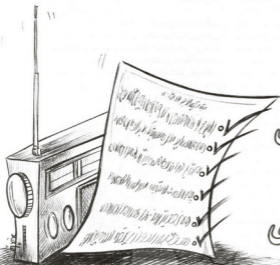


# تجزیه و تحلیل کلام متون رسانه‌ای



● آنا شوچنکو  
مترجم: معصومه مهرایی

درباره تحلیل کلام اطلاعات ارتباط جمعی ذکر کرده این گونه توصیف می‌کند: تحلیل کلام، یعنی مطالعه هر بخشی از ساختار پایگفتنی متن رسانه‌ای (متون، بررسی مختصر، رویداد اصلی، شرح رویدادها) و تحلیل خرد که تحلیل معنی‌شناسی متن رسانه‌ای بیشتر این نوع تحلیل به تجربه معانی واژه‌ها و کلمات، ارتباط درونی کلمات از نیز آفرینش سیکی و بلاغی معانی می‌پردازد. پس شگ، یکی از کنارهای کنونی که در روش‌شناسی موضوعی مطرح است، جست‌وجوی جایگزین برای روش‌های تحلیل موضوعی است که دیگر در تحقیقات رسانه‌های جمعی شکل غالب را یافته است. بررسی‌های کمی فراگیر وقتی که برای تعیین معنی پیام‌های رسانه‌ای خاص به کار بسته می‌شود امکانات بسیار محدودی دارد. این بررسی‌ها

مقاله حاضر تلاشی است به قصد تعمیم نتایج بررسی مشکلات روش‌شناسی برسر راه تحلیل کلام متون رسانه‌ای. در این ارتباط نویسنده اشاره‌ای به آثار جورج ارول، یوان ون دایگ، امیرتوگو و دیگران دارد. مقاله شکل‌های مختلف حل مسئله روش‌شناسی مسئله انتخاب واحد تحلیل - را مطرح می‌کند. نویسنده عقیده جورج ارول را مؤثرترین راه می‌داند. ارول، معنی - یعنی مفهوم ویژه‌ای - را که از هر متنی جدا نشدنی است به مثابه واحد تجزیه و تحلیل کلامی می‌داند و آن یک غایت کلی، توجه و هدف متن برای به واقعیت رسانیدن نتیجه‌ای معین است. در این مقاله به آثار ون دایگ توجه ویژه‌ای خواهد شد.

نظر نویسنده چیزی است که دایگ آن را باایات‌ترین طرح در تجزیه و تحلیل کلام می‌داند. نویسنده سظوری را که ون دایگ

مؤلفه‌های بافتی خود را لحاظ نمی‌کنند و برای مطالعه ساختار متن رسانه‌ای کافی نیستند همان گونه که روش‌های شکل‌گیری آنها نیز کلیت لازم را ندارند.

اسروزه پکسی از شیوه‌هایی که می‌تواند جایگزین روش‌شناسی کمی شود بررسی رسانه‌های ارتباطی و تحلیلی و تجزیه روش‌های متون رسانه‌ای است. این روش‌شناسی کمی به مثابه گرایش تحقیقی فرارشته‌ای و بدیع و فاصله بین اواسط دهه شصت و هفتاد در برخی از رشته‌ها مانند: انسان‌شناسی، قوم‌نگاری، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، نظریه شعری، بلاغی، سبک‌شناسی، زبان‌شناسی، نشانه‌شناسی و دیگر علوم انسانی ظاهر شد.

