

جستاری در گونه‌های زبانی و کنش‌های گفتاری برنامه‌های رادیویی «جوان ایرانی سلام» (رادیو جوان) و «سلام ایران» (رادیو ایران)

فردوس آقاگل‌زاده^۱، عباس صلحی مقدم^۲

تاریخ پذیرش: ۹۶/۳/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۵/۹/۲۸

چکیده

بررسی زبان‌شناختی برنامه‌های رادیویی و انتخاب گونه زبانی مناسب برای هر برنامه، با توجه به گونه زبانی مخاطب هدف هر برنامه، هویت، کارکرد و مأموریت شبکه‌ها، مسئله‌ای مهم در مطالعه رابطه زبان و رسانه رادیو است. این پژوهش به روش تحلیل محتوای کیفی و با استناد به نظریه کنش‌های گفتاری/ سخن (جان آستین) و ویژگی‌های گونه زبانی گفتاری (یول و براون)، به‌عنوان چارچوب نظری تحقیق انجام شده است. پس از تجزیه و تحلیل بیست برنامه صبحگاهی انتخابی (۱۰ برنامه از رادیو جوان و ۱۰ برنامه از رادیو ایران) مشخص شد که زبان برنامه‌های صبحگاهی رادیو جوان از ویژگی‌هایی نظیر کاربرد اصطلاحات و واژگان مصطلح در زبان جوانان، استفاده کردن از زبان مخفی و واژگان مخفف، داشتن صراحت و جسارت در کلام و بهره‌گیری از جملات کوتاه و پرشتاب با توجه به مخاطب هدف برخوردار هستند. گونه زبانی برنامه‌های صبحگاهی رادیو ایران دارای ویژگی‌هایی نظیر توجه به مخاطب هدف و بی‌نشانی نسبی گونه زبانی برنامه‌ها، نزدیک بودن به زبان معیار، بکار نبردن واژگان مخفف و زبان مخفی و در مواردی استفاده از واژگان مصطلح در زبان جوانان است. همچنین مشخص شد که مقوله جنسیت در گزینش سبک گفتاری گویندگان مانند وجود اطناب، قطع کلام مخاطب و نوبت‌گیری در کلام گویندگان مرد مؤثر است.

واژه‌های کلیدی

برنامه رادیویی، زبان‌شناسی، کنش گفتاری، گونه زبانی، زبان گفتار، جوان ایرانی سلام، سلام ایران

abbassolhi@yahoo.com

^۱. دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس

^۲. کارشناسی‌ارشد تهیه‌کنندگی رادیو (نویسنده مسئول)

۱. مقدمه

زبان به لحاظ جامعه‌شناختی به گونه‌های مختلف تقسیم می‌شود. شغل، محل سکونت (جغرافیا)، میزان تحصیلات، طبقه اجتماعی و موقعیت اقتصادی، خانواده، پیشینه فرهنگی افراد، جنسیت و ... در شکل‌گیری گونه‌های زبانی مردم جامعه تأثیرگذارند. رسانه‌های جمعی یکی از مراجع معیارسازی، حفظ و گسترش زبان است.

«رادیو رسانه‌ای شنیداری است و گفتار نقش مهمی در آن ایفا می‌کند. به علاوه رادیو مخاطب خاصی ندارد؛ بلکه مخاطبان‌اش از گروه‌های اجتماعی مختلف‌اند. البته هر یک از شبکه‌ها و گروه‌های رادیویی تعریف خاصی دارد و برای مخاطبان خاصی برنامه می‌سازد. با توجه به این عوامل، زبان هر برنامه در رادیو باید متناسب با گونه‌های زبانی درخور آن برنامه و مخاطب برنامه و در بی‌نشان‌ترین سطح گونه‌ی منتخب باشد. در این صورت مخاطبان بیشتری جذب آن برنامه می‌شوند» (سجودی، ۱۳۸۴: ۳۲۳).

یکی از راه‌های تثبیت جایگاه رادیو به‌عنوان رسانه‌ای اثرگذار و پویا، استفاده از قابلیت‌های خاص آن نظیر دقت در قابلیت‌های زبانی رادیو است. تأثیر رادیو بر رفتار زبانی مخاطبان، مسئله‌ای مهم در مطالعه رابطه زبان رادیو با مخاطبان است. در رادیو رعایت الگوی زبانی از مهم‌ترین ابزارهای جذب مخاطب است و داشتن آگاهی‌های زبانی برای برنامه‌سازان رادیویی شرط لازم برای کار در این رسانه محسوب می‌شود. راه‌اندازی شبکه‌های اختصاصی گامی مهم در جهت برنامه‌سازی هدفمند برای مخاطبان هدف محسوب می‌شود.

«با توجه به این تنوع برنامه‌ها و مخاطبان و کارکردهای رادیو، چطور می‌توان از زبانی یکپارچه با قواعد ویرایشی یکسان سخن گفت. بدیهی است که هر یک با توجه به مخاطبان و مضمون و ساعت پخش آن و ... زبان خاص خود را می‌طلبد و اگر بنا باشد گفتارهای آن ویرایش شود، آن ویرایش باید متناسب با گونه‌ی زبانی و سبکی آن برنامه باشد» (سجودی، ۱۳۸۴: ۳۳۲).

رادیو به‌عنوان یکی از رسانه‌های پویا و اثرگذار، ظرفیت بالقوه قابل توجهی برای جذب مخاطبان جوان دارد، البته جوانان هم مانند سایر گروه‌های اجتماعی، گونه زبانی مختص خودشان را دارند و توجه به ویژگی‌های زبانی آنان از اصول برنامه‌سازی برای به حساب می‌آید. می‌توان گفت که یکی از دلایل شباهت برنامه‌های شبکه‌های مختلف رادیویی، شباهت زبانی شبکه‌های رادیویی به یکدیگر است. برای پرداختن به این موضوع، پژوهشگر، با اجرای یک پیش‌آزمون و شنیدن چند برنامه صبحگاهی از رادیو جوان و رادیو ایران به این نتیجه رسیده است که بین گونه‌ی زبانی

رادیو جوان با گونه زبانی رادیو ایران (که طیف مخاطب وسیع‌تری را در برمی‌گیرد) در مواردی شباهت‌هایی وجود دارد؛ نظیر کاربرد کنایه‌ها، تلویحات، اشارات، گفتار غیرمستقیم، جملات کوتاه و انباشت واژگان مصطلح در زبان جوانان که باعث شبیه شدن برنامه‌های این دو شبکه به هم می‌شود و این شباهت‌ها ممکن است منجر به یکسان پنداشتن کارکرد شبکه‌ها نزد مخاطبان شود تا جایی که در مواردی ممکن است تشخیص هویت شبکه‌ها و برنامه‌ها فقط با شنیدن آرم شبکه و عنوان برنامه امکان‌پذیر باشد. مقاله حاضر با هدف تحلیل محتوای کیفی برنامه‌های صبحگاهی رادیو جوان و رادیو ایران تألیف شده است. به همین منظور و برای شناخت عمیق‌تر این مسئله یک دوره زمانی سه‌ماهه (تابستان ۱۳۹۴) از برنامه‌های صبحگاهی رادیو جوان و رادیو ایران، به‌عنوان بازه زمانی این پژوهش در نظر گرفته شده است تا با بررسی متغیرهای زبانی موردنظر، مانند ساخت‌های زبانی به کار گرفته شده در این دو شبکه، بافت موقعیت، تأثیرگذاری، منظورشناسی، معنی‌شناسی، پیش‌فرض‌ها و جنسیت به اهداف این پژوهش دست یافته شود. گفتنی است نمونه‌گیری به‌صورت «تصادفی نظام‌مند» انجام شده و برای انجام این پژوهش ۲۰ برنامه (۱۰ برنامه از رادیو جوان، ۱۰ برنامه از رادیو ایران) نمونه‌گیری و بازشنوایی شده که در این مقاله تجزیه و تحلیل داده‌های دو برنامه از این دو شبکه، به‌عنوان نمونه ارائه می‌شود. همچنین در این پژوهش از نظریه کنش‌های گفتاری / سخن (جان آستین)^۱ و ویژگی‌های گونه زبانی گفتاری (بول و براون)^۲، به‌عنوان چارچوب نظری تحقیق بهره گرفته خواهد شد.

