

درآمدی بر مطالعات ارتباطی

جان فیسک

مهدی غبرایی

جان فیسک

درآمدی بر مطالعات ارتباطی

مهدی غبرایی

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها

۱۳۸۸

این کتاب ترجمه‌ای است از:

Introduction to Communication Studies. John Fiske,
Routledge, 1994.

فیسک، جان، ۱۹۳۹ - م. Fiske, John	فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.
درآمدی بر مطالعات ارتباطی (جان فیسک): [مترجم] مهدی غیرایی.	عنوان اصلی: <i>Introduction to communication studies. 2nd ed, 1990</i>
تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۶.	کتابخانه ص: ۲۸۳ - ۳۹۱.
۲۹۱ ص: مصور، جدول.	موضوع: ارتباط - نشانه‌شناسی -
شابک: ۸-۹۹-۶۷۵۷-۶۶۴-۹۷۸-۹۷۸	غیرایی، مهدی، ۱۳۳۴ - مترجم
978-964-6757-99-8	لیون، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
	۱۳۸۶ ۳۰۲/۲
	کتابخانه ملی لیون
۱۰۵۱۸۸۲	



دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

جان فیسک
درآمدی بر مطالعات ارتباطی
مهدی غیرایی
طرح جلد: احمد رضا دالوند

چاپ اول: ۱۳۸۶ شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سازمان چاپ و انتشارات
شابک: ۸-۹۹-۶۷۵۷-۶۶۴-۹۷۸-۹۷۸
ISBN: 978-964-6757-99-8

نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، شماره ۱۳
تلفن: ۸۸۷۳۰۴۱۳ ۸۸۷۳۷۲۴۸ دورنویس: ۸۸۷۳۰۴۷۷
www.rasaneh.org e-mail: info@rasaneh.org

فهرست مطالب

۷	یادداشت نویسنده
۹	مقدمه
۱۷	۱. نظریه ارتباطات
۴۱	۲. الگوهای دیگر
۶۳	۳. ارتباط، معنا و نشانه‌ها
۹۷	۴. رمزها
۱۲۷	۵. دلالت
۱۴۹	۶. روشها و کاربردهای نشانه‌شناسی
۱۶۹	۷. نظریه و کاربرد ساختارگرایی
۱۹۷	۸. روشهای تجربی
۲۳۹	۹. ایدئولوژی و معانی
۲۷۳	نتیجه
۲۷۹	واژه‌نامه فارسی - انگلیسی
۲۸۳	منابع
۲۸۹	کتابشناسی

یادداشت نویسنده

راهبردهایی برای خواندن کتاب

فصلهای ۱ تا ۵ به معرفی نمونه‌ها، نظریه‌ها و مفاهیم اصلی مورد استفاده در مطالعه ارتباطات به خواننده اختصاص یافته است. آنجا که لازم بود، این دستمایه را در بخشهایی تحت عناوین مفاهیم اساسی و ملاحظات بیشتر آورده‌ام. خواننده‌ای که مقدمه‌ای خلاصه و کلی در مورد موضوع می‌خواهد، می‌تواند فقط بخشهای "مفهوم اساسی" را بخواند. اما اگر می‌خواهد به موضوع عمیق‌تر نگاه کند، باید سراغ بخشهای "ملاحظات بیشتر" برود. استادانی که پیشنهادهای "مکتب فرایند" درباره موضوع را ساده‌تر می‌دانند، شاید مایل باشند پیش از رو آوردن به کار نظری‌تر و مفهومی‌تر مکتب نشانه‌شناسی را مطالعه کنند، به فصول ۱ و ۲ و قسمتهای اول فصول ۴ و ۸ مراجعه کنند. امیدوارم بیشتر خوانندگان، کتاب را به همان ترتیب که نوشته شده است، بخوانند. این کار به مطالعات مقدماتی‌شان هم عمق می‌بخشد و هم تعادل.

پیشنهادهایی برای کار و مطالعه بیشتر

در آخر هر فصل عناوینی به منظور بحث یا مقاله‌نویسی یا تمرینات عملی ارائه شده است. این عناوین برای آزمایش، پی‌گرفتن، یا عمیق کردن درک خواننده از فصل مربوطه طرح‌ریزی شده است که البته جامع و مبسوط نیستند، و اطمینان دارم که بسیاری از خوانندگان می‌توانند موارد بهتری بیابند.

همچنین مطالعه بیشتر را پیشنهاد کرده‌ام. این کار الزامی نیست، زیرا مطالعه این کتاب به تنهایی می‌تواند تمام آن پیشنهادها را تأمین کند. اما کتابهای دیگر همیشه سودمندند. کوشیده‌ام نمونه‌گزیده‌ای ارائه کنم، نه سیاه‌ای جامع. همچنین کوشیده‌ام مراجعه‌ام را به کتابهای موجود محدود کنم.

مقدمه

ارتباط چیست؟

ارتباط یکی از فعالیت‌های انسانی است که همه آن را می‌شناسند، اما شمار اندکی می‌توانند تعریف قانع‌کننده‌ای از آن به دست دهند. ارتباط گفت‌وگو با یکدیگر است، تلویزیون است، پخش اطلاعات است، طرز اصلاح موی سر است، نقد ادبی است، و این رشته سر دراز دارد. یکی از مشکلات پیش روی دانشمندان این است که آیا می‌توان برای موضوعی چنین متنوع و چندوجهی همچون ارتباط انسانی اصطلاح "موضوع مطالعه" را به درستی به کار برد؟ هیچ‌امیدی هست که بتوان مثلاً مطالعه حالت چهره را به نقد ادبی ربط داد؟ حتی ارزش کوشیدن دارد؟

از شک و تردیدی که ورای چنین پرسش‌هایی نهفته است، شاید چنین استنباط شود که ارتباط به معنای معمول دانشگاهی "موضوع" نیست، بلکه یک حوزه مطالعاتی چند رشته‌ای است. این استنباط، بر آن است که آنچه روان‌شناس و جامعه‌شناس از رفتار ارتباطی انسان به دست می‌دهد، با آنچه ناقد ادبی می‌گوید چندان ربطی ندارد.

این نبود توافق درباره ماهیت مطالعات ارتباطی در این کتاب منعکس

شده است. کوشیده‌ام با پی‌ریزی شالوده‌ کتاب بر فرضهای زیر، به این آشفتگی‌ها انسجام بخشم.

فرض کنیم که ارتباط قابل مطالعه است، اما به شماری از دیدگاه‌های علمی نیاز داریم تا بتوان آن را به طور جامع مطالعه کرد.

فرض کنیم که انواع ارتباط نشانه‌ها و رمزهایی دارند. نشانه‌ها مصنوعات یا اعمالی هستند که به چیزی غیر از خود اشاره می‌کنند؛ به عبارت دیگر ساختهای دلالت‌کننده‌اند. رمزها نظامهایی هستند که نشانه‌ها در درونشان سامان یافته‌اند و چگونگی رابطه نشانه‌ها با یکدیگر را تعیین می‌کنند.

همچنین فرض کنیم که این نشانه‌ها و رمزها به دیگران منتقل یا برایشان قابل دسترس می‌شود و انتقال یا دریافت نشانه‌ها/رمزهای ارتباط، تمرین روابط اجتماعی است.

فرض کنیم که ارتباط برای حیات فرهنگمان اساسی است و بدون آن هر نوع فرهنگی محکوم به نابودی است. در نتیجه، مطالعه ارتباط در برگیرنده مطالعه فرهنگ و از آن ناگسستگی است.

در بطن این فرضها یک تعریف کلی از ارتباط نهفته است: دکنش متقابل اجتماعی از راه پیامها.

ساختار کتاب حاضر این نکته را باز می‌نماید که دو مکتب عمده در مطالعه ارتباطی وجود دارد. نخستین مکتب، ارتباط را انتقال پیامها می‌داند. این مکتب بدان می‌پردازد که چگونه فرستندگان و گیرندگان رمزگذاری و رمزگشایی می‌کنند، و چگونه انتقال‌دهندگان، مجاری/مجراها و رسانه‌های ارتباطی را به کار می‌گیرند. دل‌مشغولی دیگر این مکتب موضوعاتی همچون کارایی و صحت است. این مکتب ارتباط را روندی می‌داند که شخص از راه آن بر رفتار یا ذهنیت دیگری اثر می‌گذارد.

اگر اثر از آنچه مورد نظر بود متفاوت یا کمتر از آن باشد، این مکتب مایل است از آن در چارچوب شکست ارتباط حرف بزند، و در روند کار به مراحل توجه کند تا دریابد شکست در کجا رخ داده است. به این مناسبت من نامش را مکتب "فرایند" خواهم گذاشت.

مکتب دوم، ارتباط را تولید و تبادل معانی می‌دانند. این مکتب دل‌بسته آن است که چگونه پیامها یا متنها در کنش متقابل با مردم قرار می‌گیرد تا معنا تولید کند؛ یعنی به نقش متنها در فرهنگ ما وابسته است. این مکتب اصطلاحاتی چون دلالت را به کار می‌برد، و سوء تفاهمات را لزوماً از شواهد شکست ارتباط نمی‌داند؛ شاید شکست ناشی از تمایزات فرهنگی فرستنده و گیرنده باشد. برای این مکتب مطالعه ارتباط، مطالعه متن و فرهنگ است و روش اصلی آن نشانه‌شناسی (علم نشانه‌ها و معانی) است، و این عنوان را برای تشخیص این رویکرد به کار می‌بریم.

مکتب فرایند مایل است به علوم اجتماعی و به خصوص، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی تکیه کند و دل‌مشغول عمل ارتباط باشد. مکتب نشانه‌شناسی بر زبان‌شناسی و موضوعات هنری تکیه می‌کند، و به مطالعه آثار ارتباط می‌پردازد.

هر مکتب تعریف ما را از ارتباط به عنوان کنش متقابل اجتماعی از راه پیامها، به شیوه خود تفسیر می‌کند. نخستین مکتب، کنش متقابل اجتماعی را چون فرایندی وصف می‌کند که شخص از راه آن با دیگران مرتبط می‌شود یا بر رفتار، ذهنیت یا واکنش عاطفی دیگری - و البته برعکس - تأثیر می‌گذارد. این امر به کاربرد متعارف از اصطلاح فهم متعارف نزدیک است. اما نشانه‌شناسی کنش متقابل اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند که فرد به مدد آن، عضوی از یک فرهنگ یا جامعه خاص می‌شود. می‌دانم که من یکی از اعضای جامعه صنعتی غربیم، زیرا، اگر بخواهم یکی از منابع شناسایی را به دست دهم، من هم به همان ترتیب در برابر شکسپیر یا مجموعه تلویزیونی کورونیشن استریت (Coronation Street) واکنش نشان می‌دهم که اعضای دیگر هم فرهنگم.

همچنین مثلاً اگر بشنوم ناقدی اهل شوروی سابق شاه لیر را حمله ویرانگری بر آرمان غربی خانواده به عنوان هسته اصلی جامعه می خواند، یا استدلال می کند که مجموعه تلویزیونی کوزونیشین استریت نشان می دهد که چگونه غرب کارگران را سر جای خود می نشاند، از تفاوت های فرهنگی آگاه می شوم. هر دوی این "خوانش ها ممکن است، اما تفسیر دوم به نظر من که عضوی از فرهنگ غربی ام بیگانه است.

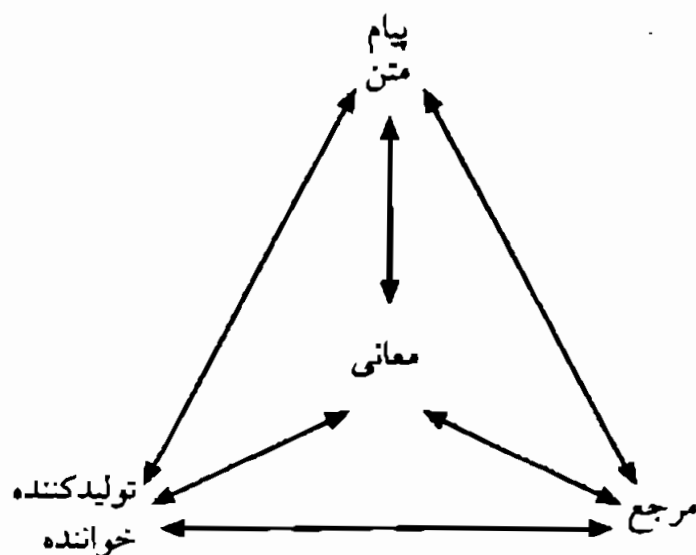
از این رو، همچنین نوجوانانی که نوع خاصی از موسیقی را می ستایند، هویت خود را به عنوان اعضای یک خرده فرهنگ بیان می کنند و به شیوه ای هرچند غیرمستقیم با دیگر اعضای جامعه شان در کنش متقابل اند.

همچنین این دو مکتب در فهم شان از عناصر سازنده یک پیام با هم تفاوت دارند. مکتب فرایند، پیام را انتقال دهنده فرایند ارتباط می بیند. بسیاری از پیروان آن معتقدند که در تصمیم گیری اینکه پیام چیست، قصد و منظور از آن را عامل مهمی می دانند. بنابراین کشیدن نرمة گوش پیام نخواهد بود، مگر اینکه از قبل آن را با حراج کننده قرار گذاشته باشم. شاید قصد فرستنده بیان شده یا بیان نشده، آگاهانه یا ناآگاهانه باشد، اما در هر حال باید با تحلیل باز یافتنی باشد. پیام چیزی است که فرستنده همه مقاصد خود را در آن قرار می دهد.

