



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد علوم و تحقیقات تهران

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته زبان شناسی همگانی (M.A)

موضوع:

تحلیل زبان شناختی تیرهای اصلی روزنامه‌های  
کثیرالانتشار از نگاه تحلیل گفتمان انتقادی  
(CDA)

استاد راهنما:

دکتر فردوس آقا گل زاده

استاد مشاور:

دکتر منصور فهیم

نگارنده:

فاطمه سید ابراهیمی نژاد

سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۷

## فهرست مطالب

عنوان	صفحه
چکیده فارسي.....	۱
<b>فصل اول - مقدمه.....</b>	<b>۲</b>
۱-۱ مقدمه.....	۳
۱-۲ بيان مسأله.....	۳
۱-۳ اهداف پژوهش.....	۳
۱-۴ اهميت پژوهش حاضر.....	۴
۱-۵ سوالات و فرضيه‌هاي تحقيق.....	۵
۱-۵-۱ سوالات تحقيق.....	۵
۱-۵-۲ فرضيه‌هاي تحقيق.....	۵
۱-۶ روش تحقيق.....	۵
۱-۷ تعريف اصطلاحات.....	۵
۱-۷-۱ گفتمان.....	۵
۱-۷-۲ ايدئولوژي.....	۶
۱-۷-۳ مولفه‌ها يا ساختارهاي گفتمان‌مدار.....	۶
۱-۷-۴ راهکارها و اعمال گفتمان‌مدار.....	۷
۱-۷-۵ کارگزاران اجتماعي.....	۷
۱-۷-۶ تحليل گفتمان انتقادي.....	۷
۱-۸ سازماندهي پژوهش.....	۷
<b>فصل دوم - مروري بر پيشينه پژوهش.....</b>	<b>۱۱</b>
۲-۱ مقدمه.....	۱۲
۲-۲ پژوهش‌هاي خارجي.....	۱۲
۲-۳ پژوهش‌هاي داخلي.....	۱۴
۲-۴ مروري بر نظريات موجود.....	۱۷
۲-۴-۱ گفتمان.....	۱۸
۲-۴-۲ تحليل گفتمان.....	۱۹

۲۱	..... ۲-۴-۳ تحلیل گفتمان انتقادی
۲۳	..... ۲-۴-۴ زبان، ایدئولوژی
۲۶	..... ۲-۵ مروری بر دیدگاههای موجود
۲۶	..... ۲-۵-۱ دیدگاه نورمن فرکلاف
۲۹	..... ۲-۵-۲ دیدگاه راجر فاولر
۳۱	..... ۲-۵-۳ دیدگاه باربارا جان استون
۳۴	..... ۲-۶ خلاصه و نتیجه‌گیری

### فصل سوم - چارچوب نظری و روش‌شناسی پژوهش ..... ۴۳

۴۴	..... ۳-۱ مقدمه
۴۴	..... ۳-۲ چارچوب نظری تحقیق
۴۵	..... ۳-۲-۱ مولفه‌های زبان شناختی الگوی تحلیل
۴۷	..... ۳-۲-۲ مولفه‌های معنایی الگوی تحلیل
۴۹	..... ۳-۲-۳ تیتراژ
۵۰	..... ۳-۲-۴ مفاهیم اصطلاحات سیاسی چپ و راست
۵۴	..... ۳-۳ روش‌شناسی پژوهش
۵۴	..... ۳-۳-۱ روش پژوهش
۵۶	..... ۳-۳-۲ جامعه مورد نظر
۵۷	..... ۳-۳-۳ نمونه مورد نظر
۵۷	..... ۳-۳-۴ داده‌های مورد مطالعه
۵۷	..... ۳-۳-۵ روش تحلیل داده‌ها
۵۸	..... ۳-۳-۶ ابزار اندازه‌گیری و روش‌های گردآوری داده‌ها
۵۸	..... ۳-۴ خلاصه و نتیجه‌گیری

