


## **Analyse du rôle de l'idéologie politique des médias francophones et anglophones dans la couverture médiatique de « l'accord Iran-Chine de 25 ans » suivant la méthode de l'analyse critique du discours**

**Zeinab Rezvantab** (Auteur correspondant)<sup>1</sup> 

Maître de conférences, Département de langue et littérature françaises, Université de Téhéran, Téhéran, Iran

**Mahsa Parsafar**

MA en traduction française, Département de langue et littérature françaises, Université de Téhéran, Téhéran, Iran

**Shamim Kordbache**

MA en langues pour communication dans les entreprises et organisations internationales, Département de Linguistique et études culturelles, Université de Modena et Reggio Emilia

### **Résumé**

À l'ère de l'information, en raison de la couverture immédiate des événements internationaux à travers le monde, le rôle du positionnement idéologique et politique des médias dans la redistribution des informations retient de plus en plus l'attention des chercheurs. Les médias d'aujourd'hui, s'appuyant sur différentes stratégies pour rediffuser les événements de leur point de vue, essaient constamment d'inculquer leur vision au public. Le présent article examine le rôle de l'idéologie et des orientations politiques de quelques médias francophone et anglophone face à l'accord de coopération Iran-Chine de 25 ans. Les textes examinés comprennent un journal et un hebdomadaire de langue française, et un journal et un site d'information de langue anglaise, poursuivant des idéologies de droite et de gauche. L'examen et l'analyse des articles d'actualité publiés dans les médias sélectionnés ont été effectués sur la base de la théorie de l'analyse critique du discours et en s'appuyant sur les principes de modalité, lexicalisation, intertextualité, présupposition et manipulation. Les résultats montrent l'influence directe de l'idéologie dans la production et la diffusion par ces médias des textes qui seraient différentes et parfois même en contradiction par rapport au texte original de l'accord.

**Mots-clés:** Traduction, idéologie, politique, Accord Iran-Chine, Analyse critique du discours.

---

<sup>1</sup>. E-mail: [z.rezvantab@ut.ac.ir](mailto:z.rezvantab@ut.ac.ir)  
<https://orcid.org/0000-0001-8361-9666>

DOI: <https://doi.org/10.22067/RLTF.2022.76065.1044>

## **Analyzing the Role of Ideology and Political Orientation of French and English-Language Media in News Coverage of the "25-Years Iran-China Agreement" from the Perspective of Critical Discourse Analysis**

**Zeinab Rezvantab** (Correspondant author)<sup>1</sup> 

Assistant Professor, Department of French Language & Literature, University of Tehran, Tehran, Iran

**Mahsa Parsafar**

MA in French Translation, Department of French Language & Literature, University of Tehran, Tehran, Iran

**Shamim Kordbache**

MA in Languages for Communication in International Enterprises and Organizations, Department of Linguistic & Cultural Studies, University of Modena and Reggio Emilia

### **Abstract**

The significance of media ideology and political orientation in the redistribution of news has garnered more attention from researchers than ever before in the era of digital communication, owing to the widespread coverage of international events in the shortest feasible period. Today's media is attempting to instill their ideologies in their audiences through various strategies and directional news coverage. The present study investigates the role of ideology and political positions in some French and English media regarding the 25-year Iran-China cooperation agreement. The texts were selected from a French-language newspaper and weekly, as well as an English-language newspaper and a news site, representing both right-wing and left-wing ideologies. The analysis of news texts published in selected media has been done according to the theory of critical discourse analysis and relying on the principles of Modality, Lexicalization, intertextuality, Presupposition, and manipulation. The research findings indicate that media ideology has a direct impact on the production and redistribution of news that differs from, and sometimes contradicts, the source news text. And he will show us yet again that the orientation of the media is an important factor in the coverage of news especially those which become controversial all over the world

**Keywords:** Translation, ideology, politics, Iran-China agreement, critical discourse analysis.

---

<sup>1</sup>. E-mail: [z.rezvantab@ut.ac.ir](mailto:z.rezvantab@ut.ac.ir)  
<https://orcid.org/0000-0001-8361-9666>

DOI: <https://doi.org/10.22067/RLTF.2022.76065.1044>

## بررسی نقش ایدئولوژی و جهت‌گیری سیاسی رسانه‌های فرانسوی و انگلیسی‌زبان در پوشش خبری «توافق ۲۵ ساله» ایران و چین از منظر تحلیل گفتمان انتقادی

مقاله پژوهشی

زینب رضوان‌طلب (نویسنده مسئول) <sup>۱</sup> ID

استادیار گروه زبان و ادبیات فرانسه دانشگاه تهران، تهران، ایران

مهسا پارسا

کارشناس ارشد مترجمی زبان فرانسه دانشگاه تهران، تهران، ایران

شمیم کردبچه

کارشناسی ارشد زبان برای ارتباطات در شرکت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی دانشگاه مودنا رجیو امیلیا

### چکیده

در عصر ارتباطات دیجیتال، با توجه به انعکاس گسترده رخداد‌های بین‌المللی در کم‌ترین زمان، نقش ایدئولوژی و جهت‌گیری سیاسی رسانه‌ها در بازبخش اخبار بیش‌ازپیش مورد توجه محققان قرار گرفته است. رسانه‌های امروزی با تکیه بر راهبردهای مختلف از طریق پوشش جهت‌گیرانه وقایع به‌طور مستمر در صدد القای دیدگاه‌های خود به مخاطبان هستند. تحقیق پیش‌رو به بررسی نقش ایدئولوژی و مواضع سیاسی چند رسانه فرانسوی و انگلیسی‌زبان در مورد قرارداد همکاری ۲۵ ساله ایران و چین می‌پردازد. متون مورد بررسی از یک روزنامه و یک هفته‌نامه فرانسوی‌زبان و یک روزنامه و یک سایت خبری انگلیسی‌زبان، از هردو طیف فکری راست‌گرا و چپ‌گرا گزینش شده‌اند. بررسی و تحلیل متون خبری منتشرشده در رسانه‌های منتخب طبق نظریه تحلیل انتقادی گفتمان و با تکیه بر اصول تقید، واژه‌گزینی، بینامتنیت، پیش‌انگاری و دستکاری اطلاعاتی صورت گرفته است. یافته‌های به‌دست‌آمده، تأثیر مستقیم ایدئولوژی رسانه را در تولید و بازنشر اخباری متفاوت و گاه متناقض با متن خبری مبدأ نشان می‌دهد و در واقع، به توصیف شیوه این تأثیرگذاری می‌پردازد.

کلیدواژه‌ها: ترجمه، ایدئولوژی، سیاست، توافق ایران و چین، تحلیل انتقادی گفتمان.

<sup>۱</sup>. E-mail: z.rezvantalab@ut.ac.ir

DOI: <https://doi.org/10.22067/RLTF.2022.76065.1044>

<https://orcid.org/0000-0001-8361-9666>

## ۱. مقدمه

در جوامع امروزی، ایدئولوژی و موضع‌گیری‌های خاص سیاسی نقش بسزایی را در روابط اجتماعی و رویکردهای مختلف بشری نسبت به وقایع مختلف ایفا می‌کنند. وندایک در حوزه تحلیل گفتمان برخلاف بیشتر رویکردهای سنتی، ایدئولوژی را براساس چارچوبی چندرشته‌ای که حاصل ترکیب مؤلفه‌های اجتماعی، شناختی و گفتمانی است تعریف می‌کند. از منظر این دیدگاه ایدئولوژی‌ها در کنش‌های اجتماعی اعضای خود بیان و بازتولید می‌شوند و به‌طور ویژه از طریق گفتمان کسب، تأیید، تغییر و تداوم می‌یابند (Van Dijk, 2006).

