

تحلیل گزارش تلویزیونی بازی فوتبال ایران و ژاپن در رقابت های جام ملت های آسیا 2019

بر مبنای چارچوب نظری وندایک

چکیده:

مقدمه: هدف این مطالعه تحلیل گزارش تلویزیونی بازی فوتبال ایران و ژاپن در رقابت های جام ملت های آسیا 2019 بود. این رقابت، به دلیل تماشاگران تلویزیونی بسیار، موقعیت زمانی خاص، عدم موفقیت مکرر در دوره های پیشین (بیش از 40 سال) و عملکرد قابل قبول در مسابقات قبلی این دوره، انتخاب گردید. مسابقه با شکست 3 بر صفر برای ایران به پایان رسید. پژوهش در پی پاسخ به این سوال بود که چه راهبردهای زبانی برای گزارش این رویداد به کار گرفته شد؟ و این راهبردها پس از تغییر نتیجه بازی چگونه تغییر کردند؟

روش پژوهش روش این پژوهش کیفی و با رویکرد تحلیل گفتمان است. تحلیل ها با الگوی مربع ایدئولوژیک وندایک (2004) و در دو سطح کلان و خرد انجام گردید.

یافته ها تحلیل سطح کلان مربع ایدئولوژیک وندایک "تاکید و پررنگ کردن ویژگی های مثبت خودی" را با بالاترین بسامد نشان داد. راهبردهای کلان و خرد پس از تغییر نتیجه بازی، تغییر کردند؛ به عنوان مثال "عدم تاکید و کم رنگ سازی ویژگی های منفی خودی" به طور قابل توجهی افزایش یافت. گزارشگر همچنین از راهبردهای سطح خرد "واژه گزینی"، "قربانی شدن"، "همدلی" و "دراماتیزه شدن" استفاده نمود.

نتیجه گیری به نظر می رسد اقتضای گزارشگری در فضای تلویزیون، حفظ انگیزه، غلبه بر ناامیدی و احساس شکست بوده و تا حدودی تلاش در جهت توجیه و تعدیل شرایط شکست را داشته است.

کلید واژه ها: تحلیل گفتمان انتقادی، گزارش تلویزیونی، فوتبال، مربع ایدئولوژیک وندایک

Television broadcast analysis of Iran-Japan match in Asian Nations Cup 2019

Van Dijk theoretical framework

ABSTRACT

Introduction The purpose of this study was to investigate the broadcast of the Iran-Japan Competition in Asian Nations Cup 2019. This match was selected for analysis due to the large number of television viewers, being in a particular time, the repeated failures in previous periods and the acceptable performance in the matches of this era. But the match ended with a 3-0 defeat for Iran. The question was what strategies broadcasters used to report this event? And how did these strategies change after changing the outcome of the game?

Methods This qualitative research was done with discourse analysis method. Analyzes were performed by using Van Dijk's theoretical model (2004) in the framework of critical discourse analysis considering macro and micro levels.

Results Analysis according to macro level of Van Dijk square represented that emphasizing Positive-Self Representation (representing Us positively) has the highest frequency among other properties. The frequency of macro and micro levels strategies also changes with the outcome of the game. Reporter also used micro strategies of "lexicalization", "victimization" and "dramatization" and "consensus" in order to manage the minds of the audience .

Conclusion Cultural and social conditions should be considered in TV reporting analysis an event and its post-game critique. The ambition of the national TV has been to keep motivation and to overcome feeling failure and hopelessness and after an undesirable outcome, tries to modify and justify the situation.

Keywords: *critical discourse analysis, , football, TV report, Van Dijk ideological square*

گفتمان¹ پهنه‌ای وسیع از رشته‌های مختلف از جمله مدیریت ورزش را پوشش می‌دهد و در بسیاری از رشته‌ها مانند: جامعه‌شناسی زبانی، مردم‌شناسی، علوم اجتماعی، مطالعات ارتباطی، روانشناسی اجتماعی و علوم ورزشی مرتبط و رایج است (توماس²، 1993). گفتمان‌ها در محیط‌های ورزشی و در ارتباط با موضوعات مختلفی همچون جنسیت، نژاد، رفتار مصرف‌کننده، اقتصاد، رفتار سازمانی و بازاریابی و ... وجود دارند. ادغام ورزش با مطالعات گفتمان انتقادی، مفید و سازنده ارزیابی شده است (سویسن³، 2019). مطالعه گفتمان‌ها فرصتی برای کشف چگونگی حضور ایدئولوژی‌ها در فرهنگ، هویت‌های اجتماعی و استفاده از زبان فراهم کرده است (سویسن، 2019). دانش ما از جهان از طریق تعاملات ما و استفاده از زبان ایجاد می‌شود، که نقطه شروع معرفت‌شناختی اصلی این مطالعه است (اسنودون و اکلوند کارلسون 2021 در تقی‌آبادی و تقی‌آبادی 2022). مین و هالون⁴ (2010) خاطر نشان کردند که ورزش، از طریق زبان و سایر روش‌های ارتباطی و براساس بازتاب شیوه‌های خاص فرهنگی و زیربنای ایدئولوژیک، سازمان‌یافته، تصویب و بازتولید می‌شود.

مطالعات مختلف ارزش تحلیل گفتمان انتقادی را در ارائه بینش‌های جدید و جایگزین در زمینه مدیریت ورزشی نشان می‌دهد (سویسن، هوبر و هفرنن⁵، 2021). فرصت‌های زیادی برای به کارگیری تحلیل گفتمان انتقادی در زیرشاخه‌های مختلف ورزشی وجود دارد (سویسن، 2019). به عنوان مثال، چن و میسون⁶ (2018)، معتقدند این مطالعات می‌توانند نمای بصری رهبری ورزش را (در جامعه) از منظر چند حالته کشف کنند. واگنر و مولر پدرس⁷ (2014) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که "منطق ارائه شده توسط یک گفتمان می‌تواند پیچیده شود، کمی تعدیل شود و در برنامه استراتژیک یک سازمان و حتی در ارتباط با اهداف افراد جای گیرد"، به عنوان مثال هنگامی که موقعیت کمیته بین‌المللی المپیک⁸ تهدید شد، آنها برای تقویت تعهد ضد دوپینگ، از گفتمان ضد دوپینگ استفاده کردند که منجر به توسعه آژانس جهانی ضد دوپینگ شد؛ آنها اثبات کردند که چگونه گفتمان‌ها برای ایجاد تغییر سازمانی در شکل‌گیری هویت در زمان بحران استفاده می‌شوند. پژوهش‌های دیگری در حوزه مدیریت ورزشی با رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی انجام شده است؛ هو و هنری⁹ (2017) با بررسی مدیریت سیستم نخبگان ورزشی در چین از طریق تحلیل گفتمان انتقادی، بر حاکمیت ورزش متمرکز شدند و نشان دادند که چگونه گفتمان‌های مدیریت ورزشی نخبه پرور بین سیستم‌های ورزشی وجود دارد. این یافته اذعان دارد که تغییر قدرت مربوط به صداهایی است که تفسیرها را کنترل می‌کنند و بنابراین، گفتمان‌ها در سیستم‌های ورزشی به عنوان واقعیت در نظر گرفته می‌شوند. آمارا و هانری¹⁰ (2010) از تحلیل گفتمان انتقادی برای اطلاع سیاست‌گذاران در سازمان‌های ورزشی استفاده کردند. بویر و مچین¹¹ (2018) ادعا می‌کنند که رسانه‌ای از قبیل توئیتر می‌تواند جریان گفتمان از بالا به پایین را به چالش بکشد و از سلطه قدرت سازمان ورزش در کنترل مستقیم گفتمان‌ها دور شود. این پژوهش‌های قابل ملاحظه اهمیت درک جریان گفتمان‌ساز و تحلیل انتقادی آن را آشکار می‌سازد. به طور کلی بر اساس نظر ون دایک¹² (2008) ارتباطاتی مانند استفاده از زبان و تعامل کلامی در سطح خرد مورد استفاده قرار می‌گیرد و نابرابری، تسلط و قدرت در سطح کلان یافت می‌شود.

بسیاری از مطالعات تحلیل گفتمان انتقادی در ارتباط با رسانه، در حوزه ورزش انجام شده است. در مورد اینکه چرا زبان رسانه‌ای مطالعه می‌شود؛ توماس (1993) موارد زیر را برجسته می‌کند: 1. دسترسی به رسانه‌ها به عنوان منبع اطلاعاتی برای برخی از ویژگی‌های زبانی که می‌خواهیم مطالعه کنیم. 2. علاقه به نحوه استفاده رسانه‌ها از برخی ویژگی‌های زبانی؛ 3. علاقه به نقش رسانه در تأثیرگذاری بر زبان در

¹ discourse

² Thomas

³ Sveinson

⁴ Meân & Halone

⁵ Sveinson, Hoeber & Heffernan

⁶ Chen & Mason

⁷ Wagner & Møller Pedersen

⁸ IOC

⁹ Hu & Henry

¹⁰ Amara & Henry

¹¹ Bouvier & Machin

¹² Van Dijk

جامعه وسیع؛ 4. علاقه به آنچه رسانه به عنوان آینه جامعه و فرهنگ وسیع‌تر نشان می‌دهد. 5. علاقه به چگونگی تأثیرگذاری زبان رسانه‌ها بر نگرش‌ها و نظرات در جامعه از طریق شیوه ارائه مردم و موضوعات؛ 6. در دسترس بودن؛ زبان رسانه می‌تواند مواردی راجع به رسانه و زبان در اختیار ما قرار دهد. با افزایش دسترسی به ورزش از طریق تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها، مجلات، اینترنت و حتی تلفن‌های همراه، ورزش در جریان اصلی رسانه‌های جمعی ظاهر می‌شود (اولاگونجو¹³، 2019).

