

ایدئولوژی‌های زبان و گفتمان رسانه‌ای

متون، الگوها، رویکردها

سالی جانسون و توماسو ام. میلانی

مترجمان:

سیدمحمدجواد طباطبائی قمی، بهرام هشیار، سیدحسن موسوی، رضا سلامی، شبنم عالی‌بیگی

زیر نظر:

دکتر محسن غامری شهرابی



عنوان و نام پدیدآور: ایدئولوژی‌های زبان و گفتمان رسانه‌ای متون، الگوها، رویکردها/
[ویراستار] سالی جانسون، توماسو ام. میلانی؛ مترجمان سیدمحمدجواد طباطبائی قمی... او دیگران؛ زیر نظر محسن عامری شهرابی.
مشخصات نشر: تهران: انتشارات فرهنگ و تمدن، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۳۱۴ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۹۱-۷۹-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: Language ideologies and media discourse : texts, practices, politics, c2010.

یادداشت: مترجمان سیدمحمدجواد طباطبائی قمی، بهرام هشیار، سیدحسن موسوی، رضا سلامی، شبنم عالی‌بیگی.

موضوع: رسانه‌های گروهی و زبان
Mass media and language

موضوع: رسانه‌های گروهی -- تاثیر

Mass media -- Influence

موضوع: گفتمان

Discourse analysis

شناسه افزوده: جانسون، سالی ا. ۱۹۶۳-م.

Johnson, Sally A., 1963-

شناسه افزوده: میلانی، توماسو ام.

Milani, Tommaso M.

شناسه افزوده: طباطبائی قمی، سیدمحمدجواد، ۱۳۶۵-مترجم

شناسه افزوده: عامری شهرابی، محسن، ۱۳۵۲-

ردمبندی کنگره: HM۱۲۰۶

رده‌بندی دیویی: ۳۰۶/۴۴

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۹۲۳۵۲

وضعیت رکورد: فیبا



ناشر: فرهنگ و تمدن

ایدئولوژی‌های زبان و گفتمان رسانه‌ای

متون، الگوها، رویکردها

سالی جانسون و توماسو ام. میلانی

مترجمین: سیدمحمدجواد طباطبائی قمی، بهرام هشیار، رضا سلامی، سیدحسن موسوی، شبنم عالی‌بیگی

زیر نظر: دکتر محسن عامری شهرابی

ویراستار: مصطفی پاکدل‌نژاد

چاپ اول: ۱۴۰۰ تهران

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

ISBN: 978-600-6691-79-4

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است

تهران، سهروردی شمالی، خیابان میرزایی زینالی غربی، پلاک ۱۱۷، واحد ۳، تلفن: ۸۸۵۸۱۱۰۴

فهرست

پیشگفتار / ۵

مقدمه / ۱۳

۱. مقاطع بحرانی: ایدئولوژی‌های زبانی و گفتمان رسانه‌ای / ۱۵

توماسوام میلانی و سالی جانسون

بخش اول. استانداردها و استانداردسازی در بافت‌های ملی و جهانی / ۲۷

۲. تجویزگرایی در رسانه: تحلیل مقایسه‌ای اقدامات اصلاحی در یونان و آلمان / ۲۹

اسپیروس موسکانوبس و یورگن اسپتزمان

۳. اسپانیایی استاندارد جهانی شده: گسترش پان اسپانیسم از طریق حافظان زبان اسپانیایی / ۵۳

دارن یافی

۴. بازی‌های زبانی در تلویزیون کره: بین جهانی‌سازی، ملی‌گرایی و اقتدار / ۷۳

جوزف سونگ یول پارک

بخش دوم. برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در برنامه‌نویسی رسانه‌ای / ۹۳

۵. الگوی برنامه پلاتنا برزیل و ساختار فضای زبان در تلویزیون برزیل در خارج از کشور / ۹۵

ایریش باخمن

۶. چرخه‌ای بودن بازآفرینی ایدئولوژی زبان: بررسی مجموعه‌های تلویزیونی قبرسی یونان / ۱۱۵

واسیلیکی جورجیو

۷. ایدئولوژی‌های زبانی و الزامات دولتی: کاربرد استراتژیک زبان سینگلیش در گفتمان رسانه‌های جمعی / ۱۳۷

