

ژنو برگزار شود. اراده سیاسی لازم را از خود نشان دهند. مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا افزود: ما نباید این فرصت را از دست بدهیم. وی تصریح کرد: اگر طرف‌های مذاکره‌کننده همانند گذشته به همکاری‌شان ادامه دهند و اگر تمام طرف‌ها

به گزارش خبرگزاری فرانسه، فدریکا مگرینی، مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا در سخنرانی‌اش در اندیشکده چتم‌هاوس مستقر در لندن، گفت: دستیابی به توافق هسته‌ای با ایران نزدیک است و طرف‌های مذاکره‌کننده باید در دور بعدی

لودرها و بیل مک‌کینی‌ها در کارند. به حریمش تجاوز شده. تابلوی پروژه می‌گوید، قرار است پارکینگ و سرویس بهداشتی در ساحل غربی‌اش ساخته شود. لودرها آن قدر نزدیک به حریمش کار می‌کنند که تصور می‌کنی در حال حمل خاک به داخل رودخانه هستند.

جای نخاله‌های ساختمانی هم در حاشیه‌اش خالی نیست. زیر سایه تابلویی که از ممنوعیت تخلیه هر گونه ضایعات ساختمانی حکایت دارد و می‌گوید که این عمل پیگرد قانونی خواهد داشت، کامیون‌های حامل نخاله‌های ساختمانی، آجر، گچ و ... را با خود به ساحل گرمش آورده‌اند. لوله‌های قطور تخلیه فاضلاب هم در مسیر جریانش دیده می‌شوند. فاضلاب و پساب‌ها بدون هیچ نگرانی خود را به آب گل آلودش می‌رسانند و باری می‌شوند بر آلودگی‌هایش. داستان زوال کارون، داستان جدیدی نیست. سال‌هاست هر بلایی که می‌تواند بر سر هر رودخانه‌ای بیاید بر سر کارون آمدم. آبش منتقل می‌شود. زورش به سیراب کردن تالاب‌هایی که چشمشان به کارون دوخته شده، نمی‌رسد. فاضلاب و پساب داخل رودخانه تخلیه می‌شود، نخاله‌های ساختمانی هم که می‌آیند.

ادامه در صفحه ۳

زبان‌شناسی خبر

به‌سوی ارائه الگوی تولید خبر در
چارچوب رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی

دکتر فردوس آقاگل‌زاده
دکتر رضا خیرآبادی



به گل نشستگان
در سواحل جنوبی ایران

بازار شاید بسیاری از ایرانیان ندانند که زمانی در سواحل جنوبی ایران هم نهنگ یافت می‌شد و امروزه نیز بعضاً جنازه این حیوانات عظیم‌الجثه در این سواحل پیدا می‌شود. نهنگ ایرانی سالیان سال است که در آب‌های گرم خلیج فارس زندگی می‌کرده و بعضی از فصول را به استرالیا کوچ می‌کرده است اما اکنون این گونه با بهت دریاها مدتی است که با سواحل ایران قهر کرده و این منطقه را ناامن می‌بیند. به جایش حضورش

این رفقت اما، برنده میدان گاهی بازار پول است و گاهی سرمایه. یعنی گاهی مانند سال‌های پایانی دهه ۸۰ در بهمن بورس می‌روزی یا شنبه می‌چرخد و بانک‌ها هر روز تعداد بیشتری از سپرده‌گذارانشان را از دست می‌دهند و گاهی نیز مانند یکی، دو سال اخیر ورق به‌منفع بانک‌ها برگشته یعنی با رکود بازار سرمایه و خروج واسطه‌ها از بازار آرزو، سکه، این بار نوبت به بانک‌ها رسیده که برهستری شوند. البته گاهی اوقات هم برای مدتی، هر دو رقیب قافیه را به‌منفع بازار آرزو و سکه باختند و بازی به تسلاوی کشیده شد. ادامه در صفحه ۵

دوئل بازار پول و سرمایه
بر سر نرخ سود بانکی

بازار پول و سرمایه رقیب یکدیگر هستند. این رفقت هم قابل‌انکار نیست اما هر اندازه که بانک‌ها مشتاق هستند که در زمینه تأمین مالی شریک بازار سرمایه باشند در زمینه جذب نقدینگی، سایه رقیب را با تیر می‌زنند. این موضوع در مورد بورس هم صادق است. به عبارت دیگر، هر دو تلاشی می‌وقعه فرایند برای این که دیگری را از گود رقابت جهت جذب سرمایه بیرون کنند. در

نداشت و هشداد داد که بانک‌ها زیر بار سودهای کاذب نروند. وی با اشاره به طرح بانک مرکزی برای دریافت کارمزد از کارتهای بانکی می‌گوید: نظام بانکی زمانی می‌تواند موفق باشد که تمام مدیران آن منسجم کنار یکدیگر عمل کنند، اما در

رئیس کل بانک مرکزی در آخرین روزهای سال که در آستانه اتمام است می‌زبان مدیران عمل بانک‌ها بود. در این نشست آن‌طور که خبرگزاری تسنیم گزارش داده سیف از تنها گذاشتن بانک مرکزی در موضوع کارمزد کارتهای بانکی گلایه کرد

بدهی بانک‌ها به
بانک مرکزی غوغا
می‌کند

جنگ آوری البوم جنبالی از بازار



باشد حتی یک عکس دسته جمعی روی این آلبوم قرار بگیرد و به بازار بیاید این مساله هم نیازمند مجوز است. او البته پیش از آن و در تاریخ ۱۱ بهمن درخصوص آلبوم گفته بود: «این آلبوم تکخوانی خاتم نیست بلکه همخوانی است و پس از بررسی‌های لازم موفق به اخذ مجوزهای لازم از وزارت ارشاد شده است. مجوز این آلبوم قانونی صادر شده و در چارچوب ضوابط و مقررات ارشاد بررسی شده و مجوز دریافت کرده و ادعای تکخوانی صحت ندارد...»

