

دوفصلنامه علمی - پژوهشی زبان پژوهی دانشگاه الزهراء

سال پنجم، شماره ۹، پاییز و زمستان ۱۳۹۲

## واقع نشدن فعل در عنوان های خبری<sup>۱</sup> روزنامه های فارسی زبان از منظر تحلیل گفتمان انتقادی<sup>۲</sup>

فردوس آقاگل زاده<sup>۳</sup>

معصومه خیرآبادی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۲/۱

تاریخ تصویب: ۹۰/۱۲/۷

### چکیده

متون خبری روزنامه ها عموماً سبکی روایی دارند و در قالب چند جمله یا پاراگراف، روی دادی را به صورت منسجم<sup>۵</sup> شرح می دهند. عنوان های خبری هم به عنوان پاره گفتارهایی با ویژگی های خاص ساختاری، در انتشار اخبار و بیان روی دادها نقشی بسیار مهم ایفا می کنند؛ حال آنکه معمولاً از الگوی جمله پیروی نمی کنند و دارای ویژگی انسجام هم نیستند. از آنجا که همه روابط دستوری سطح جمله به لحاظ نسبتشان با فعل تعریف می شوند، نقش فعل در ساخت یک جمله دستورمند، مهم است؛ درحالی که به نظر می

---

1. Headline

2. Critical Discourse Analysis (C.D.A.)

۳. دانشیار دانشگاه تربیت مدرس ferdows@yahoo.com

۴. کارشناس ارشد آموزش زبان فارسی به غیرفارسی زبانان از دانشگاه علامه طباطبائی kheirabadi.m@gmail.com

5. Coherent

رسد در عنوان‌های خبری، واقع‌نشدن فعل، چشم‌گیرتر از وقوع آن است. بر مبنای نظریه تحلیل گفتمان انتقادی، تغییر ساختار یا رعایت‌نشدن هر یک از قواعد ساخت جمله ممکن است از مقاصد گفتمانی نشأت گرفته باشد. در پژوهش حاضر، واقع‌نشدن فعل در عنوان‌های خبری را به عنوان یک مؤلفه گفتمان‌مدار مطالعه کرده‌ایم. این تحقیق به شیوه توصیفی و تحلیلی انجام شده و جامعه آماری آن، از عنوان‌های خبری روزنامه‌های کثیرالانتشار تشکیل شده است. نمونه‌گیری داده‌ها به شیوه تصادفی نظام‌مند، از سه روزنامه فارسی‌زبان صبح انجام شده است. براساس نتایج به دست آمده، ۶۵/۱۲ درصد از عنوان‌های خبری مورد مطالعه، فعل ندارند. این رقم به لحاظ آماری، معنادار و بیانگر وجود منظوره‌های گفتمانی است.

**واژه‌های کلیدی:** تحلیل گفتمان انتقادی، ساختارهای گفتمان‌مدار، فعل، عنوان خبری.

## ۱. مقدمه

رسانه‌های خبری به دلایل متعدد، گفتمان مخصوص خود را دارند و زبان آن‌ها دارای پیچیدگی‌های فراوان است. طبق تعریف‌های موجود، زبان رسانه‌ها باید صریح و بیانگر واقعیت‌ها باشد؛ اما در عمل، این مسئله تا حد زیادی محقق نمی‌شود و رسانه‌ها در انعکاس اخبار، اصل بی‌طرفی را رعایت نمی‌کنند. سوگیری، از ویژگی‌های گفتمان رسانه‌ای است و نگارندگان اخبار معمولاً در بیان روی داده‌ها، جانب‌دارانه عمل می‌کنند. در این راستا، به کارگیری ابزارهای زبانی، بسیار رایج است. گزینش واژگان خاص، نام‌دهی، حذف برخی عناصر زبانی و به کارگرفتن الگوهای متفاوت ساختاری، از جمله موارد پر کاربرد در ایجاد گفتمان‌های متفاوت هنگام نگاشتن عنوان‌های خبری هستند. این شیوه‌ها به گوینده یا نویسنده امکان می‌دهند که به صورت غیرمستقیم یا تعدیل‌شده، اندیشه‌ها و ایدئولوژی‌های خود را به مخاطب القا کند.

در زبان فارسی، فعل اهمیت بسیار دارد؛ به طوری که در جمله‌های این زبان، رکن اصلی به‌شمار می‌رود و بدون آن، معنی ناتمام می‌ماند. در مواردی، تنها وجود فعل، برای این مسئله کافی است که یک پاره‌گفتار را به‌لحاظ ساختاری، «جمله» بنامیم. وقوع فعل، یکی از اصول نگارش عنوان‌های خبری نیز به‌شمار می‌رود و صاحب‌نظران این حوزه، بر آوردن فعل مناسب در عنوان‌های خبری تأکید کرده‌اند. شکرخواه (۱۳۸۱: ۵۸) درباره‌ی این مسئله معتقد است: «عنوان خبری اگر فعل داشته باشد، جان‌دارتر خواهد شد؛ به‌خصوص اگر فعل به‌طرزی مناسب به‌کار گرفته شود». بدیعی و قندی (۱۳۸۲: ۱۰۹ و ۱۱۰) نیز انتخاب فعل مناسب را کلید موفقیت در نگاشتن عنوان خبری دانسته‌اند:

معمولاً تیتريهای کلی غیرمشخص که بدون استفاده از فعل نوشته می‌شوند، پیام خبری را به‌طور ناقص بیان می‌کنند. برای مطالب خبری باید از نگارش تیتريهای کلی و غیرمشخص خودداری کرد و پیام را به‌صورت صریح نوشت؛ به‌عنوان مثال، عنوان خبری «کنگره بین‌المللی بزرگ‌داشت فردوسی در ایران»، مبهم است؛ زیرا مشخص نیست که این کنگره برگزار شده است یا در چه زمانی برگزار می‌شود. این عنوان خبری تا زمانی که فعل به آن افزوده نشود، از ابهام خارج نخواهد شد و از آنجا که تیتري اصلی همواره باید مستقل و بدون واسطه، معنای کامل داشته باشد، رفع ابهام از آن با آوردن قید در سایر اجزا مانند روتیتري، زیرتیتري و... استقلال آن را از بین می‌برد.