از سوی دیگر برای نشانه شناسان پیام، ساختی از نشانه ها است که از راه کنش متقابل با دریافت کنندگان، تولید معنا می کند. فرستنده که انتقال دهنده پیام هم توصیف می شود، اهمیتش را از دست می دهد. تأکید بر متن و چگونگی "خوانش" آن انتقال می یابد. خوانش فرایند فهم معنا است که به هنگام کنش متقابل یا گفت و گو با متن برای خواننده رخ می دهد. این گفت و گو هنگامی صورت می گیرد که خواننده جنبه های تجربه فرهنگی خود را بر رمزها و نشانه هایی که متن را می سازد تحمیل می کند. همچنین دربرگیرنده مفاهیم مشترک از آن چیزی که متن درباره آن

است. کافی است نگاهی به روزنامه‌های گوناگون بیندازیم که از یک حادثه چه گزارش‌های گوناگونی می‌دهند، تا به اهمیت این تفاهم، این نگاه به جهان، که هر روزنامه با خوانندگان در آن سهیم است، پی ببریم. به این ترتیب خوانندگانی با تجارب مختلف اجتماعی از فرهنگ‌های مختلف شاید در متنی مشابه، معانی مختلفی بیابند. چنان‌که گفتیم، این لزوماً گواه شکست در ارتباط نیست.

پس پیام چیزی نیست که از الف به ب فرستاده می‌شود، بلکه عنصری است در رابطه‌ای ساختمانده که عناصر دیگرش واقعیت خارجی و تولیدکننده/خواننده را دربرمی‌گیرد. تولید و خوانش متن اگر همسان انگاشته شوند، روندهای متوازنی فرض می‌شوند که جای واحدی را در این رابطه ساختمانده اشغال کرده‌اند. می‌توانیم این ساختار را چون نمونه‌ای سه‌وجهی در نظر بگیریم که پیکانه‌هایش نماینده کنش متقابل و مدام است؛ ساختار، عملکرد ایستایی نیست، بلکه پویاست. (شکل ۱)



شکل ۱. پیام‌ها و معانی

در این کتاب کوشیده‌ام دانشجو را با کار نویسندگان اصلی هر دو مکتب آشنا کنم. همچنین کوشیده‌ام نشان دهم که چگونه یک مکتب شکافها یا نقاط ضعف آن دیگری را روشن یا جبران می‌کند؛ یا برعکس

در کجا دو مکتب با هم درگیر می‌شوند، با یکدیگر ضدیت دارند یا زیر پای هم را خالی می‌کنند. بی‌شک مایلم دانشجویان را تشویق کنم که در مطالعاتشان موضعی انتقادی داشته باشند؛ یعنی از لحاظ انتقادی از روش مطالعه و همچنین از موضوع مطالعه آگاه باشند و بتوانند بیان کنند که چرا ارتباطات را به این ترتیب مطالعه می‌کنند.

بنابراین معتقدم که دانشجو باید با هر دو مکتب آشنا شود تا بتواند به لب مطلب دست یابد. خواننده‌ای که بخواهد کار هر یک از این دو مکتب را چنان‌که در این کتاب آمده بشناسد، شاید گزارش زیر را از ساختار کتاب سودمند بیابد.

ساختار این کتاب

فصلهای ۱ و ۲ یک رشته الگوهای ارتباطی را که مکتب فرایند تولید کرده، بررسی می‌کند. فصل ۳ به ملاحظه نقش نشانه‌ها و معنا می‌پردازد: این فصل شامل میانی نظری نشانه‌شناختی است. در فصل ۴ توجه خود را به رمزهایی که نشانه‌ها در آن سامان یافته است معطوف می‌کنیم. هر دو مکتب به رمزها وابسته‌اند. مکتب فرایند آنها را وسایل رمزگذاری و رمزگشایی می‌داند، حال آنکه نشانه‌شناسی آنها را به مثابه یک نظام معنایی می‌داند. در فصل ۵ مطالعه نظریه نشانه‌شناسی بیشتر بسط می‌یابد و در آن شیوه‌هایی را که نشانه‌ها در درون یک فرهنگ معنا می‌یابند بررسی می‌کنیم. فصل ۶ و ۸ به کاربردهای عملی اختصاص یافته است: فصل ۶ به تحلیل نشانه‌شناختی می‌پردازد و فصل ۸ مثالهایی از مطالعات تجربی محتوای پیام و مخاطب را دربردارد. اینها را اعضای مکتب فرایند به عهده دارند. فصل ۷ برخی عقاید اساسی ساختارگرایی را معرفی می‌کند و نشان می‌دهد که آنها چگونه به کار می‌روند. فصل ۹ به انتزاعی‌ترین و واپسین دلبستگی نشانه‌شناسی می‌پردازد، یعنی به نقش ایدئولوژی در معنا.

اما من از هر مجالی در درون این ساختار بهره گرفته‌ام تا دو مکتب را با یکدیگر قیاس کنم؛ و از بابت اینکه تفسیرهای مکتب فرایند در فصلهای مربوط به نشانه‌شناسی ظاهر می‌شود عذرخواهی نمی‌کنم، چون این بهترین روش قرار دادن دو مکتب در دورنماست.

نظریه ارتباطات

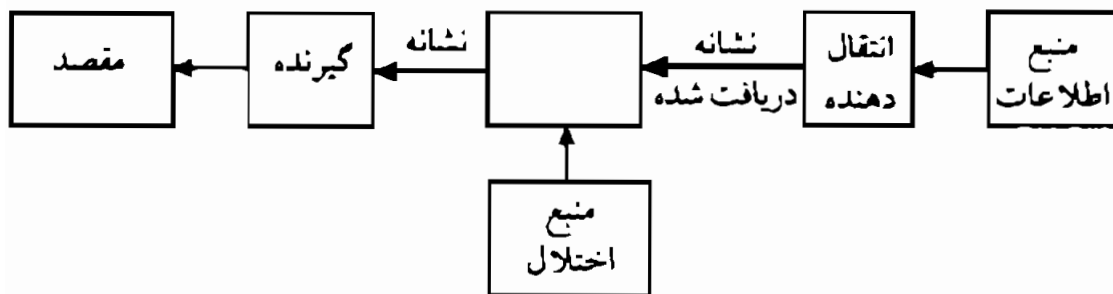
خاستگاه‌ها

نظریه ریاضی ارتباطات (Weaver, 1949) شائِن و وِیور به عنوان یکی از هسته‌های اصلی که مطالعه ارتباطات از آن پدید آمده مقبول همگان است. این نظریه مثال روشنی از مکتب فرایند است که ارتباطات را انتقال پیام‌ها می‌داند.

کار آنان در خلال جنگ جهانی دوم در آزمایشگاه‌های تلفن بل در ایالات متحده تکامل یافت و دغدغه و علاقه‌شان فراهم آوردن شیوه‌ای بود که در آن مجراهای ارتباطی کارایی بیشتری داشته باشد. برای آنان مجراهای اصلی، کابل تلفن و امواج رادیو بود. شائِن و وِیور نظریه‌ای را ارائه کردند که توانایشان می‌ساخت به مشکل چگونگی فرستادن حداکثر مقدار اطلاعات از یک مجرای معین و چگونگی اندازه‌گیری ظرفیت مجرا برای حمل اطلاعات نزدیک شوند. این تمرکز به مجرا و ظرفیتش با سابقه مهندسی و ریاضی آنان تناسب دارد، اما آنان ادعا می‌کنند که نظریه‌شان در کل مسئله ارتباطات انسانی کاربرد دارد.

الگوی شائن و ویور

الگوی اصلی شائن و ویور ارتباط را فرایندی ساده و خطی نشان می‌دهد. سادگی اش اقتباسهای بسیاری به بار آورد و ماهیت خطی و فرایندی آن انتقادات بسیاری را برانگیخت. اما پیش از آنکه معانی ضمنی آن را ملاحظه کنیم و به ارزیابی پردازیم باید به خود الگو بنگریم (شکل ۲). در نگاه نخست می‌توان الگو را به طور کلی قابل فهم دانست. ویژگی بارز سادگی و خطی بودنش به روشنی برجسته است. بعداً به عناصر نام‌گذاری شده در فرایند باز می‌گردیم.



شکل ۲. الگوی ارتباطی شائن و ویور

شائن و ویور برای مطالعه ارتباطات سه سطح از مسئله را به این ترتیب مشخص کرده‌اند:

سطح الف	با چه دقت و صحتی می‌توان نمادهای ارتباطی را انتقال داد؟
(مسائل فنی)	
سطح ب	نمادهای منتقل شده با چه دقتی معنای مطلوب را می‌رسانند؟
(مسائل معنایی)	
سطح ج	به چه میزان معنای دریافت شده به نحو دلخواه بر رفتار مخاطب تأثیر خواهد گذاشت؟
(مسائل تأثیرگذار)	

درک مسائل فنی سطح الف بسیار ساده است، و اینها مسائلی است که اساساً این الگو برای توضیح آن بسط یافته است. تشخیص مسائل معنایی

نیز آسان، اما راه حل آن مشکل است، و از معنای واژگان تا معنایی که یک فیلم خبری ایالات متحده شاید برای یک روس داشته باشد را شامل می شود. شائن و ویور می گویند معنا در پیام نهفته است: بنابراین اصطلاح رمزگذاری بر صحت معنایی می افزاید. اما در اینجا نیز عواملی فرهنگی در کارند که الگو در وصفشان ناتوان است: دست کم معنا همان قدر در فرهنگ نهفته است که در پیام.

مسائل تأثیرگذار شاید در نگاه نخست چنین القا کند که شائن و ویور ارتباط را در اذهان دخل و تصرف یا تبلیغات سیاسی می دانند: اینکه الف به طرز مؤثری با ب ارتباط برقرار کرده است چون ب به نحو مطلوب به الف پاسخ داده است. آن دو خود را در معرض این انتقاد قرار داده اند، و ادعای اینکه پاسخی زیبایی شناختی یا عاطفی به اثر هنری از تأثیر (effect) ارتباط است، جواب این انتقاد نمی تواند باشد.

آنان ادعا می کنند که این سه سطح، نفوذناپذیر نیستند، بلکه به هم مربوط و همبسته اند، و الگوشان به رغم ریشه داشتن در سطح الف به خوبی در سه سطح کار می کند. نکته قابل توجه مطالعه ارتباط در هر یک و در تمام این سطوح آن است که درک کنیم چگونه می توانیم بر صحت و کارایی فرایند بیفزاییم.

اما بگذارید برگردیم به الگوی مورد بحث. منبع (source) را تصمیم گیرنده می دانند؛ یعنی منبع تصمیم می گیرد که کدام پیام ارسال شود، یا از میان مجموعه پیامهای ممکن یکی را برمیگزینند. سپس این پیام گزینش شده را انتقال دهنده (transmitter) به نشانه (signal) بدل می کند که از راه مجرا (channel) به گیرنده (receiver) ارسال می شود. در تلفن مجرا سیم است، نشانه جریان الکتریکی آن و انتقال دهنده و گیرنده دستگاه تلفن است. در گفت و گو دهان من، انتقال دهنده؛ نشانه، موجهای صداست که از مجراهای هوا می گذرد (کسی نمی تواند در خلأ با دیگری گفت و گو کند) و گوش شما گیرنده است.

پیدا است که بعضی قسمت‌های الگو می‌تواند بیش از یک بار عمل کند. مثلاً در پیام تلفنی دهان من، انتقال‌دهنده نشانه‌ای است به گوشی که در این لحظه دریافت‌کننده است، و خود بی‌درنگ انتقال‌دهنده می‌شود تا نشانه را به دستگاه تلفن شما برساند، که به نوبت خود آن را دریافت می‌کند و از راه هوا به گوشتان انتقال می‌دهد. چنان‌که بعد خواهیم دید، الگوی گریز با این دوگانگی برخی مراحل فرایند به نحو قانع‌کننده‌تری برخورد می‌کند.

اختلال / پارازیت

یکی از اصطلاحات الگو که معنایش واضح نیست، اختلال است. اختلال هر چیزی است که بین انتقال و دریافت به نشانه افزوده شود، بی‌آنکه منبع قصد انجام آن را داشته باشد. تغییر صدا یا خش خش توأم با صدا در تلفن، پارازیت‌های صدای رادیو و ”برفک“ پرده تلویزیون اختلال محسوب می‌شوند. ایتها نمونه‌های اختلال است که در درون مجرای رخ می‌دهد، و این قبیل اختلال در سطح الف از دل‌نگرانی‌های اصلی شائز و ویور است. اما مفهوم اختلال بسط داده شده است تا هر نشانه‌ای را که دریافت می‌شود و از سوی منبع فرستاده نشده است یا هرچه را که صحت رمزگشایی نشانه مورد نظر را دشوارتر سازد دربرگیرد. بنابراین یک صندلی ناراحت هنگام سخنرانی می‌تواند منبع اختلال باشد - ما پیامها را تنها از راه چشم و گوش دریافت نمی‌کنیم. افکاری که جالب‌تر از گفته‌های سخنران باشد نیز اختلال محسوب می‌شود.

