

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی در دو شبکه تلویزیونی بین‌المللی خبری

فاطمه عظیمی فرد

دکترای زبان‌شناسی همگانی

چکیده

امروزه رسانه‌ها به‌عنوان مجرای انتقال پیام به مخاطب، به یکی از مؤلفه‌های قدرت تبدیل شده‌اند. از این‌میان، رسانه تلویزیون کارکردهای گوناگونی دارد و از نظر نشانه‌شناسی، متنی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود، که مخاطبان بسیاری دارد. وجوه اطلاع‌رسانی، آموزشی، سرگرمی، هنری و تبلیغاتی از جمله کارکردهای تلویزیون به‌عنوان رسانه‌ای است که یکی از اصلی‌ترین راه‌های ارتباطی بین دولت‌مردان و مخاطبان خواننده می‌شود. از زمان آغاز به کار تلویزیون، اخبار همواره جزو برنامه‌های پرمخاطب این رسانه بوده است. در این مقاله تلاش شده است نحوه خبررسانی در دو شبکه تلویزیونی بین‌المللی (شبکه خبر جمهوری اسلامی ایران و شبکه فرانسه‌زبان فرانس ۲۴) با بررسی برخی نشانه‌های زبانی از جمله نشانه‌هایی که قطعیت را در جمله نشان می‌دهند (مانند وجه قوی، کاربرد صفت و قید مطلق و عالی و جمله کوتاه)، در برابر عواملی که عدم قطعیت را نشان می‌دهند (مانند وجه ضعیف، کاربرد صفت و قید درجه‌بندی و جمله بلند) در کنار میزان کاربرد واژه‌های ارزشی و عوامل انسجامی بررسی شوند.

کلیدواژه‌ها: خبر تلویزیونی، رسانه، نشانه‌های زبانی.

۱. مقدمه

امروزه با گسترش و تخصصی‌تر شدن حوزه رسانه، کاربرد علوم میان‌رشته‌ای در این حوزه، به‌ویژه دانش نشانه‌شناسی، گسترش یافته است. علم نشانه‌شناسی ابزاری روش‌شناختی است که علوم مختلف، از زبان‌شناسی گرفته تا فلسفه، جامعه‌شناسی، نقد ادبی و ارتباطات از آن بهره

می‌گیرند. به تعبیر اکو^۱ نشانه‌شناسی با هرآن‌چه که بتوان آن را نشانه نامید، سروکار دارد (سجودی، ۱۳۸۷: ۴۱-۳۹). به این ترتیب واژه، موسیقی، تصویر و حرکت، هر یک نظام نشانه‌ای متفاوتی را تشکیل می‌دهد. البته نشانه‌ها نه به شکل مجزا، بلکه به عنوان عضوی از نظام نشانه‌ای بررسی می‌شوند.

در میان انواع رسانه، تلویزیون از طریق برنامه‌های گوناگون، مخاطبان بسیاری را به خود جلب می‌کند. تلویزیون جامعه وسیعی از مخاطبان را از مسائل جاری آگاه می‌سازد. اخبار همواره جزو برنامه‌های پرمخاطب و جذاب تلویزیون بوده است. دانسی^۲ (۱۳۸۷: ۲۳۳) معتقد است با توجه به سرعت پخش تلویزیونی، نقش گزارش خبری در جامعه تغییر کرده است. «مطالعه تلویزیون برای درک نظام‌های دلالتی امروزی به نیازی بنیادین تبدیل شده است. تلویزیون شکلی از سواد خاص خود را ایجاد کرده است که افراد بیشتری را در مقایسه با هر رسانه دیگر، آن هم به دلیل ماهیت دیداری- شنیداری‌اش در هر مقطعی از تاریخ، آگاه و درگیر می‌کند» (همان: ۲۲۵).

در نشانه‌شناسی مسئله ارتباط بین نشانه و کارکرد و چگونگی شکل‌گیری رمزگان اهمیت دارد. رمزگان‌ها در حکم نهادهایی هستند که به تولید معنا می‌پردازند. هرآن‌چه را که انجام می‌گیرد، می‌توان پیام یا نشانه خواند. آسابرگر نیز در این باره می‌گوید: «اگر هر آنچه در این جهان هست نشانه تلقی شود، پس نشانه‌شناسی اهمیتی شگفت‌انگیز خواهد یافت» (آسابرگر^۳، ۱۳۷۹: ۱۸).

با تحلیل نشانه‌شناختی خبر تلویزیونی، می‌توان به اهمیت نشانه‌ها و نقش آن‌ها در بازنمایی، تغییر و یا حتی تحریف واقعیت پی برد. فیسک^۴ و هارتلی^۵ (۱۹۹۲: ۱۹) معتقدند مطالعه تلویزیون باید از محتوای ظاهری آن به سوی محتوایی پنهان پیشرفت کند، هرچند که تحقیقات کمی در این حوزه انجام شده است. نشانه‌شناسی رسانه، کمک می‌کند معانی پنهان متون رسانه‌ای مشخص شود. از این دیدگاه نشانه‌ها، تنها معانی را منتقل نمی‌کنند، بلکه رسانه‌ای را تشکیل می‌دهند که در آن، معانی ساخته می‌شوند (محمدنژاد، ۱۳۸۷).

چندلر^۶ (۲۰۰۲: ۱۴۷) در مورد رمزگان می‌گوید: «رمزگان چارچوبی ارائه می‌دهد که در آن نشانه‌ها معنا پیدا می‌کنند. چیزی که در قلمرو رمزگان نباشد، نشانه نیست». تمامی تعاریفی که از رمزگان ارائه شده است بر این نکته تأکید دارد که نظام رمزگانی تولید معنا می‌کند و نشانه در چارچوب رمزگان معنا می‌یابد. فرخ‌نژاد (۱۳۸۵: ۱۹۹-۱۹۸) ارتباط تلویزیونی را

1. U. Eco
2. M. Dancy
3. A. Asa Berger
4. J. Fiske
5. J. Hartley
6. D. Chandler

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

حاصل عمل کرد چهار نظام نشانه‌شناختی می‌داند که پیام به‌واسطه آن‌ها منتقل می‌شود. این نظام‌ها عبارتند از: الف) نظام نشانه‌های تصویری: آن‌چه که درون قاب تصویر قرار می‌گیرد. بیشتر نشانه‌هایی که در این قاب قرار می‌گیرند، شمایی^۱ هستند. ب) نظام نشانه‌های حرکتی: حرکت درون کادر و حرکت خود کادر براساس توالی خاص. ج) نظام نشانه‌های موسیقایی و جلوه‌های صوتی: انواع صداها، غیرزبانی و موسیقی متن یا موسیقی فیلم‌نامه‌ای (سریال‌ها). د) نظام نشانه‌های زبانی: نشانه‌های زبانی به‌شکل نشانه‌های گفتاری و نوشتاری تجلی می‌یابند. به‌جز نشانه‌های کلامی، نشانه‌های غیرکلامی، که از آن‌ها به‌عنوان نشانه‌های پیرایه‌زبانی یاد می‌شود، در زمره رمزگان‌های فرعی نظام نشانه‌های زبانی هستند.

