

## بررسی مؤلفه‌های زبان تخصصی روزنامه‌نگاران در ایران و نقاط قوت و ضعف آن

فرشاد مهدی‌پور<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۹۰/۹/۲۹ تاریخ تایید: ۹۰/۱۲/۶

### چکیده

هر فن یا هنری دارای زبان حرفه‌ای مختص به خود است که شناخت این زبان می‌تواند به شناخت جامعه هدف، تقویت لوازم تدوam گروه مذکور و شناخت نقاط و ضعف آن کمک کند. از آن‌جا که تاکنون کاری در خور توجه برای شناخت این گونه زبانی در حوزه روزنامه‌نگاری ایرانی انجام نشده، پژوهش حاضر با هدف، جمع‌آوری لغات مصطلح و متداول در فضای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای کشور و فراهم کردن یک مجموعه غنی و قابل استفاده از واژگان روزنامه‌نگاری برای مراکز اطلاع‌رسانی، دانشگاهی و رسانه‌ای کشور از دیگر اهداف مورد نظر بوده است. در این پژوهش، پس از یک مطالعه کتابخانه‌ای وسیع برای شناخت ادبیات حوزه تحقیق و مجموعه‌ای مقدماتی از کلیدواژه‌ها، با استفاده از روش گلوله برفی، نمونه‌های مورد نیاز شناسایی شده و مورد پرسش قرار گرفتند. در نهایت حدود ۴۰۰ اصطلاح شناسایی شده، به همین روش معادل‌گذاری شدند.

واژگان کلیدی: زبان حرفه‌ای روزنامه‌نگاری روزنامه‌نگاران ایران.

### مقدمه

روزنامه‌نگاری از آغاز شکل‌گیری تا به امروز، فنی است شریف که چون همه هنرهای دیگر هم موجب حرمان شده و هم برانگیزاننده مردمان. این فن شریف که بی‌شبهت با دیگر پدیده‌های عصر نوزایی نیست و هم‌چون آنان سری در هنر دارد و قدمی در صنعت، بوالعجب روزگاران را پشت سر گذارده تا به هیبت امروزین درآمده است.

در آمد و شد میرزا صالح به لژهای بریتانیا (محسنیان‌راد، ۱۳۸۴: ۸۹۴)، حرفی از طراری تازه برای مسخ آدمی‌زاده شرقی نبود و اگر بود، تاریخ به ما در این باره گزارشی نداده است تا براساس این گزاره، ورود روزنامه را به ایران (به قیاس همان مثل معروف) کار انگلیسی‌ها بدانیم! اما ایرانی دست از جان شسته که خون‌اش در کشاکش روزنامه‌ها و استبداد شاهانه دوره مشروطیت، بر سنگ‌فرش خیابان‌های تهران و تبریز و مشهد و شیراز می‌ریخت، خوب می‌دانست که اگر بخواید خود را پیابد باید دانسته‌هایش رنگ میهنی داشته و از فرنگی‌مآبی تا آن‌جا که می‌تواند فاصله گیرد. از این رو ارباب جراید از همان وقتی که این واژه را برای خود برگزیدند، به سهو یا به عمد کوشیدند تا این فن شریف را به لطایف‌الحیل مختلف ایرانی کنند.

فن تازه آمده، دارای خصایصی بود که ناخواسته بخشی از واژگان را بر زبان فارسی تحمیل می‌کرد، نه از آن رو که این کلمات زیبا بودند، بلکه بدان دلیل که نه معادلی داشتند و نه معادله‌ای برای جایگزینی آن‌ها وجود داشت، اما مابقی واژه‌ها را می‌شد یا از نوساخت و یا برایشان مشابهی یافت و کاربرد یک کلمه موجود را به نحوی تغییر داد که کار را راه بیان‌دازد. در واقع این دسته از مفاهیم از منظر «آن‌چه واقعا هست» و نه «آن‌چه باید باشد» و یا «آن‌چه مورد پسند ماست» تعریف شدند (سولیوان، ۱۳۸۵: ۷). در این مسیر، روزنامه‌نگاری رنگ و بویی فارسی پیدا کرد و این محصول تمدن غربی در زیست بوم شرقی‌اش، شماییلی یافت بسان تمام پدیده‌های نو آمده.

### اهداف تحقیق

دستیابی به مجموعه از واژگان معادل‌سازی‌شده توسط روزنامه‌نگاران ایرانی برای ایجاد زبان حرفه‌ای<sup>۱</sup> روزنامه‌نگاری در ایران، اصلی‌ترین هدف این پژوهش است.

1. Jargon

## طرح مسأله

روزنامه‌نگاران ایرانی در طول فعالیت خود، با حجم وسیعی از واژگان غیرفارسی مواجه می‌شوند، آن‌ها برای به‌کارگیری این واژه‌ها، راه‌هایی جایگزین یافته و کوشیده‌اند تا آن‌ها را به‌طور مختلف، فارسی‌سازی کنند. مسئله اصلی در این تحقیق عبارتست از: شناخت فرآیندهای واژه‌سازی، شیوه‌ها و انواع آن و مهم‌تر از همه، شناسایی نقاط قوت و ضعف زبان تخصصی روزنامه‌نگاری ایرانی.

