

فصلنامه رادیو تلویزیون/ سال یازدهم/ شماره ۲۶/ بهار ۱۳۹۴/ ۲۳۲-۱۹۷

*Quarterly Journal of Radio Television, 2015, Vol.11, No.26, 197-232*

(تاریخ دریافت: ۹۳/۳/۲۶ تجدیدنظر: ۹۳/۵/۱۵ پذیرش نهایی: ۹۳/۷/۱۳)

## بررسی میزان استفاده از مقولات ساختاری روایت و خطابه در گزارش های خبری شبکه خبر

اردشیر زابلی زاده<sup>۱</sup>

### چکیده

خبر، در معنای عام کلمه، بازنمایی رخدادها در بافت گفتمان حاکم بر جامعه است. بنا بر این تعبیر، قابل تصور نیست که اخبار و گزارش های خبری تابع یا زیرمجموعه گفتمان عمومی جامعه نباشد؛ زیرا در این صورت یا به طور کلی مورد توجه قرار نمی گیرند یا کارکردهای خبری خود را از دست خواهند داد. هدف پژوهش حاضر، آسیب شناسی گزارش های خبری شبکه خبر صداوسیماست. در این پژوهش، مقولات ساختاری خبر در قالب خطابه و روایت در ۱۶۰ گزارش خبری تحلیل شده است. نتایج نشان می دهد که چه مقولات و ویژگی هایی در این خبرها مغفول مانده است و برای بهینه سازی و پیشبرد کار خبررسانی در شبکه خبر، بهتر است بر روی چه مواردی تأکید شود. به نظر می رسد که در این گزارش ها به صورت محسوس مؤلفه ها و ساختارهای کلان، متنی یا غایب هستند و یا از تمایز و انسجام کافی برخوردار نیستند. برای مثال، گزارش های خبرنگاران شبکه، بسیاری از مقولات عرفی روایت مانند زمان، مکان و طرح مسئله را به وضوح بازنمایی نمی کنند.

**واژگان کلیدی:** خبر، روایت، ساختار خبر، شبکه خبر، گزارش خبری.

## مقدمه

خبر و مسائل پیرامون آن - در دوران ما که موسوم به عصر ارتباطات است - اهمیتی ویژه یافته است و با سرگرمی، سیاست، جامعه و هر آنچه که قابل بازنمایی خبری باشد یا از بازنمایی خبری تأثیر پذیرد، گره خورده است. این پیچیدگی گفتمانی و جایگاه سیال خبر و به تبع آن خبرنگار و نهاد رسانه‌ای، کار را مشکل می‌کند. بنابراین بخش قابل توجهی از برنامه‌ها یا تولیدات رسانه‌ای عصر حاضر، مربوط به ژانر خبر و گونه‌های متنوع آن است. فناوری‌های گوناگون ارتباطاتی بستری را فراهم کرده است که رسانه‌های خبری توانسته‌اند خبر را به‌عنوان نیازی روزمره برای مخاطبان تعریف کنند. بدیهی است متون خبری نیز در همین راستا وجوه و ابعاد گوناگونی یافته‌اند.

تولید متن درخور با گفتمان عمومی، دغدغه همه نویسندگان و گویندگان رسانه‌ای است. مصرف متون رسانه‌ای، نشان‌دهنده میزان اقبال مخاطبان است. بدیهی است که بدون توجه به حوزه‌های مهم نوشتن و سخنرانی نمی‌توان متون درخوری برای رسانه‌ها تولید کرد. رسانه‌ها در طول سال‌های گذشته و کمتر از نیم‌قرن از همه امکانات بازنمایی و نمایش واقعیت استفاده کرده‌اند؛ ادبیات، علم، تئاتر، هنرها و حتی ورزش و گونه‌هایی که در ابتدای کار هیچ ارتباطی به کار رسانه‌ها نداشتند.

روایت و خطابه از جمله ساختارهای متنی هستند که یکی در خدمت انتقال اطلاعات و دیگری در خدمت اقناع، ترغیب و ملموس بودن متن یا گفتار می‌باشد. روایت ساختاری است که متن را به بخش‌های اصلی اطلاعی تقسیم می‌کند و از نظر شناختی و فرآیندهای مربوط به حافظه باعث می‌شود که ابتدا درک اطلاعات در ساختاری مشخص ممکن باشد و سپس بازیابی اطلاعات نیز راحت باشد. از سوی دیگر، خطابه ساختاری تقریباً شبیه روایت دارد؛ اما خطابه فرآیندهایی را داراست که احساس و عاطفه را نیز درگیر متن یا گفته می‌کند. از جمله این احساسات، همان اقناع یا ترغیب است. اقناع یا ترغیب که معلول ساختارهای استدلالی متن یا گفته می‌باشد،

در واقع از مفاهیم زیرمجموعه خطابه است. به این ترتیب ما در خطابه نیازمند ساختارهایی روایی هستیم که بستر را برای بروز فرآیندهای اقناعی آماده می‌کنند. در این پژوهش تلاش شده است با تحلیل کمی ساختار خطابه‌ای گزارش‌های تولیدی خبرنگاران شبکه خبر نشان داده شود که کیفیت این ساختارها و فرآیندها در چه سطحی است.

در تولید متن زبانی ابزارها، ساختارها و فرآیندهای زیادی دخیل هستند که کم‌ویش در رشته‌های گوناگون مرتبط با علوم زبانی به آنها اشاره شده است. این منظرها و چشم‌اندازها از فلسفه تا ادبیات در طول قرن‌ها تکوین یافته‌اند.

به طور کلی، هر متن زبانی منسجم الزاماً از ساختارهای مشخصی پیروی می‌کند. به تبع این واقعیت، نویسندگان یا همه افرادی که دست‌اندرکار تولید متن هستند، باید از این ساختارها آگاهی داشته و آگاهانه در تولید متن از آنها استفاده کنند. بدون آگاهی و کاربرد ساخت‌های کلان متنی، غیرممکن است که متنی منسجم تولید شود.

از جمله ساختارهای کلانی که در تولید متن منسجم دخیل‌اند، روایت و خطابه هستند؛ به‌خصوص در مورد متون رسانه‌ای و خبری که به‌صورت مستقیم با حوزه عمومی در تماس‌اند، این دو ساختار از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. علت اینکه این دو ساختار را در خبر، ذیل یک عنوان آورده‌ایم آن است که جداسازی آنها از یکدیگر در مورد متون خبری تقریباً به‌صورت متمایز ممکن نیست.

### سؤالات پژوهش

با توجه به مبانی نظری پژوهش، کارهای پیشین در این زمینه و چشم‌اندازهای ترسیم‌شده در مقاله، پرسش‌های این پژوهش در ارتباط با مفاهیم نظری مطرح‌شده تدوین شده‌اند:

۱. به چه میزان از ساختارهای روایی در گزارش‌های خبرنگاران شبکه استفاده شده است؟

۲. به چه میزان از ساختارهای خطابه‌ای در گزارش‌های خبرنگاران شبکه استفاده شده است؟

### مبانی نظری

این پژوهش شامل توصیف مفاهیم روایت و خطابه است. این دو وجه زبانی در گفته‌ها و نوشته‌ها دارای اهمیتی پدیدارشناختی هستند و از این رو در تاریخ ادبیات و علوم انسانی به کرات مورد تحقیق و تحلیل قرار گرفته‌اند. در ابتدا نگاهی به مبانی نظری روایت می‌اندازیم.

### روایت

معنایی که از طریق روایت تولید می‌شود، فرآیندی شناختی است که تجربه‌های انسانی را در قالب اپیزودهای زمانمند معنادار سازماندهی می‌کند. چون روایت فرآیندی شناختی است، یعنی عملیاتی ذهنی است، بنابراین معنی «ابژه‌ای» نیست که به صورت مستقیم قابل مشاهده باشد؛ اگرچه داستان‌ها و روایت‌های تاریخی منفردی که حاصل فعالیت روایت‌پردازی انسان است، به دست ما رسیده است. مثال‌های عمده روایی شامل تاریخ‌های شخصی و اجتماعی، اساطیر، افسانه‌های عامیانه، رمان‌ها و هر داستانی است که ما از آن استفاده می‌کنیم تا کنش‌های خود و دیگران را توضیح دهیم. (Donald Polkinghorne, 2005:1)

از نظر «جین الیوت» تعریف روایت در ارتباط با علوم اجتماعی به این گونه است که روایت سازمانی از توالی رخدادها در یک کلیت است؛ به گونه‌ای که اهمیت هر رخدادی از طریق ارتباط آن با کلیت فهمیده می‌شود. به این ترتیب روایت رساننده معنای رخدادهاست.

هینچمن و هینچمن ۱ روایت را در علوم انسانی به این صورت تعریف می‌کنند: روایت‌ها در علوم انسانی به عنوان گفتمان‌هایی با توالی روشن تعریف می‌شوند که

رخدادها را به شیوه‌ای معنادار با هم مرتبط می‌کنند و در ارتباط با آن رخدادها، اندیشه‌هایی درباره جهان و تجربیات مردم عرضه می‌کنند. این تعریف چارچوب مفیدی را در اختیار ما می‌گذارد، چون بر سه کلیدواژه توصیفی روایت‌ها تأکید می‌کند. از منظر این تعریف، ۱- روایت‌ها دارای ترتیب زمانی وقوع هستند (یعنی روایت‌ها بازنمایی‌های توالی‌های رخدادها هستند). ۲- آنها بامعنی هستند و ۳- آنها ذاتاً مربوط به اجتماعی هستند که در آن تولید شده‌اند. (Jane Elliot, 2005)

برای نخستین بار کار ولادیمیر پراپ ۱ بر روی ریخت‌شناسی افسانه‌های عامیانه بود که انگیزه اصلی نخستین تحلیل‌های نظام‌مند گفتمان روایی شد. فرانسه بیش از هر جای دیگر صحنه تلاش ساخت‌گرایانه در این راستا بود. در سال‌های دهه ۱۹۶۰ «لوی-استروس»، «پراپ» را به فرانسویان معرفی کرد و تودوروف کتاب‌های فرمالیست‌های روس را به فرانسه برگرداند. علاقه‌مندی مشترک انسان‌شناسان، زبان‌شناسان و محققان ادبی در مفهوم روایت هم در مورد گفتمان و هم در مورد فیلم، از چشم‌اندازهای رشته جدید نشانه‌شناسی بود. در همان زمان، این جنبش نشانه‌ساختارگرایی (که در آن رهیافت‌های مختلفی قابل تمایز هستند)، خطوط کلی بسیاری را از زبان‌شناسی ساختگرا وام گرفت؛ رشته‌ای که تا حد زیادی به صورت مستقل تکوین یافته بود. علاوه بر آن، بیش از هر رشته دیگری، این زبان‌شناسان بودند که نقش روش‌شناختی مهمی در نشانه‌شناسی و ساختگرایی بازی کردند؛ هم در ادبیات تحقیق انسان‌شناسی و هم مطالعات جدید دیگر مانند فیلم‌شناسی. مدل زبان‌شناختی آن زمان تمایزی بین نظام زبان و استفاده از زبان قائل بود. در این رهیافت‌ها روش‌های مشابهی برای تحلیل گفتمان و روایت به کار بسته می‌شد. به این ترتیب بود که گرمیا ۲ نقش‌های معروف خود را از روایت و واحدهای روایی پراپ در چارچوب معنی‌شناسی ساختگرا تعریف کرد. این امر برای او ممکن بود، چون تحلیل او از معنای جمله تمایز بین نقش‌های متفاوت مشارکت‌کنندگان بود که اینها در سطوح جامع‌تری از تحلیل یعنی در چارچوب «پیرنگ داستان» قابل تمایز و تشخیص بود. (ون‌دیک، ۱۹۸۸: ۱۹).

