

تقدیم به روان استاد فقیدم:
شادروان دکتر محمد طباطبایی

دکتر بیوک بهنام*

آن سوی واژه‌ها، اندیشه‌های ما: تحلیل گفتمانی چند متن تبلیغ انتخاباتی

چکیده:

متن نوشتاری به عنوان یک کانال ارتباطی خاص زبانی حاوی یک سلسله فرایندهای پیچیده است که بین نویسنده و خواننده به وقوع می‌پیوندد، اگرچه این فرایندها ممکن است به ظاهر ناپیدا به نظر برسند. متن نوشتاری در واقع تظاهر صوری تعاملی است که در آن متکلم و مخاطب علی‌رغم داشتن فاصله زمانی و مکانی از یکدیگر در شرایطی مشابه با آنچه در ارتباط شفاهی و آنی رخ می‌دهد درگیر کنشها و واکنشهای ارتباطی هستند، با این تفاوت که در ارتباط نوشتاری نویسنده خود مجبور است بافت ارتباطی را نیز در درون متن بیافریند. در واقع، نویسنده با این نحو می‌تواند دیدگاهها و نیت خود را به طور

* عضو هیأت علمی گروه آموزشی زبان و ادبیات انگلیسی دانشگاه تربیت معلم تبریز

مستقیم و غیر مستقیم به خواننده ارائه و یا القاء نماید.

بیان مستقیم منظور از جانب یک نویسنده به ندرت نیاز به تجزیه و تحلیل کلامی دارد. آنچه حائز اهمیت است این است که نویسنده چگونه بدون به کارگیری اشارات مستقیم، با به کارگیری شیوه‌های خاص موفق به القاء ارائه آرا و نظرات خویش در زمینه‌ای بخصوص می‌گردد. این کار نیاز به تجربه و توانایی بهره‌گیری مؤثر و کارآمد نویسنده از ابزار موجود در زبان دارد. علم تحلیل کلام (سخن کاوی)^۱ در استخراج راهبردهای بیانی نویسنده در ابعاد گوناگون اجتماعی، فردی، سیاسی و... مورد استفاده قرار می‌گیرد.

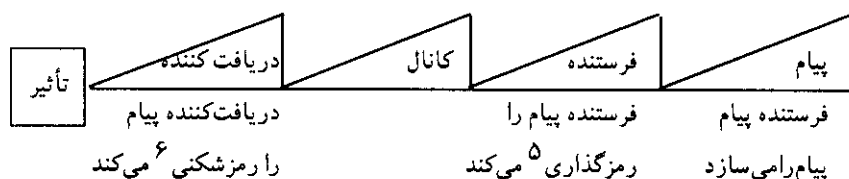
هدف اصلی این مقاله نمایش شیوه‌های درک مقصود اصلی نویسنده در ارائه پیام و استخراج الگوهای زیرساخت معنایی آن به کمک شیوه‌های رایج در سخن کاوی می‌باشد. به این منظور سه متن کوتاه منتخب از یک روزنامه کثیر الانتشار داخلی^۲ مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. هر یک از این متون نوعی آگهی تبلیغاتی برای سه نامزد انتخاباتی هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری می‌باشد. در این مقاله سعی بر این است که جهت‌گیری مثبت و همدلی نویسنده با یکی از نامزدها و عدم همسوئی قلبی وی با سایر نامزدها - علی‌رغم فقدان نشانه‌های آشکار و مستقیم درون متنی - مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد و نشان داده شود که نویسنده برای نیل به این مقصود از کدام شیوه‌ها و الگوهای زبانی بهره جسته است.

۱- مقدمه

مطالعات متن کاوی^۳ و سخن کاوی (به‌ویژه در زبان انگلیسی) هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی طی چند دهه اخیر تحوّل عمیق و چشمگیری داشته

است. در اکثر این مطالعات دیدگاه زبان به عنوان ابزار ارتباط اجتماعی و ابزار نمایش جهان‌بینی و جهت‌گیری‌های فردی و گروهی نمودهای بارزی دارد. علاوه بر این، شیوه‌های به کار گرفته شده در این کاوشها بر پیوند ناگسستنی متن با پدیده‌ها و واقعیتهای اجتماعی برون متنی تاکید می‌ورزند (برای نمونه، ر.ک. Carter & Nash, 1990; Simpson, 1993; Birch, 1989; Price, 1993). هرگاه رابطه بین اجزاء درون متنی (درونه) و برون متنی (برونه^۴) در کار باشد زبان بعنوان ابزار ارتباط مطرح است (و کل تفاوت مطالعات سنتی زبان با مطالعات توصیفی نوین در همین نگرش نهفته است). در این صورت بایستی عناصر اساسی برقراری این ارتباط شناسائی گردند (ر.ک. Hymes, 1972). بنا به نظر محققین (بعنوان مثال Price, 1993) زمانی تعامل برقرار می‌شود که حداقل مشخصه‌های زیر برقرار باشد:

