

## Television Broadcast Analysis of Iran-Japan Match in Asian Nations Cup 2019- Van Dijk Theoretical Framework

Bitan Arabnarmi<sup>✉</sup><sup>1</sup>, Amin Rashid Lamir<sup>2</sup><sup>1</sup>, Mahdi Bashiri<sup>3</sup><sup>1</sup>

1. Corresponding Author, Department of Sport Sciences, Faculty of Humanities, University of Neyshabur, Neyshabur, Iran.  
E-mail: [b.arabnarmi@neyshabur.ac.ir](mailto:b.arabnarmi@neyshabur.ac.ir)
2. Department of Sport Sciences, Faculty of Humanities, University of Neyshabur, Neyshabur, Iran.  
E-mail: [a.rashidlamir@neyshabur.ac.ir](mailto:a.rashidlamir@neyshabur.ac.ir)
3. Department of Sport Sciences, Faculty of Education Sciences and Psychology, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran.  
E-mail: [mahdibas@gmail.com](mailto:mahdibas@gmail.com)

Article Info	ABSTRACT
<b>Article type:</b> Research Article	<b>Introduction:</b> 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?
<b>Article history:</b> Received: 14 October 2022 Received in revised form: 26 November 2022 Accepted: 3 December 2022 Published online: 21 June 2024	<b>Methods:</b> 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 <b>Results:</b> Analysis according to macro level of Van Dijk square represented that Emphasizing on the positive point about "self". (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 .
<b>Keywords:</b> <i>Critical Discourse Analysis,</i> <i>Football,</i> <i>TV Report</i> <i>Van Dijk Ideological Square.</i>	<b>Conclusion:</b> 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.

**Cite this article:** Arabnarmi, B., Rashid Lamir, A., & Bashiri, M. (2024). Television broadcast analysis of Iran-Japan match in Asian Nations Cup 2019, Van Dijk theoretical framework. *Sport Management Journal*, 16(2); 119-138.  
DOI:<http://doi.org/10.22059/JSM.2022.349563.3038>.



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)  
| web site: <https://jrm.ut.ac.ir/> | Email: [jrm@ut.ac.ir](mailto:jrm@ut.ac.ir).

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

## Extended Abstract

### Introduction

Various studies show the value of critical discourse analysis in providing new and alternative insights in the field of sports management (Sveinson, Hoerber & Heffernan, 2021). Many studies of critical discourse analysis in connection with the media have been carried out in the field of sports (Amara & Henry, 2010., Bouvier & Machin, 2018., Hu & Henry, 2017., Wagner & Møller Pedersen, 2014). Meanwhile the background of analyzing football games (from the perspective of linguistic approaches) shows the importance of using specific linguistic methods in the content of reports of sports matches. Hence the source of information for our beliefs and attitudes in sports, in other words, the sense of who we are and who other people are, is based on the ways in which sports are written or broadcast.

The purpose of this study was to critical discourse analysis 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

Analyzes were performed by using Van Dijk's theoretical model (2004) in the framework of critical discourse analysis considering macro and micro levels. The general strategies of the discourse are expressed in the form of an ideological square in four principles: De-emphasizing on the negative points about "self"; Emphasizing on the negative points about "others"; De-emphasizing on the positive points about "others"; Emphasizing on the positive point about "self".

The data of this research includes all meaningful speech fragments of the reporter in the live broadcast of the game (157 speech fragments). After recording the game, it was completely transcribed and analyzed. Van Dijk's interpretation of the four sides of the ideological square shows that after receiving a goal and changing the outcome of the game, the frequency of macro-level strategies changes. In order to increase the reliability and correctness of the analyzes (diagnosis of macro and micro strategies), the Holsti index was used to calculate the reliability of the analysis between researchers.

### Results

Analysis according to macro level of Van Dijk square represented that emphasizing on the positive point about "self" 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

This event consists of two scenarios "win" and "loss" (with a specific start and end point for each scenario). The way of change in macro and micro strategies in the language of reporters in each of the game scenarios shows how television representations are formed (according to the status). This importance is significant in such a competition that started with "certainty of winning" and ended with "experience of failure". 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.

### Ethical Considerations

**Compliance with ethical guidelines:** All of the journal's guidelines performed by authors

**Funding:** No organization or individual financially supported this study, and all the financial resources were borne by the authors.

**Authors' contribution:** All authors discussed the results and contributed to the final manuscript.

**Conflict of interest:** All authors announce that there is no conflict of interests.

**Acknowledgments:** We are grateful to all the professors who helped us with the writing, judging, and correcting processes of this article.



# مدیریت ورزشی



## تحلیل گزارش تلویزیونی بازی فوتبال ایران و ژاپن در رقابت‌های جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹

### بر مبنای چارچوب نظری وندایک

بی‌تا عرب‌نرمی<sup>۱</sup>، امین رشیدلمیر<sup>۲</sup>، مهدی بشیری<sup>۳</sup>

۱. نویسنده مسؤل، گروه علوم ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه نیشابور، نیشابور، ایران. رایانامه: [b.arabnarmi@neyshabur.ac.ir](mailto:b.arabnarmi@neyshabur.ac.ir)

۲. گروه علوم ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه نیشابور، نیشابور، ایران. رایانامه: [a.rashidlamir@neyshabur.ac.ir](mailto:a.rashidlamir@neyshabur.ac.ir)

۳. گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران. رایانامه: [mahdibas@gmail.com](mailto:mahdibas@gmail.com)

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	<b>مقدمه:</b> هدف این تحقیق تحلیل گزارش تلویزیونی بازی فوتبال ایران و ژاپن در رقابت‌های جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹ بود. این رقابت، به دلیل تماشاگران تلویزیونی بسیار، موقعیت زمانی خاص، عدم موفقیت مکرر در دوره‌های پیشین (بیش از ۴۰ سال) و عملکرد قابل قبول در مسابقات قبلی این دوره، انتخاب شد. مسابقه با شکست ۳ بر صفر برای ایران به پایان رسید. پژوهش در پی پاسخگویی به این پرسش بود که چه راهبردهای زبانی برای گزارش این رویداد به کار گرفته شد؟ و این راهبردها پس از تغییر نتیجه بازی چگونه تغییر کردند؟
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۲۲	<b>روش پژوهش:</b> روش این پژوهش کیفی و با رویکرد تحلیل گفتمان است. تحلیل‌ها با الگوی مربع ایدئولوژیک وندایک (۲۰۰۴) و در دو سطح کلان و خرد انجام گرفت.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۹/۰۵	<b>یافته‌ها:</b> تحلیل سطح کلان مربع ایدئولوژیک وندایک «تأکید و پررنگ کردن ویژگی‌های مثبت خودی» را با بالاترین بسامد نشان داد. راهبردهای کلان و خرد پس از تغییر نتیجه بازی، تغییر کردند؛ برای مثال «عدم تأکید و کم‌رنگ‌سازی ویژگی‌های منفی خودی» به‌طور چشمگیری افزایش یافت. گزارشگر همچنین از راهبردهای سطح خرد «واژه‌گزینی»، «قربانی شدن»، «همدلی» و «دراماتیزه شدن» استفاده کرد.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۳	<b>نتیجه‌گیری:</b> به نظر می‌رسد 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.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۴/۰۱	
<b>کلیدواژه‌ها:</b> تحلیل گفتمان انتقادی، گزارش تلویزیونی، فوتبال، مربع ایدئولوژیک وندایک.	

