



دانشگاه آزاد اسلامی  
واحد علوم و تحقیقات

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته زبان‌شناسی همگانی (M.A)

**عنوان**

تحلیل زبان‌شناختی ساخت‌های ایدئولوژیک در تبلیغات رسانه‌ای انتخابات دوره  
دهم  
ریاست جمهوری در ایران

**استاد راهنما**

دکتر فردوس آقاگل‌زاده سیلاخوری

**استاد مشاور**

دکتر زهرا ابوالحسنی چیمه

**نگارنده**

سوده رسالت‌پو

سال تحصیلی ۱۳۸۹ - ۱۳۸۸

## فهرست مطالب

### فصل اول

#### • کلیات پژوهش

۸	چکیده فارسی .....
۱۰	۱-۱ مقدمه .....
۱۰	۲-۱ طرح مسأله و ضرورت پژوهش .....
۱۱	۳-۱ بیان پرسش‌ها و فرضیه‌های پژوهش .....
۱۲	۴-۱ اهداف پژوهش و کاربردهای آن .....
۱۲	۵-۱ روش تحقیق .....
۱۳	۶-۱ کلید واژه‌ها .....
۱۵	۷-۱ ساختار پژوهش .....

### فصل دوم

#### • ادبیات تحقیق

۱۷	۱-۲ مقدمه .....
۱۷	۲-۲ گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی .....
۱۹	۳-۲ تحقیقات انجام شده توسط محققان ایرانی .....
۳۱	۴-۲ تحقیقات انجام شده توسط محققان غیر ایرانی .....
۳۷	۵-۲ خلاصه و نتیجه‌گیری .....

## فصل سوم

### • ملاحظات نظری و روش انجام تحقیق

- ۳-۱ مقدمه ..... ۳۹
- ۳-۲ چارچوب نظری تحقیق ..... ۳۹
- ۳-۲-۱ گفتمان، شناخت، جامعه ..... ۳۹
- ۳-۲-۲ تعریف مفاهیم قدرت، کنترل، قدرت اقتناعی و هژمونی ..... ۴۰
- ۳-۲-۳ ایدئولوژی و رویکرد چند وجهی وندایک به ایدئولوژی ..... ۴۱
- ۳-۲-۴ ساختارهای ایدئولوژیکی و راهکارهای گفتمان ..... ۴۴
- ۳-۲-۵ تجلی‌های ایدئولوژی در گفتمان ..... ۵۰
- ۳-۲-۶ مربع ایدئولوژیکی وندایک و مقولات پیشنهادی وی جهت تجزیه و تحلیل ایدئولوژیکی ..... ۵۱
- ۳-۳ روش انجام تحقیق ..... ۶۰

## فصل چهارم

### • تجزیه و تحلیل داده‌ها

- ۴-۱ مقدمه ..... ۶۳
- ۴-۲ کاندیداهای انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری (۱۳۸۸) در بافت کلان ..... ۶۳
- ۴-۳ تجزیه و تحلیل داده‌ها ..... ۶۷
- ۴-۵ راهبردهای بکارگرفته شده در داده‌های پژوهش ..... ۱۳۶
- ۴-۶ مقایسه بکارگیری دو کلان راهبرد بازنمایی مثبت و منفی از گروه خودی و غیر خودی ..... ۱۳۹

## فصل پنجم

### • نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۱-۵ مقدمه ..... ۱۴۷

۲-۵ نتیجه‌گیری ..... ۱۴۷

۳-۵ اهداف کاربردی تحقیق ..... ۱۵۰

۴-۵ پیشنهاداتی برای مطالعات بیشتر ..... ۱۵۱

چکیده انگلیسی ..... ۱۵۶

## چکیده

از آنجاییکه رسانه‌های جمعی و مطبوعات جدی‌ترین ابزار بازتولید ایدئولوژی در عصر حاضر هستند و فرایند متقاعدسازی یا به عبارتی فرایند تغییر عقاید مردم تحت تأثیر گفتمان از مهمترین اهداف گفتمان تبلیغاتی است، این پژوهش با بهره‌گیری از تحلیل گفتمان انتقادی به عنوان روش‌شناسی و رویکرد اجتماعی - شناختی و ن‌دایک به عنوان چارچوب نظری، ساخت‌های ایدئولوژیک را در گفتمان تبلیغات انتخاباتی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد. داده‌ها از سایت و روزنامه‌های کاندیداهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از تاریخ ۸۸/۳/۱ تا ۸۸/۳/۲۱ گردآوری شده است. زبان و گفتمان، قابلیت‌های ساختاری گسترده‌ای برای تأکید و تأکیدزدایی اطلاعات دارند و بدین ترتیب عقاید مربوط به گروه‌های خودی و غیر خودی را به گونه‌ای ارزش‌گذارانه تحت کنترل دارند.