تکوین‌های بعدی در تحلیل گفتمان و رشته‌های دیگری چون روان‌شناسی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر نشانه‌شناسی فرانسوی بودند. در انگلستان این رهیافت‌ها در تحلیل خبر و دیگر گفتمان‌های رسانه‌ای هم به کار گرفته شدند. در خود فرانسه در دهه ۱۹۷۰ تغییر و تطورات زیادی موسوم به پسا ساختگرایی اتفاق افتاد که تحت تأثیر روانکاوی، مارکسیسم و تاریخ بودند. (ون‌دیک، ۱۹۸۸: ۲۰)

### روایت به مثابه راهبرد طرحواره‌ای

بسیاری از گونه‌های گفتمانی دارای ساختار طرحواره‌ای قراردادی هستند که تا حد زیادی بسته به فرهنگ شکل گرفته است. این ساختار، شکلی کلی است که گزاره‌های منفرد را سازمان‌دهی می‌کند. مثال نوعی این موضوع داستان‌ها هستند که معمولاً دارای یک طرحواره روایی شامل ساختاری سلسله‌مراتبی از مقولات قراردادی زمینه، گره‌افکنی و گره‌گشایی هستند. البته تنها متون ادبی یا داستانی نیستند که دارای چنین طرحواره‌ای هستند، متون استدلالی یا گزارش‌های روان‌شناختی نیز طرحواره‌های خود را دارند. این طرحواره‌ها را می‌توان «فراساختار» نامید، چون اصطلاح طرحواره بسیار عام و مبهم است. فراساختار، دستور زبانی کلی برای ساختارهای کلان است. کاربران زبان تلاش می‌کنند که با نخستین سرنخ‌هایی که از متن یا بافت آن کسب می‌کنند، فراساختار مرتبط با آن را از حافظه معنایی خود فراخوانی کنند. پس از آن، این طرحواره در ذهن کاربران به عنوان یک ابزار پردازش قدرتمند مورد استفاده قرار می‌گیرد و شروع به تحلیل کلیت‌های متن می‌کند که این امر شامل سازمان‌دهی گزاره‌های متن برای معنابخشی به آنهاست. (ون‌دیک و کیتش، ۱۹۸۳: ۲۸)

### دستور زبان داستان و طرحواره روایی

داستان حول کنشگر و نقش‌های مشخص ساخته می‌شود. این نقش‌ها کنش‌های عمده در داستان هستند که داستان را از مرحله‌ای به مرحله دیگر می‌رسانند (برای مثال ازدواج و غیره). گرچه کنشگران در یک داستان ساده ثابت هستند، نقش‌های آنها در

طول داستان تغییر می‌کنند. پراپ با بررسی افسانه‌های عامیانه به این فکر افتاد که این افسانه‌ها دارای نقش‌های ثابت و محدودی هستند، اما پس از آن محققان ثابت کردند که طبیعت این نقش‌ها منعطف‌تر است. دانش کاربران درباره شکل قراردادی نوع داستان، طرحواره داستان است. در فهم گفتمان، طرحواره داستان صورت‌بندی ساختارهای کلان را رهبری می‌کند؛ یعنی رخداد‌های داستان به مقولات طرحواره‌ای تخصیص داده می‌شود. (ون‌دیک و کیتش، ۱۹۸۳: ۵۵)

### خطابه

اجماع مشخصی بر سر معنای خطابه وجود ندارد. این سنت بارها از سوی عالمان آن تعریف و بازتعریف شده است. خطیبان و فلاسفه نامدار این حوزه هر کدام از چشم‌انداز ویژه‌ای آن را تعریف کرده‌اند. ارسطو، فیلسوف یونانی، خطابه را توانایی دیدن (و به‌کارگیری) ابزارهای ترغیب در موارد مفروض می‌داند. سیسرو<sup>۱</sup>، فیلسوف رومی آن را هنر خوب صحبت کردن با دانش، مهارت و وقار می‌داند. جورج کمپل<sup>۲</sup>، فیلسوف اسکاتلندی خطابه را هنر و استعدادی می‌داند که گفتمان را سراسر پذیرفتنی می‌کند. ریچاردواتلی<sup>۳</sup> در کتاب خود «عناصر خطابه»<sup>۴</sup>، خطابه را یافتن استدلال‌های مطلوب برای پیشبرد کار و چیدمان ماهرانه آنها می‌داند. تعریف دونالد سی برایانت<sup>۵</sup> از نمایندگان مکتب انتقادی خطابه این‌گونه است: فرآیند سازگار کردن ایده‌ها با مردم و مردم با ایده‌ها. برخی از این تعاریف، خطابه را همسنگ ترغیب می‌دانند و برخی دیگر خطابه را در چشم‌انداز گسترده‌تری، هر نوعی از بیان ابزاری می‌دانند. برخی از آنها خطابه را با استدلال تعریف می‌کنند و برخی دیگر خطابه را هم‌ارز زبان بلیغ و شیوا می‌دانند. هر چند تعاریف خطابه متنوع‌اند، اما در میان همه آنها دو مضمون مشترک وجود دارد: مضمون اول اینکه مهمترین حوزه فعالیت‌های خطابه‌ای، سیاست می‌باشد.

---

1. Cicero  
2. George Campbell  
3. Richard Whately  
4. Elements of Rhetoric  
5. Donald c Bryant

همه عالمان و فلاسفه این حوزه معتقدند که حوزه اصلی کاربرد خطابه سیاست است. آموزش‌های آنان در این حوزه نیز در راستای تعلیم کنشگران سیاسی است. در سال‌های اخیر برخی از محققان معتقدند که خطابه در حوزه‌های مذهبی، علمی، فلسفی و ادبی نیز حضور دارد، اما همین عده باز هم اعتقاد دارند که خطابه بیش از هر چیز در سیاست مجال حضور دارد. مضمون دوم این است که خطابه محاسبه‌ای گفتمانی برای اثرگذاری بر مخاطبان در سویه‌ای خاص است. در این زمینه نیز تنوع نظرات نویسندگان بالاست. برخی خطابه را به‌عنوان ابزاری برای ترغیب مخاطب توصیف می‌کنند، برخی دیگر خطابه را روش دستیابی به داوری‌های قابل‌اعتماد و اتخاذ تصمیم می‌دانند، در عین حال عده دیگری تأکید دارند که خطابه، ابزاری برای تهییج و القای فعالیت‌های مشارکتی است. گرچه در این حوزه‌ها نمی‌توان توصیفی جامع برای خطابه یافت، مضمون ثابت در همه آنها این است که خطابه، گفتمانی ابزاری است. خطابه به هر شکل، محملی برای پاسخ به فهم مخاطب، تقویت یا تغییر آن است. (ون‌دیک، ۱۹۹۷: ۱۵۷)

در کتاب‌های آموزش خطابه، نویسندگان از منظر ترکیب‌بندی خطابه به آن نزدیک شده‌اند. این کتاب‌ها روش‌ها و فنون خلق گفتمان خطابه‌ای مؤثر را ترسیم می‌کنند. بسیاری از آنها بر مبنای پنج قانون اصلی سیسرو تکوین یافته‌اند. قانون اول «ابداع»<sup>۱</sup> است. در قدم اول گویندگان تلاش می‌کنند که همه استدلال‌های ممکن در راستای تز خود را کشف کنند. وقتی که تعداد زیادی استدلال فراهم آوردند، قوی‌ترین استدلال‌ها را از میان آنها شناسایی می‌کنند و آنها را با توجه به ساختار ضروری سازمان‌دهی می‌کنند. قانون دوم «چیدمان»<sup>۲</sup> است. چیدمان بیانگر مؤثرترین روش سازمان‌دهی استدلال‌ها در قالب مقدمه، بدنه و استنتاج است. قانون سوم «شیوه بیان»<sup>۳</sup> است. شیوه بیان متمرکز بر بیان ایده‌ها و استدلال‌ها در قالب زبانی روشن و زنده است. متون درسی خطابه در این رهیافت به دانشجویان می‌آموزد که چگونه با استفاده از طرح‌واره‌هایی

---

1. invention  
2. disposition  
3. elocution



مانند تکرار، تقارن و تضاد و صنایع ادبی مانند مجاز، تمثیل و قیاس ایده‌های خود را به تعبیرات زبانی ملبَس کنند. قانون چهارم «یادآوری»<sup>۱</sup> به فراهم کردن ابزارهایی برای یادآوری ایده‌ها و زبان مورد استفاده اشاره می‌کند. در پایان «ارائه»<sup>۲</sup> توصیف‌کننده راهبردهای ارائه زبانی و غیرزبانی گفتمان است. این مقوله شامل زیرویمی صدا، سرعت و بلندی آن و در عین حال ژست‌ها و حرکات بدنی است. (ون‌دیک، ۱۹۹۷: ۱۵۸)

### چارچوب نظری

ون‌دیک در چارچوب نظریه گفتمانی اجتماعی - شناختی<sup>۳</sup> خود، اخبار را در مقام بخشی از گفتمان عمومی مطرح می‌کند. او معتقد است در حالی که سبک خبر به صورت کاملاً محسوسی محدود به عامل‌های گوناگون بافتی است، خطابه خبری بسته به اهداف و تأثیراتی است که به ارائه گفتمان مربوط می‌شود. از نظر ون‌دیک در سطح شناختی معنایی، رسانه‌ها از مردم انتظار دارند که اخبار یک رخداد را بفهمند و بازنمودی (مدل ذهنی) از آن در ذهن خود بسازند که مدنظر آنهاست. از سوی دیگر، در سطح کاربردشناختی نیز آنها انتظار دارند که کارگفت‌های آنها بر مخاطبان مؤثر باشد. یعنی از شنونده یا خواننده خود انتظار دارند آنچه را که گفته می‌شود به عنوان اظهار، درخواست یا تهدید درک کنند. تا اینجا مشکلی در کار نیست؛ یعنی اگر خواننده یا شنونده متن را کاملاً دریافت کند، نیمی از منظور برآورده شده است. اما از مخاطبان انتظارات دیگری هم می‌رود؛ اینکه آنچه گفته می‌شود (اظهار و تأکید) را قبول کنند و همچنین کنش‌هایی را که از آنها خواسته می‌شود اجرا کنند. به زبان کاربردشناسی سنتی، کارگفت‌ها باید علاوه بر نقش‌های بیانی<sup>۴</sup>، نقش‌های پس‌بیانی<sup>۵</sup> نیز داشته باشند. در