**استناد:** عرب‌نرمی، بی‌تا؛ رشیدلمیر، امین؛ و بشیری، مهدی (۱۴۰۳). تحلیل گزارش تلویزیونی بازی فوتبال ایران و ژاپن در رقابت‌های جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹

بر مبنای چارچوب نظری وندایک. نشریه مدیریت ورزشی، (۲) ۱۶، ۱۱۹-۱۳۸.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.349563.3038>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کرییتیو کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. | آدرس نشریه: <https://jsm.ut.ac.ir/> | ایمیل: [jsm@ut.ac.ir](mailto:jsm@ut.ac.ir)



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

## مقدمه

گفتمان 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 (توماس<sup>۲</sup>؛ ۱۹۹۳). 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 (سویسن<sup>۳</sup>؛ ۲۰۱۹). مطالعه گفتمان‌ها فرصتی برای کشف چگونگی حضور ایدئولوژی‌ها در فرهنگ، هویت‌های اجتماعی و استفاده از زبان فراهم کرده است (سویسن، ۲۰۱۹). 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، ۲۰۲۱. در تقی‌آبادی و تقی‌آبادی ۲۰۲۲). مین و هالون<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) خاطرنشان کردند که ورزش، از طریق زبان و سایر روش‌های ارتباطی و بر اساس بازتاب شیوه‌های خاص فرهنگی و زیربناهای 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<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). فرصت‌های زیادی برای به‌کارگیری تحلیل گفتمان انتقادی در زیرشاخه‌های مختلف ورزشی وجود دارد (سویسن، ۲۰۱۹). برای مثال چن و میسون<sup>۶</sup> (۲۰۱۸) معتقدند این مطالعات می‌توانند نمای بصری رهبری ورزش را (در جامعه) از منظر چندحالتی کشف کنند. واگنر و مولر پدرس<sup>۷</sup> (۲۰۱۴) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که «منطق ارائه‌شده توسط یک گفتمان می‌تواند پیچیده شود، کمی تعدیل شود و در برنامه راهبردی یک سازمان و حتی در ارتباط با اهداف افراد جای گیرد»، برای مثال هنگامی که موقعیت کمیته بین‌المللی المپیک<sup>۸</sup> تهدید شد، آنها برای تقویت تعهد ضددوپینگ، از گفتمان ضددوپینگ استفاده کردند که به توسعه آژانس جهانی ضددوپینگ منجر 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 گرفته است. هو و هنری<sup>۹</sup> (۲۰۱۷) 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 نخبه‌پرور بین سیستم‌های ورزشی وجود دارد. این یافته اذعان می‌دارد که تغییر قدرت مربوط به صداهایی است که تفسیرها را کنترل می‌کنند، بنابراین گفتمان‌ها در سیستم‌های ورزشی به‌عنوان واقعیت در نظر گرفته می‌شوند. آمارا و هانری<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۰) از تحلیل گفتمان انتقادی برای اطلاع سیاستگذاران در سازمان‌های ورزشی استفاده کردند. بویر و مچین<sup>۱۱</sup> (۲۰۱۸) ادعا می‌کنند که رسانه‌ای مانند 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 شایان ملاحظه اهمیت درک جریان گفتمان‌ساز و تحلیل انتقادی آن را آشکار می‌سازد. به‌طور کلی بر اساس نظر ون دایک<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۸) ارتباطاتی مانند استفاده از زبان و تعامل کلامی در سطح خرد به‌کار می‌رود و نابرابری، تسلط و قدرت در سطح کلان یافت می‌شود.

1. discourse

2. Thomas

3. Sveinson

4. Meân & Halone

5. Sveinson

6. Chen & Mason

7. Wagner & Møller Pedersen

8. IOC

9. Hu & Henry

1 . Amara & Henry 0

1 . Bouvier & Machin 1

1 . Van Dijk 2

بسیاری از پژوهش‌ها تحلیل گفتمان انتقادی در ارتباط با رسانه، در حوزه ورزش انجام شده است. در خصوص اینکه چرا زبان رسانه‌ای مطالعه می‌شود؛ [توماس](#) (۱۹۹۳) موارد زیر را برجسته می‌کند: ۱. دسترسی به رسانه‌ها به عنوان منبع اطلاعاتی برای برخی از ویژگی‌های زبانی که می‌خواهیم مطالعه کنیم؛ ۲. علاقه به نحوه استفاده رسانه‌ها از برخی ویژگی‌های زبانی؛ ۳. علاقه به نقش رسانه در تأثیرگذاری بر زبان در جامعه وسیع؛ ۴. علاقه به آنچه رسانه به‌عنوان آینه جامعه و فرهنگ وسیع‌تر نشان می‌دهد؛ ۵. علاقه به چگونگی تأثیرگذاری زبان رسانه‌ها بر نگرش‌ها و نظرات در جامعه از طریق شیوه ارائه مردم و موضوعات؛ ۶. در دسترس بودن؛ زبان رسانه می‌تواند مواردی در خصوص 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 ([اولاگونجو؛ ۲۰۱۹](#)).

فوتبال به‌عنوان ورزش ملی شناخته شده است و نقش رسانه به‌ویژه تلویزیون در ایجاد این محبوبیت انکارناپذیر است و در هر روز متون بی‌شماری مانند گزارش‌های ورزشی، تفسیرهای پس از مسابقه، خبرهای ورزشی و ... درباره فوتبال در تلویزیون و سایر رسانه‌ها تولید می‌شود. زبان فوتبال یک زبان خاص است. [برغ و اولهالدر](#)<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) درباره ماهیت عمومی زبان فوتبال و تلقی آن به‌عنوان یک «زبان خاص» بحث کردند. 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، [بلاسینگ](#)<sup>۳</sup> (۲۰۱۹)، استادیوم را عرصه‌ای می‌داند که جهانی‌گرایی، محلی‌گرایی و ملی‌گرایی با یکدیگر ملاقات می‌کنند و در این زمینه، گفتمان‌های هژمونیک «درگیری» در استادیوم ترکیه را تحلیل می‌کند. [مه‌دیزاده و تقی‌آبادی](#) (۲۰۲۰) نیز به تحلیل انتقادی گفتمان برنامه تلویزیونی نود در خصوص خشونت فوتبال پرداختند. [لونووسکی](#)<sup>۴</sup> (۲۰۱۳) زبان فوتبال را به ۹ زیرگروه: زبان قوانین و مقررات فوتبال، زبان علم فوتبال، زبان بازیکنان و مربیان فوتبال، زبان مسئولان مسابقه (داوران و دستیاران آنها)، زبان روزنامه‌نگاری فوتبال، زبان برنامه‌های فوتبال تلویزیون، زبان برنامه‌های فوتبال رادیو، زبان تفسیر فوتبال آنلاین و زبان هواداران فوتبال تقسیم می‌کند. این نوع‌شناسی 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 شایان توجه است. یکی از موارد شایان توجه، پوشش مسابقات تیم ملی فوتبال در رقابت‌های رسمی و دوستانه است؛ به‌خصوص 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، ۲۰۱۸](#)). 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 کند. بدین‌منظور گزارش تلویزیونی مسابقه فوتبال ایران و ژاپن را در رقابت‌های جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹<sup>۵</sup> از شبکه سه سیما در نظر گرفته شده است. رویکرد تحلیل، انتقادی و بر اساس چارچوب نظریه [وندایک](#) (۲۰۰۴) 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 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