با وجود این، واقع‌نشدن فعل در عنوان‌های خبری، بسیار رایج است و نباید هدف از آن را صرفاً بیان کوتاه‌تر روی‌داد خبری دانست؛ بلکه می‌توان هدف‌هایی دیگر را برای آن برشمرد؛ مثلاً استفاده از این ابزار زبانی، به‌نگارنده امکان می‌دهد که روی‌دادها را به‌صورت غیرمستقیم بیان کند و از این ره‌گذر، در سخنش ابهام به‌وجود آورد. به‌نظر می‌رسد بسامد واقع‌نشدن فعل در عنوان‌های خبری مطبوعات فارسی‌زبان، چشم‌گیرتر از وقوع آن باشد؛ بنابراین، موارد واقع‌نشدن فعل یا به‌کارگیری صورت‌های دیگر مانند مصدر<sup>۱</sup> را می‌توان به‌عنوان ساختارهای گفتمان‌مدار مطالعه کرد.

در این پژوهش، در پی آنیم که با رهیافت تحلیل متن از دیدگاه انتقادی، میزان واقع‌نشدن فعل را در عنوان‌های خبری روزنامه‌های فارسی‌زبان بررسی کنیم؛ بدین منظور، فرایندهای زبانی مورد استفاده نگارندگان اخبار را برای امتناع از آوردن فعل در عنوان‌های خبری مطالعه کرده‌ایم؛ همچنین این موضوع را بررسی کرده‌ایم که عمل کرد کدام فرایند زبانی در واقع‌نشدن فعل، اثر بیشتری دارد. پیامدهای گفتمانی واقع‌نشدن فعل در عنوان‌های خبری نیز موضوعی دیگر است که در این تحقیق، به آن پرداخته‌ایم.

## ۲. پیشینه تحقیق

مطالعه سازوکارهای زبانی تولید خبر، از دیرباز مورد توجه زبان‌شناسان بوده و با شکل‌گیری تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی، به لحاظ کیفی و کمی، دستاوردهایی شایان توجه در این زمینه حاصل شده است. کتاب تولید رضایت<sup>۱</sup> از چامسکی و هرمن<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) از پژوهش‌های پیش‌رو در زمینه زبان و رسانه است که اگرچه به‌طور دقیق، در چهارچوب تحلیل گفتمان قرار نمی‌گیرد، تحلیلی انتقادی را از نفوذ شرکت‌های بزرگ اقتصادی و چگونگی هدایت رسانه‌ها از سوی صاحبان قدرت و ثروت به دست می‌دهد. نویسندگان این کتاب در مبحث «انگاره تبلیغات»<sup>۳</sup>، تأثیر عوامل اقتصادی را بر رسانه‌های خبری بررسی کرده‌اند.

ون دایک<sup>۴</sup> (۱۹۸۸) از دیگر صاحب‌نظرانی است که خبر را از منظر زبانی، در هر دو عرصه نظری و عملی مطالعه کرده و در کتابی به نام خبر به مثابه گفتمان<sup>۵</sup>، این اصطلاح را رواج داده است. وی در این کتاب و در چهارچوب تحلیل گفتمان مورد نظر خویش، شیوه‌ای نظام‌مند را برای تحلیل خبر و اجزای مختلف آن، از جمله عنوان‌های خبری پیشنهاد کرده است. کتاب زبان در اخبار<sup>۶</sup> از فاولر<sup>۷</sup> (۱۹۹۱) نیز از دیگر آثار پیش‌گام در زمینه تحلیل زبان‌شناختی و گفتمانی خبر است که بر

1. Manufacturing Consent
2. N. Chomsky and E. S. Herman
3. Model of Propaganda
4. Van Dijk
5. News as Discourse
6. Language in the News
7. Fowler

پژوهش‌های بعدی در این زمینه، بسیار مؤثر بوده و چهارچوب نظری پیش‌نهادشده از سوی نویسنده آن، در تحقیق‌های زیادی به کار رفته است. در این اثر، فاولر از یک سو، به تحلیل ساختاری خبر علاقه نشان داده و از سوی دیگر، از جریان نقش‌گرایی اثر پذیرفته است. وی در تحلیل داده‌های پژوهش خود، به عنوان‌های خبری توجهی خاص کرده و در موارد متعدد، عنوان‌های خبری را به‌عنوان چکیده خبر تحلیل کرده است.

برخی زبان‌شناسان دیگر همچون کرس<sup>۱</sup>، ون‌لیون<sup>۲</sup> و بل<sup>۳</sup> هم پژوهش‌هایی ارزشمند در زمینه بررسی زبان‌شناختی خبر از منظرهای مختلف انجام داده‌اند؛ مثلاً کرس و ون‌لیون نقش عوامل اجتماعی - معنایی را در فرایند تولید خبر بررسی کرده و عواملی همچون عناصر بصری و صفحه‌آرایی خبر را در تحلیل‌هایشان لحاظ کرده‌اند. بل نیز به‌عنوان زبان‌شناسی که سابقه فعالیت مطبوعاتی درخور توجهی داشته، در پژوهش‌های خود، بر جامعه‌شناسی و قوم‌نگاری خبر تمرکز کرده است.

علاوه بر تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی، در حوزه‌های دیگر زبان‌شناسی، به‌ویژه دستور نقش‌گرای نظام‌مند<sup>۴</sup> نیز به تحلیل خبر و بررسی ویژگی‌های آن توجه بسیار شده است؛ مثلاً مارتین و وایت<sup>۵</sup> (۲۰۰۵) در چهارچوب نظریه ترغیب<sup>۶</sup>، زبان خبر را در چهارچوب نظریه نقش‌گرای نظام‌مند بررسی کرده‌اند. وایت در اینگر لاسن و دیگران<sup>۷</sup> (۲۰۰۶) نیز چهارچوبی زبان‌شناختی را به نام «انگاره ارزش‌یابی»<sup>۸</sup> برای تحلیل خبر به دست داده و در آن، به نقش عنوان‌های خبری در انتقال مفهوم موردنظر به مخاطب توجهی ویژه کرده است.

