

## عنوان مقاله:

بررسی نقض اصول همکاری گرایس در آگهی های تجاری تلویزیونی

## محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی زبان و ادبیات فارسی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسنده:

کوروش خلج آبادی فراهانی - دانش آموخته دوره کارشناسی ارشد رشته زبان شناسی همگانی دانشگاه پیام نور اهواز، دبیر زبان انگلیسی  
دبیرستان های شهرستان هفتگل

## خلاصه مقاله:

یکی از نظریه های مهم کاربردشناسی زبانی، اصول همکاری گرایس است. هربرت پل گرایس فیلسوف و زبان شناس انگلیسی، سخنرانی های زیادی در زمینه کاربردشناسی دارد. آثار گرایس در زمینه کاربردشناسی، پایه ای برای مطالعات امروزی است. اصل همکاری مفهوم اصلی و مرکزی در نظریه گرایس است. این اصل درباره ی چگونگی کاربرد زبان در ارتباط بین انسان هاست. اصول چهارگانه گرایس عبارتند از: اصل کمیت، اصل کیفیت، اصل شرط ربط، اصل شیوه بیان. اصول گرایس را می توان در تمامی مکالمه ها و متن ها از جمله آگهی های تجاری بررسی کرد؛ بر همین اساس این تحقیق به بررسی نقض اصول همکاری گرایس در آگهی های تجاری تلویزیونی پرداخته است. براساس یافته های این تحقیق؛ اصول همکاری گرایس در آگهی های تجاری تلویزیونی، تا حد زیادی نقض شده اند. اصول کمیت و شیوه بیان گرایس، بیشتر از همه در آگهی های تجاری تلویزیونی، نقض شده اند و اصل شرط ربط گرایس، کمتر از همه، در آگهی های تجاری تلویزیونی نقض شده است. هدف سازندگان آگهی های تجاری تلویزیونی از نقض اصول گرایس نیز تاثیرگذاری بیشتر بر احساسات و ذهن مخاطبان و ترغیب آن ها به خرید بیشتر کالاها است. این تحقیق از نوع تحقیقات کتابخانه ای است و ابزار گردآوری، اطلاعات آن نیز از طریق فیش برداری و یادداشت برداری است.

## کلمات کلیدی:

گرایس، اصول همکاری، کاربردشناسی، زبان شناسی، آگهی های تجاری.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1434995>

