

فرایند تحلیل گفتمان

ترّا میر فخرایی

میر فخرایی، تژا، ۱۳۳۵ -

فرایند تحلیل گفتمان / تژا میر فخرایی؛ تهیه کننده اداره کل تبلیغات (اداره هماهنگی روابط عمومی های کشور) - - تهران :
ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۸۳.
۱۰۲ ص.

ISBN:964-6757-78-2 ۵۰۰۰ ریال

ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

۱. گفتمان. ۲. ارتباط - - جنبه های اجتماعی. ۳. روابط اجتماعی. ۴. روابط بین اشخاص. الف. ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
اداره کل تبلیغات. اداره هماهنگی روابط عمومی های کشور. ب. ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و تحقیقات
رسانه ها. چگونگی.

۴۰۱/۳۱

۳ ق. ۹ م/۲۳۰۲

۲۵۶۱۲ - ۸۴ م

کتابخانه ملی ایران



مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها

فرایند تحلیل گفتمان

تهیه کننده: اداره کل تبلیغات (اداره هماهنگی روابط عمومی های کشور)

نویسنده: تژا میر فخرایی

تیراژ: ۳۰۰۰ جلد

قیمت: ۵۰۰۰ ریال

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۹۶۴-۶۷۵۷-۷۸-۲ ISBN : 964-6757-78-2

تلفن: ۲۸۴۰۱۳۳

نشانی: تهران، صندوق پستی ۱۴۱۸۵/۳۶۹

فهرست مطالب

۵	مقدمه
۷	پیشگفتار
۱۱	مقدمه
۱۳	فرایند تحلیل گفتمانی
۱۷	برش به عنوان یک ابزار : تحلیل "درزمان" و "همزمان"
۲۲	سطح و عمق متن
۲۵	سطح سطح؛ فوقانی ترین لایه یک متن
۲۸	اصطلاحات
۳۸	ساختار جمله
۴۵	سطح خرد و مباحث معنایی
۴۶	مبحث انسجام به مثابه ابزاری برای تحلیل در سطح خرد
۵۳	عمق سطح؛ ساختارهای کلان متنی
۵۶	ساختارهای جهانشمول متنی
۶۶	سطح عمق
۶۸	انتخاب
۸۹	عمق عمق
۹۹	فرایند تحلیل گفتمانی : یک نتیجه گیری

مقدمه

یکی از مشکلات ساختاری روابط عمومی‌ها در کشور ما فقدان منابع علمی و مکتوب است و این مشکل به سبب تمرکز همان حداقل‌ها یعنی منابع، متخصصان و کارشناسان در مرکز کشور، باعث شد که اداره کل تبلیغات در راستای گسترش و اشاعه ادبیات روابط عمومی، انتشار کتابچه‌های آموزشی را با در نظر گرفتن مهم‌ترین موضوعات در این حوزه در دستور کار خود قرار دهد. ما معتقدیم که در کشور ما عبور روابط عمومی‌ها از عصر کهکشان گوتنبرگ بسیار سریع و بدون تدبیر و تعمق واقعی در منابع علمی و تحقیقاتی صورت گرفته است و به این دلیل همواره در این عرصه دچار چالش‌های جدی به‌ویژه در شناخت ماهیت روابط عمومی بوده‌ایم.

امروزه هر دو گونه نظام آموزش روابط عمومی در جهان که یکی مبتنی بر تئوری و دیگری مبتنی بر تجربه و تئوری است، معتقد به نقش و تأثیر بنیادی آموزش و پژوهش در بهبود وضعیت و ایجاد

بستر لازم برای ارتقا روابط عمومی‌ها هستند. در آخر از کلیه مدیران و کارشناسان روابط عمومی کشور می‌خواهیم که به منابع و مآخذ علمی و تئوری روابط عمومی توجه بیش‌تری داشته باشند و سعی کنند که کفه تئوری و دانش را در ترازوی روابط عمومی، حداقل همپای کفه تجربه قرار دهند. همچنین اداره هماهنگی روابط عمومی‌های اداره کل تبلیغات آماده است تا از نظرات و پیشنهادات همه کارشناسان و اعضای خانواده روابط عمومی کشور برای اعتلا و ارتقای وضعیت روابط عمومی‌ها استفاده کند.

اداره هماهنگی روابط عمومی‌های کشور

اداره کل تبلیغات

پیشگفتار*

ون‌دایک در پاسخ به این سؤال که گفتمان دقیقاً به چه معنایی است؟ اظهار می‌دارد که «کاش می‌توانستیم آنچه را دربارهٔ گفتمان می‌دانیم، به شکلی فشرده در تعریفی ساده بگنجانیم.» او ادامه می‌دهد که «اما متأسفانه مفهوم گفتمان نیز مانند مفاهیمی چون "زبان"، "ارتباط"، "تعامل"، "جامعه" و "فرهنگ" مفهومی اساساً مبهم است.»

ون‌دایک برای توضیح گفتمان ابتدا از "فهم متعارف از گفتمان، آن‌گونه که در زبان روزمره و فرهنگ‌های لغات به کار می‌رود"، آغاز می‌کند. او می‌افزاید که «در این‌گونه موارد، اصطلاح "گفتمان" معمولاً به شکلی از کاربرد زبان، مثلاً در یک

* پیشگفتاری دربارهٔ مطالعهٔ گفتمان برگرفته از صفحات ۱۵ تا ۱۹ از مقالهٔ "مطالعهٔ گفتمان" نوشته ون‌دایک است که در کتاب **مطالعاتی در تحلیل گفتمان** (تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۲) منتشر شده است.