- 
1. Kress
  2. Van Leeuwen
  3. Bell
  4. Systematic Functional Grammar (S.F.G.)
  5. Martin and White
  6. Appraisal Theory
  7. I. Lassen and Others
  8. Evaluative Model

پژوهشگران ایرانی هم زبان خبر را از جنبه‌های گوناگون بررسی کرده‌اند و بدین ترتیب، این جریان در سال‌های اخیر، به صورتی چشم‌گیر رشد کرده است. از جمله پژوهش‌های ایرانیان در این حوزه می‌توان پایان‌نامه کارشناسی ارشد رفیعی خضری (۱۳۷۹) را نام برد که در آن، ساختارهای اطلاعاتی و واژه‌های قرضی در عنوان‌ها و متن‌های خبری، از دیدگاه تحلیل گفتمان بررسی شده‌اند. دمالی امیری (۱۳۸۰) نیز در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود، ویژگی‌های متون مطبوعاتی را مطالعه کرده است. وی از ساختارهای گفتمان‌مدار، مانند ساخت معلوم در مقابل مجهول سخن گفته و به کارگیری ساختارهای متفاوت را ناشی از دلایل گفتمانی دانسته است.

آقاگل‌زاده در کتاب *تحلیل گفتمان انتقادی* (۱۳۸۵: ۱۸۲ تا ۱۹۷)، برخی عنوان‌ها و متن‌های خبری روزنامه‌های فارسی‌زبان را از دیدگاه انتقادی بررسی کرده و هدفش از این پژوهش، اثبات این فرضیه بوده است که آنچه برخی متون، به ویژه متون سیاسی و اجتماعی رسانه‌ها را شکل می‌دهد، جهان‌بینی‌ها و ایدئولوژی‌های حاکم بر آن‌هاست. نتایج این تحقیق، حاکی از آن است که متون رسانه‌ای، دارای انگیزه‌های ایدئولوژیک هستند.

سلطانی (۱۳۸۳) نیز در رساله دکتری خود، ۷۲ عنوان خبری را از دیدگاه تحلیل گفتمان انتقادی مطالعه کرده و با دیدگاه پساساخت‌گرایانه، روابط قدرت را در مطبوعات بررسی کرده است. وی فرایندهایی مختلف را بررسی کرده است که در گفتمان روزنامه‌ای، برای برجسته‌سازی یا به‌حاشیه‌رانی، به‌عنوان سازوکارهایی در جهت تقویت «خود» و تضعیف «غیر» به کار می‌روند.

یکی از جدیدترین آثار در این زمینه، کتاب *ارتباطات از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی*، اثر یارمحمدی (۱۳۸۹) است که در آن، در قالب مجموعه‌ای از مقالات، زبان رسانه‌ها از منظر تحلیل گفتمان انتقادی تحلیل شده است. در مقاله دوم این کتاب (یارمحمدی، ۱۳۸۹: ۳۲ تا ۶۰)، نقش فرایندهای زبانی «نام‌دهی»، «اسم‌سازی»، «به‌کارگیری ساخت‌های مجهول در برابر معلوم و برعکس» و «بهره‌گیری از الگوهای متفاوت جمله» در صراحت یا پوشیدگی پیام‌ها تحلیل شده است. در مقاله سوم (یارمحمدی، ۱۳۸۹: ۶۱ تا ۹۳) نیز برخی مؤلفه‌های گفتمان‌مدار، مانند «حذف»، «اظهار»، «تشخیص‌بخشی و تشخیص‌زدایی» و... در منازعات اسرائیل و فلسطین مطالعه شده است.

### ۳. مفاهیم نظری

این تحقیق برپایه اصول نظری تحلیل گفتمان انتقادی انجام شده است. زبان‌شناسی انتقادی<sup>۱</sup>، روی‌کردی است که هاج و کرس<sup>۲</sup> از سال‌های پایانی دهه ۱۹۷۰ میلادی، در دانشگاه ایست آنجلیا<sup>۳</sup> بنیان نهادند (هاج و کرس، ۱۹۷۹)؛ علاوه بر آن‌ها، فاولر و ترو<sup>۴</sup> نیز در پژوهش‌های زبان‌شناختی خود، به دیدگاه انتقادی توجه کرده‌اند (فاولر و دیگران، ۱۹۷۹).

زیربنای فکری زبان‌شناسان پیرو این روی‌کرد را نظریات هلیدی<sup>۵</sup> درباره زبان تشکیل می‌دهد. هلیدی به نقش‌هایی توجه کرده است که توسط عوامل زبانی، در متن به کار گرفته می‌شوند. از دیدگاه وی، دستور و معناشناسی، هر دو از نظام‌های رمزگذاری انتزاعی تشکیل شده‌اند و معناشناسی تنها به معنای واژگان محدود نمی‌شود.

از نگاه زبان‌شناسان انتقادی، ساختار نحوی و واژگانی زبان، تحت تأثیر جهان‌بینی، روابط قدرت، باورها و ارزش‌هاست. آن‌ها عوامل فرامتنی همچون بافت<sup>۶</sup> را نیز در تفسیر متون مورد توجه قرار داده‌اند. در این روی‌کرد، دیدگاه‌هایی متفاوت وجود دارد و زبان‌شناسان انتقادی از جنبه‌های مختلف جامعه‌شناسی، اجتماعی - شناختی، تاریخی و... متغیرهای یادشده را در متون مطالعه کرده‌اند.

ون دایک یکی از نام‌دارترین دانشمندان حوزه تحلیل گفتمان انتقادی، به‌ویژه در بخش رسانه‌هاست. وی در مطالعات خود، انگاره‌ای اجتماعی - شناختی<sup>۷</sup> را مطرح کرده و به سطحی فراتر از متن و ساختار توجه کرده است که تنها به‌منزله مطالعه سطوح دستوری، آوایی، واژگانی یا معنایی نیست؛ بلکه می‌کوشد رابطه بین متن خبری را با عوامل فرامتنی آشکار کند. این دانشمند معتقد است در تحلیل گفتمان خبرها باید تحلیلی از زمینه‌های سیاسی، اجتماعی و شناختی هم

1. Critical Linguistics (C.L.)
2. BobHodgeand Gunther Kress
3. University of East Angelia
4. T.Trew
5. Halliday
6. Context
7. Social-Cognitive Model

به‌دست داده شود. از نظر ون دایک، علت جانب‌دارانه‌بودن یک گزارش خبری، آن است که الگوی ذهنی روزنامه‌نگار، ساختارها و اندیشه‌هایی را شکل می‌دهد که از یک رویکرد ایدئولوژیک دربارهٔ یک روی‌داد جانب‌داری می‌کنند (ون دایک، ۱۳۸۲: ۳۲۵ تا ۳۴۷).

