

# تحلیل گفتمان کاربردی

فرهنگ عامه، رسانه‌ها و زندگی روزمره

آرتور آسا برگر

(استاد ارتباطات دانشگاه ایالتی سان فرانسیسکو)

ترجمه‌ی

دکتر حسین پاینده

(استاد نظریه و نقد ادبی دانشگاه علامه طباطبائی)

|                        |                                                                                                                                  |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه                | برگر، آرتور آسا، ۱۹۳۳ - م.                                                                                                       |
| عنوان و نام پدیدآورنده | Berger, Arthur Asa                                                                                                               |
| مشخصات نشر             | تحلیل گفتمان کاربردی؛ فرهنگ عاقله، رسانه‌ها و زندگی روزمره / آرتور آسا برگر؛ ترجمه‌ی حسین پاینده. تهران: انتشارات مروارید، ۱۳۹۸. |
| مشخصات ظاهری           | ۳۵۲ ص.؛ جدول: ۴/۱۵ × ۲۱/۵ س.م.                                                                                                   |
| شابک                   | 978-964-191-790-8                                                                                                                |
| وضعیت فهرست‌نویسی      | فبا                                                                                                                              |
| یادداشت                | عنوان اصلی: [2016] Applied Discourse Analysis: Popular Culture, Media, and Everyday Life                                         |
| یادداشت                | واژه‌نامه.                                                                                                                       |
| یادداشت                | نمابه.                                                                                                                           |
| موضوع                  | گفتمان                                                                                                                           |
| موضوع                  | Discourse analysis                                                                                                               |
| موضوع                  | رسانه‌های گروهی                                                                                                                  |
| موضوع                  | Mass media                                                                                                                       |
| موضوع                  | فرهنگ هم‌پسند                                                                                                                    |
| موضوع                  | Popular culture                                                                                                                  |
| موضوع                  | فرهنگ - - راهنمای آموزشی                                                                                                         |
| موضوع                  | Culture -- Study and teaching                                                                                                    |
| موضوع                  | ارتباط                                                                                                                           |
| موضوع                  | Communication                                                                                                                    |
| شناسه‌ی افزوده         | پاینده، حسین، ۱۳۴۱ - مترجم                                                                                                       |
| رده‌بندی کنگره         | P۲۳۰۲                                                                                                                            |
| رده‌بندی دیویی         | ۴۰۴۱                                                                                                                             |
| شماره کتابشناسی ملی    | ۵۵۶۱۴۳۱                                                                                                                          |



انتشارات مروارید

تهران، خیابان انقلاب، روبه‌روی دانشگاه تهران، پلاک ۱۱۸۸ / ص. پ. ۱۶۵۴-۱۳۱۴۵  
 دفتر: ۶۶۴۰۰۸۶۶-۶۶۴۱۴۰۴۶-۶۶۴۸۱۶۱۲ فاکس: ۶۶۴۸۴۰۲۷ فروشگاه: ۶۶۴۶۷۸۴۸  
<https://instagram.com/morvaridpub> <https://telegram.me/morvaridpub> -  
[www.morvarid-pub.com](http://www.morvarid-pub.com)



## تحلیل گفتمان کاربردی

فرهنگ عاقله، رسانه‌ها و زندگی روزمره

آرتور آسا برگر

(استاد ارتباطات دانشگاه ایالتی سان فرانسیسکو)

ترجمه‌ی دکتر حسین پاینده

(استاد نظریه و نقد ادبی دانشگاه علامه طباطبائی)

تولید فنی: الناز ایلی

چاپ اول، تابستان ۱۳۹۸

چاپخانه: کارنگ

تیراژ: ۵۵۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۹۱-۷۹۰-۸ ISBN: 978-964-191-790-8

۶۰۰۰۰ تومان

## فهرست مطالب

|    |                                                                          |
|----|--------------------------------------------------------------------------|
| ۹  | مقدمه‌ی مترجم .....                                                      |
| ۱۳ | معرفی نویسنده‌ی این کتاب .....                                           |
| ۱۷ | فصل ۱: داستان فکاهی «آبَنر کوچولو» و تحلیل انتقادی - چندوجهیِ گفتمان ... |
| ۱۸ | سبک و سیاق عید پَسَح .....                                               |
| ۲۷ | «آبَنر کوچولو» و تحلیل انتقادی - چندوجهیِ گفتمان .....                   |