شائز و ویور می‌پذیرند که مفهوم سطح الف اختلال نیازمند بسط است تا با مسائل سطح ب روبه‌رو شود. آنها بین اختلال معنایی (سطح ب) و اختلال مهندسی (سطح الف) تمایز قائل می‌شوند و پیشنهاد می‌کنند که مستطیلی به نام ”گیرنده معنایی“ بین گیرنده مهندسی و مقصد قرار گیرد. اختلال معنایی را چنین وصف می‌کنند: هرگونه تحریف معناست که در

فرایند ارتباط رخ دهد بی آنکه منبع قصد آن را داشته باشد و بر دریافت پیام در مقصد تأثیر بگذارد.

اختلال چه از مجرا ناشی شود و چه از سوی مخاطب یا فرستنده یا خود پیام، همیشه قصد فرستنده را مختل می‌کند و بنابراین دامنهٔ اطلاعاتی را که می‌تواند به موقعیتی معین و در زمانی معین برسد محدود می‌سازد. غلبه بر مسائلی که اختلال مسبب آن است، شائتن و ویور را به برخی مفاهیم اساسی تر رهنمون شد.

اطلاعات، مفهوم اساسی

شائتن و ویور به رغم ادعای شان دال بر اینکه در سطوح الف، ب و ج عمل می‌کنند، در واقع کارشان را در سطح الف متمرکز کرده‌اند. در این سطح آنان واژهٔ "اطلاعات" را در معنایی تخصصی و فنی به کار می‌برند، که برای درک آن باید معنای روزمره و معمول را از ذهن بزداییم.

اطلاع در سطح الف مقدار قابل پیش‌بینی نشانه است، یعنی شمار انتخابیایی که بر روی فرستنده گشوده است و ربطی به محتوایش ندارد. به یاد می‌آوریم که نشانه شکل فیزیکی پیام است. امواج صدا در هوا، امواج تکانهای الکتریکی، تلنگر زدن و غیره. ممکن است یک کُد دو نشانه داشته باشد، یک بار فلاش و دوبار فلاش دو معنی دارد. اطلاعاتی که در هر یک از این نشانه‌ها نهفته است، یکسان است و ۵۰ درصد قابل پیش‌بینی. این فارغ از هر معنایی است که عملاً دارند - معنی یک فلاش می‌تواند «بله» باشد و دوبار «خیر»، معنی یک فلاش شاید کل «عهد عتیق» باشد، و دو فلاش «عهد جدید». در این مورد «بله» شامل همان مقدار اطلاعات است که «عهد عتیق». اطلاعاتی که حرف «u» پس از «q» در زبان انگلیسی دربردارد، هیچ است، چون کاملاً پیش‌بینی پذیر است [در فارسی مثل «و» در خواهر و خوار].

اطلاعات، اشارات بیشتر

برای اندازه‌گیری اطلاعات می‌توانیم واحد بیت (bit) را به کار ببریم. واژه "بیت" فشرده "رقم دوگانه" و عملاً به معنای انتخاب بله / خیر، است. این انتخاب دوگانه یا تضادهای دوگانه اساس زبان رایانه است، و بسیاری از روان‌شناسان ادعا دارند که مغز ما نیز بر همین روال عمل می‌کند. مثلاً اگر بخواهیم سن کسی را بسنجیم از یک سری انتخابهای دوگانه فوری می‌گذریم: پیر است یا جوان؟ اگر جوان است، بالغ است یا نابالغ؟ نوجوان است یا کودک؟ اگر نوجوان است، مدرسه می‌رود یا به سن مدرسه نرسیده؟ اگر به سن مدرسه نرسیده، نوپا است یا کودک؟ پاسخ کودک است با پنج سؤال. اینجا در این نظام انتخاب دو واژه‌ای، کلمه "کودک" حاوی پنج بیت اطلاعات است، زیرا در این مسیر پنج بار انتخاب کرده‌ایم. البته در اینجا به راحتی به سطح ب لغزیده‌ایم، زیرا اینها از مقوله‌های معنایی یا مقوله‌های معناست، نه صرفاً نشانه. "اطلاعات" در این سطح بسیار نزدیک‌تر به استفاده عادی از این کلمه است تا اصطلاح آن. بنابراین اگر بگوییم کسی جوان است، فقط یک بیت اطلاع داده‌ایم، یعنی اینکه پیر نیست. اگر بگوییم او کودک است، پنج بیت اطلاع داده‌ایم؛ البته اگر - و این اگر بسیار بزرگ است - نظام طبقه‌بندی جزء به جزء فوق را به کار ببریم.

دشواری مفهوم "اطلاعات" در سطح ب همین است. نظامهای معنایی با دقت نظامهای نشانه‌ای سطح الف وصف‌شده‌اند، بنابراین سنجش عددی اطلاعات دشوارتر و در برخی موارد بی‌ربط است. شک نیست که یک حرف (مثلاً بخشی از نظام نشانه‌ای سطح الف) شامل پنج بیت اطلاعات است. (پرسید که آیا در نیمه نخست الفباست یا در نیمه دوم آن، یا در نیمه نخست یا دوم نیمه‌ای که برگزیده‌اید و غیره. پنج پرسش یا انتخاب دوگانه شما را به یافتن هر حرفی در الفبا توانا می‌سازد.) اما درباره امکان سنجش معنا به این ترتیب شک بسیاری وجود دارد.

تحصیلات مهندسی و ریاضی شائن و ویر به وضوح در تأکیدشان پیداست.

در طرح سیستم تلفن عامل مهم تعداد نشانه‌هایی است که می‌تواند حمل کند. آنچه مردم عملاً می‌گویند بی‌ربط است. اما برای ما سؤال این است که نظریه‌ای با این مبنای مکانیکی در مطالعه گسترده ارتباط تا کجا می‌تواند سودمند باشد. به رغم شک و تردید در ارزش اندازه‌گیری معنا و اطلاعات از لحاظ ارقام، ربط دادن مقدار اطلاعات به شماره انتخابهای در دسترس بر بیش می‌افزاید، و همان‌طور که بعداً در این کتاب خواهیم دید بسیار شبیه بیش نسبت به ماهیت زبان است که زبان‌شناسی و نشانه‌شناسی فراهم می‌آورد. مقولات پیش‌بینی‌پذیر و انتخاب در فهم ارتباطات حیاتی است.

حشو و آنتروپی

حشو، مفاهیم اساسی

مفهوم حشو وابستگی نزدیکی به "اطلاعات" دارد. حشو آن است که یک پیام، پیش‌بینی‌پذیر یا قراردادی باشد. آنتروپی متضاد حشو است. حشو نتیجه پیش‌بینی‌پذیری زیاد و آنتروپی نشانه پیش‌بینی‌پذیری اندک است. بنابراین پیامی با پیش‌بینی‌پذیری اندک را می‌توان آنتروپی و دارای اطلاعات بسیار دانست. برعکس پیامی با پیش‌بینی‌پذیری زیاد دارای حشو با اطلاعات اندک است. اگر به دوستی در خیابان بر بخورم و بگویم: «سلام»، پیامی با پیش‌بینی‌پذیری بسیار و حشو بسیار فرستاده‌ام.

اما من وقت و نیرو تلف نمی‌کنم. استفاده عمومی از این اصطلاح برای القای عبث بودن آن گمراه‌کننده است. حشو نه تنها در ارتباطات مفید است، که کاملاً حیاتی است. ارتباط به طور نظری می‌تواند بدون حشو شکل بگیرد، اما امکان ارتباط بدون حشو در موقعیتهای عملی چنان نادر است که انگار وجود ندارد. درجه‌ای از حشو برای ارتباط عملی ضروری است. زبان انگلیسی در حدود پنجاه درصد حشو زائد دارد. این یعنی که می‌توان پنجاه درصد لغات را حذف کرد و هنوز زبان قابل استفاده‌ای داشت که بتواند پیامهای قابل فهم را انتقال دهد.

حشو، اشارات بیشتر

پس حشو چه کاربردی دارد؟ حشو دو نوع کارکرد عمده دارد: نخست فنی است و شائن و ویور آن را خوب وصف کرده‌اند؛ دومی دربرگیرنده بسط مفهوم به بعد اجتماعی است.

حشو به مثابه کمک فنی

شائن و ویور نشان داده‌اند که چگونه حشو به صحت رمزگشایی کمک می‌کند و معیاری فراهم می‌آورد که در تشخیص خطا توانایمان می‌سازد. به علت حشو در زبان، من می‌توانم غلط املایی را تشخیص دهم. در زبانی که از حشو برخوردار نیست، تعویض یک حرف به معنای تعویض کلمه است. به این ترتیب «comming» با «coming» فرق خواهد داشت، و نمی‌توان گفت کلمه غلط هجی شده است. البته بافت هم کمک می‌کند تا آنجا که باعث منبع حشو می‌شود. در زبان طبیعی کلمات از احتمال یکسان برخوردار نیستند. اگر «بهار...» را بگویم بافتی ایجاد کرده‌ام که در آن «می‌آید» (coming) احتمال حضورش بیشتر است و بنابراین بیشتر از حشو برخوردار است، تا مثلاً «ترکیب شیشه‌ای». البته امکان دارد که شاعر یا حتی آگهی‌دهنده‌ای برای پنجره‌های تازه بنویسد «بهار جام شیشه‌ای است»، اما این استفاده آتروپیک (آشفتگی‌زا) از زبان خواهد بود.

ما پیوسته صحت پیامی را که دریافت می‌کنیم در برابر میزان احتمال می‌سنجیم، و تجربه ما از رمز و بافت و نوع پیام میزان احتمال را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر تجربه ما از معرف و کاربرد، تعیین‌کننده آن است که عرف منبع اصلی حشو است و بنابراین رمزگشایی آن آسان است. نویسندگانی که قرارداد را زیر پا می‌گذارند، نمی‌خواهند آسان فهمیده شود. نویسندگانی که مایلند راحت با خوانندگان خود ارتباط برقرار کنند قراردادها را به کار می‌برند. بعداً به این موضوع قرارداد و حشو برمی‌گردیم.

حشو همچنین به غلبه بر نقایص مجرای مختل کمک می‌کند. وقتی خط تلفن پارازیت داشته باشد، ما حرفها را تکرار می‌کنیم؛ وقتی کلمات را در رادیو یا تلفن هجی می‌کنیم، برای سبب می‌گوییم "س" و برای شکر "ش" و غیره. یک آگهی دهنده که پیامش باید با بسیاری دیگر رقابت کند، برای جلب توجه ما (یعنی چه کسی از مجرای پارازیت‌دار استفاده می‌کند) پیامی ساده، مکرر، و پیش‌بینی‌پذیر را طرح خواهد کرد. کسی که انتظار جلب توجه یکپارچه ما را دارد، مثلاً با یک آگهی فنی در روزنامه‌ای تخصصی، می‌تواند پیامی آتروپیک که حاوی اطلاعات بیشتری باشد، طراحی کند.

افزایش حشو همچنین می‌تواند در غلبه بر مسائل انتقال پیام آتروپیک کمک کند. پیامی که یکسره نامنتظر است، یا مخالف آنچه انتظار می‌رود، نیاز دارد که بیش از یک بار و غالباً به شیوه‌های گوناگون گفته شود. یا شاید به برخی تدارکات خاص نیاز داشته باشد: «حالا برایتان یک خبر غافلگیرکننده دارم، خبری که اصلاً منتظرش نبودید...».

حشو همچنین به حل مسائل مرتبط با مخاطب کمک می‌کند. اگر می‌خواهیم به مخاطب بیشتر و ناهمگن‌تر دسترسی داشته باشیم، لازم است پیامی یا درجه بالای حشو طراحی کنیم. از سوی دیگر به مخاطب محدود، متخصص و همگن می‌توان با پیام آتروپیک دسترسی یافت. به این ترتیب هنر عامه‌پسند نسبت به هنر متعالی حشو بیشتری دارد. آگهی پودر صابون حشو بیشتری از آگهی برای تجارت رایانه دارد.

انتخاب مجرا می‌تواند بر نیاز به حشو در پیام تأثیر بگذارد. گفتار نیاز به حشو بیشتری از نوشتار دارد، زیرا شنونده نمی‌تواند حشو خود را وارد کند، حال آنکه خواننده می‌تواند چیزی را دوبار بخواند.

پس این کارکرد نخست حشو به شیوه‌ای مربوط می‌شود که بر مسائل عملی ارتباط غلبه می‌کند. این مسائل شاید با صحت و کشف خطا، با مجرا و اختلال، با سرشت پیام، یا با مخاطب مربوط باشد.

آنتروپی

آنتروپی مفهومی است که برای دانشجوی ارتباطات چنان قابل ملاحظه نیست که مسائل ارتباطی را بر آن بنیان نهد، حال آنکه حشوباعث پیشرفت ارتباط است. اما آنتروپی را می‌توان به بهترین وجه همچون نهایت درجه پیش‌بینی ناپذیری درک کرد. در سطح الف آنتروپی صرفاً سنجش تعداد انتخابهای نشانه است که می‌تواند از تصادفی بودن آن انتخابها ناشی شود. اگر بخواهم با نشان دادن هر ورق تکی، نشانی یک دسته ورق‌بازی را نمایش دهم، اگر ورق خوب بُر بخورد هر نشانه‌ای حداکثر آنتروپی را خواهد داشت. اما اگر ورقها را به ترتیب بچینم هر نشانه‌ای حداکثر حشورا خواهد داشت، به شرط اینکه گیرنده بداند یا بتواند الگو یا ساختار ورقهای بازی را تشخیص دهد.