از دیگر صاحب‌نظران این حوزه، وداک<sup>۱</sup> است که در مطالعاتش، از انگارهٔ زبان‌شناسی-اجتماعی<sup>۲</sup> پیروی می‌کند. وی موقعیت‌های مختلف مانند دادگاه و مدرسه، و همچنین نهادهای اجتماعی متفاوتی مانند جنسیت و نژاد را در مطالعات زبانی خود لحاظ کرده است. پژوهش‌های وداک و همکارانش نشان می‌دهد که بافت موقعیت، به‌صورتی درخور توجه، بر ساختار و نقش پاره‌گفتارها اثر می‌گذارد. تلاش‌های این دانشمندان، به ایجاد روشی به‌نام تحلیل گفتمان تاریخی<sup>۳</sup> در مطالعات گفتمان منجر شد که به‌معنای جستجوی نظام‌مند همهٔ اطلاعات قبلی برای تحلیل و تفسیر یک متن گفتاری یا نوشتاری است (وداک، ۱۹۹۵: ۲۰۹).

فاولر و فرکلاف<sup>۴</sup> از دیگر زبان‌شناسانی هستند که آثارشان به‌ویژه درحوزهٔ تحلیل گفتمان انتقادی رسانه‌ها شهرت دارد. فاولر که مبنای نظری مطالعاتش، زبان‌شناسی نقش‌گرای نظام‌مند است، انتخاب واژگان و ساختارهای متفاوت را همسو با هدف‌های ایدئولوژیک دانسته است. از دیدگاه وی، رابطهٔ صورت و معنا، از نوع قراردادی نیست؛ بلکه صورت، معنا را تعیین می‌کند؛ به عبارت دیگر، زبان به‌صورت کنشی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که از طریق آن، ایدئولوژی‌ها نمایانده می‌شوند (فاولر و دیگران، ۱۹۷۹: ۱۸۸). وی در تحلیل انتقادی گزارش‌های خبری، ابزارهای زبانی تحلیل متن مانند گذرایی<sup>۵</sup>، گشتارهای مجهول‌ساز و اسم‌ساز، ساختار واژگانی و عناصر بینافردی همچون وجهیت<sup>۶</sup> را مورد توجه قرار داده است.

فرکلاف هم مانند فاولر، روش تحلیل خود را بر مبنای دستور نقش‌گرای نظام‌مند هلیدی استوار کرده و در کتاب ارزشمندش، به‌نام *زبان و قدرت*<sup>۷</sup> (۱۹۸۹)، از این رویکرد بهره گرفته است.

1. Ruth Wodak
2. Sociolinguistics Model
3. Discourse Historical Method
4. N. Fairclough
5. Transitivity
6. Modality
7. Language and Power



وی در مطالعات خود، دیدگاهی جامعه‌شناختی را به کار گرفته و به تغییرهای اقتصادی و اجتماعی در سطح جهانی و تأثیر آن‌ها بر گفتمان توجه کرده است. فرکلاف سه سطح یا مرحله را برای تحلیل گفتمان انتقادی برشمرده است: نخست، سطح توصیف<sup>۱</sup> که در آن، ویژگی‌های صوری متن بررسی می‌شود؛ دوم، سطح تفسیر<sup>۲</sup> که متن در آن، محصول فرایندهای تولیدی و منبعی برای مرحله تفسیر به‌شمار می‌رود؛ سوم، سطح تبیین<sup>۳</sup> که به رابطه میان تعامل و بافت اجتماعی می‌پردازد. در سطح توصیف، واژگان، دستور و ساختارهای متنی<sup>۴</sup> بررسی می‌شوند و پرسش‌هایی مانند «جملات معلوم هستند یا مجهول؟» مطرح می‌شوند. سطح تفسیر، بیانگر چیزی است که مشارکان در گفتمان، آن را تلویحی به‌شمار می‌آورند و گاه از آن غافل‌اند. هدف از سطح تبیین، به‌تصویر کشیدن گفتمان به‌عنوان بخشی از فرایندی اجتماعی، یعنی کنشی اجتماعی است که نشان می‌دهد چگونه ساختارهای اجتماعی، گفتمان‌ها را تعیین می‌کنند و از آن سوی، گفتمان‌ها بر بازتولید، حفظ و یا تغییر آن ساختارها چه اثری دارند.

در بررسی داده‌های این تحقیق، از دیدگاه‌های فاولر و نیز دو سطح توصیف و تفسیر موردنظر فرکلاف استفاده کرده‌ایم؛ بدین شرح که به‌لحاظ صوری، وجود فعل را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر دستوری در عنوان‌های خبری مطالعه کرده و سپس عنوان‌های خبری بدون فعل را به‌لحاظ گفتمانی تفسیر کرده‌ایم.

#### ۴. شیوه تحقیق

در این تحقیق، ۳۹۰ عنوان خبری متعلق به سه روزنامه فارسی‌زبان صبح (ایران، جام‌جم و همشهری) را در مهرماه ۱۳۸۸ بررسی کرده‌ایم. جامعه آماری پژوهش، به‌شیوه تصادفی نظام‌مند انتخاب شده است؛ بدین شرح که مهم‌ترین عنوان (تیتربزرگ) صفحات مربوط به هریک از سرویس‌های خبری گردآوری شده است. تحقیق به‌روش توصیفی - تحلیلی انجام شده و

1. Description
2. Interpretation
3. Explanation
4. Textual Structures

عنوان‌های خبری مورد مطالعه، نخست به لحاظ داشتن یا نداشتن فعل بررسی شده است؛ سپس عنوان‌های خبری بدون فعل تفسیر شده و دربارهٔ موارد واقع نشدن فعل، تحلیل‌های گفتمانی صورت گرفته است.