در زمینه خبر تلویزیونی تاکنون پژوهش‌های مختلفی منتشر شده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

یورک^۲ (۱۳۸۱) در کتابی با عنوان "اخبار تلویزیون" به جنبه‌های مختلف تولید، پردازش و پخش اخبار در تلویزیون می‌پردازد.

بیگنل^۳ (۲۰۰۴: ۷۲) در کتاب خود با عنوان "مقدمه‌ای بر مطالعات تلویزیون" می‌گوید، با افزایش حجم اخبار تلویزیونی در دسترس مخاطب، دست‌اندرکاران خبر تلاش می‌کنند، اخباری ساده‌تر و منظم‌تر ارائه دهند. یعنی اخبار کوتاه‌تر و ساختار روایی آن‌ها ساده‌تر می‌شود. از این‌رو، تفاوت در نحوه ارائه خبر کم می‌شود. او معتقد است پوشش مستقیم خبر، بر وقوع خبر، هرچند کم، تأثیر می‌گذارد (همان: ۷۳). وی معتقد است، رویکردهای نشانه‌شناختی به تلویزیون، مانند دیگر فعالیت‌های معناسازی، با توصیف انواع نشانه، که در رسانه معنا را منتقل می‌کنند، آغاز می‌شود. اساس بررسی نشانه‌شناختی رسانه تلویزیون این فرض است که تلویزیون زبانی دارد که تولیدکنندگان برنامه‌های تلویزیونی و مخاطبان تلویزیون، آن زبان را می‌دانند.

ری^۴ (۱۳۸۸: ۵۷) در کتاب "راهنمای اخبار تلویزیون" می‌نویسد، در دسر رسانه ناکامل اما بسیار قدرتمند اخبار تلویزیون در این نکته نهفته است که بیان گزارش‌های دشوار و اغلب پیچیده به مخاطبی عام به‌شیوه‌ای صحیح و جذاب در مدت‌زمانی بسیار کوتاه صورت می‌گیرد. نویسنده این کتاب معتقد است: «نگارش خوب، شامل خطرپذیری کلمات (و نه اطلاعات) و جملات است» (همان: ۷۸). وی می‌افزاید، کار بسیاری از خبرنگارهای رادیو-تلویزیون ضعیف نیست، بلکه عادی و معمولی است. آن‌ها تلاش می‌کنند در نوعی **منطقه بی‌خطر** بنویسند و ایمنی متن‌های خود را حفظ کنند. از این‌رو، به جملاتی ساده و بی‌خطر بسنده می‌کنند (همان).

-
1. iconic
 2. I. Yorke
 3. J. Bignel
 4. V. Ray

میرفخرایی (۱۳۷۹) در کار پژوهشی خود با عنوان "مقایسه شیوه‌های ارائه اخبار جمهوری اسلامی ایران با شیوه‌های مطلوب ارائه خبر تلویزیونی" تلاش کرده است ضعف‌های موجود برنامه خبری سیما را، با توجه به دستاوردهای نوین برنامه‌های خبری در سطح جهانی، بررسی کند. پژوهش‌گر، هدف پژوهش خود را تعیین میزان انطباق برنامه‌های خبری سیما با شیوه‌های ارائه مطلوب در زمینه جلب توجه مخاطبان، ملموس کردن خبر، به کارگیری شکل ارائه متعادل خبر، واقعی کردن موضوع‌های خبری برنامه، ایجاد بالاترین حافظه ممکن در مخاطب و رعایت ساختارهای گوناگون گزارش‌های خبری عنوان کرده است.

عباسی (۱۳۸۸) در کتاب "خبر تلویزیونی"، گونه‌شناسی خبر تلویزیونی را ارائه داده است. اخبار از نظر متغیرهایی هم‌چون موضوع، مکان، زمان، جهت‌گیری و قالب خبری در گونه‌های مختلفی تولید و منتشر می‌شوند. در فصل چهارم، جامعه آماری با استفاده از این متغیرها تقسیم‌بندی شده‌اند.

در این مقاله نحوه انتقال پیام به مخاطب در اخبار تلویزیونی از طریق نشانه‌های زبانی بررسی شده است. بر همین اساس تلاش شده است نشان داده شود چه‌گونه زبان یک خبر تلویزیونی به پیدایش معنا کمک می‌کند. دو پرسش اصلی پژوهش عبارتند از:

الف. چه تفاوتی میان اخبار دو شبکه بین‌المللی خبر و فرانس ۲۴ به لحاظ کاربرد نشانه‌های زبانی وجود دارد؟

ب. توزیع و فراوانی هریک از نشانه‌های زبانی به کارگرفته شده در دو شبکه خبری بین‌المللی چه‌گونه است؟

از همین‌رو، برخی نشانه‌های زبانی از جمله نشانه‌هایی که قطعیت را در جمله نشان می‌دهند (مانند وجه قوی، کاربرد صفت و قید مطلق و عالی و جمله کوتاه) در برابر عواملی که عدم قطعیت را نشان می‌دهند (مانند وجه ضعیف، کاربرد صفت و قید درجه‌بندی و جمله بلند)، در کنار میزان کاربرد واژه‌های ارزشی و عوامل انسجامی بررسی شده‌اند.

۲. رسانه

«در نشانه‌شناسی انگلیسی و آمریکایی، اصطلاح رسانه برای اشاره به وسایل گوناگون ارتباطی نظیر کتاب، رادیو، سینما و مد به کار می‌رود. بنابراین، هر رسانه مستلزم وجود یک جوهر نشانه‌ای و نیز تکیه‌گاه میانجی برای آن جوهر است. به اعتقاد مک‌لوهان^۱ رسانه‌ها امتداد حواس و کارکردهای ما به حساب می‌آیند» (گیرو^۲، ۱۳۸۳: ۳۱).