## روش تحقیق

در انجام این پژوهش از دو روش به‌صورت ترکیبی بهره گرفته شده است: روش اول، شناسایی واژه‌های ساخته‌شده در زبان روزنامه‌نگاران ایرانی با استفاده از مطالعه‌ای کتابخانه‌ای است. برای این منظور در ابتدا کوشیده شد تا با مراجعه به برخی متون روزنامه‌نگاری ترجمه شده به فارسی (مربوط به دهه‌های سی و چهل شمسی) فهرستی از واژه‌های معادل شناسایی شود. این امر با کمک بخش منابع کتاب روزنامه‌نگاری دکتر معتمدنژاد که در صفحات ۵۲۸ تا ۵۳۱ آن به چاپ رسیده و برخی مقالات مجله تحقیقات روزنامه‌نگاری که در آرشیو کتابخانه ملی موجود بود و کتاب فرهنگ اصطلاحات روزنامه‌نگاری مسعود برزین، امکان‌پذیر شد و تقریباً ۵۵ واژه که عمدتاً مربوط به دوره روزنامه‌نگاری سربی می‌شود، از میان آن متون به‌دست آمد. بدین ترتیب نخستین گام از مراحل انجام تحقیق به مرحله اجرا درآمد؛ این جست‌وجو با این استدلال انجام شد که با مطالعه متون مربوط که توسط متخصصان مختلف نوشته شده و اولین لبه‌های برخورد علمی با روزنامه‌نگاری از سوی ایرانیان به شمار می‌آید، هم می‌توان برخی واژه‌های مورد نظر را پیدا کرد و هم می‌توان سرنخ‌هایی را به‌دست آورد که یافتن واژه‌های مصطلح را آسان‌تر سازد. علاوه بر اینترنت و لوح فشرده نمایه (آرشیو مطبوعات ایران در ۱۵ سال گذشته)، آرشیوهای کتابخانه ملی، کتابخانه مجلس شورای اسلامی، کتابخانه آستان قدس رضوی و کتابخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی برای این امر مورد جست‌وجو قرار گرفت.

روش دوم، ارزیابی خبرگانی بود؛ چرا که داشتن یک روش پژوهش روشن، از مهم‌ترین شاخصه‌های تشخیص علمی بودن یا نبودن یک اثر است، از این رو، در روش اتخاذ شده برای گردآوری واژه‌نامه فعلی، برخلاف برخی تحقیقات مشابه شیوه‌های جمعی داده‌ها (شریفی، ۱۳۸۳: ۸۶) اصل نبوده و کوشیده شده با شناسایی اهالی خبره در این گونه زبانی، بر غنای کار افزوده شود. بدین نحو که واژه‌های شناسایی شده به عنوان پایه در نظر گرفته شد و مشخصات آن‌ها مثل شرح یا مثال ضبط گردید تا پس از دسته‌بندی به صورت الفبایی در اختیار کارشناسان و اهل فن قرار داده شود. بدین ترتیب یک فهرست ۵ تا ۱۰ واژگانی به عنوان

نظرخواهی در اختیار این افراد قرار می‌گرفت و آن‌ها اگر مایل بودند معنی ارائه شده را اصلاح می‌کردند و در ادامه از آن‌ها خواسته می‌شد واژه‌هایی را مشابه ترکیب‌های مذکور (از جنس معادل ساخته شده توسط روزنامه‌نگاران) با معنی مورد نظر خود ذکر کنند. در این مرحله تعدادی از واژه‌ها که فاقد تعریف دقیق و روشن بودند از راه گفت‌وگو، چهره‌ای شفاف‌تر به دست می‌آوردند و از آن‌جا که بخش اصلی واژه‌هایی که میان روزنامه‌نگاران کاربرد داشت، در منابع مکتوب موجود نبود، این ترکیب‌ها به مرور تکمیل می‌گردید.

در نهایت برگه‌های جمع‌بندی شده و پس از دسته‌بندی تعاریف، معانی یافته شده با در نظر گرفتن بیش‌ترین بسامد در مقابل هر واژه نوشته می‌شد. تعداد کمی از واژه‌ها در نهایت کنار گذاشته شدند که اغلب آن‌ها اصطلاحاتی خارجی بودند که با تغییری کوچک در تلفظ (و یا حتی بدون تغییر) مورد استفاده قرار می‌گرفتند (این روشی است که شهرداد میرزایی، در واژه‌نامه توصیف‌گری کفش‌گری نیز به کار گرفته است (میرزایی، ۱۳۸۶: ۱۴). مابقی واژه‌ها می‌بایست با هدف یافتن مقوله‌های معنایی، دستوری، مترادف‌ها و متضادها، طبقه‌بندی می‌شدند.

### مراحل انجام تحقیق

در ابتدای طراحی ایده این تحقیق، تصور بر آن بود که می‌بایست بر اساس یک همه‌شماری (مثلا ارزیابی آرا ۱۰ درصد روزنامه‌نگاران کشور درباره واژگان تخصصی)، واژه‌ها معادل‌گذاری و دسته‌بندی شوند؛ این دیدگاه در همان ابتدای کار به‌کناری نهاده شد، چرا که دارای حداقل سه اشکال عمده بود: اول آن‌که تمام روزنامه‌نگاران، واجد ویژگی‌های لازم (سابقه کاری متناسب، تحصیلات مرتبط و...) برای اظهارنظر در این حوزه نبودند، دوم آن‌که تعداد روزنامه‌نگارانی که دارای مشخصات بالا باشند، قابل احصا و اندازه‌گیری نبود و به‌طریق اولی امکان پرسش از ده درصد آن‌ها فراهم نمی‌شد و سومین و مهم‌ترین دلیل هم آن‌که در این تحقیق اصل بر توافق جمعی از خبرگان و حرفه‌ای‌ها بر معنای واژه بود و نه کثرت آرا و نظر جمعی. پیش‌نهاد جایگزین، به‌کار گرفتن روش گلوله برفی<sup>۱</sup> برای شناختن حداقلی از حرفه‌ای‌ها و با تجربه‌ها بود که با استفاده از اطلاعات آن‌ها، مجموعه واژگان موجود (که بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای و اسنادی) گردآوری شده بودند، بررسی و ضمن رفع کاستی‌ها، به این مجموعه کلماتی اضافه (و

1. Snowball sampling

یا از آن کم) شود. روش گلوله برفی برای یافتن نمونه‌هایی از یک جامعه پنهان شده ابداع شده، جامعه‌ای که دسترسی به افراد آن دشوار است و پاسخ‌های کمی از آن‌ها دریافت می‌شود که این پاسخ‌ها دارای خلوص بالایی‌اند و در نتیجه کار بسیار موثر (هکاتورن، ۱۹۹۷: ۱۷۶).