## ۵. تحلیل داده‌ها

در این بخش، ضمن پرداختن به هدف‌های گفتمانی، موارد واقع نشدن فعل را در گروه‌هایی به شرح زیر طبقه‌بندی کرده و برای هر دسته، مثال‌هایی آورده‌ایم:

### ۵-۱. عنوان‌های خبری یک‌سطری

از میان موارد واقع نشدن فعل، ۲۷/۹۴ درصد، به عنوان‌های یک‌سطری متعلق است. این بخش، خود به دو گروه زیر تقسیم می‌شود:

#### ۵-۱-۱. عنوان‌هایی که بدون عرضهٔ اطلاعات تکمیلی، فعل یا گروه فعلی در آن‌ها حذف شده است

در ۱۲/۵۶ درصد از موارد، فعل عنوان‌های خبری حذف شده است؛ بدون آنکه اطلاعات تکمیلی در دیگر اجزا آمده باشد. این گونه عنوان‌های خبری، مبتنی بر پیش‌فرض‌ها هستند، اطلاعاتی اندک دربارهٔ روی‌داد مورد نظر، به مخاطب می‌دهند و کلی‌ترین و مبهم‌ترین نوع به‌شمار می‌روند. مخاطبان هنگام مطالعهٔ چنین عنوان‌های خبری‌ای، تصویری کلی را از روی‌داد مورد بحث، در ذهنشان مجسم می‌کنند؛ اما برای تکمیل منظور اصلی نگارنده، بین چند گزینه، سرگردان می‌مانند و برای کسب اطلاعات بیشتر، ناگزیرند متن خبر را مطالعه کنند. معمولاً برای این گونه عنوان‌های خبری، چندین تفسیر را می‌توان در نظر گرفت. مثال:

(۱) گیتس، رودرروی بایدن برسر جنگ افغانستان... [ایستاده است، خواهد ایستاد، نخواهد ماند، و...؟] (ایران، ۱۲/۷/۸۸: صفحهٔ بین‌الملل).

۲) ضمانت‌های بدون تعهد در خدمات پس از فروش... [فراوان است، خلاف قانون است، پی گیری خواهد شد، و...؟] (جام جم، ۸۸/۷/۲۷: صفحه اول).

۳) جنجال بر سر برنج‌های وارداتی... [به نتیجه رسید، ادامه دارد، بی فایده است، و...؟] (جام جم، ۸۸/۷/۲: صفحه اول).

به نظر می‌رسد هدف گفتمانی این گروه از عنوان‌های خبری، کناره‌گیری نگارنده خبر از بیان صریح منظور خود و ایجاد فرصتی برای مداخله مخاطب در نتیجه‌گیری باشد. در چنین مواردی، نگارنده هیچ‌گونه موضعی را برنگزیده و نتیجه‌گیری درباره خبر را برعهده مخاطب گذاشته است؛ مثلاً در خبر مربوط به برنج‌های وارداتی (شماره ۳)، نگارنده مخالفت یا موافقت خود را با عمل یا عواملان خبر اعلام نکرده است؛ به عبارت دیگر، در صورت نیاز، فرصت انکار کردن برای نگارنده وجود دارد و همچنین مخاطبان با اطلاع از کلیت خبر، براساس موضع‌گیری خود، فرصتی برای نتیجه‌گیری دارند.

۲-۱-۵. عنوان‌های خبری‌ای که فعل آن‌ها طی فرایند اسم‌سازی تغییر ساختار داده و یا در آن‌ها، اسم به جای فعل آمده است

در ۱۵/۳۸ درصد از عنوان‌های خبری، به جای فعل، اسم یا صورت اسمی شده به کار رفته است. در چنین مواردی، علاوه بر اینکه معمولاً زمان روی داد، دارای ابهام است، عنوان خبری را نیز می‌توان به شکل‌هایی مختلف تفسیر کرد. مثال:

۴) برگزاری [کرد، می‌کند، خواهد کرد] مراسم رژه نیروهای مسلح  
تفسیر: برگزاری مراسم رژه نیروهای مسلح، [نشان‌دهنده اقتدار ارتش ماست، در تهران انجام خواهد شد، با موفقیت انجام شد و...] (جام جم، ۸۸/۷/۱: صفحه اول).

۵) توضیح [داد، می‌دهد، خواهد داد] شورای عالی ترافیک در مورد اعتبار مترو  
تفسیر: توضیح شورای عالی ترافیک در مورد اعتبار مترو [با اعتراض روبرو شد، قانع‌کننده بود، در حل مشکل ترافیک اثری نخواهد داشت و...] (همشهری، ۸۸/۷/۴: صفحه اول).

یکی از مهم‌ترین پیامدهای گفتمانی کاربرد اسم یا ساختار اسمی شده، ایجاد ابهام در عنصر خبری زمان است؛ اگرچه بقیه عناصر خبری نیز در این گونه عنوان‌ها نامشخص هستند. حتی صحت و سقم این گونه عنوان‌های خبری نیز دارای ابهام است؛ مثلاً در خبر (۴)، مشخص نیست رژه نیروهای مسلح در کجا، چرا و چگونه انجام خواهد شد، انجام شده است یا در حال انجام شدن است. حتی معلوم نیست چنین روی‌دادی اتفاق افتاده است و یا نگارنده پیش‌بینی می‌کند که در آینده اتفاق بیفتد.

در مثال (۵)، معلوم نیست موضع‌گیری نگارنده درباره توضیح شورای عالی ترافیک راجع به اعتبار اختصاص یافته به مترو چیست؛ به عبارت دیگر، به کاربرد اسم یا ساختار اسمی شده، روشی برای پوشاندن مواضع نگارنده درباره موضوع بیان شده نیز هست.