1. Olagunju

2. Bergh & Ohlander

3. Blasing

4. Lewandowski

5. Asian Cup

که در ژانویه ۲۰۱۹ و به میزبانی امارات متحده عربی برگزار شد و با قهرمانی قطر به پایان رسید. در جدول ۱ خلاصه‌ای از وضعیت حضور ایران در تاریخچه ۱۷ دوره‌ای جام ملت‌های آسیا نمایش داده شده است. شرایط حضور ایران در تاریخچه این رقابت‌ها، بر درک عواملی همچون انتظارات از تیم ملی، مطالبه برد و قهرمانی تأثیرگذار است.

جدول ۱. خلاصه وضعیت حضور ایران در جام ملت‌های آسیا

سال	میزبان	وضعیت حضور ایران
۱۹۵۶	هنگ کنگ	شرکت نکرد
۱۹۶۰	کره جنوبی	حذف در مقدماتی
۱۹۶۴	اسرائیل	شرکت نکرد
۱۹۶۸	ایران	قهرمان
۱۹۷۲	تایلند	قهرمان
۱۹۷۶	ایران	قهرمان
۱۹۸۰	کویت	مقام سوم
۱۹۸۴	سنگاپور	مقام چهارم
۱۹۸۸	قطر	مقام سوم
۱۹۹۲	ژاپن	مرحله گروهی
۱۹۹۶	امارات	مقام سوم
۲۰۰۰	لبنان	یک‌چهارم پایانی
۲۰۰۴	چین	مقام سوم
۲۰۰۷	اندونزی-تایلند-مالزی-ویتنام	یک‌چهارم پایانی
۲۰۱۱	قطر	یک‌چهارم پایانی
۲۰۱۵	استرالیا	یک‌چهارم پایانی
۲۰۱۹	امارات	مرحله نیمه‌نهایی

با پیگیری تاریخچه فوتبال تیم ملی ایران در این دوره از بازی‌ها متوجه می‌شویم که ایران به مدت بیشتر از ۳۰ سال در تکاپوی کسب مقام قهرمانی در این بازی‌ها بوده و در دوره‌های متعدد حضور ایران با ناکامی همراه بوده است و اتفاقات و تغییرات ایجادشده در تیم ملی همواره در لحظه‌های پایانی این فرصت را از ایران سلب کرده و در تمام دوره‌ها به‌عنوان یک تیم مدعی قهرمانی از حضور در فینال محروم مانده است. در جام ملت‌های ۲۰۱۹ نیز مسابقات را بدون یک گل خورده با موفقیت در مقابل یمن، عمان، چین، ویتنام و عراق سپری کرده و در مرحله نیمه‌نهایی در امارت مقابل ژاپن حاضر شد؛ اما مسابقه با شکست سنگین ۳ 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 است.<sup>۱</sup> 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 به‌کار برده می‌شود. نحوه تغییر در راهبردهای کلان و خرد در زبان گزارشگران ورزشی در هر یک از سناریوهای بازی نشان‌دهنده چگونگی شکل‌گیری بازنمایی‌های تلویزیونی (به اقتضای شرایط) است. این مهم در چنین مسابقه‌ای که با «اطمینان به برد» آغاز می‌شود و با «تجربه شکست» به پایان

<sup>۱</sup> زکس و همکاران (۲۰۰۷) مفهوم مرز رویداد را مطرح می‌کنند. آنها تأکید می‌کنند که یک مسابقه ورزشی (مانند فوتبال) از تکه‌ها، بخش‌ها، سناریوها 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.

می‌رسد شایان توجه است.

پیشینه تحلیل بازی‌های فوتبال (از منظر رویکردهای زبانی) بیانگر اهمیت استفاده از شیوه‌های خاص زبانی در محتوای گزارش‌های مسابقات ورزشی است. برای مثال [قدوسی](#) (۱۹۸۸) ۳۷ گزارش را در روزنامه تایمز تجزیه و تحلیل و ویژگی‌های زبانی تفسیر ورزشی مکتوب را مشخص کرد. طبق گفته‌های [کلیمان](#)<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) برخی مصاحبه‌کنندگان یا خبرنگاران در گزارش‌های فوتبال بی‌طرف نیستند و آگاهانه نوعی تعصب نسبت به احزاب خاص نشان می‌دهند، این پدیده به‌عنوان «طرفداری غیرحرفه‌ای» شناخته می‌شود و در نتیجه از تجزیه و تحلیل گفتمان برای آشکارسازی سودمندی احتمالی استفاده می‌شود. [جرولو](#)<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) به تولید و بازتولید هویت ملی از طریق گفتمان ورزشی رسانه‌ای، برای تیم ملی یونان در مسابقات قهرمانی اروپا ۲۰۰۴<sup>۳</sup> به‌عنوان نمونه‌ای از بیان هویت جمعی پرداخته است. نتایج تحقیق او آشکار می‌کند که گویندگان ورزشی، از تیم خانگی خود حمایت زیادی نشان می‌دهند و نقاط همذات‌پنداری با مخاطب را ایجاد می‌کنند. با انجام این کار، آنها قدرت ایدئولوژیکی ورزش رسانه‌ای را در تولید، تقویت و اشاعه هویت‌های ملی تأیید می‌کنند. در این زمینه [بلین و بویل](#)<sup>۴</sup> (۱۹۹۸) معتقدند منبع اطلاعاتی برای اعتقادات و نگرش‌های ما در ورزش، به‌عبارت 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 و همکاران](#) (۲۰۰۸) تعدادی از مقالات ورزشی را با رویکرد تحلیل گفتمان تجزیه و تحلیل کردند. آنها روش‌هایی را بررسی کردند که در آن گفتمانی ساخته می‌شوند و به‌طور ویژه تیم «ما»<sup>۵</sup> در مقابل «دیگر»<sup>۶</sup> (رقیب) تیم شکل می‌گیرد و نشان دادند چگونه خبرنگاران، درحالی‌که ظاهراً خوانندگان را با اطلاعات در خصوص مسابقات و رویدادهای مهم آشنا می‌کنند، در قالب متون انتخاب‌شده، «ما» و «دیگران» را به‌نحو 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](#) (۲۰۱۶) 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 به‌مثابه ماشین و قلمروهایی چون پدیده‌های طبیعی، حیوانات، جادوگری، ورزش‌ها، آزمون، نمایش و قلعه نیز در کاربرد استعاری ورزش فوتبال وجود دارد. [باوندپور و بامشادی](#) (۲۰۲۰) نیز به کارکرد استعاره‌ها در عناوین خبری فوتبال پرداختند و تأکید 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 می‌کنند و در نهایت موجب تسهیل و تحکیم ارتباط میان رسانه و مخاطب می‌شوند.