- پیام (محتوا، موضوع)
 - فرستنده پیام (متکلم، گوینده)
 - گیرنده پیام (مخاطب: شنونده، خواننده)
 - کانال ارتباطی (ابزار بیان: گفتار، نوشتار، ...)
 - هدف / تأثیر گذاری
- هر نوع پیامی طی فرآیند همگانی و مشخصی انتقال می‌یابد. نمودار زیر طرحی ساده از فرآیند انتقال پیام را نشان می‌دهد.



طرحی ساده از فرآیند پیام (Price, 1993:4)

نگارنده، همسو با سایر محققین، بر این باور است که این عوامل همواره در تأثیر و تأثر با یکدیگر بوده و شکل پیام بر حسب تغییر هر یک از این عوامل الزاماً تغییر می‌کند و به کارگیری تدابیر متفاوت تری را ایجاب می‌کند. بنابراین آنچه در اینجا مورد نظر ماست، تبیین «چیستی» این فرایند نیست، بلکه تبیین «چرایی» و «چگونگی» آن است: چرایی انتخاب مجموعه‌ای همسو از راهبردهای متنی^۷ و چگونگی باز نمود هدفها^۸ توسط آن راهبردها. به بیانی دیگر، کنکاش در صورت‌زبانی^۹ برای راهیابی به نقش ارتباطی^{۱۰}. به زعم نگارنده، چون پرده صورت کنار رود عمق معنی هویدا می‌گردد.

در این مقاله سعی خواهد شد سه قطعه متن با ویژگیهایی که در چکیده بدانها اشاره شد از زاویه راهبردهای متنی برگزیده و هدفهای ناظر بر آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

محورهای بحث به قرار زیرند:

۱- ویژگیهای صوری متن

الف) ویژگیهای نگارشی^{۱۱}

ب) آرایش: ترتیب ارائه متن‌ها^{۱۲}، پاراگراف‌بندی^{۱۳}

۲- ویژگیهای محتوایی / سبکی متن

الف) ماهیت ارجاع^{۱۴}

ب) تعداد و طبقه مشارکین^{۱۵} (کنشگران انسانی متن)

ج) کنشهای زبانی^{۱۶} مطرح شده در متن

د) مناسبات بینامتنی^{۱۷}

پیش از آغاز تحلیل، لازم است هر سه متن تماماً و به همان شکل که

به چاپ رسیده در این جا آورده شود.

۲- نمونه‌ها

نمونه ششم (۱)

حمایت گسترده اقشار مختلف جامعه
از حجت‌الاسلام والمسلمین خاتمی

سرویس سیاسی: انجمن اسلامی دانشجویان دانشگاه گیلان،
جمع کثیری از کشاورزان استان مازندران، انجمن اسلامی دانشجویان
دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان ایلام، انجمن
اسلامی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان دانشکده ادبیات و
علوم انسانی، جمعی از روحانیون، طلاب، مدرسین مدارس علمیه
قزوین، جمع کثیری از طلاب منطقه رودبار، جمعی از شهروندان دهلران،
جمعی از فرهنگیان دزفول، گروهی از روحانیون، فرهنگیان، کارمندان،
دانشجویان، عشایر، بازاریان، کشاورزان، کارگران، خانواده‌های شهدا،
جانبازان، رزمندگان و آزادگان فراشبند فارس، دانشجویان دانشکده
پرستاری اهر و انجمن اسلامی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس با
صدور بیانیه‌ها، اطلاعیه‌ها و طومارهایی جداگانه از
نامزدی «حجت‌الاسلام والمسلمین سید محمد خاتمی» در هفتمین
دوره انتخابات ریاست جمهوری حمایت کردند.