این شیوه با علاقه و شوق اندیشمندان به مطالعه نظام‌مند ساختارهای نقش‌ها و فرایندهای مجاوره و متن آمیخته شده بود. به هر حال، اغلب آثار در این عرصه صرفاً نظمی زبان شناختی دارند. بررسی‌های سبک‌شناسانه لیخ (۱۹۶۶)، کریستال، دیوی و بعدها رویکرد نهادانه فولر (۱۹۹۱)، کرس (۱۹۸۵) و شپلتن (۱۹۸۵) جزء اولین کارهایی است که در تجزیه و تحلیل کلام صورت گرفته است. بیشتر آثار این نویسندگان تحت تأثیر دستور نظام‌مند هالیدی (۱۹۷۸) بوده‌اند. در آلمان تحقیقات کلامی از رویکردهای کلامی در حیطه زبان‌شناسی متن تأثیر گرفته است. (گوکر، ۱۹۸۳ و استراسفر، ۱۹۷۵) بیشتر آثار تحلیلی کلامی و زبان‌شناسانه در بریتانیا و استرالیا به انجام رسید. در ایالات متحده آمریکا و فرانسه تحقیقاتی از این دست بر روی رسانه‌های گروهی صورت گرفته که چندان علمی و جدی نبوده‌اند. (اداپک، ۱۹۹۹) بدیهی است این واقعیت که کارگزاران شناختی مفروض هنوز بسیار فراموش شده است نشان می‌دهد که تاکنون در این زمینه کارهای زیادی انجام نشده و این روش هنوز مراحل رشد خود را طی نکرده است. همچنین این واقعیت نشان از آشنایی اندک جامعه تحصیل‌کرده با تحلیلی کلامی دارد. بنابراین بررسی حاضر به باز نمودن تعمیم یافته نتایج گرایش‌های بعدی (اخیر) در تجزیه و تحلیل کلام اختصاص می‌یابد.

از میان دانشمندانی که سهم بسیاری در گسترش بررسی تجزیه و تحلیل کلامی رسانه‌های گروهی و تشریح روش‌شناسی آن داشته‌اند باید نخست تان وون وایک را نام ببریم که کلام ارتباطی مربوط به نژاد پرستی و زبان برتر را برزافاس رسانه‌های انگلیسی بررسی کرده است. همچنین ضروری است که دیدگاه جورج ازول را مطرح کنیم که به نقد زبان برگزیده سیاسی حاکم در اطلاعات رسانه‌ای پرداخت. آمیز تو آکو ساختار زوایی فیلم‌ها را با شاهد آوردن از سریالی درباره یهوده تحلیل کرد. دی. مینارده بررسی برداشت مردم از زبان رسانه‌ای پیام-محور پرداخت. از بین محققان داخلی در زمینه تحلیل و تجزیه اطلاعات رسانه‌ای باید ای. جی. آلتونین را نام برد که درباره شیوه‌های سبک‌شناسانه در آفرینش متون رسانه‌های سیاسی تحقیق و ابزاری را که، نویسنده برای مفاد کردن شونده در اختیار دارد، بررسی کرد.

سپس ای. جی. پاساویدو درباره ویژگی‌های انحصاری مسائل اجتماعی مطرح در تحلیل کلام رسانه تحقیقاتی کرد. همچنین باید از ای. آر. اسمیرنوا، پارسکایا که معلولیت را در رسانه مطالعه کرد نام ببریم. ای. نازانکو و فسکیلیا که روی تصویر زن و مرد در طراحی روزنامه‌های مدرن تحقیق کرده‌اند. اسمیرنوا که مشکلات تحلیل عتیاده به مواد مخدر را در رسانه‌های محلی بررسی کرد و بسیاری دیگر. بنابراین، در قلمرو روش‌های ارتباط جمعی، تجزیه و تحلیل کلام همواره در ارتباط با بررسی واقعیت اجتماعی به کار می‌رود و به وسیله فرایندهای ارتباطی طرح‌ریزی می‌شود.

اصطلاح کلام (گفت‌وگو) مترادف‌های زیادی دارد. علی‌رغم گوناگونی تعاریف، دورویکرده تعریف این اصطلاح وجود دارد که به‌طور هم‌زمان دنبال می‌شود. برطبق اولین تعریف، کلام شکلی از بیان انگاشته و به مثابه یک بخش از رفتار گرفته می‌شود. در اینجا کلام صورتی از بیان است که به آن می‌توان هر مضمونی را افزود. کلام به صورت یک فرازبان یا دستور خاص در نظر گرفته می‌شود که متناظر با آن یک جهان ذهنی خاص وجود دارد؛ شیوه‌ای برای توصیف موضوع مجاوره یا درست معادل گفتار به اصطلاح سوسوری آن. رویکرد مفروض مشخصاً به هنگام مطالعه کلام به مثابه ابزاری برای تولید و ساخت واژه (له) قدرش می‌باشد (اواسط‌های ابیاوسله‌ای برای رسیدن به توافق و تفاهم مناسب است).