برنامه جوان ایرانی سلام، برنامه‌ای صبحگاهی است از گروه جوان و جامعه شبکه رادیویی جوان که در بازه زمانی مورد بررسی در این پژوهش (تابستان ۱۳۹۴) هر روز صبح به مدت تقریبی ۸۰ دقیقه از ساعت ۶:۴۰ تا ۸ بامداد از این شبکه پخش شده است. هر برنامه توسط یک گوینده اصلی (مرد یا زن) اجرا می‌شود. این برنامه از آیت‌های مختلفی نظیر گفتار مجری، پیامک، تلفن‌های شنوندگان، نبض بازار، رویدادهای سیاسی، اقتصادی، ورزشی، پیشنهادها، گفتگو با میهمانان (کارشناسان)، موسیقی باکلام و بی‌کلام تشکیل شده است. گفتنی است در این بخش بیشترین داده‌های مرتبط با مقوله‌ها از گفتار مجریان استخراج شده است. سلام ایران برنامه‌ای صبحگاهی است که در روزهای شنبه تا پنج‌شنبه در بازه زمانی مورد بررسی در این پژوهش (تابستان ۱۳۹۴) هر روز صبح به مدت تقریبی ۸۰ دقیقه از ساعت ۶:۳۰ تا حوالی ساعت ۸ بامداد

^۱. J. Austin

^۲. G. Yule & G. brown

از شبکه رادیویی ایران پخش شده است. این برنامه نیز به صورت متناوب هرروز توسط یک گویندهٔ مرد یا زن اجرا می‌شود. سلام ایران از آیت‌های مختلفی نظیر گفتار مجری، پیامک، تلفن‌های شنوندگان، یادداشت روز، رویدادها و حاشیه‌های ورزشی، گزارش، موسیقی باکلام و بی‌کلام و ... تشکیل شده است.

۲. پیشینهٔ پژوهش

امروزه مسئلهٔ رابطهٔ زبان و رسانه (به‌ویژه رسانهٔ شنیداری رادیو) یکی از موضوعات مهم در زمینهٔ مطالعات رسانه‌ها است که پژوهش‌های متعددی نیز در این رابطه صورت گرفته است. در میان پژوهش‌های موجود، در اینجا به چند نمونه که بیشترین اشتراک را با موضوع مقالهٔ پیش‌رو داشته‌اند، اشاره می‌شود.

الف. کتاب «تحلیل گفتمان‌های رادیو» نوشته آفاگل زاده (۱۳۸۹) که در دفتر پژوهش‌های رادیو منتشر شده است. کتاب آفاگل زاده حاوی ده مقالهٔ علمی و پژوهشی با رویکرد زبان‌شناسانه به رادیو است و به ارائهٔ راه‌حل‌های پیشنهادی مناسب در زمینهٔ زبان رادیو می‌پردازد. همچنین نویسنده بر این باور است که چگونگی کاربرد زبان به‌عنوان عامل ارتباطی رسانهٔ رادیو و عوامل آن برای ایجاد یک ارتباط اثرگذار و موفق و همچنین راه رسیدن به چنین برنامه‌هایی را باید در رشته‌های علمی مانند زبان‌شناسی، تحلیل گفتمان، کاربردشناسی زبان، جامعه‌شناسی زبان و نظریه‌های زبان و رسانه جست‌وجو کرد. نویسندهٔ کتاب «تحلیل گفتمان‌های رادیو» در هر یک از مقالات، آسیب‌های گفتمان‌های رادیویی را با اشاره به مصادیق و تجزیه و تحلیل برنامه‌های شبکه‌های مختلف رادیویی شناسایی و بر اساس یافته‌های نظری، آرای زبان‌شناسان را بررسی کرده و سپس با بهره‌گیری از راهبردهای کاربردشناسی زبان و جامعه‌شناسی زبان، راه‌حل‌های مناسب برای دستیابی به اهداف، پیشنهاد و ارائه شده است.

پرداختن به موضوع زبان‌شناسی و آسیب‌شناسی زبان رادیو و تحلیل گونهٔ زبانی برنامه‌های رادیویی وجه اشتراک این کتاب با پژوهش پیش‌رو است.

ب. «پژوهشی در زمینه گونه‌های زبانی مناسب برنامه‌های رادیویی» نوشته فاطمه دانایی (۱۳۹۳) که در اداره کل پژوهش‌های رادیو چاپ شده است.

کتاب دانایی در شش فصل به موضوعاتی نظیر زبان و رادیو، دسته‌بندی مخاطبان رادیو، ویژگی‌های گونه‌های زبانی مخاطبان بزرگ‌سال، کودک و جوان رادیو اختصاص دارد. اهمیت کلام یا

زبان رادیو هم در جلب مخاطب و هم در انتقال پیام و ویژگی‌های زبان رادیو، انواع گونه‌های زبانی، زبان معیار و ... از دیگر موضوعاتی است که دانایی در این کتاب به می‌پردازد. او با دسته‌بندی مخاطبان رادیو به سه گروه کودک، جوان و بزرگسال و تعریف هر کدام از این گروه‌ها و برشمردن ویژگی‌های گونه زبانی آنها به ارائه ویژگی‌های گونه زبانی مناسب هر برنامه با توجه به مخاطب هدف آن اهتمام می‌ورزد.

این کتاب به دلیل پرداختن به گونه زبانی برنامه‌های رادیویی با توجه به انواع مخاطب، با پژوهش پیش رو اشتراک موضوعی دارد.

ج. «شناخت ویژگی‌های زبان جوانان و راهبردهای تعامل مطلوب رسانه با آن» عنوان پژوهشی است که توسط نیکوبخت و محسنی (۱۳۸۷) در مرکز تحقیقات (پژوهش و افکارسنجی) صدا و سیما به انجام رسیده است. این پژوهش، با هدف شناخت ویژگی‌های زبان جوانان و راهکارهای تعامل مطلوب رسانه با آن و به روش اسنادی و میدانی انجام گرفته است. جامعه نمونه این پژوهش، جوانان دانش‌آموز ۱۷ تا ۱۹ سال شهر تهران بوده‌اند که از میان مناطق ۲۲ گانه این شهر، ۷ منطقه با رعایت تنوع فرهنگی - جغرافیایی انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بوده است. اهم مطالب و یافته‌های در این پژوهش، شامل مواردی نظیر تعریف گونه زبانی جوانان و ویژگی‌های آن در سطوح آوایی، صرفی، نحوی و معنایی زبان، نقش صداوسیما در پیدایش، شکل‌گیری و گسترش گونه زبانی جوانان و پیامد به‌کارگیری این گونه زبانی در رسانه و راهکارهای تعامل مطلوب رسانه با زبان جوانان بوده است.

به لحاظ پرداختن به ویژگی‌های زبان جوانان و تأثیر شناخت ویژگی‌های زبان مخاطبان و زبان برنامه‌های صدا و سیما در جهت برنامه‌ریزی زبانی و طراحی الگوی مناسب برای جذب مخاطب این پژوهش با مقاله حاضر دارای اشتراک موضوعی است، با این تفاوت که در پژوهش پیش رو به‌طور خاص به بررسی ویژگی‌های گونه زبانی برنامه‌های صبحگاهی رادیو جوان و رادیو ایران پرداخته شده است.

د. «زبان مخفی و کاربرد آن در رسانه» نوشته سید مهدی سمایی (۱۳۸۴) است که در مجموعه مقالات زبان و رسانه که توسط نشر طرح آینده (اداره کل پژوهش‌های رادیو) به چاپ رسیده است.

این مقاله به تعریف زبان مخفی^۱، ویژگی‌های آن و کاربرد این زبان در رسانه می‌پردازد. نویسنده تأکید می‌کند که زبان عامیانه بیشترین شباهت را به زبان مخفی دارد و نتیجه‌گیری می‌کند که کاربرد الفاظ و اصطلاحات زبان مخفی در آثار هنری می‌تواند مفید باشد و باعث قوت ارتباط با مخاطب می‌شود؛ اما شرط لازم برای کاربرد الفاظ زبان مخفی در رسانه آن است که این الفاظ جزو تابوها نباشد و به زبان عامیانه راه یافته باشد.