از آن‌جا که اولین تصمیم‌گیری اساسی در تعیین روند کار و خط‌مشی، تعیین حوزه موضوعی اصلی و حاشیه‌ای اصطلاحات رایج است که در این‌جا حوزه اصلی فعالیت‌های مربوط به تالیف (تحریریه) و حوزه فرعی فعالیت‌های مربوط به انتشار (صفحه‌آرایی، حروفچینی، چاپ و...) است (محمدی، ۱۳۸۶: ۱۴۸). لازم بود که افراد مورد نظر هم بر همین منوال انتخاب شوند؛ بر طبق این روش تاکید بر یافتن روزنامه‌نگارانی است که سابقه حرفه‌ای آن‌ها بیش از دو دهه باشد که هم کارشان تداوم داشته باشد و هم تداول. این شاخص‌گذاری از آن رو اتخاذ شد که در جامعه آماری هدف، افرادی حضور داشته باشند که به دلیل سرعت تحولات فنی حوزه روزنامه‌نگاری با روش‌های سنتی و دیجیتالی به‌صورت توأمان آشنایی داشته باشند، ضمن آن‌که ارتباطشان با فعالیت روزنامه‌نگاری قطع نشده و بتوانند در مورد تازه‌ترین ترکیب‌ها و واژه‌ها نیز اظهارنظر کنند. روزنامه‌نگارانی که با این روش انتخاب می‌شوند به مرور توسعه پیدا می‌کنند، آن‌چنان که به‌نظر برسد در حد تحقیق کفایت می‌کنند.

در مسیر کار یک قید دیگر هم در نظر گرفته شده بود و آن این‌که علاوه بر روزنامه‌نگاران پایتخت‌نشین، روزنامه‌نگارانی مشهدی و شیرازی نیز در این ارزیابی دخالت داده شوند. دلیل انتخاب مشهد و شیراز، سابقه نسبتاً طولانی این دو شهر در روزنامه‌نگاری است که تقریباً هر دو از حدود یک قرن قبل دارای روزنامه بوده‌اند و هم‌اکنون نیز در ردیف شهرهای پیش‌گام در انتشار روزنامه و آموزش روزنامه‌نگاری در کشور (پس از تهران) به‌شمار می‌روند. در این دو شهر هم با استفاده از افرادی آشنا و متخصص به‌طور متوسط هشت روزنامه‌نگار با سابقه شناسایی شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند.

### گردآوری داده‌ها

معمولاً برای انجام چنین پژوهشی، داده‌هایی را از پیش جمع می‌کنند و بسته به این‌که فرهنگ با چه هدف و برای چه مخاطبانی تالیف شده باشد و نظرگاه پژوهش‌گر چه باشد، نوع داده‌ها تا حدی متفاوت خواهد بود. داده‌های این فرهنگ‌ها (با وجود تفاوت‌هایی که ممکن است با یکدیگر داشته باشند) معمولاً مشخص هستند و از متون معاصر یا قدیمی استخراج می‌شوند (سمایی، ۱۳۸۲: ۱۴). اما از آن‌جا که زبان حرفه‌ای روزنامه‌نگاران ایرانی گونه شناخته شده‌ای نیست، نمی‌توان داده‌های آن را همانند دیگر فرهنگ‌های یک‌زبانه از متون گردآوری کرد و باید به روشی میدانی و با استفاده از مصاحبه و پرسش‌نامه فراهم آورد.

روشن است که چنین تحقیقی یک مطالعه کیفی<sup>۱</sup> است، چرا که دغدغه اصلی جلوگیری از ساده‌سازی واژه‌ها در فرآیند تبدیل و تغییر آن‌هاست، آفتی که مطالعات کمی<sup>۲</sup> را تهدید می‌کند و همان‌گونه که توضیح داده شد برای این تحقیق از روش نمونه‌گیری گلوله برفی بهره جسته شده است، روشی که در آن شناخت هر کدام از افراد جامعه آماری براساس اطلاعات مبتنی بر شناخت فردی سامان می‌گیرد؛ فرض کنید که قصد مصاحبه با خانواده‌های ایرانی مقیم استکهلم را دارید تا میزان انتقال عناصر فرهنگی ایرانیان نسل اول مهاجر به نسل دوم را بررسی کرده باشید اما اطلاعی از این ایرانیان یا فهرستی از آن‌ها ندارید و فقط ۲ خانواده ایرانی را می‌شناسید. برای تعیین جامعه پژوهش خود چه می‌کنید؟ می‌توانید با این دو خانواده مصاحبه کرده و از آن‌ها بپرسید آیا خانواده ایرانی دیگری می‌شناسند که به شما معرفی کنند و آن‌ها ممکن است سه خانواده دیگر را به شما معرفی کنند. سپس نزد آن‌ها رفته و از آن‌ها نیز همین را می‌پرسید. به همین ترتیب حجم نمونه شما همانند گلوله برفی که در سرایشی تپه قل بخورد بزرگ‌تر و بزرگ‌تر می‌شود (پاسیار، ۱۳۸۷).