رویکرده دوم بر سامان‌بندی درونی عناصر متن تأکید دارد. کلام به مثابه متنی بیوسه نمایان می‌شود؛ بنابراین، جملاتی که به گونه‌ای فلویدی به هم مرتبط شده‌اند؛ واحدی که از حیث اندازه از بند (جمله) بزرگ‌تر است. بیان- به معنی همگنی (فراگیر، جهانی) آن، یعنی کلام، به مثابه موضوع بررسی در «دستور متنی» که نتایج عبارات متفک را مطالعه می‌کند، نمایانده می‌شود. این رویکرد وقتی سودمند است که بخوایم روش‌شناسی تجزیه و تحلیل کلام را توصیف کنیم. واحدهای چنین تجزیه و تحلیلی را بازشناسیم و خود کلام را تشخیص بدهیم.

مفاهیم گروه اول در زمینه تعیین هویت تحلیل کلامی و در پرتو پاسخ به سؤال زیر مهم است؛ چگونه می‌توان از این صورت گفتاری به مثابه ابزاری برای تولید و به مثابه میانجی (اواسط) از بیان قدرت یا شیوه‌ای برای دستیابی به توافق و تفاهم استفاده کرد؟

جست‌وجوی واحد تجزیه و تحلیل کلام از پیچیده‌ترین مسائلی است که به هنگام پرواز کردن روش‌شناسی تحلیل کلام آشکار می‌شود؛ زیرا باید عبارتی را بیاییم که چند معنی مختلف را در برگیرد تا برای تفسیر در نظام‌های معنایی مختلف کارآمد باشد. در نظریه ارتباط کلاسیک هبام، درباره همه رسانه‌های معیار به کار می‌رود که اساساً این یک چندگانه‌اند و این گداه معانی معین و رمزهای قابل تفسیر و تعبیر را بازسازی کنند. براساس تعریف آگو،

کد نظامی از قراردادهای ارتباطی است که به روش جانیشینی، عناصر رایه هم متصل می‌کند. یعنی تعدادی از نشانه‌هاست به همراه تعدادی از اجزای نشانه‌ای که ساختار هر دو، نظام را معین می‌کند. هر کدام از اینها را قواعد نظریه ترکیبات، معین می‌کنند. این قواعد نظمی را تثبیت می‌کنند که در آن عناصر نشانه‌ها (به شیوه همنشینی بیان می‌شوند).

برای توصیف پیام‌هایی که می‌توانند دریافتی رسانه‌ای فرآیند ارتباط را خلق کنند لازم است آرایش «طرحی» را که در آنهاست بشناسیم. یعنی مرزها و ویژگی‌های پیام را تشخیص دهیم. طرح که پیام، آن را باز می‌نماید کلیت حقایقی منظم شده است که به کمک واژه‌ها، گروه‌ها و جملات بیان می‌شود. بنابراین، واحد تحلیل کلام، پاتی است که این نقشه را در خود دارد به شرط این که با جملات و واژه‌هایی متناوب بیان شود.

با در نظر گرفتن مشکل محتوایی برای دستیابی به واحد تحلیل کلامی، باید دیدگاه کریستال را مطرح کنیم. کریستال که کلام را بخش «پسته و مغز» زبان و چیزی بزرگتر از جمله می‌داند متن را واحد کلام می‌شمارد. بدین‌صورت است که در این رویکرد، اصلی‌ترین کار برای تحلیل کلام، بررسی زبان در کاربرد واقعی آن و در تقابل با زبان به مثابه یک ساختار است (کریستال، ۱۹۸۵).

سرانجام، بر اساس دیدگاه ج. اول در درباره تحلیلی کلامی، از دیدگاه روش‌شناسی، لازم است که توجه خود را به کل متن معطوف کنیم. بنابراین هدف اصلی در هنگام تحلیل متن فهمیدن «ایده اصلی متن» و نیز «ایده‌ها و نظریات گوناگونی است که نویسنده (روزنامه‌نگار یا کمک‌انها) واقعیت را توضیح و شکل می‌دهد. در این ارتباط ما کلام را که خودش در معرض تحلیل است نه تنها آن ایده‌هایی می‌دانیم که نویسنده یا صراحت ارائه می‌کند بلکه آن ایده‌ها و نظریاتی که نویسنده از آن‌ها حکم‌های (تفسیراتی) خود