---

1. memory  
2. delivery  
3. socio-cognitive theory  
4. illocutionary  
5. perlocutionary

اینجا ما درگیر فرآیند ترغیب شده‌ایم. ساختارهای استدلالی، سازمان و موضوعیت شناختی آنها نیازمند کار جداگانه‌ای است. (ون‌دیک، ۱۹۸۸: ۸۳-۸۴)

### مفاهیم خطابه‌ای در خبر

برای گفتمان‌خبری، ترغیب هدف و نقش ویژه‌ای دارد. برخلاف تبلیغات، هدف خبر تنها اعلام و اطلاع‌رسانی نیست. بی‌شک، از نظر اقتصادی خبر کالایی مصرفی است که بیان می‌شود و به فروش می‌رسد، اما از نظر ایدئولوژیک، خبر تلویحاً بیانگر باورها و عقاید مسلط نخبگان جامعه است. از نظر کاربردشناختی، نسبت خبر و کارگفت به این شکل نیست که خبر کارگفتی کلان باشد، بلکه عمده اخبار روزانه، نمونه‌ای از کارگفت اظهار است. برای اینکه چنین کارگفت‌هایی مناسب باشند، نویسنده باید گزاره‌هایی را بیان کند که این نیت‌ها را در عمل پیاده کند. بنابراین مفصل‌بندی معانی به‌گونه‌ای بیان می‌شود که نه تنها فهمیده می‌شود، بلکه به‌عنوان حقیقت یا حداقل تنها حقیقت ممکن پذیرفته می‌شود. ساختارهای خطابه‌ای، کارگفت‌های اظهاری را همراهی می‌کنند و کارگفت‌هایی که توسط خبر در مطبوعات انجام می‌شود باید باور خوانندگان را نسبت به گزاره‌های اظهاری متن تسهیل نمایند. در این مورد، ترغیب الزاماً به معنی تغییر باور یا دیدگاه خواننده نیست. اگر ما باور نکنیم که دیگری چه می‌گوید، به سختی قابل باور است که بر اساس آن تغییر عقیده دهیم. یعنی ما به هیچ عنوان حاضر نیستیم در اثر کارگفت‌هایی که می‌شنویم، کاری انجام دهیم، مگر اینکه باور کنیم دقیقاً همان چیزی است که ما می‌خواهیم و قبول داریم. (ون‌دیک، ۱۹۸۸: ۸۳-۸۴)

بدین ترتیب، ون‌دیک معتقد است که در خطابه با دو مؤلفه فرآیند و ساختار روبه‌رو هستیم. پذیرش دانش و گزاره‌های مربوط به باور که فرآیند بسیار پیچیده‌ای است، بخش فرآیندی خطابه است. این فرآیند مستلزم انسجام گزاره‌ها با دانش‌ها و باورهای ماست. بدون شواهد و دلایل قابل قبول، ما باورهای بنیادی برساخته در طول سال‌ها تجربه و کنش‌های متمادی را رها نمی‌کنیم. بنابراین، تعجبی ندارد که می‌بینیم اغلب بعد ترغیبی گفته‌ها و نوشته‌ها حاوی استدلال است. در واقع استدلال‌های تلویحی و

تصریحی متن، فرآیند ذهنی قبول گزاره از سوی مخاطب را تسهیل می‌بخشند. اما بخش ساختاری خطابه روش‌های مفصل‌بندی گزاره‌ها یا استدلال‌ها را قاعده‌مند می‌کند. این وجوه کم‌وبیش مستقل از محتوا یا جوهر فرآیند ترغیب است. این وجه در خدمت این موارد است: ۱. بازنمایی اطلاعات متنی در حافظه؛ ۲. سازمان‌دهی بهتر اطلاعات در ذهن؛ ۳. تسهیل بازیابی این اطلاعات در ذهن؛ و ۴. تقویت باورهای موردنظر و تغییر عقاید. هر دو وجه برای گفتمان خبری بااهمیت هستند: باید گزاره‌هایی بیان شوند که به صورت منسجم به مدلهایی که خوانندگان از جهان دارند، اضافه گردند. در عین حال این گزاره‌ها باید در درون یک ساختار قابل یادآوری شوند. گفتمان خبری به صورت مستمر در امتداد وجه دوم حرکت نمی‌کند. خبررسانی روزمره زمان زیادی برای تولید متون پیچیده، اصیل و خلاقانه ندارد. در مقابل، تأکید خبررسانی بیشتر بر اهمیت محتوا یا فرآیندهاست. در این راستا از ساختارهای مهم و متنوعی استفاده می‌شود. برای مثال سازمان سلسله‌مراتبی گزاره‌ها، حرکت از گزاره‌های کلان در ابتدای متن به سوی گزاره‌های خرد در ادامه متن، صفحه‌بندی مناسب، تیتیر، لید، اندازه و ... این کار را تسهیل می‌بخشند. (ون‌دیک، ۱۹۸۸: ۸۵)

### روش پژوهش

روش به کارگرفته شده در این پژوهش روش تحلیل محتواست. اما چگونه می‌توان از گفتار انسان‌ها، ویژگی‌های فردی و اجتماعی را استنباط کرد؟ از آنجا که ویژگی‌های فردی و اجتماعی خواننده و شنونده (دریافت‌کننده یا گیرنده پیام) بر ادراک و استنباط او از محتوای گفته‌ها، نوشته‌ها و تصاویر تأثیر می‌گذارد، لذا نمی‌توان به سادگی و به گونه‌ای ذهنی به تحلیل افراد از محتوا اعتماد کرد و نیازمند داشتن یک چارچوب و دستورالعمل منسجم است. جایگاه تحلیل محتوا در الگوها و پژوهش‌های ارتباطی مشخص است. در میان عناصر ارتباط (منبع یا فرستنده پیام، محتوای پیام، مجرا یا کانال ارسال پیام و گیرنده یا مخاطبان پیام)، محتوای پیام اهمیت ویژه‌ای دارد.

منتقدان تحلیل محتوای صرفاً کمی، بر این باورند که در این روش تأکید زیادی بر مقایسه و تطبیق فراوانی‌ها می‌شود. در مورد بعضی از نمونه‌ها بحث منتقدان این است که در مواردی حضور یا عدم حضور حتی نماد خاصی ممکن است برای تأثیرگذاری یک پیام ضروری باشد. این موضوع در مورد پژوهش حاضر نیز حائز اهمیت است. زیرا با توجه به اینکه هدف این پژوهش حصول دانشی کیفی در مورد ساختارهای روایی و خطابه‌ای گزارش‌های خبری است، اگر مبنا را صرفاً بر تعداد فراوانی‌های هر مقوله بگذاریم، آنگاه شاید نتوانیم به خوبی کیفیت این گزارش‌ها را درک کنیم؛ چیزی که معمولاً به واسطه نگاه صرفاً کمی گرایانه قربانی می‌شود.

در این پژوهش تحقیقی در ۴ مقوله سیاست، اقتصاد، مفاهیم اجتماعی و حادثه و سرگرمی ابتدا همه گزارش‌های مرتبط با مضمون در سایت شبکه بررسی و سپس از میان آنها، ۲۰ گزارش نهایی انتخاب شد. به دلیل اینکه گزارش‌های خبرنگاران در هیچ سازمان مشخصی ارائه نشده بود، امکان بهره‌گیری از امری نظام‌مند برای انتخاب آنها وجود نداشت. بنابراین بهترین گزارش‌های شبکه در یک بازه زمانی یک ماهه انتخاب شد. گزارش‌هایی که روی سایت شبکه در دسترس هستند، در موارد بسیاری به حد گزارش نمی‌رسند و بیشتر به یک مصاحبه کوتاه خیابانی شبیه‌اند. به همین دلیل گزارش‌هایی انتخاب شدند که حداقل مقولات مهم را دارا بودند. در صورتی که اگر ترتیب مضمونی یا ترتیب زمانی بر مجموعه گزارش‌ها حاکم بود، این امکان وجود داشت که براساس انتخابی تصادفی جامعه آماری شکل داده شود.

واحد تحلیل، بسته به هدف و مسئله تحقیق است. در این پژوهش ما ساختارهای کلان متنی را مورد بررسی قرار دادیم. این ساختارها شامل خطابه و روایت بودند که با کلیت متن سروکار داشتند. از این رو باید واحد تحلیل را یک متن دارای کلیت می‌گرفتیم. از ابتدای برنامه روال بر این بود که گزارش‌های خبرنگاران بررسی شود. بنابراین باید واحد تحلیل خود را گزارش خبری گزارشگران شبکه می‌گرفتیم.

برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل گفتمان معناشناختی استفاده شده است. این روش شاخه‌ای از تحلیل گفتمان اجتماعی - شناختی تی. ای. ون دیک می‌باشد و مقولات مورد استفاده برای کتابچه رمز نیز از همین چارچوب استخراج شده است.

### مقولات و زیرمقولات تحقیق

مقولات و زیرمقولات تحقیق از روش تحلیل گفتمان معنایی خبر گرفته شده که در جدول زیر خلاصه شده است. جدول زیر، جدول عملیاتی شده مقولات است که در تحلیل متون به کار گرفته شده است:

الف- تأکید بر طبیعت واقعی رخدادها	توصیف مستقیم	زبان روشن و بدون ابهام ۲- ارائه جزئیات با هدف رفع ابهام ۳- سبک زبانی گفتاری و نه نوشتاری
	۲- شاهدان عینی	آگاهی از موضوع ۲- استفاده از زبان دیگری برای بازنمایی
	منابع رسمی	مقام مورد نظر از پایگاه بالایی برخوردار باشد ۲- مقام مورد نظر به صورت مستقیم با موضوع مرتبط باشد ۳- مقام مورد نظر بیان خوبی داشته باشد.
	اعداد	به کار بردن اعداد گویا و مشخص ۲- به کار بردن اعداد مستند با قبول مسئولیت دقت ۳- اعداد در موضوعیت مشخص به کار بسته شده باشند.
	نقل قول	۱- کاربرد متناسب و بجای نقل قول‌ها ۲- میزان کمی نقل قول ۳- نقل قول‌های مرتبط و مؤثر
ب- خلق، ساختار قوی ارتباطی	کاربرد تعابیر خلاقانه	۱- خلق توصیفات و تعبیرات جذاب در توصیف واقعیت ۲- استفاده از تعابیر معروف با رعایت اصل ربط و موضوعیت ۳- ادبیات متن گزارش
	رخداد- محور بودن گزار	۱- گزارش خبری باید توصیف یک رخداد باشد ۲- نشست‌های سیاسی هم رخدادهای مهم تلقی می‌شوند ۳- گزارش‌های بدون رخداد به سختی متنی منسجم هستند
	اشاره به رخدادهای قبلی و آینده رخداد	۱- اگر قرار باشد که رخداد مورد نظر به خوبی در زمان معنی شود، باید به رخدادهای مشابه قبلی و بعدی آن اشاره کرد ۲- اگر رخداد به صورت مکرر وقوع یابد، بیشتر باید به رویه‌های مهم وقوع رخدادها اشاره کرد
	وارد کردن واقعیت در مدل‌های موقعیتی آشنا	۱- مدل‌های موقعیتی آشنا مثال‌های انضمامی برای برقراری ارتباط مخاطب با گزارش است. مخاطب در زمان و مکان رخداد حضور ندارد و این مدل‌های بخشی از احساس را به وی منتقل می‌کنند.
۳- روایت	روایت به صورت کلی باید دارای مقدمه، گره افکنی، گره‌گشایی و نتیجه‌گیری باشد تا از امتیاز خود برخوردار شود. به عبارتی باید دارای یک کمان هیجان	