در بخشی از اطلاعیه انجمن اسلامی دانشجویان دانشگاه
گیلان آمده است: در حالی که با ورود دیر هنگام «دکتر خاتمی» نسبت به
سایر رقبای عرصه فعالیت انتخاباتی کشور امید کمی نسبت به پیروزی
وی در انتخابات بود، اما خوشبختانه با گذشت زمان، اقبال عمومی در

حالی گسترش یافت که شاهد رشد برخی ضد ارزشها و فعالیتهای
تخریبی جناح تمامت خواه و استفاده این گروه از امکانات بیت المال و
۲۰ صدا و سیما و سفرهای پر خرج تبلیغاتی و غیره بودیم.

درعین حال این گروه بایبدا نکرای مردم را اساس پینشرو آگاهی استونه
صرفاً جهت رفع تکلیف و مردم بیدار ما نخواهند گذاشت همچون گذشته
سرنوشت مملکت اسلامی ما در خارج از کشور رقم بخورد.

این انجمن با حمایت از «حجت الاسلام والمسلمین سید
۲۵ محمد خاتمی» او را نسبت به سایر نامزدها اصلح دانسته و مردم را به
شرکت گسترده در انتخابات دعوت کرده است.

نمونه شماره (۲)

حمایت از نامزدی
حجت الاسلام والمسلمین ناطق نوری

- سرویس سیاسی: جمعی از طلاب و روحانیان اهل سنت شرق مازندران، مجتمع هنرمندان، اتحادیه‌ها و کسبه شهرستان کردکوی، جمعی از خانواده معظم شهدای شهرستان میمه، جمعی از دانشجویان دانشکده فنی شهید صدوقی یزد، جامعه خبرنگاران مهدی شهر، جامعه اسلامی دانشجویان دانشگاه‌های تبریز و تربیت معلم، تشکل سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد میمه، جامعه روحانیت مبارز، مدرسین و طلاب حوزه علمیه و ائمه جماعات مساجد همدان، جامعه روحانیت اهواز، اتحادیه شرکت‌های تعاونی مینی بوس داران و سواری داران استانهای کردستان، همدان، مازندران، تهران و گیلان، انجمن اسلامی مهندسین خراسان، جامعه روحانیت اهل تسنن منطقه بجنورد، ۵ جمعی از دانشجویان آموزشکده فنی سنندج، جامعه روحانیت، مجمع حزب الله، جمعیت مؤتلفه اسلامی، اتحادیه‌ها، مجامع امور صنفی و جمعی از فرهنگیان فیروزکوه با صدور اطلاعیه‌هایی جداگانه از نامزدی حجت الاسلام والمسلمین ناطق نوری در انتخابات ریاست جمهوری حمایت کردند. ۱۰ در بخشی از اطلاعیه‌های اتحادیه مینی بوس داران و سواری داران آمده است: ما اعضای شرکت‌های تعاونی مینی بوس داران و سواری داران با توجه به سوابق سیاسی، اجتماعی و مذهبی ریاست محترم مجلس شورای اسلامی و حمایت جامعه مدرسین حوزه علمیه قم

و جامعه روحانیت مبارز تهران، حمایت از کاندیداتوری حضرت حجت

۲۰ الاسلام والمسلمین ناطق نوری را در انتخابات ریاست جمهوری بر خود

واجب می‌دانیم.

نمونه شماره (۳)

حمایت از نامزدی

حجت الاسلام والمسلمین ری شهری

۵ سرویس سیاسی: مجمع طلاب و روحانیون شهرستان دورود مقیم حوزه علمیه قم با صدور بیانیه‌ای حمایت قاطع خود را از حجت الاسلام والمسلمین ری شهری به عنوان نامزد اصلح انتخابات ریاست جمهوری اعلام کردند. در این بیانیه آمده است ما طلاب و روحانیون شهرستان دورود در حوزه علمیه قم پس از بررسی‌های همه جانبه پیرامون انتخابات ریاست جمهوری و مطالعه درباره ویژگی‌های هریک از نامزدهای مطرح، سرانجام حجت الاسلام والمسلمین محمدی ری شهری را به عنوان مدافع راستین ارزش‌های انقلاب اسلامی اصلح تشخیص دادیم و آراء خود را به نفع ایشان در صندوق‌های اخذ رای خواهیم ریخت.