را آغاز می‌کند. هم کلام به حساب می‌آوریم. همچنین برخی ظایات که مخصوص و منحصر به هر متنی است و یک هدف کلی را بازتاب می‌کند یا سبک و سویی که متن برای به وقوع رسانیدن هدفی خاص (مثلاً قانونی جلوه دادن یک مشکل اجتماعی معین) در پیش گرفته است می‌تواند تحلیل شود. ما این طور می‌دانیم که پرورش ایده‌های اول و توان و دایک برای شرح تناوب و مضمون مراحل تحلیل کلامی رسانه‌ها بسیار موفق خواهد شد.

روش‌شناسی تجزیه و تحلیل کلامی که ون دایک پیشنهاد کرد بر بسیاری از تحقیقات ساختارگرا - معنی - شناختی اطلاعات رسانه‌ای تأثیر نهاد. بنابراین، بررسی مفصل طرح ترکیبی ون دایک در مورد تحلیل اطلاعات روزنامه (اخبار) که ون دایک در رساله اش پیشنهاد کرده است، به نظر سودمند می‌رسد.

ون دایک پیشنهاد می‌کند که تحلیل کلامی را با مطالعه ساختار متن آغاز کنیم. نویسنده معتقد است که موضوعات متون رسانه‌ای معمولاً با طرحی انتزاعی از تقسیم‌بندی‌های متناسب و درخور که ساختار کلان نام دارد سازمان‌بندی می‌شود. این طرح پایگانی به بخش‌هایی چون، عنوان، بررسی مختصر، رویداد اصلی، بافت و مشروح رویداد تقسیم شده است. همچنین دریافت متن، معانی تازه‌ای را می‌توان یافت. ابتدا مهم‌ترین اطلاعات جای می‌گیرند. سپس راهکاری برای شکل دادن به ساختار عناصر مرتبط طرح به کار گرفته می‌شود. ترتیب پلانهای اجزای نام برده شده در یک اثر بسته به ویژگی مقاله‌ها و سلاطین روزنامه‌نگاران تغییر می‌کند و همین تغییرات نیز به صورت ویژه بررسی می‌شوند.

ون دایک به این نکته توجه می‌کند که هر جزئی باید تحلیل شود. «کلام در هر بخش ساختار اثر اعم از چلی یا غیرچلی قابل بازپس است». بنابراین، ون دایک عنوان مقاله‌ای را از روزنامه انگلیسی میل نقل می‌کند: «تعمیر مدلیس به اعتراض شدید دامن زد». او در این

کلام صورتی از بیان  
است که به آن  
می‌توان هر  
مضمونی را افزود.  
کلام به صورت یک  
فرازبان با دستور  
خاص در نظر گرفته  
می‌شود که متناظر  
با آن یک جهان  
ذهنی خاص وجود  
دارد



عنوان دو موضوع (که کلام را می‌سازند) را منفک می‌کند؛ واقعیت تبعید مندیس و در عین حال وجود درود و روشن بامردم که عصبانیت و اعتراض خود را علیه دستگیری مندیس و تبعیدش نشان می‌دهند. این موضوعات، اطلاعات اساسی متن را تشکیل می‌دهد و مانع از این रहेنگذر درمی‌یابیم که هر دو موضوع مهماند. این واقعیت به جایگاهی که قبل به پیشینه اجتماعی و سیاسی حوادث اختصاص می‌دهد، اشاره دارد.

مفهوم مورد نظر ون دایک از ساختار کلان متن بسیار به مفهوم مورد نظر اروژ از معنا نزدیک است؛ مفهوم آن بخشی اساسی از متن رساله است که قالب اختیار را تشکیل می‌دهد. پس از تعیین ساختار کلان متن رساله و پس از تحلیل همه اجزای این طرح پایگانی ون دایک شروع به تحقیق درباره معنی شناسی متن می‌کند. ون دایک عناصر معنی شناختی متون رساله‌ای را تعیین می‌کند. در این سطح لازم است که معانی واژه‌ها و جملات، ارتباط درونی بین آنها و همین طور صورت سبک شناختی و بلاغی معانی را تحلیل کنیم. ون دایک مطمئن است که شکل‌گیری الگوهای ذهنی مخاطب (یعنی، شکل‌گیری تفسیر فردی آنها از وقایع و موقعیت‌ها، ساخت