تحقیق و بررسی مفهوم ایدئولوژی و تأثیر آن بر رسانه‌ها تاریخچه‌ای طولانی و گسترده دارد. تامپسون دو تعریف متمایز برای ایدئولوژی ارائه می‌دهد: در تعریف اول ایدئولوژی را به‌عنوان یک اصطلاح کاملاً توصیفی خنثی، متشکل از نظام‌های افکاری و باورها، و یا عملکردهای نمادین بیان می‌دارد. در حالی که در تعریف دوم، ایدئولوژی به‌عنوان فرآیندی برای حفظ روابط نامتقارن قدرت و سلطه در نظر گرفته می‌شود. این دو دیدگاه ایدئولوژیکی خنثی و انتقادی، بر چگونگی تلقی نقش رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی گذاشته است. در همین راستا، مالکاوی بر این باور است که رابطه عمیق و ریشه‌داری بین ایدئولوژی و رسانه وجود دارد. طبق اعتقاد او، ایدئولوژی قدرت نامرئی تولید و تداوم‌یافته در مکانیزم رسانه‌هاست که به زبان این قدرت را می‌بخشد تا در خدمت منافع ایدئولوژیک قدرت‌ها قرار گیرد (Malkawi, 2012).

همانطور که فرکلاف نیز در تحقیقات خود اشاره می‌کند، محتوای رسانه‌ها عموماً حاصل تفکرات ایدئولوژیک و جهت‌گیری‌های سیاسی آن‌هاست. ایدئولوژی عامل اصلی شکل‌گیری یک متن رسانه‌ای است و حتی می‌توان چنین اذعان داشت که اخبار با اهداف ایدئولوژیک رسانه‌ای می‌شوند. امروزه در بسیاری از موارد به‌خصوص در پوشش اخبار سیاسی، تلاش کلی رسانه‌ها برای القای ایدئولوژی و خط‌مشی خود حین پوشش خبری وقایع مختلف چه در سطوح ملی و چه بین‌المللی مشهود است. عموماً این امر از طریق ایجاد تغییرات زبانی و یا فرازبانی در متن مقصد و با به‌کارگیری تکنیک‌ها و تدابیر هوشمندانه میسر می‌شود (Fairclough, 1995).

## ۲. بیان مسئله و روش تحقیق

در پژوهش حاضر، می‌کوشیم تا بر مبنای نظریات فوق در حوزه تحلیل انتقادی گفتمان، نشان دهیم چگونه ایدئولوژی و خط‌مشی فکری خاص رسانه‌ها بر نحوه بازتاب قرارداد همکاری ۲۵ ساله ایران و چین تأثیر گذاشته است؟ و این تأثیرات در قالب چه واژه‌گزینی‌ها، روابط بینامتنی، و حتی پیش‌انگاری‌هایی تجلی و نمود پیدا کرده است؟

پژوهش حاضر از میان نظریات و رویکردهای متفاوت و متنوعی که در حوزه تحلیل انتقادی گفتمان توسط پژوهشگران مطرح شده، بیشتر تئوری‌های ریچاردسون، فرکلاف، و وندایک را مدنظر قرار داده، چراکه ایشان دارای نظرات مشترک و نزدیک به هم بوده و مفاهیم و تعاریف ارائه‌شده توسط ایشان می‌تواند مکمل یکدیگر باشد و

ابزاری کافی و مناسب را جهت تحلیل گفتمان چند رسانه در اختیار قرار دهد. بدین ترتیب، نگارندگان می‌کوشند با استناد به این نظریات به بررسی تحلیل نقش خط‌مشی ژنوپولیتیک در پوشش خبری رسانه‌های فرانسوی و انگلیسی‌زبان پردازد. در نگارش مقاله، تنها به شکل و فرم متون خبری بسنده نشده و تلاش شده است که متون هم از نظر شکل و هم از منظر محتوا مورد بررسی قرار گیرند تا بتوان به تحلیلی چندبعدی و چندلایه دست یافت. رسانه‌های مورد بررسی که از بین رسانه‌های پرمخاطب و از هر دو طیف فکری راست‌گرا و چپ‌گرا انتخاب شده‌اند، عبارت‌اند از:

- روزنامه La Croix
- هفته‌نامه Le Point
- روزنامه New York Times
- سایت خبری BBC

در این تحقیق، ابتدا داده‌های مورد نیاز از طریق مراجعه به سایت رسانه‌های مذکور جمع‌آوری شده و سپس با تجزیه، تحلیل و مقایسه آن‌ها به بررسی نقش و اهمیت ایدئولوژی رسانه با بهره‌گیری از نظریات تحلیل انتقادی گفتمان پرداخته شده است.

### ۳. پیشینه تحقیق

امروزه در عصر ارتباطات نقش ایدئولوژی و خط‌مشی رسانه‌ها در فرایند ترجمه و حتی پوشش خبری رسانه‌های امری مهم و تأثیرگذار است. از این‌رو بررسی متون خبری و پیاده‌سازی نظریه‌های مختلف تحلیل گفتمان بر روی آن‌ها هدف بسیاری از محققان در سراسر دنیا قرار گرفته است. در حیطه تحلیل گفتمان انتقادی رسانه‌ها می‌توان به مقاله بررسی نقش ایدئولوژی از نظر بافت زبانی در ترجمه متون سیاسی نزد رسانه‌های خبری فرانسوی‌زبان اشاره کرد (رضوان طلب و صدیقی، ۱۳۹۸). در این پژوهش ترجمه و بازنشر سخنان رئیس‌جمهور پیشین ایران، حسن روحانی، در چندین رسانه فرانسوی‌زبان که از طیف‌ها و گرایش‌های مختلف انتخاب شده‌اند، از منظر نظریه بافت زبانی مورد بررسی قرار گرفته است. طی این بررسی از دستاوردهای پالمر، نایدا، فرث، مالدینوفسکی، چامسکی، هایمز، مارتینه، سوسور، بالی، گری و کاپلان در حوزه انتخاب واژگان بر پایه روابط هم‌نشینی و جان‌نشینی استفاده شده است. براساس یافته‌های این پژوهش تأثیر ایدئولوژی و گرایش سیاسی رسانه‌های مورد مطالعه به ایجاد ترجمه‌های متفاوت و یا کاملاً متضاد با متن مبدأ منجر شده است.

همچنین مقاله «ایدئولوژی و ترجمه: تحلیل گفتمان انتقادی با رویکرد ارائه اخبار سیاسی در ترجمه» مثالی دیگر از تحقیقات در این حوزه است. این پژوهش طبق نظریه‌های تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف و تئوری حمایت نفور به بررسی تأثیر ایدئولوژی رسانه بر روی جهت‌گیری در ترجمه پرداخته است. طبق یافته‌های این تحقیق اخبار منتشرشده به شدت تحت تأثیر روابط قدرت و ایدئولوژی رسانه‌های منتشرکننده خود هستند. همچنین در اکثر

اوقات این اخبار طی فرایند ترجمه دستخوش تغییرات مغرضانه رسانه‌ها می‌شوند (Aslani & Salmani, 2015).

