

Manifestations of literary language in the headlines of “Bist-o-Si” news program: From rhetorical devices to literary figures*

Ghasem Namdar

Ph.D. student in Persian language and literature, Semnan University

Dr. Yadollah Shokri¹

Assistant professor in Persian literature, Semnan Universtiy

Abstract

Bist-o-Si news program has been our houseguest via channel 2 for years. The news headlines are the significant and sensitive section of this program. The present study tries to answer the questions “What are the most important literary usages in the headlines of this news program?” and “What is the purpose of literary practice in the news?” Thus, the present study first clarifies the concepts of ‘new’, ‘news headlines’, ‘Bist-o-Si news program’ as well as the news structure and then proceeds to explain the research answers. Due to the importance of “sentence” in the headlines of this news program, it is introduced along with the rhetorical points associated with and hidden in it. The second part of the study discusses the instances of oration and rhetoric as well as the figures of speech existing in the headlines. The research has been performed through a descriptive-analytic method and by the extraction of over 800 sequential pieces of news broadcast from October 23, 2013 to November 21, 2017.

Keywords: Literature and media, Bist-o-Si News, Literary language, Rhetoric, News headlines, The second network of Sima.

* Date of receiving: 2018/7/5

Date of final accepting: 2019/7/1

1 - email of responsible writer: y-shokri@semnan.ac.ir

فصلنامه علمی کاوش‌نامه

سال بیست‌ویکم، بهار ۱۳۹۹، شماره ۴۴

صفحات ۱۳۷-۱۱۷

رخدادهای ادبی در عناوین «خبر بیست و سی» (از سطوح بلاغی عبارات تا ظرافت‌های ادبی)*

قاسم نامدار

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه سمنان

دکتر یدالله شکری^۱

استادیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه سمنان

چکیده:

سال‌هاست که «بخش خبری بیست و سی» از طریق آنتن شبکه دوم سیمای جمهوری اسلامی ایران، میهمان منازل ایرانیان است. از قسمت‌های مهم و حساس این بخش خبری «عناوین» آن است. این مقاله تلاش دارد از دریچه بحث‌های ادبی، به این دو پرسش که «مهمترین رخدادهای ادبی در عناوین این بخش خبری چیست؟ و کاربرد تدابیر یاد شده چه اهداف و نتایجی با خود دارد؟» پاسخ دهد. مقاله در محور نخست، مفاهیم «خبر»، «عنوان خبر»، «بخش خبری بیست و سی» و ساختار آن را روشن می‌سازد و در محور دوم، در دو قسمت، به تشریح پاسخ پژوهش می‌پردازد؛ ابتدا بنا بر اهمیت «جمله» در عناوین مورد بحث، نکات بلاغی مرتبط با «جمله» را برمی‌شمارد و در قسمت دوم با تکیه بر علوم «بدیع و بیان»، «ظرافت‌های ادبی» موجود در عناوین و کارکردهایشان را به عنوان گوشه‌ای از رخدادهای ادبی ارائه می‌دهد. پژوهش حاضر با روشی تحلیلی-توصیفی و با استخراج بیش از ۸۰۰ عنوان خبر، طی شست و پنج نوبت خبری (به صورت متناوب) از ابتدای آبان ۱۳۹۲ تا پایان آبان ۱۳۹۶ شکل گرفته است.

واژگان کلیدی: ادبیات و رسانه، خبر بیست و سی، بلاغت ادبی، عناوین خبری، شبکه دوم سیمای.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۴/۱۴

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۴/۱۰

۱ - نشانی پست الکترونیکی نویسنده مسئول: y-shokri@semnan.ac.ir

۱- مقدمه

زندگی اجتماعی بشر امروز وضعیت ویژه‌ای به خود گرفته است. آنها بیش از گذشته، مایل‌اند با هم در ارتباط باشند؛ از وضعیت یکدیگر مطلع باشند و در پیشبرد اهداف فردی و اجتماعی خود همکاری متقابلی را برمی‌گزینند. از مباحث مهم در حوزه فرهنگ و اجتماع، بحث «ارتباط»، کیفیت آن، نقش و جایگاه «زبان» در این مقوله است که به دنبال رشد سریع صنعت و فناوری‌های نوین، ماهیت آن در مقایسه با گذشته، بکلی تغییر یافت.

در میان انبوه وسایل ارتباط جمعی، «رادیو و تلویزیون دو وسیله ارتباط جمعی هستند که نفوذ آن‌ها شدید و میدان عملشان بسیار وسیع است؛ می‌تواند به طور غیر مستقیم در بالا بردن سطح زبان فارسی در جان شنوندگان و بینندگان خود سخت مؤثر باشد و مؤثر نیز بوده‌اند» (باطنی، ۱۳۸۰، ص ۲۰۸).

در این میان، حوزه «خبر و خبر رسانی» از پایه‌های اصلی رسانه به شمار می‌آید؛ «خبر رسانی به عنوان آگاهی‌بخشی و اطلاع‌دهی، نخستین کارکردی است که مبنای تأسیس سازمان رسانه (مطبوعات، خبرگزاری‌ها، سینما، رادیو و تلویزیون) محسوب می‌شود و اطلاع رسانی در خصوص رویدادها و وقایع مهم و جالب توجه، بخش زیادی از پیام‌ها یا تولیدات رسانه را در بر می‌گیرد» (نعمتی انارکی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۰).

«خبر بیست و سی» سالها از طریق آنتن شبکه دو سیما هر شب میهمان خانه ایرانیان است. این بخش خبری را «واحد مرکزی خبر» صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران تحت نظارت معاون سیاسی این سازمان تولید می‌کند.^۱ از ارکان مهم و کلیدی خبر بیست و سی که می‌تواند شاه بیت آن محسوب شود و با دارا بودن ظرافت‌های بسیار، از نگاه مخاطبانش پنهان است، «عناوین خبری» یا «تیترا» های (Titres) آن است. «تیترا جوهره یا روح خبر و ماندگارترین بخش آن در ذهن مخاطب است. در واقع، تیترا را می‌توان هدایت‌کننده به سوی خبر و هویت‌بخش خبر دانست که در ابتدای اخبار

قرار می‌گیرد و با کلمات محدود، پیام خبری را به ذهن مخاطب منتقل می‌کند» (نصراللهی، ۱۳۸۲، ص ۱۵۷).