1. M. Macluhan

2. P. Guiraud

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

دانسی (۱۳۸۷: ۱۹) رسانه را وسیله‌ای فیزیکی تعریف می‌کند که به کمک آن نظام نشانه‌ها برای ثبت ایده‌ها عملی می‌شود. وی (همان: ۲۶-۲۵) رسانه‌ها را به سه دسته تقسیم می‌کند: «الف) رسانه طبیعی^۱: رسانه‌ای است که از طریق صدا، حالات چهره، اشارات دست و جز آن ایده‌ها را به شیوه‌ای زیست‌شناختی منتقل می‌کند. ب) رسانه ساخته شده^۲: رسانه‌ای است که به کمک برخی وسایل ساخته شده مثل کتاب، مجسمه و نقاشی ایده‌ها را بازنمایی و منتقل می‌کند. ج) رسانه مکانیکی: رسانه‌ای است که ایده‌ها از طریق آن و به وسیله اختراعات مکانیکی مثل تلفن، رادیو، تلویزیون و رایانه منتقل می‌شوند».

اما سجودی (۱۳۸۷، ۲۴۳) تعریفی دیگر از رسانه دارد. به اعتقاد وی، رادیو، تلویزیون، روزنامه، کتاب، نوار صوتی، نوار ویدیویی، امکانات اینترنتی و مشابه آن، نه رسانه بلکه ابزارهایی هستند که رسانه به واسطه‌ی آن‌ها امکان ابلاغ به مخاطب می‌یابد. برخی از این ابزارها می‌توانند در خدمت بیش از یک رسانه قرار بگیرند و به اصطلاح متون چندرسانه‌ای تولید کنند. در این میان تلویزیون ابزاری است که می‌تواند از هر دو حوزه رسانه‌های شنیداری و دیداری به گسترده‌ترین شکل ممکن بهره بگیرد (همان.). در واقع، وی معتقد است متن به کمک یکی از حواس قابل دریافت می‌شود. در نتیجه رسانه متن می‌تواند شنیداری، دیداری، بساوی، چشایی یا بویایی باشد (همان: ۲۲۳).

اگر هم چون سجودی (۱۳۸۸: ۲۵۲) رسانه را به دو نوع اصلی دیداری و شنیداری تقسیم کنیم، در بحث خبر تلویزیونی با هر دو رسانه شنیداری و دیداری مواجه هستیم. در بخش شنیداری، گفتار (متن خبری)، موسیقی (آرم خبری) و صداهای محیطی (صداهای مختلف در گزارش‌های خبری) را می‌توان نام برد و در بخش دیداری با تصاویر ثابت (عکس‌ها و گرافیک‌ها) و متحرک (فیلم خبری) و حتا نوشتار (زیرنویس و یا عناوین خبری) روبرو هستیم.

۳. خبر

تعاریف بسیاری برای خبر ارائه شده است. عباسی (۱۳۸۳: ۶۰۳) خبر را نقل وقایع و رویدادها در تمامی عرصه‌های زندگی فردی و اجتماعی (از جمله: تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) می‌داند.

ابطحی (۱۳۸۳: ۵۳۵) خبر را عصاره سیاست و اقتصاد و اجتماع و فرهنگ و دانش و فناوری در یک جامعه یا در سطح جهانی، می‌خواند.

معمدنژاد (۱۳۶۸: ۱۷) معتقد است: «خبر، اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است».

1. natural medium
2. artificial medium

شکرخواه (۱۳۷۴: ۷) در کتاب "خبر" پس از ارائه تعاریف مختلف از خبر، خبر را این‌گونه تعریف می‌کند: «خبر، گزارشی بی‌طرفانه و درعین‌حال صحیح و عینی از یک رویداد مفروض است». و می‌افزاید: «خبر یک ساخت است و باید آن را برحسب شرایط نشانه‌ای و اجتماعی تحلیل کرد» (همان: ۸۲). وی ارزش خبری را معیار گزینش رویدادها می‌داند. شکرخواه خبر را نوعی گفتمان می‌داند و معتقد است، درحالی‌که تحلیل محتوا به‌طور سنتی بر محتوای آشکار پیام‌های وسایل ارتباط جمعی تأکید می‌کند، در گفتمان، پیام‌های وسایل ارتباط جمعی در قالب کلیت‌های ساخت‌مند^۱ بررسی می‌شوند (همان: ۸۱).

شکرخواه بر این مسئله تأکید می‌کند که نشانه‌ها، خواه دیداری و خواه شنیداری، باید در چارچوب نشانه‌شناسی بررسی شوند تا دلالت^۲ و القا^۳ از هم تمیز داده شوند. دلالت به توصیف و تبیین مؤلفه‌های یک متن می‌پردازد و القا، مرحله دوم تحلیل است، جایی‌که تحلیل دلالت‌ها مطرح می‌شود. در فرایند خبر، مقولاتی مثل تحلیل رمزها و نشانه‌ها، نحوه تنظیم رابطه خواننده با خبر، شناساندن عوامل مؤثر بر گزینش رویدادها، قالب‌های مسلط ارائه رویدادها، از لحاظ سبک، قابل طرح و بررسی هستند. شکرخواه می‌افزاید نحوه ارائه (بازنمایی) در فرایند خبر، حائز اهمیت است و باید توجه کرد که چه‌گونه رسانه‌ها در نظام یا دستگاه معناسازی، سلسله‌مراتبی را ایجاد می‌کنند که در آن بعضی از معانی جنبه غالب و حاکم به‌خود می‌گیرند (همان: ۸۴-۸۳).

اما به‌هرحال آن‌چه خبر خواننده می‌شود، گزارشی است عینی از واقعیت‌ها که یک یا چند ارزش خبری دارد. تعادل و بی‌طرفی در کنار عینیت دو ویژگی مهم خبر را تشکیل می‌دهند. همان‌طور که عباسی (۱۳۸۳: ۴۶) اشاره می‌کند، خبر باید نماد تعادل و بی‌طرفی باشد و احساسات در آن دخالت نداشته باشد.

۳.۱. اخبار تلویزیون

«از سال ۱۹۵۴ یعنی زمانی که شبکه بی‌بی‌سی اولین اخبار تلویزیونی خود را پخش کرد و در آن صدای گوینده به‌همراه نمایش عکس، نقشه و شرح عکس‌ها در جملات کوتاه پخش شد تا به امروز، نحوه ارائه اخبار دستخوش تحولات بسیاری شده است. امروزه هشتاد درصد جمعیت جهان از تلویزیون به‌عنوان منبع اصلی اخبار استفاده می‌کنند. از آن‌جاکه انسان‌ها ظاهراً صحت آن‌چه را که با چشم‌های خود مشاهده می‌کنند بیشتر باور دارند، مخاطبان به محتوای اخبار تلویزیون نسبت به رادیو اعتماد بیشتری دارند» (پریدمور^۴، ۱۳۸۳: ۱۵۳).