این مقاله به لحاظ پرداختن به مسئله زبان رسانه و کاربرد زبان مخفی در رسانه با پژوهش پیش‌رو دارای اشتراکات موضوعی است، با این تفاوت که تنها بر زبان رادیو تمرکز ندارد و به کاربرد زبان مخفی در سایر متون رسانه‌ای و هنری نیز می‌پردازد.

۳. چارچوب نظری و مفاهیم پژوهش

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، در این پژوهش از نظریه کنش‌های گفتاری / سخن^۲ (جان آستین) و ویژگی‌های گونه‌های زبان گفتاری (بول و براون)، به‌عنوان چارچوب نظری تحقیق بهره گرفته شده است.

۳-۱. نظریه کنش گفتار

«نظریه کنش گفتار؛ یکی از مهم‌ترین نظریاتی است که بر حوزه فلسفه زبان تأثیر گذاشته است. آستین، ارائه‌کننده این نظریه، کاربرد زبان برای انجام کارهایی از قبیل اعلام کردن، وعده دادن، اظهار داشتن، تهدید کردن و ... را کنش گفتار نامید. وی واحد ارتباط زبانی را کنش‌های گفتاری اعلام کرد، بدین معنی که ارتباط زبانی هنگامی اتفاق می‌افتد که گوینده، کنش گفتاری انجام دهد. آستین در نظریه خود که به نظریه کنش گفتاری معروف است، به دیدگاه سنتی که کاربرد اصلی زبان را وصف می‌کند و ارتباط با جمله‌ها را صرفاً شناختی می‌داند، انتقاد کرد. به اعتقاد وی زبان معمول در اغلب موارد به بیان و اعلام ساده حقیقت محدود نمی‌شود. نکته آغازین و مورد اتکای جان آستین از آنجا آغاز شد که موارد بسیاری از کاربردهای زبانی را یافت که فیلسوفان را به فراموشی سپرده‌اند. این‌ها جمله‌هایی بودند که کاربردهای کنشی داشتند؛ یعنی مواردی که خود گفتار و بیان، انجام عمل است؛ مانند هنگامی که می‌گوییم: «من به شما قول می‌دهم که فردا فلان پول را به شما

^۱. argot

^۲. speech act

پپردازم.» توجه به مطلب پیش‌گفته، آستین را به این جهت سوق داد که بین جمله‌های کنشی و حاکوی^۱ جدایی بیندازد. جمله‌های حاکوی، یعنی آنچه فیلسوفان آن را زبان معیار برای بیان حقایق می‌دانند. در تحلیل بیشتری از این جمله‌ها، آستین درصدد تبیین شرایط تحقق کنش گفتاری مطلوب و انواع اشتباهاتی برآمد که ممکن است در این جهت حاصل شود» (ساجدی، ۱۳۸۱).

«بر اساس طبقه‌بندی جرج یول^۲، پنج نوع کارکرد کلی از کنش‌های گفتاری وجود دارد: «اعلام/تقریر، توصیف، بیان احساس، بیان امری - ارشادی و بیانات تعهدآور. کنش گفتاری تقریری/اعلام به آن دسته از کنش‌های گفتاری گفته می‌شود که بیان به تغییر اوضاع دنیای خارج بینجامد. توصیف آن دسته از کنش گفتاری است که نشان دهندهٔ باور گوینده از درستی اوضاع امور است. کنش گفتاری بیان احساس نوعی کنش گفتاری است که احساس گوینده را از جهان خارج نشان می‌دهد. این بیان شامل حالات روانی و نیز نمود احساساتی از قبیل شادی، درد، علاقه، تنفر، لذت یا غم است. کنش گفتاری امری - ارشادی یا جهت‌دهنده به آن دسته از کنش‌های گفتاری گفته می‌شود که گوینده با به‌کارگیری، دیگری را به انجام کاری وامی‌دارد و بنابراین، بیانگر خواسته‌های گوینده است. این‌گونه کنش‌ها شامل فرمان‌ها، دستورات، درخواست‌ها و پیشنهادها هستند. کنش گفتاری تعهدآور، آن دسته از کنش‌های گفتاری‌اند که در گوینده خود را ملزم به انجام کاری در آینده می‌کند و بنابراین، بیان‌گر قصد گوینده‌اند» (۱۳۹۱: ۷۵-۷۴).

۳-۲. زبان گفتار، زبان نوشتار

زبان به دو گونهٔ اصلی زبان گفتار و نوشتار تقسیم می‌شود که تفاوت‌ها و کاربردهای آن در زبان‌های مختلف، متفاوت است. «مهم‌ترین تمایز کاربردی زبان، که از وسیلهٔ بیان ناشی می‌شود، تمایز گفتار و نوشتار است. این تمایز دو گونهٔ گفتاری و نوشتاری زبان را پدید می‌آورد که در همهٔ زبان‌ها کم‌وبیش به چشم می‌خورد. تفاوت‌های دو گونه به دوری یا نزدیکی صورت‌های گفتاری از صورت‌های نوشتاری بستگی دارد» (صفا، مقدم، ۱۳۸۱: ۱).

۳-۳. گونهٔ زبانی^۳

«گونه، کاربردی از زبان است که می‌تواند در یک حوزهٔ جغرافیایی و در یک دورهٔ زمانی در میان یک گروه سنی یا جنسیتی یا شغلی و یا اجتماعی به کار گرفته شود؛ چراکه زبان، صورتی

^۱. constative

^۲. G. Yule

^۳. linguistic variety

است مطلق که هیچ اهل زبان در هیچ حوزه زبانی نمی‌تواند از همه توانمندی‌های آن سود ببرد. گونه‌ها و گویش‌ها صورت عینی کاربرد زبان در حوزه‌ها و دوره‌های مختلف‌اند. گونه زبانی می‌تواند در یک حوزه جغرافیایی و در یک دوره زمانی به کار گرفته شود» (دانایی، ۱۳۹۳: ۳۰، به نقل از رواقی، ۱۳۶۴).

۳-۴. گوناگونی‌های زبانی^۱

«زبان‌ها معمولاً پدیده‌هایی یکپارچه نیستند و اصولاً شاید کمتر زبانی را بتوان یافت که دارای تنوع و گوناگونی نباشد. در گذشته، زبان‌شناسان اجتماعات زبانی را به‌طور کلی یکپارچه و همگن فرض می‌کردند اما امروز، جامعه‌شناسان زبان بیشتر بر ناهمگن و غیر یکپارچه بودن تأکید دارند. تنوعات و گوناگونی‌های زبانی به‌طور کلی در همه جامعه‌های بشری وجود دارد، اما میزان نسبی آن در جامعه‌های زبانی کوچک، کمتر است. هر زبان دارای گونه‌های فردی، محلی و اجتماعی متفاوتی است که به وسیله افراد و گروه‌های اجتماعی گوناگون در مناطق جغرافیایی مختلف و در موقعیت‌های اجتماعی متفاوت به کار گرفته می‌شوند؛ بنابراین، رفتار زبانی گویندگان یک زبان به لحاظ ویژگی‌های فردی و گروهی با یکدیگر متفاوت است. در گفتار یک گوینده واحد نیز برحسب موقعیت اجتماعی ارتباط، تنوعات و تفاوت‌هایی وجود دارد؛ همچنین یک گوینده واحد ممکن است در یک موقعیت اجتماعی ثابت، مفهومی معین را به بیش از یک صورت بیان کند» (مدرسی، ۱۳۹۳: ۱۶۴-۱۶۳). «نوع دیگر تنوع زبانی از کاربردهای متفاوت زبان نیز ناشی می‌شود. به‌عبارت‌دیگر زبان برحسب بافت اجتماعی‌ای که در آن به کار می‌رود تغییر می‌کند. مثلاً کاربرد زبان در نوشتار با کاربرد آن در گفتار متفاوت است. بافت رسمی در مقایسه با بافت غیررسمی، گونه زبانی خاص خود را ایجاد می‌کند» (سارلی، ۱۳۸۷: ۱۴). به همین شکل در رسانه شنیداری رادیو نیز با توجه به عواملی نظیر ماهیت و مأموریت شبکه‌های رادیویی، مخاطبان هدف برنامه‌ها، موضوع و ساعات پخش هر برنامه باید ویژگی‌های زبانی مختص به خودش را داشته باشد.