## بخش اول: ارتباطات

|    |                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------|
| ۳۳ | فصل ۲: ارتباطات: آنچه اشیاء به ما می‌گویند .....          |
| ۳۹ | کاربرد نظریه: اشیاء به منزله‌ی پیام‌های ارتباط .....      |
| ۴۵ | فصل ۳: زبان: نامزدیابی آنی .....                          |
| ۵۳ | کاربرد نظریه: کارکرد زبان در شوهای «نامزدیابی آنی» .....  |
| ۵۵ | فصل ۴: استعاره: عشق یک جور بازی است .....                 |
| ۶۱ | کاربرد نظریه: تحلیل استعاره‌ی «عشق یک جور بازی است» ..... |

## ۶ ♦ تحلیل گفتمان کاربردی

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| فصل ۵: واژه‌ها: دیدگاه فروید درباره‌ی رؤیا .....        | ۶۵ |
| کاربرد نظریه: دیدگاه فروید درباره‌ی تناقض در رؤیا ..... | ۷۰ |
| فصل ۶: تصاویر: تبلیغات .....                            | ۷۵ |
| کاربرد نظریه: تحلیل تبلیغات .....                       | ۸۳ |
| تحلیل آگهی‌های تجاری .....                              | ۸۶ |
| فصل ۷: نشانه‌ها: مُد .....                              | ۹۱ |
| کاربرد نظریه: تحلیل مُد .....                           | ۹۷ |

### بخش دوم: متن‌ها

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| فصل ۸: روایت‌ها: داستان‌های پریان .....                                  | ۱۰۹ |
| کاربرد نظریه: تحلیل داستان‌های پریان، نخستین داستان‌هایی که شنیدیم ..... | ۱۲۰ |
| تمرین برای کاربرد نظریه: تحلیل گفتمان داستان «شنل قرمزی» .....           | ۱۲۴ |
| فصل ۹: متن‌ها: هم‌لت .....                                               | ۱۳۱ |
| کاربرد نظریه: رهیافت‌های نقادانه برای تفسیر هم‌لت .....                  | ۱۳۸ |
| فصل ۱۰: اسطوره‌ها: الگوی اسطوره‌مبنا .....                               | ۱۵۵ |
| کاربرد نظریه: الگوی اسطوره‌مبنا .....                                    | ۱۶۲ |
| فصل ۱۱: ژانرها: استفاده‌ها و التذاذها .....                              | ۱۶۷ |
| کاربرد نظریه: استفاده‌ها و التذاذهای ژانرها .....                        | ۱۷۳ |
| تمرینی برای یادگیری: داستان کوتاه از نوع علمی-تخیلی .....                | ۱۷۹ |
| فصل ۱۲: شوخ‌طبعی: لطیفه‌ها .....                                         | ۱۸۱ |
| نظریه‌ی برتری در طنز .....                                               | ۱۸۴ |
| نظریه‌ی مغایرت در طنز .....                                              | ۱۸۶ |
| نظریه‌ی روانکاوانه‌ی طنز .....                                           | ۱۸۷ |
| نظریه‌ی فراارتباطات متناقض‌نمایانه‌ی طنز .....                           | ۱۹۰ |
| دلایل خندیدن در مقایسه با آنچه باعث خنده می‌شود .....                    | ۱۹۲ |

## فهرست مطالب ♦ ۷

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| کاربرد نظریه: آزمونی برای سنجش عنصر خنده‌آور..... | ۱۹۴ |
| چند متن طنزآمیز برای تحلیل.....                   | ۱۹۷ |
| فصل ۱۳: بینامتنیت: هجو.....                       | ۲۰۱ |
| کاربرد نظریه: تحلیل هجو.....                      | ۲۰۷ |
| تمرینی در هجویه نویسی.....                        | ۲۱۰ |