### جست‌وجوی واحد تجزیه و تحلیل کلام از پیچیده‌ترین مسائلی است که به هنگام پروراندن روش‌شناسی تحلیل کلام آشکار می‌شود؛ زیرا باید عبارتی را بیابیم که چند معنی مختلف را در بر گیرد تا برای تفسیر در نظام‌های معنایی مختلف کارآمد باشد

وقایع و تعدیل ایده‌های اجتماعی مشترک‌کنان، نه تنها از موضوعات عام که در متون رساله‌ای آمده است تأثیر می‌پذیرد بلکه از نحوه بیان روزنامه‌نگار هم متأثر می‌شود. در مثال مورد نظر ون دایک مهم است که بدانیم اقلیت قومی در چه مفهومی باز نموده می‌شود.

تحلیل معنایی نزدیک روشی است که در راهکار تشکیل معنایی و ارتباط بین گفته‌ها بر آن تأکید می‌شود. در بررسی معنایی متن یکی از مهم‌ترین تأکیدها بر نزدیک‌ترین تفسیر متن است؛ چگونه اجزای منفرد و مجزای متن به هم پیوند خورده‌اند؟ یکی از شرایط اصلی در ارتباط درونی نزدیک در متون این است؛ ضروری است که گفته‌های متون به واقعیتی که به آنها مرتبطند اشاره داشته باشند، مثلاً توسط ترازان یا زمان، شرایط، دلایل، موقعیت‌ها.

علاوه بر این ون دایک مفاهیم متنی را نیز تجزیه و تحلیل فرار می‌کند که ادراک و فهم آنها منوط به این است که مخاطب دارای دانش اجتماعی خاصی درباره برخی از موقعیت‌ها باشد. پس همه اطلاعات بیان نمی‌شوند و فرض بر این است که بقیه اطلاعات برای

مخاطب قابل شناسایی است. این وابستگی به عقاید و دانش درباره جهان همچنین می‌تواند روابط فردی و ایدئولوژیک را بیان کند که برای ژورنالیست‌ها امری است و به چشم مخاطب می‌آید. علاوه بر این نوع پیوند نزدیک، عبارات می‌توانند از حیث نشانی هم، به هم پیوند خورده باشند؛ مثلاً، با به کار گرفتن تصریح، بازگویی و تقابل، ون دایک در مثالی که آورده نشان می‌دهد که عبارات متون خبری اغلب به وسیله تصریح به هم متصل‌اند؛ عبارات صریح‌تر به هدف تشریح و تفصیل به دنبال عبارات کلی‌تر می‌آیند.

ون دایک عقیده دارد که جدایی از رابطه بین جملات، متن هم یک‌دستی و انسجام معنایی دارد. این ارتباط درونی به وسیله آنچه که ما به عنوان موضوع متن در حالت می‌کنیم توصیف می‌شود. مفاهیم موضوعات متن و اطلاعات کلیدی آن را خلاصه می‌کنند. در قالب اصطلاحات نظریه مفروضی، موضوع بیانات کلان، قوانین کلان هستند.

موضوعاتی از قبیل انتخاب، انترزا و فعال‌سازی منجر به ساده‌سازی پیچیدگی اطلاعاتی می‌شود. موضوعات پایگانی یا عبارات کلان، ساختاری موضوعی برای متن می‌سازند. سخنگویان بومی از این ساختارهای کلان برای دستیابی به فهم و تعمیم کامل در متن بهره می‌گیرند. در کلام خبری هسته این ساختار کلان در عنوان خبر و بررسی مختصر جای می‌گیرد. بنابراین، پیام یک رساله را می‌توان به عنوان تناوبی از عبارات بیان کرد که موضوعات اصلی را ساده‌سازی می‌کند.

یکی از مؤثرترین نظریات معنایی در مرور اخبار اطلاعات درونی اطلاعات تلویحی نام دارد. همان‌گونه که در بالا بیان شد، بیشترین بخش اطلاعات به شکل ناقص بیان می‌شود، با این انتظار که مخاطبان نظراتی اساسی درباره جهان دارند. بنابراین، تحلیل ادبیر قابل توصیف؛ گاهی بهتر است از مطالعه آنچه که حقیقتاً به چاپ می‌رسد، متن رساله‌ای یک نوع کوپه‌ی ایدئولوژیک است و حافظه می‌توانیم سران کوپه‌ی را بیابیم.