در این روش که در تحقیق حاضر نیز به کار بسته شده است، بسته به موضوع و به‌جهت دستیابی به اطلاعات پایه یک کارشناس خبره روزنامه‌نگاری مورد سوال قرار گرفته و از او خواسته شد که افرادی دیگر را با ویژگی‌های مورد نظر معرفی کند، روشی که تنها جنبه ابزاری نداشته و خود افراد جزیی از تحقیق هستند (پاتون، ۱۹۹۰: ۱۶). نمونه‌برداری با گلوله برفی برای شناسایی افراد خاص با دانش، مهارت و یا ویژگی‌های مورد نیاز طراحی شده است و هدف آن استفاده از دانش کسانی است که دارای مهارت‌ها و یا اطلاعات در زمینه‌های خاص هستند. پاتون توصیه می‌کند که تعداد افراد مورد نیاز در این روش به‌طور متوسط بین ۲ تا ۱۲ نفر است و جامعه آماری بزرگ کم‌تر از ۳۰ نفر می‌تواند باشد.

بر این اساس در تهران ۱۵ کارشناس خبره روزنامه‌نگاری و در مشهد و شیراز نیز به ترتیب ۱۲ و ۸ نفر مورد پرسش قرار گرفتند که در مجموع شامل ۳۵ نفر می‌شد. این تعداد از میان جمعیتی نامشخص برگزیده شده‌اند که مطابق عرف روش گلوله‌برفی (پاتون، ۱۹۹۰: ۱۶) تلاش شده است تا جامعه آماری فراتر از میزان پیشنهادی در تعاریف مرتبط با روش گلوله‌برفی باشد. فرد مورد پرسش می‌بایست که بیش از دو دهه سابقه حضور در فعالیت روزنامه‌نگاری (هم دوره روزنامه‌های سربی و هم رایانه‌ای) را داشته باشد و برای آن‌که اثر از جامعیت بیش‌تری برخوردار

1. qualitative
2. quantative

باشد، در شهرهای شیراز و مشهد نیز که از متقدمین فعالیت روزنامه‌نگاری در ایران به شمار می‌روند، افرادی با این مشخصات انتخاب شده و مورد پرسش قرار گرفتند. فرد انتخاب شده، یک خصوصیت دیگر نیز داشت و آن این‌که ترجیح بر آن بود که بخش اصلی دوران کاری‌اش را در تحریریه و فعالیت‌های مربوط به امور خبری (نه امور مربوط به تولید) گذرانده باشد؛ دلیل در نظر گرفتن این خصوصیت هم آن بود که معمولاً تعداد زیادی از واژه‌های به کار گرفته شده در بخش‌های فنی (به‌خاطر ابزار آلات و فن‌آوری‌های موجود در آن‌جا) غیرفارسی و در نهایت عین واژه بیگانه است و جمع‌آوری آن‌ها کمکی به غنای پژوهش حاضر نمی‌کند.

از میان ۳۵ نفر روزنامه‌نگار باتجربه انتخاب شده در تهران، مشهد و شیراز، ۷ نفر دارای سابقه کاری بیش از ۲۰ سال‌اند (و مابقی نیز شرط حدود ۱۵ سال فعالیت روزنامه‌نگاری را دارا بودند)، همگی تجربه کار در یک روزنامه که به شیوه قدیمی چاپ می‌شده را داشته‌اند، ۳۱ نفر در تمام فعالیت حرفه‌ای خود در تحریریه مشغول فعالیت بوده‌اند و ۴ نفر نیز عمدتاً مسوولیت فنی و اجرایی امور را (کاری حد فاصل تحریریه و فنی) عهده‌دار بوده‌اند، متوسط سن آن‌ها ۴۸ سال است که ۶ نفر زن و مابقی مرد هستند. به لحاظ تحصیلات ۱۲ نفر کارشناسی به بالا (۸ نفر کارشناسی، ۳ نفر کارشناسی ارشد و ۱ نفر دکترا) و ۲۳ نفر دیگر کاردانی به پایین (۱۴ نفر دیپلم و ۳ نفر سیکل) هستند؛ از این گروه ۱۱ نفر یا دارای تحصیلات مرتبط با روزنامه‌نگاری در یکی از مقاطع تحصیلی هستند و یا در یک دوره آموزش روزنامه‌نگاری شرکت داشته‌اند.

### یافته‌ها

هدف اصلی از این تحقیق، جمع‌آوری لغات مصطلح و متداول در فضای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای کشور در نیم قرن گذشته بود و اکنون به نظر می‌رسد این مهم تا حدی محقق شده است؛ هر چند ادعای جامع و مانع بودن چنین تحقیقی عقلایی به نظر نمی‌رسد (و چنین ادعایی هم در بین نیست)، اما به‌جرات می‌توان گفت که با شناسایی ۲۵۶ مدخل اصلی، ۱۲۶ مدخل فرعی و ۵۳۱ معادل‌یابی برای آن‌ها، یک مجموعه از لغات، اصطلاحات و ترکیب‌های عمدتاً رایج میان روزنامه‌نگاران فارسی‌زبان در طول چند دهه گذشته کشف و ثبت شده است.

یعنی در برابر هر مدخل (اصلی و فرعی)، حدود ۱/۴ معادل پیشنهاد شده که عمدتاً جنبه توصیفی دارد. معادل‌هایی که نتیجه تجمیع دیدگاه‌های تعدادی از اهالی باسابقه حرفه روزنامه‌نگاری است. البته ۱۸۷ ارجاع نیز (اعم از مداخل فرعی یا اصلی) در کل تحقیق در نظر گرفته شده که تقریباً حوزه مترادف‌ها را در برمی‌گیرد.