حشو و عرف

تدوین پیام طبق الگوی مشترک یا عرفها، یک راه کاهش آنتروپی و افزایش حشو است. تحمیل یک الگو یا ساختار زیباشناختی بر دستمایه‌ای نیز دقیقاً همان کار را می‌کند. شعر موزون با تحمیل الگوهای مکرر و بنابراین قابل پیش‌بینی وزن و قافیه از آنتروپی می‌کاهد و بنابراین بر حشو می‌افزاید.

Shall I compare thee to a summer's day?

Thou art more lovely and more temperate:

Rough winds do shake the darling buds of...

عرف یا شکل غزل تعیین کرده است که واژه بعدی در سطح الف باید تک سیلابی و هم قافیه با day باشد. انتخاب نشانه محدود است. عرف دیگری که بر حشو می‌افزاید در اینجا "نحو" است. این باز هم امکان انتخاب را - به یک اسم - محدود می‌کند. در سطح ب که انتظار داریم واژه نه تنها شکل مناسب، بلکه معنادار هم باشد، انتخاب را باز هم محدودتر می‌کند.

بنابراین واژه مورد نظر نمی‌تواند hay یا way باشد. انتخاب شکسپیر "May" است که در واقع باید تماماً حشو باشد. اما کاملاً درست حس می‌شود، و از لحاظ زیبایی‌شناختی نیز قانع‌کننده است. حشو، بخشی جدی از رضایت‌مندی است که شکل و ساختار اثر هنری آن را فراهم می‌آورد. اثر هنری هرچه محبوب‌تر و بیشتر در دسترس همگان باشد، در شکل و محتوا حشو بیشتری خواهد داشت. ترانه‌های قومی سنتی و مجموعه‌های تلویزیونی مثال بارز این موضوع‌اند. آیا از این حرف می‌توان نتیجه گرفت که آثار عالی هنری چه در سطح الف (شکل) و چه در سطح ب (محتوا) لزوماً آتروپیک‌ترند؟ شاید هم چنین باشد، گرچه نظریه ارتباط ما را به این نتیجه می‌رساند که "سطح عالی" عامل قطعی نیست، اما در دسترس مخاطبان در سطح وسیع قرار گرفتن اثر هنری چنین عاملی است. به عبارت دیگر شاید آثار هنری محبوب و عالی نیز باشند، اما تقریباً پیوسته قراردادی و متعارف‌اند - به جین آستین و بتهوون به مثابه صاحبان آثار عالی و محبوب بیندیشید.

وقتی در مورد آثار هنری با آتروپبی و حشو سر و کار داریم، باید یادمان باشد که با چیزی ایستا و نامتغیر روبه‌رو نیستیم. یک شکل یا سبک هنری شاید حرفهای موجود را درهم بشکند، و بنابراین برای مخاطب بی‌واسطه‌اش آتروپیک باشد، اما شاید بعداً عرفهای خود را تثبیت کند و از این‌رو هر قدر که این عرفها وسیع‌تر آموخته و پذیرفته شود، بر حشو خواهد افزود. این نکته که سبک نقاشی امپرسیونیسم را ابتدا مخاطبان رد کردند، اما اکنون روی هر جعبه شکلات و تقویمی کلیشه می‌شود، مثال خوبی است. به طور کلی می‌توان گفت رمزگذاران چه هنرمند باشند، چه واعظ و چه سیاستمدار که در پیامهایشان حشو می‌گذارند، مخاطب - محورند. آنها به فکر ارتباط‌اند. آنها بیشتر از آنکه به حشو دلبسته باشند به موضوع و هنرمندان به شکل علاقه‌مندند. بنابراین حشو در وهله اول دلبسته‌کارایی ارتباط و غلبه بر مسائل آن است.

حشو و روابط اجتماعی

اما گفتم که بسط این مفهوم می‌تواند کارکردی متفاوت، گرچه مرتبط، داشته باشد. "سلام کردن" در خیابان فرستادن پیامی با حشو بسیار است. اما مسئله ارتباطی نیست که حل شود. اختلالی در کار نیست؛ من مایل نیستم محتوای (آتروپی) را در آن بگذارم یعنی از طرف مخاطب پذیرفتنی است. من متعهد هستم به آنچه که یا کوبش ارتباط الفت‌ساز (سخن‌گشا) می‌نامد (نک: پایین). مقصود او از این اصطلاح اعمال ارتباطی است که مطلبی تازه و اطلاعاتی در بر ندارد، اما مجراهای موجود را فقط برای باز و قابل استفاده نگه‌داشتنشان به کار می‌برد. البته در واقع بیشتر این است، نه آن. آنچه من با سلام کردن انجام می‌دهم، حفظ و تقویت رابطه موجود است. روابط فقط با ارتباط مداوم می‌تواند به موجودیت خود ادامه دهد. سلام من شاید رابطه را بسط یا تغییر ندهد، اما سلام نکردن قطعاً آن را تضعیف می‌کند.

روان‌شناسان اجتماعی از "سائقه منیت"، از نیاز به مورد توجه قرار گرفتن، به رسمیت شناخته شدن و پذیرفته شدن حضور فرد، حرف می‌زنند. سلام نکردن، یعنی قطع رابطه یا روگرداندن و عقیم گذاشتن این نیاز است. به لحاظ اجتماعی لازم است که سلام کنم. ارتباط الفت‌ساز، از راه حفظ و تثبیت رابطه در یکپارچه نگه‌داشتن جامعه یا اجتماع قطعی است. ارتباط الفت‌ساز دارای حشو بسیار است؛ باید هم باشد، چون به روابط موجود دل بسته است، نه به اطلاعات تازه. رفتار و کلمات قراردادی در موقعیتهای میان‌فردی، چون خوش و بش الفت‌ساز است، ارتباطی توأم با حشو که روابط اجتماعی را تثبیت و تقویت می‌کند و آن را ادب می‌نامیم.

این امر به شباهت دو کارکرد حشو اشاره می‌کند. آدم مؤدب که در ارتباط الفت‌ساز غرقه می‌شود، مخاطب یا گیرنده محور است، به همان ترتیب که ارتباط‌گر در کار خود حشو را بنا می‌نهد. تصادفی نیست که واژه عرف (قرارداد) هم به رفتار شخص مؤدب مربوط می‌شود و هم سبک هنرمندان مردم‌پسند.

می‌توان این شباهت را بیشتر بسط داد. یک شکل هنری بسیار قراردادی چون ترانهٔ فلکوریک (folk-song) کارکرد الفت‌ساز دارد. هیچ چیز پرحشوتر از ترجیع‌بند ترانهٔ فلکوریک نیست، اما با خواندن آن ما بر عضویت آن گروه یا خرده فرهنگ مهر تأیید می‌زنیم. در واقع یکی از معرف‌های - البته نه معرف اصلی - خرده فرهنگها، سلیقهٔ هنری مشترک اعضای آن است. خرده فرهنگهای نوجوانان در جامعهٔ ما از روی نوع موسیقی یا رقصهای مورد پسندشان تشخیص داده می‌شود. موسیقی و رقص قراردادی است: قراردادهای مشترک، هواداران را به یک خرده فرهنگ وابسته می‌کند. سایر اشکال موسیقی و رقص که از قراردادهای پذیرفته شده منحرف می‌شوند، کنار گذاشته شده‌اند. نکته این است که استفاده از جنبه‌های قراردادی و حشو موسیقی یا رقص است که عضویت در گروه را تعیین و تثبیت می‌کند. تغییرات فردی فقط در چارچوب قرارداد مجاز است - یا عناصر اصلی آتروپی فقط در چارچوب حشو شکل پذیرفتنی است.

مثال دیگر شیوه‌ای که مفهوم حشو قادرمان می‌سازد تا رفتار اجتماعی را به شکل پیامها مربوط کنیم، شاید در پذیرش عمومی هنر غریب، غیرقراردادی پیشرو (آتروپی) مشاهده شود. هنرمند به شیوه‌ای قراردادهای را درهم می‌شکند، بارها به مخاطب توهین و او را خشمگین می‌کند، درست به همان ترتیب که انگار از نظر اجتماعی نسبت به آنان بی‌ادب است. پذیرش کارهای امپرسیونیستی یا اجرای اولیهٔ در انتظارگودو به روشنی از مثالهای این موضوع است.

اگر به مفهوم حشوی بیش از جنبه‌های دیگر الگوی شائین و ویور درنگ کرده‌ام، علتش آن است که آن را یکی از پربرترین مفاهیم آن دو می‌دانم. به نظر من این مفهوم بینش بی‌همتایی در ارتباطات انسانی ارائه می‌کند و ما را توانا می‌سازد تا عناصر بسیار متفاوت این فرایند را به هم متصل کنیم.

تحلیل

بیاید این ادعا را بیازماییم. به تصویر الف نگاه کنید. آیا آن را غریب (آنتروپیک) یا دارای حشو می‌بینید؟ این شکل دارای حشو است، چون مثل همه عکسهای خبری قراردادی است که لحظه داغ درگیری را با دروین عکاسی ثبت کرده است. اما نگاهی دقیق‌تر به محتوایش شاید فکرهای تازه‌ای به ما بدهد. صفحات این‌گونه را زیاد نمی‌بینیم که عده‌ای پلیس آشکارا به خانم جوانی که لباس مناسبی پوشیده (ولو اینکه سیاه باشد) حمله کنند. به طور قراردادی ما پلیس را مدافع قانون و نظم می‌دانیم، نه متجاوز. رمزگشایی عکسها هرگز چنان‌که می‌نماید ساده نیست، و معمولاً به روی تعدادی خوانش باز است: یک خوانش آشکارا ممکن است این باشد که پلیس متجاوز و سیاه قربانی است. اگر پیام این باشد، برای خواننده معمولی دلیلی می‌رور غریب خواهد بود - گرچه شاید برای برخی سیاهان شهری حشو بسیاری داشته باشد.



تصویر الف. دلیلی می‌رور، آینه واقعیت

بنابراین وقتی دلیلی می‌رود دریافت که تأثیر دراماتیک عکس در صفحه اول بسیار شدید خواهد بود، ناگزیر شد دست به کاری بزنند که از غرابت بکاهد و بر حشو بیفزاید. به عبارت دیگر ناچار شد این تصویر از پلیس را با تصوراتی که به طور قراردادی از آنان داریم متناسب کند. به یاد داشته باشید که دلیلی می‌رود روزنامه پُر تیراژ عامه‌پسندی است که داستانهایش نسبتاً پیش‌بینی‌پذیر و دارای حشو است. بنابراین کاری که سردبیر کرد ایجاد تعادل این عکس با یکی دیگر و احاطه آن با کلمات بود (تصویر ا ب).

تیتراها و عناوین، توجه ما را طبق قرارداد به سوی آن می‌کشاند که تجاوزگر و قربانی کیست. رویارویی چنین القا می‌کند که دست‌کم توازن در تجاوز برقرار است. "تظاهرات سیاهان به برخورد با پلیس می‌انجامد" موازنه را علیه سیاهان به هم می‌زند، همچنین است عکس پلیس مجروح. سردبیر برای عکس اصلی متنی تهیه کرده است که آن را بیش از پیش با برداشتها و اعتقادات قراردادی متناسب کرده (در فصل ۸، ص ۲۱۴، نتایج یک بررسی مخاطب را که از این ادعا حمایت کرده بازسازی کرده‌ام). او میزان بالایی از حشو به آن داده است. ما می‌توانیم هر دو نوع حشو را در اینجا ببینیم. در سطح فنی بافت صرفاً رمزگشایی تصویر را به ویژه در یک نگاه سریع و اولیه ساده‌تر می‌کند. در سطح روابط اجتماعی می‌توانیم ببینیم که علقه‌های اجتماعی را تحکیم کرده است. نشان می‌دهد که ما "خوانندگان" اجتماعی هستیم که در برداشتها و معانی اجتماعی یکسان شریکیم. مثل یکدیگر به همه چیز نگاه می‌کنیم. این موضوع هم علقه‌های اجتماعی ما را با دیگران تحکیم می‌کند و هم حس درستی نظرگاهمان را نسبت به جهان.

حشو معمولاً نیرویی برای حفظ وضع موجود و علیه تغییر است. غرابت (آنتروپی) شاید ناآرام‌تر، برانگیخته‌تر، تکان‌دهنده‌تر باشد، اما برای ارتباط مؤثر دشوارتر است.

DAILY Mirror

Tuesday, March 1, 1961 12p

VIOLENCE breaks out as thousands of angry blacks marched through London yesterday.

The demonstrators were protesting at police handling of their demonstration late a day in which 13 black people died.

Chaos broke out in the shopping sections headed into the City.

A riotous mob of young men attacked shops, wrecked cars and smashed windows.

In Fleet Street, the windows of a jeweller's were smashed to

By LONDON REPORTERS

and shops of valuables smashed. Many windows shattered. One man was injured as he had dramatic pictures of youths looting the shop.

The riotous crowd in the West End, where clashes with police broke out. Several officers were injured.

The march to Hyde Park set out peacefully from New Cross, South London, where the riotous live victims died at a night.

Among the estimated 10,000 demonstrators were protesters from as far as Bristol, Manchester and Birmingham.