فوتبال به عنوان ورزش ملی شناخته شده است و نقش رسانه به ویژه تلویزیون در ایجاد این محبوبیت انکارناپذیر است و در هر روز متون بی‌شماری از قبیل گزارش‌های ورزشی، تفسیرهای بعد از مسابقه، خبرهای ورزشی و ... درباره فوتبال در تلویزیون و سایر رسانه‌ها تولید می‌شود. زبان فوتبال یک زبان خاص است. برغ و اولهالدر¹⁴ (2012) درباره ماهیت عمومی زبان فوتبال و تلقی آن به عنوان یک "زبان خاص" بحث می‌کند، زبان فوتبال دارای سطوح متفاوتی است؛ رسمی‌ترین سطح آن در رسانه‌های جمعی است و در مقابل سطح رسمیت زبان فوتبال در هواداران و بازیکنان بسیار پایین است. برای تجزیه و تحلیل زبان فوتبال لازم است تعداد زیادی از انواع آن را بشناسیم. با توجه به تنوع کاربران فوتبال، بلاسینگ¹⁵ (2019)، استادیوم را عرصه‌ای می‌داند که جهانی‌گرایی، محلی‌گرایی و ملی‌گرایی با یکدیگر ملاقات می‌کنند و در این رابطه، گفتمان‌های هژمونیک "درگیری" در استادیوم ترکیه را تحلیل می‌کند. مهدیزاده و تقی‌آبادی (2020) نیز به تحلیل انتقادی گفتمان برنامه تلویزیونی نود در باب خشونت فوتبال پرداخته‌اند. لونوسکی¹⁶ (2013) زبان فوتبال را به 9 زیر گروه: "زبان قوانین و مقررات فوتبال"، "زبان علم فوتبال"، "زبان بازیکنان و مربیان فوتبال"، "زبان مسئولان مسابقه" (داوران و دستیاران آنها)، "زبان روزنامه نگاری فوتبال"، "زبان برنامه‌های فوتبال تلویزیون"، "زبان برنامه‌های فوتبال رادیو"، "زبان تفسیر فوتبال آنلاین" و "زبان هواداران فوتبال" تقسیم می‌کند. و این نوع شناسی تنوع عظیمی از زبان فوتبال را نشان می‌دهد و مشخص می‌کند که یک محقق می‌تواند موضوع تحقیق را مشخص کند.

حجم برنامه‌های فوتبالی در تلویزیون ملی ایران قابل توجه است یکی از موارد قابل توجه، پوشش مسابقات تیم ملی فوتبال در رقابت‌های رسمی و دوستانه است. به خصوص اگر اهمیت مسابقه بالا باشد و انعکاس ملی آن زیاد باشد و برد در آن مسابقه به مفاهیمی همچون غرور ملی و مفاهیم ملی‌گرایی مرتبط باشد، کیفیت این گزارش در نحوه مواجهه مخاطب با اتفاقات مسابقه و نتایج حاصل از مسابقه تأثیرگذار است (عرب‌نرمی و همکاران، 1395). استفاده نامناسب از راهبردهای زبانی در گزارش مسابقات حساس، در توقعات و دیدگاه‌های بینندگان در مسیر یک مسابقه ورزشی تأثیرگذار است. این پژوهش در نظر دارد برای اولین بار گزارش یک مسابقه فوتبال را به روش تحلیل گفتمان انتقادی تحلیل نماید. بدین منظور گزارش تلویزیونی مسابقه فوتبال ایران و ژاپن را در رقابت‌های جام ملت‌های آسیا¹⁷ 2019 از شبکه 3 سیما در نظر گرفته شده است. رویکرد تحلیل، انتقادی و بر اساس چارچوب نظریه وندایک (2004) است. چارچوب نظری وندایک با در نظر گرفتن ایدئولوژی گویشگر در سطح کلان و خرد، روش تحلیلی سیستماتیک را در پیش روی تحلیلگر قرار می‌دهد. این مسابقه بر اساس مشورت با صاحب‌نظران و بر اساس سابقه حضور ایران در این جام برای تحلیل انتخاب شده است.

جام ملت‌های آسیا، مسابقاتی است که زیر نظر کنفدراسیون فوتبال آسیا و هر چهار سال یک بار در یک کشور آسیایی برگزار می‌شود و برنده آن جواز حضور در جام کنفدراسیون‌ها را کسب می‌کند. نخستین دوره این مسابقات در سپتامبر ۱۹۵۶ و به میزبانی هنگ‌کنگ برگزار شد و پس از آن به‌طور پیوسته هر چهار سال یک بار برگزار شده است. جدیدترین دوره جام ملت‌های آسیا هفدهمین دوره آن است که در ژانویه ۲۰۱۹ و به میزبانی امارات متحده عربی برگزار شد و با قهرمانی قطر به پایان رسید. در جدول 1 خلاصه‌ای از وضعیت حضور ایران در تاریخچه 17 دوره‌ای جام ملت‌های آسیا نمایش داده شده شرایط حضور ایران در تاریخچه این قابت‌ها، بر درک فاکتورهایی همچون انتظارات از تیم ملی، مطالبه برد و قهرمانی تأثیرگذار است؛

¹³ Olagunju

¹⁴ Bergh & Ohlander

¹⁵ Blasing

¹⁶ Lewandowski

¹⁷ Asian Cup

جدول 1- خلاصه وضعیت حضور ایران در جام ملت‌های آسیا
Table 1- Summary of Iran's participation in the Asian Cup

سال	میزبان	وضعیت حضور ایران
1956	هنگ کنگ	شرکت نکرد
1960	کره جنوبی	حذف در مقدماتی
1964	اسرائیل	شرکت نکرد
1968	ایران	قهرمان
1972	تایلند	قهرمان
1976	ایران	قهرمان
1980	کویت	مقام سوم
1984	سنگاپور	مقام چهارم
1988	قطر	مقام سوم
1992	ژاپن	مرحله گروهی
1998	امارات	مقام سوم
2000	لبنان	یک چهارم پایانی
2004	چین	مقام سوم
2007	اندونزی-تایلند-مالزی-ویتنام	یک چهارم پایانی
2011	قطر	یک چهارم پایانی
2015	استرالیا	یک چهارم پایانی
2019	امارات	مرحله نیمه نهایی

با پیگیری تاریخچه فوتبال تیم ملی ایران در این دوره از بازی‌ها متوجه می‌شویم که ایران به مدت بیشتر از سی سال در تکاپوی کسب مقام قهرمانی در این بازی‌ها بوده است و در دوره‌های متعدد حضور ایران با ناکامی همراه بوده است و اتفاقات و تغییرات ایجاد شده در تیم ملی همواره در لحظه‌های پایانی این فرصت را از ایران سلب نموده است و در تمام دوره‌ها به عنوان یک تیم مدعی قهرمانی از حضور در فینال محروم مانده است. در جام ملت‌های 2019 نیز مسابقات را بدون یک گل خورده با موفقیت در مقابل یمن، عمان، چین، ویتنام و عراق سپری کرده و در مرحله نیمه نهایی در امارت مقابل ژاپن حاضر گردید؛ اما مسابقه با شکست سنگین 3 بر صفر ایران به پایان رسید. هدف این مطالعه تحلیل انتقادی گفتمان گزارش بازی فوتبال است. این رویداد از دو سناریوی "برد" و "باخت" (با نقطه شروع و پایان مشخص برای هر سناریو) تشکیل شده است¹. این پژوهش، اهمیت و ضرورت تغییر راهبردهای زبانی در سناریوهای مختلف بازی را در پخش زنده یک بازی ملی تبیین می‌کند. این راهبردها توسط گزارشگر و به اقتضای شرایط بازی به کار برده می‌شود. نحوه تغییر در راهبردهای کلان و خرد در زبان گزارشگران ورزشی در هر یک از سناریوهای بازی نشان دهنده چگونگی شکل‌گیری بازنمایی‌های تلویزیونی (به اقتضای شرایط) است. این مهم در چنین مسابقه‌ای که با "اطمینان به برد" آغاز شده و با "تجربه شکست" به پایان می‌رسد قابل توجه است.

پیشینه تحلیل بازی‌های فوتبال (از منظر رویکردهای زبانی) بیانگر اهمیت استفاده از شیوه‌های خاص زبانی در محتوای گزارش‌های مسابقات ورزشی است. به عنوان مثال، قدوسی (1988) 37 گزارش را در روزنامه تایمز تجزیه و تحلیل کرد و ویژگی‌های زبانی تفسیر ورزشی مکتوب را مشخص کرد. طبق گفته‌های کلیمان (2002)²، برخی مصاحبه‌کنندگان یا خبرنگاران در گزارشات فوتبال بی طرف نیستند و آگاهانه نوعی تعصب نسبت به احزاب خاص نشان می‌دهند، این پدیده به عنوان "طرفداری غیرحرفه‌ای" شناخته می‌شود و در نتیجه

ازکس و همکاران (2007) مفهوم "مرز رویداد" را مطرح می‌کنند. آنها تاکید می‌کنند که یک مسابقه ورزشی (مانند فوتبال) از تکه‌ها، بخش‌ها، سناریوهای و یا رویدادهای متفاوت تشکیل شده است. آن‌ها این تکه‌ها را رویداد و نقاط شروع و پایان آن را مرزهای رویداد می‌نامند. مفهوم سناریو در این مطالعه از پژوهش زکس و همکاران اقتباس شده است.