در همین باب پژوهش دیگری با بهره‌گیری از روش نورمن فرکلاف، به تحلیل گفتمان انتقادی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی پرداخته است. طی این تحقیق کوشش شده است تا نمود تفکر و ایدئولوژی انقلاب اسلامی در متن بیانیه از طریق تحلیل واژگانی و ویژگی‌های دستوری در سه بخش توصیف، تفسیر و تبیین واکاوی شود. طی بررسی‌های انجام‌شده چنین نتیجه‌گیری می‌شود که نگارنده متن در عین صراحت، شفافیت، جهان‌بینی، خودباوری و تعهد، سعی در ایجاد گفتمانی تعاملی داشته و به تبیین آرمان‌های اصیل انقلاب اسلامی و متهد کردن جوانان انقلابی در مسیر آینده پرداخته است (نصرت‌پناه و همکاران، ۱۳۹۸).

در ادامه می‌توان به پژوهش «تحلیل گفتمان انتقادی سیاست‌های رسانه‌ای بی بی سی فارسی (مطالعه موردی: برنامه «صفحه ۲ آخر هفته»)» اشاره کرد. هدف این پژوهش درحقیقت شناسایی و تحلیل شگردهای گفتمانی مورد استفاده در برنامه «صفحه ۲ آخر هفته» پخش شده از شبکه بی بی سی فارسی در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ است که در آن محققان سعی کرده‌اند با استفاده از تکنیک‌ها و شگردهای گفتمانی برنامه را شناسایی کنند و سپس با بهره جستن از روش تحلیل گفتمان انتقادی، این برنامه را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. طبق نتایج به‌دست آمده از این تحقیق، برنامه بی بی سی از شگردهای تخصیص گفتمانی بین مهمانان برنامه، طرد گفتمان‌های مختلف، مانند اسلام سیاسی استفاده کرده است تا با زیر سؤال بردن ارزش‌های تثبیت‌شده در ذهن مخاطبان خود، درنهایت موجب تسریع روند موفقیت سیاست‌های کلان برنامه شود (کاظمی و تفنگچی، ۱۳۹۶).

#### ۴. مبانی نظری تحقیق

واضح است که تحلیل انتقادی گفتمان به یک تئوری و یا یک روش شناسی مشخص و واحد ختم نمی‌شود، بلکه مطالعه‌ای است مبتنی بر تئوری‌ها، داده‌ها و اصول گوناگون، که محقق را بر آن می‌دارد تا زمینه تحقیق خود را در این حیطه به روشنی بیان کند (Wodak & Fairclough, 2004). طبق نظریه تحلیل انتقادی گفتمان، زبان به‌کاربرده شده در گفتار و یا نوشتار به‌منزله یک عمل اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. در نظر گرفتن گفتمان به‌عنوان عملی اجتماعی بر رابطه‌ای منطقی بین یک رویداد گفتمانی خاص با موقعیت (ها)، نهاد (ها) و ساختار (های) اجتماعی که در شکل‌گیری آن تأثیر مستقیم دارند مبتنی است (Wodak, 1997).

از دیدگاه وندایک علم تحلیل انتقادی گفتمان به بررسی نمود نابرابری‌ها و تسلط قدرت‌های اجتماعی در متن و یا گفتارهای سیاسی و اجتماعی می‌پردازد (Linde, 2001). طبق ایده این نظریه پرداز در بررسی انتقادی یک گفتمان، فرد تحلیلگر در میان رابطه اجتماعی متشکل از عناصر گفتمان، قدرت‌های حاکم در جامعه و نابرابری‌های اجتماعی قرار می‌گیرد (Van Dijk, 1993).

تحلیل گفتمان انتقادی نزد فرکلاف در سه سطح توصیف، تفسیر و تبیین بررسی می‌شود. اساس کلی بررسی بر مبنای دید تحلیلی است، اما تحلیل در هر یک از این سطوح براساس ویژگی‌ها و ماهیت خاص آن سطح صورت می‌گیرد. در مرحله توصیف به بررسی ویژگی‌های ظاهری گفتمان و ارزش‌های ایدئولوژیک نهفته در آن پرداخته می‌شود. در این مرحله با بررسی دقیق ویژگی‌های دستوری و زبان‌شناختی می‌توان به ارزش‌های نهفته در متن که ارتباط مستقیم با رویکردها و روابط اجتماعی دارند پی برد. در مرحله تفسیر، روابط بین شرکت‌کنندگان در گفتمان، موقعیتی که گفتمان در آن در حال صورت پذیرفتن است، ارتباط بین گفتمان و بافت و پیش‌فرض‌های حاکم در آن مورد واکاوی قرار می‌گیرد. در مرحله آخر که مرحله تبیین است، گفتمان به‌عنوان یک تعامل اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر تأکید بر روی تأثیرات ساختارهای اجتماعی و نظام حاکم بر روی فرایندهای اجتماعی است (مظفری، ۱۳۹۶). ریچاردسون در کتاب خود که به بررسی گفتمان مطبوعات می‌پردازد، از تئوری تحلیل انتقادی گفتمان به‌عنوان شیوه‌ای برای مطالعه روش بهره‌مندی افراد و نهادها از زبان یاد می‌کند (Richardson, 2006).

هدف اصلی این تئوری کشف و افشای نقش‌هایی است که گفتمان در بازتولید و یا مقاومت در برابر نمود نابرابری‌های اجتماعی ایفا می‌کند (Linde, 2001). با بررسی گفتمان رسانه از منظر تحلیل انتقادی گفتمان می‌توان به ارزش‌ها و باورهای ایدئولوژیکی رسانه از طریق نمود ساختاری‌های زبانی در متن پی برد. در تأیید این امر می‌توان چنین بیان کرد که ایدئولوژی‌های حاکم بر ساختار رسانه با استراتژی‌های زبانی به‌کار گرفته شده در گفتار آن ارتباط مستقیم دارند (مظفری، ۱۳۹۶).

از طریق به‌کارگیری ابزارهای گوناگون می‌توان نحوه کنش‌پذیری متن در مواجهه با روابط اجتماعی و تأثیرپذیری از ایدئولوژی‌های حاکم را شناسایی و بررسی کرد. در ادامه به مفاهیم و ابزارهایی که در بررسی و تحلیل انتقادی متن‌های انتخاب‌شده از رسانه‌های منتخب از آن‌ها بهره گرفته شده است به اختصار پرداخته می‌شود.

#### ۴-۱. وجهیت<sup>۱</sup>

طبق نظریه تحلیل انتقادی گفتمان فرکلاف، مدالیتی که به «وجهیت» یا بعضاً «تقید» ترجمه شده است از ابزارهای گرامری مهمی است که از طریق بازشناسی آن در متن می‌توان به اهداف ایدئولوژیک گفتمان به خوبی پی برد. وجهیت، میزان تعهد و وابستگی مولد گفتمان را نسبت به جمله تولید و یا بازتولیدشده بیان می‌کند. از دیدگاه فرکلاف، وجهیت انواع گوناگونی دارد که در این مقوله به دو نوع حقیقت<sup>۲</sup> و اجازه<sup>۳</sup> می‌پردازیم. در نوع اول، نویسنده یا گوینده تعهد قاطع و کاملی را نسبت به جمله خود بیان می‌کند. اما در نوع دوم همانطور که از اسم آن مشخص

<sup>۱</sup>. Modality

<sup>۲</sup>. Truth

<sup>۳</sup>. Permission

است، نویسنده یا گوینده اظهارنظر درباره احتمال وقوع اتفاقی را به مخاطب خود واگذار می‌کند (یورگنسن، ۱۳۹۱).