	باشد و در ساختار معناداری قضیه بیان شود.	
	زمینه این موارد را در خود دارد تا فضای مناسبی را برای مخاطب ترسیم کند: ۱- زمان، ۲- مکان، ۳- کنشگران دخیل در رخداد	۱-۳- زمینه
	روایت را باید از جایی شروع کرد. برای این کار باید نقطه عزیمت مناسبی انتخاب شود. نقطه عزیمت خوب باید بیش از هر چیز منضم به زمان روایت باشد. به عبارت دیگر، نقطه عزیمت نقطه پایان نیز هست و روایت پس از طی چرخه لازم به مکان اول نقطه عزیمت بازمی‌گردد.	۲-۳- نقطه عزیمت
	روایتی که از رخداد ارائه می‌شود باید دارای مسئله‌ای باشد تا پیرنگ آن برقرار شود. با داشتن مسئله امکان ادامه متن به صورت موضوعیت‌داری ممکن می‌شود. در غیر این صورت روایت بدون مسئله از ساختار لازم نیز برخوردار نیست.	۳-۳- مسئله محوری و باز کردن مسئله
	اگر روایت از چرخه خوبی برخوردار باشد، نیازی به نتیجه‌گیری مشخص و بارز ندارد. در روایت‌های خبری ممکن است که نتیجه به عمد بیان نشود و این عدم بیان، به معنی ابهام و وضعیت باشد.	۳-۴- نتیجه‌گیری تلویحی
	اگر گزاره‌های گزارش روشن بوده و به خوبی منطبق بر زمینه روایت باشند، به صورت خودکار ایجاد احساس خواهند کرد.	بیان واقعیت‌های احساسی
	گزاره‌های گزارش که از سوی خود نویسنده یا گزارشگر بیان می‌شوند، ممکن است که باعث سوگیری و سوءتفاهم مخاطبان شوند، به همین دلیل همیشه، باورها و افکاری از پس زمینه‌های مختلفی نقل می‌شوند تا روایت از حالت یک‌قطبی خارج شود. در عین حال مشخص است که با این کار سهم گروه‌های مختلف اجتماعی نیز از نظر گفتمانی داده می‌شود.	نقل باورها و افکار از پس زمینه‌های مختلف
۱۰- ارائه اطلاعات نگرشی و احساسی		

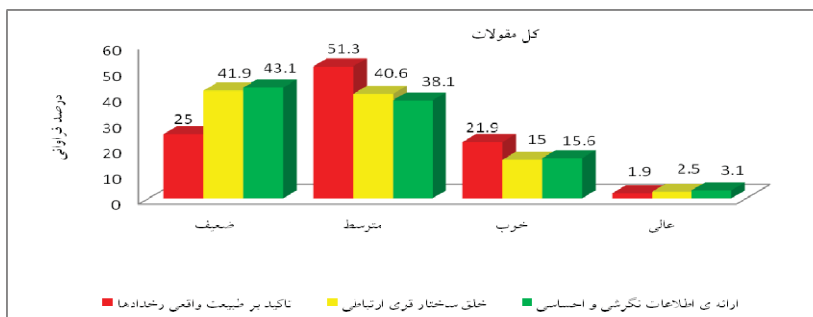
جدول تعاریف عملیاتی یا همان مقولات تحلیل داده‌ها، ترکیبی از ساختارهای روایی و خطابه‌ای است. این جدول هم‌زمان ساختارهای روایی و خطابه‌ای یک گزارش خبری را در نظر دارد و شامل ۳ مقوله اصلی و ۱۶ زیرمقوله است. مقولات اصلی سه مؤلفه اصلی خطابه‌ای: «تأکید بر طبیعت واقعی رخدادها»، «خلق ساختار قوی ارتباطی» و «ارائه اطلاعات نگرشی و احساسی» را دربرمی‌گیرد که هر کدام از این مقولات به فراخور خود شامل چند زیرمقوله است.

از این مقولات، دومین مقوله را می‌توان مختص به روایت و ساختار آن دانست. البته همان‌طور که گفته شد این دو ساختار را نمی‌توان به‌صورت مشخص از یکدیگر تفکیک کرد، اما به‌صورت تلویحی چنین مرزی را که در جدول بالا دیده می‌شود می‌توان میان آنها گذاشت؛ به این ترتیب که ساختار خطابه به‌صورت کلی‌تری ساختار روایی را نیز دربرمی‌گیرد و از آن در ساختار خود بهره‌برداری می‌کند.

### یافته‌های پژوهش

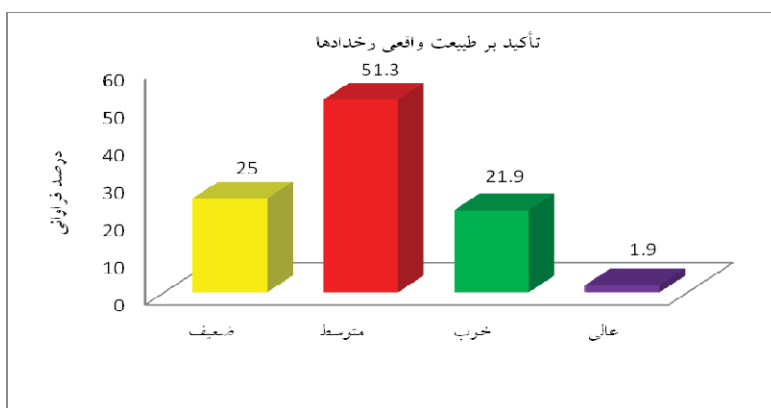
پس از انجام رمزگذاری متون، در پایان داده‌ها با نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند و داده‌های کلی هر مقوله و زیرمقوله از تعداد ۱۶۰ گزارش خبری به‌صورت زیر ارائه شده است. در جدول زیر بازنمایی سه مقوله اصلی خطابه در گزارش‌های شبکه نشان داده شده است:

در زیر به‌صورت مشروح مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها توصیف می‌شوند:



### ۱- مقوله تأکید بر طبیعت واقعی رخدادها

این مقوله دارای ۷ زیرمقوله است. به طور کلی تحلیل این مقوله در قالب نمودار زیر بازنمایی شده است:



با توجه به داده‌های نمودار بالا، تأکید بر طبیعت واقعی رخدادها در گزارش‌های شبکه خبر ۵۱/۳ درصد متوسط، ۲۵ درصد ضعیف، ۲۱/۹ درصد خوب و ۱/۹ درصد عالی بوده است.

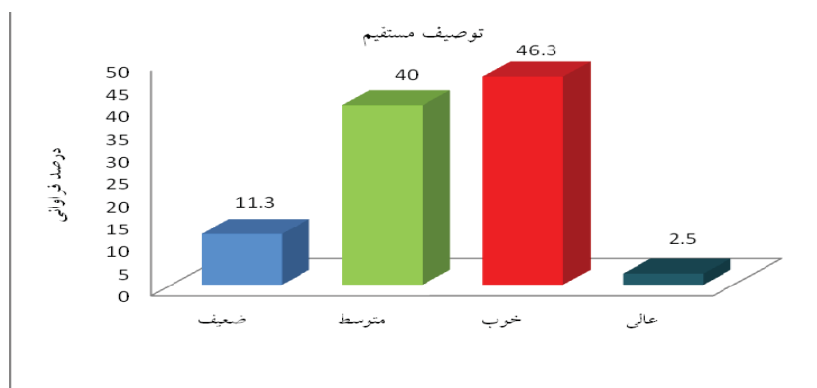
تحلیل این مقوله به صورت خرد در قالب زیرمقوله‌های ممکن به شرح زیر است:

#### ۱-۱ توصیف مستقیم

توصیف مستقیم در تعریف عملیاتی ما با این مفاهیم تعریف شده و در تحلیل رمزگذاری شده است: ۱- زبان روشن و بدون ابهام ۲- ارائه جزئیات به هدف رفع ابهام ۳- سبک زبانی گفتاری و نه نوشتاری.

در نمودار زیر میزان این مقوله در چهار سطح نشان داده شده است.

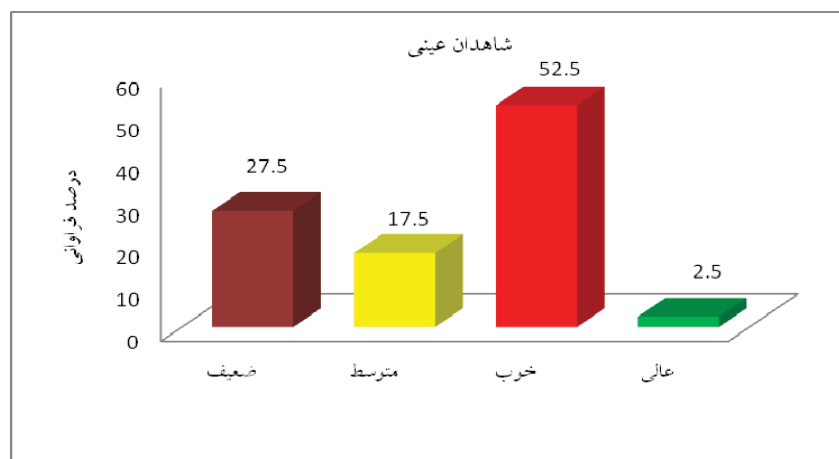




داده‌های نمودار فوق نشان می‌دهد که در ارزیابی توصیف مستقیم گزارش‌های شبکه خبر ۴۶/۳ درصد خوب، ۴۰ درصد متوسط، ۱۱/۳ درصد ضعیف و تنها ۲/۵ درصد عالی ارزیابی شده‌اند.