۳- ویژگی‌های صوری

ویژگی‌های صوری یک متن در واقع در قالب یک تفکر و رویکرد جامع‌تر نشانه شناختی^{۱۸} قابل بررسی است. در قلمرو فعالیت‌های انسانی سیستم‌های گوناگونی از نشانه‌ها وجود دارند که ارتباط را ممکن می‌سازند. (در برای مثال یک تابلوی راهنمایی نظیر (رانندگی) بافت سیستم علائم راهنمایی و به مفهوم «پیچ خطرناک» تعبیر می‌گردد و یا رنگ چراغ‌های راهنمایی در سر چهار راه‌ها هر یک نشانگر شرایط خاصی است که راننده بر اساس آن واکنشی نشان می‌دهد. بنابراین رنگ چراغ به همراه سایر علائم راهنمایی یک سیستم آن نشانه شناختی را تشکیل می‌دهد. نشانه‌ها بسته به نوع سیستمی که در و یا به کار برده می‌شوند ممکن است کلامی^{۱۹}، غیر کلامی^{۲۰}، طبیعی^{۲۱} ساختگی^{۲۲} و غیره باشند^{۲۳}. بنابراین نشانه‌شناسی، مطالعه ساختارهای نشانه‌ها و فرایندهای مربوط به آنها است که در حیطه ادراکات، تجارب و فعالیت‌های انسان از جمله فعالیت‌های ارتباطی وی کاربرد دارند. زبان از دیدگاه (برخی از نظریه پردازان و زبان شناسان (برای مثال، Halliday, 1978 مجموعه سیستمی از نشانه‌هاست که معنی را افاده می‌کند.

بر اساس آنچه گفته شد، بررسی حاضر را از یک نظر می‌توان یک مطالعه نشانه شناختی دانست، زیرا نشانه‌شناسی به معنای وسیع آن شامل بررسی رمز^{۲۴}، ساختار^{۲۵}، نشانه^{۲۶}، گفتمان^{۲۷} و متن^{۲۸} می‌باشد (منبع پیشین).

آنچه در مبحث نشانه‌شناسی در این جا افزودنی است این است که اگر عناصر ملموس زبانی را که به طور خطی^{۲۹} در متن قرار می‌گیرند یک رابطه ساختاری^{۳۰} در نظر بگیریم، می‌توانیم ویژگی‌های صوری یا اصول حاکم بر

شکل ظاهری متن را (نظیر ویژگی‌های نگارشی و پاراگراف‌بندی: ر.ک. بخش ۱-۳ و ۲-۳) یک رابطه فراساختاری^{۳۱} بنامیم، زیرا این ویژگی در درونه متن موجود نیست بلکه در برونه آن متجلی می‌گردد.

موضوع این است که هر گاه در تولید و ارائه یک متن علاوه بر روابط ساختاری، یعنی نحو صحیح، واژگان قابل قبول و رسا و غیره، از روابط فراساختاری، مانند آنچه در بالا اشاره شد، نیز بهره‌برداری شود میزان تأثیر بخشی آن متن متفاوت خواهد بود. راهبردهای به کار گرفته شده توسط نویسنده در این سه نمونه بارزی از تلفیق چند سیستم نشانه‌شناسی و یا تلفیق لایه‌های مختلف از یک سیستم نشانه‌شناسی می‌باشد.

هدف عمده این راهبرد، «برجسته سازی»^{۳۲} باورها، اندیشه‌ها و تصورات نویسنده یا گروهی خاص است که نویسنده سخنگوی آنها محسوب می‌گردد. برجسته‌سازی به منظور القای گرایش یا تفکر خاصی صورت می‌گیرد که در اثر انحراف از یک هنجار زبانی حاصل می‌گردد که برخی آنرا «هنجار شکنی»^{۳۳} می‌نامند (ر.ک. صفوی، ۱۳۷۳). اگرچه این راهبرد بیشتر در متون ادبی مورد بحث قرار گرفته است اما در متون مطبوعاتی و هنری و ورزشی نیز پیوسته مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه در متن تبلیغاتی صورت بخصوص و ثابتی وجود ندارد که ما گونه‌ای از آنرا برجسته سازی شده تعلق کنیم اما در برخی موقعیتهای ارتباطی نظیر آنچه در متون مورد نظر اتفاق افتاده است برجستگی برخی از مفاهیم با راهبردهای گوناگون در مقایسه با یکدیگر آشکار می‌گردد.

اکنون نمونه‌هایی از راهبردهای برجسته‌سازی را که در سه نمونه فوق به کار گرفته شده‌اند مورد بحث قرار می‌دهیم.