Later one shop's owner said: "I don't know what has caused trouble, but the police didn't seem to see it."

"Women and children were frightened and trampled and policemen were injured. But it should never have happened."

Flashpoint—Page 6. The Spoilers—Centre Pages.

Demo blacks clash with London police



VICTIM: A policeman is helped to safety.



FLARE-UP: Police and marchers clash at flashpoint of the "peaceful" demo that went wrong. Pictures: ALISDAIR MACDONALD

CONFRONTATION

تصویر اب . روزنامه دیلی میروور

مجرا، واسطه، رمز

مفاهیم اساسی

دو مفهوم مهم دیگر نیز در الگو وجود دارد که هنوز تفسیرشان نکرده ایم: مجرا و رمز. می توان اینها را به درستی در مورد واژه ای که شائن و ویور

به کار نبرده‌اند، اما نویسندگان دیگر آنها را مفید یافته‌اند و صف کنیم. این واژه واسطه است.

مجرا

مجرا صرفاً وسیله‌ای فیزیکی است که نشانه با آن منتقل می‌شود. مجراهای اصلی عبارت‌اند از: امواج نور، امواج صوت، امواج رادیو، کابل‌های تلفن، سیستم عصبی و غیره.

واسطه

واسطه اساساً وسایل فنی یا فیزیکی تبدیل پیام نشانه قابل انتقال در طول مجرا است. صدای من واسطه است؛ تکنولوژی پخش چیزی است که رسانه رادیو و تلویزیون را می‌سازد. خواص تکنولوژیکی یا فیزیکی یک واسطه را سرشت مجرا یا مجراهای در دسترس برای استفاده آن تعیین می‌کند. پس این خواص واسطه دامنه رمزهایی را که می‌تواند انتقال دهد، تعیین می‌کند. می‌توانیم رسانه را به سه مقوله اصلی تقسیم کنیم.

۱. رسانه نمایشی. صدا، چهره، اندام. آنها زبانهای "طبیعی" کلمات به زبان آمده، بیانها، اطوار و غیره را به کار می‌برند. آنها نیازمند حضور پیام‌گذارند، چون خود واسطه‌اند؛ آنها به ایتجا و اکنون محدودند و کنشهای ارتباط را تولید می‌کنند.

۲. رسانه بازنمایی. کتاب، نقاشی، عکس، نوشته، معماری، تزئینات داخلی، باغبانی و غیره. رسانه‌های متعددی هستند که عرفهای فرهنگی و زیباشناختی را به کار می‌گیرند تا نوعی "متن" بیافرینند. آنها بازنمایی خلاق‌اند. آنها متنی می‌سازند که می‌تواند رسانه مقوله ۱ را ثبت کند و مستقل از ارتباط‌گر به وجود خود ادامه دهد. آثار ارتباط را تولید می‌کنند.

۳. رسانه مکانیکی. تلفن، رادیو، تلویزیون، تلکس. آنها انتقال‌دهندگان

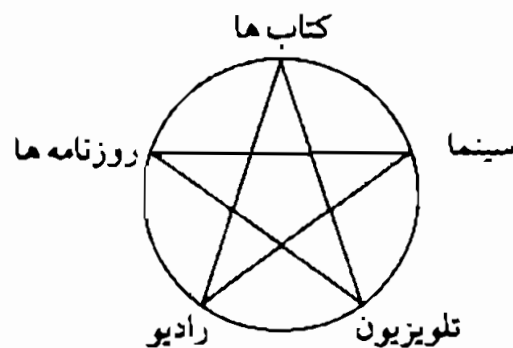
مقولات ۱ و ۲ هستند. تمایز اصلی بین مقولات ۲ و ۳ این است که رسانه در مقوله ۳ مجراهایی را به کار می‌گیرد که مهندسی ایجادشان کرده و بنابراین در معرض محدودیتهای تکنولوژیکی بیشتر است. بیش از مقوله ۲ مبتلا به اختلال سطح الف است.

اما مقولات در یکدیگر نفوذ می‌کنند و شاید گاه مناسب بدانید که آنها را در یکدیگر ادغام کنید. مقوله‌بندی شامل تشخیص تفاوتها می‌شود، اما مهم است که به مشابهات بین رسانه‌ها همچون تفاوتهاشان نیز بیندیشیم.

واسطه، اشارات بیشتر

یک مثال خوب کشف مشابهت‌ها و تفاوت‌های رسانه‌ها مطالعه کاتز، گروویچ و هاس (۱۹۷۳) است. آنها رابطه متقابل پنج رسانه جمعی اصلی را با مدل دایره توضیح داده‌اند (شکل ۳).

آنها برای یافتن اینکه چرا مردم واسطه خاصی را به بقیه ترجیح می‌دهند، از معیار بررسی مخاطب در سطح وسیع استفاده کرده‌اند. آنها درباره نیازهایی که مردم حس می‌کنند و دلایلشان برای روآوری به واسطه خاص برای ارضا شدن، تحقیق کرده‌اند. پاسخ مردم پژوهشگران را قادر کرد که رسانه را در رابطه دایره‌ای که در شکل نشان داده شده قرار دهند. مخاطب حس می‌کرد که هر واسطه بسیار شبیه به دو واسطه دو سوی آن است، یا به عبارت دیگر، حس می‌کردند که اگر یک واسطه در دسترس نباشد، دو واسطه همجوار می‌توانند به بهترین نحو جایش را بگیرند.



شکل ۳. روابط رسانه‌ها

مردم مایل اند از روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون استفاده کنند تا با جامعه ارتباط برقرار کنند. اما کتاب یا فیلم را برای لحظه گریز از واقعیت به کار می‌گیرند. تحصیل کرده‌ها بیشتر به رسانه‌های چاپی مایل اند؛ حال آنکه کم‌سوادها به رسانه‌های الکترونیکی و بصری تمایل بیشتری دارند. کتاب واسطه‌ای است که بیشتر برای اصلاح فهم افراد درباره خود به کار می‌رود. اگر به نیازهای اصلی که مردم با استفاده از رسانه برمی‌آورند بنگریم و سپس آنها را به انتخاب مرجح مردم درباره رسانه اصلی برای ارضای آن نیاز ربط دهیم، جدولی مانند جدول ۱ خواهیم داشت.

جدول ۱. نیازهای مخاطب

نظم رسانه‌ای درباره ترجیح نیازهای ارضاکننده					نیازها
اولین	دومین	سومین	چهارمین	پنجمین	
الف. نیازهای شخصی					
ک	رو	را	ت	س	۱. فهم خویشتن
س	ت	ک	را	رو	۲. لذت بردن
ک	س	ت	را	رو	۳. گریز
ب. نیازهای اجتماعی					
رو	را	ت	ک	س	۱. شناخت جهان
رو	را	ت	ک	س	۲. اعتماد به نفس،* ثبات، مناعت طبع
ت	س	را	رو	ک	۳. تقویت رابطه با خانواده
س	ت	رو	را	ک	۴. تقویت رابطه با دوستان

کلید: «ک» «کتاب»، «س» سینما، «رو» روزنامه، «را» رادیو، «ت» علامت تلویزیون است. * این نیاز به سه شیوه عمده بیان شده است: نیاز به حس مؤثر بودن، نیاز به حس اینکه دیگران نیز به طرز مشابه فکر می‌کنند و آرزوهای مشابه دارند.

رمز، مفاهیم اساسی

رمز، نظام معنایی مشترکی برای اعضای یک فرهنگ یا ساختار است. رمز هم نشانه است (مثلاً نشانه‌های فیزیکی که دلالت بر چیزی غیر از خود

می‌کند) و هم قواعد یا قراردادهایی که تعیین می‌کند این نشانه‌ها چگونه و در چه بافتی به کار می‌رود و چطور می‌تواند گرد آید تا پیامهای پیچیده‌تری را تشکیل دهد. در فصل ۴ رمزها را با جزئیات بیشتری مطالعه خواهیم کرد. در اینجا نمی‌خواهم بیش از تعریف اصطلاح و ملاحظه روابط اساسی بین رمزها، مجراها و رسانه کاری انجام دهم.

ساده‌تر از همه رابطه بین رمز و مجرا است. پیداست که خصوصیات فیزیکی مجراها را سرشت رمزهایی که می‌توانند انتقال دهند، تعیین می‌کند. تلفن محدود به زبان لفظی و پیرا زبان (رمزهای آهنگ کلام، تأکید اندازه صدا و غیره) می‌شود. ما شماری رمزهای ثانوی ابداع کرده‌ایم تا پیام هم‌اکنون رمزگذاری شده را در طول یک مجرای خاص قابل انتقال کنیم. پیام، رمز اولیه زبان کلامی شاید دوباره با رمزهای ثانوی رمزگذاری شود - موریس، تلگراف ساحلی، زبان کر و لاله‌ها، دست‌نوشته، بریل، حروف چاپی، همه این رمزهای ثانوی را خواص فیزیکی مجرایشان یا رسانه مکانیکی ارتباطشان تعیین می‌کند.

رابطه بین واسطه و رمز این چنین روشن نیست. تلویزیون واسطه‌ای است که برای مجراهای سمعی و بصری به کار می‌رود. باسکُم (۱۹۷۵) خاطر نشان می‌کند که برنامه‌ای چون مثلِ روز (match of the day) هم از رمزهای مخصوص مجرا استفاده می‌کند و هم از رمزهای مخصوص واسطه. رمزهای مخصوص مجرا عبارت‌اند از:

مجرای دیداری - کنش زنده، نماهای استودیو و عکس؛

مجرای شنیداری - صدای ضبط شده، سخنرانی و موسیقی.

سپس رمزهای مخصوص واسطه را که در مجرای دیداری به کار می‌رود تحلیل می‌کند. اینها عبارت‌اند از: رمزهای نور، رنگ، سرعت، توصیف، قاب‌بندی، حرکت و جای دوربین، و موتاژ. او نشان می‌دهد وقتی که محدودیتهای فنی واسطه حوزه استفاده‌های ممکن را که به روی هر رمز

باز است وصف می‌کند، استفاده عملی ساخته شده از آنها را فرهنگ پخش‌کنندگان تعیین می‌کند.

اما، اگر مثلاً واسطه‌ای چون "لباس" را در نظر بگیریم، تمایز بین رمزها و واسطه‌ها را دشوار می‌بینیم. آیا سودمند است که از رمزهای مختلف لباس، یا صرفاً پیامهای مختلف که با رمز مشابه فرستاده می‌شود حرف بزنیم؟ معنای توافق‌شده رسمی دکمه یا تکه‌ای نوار در یونیفورم نظامی قطعاً از لحاظ درجه، ولی نه لزوماً از لحاظ نوع با معنای کمتر دقیق و غیررسمی توافق‌شده شلوار جین متفاوت است. واسطه و رمز مرز یکسانی دارند، اما رمز چیزی است که ما نیاز به مطالعه داریم، زیرا رمز استفاده معناداری است که واسطه در آن قرار می‌گیرد. همه فرهنگها و جوامع واسطه لباس را دارند (حتی برهنه‌ها، که بدون لباس تعریف می‌شوند): ارتباط از طریق رمزهایی که براساس فرهنگ قرار دارد و واسطه منتقلش می‌کند، رخ می‌دهد.

همچنین لباس یک کارکرد غیر ارتباطی دارد - یعنی حمایت و حفاظت در برابر هوای نامناسب. بسیاری از مصنوعات فرهنگی این کارکرد دوگانه را دارند - یک کارکرد فیزیکی و تکنولوژیکی، و یک کارکرد ارتباطی. خانه، اتومبیل و مبل را نخست با کارکرد تکنولوژیکی و در مرحله دوم با طرحشان، با کارکرد ارتباطی تعریف می‌کنند. محدودیتهای واسطه، تکنولوژیکی است: رمزها در چارچوب آنها عمل می‌کنند.

بازخورد

مفاهیم اساسی

بازخورد نیز مانند واسطه مفهومی است که شائین و ویور به کار برده‌اند، اما مفهومی است که کوشندگان بعدی آن را سودمند یافته‌اند. به طور خلاصه بازخورد انتقال واکنش‌گیرنده به فرستنده است. الگوهایی که بر بازخورد تأکید می‌کنند دارای گرایش کنترل و فرمان و سیرنتیک هستند.

علم سبیرتیک، علم کنترل است. این واژه از واژه یونانی سکاندار (helmsman) مشتق شده و ریشه‌اش تصویر خوبی برای ما فراهم می‌آورد. اگر سکانداری بخواهد کشتی را به بندر براند، اهرم مکان را به سمت راست می‌چرخاند. بعد نگاه می‌کند که بیند دماغه کشتی چقدر در بندر می‌چرخد و با مقداری که او اهرم مکان را به سمت راست می‌چرخاند متناسب می‌شود. چشمها قادرش می‌کند که بازخورد را دریابد - یعنی واکنش دماغه به این چرخش اهرم مکان. به همین ترتیب ترموستات در یک سیستم حرارتی مرکزی به کوره پیام می‌فرستد، و با سنجش گرمای اتاق از دماسنج (ترمومتر) پیام دریافت می‌دارد. این بازخورد کمک می‌کند تا کارکرد را با نیازهای اتاق هماهنگ کند. همین امر در مورد ارتباطات انسانی نیز مصداق دارد. بازخورد به سخنران کمک می‌کند تا رفتار خود را با نیاز و پاسخ به مخاطب تنظیم کند. سخنرانان خوب معمولاً به بازخورد حساس‌اند، آدمهای کسل‌کننده، خودپسند و سلطه‌جو بازخورد را یکسره نادیده می‌گیرند.