این تئوری توسط ریچاردسون نیز مورد بررسی قرار گرفته است. از منظر ریچاردسون مدالیتی را می‌توان به قضاوت، نظر و نگرش در متن و گفت‌وگو اطلاق کرد. وجهیت، میزان اطمینان و نگرش کلی مولد گفتمان را درباره گزاره‌ای که بیان می‌کند نشان می‌دهد. وجهیت نیز به دو نوع وجه اخباری<sup>۱</sup> و وجه التزامی<sup>۲</sup> دسته‌بندی می‌شود. در وجه اخباری می‌توان به درجات مختلفی از قاطعیت گوینده یا نویسنده درباره گزاره بیان شده دست یافت. این در حالی است که در مواجهه با وجه التزامی می‌توان از میزان اطمینان و اعتقاد گوینده یا نویسنده از وقوع حتمی عملی در آینده آگاه شد. افعال وجهی و صورت منفی شده آن‌ها و بعضاً قیدها از ابزارهای مهمی هستند که در بررسی گفتمان از منظر وجهیت ریچاردسون و یا تقید فرکلاف به تحلیلگر کمک می‌کنند (Richardson, 2006).

#### ۲-۴. واژه‌گزینی<sup>۳</sup>

از دیدگاه ریچاردسون، بررسی واژگان انتخاب‌شده برای رساندن پیام خبر نخستین قدم در راستای تحلیل گفتمان رسانه است. کلمات نشانگر ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های حاکم بر جامعه هستند که قادرند معانی صریح و معانی ضمنی را منتقل کنند. اگرچه تمامی واژگان می‌توانند معانی ضمنی نیز در برداشته باشند، اما از دیدگاه دستوری به‌طور ویژه اسم‌ها، افعال، قیدها و صفت‌ها عموماً علاوه بر معانی صریح خود دارای معانی ضمنی نیز هستند (Richardson, 2006).

از دیدگاه وندایک نیز واژه‌گزینی چه در سطوح خرد مانند معانی جملات و چه در سطوح کلان مانند انتخاب موضوع و معنای کلی تحت تأثیر ایدئولوژی‌های اساسی قرار می‌گیرد. هرچند که بررسی این تأثیرات ایدئولوژیک خود نیاز به مطالعه دقیق تمام جنبه‌های شناختی و معناشناسی دارد. براساس نظریه وندایک، زبان و گفتمان دارای طیف وسیعی از ویژگی‌های ساختاری و دستوری هستند که قدرت تأکید و یا عدم تأکید بر گزاره‌ها و نظرات کنترل‌شده ایدئولوژیکی را دارند. از جمله این ویژگی‌ها می‌توان به تقابل در انتخاب کلماتی با بار مثبت و یا منفی در فرایند واژه‌گزینی به‌منظور ایجاد یک گفتمان اشاره کرد (Van Dijk, 2006).

<sup>1</sup>. Truth modality

<sup>2</sup>. Obligation/duty modality

<sup>3</sup>. Lexicalization



#### ۳-۴. بینامتنیت<sup>۱</sup>

از دیدگاه فرکلاف، بینامتنیت به چگونگی تغییر و تأثیر متون در متون قبل از خود و ایجاد ساختارهای جدید در قراردادهای موجود (گفتمان و ژانر) به منظور ایجاد قراردادهای تازه می‌پردازد (Fairclough, 1995b). هرچند که فرایند ایجاد قراردادهای نوظهور از نظر اجتماعی دارای محدودیت‌های فراوان است. در واقع الزامات و محدودیت‌های بسیاری از سوی قدرت‌ها و نظام اجتماعی حاکم بر این فرایند وارد می‌شود. از دیدگاه میلز، بینامتنیت به شیوه‌ای باعث ایجاد ایهام می‌شود که این ایهام در فرایند تحلیل بسیار حائز اهمیت است، به گونه‌ای که ادغام گزاره‌ای از یک متن در گزاره‌ای دیگر باعث ایجاد نوعی گسست خواهد شد (میلز، ۱۳۸۸).

وانگ بینامتنیت را روشی می‌داند که امکان بررسی تعاملات متن با متون، نویسندگان، خوانندگان و قراردادهای قبلی را از طریق خواندن و نوشتن فراهم می‌آورد. از دیدگاه وانگ هدف از آنالیز بینامتنی گفتمان، درک مفاهیمی از قبیل چگونگی استفاده نویسندگان از منابع دیگر در متون خود، کشف انواع گوناگون منابع مورد استفاده آن‌ها، هدف استفاده نویسندگان از این منابع و نحوه جهت‌گیری نویسندگان در ارتباط با منابع برای بیان اظهارات خود است (Wang, 2006).

#### ۴-۴. دستکاری اطلاعاتی<sup>۲</sup>

دستکاری اطلاعاتی یکی از موضوعاتی است که امروزه با آن خواه یا ناخواه مواجه هستیم. دستکاری و تحریف اطلاعات در زمینه‌های مختلفی نمود پیدا می‌کند که یکی از آن‌ها بی‌تردید دستکاری اطلاعات رسانه‌هاست. ما به‌عنوان مخاطبان رسانه‌های جمعی همواره بی‌آن‌که بدانیم در معرض سیل عظیمی از اطلاعات دستکاری شده قرار داریم. دستکاری اطلاعات آن‌گونه که در بسیاری از مطالعات گفتمان و مشروعیت از آن یاد می‌شود نه تنها شامل قدرت، بلکه به‌طور خاص سوء استفاده از قدرت، یعنی سلطه است (Chouliaraki, 2005; Rojo & van Dijk, 1997). بدان معنا که دستکاری، خود اعمال نوعی نفوذ نامشروع از طریق گفتمان است. در حقیقت دستکاری‌کنندگان دیگران را وادار به انجام کارهایی می‌کنند که به نفع دستکاری‌کننده است و برخلاف منافع افرادی است که مورد دستکاری واقع شدند. بدون در نظر گرفتن معانی منفی، دستکاری می‌تواند نوعی اقتناع مشروع باشد. تفاوت اساسی در این مورد این است که در اقتناع، گفت‌وگوکنندگان آزادند، بسته به این‌که استدلال‌های متقاعدکننده را قبول دارند یا نه، هرطور که می‌خواهند باور کنند یا عمل کنند، در حالی که در دستکاری معمولاً نقش منفعل‌تری به گیرندگان محول می‌شود؛ آن‌ها قربانی هستند.

<sup>۱</sup>. Intertextuality

<sup>۲</sup>. Manipulation

این پیامد منفی گفتمان یا به بیان دیگر دستکاری معمولاً زمانی رخ می‌دهد که گیرندگان قادر به درک مقاصد واقعی یا مشاهده پیامدهای کامل باورها یا اقدامات مورد حمایت دستکاری‌کننده نیستند. این امر ممکن است به‌ویژه هنگامی که گیرندگان از دانش خاصی که ممکن است برای مقاومت در برابر دستکاری استفاده شود، برخوردار نباشند (Wodak, 1987). همان‌گونه که پیش‌تر اشاره کردیم دستکاری اطلاعات به نوعی ابزار قدرت و سلطه‌جویی قلمداد می‌شود.

مطالعات بیشتر نشان می‌دهد این اعمال سلطه و سوء استفاده از قدرت، مستلزم دسترسی به رسانه‌های جمعی و گفتمان عمومی است؛ یعنی منبعی که اعضای نخبگان «نمادین»، مانند سیاستمداران، روزنامه‌نگاران، دانشمندان، نویسندگان، معلمان و غیره به اشتراک می‌گذارند (van Dijk, 1996). بدیهی است برای این‌که بتوانید اذهان بسیاری دیگر از افراد را از طریق نوشتار و گفتار دستکاری کنید، باید به نوعی به گفتمان عمومی مانند مناظرات پارلمانی، اخبار، مقالات نظری، کتاب‌های درسی، مقالات علمی، رمان، برنامه‌های تلویزیونی و تبلیغات دسترسی داشته باشید. بنابراین رسانه‌های جمعی از جمله محیط‌هایی هستند که دستکاری و اعمال نفوذ در آن‌ها به منصفه ظهور می‌رسد.