۳-۱- ویژگیهای نگارشی

عنوان نمونه شماره (۱) از نظر اندازه قلم‌های انتخاب شده در مقایسه با دو نمونه دیگر برجستگی ملموسی را نشان می‌دهد. مضاف بر این، نمونه شماره (۱)، از نظر جایگاه، صدرنشین است و بنابراین نخستین متنی است که توجه خواننده را به خود معطوف می‌کند. شاهد نگارشی دیگر که به برجسته‌سازی در این متن قوت می‌بخشد، درج نام کاندیدا بین گیومه و به صورت حروف درشت‌تر و پررنگ در سرتاسر متن نمونه (۱) می‌باشد. در دو نمونه دیگر چنین شیوه‌ای به عمد مورد استعمال قرار نگرفته است. علاوه بر این، به زعم نگارنده این مقاله، چاپ ویژه کلمات «طومارهایی جداگانه» به صورت طولانی‌تر از حد معمول تصادفی نبوده و شاید به منظور انتقال تصویری با معنای افزوده^{۳۴} «طومارهایی بلند» صورت گرفته است!

۳-۲- پاراگراف‌بندی

این سه نمونه از نظر پاراگراف‌بندی نیز تفاوت قابل توجهی را نشان می‌دهند بدین معنی که محتوای نمونه شماره (۱) در قالب چهار پاراگراف مجزا بازنمایی شده است در صورتی که محتوای دو نمونه دیگر به تمامی در قالب یک پاراگراف واحد عرضه گردیده است. از آنجا که هر پاراگراف، در تعریف، مجموعه‌ای است از عناصر مرتبط به هم که مفهوم واحدی را می‌رسانند، این فرض در ذهن خواننده شکل می‌گیرد که نمونه شماره (۱) حاوی مفاهیم متنوع‌تری می‌تواند باشد. همین شیوه پاراگراف‌بندی مآلاً به پدید آمدن متنی منجر شده است که از نظر حجم طولانی‌تر از سایر متن‌ها به نظر می‌رسد. مجموعه عوامل فوق فرض پراهمیت بودن پیام مندرج در نمونه شماره (۱) را به ذهن القاء می‌کند.

۴- ویژگیهای محتوایی / سبک شناختی

همان گونه که در مقدمه اشاره شد در این بخش از مقاله، سعی خواهد

شد به چند پرسش زیر پاسخ داده شود:

ارجاع به اشخاص چگونه صورت می‌گیرد؟ طبقات اجتماعی

مشارکین که در روند تکوین هر یک از متن‌ها مد نظر نویسنده بوده، کدام‌اند؟

کنشهای زبانی که توسط هر یک از متن‌ها باز نمود پیدا می‌کند از چه نوع

می‌باشد؟ و بالاخره مناسبات بینامتنی موجود در هر یک از متن‌ها چیست؟

۴-۱- مقایسه گونه‌های ارجاعی به هر یک از نامزدها:

به منظور سهولت در مقایسه، اجازه دهید کیفیت ارجاع به نامزدها را

در یک جدول واحد، مانند جدول زیر، ارائه دهیم:

جدول (۱): مقایسه گونه‌های ارجاعی به هر یک از نامزدها

نامزدها			
ردیف	نامزد متن شماره (۱)	نامزد متن شماره (۲)	نامزد متن شماره (۳)
۱	حجت‌الاسلام والمسلمین خاتمی (عنوان)	حجت‌الاسلام والمسلمین ناطق نوری (عنوان)	حجت‌الاسلام والمسلمین ری شهری (عنوان)
۲	حجت‌الاسلام والمسلمین سیدمحمدخاتمی (س ۱۲-۱۱)	حجت‌الاسلام والمسلمین ناطق نوری (س ۱۴-۱۳)	حجت‌الاسلام والمسلمین ری شهری (س ۳-۲)
۳	دکتر خاتمی (س ۱۵)	ریاست محترم مجلس شورای اسلامی (س ۱۷)	حجت‌الاسلام والمسلمین محمدی ری شهری (س ۸)
۴	حجت‌الاسلام والمسلمین سید محمد خاتمی (س ۲۴)	حضرت حجت‌الاسلام والمسلمین ناطق نوری (س ۱۹)	