اساس این تحقیق بر روزنامه‌نگاری چاپی یا سنتی قرار دارد، اما تعداد زیادی از واژگان مهم با دیگر شاخه‌های علوم و فنون نزدیک هستند و به اجبار در میان کلمات آمده‌اند. به عنوان نمونه

برخی از واژگان نگارش، ویرایش، گرافیک، رایانه، کتابداری و... در این بین ذکر شده‌اند (محمدی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۱) و از این امر نمی‌شد احتراز کرد. دیگر آن‌که تلاش بر این بوده تا بهترین و رایج‌ترین معادل‌های مقابل واژه‌ها قرار گیرند، اما در این بین شاخص معیار وجود نداشت و در معدود آثار انجام شده نیز عمدتاً پدیدآورنده بر اساس ذوق و سلیقه فردی اقدام به گزینش تعریف یا رد تعریفی دیگر کرده است (مثلاً سمایی می‌گوید که تعریفی که دارای دو معنی واحد بوده ذکر می‌کرده یا فهمی همه واژه‌ها را، حتی اگر یک گوینده داشته است)، به‌ناچار معیار حداقلی دو تعریف در این بین در نظر گرفته شد و اگر واژه‌ای دارای تعداد برابری تعریف شد، هر دو معنا به ترتیب ذکر شده است. در این مورد، ترتیب درج معادل‌ها بر اساس بسامد وقوع هر معادل بود.

وفادار ماندن به برابر نهاده‌های جاافتاده و واژه‌های آشنا تا جایی که نارسا نبوده‌اند، تاکید بر اسم‌ها و صفت‌ها و پرهیز از ذکر قیدها، توجه به معنای اصلی واژه در زبان مرجع (آشوری، ۱۳۷۴: ۴۸)، فارسی‌سازی مدخل‌ها و یک‌سان‌سازی رسم‌الخط و شیوه ضبط آن‌ها، درج مدخل‌ها به ترتیب حروف الفبا (موسوی، ۱۳۸۲: ۳۱) از دیگر اصولی بوده که در هنگام گردآوری داده‌ها به آن توجه شده است. در نهایت باید این نکته را نیز یادآوری کرد که تحقیق بر اساس مداخل اصلی و فرعی طراحی شده است، اما در بسیاری از موارد مداخل فرعی که در زیر مدخل اصلی آمده‌اند، خود یک اصطلاح مستقل نیز به‌شمار می‌روند. ضمن آن‌که چه در مدخل‌ها و چه در زیرمدخل‌ها، اصطلاحات مترادف و مشابه به‌یکدیگر ارجاع داده شده‌اند و به‌ناچار ارجاع در دو جا انجام شده است.

بعد از تقسیم‌بندی اصطلاحات براساس حروف الفبا، مهم‌ترین کار شناسایی دسته‌بندی‌هایی میان کلمات است که در آن روابط میان واژه‌ها کشف و گروه‌های موضوعی‌شان شناسایی شود. در این بخش، مترادف‌ها و لغاتی که از نظر معنایی به گونه‌ای به هم ربط دارند در حوزه‌های جداگانه‌ای به‌صورت الفبایی ذکر شده‌اند (سمایی، ۱۳۸۲: ۲۰). در یک نمای کلی این حوزه‌های معنایی را می‌توان در تحقیق حاضر تشخیص داد؛

اصطلاحات مربوط به خبر (گزارش و...) و خبرنگاری؛

اصطلاحات مربوط به خبرنگاران (امور خبری) و نویسندگان؛

واژگان مربوط به نگارش و ویرایش (و نام ستون‌ها و بخش‌ها)؛

واژه‌های مربوط به سازمان تحریریه (مدیریت مطبوعات) و نوع (سبک) نشریه؛

ترکیب‌های و واژگان مربوط به گرافیک و عکاسی؛

واژه‌ها و افعال مربوط به صفحه‌آرایی و حروف‌چینی؛

اصطلاحات مربوط به چاپ (و صحافی)؛



لغات و ترکیب‌های مربوط به توزیع (فرآیندهای پس از چاپ).  
 برای آشنایی بیش‌تر واژگان ۲ حوزه معنایی یک و هشت را می‌توانید در جداول شماره ۱ و ۲ مشاهده کنید؛