محققان در بررسی راه‌های کنترل بر درک خوانندگان، متوجه شدند 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 و همکاران](#)، ۲۰۰۸). با وجود پژوهش‌های انجام‌گرفته، به‌زعم لنووسکی، فوتبال به‌عنوان یک ورزش تأثیرگذار و محبوب، هنوز از دیدگاه زبانی، آنچنان که باید بررسی نشده است ([لنووسکی](#)، ۲۰۱۳).

سؤال اساسی این پژوهش این است که در رویدادی که دارای ویژگی‌هایی مانند 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 به‌کار بسته‌اند؟

1. Clayman

2. Georgalou

3. Euro 2004

4. Blain & Boyle

5. Us

6. Others

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به روش کیفی و با به‌کارگیری رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی به بررسی گزارش بازی ایران و ژاپن در دو نیمه‌نهایی جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹ می‌پردازد. داده‌های این پژوهش شامل تمام پاره‌گفتارهای معنادار گزارشگر در پخش زنده بازی است (۱۵۷ پاره‌گفتار) که پس از ضبط بازی به‌طور کامل به‌صورت متن نوشتار درآمد و تحلیل شد. پژوهشگران از رویکرد نظری **وندایک** (۲۰۰۴) برای تحلیل داده‌ها استفاده کردند. نمونه‌هایی از پاره‌گفتارها (از بخش‌های مهم بازی و به صورت پراکنده) در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدهای پژوهش بر اساس زمان بازی

کد	پاره‌گفتار	دقیقه بازی
۷	کارلوس کی‌روش حسرت بیش از ۴۰ سال رو به پایان برسونه و ایران رو فینالیست کنه.	۱:۰۹
۱۲	یه لحظه غفلت می‌تونه کار دست ژاپن بده.	۲:۲۸
۱۴	کریستو داور استرالیایی که اصلاً داور با تجربه و خوبی نیست و همه متعجب شدن	۳:۳۲
۱۸	بر خلاف ما که بازی‌هامون پر گل بوده، ژاپنی‌ها مختصر یک گل یک گل بالا اومدن	۸:۵۹
۲۸	ما بازیکن چهارگله داریم (سردار آزمون)، ژاپنی‌ها فقط بازیکن دو گله دارن.	۳۰:۱۰
۴۸	تقابل دو تا مربی هست که بدل کاران خیلی خوبی هستند.	۴۷:۰۰
۶۵	چرا توپ رو ول کردیم ما؛ یک گل مفت خوردیم.	۵۵:۱۳
۶۸	آرامشون رو حفظ کنن بچه‌های ما می‌تونن به ژاپن گل بزنن.	۷۲:۰۰
۸۸	هم خیرنگاران هم مردم ژاپن اصلاً باورشون نمیشه که تیم ما رو دو هیچ ببرند.	۸۰:۳۲
۸۹	هر چی داور استرالیایی هست ما باهاش خاطره بد داریم... انشالله توی این دقیق کاری بکنیم تا این خاطره پاک بشه.	۸۱:۵۰
۹۱	طرفداران بازم دارن تشویق می‌کنن چون واقعاً حیفه که ما بخوایم اینجا متوقف بشیم.	۸۲:۳۵
۹۵	ژاپن واقعاً تیم حرفه‌ای است.	۸۴:۱۶
۹۶	ما توی همه بازی‌ها هوشمندانه بازی کردیم، الا توی این مسابقه که متأسفانه یه جای کارمون گره خورد.	۸۴:۴۶
۱۰۲	ما به ژاپنی که انصافاً بد کار کرده بود در این تورنمنت و تیم «زهردار» و «جون‌داری» نشون نداده بود و شاید واقعاً چیزی رو نکرده بود باختیم.	۹۱:۳۰
۱۰۵	روزهای قشنگی رو برامون ساختن و بازی‌های خوبی رو انجام دادن، ما بردهای شیرینی هم به‌دست آوردیم.	۹۲:۰۰
۱۰۹	ما پنج بازی اصلاً گل نخوردیم... فوتبال همینه، یا ما باید حذف می‌شدیم یا ژاپن؛ که قرعه به نام ایران افتاد.	۹۲:۱۵

وندایک (۲۰۰۴) تأکید می‌کند که افراد در گفتار و نوشتار خود اغلب از یک الگو پیروی می‌کنند و می‌توان از این الگو، در تحلیل همه محورهای ساختارهای گفتمان بهره گرفت. این الگوی نظری، شامل دو سطح کلان و خرد است. در زیر به شرح هر یک از آنها پرداخته می‌شود.

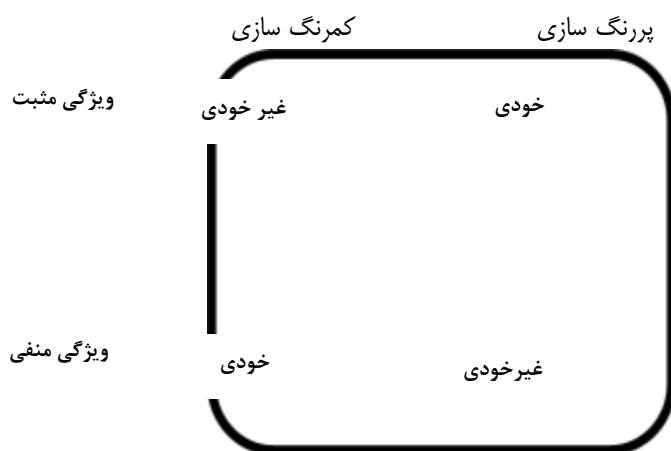
## سطح کلان: مربع وندایک

به باور وندایک سطوح گفتمان می‌تواند در بیان و در نشان دادن ایدئولوژی از طریق فرایندهای تأکید کردن یا تأکیدزدایی (مربع ایدئولوژیک) نقش داشته باشد. تحلیل انتقادی بر معانی خرد متن مانند معنی واژگان، ساختار و ماهیت انسجام و روابط بین گزاره‌ها مثل تلویحات، پیش‌فرض‌ها و عناصر نحوی نیز تأکید می‌کند. معانی خرد متن نوعی اطلاعات هستند که تحت کنترل درون‌مایه کل، به‌طور مستقیم بر بازنمایی‌های ذهنی و در نتیجه بر نگرش‌های دریافت‌کنندگان متن تأثیرگذارند. در این میان، به‌طور کلی می‌توان گفت که بازنمایی مثبت از گروه خودی (ما) و بازنمایی منفی از گروه غیرخودی (آنها) به ویژگی بارز گروه‌ها تبدیل می‌شود؛ بنابراین افراد هنگام