### فصل چهارم - تجزیه و تحلیل داده‌ها ..... ۶۵

۶۶	..... ۴-۱ مقدمه
۶۶	..... ۴-۲ تحلیل کیفی داده‌ها
۶۶	..... ۴-۲-۱ تحلیل کیفی تیتراژهای روزنامه کیهان
۱۰۰	..... ۴-۲-۲ تحلیل کیفی تیتراژهای روزنامه رسالت
۱۳۷	..... ۴-۲-۳ تحلیل کیفی تیتراژهای روزنامه جام جم
۱۵۵	..... ۴-۲-۴ تحلیل کیفی تیتراژهای روزنامه همشهری
۱۷۰	..... ۴-۲-۵ تحلیل کیفی تیتراژهای روزنامه اعتماد ملی
۲۰۰	..... ۴-۲-۶ مقایسه تیتراژهای روزنامه‌ها به منظور دستیابی به ایدئولوژی حاکم بر آنها
۲۰۳	..... ۴-۳ تحلیل کمی داده‌ها
۲۰۴	..... ۴-۳-۱ فراوانی مطلق، فراوانی نسبی، درصد فراوانی نسبی
۲۹۰	..... ۴-۳-۲ میزان رازگونگی
۲۹۲	..... ۴-۳-۳ تعیین و مقایسه درصد کل بکارگیری تیتراژهای گفتمان‌مدار در روزنامه‌های ذکر شده:
۲۹۳	..... ۴-۴ خلاصه

### فصل پنجم - نتیجه‌گیری و پیشنهادات ..... ۲۹۴

۲۹۵	.....	۵-۱ مقدمه
۲۹۵	.....	۵-۲ خلاصه
۲۹۶	.....	۵-۳ نتیجه گیری
۳۰۲	.....	۵-۴ جنبه های کاربردی پژوهش
۳۰۲	.....	۵-۵ پیشنهاداتی برای پژوهش های بعدی

۳۰۳	.....	فهرست منابع و مأخذ
-----	-------	--------------------

۳۰۹	.....	چکیده انگلیسی
-----	-------	---------------

## فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۴-۱: فراوانی مطلق، فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان‌مدار روزنامه کیهان.....	۲۶۶
جدول ۴-۲: فراوانی مطلق، فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان‌مدار روزنامه رسالت.....	۲۶۹
جدول ۴-۳: فراوانی مطلق، فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان‌مدار روزنامه جام‌جم.....	۲۷۲
جدول ۴-۴: فراوانی مطلق، فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان‌مدار روزنامه همشهری.....	۲۷۵
جدول ۴-۵: فراوانی مطلق، فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان‌مدار روزنامه اعتماد ملی.....	۲۷۸
جدول ۴-۶: فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان‌مدار در تیترهای روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام‌جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۱
جدول ۴-۷: فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان‌مدار پوشیده در تیترهای روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام‌جم، همشهری و اعتماد ملی و میزان رازگونی.....	۲۹۱
جدول ۴-۸: درصد تیترهای گفتمان‌مدار در روزنامه‌های کیهان، رسالت،.....	۲۹۲

## فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۴-۱: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار روزنامه کیهان.....	۲۶۷
نمودار ۴-۲: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار پوشیده روزنامه کیهان.....	۲۶۸
نمودار ۴-۳: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار صریح روزنامه کیهان.....	۲۶۸
نمودار ۴-۴: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار روزنامه رسالت.....	۲۷۰
نمودار ۴-۵: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار پوشیده روزنامه رسالت.....	۲۷۱
نمودار ۴-۶: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار صریح روزنامه رسالت.....	۲۷۱
نمودار ۴-۷: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار روزنامه جام جم.....	۲۷۳
نمودار ۴-۸: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار پوشیده روزنامه جام جم.....	۲۷۴
نمودار ۴-۹: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار صریح روزنامه جام جم.....	۲۷۴
نمودار ۴-۱۰: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار روزنامه همشهری.....	۲۷۶
نمودار ۴-۱۱: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار پوشیده روزنامه همشهری... ..	۲۷۷
نمودار ۴-۱۲: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار صریح روزنامه همشهری... ..	۲۷۷
نمودار ۴-۱۳: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار روزنامه اعتماد ملی.....	۲۷۹
نمودار ۴-۱۴: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار پوشیده روزنامه اعتماد ملی.....	۲۸۰
نمودار ۴-۱۵: درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار صریح روزنامه اعتماد ملی.....	۲۸۰
نمودار ۴-۱۶: درصد فراوانی نسبی و درصد فراوانی نسبی مولفه‌های گفتمان مدار در تیترهای روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام‌جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۲
نمودار ۴-۱۷: درصد فراوانی نسبی فرآیند نام دهی غیر مستقیم در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۳
نمودار ۴-۱۸: درصد فراوانی نسبی فرآیند نام دهی مستقیم در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۴
نمودار ۴-۱۹: درصد فراوانی نسبی فرآیند معلوم سازی در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۵
نمودار ۴-۲۰: درصد فراوانی نسبی مجهول سازی در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۶
نمودار ۴-۲۱: درصد فراوانی نسبی اسم سازی در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۷
نمودار ۴-۲۲: درصد فراوانی نسبی الگوهای جمله در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۸
نمودار ۴-۲۳: درصد فراوانی نسبی فعلی فعال سازی در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۸۹
نمودار ۴-۲۴: درصد فراوانی نسبی منفعل سازی در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۹۰
نمودار ۴-۲۵: درصد تیترهای گفتمان مدار در روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری و اعتماد ملی.....	۲۹۲