همان گونه که در جدول صفحه قبل آمده است، متنهای شماره (۱) و (۲) از لحاظ کیفیت ارجاع به نامزدها تفاوت چندانی نشان نمی‌دهند: در هر دو متن نام نامزدها بدفعات برابر (۴ بار) تکرار شده و نویسنده با افزودن دو عنوان به نام هر یک (برای خاتمی: «حجت الاسلام و المسلمین» و «دکتر» و برای ناطق نوری: «حجت الاسلام و المسلمین» و «ریاست محترم مجلس شورای اسلامی») موقعیت ممتاز آنها را در دو نقش متفاوت به رسمیت شناخته است. بدین معنی که از نامزد (۱) به عنوان شخصی که هم دارای وجهه مذهبی است («حجت الاسلام...») و هم دارای وجهه دانشگاهی («دکتر») یاد کرده و از نامزد (۲) به عنوان شخصی که هم دارای وجهه مذهبی است («حجت الاسلام...») و هم دارای وجهه سیاسی («ریاست...»). در مورد نامزد (۳) چنین وضعیتی حاکم نبوده و از نامبرده با یک عنوان ثابت و تک وجهه‌ای یاد شده است در صورتی که وی نیز مشابه با نامزدهای دیگر علاوه بر عنوان فوق احتمالاً دارای نقش‌های اجتماعی دیگری نیز بوده که نادیده گرفته شده است.

۴-۲- مقایسه تنوع و طبقات اجتماعی مشارکین

ابتدا مشارکین مربوط به هر یک از متن‌ها (به بیانی ساده‌تر، طرفداران نامزدها)، به همراه بسامد هر یک از آنان در جداول جداگانه آورده می‌شوند و سپس اهداف انتخاب‌های مربوط که از سوی نویسنده صورت گرفته است مورد بحث و نقادی قرار می‌گیرند:

جدول (۲) طرفداران نامزد (۱)

ردیف	طبقات و اقشار اجتماعی	بسامد
۱	انجمن اسلامی دانشجویان	///////
۲	کشاورزان، کارگران	///
۳	روحانیون، طلاب و مدرسین...	///
۴	فرهنگیان، کارمندان	//
۵	شهروندان	/
۶	بازاریان	/
۷	عشایر	/
۸	خانواده‌های شهدا، جانبازان، رزمندگان، آزادگان	/

جدول (۳) طرفداران نامزد (۲)

ردیف	طبقات و اقشار اجتماعی	بسامد
۱	طلاب و روحانیون، مدرسین، ائمه جماعات	///////
۲	مجتمع هنرمندان، اتحادیه‌ها و کسبه	///
۳	خانواده‌های شهدا	/
۴	انجمنهای دانشجویی	///
۵	جامعه خبرنگاران	/
۶	اتحادیه شرکتهای مینی بوس داران و سواری داران	//
۷	مجمع حزب الله	/
۸	جمعیت مؤلفه اسلامی	/
۹	فرهنگیان	/
۱۰	انجمن اسلامی مهندسين	/

جدول (۴) طرفداران نامزد (۳)

ردیف	طبقات و اقشار اجتماعی	بسامد
۱	مجمع طلاب و روحانیون	//

با نگاهی اجمالی به این سه جدول، طبقات اجتماعی طرفدارهای هر یک از نامزدها را می‌توان دریافت. نویسنده، یا به بیانی دقیق‌تر، متن پرداز این سه متن در انتخاب طبقات اجتماعی با آگاهی و مهارت عمل کرده است: بدین معنی که در متن (۱) ضمن درج طیف نسبتاً وسیعی از اقشار مختلف اجتماعی، پر نمودترین آنان را طبقه تحصیل کرده و جوان جامعه (با بسامد ۸) قرار داده است، در صورتی که در متن (۲) پربسامدترین اقشار اعلام طرفداری کنندگان را طلاب و روحانیون، مدرسین، ائمه جماعات قرار داده است. در متن شماره (۳) اعلام طرفداری کنندگان در یک طبقه (مجمع طلاب و روحانیون) خلاصه شده و بدین ترتیب در جایگاه پائین‌تر و کم اهمیت‌تری نهاده شده است. افزودن صفت «گسترده» و عبارت «اقشار مختلف جامعه» به عنوان متن شماره (۱) (متن شماره (۲) و متن شماره (۳) فاقد این عناصر است) حاکی از یک جهت‌گیری هدفمند است که در راستای راهبردهای دیگر، جنبه دیگری از برجسته‌سازی متن (۱) را آشکار می‌سازد.

علاوه بر این، در هر یک از متن‌ها بخشی به نقل قول بیانیه طرفداران اختصاص یافته است.