سخنرانی یا حتی به طور کلی تر، به زبان گفتاری یا شیوه سخن گفتن اشاره دارد، مثلاً هنگامی که درباره "گفتمان رئیس جمهور پیشین آمریکا، رونالد ریگان"، حرف می‌زنیم، به این معنای آن نظر داریم. یکی دیگر از اشکال کاربرد اصطلاح گفتمان را که پیوسته رواج بیش‌تری می‌یابد، اما هنوز غیررسمی است، می‌توان در رسانه‌ها یا برخی از علوم اجتماعی و مثلاً هنگامی که از "گفتمان نولیبرالیسم"، سخن می‌رود، مشاهده کرد. در این مورد "گفتمان" صرفاً به زبانی که سیاستمداران یا متفکران نولیبرال به کار می‌برند اشاره نمی‌کند، بلکه به اندیشه‌ها و فلسفه‌هایی که آنان مبلغ آن‌اند، نیز نظر دارد. درواقع، مطالعه گفتمان نولیبرال، ممکن است هیچ توجهی به کاربرد زبان نداشته باشد.

تحلیل‌گران گفتمان می‌کوشند از مرز تعاریف درگذرند. آن‌ها قبول دارند که گفتمان شکلی از کاربرد "زبان" است، اما از آن‌جا که این تعریف کماکان تعریفی مبهم و اغلب نادقیق است، گفتمان‌کاوان مفهوم نظری تر "گفتمان" را که حدود و ثغوری خاص‌تر دارد، اما درعین حال، کاربردهایش گسترده است به کار می‌گیرند.

گفتمان‌کاوان برآن‌اند که مؤلفه‌های اساسی دیگری را نظیر این‌که چه کسی، چگونه، چرا و چه وقت به کاربرد زبان روی می‌آورد، به مفهوم گفتمان اضافه نمایند. در همین واریسی اولیه مفهوم گفتمان، ما با سه بُعد اصلی رویه‌رو شده‌ایم:

الف. کاربرد زبان؛ ب. برقراری ارتباط میان
 باورها (شناخت)؛ ج. تعامل در موقعیت‌های
 اجتماعی.

وظیفه یا هدف اصلی مطالعه گفتمان، فراهم آوردن
 توصیفی یکپارچه از این سه بعد اصلی گفتمان است: چگونه
 کاربرد زبان بر باورها و تعامل تأثیر می‌گذارد یا برعکس،
 چگونه تعامل بر نحوه سخن گفتن مردم تأثیر می‌گذارد یا
 چگونه باورها، کاربرد زبان و تعامل را کنترل می‌کنند. همچنین،
 می‌توان از مطالعات گفتمانی انتظار داشت که علاوه بر به دست
 دادن توصیف‌های نظام‌مند، نظریه‌هایی برای توضیح مناسبات
 میان کاربرد زبان، باورها و تعامل ارائه کنند. با آن‌که بسیاری از
 گفتمان‌کاوان به‌طور خاص به زبان محاوره یا گفت‌وگو توجه
 می‌کنند، وارد کردن متن‌های نوشتاری در مفهوم گفتمان نیز
 مفید است و البته متون نوشتاری نیز، درست مثل گفت‌وگو،
 "کاربرانی" دارند که همانا نویسندگان و خوانندگان هستند.

مقدمه

اگر تحلیل گفتمان به مثابه یک روش تحقیق در نظر گرفته شود و به بحث‌های مجرد دربارهٔ قدرت محدود نشود، آنگاه بررسی دیدگاه یا نگرش غالب بر متون در گردش در یک جامعهٔ فرضی، به یک مسألهٔ اصلی در این رشتهٔ نوپا در علوم انسانی تبدیل خواهد شد که چه دیدگاه و تفکری با کدام زیربنای فکری، یک متن مشخص یا حجمی از متون همگن را "نوشته" است تا از این طریق بر حوزه‌های معنایی در گردش در آن جامعهٔ فرضی سلطه یابد و ذهنیت اجتماعی را شکل دهد؟ پاسخ به این سؤالات تنها از طریق یک تحلیل منظم گفتمانی امکان‌پذیر است که تحلیل‌گر برای پیش بردن آن و به منظور تفکیک اجزا و مشخصه‌های مختلف از سطوح متفاوت در متن ابتدا برش‌هایی افقی و عمودی ایجاد می‌کند تا ساختارهای خرد و کلان در سطح و عمق متن از یکدیگر مجرد و تحلیل‌گر قادر به "ورود" در متن شود. یک متن از دو لایهٔ "سطحی" و

"عمقی" تشکیل شده است که این دو لایه به "سطح سطح"، "عمق سطح"، "سطح عمق" و "عمق عمق" قابل تقسیم است. دو لایه فوقانی در سطح متن ابزارهایی محسوب می‌شوند که تحلیل‌گر با توسل به آن‌ها سعی در ایجاد نقبی به لایه‌های پایینی و عمیق متن دارد تا با تعیین محتوا، یعنی معنای کلان فوقانی یک متن، به نقش و جایگاه آن متن در مناسبات اجتماعی دست یابد. بنابراین واضح است که نقطه آغاز یک تحلیل گفتمانی، مشخصه‌های فیزیکی و عینی در سطحی‌ترین لایه‌های متن است. ولی برای نفوذ به عمق متن در قدم بعدی "مطالب" و "روابط" مابین آن‌ها در "سازمان کلی" متن مورد مطالعه قرار می‌گیرد تا معنای کلان فوقانی آن عریان شود.