ادامه در صفحه ۱۲

آلبوم «تو را ای کهن‌بوم‌پیر دوست دارم» که در چند هفته اخیر حاشیه‌هایی برسر تکخوانی یا همخوانی زن خواننده آن به‌وجود آمده بود، با طرح روی جلد جدید وارد بازار می‌شود. این آلبوم هفتم بهمن سال جاری رونمایی شده اما چندروز بعد از آن، حاشیه‌هایی درمورد تکخوانی یا همخوانی زن خواننده این آلبوم به‌وجود آمد. حالا بعد از گذشت یک‌ساعت گفته می‌شود این آلبوم با طرح جدیدی روی جلدش به بازار آمده است. حسین نوش‌آبادی، سخنگوی وزارت ارشاد درمورد آلبوم «تو را ای کهن‌بوم‌پیر دوست دارم» به «تسیم» گفت: «وزارت ارشاد، به ایشان نسبت به کاری که انجام داده، تذکر داده است زیرا کار وی این شائبه را به‌وجود آورده که آلبوم به‌صورت تکخوانی است. معاونت هنری، وی را احضار کرد و تذکر لازم به وی داده شد؛ نسبت به اقدامات بعدی درخصوص این آلبوم، معاونت هنری باید تصمیم بگیرد. اگر قرار

دوبی باید مرکز تجمع، فروش، خرید و عرضه هنر منطقه باشد؟ آن هم در جوار سرزمینی که شیراز، اصفهان، تبریز، کاشان، لرستان با مفرغ‌های بی‌بدیلش، کرمان و اردبیل و بی‌شمار شهر و دیار در پهنه خود دارد که مثلاً برای نمونه می‌توان در منطقه زنجان ریشه‌های دست‌کم ۵ تا هزار نقش فراموش شده را در طراحی قالی ردیابی کرد، چرا که مردم هر روستا دارای سلیقه و روش طراحی خاص خود بوده‌اند؛ چنین نمونه‌هایی را در هر منطقه‌ای از ایران می‌توان به وفور یافت. حتی اگر به آرایه‌ها و تزیینات مخصوص برای سر و صورت و سم و دم و یال و کوهال اسب و قاطر و الاغ توسط هنر روستاییان خود با دیده غفلت ننگریم، خواهیم دید که از جدیدترین مزون‌های اروپایی نیز جدیدتر و پرازنده‌ترند. و هزار دلیل و برهان که از ایستادن در چنین صحنه‌ای باید بر خود بلرزیم.

اکران «رستاخیز» با حذف ۵ دقیقه

خیلی‌ها بعد از آنکه ماه محرم تمام شد و خبری از اکران فیلم رستاخیز نشد، از اکرانش ناامید شدند و گمان کردند تازه‌ترین روایت از قیام عاشورا رنگ سینما را نخواهد دید. اما به نظر می‌رسد اکرانش در اختتامیه جشنواره رویش، سد اکران‌نکردن این فیلم را شکست و نوید آمدن یکی از پرهزینه‌ترین فیلم‌های



سینمایی ایران را بر پرده نقره‌ای داد. این فیلم که آخرین ساخته احمدرضا درویش است، در سی‌و‌نهمین جشنواره فیلم فجر نمایش داده شد و تنها دلیل اکران نشدنش، نمایش تصویر حضرت ابوالفضل (ع) بدون حجاب چهره بود؛ موضوعی که حواشی زیادی را برای این فیلم به وجود آورد و معطوف به تأیید مراجع شد؛ تأییدی که باز هم نتوانست باعث اکران فیلم شود و اصرار درویش برای حذف‌کردن صحنه‌های حضرت ابوالفضل (ع) فیلم را در محاق نگاه داشت. حالا این فیلم در جشنواره رویش به نمایش درآمد، آن‌هم با حذف پنج دقیقه از فیلم که به نظر صحنه‌های مورد اختلافی

NEWS LINGUISTICS

Towards Representing a News Production Model within Critical Discourse Analysis

Framwork by:

Ferdows Aghagolzadeh (PhD), Reza Kheirabadi (PhD)

Faculty Member of Organization for Educational Research and Planning (OERP)

■ امروزه خبر و تولیدات رسانه‌ای بر تمامی شئون زندگی فردی و اجتماعی افراد تأثیری انکار ناپذیر دارد. موضوع اصلی کتاب حاضر تحلیل زیان‌شناختی - کاربردشناختی خبر و فرایندهای حاکم بر شیوه نگارش و گزینش آن با رویکرد ارائه الگو در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی است. در این کتاب پس از معرفی و بررسی رویکردهای غالب در تحلیل زیان‌شناختی خبر، الگوی چند سطحی نگارش و گزینش خبر معرفی و شواهد مختلفی در تأیید کارایی آن ارائه می‌شود. مخاطبان این کتاب تمامی اساتید، پژوهشگران و دانشجویان مشتاق به حوزه رسانه و تحلیل خبر می‌باشند؛ طیف وسیع و متنوعی از دانشجویان و محققان رشته‌های: زبان‌شناسی همگانی، روزنامه‌نگاری، مطالعات رسانه، علوم اجتماعی، علوم سیاسی، تحلیل گران گفتمان، فعالان عرصه‌های رسانه‌ای و خبری اعم از خبرنگاران، دبیران تحریریه، سردبیران، مدیران رسانه‌ای و فرهنگی، پژوهشگران دانشکده‌های تخصصی خبر و صدا و سیما، فعالان حوزه روابط عمومی و تمامی علاقه‌مندان به تحلیل رسانه و سازوکارهای تولید خبر.



