگارش شوند که شامل یکی از ارزش‌های خبری معرفی شده توسط گالتانگ و روژ باشند. همچنین همان‌طور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، ۲۹ نفر از پاسخ‌دهندگان از میان راهبردهای وندایک، بر محور همدردی تأکید دارند.

در حوزه واژگان نیز ۳۰ نفر از پاسخ‌دهندگان بر لزوم کاربرد واژگان نشان‌دار تأکید دارند که ۱۷ نفر کاربرد واژگان تابو (واژه‌هایی مانند تجاوز، سقط‌جنین، فرار دختران، ازدواج سفید و...) را کارا تر دانسته و ۱۳ نفر نیز واژه‌هایی با بار معنایی منفی (ناکارآمدی، فقر، گرسنگی، بیکاری، زباله‌گردی و...) را مهم‌تر ارزیابی کرده‌اند. بر اساس جدول ۳، در محور نحوی استفاده از افعال معلوم بسامد بیشتری داشته است چرا که در این حوزه، فردی که عملی را انجام می‌دهد نیز به‌اندازه عمل انجام گرفته اهمیت

توصیف، تحلیل زبان‌شناختی و ارائه الگوی تولید ... ۳۰۷

دارد. همچنین بیشتر به رویدادهای زمان حل و گذشته پرداخته شده و بسامد رویدادهایی که در آینده اتفاق می‌افتد، کمتر است.

در حوزه ورزشی، با توجه به ماهیت رویدادها جنبه تازگی آن از اهمیت زیادی برخوردار است.

در این حوزه، خطوط قرمز در مقایسه با حوزه‌های دیگر کمتر بوده و بسامد اخباری که به لحاظ عوامل بازدارنده درونی و نه عوامل بازدارنده بیرونی از انتشار بازمی‌مانند، بسیار اندک است. همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، ۴۱ نفر از رأی‌دهندگان نیز معتقدند در حوزه ورزش خط قرمز، بازدارنده‌گزینش و انتشار خبر نخواهد بود.

در این حوزه نیز رویدادها برای تبدیل شدن به خبر باید شامل یکی از ارزش‌های خبری معرفی شده توسط گالتانگ و روژ باشند. در میان استراتژی‌های وندایک نیز با توجه به این‌که یک رویداد ورزشی اتفاق افتاده است، توصیف موقعیت، عملی که ورزشکار انجام داده است، توصیف کنشگر و همچنین جنبه غرور ملی یا منطقه‌ای و خودبزرگ‌منشی ملی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند (جدول شماره ۳ نیز نشانگر همین مسئله است).

در حوزه واژگان عمدتاً از واژگان تخصصی استفاده شده و این پیش‌فرض وجود دارد که به دلیل دانش برون‌زبانی مشترک با مخاطب، نیازی به ارائه معادل عام آن نیست. (به‌عنوان مثال در متون ورزشی هیچ‌گاه معادل عام واژه‌هایی مانند آفساید، حرکت دوضرب، کرنر و ... ارائه نمی‌شود).

به لحاظ نحوی نیز از آنجاکه عامل رویداد ورزشی به اندازه خود رویداد اهمیت دارد، استفاده از افعال معلوم بسامد بیشتری دارد. همچنین به دلیل اهمیت سرعت انتقال خبرهای ورزشی و لزوم رمزگشایی سریع آن در ذهن مخاطب، عمدتاً از جملات ساده و فاقد درونه استفاده می‌شود. انتخاب تصادفی دو گزارش خبری از هر یک از

حوزه‌های اجتماعی و ورزشی (یک نمونه داخلی و یک نمونه خارجی) کارایی این الگو را اثبات کرد.

به این ترتیب خبرنگاران و دبیران فعال در این حوزه می‌توانند منبعی منسجم در اختیار داشته باشند تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن، رویدادهای خبری را به گزارشی که به لحاظ الگوهای زبان‌شناختی بیشترین کارایی را داشته و منطبق با راهبردهای وندایک است، تبدیل کنند. استفاده از این الگو به عنوان مرجع می‌تواند به استفاده بهینه از نیروی انسانی منجر شده و فرایند دستیابی به قابلیت‌هایی که به واسطه تجربه و طی سال‌ها حضور در تحریریه حاصل می‌شود را با کاربرد چند الگوی ساده، بسیار کوتاه کند.