پژوهش حاضر بنا بر اهمیت «خبر بیست و سی» و گستردگی مخاطبان آن، در پی کشف رخدادهای ادبی در «عناوین» بخش خبری یاد شده، بیان اهداف و نتایج آنهاست. مقاله در محور اول به تبیین برخی مفاهیم از قبیل «خبر»، «عنوان خبر» و «خبر بیست و سی» می‌پردازد و در محور بعد رخدادهای ادبی عناوین خبر بیست و سی را نخست با توجه به نکات بلاغی مرتبط با «جمله» (علم معانی) و سپس با استخراج ظرافت‌های ادبی (مباحث «بدیع» و «بیان») نشان می‌دهد. ابن پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و از میان بیش از ۸۰۰ عنوان خبر، طی ۶۵ نوبت خبری (به صورت متناوب) از ابتدای آبان ۱۳۹۲ تا پایان آبان ۱۳۹۶ تهیه و تدوین شده است. حاصل تلاش ما تأکیدی است بر این که «تنها آفرینش‌گران ادبی می‌کوشند تا از طریق گزینش طرزها، سبک‌ها و قالب‌های ادبی مناسب برای پیام‌های خود تا آنجا که ممکن است، خواننده را از جنس و سنخ پیشینه پیام خود بی‌گهانند» (حق شناس، ۱۳۷۰، ص ۲۳).

۱-۲- پیشینه تحقیق

زهره نامور و خدیجه امیری پریان (۱۳۹۶) در تنها پژوهش مرتبط با حوزه خبر بیست و سی، «استعاره‌های مفهومی» را بر اساس نظریه «لیکاف» (Lakoff) و «جانسون» (Johnson)، در ۶۷ نمونه از تیترهای این بخش خبری طی دی ماه ۱۳۹۴، بررسی کرده‌اند. در این پژوهش، برای هر سه نوع استعاره مفهومی «ساختاری»، «هستی‌شناختی» و «جهتی»، نمونه‌هایی یافت شده که در این میان نوع «هستی‌شناختی» با ۶۸/۶ درصد دارای بالاترین میزان حضور بوده است.

۲- تعریف مفاهیم و اصطلاحات

۲-۱- خبر

خبر از جمله حوزه‌هایی است که با نگرش‌های متفاوت تعاریف گوناگونی از آن ارائه شده است (شکرخواه، ۱۳۹۱، صص ۱۳-۲۰). با توجه به اقوال نظریه‌پردازان مختلف، می‌توان تعاریف متعددی برای «خبر» ارائه داد که مهمترین آنها عبارتند از: خبر چیزی است که مردم درباره‌اش از یکدیگر بپرسند. خبر گزارش واقعیت‌هاست، اما هر واقعیتی را نمی‌توان خبر نامید. خبر پیامی است که احتمال صدق یا کذب در آن وجود دارد. اطلاعات مربوط به آنچه رخ داده است خبر نامیده می‌شود. خبر هر موضوع جاری روز است که به علت جالب بودن و طرف توجه قرار گرفتن از جانب خوانندگان در مطبوعات منتشر می‌شود. از بهترین تعاریف مقوله «خبر» که به مقاصد پژوهش حاضر نزدیک است می‌توان به این تعریف اشاره کرد: «خبر نقل جریان وقایع، اقدامات و عقاید در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، هنری، علمی، فنی و وضع زندگی دسته جمعی است» (معتدنزاد، ۱۳۷۱، ص ۱۹).

۲-۲- عنوان خبر (تیتر)

عنوان (Headline/titre) شکل موجز و فشرده‌ای از خبر است که مهمترین اهداف آن خبر را در خود دارد و در ابتدای خبر ذکر می‌شود. ویژگی‌های بارز «عنوان» از نظر بدیعی و قندی (۱۳۷۸، ص ۱۰۹) چنین است: «تیتر باید با مطلب خبر هماهنگ باشد؛ باید از واژه‌های آشنا و رسا استفاده کند؛ روشن، دقیق و بدون ابهام باشد؛ هر چه تیتر کوتاه‌تر باشد مناسب‌تر است؛ انتخاب فعل مناسب، کلید موفقیت در نگارش تیتر است». از کارکردهای «عنوان» می‌توان به ترغیب خوانندگان به خواندن خبر، تعیین ارزش و اهمیت خبر، و تفکیک مطالب از یکدیگر اشاره کرد (ر. ک. شکرخواه، ۱۳۹۱، ص ۱۰۶).

۲-۳- خبر بیست و سی

«این برنامه یک بخش خبری با مدت زمان ۱۵ تا ۲۰ دقیقه‌ای است که در ساعت بیست و سی، دقیقه همه روزه، از شبکه دو سیمای جمهوری اسلامی روی آنتن می‌رود» (پخش خبر بیست و سی، ۹۶/۸/۲۹).

در این بخش خبری، متفاوت‌ترین و جذاب‌ترین موضوع‌های خبری مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد و به خاطر تلاش برای نشان دادن مواضع جناح‌های سیاسی، انعکاس انتقادی خبرها، طرح رخداد‌های تازه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، پیگیری قول و قرارهای مسئولان، پیگیری نقایص کاری ادارات و مراجع عمومی، پیگیری مطالبات و شکایات مردم و دارا بودن قسمت‌های ویژه از بخش‌های خبری پرمخاطب تلویزیون در سال‌های اخیر به شمار می‌آید.

۳- رخداد‌هایی ادبی در عناوین بیست و سی

از آنجایی که عناوین خبر، نقطه آغاز ارتباطی مؤثر با مخاطب است، متولیان آن را به فراهم آوردن تمهیداتی هنری و تبلیغی وامی‌دارد. بر خلاف نظر کسانی که معتقدند در متن تبلیغی و به اصطلاح پروپاگاندايي میزان استفاده از آنچه صنایع ادبی نامیده می‌شود بسیار زیاد است، استفاده از این صنایع، انرژی متن را می‌گیرد و از میزان اطلاعات می‌کاهد (ر. ک. میرفخرایی، ۱۳۸۵، صص ۱۶۹-۱۷۲)؛ فضای خبررسانی دنیای امروز مسیری یک طرفه نیست که فقط گوینده‌ای حاضر باشد و انبوه مخاطبان عناصری خنثی به حساب آیند؛ از اینرو «خبر تلویزیون می‌تواند از سویی، با احساسات مردم سخن بگوید (تحریک عواطف) و از سوی دیگر، به عقل آنها توجه داشته باشد (تحلیلی)» (نعمتی انارکی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۲).

شکرخواه دوازده «ارزش خبری» را به نقل از یوهان گالتون (Johan Galtung) و مری هولمبورگ (Mari Holmboerge) برمی‌شمارد (۱۳۹۱، صص ۳۱-۴۱) که یکی از آنها دارا بودن «آستانه» یا «نقطه شروع» (Threshold) است که «در حقیقت، اندازه و قد

و قواره» رویداد است؛ اگر خبر به آن سطح نرسد اصطلاحاً مخابره نخواهد شد» (همان، ص ۳۳).