^۱. linguistic variation

۳-۵. آسیب‌شناسی^۱

«اصطلاح آسیب‌شناسی در همه رشته‌های علوم اعم از کاربردی، پایه، تجربی، طبیعی و انسانی به کار گرفته شده است» (اسفندیاری، ۱۳۸۴: ۷). بر اساس تعریف فرهنگ پیشرفته آکسفورد، آسیب‌شناسی مطالعه علمی آسیب‌ها و اختلالات است. آسیب‌شناسی موقعیت یا حالتی است که در آن یک ساختار از عملکرد صحیح یا مناسب منع شده است (هورنبی^۲، ۱۳۸۲: ۹۲۸).

۳-۶. کاربردشناسی زبان / منظورشناسی^۳

چارلز موریس^۴ معنی کاربردشناسی را این‌گونه بیان می‌کند: «مطالعه توانایی سخنگویان در هماهنگ کردن جملات با بافت» (آفاگل زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۰). کاربردشناسی مطالعه معنی است، معنایی که گوینده (نویسنده) آن را منتقل و شنونده (خواننده متن) آن را برداشت می‌کند؛ بنابراین کاربردشناسی بیشتر با تحلیل منظور افراد از پاره‌گفتارهایشان سرو کار دارد تا با معنی خود کلمات یا عباراتی که به کار می‌برند. کاربردشناسی بررسی منظور گوینده است (آفاگل زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۰، به نقل از یول، ۲۰۰۰). کاربردشناسی بررسی معنی بافتی است. در این رویکرد این مسئله مطرح است که چگونه شنوندگان برای فهم منظور گوینده به استنباط‌هایی از کلام وی دست می‌زنند و چگونه بخش بزرگی از ناگفته‌ها جزو پیام محسوب می‌شود (آفاگل زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۱).

۳-۷. مخاطب^۵

«مخاطب به‌طور ساده به خوانندگان، بینندگان و شنوندگان یکی از شبکه‌های رسانه‌ای یا هر محتوا و نمایشی اشاره دارد» (مک‌کوایل^۶، ۱۳۸۷: ۳). «مخاطبان، افراد یا گروه‌هایی از افرادند که به‌صورت انفرادی یا دسته‌جمعی پیام‌هایی را به‌ویژه از رسانه‌های جمعی دریافت می‌کنند. این اصطلاح در ابتدا در اصل به گروه‌هایی از مردم گفته می‌شد که برای شنیدن یک گفتار، سخنرانی یا بحث در یک جا جمع می‌شدند» (دانایی، ۱۳۹۳: ۱۲ به نقل از گیل و بریجیت^۷، ۱۳۸۴).

^۱. pathology

^۲. A. S. Hornby

^۳. pragmatics

^۴. Ch. Morice

^۵. audience

^۶. D. McQuail

^۷. D. Gale & B. Adams

❖ ۳-۸. جنسیت^۱

«در مباحث اجتماعی زبان، مانند بسیاری از پژوهش‌های علوم اجتماعی، تأکید بیشتر بر جنسیت است تا جنس، زیرا جنسیت مقوله‌ای است اجتماعی- فرهنگی درحالی که جنس جنبه زیست‌شناختی و اندامی دارد. تمایزهای جنسیتی بیشتر با نقش‌های اجتماعی زنان و مردان مرتبط است و از این‌رو، تفاوت در نقش‌های اجتماعی دو جنس، تفاوت در رفتارهای اجتماعی و از جمله رفتار زبانی آنان را در پی دارد» (مدرسی، ۱۳۹۳: ۲۰۰-۱۹۹).

❖ ۳-۹. تلویح

«تلویح و به‌طور مشخص تلویح مکالمه‌ای انواع مختلفی دارد از جمله تلویحات مکالمه‌ای عمومی که در این نوع تلویح‌ها درک معنی کلام گفته‌شده، نیاز به دانش خاصی ندارد یا «نیاز به شرایط متنی خاصی برای استنباط ندارد» (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۵۷). «نوع دیگری از تضمن‌های مکالمه‌ای تضمن مکالمه‌ای خاص^۲ است که برای این‌گونه تضمن‌ها نیاز به بافت خاص داریم. برای مثال، «شوخی نیاز به زمینه خاصی برای تفهیم معنایی خود دارد» (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۵۹ به نقل از لوینسون، ۱۹۸۳).

❖ ۳-۱۰. پیش‌فرض

«پیش‌انگاشت یا پیش‌فرض عبارت از موضوعی است که گوینده فرض می‌کند پیش از ادای پاره‌گفت حقیقت دارد»؛ البته باید متذکر شد: «پیش‌انگاشت کاربردشناختی از پیش‌انگاشت معمولی متفاوت است» (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۵۰، به نقل از یول، ۲۰۰۰). پیش‌انگاشت انواع گوناگون دارد از جمله: «پیش‌انگاشت وجودی^۳، پیش‌انگاشت واقعیت‌پذیر^۴، پیش‌انگاشت واژگانی^۵ و پیش‌انگاشت واقعیت‌ناپذیر^۶» (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۵۲-۱۵۱).

^۱. particulaized

^۲. existential

^۳. factive presupposition

^۴. lexical presupposition

^۵. non-factive presupposition

ساختار ملکی («ماشین شما» << «شما ماشین دارید») بلکه به‌طور کلی در هر عبارت اسمی معرفه حضور دارد» (یول، ۱۳۹۱: ۴۳).

۳-۱۱. گفتار مستقیم و گفتار غیرمستقیم

«رویکرد دیگری که برای تمایز میان کنش‌های گفتاری به کار می‌رود، مبتنی بر ساختار است. هرگاه بین ساختار جمله و کارکرد آن رابطه‌ای مستقیم وجود داشته باشد، آن را کنش گفتاری مستقیم می‌نامند؛ و هرگاه ارتباط بین ساختار و کارکرد غیرمستقیم باشد، آن را کنش گفتاری غیرمستقیم می‌نامند؛ بنابراین، جمله خبری اگر برای بیان گزاره‌ای به کار رود، کنش گفتاری مستقیم است ولی اگر به‌عنوان درخواست به کار رود، کنش گفتاری غیرمستقیم خواهد بود» (یول، ۱۳۹۱: ۷۶).

۳-۱۲. بافت موقعیت

«اصطلاح «بافت موقعیت» را نخست براون مالینوفسکی (۱۸۸۴-۱۹۴۲) مردم‌شناس لهستانی الاصل که بیشتر عمر خود را در انگلستان گذراند به کار برد. وی در خصوص بافت موقعیت بر این باور است که زبان‌های زنده نباید همانند زبان‌های مرده جدا از بافت موقعیتی‌شان مورد پژوهش قرار گیرند؛ بلکه باید در متن امور روزمره که در رخ می‌دهد مثل شکار، کشاورزی، ماهیگیری و غیره مطالعه شوند» (آفاکل‌زاده، ۱۳۸۵: ۲۱).

۴. روش پژوهش

این پژوهش به روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده و برای انجام آن به صورت مشترک از رویکرد استقرایی و قیاسی بهره گرفته شده است. «تحلیل محتوا به منزله روشی علمی عمدتاً در قرن بیستم رایج شد. شاخص‌های گوناگون علوم اجتماعی همچون ارتباطات، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و روان‌شناسی آن را در پژوهش‌های خود به کار گرفته‌اند. این روند به‌ویژه در طول جنگ جهانی دوم در دهه ۱۹۴۰ رواج بیشتری یافت. در ابتدا این روش را برای تحلیل تبلیغات و سپس برای اهداف اطلاعاتی و نظامی به کار گرفتند» (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۱۸-۱۷). همچنین «تحلیل محتوای کیفی رویکردی برای تحلیل تجربی و روشمند و کنترل شده محتواها

با استفاده از قواعد تحلیل محتوا و مراحل آن بدون کمی‌سازی عجولانه است» (میرینگ^۱، ۲۰۰۰).