در بحث دستکاری اطلاعات، بعضی از عناصر گفتمانی از نقش مهم‌تری نسبت به سایر عناصر برخوردارند. برای مثال عناوین معمولاً برای بیان موضوعات و نشانه‌گذاری مهم‌ترین اطلاعات یک متن یا خبر استفاده می‌شوند و بدین ترتیب باعث اهمیت بخشیدن به رویدادهایی می‌شوند که به خودی خود چندان مهم نیستند و یا بالعکس از اهمیت رخدادهای مهم، به‌منظور حمایت از شخص یا اشخاص یا جریان ایدئولوژیک به‌خصوصی می‌کاهند. دستکاری اطلاعاتی شامل موارد مختلفی می‌شود و طبق نظریه وندایک، در سطوح مختلفی از گفتمان اجرایی است که به اختصار به مطالبی که در این پژوهش پیاده شدند در ادامه اشاره می‌کنیم (van Dijk, 2003):

- استراتژی‌های کلی تعامل
  - ارائه تصویری مثبت از خود
  - ارائه تصویری منفی دیگر
- گفتار کلان
  - بیان کردن اعمال خوب «ما» و اعمال بد «آن‌ها»
- ساختارهای کلان معنایی: انتخاب عناوین
  - تأکید یا عدم تأکید مثبت یا منفی بر عناوین درباره «ما» یا «آن‌ها»

- مفاهیم درونی: اعمال مثبت یا منفی «ما» یا «آن‌ها»
  - ذکر یا عدم ذکر جزئیات
  - کلی یا جزئی بودن
  - مبهم یا دقیق بودن
  - صراحت یا عدم صراحت
- واژگان: انتخاب واژگان مثبت برای «ما» و منفی برای «آن‌ها»
- ساختار درونی
  - جملات معلوم یا مجهول، تأکید یا عدم تأکید بر مسئولیت‌های «ما» یا «آن‌ها»
- آرایه‌های ادبی
  - اغراق یا حسن تعبیر برای مفاهیم مثبت یا منفی
  - مجاز یا استعاره با تأکید بر ویژگی‌های مثبت یا منفی «ما» یا «آن‌ها»
- طرز بیان: صداها، جنبه بصری
  - تأکید (با صدای بلند ادا کردن، بزرگ و پررنگ نوشتن) بر مفاهیم مثبت و منفی
  - ترتیب (ابتدا، و انتها در کلام و بالا و پایین در متن) مفاهیم مثبت و منفی

#### ۵-۴. پیش‌انگاری<sup>۱</sup>

از دیدگاه ریچاردسون درک معانی اصلی یک گفتمان همیشه ساده و در دسترس نیست، بلکه گاهی محتوای متن دارای معانی ضمنی و نهفته‌ای است که نیاز به بررسی بیشتر دارد. بر این اساس می‌توان چنین بیان کرد که پیش‌انگاری «ادعای بدیهی و ضمنی است که در معنای صریح یک متن یا سخن تعبیه شده است» (Richardson, 2006). راه‌های مختلفی برای یافتن پیش‌انگاری در متن وجود دارد که ریا در بررسی‌های خود به چند نمونه از ساختارهای رایج زبان‌شناسی که عموماً آشکارکننده مفهوم پیش‌انگاری هستند اشاره کرده است. در اولین دسته‌بندی می‌توان به برخی از کلمات مانند افعال تغییر حالت و افعال ضمنی اشاره کرد. حرف تعریف «The» و ضمائر ملکی از دیگر ساختارهایی هستند که می‌توانند نشانگر وجود پیش‌انگاری در متن باشند. همچنین طرح سؤال با کلمات پرسشی از جمله دیگر نشانگرها هستند (Reah, 2002). اما ریا در دسته‌بندی‌های خود به این نکته توجه نمی‌کند که گاهی پیش‌انگاری می‌تواند از طریق اسامی و صفت‌هایی که برای توصیف یا تغییر عبارات اسمی استفاده می‌شوند نیز ایجاد شود. بنابراین ریچاردسون در ادامه بررسی‌ها دسته‌بندی دیگری با عنوان پیش‌انگاری اسمی به نشانگرهای ریا اضافه می‌کند (Richardson, 2006).

## ۵. تحلیل و بررسی داده‌ها

۱-۵. رسانهٔ **La Croix**Entre la Chine et l'Iran, un accord de coopération surtout symbolique

La Chine et l'Iran ont annoncé le 27 mars la signature d'un accord pour les vingt-cinq prochaines années. Il apparaît davantage comme un « signal diplomatique » qu'un réel partenariat commercial, aucun détail n'ayant filtré sur les montants engagés.

در ابتدای تحلیل متن خبر این رسانهٔ فرانسوی‌زبان که باید آن را در زمرهٔ رسانه‌های چپ‌گرای کشور فرانسه بدانیم، برآنیم تا مصادیق بارز واژه‌گزینی و اثرات آن در پذیرش خبر را مورد بررسی قرار دهیم. رسانهٔ « La Croix » در همان تیتیر، ماهیت قرارداد ایران و چین را با استفاده از واژهٔ «symbolique» به معنای نمادین زیر سؤال برده است. در قسمت سوتیتیر هم بار دیگر این قرارداد را صرفاً نشانه‌ای دیپلماتیک قلمداد می‌کند و نه همکاری تجاری و با بیان این‌که جزئیاتی مبنی بر تعهدات طرفین منتشر نشده است، آن را غیر واقعی می‌خواند. گفتنی است که به‌کارگیری واژگانی مانند «filtrer» که در اینجا می‌توان معنای افشا شدن را از آن برداشت کرد و در حقیقت ایدهٔ «échappement» و به اصطلاح درز کردن اطلاعات را نشان می‌دهد نیز چندان اتفاقی به‌نظر نمی‌رسد، چراکه این تصویر در ذهن مخاطب تداعی می‌شود که طرفین قرارداد دربارهٔ بندهای قرارداد شفافیت لازم را ندارند. همانگونه که مشاهده می‌شود، انتخاب واژگان در انعکاس خبری، موضوعی بسیار حائز اهمیت است و باعث می‌شود مخاطب برداشتی کاملاً متفاوت و به‌تبع آن موضع متفاوت‌تری نسبت به خبر داشته باشد.

در قسمت لید خبر، این رسانه ضمن بیان کردن تیتیر خبرگزاری تسنیم، مشخص کردن خط‌مشی این رسانه و انتساب آن به فرامین رهبری، عامدانه سعی دارد این قرارداد را به نحوی با استفاده از واژهٔ «Rupture» به معنای «شکاف» و «فاصله»، در تناقض با یکی از شعارهای انقلاب اسلامی یعنی: «نه شرقی، نه غربی جمهوری اسلامی» قرار دهد و بنا بر اصل پیش‌انگاری، تلویحاً ایران را کشوری وابسته نشان دهد که حتی به اصول ابتدایی انقلاب خود نیز پای‌بند نیست.

<sup>1</sup>. Presupposition

Ainsi l'agence de presse iranienne Tasnim a-t-elle célébré l'accord conclu samedi 27 mars entre [l'Iran](#) et la [Chine](#), à l'occasion d'une visite à Téhéran du ministre chinois des affaires étrangères. Une manière, pour cette agence liée aux Gardiens de la Révolution, d'en souligner la cohérence avec la ligne adoptée depuis quelques années par le guide suprême, Ali Khamenei, en rupture avec l'un des slogans les plus populaires de la révolution iranienne de 1979 : « *Ni Ouest, ni Est, République islamique* ».