### بخش سوم: مفاهیم

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| فصل ۱۴: آئین: سیگار کشیدن.....                                         | ۲۱۳ |
| کاربرد نظریه: سیگار کشیدن به منزله‌ی آئین.....                         | ۲۱۹ |
| تمرینی درباره‌ی آئین.....                                              | ۲۲۵ |
| فصل ۱۵: سبک زندگی: «نظریه‌ی مرز-گروه‌سازی».....                        | ۲۲۷ |
| کاربرد نظریه: سبک زندگی و انتخاب‌های ما در فرهنگ عامّه.....            | ۲۳۸ |
| فصل ۱۶: امر لاهوتی و امر ناسوتی: فروشگاه‌های بزرگ و کلیساهای جامع..... | ۲۴۳ |
| فروشگاه‌های بزرگ به منزله‌ی بدیل کلیساهای جامع.....                    | ۲۵۱ |
| کاربرد نظریه: متون لاهوتی و ناسوتی.....                                | ۲۵۱ |
| متن ۱: آدم و حوا در باغ عدن.....                                       | ۲۵۱ |
| متن ۲: از کتاب <i>خاستگاه گونه‌ها</i> ، نوشته‌ی چارلز داروین.....      | ۲۵۳ |
| فصل ۱۷: ایدئولوژی: سریال <i>زندانی</i> .....                           | ۲۵۵ |
| کاربرد نظریه: تحلیل گفتمان سریال <i>زندانی</i> .....                   | ۲۶۲ |
| فصل ۱۸: فرهنگ: هویت.....                                               | ۲۷۵ |
| کاربرد نظریه: تحلیل هویت.....                                          | ۲۸۱ |
| پرسشنامه‌ی تعیین هویت شخصی بر اساس برند کالاها.....                    | ۲۹۰ |
| فصل ۱۹: فرهنگ بی‌قلمرو: رمان <i>شاهین مالت</i> .....                   | ۲۹۳ |
| کاربرد نظریه: تحلیل رمان <i>شاهین مالت</i> .....                       | ۳۰۱ |
| فهرست مراجع.....                                                       | ۳۰۹ |

## ۸ ♦ تحلیل گفتمان کاربردی

|     |                                   |
|-----|-----------------------------------|
| ۳۱۷ | فهرست اسامی (اشخاص، مکان‌ها، ...) |
| ۳۳۳ | واژه‌نامه‌ی فارسی به انگلیسی      |
| ۳۳۷ | واژه‌نامه‌ی انگلیسی به فارسی      |
| ۳۴۱ | نمایه                             |

## مقدمه‌ی مترجم

سوگند به قلم و آنچه با آن می‌نویسند.

(قرآن، سوره‌ی قلم، آیه‌ی ۱)

کتاب حاضر با هدف معرفی جدیدترین شکل تحلیل گفتمان نوشته شده است که اصطلاحاً «تحلیل انتقادی-چندوجهی گفتمان» نامیده می‌شود. تحلیل گفتمان بیش از آن‌که به منظور فهم واقعیت اجتماعی یا به دست دادن تفسیری از آن انجام شود، این هدف را دنبال می‌کند که تبیینی از نحوه‌ی ساخته شدن این واقعیت به دست دهد. تمرکز تحلیل گفتمان بر زبان و کارکرد آن در برساختن پدیده‌های جهان اجتماعی پیرامون ماست. ارتباطات اجتماعی را نمی‌توانیم به درستی بشناسیم مگر این‌که نقش زبان را در ایجاد گفتمان‌هایی که شالوده‌ی این ارتباطات هستند به دقت تحلیل کنیم. تحلیل گفتمان در ابتدا بیشتر ماهیتی زبان‌مبنا داشت و به مرور، با افزوده شدن ابعادی سیاسی و ایدئولوژیک، به «تحلیل انتقادی گفتمان» تبدیل شد. به اعتقاد پژوهشگرانی که به منظور فهم فرهنگ از رویکرد تحلیل انتقادی گفتمان استفاده می‌کنند، در رفتارها و متون به ظاهر معمولی زندگی روزمره (رفتارهایی مانند خرید از فروشگاه‌ها، انتخاب لباس برای حضور در مناسبت‌های مختلف اجتماعی، ...؛ متن‌هایی مانند فیلم‌های سینمایی، رمان‌ها، سریال‌های تلویزیونی، آگهی‌های تجاری، ...) ایدئولوژی همواره به صورت استتار شده وجود دارد.