جدول شماره ۱- اصطلاحات مربوط به خبر (گزارش و...) و خبرنگاری

آخرین خبر	آگراندیسمان کردن	آیتم	* آیتم‌های خبری <sup>۱</sup>	اختصاصی
اندراج	اینفوگرافی	بریدن	بستن	به‌روز رسانی
پرونده	پیش‌آگهی	پیش‌خبر	پیگیری خبر	تأیید خبر
ترکیب اخبار	تلخیص	تنوع خبری	تیتتر	* تیتتر اصلی
* تیتتر فرعی	* تیتتر یک	* روتیتتر	* زیرتیتتر	* سرتیتتر
* سوتیتتر	* میان‌تیتتر	جادادن	* جا داشتن	جذابیت
جرح و تعدیل	جراحی کردن	جمع‌آوری	جنجالی	چاپ دوم
چک کردن	چکیده	چیدن	حاشیه	* حاشیه‌نویسی
* حوادث‌نویسی	خبر	* خبر آبکی	* خبر آخر	* خبر اختصاصی
* خبر بی‌ارزش	* خبر پوششی	* خبر تحلیلی	* خبر ترکیبی	* خبر تلفنی
* خبر تلکسی	* خبر جدید	* خبر جعلی	* خبر جنجالی	* خبر خوردن
* خبر رسمی	* خبر روی آنتن	* خبر زدن	* خبر زنده	* خبر زیر آبی
* خبر فوری	* خبر محرمانه	* خبر سری	* خبر سوخته	* خبر کپی‌پیستی
* خبر کهنه	* خبر موثق	* خبر نامعلوم	* خبر ویژه	* خبریک
خبر درز کردن	خلاصه خبر	خلاصه کردن	خلاقیت	درج کردن
در گوشی	دست‌نویس	دوخت‌ودوز	رپر تاژ	رد کردن
رونویس	ریز خبر	زرد	* زردنویسی	ساندویچ
سانسور	سبک	سخت‌خبر	سرخ‌خط‌خبر	سرقت ادبی
سره‌م‌بندی	شبه‌خبر	شنیده‌ایم که...	* عکس‌روز	فانتزی
فرجه	فشرده‌سازی	فشرده کردن	فکاهی	فورس‌ماژور
فیلتر	قالب	کار کردن خبر	کپ‌شن	کیفیت پایین
گپ کوتاه	گفته می‌شود که...	گوش‌واره	لید	* مانیتور کردن
محتوا	مطلب	* منبعش سوراخه	موضوع	مونتاژ
نایاب	نرم‌خبر	نرم‌نویسی	یادداشت	* یادداشت روز

۱. موارد ستاره‌دار به‌عنوان یک مدخل فرعی ذکر شده‌اند.

جدول شماره ۲- لغات و ترکیب‌های مربوط به توزیع (فرآیندهای پس از چاپ)

آبونه	برگشتی‌ها	تک‌فروشی	توزیع	تیراژ
خواننده	* خواننده حرفه‌ای	دکه	دوهفته‌نامه	* دومه‌نامه
* دو فصل‌نامه	* دو سالنامه	سه‌میه	شش‌ماهی	شکلات
شماره مسلسل	ضمیمه	* ضمیمه رایگان	* ضمائم	فیچر
کیوسک	مجلات آسفالتی	مجلد	موزع	ورق‌پاره

در نهایت مطابق جدول شماره ۳ می‌توان بخشی از جمع‌بندی حاصل از تحقیق را به شرح ذیل تحلیل کرد؛

جدول شماره ۳- بررسی حوزه‌های معنایی

ردیف	حوزه موضوعی	تعداد	درصد
۱	اصطلاحات مربوط به خبر (گزارش و...) و خبرنگاری	۱۲۰	۳۱/۴
۲	واژه‌ها و افعال مربوط به صفحه‌آرایی و حروف‌چینی	۶۴	۱۶/۷
۳	اصطلاحات مربوط به خبرنگاران (امور خبری) و نویسندگان	۶۰	۱۵/۷
۴	واژه‌های مربوط به سازمان تحریریه (مدیریت مطبوعات) و نوع (سبک) نشریه	۵۰	۱۳
۵	اصطلاحات مربوط به چاپ (و صحافی)	۲۹	۷/۵
۶	لغات و ترکیب‌های مربوط به توزیع (فرآیندهای پس از چاپ)	۲۶	۶/۸
۷	ترکیب‌های و واژگان مربوط به گرافیک و عکاسی	۲۲	۵/۷
۸	واژگان مربوط به نگارش و ویرایش (و نام ستون‌ها و بخش‌ها)	۱۹	۴/۹
جمع مداخل (۸ واژه دارای کاربردهایی دوگانه هستند):		۳۸۲	مدخل

براساس جدول شماره ۳ می‌توان گفت که بیش‌ترین واژگان موجود در زبان حرفه‌ای روزنامه‌نگاران ایرانی، متعلق به حوزه خبر، خبرنگاری، انواع خبر و سایر قالب‌های نگارشی نظیر گزارش و گفت‌وگو است. این یافته‌ها که ۳۱/۴ درصد کل داده‌ها را شامل می‌شود، نشان‌گر محوریت داشتن تحریریه خبری در روزنامه‌نگاری ایرانی و تولید ادبیات محتوایی در این‌باره است.

پس از این حوزه، واژگان مربوط به صفحه‌آرایی و حروف‌چینی قرار گرفته‌اند. ۱۶/۷ درصد اصطلاحات در این حوزه‌اند و این بدان معناست که پس از تولید محتوا، اولین چرخه تولید در زنجیره انتشار، اصلی‌ترین بخش واژه‌سازی بوده است. روزنامه‌نگاران می‌دانند که نزدیکی حرفه‌ای میان فعالان تحریریه و حوزه صفحه‌آرایی وجود داشته و این دو بخش، به نسبت سایر بخش‌ها، دارای هماهنگی و هم‌گرایی بیش‌تری نسبت به یکدیگر هستند. اصطلاحات مربوط به خبرنگاران، امور خبری و نویسندگان در ردیف سوم قرار داشته است و ۱۵/۷ درصد واژگان را به خود اختصاص داده و این نشان می‌دهد که همچنان تحریریه و ادبیات مرتبط با آن، به عنوان نبض و اصل فعالیت مطبوعاتی در کانون توجه قرار دارد.