#### ۱-۱ استفاده از اظهارات شاهدان عینی

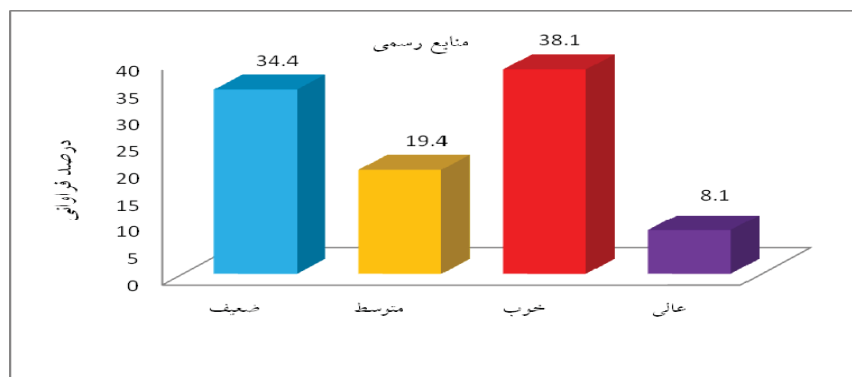
استفاده از اظهارات شاهدان عینی با این مشخصات عملیاتی شده است: ۱- آگاهی از موضوع ۲- استفاده از زبان دیگری برای بازنمایی.



نمودار بالا نشان می‌دهد درخصوص میزان به‌کارگیری شاهدان عینی در گزارش‌های شبکه خبر ۵۲/۵ درصد خوب، ۲۷/۵ درصد ضعیف، ۱۷/۵ درصد متوسط و ۲/۵ درصد عالی ارزیابی شده‌اند.

### ۳-۱- منابع رسمی

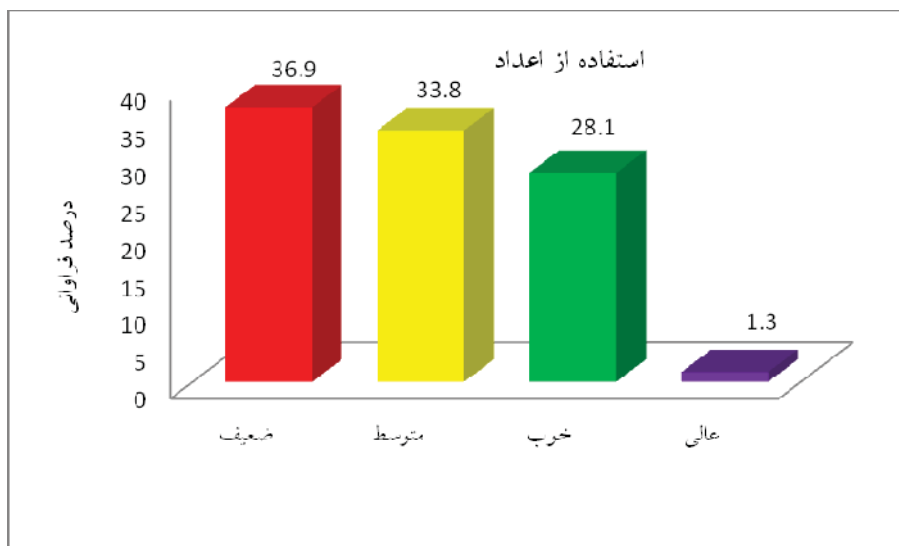
منابع رسمی با این مفاهیم عملیاتی شده است: ۱- مقام مورد نظر از پایگاه بالایی برخوردار باشد ۲- مقام مورد نظر به‌صورت مستقیم با موضوع مرتبط باشد ۳- مقام مورد نظر بیان خوبی داشته باشد.



داده‌های نمودار بالا نشان می‌دهد که در استفاده از منابع رسمی در گزارش‌های شبکه خبر ۳۸/۱ درصد خوب، ۳۴/۴ درصد ضعیف، ۱۹/۴ درصد متوسط و ۸/۱ درصد عالی ارزیابی شده است.

### ۴-۱- استفاده از اعداد

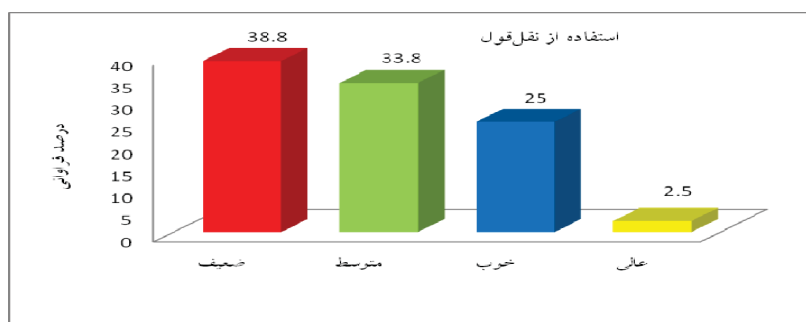
استفاده از اعداد در چارچوب این مفاهیم عملیاتی شده است: ۱- استفاده از اعداد گویا و مشخص ۲- به کار بردن اعداد مستند با قبول مسئولیت دقت ۳- به کار بستن اعداد در موضوعیت مشخص.



یافته‌های نمودار بالا نشان می‌دهد که در به کار بردن اعداد در گزارش‌های شبکه خبر یافته‌ها ۳۶/۹ درصد ضعیف، ۳۳/۸ درصد متوسط، ۲۸/۱ درصد خوب و تنها ۱/۳ درصد عالی ارزیابی شده است.

#### ۵-۱- استفاده از نقل قول

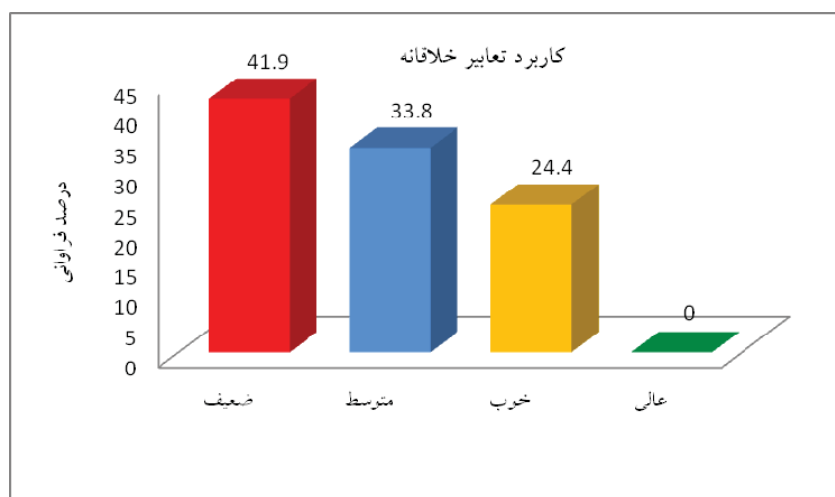
نقل قول با این مفاهیم عملیاتی شده است: ۱- کاربرد متناسب و بجا از نقل قول‌ها  
۲- میزان کمی نقل قول ۳- نقل قول‌های مرتبط و مؤثر.



یافته‌های نمودار بالا نشان می‌دهد که در به کار بردن اعداد در گزارش‌های شبکه خبر ۳۸/۸ درصد ضعیف، ۳۳/۸ درصد متوسط، ۲۵ درصد خوب و تنها ۲/۵ درصد عالی ارزیابی شده است.

#### ۱-۶- کاربرد تعابیر خلاقانه

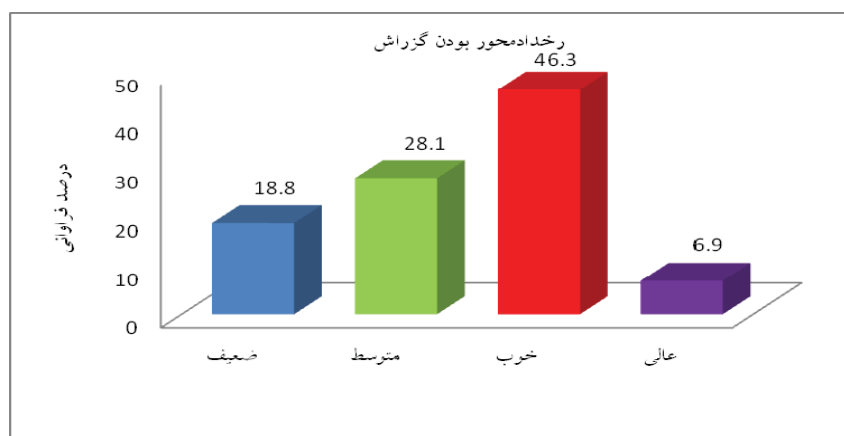
کاربرد تعابیر خلاقانه با این مفاهیم عملیاتی شده است: ۱- خلق توصیفات و تعبیرات جذاب در توصیف واقعیت ۲- استفاده از تعابیر معروف با رعایت اصل ربط و موضوعیت ۳- ادبیات متن گزارش.



همان‌طور که نمودار بالا نشان می‌دهد در گزارش‌های شبکه خبر میزان به‌کارگیری تعابیر خلاقانه ۴۱/۹ درصد ضعیف، ۳۳/۸ درصد متوسط، ۲۴/۴ درصد خوب ارزیابی شده است و هیچ‌کدام عالی نبوده است.

### ۷-۱- رخدادمحور بودن گزارش

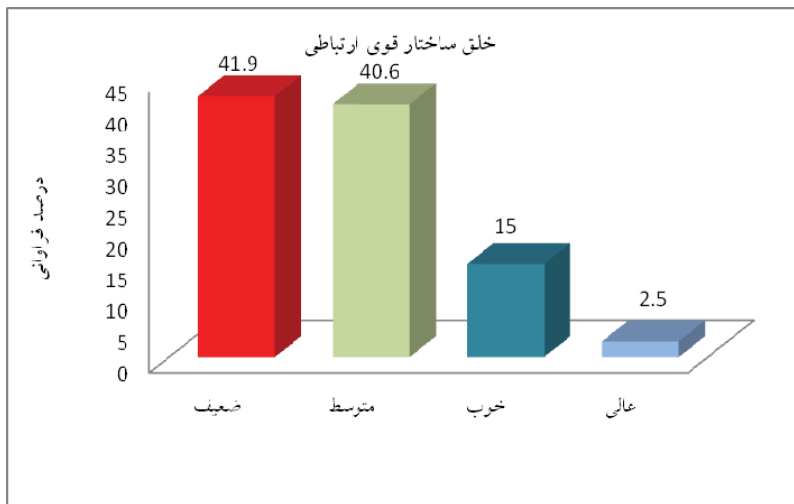
رخدادمحور بودن گزارش با این مفاهیم عملیاتی شده است: ۱- گزارش‌خبری باید توصیف یک رخداد باشد ۲- نشست‌های سیاسی نیز رخدادهای مهم تلقی می‌شوند ۳- گزارش‌های بدون رخداد به سختی متنی منسجم هستند.



با توجه به نمودار بالا در خصوص رخدادمحور بودن گزارش‌های شبکه‌خبر، حدود ۴۶/۳ درصد خوب، ۲۸/۱ درصد متوسط، ۱۸/۸ درصد ضعیف و ۶/۹ درصد عالی ارزیابی شده است.