برای انجام این پژوهش، یک دوره زمانی سه‌ماهه (تابستان ۱۳۹۴) از برنامه‌های صبحگاهی رادیو جوان و رادیو ایران، به‌عنوان بازه زمانی در نظر گرفته شده است. نمونه‌گیری به صورت «تصادفی سیستماتیک» انجام خواهد شد است. «در این روش اطمینان واحد از جامعه آماری انتخاب می‌شود و پژوهشگر به صورت تصادفی یک نقطه آغاز و یک فاصله نمونه‌گیری را انتخاب می‌کند» (دی. ویمر و آر. دومینیک، ۱۳۸۴: ۱۲۹). در این پژوهش ۲۰ برنامه (۱۰ برنامه از رادیو جوان، ۱۰ برنامه از رادیو ایران) نمونه‌گیری و بازشنیده شده است. عدد ۶ به‌عنوان نقطه آغاز به صورت تصادفی انتخاب شد و نمونه‌گیری با فاصله هر ۹ برنامه انجام شده است. این پژوهش از اعتبار محتوا و توافق متخصصان برخوردار است. «یافته‌های تحقیق، یعنی پاسخ در برابر پرسش، باید قابل تصدیق و اعمال‌پذیر باشد. قابلیت تصدیق نتایج به این واقعیت مربوط می‌شود که در صورت تکرار تحقیق باید همان نتایج و یا نتایج مشابه به دست آید. قابلیت اعمال یافته‌ها به این حقیقت مربوط می‌شود که یافته‌ها باید در شرایط مشابه با شرایط آزمایش قابل اعمال باشد. اگر پاسخ به پرسشی از این دو کیفیت برخوردار باشد، گفته می‌شود که معتبر است. هر کیفیت شامل اعتبار به خصوصی است که از آن به‌عنوان اعتبار درونی و بیرونی یاد می‌شود» (فرهادی، ۱۳۸۱: ۱۴۵). به لحاظ پایایی این پژوهش دارای پایایی بازنمایی است. «بازنمایی، میزان بازآفرینی یک فرایند در شرایط مختلف، در جاهای مختلف و با کدگذاران مختلف است» (کریپندورف، ۱۳۹۰: ۱۷۸). همچنین در این پژوهش، هر یک «برنامه» به‌عنوان واحد تحلیل در نظر گرفته شده است. «واحد تحلیل، یکی دیگر از امور مهم در تحلیل محتواست. در نوشته‌ها، واحد تحلیل به یک نوع موضوع مورد مطالعه مهم اشاره می‌کند. برای مثال یک شخص، یک برنامه، یک سازمان، یک کلاس درس یا یک کلینیک پزشکی یا اجتماع، دولت یا ملت واحدهای تحلیل‌اند» (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۹). در این پژوهش، «آیتم» به‌عنوان واحد ثبت در نظر گرفته شده است. «علاوه بر تعریف مقوله‌هایی که اطلاعات محتوا بر اساس آن طبقه‌بندی می‌شود، تحلیل‌گر باید واحدهای رمزگذاری را تعیین کند. نخستین گزینش با واحد ثبت آغاز می‌شود؛ بخش خاصی از محتوا که با قرار گرفتن در مقوله‌ای معین مشخص می‌شود» (هولستی، ۱۳۸۰: ۱۸۲).

^۱. Mayring

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. برنامه جوان ایرانی سلام (رادیو جوان)

بر اساس یافته‌های پژوهش و تحلیل پیکره داده‌ها می‌توان گفت، برنامه‌های صبحگاهی رادیو جوان دارای ویژگی‌هایی نظیر استفاده از گونه زبانی گفتاری، کاربرد اصطلاحات و واژگان مصطلح در زبان جوانان، استفاده نکردن از زبان مخفی، استفاده نکردن از واژگان مخفف، کاربرد حداقلی هنجارگریزی زبانی، بهره‌گیری از واژه‌های نشاط‌برانگیز و تحرک‌زا، داشتن صراحت و جسارت در کلام و جملات کوتاه و پرشتاب با توجه به مخاطب هدف است. دانایی درباره گونه زبانی مناسب برای مخاطب جوان رادیو می‌نویسد: «گونه زبانی جوان ریتم دارد فقط کلمه نیست، بلکه جسارت زبان، رک بودن، کوتاهی جملات، نیاز جوان، شناخت نهاد جوان و بهره‌گیری از زبانی که می‌تواند جوانان همه ایران را جلب کند و در کنارش حتی ادیبانه باشد اما مناسب با جوان و نیروی جوانی است» (۱۳۹۳: ۱۸۶).

از نظر کاربرد تلویح، رایج‌ترین نوع تلویح در برنامه‌ها تلویح مکالمه‌ای عمومی بوده است و از تلویحات مکالمه‌ای خاص استفاده نشده است. با توجه به ماهیت رسانه رادیو تلویحات مکالمه‌ای خاص، در این رسانه کاربرد چندانی ندارد.

پیش‌فرض وجودی غالب‌ترین نوع کاربرد پیش‌فرض‌ها در برنامه‌ها بوده و به فراخور موقعیت از پیش‌فرض‌های واقعیت‌پذیر و واژگانی نیز بهره گرفته شده است. «معمولاً در پیش‌انگاشت واژگانی، تعبیر متعارف یک صورت [واژه] بر اساس معنی بیان‌شده [لفظ] و معنی بیان‌نشده [پیش‌انگاشت] آن صورت می‌پذیرد» (یول، ۱۳۹۱: ۴۴). «پیش‌انگاشت حاصل از فعلی همچون «دانستن» به منزله یک واقعیت به شمار می‌آید که آن را پیش‌انگاشت واقعیت‌پذیر می‌نامند» (یول، ۱۳۹۱: ۴۳). با توجه به اینکه پیش‌فرض واقعیت‌ناپذیر جایگاه چندانی در رسانه رادیو ندارد، اینجا نیز جز در موارد معدودی از آن استفاده نشده است. گفتارها و در اغلب موارد پاره‌گفت‌ها در هر برنامه با بافت موقعیت برنامه صبحگاهی رادیو جوان تناسب داشته‌اند. بخش عمده‌ای از گفتارهای برنامه‌ها شامل گفتار مستقیم می‌شوند، اما از گفتار غیرمستقیم نیز با توجه به بافت موقعیت و برای القای معانی موردنظر، بهره گرفته شده است. همچنین منطبق بر ماهیت رسانه رادیو کنش‌های گفتاری نظیر کنش گفتاری بیان احساس، کنش گفتاری توصیفی و کنش

گفتاری امری ارشادی در آیتم‌های مختلف برنامه‌ها بیشترین کاربرد را دارند. در مقابل کنش‌های گفتاری اعلام/تقریر و تعهدآور، در موارد معدودی کاربرد داشته‌اند. در اینجا با ارائه جدول و بر اساس تفکیک آیتم‌های برنامه، مقوله‌ها تقسیم‌بندی و زیر مقوله‌ها و مصداق‌ها، به‌عنوان نمونه‌ای از پیکره داده‌ها نمایش داده می‌شود.