صحبت درباره خود و غیرخودی، نکات مثبت درباره خودشان و نکات منفی درباره دیگران را پررنگ‌تر جلوه می‌دهند و نقاط ضعف خود و نقاط قوت دیگران را کتمان می‌کنند. به‌طور 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 ۱. مربع ایدئولوژیک وندایک

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، به‌عنوان سطح ملموس و عینی گفتمان، صورت‌ها و ساختارهای زبانی در بافت موقعیتی بررسی و تحلیل می‌شوند. سطح خرد دارای راهبردهای متنوعی است که از منظر زبان‌شناسی مطرح می‌شوند. وندایک تاکنون 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 واژه‌گزینی<sup>۱</sup>؛ در این راهبرد، کلمه یا عبارتی با بار معنایی خاص برای بیان احساس استفاده می‌شود، که به‌واقع نوعی بازی با واژه‌هایی است که بر ذهن مخاطب تأثیر گذارند، بنابراین می‌تواند بر روند معنایی جمله تأثیر بگذارد.

راهبرد قربانی شدن<sup>۲</sup>؛ راهبرد معنایی است که طی آن گروه خودی به‌عنوان قربانیان تفکر و یا عملکرد گروه غیرخودی مطرح می‌شوند.

همدلی<sup>۳</sup>؛ این راهبرد به‌عنوان یکی از راهبردهای تأثیرگذار سیاسی محسوب می‌شود و بر وحدت<sup>۴</sup>، انسجام و همبستگی<sup>۵</sup> درون‌گروهی و درون‌کشوری تأکید می‌ورزد. در واقع، این راهبرد نشان‌دهنده همدردی درون‌گروهی است 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 شدن<sup>۶</sup>؛ طرح یک مسئله به‌صورت عاطفی با به‌کارگیری واژگانی که مخاطب را تحت تأثیر احساسی قرار دهد نظیر نگرانی از یک پیشامد (نیازی و همکاران، ۲۰۱۹).

سایر راهبردهای خرد شامل پیش‌انگاشت<sup>۷</sup> ( مطرح کردن پیش‌فرض‌ها توسط گوینده) ، وجهیت<sup>۸</sup> (دستکاری در وجه فعل)، مبتداسازی<sup>۹</sup> (جابه‌جایی واژه و یا یک عبارت به ابتدای جمله)، تعمیم<sup>۱۰</sup> (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 گفت‌وگوی بین دو نیمه در ۸ بهمن ۱۳۹۷ از شبکه ۳ سیما ضبط شد. پژوهشگران تمامی پاره‌گفتارهای معنادار را روی کاغذ ثبت کرده و چندین بار به‌دقت بررسی کردند. تمامی پاره‌گفتارها ثبت و بر اساس مربع وندایک (۲۰۰۴) تحلیل شد و پس از شناسایی راهبردهای کلان، تعدادی از راهبردهای خرد استخراج شد.

همانند سایر پژوهش‌های گفتمانی با رویکرد نظری وندایک (۲۰۰۴) در این پژوهش نیز پیش‌فرض‌های زیر در نظر گرفته شد: الف) متن را باید به‌عنوان «کل معنادار» نگریست؛ ب) متن‌ها بار ایدئولوژیک دارند؛ ج) معنا همان قدر 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 پژوهشی، مبتنی بر ملاک‌هایی مانند وضوح روش مورد استفاده، ارائه شواهد و مدارک کافی و تسلط محقق نسبت به روش تحلیل هستند (عابدینی، ۱۹۹۵). برای اعتبار دادن به تحلیل گفتمان و یافته‌های آن باید نظریه‌ای در دست داشت که

1. lexicalization

2. victimization

3. consensus

4. unity

5. solidarity

6. dramatization

7. presupposition

8. modality

9. topicalization

10. generalization

ماهیت تأثیر زبان را بر ذهن توضیح دهد؛ **گی** (۱۹۹۹) نیز تأکید می‌کند که یک پژوهش گفتمانی هرچه تحلیل بر جزئیات زبانشناختی بیشتری متکی باشد، برتر است.

در این پژوهش از چارچوب نظری **وندایک** (۲۰۰۴) به‌عنوان یک نظریهٔ روشمند و رایج استفاده شد. تمامی مراحل تحلیل (ثبت متن، استخراج پاره‌گفتارها، تشخیص ایدئولوژی گزارشگر، استخراج راهبرد کلان بر اساس بسامد مورد استفاده و تشخیص راهبردهای خرد) مستندسازی و گزارش شدند. به‌منظور افزایش اعتمادپذیری، درستی تحلیل‌ها (تشخیص راهبردهای کلان و خرد) از شاخص هولستی<sup>۱</sup> برای محاسبهٔ پایایی تحلیل بین پژوهشگران استفاده شد. این شاخص از طریق رابطهٔ 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 می‌شود درصد پایایی دارای میزان مورد قبول (بالای ۹۰ درصد) در تحقیقات کیفی است. کدگذاری اولیه توسط پژوهشگران و کدگذاری دوم توسط متخصص زبانشناسی انجام شده است.

### یافته‌های پژوهشی

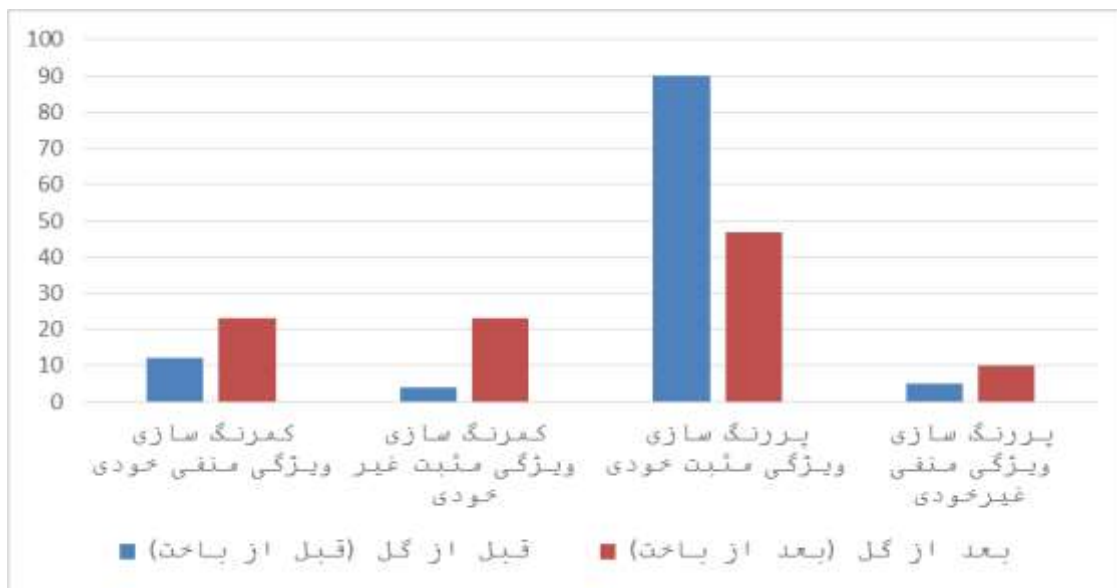
تحلیل متن گزارش بر اساس سطوح کلان مربع وندایک نشان داد که پررنگ کردن ویژگی‌های مثبت خودی دارای بیشترین بسامد است. همچنین کم‌رنگ‌سازی ویژگی منفی خودی دارای بسامد شایان توجهی است. شکل ۲ نشان‌دهندهٔ بسامد هریک از چهار ضلع مربع وندایک است.