1. structured whole
2. denotation
3. connotation
4. J. Pridmore

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

خبر تلویزیون به موضوعی معتبر برای بحث‌های جدی دانشگاهی تبدیل شده است، به‌ویژه به‌وسیله جامعه‌شناسانی که نظریه‌هایی را درخصوص نقش و انگیزه کارورزان آن و تأثیری که در برجسته‌سازی دارند، ارائه می‌دهند (یورک، ۱۳۸۱: ۵).

درواقع «زبان تصویر قادر است مؤثرتر از هر وسیله ارتباطی دیگری دانش را نشر دهد. زبان تصویر به انسان امکان می‌دهد که تجربه کند و تجربیاتش را در شکلی قابل مشاهده مستند سازد» (کپس^۱، ۱۳۷۵: ۱۶). اعتقاد بر این است که دنیای درام به سه طریق پیش می‌رود: الف) با رویدادهایی که کاملاً با تصویر و دیگر ابزارهای بصری معین می‌شوند. ب) با عناصری که با واژه و تصویر، توأمان مشخص می‌شوند. ج) با رویدادهایی که تنها با واژه مشخص می‌شوند (اسلین^۲، ۱۳۸۲: ۴۷). در حوزه خبر نیز همین روال دیده می‌شود. برخی خبرها تنها تصویری هستند، برخی از کلام و تصویر هردو استفاده می‌کنند و برخی تنها گفتارند. البته روشن است که بهترین گزینه در خبر، ارائه تصاویر با کلام مناسب است. وایت^۳ (۱۳۸۰: ۳۲-۲۳) متون خبری اخبار تلویزیونی را به پنج دسته خبر بدون تصویر، صدای گوینده بر روی تصاویر^۴، متن خبری دارای اظهارنظر و یا نقل قول (قطعه سرد)، صدای گوینده بدون تصویر-قطعه سرد، بسته خبری تقسیم می‌کند.

۴. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش براساس روش توصیفی-تحلیلی صورت گرفته است. به‌این ترتیب که برخی نشانه‌های زبانی که قطعیت را در جمله نشان می‌دهند، از قبیل کاربرد وجه قوی، قیود و صفات مطلق و جمله کوتاه، در برابر عواملی که نشان از عدم قطعیت دارند، مثل کاربرد وجه ضعیف، قیود و صفات درجه‌بندی و جمله بلند در کنارمیزان کاربرد واژه‌های ارزشی و انواع عوامل انسجامی بررسی شده‌اند. درمجموع چهل خبر با موضوع یک‌سان، که طی دو ماه اردیبهشت و خرداد سال ۱۳۸۹ از شبکه بین‌المللی خبر و شبکه بین‌المللی فرانس ۲۴ پخش شده‌اند (هرشبکه بیست خبر)، به‌شکل نمونه‌گیری تصادفی انتخاب و تحلیل شده‌اند.

طول جمله یکی از متغیرهایی است که قطعیت جمله را نشان می‌دهد. پرگویی نشانه پنهان‌کاری و پنهان‌کاری بنا به هر علتی که باشد، ناشی از بیان‌نکردن حقایق به مخاطب است (هایمن، ۱۹۹۴: ۱۶۳ به نقل از آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۸۰). جمله‌ها و متون طولانی درمقایسه با جمله‌های کوتاه ابهام بیشتری دارند. هرچه جمله کوتاه‌تر باشد از صراحت و قطعیت بالاتری برخوردار است (همان). جمله‌های مستقل به دو نوع ساده و مرکب تقسیم می‌شوند. جمله

1. G. Keps
2. M. Slin
3. R. White
4. voice-over

ساده یک فعل دارد و جمله مرکب لاقفل یک جمله وابسته دارد (وحیدیان کامیار، ۱۳۸۹: ۱۱). در این مقاله منظور از جمله کوتاه جمله ساده‌ای است که یک فعل دارد، مثل: «برخورد دو قطار مسافربری سریع‌السير در شرق هند ده‌ها کشته و زخمی برجای گذاشت.» و جمله بلند جمله مرکبی است که لاقفل یک جمله وابسته دارد. مثل: «نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که حزب محافظه‌کار از میان احزاب موجود پیشی گرفته است.»

منظور از وجه قوی، استفاده از نظام وجهی الزام و اجبار است مثل کاربرد «باید» و افعالی که قطعی بودن را نشان می‌دهند مانند افعال ربطی بودن و شدن (هلیدی، ۱۹۸۵: ۹۲-۸۵). گزاره‌هایی که گوینده با قطعیت کامل درباره آن‌ها سخن می‌گوید، مقوله وجه قوی هستند، مانند باید رفته باشد و آن‌ها قطعاً نشان خیلی زیاد است. و در مقابل، ساخت‌هایی که نشان از تردید دارند گزاره‌های غیرقطعی هستند که گوینده درباره آن‌ها اطمینان ندارد و با مقوله وجه ضعیف مطرح می‌شوند مثل احتمال دارد و شاید که وجه ضعیف را تشکیل می‌دهند، مثل او ممکن است برود و شاید نشان خیلی زیاد است. همچنین صفات مطلق و عالی نشان از قطعیت دارند و در مقابل، صفات تفصیلی بیان‌گر عدم قطعیت هستند. همچنین کاربرد قیودی مثل حتماً، همیشه از جمله عوامل قطعی و کاربرد قیودی مثل گاهی و به‌ندرت جزو عوامل غیرقطعی محاسبه شده‌اند.