ISBN 978-964-404-286-7

۲۵۰۰ تومان

واکنش
گروه

سازمان
سالاته
خود
را
سالی
رهبران
چرا
در برابر
گروه
توصیف
کر
به گزارش
ا
سالاته
خود
طرفداری
می‌کنند
در
و فلاکت
بار
عفو بین
الملل
در این
رابطه
سال جاری
گزارش
آمد
را که میلیو
خشونت‌ها
اروپا یک
س

از ورود افراد
فرار می‌کنند
سال ۲۰۱۴
کودک از
مرگبار فرار
مساله باید

۶۱۱-
۱۷۰۰

زبان‌شناسی خبر

سرشناسه	: آفاکل زاده، فردوس، ۱۳۲۰ -
عنوان و نام پدیدآور	: زبان‌شناسی خبر: به سوی ارائه الگوی تولید خبر در چارچوب رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی / مولفان: فردوس آفاکل زاده، رضا خیرآبادی.
مشخصات نشر	: تهران: نشر علمی، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۳۳۴ ص.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۴۰۴-۲۸۶-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۳۶۶.
موضوع	: رسانه‌های گروهی و زبان
موضوع	: خبرنگاران و خبرنگاری
موضوع	: روزنامه‌نگاری -- نویسندگی
شناسه افزوده	: خیرآبادی، رضا
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۳ ۲۲۷/ز ۸۹۶
رده بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳۰۱۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۶۵۰۹۰۹

زبان‌شناسی خبر

به سوی ارائه الگوی تولید خبر در چارچوب
رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی

مؤلفان:

دکتر فردوس آقاگل‌زاده

(دانشیار گروه زبان‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس)

دکتر رضا خیرآبادی

(عضو هیئت علمی سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی)





خیابان انقلاب - مقابل دانشگاه تهران شماره ۱۲۲۴

تلفن: ۶۶۴۶۰۶۶۷ فکس: ۶۶۴۹۶۶۱۱

زبان‌شناسی خبر

به سوی ارائه الگوی تولید خبر در چارچوب

رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی

دکتر فردوس آقاگل زاده

(دانشیار گروه زبان‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس)

دکتر رضا خیرآبادی

(عضو هیئت علمی سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی)

چاپ اول: ۱۳۹۳

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

لیتوگرافی: کوثر

چاپ: رامین

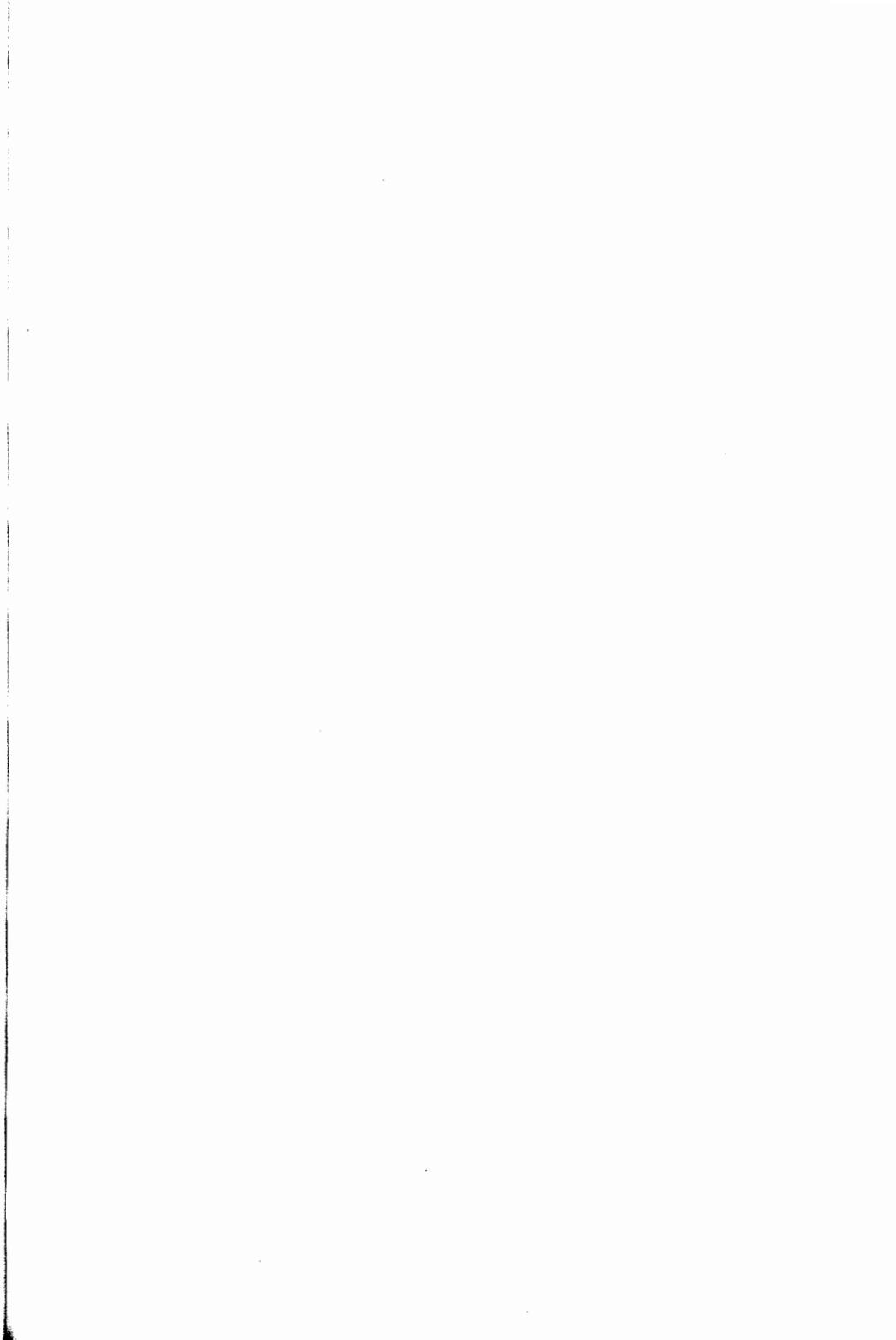
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۰۴-۲۸۶-۷