## ۲-۵. عنوان‌های خبری دو یا چندسطری

از میان موارد واقع‌نشدن فعل، ۵۱/۱۸ درصد مربوط به عنوان‌های دو یا چندسطری است که در دو گروه زیر جای می‌گیرد:

### ۱-۲-۵. عنوان‌های خبری‌ای که به دلیل آمدن اطلاعات تکمیلی در دیگر اجزا، فعل آن‌ها حذف شده است

در ۲۸/۹۷ درصد از موارد، عنوان‌های خبری دارای اجزای دیگر (روتیتر، زیرتیتر، لید و...)، از نوع بدون فعل هستند. در چنین مواردی، فعل (معمولاً مجهول) در یکی از اجزای عنوان آورده می‌شود و یا اطلاعات تکمیلی موجود در اجزای دیگر، به افاده معنا کمک می‌کند. این گونه عنوان‌های خبری، دارای جزئیات بیشتر و ابهام کمترند؛ به دلیل داشتن ویژگی متنیت، نوعی همپوشی و ارتباط منطقی بین اجزای مختلفشان برقرار است و روتیتر آن‌ها معمولاً اطلاعاتی کهنه را دربر دارد؛ بنابراین، کم‌بود اطلاعات موجود در عنوان خبری را برطرف می‌کنند و ابهام را از میان می‌برند. مثال:

(۶) با راه‌اندازی اتاق پایای الکترونیک، امکان‌پذیر شد (روتیتر)

دریافت و پرداخت از تمام بانک‌ها با یک حساب الکترونیکی (ایران، ۸۸/۷/۵: صفحه اول).

تفسیر: با راه‌اندازی اتاق پایاپای الکترونیک، [دریافت و پرداخت از تمام بانک‌ها با یک حساب الکترونیکی]، امکان‌پذیر شد.

(۷) تا پایان امروز اعلام می‌شود (روتیتر)

نتایج آزمایش برنج‌های وارداتی (همشهری، ۸۸/۷/۱۸: صفحه اول).

تفسیر: تا پایان امروز، [نتایج آزمایش برنج‌های وارداتی] اعلام می‌شود.

(۸) در روز اول مهر ضرورت دارد (روتیتر)

اطلاع‌رسانی به دانش‌آموزان درباره آنفولانزا (جام‌جم، ۸۸/۷/۱: صفحه سلامت).

تفسیر: در روز اول مهر، [اطلاع‌رسانی به دانش‌آموزان درباره آنفولانزا] ضرورت دارد.

در همه موارد، اطلاعات تکمیلی، کافی نیست و اگر فعل در روتیتر هم نیامده باشد، ابهام برطرف نمی‌شود و بدین ترتیب، این‌گونه عنوان‌های خبری را می‌توان به چند صورت تفسیر کرد. کمترین پیامد حذف فعل در چنین عنوان‌های خبری‌ای، بی‌زمانی است و تعداد کمی از عنوان‌های خبری موردبررسی (۲/۸۲ درصد)، دارای این ویژگی هستند. مثال:

(۹) با کسب مدال طلا در دانمارک (روتیتر)

تقوی، ستاره تازه کشتی جهان [شد، می‌شود، می‌توانست بشود...؟] (جام‌جم، ۸۸/۷/۱: صفحه اصلی).

(۱۰) جزئیات بزرگ‌ترین قاچاق فرهنگی (روتیتر)

سکه و کتاب‌های خطی در اثاثیه دیپلمات قاچاقی [کشف شد، وجود نداشت، جاسازی شده بود و...] (همشهری، ۸۸/۷/۱۳: صفحه اصلی).

یکی از هدف‌های گفتمانی این‌گونه عنوان‌های خبری، به‌حاشیه‌راندن عامل یا عامل‌هاست. از آنجا که در چنین مواردی، معمولاً فعل مجهول به کار می‌رود، عامل، ناشناخته می‌ماند و از افراد رفع مسئولیت می‌شود. در مثال (۷)، معلوم نیست نتایج ناشی از آزمایش برنج‌های وارداتی، از سوی کدام نهاد اعلام می‌شود: وزارت بهداشت، وزارت بازرگانی یا نهادی دیگر. درنهایت، معلوم نیست کدام نهاد، مسئولیت سالم‌بودن یا نبودن برنج‌های وارداتی را برعهده دارد.

## ۲-۲-۵. حذف فعل در نقل قول‌ها

از مجموع ۳۹۰ عنوان خبری مورد بررسی در این پژوهش، ۹۳ عنوان (۲۳/۸۴ درصد) در قالب نقل قول بیان شده است. نگارندگان عنوان‌های خبری معمولاً از آوردن فعل قسمت اول در نقل قول‌های مستقیم اجتناب کرده‌اند؛ حال آنکه قسمت دوم نقل قول، دارای فعل است.

دست‌آورد گفتمانی حذف فعل در این قسمت، ایجاد ابهام در میزان احتمال وقوع روی داد است. در زبان فارسی، نشان [:] در نقل قول، معادل فعل «گفت» است که معنایی بسیار کلی دارد و میزان قطعی بودنش مشخص نیست. از آنجا که نقل قول‌های خبری معمولاً از وقوع روی دادی در آینده خبر می‌دهند، تحقق یافتن یا نیافتن آن روی داد، به میزان قطعی بودن نقل قول بستگی دارد. از سوی دیگر، نقل قول‌های خبری معمولاً از گفته‌های صاحبان قدرت (به لحاظ سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و...) انتخاب می‌شوند و به لحاظ قدرت اجرایی و موضع اتخاذی فرد یا سازمان، قابل تفسیرند. در چنین مواردی، عامل شناخته شده است و بنابراین، مخاطبان با در نظر گرفتن موقعیت و سلسله مراتب سیاسی و اجتماعی گوینده، درباره فعل مورد نظرش گمانه زنی می‌کنند؛ به عبارت دیگر، میزان تحقق یافتن روی داد در نظر مخاطبان، به میزان قطعی بودن فعلی بستگی دارد که در نقل قول نیامده است. ۱۳٪ درصد از عنوان‌های خبری نقل قولی در قسمت اول، از نوع بدون فعل بودند.

نمونه‌هایی از حذف فعل در قسمت اول از نقل قول مستقیم:

(۱۱) مجلس [خواستار شد، تأکید کرد، درخواست کرد، هشدار داد و...؟]: ۱+۵ فرصت تاریخی را از دست ندهد (ایران، ۸۸/۷/۸: صفحه اول).

(۱۲) رئیس سازمان بازرسی کل کشور [ادعا کرد، اعلام کرد، احتمال داد و...؟]: آمار دولت درباره تولیدات فولاد، سیمان و مس، نادرست است (همشهری، ۸۸/۷/۲۶: صفحه اقتصادی).