در ادامه، این رسانه به نقل قسمت‌هایی از گفتار سخنگوی وزارت امور خارجه درباره این قرارداد پرداخته، و مجدداً ادعای فقدان جزئیات کافی درباره مفاد این قرارداد را عنوان کرده، و سعی دارد اعتبار قرارداد را به طور کلی زیر سؤال ببرد.

#### Une vente de l'Iran à la Chine

Pékin devait investir « 400 à 600 milliards de dollars » en Iran dans une variété de domaines comme les infrastructures, les télécommunications ou encore les transports ; la présence de militaires chinois sur le territoire iranien était envisagée pour encadrer les projets financés par Pékin, ainsi qu'un droit chinois de préemption sur les projets pétroliers iraniens. Au point que l'opposition iranienne avait protesté contre une « vente de l'Iran à la Chine ».

در قسمت میان تیتیر، این خبرگزاری با استفاده از کلمه «vente» به معنای «فروش» سعی دارد به مخاطب دیکته کند که این قرارداد به منزله فروش ایران به چین است و برای اثبات ادعای خود در ادامه تنها به ذکر بندهایی که در همه آن‌ها ایران به نوعی امتیازات ویژه‌ای به چین داده است، اکتفا می‌کند. برای مثال: « La présence (de militaires chinois, le droit de préemption sur les projets pétroliers iraniens) » حضور نظامیان چینی و برخورداری چین از حق اولین امتناع در پروژه‌های نفتی ایران». این امر طبق تعریفی که وندایک ارائه می‌دهد، از مثال‌های عینی دست‌کاری اطلاعات به‌شمار می‌رود؛ حال آن‌که این رسانه پیش‌تر از نبود جزئیات کافی درباره مفاد قرارداد و مبالغ تعهدشده فی مابین سخن به‌میان آورده بود، که این خود نشان‌دهنده وجود تناقض آشکار در متن خبر است. در انتها، این رسانه می‌کوشد با دستاویز قرار دادن جریان‌های زرد در فضای مجازی که بدون درک درست از بندهای مندرج در این قرارداد کما فی‌السابق اقدام به جریان‌سازی سیاسی و هشتگ‌سازی کردند و همچنین قرار دادن مغرضانه آن‌ها در زمره اوپوزیسیون نظام، به ادعای خود مبنی بر فروش ایران به چین دامن بزنند؛ چنان‌که بر طبق اصل آهنگ کلام تئوری تقید نگارنده خبر با به‌کارگیری عبارت « Au point que » ساختار جمله را به گونه‌ای ادا کرده که گویی حقیقتی انکارناپذیر است:

### Au point que l'opposition iranienne avait protesté contre une « vente de l'Iran à la Chine »

همانگونه که در قسمت‌های دیگر خبر نیز به‌وضوح نگارندگان خبر قصد شبهه‌دار کردن ماهیت توافق ایران و چین و همچنین نمادین خواندن آن را دارند، در قسمت‌های پایانی خبر نیز با اضافه کردن نقل قول‌هایی از یک تاریخ‌نویس آمریکایی، مبنی بر این‌که این قرارداد سندی است جاه‌طلبانه بدون آن‌که روش‌های اجرایی، اهداف قابل‌سنجش و برنامه‌های دقیقی را فراهم آورد، بار دیگر قصد سایه انداختن روی اصل قرارداد را دارند. این خبرگزاری ضمن خاطر نشان کردن این موضوع که این قرارداد برای ایران تنها به‌منزلهٔ قدرت‌نمایی<sup>۱</sup> است، آن را مفری توصیف می‌کند که ایران به‌واسطهٔ آن قصد دارد از انزوایی که آمریکا بر آن تحمیل کرده است، خارج شود. این خبرگزاری با هم‌ردیف قرار دادن این توافق با سایر قراردادهای منعقد بین چین و و دیگر کشورهای خاورمیانه و نام بردن از عربستان سعودی برای مثال، قصد دارد ارزش این قرارداد را به‌صورت قابل‌توجهی کاهش دهد. و در نهایت هم موضوع قرارداد را به انتخابات آیندهٔ ریاست جمهوری پیوند می‌دهد و بیان می‌کند که این قرار داد نباید باعث شود که دولت حسن روحانی کارنامهٔ اقتصادی خود را در روزهای قبل از انتخابات درخشان کند.

### ۲-۵. رسانهٔ Le point

#### Coopération stratégique : la Chine et l'Iran signent un pacte sur 25 ans

Samedi 27 mars, à Téhéran, les deux pays ont signé un accord dont ni les grandes lignes ni les détails n'ont été pour l'instant dévoilés.

رسانهٔ فرانسوی زبان و راست‌گرای «Le point» تیتیر خنثی‌تری را نسبت به رسانهٔ «La Croix» برمی‌گزیند، اما در قسمت سوتیتیر مستقیماً به این مسئله اشاره می‌کند که از متن قرارداد امضاشده، نه مباحث کلی و نه حتی جزئیاتی آشکار شده است. این تأکید بر عدم انتشار جزئیات قرارداد در قسمت‌های آغازین خبر مصداق بارزی از دستکاری اطلاعات در سطح ماکرو ساختارهای معنایی عنوان خبر از نظریهٔ وندایک است که طبق آن، نگارندگان خبر به نحوی سعی دارند روی موضوعی خاص، با نگاهی جانبدارانه، پافشاری و تأکید بیشتری کنند. ضمن این‌که استفاده از این نوع ادوات منفی کردن جمله در زبان فرانسه (ni...ni) حالت تأکیدی بیشتری را به مخاطب القا می‌کند و مصداق دستکاری در ساختار است.

<sup>۱</sup>. Image de puissance

با استناد به نظریه پیش‌انگاری این رسانه نیز همانند رسانه «La Croix»، با اشاره به این مسئله که ارتباط با شرق درحقیقت منافی شعار «نه شرقی، نه غربی، جمهوری اسلامی» است، قصد دارد به مخاطب نشان دهد که جمهوری اسلامی ایران به پایه‌ای‌ترین اصول خود نیز پای‌بند نیست.

La signature de ce pacte illustre la priorité donnée aux relations avec « l'Est » (c'est-à-dire pour l'Iran des États comme la Chine, les deux Corées, l'Inde, le Japon ou la Russie) conformément à l'inflexion donnée par Ali Khamenei en 2018 en rupture avec l'un des slogans les plus populaires de la révolution iranienne de 1979 : « Ni Ouest, ni Est, République islamique. »

در قسمت‌های پایانی خبر نیز، از نظر محتوایی، پرداختن به صحبت‌های محمود احمدی‌نژاد و از نظر ظاهر و فرم، استفاده هوشمندانه از شبکه معنایی کم‌ویش اغراق‌شده، بار دیگر به موضوع عدم شفافیت قرارداد دامن زده شده است. این امر نه تنها به منزله دستکاری اطلاعاتی در سطح گفتار کلان است، بلکه انتخاب واژگانی از قبیل «à l'insu de»، «dénoncer»، «agiter»، «chahuter» و «rétorquer» به معنای «بدون اطلاع (مردم)»، «تقیب کردن»، «تهییج کردن»، «تلافی کردن»، «بلوا یا غوغا به پا کردن»، اهمیت واژه‌گزینی را بار دیگر متذکر می‌شود. در ادامه، نقل قول این بخش «un nouvel accord de 25 ans avec un pays étranger» از محمود احمدی‌نژاد که آکسان را به نوعی روی سه بخش مختلف متمرکز می‌سازد: «قرارداد جدید»، «۲۵ سال»، «کشور بیگانه» نیز خود به نوعی دستکاری در سطح واژگانی تلقی می‌شود.