حال، باید پرسید نقش زبان و امکانات ادبی آن در آفرینش این آستانه و «نقطه شروع» چیست؟ در جواب، باید گفت «زبان ادب نه برای ارتباط بلکه برای ارجاع به خود به کار می‌رود و این همان دیدگاهی است که یاکوبسن (Jakobson) نیز به دست می‌دهد و زبان را آن زمان دارای نقش ادبی می‌داند که توجه به سوی خود پیام باشد» (صفوی، ۱۳۸۳، ص ۳۴). همین عملکرد زبان ادبی و امکانات ویژه آن است که حضورش به گونه‌ای جدی در عناوین خبر بیست و سی احساس می‌شود. مهمترین روش‌ها و رویکردهای به کارگیری آموزه‌های ادبی در عناوین خبر بیست و سی در دو محور قابل بررسی است.

۳-۱- توجه به نکات بلاغی

چنانکه می‌بینیم، «بلاغت علمی است که بر اساس آن راه‌های مطابقت کلام با مقتضای حال (یعنی تأثیربخشی به مخاطب) بررسی می‌شود؛ یعنی رسیدگی به این‌که در کجا چه نوع سخنی مؤثر است. بی‌گمان، یک جا خلاصه و کوتاه سخن گفتن مؤثر است و جای دیگر، بتفصیل و طولانی. در یک جا، صراحت لازم است در جای دیگر پوشیدگی» (شفیعی کدکنی، ۱۳۹۱، ص ۴۲۴). در موضوع مورد بحث ما، با توجه به اختصار مطلب در «عناوین خبر» و محدودیت میدان فرصت و تنوع سنی و سلیقه‌ای مخاطبان، پای امکانات بلاغی، بیشتر به میان می‌آید.

منظور از نکات بلاغی در این قسمت، با توجه به «جمله‌وارگی» عناوین خبر بیست و سی، مباحثی است که در سطح جمله یا کلام رخ می‌دهد (البته به قواعد جمله و احتمال حذف برخی اجزای آن باید دقت کرد). در ادامه آنها را مورد به مورد می‌آوریم.

۳-۱-۱- کوتاهی جملات و ایجاز

با عنایت به این‌که «خبر را می‌توانیم بیان رویداد در حداقل زمان و عبارات و ظرفیت‌های مکتوب دیداری و شنیداری فرض کنیم» (قربانی، ۱۳۸۵، ص ۳۴)، تنظیم

عنوان خبر با عبارتی کوتاه گزینه‌ای مناسب برای گنجاندن اهداف، در نظر گرفتن مؤلفه زمان و هم‌سوئی با مخاطبان آن است.

ایجاز در عناوین خبر بیست و سی (با استمداد از صدا و تصویر) مبتنی بر انگیزه صرفه‌جویی در زمان، ارتباط بهینه و دیگر مواردی است که در بخش‌های آتی به آنها اشاره می‌شود. «خبر تلویزیون باید ساده و روان باشد؛ از به کار بردن لغات دشوار بپرهیزد و همچنین، کوتاه باشد تا درک شود» (عباسی، ۱۳۸۰، ص ۴۱). در نمونه‌های ذیل، عناوینی به طول دو کلمه هم مشاهده می‌شود.

- اربعین آمد. ۲ ۹۲/۱۰/۱ - پلیس نیجر رو در روی مردم. ۹۳/۱۰/۲۸

- یزد جهانی شد. ۹۶/۴/۱۸ - یمن در وضعیت خاکستری. ۹۳/۱۰/۳۰

- از صلح تا اقتدار. ۹۳/۱۰/۱۰ - بازگشت آب به تالاب. ۹۵/۱۱/۱۵

۳-۱-۲- ماهیت مبتدا-خبری جملات^۳

در ساخت مبتدا - خبری (thematic - structure)، جمله به دو قسمت تقسیم می‌شود؛ «هرچه نخست بیاید مبتدا و هرچه بعد بیاید خبر است. مبتدا موضوع اصل بحث است و فرق نمی‌کند که فاعل یا مفعول یا فعل باشد» (شمیسا، ۱۳۹۳، ص ۹۱). به عبارت دیگر، جهت ایجاد ساختار روایی و تأکید بر کوتاهی جملات فقط مبتدا و خبر بودن اساس قرار می‌گیرد؛ حضور فعل و اینکه «مفعول» خود را نشان دهد یا خیر، مهم نیست. این ویژگی بر تعداد قابل توجهی از عناوین خبر بیست و سی حاکم است و برجسته‌سازی قسمت‌هایی از خبر از نتایج آن است.

- مجالس داغ سیاسی (مبتدا) برای مبارزه با گروه‌های تروریستی (خبر). ۹۳/۱۰/۴

- رونق (مبتدا)، وعده رئیس جدید بورس (خبر). ۹۳/۱۰/۶

- برد موشک‌های ایران (مبتدا) در شورای امنیت (خبر). ۹۵/۱۱/۱۲

- مواضع شورای نگهبان (مبتدا)، بی‌تأثیر از حوادث سیاسی (خبر). ۹۶/۴/۲۸

۳-۱-۳- تسلط لحن محاوره‌ای و گفتاری

هرچند اتخاذ این شیوه در رسانه‌ای رسمی همچون تلویزیون می‌تواند بستر صدماتی در حوزه زبان معیار و ترویج برخی ناراستی‌های کلامی باشد؛ اما در نزدیک شدن به مخاطبانی که از طبقات مختلف‌اند (البته با سطح علمی مختلف) مؤثر می‌افتد و کار انتقال پیام، مسیر کوتاه‌تری را می‌پیماید. «در موردی که باید سخن را با زبان عوامانه و عوام‌فهم گفت اگر با اصطلاحات غلیظ علمی و لغات دور از ذهن به مخاطب بگویند آن کلام را بلیغ نتوان گفت، هر چند تمام کلمات به جای خود فصیح و صحیح باشد» (همایی، ۱۳۷۰، ص ۳۹).