منابع

- استاجی، اعظم و شیروان، زهرا. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر دو مؤلفه نحوی وجهیت و تعدی در بازنمود خود و دیگری در متون مطبوعاتی». فصلنامه *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. دوره ۶. شماره ۱۹. ۸۵-۱۰۷.
- آقاگلزاده، فردوس و خیرآبادی، رضا. (۱۳۹۱). «انگاره زبان‌شناختی نگارش و گزینش خبر: رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی»، *فصلنامه جستارهای زبانی*، دوره ۳، شماره ۴، ۲۵-۴۲.
- اکوانی، سید حمدالله. (۱۳۹۱). «زبان و هویت در میدان رسانه‌های غرب: ایران به مثابه دیگری». *فصلنامه مطالعات ملی*. دوره ۱۳، شماره ۳. ۲۹-۵۲.
- تربتی، سروناز و مهدوی، امین. (۱۳۹۷). «تحلیل گفتمان انتقادی جوک در جوک در خصوص توافق هسته‌ای؛ بازنمایی توافق هسته‌ای در جوک فارسی». *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۴، شماره ۱۵. ۱۱۳-۱۴۸.
- جمال‌زاده، ناصر و خواجه‌علی، محمد. (۱۳۹۵). «تبیین فرایند پیروزی انقلاب اسلامی ایران بر اساس مدل قدرت شبکه‌ای مانوئل کاستلر». *فصلنامه پژوهشنامه انقلاب اسلامی*. دوره ۶. شماره ۱. ۹۹-۱۱۸.
- حلاج‌زاده بناب، حسین؛ خلیفه لو، سید فرید و آقاگل‌زاده، فردوس. (۱۳۹۷). «توصیف و تحلیل ساخت‌های ایدئولوژیک در گفتمان دادگاه خانواده، زنان خواستار طلاق بر پایه رویکرد وندایک (۲۰۰۶): رویکرد زبان‌شناسی حقوقی». *فصلنامه زبان‌پژوهی*، دوره ۱۰. شماره ۲۸. ۳-۳۰.
- زابلی‌زاده، اردشیر و موسوی، سید ندا. (۱۳۹۴). «بررسی نقش استعاره در گفتمان خبری رسانه‌های بین‌المللی»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۱، شماره ۲. ۵۷-۸۵.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه: علیرضا دهقان. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- طاران، علی. (۱۳۸۶). «بررسی ترجمه متون خبری در وبگاه‌های ایرانی بر اساس دیدگاه تحلیل گفتمان انتقادی: مطالعه موردی وبگاه تابناک». *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- علی‌پور، مریم. (۱۳۹۲). «بررسی مقایسه‌ای کاربرد اصول ادب لیچ در متون خبری ۱۰ کشور». *فصلنامه سیاست*. دوره ۳۸. شماره ۲. ۴۲-۵۷.