En juillet 2020, une polémique avait agité les réseaux sociaux iraniens après des propos tenus par l'ancien président Mahmoud Ahmadinejad pour dénoncer les négociations en cours selon lui pour « un nouvel accord de 25 ans avec un pays étranger », à l'insu du peuple. Chahuté lors d'une intervention au Parlement, Mohammad Javad Zarif avait alors rétorqué qu'il n'y avait « rien de secret » dans les discussions en cours avec Pékin, promettant que la nation serait informée « lorsqu'un accord sera conclu »

### ۳-۵. رسانه The New York Times

China, with \$400 Billion Iran Deal, Could Deepen Influence in Mideast

The countries signed a sweeping pact on Saturday that calls for heavy Chinese investments in Iran over 25 years in exchange for oil — a step that could ease Iran's international isolation.

چین با معامله ۴۰۰ میلیارد دلاری با ایران، می‌تواند نفوذ خود را در خاورمیانه تقویت کند.

این تیتیر متفاوت و جهت‌گیرانه‌ای است که روزنامه انگلیسی‌زبان و دموکرات نیویورک تایمز برای پوشش خبری «قرارداد همکاری ۲۵ ساله ایران و چین» انتخاب کرده است. براساس نظریه واژه‌گزینی ارائه‌شده توسط ریچاردسون و وندایک مترجم و یا نویسنده براساس ایدئولوژی رسانه و نظام حاکم قادر است با تغییر در واژگان و یا ساختارهای نحوی به اخبار جهت دهد. در همین راستا روزنامه نیویورک تایمز برای بیان قرارداد همکاری ۲۵ ساله ایران و چین در تیتیر خبری خود از واژه «deal» استفاده کرده است. به استناد دیکشنری «Marriam-webster» واژه «deal» اگرچه دارای معنی ثانویه «قرارداد» نیز است، اما معنای ابتدایی آن «معامله» است. گفتنی است که این رسانه خود نیز در ادامه و در بخش بدنه خبر از واژه «agreement» که انتخاب واژگانی شفاف و دقیق‌تری برای مفهوم «قرارداد» و «توافق‌نامه» است بهره برده که این خود تأییدی بر انتخاب مغرضانه واژه «deal» در تیتیر خبری است.

از منظر اصل بینامتنیت فرکلاف، روزنامه نیویورک تایمز با اشاره به پرداخت مبلغ ۴۰۰ میلیارد دلار توسط چین در تیتیر خبری خود قصد داشته توجه خوانندگان خبر را به متن پیش‌نویس اولیه قرارداد که در سال گذشته اعلام شده است جلب کند. با توجه به این نکته که جزئیات و صحت این امر در هیچ‌کدام از خبرگزاری‌های رسمی دیگر بیان نشده است، چنین به نظر می‌رسد که این خبرگزاری با ذکر این مبلغ قصد داشته است بار دیگر به مفهوم معامله که پیش‌تر به آن اشاره کرده بود، دامن بزند.

همچنین با اشاره مستقیم به واژه «خاورمیانه» «Mideast» در عنوان اصلی و همچنین در ادامه با بیان جمله ذیل، مهم‌ترین هدف چین از برقراری این سند همکاری را پیشی گرفتن از ایالت متحده در راستای تأثیر و نفوذ استراتژیک در ایران و دیگر کشورهای منطقه خاورمیانه بیان می‌کند.

That capped a two-day visit by Mr. Wang that reflected China's growing ambition to play a larger role in a region that has been a strategic preoccupation of the United States for decades.

در بررسی این پوشش خبری براساس اصل تقیید فرکلاف و یا وجهیت ریچاردسون، در بخش سوتیتیر نگارنده خبر با استفاده از فعل وجهی «could» «توانستن» در چارچوب اصل اجازه و یا وجه التزامی، از منظر خود احتمال این را بیان کرده است که ایران با برقراری این سند همکاری درصدد کاهش تحریم‌هایی است که آمریکا در سطح بین‌المللی بر آن تحمیل کرده است.

The countries signed a sweeping pact on Saturday that calls for heavy Chinese investments in Iran over 25 years in exchange for oil — a step that could ease Iran's international isolation.



در بررسی جملات این متن خبری می‌توان نمونه‌های زیادی از تئوری دستکار و ندایک مشاهده کرد، برای مثال می‌توان به این نکته اشاره کرد که مطابق سند منتشرشده، ایران و چین در بُعد اقتصادی نیز به دنبال همکاری‌های دوجانبه در حوزه‌های مختلف هستند. این درحالی است که خبرگزاری نیویورک تایمز با سعی در دستکاری خبر و به‌صراحت بیان نکردن اهداف دوطرفه، با بیان کردن مبلغی مشخص برای سرمایه‌گذاری چین و با استفاده از واژه «In exchange» به معنای «در مقابل» سعی دارد ایدئولوژی معامله را به جای پیمان همکاری القا کرده و همچنین با استفاده از عبارت تأکیدی «Heavily discounted» «تخفیف بسیار زیاد» تفکر به تاراج زدن منابع نفتی ایران را در خواننده خبر ایجاد کند.

That draft detailed \$400 billion of Chinese investments to be made in dozens of fields, including banking, telecommunications, ports, railways, health care and information technology, over the next 25 years. In exchange, China would receive a regular — and, according to an Iranian official and an oil trader, heavily discounted — supply of Iranian oil.

#### ۴-۵. رسانه BBC

##### China sets sights on Middle East with Iran co-operation deal

China and Iran signed a deal over the weekend that their foreign ministers said was designed as a strategic partnership to last for the next quarter of a century.

«چین با توافق همکاری با ایران به خاورمیانه چشم دوخته است».

این عنوانی است که بنگاه خبری بی بی سی برای پوشش خبری امضای قرارداد همکاری ۲۵ ساله ایران و چین انتخاب کرده است. طبق اصل واژه‌گزینی، این خبرگزاری در تیتیر خبری خود با استفاده از اصطلاح «Set sights» به معنای «چشم دوختن» به صراحت هدف چین از ایجاد همکاری با ایران را افزایش نفوذ در منطقه خاورمیانه بیان می‌کند.

در سوتیتیر این خبر بار دیگر تأثیر ایدئولوژی حاکم بر رسانه در قالب انتخاب‌های واژگانی به‌خوبی قابل مشاهده است. این رسانه برای بیان مدت زمان ۲۵ ساله قرارداد ایران و چین عبارت «Quarter of century» «ربع قرن» را به کار برده است. چنین به‌نظر می‌رسد که نویسنده خبر با استفاده از واژه «قرن» که از نظر بار معنایی یادآور مدت زمان طولانی‌تری در ذهن مخاطبان است قصد داشته است توجه و تأکید بیشتری بر روی طولانی بودن مدت زمان این سند همکاری داشته باشد.

The Chinese People's Liberation Army has already built its first overseas military base on the Red Sea, in Djibouti. It overlooks one of the world's busiest shipping lanes

and is only 10km (six miles) away from the home of the US military's Africa Command. Could Beijing be planning something similar on Iran's Gulf coast, giving it a naval foothold in what the US Navy has regarded as its own lake?

طبق نظریه پیش‌انگاری، در عبارت بالا یک پیش‌فرض ضمنی وجود دارد، بدین صورت که نویسنده با طرح سؤال خود و استفاده از واژه «برنامه‌ریزی کردن» «Planning» به دنبال گرفتن پاسخ آری و یا خیر نبوده، بلکه قصد دارد به صورت ضمنی هدف استراتژیک چین از ایجاد همکاری با ایران را نفوذ به منطقه خلیج فارس و مقابله نظامی با آمریکا از طریق ایجاد مقر نظامی در خلیج فارس بیان کند.