این تحقیق از طریق تجزیه و تحلیل عناوین روزنامه‌ها و تمرکز بر سبک واژگانی و ساختارهای معنایی و نحوی و ابزارهای غیرکلامی نشان داد که سطوح مختلف ساختارهای گفتمانی از سبک واژگانی و ساختارهای نحوی تا معنایی و حتی گرافیکی، بلاغت، کنش، تعامل و ساختارهای صوری به منظور تأکید بر ویژگی‌های مثبت ما (گروه خودی) و ویژگی‌های منفی دیگران (گروه غیر خودی) در تبلیغات انتخاباتی دهمین دوره ریاست جمهوری مورد استفاده سیاسیون قرار گرفته است. در این پژوهش همچنین انواع راهکارهای بکار گرفته شده در القای ایدئولوژی همچون بازنمایی مثبت از گروه خودی، بازنمایی منفی از گروه غیر خودی، قربانی‌سازی، تمسک به چهره‌های شاخص، سفسطه، ذکر شاهد، مقایسه و بازی با اعداد و سایر راهکارهای موجود از دل تیترها استخراج و بیان گردید و نشان داده شد که برخی سایت و روزنامه‌ها کلان راهبرد بازنمایی مثبت از گروه خودی و برخی دیگر بازنمایی منفی از گروه غیر خودی را به عنوان راهبرد غالب در تبلیغات خود بکار گرفته‌اند.

الف: فهرست منابع فارسی

۱. آزاد، امید. (۱۳۸۸)، تجزیه و تحلیل خبر ۳۰: ۲۰ در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران
۲. آفاگل زاده، فردوس. (۱۳۸۳)، روش‌شناسی تحقیق در تحلیل گفتمان انتقادی، مجموعه مقالات ششمین کنفرانس زبان‌شناسی ۹-۷ آذر ۱۳۸۳، به کوشش ابراهیم کاظمی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۸-۱
۳. آفاگل زاده، فردوس. (۱۳۸۵)، تحلیل گفتمان انتقادی، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی
۴. آفاگل زاده، فردوس و مریم سادات غیاثیان. (۱۳۸۶)، رویکردهای غالب در تحلیل گفتمان انتقادی، مجله زبان و زبان‌شناسی، شماره ۵، ص ۵۳-۳۸
۵. آفاگل زاده، فردوس. (۱۳۸۷ الف)، تحلیل قابلیت‌های آموزشی گفتمان‌های رادیو، چکیده مقالات اجلاس جهانی رادیو (اصفهان، ۳۱ اردیبهشت تا ۲ خرداد ۱۳۸۷): نشر زیتون
۶. آفاگل زاده، فردوس. (۱۳۸۷ ب)، تحلیل گفتمان انتقادی رسانه ملی (رادیو): اهداف، چالش‌ها و فرصت‌ها، کتاب ماه علوم اجتماعی، دوره جدید شماره هشتم، آبان ۱۳۸۷، ص ۹ و ۱۵
۷. آفاگل زاده، فردوس. (۱۳۸۸)، نقش رسانه رادیو و ساخت‌های زبانی در شکل‌گیری گفتمان اسلام‌هراسی در جهان، چکیده مقالات دومین اجلاس بین‌المللی رادیو، به کوشش عبدالحسین کلانتری، تهران: طرح آینده، ص ۵
۸. ابطحی، مریم. (۱۳۸۵)، تحلیل انتقادی گفتمان در سرمقاله‌های مطبوعات با دو گرایش عمده سیاسی (با توجه خاص به بازتاب انتخابات نهم ریاست جمهوری ایران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه پیام‌نور، دانشکده ادبیات و علوم انسانی
۹. اسپنانی، رضوانه. (۱۳۸۴)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، بررسی ویژگی‌های گفتمانی گزارش‌های خبری (اخبار سیاسی)، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، دانشکده زبان
۱۰. اسدی طاری، محمد حسن. (۱۳۷۲)، تاریخچه تبلیغات بازرگانی، رسانه، بهار ۷۲، ص ۵۴
۱۱. باغینی‌پور، مجید. (۱۳۸۰)، سخن‌کاوی انتقادی/تحلیلی کوتاه بر بازتاب قدرت در زبان، مجله زبان‌شناسی، زمستان ۱۳۸۰، ص ۲-۳
۱۲. بشیر، حسن. (۱۳۸۵)، تحلیل گفتمان دریچه‌ای برای کشف ناگفته‌ها، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ص ۱۴
۱۳. بهرامپور، شعبانعلی. (۱۳۷۹)، گفتمان تبلیغات انتخاباتی کاندیداهای مجلس ششم، رسانه، سال یازدهم شماره اول، ص ۲۸-۲۹
۱۴. حکمی، نسرين و غلامحسین صدری افشار. (۱۳۸۱)، فرهنگ معاصر فارسی، تهران: فرهنگ معاصر
۱۵. خسروی‌نیک، مجید و لطف‌الله یارمحمدی. (۱۳۷۹)، ساختارهای گفتمانی و ایدئولوژیکی در گفتمان‌های خبری روزنامه‌های ایران (رویکردی انتقادی در تحلیل گفتمان)، مجموعه مقالات پنجمین کنفرانس زبان‌شناسی نظری و کاربردی ۱۳۷۹، ص ۱۹-۱۶