	کم‌رنگ‌سازی	پررنگ‌سازی
ویژگی مثبت	غیرخودی بسامد: ۳۵	خودی بسامد: ۱۳۷
ویژگی منفی	خودی بسامد: ۲۷	غیرخودی بسامد: ۱۵

شکل ۲. بسامد هریک از اضلاع مربع ایدئولوژیک وندایک در گزارش بازی

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، کم‌رنگ‌سازی ویژگی‌های مثبت غیرخودی دارای بالاترین بسامد است و پس از آن کم‌رنگ‌سازی 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 ۳ فراوانی راهبردهای کلان قبل و بعد از گل بر اساس بسامد ارائه شده است.

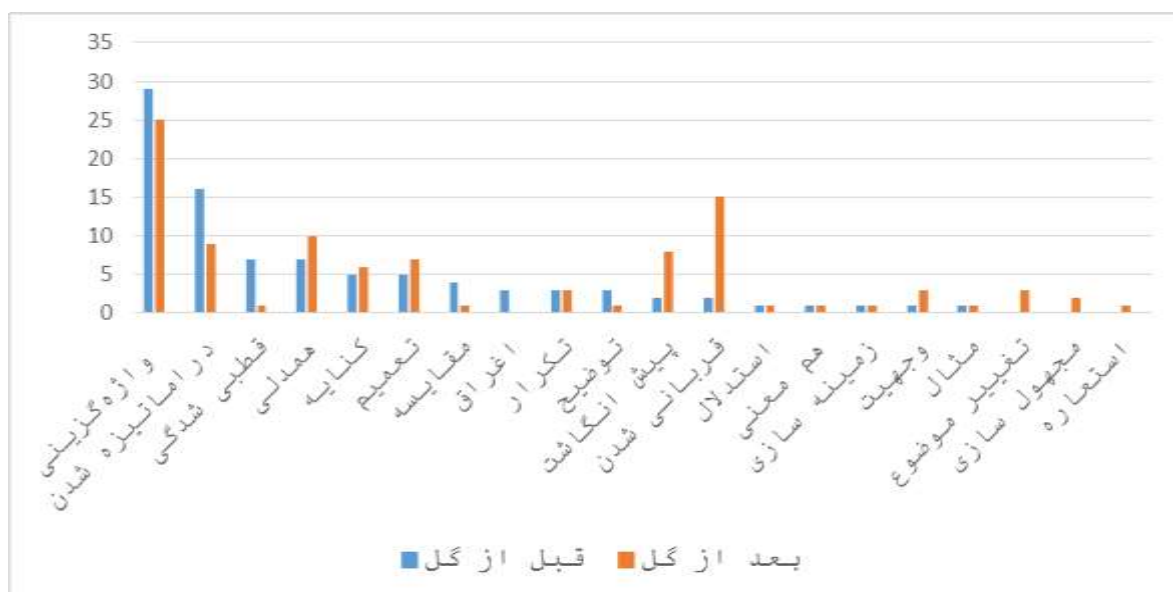
<sup>۱</sup>. Holsti Index



شکل ۳. نمودار فراوانی راهبردهای کلان استفاده شده به تفکیک قبل از گل و بعد از گل

همان طور که ملاحظه می شود پس از دریافت گل و تغییر در نتیجه بازی بسامد راهبردهای سطح کلان تغییر می کند. راهبرد سطح کلان «کمرنگ سازی ویژگی منفی خودی» به طور چشمگیری پس از تغییر نتیجه بازی افزایش یافته و گزارشگر از کمرنگ سازی ویژگی مثبت غیر خودی استفاده کرده است. در بحث به جزئیات این تغییرات پرداخته می شود.

همان طور که در شکل ۴ ملاحظه می شود، راهبردهای سطح خرد واژه گزینی، دراماتیزه شدن، قربانی شدن و همدلی به ترتیب بیشترین بسامد را داشته اند؛ به ویژه راهبرد سطح خرد «قربانی شدن» پس از دریافت گل های بیشترین افزایش را داشته است.



شکل ۴. نمودار فراوانی راهبردهای خرد مورد استفاده در گزارش بازی به تفکیک قبل از گل و بعد از گل

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، تأکید و پررنگ‌سازی ویژگی‌های 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 روحیهٔ میلیون‌ها بیننده حفظ کرده و همواره بر نقاط مثبت تیم تأکید می‌کند. حتی پس از دریافت گل دوم و سوم گزارشگر به نقاط مثبت تیم در بازی‌ها با ویتنام، یمن، چین و عمان اشاره می‌کند و تأکید بر حضور ایران در بین چهار تیم برتر آسیا را دارد و پیوسته به «همبستگی بین تماشاگران» و «فریاد ایران ... ایران» اشاره کرده و از راهبرد سطح خرد «همدلی» بهره می‌برد. این یافته با یافته‌های **کلیمان (۲۰۰۲)** و **جرجلو (۲۰۰۹)** همسوست. در این زمینه **رحیمی و همکاران (۲۰۰۸)** 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 جهانان (۲۰۱۵)** چهار گزارش کتبی (دو مورد از بازی‌های باخته و دو مورد در بازی‌های برنده) پس از مسابقه (برگرفته از وبسایت باشگاه منچستر یونایتد) را با رویکرد تحلیل گفتمان تجزیه و تحلیل کردند و نشان دادند که خبرنگاران، آگاهانه یا ناخودآگاه، نقاط قوت و مزایای تیم خود را هنگام پیروزی تیم برجسته می‌کنند. از طرف دیگر، آنها سعی می‌کنند با پیش‌زمینه‌سازی 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 منحصراً روی تیم خودشان است.

بر اساس یافته‌ها، در نیمهٔ اول بازی و قبل از گل، استفاده از راهبرد پررنگ‌سازی ویژگی مثبت غیرخودی (تیم ژاپن) اغلب 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 تأکید بر قابلیت‌ها و کفایت تیم خودی است.