در متن شماره (۱) این نقل قول از انجمن اسلامی دانشجویان انتخاب شده که با عبارت «با صدور بیانیه‌ها، اطلاعیه‌ها و طومارهایی جداگانه...» که با نقض اصل رفتار زبانی «کمیت»^{۳۵} (Grice, 1975) به تبلور تمایز پیام منتهی

شده است. از سویی دیگر، نقل قول در متن شماره (۲) از اتحادیه مینی بوسداران و اتوبوسداران انتخاب شده که از نظر ارزش و نقش اجتماعی با طبقه قبلی همسنگ و همپراز نیست و بسنده کردن به عبارت «با صدور اطلاعیه‌هایی جداگانه» به تقویت فرض هدفدار بودن این انتخاب کمک می‌کند.

تأکید بر نکته دیگری در این دو متن (شماره ۱ و ۲) از نظر سبکی و محتوایی حائز اهمیت می‌باشد و آن تقابل تصویر سنت گرایی که با لفظ «... واجب» (متن شماره ۲، س ۱۹) متبلور می‌شود با تصویر جامعه مدنی است که با عبارات «بینش و آگاهی و نه صرفاً جهت رفع تکلیف... مردم بیدار» (متن شماره ۱، س س ۲۱-۲۰) القاء می‌شود. حاصل این متن پردازی از دید ما بیانگر جهت‌گیری پنهان تنظیم‌کننده این متن‌ها می‌باشد.

در این جا ذکر یک نکته ضروری می‌نماید و آن اینکه برای اثبات این مدعا لازم است شواهد متنی دیگری نیز آورده شود تا تحلیل کلام بی‌طرفانه باشد. بنابراین علاوه بر شواهد ارائه شده در بخش پیشین، سعی می‌کنیم با ارائه شواهدی دیگر دستیابی به الگوی قابل اطمینان‌تر معنایی را میسر سازیم. در راستای اثبات مدعای همدلی آگاهانه نویسنده این متن‌ها با نامزد شماره (۱)، اکنون به جنبه‌های دیگری از عناصر گفتمانی در نمونه‌های سه‌گانه توجه می‌کنیم:

۴-۳- کنشهای زبانی مطرح شده در نمونه‌ها:

متن‌های شماره (۲) و (۳) از نظر موضوعی و ساختاری از وحدت برخوردارند بدین معنی که هر دو از چارچوب و محتوای مرسوم گفتمان تبلیغ انتخاباتی تبعیت می‌کنند و از منظر تئوری کنشهای زبانی^{۳۶} (Searle،

(1969-1971) با هدف معرفی رسمی و مکتوب نامزد انتخاباتی شکل گرفته‌اند. لیکن متن شماره (۱) با تغییر موضوع مورد نظر^{۳۷} (پاراگ ۲ و ۳) که با ویژگیهای همگانی و مرسوم^{۳۸} این نوع گفتمان سازگاری ندارد، به طرز غیر منتظره‌ای، از کنش زبانی معرفی نامزد انتخاباتی به کنش زبانی ارائه اطلاعات تخطئه‌آمیز و شبهه‌انگیز («رشد برخی ضد ارزشها و فعالیتهای تخریبی جناح تمامیت خواه...»: س س ۱۸) بعد تغییر جهت می‌دهد و به یک چالش یا مبارزه طلبی سیاسی روی می‌آورد. ساختار «این گروه باید بداند...» (س ۲۰) ساختار تهدید و تخطئه^{۳۹} است (ر.ک. Levinson, 1983) که متن شماره (۱) را در نوع خود هم به لحاظ طرح گفتمانی^{۴۰} و هم به لحاظ سبکی و محتوایی^{۴۱} منحصر به فرد و برجسته می‌نماید و برجستگی یکی از عمده‌ترین ویژگیهای جلب توجه خواننده به سوی متن و محتوای آن می‌باشد. کنش زبانی دیگر که در متن شماره (۱) ملحوظ شده است افشاگری است («استفاده این گروه از امکانات بیت المال و صدا و سیما و سفرهای پرخرج تبلیغاتی و غیره»: س ۱۹).