² Clayman

از تجزیه و تحلیل گفتمان برای آشکارسازی سودمندی احتمالی استفاده می‌شود. جرجلو¹ (2009) به تولید و بازتولید هویت ملی از طریق گفتمان ورزشی رسانه‌ای، برای تیم ملی یونان در مسابقات قهرمانی اروپا 2004² به عنوان نمونه‌ای از بیان هویت جمعی پرداخته است. نتایج مطالعه او آشکار می‌کند که گویندگان ورزشی، از تیم خانگی خود حمایت زیادی نشان می‌دهند و نقاط همذات پنداری با مخاطب را ایجاد می‌کنند. با انجام این کار، آنها قدرت ایدئولوژیکی ورزش رسانه‌ای را در تولید، تقویت و اشاعه هویت ملی تایید می‌کنند. در این راستا بلین و بویل³ (1998) معتقدند منبع اطلاعاتی برای اعتقادات و نگرش‌های ما در ورزش، به عبارت دیگر این حس که ما که هستیم و افراد دیگر چه کسانی هستند، بر اساس شیوه‌هایی است که در آن ورزش نوشته یا پخش می‌شود. همسو با این نگرش، رحیمی، صالح و سعادت (2008) تعدادی از مقالات ورزشی را با رویکرد تحلیل گفتمان مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. آن‌ها روش‌هایی را بررسی کردند که در آن گفتمانی ساخته می‌شوند و به طور ویژه تیم "ما"⁴ در مقابل "دیگر"⁵ (رقیب) تیم شکل می‌گیرد و نشان دادند چگونه خبرنگاران، در حالی که ظاهراً خوانندگان را با اطلاعات در مورد مسابقات و رویدادهای مهم آشنا می‌کنند، در قالب متون انتخاب شده، "ما" و "دیگران" را به نحو دلخواه ارائه می‌دهند و در نتیجه بر ایدئولوژی خواننده تأثیر می‌گذارند.

بررسی استعاره‌ها در فوتبال نیز از موضوعات پژوهشی مورد علاقه پژوهشگران بوده است، نصرآبادی و روشن (2016) به بررسی استعاره در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی ایران پرداختند و دریافتند استعاره "فوتبال جنگ است" بالاترین بسامد را در بین عبارات استعاری دارد و فوتبال به مثابه ماشین و قلمروهایی چون پدیده‌های طبیعی، حیوانات، جادوگری، ورزش‌ها، آزمون، نمایش و قلعه نیز در کاربرد استعاری ورزش فوتبال وجود دارد. باوندپور و بامشادی (2020) نیز به کارکرد استعاره‌ها در عناوین خبری فوتبال پرداخته و تاکید کردند که این استعاره‌ها به جلب توجه مخاطب و ترغیب او به مطالعه و پیگیری خبر و تسهیل بیان مفاهیم و موضوعات پیچیده و انتزاعی فوتبال کمک می‌کند و در نهایت موجب تسهیل و تحکیم ارتباط میان رسانه و مخاطب می‌شوند.

محققان در بررسی راه‌های کنترل بر روی درک خوانندگان، متوجه شده‌اند که متون ورزشی، مانند سایر متون، می‌تواند به لحاظ ایدئولوژیک برای دستکاری و یا کنترل مخاطبان تهیه شود. در چنین متونی، خبرنگاران، در واقع، خوانندگان را با اطلاعات مربوط به مسابقات و رویدادهای مهم که در آنها اتفاق می‌افتد، ارائه می‌دهند. با این حال، درک آنها از وقایع ممکن است بسیار متفاوت از رویداد اصلی باشد (رحیمی، صالح و سعادت، 2008). با وجود پژوهش‌های انجام شده، به زعم لنووسکی، فوتبال به عنوان یک ورزش تأثیرگذار و محبوب، هنوز از دیدگاه زبانی، آنچنان که باید مورد بررسی کافی قرار نگرفته است (لنووسکی، 2013).

سوال اساسی این پژوهش این است که در رویدادی که دارای ویژگی‌هایی از قبیل: تماشاگران تلویزیونی بسیار، قرار گرفتن در موقعیت زمانی خاص، سابقه شکست‌های مکرر در دوره‌های پیشین، عملکرد قابل قبول در مسابقات این دوره تا قبل از این بازی، حساسیت بالا و ... است، در شروع بازی و همچنین پس از کسب نتیجه غیرمنتظره، گزارشگران بازی به چه نحوی از کارکردهای زبانی برای تفسیر و گزارش رویداد بهره برده و چه راهبردهای کلان و خرد زبانی برای گزارش این رویداد را به کار بسته‌اند؟

روش شناسی پژوهش

چارچوب نظری

این پژوهش به روش کیفی و با به کارگیری از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی به بررسی گزارش بازی ایران و ژاپن در دور نیمه نهایی جام ملت‌های آسیا 2019 می‌پردازد. داده‌های این پژوهش شامل تمام پاره گفتارهای معنادار گزارشگر در پخش زنده بازی است (157 پاره گفتار). که پس از ضبط بازی به طور کامل به صورت متن نوشتار درآمد و تحلیل شد. پژوهشگران از رویکرد نظری وندایک (2004) برای تحلیل داده‌ها

¹ Georgalou

² Euro 2004

³ Blain & Boyle

⁴ Us

⁵ Others

استفاده کردند. نمونه‌هایی از پاره‌گفتارها (از بخش های مهم بازی و به صورت پراکنده) در جدول 2 ارائه شده است.

جدول 2- نمونه‌ای از کدهای پژوهش بر اساس زمان بازی
Table 2- Examples of codes in research according to game time

کد	پاره گفتار	دقیقه بازی
7	کارلوس کی روش حسرت بیش از 40 سال رو به پایان برسونه و ایران رو فینالیست کنه	1:09
12	یه لحظه غفلت می‌تونه کار دست ژاپن بده	2:28
14	کریستو داور استرالیایی که اصلا داور با تجربه و خوبی نیست و همه متعجب شدن	3:32
18	برخلاف ما که بازیهامون پر گل بوده، ژاپنیها مختصر یک گل یک گل بالا اومدن	8:59
28	ما بازیکن چهارگله داریم(سردار آزمون)، ژاپنی‌ها فقط بازیکن دو گله دارن	30:10
48	تقابل دو تا مربی هست که بدل‌کاران خیلی خوبی هستن	47:00
65	چرا توپ رو ول کردیم ما؛ یک گل مفت خوردیم	55:13
68	آرامش شون رو حفظ کنن بچه‌های ما می‌تونن به ژاپن گل بززن	72:00
88	هم خبرنگاران هم مردم ژاپن اصلا باورشون نمیشه که تیم ما رو دو هیچ ببرند	80:32
89	هر چی داور استرالیایی هست ما باهانش خاطره‌ی بد داریم... انشالله توی این دقایق کاری بکنیم تا این خاطره پاک بشه	81:50
91	طرفداران بازم دارن تشویق می‌کنن چون واقعا حیفه که ما بخوایم اینجا متوقف بشیم	82:35
95	ژاپن واقعا تیم حرفه‌ای هست	84:16
96	ما توی همه بازیها هوشمندانه بازی کردیم، الا توی این مسابقه که... متاسفانه یه جای کارمون گره خورد	84:46
102	ما به ژاپنی که انصافا بد کار کرده بود در این تورنمنت و تیم "زهردار" و "جون داری" نشون نداده بود و شاید واقعا چیزی رو نکرده بود باختیم	91:30
105	روزهای فشنگی رو برامون ساختن و بازیهای خوبی رو انجام دادن، ما بردهای شیرینی هم بدست آوردیم	92:00
109	ما پنج بازی اصلا گل نخوردیم... فوتبال همینه، یا ما باید حذف می‌شدیم یا ژاپن؛ که قرعه به نام ایران افتاد	92:15

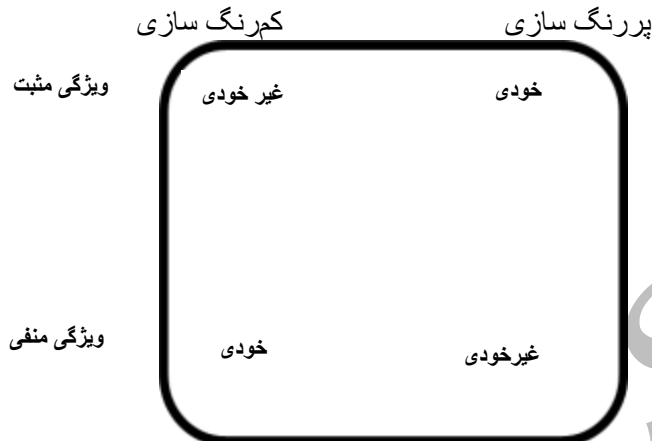
وندایک(2004) تاکید می‌کند که افراد در گفتار و نوشتار خود عمدتاً از یک الگو پیروی کرده و می‌توان از این الگو، در تحلیل همه محورهای ساختارهای گفتار بهره گرفت. این الگوی نظری، شامل دو سطح کلان و خرد می‌باشد. در زیر به شرح هر یک از آنها پرداخته می‌شود:

سطح کلان: مربع وندایک

به باور وندایک سطوح گفتار می‌تواند در بیان و در نشان دادن ایدئولوژی از طریق فرایندهای تاکید کردن یا تاکیدزدایی(مربع ایدئولوژیک) نقش داشته باشد. تحلیل انتقادی بر معانی خرد متن مانند معنی واژگان، ساختار و ماهیت انسجام و روابط بین گزاره‌ها مثل تلویحات، پیش فرض‌ها و عناصر نحوی نیز تاکید می‌کند. معانی خرد متن نوعی اطلاعات هستند که تحت کنترل درونمایه کل، مستقیماً بر بازنمایی‌های ذهنی و در نتیجه بر نگرش‌های دریافت کنندگان متن تاثیرگذارند. در این میان، به طور کلی می‌توان اذعان داشت که بازنمایی مثبت از گروه خودی (ما) و بازنمایی منفی از گروه غیر خودی (آنها) به ویژگی بارز گروه‌ها تبدیل می‌شود و بنابراین افراد هنگام صحبت درباره خود و غیر خودی، نکات مثبت درباره خودشان و نکات منفی درباره دیگران را پررنگ‌تر جلوه داده و نقاط ضعف خود و نقاط قوت دیگران را کتمان می‌کنند. به

طور خلاصه وندایک راهبرد کلی گفتمان را در قالب مربع ایدئولوژیک در چهار اصل بیان می‌کند:

- تأکید و پررنگ کردن اعمال و جنبه‌های مثبت خودی
- تأکید و پررنگ کردن اعمال و جنبه‌های منفی غیرخودی
- عدم تأکید و یا کمرنگ کردن اعمال و جنبه‌های مثبت غیرخودی
- عدم تأکید و یا کمرنگ کردن اعمال و جنبه‌های منفی خودی



شکل 1- مربع ایدئولوژیک وندایک

Figure 1- Van Dijk's ideological square

گروه خودی در پژوهش حاضر شامل تیم ملی ایران، هموطنان ایرانی و فوتبال ایرانی است. گروه غیرخودی نیز شامل تیم رقیب (ژاپن) و مجموعه شرایط از جمله داوری، میزبانی و است.

سطح خرد: راهبردهای زبانی

در سطح خرد، به عنوان سطح ملموس و عینی گفتمان، صورت‌ها و ساختارهای زبانی در بافت موقعیتی مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند. سطح خرد دارای راهبردهای متنوعی است که از منظر زبان‌شناسی مطرح می‌شوند. وندایک تا کنون تعداد زیادی از این راهبردها را شناسایی کرده است که در این پژوهش بر اساس یافته‌ها تعدادی از آنها با بسامد قابل توجه شناسایی شدند. این راهبردها شامل راهبردهای واژه‌گزینی، قربانی شدن، دراماتیزه شدن و همدلی بودند.

راهبرد واژه‌گزینی¹: در این راهبرد، کلمه یا عبارتی با بار معنایی خاص برای بیان احساس استفاده می‌شود، که به واقع نوعی بازی با واژه‌هایی است که بر ذهن مخاطب تأثیرگذارند و بنابراین می‌تواند بر روند معنایی جمله تأثیر بگذارد.

راهبرد قربانی شدن²: راهبرد معنایی است که طی آن گروه خودی به عنوان قربانیان تفکر و یا عملکرد گروه غیرخودی مطرح می‌شوند.

همدلی³: این راهبرد به عنوان یکی از استراتژیهای تأثیرگذار سیاسی محسوب می‌شود و بر وحدت⁴، انسجام و همبستگی⁵ درون‌گروهی و درون‌کشوری تأکید می‌ورزد. در واقع، این راهبرد نشان‌دهنده همدردی درون‌گروهی می‌باشد و هنگامی که یک جامعه در ارتباط با حادثه یا رویدادی با تهدید جوامع بیگانه مواجه می‌شود، گوینده/نویسنده در جهت متحد ساختن مردم آن جامعه، فارغ از هرگونه حزب و یا جهت‌گیری خاص با مخاطبان همدلی می‌کند.

دراماتیزه شدن⁶: طرح یک مسأله به صورت عاطفی با بکارگیری واژگانی که مخاطب را تحت تأثیر احساسی قرار دهد نظیر نگرانی از یک پیشامد (نیازی، فکری و قاسمی اصل، 1397).

¹ lexicalization

² victimization

³ consensus

⁴ unity

⁵ solidarity

⁶ dramatization

سایر راهبردهای خرد شامل پیش‌انگاشت¹ (مطرح کردن پیش فرض‌ها توسط گوینده) ، وجهیت² (دستکاری در وجه فعل) ، مبتداسازی³ (جابه جایی واژه و یا یک عبارت به ابتدای جمله) ، تعمیم⁴ (عمومیت بخشیدن به یک ویژگی ، اعمال یا رویداد) و ... با بسامد محدود استخراج شدند که در بخش توضیح و تفسیر راهبردهای کلان به برخی از آنها اشاره می‌شود.

تحلیل داده‌ها

برای انجام این پژوهش، گزارش زنده تلویزیونی بازی ایران و ژاپن و گفتگوی بین دو نیمه در تاریخ 8 بهمن 1397 از شبکه 3 سیما ضبط گردید. پژوهشگران کلیه پاره گفتارهای معنادار را بر روی کاغذ ثبت کرده چندین بار به دقت مورد بررسی قرار دادند. تمامی پاره گفتارها ثبت و بر اساس مربع ون دایک (2004) تحلیل شد و پس از شناسایی راهبردهای کلان، تعدادی از راهبردهای خرد استخراج شد. همانند سایر پژوهش‌های گفتمانی با رویکرد نظری وندایک (2004) در این پژوهش نیز پیش‌فرض‌های زیر در نظر گرفته شد (الف) متن را بایستی به‌عنوان "کل معنادار" نگریم. (ب) متن‌ها بار ایدئولوژیک دارند. (ج) معنا همانقدر که از متن ناشی می‌شود، از بافت یا زمینه اجتماعی و فرهنگی نیز تأثیر می‌پذیرد. (د) هر متنی در زمینه و موقعیت خاصی تولید می‌شود و به یک منبع قدرت یا اقتدار (نه لزوماً سیاسی) مرتبط است.

اعتبار تحلیل گفتمان در یک پژوهش، مبتنی بر ملاک‌هایی از قبیل وضوح روش مورد استفاده، ارائه شواهد و مدارک کافی و تسلط محقق نسبت به روش تحلیل می‌باشند (عابدینی، 1385). برای اعتبار دادن به تحلیل گفتمان و یافته‌های آن باید نظریه‌ای در دست داشت که ماهیت تأثیر زبان را بر ذهن توضیح دهد؛ گی (1999) نیز تأکید می‌کند که یک پژوهش گفتمانی هر چه تحلیل بر جزئیات زبانشناختی بیشتری متکی باشد، برتر است. در این پژوهش از چارچوب نظری وندایک (2004) به‌عنوان یک نظریه روش‌مند و رایج استفاده شد. تمامی مراحل تحلیل (ثبت متن، استخراج پاره گفتارها، تشخیص ایدئولوژی گزارشگر، استخراج راهبرد کلان بر اساس بسامد مورد استفاده و تشخیص راهبردهای خرد) مستندسازی و گزارش شدند. در جهت افزایش اعتمادپذیری، درستی تحلیل‌ها (تشخیص راهبردهای کلان و خرد) از شاخص هولستی⁵ برای محاسبه پایایی تحلیل بین پژوهشگران استفاده شد. این شاخص از طریق رابطه زیر محاسبه شد:

$$\text{تعداد کل کدگذاری اولیه} + \text{تعداد کل کدگذاری دوم} / \text{تعداد توافقات} * 2 = \text{درصد پایایی}$$
$$90\% = 2 (80) / (90+87)$$

همانطور که ملاحظه می‌گردد درصد پایایی دارای میزان مورد قبول (بالای 90 درصد) در تحقیقات کیفی است. کدگذاری اولیه توسط پژوهشگران و کدگذاری دوم توسط متخصص زبانشناسی انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل متن گزارش بر اساس سطوح کلان مربع وندایک نشان داد که پررنگ کردن ویژگی‌های مثبت خودی دارای بیشترین بسامد می‌باشد. همچنین کمرنگ سازی ویژگی منفی خودی دارای بسامد قابل توجهی می‌باشد. شکل 2 نشان دهنده بسامد هر یک از 4 ضلع مربع وندایک است.