### ۶. نتیجه‌گیری

در جهان امروز به دلیل پیشرفت تکنولوژی، دسترسی انسان‌ها به اخبار و آنچه که در جهان پیرامون می‌گذرد به طرز قابل توجهی افزایش یافته است؛ به طوری که در دورافتاده‌ترین نقاط جهان نیز امکان آگاهی از حوادث و رویدادهای جهان پیرامون فراهم است که خود باعث می‌شود انسان‌ها در سراسر جهان بیش از پیش در معرض سیل عظیمی از اطلاعات قرار بگیرند. این در حالی است که در نگارش و پردازش اخبار، همواره سلیقه و خط فکری - ایدئولوژیکی رسانه‌های منعکس‌کننده آن‌ها دخیل است و تصمیم‌گیری درباره صحت و سقم اخبار برای مخاطبان آن‌ها عملاً غیرممکن خواهد بود. تأثیرپذیری ایدئولوژیکی جوامع بشری مسئله‌ای است که نقش آن هم‌زمان با هموار شدن مسیر دسترسی به رسانه‌ها به خوبی قابل لمس است.

انتخاب واژگان خاص، جابه‌جایی ارکان جمله با هدف تحریف، دستکاری اطلاعات، تغییر فرم متن به نفع محتوا و تمام مواردی که در این پژوهش به آن‌ها اشاره شد، درحقیقت گواه نقش انکارناپذیر خط‌مشی و موضع سیاسی رسانه در نگارش اخبار است و مهر تأییدی است بر این موضوع که به تعداد رسانه‌های موجود، از یک خبر واحد برداشت‌های متفاوتی وجود دارد و هریک از آن‌ها واقعیت موجود را به شکلی که سیاست رسانه به آن‌ها دیکته می‌کند، منعکس می‌کنند.

همان‌گونه که در این پژوهش با بررسی رسانه‌های انگلیسی و فرانسوی‌زبان نشان داده شد، رسانه‌ها با تبعیت از عقاید ایدئولوژیکی سیاستمداران و صاحب‌منصبان خود در اخبار تغییراتی ایجاد می‌کنند و در انتقال اخبار اصل بی‌طرفی را رعایت نمی‌کنند. در این تحقیق مشاهده کردیم که هریک از رسانه‌ها موضوع قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین را به گونه‌ای متفاوت و بر طبق سیاست‌های خود بیان کرده است. برای مثال، روی بخش‌های خاصی از خبر عمداً آکسان و تأکید بیشتری گذاشته و بالعکس قسمت دیگری از آن را کم‌رنگ‌تر جلوه داده است. یا قسمتی از خبر را تحریف کرده و از دادن جزئیات درباره قسمت‌هایی که به ضرر رسانه است، پرهیز می‌کند. درنهایت در بسیاری از بخش‌های خبر با القای این موضوع که جزئیاتی از مفاد قرارداد در دست نیست، سعی دارند قرارداد منعقد بین دو کشور را زیر سؤال ببرند. آنچه از این یافته‌ها قابل استنباط است این است که هر دو گروه، رسانه‌های فرانسوی‌زبان و انگلیسی‌زبان، با نگاهی مغرضانه که نشئت‌گرفته از ایدئولوژی حاکم بر کشورهایی است که اخبار

در آن‌ها منتشر می‌شود، به این قرارداد واکنش نشان دادند و از هیچ فرصتی برای القای آنچه به آن باور دارند به مخاطبان خود فروگذار نبودند.

### منابع

- سلطانی، ع. ا.، تفضلی، ب.، چوکائلو، ر. ص. (۲۰۰۸). تحلیل گفتمان سیاسی رسانه‌ها. علوم سیاسی، ۴۲ (۱۱)، ۶۵-۹۳.
- رضوان‌طلب، ز.، و صدیقی، ن. (۱۳۹۸). بررسی نقش ایدئولوژی از نظر بافت زبانی در ترجمه متون سیاسی نزد رسانه‌های خبری فرانسوی‌زبان. پژوهش‌های زبان و ترجمه فرانسه، ۱ (۲)، ۲۱۳-۲۳۸.
- کاظمی، ه.، و تفنگچی، س. (۱۳۹۶). تحلیل گفتمان انتقادی سیاست‌های رسانه‌های بی بی سی فارسی، مطالعه موردی: برنامه «صفحه ۲ آخر هفته»، مطالعات رسانه‌ای، ۱ (۱۲)، ۶۵-۷۶.
- مظفری، ز. (۱۳۹۶). تحلیل زبان‌شناختی بازتاب «برجام» در گفتمان‌های رقیب براساس رویکرد انتقادی فرکلاف. مطالعات زبان و گویش‌های غرب ایران، ۱۹ (۵)، ۶۳-۸۰.
- میلز، س. (۱۳۸۸). گفتمان. ترجمه ف. محمدی. زنجان: نشر هزاره سوم.
- نصرت‌پناه، م. ص.، مرادی، م. ح.، رشیدی، ا. م. (۱۳۹۸). تحلیل گفتمان انتقادی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با بهره‌گیری از روش نورمن فرکلاف. مطالعات راهبردی بسیج، ۸۳ (۲۲)، ۳۹-۶۵.
- یورگنسن، م. (۱۳۹۱). تحلیل گفتمان. ترجمه ه. جلیلی. تهران: نشر نی.
- Aslani, M., & Salmani, B. (2015). Ideology and translation: A critical discourse analysis approach towards the representation of political news in translation. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 4(3), 80-88.
- Chouliaraki, L. (2005). Introduction: The soft power of war: Legitimacy and community in Iraq war discourses. *Journal of Language and Politics*, 4(1), 1-10.
- Fairclough, N. (1995a). *Media discourse*. Edward Arnold London.
- Fairclough, N. (1995b). *Media discourse*. Edward Arnold London.
- Linde, C. (2001). 26 Narrative in Institutions. *The Handbook of Discourse Analysis*, 518.
- Malkawi, R. (2012). *The ideological stamp: Translation of political discourse in news media*. Writescop Publishers.
- Reah, D. (2002). *The language of newspapers*. Psychology Press.
- Richardson, J. (2006). *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis*. Palgrave.
- Rojo, L. M., & van Dijk, T. A. (1997). "There was a Problem, and it was Solved!": Legitimizing the Expulsion of Illegal Migrants in Spanish Parliamentary Discourse. *Discourse & Society*, 8(4), 523-566.
- Thompson, J. B. (1984). Ideology and the Critique of Domination (II). *CTheory*, 8(1-2), 179-196.

- Van Dijk, T. (2003). Las estructuras ideológicas del discurso. *Ideología y Discurso. Barcelona: Ariel Lingüística.*
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society, 4(2)*, 249–283.
- Van Dijk, T. A. (1996). Discourse, power and access Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis. *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis, Routledge and Kegan Paul, London*, 84–104.
- Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies, 11(2)*, 115.
- Wang, W. (2006). *Newspaper commentaries on terrorism in China and Australia: A contrastive genre study.*
- Wodak, R. (1987). ‘And where is the Lebanon?’ A socio-psycholinguistic investigation of comprehension and intelligibility of news. *Text-Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse, 7(4)*, 377–410.
- Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis and the study of doctor-patient interaction. *The Construction of Professional Discourse, 19(1)*, 173–200.
- Wodak, R., & Fairclough, N. (2004). Critical discourse analysis. *Qualitative Research Practice: Concise Paperback Edition*, 185–202.
- <https://www.bbc.com/news>.