در این مقاله واژه‌های ارزشی، واژه‌هایی هستند که به لحن رسانه برای ارائه موضوع و ارزش‌گذاری آن (مثبت، منفی یا خنثی) مربوط می‌شوند. «برخی واژه‌ها به شکل طبیعی برای بیان نظر به کار می‌روند، مانند زشت یا زیبا، اما برخی دیگر به نظام‌های ارزشی و معرفتی پنهان در پیش‌فرض‌ها بستگی دارند، مثل دموکرات و جز آن» (وان‌دایک^۱، ۱۹۹۸: ۳۱). اپستین^۲ در بررسی مسئله «عینیت» و اخبار تلویزیونی، در کتاب خود به نام «اخبار از هیچ‌کجا»^۳ (۱۹۷۳)، می‌گوید که خبر از وجوه مختلفی می‌تواند سوگیری‌های مشخصی را از خود نشان دهد. به اعتقاد وی یکی از مهم‌ترین وجوه این سوگیری در انحصار سازمان‌های تهیه و پخش خبر است (همان: ۱۳۶). در این پژوهش منظور از سوگیری یا جهت‌گیری، همان‌طور که محمدی‌مهر (۱۳۸۱: ۷۲) اذعان داشته است، رعایت نکردن بی‌طرفی در ارائه خبر است. محمدی‌مهر اخبار را به لحاظ جهت‌گیری به سه دسته جهت‌گیری مثبت^۴، منفی^۵ و خنثی تقسیم می‌کند. در جهت‌گیری مثبت، اخبار به لحاظ محتوایی با تأیید، موافقت، ستایش و تجلیل از شخص، گروه، نهاد، ارزش‌ها و عقاید گزارش می‌شود. جهت‌گیری مثبت، معمولاً همراه

1. T. A. Van Dijk
2. E. Epstein
3. news from nowhere
4. positive bias
5. negative bias

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

با واژه‌هایی است که بار ارزشی مثبت دارند. در جهت‌گیری منفی، اخبار به‌لحاظ محتوایی با انتقاد، مخالفت، کوچک‌شمردن شخص، گروه، نهاد، ارزش‌ها و عقاید ارائه می‌شود. جهت‌گیری منفی، معمولاً همراه با واژه‌هایی است که بار ارزشی منفی دارند. جهت‌گیری خنثی نیز زمانی صورت می‌گیرد که اخبار بدون جهت‌گیری مثبت یا منفی ارائه شود (همان). میرفخرایی (۱۳۸۵: ۱۴۰) بر این باور است که سوگیری در ذات خبر قرار دارد. در پژوهش حاضر متغیر گزینش واژه‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین وجهی که جهت‌گیری خبر را مشخص می‌کند، در نظر گرفته شده است. میزان کاربرد واژه‌هایی که بار ارزشی مثبت یا منفی دارند، به‌ویژه کاربرد صفت‌های مختلف در اخبار، سنجیده شده است.

۵. تحلیل داده‌ها

اخبار از نظر موضوع، زمان، جهت‌گیری و قالب خبری در گونه‌های مختلفی تولید و منتشر می‌شود. در پژوهش حاضر اخبار به‌لحاظ موضوع، مدت‌زمان هر خبر و قالب خبر به انواع متفاوتی تقسیم شده است.

اخبار در رسانه‌های مختلف از حیث موضوع، به انواع سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و جز آن تقسیم می‌شوند که هر یک از این موضوعات اجزای متعددی را دربر می‌گیرند. اخبار سیاسی، که بخش وسیعی از اخبار رسانه‌ها را تشکیل می‌دهد، ناشی از فعالیت‌های نهادها، نظام‌های سیاسی، احزاب، گروه‌های سیاسی و افکار عمومی در ابعاد داخلی و خارجی است. اخبار اجتماعی طیف وسیعی از اخبار از جمله تحولات اجتماعی، حوادث و رویدادهای مختلف را شامل می‌شود. اخبار اقتصادی سیاست‌های پولی و مالی، انواع بورس و بازارها و فعالیت‌های بنگاه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی در سطح جهانی، بین‌المللی و ملی را دربر می‌گیرد. اخبار فرهنگی به آن دسته اخباری اطلاق می‌شود که رویدادها و تحولات مربوط به عرصه فرهنگ، علم و هنر را شامل می‌شود. اخبار ورزشی نیز به رویدادهای ورزشی اختصاص دارد (عباسی، ۱۳۸۸: ۳۱-۳۲).

از مجموع چهل خبر دو شبکه تلویزیونی (هر شبکه بیست خبر)، بیشترین تعداد خبرها به اخبار سیاسی اختصاص یافته است. جدول زیر توزیع اخبار را به‌لحاظ موضوع نشان می‌دهد.

جدول ۱. توزیع اخبار پژوهش حاضر به لحاظ موضوع خبر در هر شبکه تلویزیونی

موضوع خبر		فراوانی
سیاسی	F	۱۰
	Pi	٪۵۰
اجتماعی	F	۶
	Pi	٪۳۰
اقتصادی	F	۴
	Pi	٪۲۰
فراوانی	F	۲۰
درصد	Pi	٪۱۰۰

F در جدول بالا و دیگر جدول‌ها نشان‌دهنده فراوانی مطلق است.
 P در جدول بالا و دیگر جدول‌ها نشان‌دهنده درصد فراوانی نسبی برای هر طبقه است که با فرمول $Pi = F/N \cdot 100$ محاسبه شده است.

خبرها از نظر مدت‌زمان به سه دسته کوتاه، متوسط و بلند تقسیم می‌شوند. مدت خبرها، استاندارد واحدی ندارد، اما براساس عرف رسانه‌ها، قوانین نانوشته‌ای وجود دارند. خبر کوتاه^۱ در رادیو و تلویزیون حداکثر ۴ سطر و مدت آن کمتر از سی ثانیه، خبر متوسط^۲؛ حدود هفت سطر و مدت آن به‌طور متوسط ۴۵ ثانیه و خبر بلند^۳ حدود ده سطر و مدت متوسط آن بیش از شصت ثانیه است (عباسی، ۱۳۸۸: ۳۵). ۷۱٪ از اخبار پژوهش حاضر را اخبار بلند، ۲۱٪ اخبار کوتاه و ۸٪ اخبار متوسط تشکیل می‌دهند.

1. short news
 2. medium news
 3. long news

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

جدول ۲. توزیع اخبار پژوهش حاضر به لحاظ زمان خبر در هر شبکه تلویزیونی

فرآوانی		زمان خبر
۲	F	کوتاه مدت
٪۱۰	Pi	
۲	F	میان مدت
٪۱۰	Pi	
۱۶	F	بلند مدت
٪۸۰	Pi	
۲۰	F	فرآوانی
٪۱۰۰	Pi	درصد

عنصر زمان در تعیین قالب خبری نقش دارد و از این منظر، دو نوع قالب سخت‌خبر و نرم‌خبر وجود دارند. سخت‌خبرها مقید به زمان و نرم‌خبرها کمتر مقید به زمان هستند (همان). خبر سخت از نظر موضوعی به گستره عمومی تعلق دارد. موضوع خبر سخت را می‌توان در پیوند کارکردگرایانه از خبر، یعنی نقشی که خبر در مشارکت سیاسی دارد، بررسی کرد. خبر سخت حجم زیادی از اطلاعات را در کوتاه‌ترین فضای ممکن درباره شش وجه اطلاعاتی «چه کسی، کجا، چه زمانی، چه، چرا و چه‌گونه» به مخاطب ارائه می‌دهد. اما خبر نرم درباره حوزه خصوصی زندگی افراد است. برای همین، بار اطلاعاتی آن بسیار کمتر، اما جنبه‌های انسانی آن عمیق‌تر است (میرفخرایی، ۱۳۸۵: ۲۶۱-۲۶۰). کلیه خبرهای بررسی‌شده در پژوهش حاضر در زمره خبرهای سخت جای می‌گیرند.