(۱۳) مدیرکل دفتر یارانه‌های وزارت رفاه [اطمینان داد، اعلام امیدواری کرد، احتمال داد و...؟]: ده میلیون ایرانی یارانه ویژه نقدی می‌گیرند (ایران، ۸۸/۷/۸: صفحه اول).

گاه نیز فعل قسمت دوم از نقل قول، محذوف است. در چنین مواردی، قسمت اول نقل قول معمولاً به صورت روایت آورده می‌شود. این گونه موارد، به نقل قول‌های غیرمستقیم از زبان مسئولان، مربوط است و به دلیل آمدن فعل در قسمت اول، میزان قطعی بودنشان مشخص و تفسیر

آن‌ها آسان‌تر است. از میان عنوان‌های بررسی‌شده، ۱۰/۵۱ درصد از موارد واقع‌نشدن فعل، به نقل قول‌های غیرمستقیم، مربوط است. مثال:

(۱۴) ازسوی وزیر نفت اعلام شد: (روتیتر)

تکذیب متمم ۶/۵ میلیارددلاری برای واردات بنزین و گازوئیل (جام‌جم، ۸۸/۷/۱۸: صفحه اقتصاد).

تفسیر: وزیر نفت [متمم ۶/۵ میلیارددلاری برای واردات بنزین و گازوئیل را تکذیب کرد].

(۱۵) رئیس‌جمهور در جمع صادرکنندگان نمونه اعلام کرد (روتیتر)

برنامه سه‌ساله دولت برای صادرات پنجاه‌هزارمیلیاردتومانی (ایران، ۸۸/۷/۳۰: صفحه اول).

تفسیر: رئیس‌جمهور در جمع صادرکنندگان نمونه، [برنامه سه‌ساله دولت برای صادرات

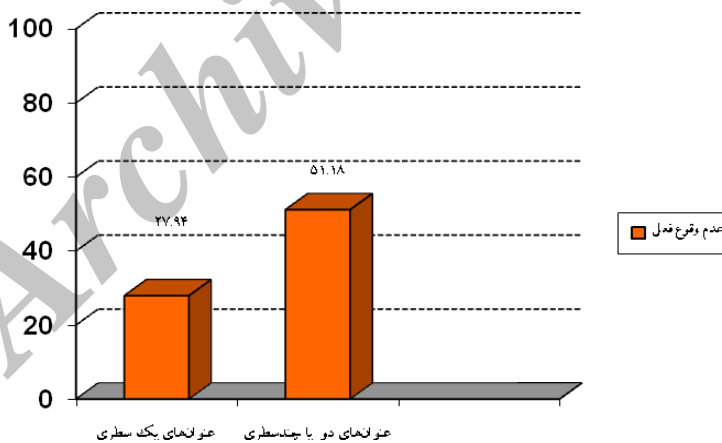
پنجاه‌هزارمیلیاردتومانی] را اعلام کرد.

(۱۶) مجلس تصویب کرد (روتیتر)

شرایط حضانت کودکان و نوجوانان بی‌سرپرست (جام‌جم، ۸۸/۷/۱۳: صفحه جامعه).

تفسیر: مجلس [شرایط حضانت کودکان و نوجوانان بی‌سرپرست] را تصویب کرد.

شکل ۱ تنوع ساختاری عنوان‌های خبری بدون فعل را نشان می‌دهد.



شکل ۱. واقع‌نشدن فعل در عنوان‌های خبری یک‌سطری در مقایسه با عنوان‌های خبری دو یا چندسطری

شکل ۲ فرایندهایی زبانی را نشان می‌دهد که عمل کرد آن‌ها به واقع نشدن فعل در عنوان‌های خبری منجر می‌شود.



شکل ۲. فرایندهای زبانی مؤثر بر واقع نشدن فعل در عنوان‌های خبری

## ۶. نتیجه‌گیری

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته، در ۲۵۴ مورد از نمونه‌های موردنظر در این پژوهش، واقع نشدن فعل دیده می‌شود. جدول ۱ میزان واقع شدن فعل را در مقایسه با موارد واقع نشدن آن در عنوان‌های خبری نشان می‌دهد:

جدول ۱. میزان واقع شدن فعل در مقایسه با موارد واقع نشدن آن در عنوان‌های خبری

متغیر	فراوانی	درصد
واقع نشدن فعل	۲۵۴	۶۵/۱۲
واقع شدن فعل	۱۳۶	۳۴/۸۷

تحلیل آماری جدول بالا در آزمون‌های خی و دو جمله‌ای نشان می‌دهد که اختلاف موجود، معنادار است و به کارنگرفتن فعل در عنوان‌های خبری، با هدف‌های گفتمانی نگارندگان اخبار



ارتباط دارد. مقایسه آماری موارد وقوع فعل با موارد واقع‌نشدن آن در عنوان‌های خبری، در جدول‌های ۲، ۳ و ۴ نشان داده شده است.

جدول ۲. تحلیل آماری موارد واقع‌شدن فعل در مقایسه با موارد واقع‌نشدن آن در عنوان‌های خبری (آزمون خی)

Test Statistics

	واقع شدن فعل
Chi-Square	35/703
df	1
Asymp/Sig/	/000

جدول ۳. مقایسه آماری موارد واقع‌شدن فعل با موارد واقع‌نشدن آن در عنوان‌های خبری (آزمون دوجمله‌ای)

Binomial Test

	Category	N	Observed Prop/	Test Prop/	Asymp/Sig/(2-tailed)
گروه ۱	واقع‌نشدن	254	/65	/50	/000
گروه ۲	فعل	136	/35		
کل	واقع‌شدن فعل	390	1/00		

جدول ۴. مقایسه آماری موارد واقع‌شدن فعل با موارد واقع‌نشدن آن در عنوان‌های خبری

Residual	Expected N	Observed N	
59/0	195/0	254	واقع‌نشدن فعل
-59/0	195/0	136	واقع‌شدن فعل
		390	کل

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که واقع‌شدن فعل در عنوان‌های خبری روزنامه‌های فارسی‌زبان، در مقایسه با واقع‌نشدن آن، بسامدی کمتر دارد. واقع‌نشدن فعل معمولاً طی دو فرایند زبانی حذف و کاربرد اسم یا صورت اسمی شده به‌جای فعل روی داده و تأثیر فرایند حذف، بیشتر بوده است. فرایندهای زبانی دیگر مانند مبتداسازی، اسنادی‌سازی و... بر واقع‌نشدن فعل در عنوان‌های خبری،

اثرگذار نیستند. مهم‌ترین هدف‌های گفتمانی از واقع‌نشدن فعل در عنوان‌های خبری، به‌حاشیه‌راندن عناصر خبری (معمولاً دو عنصر خبری «چه کسی» و «چه زمانی») است.