تلفن‌های تماس جهت دریافت کتاب در منزل یا محل کار:

۶۶۴۶۳۰۷۲-۶۶۴۶۰۵۱۱-۱۲

فهرست مطالب

فصل اول: تعاریف و مفاهیم کلیدی	۱۳
فصل دوم: مروری بر پژوهش‌های زبان و رسانه در عرصه بین‌المللی	۴۳
فصل سوم: مروری بر پژوهش‌های زبان و رسانه در داخل کشور	۷۷
فصل چهارم: نگاهی به مفهوم ارزش‌های خبری	۹۳
فصل پنجم: مبانی نظری پژوهش	۱۱۵
فصل ششم: الگوی زبانشناختی تولید خبر	۱۶۵
فصل هفتم: شواهدی در کارایی انگاره زبانشناختی نگارش خبر ۲۰۱	۲۰۱
فصل هشتم: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری	۲۵۵
فهرست منابع	۲۶۵



پیشگفتار

جان نباشد جز خبر در آزمون هر که را افزون خبر جانش فزون
جان ما از جان حیوان بیشتر از چه؟ زان رو که فزون دارد خبر
مثنوی معنوی / دفتر دوم

رسانه‌ها، توانمندترین ابزار اطلاع رسانی و کنترل افکار عمومی در عصر حاضر هستند که نقشی انکار ناپذیر در رشد و تکامل بشر از یک سو و مصرف‌زدگی و توده‌گرایی انسان معاصر از دیگر سو ایفا می‌کنند. کتاب حاضر در ارتباط با موضوع رسانه و تحلیل زیانشناختی خبر و ارائه الگویی انتقادی از تولید اخبار در رسانه‌هاست. از این رو، به این جنبه دو گانه رسانه و مهمترین محصول رسانه‌ای یعنی "خبر" توجه ویژه‌ای دارد. فصل نخست کتاب به ارائه برخی تعاریف از مفاهیم کلیدی مورد نظر در ادامه اثر اختصاص دارد. فصل دوم، مروری است اجمالی بر پژوهش‌های زبان و رسانه در عرصه

بین‌المللی و به معرفی رویکردهای غالب و کلاسیک تحلیل خبر در چارچوب دستاوردهای زبان‌شناختی اختصاص یافته است. فصل پی‌آیندی نیز به بررسی و معرفی پژوهش‌های داخلی انجام شده در این حوزه می‌پردازد. چهارمین فصل کتاب به مفهوم "ارزش‌های خبری" به عنوان ملاک‌های گزینش خبر و به ویژه فهرست ارزش‌های خبری گالتانگ و روژ و فهرست‌های تکمیلی بعدی اختصاص دارد که مفهوم مرکزی این فصل یعنی ارزش‌های خبری در فصول آتی و در مرحله ارائه الگو نیز بسیار مورد اشاره قرار خواهد گرفت. مبنای نظری پژوهش که مبنای ارائه الگوی مورد نظر است در فصل پنجم کتاب معرفی و سپس در فصل ششم، الگوی زبان‌شناختی نگارش و گزینش خبر ارائه می‌گردد. در فصل هفتم شواهدی از متون خبری در کارائی انگاره مذکور ارائه می‌شود و در نهایت، هشتمین فصل کتاب به عنوان فصل پایانی، به جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از بحث اختصاص یافته و برخی نقدها و نظرات صاحب‌نظران در زمینه الگوی پیشنهادی ارائه شده است.