جدول ۳. عوامل قطعی

شبکه	شبکه خیر	شبکه عوامل قطعی
شبکه فرانس ۲۴		
۲	۴	وجه قوی
۱۰	۱۵	صفت مطلق و عالی
۹	۴	قید مطلق
۱۳۰	۵۶	جمله کوتاه
۱۵۱	۷۹	مجموع فراوانی مطلق
٪۶۵/۵	٪۳۴/۵	درصد فراوانی مطلق

همان‌گونه که جدول بالا نشان می‌دهد میزان کاربرد عوامل قطعی در شبکه فرانس ۲۴ به‌میزان قابل توجهی بیش از شبکه خبر است. بیشترین تفاوت به کاربرد جمله‌های کوتاه اختصاص دارد.

برخی از نمونه‌های عوامل قطعی به‌کاررفته در خبر عبارتند از:

شبکه فرانس ۲۴: توافقی بی‌سابقه، تهدید شدید محیط زیست، آخرین شانس. بحران تورم بسیار جدی فرا می‌رسد. کمک اروپا، که یک ماه قبل اعلام شد، ناکافی است. دولت آلمان باید قانونی را از مه امسال درخصوص کمک مالی به یونان تصویب کند. جمله کوتاه: مردان مسلح به دو مسجد در لاهور، شهری بزرگ در شرق پاکستان، حمله کردند.

شبکه خبر: بدترین فاجعه زیست‌محیطی در تاریخ آمریکا. مهم‌ترین چالش‌های دولت آینده. پربیننده‌ترین فضای مطبوعاتی و رسانه‌ای انگلیس شدیداً تحت تأثیر مبارزات انتخاباتی قرار دارد. جمله کوتاه: روز اول نشست هشت کشور صنعتی موسوم به جی هشت و تورنتوی کانادا هم با وعده‌های توخالی این کشورها پایان یافت.

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

جدول ۴. عوامل غیرقطعی

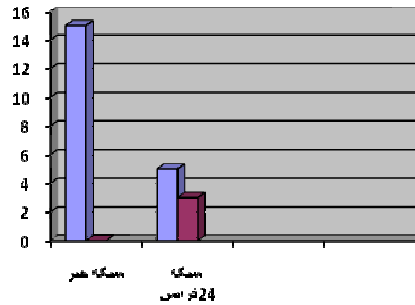
شبکه	عوامل غیرقطعی	شبکه
شبکه فرانس ۲۴	شبکه خبر	
-	۱	وجه ضعیف
۷	۹	صفت درجه‌بندی
۳	۵	قید درجه‌بندی
۷۳	۷۷	جمله بلند
۸۳	۹۲	مجموع فراوانی مطلق
%۴۷/۵	%۵۲/۵	درصد فراوانی مطلق

این جدول نشان می‌دهد، میزان کاربرد عوامل غیرقطعی که با شک‌وتردید همراه هستند در شبکه خبر بیش از شبکه فرانس ۲۴ است.

برخی از نمونه‌های به‌کاررفته عبارتند از:

شبکه خبر: جمله بلند: «وزارت امور خارجه روسیه در واکنش به انتشار اخبار بازداشت ده جاسوس روسی در آمریکا با بی‌اساس خواندن این اتهام توضیح بیشتر درباره پرونده این افراد را از واشنگتن خواستار شد». «اجلاس گروه بیست درحالی امروز در تورنتوی کانادا برگزار می‌شود که اختلافات اعضای آن از جمله آمریکا و اروپا بر این اجلاس سایه افکنده است». وجه ضعیف: شاید، تقریباً.

شبکه فرانس ۲۴: جمله بلند: «شرکت نفتی انگلیس گفت میزان نفتی که از چاه نشت کرده است بسیار بیشتر از میزانی است که تاکنون اعلام شده بود». «اینک برخی از کارشناسان سؤالاتی را درخصوص میزان سمی بودن مواد منتشرشده‌ای که بی‌بی‌سی استفاده می‌کرد، مطرح می‌کنند». در تحقیق حاضر موردی از کاربرد وجه ضعیف در شبکه فرانس ۲۴ دیده نشد.



نمودار ۱. میزان کاربرد واژه‌های ارزشی

واژگان، اولین ابزار زبانی است که جهت‌گیری را نشان می‌دهد و به‌لحاظ نشانه‌شناختی قابل بررسی است. در سطح واژگان، «تحلیل‌گر تلاش می‌کند الگوهایی را در انتخاب واژه‌ها شناسایی کند، به‌ویژه آن‌هایی که "معنای ارزشی" تمایز دهنده دارند (هانستون^۱، ۲۰۰۴: ۱۵۷)، و به آن "قطبیت ارزشی" هم می‌گویند (چنل^۲، ۲۰۰۰: ۴۱)» (هر دو منبع نقل از موتنر^۳، ۲۰۰۸: ۳۸). «واژه‌ها در تحلیل متن، بار معنایی بسیار مهمی را به‌دوش می‌کشند. واژگانی که گوینده یا نویسنده به‌کار می‌برد، دقیقاً با قدرت، موقعیت سیاسی، اجتماعی و حتا اخلاقی او و یا، به‌عبارت دقیق‌تر، با وزن اجتماعی و سیاسی او سنجیده می‌شود» (فرقانی، ۱۳۸۲: ۷۵). موتنر در تحلیل مقاله‌ای از روزنامه "سان"^۴ کاربرد واژگان منفی را نشان می‌دهد. در آن مقاله عبارتی که برای اشاره به مهاجران شرق اروپا به‌کار رفته‌اند صراحتاً بار معنایی منفی دارند: "کلاهبرداران، گانگسترها، اراذل و اوباش، عناصر نامطلوب، جنایتکاران اروپایی طبقه پایین، تبهکاران جانی و زندانیان سابقه‌دار" (موتنر، ۲۰۰۸: ۳۸). افزون بر این، صفتهای منفی، به تشدید حس اضطرار و بحران کمک می‌کنند: "افزایش فزاینده خشونت و مهاجرت لجام‌گسیخته". باید میزان وقوع چنین واژه‌هایی در متون محاسبه گردد (همان). در این پژوهش نیز واژه‌هایی که بار ارزشی داشتند، به‌عنوان متغیری جداگانه بررسی شدند. در اخبار بررسی‌شده بیشترین میزان واژه‌های منفی ۷۵٪ به شبکه خبر اختصاص یافته است.