لحن محاوره‌ای و گفتاری در خبر بیست و سی، به صورت شکسته شدن برخی کلمات («می‌شه» به جای «می‌شود»، «می‌افته» به جای «می‌افتد»)، استفاده از ساختار گفتاری و ضرب‌المثل‌ها (از قبیل: راست و دروغ، به درد بخور، دخل و خرج) و جابجایی اجزای جمله قابل مشاهده است. نشانه‌های برنامه تلویزیونی را در سه نظام رمزگانی «اجتماعی»، «فنی» و «بیانی» طبقه‌بندی می‌کند و در این میان، گزینش نوع «بیان» در آفرینش فضای عاطفی محتوا مؤثر است. در مثال‌های زیر «بیان» محاوره‌ای و گفتاری حاکم بر جملات کاملاً آشکار است (سجودی، ۱۳۷۹، ص ۱۴۱).

- چند سوال به درد بخور برای دارندگان گوشی‌های همراه. ۹۲/۹/۹

- پیش‌نویس دخل و خرج دولت در سال ۹۳ تقدیم مجلس شد. ۹۲/۹/۱۷

- پیگیری راست و دروغ یک شایعه. ۹۲/۹/۹

- زیرآبی رفتن بانکها در پرداخت سودها. ۹۶/۸/۱۶

۳-۱-۴- برجسته شدن برخی واژه‌ها با تکیه

در این روش، برخی واژه‌ها، دقیق‌تر، پررنگ‌تر و با شدت بیشتری قرائت می‌شوند. این واژه‌ها یا با بُعد ارجاعی خبر، همسو هستند و با تکمیل روند بلاغی عبارت، تنظیم‌کنندگان خبر را در دستیابی به مقصد یاری می‌دهند یا حتی ممکن است چهره تازه‌ای به حوادث ببخشند. در این صورت «بین رویداد اتفاق افتاده و خبر منتشرشده،

تفاوت زیادی به چشم می‌خورد» (نعمتی انارکی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۸). در عبارت‌های زیر، کلمات مشخص شده برجسته‌تر از سایر واژه‌ها تلفظ می‌شوند.

- وقتی دنا صادرات را برای بقا انتخاب می‌کند. ۹۳/۱۰/۲۰ (دنا: نام اتومبیل)

- یک ایران زیر چتر سلامت. ۹۳/۱۰/۲۲ («بیمه سلامت» به وسعت ایران است)

- بازار هنر، مأمّن جدید میلیاردرها. ۹۶/۴/۱۷ (کار عجیب ثروتمندان)

- وحدت لازمه امنیت و زمینه ساز رونق اقتصادی. ۹۳/۱۰/۲۰ (تأکید بر وحدت)

۳- ۱- ۵- جابجایی اجزای کلام (تقدّم و تأخّر)؛

بنا بر اعتقاد لاینز (Lyons) (۱۳۸۳، ص ۶۰) «معنای جمله صرفاً به وسیله معنای واژگانی که جمله از آن ساخته شود، متعیّن نمی‌شود؛ بلکه به ساخت دستوری نیز بستگی دارد». این وضعیت در عناوین خبر بیست و سی به وضوح قابل مشاهده است. جابجایی اجزای کلام، نحو جدیدی در چینش کلمات به نمایش می‌گذارد و به نوبه خود، در معنی‌آفرینی و تأثیر بر ذهن مخاطب نقش ایفا می‌کند. «طبق دیدگاه جرجانی، الفاظ زمانی مفیدند که بر اساس نوع خاصی از تألیف، با هم ترکیب شوند و حسن و زیبایی کلام به ترتیب کلمات، طبق سبک خاصی بر می‌گردد» (مرادی و کاظمی، ۱۳۹۵، ص ۹۶). تقدیم و تأخیر اجزای کلام و همسو بودن آنها با اهداف خبر در مثال‌های ذیل روشن است.

- شهر باران چرا باید با یه باران این جوری بشه؟ (تأخیر «چرا»)؛ ۹۲/۸/۲۵؛

- کمتر از هجده ساعت دور تازه‌ای از مذاکرات پیچیده شروع می‌شود (تأخیر

«نهاد»)؛ ۹۲/۸/۲۸؛

- بشنوید از آسمان خشک پایتخت که آلاینده‌ها رابطه‌اش را با برف و باران

شکرآب کرد (تقدیم «فعل»)؛ ۹۳/۱۰/۲۹؛

- قول بیمه‌های تکمیلی در بستن قرارداد با بیمارستان‌های خصوصی تا ۲۰ دی

چقدر عملی شده؟ (تأخیر «قید»)؛ ۹۳/۱۰/۲۸؛

۳-۱-۶- توجه به لحن‌های مختلف

لحن‌های مختلف سؤالی، خبری و تعجبی علاوه بر ایجاد تنوع، انگیزه‌های بلاغی دیگری به دنبال دارند؛ «بدیهی است که از همه امکانات برای تأثیر هرچه بیشتر کلام باید استفاده کرد. حتی اگر حرکات دست و صورت و لحن صدا باشد» (شمیسا، ۱۳۹۳، ص ۴۳).

در خبر بیست و سی، گاه، عنوان خبر به صورت سؤال می‌آید (با لحن یا قید پرسش) و توضیحات مفصل بعد از آن، پاسخی بدان است (فرآیند خبر نوعی پرسش و پاسخ است)، یا برای اعجاب نهفته در خبر، عنوانی تعجبی تدوین می‌شود (نوعی غنی‌سازی خبری). موارد ذیل نمونه‌هایی از این تدابیر اثرگذاراند.

- تعجب: تحویل خودرو با بیست و هشت سال تأخیر! ۹۲/۸/۱۹

- سؤالی: حمله به شارلی دو به چه نیستی؟ ۹۳/۱۰/۲۵

- سؤالی: تلاش‌ها برای ترویج نماز چه نتایجی داشته؟ ۹۳/۱۰/۱۰

- خبری: قوت گرفتن بازداشت حریری در ریاض. ۹۶/۸/۲۰

- سؤالی: در مذاکرات ژنو، چه کسی چه نقشی بازی کرد؟ ۹۲/۸/۲۰

۳-۱-۷- حذف فعل

بر خلاف نظر برخی کارشناسان رسانه که معتقدند: «انتخاب فعل مناسب کلید موفقیت در نگارش تیتراژ است» (بدیعی و قندی، ۱۳۷۸، ص ۱۰۹)؛ نبود فعل در عناوین خبر بیست و سی توانمندی ویژه‌ای به «عنوان خبر» می‌بخشد؛ مستمع را به انتظار می‌نشانند؛ او را در تکمیل روند خبر، سهیم می‌دارد و مسیر شکل‌گیری خبر را در ذهن او نمی‌بندد. در اولین نمونه از چند مثال ذیل، سه مطلب بدون استفاده از فعل در یک عنوان خبری جمع شدند (کتاب‌های جدید، معلمان آموزش ندیده، دانش‌آموزان سردرگم).