کمرنگ سازی

پررنگ سازی

¹ presupposition

² modality

³ topicalization

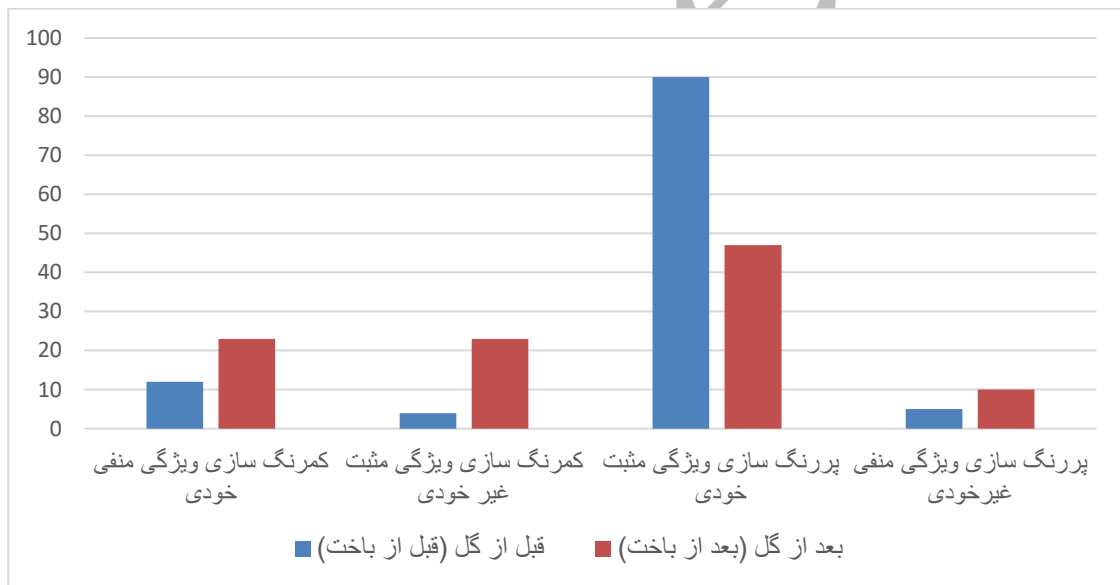
⁴ generalization

⁵ Holsti Index

ویژگی مثبت	غیر خودی	خودی
	بسامد: 35	بسامد: 13 7
ویژگی منفی	خودی	غیر خودی
	بسامد: 27	بسامد: 15

شکل 2- بسامد هر یک از اضلاع مربع ایدنولوژیک وندایک در گزارش بازی

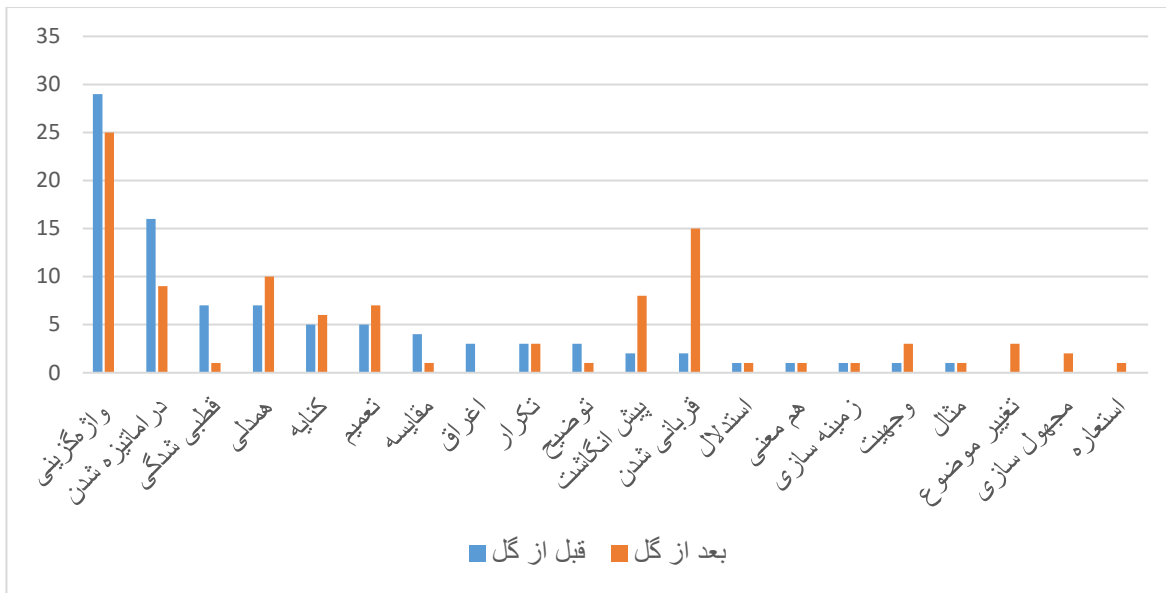
همانطور که ملاحظه می‌شود، کمرنگ سازی ویژگی‌های مثبت غیرخودی دارای بالاترین بسامد است و پس از آن کمرنگ سازی ویژگی‌های منفی خودی بسامد بالایی دارد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که گزارشگر چه در شرایط ابتدای بازی و چه در شرایط باخت، همواره بر ویژگی‌های تیم خودی تمرکز دارد. در شکل 3 فراوانی راهبردهای کلان قبل و بعد از گل بر اساس بسامد ارائه شده است.



شکل 3- نمودار فراوانی راهبردهای کلان استفاده شده به تفکیک قبل از گل و بعد از گل

همانطور که ملاحظه می‌شود پس از دریافت گل و تغییر در نتیجه بازی بسامد راهبرد های سطح کلان تغییر می‌کند. راهبرد سطح کلان "کمرنگ سازی ویژگی منفی خودی" به طور قابل توجهی پس از تغییر نتیجه بازی افزایش یافته است و گزارشگر از کمرنگ‌سازی ویژگی مثبت غیر خودی استفاده کرده است در بحث به جزئیات این تغییرات پرداخته می‌شود.

همانطور که در شکل 4 ملاحظه می‌شود، راهبردهای سطح خرد واژه گزینی، دراماتیزه شدن، قربانی شدن و همدلی به ترتیب بیشترین بسامد را داشته‌اند. به ویژه راهبرد سطح خرد "قربانی شدن" پس از دریافت گل‌های بازی بیشترین افزایش را داشته است.



شکل 4- نمودار فراوانی راهبردهای خرد مورد استفاده در گزارش بازی به تفکیک قبل از گل و بعد از گل
 Figure 4 - Frequency chart of micro strategies used in the game report separately before and after loss

LB Pre

در این بخش سعی شده است با در نظر رفتن گزارش کلی مسابقه به تغییر در استفاده از راهبردهای کلان و خرد بعد از دریافت گل (گل‌های بازی) نیز پرداخته شود. برای سهولت در تفسیر نتایج پژوهش، نتایج به تفکیک راهبردهای سطح کلان بررسی شده‌اند:

پررنگ کردن ویژگی مثبت خودی. همانطور که ملاحظه می‌شود، تاکید و پررنگ سازی ویژگی های مثبت خودی دارای بیشترین بسامد است و در تمام طول بازی گزارش‌گر از این راهبرد استفاده می‌کند. در زمان بازی گزارش‌گر همواره رسالت خود را در جهت حفظ روحیه میلیون‌ها بیننده حفظ می‌کند و همواره بر نقاط مثبت تیم تاکید می‌نماید. حتی پس از دریافت گل دوم و سوم گزارش‌گر به نقاط مثبت تیم در بازی‌ها با ویتنام، یمن، چین و عمان اشاره می‌کند و تاکید بر حضور ایران در بین 4 تیم برتر آسیا را دارد. و مرتباً به "همبستگی بین تماشاگران" و "فریاد ایران ایران" اشاره کرده و از راهبرد سطح خرد "همدلی" بهره می‌برد. این یافته با یافته‌های کلیمان (2002) و جرجلو (2009) همسو است. در این راستا رحیمی، صالح و سعادت (2008) نیز معتقدند نویسندگان ورزشی "ما" و "دیگران" را به نحو دلخواه ارائه می‌دهند و در نتیجه بر ایدئولوژی و درک خواننده تأثیر می‌گذارند. همچنین بهنام و جهانیان (2015) چهار گزارش کتبی (دو مورد از بازی‌های باخته و دو مورد در بازی‌های برنده) بعد از مسابقه (برگرفته از وب سایت باشگاه منچستر یونایتد) را با رویکرد تحلیل گفتمان مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند و نشان دادند که خبرنگاران، آگاهانه یا ناخودآگاه، نقاط قوت و مزایای تیم خود را در هنگام پیروزی تیم برجسته می‌کنند. از طرف دیگر، آنها سعی می‌کنند با پیش زمینه سازی نقاط ضعف یا عملکرد بد، ضعف‌های خود را کوچک نشان دهند علاوه بر این، در هر دو مورد (برنده شدن یا باختن یک بازی)، تمرکز تقریباً منحصرأ روی تیم خودشان است.

بر اساس یافته‌ها، در نیمه اول بازی و قبل از گل، استفاده از راهبرد پررنگ سازی ویژگی مثبت غیر خودی (تیم ژاپن) عمدتاً در راستای پررنگ کردن ویژگی مثبت خودی است. بدین معنی که گزارش‌گر تلاش می‌کند رقیب ایران را رقیب با کفایت و قابل قبولی توصیف کند تا برد در مقابل این رقیب برد با کیفیتی باشد. بنابراین احتمالاً "ویژگی مثبت حریف را پررنگ کردن" که خارج از چارچوب وندایک است، به معنی تاکید بر قابلیت‌ها و کفایت تیم خودی می‌باشد.