1. S. Hunston
2. J. Channell
3. G. Mautner
4. Sun

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

نمونه‌هایی از کاربرد واژه‌های ارزشی:

شبکهٔ فرانس ۲۴: شیوه‌های خشونت‌آمیز ضد سرخ‌پوشان، خیر تکان‌دهنده، آشفتگی‌های جدید بازار مالی، بحران مالی، سلطه‌جویی.
شبکهٔ خبر: بحران بدهی، ناکارآمدی، اهداف نامطلوب، بازی سیاسی، سایهٔ اختلاف، وعده‌های توخالی، شانه‌خالی کردن، وخیم‌تر شدن اوضاع مالی، اختلاف نظر اروپا، عضو فلک‌زدهٔ حوزهٔ یورو، خشم و انزجار.

جدول ۵. توزیع فراوانی عوامل انسجامی

شبکه	شبکه خبر	شبکه فرانس ۲۴	عوامل انسجامی
	۴۳	۳۳	افزایشی
	۱۵	۱۵	نقیضی
	۸	۷	زمانی
	۱۰	۱۰	علی
	۷۶	۶۵	جمع
	٪۵۴	٪۴۶	درصد

از میان عوامل انسجامی تنها عوامل انسجام ربط یا پیوند در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند. از دیدگاه هلیدی و حسن (۱۹۷۶) پیوند، نوع متفاوتی از رابطهٔ معنایی است که باعث برقراری ارتباط میان جملات یا بندهای متوالی در متن می‌شود. در پیوند، دو نوع رابطهٔ همپایگی^۱ و ناهم‌پایگی^۲ مطرح می‌شود. نخست هم‌پایگی اتصال دو یا چند جمله یا بند برابر و هم‌پایه و دوم اتصال بند یا جمله‌های مستقل (پایه) با یک یا چند بند وابسته (پیرو). هلیدی و حسن (۱۹۷۶: ۲۳۹) چهار نوع متداول پیوند را مطرح می‌کنند:

1. coordination
2. subordination

الف) افزایشی^۱: پیوند افزایشی معمولاً با کلمات ربطی مانند: و، به‌علاوه، هم‌چنین و ... از طریق اتصال هم‌پایه میان دو یا چند جمله به‌وجود می‌آید.
مثال: گویند دوستی با دوستانِ دوست و دشمنی با دشمنانِ دوست شرطِ دوستی است.
(انوری، گیوی، ۱۳۷۵: ۲۴۶).

ب) نقض^۲: نقض معمولاً با کلمات ربطی مانند: اما، اگرچه، با وجود این، فقط، علی‌رغم و از این‌قبیل، میان دو یا چند جمله ارتباط هم‌پایه یا ناهم‌پایه ایجاد می‌کند.
مثال: اگرچه در ظاهر شکست خورد، اما بردِ اصلی با او بوده است.

ج) علی^۳: پیوند علی برای بیان علت است و معمولاً با کلمات ربطی چون، چون‌که، زیرا، برای همین، به‌همین‌دلیل، تا و ... میان دو یا چند جمله اتصال هم‌پایگی ایجاد می‌کند.
مثال: جلسه تعطیل شد، چون اکثریت نیامده بودند.

د) زمانی^۴: با استفاده از کلمات ربطی چون: قبل از، بعد از، از این پس، میان دو بند یا دو جمله، پیوند هم‌پایه یا ناهم‌پایه ایجاد می‌شود.

مثال: بهتر است قبل از این که هوا گرم شود، کولر را درست کنیم. (پیوند زمانی - هم‌پایگی).
مثال: قول می‌دهم بعد از تمام‌شدن فیلم، درس‌هایم را خوب بخوانم (پیوند زمانی - ناهم‌پایگی).

همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد، میزان کاربرد عوامل انسجامی در شبکه خبر نسبت به شبکه فرانس ۲۴ کمتر بوده است. البته بیشترین تفاوت به کاربرد عامل افزایشی اختصاص دارد. بیشترین میزان عوامل انسجامی نیز در هر دو شبکه به کاربرد عامل افزایشی (۵۶/۵٪ در شبکه خبر و ۵۱٪ در شبکه فرانس ۲۴) اختصاص یافته است.

۶. نتیجه‌گیری

هدف از تحلیل متنی خبر تلویزیونی، شناسایی منابع معناسازی براساس سطوح مختلف زبان‌شناسی است، به‌ویژه با تمرکز بر ابزارهای خاصی که برای قبولاندن برخی دیدگاه‌ها به خوانندگان به‌کار می‌روند. بررسی واژگان به‌کاررفته در خبر، اولین سطح تحلیل نشانه‌شناختی را

1. additive
2. adversative
3. causal
4. temporal

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

تشکیل می‌دهد. معنا یا دلالت ضمنی نیز در بافت تعیین می‌شود. میزان کاربرد صفات، صنایع ادبی، تکرار مطالب و کاربرد واژه‌های احساسی، گفتمان خبر را که قاعدتاً باید اطلاعی باشد به گفتمان تبلیغی - تهییجی تبدیل می‌کند. «منظور از جهت‌گیری، رعایت نکردن بی‌طرفی در ارائه اخبار است. در تعریف جهت‌گیری به لحاظ لغوی گفته شده است: جهت، صرفاً معین می‌کند که محتوا، عقیده‌ای بر ضد یا موافق با یک شیء، انسان، گروه یا فعالیت‌هایی ابراز داشته است» (محمدی‌مهر، ۱۳۸۱: ۷۲). جهت‌گیری به انواع مثبت، منفی و خنثی تقسیم می‌شود. در پژوهش حاضر بیشترین میزان جهت‌گیری منفی به شبکه خبر اختصاص یافت. بیشترین میزان کاربرد متغیرهایی که قطعیت را نشان می‌دهند به شبکه فرانس ۲۴ و کمترین میزان غیرقطعی زبانی نیز به همین شبکه اختصاص دارد. در زمینه میزان استفاده از عوامل انسجامی از نوع ربط یا پیوند، تفاوت قابل توجهی بین دو شبکه دیده نمی‌شود. براساس پژوهش نعمتی انارکی (۱۳۸۸: ۱۹۴)، سریع‌ترین منبع خبری در انتشار اخبار رویدادها در ایران، شبکه خبر است. طبق این پژوهش شبکه خبر بیش از سایر رسانه‌های داخلی، قابلیت تبدیل شدن به قطب خبری جامعه را دارد. به نظر می‌رسد این شبکه برای تبدیل شدن به قطب خبری، نیازمند اعمال برخی تغییرات زبانی در ارائه خبر است.