واقع‌نشدن فعل را می‌توان از جمله شگردهایی دانست که گاه برای رفع مسئولیت از نگارنده به کار می‌رود. نیاوردن فعل، با ازین بردن صراحت کلام، به نگارنده اجازه می‌دهد که در صورت نیاز بتواند خبر منتشرشده را انکار یا تعدیل کند.

در خبرهایی که به نقل از دیگران منتشر می‌شود (نقل قول‌ها)، ویژگی بی‌زمانی به‌وفور دیده می‌شود. این ویژگی برای به‌تعویق‌انداختن پیامدهای ناشی از اجرانشدن تعهدهایی فردی کاربرد دارد که از وی نقل قول شده است.

از آنجا که عوامل زبانی و غیرزبانی، هر دو بر گفتمان اثر می‌گذارند، انتظار می‌رود قرار گرفتن در بافت غیرزبانی<sup>۱</sup> روزنامه و بهره‌گیری مخاطبان از عواملی مانند تصاویر، برخی موارد واقع‌نشدن فعل و درپی آن، ابهام‌های ایجادشده را برطرف کند؛ همچنین عوامل اجتماعی و شناختی بر تفسیر عنوان‌ها اثر می‌گذارد و برخی ابهام‌ها نیز با تکیه بر پیش‌فرض‌ها برطرف می‌شوند؛ باوجود این، درحالی که کاربرد صورت‌های مختلف فعل (زمان‌های متفاوت، متعدی، مجهول و...) در تحلیل گفتمان یک متن، معنادار است، نمی‌توان تصور کرد که حذف فعل یا بی‌زمان کردن آن، بدون هدف باشد؛ بلکه استفاده از این ابزارهای زبانی برای به‌حاشیه‌راندن برخی عناصر خبری و بازنمایی روی داده‌ها مطابق با ایدئولوژی‌های نگارندگان خبرهاست. ابزارهایی مانند حذف، کلی‌گویی و بیان ضمنی می‌توانند یکی از عناصر خبری را از کانون توجه خارج کنند؛ درمقابل، اغراق و صراحت بیان برای بزرگ‌نمایی و برجسته‌سازی عناصر خبری سازگار با دیدگاه‌های نگارندگان، در جلب توجه مخاطبان مؤثر است.

## منابع

- آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۸۵). *تحلیل گفتمان انتقادی*. تهران: علمی و فرهنگی.
- بدیعی، نعیم و حسین قندی (۱۳۸۲). *روزنامه‌نگاری نوین*. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

- دمالي اميري، محمد (۱۳۸۰). *تيلور ايدئولوژي و قدرت در كلام: تحليل انتقادي اخبار رسانه‌اي*. پايان‌نامه کارشناسي ارشد. پژوهشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي.
- رفيعي خضري، سعيد (۱۳۷۹). *زبان در مطبوعات*. پايان‌نامه کارشناسي ارشد. دانشگاه علامه طباطبائي.
- سلطاني، سيد علي اصغر (۱۳۸۳). *قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهاي جريان قدرت در مطبوعات*. رساله دکتري. دانشگاه علامه طباطبائي.
- شکرخواه، يونس (۱۳۸۱). *خبر*. تهران: مرکز مطالعات و تحقيقات رسانه‌ها.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۸۷). *تحليل انتقادي گفتمان*. ترجمه گروه مترجمان. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ون دايک، تنون اي. (۱۳۸۲). *مطالعاتي در تحليل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان کاوي انتقادي*. ترجمه گروه مترجمان. تهران: مرکز مطالعات و تحقيقات رسانه‌ها.
- يارمحمدي، لطف الله (۱۳۸۹). *ارتباطات از منظر گفتمان شناسي انتقادي*. تهران: هرمس.
- Bell, A. G. (1991). *The Language of News Media*. UK: Blackwell Publisher Ltd.
- ----- (2001). *Approaches to Media Discourse*. UK: Blackwell Publisher Ltd.
- Chomsky, N. & E. S. Herman (1998). *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon Books.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News*. London: Routledge.
- Fowler, R. and Others (1979). *Language and Control*. London: Routledge.
- Hodge, R. & G. Kress (1979). *Language as Ideology*. London: Routledge.
- Kress, G. (1990). "Critical Discourse Analysis". In *Annual Review of Applied Linguistics*. Vol. 11. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kress, G. & T. Van Leeuwen (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London and New York: Routledge.
- Martin, J. R. & P. R. R. White (2005). *The Language of Evaluation, Appraisal in English*. Palgrave: Macmillan.
- Van Dijk, T. A. (1983). "Discourse Analysis: It's Development and Application to the Structure of News". In *Journal of Communication*. Vol. 33. PP. 29-32. Annenberg School of Communication.

- ----- (1988). *News as Discourse*. Hillsdale, N. J.: L. Erlbaum Associates.
- White, P. R. R. (2006). "Evaluative Semantics and Ideological Positioning in Journalistic Discourse: A New Framework for Analysis". In *Mediating Ideology in Text and Image: Ten Critical Studies*. Lassen, I. (ed.). John Benjamins: Amsterdam.
- Wodak, Ruth (1995). "Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis". In Jeff Verschuren, Jan-Ola Ostman and Jan Blommaert (Eds). *Handbook of Pragmatics Manual*. Amesterdam: John Benjamins Publishing Company. PP. 204-210.
- ----- (2001). "The Discourse-Historical Approach". In R. Wodak & M. Meyer (Eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage. PP. 63-94.

Archive of SID