برخی مجراهای ارتباطی بازخورد را بسیار دشوار می‌کنند. رادیوهای دوسویه و تلفن به انتقال متناوب (جابه‌جایی فرستنده - گیرنده) اجازه می‌دهند که بتواند برخی از کارکردهای بازخورد را انجام دهد، اما نظام بازخورد به روشنی با نظام بازخورد هم‌زمان که در ارتباط رودر و رخ می‌دهد، تفاوت دارد. این را عمدتاً در دسترس بودن مجرا معین می‌کند. رسانه مکانیکی، به ویژه رسانه جمعی دسترسی و بنابراین بازخورد را محدود می‌کند. نمی‌توانیم مدام به بی. بی. سی دسترسی داشته باشیم، گرچه واحد پژوهش مخاطب آن می‌کوشد سیستم بازخورد تدوین شده‌ای فراهم آورد. به همین ترتیب وقتی سخنرانی می‌کنم، دسترسی دانشجویانم به مجرای امواج صدا محدود است - آنها بازخورد کمتری نسبت به سمینار به من می‌دهند - زیرا در سمینار خیلی بیشتر از سخنرانی شرکت می‌کنند. پس بازخورد این کارکرد عمده را دارد. بازخورد به ارتباط‌گر کمک

می‌کند که پیامش را با نیازها و پاسخهای گیرنده تنظیم کند. همچنین کارکردهای فرعی نیز دارد. شاید مهم‌ترین‌شان آن است که به گیرنده کمک می‌کند تا خود را در ارتباط درگیر کند. آگاه بودن از اینکه ارتباط‌گر واکنش ما را به حساب می‌آورد، بیشتر وادارمان می‌کند که پیام را بپذیریم: ناتوانی در بیان واکنش امکان دارد به عجز بینجامد و سبب چنان اختلالی شود که پیام یکسره از دست برود. گرچه بازخورد از مقصد به مبدأ حلقهٔ بازگشتی را وارد می‌کند، اما خطی بودن الگو را خراب نمی‌کند. در اینجا است که روند انتقال پیامها کارآمدتر می‌شود.

پیشنهاد کار بیشتر

۱. سطوح الف، ب، ج شائن و ویور را برای تحلیل نمونه‌های ارتباط، مثلاً یک مصاحبهٔ شفاهی، یک عکس خبری، و یک ترانهٔ پاپ به کار ببرید. تا کجا قابل کاربردند؟ این‌گونه تمرین تحلیلی را چقدر مفید می‌دانید؟
۲. مشکلات به کار بردن مفهوم "اطلاعات" که از سطح الف ریشه گرفته و آن را به سطح ب ارجاع می‌دهد چیست؟ آیا می‌توان معنا را از لحاظ عددی اندازه گرفت؟

Smith (1966), pp. 15-24-55 and Cherry (1957), pp. 169-78, 182-9, 228-34, 243-52.

۳. از گفتن اینکه ۵۰ درصد زبان انگلیسی حشو است، چه می‌فهمید؟
Cherry (1957), pp. 117-23, 182-9 and Smith (1966), p. 21.

۴. کارکردهای ارتباطی حشو را خلاصه کنید.
Cherry (1957), pp. 278-9.

۵. دربارهٔ شیوه‌هایی بحث کنید که در آن عرف، فهم را آسان کند. نمونه‌هایی از نویسندگان یا هنرمندانی را گرد آورید که سنت خاصی را زیر پا گذاشته یا بسطش داده‌اند. چگونه اینها بر تمایلشان به ارتباط یا مخاطبی که در دسترس‌شان بود تأثیر گذاشته است؟

۶. کتابی بخوانید، عکسی نگاه کنید، به نواری گوش دهید، نمایشنامه زنده یا ضبط آن را روی فیلم ببینید. چگونه آنها را رسانه تشخیص می‌دهیم؟

Guiraud (1975), pp. 15-21.

۷. تعدادی نمونه‌های رسانه و مجرا را در نظر بگیرید. پیداست که یک واسطه می‌تواند بیش از یک مجرا را به کار گیرد و یک مجرا می‌تواند بیش از یک واسطه را انتقال دهد. بنابراین آیا هیچ رابطه‌ی بامعنایی بین واسطه و مجرا وجود دارد، یا آنها مفاهیمی مستقل‌اند؟

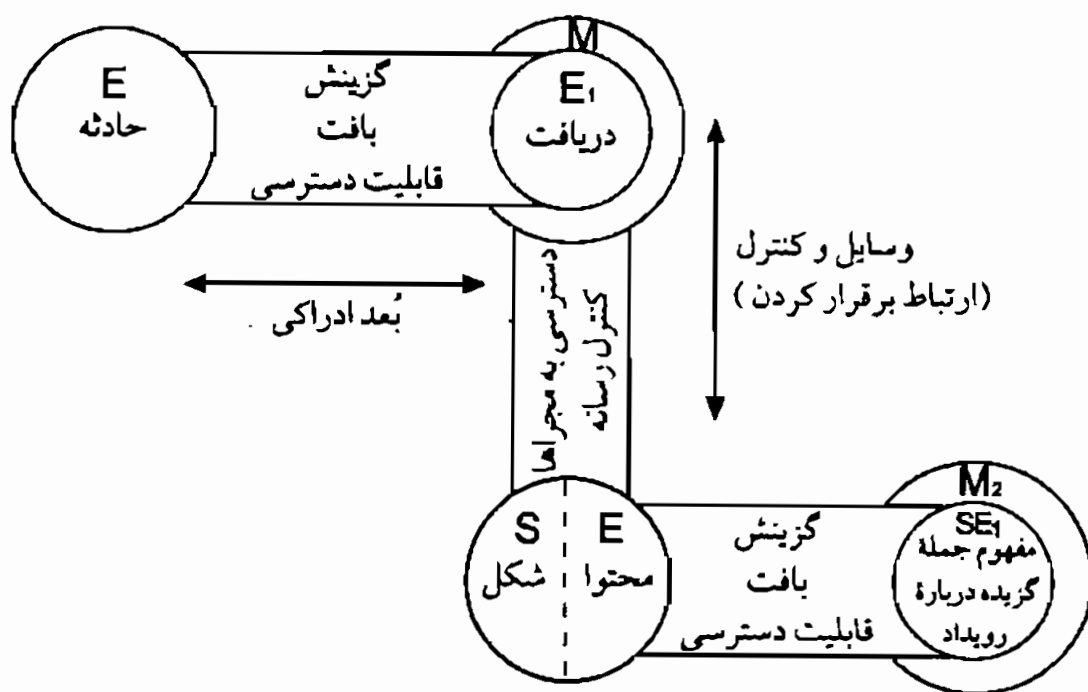
الگوهای دیگر

در این فصل می‌خواهم به تعدادی دیگر از الگوهای مربوط به مکتب فرایند در ارتباطات اشاره کنم تا حوزه برداشت را روشن کنم. اول مدل گربنر است که مثل شاتن و ویور ادعای کاربرد عام آن را دارد. این مدل می‌تواند هر نمونه ارتباط را توضیح دهد، و به خصوص توجه را به عناصر اصلی که در هر عمل ارتباطی مشترک است، جلب می‌کند. سپس به برخی الگوها با ادعای خاص‌تر و محدودتر می‌نگریم. لَسول شکل اصلی الگوی شاتن و ویور را در نظر می‌گیرد، آن را ملفوظ می‌کند، و سپس به ویژه در مورد رسانه‌های جمعی به کار می‌برد. نیوکامب مدل مثلی و ارجاع آن به طور عمده به ارتباط میان فردی یا اجتماعی با این برداشت قطع رابطه می‌کند. وستلی و مک‌لین هنگامی که آن را برای اعمال به رسانه‌های جمعی گسترش می‌دهند، این الگو را به سوی شکل آشناتر خطی برمی‌گردانند. سرانجام به الگوی یاکویسن که می‌توان آن را چون پلی بین الگوهای ارتباطی فرایند و نشانه‌شناسی دانست، نگاهی می‌افکنیم.

الگوی گربنر (۱۹۵۶)

جورج گربنر، که در حال حاضر استاد و سرپرست دانشکده ارتباطات

آنبرگ در دانشگاه پنسیلوانیاست، کوشیده است تا الگوی ارتباطات همه‌جانبه‌ای ارائه دهد. این الگو به نسبت الگوی شائن و ویور پیچیده‌تر بود، فرایند خطی الگو را در استخوان‌بندی خود پذیرفته بود. با این همه پیشرفت اصلی نسبت به الگوی آنها در دو نکته بود: این الگو پیام را به "واقعیت" که "درباره" چیزی است مربوط می‌کند، و بنابراین توانایمان می‌سازد که به پرسشهای ادارک و معنا نزدیک شویم، فرایند ارتباط را عبارت از دو بُعد متناوب می‌داند: بُعد ادراکی یا دریافتی، و بُعد ارتباط برقرارکردن یا وسایل و کنترل. عناصر عمده الگوی گرنبر در شکل ۴ نمایان است.



شکل ۴. الگوی گرنبر (اصلاح شده)

بُعد افقی

فرایند با رویداد **E** شروع می‌شود، چیزی در واقعیت بیرونی که **M** تصورش را می‌کند (این **M** می‌تواند انسان باشد یا ماشین، مثلاً دوربین یا میکروفون). دریافت **M** از **E** یک دریافت **E₁** است. این بُعد دریافتی در

ابتدای فرایند است. رابطه بین E و E_1 دربرگیرنده‌گزینش است، که در آن M احتمالاً نمی‌تواند تمام پیچیدگی E را دریاابد. اگر M ماشین باشد، انتخاب را مهندسی و ظرفیت فیزیکی آن معین می‌کند. اگر M انسان باشد، گزینش پیچیده‌تر است. ادراک انسانی، دریافت ساده‌محرك نیست، بلکه فرایندی است از کنش متقابل و مذاکره آنچه اتفاق می‌افتد این است که می‌کوشیم محرك بیرونی را با الگوهای درونی فکر و مفاهیم جفت و جور کنیم. این قرینگی که به وجود آمد، چیزی را دریافته‌ایم و به آن معنایی داده‌ایم. پس در این رابطه "معنا" از قرینگی محرك بیرونی با مفاهیم درونی مشتق می‌شود. تصور کنید چه اتفاقی می‌افتد اگر نتوانیم کلمه‌ای را درست بشنویم یا نتوانیم دست‌نوشته کسی را درست بخوانیم. یا فکر معماهای بصری عکسهایی را بکنید که از اشیای ناآشنا از زوایای ناآشنا یا تصویر درشت ناآشنا برداشته شده است؛ وقتی قرینگی یا شناسایی رخ بدهد، عکس آنچنان که هست درک می‌شود. تا این لحظه ما احساس درماندگی می‌کنیم، چون گرچه سایه روشن و آشکال عکس را می‌بینیم، هنوز نمی‌توانیم بگوییم درکش می‌کنیم؛ زیرا ادارک پیوسته در برگیرنده‌کشش به سوی فهم و سامان‌دهی است. دست نیافتن به معنا در آنچه درمی‌یابیم، ما را در حالت سردرگمی می‌گذارد.

این قرینگی را فرهنگ ما کنترل می‌کند که در آن مفاهیم درونی یا الگوهای فکری ما در نتیجه تجربه فرهنگی ما گسترش می‌یابند. این یعنی اینکه مردم با فرهنگهای گوناگون واقعیت را گوناگون درک می‌کنند. پس ادراک فقط فرایندی روان‌شناختی در چارچوب فردی نیست؛ بلکه موضوع فرهنگ نیز هست.

بُعد عمودی

اکنون به مرحله دوم و بُعد عمودی می‌رسیم. این وقتی است که دریافت E_1 بدل به نشانه E ، یا با استفاده از رمز گربنر، SE می‌شود. این چیزی

است که ما معمولاً پیام می‌نامیم، یعنی نشانه یا بیانی دربارهٔ رویداد. چرخه‌ای که این پیام را باز می‌نماید به دو قسمت تقسیم شده است؛ S به مثابه نشانه و شکلی که می‌گیرد به آن اشاره می‌کند، و E به محتوایش ارجاع می‌دهد. پیدا است که محتوای معین یا E می‌تواند با تعدادی راه‌های مختلف ارتباط برقرار کند - شماری Ss بالقوه است که از میانشان انتخاب کنیم. یافتن بهترین S برای E معین یکی از دلبستگی‌های ارتباط‌گر است. به خاطر سپردن این نکته مهم است که SE مفهوم یکپارچه‌ای است، نه دو حوزه جداگانه که روی هم قرار گرفته باشد؛ در آن S برگزیده آشکارا بر ارائه E تأثیر خواهد گذاشت. رابطه بین شکل و محتوا پویا و دارای کنش متقابل است. محتوا صرفاً از راه شکل انتقال نمی‌یابد، چنان‌که آی. ای. ریچاردز نومیدانه آن را "بسته‌بندی عامیانه نظریه ارتباط" خوانده است.