ون دایک از «دبلی میبل» روزنامه‌نگار انگلیسی مثالی را نقل می‌کند:

بیه این دلیل است که باید در رد کردن و اشاره به دور، در مورد کسانی که شهروند بریتانیا نیستند و از تحمل و مهمان‌نوازی ما سواستفاده می‌کنند با سماجت بیشتری رفتار کنیم. انجام این کار عین مصلحت از تلاش آنها در تحریک ما به بی‌انصافی.

این بخش کوتاه، اطلاعات درونی ایدئولوژیک زیادی را شامل می‌شود. مثلاً، این واقعیت که انگلیس‌ها (بریتانیایی‌ها) مهمان‌نواز و صبورند، این که مهاجران از این خصالت سواستفاده می‌کنند و این که اگر چه می‌توانند بی‌انصاف باشند اما فقط در نتیجه تحریک از جانب مهاجران، بی‌انصاف می‌شوند و از این قبیل چیزها هستند. این متن، همچنین صور معنایی و بلاغی عبارت را نیز نشان می‌دهد. قاطع و سنج به جای «باید» و جدی «افر امتناع از مهمان‌نوازی، به در اشاره می‌کنند؛ به جای تخلیه افاتنگاه اجباری بایبرون دانشان و این گونه

مورد این ویژه‌ها تحقیر رانسان می‌دهند استفاده از واژه‌های ملایم‌تر در روند پرورش و ایجاد سیاست خوش.

هر پیام رسانه می‌تواند همچنین شامل مقدار زیادی اطلاعات باشد، هر توصیف می‌تواند افراطی باشد. این اتفاق وقتی می‌افتد که اطلاعاتی اضافه بر محتوای لازم برای گسترش موضوع در اختیار داریم. به عنوان مثال ون‌دایک داستانی را درباره «مهاجران سیاه‌پوستی که از پیش بیگانه تلقی می‌شوند» نقل می‌کند و به تشریح این قالب کلیشه‌ای می‌پردازد که انسان سیاه‌پوست به عنوان یک قانون، کار نمی‌کند.

نظرون دایک این است که باید توجه خاصی به نقل قول در آثار چاپی نشان داد. زیرا بی‌شک نویسنده، جایگاه ارزشی ویژه‌ای برای کسی که سخن او را در متن خود می‌آورد قائل است و از دیدگاه او این سخن، ارزش نقل کردن را دارد. ما این را با استفاده از مثال ون‌دایک شرح می‌دهیم؛ اگر نقل قول‌هایی را که درباره نزاع‌های قومی‌اند و غالباً در اخبار به کار می‌روند تحلیل کنیم، متوجه خواهیم شد که نقل قول‌های نماینده‌های اقلیت‌های قومی خیلی کم نقل می‌شوند تا نقل قول سفیدپوستانی که در این وقایع شرکت داشته‌اند. علاوه بر این، فقط در دو صورت نقل قول نماینده‌های اقلیت قومی بازگو می‌شود: وقتی که نظر آنها با نظر «برگزیده‌های سفیدپوست» سازگار باشد و نیز زمانی که بحث درباره موضوعاتی آرام و بی‌جنبش مانند: فرهنگ، مهاجرت و سیاست قومی باشد. این نقل قول‌ها نشان می‌دهد که جایگاه برگزیده‌های «سفیدپوست» بر اعتبارتر و مهم‌تر است و اینکه نقوذ آنها در رسانه‌ها بیشتر است.

ون دایک معتقد است که سبک، موضوع ویژه‌ای در تحلیل کلام است. سبک نتیجه انتخاب بین گونه‌های جایگزین سبک، استفاده از این ساختار نحوی یا ساختار نحوی دیگر است.