### ۲- خلق ساختار قوی ارتباطی

مقوله خلق ساختار قوی ارتباطی به ۶ زیرمقوله تقسیم شده است که نمودار کلی آن به شرح زیر است:

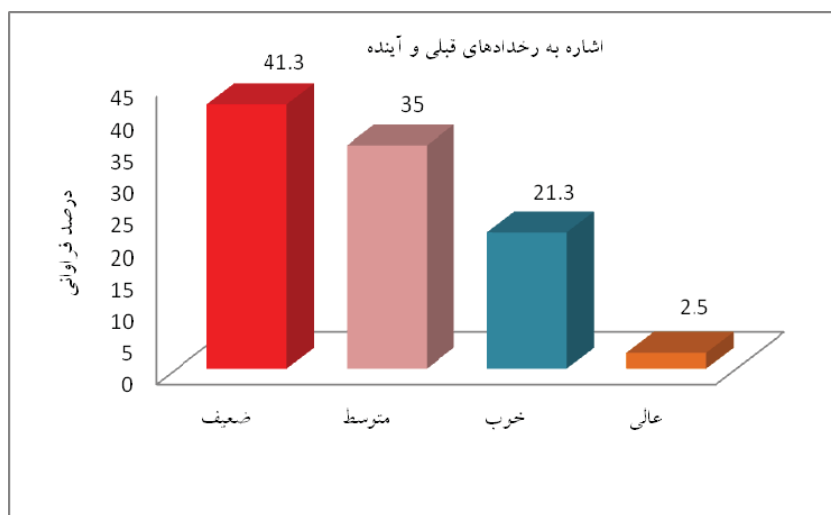


نمودار بالا نشان می‌دهد که خلق ساختار قوی ارتباطی در گزارش‌های شبکه خبر به میزان ۴۱/۹ درصد ضعیف، ۴۰/۶ درصد متوسط، ۱۵ درصد خوب و ۲/۵ درصد عالی بوده است.

زیرمقولات این مقوله در گزارش‌های شبکه خبر این نمودارها را به دست داده است:

#### ۲-۱- اشاره به رخدادهای قبلی و آینده رخداد

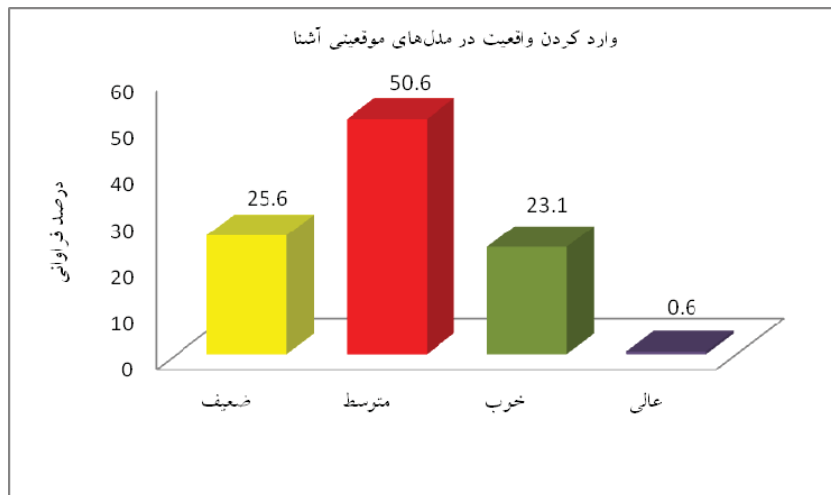
این زیرمقوله به این صورت عملیاتی شده است: ۱- اگر قرار باشد که رخداد مورد نظر به خوبی در زمان معنی شود، باید به رخدادهای مشابه قبلی و بعدی آن اشاره کرد  
 ۲- اگر رخداد به صورت مکرر وقوع یابد، بیشتر باید به رویه‌های مهم وقوع رخدادها اشاره کرد.



داده‌های نمودار بالا حاکی از آن است که در گزارش‌های شبکه خبر، اشاره به رخداد‌های قبلی و آینده به میزان ۴۱/۳ درصد ضعیف، ۳۵ درصد متوسط، ۲۱/۳ درصد خوب و ۲/۵ درصد عالی ارزیابی شده است.

## ۲-۲- وارد کردن واقعیت در مدل‌های موقعیتی آشنا

این مقوله در قالب این مفاهیم عملیاتی شده است: ۱- مدل‌های موقعیتی آشنا، مثال‌های انضمامی برای برقراری ارتباط مخاطب با گزارش است ۲- مخاطب در زمان و مکان رخداد حضور ندارد و این مدل‌های بخشی از احساس را به وی منتقل می‌کنند.



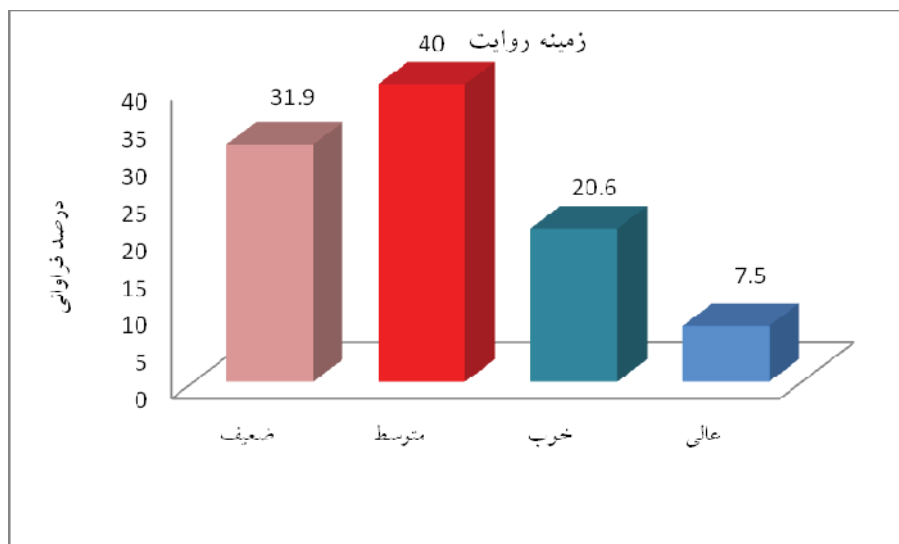
با توجه به نمودار بالا وارد کردن واقعیت در مدل‌های موقعیتی آشنا به میزان ۵۰/۶ درصد متوسط، ۲۵/۶ درصد ضعیف، ۲۳/۱ درصد خوب و تنها ۰/۶ درصد عالی ارزیابی شده است.

### ۲-۳-زمینه روایت

روایت به صورت کلی باید دارای مقدمه، گره‌افکنی، گره‌گشایی و نتیجه‌گیری باشد تا از امتیاز خود برخوردار شود. به عبارتی، باید دارای یک کمان هیجان باشد و در ساختار معناداری قضیه بیان شود.

زمینه روایت در قالب این توصیفات عملیاتی شده است: زمینه روایت با دارا بودن زمان، مکان و کنشگران دخیل در رخداد فضای مناسبی را برای مخاطب ترسیم می‌کند.

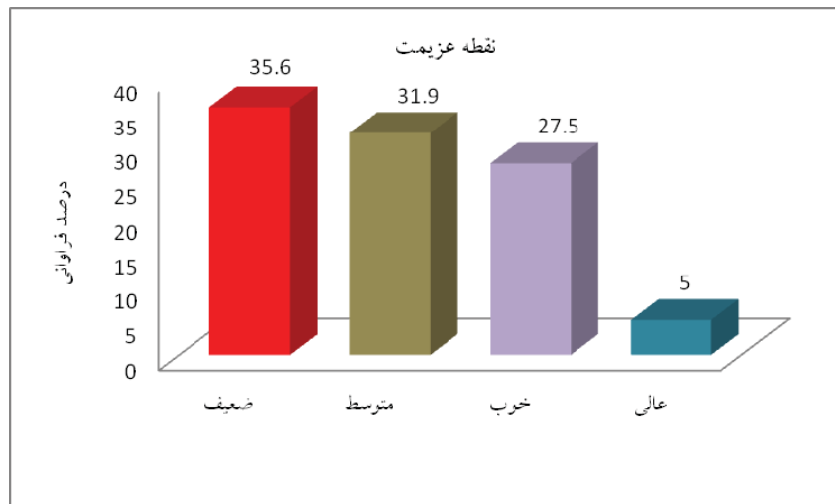




یافته‌های نمودار بالا حاکی از آن است که درخصوص به‌کارگیری زمینه روایت در گزارش‌های شبکه خیر ۴۰ درصد متوسط، ۳۱/۹ درصد ضعیف، ۲۰/۶ درصد خوب و ۷/۵ درصد عالی ارزیابی شده است.

#### ۲-۴- نقطه عزیمت روایت

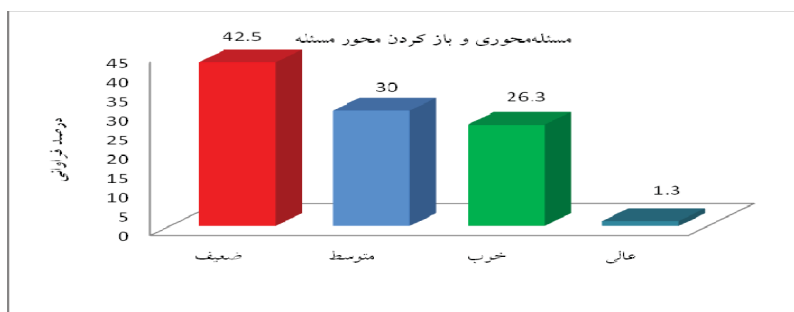
نقطه عزیمت روایت در قالب این توصیفات عملیاتی شده است: روایت را باید از جایی شروع کرد. برای این کار باید نقطه عزیمت مناسبی انتخاب شود. نقطه عزیمت خوب باید بیش از هر چیز منضم به زمان روایت باشد. به عبارت دیگر، نقطه عزیمت نقطه پایان نیز هست و روایت پس از طی چرخه لازم به مکان اول نقطه عزیمت بازمی‌گردد.



نمودار بالا نشان می‌دهد که نقطه عزیمت در گزارش‌های شبکه خبر ۳۵/۶ درصد ضعیف، ۳۱/۹ درصد متوسط، ۲۷/۵ درصد خوب و ۵ درصد عالی ارزیابی شده است.