قبل از گل:

"قهرمانی حق ماست"

"بهترین تیم آسیاست"

"راهبرد خرد: مقایسه، استدلال"

"بعد از 43 سال ما را به فینال جام ملت‌ها برساند"

"راهبرد خرد: قربانی شدن"

"امیدوارم آخرش شاد باشه برای مردم کشورمان"

"راهبرد خرد: دراماتیزه شدن"

"انشاء الله قهرمان آسیا شویم"

"راهبرد خرد: واژه‌گزینی"

بعد از گل:

"انشاءالله تو این دقایق کاری بکنیم تا این خاطره پاک بشه" "راهبردهای خرد: دراماتیزه شدن،

همدلی، قربانی شدن"

"تک به تک بازیکنان مون توی این تورنمنت خوب بودن" "راهبرد خرد: واژه‌گزینی"

"تا اینجا عالی بازی کرده بودیم، ویتنام و یمن رو بردیم چین و عمان رو شکست دادیم و دربین 4 تا

تیم آسیا قرار گرفتیم" "راهبردهای خرد: مثال و تعمیم"

"فشنگ کیف کردیم ما از تیم ملی که داشتیم"

"راهبردهای خرد: مبتدا سازی، واژه‌گزینی و تغییر موضوع"

پررنگ سازی ویژگی‌های منفی غیر خودی. این ضلع از مربع ایدئولوژیک وندایک اگر چه دارای بسامد قابل توجهی نمی‌باشد اما نکته حائز اهمیت این است که بعد از دریافت گل (گل‌ها) استفاده از این راهبرد به طور قابل توجهی افزایش یافته است. همانطور که در عبارات فوق ملاحظه می‌گردد، تاکید و پررنگ سازی ویژگی‌های منفی غیر خودی در جهت تاکید بر برتری‌ها و مزیت‌های تیم خودی به مخاطبان القا می‌شود

قبل از گل:

"ژاپنی‌ها نتوانستن در این مسابقات بین گلزنان مطرح چهره شاخصی داشته باشند"

"راهبرد خرد: واژه‌گزینی"

بعد از گل:

"می‌شه به این تیم گل زد"

"راهبردهای خرد: پیش‌انگاشت و وجهیت"

"ناگاتومو باید زوتر کارت می‌گرفت"

"راهبردهای خرد: وجهیت، مجهول سازی"

کم رنگ سازی ویژگی‌های منفی خودی. این راهبرد پس از دریافت گل و اشتباه مدافعان تیم ایران به طور قابل توجهی افزایش یافته است به نظر می‌رسد گزارشگر سعی دارد که در مقابل مخاطبان میلیونی به روحیه و انگیزه مخاطبان کمک کند و تلاش می‌کند وقایع زمین مسابقه را با استفاده از راهبرد کم‌رنگ سازی ویژگی‌های منفی خودی نمایان کند.

قبل از گل

"کارلوس کی‌روش حسرت بیش از 40 سال را به پایان برساندو ایران را فینالیست بکنه"

"راهبردهای خرد: واژه‌گزینی، همدلی و قربانی شدن"

بعد از گل

"یک گل مفت خوردیم" (ما به راحتی گل نمی‌خوریم اما اینجا گل خوردیم)

"راهبرد خرد: قربانی شدن"

"ژاپن واقعا تیم حرفه‌ای هست"

"راهبرد خرد: واژه‌گزینی"

"گنجعلی و کنعانیان ول کردن به لحظه، ان شاءاله می‌زنیم گل رو و برمی‌گردیم"

"راهبردهای خرد: قربان شدن، واژه‌گزینی و دراماتیزه شدن"

"ماتوی همه بازی‌ها هوشمندانه بازی کردیم الا توی این مسابقه که متاسفانه به جای کارمون گره خورد"

"راهبردهای خرد: تعمیم، واژه‌گزینی، کنایه، همدلی"

"میتونستن بچه‌ها کمی توی دفاع هوشیارتر باشن" "راهبرد خرد: پیش‌انگاشت"

"هر چی داور استرالیایی هست ما باهاش خاطره بد داریم" "راهبردهای خرد: پیش‌انگاشت،

قربانی شدن و تعمیم"

"درگیری بین بازیکنان، بچه‌های ما به هر حال عصبی هستند و طبیعیه واقعا"

"راهبردهای خرد: واژه‌گزینی، همدلی و توضیح"

نکته قابل توجه این‌که پررنگ کردن ویژگی مثبت غیر خودی که ناهمسو با مربع وندایک است نیز استفاده شده است مانند "تیم ژاپن 4 بار قهرمان آسیا شدن"، "اصلا تیم کوچکی نیست تیم ملی ژاپن"، "تیم منظمی بوده ژاپن، نظم و انضباط خاصی داره" و بعد از باخت: "کلا بازی‌شون و بازیگرشون از ما بهتر بود" چنین استنباط می‌شود که استفاده از این راهبرد در جهت کم‌رنگ سازی ویژگی منفی خودی است. همچنین پس از گل سوم و قبول باخت (احساسات گزارشگر و باخت سنگین و غیرمنتظره بازی) استفاده از راهبرد پررنگ کردن ویژگی منفی خودی که ناهمسو با مربع وندایک است نیز دیده می‌شود:

"نخوردیم، نخوردیم؛ توی یک بازی 3 تا خوردیم و تمومه واقعا کارمون" راهبرد سطح کلان: پیرنگ کردن ویژگی منفی خودی و یا: "ما به ژاپنی که انصافا بد کار کرده بود در این تورنمنت و تیم زهر دار و جون داری نشون نداده بود و شاید واقعا چیزی رو نکرده بود، باختیم" راهبرد سطح کلان: پیرنگ کردن ویژگی منفی غیر خودی و پیرنگ کردن ویژگی منفی خودی.

کم رنگ سازی ویژگیهای مثبت غیر خودی. این راهبرد دارای بسامد ناچیزی است، همسو با یافته‌های بهنام و جهانبان(2015)، گزارشگر بر روی تیم خودی تمرکز داشته است و بیشترین عبارات در خدمت برجسته ساختن مزایای تیم خودی و تماشاگران یکپارچه آن و یا کوچک نشان دادن نقاط ضعف تیم خودی بوده است. در این راستا می‌توان به پژوهش کشمن و ریموند¹(2014) اشاره کرد، آنها در تجزیه و تحلیل پخش تلویزیونی فوتبال زنان اسپانیایی نشان دادند که در مجموع مشارکت زنان با "عینی سازی گاه پنهان و گاهی آشکار" و "بی اهمیت جلوه دادن" تضعیف شده است (چرا که فوتبال زنان فوتبال غیر خودی تلقی می‌شود).

بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل گفتمان انتقادی، رویکردی جدید از تحلیل گفتمان است که در کشف جهان‌بینی گفته پرداز²، اهمیت بالایی دارد. نتون ون دایک از نظریه پردازان برجسته حوزه تحلیل گفتمان انتقادی، با تأکید بر این نکته که جهان‌بینی گفته‌پرداز (ایدئولوژی) قابلیت بازنمایی در زبان را دارد، نظریه مربع ایدئولوژیک را بیان می‌کند. اصطلاح مربع ایدئولوژیک از چهار ضلع تأکید بر ویژگی مثبت خود یا خودی‌ها، تأکید بر ویژگی منفی دیگران، کم رنگ جلوه دادن ویژگی‌های منفی خود یا خودی‌ها و کم رنگ جلوه دادن ویژگی مثبت دیگران تشکیل شده است. مربع ایدئولوژیک ویژگی‌های متضاد گفتمان‌ها را نمایان و وجود قطب‌بندی در جوامع را نیز توجیه می‌کند (پاشازانوس و رحیمی، 1398). این مقاله به بررسی تحلیل گزارش تلویزیونی بازی ایران و ژاپن در رقابت های جام ملت‌های آسیا 2019 با رویکرد نظری وندایک (2004) پرداخته است و راهبردهای سطح کلان و خرد را در گزارش بازی بررسی نموده است. جریان بازی ایران و ژاپن دارای نوسانات هیجانی بسیار می‌باشد، شروع با امید و انگیزه و دریافت گل‌های متوالی و از دست دادن امید و پذیرش باخت در لحظات پایانی بر سازوکارهای زبانی در گزارش بازی‌ها تأثیرگذار است. این پژوهش با این فرض که تفسیر گزارشگر تلویزیونی در احساسات و نحوه قضاوت تماشاگران تلویزیونی درباره تیم خودی و غیر خودی تأثیرگذار است؛ از تحلیل انتقادی گفتمان گزارش تلویزیونی این بازی بهره می‌گیرد و به بررسی هر یک از ضلع های مربع ایدئولوژیک به عنوان راهبردهای کلان و سپس شناسایی راهبردهای خرد در محتوای گزارش بازی می‌پردازد.

تفسیر چهار ضلع مربع ایدئولوژیک وندایک نشان می‌دهد که پس از دریافت گل و تغییر در نتیجه بازی، بسامد راهبرد های سطح کلان تغییر می‌کند. راهبرد "کم رنگ سازی ویژگی منفی خودی" به طور قابل توجهی پس از نزدیک شدن تیم ملی به باخت، افزایش یافته است؛ همچنین "کم رنگ سازی ویژگی های مثبت غیر خودی" دارای بالاترین بسامد در متن گزارش است. این نتیجه را می‌توان این گونه تفسیر کرد که گزینش جملات و راهبردهای زبانی بایستی از اهداف رسانه پیروی کند و پاسخگوی احساسات عمومی میلیون‌ها بیننده‌ای باشد که در انتظار یک برد شیرین به تماشای این مسابقه پرداخته‌اند. همانطور که آرمنتروس، بنیتز و بتانکور³ (2019) پخش و بازپخش تلویزیونی را منبع فنی و بخشی از روایت فوتبال

¹ Cashman & Raymond

² در این مطالعه منظور از گفته پرداز، سازمان رسانه است و گزارشگر به عنوان نماینده ی بیان کننده ارزش ها و ایدئولوژی این سازمان در نظر گرفته می‌شود.