این چنین انتخاب سبک شناختی مشتعل است بر اطلاعاتی که از حیث اجتماعی یا ایدئولوژیک تلویحاً بیان می‌شوند. از آن جهت که این انتخاب، دیدگاه گزارشگر را درباره شخصیت‌هایی که در وقایع خبری درگیرند نشان می‌دهد. همان‌طور که دیدگاه او را درباره ویژگی‌های خاص یک موقعیت اجتماعی و ارتباطی نیز به نمایش می‌گذارد. علاوه بر بیان نظرات منفی، استفاده از واژه‌های صریح (مانند: بیان عصبانیت، تفرانگشان دهنده بعد اجتماعی زبان روزمره‌ای است که در اخبار در اشکال خاص رسانه‌ای و سبکی که در این حوزه معروف است به کار می‌رود.

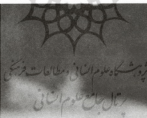
بنابراین، تحلیل کلام فقط برای مطالعه ساختار متن رسانه‌ای مناسب نیست. تحلیل کلام، پیش از هر چیز، معانی، نظریات و ایدئولوژی «تلویحی» را که از طریق این ساختارها بیان می‌شود مطالعه می‌کند. ون دایک برای اینکه نشان دهد چگونه این معانی تلویحی به متن مرتبط می‌شوند، در پی تحلیل کردن بافت شناختی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی پیام رسانه است. رویکرد شناختی بر اساس این واقعیت است که متون هیچ اهمیت ندارند بلکه مفهوم در «آگاهی» سخنگوی بومی زبان زاینده می‌شود.

به عبارت دیگر، نیازمندیم که ایده‌های شناختی روزنامه‌نگاران را در فرایند آماده‌سازی اخبار و ایده‌های شناختی مخاطبان در هنگام ادراک، فهم و به ذهن‌سبازی متن آثار ارائه شده بشکنیم. ون دایک از دو مدل ذهنی نام می‌برد:

«فهم متن» - تشخیص خود متن که به مثابه ایده متن در حافظه حاضر است.

«خودسخن‌گویان بومی و روزنامه‌نگاران که نظر فردی منحصر به فردی درباره هر واقعه یا اخبار دارند که در متن ارائه شده است.

**هدف اصلی در هنگام تحلیل متون فهمیدن «ایده اصلی متن» و نیز ایده‌ها و نظریات گوناگونی است که نویسنده (روزنامه‌نگار) با کمک آنها واقعیت را توضیح و شکل می‌دهد**



ون دایک این دانش موجود در حافظه مخاطب را الگویی وضعی-غایی (تهایی) می‌نامند.

با یادکرد، واقعه‌ای که در متن توصیف شده، ما از این واقعه یک مدل ذهنی می‌سازیم. این مدل نه تنها اطلاعاتی را که در متن باز نموده شده است بیان می‌کند، بلکه اطلاعات (داده‌های) دیگری نیز

### تحلیل کلام هر متنی فرایند پیچیده‌ای است و نیازمند بررسی‌های جداگانه کلان و خردمی-باشد. واحد این تحلیل هم کلام یا ایده‌های اصلی می‌باشد که در لایه‌های متنی جای گرفته است

درباره این حادثه بیان می‌کند. باید ملاحظه کرد که این اطلاعات در متن بیان نمی‌شود، زیرا از نظر ژورنالیست‌ها تادر است و با اینکه فرض می‌شود مخاطب خود از پیش دانش همانندی را داراست. بخشی از این اطلاعات از سناریوهای فرهنگی مذکور، دانش و ایده‌های سنتی درباره بخش‌هایی معروف (مشخص) از حیاط اجتماعی منبث می‌شوند.

در کنار این، براساس دیدگاه ون دایک، مردم دارای الگوهای ذهنی خاصی از یافت ارتباطی واقعی همان الگوی یافتی مذکور که شامل اطلاعاتی درباره اهداف کلام، کنش‌های ارتباطی کلام و خصایص ویژه مخاطب می‌شود- هستند. می‌بینیم که الگوهای واقع در حافظه نه تنها دانش را بلکه نظرات، عقاید را هم شریک واقعه و طرفین گفت‌وگو معین می‌کند. مقدار زمانی از اطلاعات درونی سنجش پذیر متن را اکنون دیگر می‌توان توسط تحلیل دقیق الگوهای ذهنی ژورنالیست تشریح کرد. اگر نشر یک خبر (خبر) یا نقد و گرایش است، این فصد به حساب الگوی ذهنی ژورنالیست گذاشته می‌شود و به حساب دیدگاه او و هدف ایدئولوژیکی خاص درباره آن واقعه.