قبل از گل:

«قهرمانی حق ماست»

«بهترین تیم آسیاست»

«راهبرد خرد: مقایسه، استدلال»

«بعد از ۴۳ سال ما را به فینال جام ملت‌ها برساند»

«راهبرد خرد: قربانی شدن»

«امیدوارم آخرش شاد باشه برای مردم کشورمان»

«راهبرد خرد: دراماتیزه شدن»

«ان شاء الله قهرمان آسیا شویم»

«راهبرد خرد: واژه‌گزینی»

بعد از گل:

«ان شاء الله تو این دقیق 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 در بین ۴ تا تیم آسیا قرار گرفتیم»  
 «راهبردهای خرد: مثال و تعمیم»

«قشنگ کیف کردیم ما از تیم ملی که داشتیم»

«راهبرهای خرد: مبتدا سازی، واژه‌گزینی و تغییر موضوع»

**پررنگ‌سازی ویژگی‌های منفی غیر خودی.** این ضلع از مربع ایدئولوژیک وندایک اگرچه دارای بسامد شایان توجهی نیست، اما نکته حائز اهمیت این است که بعد از دریافت گل (گل‌ها) استفاده از این راهبرد به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. همان‌طور که در عبارات مذکور ملاحظه می‌شود، تأکید و پررنگ‌سازی ویژگی‌های منفی غیر خودی در جهت تأکید بر برتری‌ها و مزیت‌های تیم خودی به مخاطبان القا می‌شود.

قبل از گل:

«ژاپنی‌ها نتونستن 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، مجهول‌سازی»

**کمرنگ‌سازی ویژگی‌های منفی خودی.** این راهبرد پس از دریافت گل و اشتباه مدافعان تیم ایران به‌طور شایان توجهی افزایش یافته است. به‌نظر 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 کمرنگ‌سازی ویژگی منفی خودی نمایان کند.

قبل از گل

«کارلوس کی‌روش حسرت بیش از ۴۰ سال را به پایان برساند و 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 واقعاً تیم حرفه‌ای است»

«راهبرد خرد: واژه‌گزینی»

«کنجعی و کنعانیان ول کردن به لحظه، ان شاء الله می‌زنیم گل رو و برمی‌گردیم»

«راهبردهای خرد: قربان شدن، واژه‌گزینی و دراماتیزه شدن»

«ما توی همه بازی‌ها هوشمندانه بازی کردیم الا توی این مسابقه که متأسفانه 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 واقعاً»

«راهبردهای خرد: واژه‌گزینی، همدلی و توضیح»

نکته شایان توجه اینکه پرنگ کردن ویژگی مثبت غیرخودی که ناهمسو با مربع وندایک است نیز استفاده شده است، مانند «تیم ژاپن ۴ بار قهرمان آسیا شدن»، «اصلاً تیم کوچکی نیست تیم ملی ژاپن»، «تیم منظمی بوده ژاپن، نظم و انضباط خاصی داره» و بعد از باخت: «کلاً بازی‌شون و بازیگرشون از ما بهتر بود» چنین استنباط می‌شود که استفاده از این راهبرد در جهت کم‌رنگ‌سازی ویژگی منفی خودی است.

همچنین پس از گل سوم و قبول باخت (احساسات گزارشگر و باخت سنگین و غیرمنتظره بازی) استفاده از راهبرد پرنگ کردن ویژگی منفی خودی که ناهمسو با مربع وندایک است نیز دیده می‌شود: «نخوردیم، نخوردیم؛ توی یک بازی ۳ تا خوردیم و تمومه واقعاً کارمون» راهبرد سطح کلان: پرنگ کردن ویژگی منفی خودی و یا: «ما به ژاپنی که انصافاً بد کار کرده بود در این تورنمنت و تیم زهر دار و چون داری نشون نداده بود و شاید واقعاً چیزی رو نکرده بود، باختیم» راهبرد سطح کلان: پرنگ کردن ویژگی منفی غیرخودی و پرنگ کردن ویژگی منفی خودی.

**کم‌رنگ‌سازی ویژگی‌های مثبت غیرخودی.** این راهبرد دارای بسامد ناچیزی است، همسو با یافته‌های بهنام و جهانبان (۲۰۱۵)، گزارشگر روی تیم خودی تمرکز داشته 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 زمینه می‌توان به پژوهش **کشمین و ریموند** (۲۰۱۴) اشاره کرد، آنها در تجزیه و تحلیل پخش تلویزیونی فوتبال زنان اسپانیایی نشان دادند که در مجموع مشارکت زنان با «عینی‌سازی گاه پنهان و گاهی آشکار» و «بی‌اهمیت جلوه دادن» تضعیف شده است (چراکه فوتبال زنان غیرخودی تلقی می‌شود).

## بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل گفتمان انتقادی، رویکردی جدید از تحلیل گفتمان است که در کشف جهان‌بینی گفته پرداز، اهمیت زیادی دارد. تئون 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، کم‌رنگ جلوه دادن ویژگی‌های منفی خود یا خودی‌ها و کم‌رنگ 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**

1. Cashman & Raymond

۲. در این تحقیق منظور از گفته‌پرداز، سازمان رسانه است و گزارشگر به‌عنوان نماینده بیان‌کننده ارزش‌ها و ایدئولوژی این سازمان در نظر گرفته می‌شود.

رحیمی، ۲۰۲۰). این مقاله به بررسی تحلیل گزارش تلویزیونی بازی ایران و ژاپن در رقابت‌های جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹ با رویکرد نظری وندایک (۲۰۰۴) پرداخته و راهبردهای سطح کلان و خرد را در گزارش بازی بررسی کرده است. جریان بازی ایران و ژاپن دارای نوسانات هیجانی بسیار است، 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 غیرخودی تأثیرگذار است، از تحلیل انتقادی گفتمان گزارش تلویزیونی این بازی بهره می‌گیرد و به بررسی هریک از ضلع‌های مربع ایدئولوژیک به‌عنوان 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 راهبردهای سطح کلان تغییر می‌کند. راهبرد «کمرنگ‌سازی ویژگی منفی خودی» به‌طور چشمگیری پس از نزدیک شدن تیم ملی به باخت افزایش یافته است؛ همچنین «کمرنگ‌سازی ویژگی‌های مثبت غیرخودی» دارای بالاترین بسامد در متن گزارش است. این نتیجه را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که گزینش جملات و راهبردهای زبانی باید 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<sup>۱</sup> و همکاران \(۲۰۱۹\)](#) پخش و بازپخش تلویزیونی را منبع فنی و بخشی از روایت فوتبال می‌دانند و از آن به «پس داوری تلویزیونی» تعبیر می‌کنند تا توجه کنند چگونه ورزشی مانند فوتبال می‌تواند این چنین احساسات و عواطف را برانگیزد.