³ Armenteros, Benitez & Betancor

می‌دانند و از آن به «پس داوری تلویزیونی»¹ تعبیر می‌کنند تا توجه نمایند چگونه ورزشی مانند فوتبال می‌تواند اینچنین احساسات و عواطف را برانگیزد.

وندایک بر این باور است که با ارائه اطلاعات ناقص به مخاطب و یا اهمیت زدایی از یک موضوع یا برجسته کردن مطلبي خاص گوینده می‌تواند نگاه متعصبانه و جانب‌دارانه خود را در قالب گفت‌وگو منعکس کرده و اذهان مخاطبان را مدیریت کند. شروع گزارش این مسابقه بارها و بارها عبارت "ایرانیان، ایران، قهرمانی، بهترین و پیروزی" استفاده شده است. پس از دریافت گل‌های مسابقه این عبارات کاسته می‌شوند و به تاکید گزارشگر بر پیروزی‌ها و موفقیت‌های پیشین در این جام است و از عبارات "در بین چهارتای آسیا" و نقاط مثبت تماشاگران تاکید می‌کند و سعی در اقناع و راضی کردن مخاطب برای یک نتیجه غیرمنتظره دارد. هر چند که در مواقعی احساسات غلبه می‌کند. نکته قابل توجه اینکه در دقایق پایانی دلیل شکست را در اشتباه اول مدافعان تیم ایران بیان می‌کند در تفسیر پس از اتمام مسابقه نیز اقناع مخاطب و توضیح درباره شکست تیم ایران بر اساس گل اول دریافت شده بیان می‌گردد "حذفی شانس بعدی به شما نمی‌دهد"، "وقتی به حذفی می‌رسد هیچ وقت بهترین تیم قهرمان نمیشن، نگیم هیچ وقت، اغلب تیم‌ها قهرمان نمی‌شن"، "یک اشتباه جام رو از ما می‌گیره". این مطالعه چنین استنباط می‌نماید که گزارش‌های تلویزیونی ورزشی، بر اساس ماهیت و آنی بودن لحظات و اتفاقات مسابقات پخش زنده، تفسیرهای ثابت و دقیقی نیستند، برد و باخت و اتفاقات هیجانی در حین بازی مانند ناکامی و یا شادی و هیجان می‌تواند تفسیر و تعبیر از بازی را تحت تاثیر قرار دهد و تعابیر و استنباط گزارشگر و مفسران ورزشی به شدت بر تفسیر و استنباط و احساسات قضاوت تماشاگران تلویزیونی تاثیر می‌گذارد. همانطور که مرلو و همکاران² (2019) اعتقاد دارند شناخت زبان به مفهوم گفت‌وگویی، ابزار مناسبی برای تحلیل واقع‌گرایانه از نحوه گزارش بازی در اختیار مخاطب قرار می‌دهد، آنها گزارشات نشان‌دهنده تعصب مفسران در پخش‌های ورزشی را اثبات می‌کنند، نتیجه مطالعه آنها که با بررسی 1455 متن پخش شده از بازی‌های فوتبال آمریکایی در طول شش دهه است که به با ابر داده‌های نژادی مرتبط است.

در گزارش این رویداد نیز، اقتضای محیط رسانه‌ای، شرایط اجتماعی و استراتژی سازمان تلویزیون بر اساس مخاطبان میلیونی، گزارشگر را ملزم به حفظ انگیزه، غلبه بر ناامیدی و احساس شکست و پررنگ کردن برد ایران کرده است و البته پس از دریافت گل‌های پی‌در پی و احساس شکست در بازی، مجدداً بر اساس شرایط عمومی سعی در تعدیل شرایط شکست برای مخاطبان را دارد. در این راستا رحیمی، صالح سعادت (2008) تاکید می‌کنند در بررسی گفت‌وگوهای مربوط به شهر آورد، تیم‌های رقیب به عنوان ضعیف نمایش داده می‌شود، در حالی که "ما" فعال و دقیق است. آنها تاکید می‌کنند که دو طرف مسابقه، از ویژگی‌های زبان رسمی استفاده می‌کنند تا مقادیر ایدئولوژیک خود را کدگذاری کنند. به همین ترتیب، حوادث را همانطور که خودشان آنها را درک می‌کنند و می‌خواهند خواننده آنها را به روش مشابه ببینند، نشان می‌دهند. همچنین بورگس، راسدو و الیویرا³ (2022) نتیجه‌گیری کرده‌اند که رسانه‌ها از مریبان بومی خود (در گزارش‌های ورزشی) دفاع کرده یا به آنها برتری می‌دهند. استفاده از استعاره‌ها (طوسی نصرآباد و روشن، 1395)، نیز به همین منظور است و می‌تواند توسط گزارشگر به کار رود تا حساسیت یک بازی را بالا ببرد و یا بالعکس از آن بکاهد. معمولاً تصور خوانندگان از وقایع معمولاً بر مبنای آنچه که نویسنده (یا گوینده) انجام داده است شکل گرفته است نه بر مبنای آن چیزی که واقعاً. وندایک (2003) به "باقت" به عنوان عنصر جدایی‌ناپذیر تحلیل گفت‌وگو اشاره می‌کند و تاکید می‌کند که فضا، مشارکین و نقش‌های ارتباطی و اجتماعی آن‌ها، اهداف، دانش اجتماعی مربوطه، هنجارها و ارزش‌ها و ساختارهای نهادین یا سازمانی باید در تحلیل به دقت مورد مطالعه قرار بگیرند (ایزدی و همکاران، 1387). بنابراین شرایط محیطی از جمله شرایط فرهنگی و اجتماعی در تحلیل گفت‌وگویی گزارش یک رویداد و انتقادات پس از بازی، می‌بایست

¹ TV post-refereeing

² Merullo et al

³ Borges, Rosado & Oliveira

در نظر گرفته شود. در نتیجه در این دیدار به اقتضای شرایط و همسو با دیگر گزارش‌های فوتبال، گزارشگر در هنگام برد به "تیم خودی" اشاره می‌کند، اما در هنگام باخت دیگر شرایط برای توجیه باخت پررنگ و محکوم می‌شود؛ چنین گفتگویی توجه را از آنچه که واقعا اتفاق افتاده است به آنچه گزارشگر بخواهد مطرح کند، جابجا می‌کند. نکته دیگر اینکه بر اساس ویژگی متمایز زبان رسانه‌ای، ممکن است اشتباهاتی توسط مفسران رخ دهد، تابورک (2012) اشاره می‌کند که مفسران ورزشی معمولاً افراد فرهیخته‌ای هستند، اما در طول پوشش زنده باید تحت فشار زمان کار کنند و گاهی اوقات (به خصوص اگر مسابقه تیم ملی را پوشش دهند) از نظر عاطفی درگیر بازی هستند. چوانس¹ (2018) پخش زنده را یک قالب متن ترکیبی و چندحالتی می‌داند که هدف آن اطلاع‌رسانی و همچنین سرگرمی مخاطبان است: با استفاده از شوخ‌طبعی، هجو و گفتگوی واقعی یا صحنه‌ای سعی در ایجاد حس جامعه در بین خوانندگان خود و یا طرفداران ورزش دارد.

این پژوهش بر اساس رویکرد نظری ون‌دایک (2004) انجام شد تا جریان گفتگو در سطوح خرد به کلان را در یک گزارش ورزشی بررسی کند و توانایی رسانه (به عنوان یک سازمان متولی ورزش)، برای کنترل مستقیم گفتگو اثبات نماید. در این بازی به ویژه پس از دریافت گل‌های متوالی شاهد افزایش بسامد "پررنگ سازی ویژگی‌های منفی غیر خودی" و "کم رنگ سازی ویژگی‌های منفی خودی" بودیم. بیانات گزارشگر، معرف چگونگی رهبری ورزش توسط رسانه است. استفاده از جملات ناهمسو با مربع ایدئولوژیک از قبیل "برو دنبال توپ!"، "همه وایستادن اعتراض با داور؛ خطا نگرفته" و... نیز، به این مساله اشاره دارد که اگر چه گزارش با کیفیت قابل قبول انجام شده است و گزارشگر تا حدودی تلاش در جهت تعدیل شرایط شکست را دارد، اما با در نظر گرفتن ماهیت رویداد ورزشی، احتمال درگیری احساسات حتی برای گزارشگر محتمل است. تحلیل گزارش این بازی نشان می‌دهد که باور و ایدئولوژی گزارشگر و سازمان رسانه (تلویزیون)، نقش بسزایی در به کار بستن راهبردهای کلان و خرد زبانی دارد. در گزارش این بازی‌ها، گزارشگر به طور قابل توجهی توانسته است نحوه به کار بستن این راهبردها را با تغییر نتیجه بازی، بر طبق مصلحت و در جهت اهداف رسانه و هدایت احساسات عمومی تغییر دهد. این پژوهش می‌تواند گامی در راستای ترغیب پژوهشگران حوزه ورزش در ارتقای دانش زبان‌شناسی و شناخت روش‌شناسی‌های مرتبط با گفتگو (سویسن، هوبر و هفرنن، 2021) باشد، تا بتوانند نقش باور و ایدئولوژی سازندگان و گزارشگران سایر برنامه‌های ورزشی در سایر رسانه‌ها را با نگاه منتقدانه و سازنده از طریق راهبردهای به کار بسته شده زبانی تشخیص دهند و به تحلیل چگونگی به کارگیری این راهبردها و دلایل آن (سویسن، هوبر و هفرنن، 2021) در سایر متون ورزشی بپردازند.