جدول ۱. مقوله‌ها و زیرمقوله‌های برنامه جوان ایرانی سلام (رادیو جوان)

مقوله	زیرمقوله	آیتم	مصادیق
گونه زبانی جوانان	صراحت، جسارت و رک بودن	گفتار مجری	نظرتون در مورد برنامه جوان ایرانی سلام، تعریف معریفا یادتون نره اینو به گوش بگیر حتماً
	جملات کوتاه و پرشتاب	گفتار مجری	یا عزیز، عزیز و سربلندمون کن ماهید، معرکه‌اید، یکی‌یه دونه‌اید، نمونه‌اید، حرف ندارید، کلاً ایرانیا دردونه‌اند
مخاطب هدف	جوانان	گفتار مجری	اونایی که از سر صبحی سعی می‌کنن، تلاش می‌کنن حال بقیه رو خوب کنن سلام‌علیکم صبتون بخیر الان که شیش و چهل و پنج دقیقه صبحه اونم چهارشنبه بیست و چهارم تیرماه حال شما چطوره؟
	عام	تلفن‌های شنوندگان	آنچه به دست خواهی آورد فراتر از رنجی که کشیده‌ای نخواهد بود و این‌که به اندازه باورهای هرکسی با او حرف بزنی
جنسیت	گفتار مردانه	گفتار مجری	حاضری با نمک، پیامک‌های خیلی خیلی دل‌نشین ۳۰۰۰۰۸۸۱. اسمتون، فامیلتون، شهرتون، روستاتون، شغلتون، جمعی باشد در اولویت می‌باشد
	گفتار زنانه	پیشنهادها	سلام عرض می‌کنم خدمت کلیه دوستان عزیز قدیمی که تولیدکننده بودن! شما فکر کن کسی تو روستا تا چند سال پیش مگه تخم‌مرغ و مرغ و گوشت گوسفند می‌خرید؟! ...*
تلویح	مکالمه‌ای عمومی	گفتار مجری (در بخش پیامک‌ها)	عباس آقا، چار پنج‌روزه داری پسته پیوند می‌زنی من نمی‌دونم کی تموم می‌شه، ماشاًلاً هزار ماشاًلاً زمین داری!
پیش‌فرض	وجودی	رویدادها	دکتر روحانی در گفتگوی زنده تلویزیونی دیروز با بیان این‌که تحریم‌ها هیچ‌گاه موفق نبوده
	واقعیت‌پذیر	گفتار مجری (در بخش پیامک‌ها)	عباس آقا، چار پنج‌روزه داری پسته پیوند می‌زنی من نمی‌دونم کی تموم می‌شه، ماشاًلاً هزار ماشاًلاً زمین داری!
	واژگانی	گفتار مجری	آقا چرا همیشه من و شما چیز یاد بگیریم؟! یعنی به ذره هم بذاریم تا بقیه از ما یاد بگیرن،
بافت موقعیت	تناسب دارد	گفتار مجری	امروزم حسن اسماعیل‌پور سرحال، سرزنده، پراترزی با یک تیم پراترزی تا هشت صبح و جوان ایرانی سلام می‌خوایم کولاک کنیم
گفتار	مستقیم	تلفن‌های شنوندگان	من بزرگ‌ترین درسی که تو زندگی و تو جامعه پیدا کردم، نصیحت پدرم بود که همیشه می‌گفت که هیچ‌وقت منم منم و غرور نداشته باشی
	غیرمستقیم	رویدادهای ورزشی	لیگ برتر دیگه واقعا باید حرفه‌ای باشه، یدک نکشیم این اسمو ... فقط قراردادهای حرفه‌ای نباشه!

ادامه جدول ۱. مقوله‌ها و زیرمقوله‌های برنامه جوان ایرانی سلام (راديو جوان)

مقوله	زیرمقوله		آیتم	مصادیق
موسیقی	ژانر	پاپ	موسیقی با کلام	ای جاویدان ایران (گروه آریان)
			موسیقی با کلام	عاشقم باش (فرزاد فرزین)
	حالت	شاد	موسیقی فاصله	دنیا رو با تو دوست دارم (شهاب رمضان)
موسیقی با کلام			ای جاویدان ایران (گروه آریان)	
کنش‌های گفتاری	توصیفی	سایر	موسیقی با کلام	عاشقم باش (فرزاد فرزین)
			موسیقی با کلام	دنیا رو با تو دوست دارم (شهاب رمضان)
			گفتار مجری	«صبح همه شما بخیر باشه. اصولاً بقیه خیلی زود از منو شما درس می‌گیرن، یعنی به‌جورایی ما الگوی بقیه می‌تونیم باشیم
امر و ارشادی	بیان احساس	گفتار مجری	نماز روزه‌های همه شما قبول باشه ایشالله	
			گفتار مجری	بر زبان جاری نشد شوری که در جان داشتم/ ورنه با تو گفتنی‌های فراوان داشتم
			گفتار مجری	صندوق صوتی شبکه جوانو حتماً تو گوشی‌تون ثبت بکنید: ۰۹۱۰۸۸۹۱۹۸۸ به فهرست مخاطبای خودتون این شماره اضافه بشه لطفاً. نظرتون در مورد برنامه جوان ایرانی سلام، تعریف معرفی یا دتوون نره اینو به گوش بگیر حتماً

* آقاگل‌زاده بر این نظر است که: «مجریان زن از عبارات تردیدآمیز و تشدیدکننده‌ها بیشتر استفاده می‌کنند.» (۱۳۸۹: ۶۵). وی همچنین اشاره می‌کند که: «... دایرة واژگان مردان مملو از کلمات خشن و بی‌روح است و گفتارشان بیشتر جنبه تحکمی و سلطه‌گری دارد» (۱۳۸۹: ۸۴).

۲-۵. برنامه سلام ایران (راديو ایران)

در اینجا نیز همانند راديو جوان، بیشترین داده‌های مرتبط با مقوله‌ها از گفتار مجریان استخراج شده است.

درباره گونه زبانی برنامه‌های صبحگاهی راديو ایران، با توجه به یافته‌های پژوهش و تحلیل پیکره داده‌ها می‌توان گفت؛ برنامه‌های صبحگاهی راديو ایران دارای ویژگی‌هایی نظیر توجه به مخاطب هدف و بی‌نشانی نسبی گونه‌زبانی برنامه‌ها، کاربرد گونه زبانی گفتاری و واژه‌های تحرک‌زا و نشاط‌بخش، نزدیک بودن به زبان معیار، به کار نبردن واژگان مخفف و زبان مخفی است. همچنین در برخی موارد استفاده از جملات کوتاه و پرشتاب، صراحت و جسارت و واژگان مصطلح در زبان جوانان در این برنامه‌ها وجود داشته است. از نظر کاربرد تلویح، در اینجا نیز رایج‌ترین نوع تلویح در برنامه‌ها تلویح مکالمه‌ای عمومی بوده است و از تلویحات مکالمه‌ای خاص استفاده نشده است. در زمینه کاربرد پیش‌فرض‌ها، پیش‌فرض وجودی غالب‌ترین نوع

کاربرد پیش‌فرض‌ها در برنامه‌ها بوده و به فراخور موقعیت از پیش‌فرض‌های واقعیت‌پذیر و واژگانی نیز بهره گرفته شده است. همچنین از پیش‌فرض واقعیت‌ناپذیر نیز جز در موارد معدودی، استفاده نشده است. «پیش‌انگاشت واقعیت‌ناپذیر پیش‌انگاشتی است که نادرست بودن آن مفروض است. معمولاً مصادری همچون خواب دیدن، وانمود کردن یا خیال کردن پیش‌فرض یا پیش‌انگاشتی را با خود دارند که آنچه بعد از می‌آید، نادرست است» (آفاگل‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۵۲، به نقل از یول، ۲۰۰۰).

از نظر تناسب با بافت موقعیت، گفتارها و پاره‌گفت‌ها در هر برنامه به صورت غالب با بافت موقعیت برنامه صبحگاهی و مخاطب هدف رادیو ایران تناسب داشته‌اند. بخش عمده‌ای از گفتارهای به کار برده شده شامل گفتار مستقیم می‌شوند، اما از گفتار غیرمستقیم نیز با توجه به بافت موقعیت و برای القای معانی مورد نظر، بهره گرفته شده است. کنش گفتاری بیان احساس، کنش گفتاری توصیفی و کنش گفتاری امری - ارشادی در آیتم‌های مختلف برنامه‌ها بیشترین کاربرد را در زمینه کنش‌های گفتاری داشته‌اند. در مقابل کنش‌های گفتاری اعلام/ تقریر و تعهدآور، در موارد معدودی به کار رفته‌اند.

در اینجا با ارائه جدول و بر اساس تفکیک آیتم‌های برنامه، مقوله‌ها تقسیم‌بندی و زیر مقوله‌ها و مصداق‌ها، به‌عنوان نمونه‌ای از پیکره داده‌ها نمایش داده می‌شود.