- کتاب‌های جدید و معلمان آموزش ندیده و دانش‌آموزان سردرگم. ۹۲/۸/۲۶

- قیمت نفت زیر ۴۵ دلار. ۹۳/۱۰/۲۷

- بارش‌های موازی در شمال و جنوب. ۹۲/۱۰/۲۸

- پایان فصل داعش در موصل. ۹۶/۴/۱۸

۳- ۱- ۸- ارائه عباراتی با الگوی «از ... تا ...»

در این الگو عمدتاً دو تقابل کنار هم می‌نشینند که علاوه بر نمایش گسترده‌ی مطلب خبری، اعجاب مخاطب و بزرگ‌نمایی اقدام صاحبان خبر به گونه‌ای بدیع و چشمگیر ترسیم می‌گردد. «سواحل مکران، مدار ده درجه»، «کاخ نیاوران، کاخ سفید»، «ایده، عمل»، «آسیا، افریقا» در مثال‌های ذیل تقابل‌هایی هستند که در این الگو کنار هم جمع شدند.

- نمایش اقتدار دفاعی ارتش از سواحل مکران تا مدار ده درجه اقیانوس هند.

۹۳/۱۰/۴ (بیان وسعت و اعجاب‌انگیزی رزمایش)

- از کاخ نیاوران تا کاخ سفید. ۹۵/۱۱/۱۲ (ارائه تعجب‌انگیز سیاست خارجی

پهلوی دوم و ارتباط او با ایالات متحده)

- تنور داغ توافقات اقتصادی از آسیا و اروپا تا آفریقا. ۹۳/۱۰/۱۰ (تلاش گسترده

اقتصادی دولت در نقاط مختلف جهان)

- شرط و شروط مدارس هیأت‌امنایی از ایده تا عمل. ۹۳/۱۰/۲۲ (پیگیری ریشه‌ای

تأسیس مدارس هیأت‌امنایی)

۳- ۱- ۹- کمک گرفتن از تتابع اضافات

که عمدتاً جهت فشردگی خبر در سطح یک جمله بهره‌برداری می‌شود؛ ابزاری

مناسب برای صرفه‌جویی در زمان و ارتباطی اثرگذار با مخاطب. جملات زیر بیانگر این

شیوه‌اند.

- پایان هم‌کدسازی تلفن همراه. ۹۳/۱۰/۶

- رایزنی‌های وزیر خارجه قبرس در تهران. ۹۳/۱۰/۲۱

- ورود سازمان بازرسی برای ریشه‌کنی کارت‌های بازرگانی صوری. ۹۶/۸/۱۴

- ادامه دیدارهای تدارکاتی قبل از مذاکرات هسته‌ای. ۹۳/۱۰/۲۲

۳- ۱- ۱۰- اتخاذ اهداف ثانوی در لحن جملات

امروزه مراکز خبری در تدوین برنامه‌ها علاوه بر درج اخبار و گزینش مسیرهای مناسب انتقال، برنامه‌هایی برای القای ایده‌های شخصی خود در نظر می‌گیرند و در مسیری خنثی و بی‌طرفانه حرکت نمی‌کنند. «دو نقش را می‌توان برای مدیریت خبر پیش‌بینی کرد؛ نخست مدیریت خبر، انعکاس دهنده واقعات باشد و سپس مدیریت خبر، نقش مداخله‌گر را ایفا کند. به عبارتی، در مدیریت خبر می‌توان به رویدادها ورود پیدا کرد و با دستکاری آنها خبرسازی کرد و جریانی را پدید آورد» (نعمتی انارکی، ۱۳۹۲، ص ۱۳۰).

به نظر می‌رسد کارگزاران خبر بیست و سی با اتخاذ برخی روش‌های بلاغی در پردازش عناوین، در پی زیر سؤال بردن و توییح افراد یا جریانی خاص یا تشویق و ترویج عقایدی ویژه در میان مخاطبان هستند. جهت نمونه، گاه به جای جمله‌ای خاص (بخصوص خبری) از جمله پرسشی استفاده می‌کنند؛ «این گونه جملات پرسشی، استفهام مجازی است که به آن استفهام تولیدی هم می‌گویند» (شمیسا، ۱۳۹۳، ص ۱۳۵). جملاتی که «جنبه سؤال غیر ایجابی دارند؛ یعنی سؤالی که جواب نمی‌خواهند» (همان، ص ۱۴۵) و برای اهداف ثانوی تنظیم می‌شوند. عناوین خبری ذیل نمونه‌هایی هستند که اهدافشان در مقابل آن‌ها درج می‌گردد:

- فکر می‌کنید سفیر ایتالیا در اتاق مدیر عامل پرسپولیس چه کار می‌کنه؟ ۹۲/۸/۲۱ (بیان اعجاب‌آمیز عملکرد مدیرعامل با عبارت پرسشی)؛
- چی شد که بهار به خزان رسید؟ ۹۲/۸/۶ (سؤال برای طعنه و تعریض = تعریض به برخی گروه‌های سیاسی)؛
- شاهراه قاچاق سوخت همچنان پرتردد. ۹۳/۱/۲۸ (خبر برای اغراق = قاچاق سوخت به شدت ادامه دارد)؛
- کودک پنج ساله ایرانی تهدیدی برای امنیت آمریکا. ۹۵/۱۱/۱۳ (خبر برای دادخواست = به داد کودک پنج ساله ایرانی برسید).

۳-۲- برجستگی ظرافت‌های ادبی

هرچند دنیای خبر رسانی باید از ابهام‌های تأمل برانگیز دور باشد و امکانات زبانی آن باید در حدّ فهم اکثر مخاطبان در نظر گرفته شود و از به کارگیری ظرافت‌های ادبی با این نگاه که «اعیان و آثار ادبی هرچند از مادهٔ زبان‌اند، ولی زبان نیستند» (حافظی، ۱۳۷۰، ص ۱۴) باید اجتناب کرد؛ اما در نگاهی دیگر، آموزه‌های ادبی اگر در سطحی ملایم با زبان نرم خبر همراه شود و در مسیر کم‌تب‌وتاب آن، زیبایی‌هایی محسوس نمایان سازد می‌تواند بر تأثیرگذاری و جذابیت آن بیفزاید؛ اهدافی که متصدیان خبری با پیگیری آن، گاه خبری معمولی را تا حدّ یک خبر حسّاس ارتقا می‌دهند. «چندلر (Chandler) می‌نویسد فنون بلاغی صرفاً با چگونگی بیان اندیشه‌ها سر و کار ندارند بلکه بر چگونگی اندیشیدن نیز تأثیر می‌گذارند» (سجودی، ۱۳۹۰، ص ۵۳). سایهٔ مثبت ابزارهای ادبی بر سر عناوین خبر بیست و سی برای اهل فن قابل دریافت است. در ادامه، به شماری از مهمترین فنون ادبی- مرتبط با علوم «بیان» و «بدیع»- و اهدافشان اشاره می‌شود.