می‌توان گفت کلیدواژه‌ی تحلیل انتقادی گفتمان، «قدرت» است. تحلیلگران انتقادی گفتمان به‌ویژه این هدف را دنبال می‌کنند که نحوه‌ی بازنمایی روابط اجتماعی در متون فرهنگی را بر اساس سهم گروه‌های مختلف اجتماعی از قدرت به‌دقت بررسی کنند. از نظر آنان، زبان علاوه بر این‌که بازنمایی‌کننده‌ی نظم اجتماعی و سیاسی است، این نظم و سلطه‌ی یک گروه اجتماعی بر سایر گروه‌ها را تقویت (یا تضعیف) هم می‌کند. زبان حاملِ ایدئولوژیِ مستتر در متون زندگی روزمره است و با صحنه گذاشتن بر سلسله‌مراتب قدرت، وضعیت موجود اجتماعی و سیاسی را مشروعیت می‌بخشد (یا ناموجه جلوه می‌دهد و می‌کوشد آن را براندازد).

«تحلیل انتقادی-چندوجهی گفتمان» حاصل تحول تدریجی تحلیل گفتمان و عبور آن از مرحله‌ای انتقادی به مرحله‌ای جدید است. در این مرحله‌ی متأخر، تحلیل گفتمان علاوه بر کاویدن زبان و برملا کردن ایدئولوژی و قدرت، جلوه‌های گوناگون فرهنگ عامه را با به عاریت گرفتن مفاهیم و روش‌شناسی‌های برآمده از نظریه‌های نقادانه می‌کاود. عطف توجه به فرهنگ عامه چشم‌انداز بسیار گسترده‌ای از کاربرد تحلیل گفتمان برای پژوهشگران حوزه‌ی فرهنگ و ارتباطات اجتماعی گشوده است. چنان‌که از مرور عناوین فصل‌های مختلف کتاب حاضر هم به‌روشنی معلوم می‌شود، موضوعات بسیار متنوعی در دایره‌ی تحلیل انتقادی-چندوجهی گفتمان قرار می‌گیرند، از جمله سبک زندگی، دلالت اشیاء، برنامه‌های تلویزیونی، رؤیاها، لطیفه‌ها، آگهی‌های تجاری، مُد لباس، ادبیات، اسطوره‌ها (اعم از کهن یا معاصر)، رفتارهای روزمره از قبیل سیگار کشیدن، و غیره. هر یک از فصل‌های کتاب حاضر، همین قبیل موضوعات را می‌کاود. نویسنده به این منظور در همه‌ی فصل‌ها از الگوی ثابتی برای ارائه‌ی مطالب تبعیت کرده است. هر فصل با توضیحاتی درباره‌ی محتوای مطالب



همان فصل آغاز می‌شود. این توضیحات شامل چکیده‌ی مطالب، شرحی کوتاه درباره‌ی کاربرد مفاهیم نظری مطرح‌شده در فصل، و نهایتاً فهرستی از اصطلاحات مهم مرتبط با بحث‌هاست. نویسنده با نقل قول‌های متعدد از منابع دست‌اول نظریه‌های تحلیل گفتمان کوشیده است تا بنیان‌های نظری بحث‌هایش را مشخص کند، اما این کار حُسن دیگری هم دارد: پژوهشگر علاقه‌مند به تحلیل گفتمان بدین ترتیب مهم‌ترین منابع این حوزه از علوم انسانی را هم می‌شناسد و می‌تواند برای مطالعه‌ی بیشتر به آن‌ها مراجعه کند.

یکی دیگر از محاسن کتاب حاضر، کاربردی بودن بحث‌های آن است. کلیه‌ی مفاهیمی که در بحث‌های نظری ابتدای هر فصل مطرح شده‌اند، در بخش دوم همان فصل (با عنوان «کاربرد نظریه») در تحلیل عملی یک نمونه‌ی معین به کار رفته‌اند. از این حیث، کتاب حاضر نه فقط منبعی جدید برای شناخت متأخرترین شکل تحلیل گفتمان است، بلکه با ارائه‌ی نمونه‌های کاربردی از تحلیل گفتمان در حوزه‌ی ارتباطات اجتماعی، فرهنگ عامّه، رسانه‌ها و زندگی روزمره همچنین می‌تواند الگویی برای انجام دادن پژوهش‌های مشابه در کشور ما باشد. امید آن‌که انتشار این ترجمه بتواند سهمی در شناخت و رواج این رویکرد در میان پژوهشگران نقد ادبی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات داشته باشد.

حسین پاینده