جدول ۲. مقوله‌ها و زیرمقوله‌های برنامه سلام ایران (رادیو ایران)

مقوله	زیرمقوله	آیتم	مصداق
مخاطب هدف	جوانان	حاشیه‌های ورزشی	ماشالاً به علیرضا حقیقی که هیچ فرصتی رو از دست نمی‌ده، علیرضا که توی فرودگاه استانبول منتظر پرواز نشسته بود بلافاصله با دیدن لوئیس فیگو دست به دوربین شد و به سلفی تروتیمز شکار کرد. فیگو هم به حقیقی گفت: مقابل آرژانتین عالی بودی، از شاگردی کی‌روش لذت ببر
	عام	یادداشت روز	لحظه بعد هنوز فرا نرسیده است، لحظه بعد را با فکر مثبت خود انتخاب کنیم. زندگی ما در لحظه‌های مختلف با انتخاب‌های ما رابطه دارن، حتی نگاه ما می‌تواند از یک انتخاب برخوردار باشد

ادامه جدول ۲. مقوله‌ها و زیرمقوله‌های برنامه سلام ایران (رادیو ایران)

تمام اینارو گفتیم که بگیم ما دلمون به دیدن شما خوشه، اصلاً دل خوشی ما شما هستید، اصلاً چقدر خوشبختیم بعضیا دل گنجشکین، دلخوشیاشون کوچولو کوچولو قد به گنجشک، جیک جیک جیک کوچولو کوچولوئه	گفتار مجری	گفتار زنانه		
طرف بزرگ‌ترین دل خوشی روزانه‌ش پیدا کردن صندلی خالی تو اتوبوس یا جای خالی تو مترو بوده مثلاً هان	گفتار مجری	مکالمه‌ای عمومی	تلویح	
من همین خیابون ولیعصر هستم، داریم به سمت میدون تجریش می‌ریم	ارتباط با گزارشگر	وجودی	پیشن فرض	
آخی! دلم سوخت مثل این جهیزیه نوعروس که در مشهد سوخت تو آتیش. ای بابا می‌دونی فقط قیمت یه سرویس نهار خوری چنده؟!	گفتار مجری	واقعیت پذیر		
امروز به دوستان واقعیومون فکر کنیم، اونایی که دوست روزای سختیمون بودن و هستن و اونا رو به یاد بیاریم و به یه تلفن حالشونو بپرسیم حداقل، دل خوش کردن دیگران کار سختی نیست	گفتار مجری	تناسب دارد	بافت موقعیت	
از اونجایی که توی بازی‌ها کنترل شخصی رو به عهده دارید و هدایتگر او هستید، شاید لازم باشه گاهی اوقات نگران سلامتیش باشید ...	صبح و دیجیتال	مستقیم	گفتار	
خدادا عزیزی بازم زد به سیم آخر، خداداد می‌گه قهر و آشتی کی روش و کفاشیان مثل سریال‌های ترکیه‌ای شده. فوتبال ایران به قدری در بحرانه که اگه ظریف هم دست‌به‌کار بشه نمی‌تونه درستش کنه	حاشیه‌های ورزشی	غیرمستقیم		
سلام ایران عشقم و باورم ایران خاک دلبران (روزبه نعمت الهی) یه پنجره پر از امید و امید و می‌شه رو به فردا ...	آرم موسیقی با کلام موسیقی با کلام موسیقی با کلام موسیقی فاصله	پاپ	زائر	موسیقی
موسیقی کردی (علاءالدین نیاتی)	موسیقی با کلام	سنتی		
سلام ایران عشقم و باورم ایران خاک دلبران (روزبه نعمت الهی) موسیقی کردی (علاءالدین نیاتی) یه پنجره پر از امید و امید و می‌شه رو به فردا ...	آرم موسیقی با کلام موسیقی با کلام موسیقی با کلام موسیقی با کلام موسیقی فاصله	شاد	حالت	

ادامه جدول ۲. مقوله‌ها و زیرمقوله‌های برنامه سلام ایران (راديو ايران)

دوره ۱۱، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴	هرچی من شلوغ و با انرژی آغاز کردم، موسیقی‌مون همچین لایت، همچین یواش، چرا؟ چون تهیه کننده برنامه می‌خوان الآن به انرژی مضاعف بدن به همه شما با یک سلام	گفتار مجری	توصیفی	کنش‌های گفتاری
	ای خدای بزرگ عاشقتم ما اومدیم تا سر صبحی به همه شما ایرانیان عزیز بگیم سلام با یه سلام دوباره از سلام ایران به شما وصل می‌شیم، دل خوشیم، صبح عالی متعالی	گفتار مجری	بیان احساس	
	امروز به دوستان واقعیمون فکر کنیم، اونایی که دوست روزای سختیمون بودن و هستن و اونا رو به یاد بیاریم و با یه تلفن حالشونو بپرسیم حداقل	گفتار مجری	امری و ارشادی	

۶. بحث و نتیجه‌گیری

پس از تجزیه و تحلیل پیکره داده‌ها، مشخص شد که در زمینه کاربرد گونه‌های زبانی در برنامه‌های صبحگاهی راديو جوان و راديو ايران شباهت‌هایی وجود دارد، که می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

در برنامه‌های هر دو شبکه، به‌طور مشترک و به‌وفور، از زبان گفتار بهره گرفته می‌شود. واژگانی نظیر می‌گم، بگن، بریم، کوچولو مچولو، می‌شه و ... کاربرد زیادی در گفتار برنامه‌های هر دو شبکه دارند. در مقابل، زبان نوشتار در برنامه‌ها در موارد اندکی کاربرد داشته است.

به لحاظ به‌کارگیری تلویح در گفتار گویندگان، تلویحات مکالمه‌ای عمومی بیش از سایر انواع تلویح در برنامه‌های هر دو شبکه به‌کاررفته و تلویحات مکالمه‌ای خاص جایگاهی در گفتار برنامه‌ها نداشته است. در برنامه‌های هر دو شبکه پیش‌فرض وجودی بیش از سایر گونه‌های پیش‌فرض کاربرد داشته و به فراخور از پیش‌فرض‌های واقعیت‌پذیر و واژگانی نیز بهره گرفته شده است. با توجه به ماهیت راديو، در برنامه‌های هر دو شبکه کنش‌های گفتاری توصیفی، بیان احساس و امری ارشادی کاربرد زیادی داشته‌اند و از کنش‌های گفتاری اعلام/تقریر و تعهدآور نیز به‌ندرت بهره گرفته شده است. همچنین استفاده نکردن از زبان مخفی در برنامه‌های هر دو شبکه وجود دارد. برنامه‌های هر دو شبکه تا حدود زیادی به زبان معیار گفتاری نزدیک هستند و در اغلب موارد از واژگان بیگانه جز در شرایط لازم استفاده نشده است. گفتارهای برنامه‌های هر

دو شبکه تا حدود زیادی با بافت موقعیت برنامه‌های صبحگاهی انطباق داشته‌اند. همچنین بخش عمده‌ای از گفتارهای برنامه‌ها شامل گفتار مستقیم می‌شوند، اما از گفتار غیرمستقیم نیز با توجه به بافت موقعیت و برای القای معانی مورد نظر، بهره گرفته شده است.

از نظر تفاوت‌های زبانی این دو شبکه می‌توان به مواردی نظیر فزونی کاربرد اصطلاحات و واژگان مصطلح در زبان جوانان، هنجارگریزی زبانی، داشتن صراحت و جسارت در کلام و جملات کوتاه و پرشتاب، در برنامه‌های شبکه رادیویی جوان، با توجه به نشان‌دار بودن این شبکه و مخاطبان آن، اشاره کرد. همچنین مقوله جنسیت و زبان در برنامه‌های هر دو شبکه تأثیر داشته است. به طوری که هرگاه برنامه‌های هر دو شبکه توسط گویندگان مرد اجرا شده، مواردی نظیر نزدیک شدن گونه زبانی برنامه‌ها به همدیگر، کاربرد واژگان مصطلح در زبان جوانان، صراحت و جسارت و رک بودن، اطناب و پرگویی مجریان، قطع کلام و نوبت‌گیری و ... بیشتر به چشم می‌خورد. با توجه به مخاطب گسترده‌تر رادیو ایران، در برنامه سلام ایران به گوناگونی زبانی مخاطبان در سراسر ایران بیشتر توجه شده است.