کتاب حاضر می‌تواند برای تمامی پژوهشگران علاقه‌مند به حوزه مطالعات رسانه و زبان خبر، تحلیل‌گران و مفسران حوزه ارتباطات و علوم اجتماعی، سیاسی و بین‌المللی، به ویژه دانشجویان و

پژوهشگران زبان‌شناس و جامعه رسانه‌ای کشور حرف‌های تازه‌ای برای گفتن داشته باشد، هرچند بی‌شک تلاش‌هایی از این دست گام‌های نخستین از مسیری جذاب، اما کمتر پیموده است که هر روز و همه روز شرایط و اقتضائات جدیدی را فراروی پژوهشگران قرار می‌دهد. مسلم آن که علم زبان‌شناسی، دانش مطالعه نظام‌مند و علمی زبان، تازه‌های بسیاری برای افزودن به حیطه مطالعات زبان رسانه و تحلیل متنی اخبار دارد. در این بین رویکردهای تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی، زوایای کمتر مکشوف اخبار را فرا روی پژوهشگران و توده مردم به عنوان مصرف‌کنندگان و مخاطبان اصلی محصولات رسانه‌ای قرار می‌دهد. مؤلفان کتاب حاضر امیدوارند ماحصل این تلاش که از یک سو به میراث غنی زبان‌شناسی خبر در عرصه قلمی و بین‌المللی توجه دارد و از دیگر سو به ارائه الگویی بومی و ایرانی از فرایند نگارش خبر پرداخته است، برای مخاطبان فرهیخته کتاب مفید فایده واقع شود و باب جدیدی از مطالعات بینا رشته‌ای در زمینه زبان‌شناسی خبر و زبان رسانه را فراروی مشتاقان و صاحب نظران بگشاید. بی‌شک این اثر همانند هر تألیف و تصنیف پرداخته ذهن بشر، عاری از لغزش و کاستی نیست، به ویژه آن که وارد حیطه خطیر نظریه‌پردازی شده و به ارائه الگو نیز پرداخته است. از این

روی، مؤلفان از صمیم قلب امیدوار هستند که مخاطبان فرهیخته کتاب، نظرات ارزشمند و عالمانه خود را در مسیر اصلاح و ارتقای سطح علمی این اثر از ایشان دریغ ندارند. نگارش کتاب حاضر بدون همفکری و هم‌افزایی جمعی از زبان‌شناسان و پژوهشگران بین‌المللی میسر نبود. به ویژه گروهی از سرشناس‌ترین زبان‌شناسان عرصه زبان و خبر از جمله گرت یاکوبس^۱، کالین کاتر، دانیل پرین، پیترو مونتیگل و سایر اساتید زبان‌شناسی دانشگاه دولتی گنت^۲ بلژیک در انجام این پژوهش دانسته‌های خود را سخاوتمندانه در اختیار پژوهشگران قرار دادند. در این بین گرت یاکوبس با اشتیاق فراوان و اشراف مثال زدنی‌اش در حوزه زبان و رسانه نقش بسیار زیادی در نهایی شدن الگوی مورد نظر داشت.

بی‌شک انجام این پژوهش به شکل کنونی، بدون کمک‌های پروفیسور تئون ون دیک مقدور نبود. ایشان از ابتدای انجام این پژوهش تا پایان به تمامی پرسش‌ها با دقت و حوصله مثال زدنی پاسخ گفتند و مقالات و منابع بسیاری را با سخاوت تمام در اختیار پژوهشگران نهادند. دیگر زبان‌شناس برجسته حوزه تحلیل گفتمان

1- Geert Jacobs

2- University of Gent/Ghent (Belgium)

انتقادی، تئون ون لیون نیز در طول پژوهش با راهنمایی های بسیار مفید و ارزشمندش یاری مان نمود.

مؤلفان در پایان مراتب سپاسگزاری خود را از ناشر محترم این اثر اعلام می دارند و این کتاب را به تمامی خبرنگاران و فعالان رسانه که در راه روشنگری و اطلاع رسانی مرارت های بیشماری را متحمل می شوند تقدیم می کنند.

فردوس آفاگل زاده و رضا خیرآبادی

بهمن ماه یک هزار و سیصد و نود سه

فصل اول

تعریف و مفاهیم کلیدی

آغاز سخن

انسان به مثابه موجودی اجتماعی، همواره در طول تاریخ تمایلی شدید و مستمر به انتقال احساسات، اندیشه‌ها و عواطف خود داشته است. نشانه‌ها و آثار بدست آمده از انسان‌های اولیه که در غارهای تاریک و یا بر تخته سنگ‌های دور از دسترس به حکاکی و کنده‌کاری نقوش حاوی معانی مختلف اقدام می‌کرده‌اند حاکی از همین میل جاودانه بشر به انتقال پیام می‌باشد و اگرچه اطلاعات به دست آمده از آن دوران برای اظهار نظرهای قطعی علمی در بسیاری زمینه‌ها کافی به نظر نمی‌رسد اما آشکار است که میل به جاودانگی، بیان احساسات

درونی و انجام گفت‌وگو او را واداشته که به شکل مکتوب به بیان آنچه در ذهن داشته، بپردازد.

تصاویر حکاکی شده بر دیواره غارها با هر نیتی که کشیده می‌شدند، بی‌تردید زمینه‌ساز ایجاد و شکل‌گیری خط و نظام‌های نگارشی مکتوب شدند. برای این که نشانه‌های مکتوب تشکیل یک نظام نگارشی کارا بدهند، می‌بایست با واحدهای زبانی معتبر، رابطه‌ای نظام مند داشته باشند. نخستین کوشش‌های انسان جهت ایجاد ارتباط به وسیله نشانه‌های دیداری، نقاشی‌هایی ساده بود. بسیاری از نقاشی‌های باقی مانده از دوران گذشته، عمدتاً بر روی صخره‌های غارها حکاکی شده و در خلوت نمور و تاریک این مکان‌ها از گزند باد و باران برای سالیان سال محفوظ مانده‌اند. نخستین نمونه‌های نظام‌های نوشتاری به شرق مدیترانه مربوط می‌شوند که قدمت آنها تا حدود سه هزار سال پیش از میلاد مسیح می‌رسد. به هر شکل اگر چه در مورد تاریخچه خط و نحوه ارتباط نظام‌های مختلف نگارشی با یکدیگر، اختلاف نظرهایی در بین تاریخ‌نویسان و زبان‌شناسان به چشم می‌خورد، ماهیت غیرقابل انکار خط، یعنی انتقال پیام به فرد دیگری که خواننده آن خواهد بود، نزد همه زبان‌شناسان امری پذیرفته است.