تقدیر و تشکر

بدین وسیله از راهنمایی و نظارت ارزنده همکاران محترم گروه زبان‌شناسی دانشگاه دامغان در مسیر پژوهش تقدیر و تشکر می‌کنیم.

References

¹ Chovanec

[Abedini, Y. \(1995\). A review of philosophical foundations, features, methods of qualitative research. Journal of Psychology and Educational Sciences, 35 \(2\), 159-185.](#)

[Amara, M., & Henry, I. P. \(2010\). Sport, Muslim identities and cultures in the UK, an emerging policy issue: Case studies of Leicester and Birmingham. European Sport Management Quarterly, 10\(4\), 419-443.](#)

[Arab Narmi, B., Goodarzi, M., Sajjadi, S. N., & Khabiri, M. \(2018\). Analysis of Current State of Professional Sport in National TV. Sport Management Studies, 10\(47\), 17-38. \(Persian\). Doi: 10.22089/smrj.2018.1248.1297](#)

[Armenteros, M., Benitez, A.J., & Betancor, M. \(Eds.\). \(2019\). The Use of Video Technologies in Refereeing Football and Other Sports \(1st ed.\). Routledge](#)

[Bavandpour, Z., Bamshadi, P. \(2020\). The football field conquered by metaphors: Metaphorical source domains in football media discourse. Journal of Sociolinguistics, 3\(4\), -. doi: 10.30473/jl.2020.50415.1337](#)

[Thomas, S. \(1993\). Allan Bell, The language of news media. Oxford: Blackwell, 1991. pp. xv 277. \\$52.95 \(pap. \\$18.95\). - Roger Fowler, Language in the news: Discourse and ideology in the press. London: Routledge, 1991. Pp. xi 254. \\$59.95 \(pap. \\$16.95\). Language in Society, 22\(1\), 115-121. doi:10.1017/S004740450001695X](#)

[Behnam, B. Jahanban Isfahlan, H. \(2015\). A Comparative Study of After-match Reports On 'Lost' And 'Won' Football Games Within the Framework of Critical Discourse Analysis, International Journal of Applied Linguistics & English Literature, 4\(1\). 115-124](#)

[Bergh, G. & Ohlander, S. \(2012\), Free kicks, dribblers and WAGs. Exploring the language of "the people's game", Moderna språk, 11-46.](#)

[Blain, N. Boyle, R. \(1998\). Sport as real life: media sport and culture. In Adam Briggs and Paul Cobley \(eds.\), The media: An introduction, Harlow: Longman, pp. 365-376.](#)

[Blasing, J. \(2019\). Hegemonic Discourses Clash in the Stadium: Sport, Nationalism, and Globalization in Turkey. International Journal of Middle East Studies, 51\(3\), 475-478. doi:10.1017/S0020743819000424](#)

[Bouvier, G., & Machin, D. \(2018\). Critical discourse analysis and the challenges and opportunities of social media. Review of Communication, 18\(3\), 178-192. doi:10.1080/15358593.2018.1479881](#)

[Cashman, H & Raymond, C. \(2014\). Making gender relevant in Spanish-language sports broadcast discourse. Gender and Language. 8\(3\). 321-333.](#)

[Chen, C., & Mason, D. S. \(2018\). A postcolonial reading of representations of nonwestern leadership in sport management studies. Journal of Sport Management, 32\(2\), 150-169. doi:10.1123/jsm.2017-0160](#)

[Chovanec, J. \(2018\). The Discourse of Online Sports casting Constructing meaning and interaction in live text commentary, John Benjamins.](#)

[Clayman, S. E. \(2002\). Disagreements and third parties: dilemmas of neutralism in panel news interviews. Journal of Pragmatics, 34, 1385-1401.](#)

[Gee, J. P. \(1999\). An Introduction to discourse analysis: Theory and method, Routledge](#)

[Georgalou, M. \(2009\). Scoring a hat trick: Nation, football, and critical discourse analysis, MA dissertation supervised by Dr Veronika Koller \(Department of Linguistics and English Language, Lancaster University, UK](#)

[Ghadessy, M. \(1988\). Registers of Written English. Situational Factors and Linguistic Features. London: Pinter Publishers.](#)

[Hu, X., & Henry, I. \(2017\). Reform and maintenance of Juguo Tizhi: Governmental management discourse of Chinese elite sport. European Sport Management Quarterly, 17\(4\), 531-553. doi:10.1080/16184742.2017.1304433](#)

[Lewandowski, M. \(2013\). The language of football: an English-Polish contrastive study. Poznań : Wydawnictwo Naukowe UAM.](#)

[Mário Borges, António Rosado & Rita de Oliveira \(2022\) Foreign coaches viewed through media discourse, Sports Coaching Review, DOI: 10.1080/21640629.2022.2077519](#)

[Merullo, J., Yeh, L., Handler, A., Grissom II, A., O'Connor, B.T., & Iyyer, M. \(2019\). Investigating Sports Commentator Bias within a Large Corpus of American Football Broadcasts. EMNLP.](#)

[Meân, L. J., & Halone, K. K. \(2010\). Sport, language, and culture: Issues and intersections. Journal of Language and Social Psychology, 29\(3\), 253-260. doi:10.1177/0261927X10368830](#)

[Mehdizadeh, S., Taghiabadi, M. \(2020\). A Critical Discourse Analysis of the TV Program 90 on Football Violence. Communication Research, 26\(100\), 139-171.](#)

[Niazi , Sh., Fekri , M., Ghasemiasl , Z.\(2019\).A Study of Iran's Ideological Representation in Al-Sharq Al-Awsat Newspaper Based on Van Dijk Model. The Quarterly Journal of Lesân-E Mobeen. 10\(34\). 113-135](#)

[Olagunju, S.\(2019\). A DISCOURSE ANALYSIS OF SELECTED FOOTBALL TEXTS, International Journal of English Language and Linguistics Research. 7\(3\), 1-15](#)

[Pashazanoos, A. Rahimi, M. \(2020\) .The analysis of the discourse of prophet Moses and Pharaoh in the vein of ideological squad of Van Dijk, Linguistic Researches In The Holy Quran, 8\(2\), 21-36](#)

[Rahimi, M., Saleh, E., Saadat, M. \(2008\). A discursive representation of the winner and loser: the case of sports reports Iranian Journal of Applied Linguistics, 11\(1\).115-140](#)

[Taborek, J. \(2012\). The language of sport: Some remarks on the language of football, in: Informed teaching. Premises of modern foreign language pedagogy, Lankiewicz, H. & Wasikiewicz-Firlej, E. \(eds.\), Piła.](#)

[Taghiabadi, M, Taghiabadi, H. \(2021\). Formation of the corruption discursive order in Iranian football: CDA of 90 TV Program, Journal of New Studies in Sport Management, 3\(1\), 354-369](#)

[Snowdon, C. J., & Eklund Karlsson, L. \(2021\). A Critical Discourse Analysis of Representations of Travellers in Public Policies in Ireland. Societies, 11\(1\), 14.](#)

[Sveinson, L. K. \(2019\). Exploring Cultural Boundaries of Sport Fandom Through Critical Discourse Analysis. PhD thesis, University of Regina.](#)

[Sveinson,K. Hoerber,L. Heffernan,C.\(2021\). Critical Discourse Analysis as Theory, Methodology, and Analyses in Sport Management Studies Journal of Sport Management,35\(5\).465-475.](#)

[Tusi nasrabadi; Rovshan,B \(2017\). Metaphor in the Headlines of Sport Newspapers in Iran: case study of](#)

[Football metaphor, Journal of Researches in Linguistic, 15, 37-48. \(Persian\)](#)

[Van Dijk, T.A. \(2003\). From Text Grammar to Critical Discourse Analysis \(P. Ezadi ;Sh, Bahrapour; M. Gholamrezakashi; A, Khormayi; T, Mirfakhraie,Trans.\). Tehran, Bureau of media studies and planning](#)

[Van Dijk, T. A. \(2004\). Ideology and Discourse: A multidisciplinary introduction. Barcelona: Pompeu Fabra University. _](#)

[van Dijk, T. A. \(2008\). Discourse and power. New York: Palgrave MacMillan.](#)

[Wagner, U., & Møller Pedersen, K. \(2014\). The IOC and the doping issue: An institutional discursive approach to organizational identity construction. Sport](#)

[Zacks, J. M., Speer, N. K., Swallow, K. M., Braver, T. S., & Reynolds, J. R. \(2007\). Event perception: A mind-brain perspective. Psychological Bulletin, 133\(2\), 273–293](#)

IB Press