چهارمین گروه باز هم در حوزه تحریریه و مرتبط با واژه‌های مربوط به سازمان تحریریه و نحوه اداره آن، مدیریت مطبوعاتی و نوع نشریه و گرایش آن است. ۱۳ درصد یافته‌ها در این حوزه معنایی قرار دارند. اصطلاحات مربوط به چاپ، چاپ‌خانه، صحافی و... با بیش از ۵.۷ درصد کل یافته‌ها، در ردیف پنجم قرار دارند. این حوزه واژگانی عمدتاً فنی بوده و بخش عمده‌ای از آن‌ها غیرفارسی هستند. واژگان مربوط به فرآیند توزیع با فاصله اندکی در رده بعدی قرار دارند که حدود ۶/۸ درصد کل یافته‌ها را شامل می‌شود؛ واژگان این حوزه معنایی عمدتاً حول محور مسائل مربوط به توزیع و خوانندگان گرد آمده‌اند.

واژگان مربوط به گرافیک و عکاسی در ردیف هفتم قرار دارند. پیکره اصلی اصطلاحات این حوزه معنایی عمدتاً واژه‌های غیرفارسی است؛ تعداد این واژه‌ها حدود ۵/۷ درصد کل یافته‌هاست. و در نهایت، اصطلاحات مربوط به نگارش و ویرایش و نام ستون‌ها و بخش‌های نشریه با بیش از ۴/۹ درصد کل داده‌ها در آخرین رده قرار گرفته است.

یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که از مجموع ۳۸۲ مدخل اصلی و فرعی، ۸۹ واژه، معادل ۲۳/۱ درصد کل یافته‌ها مربوط به زبان‌های غیرفارسی‌اند. ۲۵ واژه فرانسوی، ۱۸ واژه انگلیسی، ۵ واژه روسی و ۱ واژه ترکی-استانبولی. ۴۰ واژه نیز به‌صورتی فارسی شده‌اند (مانند: ماشین‌چی) که عمدتاً از ناحیه افزودن یک پسوند (به‌پیش یا پس آن‌ها) این امر صورت گرفته است.

جدول شماره ۴- واژگان غیرفارسی

جمع	ترکیبی	ترکی- استانبولی	روسی	انگلیسی	فرانسوی	تعداد
۸۹	۴۰	۱	۵	۱۸	۲۵	
۲۳/۱	۱۰/۴	۰/۲	۱/۳	۴/۷	۶/۵	درصد از کل

### بحث و نتیجه‌گیری

برون‌رفت از دایره واژگان برساخته غرب می‌تواند مقدمه‌ای برای ایجاد تحولات ذات‌گرایانه در محصول مورد استفاده باشد. هنگامی که در عصر رسانه‌ای شده امروز همه‌چیز نمایشی و بصری است و فرهنگ جاری نیز کاملاً از آن متأثر شده است، چنین تغییراتی می‌تواند اشکال تازه‌ای از هویت را برای کنش‌گران فراهم آورد. می‌توان (با استفاده از داده‌های جدول شماره ۳) در جمع‌بندی و تجزیه و تحلیل داده‌ها به مهم‌ترین نقاط قوت و ضعف معادل‌سازی در حوزه روزنامه‌نگاری کشور دست پیدا کرد و گفت؛

نقطه قوت اصلی نظام واژه‌سازی روزنامه‌نگاری فارسی تمرکز آن در حوزه تحریریه و تولید محتوای خبری است که این خبری بس خوشایند است. در مجموع کل واژه‌ها، ۲۴۹ مدخل اصلی و فرعی، یعنی نزدیک به ۶۵/۱ درصد کل یافته‌ها به این حوزه موضوعی (نوشتن، نویسندگان، مدیریت رسانه

و...) اختصاص یافته و نشان می‌دهد که تمرکز اصلی روزنامه‌نگاران ایرانی، بومی‌سازی ادبیات در حوزه خبر و نگارش است.

نقطه ضعف هم در حوزه مرتبط با فن‌آوری‌های نو و وارداتی است، جایی که ابزار و سخت‌افزار ساخته غربی‌ها، دست‌مایه اصلی حرکت و انتشار نشریات است. ۱۴۱ مدخل اصلی و فرعی به مجموعه واژگان حوزه‌های صفحه‌آرایی، حروف‌چینی، عکاسی، گرافیک، چاپ و صحافی اختصاص دارد و ضروری است در این حوزه فعالیت بیش‌تری صورت گیرد، چه این که با فراگیرشدن اینترنت، احتمالاً حجم واژه‌های این بخش رو به‌فزونی خواهد گذارد.

نکته مهم بعدی آن که عبارت‌ها و ترکیب‌های یافته شده، عمدتاً هم‌اکنون نیز میان روزنامه‌نگاران رواج دارند (به‌طور دقیق‌تر: ۲/۶ درصد کل واژه‌ها اکنون منسوخ به‌شمار می‌آیند)، اما در پاره‌ای موارد اصطلاحاتی شناسایی شده‌اند که ممکن است دایره استفاده‌شان بسیار محدود باشد و یا دیگر کاربردی نداشته باشند (به‌طور دقیق‌تر: ۸/۳ درصد کل واژه‌ها دارای کاربردی محدود هستند).

از آن‌جا که گسترش نظام واژه‌گزینی به عنوان شاخصه نظام خلاق فکری در حوزه روزنامه‌نگاری و تلاش در جهت کشف و ثبت اصطلاحات فارسی در حوزه روزنامه‌نگاری و استمرار بخشیدن به فعالیت مذکور از دیگر اهداف تحقیق حاضر بود، با عنایت به نتایج بالا و رایج بودن اکثر یافته‌ها می‌توان گفت که روزنامه‌نگاری فارسی جریان زنده و فعالی را در حوزه ادبیات‌سازی در دل خود دارد که نشان‌دهند یک نظام خلاق فکری نیز هست. خلاقیتی برخاسته از همیت ایرانی برای ساختن فرهنگ بومی.