ریچاردز این عبارت وزین و رنگین را به کار برد تا نظریهٔ ارتباط را به باد ملامت بگیرد. از نظر او الگوی شائن و ویور اشاره می‌کرد که هستهٔ پیام موجودیت مستقل دارد. بعد آن را رمزگذاری می‌کنند؛ یعنی مثل بسته‌ای برای انتقال در زبان بسته‌بندی می‌شود. دریافت‌کننده آن را رمزگشایی می‌کند، یا بسته‌بندی را می‌گشاید و هستهٔ پیام را آشکار می‌سازد. تصور غلط او این انگاره است که پیام می‌تواند پیش از "تولید" یا "رمزگذاری" وجود داشته باشد. تولید روندی خلاق است: پیش از آن فقط محرک بود و نیاز به تولید، نه انگاره‌ای از پیش موجود یا محتوایی که باید از رمز درآید. به عبارت دیگر محتوایی پیش از شکل نیست، و کوشش در یافتن تفاوت بین شکل و محتوا به خودی خود تمرینی بسیار مشکوک است.

در این بُعد عمودی یا ارتباطی، انتخاب به اندازهٔ بُعد افقی مهم است. نخست انتخاب "وسیله" است - واسطه و مجرای ارتباط. بعد گزینش از درون، مفهوم E₁ مطرح است. همان‌طور که E₁ نمی‌تواند پاسخ کامل و جامعی به E باشد، نشانه دربارهٔ E₁ نیز به نوبت خود نمی‌تواند به کمال یا جامعیت برسد. گزینش و تحریف باید رخ دهد.

دسترسی: مفهوم اساسی

این بعد همچنین شامل مفهوم دسترسی به رسانه و مجراهای ارتباطی است. کسی که به رسانه‌های جمعی دسترسی دارد و به‌خصوص در حال حاضر که مباحثه بر سر رابطه تلویزیون و جامعه موضوع داغی است. بُعد افقی این الگو به ما می‌گوید که E_1 تلویزیون باید گزینشی از E باشد، بنابراین کسی که انتخاب می‌کند و تصویر او از جهان چون SE منتقل می‌شود، به روشنی از اهمیت درجه یک برخوردار است. اتحادیه‌های کاری که تا حدودی به حقیقت نزدیک است - ادعا می‌کنند که تلویزیون در انتقال اخبار صنعتی پیوسته تفسیر طبقه متوسط متمایل به مدیریت را ارائه می‌کند. این امر لزوماً عمدی نیست، اما شاید این نکته توضیح بدهد که کارکنان تلویزیون از نظر موقعیت طبقاتی، فرهنگی و تربیتی به مدیران نزدیک‌ترند تا به کارگران، و بنابراین E_1 آنها طبعاً در برگیرنده همان انتخاب E خواهد بود که از آن مدیران است.

دسترسی: اشارات بیشتر

دسترسی به رسانه، وسیله اعمال قدرت و کنترل اجتماعی است. در مورد رسانه‌های جمعی این اعتقادی رایج است: برای روشن شدن کافی است نگاهی به رابطه بین دولت‌های سلطه‌طلب یا دیکتاتورها با رسانه‌هاشان بیندازیم، یا ببینیم که چگونه یکی از نخستین هدفهای نیروهای انقلابی موفق ایجاد ایستگاه رادیوی ملی است. اما این امر در ارتباطات میان فردی نیز مصداق دارد: شخصیت‌های اقتدارطلب یا آموزگاران می‌کوشند دسترسی دیگران را به مجراهای ارتباطی کنترل کنند: یعنی می‌کوشند مقدار صحبت دیگران را محدود کنند. پدر دوره ویکتوریا اجازه نمی‌داد فرزندانش حرف بزنند، مگر اینکه سر میز شام چیزی از آنان پرسیده شود؛ دولت‌های اقتدارطلب کنونی نیز دقیقاً به همین نحو عمل می‌کنند، تنها اجازه می‌دهند دیدگاه‌های "رسمی" مربوط به رویداد بر پرده تلویزیون منعکس شود.

مسئله شباهت بین دموکراسی و دسترسی به رسانه‌های جمعی، نوع رابطه انسانی و دسترسی به مجراهای میان‌فردی می‌تواند شخص را به جست‌وجو و کندوکاو بیشتر برانگیزد.

پس برای سومین مرحله فرایند به بُعد افقی برمی‌گردیم. اما البته در اینجا آنچه که گیرنده، M_2 ، درمی‌یابد یک رویداد، E نیست، بلکه نشانه یا بیانی درباره رویداد یا SE است. همان فرایندی که در مرحله یک خلاصه کردیم لازم است، و شاید در اینجا ارزش داشته باشد دوباره تأکید کنیم که معنای پیام تنها محصور در "خود پیام نیست"، بلکه نتیجه کنش متقابل یا مذاکره بین گیرنده و پیام است. M_2 برای SE رشته‌ای از نیازها و مفاهیم را به وجود می‌آورد که می‌توانیم بگوییم از فرهنگ یا خرده فرهنگ او مشتق شده و تا جایی که بتواند SE را نیز چنین به آنها ربط می‌دهد، می‌شود گفت که در پیام معنا می‌یابد. این امر بالقوه هرگز به طور کامل تحقق نمی‌یابد و شکلی که به خود می‌گیرد تا کنش متقابل یا مذاکره بین M_2 و SE صورت نگرفته تعیین نمی‌شود. معنای حاصله SE_1 است.

قابلیت دسترسی، مفهوم اساسی

عاملی در بُعد افقی که با "دسترس" در بُعد عمودی برابر است "قابلیت دسترسی" است. این هم مثل گزینش به تعیین آنچه عملاً دریافت می‌شود کمک می‌کند. این شکل دیگر گزینش است، اما در این مورد گزینش را ادراک کننده انجام نمی‌دهد بلکه ارتباط‌گر انجام می‌دهد. آنچه ارتباط‌گر برمی‌گزیند این است که چگونه و بنابراین برای چه کسی پیام قابل دسترسی می‌شود. یک مثال در سطح میان فردی وقتی است که پدر و مادر کلمات طولانی یا رمزی به کار می‌برند، چون در حضور فرزندانشان از چیزی حرف می‌زنند که نمی‌خواهند آنها بفهمند. سیاست شرکت‌های تلویزیونی به محدود کردن برنامه‌های خشن به پس از ساعت ۹ شب یکی از راه‌های محدود کردن قابلیت دسترسی است، چنان‌که سیاست دولت

شوروی سابق در انتشار برخی کتابها یا تیراژ محدود، که فقط در کتابخانه‌های بزرگ در دسترس باشد، و بنابراین محدود کردن خواننده آن بود.

قابلیت دسترسی، اشارات بیشتر

شاید برجسته‌ترین افزایش در قابلیت دسترسی، نتیجه گسترش رسانه‌های پخش بوده است. پیش از رادیو دسترسی به اطلاعات فقط به ادبیات محدود می‌شد. توانایی خواندن لزوماً و به طور سنتی به اقلیت درس خوانده محدود می‌شد که بنابراین از جریان اطلاعات به سوی اکثریت بی‌سواد جلوگیری می‌کرد. اطلاعات چنان‌که دیدیم قدرت است، و از این رو سواد یکی از راه‌های حیاتی اعمال نظارت اجتماعی بود. گسترش آموزش عمومی با نگرانی روزافزون "آموزش طبقات کارگر فارغ از جایگاه طبعی شان در جامعه" یا "دادن باورهایی بالاتر از موقعیتشان" همراه بوده است. سوسیالیست‌ها و اتحادیه‌های کارگری اولیه آموزش کارگران و به ویژه بهبود سطح سواد را مبنای لازم تکامل جامعه سوسیالیستی می‌دانستند. حتی امروزه که آموزش و پرورش و همچنین سواد در جامعه ما عمومیت دارد، هنوز هم طبقات متوسط تحصیل کرده برای کسب اطلاعات، طبعاً به کلام مکتوب رو می‌آورند. همین طبقات اند که قدرت کلام مکتوب را ارزیابی می‌کنند تا فکر و تخیل را برانگیزانند و همه توان خود را به کار می‌برند تا گریز از روزمرگی و آرامش و تفریح رخ دهد.

رادیو و تلویزیون و به میزان کمتر سینما، برای نخستین بار در تاریخ، اطلاعات را برای افراد درس‌نخوانده به طور مستقیم قابل دسترسی کرده‌اند، و بنابراین بالقوه نمایندگان بزرگ مردم‌سالاری (دموکراسی) هستند. از این لحاظ به ویژه رادیو اهمیت خاصی دارد، چون ارزان بودنش هم برای انتقال‌دهنده و هم برای دریافت‌کننده سبب گسترش قابلیت

دسترسی آن شده است. تمایل کشورهای رو به توسعه به نظارت بر برنامه‌های رادیو چشمگیر است، زیرا مردم سالارانه کردن بالقوه رادیو مستقیماً به دسترسی به آن مربوط می‌شود. دولتهای جهان سوم که بر دسترسی به رسانه‌های جمعی نظارت دارند، اغلب استدلال می‌کنند مردم کشورشان - که از لحاظ سیاسی دارای پیچیدگی نیستند - نمی‌توانند از پس جریان مکرر اطلاعات ضد و نقیض که نتیجه دسترسی آزادتر رسانه‌های مردم‌سالار غربی است برآیند. دسترسی و قابلیت دسترسی دو روی یک سکه‌اند.

الگوی گسترده

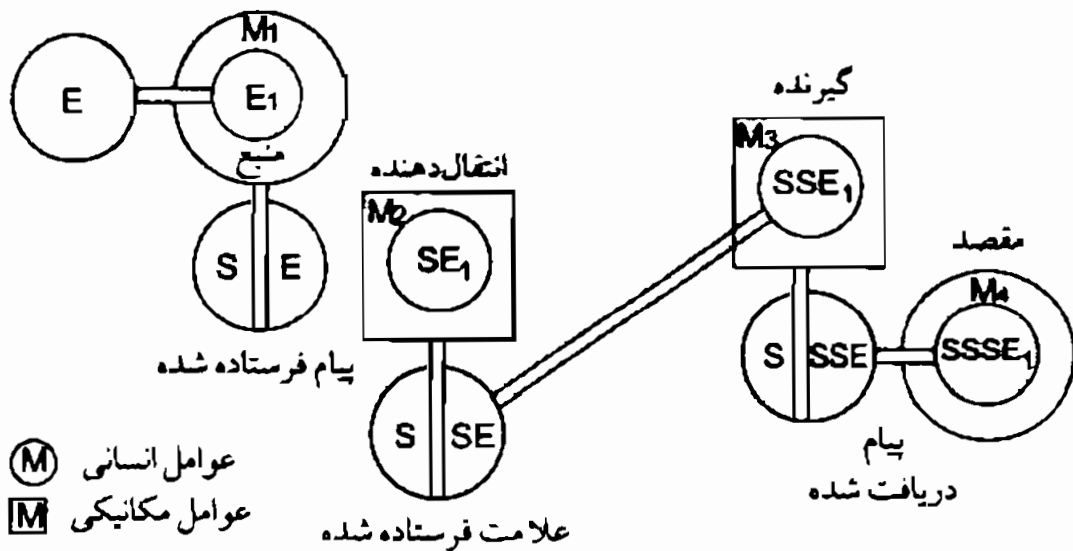
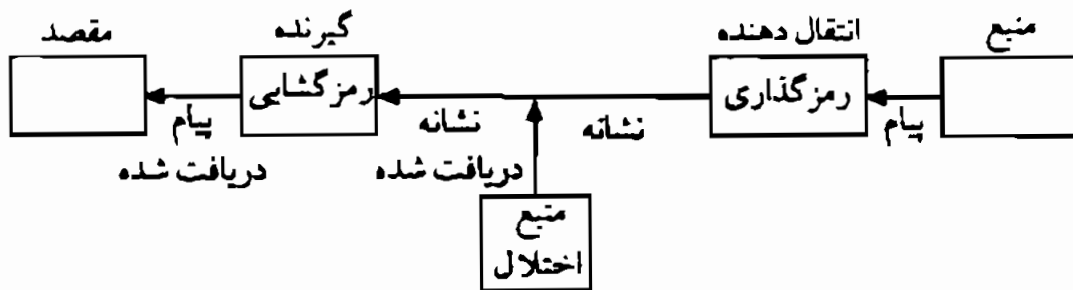
این الگو گستردگی چندگانه را مجاز می‌دارد و توانایمان می‌کند که عوامل مکانیکی را وادار به فرایند کنیم. مثلاً گریتر یک گفت‌وگوی تلفنی را نمونه قرار می‌دهد و در عین حال شباهت اساسی الگوی خود را با شائن و ویور ترسیم می‌کند (شکل ۵).

الگو و معنا

الگوی اصلی گریتر رابطه‌ی مثلثی است بین رویداد E ، درک رویداد E_1 و بیان درباره‌ی رویداد SE . معنا باید در وهله‌ی اول در این رابطه یافت شود: در واقع در یک برگردان اخیر از الگوی وی گریتر با پیکانی با برچسب "کیفیت حقیقت" E را به SE وصل می‌کند. اما گترش الگوی وی برای دربرگرفتن M_3 دریافت‌کننده، ما را مجاز می‌دارد که دریافت‌کننده پیام را به این عوامل که معنا را معین می‌کند، بیفزاییم.