۳-۲-۱- کنایه

کنایه‌ها از عناصر مهم فرهنگی‌اند که در حوزهٔ زبان نمود می‌یابند؛ رخدادی بدیع در زبان به شمار می‌آیند و آنها را از محدود شدن در حیطهٔ زبانی خاص رها می‌سازد. «اگر انسان‌ها گرفتار صورتی از نمادها قرار گیرند که اندیشهٔ او را سد کند در واقع، گرفتار قدرتی تقلیل‌گر شده است- قدرتی که اندیشهٔ انسان را به تجربه‌های حسّی یک بعدی ارجاع می‌دهد» (جهان‌دیده، ۱۳۷۹، ص ۴۸). کنایه‌ها در عناوین ذیل علاوه بر عملکرد فرهنگی با مضامین خبر و اهداف دیگر همراه است.

- وضعیت در باشگاه قرمزپوشان پایتخت همچنان قرمز ۹۳/۱۰/۱ (نامناسب)؛
- کشتی دزدان دریایی باز هم به گل نشست ۹۳/۱۰/۱۵ (شکست خوردن)؛
- نمایش یک‌رنگی ملت زیر پرچم سه رنگ ایران اسلامی ۹۵/۱۱/۲۲ (اتحاد)؛
- ابدی شدن یه صدای ماندگار در قاب خاطرات ۹۳/۱۰/۳ (وفات کردن)؛

۳-۲-۲- مجاز

مجاز با علاقه‌های مختلف در عناوین خبر بیست و سی رخ نشان می‌دهد. این مجازها به دلیل نزدیکی با مذاق مخاطبان دیریاب نیست و امکانات رمزگانی خبر، حقیقت آن را آشکار می‌سازد؛ در نتیجه، با افزایش تنوع واژگانی و سطح غنای فرهنگی خبر می‌تواند اتفاقی پسندیده به حساب آید.

- گفتگوی ظریف در بهارستان ۹۲/۹/۱۹ (مجلس شورای اسلامی)؛

- تنگ‌تر شدن حلقه‌ نامزدهای کرسی بهشت ۹۶/۴/۲۸ (شهرداری تهران)؛

- ابوریحان میزبان روحانی در روز دانشجو ۹۲/۲/۱۶ (دانشگاه شهید بهشتی)؛

- پس لرزه‌های دستور ترامپ برای آمریکایی‌ها ۹۵/۱۱/۱۲ (عواقب ناگوار).

۳-۲-۳- تشخیص

تشخیص از ظرافت‌های قابل توجه و پربسامد در عناوین خبر بیست و سی است که با اتصال دو محور انسان و غیر انسان، لایه‌های روانی خبر را بهبود می‌بخشد؛ چهره‌تازهای به حوادث می‌دهد و در ایجاد هم‌دلی و هم‌حسی با مخاطب مؤثر می‌افتد.

- عیادت بیست و سی از یکی از بخش‌های نظام تحول سلامت ۹۳/۱۰/۱۱؛

- دانشگاه تهران در انتظار رئیس، رئیس در انتظار رئیس جمهور ۹۳/۱۰/۱۴؛

- شب‌های ناآرام پاریس ۹۵/۱۱/۱۹؛

- باز شدن پای پیاز گرون قیمت به حیاط پاستور ۹۶/۴/۲۸.

۳-۲-۴- آوردن واژگانی با تناسب معنایی

این رویکرد در انسجام متن، تداعی معانی و افزودن جذابیت، تأثیر بسزایی دارد. واژگانی که با هم تناسب نزدیک‌تری دارند در عناوین ذیل نشان داده شده‌اند.

- چند برداشت آزاد برای گذراندن یه تعطیلات آخر هفته ۹۳/۱۰/۱۸؛

- رایزنی محور مقاومت در ضلع بغداد ۹۳/۱۰/۳؛

- صعود شیرین با طعم صدرنشینی ۹۳/۱۰/۲۹؛

- طعم خوش زمستان با چاشنی برف و باران ۹۳/۱۰/۲۹.

۳-۲-۵- تکرار واژه

«از لحاظ زبانی - ادبی، هر واژه و عبارت و چگونگی ترتیب قرار گرفتن آنها در یک متن برای مخاطب معنی ویژه‌ای دارد» (عباسی، ۱۳۸۸، ص ۱۴). در همین راستا، تکرار برخی واژه‌ها در عناوین خبر بیست و سی در جلب نظر مخاطب، انتقال پرننگ‌تر محتوا و بازآفرینی مفهوم، سودمند است.

- واردات پهنای باند روی باند آزادسازی ۹۲/۸/۲۷؛

- افتتاح پالایشگاه غلات در ابعاد پالایشگاه نفت ۹۵/۱۱/۱۲؛

- خبرهای داغ از چهارشنبه‌های داغ پاستور ۹۶/۴/۲۸؛

- زمین دانشکده توانبخشی نیازمند توانبخشی ۹۶/۴/۱۰.

۳-۲-۶- ایهام

به کارگیری ایهام با معانی چندگانه در عناوین خبر رسمی شاید از این بابت که روند انتقال معنی را با مشکل مواجه می‌سازد دور از تصور باشد، ولی از این جهت که در فاصله‌ای اندک، مطالبی گسترده‌تر ارائه می‌دهد و بر چندلایگی خبر می‌افزاید می‌تواند اتفاقی مبارک باشد. موارد ذیل (که به معانی آنها اشاره شد) نمونه‌های زیبایی از ایهام در عناوین خبر بیست و سی هستند.

- یک پیشنهاد دندون‌گیر به والیبالیست معروف ۹۳/۱۰/۳ (سرشناس، نام فرد)؛

- مخابره امید در آنتن رسانه ملی ۹۲/۹/۳۰ (ماهواره، دلگرمی، دولت تدبیر و امید)؛

- حساب و کتاب کیلویی موبایل در گمرک ۹۲/۹/۱۲ (وزنی، عجیب)؛

- وقتی غیر مجازها برق از سر مجازها می‌پراندند ۹۶/۸/۲ (برق، متعجب کردن).