در زمینه آسیب‌های موجود در زبان برنامه‌های صبحگاهی این دو شبکه، می‌توان به وجود اطناب در گفتار برخی مجریان (به‌ویژه مجریان مرد) و در مواردی تکراری بودن و تنوع کم آیت‌های برنامه‌ها با توجه به مدت‌زمان (حدود ۸۰ دقیقه) است. در این زمینه برای افزودن به جذابیت و تأثیرگذاری برنامه‌ها، تنوع‌بخشی به آیت‌ها نیازی است که ضروری به نظر می‌رسد. مسئله دیگر تأثیر مقوله جنسیت در زبان برنامه‌های رادیویی است که در مواردی باعث نشان‌دار شدن زبان برنامه‌ها می‌شود؛ اگرچه وجود تفاوت در سبک زبان گفتاری زن و مرد به تفاوت‌های طبیعی موجود میان این دو جنس برمی‌گردد، اما در برنامه‌های رادیویی بهتر است با توجه به مخاطب هدف، زبان برنامه‌ها تا حد ممکن بی‌نشان باشد و بهتر است که همواره به تفاوت‌های موجود در سبک زبانی زنان و مردان و نقش معیارسازی رادیو توجه شود.

یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های کتاب «تحلیل گفتمان‌های رادیو» (آقاگل‌زاده)، دارای اشتراکاتی است که از آن جمله می‌توان به تأثیر مقوله جنسیت بر گفتار گویندگان برنامه‌ها اشاره کرد. به گونه‌ای که می‌توان گفت مجریان زن بیش از مردان از گونه زبان معیار استفاده می‌کنند، مجریان مرد بیش از گویندگان زن کلام مخاطب خود را قطع می‌کنند، دایره واژگان زنان متشکل از کلماتی است که بیشتر نقش حمایتی و بار عاطفی دارند، اما گفتار مردان بیشتر جنبه تحکمی و سلطه‌گری دارد. مجریان زن بیشتر از مردان از عبارات تعجیبی و جملات پرسشی بهره

می‌گیرند، همچنین با توجه به یافته‌های هر دو پژوهش مشخص شد که انواع تلویح، کنش‌های گفتاری و پیش‌فرض‌ها در گفتار برنامه‌های رادیویی، کاربرد زیادی دارند. کاربرد محدود تلویحات مکالمه‌ای خاص، پیش‌انگاشت واقعیت‌ناپذیر و کنش گفتاری اعلام/تقریر و تعهدآور و نقش رادیو در زمینه معیارسازی زبانی از دیگر یافته‌های مشترک هر دو پژوهش است.

از نکات مشترک در یافته‌های پژوهش حاضر با کتاب «پژوهشی در زمینه گونه‌های زبانی مناسب برنامه‌های رادیویی» (دانایی) می‌توان به ویژگی‌های گونه زبانی مخاطبان جوان رادیو نظیر هنجارگریزی زبانی، استفاده از جملات کوتاه و پرشتاب، صراحت، جسارت و رک بودن در کلام و ایجاز اشاره کرد.

یافته‌های مقاله پیش رو با پژوهش «شناخت ویژگی‌های زبان جوانان و راهبردهای تعامل مطلوب رسانه با آن» عنوان (نیکوبخت و محسنی) در زمینه تعریف گونه زبانی جوانان و ویژگی‌های آن است با این تفاوت که در مقاله حاضر با بهره‌گیری از اصول کاربردشناسی زبان گونه‌های زبانی برنامه‌های صبحگاهی رادیو جوان و رادیو ایران مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته، اما از یافته‌های پژوهش مورد نظر می‌توان به استخراج ویژگی‌های گونه زبانی جوانان در سطوح آوایی، صرفی، نحوی و معنایی زبان، نقش صداوسیما در پیدایش، شکل‌گیری و گسترش گونه زبانی جوانان و بررسی پیامد به‌کارگیری این گونه زبانی در رسانه اشاره کرد.

یافته‌های پژوهش پیش رو با مقاله «زبان مخفی و کاربرد آن در رسانه» (سمایی) اشتراک چندانی ندارد، چراکه در برنامه‌های مورد بررسی، مصداق‌هایی از کاربرد زبان مخفی در گفتار گویندگان یافت نشد.

در پایان می‌توان گفت؛ به‌منظور نزدیک‌تر شدن به گونه زبانی مخاطبان هدف برنامه‌ها ضرورت دارد که برنامه‌سازان هرچه بیشتر با اصول کاربردشناسی زبان آشنا شوند و گویندگان رادیو نیز به صورت مداوم آموزش ببینند و دانش زبانی همواره به‌روز باشد. همچنین طراحی و برنامه‌ریزی زبانی برای هر شبکه رادیویی با توجه به تعریف شبکه‌ها و مخاطب هدف از موارد دیگری است که در رابطه زبان مخاطب و زبان برنامه رادیویی بسیار دارای اهمیت است.

منابع و مأخذ

- اسفندیاری، محمد (۱۳۸۴). **آسیب‌شناسی دینی (پژوهش‌هایی درباره اسلام‌شناسی و جامعه‌شناسی)**. چاپ اول، قم: انتشارات صحیفه خرد.
- آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۸۵). **تحلیل گفتمان انتقادی**، چاپ اول، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۸۹). **تحلیل گفتمان‌های رادیو**، چاپ اول، تهران: طرح آینده (دفتر پژوهش‌های رادیو).
- ایمان، محمدتقی و محمدرضا نوشادی (۱۳۹۰). «تحلیل محتوای کیفی»، **مجله پژوهش**، شماره ۲، صص ۴۰-۱۵.
- دانایی، فاطمه (۱۳۹۳). **پژوهشی در زمینه گونه‌های زبانی مناسب برنامه‌های رادیویی**، چاپ اول، تهران: طرح آینده (اداره کل پژوهش‌های رادیو).
- دی. ویمر، راجر؛ جوزف آر دومینیک (۱۳۸۵). **تحقیق در رسانه‌های جمعی**، ترجمه کاووس سید امامی، چاپ اول، تهران: انتشارات سروش.
- ساجدی، ابوالفضل (۱۳۸۱). «نظریه کنش‌گفتاری جان آستین و فهم زبان قرآن»، **فصلنامه قیسات**، شماره ۲۵، صص ۱۳۰-۱۲۲.
- سارلی، ناصرقلی (۱۳۸۷). **زبان فارسی معیار**، چاپ اول، تهران: انتشارات هرمس.
- سجودی، فرزانه (۱۳۸۴). **جامعه‌شناسی زبان و مسئله زبان رادیو**، چاپ شده در مجموعه مقالات همایش زبان و رسانه، تهران: طرح آینده.
- سمایی، سیدمهدی (۱۳۸۴). **زبان مخفی و کاربرد آن رسانه**، چاپ شده در مجموعه مقالات همایش زبان و رسانه، تهران: طرح آینده.
- فرهادی، حسین (۱۳۸۱). **اصول و روش تحقیق در زبان‌شناسی کاربردی**، مترجمان هاجر خان‌محمد و فاطمه جواهری کویایی، چاپ اول، تهران: انتشارات رهنما.
- کرپیندورف، کلوس (۱۳۹۰). **تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی**، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ پنجم، تهران: نشر نی.
- مدرسی، یحیی (۱۳۹۳). **درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان**، چاپ چهارم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۷). **مخاطب‌شناسی**، ترجمه مهدی منتظر قائم، چاپ چهارم، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- نیکویخت، ناصر و محسن حسینی (۱۳۸۷). **شناخت ویژگی‌های زبان جوانان و راهبردهای تعامل مطلوب رسانه با آن**، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- هورنبی، آ. اس. (۱۳۸۲). **فرهنگ پیشرفته اکسفورد**، چاپ نهم، تهران: مؤسسه نشر جهان دانش.
- هولستی، آر. (۱۳۸۰). **تحلیل محتوا در علوم انسانی و اجتماعی**، ترجمه نادر سالارزاده امیری، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

جستاری در گونه‌های زبانی و کنش‌های گفتاری ... ❖ ۳۱

یول، جی. (۱۳۹۱). کاربردشناسی زبان، مترجمان محمدمهدی عموزاده و منوچهر توانگر، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

Mayring, P. (۲۰۰۰). "Qualitative Content Analysis", **Forum Qualitative Social Research**, ۱(۲), pp ۱-۱۰.