## چکیده فارسی

**تحلیل زبان‌شناختی تیتراهای اصلی روزنامه‌های کثیرالانتشار از نگاه تحلیل گفتمان انتقادی (CDA)**

ارتباط انسان با رسانه‌ها، اغلب يك سویه است و از طریق زبان صورت می‌گیرد، بنابراین رسانه‌ها در انتقال جهان بینی‌ها بی تأثیر نیستند، همچنین از آنجا که تحلیل گفتمان انتقادی ارتباط بین زبان، قدرت و ایدئولوژی را از طریق کشف ساختارها یا مولفه‌های گفتمان‌مدار نمایان می‌سازد بنابراین پژوهش حاضر در قالب پنج فصل به بررسی روزنامه‌های کیهان، رسالت، جام جم، همشهری، و اعتماد ملی بر اساس مولفه‌های گفتمان‌مدار نام دهی مستقیم و غیر مستقیم، ساخت معلوم و مجهول، فرآیند اسم سازی، بهره‌گیری از نوع (ساخت نحوی و کاربرد شناختی) جمله و فعال سازی و منفعل سازی بر آمده است. در فصل اول هدف و اهمیت پژوهش، بیان مساله و سوالها و فرضیه‌ها ارائه شده، فصل دوم به پیشینه تحقیق و پژوهش‌های خارجی و داخلی پرداخته است. فصل سوم چارچوب نظری تحقیق و نظریه نورمن فرکلاف بیان شده، فصل چهارم به بررسی داده‌ها و تجزیه و تحلیل آنها پرداخته و در فصل پنجم نتایج حاصل مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. این پژوهش در اساس پژوهش کیفی است اما در عین حال از روش کمی یعنی محاسبه فراوانی، درصد فراوانی و میزان پوشیدگی یا صراحت جهت بررسی تفاوت بین مولفه‌ها نیز بهره جسته است. طبق شواهد می‌توان نتیجه گرفت که روزنامه کیهان روزنامه‌ای کاملاً همسو با جریان حکم در جامعه است و از دیگر روزنامه‌ها صریح‌تر می‌باشد، روزنامه رسالت نیز کاملاً همسو با جریان حاکم در جامعه است اما از دیگر روزنامه‌ها پوشیده‌تر است. روزنامه اعتماد ملی کاملاً منتقد برخی جریانات حاکم در جامعه است و درصد صراحت آن از کیهان کمتر است. روزنامه همشهری نسبتاً منتقد و روزنامه جام جم همسو با جریانات حاکم در جامعه است.

**فاطمه سیدابراهیمی‌نژاد**

## **Abstract**

A linguistic analysis of Persian newspaper headlines from CDA point of view

The human's communication through the media is often direct and is used by language, so the media are effective in ideological transference. Critical discourse analysis shows the relationship between language, power and ideology by discovering the discursive features, so in this research ,Keihan ,Resalat, Jam-e-Jam ,Hamshahri and Etemad-e-Melli newspapers are studied by discursive features such as direct and indirect nomination, passive or active sentences , nominalization , using different types of sentences and activation versus passivation. The first chapter is related to the objectives and the importance of the research. The research questions and the hypotheses are introduced in this chapter. The review of literature is in the second chapter, the third chapter deals with the theoretical framework and Norman Fairclough's theory. The fourth chapter is related to the method, data for the study and analyzing them. Results, discussion and concluding remarks are presented in chapter five. Although the qualitative method is the fundamental method in this research but a mixed designed method (qualitative and quantitative) has been used to conduct this research. The frequency, the relative frequency, the percentage and mystification rate were used to measure the possible statistical differences among the CDA features. The findings reveal that Keihan is perfectly in favor of the dominant events in the country and has the lowest level of mystification rate. Resalat is also perfectly in favor of the dominant events in the country but has the highest level of mystification rate. Etemad-e-Melli is perfectly critic and its mystification rate is lower than Keihan's. Hamshahri is to some extent critic and Jam-e-Jam is in favor of the dominant events in the country.

Fateme Seyyed Ebrahimi Nezhad