با گذر بشر در مسیر زمان و با شکل‌گیری رسانه‌های گروهی^۱ از جمله رسانه‌های نوشتاری مانند مطبوعات و کتاب‌ها، رسانه‌های مختلف دیداری و شنیداری مانند رادیو، تلویزیون و سیستم‌های ماهواره‌ای و اخیراً رسانه‌های الکترونیک مانند اینترنت (که هر یک تاریخچه، کارکرد و ضریب نفوذ خود را در جوامع مختلف دارا می‌باشد) این فرایند شکل‌دهی و ارسال پیام، قالبی سازمان‌یافته‌تر، حرفه‌ای‌تر و قابل‌مطالعه‌تر یافت.

اکنون ارتباطات،^۲ به عنوان شاخه‌ای از علوم انسانی که در حوزه علوم اجتماعی قرار می‌گیرد، از برجسته‌ترین شاخه‌های این علم محسوب می‌گردد، به طوری که خود دارای بخش‌ها و انشعابات متنوع و وسیعی گردیده است. زمانی یک روزنامه و یا حتی یک ایستگاه رادیویی، توسط تعداد اندکی از افراد و گاه حتی فقط یک نفر اداره می‌گردید اما اکنون فرایند رقابتی حاکم بر امور رسانه دیگر چنین رویکردی را برنمی‌تابد و در جریان تولید و انتشار یک روزنامه محلی هم افراد بسیاری دخیل می‌باشند که هر کدام در عرصه‌ای خاص دارای توانایی و تخصص می‌باشند. امروزه در سایه توسعه سازمان‌های

1- Mass Media

2- Communication

ارتباط گروهی^۱ تخصص‌ها و حرفه‌های گوناگون با توجه به نیازهای ایجاد شده، شکل گرفته‌اند که هر یک دارای زمینه‌ها و نیازهای علمی خاص خود می‌باشند.

ارتباطات جمعی و وسائل ارتباطی خاص آن، در طی سال‌های اخیر گسترش غیرقابل انکاری به لحاظ کمی و کیفی یافته و همین عرصه رقابتی، موجب افزایش سرعت انعکاس رویدادها آن هم به شکلی علمی‌تر و قاعده‌مند گردیده است. امروزه دیگر کمتر دانشگاه معتبری را می‌توان یافت که نسبت به علوم ارتباطات و رسانه بی‌تفاوت باشد و کرسی‌های تدریس دروس ویژه این دوره‌ها در برنامه علمی آن جایگاهی نداشته باشد. صاحب‌نظران فراوانی با گرایش‌های مختلف در عرصه ارتباطات به اظهارنظر پرداخته و مکتب‌های علمی متنوعی در این زمینه ایجاد گردیده است. به تبع این رویکرد گسترده به ارتباطات جمعی و رسانه‌های مختلف، مطالعات رسانه‌ای^۲ نیز به سرفصلی مهم در عرصه علوم ارتباطات مبدل گردیده است.

1- Mass communication organizations

2- Media studies

راینر^۱ و دیگران (۲۰۰۱، پیشگفتار) در مقدمه کتاب "مطالعات رسانه: درآمدی بر مبانی"^۲ در مورد اهمیت این رشته می‌نویسند: "رسانه‌ها، حدود هفتاد سال است که موضوع تحقیقات دانشگاهی بوده‌اند. هرچند، تنها از دهه گذشته [دهه هشتاد میلادی] است که مطالعات رسانه به عنوان موضوعی مهم، مورد توجه توده مردم قرار گرفته است. هرچند نقدهای غیرمنصفانه‌ای در مورد این موضوع در سالیان اخیر انجام گرفته، مطالعات رسانه اثبات نموده که در بین دانشجویان و محققان به شکل فزاینده‌ای مورد اقبال واقع گردیده است. در تابستان سال دو هزار میلادی، بیش از پانزده هزار دانشجوی در سطح ممتاز (A Level) در دوره‌های مطالعات رسانه شرکت کردند. در مقطع تحصیلات تکمیلی حدود ۳۵۰۰۰ دانشجوی در حال مطالعه رسانه می‌باشند که بنا به اعلام "آژانس ملی کاریابی دانش‌آموختگان"^۳ حدود ۷۵ درصد آنها در بخش‌های مرتبط، جذب بازار کار خواهند شد."

1- Philip Rayner

2- Media Studies: Essential Introductory

3- National Graduate Employment Agency

و البته واضح است که آمار ارائه شده تنها مربوط به ایالات متحده آمریکاست و این آمار در سطح بین‌المللی بسیار فراتر از ارقام اعلام شده توسط رایتر می‌باشد.