منابع

- آسابرگر، آرتور. (۱۳۷۹). *روش‌های تحلیل رسانه‌ها*. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- آفاکل‌زاده، فردوس. (۱۳۸۵). *تحلیل گفتمان انتقادی*. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی با همکاری دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
- ابطحی، عطاله. (۱۳۸۳). "زبان رسانه". *مجموعه مقالات بایسته‌های خبر*. تهران: آموزش معاونت سیاسی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- احمدی گیوی، حسن و حسن انوری. (۱۳۷۵). *دستور زبان فارسی ۱*. ویرایش دوم. تهران: انتشارات فاطمی.
- اسلین، مارتین. (۱۳۸۲). *دنیای درام، نشانه‌شناسی عناصر نمایشی*. ترجمه محمد شهبان. تهران: هرمس.
- پریدمور، جف. (۱۳۸۳). *الفبای کار در رسانه‌ها*. ترجمه بی‌تا غفاری. تهران: موسسه انتشاراتی روزنامه ایران.
- دانسی، مارسل. (۱۳۸۷). *نشانه‌شناسی رسانه‌ها*. ترجمه گودرز میرانی، بهزاد دوران. تهران: نشر آنیسه‌نما و چاپار.
- ری، وین. (۱۳۸۸). *راهنمای اخبار تلویزیون*. ترجمه سیدرضا حسینی. تهران: سروش.
- سجودی، فرزانه. (۱۳۸۷). *نشانه‌شناسی کاربردی*. ویراست دوم. تهران: نشر علم.

- سجودی، فرزانه. (۱۳۸۸). "درآمدی بر نشانه‌شناسی رادیو". *نشانه‌شناسی: نظریه و عمل*. تهران: نشر علم.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۷۴). خبر. تهران: انتشارات مرکز گسترش آموزش رسانه‌ها.
- عباسی، حجت‌اله. (۱۳۸۳). "گفتمان خبر در رادیو و تلویزیون". *مجموعه بایسته‌های خبر*. تهران: آموزش معاونت سیاسی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- عباسی، حجت‌اله. (۱۳۸۸). *خبر تلویزیونی*. تهران: دانشکده صدا و سیما.
- فرخ‌نژاد، رضا. (۱۳۸۵). "نظام نشانه‌های زبان‌شناختی در برنامه‌های نمایشی تلویزیون". فصل‌نامه پژوهش و سنجش. سال سیزدهم، شماره ۴۷، پاییز. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- فرقانی، محمدمهدی. (۱۳۸۲). *راه دراز گذار (بررسی تحول گفتمان توسعه سیاسی در ایران)*. تهران: فرهنگ و اندیشه.
- کپس، گئورگی. (۱۳۷۵). *زبان تصویر*. ترجمه فیروزه مهاجر. تهران: سروش.
- گیرو، پی‌یر. (۱۳۸۳). *نشانه‌شناسی*. ترجمه محمد نبوی. تهران: آگاه.
- محمدی‌مهر، غلامرضا. (۱۳۸۱). "شیوه انعکاس رویدادهای سیاسی در اخبار تلویزیون". *نشریه افکار عمومی* ش. ۲۳. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- محمدنژاد، پروانه. (۱۳۸۸). "بررسی نشانه‌شناختی صفحه حوادث روزنامه‌های فارسی". *نسخه اینترنتی نشریه جامعه‌شناسی ایران*.
- معمدنژاد، کاظم و ابوالقاسم منصفی. (۱۳۶۸). *روزنامه‌نگاری*. تهران: مرکز نشر سپهر.
- معمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۵). *مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی*. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- میرفخرایی، تژا. (۱۳۷۹). "مقایسه شیوه‌های ارائه اخبار جمهوری اسلامی ایران با شیوه‌های مطلوب ارائه خبر تلویزیونی". مرکز تحقیقات صداوسیما.
- نعمتی انارکی، داود. (۱۳۸۸). "تأثیر فناوری‌های نوین رسانه‌ای بر «قطب خبری» شدن تلویزیون در جامعه (با تأکید بر سند افق رسانه)". *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*. سال شانزدهم، شماره ۴ (پیاپی ۶۰)، زمستان. ۱۹۹-۱۷۷. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- وایت، ری. (۱۳۸۰). *اخبار تلویزیونی*. ترجمه اداره کل پژوهش معاونت سیاسی صدا و سیما.
- وحیدیان کامیار، تقی و غلامرضا عمرانی (۱۳۸۹). *دستور زبان فارسی (۱)*. تهران: سمت.
- یورک، ایور. (۱۳۸۱). *اخبار تلویزیون*. ترجمه دکتر محمدرضا حسن‌زاده. تهران: اداره کل پژوهش معاونت سیاسی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

بررسی کاربرد نشانه‌های زبانی...

- Chandler, D. (2002). *Semiotics, the Basics*. London: Routledge.
- Epstein, E. J. (1973). *News from Nowhere. Television and the News*. Random House.
- Fiske, J. & J. Hartley. ([1978]1992). *Reading Television*. London: Routledge.
- Halliday, M. A. K. & R. Hasan. (1976). *Cohesion in English*. London: Longman.
- Halliday, M. A. K. (1985). *Language, Context, and Text: Aspects of language in Social-Semiotics Perspective*. London: Oxford University Press.
- Mautner, G. (2008). "Analysing Newspapers, Magazines and Other Print Media". In: Wodak, R. & M. Krzyzanowski: *Qualitative Discourse Analysis in the Social Sciences*. Basingstoke: Palgrave-Macmillan, 30.
- Van Dijk, T. A.(1998). "Opinions and Ideologies in the Press" In *Approaches to Media Discourse*. A. Bell and P. Garrett (eds.). Oxford: Blackwell publishing.