۱۶. روزخوش، محمد. (۱۳۸۶)، بررسی نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران از منظر تحلیل گفتمان انتقادی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت معلم تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی
۱۷. سایت خبرگزاری کتاب ایران [www.ibna.ir](http://www.ibna.ir)
۱۸. سایت ویکیپدیا [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
۱۹. سایت هوپا [www.hupaa.com](http://www.hupaa.com)
۲۰. سلطانی، سید علی اصغر. (۱۳۸۴)، قدرت، گفتمان و زبان: ساز و کارهای جریان قدرت در مطبوعات، تهران: نشر نی
۲۱. شاهنواز، حمیدرضا. (۱۳۸۲)، بررسی زبان‌شناختی آگهی‌های تبلیغاتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی
۲۲. شیرینی، اکبر. (۱۳۸۶)، تأثیر عوامل گفتمانی بر تجلی عناصر زبانی در متون مطبوعاتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه پیام‌نور، دانشکده ادبیات و علوم انسانی
۲۳. عطائی، روح‌الله. (۱۳۸۶)، تحلیل گفتمان انتقادی واژگان دارای بار ایدئولوژیک در ترجمه رمان‌های قبل و بعد از انقلاب اسلامی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مترجمی زبان انگلیسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشکده زبان‌های خارجی
۲۴. عواطف رستمی، روح‌الله، ۱۳۸۶، تحلیل گفتمان انتقادی جریان ایدئولوژی در فراز و فرود گفتمان انقلاب اسلامی در مطبوعات ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه اصفهان، دانشکده زبان‌های خارجی
۲۵. غیاثیان، مریم‌سادات، ۱۳۸۶، بازنمایی ما و آنها: تصویر سفیدپوستان و مسلمانان در نشریات غرب پس از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱، رسانه، زمستان ۱۳۸۶، شماره ۷۲، ص ۲۱۳-۲۰۵
۲۶. فرکلاف، نورمن، ۱۳۸۷، تحلیل انتقادی گفتمان، ترجمه فاطمه شایسته‌پیران و دیگران، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و انتشارات اسلامی
۲۷. مهدیزاده، سید محمد، ۱۳۸۶، تصویرسازی منفی رسانه‌های غرب از جهان اسلام و ملل شرق؛ خود و دیگری در متون و رسانه‌های غرب، رسانه سال دوازدهم، شماره سوم
۲۸. نیکوکلام اکرم، فاطمه، ۱۳۸۵، بررسی عناوین دو روزنامه ایرانی پیرامون موضوع انرژی هسته‌ای از دیدگاه تحلیل کلام انتقادی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه رازی. دانشکده ادبیات و علوم انسانی
۲۹. ون‌دایک، تئون ای. ، ۱۳۸۷، مطالعاتی در تحلیل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان‌کاوی انتقادی، ترجمه پیروز ایزدی و دیگران، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و انتشارات اسلامی
۳۰. یارمحمدی، لطف‌الله، ۸۱-۱۳۸۰، تحلیل گفتمان با استفاده از مؤلفه‌های جامعه‌شناختی - معنایی گفتمان‌مدار با عنایت به تصویرسازی کارگزاران اجتماعی، نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید باهنر کرمان، دوره جدید شماره ۱۰ و ۱۱ زمستان ۸۰ و بهار ۸۱، ص. ۱-۲ و ۱۴-۱۲

۳۱. یارمحمدی، لطف الله، ۱۳۸۵، ارتباطات از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی، تهران، انتشارات هرمس

۳۲. یعقوبی، مهدی، ۱۳۸۶، بازنمایی جنگ اخیر حزب‌الله و اسرائیل در نشریات ایرانی و امریکایی بر مبنای نظریه تحلیل انتقادی کلام، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه تربیت معلم آذربایجان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی

ب: فهرست منابع انگلیسی

1. Aghagolzadeh, Ferdows and Sahar Bahrami-Khorshid (2009), *Language as a Puppet of Politics: A Study of McCain's and Obama's Speech on Iraq War, a CDA Approach*, International Journal of Criminology and Sociological Theory, Vol. 2, No. 1, June 2009, p. 218-229
2. Brown, Gillian and George Yule (1989), *Discourse Analysis*: Cambridge University Press
3. Crystal, D. (1992), *An Encyclopedia Dictionary of Language and languages*: Blackwell
4. Farrelly, Michael (2009), *Discourse and Ideology: Democracy in the Election Manifestoes of New Labour 1997-2005*, p. 1-2, 15
5. Goddard, Angela (1998), *The Language of Advertising (Written Texts)*, London: Routledge
6. Hodges, Adam and Chad Nilep, (2007), *Discourse, War and Terrorism* Philadelphia: John Benjamins Publication Company
7. Izadi, Foad and Hakimeh Saghaye-Biria, (2007), *A Discourse Analysis of Elite American Newspaper Editorials: The Case of Iran's Nuclear Program*, Journal of Communication Inquiry, Volume 31 Number 2, April 2007, p. 140-141, 160- 162
8. Van Dijk T.A. (1989), *Social Cognition and Discourse*, p. 8-11, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
9. Van Dijk T.A. (1991), *The interdisciplinary study of news as discourse*, p. 5-6, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
10. Van Dijk T.A. (1993), *Principles of critical discourse analysis*, p. 4-6, 10, 17-33, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
11. Van Dijk T.A. (1995)a, *Discourse analysis as ideology analysis*, p.6-16, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
12. Van Dijk T.A. (1995)b, *Ideological discourse analysis*, p. 1, 15, 24, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.



13. Van Dijk T.A. (1996), *Discourse, power and access*, p. 19, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
14. Van Dijk T.A. (1997)a, *The Study of Discourse*, p. 1-5, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
15. Van Dijk T.A. (1997)b, *Political Discourse and Racism*, p.1-2, 32-33, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
16. Van Dijk T.A. (1997)c, *Discourse as Interaction in Society*, London: Sage Publication
17. Van Dijk T.A. (1998)a, *Opinions and ideologies in the press*, p. 1-26, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
18. Van Dijk T.A. (1998)b, *Ideology ,A Multidisciplinary Approach*, London: Sage Publication
19. Van Dijk T.A. (2000)a, *Ideology and Discourse*, p. 16, 21-22, 36, 62-74, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
20. Van Dijk T.A. (2000)b, *The Reality of Racism*, p. 1-3, 14-15, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
21. Van Dijk T.A. (2001)a, *Discourse, ideology and context*, p. 27-28, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
22. Van Dijk T.A. (2001)b, *Critical Discourse Analysis*, p. 1, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
23. Van Dijk T.A. (2002), *Political discourse and political cognition*, p. 1-3, 28-29, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
24. Van Dijk T.A. (2006)a, *Discourse and manipulation*, p.1-2, 22 retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
25. Van Dijk T.A. (2006)b, *Ideology and Discourse Analysis*, p. 1-2, 19-24, retrieved from <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>.
26. Richardson, John E.( 2007), *Analysing Newspapers, An Approach from Critical Discourse Analysis*, New York: Palgrave macmillan
27. Simpson, Paul (1993), *Language, Ideology and Point of View*, London: Routledge
28. Tanaka, Keiko (1994), *Advertising Language*, London: Routledge
29. Thomas, Linda and et. al ( 2004), *Language, Society and Power*, London & New York: Routledge
30. Wodak, Ruth and Michael Meyer (2001) , *Methods of Critical Discourse Analysis*, London: Sage Publication
31. Yule, George (2000), *Pragmatics*, New York: Oxford University Press

## **Abstract**

### **Linguistic analysis of ideological structures in tenth presidential election in Iran**

The mass media and the press undoubtedly are the main means of ideological reproduction in contemporary societies. They may not tell people what to think, but they are quite effective in influencing what people will think about and how they should think on. Persuasion that defines as a process in which people change their opinions as a consequence of discourse (Van Dijk, 1998b, 244) is the most important goal of agenda discourse. This research by using CDA as methodology and socio- cognitive approach of VanDijk as theoretical framework will analyse ideological structures in the electoral discourse. Data has gathered from website and newspapers which are belonged to candidates of the tenth presidential election. Language and discourse have a broad range of structural possibilities to emphasize and de-emphasize information and hence the ideologically controlled opinions about ingroups (self) and outgroups (others). This research by analysing titles of newspapers and focusing on lexical, semantic and syntactic structures and also non-verbal devices show that various levels of discourse structures (lexical style, syntactic, semantic and even graphical structures, rhetoric, action and interaction and formal structures) are used by politicians to emphasize positive things about us (ingroup) and de-emphasize negative things about them (outgroup). In this research we also show that different strategies like humanitarianism, implication, victimization, authority, fallacies, evidentiality, number game and . . . are used in headlines to express ideology. Finally we tried to give a comparison between these newspapers in using overall strategy in their agenda discourse: positive self-representation and negative other- representation.

Soode Resalat Pou