تحقیقات در زمینه رسانه و تأثیرگذاری آن بر توده مردم در آثار مارشال مک لوهان^۱ که او را پدر تحقیقات رسانه نیز لقب داده‌اند، بسیار مورد توجه دیگر محققان علوم اجتماعی و ارتباطات جمعی قرار گرفت. به ویژه انتشار دو کتاب "کهکشان گوتنبرگ"^۲ در سال ۱۹۶۲ توسط انتشارات دانشگاه تورنتو و پس از آن کتاب بسیار معروف و تأثیرگذار "فهم رسانه"^۳ در سال ۱۹۶۴ توسط انتشارات مک گراو-هیل^۴ انقلابی در عرصه تحقیقات رسانه ایجاد نمود.

مک لوهان در کتاب "کهکشان گوتنبرگ" تاریخ بشری را به سه کهکشان مجزا تقسیم می‌کند که عبارتند از: "کهکشان شفاهی"^۵، "کهکشان گوتنبرگ"^۶ و "کهکشان مارکونی"^۷ (مک لوهان، ۱۹۶۴). منظور او از کهکشان اول یا کهکشان شفاهی که از

1- Marshal McLuhan

2- The Gutenberg Galaxy

3- Understanding Media

4- McGraw-Hill

5- Oral Galaxy

6- Gutenberg Galaxy

7- Marcony Galaxy

ماقبل تاریخ شروع و تا سال ۱۴۵۳ میلادی ادامه داشت، دوران قبل از اختراع ماشین چاپ توسط گوتنبرگ آلمانی است. همان طور که از نامگذاری مک لوهان پیداست در این دوران، انتقال شفاهی پیام نقش اصلی را در عرصه ارتباطات بشری ایفا می کرد. اما با اختراع ماشین چاپ، "کهکشان گوتنبرگ" آغاز گردید و بشر به مدت ۳۸۰ سال، ساکن این کهکشان بود. محسنیان راد در تشریح تفاوت کهکشان شفاهی و کهکشان گوتنبرگ می نویسد: "او [مک لوهان] برای آدم های ساکن در هر کهکشان خصیصه هایی را بر می شمارد. انسان کهکشان شفاهی، قضایا و رویدادها را متفاوت از انسان کهکشان گوتنبرگ می نگرد. دنیای طبیعی چنین انسانی را حد و حدود شنوایی او می سازد. دنیایی کوچک با مرزی کاملاً در افق دید. دنیای آدم مقیم کهکشان گوتنبرگ را دنیای خطوط مستقیم و پشت سرهم، دنیای اعتقادات به فرضیه های ثابت و معلوم، دنیای طبقه بندی ها، دنیایی که در آن هر چیز باید در طبقه مخصوص خود قرار گیرد و هر معلولی فقط از علت تعیین شده خود ریشه می گیرد تشکیل می دهد.

مک لوهان می گوید که آدم ساکن کهکشان گوتنبرگ توانسته به تمام هنرها و علوم، ریاضیات و فیزیک، نقاشی و شعر، حالت و شکل جدیدی بدهد به این ترتیب اقامت در این کهکشان او را از زمان و

مکان برای تمام قرون و در تمام جهت و گوشه‌های فرهنگ موجود، یکسره تغییر داد." (محسنیان راد، ۱۳۸۲: ۸۸ و ۴۸۷)

کهکشان مارکونی هم با افتتاح اولین ایستگاه فرستنده رادیویی در سال ۱۹۲۰ میلادی در شهر لندن آغاز گردید. البته رادیو در سال ۱۸۹۵ اختراع شد اما همان طور که محسنیان راد اشاره می‌کند آغاز کهکشان مارکونی را می‌بایست هم زمان با افتتاح اولین فرستنده رادیویی جهان دانست.

رادیو رسانه‌ای با "قابلیت جابجایی"^۱ بالا و "نیاز به تمرکز اندک از جانب مخاطب"^۲ و تنوع وسیع با هزینه‌ای متوسط، گزینه رسانه‌ای مناسبی به حساب می‌آید، که هنوز و با ابداع و فراگیر شدن انواع جدید رسانه‌ها کارکرد خود را حفظ نموده است.

مک لوهان در کتاب "فهم رسانه" که در سال ۱۹۶۴ به چاپ رساند عمدتاً بر ماهیت رسانه‌ها و کارکرد رسانه‌های مختلف تأکید نمود و در این کتاب جمله بسیار معروفی را مطرح کرد که هم پای نام خود او معروف گردید: "رسانه، پیام است" و به این شکل نشان داد که بیش از آن که شیفته دستاوردهای فناورانه عرصه رسانه باشد، به محتوا و پیام آن اهمیت می‌دهد. وی همچنین نظریه معروف "دهکده

1- Portability

2- Low demands on attention

جهانی^۱ را مطرح نمود و پیش بینی کرد که با گسترش نفوذ بین‌المللی رسانه ها، جهان به دهکده‌ای کوچک مبدل خواهد گردید که در آن همه از همه چیز مطلع خواهند شد و کسب اطلاع از اخبار و حوادث، دیگر امری پیچیده و غیر ممکن محسوب نمی‌گردد.