به عنوان نتیجه مایلم پس از ون دایک تکرار کنیم که: ویژگی بارز تحلیل کلام در این واقعیت است که تحلیل کلام، هر متنی را براساس نظریه‌هایی که در چندین سطح کلامی پیوراند می‌شود، توصیف می‌کند. بنابراین، نشانه‌شناسی زبانی سنتی، فرم و معنی را به عنوان بخش‌های هر نشانه جدایی‌ناپذیر حالی که تحلیل کلام متن را صورتی پیچیده می‌داند و نیازمند بررسی‌های جداگانه‌ای روی استراتیژی‌ها و ساختارهای آوایی، نوشتاری، صرفی، نحوی، معنایی، کلان و خرد، سبک شناختی، فراساختاری، بلاغی، کاربردی، تعاملی و جز این است. هر کلام از این سطوح ویژگی‌های نوعی خود را داراست که قابل تفسیر و تعبیر در سطوح دیگرند. هم در حیطه زبانشناسی سنتی و هم وزای حیطه کار آن.

### خلاصه مطالب

مقاله حاضر با هدف بررسی برخی مشکلات روش شناختی در راه تجزیه و تحلیل کلام متون رسانه نوشته شده است. تجزیه و تحلیل کلام روش جایگزین جدیدی برای تحلیل متون رسانه‌ای است. زیرا بیشتر از روش‌شناسی سنتی کمی برای این منظور استفاده می‌شده است. این روش‌شناسی کمی مخصوص برخی نوشته‌های علوم انسانی مانند قوم‌نگاری ارتباط، مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی بوده است. به هر حال، به دلیل تناسب نداشتن این روش تحلیل با متون رسانه‌ای، شیوه تجزیه و تحلیل کلام جایگزین آن شده است. این مقاله براساس دیدگاه دو نظریه پرداز مطرح (نوان ون دایک و جورج ارول) به نگارش درآمده است. ارول معنی را واحد تجزیه و تحلیل کلام می‌داند. در نظر او معنی همان مفهوم ویژه‌ای است که جزء جدانشدنی هر متن است. اما ون دایک ابتدا دو معنی متفاوت از کلام را بررسی می‌کند که عبارتند از:

- کلام به مثابه ابزاری برای ساخت واژه‌ها و شیوه‌های برای توصیف موضوع محاوره یعنی همان «گفتار» در مفهوم سوسوری آن.

- کلام به مثابه موضوع بررسی در دستور متنی که همان متن یعنی واحد بزرگ‌تر از بند (جمله) را شامل می‌شود. ون دایک براساس این دو معنی متفاوت از کلام، کلام را این گونه تعریف می‌کند: «کلام ایده‌هایی هستند که نویسنده هر متنی یا صراحتاً یا به‌طور ضمنی ارائه می‌کند. بنابراین واحد اصلی در تحلیل متن باید ایده اصلی یا همان متن باشد».

با این تفسیر نویسنده مقاله دیدگاه ارول را اتخاذ نمی‌کند بلکه رویکرد ون دایک را قابل قبول می‌شناسد و معتقد است که باید در تجزیه و تحلیل کلام رسانه‌ای از دو مرحله کلان و خرد که در زیر گفته می‌شود، گذشت:

- تحلیل کلان: مطالعه ساختار متن (یعنی عنوان، بررسی مختصر، رویداد اصلی، بافت کلامی و توضیح رویداد)

- تحلیل خرد: تعیین عناصر معنی‌شناختی متن (معنی واژه‌ها، نحوه ارتباط درونی جملات با هم و سبک‌شناسی نگارنده)

بنابراین پس از مطالعه مقاله حاضر، خواهیم دانست که: تحلیل کلام هر متنی فرایند پیچیده‌ای می‌باشد و نیازمند بررسی‌های جداگانه کلان و خرد است. واحد این تحلیل هم کلام یا ایده‌های اصلی می‌باشد که در لایه‌های متنی جای گرفته است.

### منبع

- نظریه ارتباط و ارتباط کاربردی. (۲۰۰۳). از مجموعه مقالات تحقیقاتی، خبرنامه انجمن ارتباط روسیه. اور استازن، آی.ان، رولینا و آن دون وستوف. از مؤسسه مدیریت و انتشارات حقوق.