میشل ام لازار

بخش سوم: رسانه‌ها، قومیت و نژادپرستی زبان / ۱۵۹

۸. گمشده در ترجمه؟ بحث نژادپرستانه در مورد زبان در یکی از خبرهای بی‌بی‌سی / ۱۶۱

آدریان بلکلج

پیشگفتار

در آغاز قرن بیست و یکم، نیاز به دانش مدیریت با استاندارد بسیار بالا در بخش فرهنگی بسیار گسترده بود. فرهنگ را باید در این جا نمود هنر، میراث فرهنگی، تفریحات و سرگرمی و رسانه‌های جدید قلمداد کرد. در این حیطه تخصصی، توسعه برنامه‌های مبتکرانه آموزشی و تحقیقاتی از هم‌اکنون، در نهادهایی معدود، شالوده‌ای نه چندان استوار دارد. اگر تغییرات بنیادی درون فرهنگی و رایانه‌ای را در آغاز هزاره سوم در نظر بگیریم، بسط دادن این بنیاد چالشی واقعی خواهد بود. هدف نویسنده از نگارش این کتاب ایجاد دانشی اساسی از ایدئولوژی‌های زبان و گفتمان رسانه‌ای است و در این زمینه موضوعات فراوانی را گرد هم آورده است که این اطلاعات در واقع راهنمایی است که به واسطه آن‌ها می‌توان شکاف میان متون، الگوها و رویکردها را پُر کرد. چراکه جهان و زیست در کره زمین به مفهوم جزایر جدا از هم نیست و دانشجویان، معلمان و مدیران باید از شالوده‌های این نوع گفتمان آگاه باشند و این دانش را به زبان خاص ترجمه کنند.

ایدئولوژی از دو واژه لاتین «ایده» و «لوگوس» یا ریشه یونانی و به معنای «اندیشه‌شناسی» پدید آمده است. «ایده» در اصل، یونانی و از لفظ «ایدن» مشتق شده که به معنای «دیدن» است. این واژه در یونانی هم به معنای «حیثیت دیداری» و هم صورت ظاهری شیء به کار رفته است. افلاطون شکل ظاهری یا مشهود زمین را «ایده زمین» می‌نامید و این که بعضی‌ها ایده را به معنای «نوع» و یا طباع «Type» گرفته‌اند، از همین جا نشئت می‌گیرد؛ زیرا شکل ظاهری یا مشهود هر چیزی آن را از باقی اشیاء متمایز می‌سازد و به صورت نوع یا طبیعت مخصوص جلوه می‌دهد.

در فلسفه اسلامی، لفظ ایده را به «مثال» ترجمه کرده‌اند، که از مُثُل افلاطون اخذ شده است. بنابراین واژه ایده به معانی مختلف از جمله نوع، طباع یا طبیعت، مثال، عین خارجی، معنی، مفهوم، صورت ذهنی و صورت عقلی به کار رفته است.

اصطلاح «ایدئولوژی» نخستین بار توسط فیلسوف فرانسوی، دستوت دوتراسی (Destutt de Tracy A.L.C) در سال ۱۷۹۵ میلادی به معنای «دانش آرا و عقاید» یا «تحقیق و بررسی در منشأ تحول و تکامل اندیشه‌ها» مورد استفاده قرار گرفت؛ اما ایدئولوژی به زودی دستخوش

تغییراتی از لحاظ معنا شد و به صورت «آرا، عقاید و اندیشه‌هایی درباره انسان و جامعه» پدیدار گردید.

اکنون باور همگانی این است که رابطه علانم، معانی و شرایط تاریخی و اجتماعی حاکم بر ساختار نشانه‌ای گفتمان (مقال/ سخن = Discourse) از لحاظ محتوا قابل تحلیل است و همین‌طور خبر، که آن نیز نوعی گفتمان محسوب می‌شود. می‌دانیم که گفتمان در حقیقت اصطلاحی است که به گونه‌های کاربرد زبانی که در نتیجه یک کنش ارتباطی حاصل شده است، مربوط می‌شود به دیگر سخن، درحالی‌که گرامر یا دستور زبان قوانین کاربردهای زبانی را بررسی می‌کند تا واحدهای دستوری نظیر جمله، عبارت و گزاره را ایجاد نماید، گفتمان واحدهای بزرگ‌تر زبانی همچون پاراگراف‌ها، مکالمات و مصاحبه‌ها را در برمی‌گیرد.

حال با توجه به شیوع ویروس منحوس کرونا که نزدیک به یک سال می‌باشد دامن‌گیر مردم سرزمینم شده است بر آن شدم تا کتابی با عنوان «ایدئولوژی‌های زبان و گفتمان رسانه‌ای؛ متون، الگوها، رویکردها» که نوشته سالی جانسون و توماسو ام. میلانی است را جهت استفاده هرچه بهتر مخاطبان با همت و کمک دانشجویان مقطع دکترای رشته مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی دانشگاه علوم و تحقیقات واحد بین‌المللی قشم ترجمه نموده و در اختیار ایشان قرار دهیم. از سرکار خانم دکتر ندا سلیمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز که این کتاب را جهت ترجمه معرفی نمودند و از تلاش‌های دانشجویان محترم آقایان سید محمدجواد طباطبائی قمی، بهرام هوشیار، سیدحسن موسوی، رضا سلامی و سرکار خانم شبنم عالی‌بیگی برای همکاری در ترجمه کتاب و آقای دکتر مصطفی پاکدل‌نژاد مدیر مسئول محترم انتشارات فرهنگ و تمدن برای ویراستاری و آماده‌سازی و نشر آن بی‌نهایت سپاسگزارم و امید است تا این ترجمه مورد توجه خوانندگان عزیز قرار گیرد و مؤثر واقع شود.

دکتر محسن عامری شهبازی

اسفندماه ۱۳۹۹