۳۲ مدخل اصلی و فرعی دارای کاربردی محدود هستند؛ این گزاره بدان موضوع اشاره دارد که یا کاربرد برخی مداخل در حوزه‌های خاصی رایج است و رواج عام ندارد و یا به‌دلیل قدیمی شدن فن‌آوری مورد نظر، افراد کم‌تری آن را به‌کار می‌گیرند. تعداد واژگان منسوخ شده هم، ۱۰ عدد است؛ این واژه‌ها تا زمانی که چندین دور، حدود یک دهه قبل رواج داشته و اکنون به‌دلیل تحول در فن‌آوری‌ها، منسوخ شده‌اند.

و آخرین نکته آن که از ابتدا مفروض بود که بخش مهمی از یافته‌ها، ناظر به واژه‌هایی است که از زبان‌های دیگر وارد ادبیات روزنامه‌نگاران ایرانی شده، برخی از آن‌ها معادل‌گذاری شده‌اند، برخی با تغییراتی به‌کار برده می‌شوند و تعدادی دیگر هم درست مانند زبان مبدأ، کوشیده شد تا در میسر شناخت تلفظ واژه‌ها، حداقل در چهار زبان انگلیسی، فرانسوی، روسی و ترکی-استانبولی، واژه‌ها شناسایی و تعداد آن‌ها مشخص شود. علاوه بر آن، اصطلاحاتی نیز در ساخت آن‌ها، کلمه‌ای غیرفارسی به‌کار گرفته شده، با عنوان ترکیبی در جدول ذیل مشخص شده‌اند.

بدین ترتیب می‌توان مطابق یافته‌های جدول شماره ۴ تصریح کرد که حدود از ۷۳ درصد اصطلاحات رایج میان روزنامه‌نگاران ایرانی، فارسی و ساخته و پرداخته ذهنیت خود آن‌هاست؛ این یعنی گامی عملی در تحقق روزنامه‌نگاری بومی و تلاش برای ایجاد ادبیات روزنامه‌نگاری فارسی.

## منابع

- آشوری، داریوش (۱۳۷۴) **فرهنگ علوم انسانی**، تهران: نشر مرکز.
- برزین، مسعود (۱۳۶۶) **فرهنگ اصطلاحات روزنامه‌نگاری**، تهران: بهجت.
- برزین، مسعود (۱۳۸۵) "افتخارم ۵ کتاب تحقیقی در حوزه روزنامه‌نگاری است"، خبرگزاری میراث فرهنگی، ۱۹ اردیبهشت ۱۳۸۵.
- پاسیار، پریسا (۱۳۸۷) "نمونه‌گیری گلوله برفی"، وبلاگ انجمن‌های علمی دانشجویی کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران (ادکا).
- دادور، ایلمیرا (۱۳۸۵) "رسانه‌های جمعی و زبان" در فصل‌نامه پژوهش زبان‌های خارجی، شماره ۳۰، بهار ۱۳۸۵.
- سمایی، مهدی (۱۳۸۲) **فرهنگ لغات زبان مخفی**. تهران: نشر مرکز.
- سمایی، مهدی (۱۳۸۴) "بررسی اصطلاحات عامیانه خودرو از دیدگاه روش‌شناسی و فرهنگ‌نگاری"، فصل‌نامه نامه فرهنگستان، شماره ۲۵.
- سمیعی‌گیلانی، احمد (۱۳۸۲) "زبان رسانه‌ها در فصل‌نامه پیک نور"، علوم انسانی، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۲.
- سولیوان، تام و دیگران (۱۳۸۵) "مفاهیم کلیدی ارتباطات"، ترجمه: میرحسین رییس‌زاده. تهران: فصل نو
- شریفی، هدیه (۱۳۸۳) "مخفی‌نامه آرگو"، کتاب ماه کودک و نوجوان، شماره ۸۰.
- غلامی، علی (۱۳۸۳) "بررسی ویژگی‌های نثر روزنامه‌نگاری درباره قاجار"، فصل‌نامه فرهنگ و ادب.
- فهیمی، سیدمهدی (۱۳۷۴) **فرهنگ جبهه**، تهران: دفتر پژوهش و گسترش فرهنگ جبهه.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۴) **ایران در چهار کهنکشان ارتباطی**، تهران: سروش.
- محمدی، فخرالسادات و سیروس علیدوستی (۱۳۸۶) **فرآیند تدوین اصطلاح‌نامه**، تهران: پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- محمدی‌فر، محمدرضا (۱۳۷۹) **واژه‌نامه روزنامه‌نگاری**، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۶۸) **روزنامه‌نگاری**، تهران: مرکز، نشر سپهر.
- موسوی، سیدمحمود (۱۳۸۲) **فرهنگ اصطلاحات عرفان اسلامی**، تهران: دفتر پژوهش و نشر سپهرودی.
- میرزایی، شهرداد (۱۳۸۶) **واژه‌نامه توصیف‌گری کفش‌گری**، تهران: نشر دیبایه.
- میرزایی، شهرداد و رجبعلی مختاریپور (۱۳۸۲) **فرهنگ اصطلاحات عامیانه خودرو**، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- Douglas D. Heckathorn (1997). *Respondent- Driven Sampling A New Approach to the Study of Hidden Populations*. University of California Press.

- Heckathorn, D. D. Respondent- Driven Sampling A New Approach to the Study of Hidden Populations. *Social Problems*. 44 no, 174- 199.
- Heckathorn, D. D. Respondent- Driven Sampling II Deriving Valid Estimates from Chain- Referral Samples of Hidden Populations. *Social Problems*. 49 no, 11- 34.
- Patton, M (1990). *Qualitative evaluation and research methods*, Sage Publications, Newbury Park, California.

Archive of SID