۳-۲-۷- ضرب‌المثل

همراهی این فن در فضای جدی خبر چه حاصلی به دنبال خواهد داشت؟ «در ضرب‌المثل قصد نه پنهان کردن معنا که فشرده‌کردن آن در قالب فرمولی به یاد ماندنی است» (اسکولز (Scholes)، ۱۳۷۹، ص ۷۳) بنابراین، می‌توان از ظرفیت اختصار عناوین در کاربرد این فن ادبی استمداد جست.

خبر بیست و سی در مسیر چشم‌انداز خبری و جهت ارتباط عاطفی‌تر با مخاطب و برآوردن اهداف بلاغیِ خبر نه تنها آنها را به خدمت گرفت بلکه در بازشناسی و بسترسازی آن تلاش کرد. ضرب‌المثل‌هایی از فرهنگ غنی فارسی در موارد ذیل قابل مشاهده است.

- چرا بعضی پزشکان عطایش را به لقایش می‌بخشند ۹۲/۹/۱۱؛

- وقتی خواستن به توانستن ختم می‌شود ۹۲/۹/۱۱؛

- روایت بار کجی که به منزل نرسید ۹۶/۴/۲۸؛

- وقتی برای درست کردن ابرو چشم‌ها کور می‌شود ۹۲/۸/۲۶.

۳-۲-۸- تشبیه

بهره‌گیری از تشبیه به عنوان یکی از شناخته‌ترین فن ادبی با ظرفیت‌های گوناگون برای هر کاربر می‌تواند منشأ اثر باشد. خبر بیست و سی از زیبایی‌های این ابزار شعری بی‌بهره نماند. «استفاده هنرمندانه از جوهره شعری نیز می‌تواند به «درونه تیترا» عمق و معنا بخشد و آن را به نوعی «کلام مخیل» تبدیل کند» (شکرخواه، ۱۳۹۱، ص ۱۰۷). از طرفی دیگر تشبیه در اذهان مخاطبان ایرانی، به خاطر آشنایی با فرهنگ غنی ادبی، نامی آشناست در نتیجه تشبیهات ابتکاری می‌تواند در تأثیرگذار بودن فضای خبر، نقش ایفا کند. استعاره، تشبیه، کنایه و دیگر صناعات شعری باید در خدمت معنی باشد؛ بر اقتدار معنا بیفزایند؛ جامه نوری بر قامت آن بپوشانند و به شرح و بسط اندیشه و تثبیت آن در ذهن و ضمیر شنونده کمک کند» (فتوحی، ۱۳۸۹، ص ۸۹). نمونه‌های ذیل از تشبیهات اثرگذار در عناوین خبر بیست و سی هستند که به صورت فشرده (بلیغ) ظاهر شدند.

- آمریکا زیر شلاق طوفان. ۹۲/۸/۲۷

- باز کربلای ایران عطر شقایق به خود گرفت. ۹۲/۹/۱۷

- درست مصرف کردن چاره بیرون اومدن از چاه کم آبی. ۹۳/۱۰/۲۵

- برجام، سرعت‌گیری برسر راه توان هسته ای ایران. ۹۶/۸/۱۵

۳-۲-۹- استعاره

هر چند در استعاره به علت وجود تصاویر جایگزین، روند انتقال مفهوم به کندی پیش می‌رود، اما وجود تصاویر متعدد، فضا را برای گشودن اندیشه‌ها و عرضه دیدگاه‌های گوناگون باز می‌گذارد. «استعاره بیان تجربه‌هایی را ممکن می‌سازد که در ظرف زبان و دلالت‌های عادی نمی‌گنجد. استعاره به کمک فرآیندهای تخیلی، آشکالی از ادراک را وارد زبان می‌کند و همراه خود اشکال زبانی تازه‌ای نیز می‌سازد» (فتوحی، ۱۳۹۱، ص ۳۴۲). لفظ استعاره در خبر بیست و سی به خاطر مدلول‌های فرهنگی و تداعی تصاویر متنوع، التذاذ مخصوص به خود دارد. در ادامه، به چند نمونه از تصاویر استعاری همراه با مفهومی‌شان اشاره می‌شود.

- سفر به آخر رسید و حلقهٔ میلیونی عزاداران به دور نگین انگشتی ایران

۹۳/۱۰/۱ (امام رضا-ع)؛

- سرزمین طلای سرخ در انتظار روزهای سبزتر ۹۳/۱۰/۱ (خراسان جنوبی)؛

- کربلا میزبان زائرانی است که از سراسر جهان به سوی کشتی نجات آمدند.

۹۶/۸/۱۶ (امام حسین-ع)؛

- پرواز بلژیک- تهران با مسافرانی سه هزار ساله به زمین نشست ۹۳/۱۰/۴

(اجناس عتیقه).

۳-۲-۱۰- انواع جناس

به نظر می‌رسد کوتاهی عناوین خبر و محدودیت فرصت، با ابزار ادبی جناس در بخش خبری بیست و سی مناسبتی نزدیک می‌یابند و به مسیری واحد می‌رسند. جناس به علت همسانی واج‌ها، ابزاری گوش‌نواز است و برجستگی آوایی خاصی به کلام می‌بخشد و در صورت همراه بودن معانی غنی و مناسب، انرژی مضاعفی بر عنوان خبر حاکم می‌کند. در مثال‌های ذیل تأثیر جناس‌ها هم در مختصرسازی حجم کلام و هم در رسایی مطلوب معانی بازر است.

- بلدوزر قانون، گلستان زمین خواران گلستان را خزان کرد ۹۳/۱۰/۱؛

- ثبت نام دانشجویان شاهد و اینثارگر دانشگاه آزاد، آزاد شد ۹۳/۱۰/۲۴؛
- سندی به نام توسعه اما به کام نفوذ ۹۶/۴/۱۷؛
- شور با شورای شهری ها در پاستور ۹۶/۸/۱۵.

نتیجه‌گیری

«عناوین خبر بیست و سی» با جذب آموزه‌های ادبی، توانمندی ویژه‌ای به خود گرفت. آموزه‌های یاد شده و عملکردشان در دو گروه قابل بررسی است.

الف) رخدادهایی که در قلمرو علم «معانی» در سطح «جمله» نمود پیدا می‌کنند عبارتند از: کوتاهی جملات (در نظر گرفتن مؤلفه زمان)، ماهیت مبتدا- خبری عبارات (برجسته‌سازی اجزایی از خبر)، لحن محاوره‌ای و گفتاری عناوین (آفرینش فضای عاطفی و هم‌سویی با مخاطب)، نقشمندی «تکیه» در تلفظ برخی واژه‌ها (برجستگی بعد ارجاعی خبر)، تقدّم و تأخر ارکان عبارت (معنی آفرینی)، حذف فعل در اکثر عناوین (کوتاهی عبارات و سهیم شدن مخاطب در تکمیل خبر)، گوناگونی لحن: خبری، پرسشی، تعجبی (تنوع و جهت‌دادن)، عباراتی با الگوی «از ... تا ...» (بزرگ‌نمایی و گسترش‌دهی اقدام صاحبان خبر) و تابع اضافات (فشرده‌سازی حجم جملات).