وندایک بر این باور است که با ارائه اطلاعات ناقص به مخاطب یا اهمیت‌زدایی از یک موضوع یا برجسته کردن مطلبی خاص گوینده می‌تواند نگاه متعصبانه و جانبدارانه خود را در قالب گفتمان 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 تأکید گزارشگر بر پیروزی‌ها و موفقیت‌های پیشین در این جام است و از عبارات «در بین چهارتای آسیا» و نقاط مثبت تماشاگران تأکید می‌کند و سعی در اقناع و راضی کردن مخاطب برای یک نتیجه غیرمنتظره دارد؛ هرچند که در مواقعی احساسات غلبه می‌کند. نکته شایان 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 دریافت‌شده بیان می‌شود «حذفی شانس بعدی به شما نمی‌دهد»، «وقتی به حذفی می‌رسد هیچ‌وقت بهترین تیم قهرمان نمی‌شود، نگیم هیچ‌وقت، اغلب تیم‌ها قهرمان نمی‌شوند»، «یک اشتباه جام رو از ما می‌گیره». این مطالعه چنین استنباط می‌کند 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 تأثیر قرار دهد و تعبیر و استنباط گزارشگر و مفسران ورزشی به‌شدت بر تفسیر و استنباط و احساسات قضاوت تماشاگران تلویزیونی تأثیر می‌گذارد. همان‌طور که [مرلو<sup>۲</sup> و همکاران \(۲۰۱۹\)](#) اعتقاد دارند شناخت زبان به مفهوم گفتمانی، ابزار مناسبی برای تحلیل واقع‌گرایانه از نحوه گزارش بازی در اختیار مخاطب قرار می‌دهد، آنها گزارش‌های نشان‌دهنده تعصب مفسران در پخش‌های ورزشی را اثبات می‌کنند، نتیجه تحقیق آنها با بررسی ۱۴۵۵ متن پخش‌شده 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 راهبرد 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، البته پس از دریافت گل‌های پی‌درپی و احساس شکست در بازی، مجدداً بر اساس شرایط عمومی سعی در تعدیل شرایط شکست برای مخاطبان را دارد. در این زمینه

1. Amenteros

2. TV post-refereeing

3. Merullo



رحیمی و همکاران (۲۰۰۸) تأکید می‌کنند در بررسی گفتمان‌های مربوط به شهرآورد، تیم‌های رقیب به‌عنوان ضعیف نمایش داده می‌شود، درحالی‌که «ما» فعال و دقیق است. آنها تأکید 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<sup>۱</sup> و همکاران** (۲۰۲۲) نتیجه‌گیری کرده‌اند که رسانه‌ها از مریبان بومی خود (در گزارش‌های ورزشی) دفاع می‌کنند یا به آنها برتری می‌دهند. استفاده از استعاره‌ها (**طوسی نصرآباد و روشن، ۲۰۱۷**) نیز به همین منظور است و می‌تواند توسط گزارشگر به کار رود تا حساسیت یک بازی را بالا ببرد یا برعکس از آن بکاهد. به‌طور معمول تصور خوانندگان از وقایع بر مبنای آنچه نویسنده (یا گوینده) انجام داده، شکل گرفته است. **وندایک** (۲۰۰۳) به «بافت» به‌عنوان عنصر جدایی‌ناپذیر تحلیل گفتمان اشاره و تأکید می‌کند که فضا، مشارکان و نقش‌های ارتباطی و اجتماعی آنها، اهداف، دانش اجتماعی مربوط، هنجارها و ارزش‌ها و ساختارهای نهادین یا سازمانی باید در تحلیل به‌دقت بررسی شوند. بنابراین شرایط محیطی از جمله شرایط فرهنگی و اجتماعی در تحلیل گفتمانی گزارش یک رویداد و انتقادات پس از بازی، باید در نظر گرفته شود. در نتیجه در این دیدار به اقتضای شرایط و همسو با دیگر گزارش‌های فوتبال، گزارشگر هنگام برد به «تیم خودی» اشاره می‌کند، اما هنگام باخت دیگر شرایط برای توجیه باخت پررنگ و محکوم می‌شود؛ چنین گفتمانی توجه را از آنچه واقعاً اتفاق افتاده است، به آنچه گزارشگر خواهد مطرح کند، جابه‌جا می‌کند. نکته دیگر اینکه بر اساس ویژگی متمایز زبان رسانه‌ای، ممکن است اشتباهاتی توسط مفسران رخ دهد، **تابورک** (۲۰۱۲) اشاره می‌کند که مفسران ورزشی به‌طور معمول افراد فرهیخته‌ای هستند، اما در طول پوشش زنده تحت فشار زمان کار کنند و گاهی اوقات (به‌خصوص اگر مسابقه تیم ملی را پوشش دهند) از نظر عاطفی درگیر بازی هستند. **چوانس** (۲۰۱۸) 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 گفت‌وگوی واقعی یا صحنه‌ای سعی در ایجاد حس جامعه در بین خوانندگان خود یا طرفداران ورزش دارد.

این پژوهش بر اساس رویکرد نظری **وندایک** (۲۰۰۴) انجام گرفت تا جریان گفتمان در سطوح خرد به کلان را در یک گزارش ورزشی بررسی کند و توانایی رسانه (به‌عنوان یک سازمان متولی ورزش)، برای کنترل مستقیم گفتمان اثبات کند. در این بازی به‌ویژه پس از دریافت گل‌های متوالی شاهد افزایش بسامد «پررنگ‌سازی ویژگی‌های منفی غیرخودی» و «کمرنگ‌سازی ویژگی‌های منفی خودی» بودیم. بیانات گزارشگر، معرف چگونگی رهبری ورزش توسط رسانه است. استفاده از جملات ناهمسو با مربع ایدئولوژیک مانند «برو دنبال توپ!»، «همه وایستادن اعتراض با داور؛ خطا نگرفته» و... نیز، به این مسئله اشاره دارد که اگرچه گزارش باکیفیت 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 به‌کار بستن راهبردهای کلان و خرد زبانی دارد. در گزارش این بازی‌ها، گزارشگر به‌طور چشمگیری توانسته است نحوه به‌کار 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 گفتمان 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 به‌کاررفته زبانی تشخیص دهند و به تحلیل چگونگی به‌کارگیری این راهبردها و دلایل آن (**سوپنسن و همکاران، ۲۰۲۱**) در سایر متون ورزشی بپردازند.

1. Borges

2. Chovanec

**تقدیر و تشکر**

از تمامی استادانی که ما را در نگارش، داوری و تصحیح فرایندهای این مقاله یاری کردند، کمال تشکر را داریم.

**References**

- Abedini, Y. (1995). A review of philosophical foundations, features, methods of qualitative research. *Journal of Psychology and Educational Sciences*, 35 (2), 159-185. (In Persian).
- 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. (In Persian)
- 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/il.2020.50415.1337. (In Persian)
- 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.2017-160.
- 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. (In Persian)
- 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. (In Persian)
- 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 idological squad of Van Dijk, *Linguistic Researches In The Holy Quran*, 8(2), 21-36. (In Persian)
- 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. (In Persian)
- 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. & Wąsikiewicz-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. (In 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