## ۲-۵- مسئله محوری و باز کردن مسئله

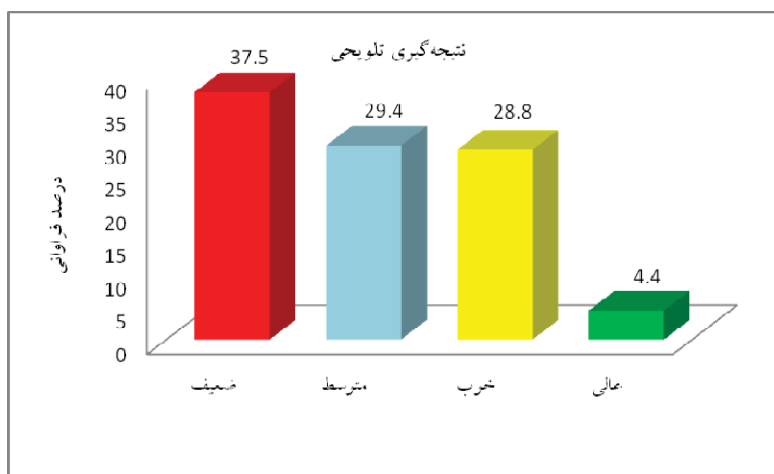
مسئله محوری و باز کردن مسئله در قالب این توصیفات علمیاتی شده است: روایتی که از رخداد ارائه می‌شود باید دارای مسئله‌ای باشد تا پیرنگ آن برقرار شود. با داشتن مسئله، امکان ادامه متن به صورت موضوعیت‌داری ممکن می‌شود؛ در غیر این صورت روایت بدون مسئله از ساختار لازم نیز برخوردار نیست.



داده‌های نمودار بالا حاکی از آن است که مسئله‌محوری و باز کردن مسئله در گزارش‌های شبکه‌خبر ۴۲/۵ درصد ضعیف، ۳۰ درصد متوسط، ۲۶/۳ درصد خوب و ۱/۳ درصد عالی ارزیابی شده است.

#### ۶-۲- نتیجه‌گیری تلویحی

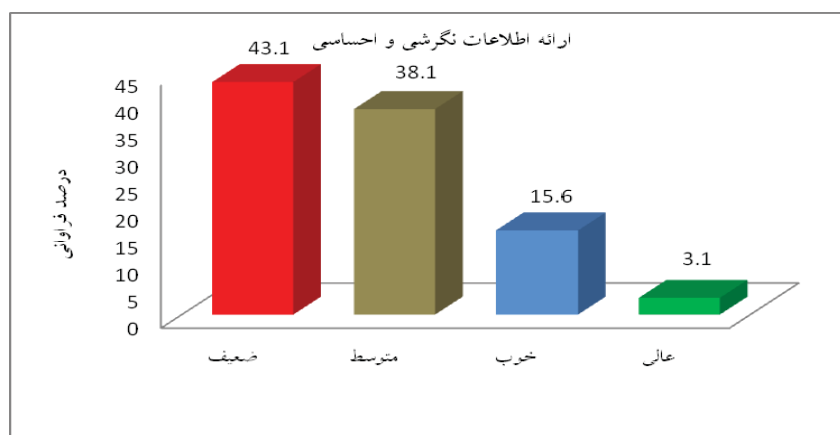
نتیجه‌گیری تلویحی در قالب این توصیفات علمیاتی شده است: اگر روایت از چرخه خوبی برخوردار باشد، نیازی به نتیجه‌گیری مشخص و بارز ندارد. در روایت‌های خبری ممکن است که نتیجه به عمد بیان نشود و این عدم بیان، به معنی ابهام وضعیت باشد.



با توجه به نمودار بالا در گزارش‌های شبکه‌خبر، نتیجه‌گیری تلویحی ۳۷/۵ درصد ضعیف، ۲۹/۴ درصد متوسط، ۲۸/۸ درصد خوب و ۴/۴ درصد عالی ارزیابی شده است.

### ۳- ارائه اطلاعات نگرشی و احساسی

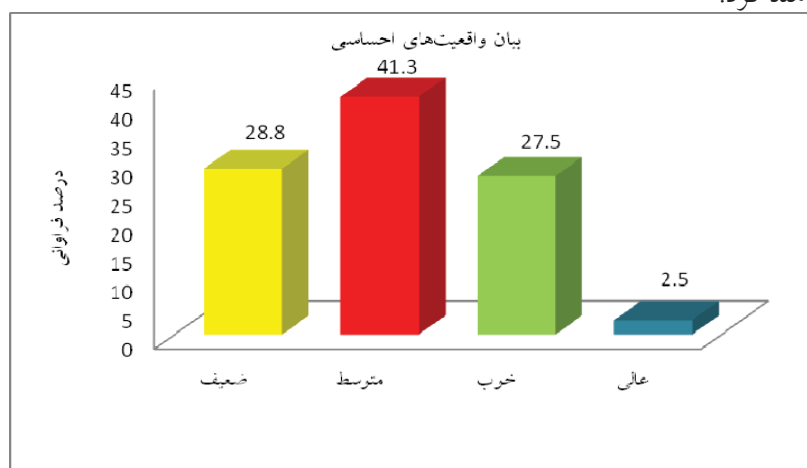
این مقوله در قالب دو زیرمقوله «بیان واقعیت‌های احساسی» و «نقل باورها از پس‌زمینه‌های مختلف» جمع‌آوری شده است. نمودار زیر وضعیت این مقوله را در گزارش‌های شبکه نشان می‌دهد:



با توجه به نمودار بالا در گزارش‌های شبکه‌خبر، ارائه اطلاعات نگرشی و احساسی به میزان ۴۳/۱ درصد ضعیف، ۳۸/۱ درصد متوسط، ۱۵/۶ درصد خوب و ۳/۱ درصد عالی بوده است.

### ۳-۱- بیان واقعیت‌های احساسی

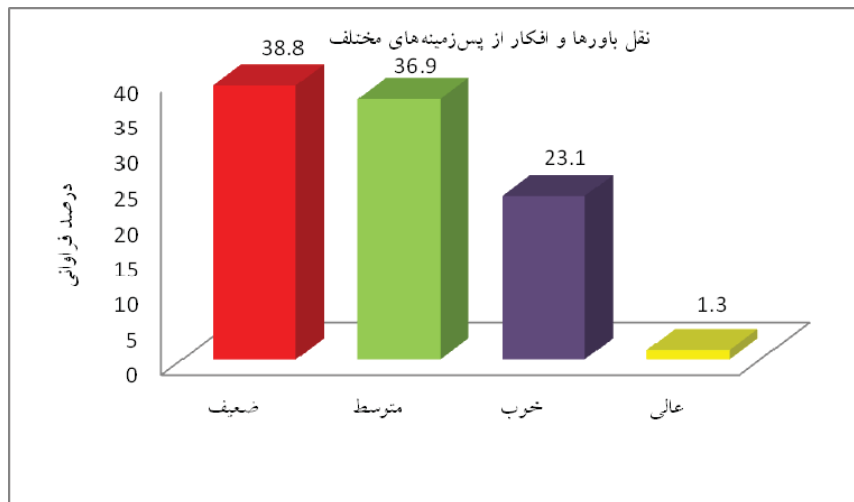
این زیرمقوله در قالب این توصیفات تعریف عملیاتی شده است: اگر گزاره‌های گزارش روشن بوده و به خوبی منطبق بر زمینه روایت باشند، به صورت خودکار ایجاد احساس خواهند کرد.



نمودار بالا نشان می‌دهد که بیان واقعیت‌های احساسی در گزارش‌های شبکه‌خبر ۴۱/۳ درصد متوسط، ۲۸/۸ درصد ضعیف، ۲۷/۵ درصد خوب و ۲/۵ درصد عالی ارزیابی شده است.

### ۳-۲- نقل باورها و افکار از پس‌زمینه‌های مختلف

این زیرمقوله به این صورت عملیاتی شده است: گزاره‌های گزارش که از سوی خود نویسنده یا گزارشگر بیان می‌شوند، ممکن است باعث سوگیری و سوءتفاهم مخاطبان شوند؛ به همین دلیل همیشه، باورها و افکاری از پس‌زمینه‌های مختلفی نقل می‌شوند تا روایت از حالت یک‌قطبی خارج شود. بنابراین با این کار سهم گروه‌های مختلف اجتماعی نیز از نظر گفتمانی داده می‌شود.



نمودار بالا نشان می‌دهد که نقل باورها و افکار از پس‌زمینه‌های مختلف در گزارش‌های شبکه خبر ۳۸/۸ درصد ضعیف، ۳۶/۹ درصد متوسط، ۲۳/۱ درصد خوب و ۱/۳ درصد عالی بوده است.

### نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، مسئله‌ی خطابه در گزارش‌های خبری شبکه خبر مورد بررسی قرار گرفت. این معنا از خطابه در خبر، برگرفته از روش تحلیل گفتمان اجتماعی - شناختی تی. ای. ون‌دیک بود. خطابه، تاریخی طولانی در کاربرد زبان دارد و برخی از تحلیلگران گفتمان معتقدند که خطابه نخستین رهیافت به گفتمان و تحلیل گفتمان بوده است. بنابراین از این چشم‌انداز ۱۶۰ گزارش خبری از حوزه‌های گوناگون در این پژوهش تحلیل شد.

خطابه، ساختارها و فرآیندهایی است که با هم منجر به برانگیختن حس اقناع می‌شوند؛ به این ترتیب که ساختارهایی مانند روایت در اختیار خطابه قرار می‌گیرند تا فرآیندهایی در طی این ساختارها در ذهن مخاطب شکل بگیرد.

نتایج پژوهش نشان داد، مقولات ساختاری مانند روایت در گزارش‌های خبری از قوت چندانی برخوردار نیستند. این مسئله مانع از ایجاد بستری مناسب برای فرآیندهای مربوط به خطابه یا اقناع است؛ به این معنی که خبرنگاران در متن تولیدی، ساختار مناسبی تولید نمی‌کنند.

از سوی دیگر باید در نظر داشت که میزان مطالعه و گسترش دامنه‌واژگان و تعابیر نیز در قدرت کلام مؤثر است؛ به این معنی که استعداد و قریحه، واژگان و تعابیر خلاقانه‌تری را برای ساختارها و فرآیندهای لازم خطابه‌ای فراهم می‌کند.

نگاهی به نمودارکل مقولات نشان می‌دهد که بخش زیادی از گزارش‌ها از منظر ۳ مقوله کلی خطابه و روایت متوسط یا ضعیف، بخش بسیار کمی عالی و ۱۵ تا ۲۰ درصد خوب بودند. از این مقولات «تأکید بر طبیعت واقعی رخدادها» تقریباً بالاتر از دو مورد دیگر است و «ارائه اطلاعات نگرشی و احساسی» پایین‌تر.

تفسیر داده‌ها براساس همان ترتیب مؤلفه‌های تحقیق است:

#### الف- تأکید بر طبیعت واقعی رخدادها

در این مقوله ۷ زیرمقوله وجود دارد. این مقولات به یک گزارش خبری وجوه ملموسی می‌بخشند؛ یعنی تا حد امکان به گزارش خبری کمک می‌کنند که برخی از وجوه ملموس واقعیت را به متن گزارش منتقل کند. این زیرمقوله در خطابه از مسائل فرآیندی خطابه محسوب می‌شود. در مقابل «ساختار قوی ارتباطی» مقوله‌ای ساختاری است. میزان این مؤلفه در گزارش‌ها متوسط روبه ضعیف است. این امر نشان می‌دهد که واقعیت رخداد به صورت ملموسی به گزارش و متن آن منتقل نشده است.