ب) رخدادهای ادبی که با مباحث «بدیع و بیان» مرتبط‌اند عبارتند از: کنایه (اثرگذاری و هم‌سویی فرهنگی)، مجاز (بهبودی ابعاد خبر و غنی‌سازی لغوی)، تشخیص (تأکید بر لایه‌های روانی خبر)، تکرار (بازآفرینی مفهوم و برجسته‌سازی واژه‌ها)، انواع ایهام (چندلایه‌سازی خبر)، تناسب معنایی واژگان (تداعی معانی و تعلیق)، ضرب‌المثل (فشرده‌سازی معنی و فرهنگ‌مداری)، تشبیه (اقتدار معنی)، استعاره (تداعی تصاویر و جذابیت) و جناس (اثربخشی و تزئین).

یادداشت‌ها

۱. خبر بیست و سی مدت‌ها فقط در روزهای غیر تعطیل از شبکه دوم پخش می‌شد، اما در چند سال اخیر همه روزه از همین شبکه پخش می‌گردد.
۲. تاریخ‌ها بیانگر تاریخ پخش خبر از بخش خبری بیست و سی است.
۳. شمیسا در کتاب معانی از قول هالیدی (Holliday) به دو نوع ساخت جمله اشاره می‌کند. (ر. ک. شمیسا، ۱۳۹۳، ص ۹۱)
۴. محمد خلیل رجایی در تقدیم مسندالیه می‌گوید «تقدیم مسندالیه به مسند به خاطر کمال عنایت و اهتمام به اوست و اینکه ذکرش اهم است ... ذکر مسندالیه در ابتدای کلام ذهن را به شنیدن دنباله سخن تشویق کرده و آن را در انتظار ذکر خبر می‌گذارد». (ر. ک. رجایی، ۱۳۷۲، ص ۸۵)
- ۵- شکرخواه معتقد است «تیتراگر فعل داشته باشد جاندارتر خواهد شد به خصوص اگر فعل به طرزی مناسب به کار گرفته شود». (شکرخواه، ۱۳۹۱، ص ۱۰۶)

منابع و مأخذ

الف) کتاب‌ها:

۱. اسکولز، رابرت (۱۳۷۹)، درآمدی بر ساختارگرایی در ادبیات، ترجمه فرزانه طاهری، تهران، آگاه.
۲. باطنی، محمدرضا (۱۳۸۰)، زبان و تفکر، تهران، آبانگاه.
۳. بدیعی، نعیم و حسین قندی (۱۳۷۸)، روزنامه نگاری نوین، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
۴. جهان‌دیده، سینا (۱۳۷۹)، از معنای خطی تا معنای حجمی، رشت، چوبک.
۵. حافظی، علیرضا (۱۳۷۰)، معنی ادبیات، تهران، نیلوفر.
۶. حق شناس، علی محمد (۱۳۷۰)، مقالات ادبی زبان شناختی، تهران، نیلوفر.
۷. رجایی، محمدخلیل (۱۳۷۲)، معالم البلاغه، شیراز، دانشگاه شیراز.

۸. سجودی، فرزانه (۱۳۹۰)، نشانه‌شناسی کاربردی، تهران، علم.
۹. ----- (۱۳۷۹)، درآمدی بر نشانه‌شناسی تلویزیون، تهران، سروش.
۱۰. شفیعی کدکنی، محمدرضا (۱۳۹۱)، رستاخیز کلمات، تهران، سخن.
۱۱. شکرخواه، یونس (۱۳۹۱)، خبر، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
۱۲. شمیسا، سیروس (۱۳۹۳)، معانی، تهران، میترا.
۱۳. صفوی، کوروش (۱۳۸۳)، از زبان‌شناسی به ادبیات، ج ۱، تهران، سوره مهر.
۱۴. فتوحی رودمعجنی، محمود (۱۳۸۹)، بلاغت تصویر، تهران، سخن.
۱۵. ----- (۱۳۹۱)، سبک‌شناسی، نظریه‌ها، رویکردها و روش‌ها، تهران، سخن.
۱۶. قربانی، حسن (۱۳۸۵)، چگونه گزارش خبری تلویزیونی بسازیم، تهران، سروش.
۱۷. عباسی، حجت‌الله (۱۳۸۰)، اصول کاربردی خبرنگاری و خبرنگاری در رادیو و تلویزیون، تهران، علم.
۱۸. لاینز، جان (۱۳۸۳)، مقدمه‌ای بر معناشناسی زبان شناختی، ترجمه حسین واله، تهران، واله.
۱۹. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱)، وسایل ارتباط جمعی، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.
۲۰. میرفخرایی، تژا (۱۳۸۵)، مفاهیم نظری و عملی تلویزیون، تهران، مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۲۱. نصراللهی، علی‌اکبر (۱۳۸۲)، اصول خبرنگاری، تهران، سروش.
۲۲. همایی، جلال‌الدین (۱۳۷۰)، معانی و بیان، تهران، هما.

ب) مقالات:

۲۳. مرادی، محمدهادی و فاطمه کاظمی (۱۳۹۵)، «دلالت تقدیم و تأخیر در سیاق نفی و اثبات از دیدگاه عبدالقاهر جرجانی»، پژوهشنامه نقد ادبی و بلاغت، س ۵، ش ۱، ۱۰۹-۹۱.

۲۴. نامور، زهرا و خدیجه امیری پریان (۱۳۹۶)، «کاربرد استعاره‌های مفهومی در تیرهای خبر ۲۰:۳۰ شبکه دو سیما»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، س ۲۴، ش ۱ (پیاپی ۸۹)، ۱۷۹-۱۴۹.

۲۵. نعمتی انارکی، داود (۱۳۹۲)، «تحلیل کارشناسی اخبار سیما به منظور ارائه راهبردهای رقابتی». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، س ۲۰، ش ۱ (پیاپی ۷۳)، ۱۵۴-۱۲۹.

ج) سایت‌ها:

۲۶. پخش اخبار سیما، به نشانی www.simanews.ir، آخرین به روزرسانی ۱۳۹۶/۸/۲۹

۲۷. پخش خبر بیست و سی، به نشانی www.tv2.ir/news/service، آخرین به روزرسانی ۱۳۹۶/۸/۲۹.