۴-۴- دلالت‌های بینامتنی

با توجه به آنچه گفته شد واضح است که متن شماره (۱) به لحاظ بار اطلاع‌رسانی یا رسانگی^{۴۲} نسبت به دو متن دیگر از برجستگی خاصی برخوردار است. جنبه دیگری از این برجستگی به واسطه روابط بینامتنی که در آن نهفته است حاصل می‌گردد. نمونه‌ای از روابط بینامتنی موجود در متن شماره (۱) تعبیر «جناح تمامیت خواه» می‌باشد که در سبک گفتمان سیاسی جراید آن روز کاربرد چشمگیری داشت (و اکنون نیز دارد) و به خواننده عناصر سنت‌گرای

حاکم را القاء می‌کند. نمونه دیگری از این روابط به واسطه عبارت «استفاده این گروه از امکانات بیت المال و صدا و سیما و سفرهای پرخرج تبلیغاتی» در ذهن خواننده ایجاد می‌شود، بدین معنی که در بیانیه‌ها و مقالات آن روز برخی از جراید، نامزد شماره (۲) به اتهام استفاده از امکانات دولتی و آنچه به‌عنوان سفرهای پرخرج تلقی می‌شد مورد انتقاد قرار می‌گرفت.

۵- خلاصه و نتیجه‌گیری

در این مقاله سعی کردیم سه متن تبلیغاتی برای انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری را بر مبنای رویکرد تحلیل کلام توصیف و تفسیر نمائیم. بحث ما از توصیف راهبردهای نگارشی آغاز شد و با تاکید بر جنبه‌های مختلف محتوایی و سبک شناختی به پایان رسید. هدف عمده این بررسی، دستیابی به جهت‌گیری‌های نه‌چندان آشکار تنظیم‌کننده این متن‌ها بود که با تأمل و تعمق در عناصر مختلف زبانی و فرازبانی^{۴۳} هر یک از متن‌ها به‌عنوان شواهد این مدعا صورت عمل به خود گرفت. همان‌گونه که خط سیر کلی مقاله بیانگر است شواهد ارائه شده مانند حلقه‌های یک زنجیر در تبلور و برجستگی یک فرض کلی عمل می‌کنند و بنابراین پرداخت و ساماندهی عناصر معنایی هیچ یک از این متن‌ها تصادفی نبوده و در راستای یک هدفمندی صورت گرفته است. با تمسک به شواهد متنی که در این گفتار آوردیم می‌توان پی برد که خود متن پرداز در این رویداد گفتمانی تنها در نقش نماینده‌ی مشی سیاسی و جهان‌بینی نهادی که وی در خدمت آن بوده عمل نموده است.

پی‌نوشت‌ها

1- Discourse Analysis

۲- روزنامه همشهری، یکشنبه ۳۱ فروردین ۱۳۷۶

3- Text Analysis

۴- این دو اصطلاح از کوروش صفوی گرفته شده است.

5- encoding

6- decoding

7- textual strategies

8- representation of intentions

9- linguistic form

10- communicative function

11- typographic features

12- arrangement

13- paragraphing

14- referencing

15- participants

16- Speech Acts

17- Intertextuality

18- Semiotics

19- verbal

20- non-verbal

21- natural

-
- 22- artificial
 - 23- Larsen, S.E. (1994), "Semiotics", in Encyclopedia of Language and Linguistics. Oxford/New York : pergamon Press.
 - 24- code
 - 25- structure
 - 26- sign
 - 27- discourse
 - 28- text
 - 29- linear
 - 30- structural
 - 31- superstructural
 - 32- foregrounding
 - 33- deviation
 - 34- added meaning
 - 35- quantity
 - 36- Speech Act Theory
 - 37- topic shift
 - 38- generic features
 - 39- face-threatening
 - 40- plan of discourse
 - 41- style & content
 - 42- information load/informativity
 - 43- extralinguistic

منابع و مأخذ

- Birch, D. (1989), *Language , Literature and Critical Practice*. London / New York: Routledge.
- Carter, R. Nash, W. (1990), *Seeing Through Language*. London: Blackwell.
- Grice. H.P. (1975), "Logic and conversation", in P. Cole & J. Morgan (eds.) *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*. Academic Press.
- Halliday. M.A.K (1978), *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Hymes, D. (1972). "Models of the interaction of language and social life", in Gumperz & Hymes.
- Larsen, S.E. (1994), "Semiotics", in *Encyclopedia of Language and Linguistics*. Oxford/New York : Pergamon Press.
- Levinson, S.C. (1983), *Pragmatics*. Cambridge: CUP.
- Price, S. (1993), *Media Studies*. London: Pitman Publishing.
- Searle, J.R. (1969), *Speech Acts*. Cambridge: CUP.
- Searle, J.R. (1971), *The Philosophy of Language*. London: OUP.

Simpson. P. (1993), *Language, Ideology and Point of View*.
London: Routledge.

صفوی، ک. (۱۳۷۳)، از زبان‌شناسی به ادبیات. تهران: نشر چشمه.