#### ۱- توصیف مستقیم

گزارش‌های شبکه از نظر این زیرمقوله، ضعیف هستند. این میزان نشان‌دهنده آن است که گزارشگران از زبان توصیفی گویا برای تعبیر و تفسیر رخدادها استفاده نمی‌کنند و تا حد زیادی مسائل را ناگفته می‌گذارند. به نظر می‌رسد که گزارشگران شبکه، در تمایز

میان زبان گفتاری و زبان رسانه‌ای (اول نوشته می‌شود و به صورت گفتاری خوانده می‌شود) دقت کافی را نداشته و به گونه‌ای گفتاری و شفاهی گزارش می‌کنند.

#### ۲- شاهدان عینی

گزارش‌های شبکه با ۵۲ درصد خوب، خوب ارزیابی می‌شوند. این میزان نشان می‌دهد که گزارشگران شبکه از فاکتور شاهدان عینی برای افزایش میزان واقع‌گرایی استفاده خوبی کرده‌اند.

#### ۳- منابع رسمی

استفاده از منابع رسمی در گزارش‌های شبکه با ۳۸ درصد خوب و ۳۴ درصد ضعیف، ضعیف ارزیابی می‌شوند. این میزان نشان می‌دهد که گزارشگران به میزان لازم با مقامات رسمی ارتباط نزدیکی برقرار نمی‌کنند و بیشتر گزارش‌هایشان را بدون نیاز به این افراد آماده می‌کنند.

#### ۴- اعداد

این زیرمقوله با ۲۸ درصد خوب و ۳۸ درصد ضعیف، ضعیف ارزیابی می‌شود. در بیشتر گزارش‌های شبکه استفاده از مقادیر و اندازه‌های مبهم مرسوم است. استفاده صحیح و قابل اعتماد از اعداد، نشانگر تلاش گزارشگران برای تفسیر و تعبیر صحیح رخدادهاست و نبود آن آسیب جدی به میزان واقع‌گرایی گزارش وارد می‌کند.

#### ۵- نقل قول

این زیرمقوله ۲۵ درصد خوب و ۳۹ درصد ضعیف ارزیابی شده است. اگر این زیرمقوله را با منابع رسمی در کنار یکدیگر بگذاریم نشان‌دهنده آن است که گزارشگران خود بیشتر از همه به گزارش‌شان اعتبار می‌بخشند و تلاش نمی‌کنند با پیوندهایی که با بافت رخداد برقرار می‌کنند، وجه واقعی گزارش خود را بالا برند.



#### ۶- کاربرد تعابیر خلاقانه

این زیرمقوله نشان‌دهنده مطالعه کم گزارشگران و پایین بودن میزان اطلاعات زبانی آنهاست. در این بخش تأثیری بنیادی بر میزان برداشت مخاطبان وجود دارد، زیرا تعابیر خلاقانه وجهی نوین از یک رخداد را ترسیم می‌کنند. طبیعی است که برای بالا بردن میزان کیفی این مقولات باید از ادبیات و متون خلاقانه بهره‌برداری کرد.

#### ۷- رخدادمحور بودن گزارش

میزان این مقوله نشان می‌دهد که بیش از نیمی از گزارش‌های شبکه خبر بدون رخداد هستند. این مسئله، آسیبی جدی برای گزارش‌های شبکه است، زیرا طرح موضوعی که رخداد محسوب نمی‌شود، اولاً اطلاعات مناسبی برای گزارش فراهم نمی‌کند، در ثانی مسئله‌ای جدی یا جالب توجه نیست که مخاطبان به آن توجه نشان دهند. این زیرمقوله را می‌توان در مقام یک کلیت مورد بررسی قرار داد.

#### ب- خلق ساختار قوی ارتباطی

ساختار قوی ارتباطی همان الگو، طرح‌واره، کلیشه، ماجرا یا داستانی است که به‌عنوان محملی برای انتقال اطلاعات مورد استفاده قرار می‌گیرد. تقریباً این مقوله از خطابه، بیشتر ساختاری است تا فرآیندی و محتوایی.

وضعیت ۶ زیرمقوله این مؤلفه در گزارش‌های شبکه خبر به شرح زیر است:

#### ۱- اشاره به رخدادها قبل و آینده

این زیرمقوله در ساختارهای گزارش‌ها ضعیف است. این مسئله نشان می‌دهد که توجه به بافت زمانی و مکانی رخداد و تعبیر و تفسیر رخداد در متن واقعیت اجتماعی ضعیف است. گزارشگران مسئله پیوستگی رخدادها و توالی زمانی موضوعاتی را که ذیل یک مضمون هستند نادیده می‌گیرند و در برخورد با هر رخدادی آن را به‌صورتی واحد، یگانه و ویژه تعبیر می‌کنند. ممکن است که این برجسته‌سازی تلاشی در جهت جذابیت باشد، ولی لزوم آموزش در این زمینه‌ها جدی است.

## ۲- وارد کردن واقعیت در مدل‌های موقعیتی آشنا

این زیرمقوله در جدول‌ها و نمودارهای تحقیق متوسط به دست آمده است. از این منظر، گزارشگران موفق شده‌اند با ۵۰ درصد نسبی، مدل‌های موقعیتی آشنایی تولید کنند.

## ۳- زمینه

زمینه، مقوله اصلی ساختار روایت است که شامل زمان، مکان، کنشگران و پس‌زمینه است. این مقوله در گزارش‌ها، متوسط ارزیابی شده است و این، البته میزان مورد قبولی نیست، چون بیان زمان و مکان و پس‌زمینه، کاری معمول بوده و رعایت آن امری ساده تلقی می‌شود.

## ۴- نقطه عزیمت

نقطه عزیمت در گزارش‌های شبکه متوسط رو به ضعیف است. این مسئله نیز رضایت‌بخش نیست، چون یافتن یک نقطه عزیمت مناسب از ابتدایی‌ترین مهارت‌های گزارش‌نویسی است. نقطه‌عزیمت در واقع نشان‌دهنده نقطه‌دید گزارشگر و موضع کلی او نسبت به رخداد است. عدم وجود نقطه‌عزیمت، نشان‌دهنده عدم موضع‌گیری مناسب گزارشگر در برخورد با رخدادهاست. عدم وجود نقطه مرکزی و محوری در گزارش، موجب سردرگمی متن و عدم تثبیت معانی خواهد شد.

## ۵- مسئله محوری و باز کردن مسئله

این زیرمقوله تا حدودی مرتبط با رخدادمحور بودن گزارش است، اما به دلیل ارتباط آن با روایت در این مقوله آورده شده است. در واقع بر ساخت یک مسئله بر روی یک رخداد، پرداخت یک ذهنیت نسبت به یک عینیت است. مسئله‌محور بودن گزارش موجب ایجاد کلیتی می‌شود که آن کلیت بستر ساختاری روایی است. در واقع، طرح یک مسئله بر روی یک رخداد، طرح یک ساختار کلان است که به گزارشگر اجازه می‌دهد اجزای گزارش را در کنار هم تحت یک عنوان جمع‌آوری کند.

## ۶- نتیجه‌گیری تلویحی

نتیجه‌گیری تلویحی به معنای ارائه نتیجه در قالب ساختارها و چینش‌های آنهاست. تلویح، ایجاد ساختاری است که خود گویای معانی باشد؛ به این معنا که گزارشگر نیازی ندارد به صورت مستقیم به نتیجه خود اشاره کند. میزان این مقوله در گزارش‌ها ضعیف است. این مسئله نشان می‌دهد که یا نتیجه‌ای از متن گزارش مستفاد نشده یا به صورت مستقیم به پایان اشاره شده است.

## پ-ارائه اطلاعات نگرشی و احساسی

این مؤلفه از مقولات مربوط به فرآیند اقناع در خطابه است و مؤثر بر مخاطب و به تبع آن بر فرآیند اقناع و باورپذیری است. میزان این مقوله در گزارش‌ها ضعیف است. این مسئله نشان می‌دهد که گزارشگران به مسئله اقناع و گزاره‌هایی که باورپذیری را بالا می‌برند، اعتقادی ندارند و بیشتر به شیوه‌ای خودمحو رانه رخدادها را تعبیر می‌کنند. این مؤلفه دارای دو زیرمقوله به شرح زیر است:

### ۱- بیان واقعیت‌های احساسی

این مقوله در گزارش‌ها متوسط روبه ضعیف است. بیان واقعیت‌های احساسی، نیازمند دانش زبانی کافی و مهارت‌های توصیفی - عاطفی است. گرچه برخی از گزارشگران تلاش می‌کنند با کار بر روی واژگان یا لحن صدا از چنین مؤلفه‌ای بهره‌برداری کنند، اما در نهایت این مسئله در حد برجسته‌سازی باقی می‌ماند و منجر به خلق فرآیندی در ذهن مخاطب نمی‌شود.

### ۲- نقل باورها و افکار از پس‌زمینه‌های مختلف

این مقوله ضعیف است. نقل باورها و افکار از پس‌زمینه‌های مختلف موجب بی‌طرفی متن می‌شود. عدم توجه به این موضوع باعث عیان شدن سوگیری و موضع گزارشگر و رسانه خواهد شد.

## منابع

- ال. آر. هولستی، (۱۳۷۳). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی. (نادر سالار زاده امیری، مترجم). تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- لورف باردن (۱۳۷۴). تحلیل محتوی، (ملیحه آشتیانی، مترجم). تهران: دانشگاه شهید بهشتی، مرکز چاپ و انتشارات.
- کلووس، کریپندورف (۱۳۸۷). تحلیل محتوی: مبانی روش شناسی، (هوشنگ نیایی، مترجم). تهران: سروش.
- بدیعی، نعیم (۱۳۸۰). تحلیل محتوا، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره کل تبلیغات.
- گونتر، بری (۱۳۸۵). روش تحقیق رسانه‌ای (اندازه‌گیری مخاطبان، واکنش‌ها و تأثیر)، (مینو نیکو، مترجم). تهران: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش‌های سیما.

- Van Dijk, T. A., (Ed), (1997). Discourse as Structure and Process, Sage Publications Ltd., London.
- Van Dijk, T. A., (1988). News as Discourse, ERLBAUM ASSOCIATES PUBLISHERS, Hillsdale, New jersey.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. American journal of Sociology, 77, 660-670
- Van Dijk, T. A. & Walter Kintsch (1983). Strategies of Discourse Comprehension, Academic Press, New York.
- Polkinghorne, Donald E., (1988). Narrative Knowing and the Human Sciences, State University of New York Press, Albany.
- Elliott, Jane (2005). Using Narrative in Social Research, SAGE Publications Ltd, London.