با آن چه ذکر شد، نامیده شدن دوران معاصر به عنوان عصر ارتباطات، با توجه به نقش حیاتی و غیر قابل انکار این پدیده، به هیچ عنوان گزافه به نظر نمی‌رسد. گسترش دامنه و نفوذ رسانه در وجوه مختلف زندگی انسان امروز، سبب گردید تا محققان و دانشمندان دیگر عرصه‌های مرتبط با علوم ارتباطات (و به طور اعم علوم اجتماعی) به این حیطه، توجه خاصی نشان دهند. امروزه، شاخه‌های مختلفی از علوم بینا رشته‌ای^۲ از امتزاج علوم ارتباطات با سایر شاخه‌های علم ایجاد گردیده است. فلاسفه، مهندسان الکترونیک، روان شناسان، جامعه شناسان و به ویژه زبان شناسان در سالیان اخیر توجه ویژه‌ای به عرصه ارتباطات جمعی و رسانه از خود بروز داده‌اند و اکنون بسیاری از زبان شناسان برجسته مکاتب مختلف در این عرصه به فعالیت مشغول هستند. تغییر و تحول بسیار سریعی که در

1- Global Village
2- interdisciplinary

این حیطة در حال رخ دادن است حتى بسيارى از مفاهيم اوليه و پذيرفته شده اين عرصه را نيز با چالش روبه رو کرده است.

همان طور که گفتيم مک لوهان زمانى رسانه را "پيام" ناميد اما با تغييرات و تحولات شتابنده پيش روى رسانه ها، اکنون ديگر بسيارى از مفاهيم پيشتر مورد اتفاق عرصه اطلاع رسانى، دستخوش تغيير گرديده است.

سرشناس ترين زبان شناس نيمه دوم قرن بيستم يعنى نوآم چامسكى در زمينه مطالعه انتقادى رسانه تحقيقات شايد توجهى به انجام رساننده است. به عنوان مثال مى توان به كتاب "توليد رضايّت" او اشاره کرد که با همکارى ادوارد اس هرمن آن را به رشته تحرير درآورد. چامسكى در اين اثر ابتدا به ارائه مدلى خاص براى تبليغات ايدئولوژيک (پروپاگاندا) مى پردازد و آنرا "مدل پروپاگاندا" مى نامد و پس از آن حتى خود، شخصاً به صورت کاربردى، بر مبنای اين مدل، عملکرد و نحوه پوشش خبرى وسايل ارتباط جمعى در کشور آمريکا را تحليل مى کند. تا چند دهه قبل بسيارى از مردم عادى و حتى متفکران جوامع غربى بر اين اندیشه بودند که رسانه هاى غربى دارى آزادى عمل هستند و تنها بر مبنای اصل بى طرفى و ملاک هاى علمى

به پوشش اخبار می‌پردازند اما پس از تحقیقات کاربردی زبان شناسان برجسته‌ای همچون فاولر، ون دیک و چامسکی و هرمن امروزه دیگر هیچ تردیدی در جهت دار و جانبدارانه بودن اخبار رسانه‌ها به چشم نمی‌خورد و گرچه هنوز رهبران بسیاری از آثر رسانه‌های غربی بر اسطوره بی‌طرفی رسانه‌های خود تاکید می‌ورزند اما در سایه تجزیه و تحلیل علمی داده‌های برگرفته شده از متن همین رسانه‌ها و نتایج علمی مأخوذه، اسطوره رسانه‌های آزاد و بیطرف در حال رنگ باختن است.

تا چند دهه قبل که تحقیقاتی چنین علمی و متقن در جهت تحلیل گفتمان در عرصه رسانه به انجام نرسیده بود، همین که خبری توسط یک بنگاه خبری یا خبرگزاری معروف و جهانی مخابره می‌شد، به مثابه اعتبار و صحت خبر تلقی می‌گردید و نامهایی چون رویترز و اسوشیتدپرس ضامن معتبر بودن یک آیتم خبری مخابره شده بودند، اما امروزه این آگاهی در نزد مخاطبان رسانه در سطح جهان در حال شکل‌گیری است که تمامی رسانه‌ها و خبرگزاری‌های بین‌المللی، دارای سوگیری‌های خاص خود هستند و به عنوان مثال، دیگر همه اهالی مطبوعات و حتی مخاطبان آنها می‌دانند که اخبار مخابره شده

توسط خبرگزاری فاکس نیز غالباً همسو با سیاست‌های تبلیغاتی کاخ سفید می‌باشد.

جایگاه و اهمیت پروپاگاندا در تأثیرگذاری بر توده مردم و ایجاد رضایت در آنها از دهه ۱۹۲۰ میلادی مورد مطالعه قرار گرفت و لیپمن^۱ در این زمینه تحقیقات جالبی به انجام رساند، از جمله تحقیق مشترک او با مرتس^۲ که در سال ۱۹۲۰ با نام "آزمون اخبار: بررسی گزارش‌های خبری در روزنامه نیویورک تایمز در مورد جنبه‌های حائز اهمیت انقلاب روسیه برای آمریکایی‌ها از مارس ۱۹۱۷ تا مارس ۱۹۲۰"^۳ منتشر شد.

حاصل این تحقیق در شماره ۲۹۶ نشریه نیو ریپابلیک^۴ سال ۱۹۲۰ منتشر گردید و نکات ارائه شده در آن بعدها بسیار مورد توجه زبان‌شناسان و محققان عرصه رسانه قرار گرفت. در پیش گفتار کتاب "فیلترهای خبری" (ترجمه فارسی کتاب تولید رضایت چامسکی و هرمن) در مورد نظرات لیپمن در مورد اهمیت پروپاگاندا در فرایند تولید رضایت می‌خوانیم: "اهمیت پروپاگاندا را والتر لیپمن در سالهای

1- Walter Lippman

2- C.Merz

3- A Test of the News: An Examination of the News Reports in the New York Times on Aspects of the Russian Revolution of special importance to Americans March 1917 – March 1920.

4- The New Republic