۳۱۰ فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۸

- علیخانی، پریسا؛ حرمتی، حمیده و میری، سیدابوالحسن. (۱۳۹۶). «تغییرات نوشتاری زبان فارسی در گفت‌وگوی کاربران برنامه‌های پیام‌رسانی تلفن همراه». *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۳، شماره ۱۱، ۱۹۴-۱۶۹.
- عیناوی، احمد. (۱۳۷۷). «گفتمان رادیو: نگاهی زبان‌شناختی به متون خبری غیرتصویری». *فصلنامه ارتباطات*. دوره ۶، شماره ۲۲، ۲۵-۱۷.
- رکلاف، نورمن. (۱۳۷۹). *تحلیل گفتمان انتقادی*. ترجمه: فاطمه شایسته پیران و دیگران، چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- فیروزیان پوراصفهانی، آیلین و آقاگلزاده، فردوس. (۱۳۹۵). «بررسی بازنمایی ایدئولوژی در متون ترجمه شده سیاسی انگلیسی در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی: محورهای سبک و بلاغت». *دوفصلنامه زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان*. دوره ۸، شماره ۱۴، ۲۵-۱.
- کریمی فیروزجانی، علی. (۱۳۹۶). «بررسی تیتروزی روزنامه‌های ورزشی از دیدگاه گفتمان‌شناسی انتقادی: مطالعات موردی مسابقات تیم‌های پرسپولیس ایران و الهلال عربستان». *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*. دوره ۶، شماره ۳، ۳۲-۲۱.
- مزروعی مریم و سلطانی‌فرد، مسعود. (۱۳۹۰). «ملاک‌های بازدارنده خبر در مطبوعات ایران». *فصلنامه مطالعات رسانه‌ای*. دوره ۶، شماره ۱۳، ۱۳۱-۱۰۷.
- مهدی پور، فرشاد. (۱۳۹۰). «بررسی مؤلفه‌های زبان تخصصی روزنامه‌نگاران در ایران و نقاط قوت و ضعف آن». *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. دوره ۶، شماره ۲۱، ۹۷-۱۱۰.
- مهدی زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۷). *رسانه و بازنمایی*، چاپ اول، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- نوری راد، فاطمه و حکیمی، زهرا (۱۳۹۷). «بازتاب همه‌پرسی کردستان عراق در رسانه‌ها؛ تحلیل محتوای سایت‌های خبری بی‌بی‌سی، الجزیره، ایرنا و روداوو». *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۴، شماره ۱۴، ۲۲۰-۱۷۸.
- خبرگزاری تسنیم. (۱۳۹۷). «دستگیری عامل اصلی شهادت ۳۶ مأمور ناجا در حادثه گورناک بعد از ۱۹ سال». *خبرگزاری تسنیم*. بازنشانی شده در: ۳۱ خرداد ۱۳۹۷، ۱۳: ۴۷ به نشانی: <https://tn.ai/1754964>
- سایت ورزش ۳. (۱۳۹۶). «سهراب مرادی رکورد جهان را شکست». *ورزش ۳*. بازنشانی شده در: ۱ مهر ۱۳۹۶، ۱۹: ۲۲ به نشانی: <https://linkp.ir/2wNv>

- Al Maghlouth, Shrouq. (2017). “**A Critical Discourse Analysis of Social Change in Women -related Posts on Saudi English -Language Blogs Posted between 2009 and 2012**”, Lancaster University.
- Barnard, Merryn. (2010). “**Media Discourse and the “Truth” of Gender, Culture and Violence**”. University of Sydney.
- Fairclough, Norman. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity
- Fowler, Roger. (1991). *Language in the news*. London: Routledge.
- Galtung, Johan; Ruge, Mari Holmboe. (1965). “The structure of foreign news: The presentation of Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers”. *Journal of peace research*, 2 (1), pp 64-90
- Hall, Stuart. (1997). *The Work of Representation, in Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage.
- Hall, Stuart and Jhally, Sut. (2007). *Representation and the media*, New York: Media Education Foundation Collection.
- Haynes, John. (1995). *Style*. London & New York: Rutledge.
- Herbert, George. (2002). “Analysing news language: Discourse or discourse”. *Journal of Language and Media*, 3 (2), pp18-24.
- Simpson, Paul. (1993). *Language, Ideology and point of view*. London: Routledge
- Van Dijk, Teun. Adrian. (2006). “Ideology and discourse analysis”. *Journal of political Ideologies*. pp112, 114-115.
- Web, Jen. (2009). *Understanding Representation*, London: Sage.
- White Peter R.R. (2006). *Mediating Ideology in Text and Image: Ten Critical Studies*. London: Pluto.
- Wodak, Ruth and Meyer, Michael. (2001). *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage.
- Levinson, Reade; Cooke, Kristina (2018). “Migrants in U.S. custody describe life in 'ice boxes' and 'dog pounds’”. *Reuters*. 19 July, 2018, 02:35. In: <https://linkp.ir/wqKz>
- Lewis, Aimee. (2018). “Croatia beats England in extra-time to reach first World Cup final”. *CNN*. 12 July 2018, 09:26. In: <https://edition.cnn.com/2018/07/11/football/croatia-england-world-cup-2018-russia/index.html>