با این حال الگوی گریتر با تمام سنجیدگی، تکامل خلاق الگوی شائن و ویور است. این الگو ارتباط را انتقال پیام می‌داند، وگرچه فراسوی خود فرایند، بیرون از E می‌نگرد و بنابراین پرسش معنا را مطرح می‌کند، هرگز خود را مستقیماً در معرض این مسائل نمی‌گذارد که معنا چگونه تولید می‌شود. این الگو S ، شکل پیام یا رمز استفاده شده را مسلم فرض می‌کند،

حال آنکه هواداران مکتب نشانه‌شناسی این را لب مطلب می‌دانند. همچنین شاید استدلال کنند که گریتر اشتباه می‌کند که می‌پندارد همه روندهای افقی مشابه‌اند: درک ما از پیام شباهتی به درک ما از رویداد ندارد. اگر در فیلمی بینیم که قهرمان با گلوله‌ای آدم شریر را از پا درآورده، واکنشی که نشان می‌دهیم با آنکه شاهد چنین رویدادی در زندگی واقعی باشیم از زمین تا آسمان با هم فرق دارد. پیام به طرزی ساخته یا رمزگذاری می‌شود که با رویداد معمولی فرق دارد، بنابراین واکنش ما را به طور فعال‌تری جهت می‌دهد.



شکل ۵ مقایسه الگوی شانن و ویور (بالا) و گریتر (پایین)

کارهای اخیر گربنر، به ویژه مطالعاتش در ترسیم خشونت در تلویزیون، نشان می‌دهد که به چنین نقایصی در الگوش آگاه است، و مسلماً گربنر مرجع مقتدري است که کارش به فراهم آوردن دو برداشت از مطالعه ارتباطات نزدیک شده است.

الگوی لسول (۱۹۴۸)

لسول الگوی اولیه دیگری ارائه کرده که به طور گسترده نقل شده است. الگوی او به طور خاصی یک الگوی ارتباط جمعی است. برای فهم فرایندهای ارتباط جمعی لازم است هر یک از مراحل الگوی وی را بررسی کنیم:

چه کسی

چه می‌گوید

در کدام مجرا

با چه کسی

با چه تأثیری؟

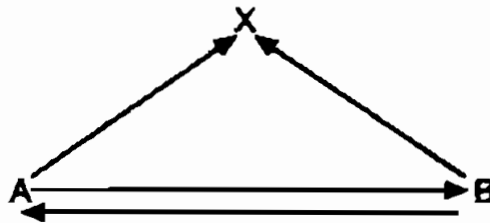
این یک تعبیر لفظی الگوی اصلی شائن و وبور است. این هم خطی است: ارتباطات را انتقال پیام می‌داند: موضوع "تأثیر" را بیش از معنا می‌پروراند. "تأثیر" مستلزم تغییر قابل مشاهده و سنجش درگیرنده است که عناصر قابل شناسایی فرایند سبب آن شده باشند. تغییر یکی از این عناصر تأثیر را تغییر خواهد داد. می‌توان رمزگذار یا پیام و یا مجرا را تغییر داد: هر یک از این تغییرات سبب تغییر متناسب تأثیر می‌شوند. بیشتر پژوهشهای ارتباط جمعی به وضوح از این الگو پیروی می‌کنند. کار در مؤسسات و فرایندهایشان درباره تولیدکنندگان ارتباطات، درباره مخاطب و چگونگی تأثیرپذیری او، به روشنی از یک الگوی خطی مبتنی بر فرایند ناشی شده است.

الگوی نیوکامب (۱۹۵۳)

اما همه این الگوها خطی نیستند. الگوی نیوکامب ما را اساساً با شکل

تازه‌ای آشنا می‌سازد. این الگو سه ضلعی است (شکل ۶). ویژگی اصلی این الگو در آن است که نخستین الگویی است که ما را با نقش ارتباط در جامعه یا روابط اجتماعی آشنا می‌سازد. برای نیوکامب این نقش ساده است - یعنی حفظ تعادل در درون نظام اجتماعی. طرز کار الگو چنین است: A و B ارتباط‌گر و دریافت‌کننده‌اند؛ آنها می‌توانند افراد یا مدیریت و اتحادیه، یا دولت و مردم باشند. X بخشی از محیط اجتماعی آنهاست. ABX یک نظام است به معنای اینکه روابط درونی‌شان به یکدیگر وابسته است: اگر A تغییر کند، B و X نیز تغییر خواهند کرد؛ یا اگر A رابطه خود را با X تغییر دهد، B نیز رابطه‌اش را با X یا A تغییر خواهد داد.

اگر A و B دوست باشند، و X چیزی یا کسی است که هر دو می‌شناسند، مهم خواهد بود که A و B نگرش مشابهی به X داشته باشند. اگر چنین باشد، نظام متعادل خواهد بود. اما اگر A مایل به X باشد و B نباشد، A و B برای برقراری ارتباط تحت فشار خواهند بود تا دو دوست به گرایش وسیع و مشابهی به X برسند. هر قدر جایگاه X در محیط اجتماعی مهم‌تر باشد، کشش جهت‌گیری مشترک به سوی آن فوریت بیشتری خواهد داشت. البته شاید X شیء یا شخص نباشد: شاید هر قسمتی از محیط مشترک‌شان باشد. A شاید دولت باشد، B شورای اتحادیه کارگری و X سیاست مالیاتی. برای ساده کردن و به منظور وضوح در این مورد می‌توانیم ببینیم که یک دولت کارگری (A) و اتحادیه کارگری (B) که از لحاظ نظری به یکدیگر متمایل‌اند، تحت فشار خواهند بود که مدام با یکدیگر ملاقات کنند تا بکوشند بر سر سیاست مالیاتی با آن به توافق برسند. اما اگر A دولت محافظه کار باشد که با B، اتحادیه کارگری، "دوست" نیست، فشار کمتری بر آنها وارد می‌آید تا با X به توافق برسند. اگر رابطه AB از نوع "دوستی" نباشد، می‌توانند بر سر X اختلاف داشته باشند: نظام هنوز هم متعادل است.



شکل ۶. تصویر کلی نظام حداقلی ABX

یادداشتها

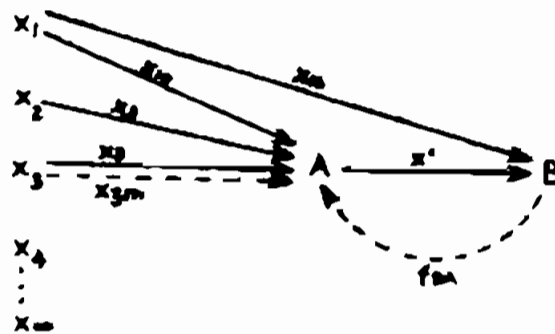
- حداقل اجزای نظام ABX به قرار زیر است:
۱. جهت‌گیری A به سوی X هم شامل گرایش به سوی X به مثابه موضوعی که باید به آن نزدیک شد یا از آن دوری جست (مشخص شده با نشانه و شدت) و هم شامل ویژگی‌های شناختی (اعتقادات و ساختاربندهی شناختی) می‌شود.
 ۲. جهت‌گیری A به سوی B دقیقاً به همان مفهوم است. (برای اجتناب از خلط اصطلاحات، از کنش مثبت و منفی به سوی A یا B به مثابه شخص، و از نگرشهای مطلوب و نامطلوب به سوی X حرف می‌زنیم.
 ۳. جهت‌گیری B به سوی X
 ۴. جهت‌گیری B به سوی A

مثال دیگر از راهی که تعادل، بر نیاز به ارتباط می‌افزاید، وقتی دیده می‌شود که X تغییر می‌کند، بی‌درنگ A و B نیاز به ارتباط دارند تا جهت‌گیری مشترک‌شان را به سوی X تازه مستقر کنند. من در مطالعه کوچکی از واکنش مردم نسبت به خبر استعفای هاروارد ویلسن از مقام نخست‌وزیری شرکت کردم. واکنش عادی آنها این بود که فوراً دریابند دوستانش چه می‌گویند، به این ترتیب می‌توانستند هرچه زودتر به جهت‌گیری مشترکی به سوی جانشین برسند. در زمان جنگ وابستگی مردم به رسانه‌ها افزایش می‌یابد، و همچنین است استفاده دولت از رسانه‌ها. علتش آن است که در جنگ، X نه تنها اهمیت قطعی دارد، بلکه مدام در حال دگرگونی است. بنابراین دولت و مردم (A و B) نیاز به ارتباط مداوم از طریق رسانه‌های جمعی دارند.

این الگو گرچه به وضوح نمی‌گوید اما فرض می‌کند که مردم نیازمند اطلاعات‌اند. در نظام مردم‌سالاری اطلاعات معمولاً حق دانسته می‌شود، اما همیشه تشخیص داده نمی‌شود که اطلاعات نیز ضروری است. بدون اطلاعات نمی‌توانیم خود را قسمتی از جامعه حس کنیم. باید درباره محیط اجتماعی خود اطلاعات کافی داشته باشیم تا هم بدانیم چگونه در قبال آن واکنش نشان دهیم و هم در عوامل واکنش خود تشخیص بدهیم که می‌توانیم با اعضای گروه سنی، ساختاری و فرهنگی سهمیم شویم.

الگوی وستلی و مک‌لین (۱۹۵۷)

نیاز اجتماعی به اطلاعات، اساس بسط و گسترش وستلی و مک‌لین را از الگوی نیوکامب تشکیل می‌دهد (شکل ۷ و ۸). آنها این الگو را به طور اخص برای رسانه‌های جمعی به کار بردند.



شکل ۷. الگوی اصلی ارتباط

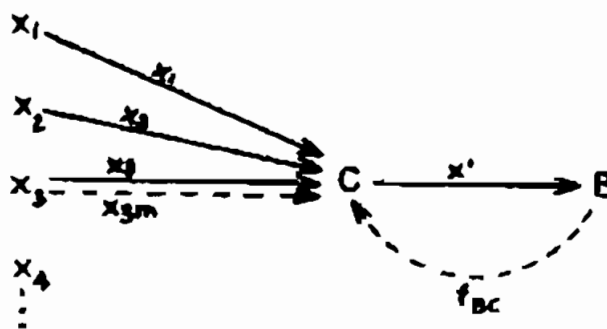
یادداشتها

ارتباط گر A، Xها را برگزیده و انتزاع کرده و چون پیامی (X') به B انتقال داده که شاید قسمتی یا همه Xها را در قلمرو حس خود (X1b) داشته یا نداشته باشد. B چه مثبت و چه منفی بازخورد (fBA) را به A منتقل می‌کند.

پیدااست که ریشه این الگوها در الگوی ABX نیوکامب قرار دارد، اما وستلی و مک‌لین دو تغییر اساسی در آن داده‌اند. آن دو عامل جدید، C، را وارد کرده‌اند که کارکرد ارتباطی سردبیری است؛ یعنی روند تصمیم‌گیری

اینکه با چه و چگونه باید ارتباط برقرار کرد. همچنین شروع به شاخ و برگ دادن الگو کردند، چنانکه قرارداد نوعی بازگشت به شکل دادن خطی الگوی فرایند محور بود که با آن آغاز کردیم. در اینجا X از B به A نزدیک تر است و پیکانها یک سویه اند. A به رمزگذار شائن و ویرور نزدیک تر می شود، C، برخی عناصر انتقال دهنده را دارد. تجزیه X برای نشان دادن سرشت متنوعش، جرح و تعدیل نه چندان چشمگیر اما مفید است. وقتی وستلی و مک لین الگوی خود را به ویژه برای رسانه های جمعی به کار می برند، حتی آن را بسیار بیشتر از مثلث نیوکامب می گسترانند (شاخ و برگ می دهند) (شکل ۹).

A را می توان خبرنگاری دانست که خبری را به C، یا به اتاق خبر روزنامه / رادیو / تلویزیون می رساند. سردبیری و فرایند نشر / پخش (که دربرگیرنده C نیز هست) سپس به کار می افتد و خبر را به B، مخاطب، می رساند. در این الگو B هرگونه تماس مستقیم یا تجربه بی واسطه را با X از دست داده است، همچنان که رابطه مستقیم یا A نیز به همین سرنوشت دچار شده است.



شکل ۸. افزودن کارکرد سردبیری

یادداشت

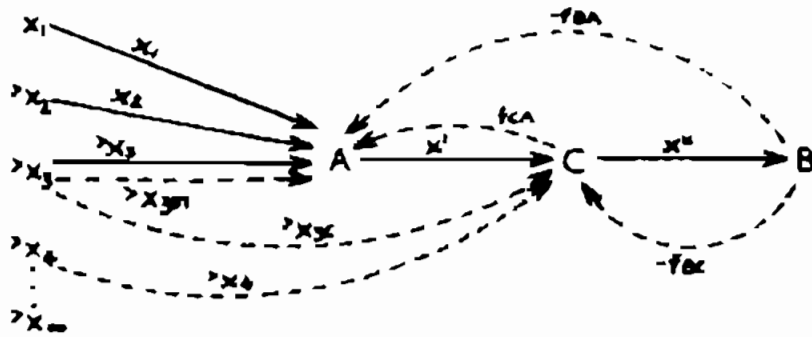
آنچه از X ها که B دریافت می دارد، ممکن است به علت انتزاعات گزینش شده به وسیله یک رمزگذار بی هدف (C)، که برای B عمل می کند و بنابراین محیط B را بسط می دهد، منتقل شود. گزینشهای C لزوماً بر مبنای بخشی از بازخورد (FBC) از B است.

وستلی و مک‌لین ادعا می‌کنند که رسانه‌های جمعی محیط اجتماعی را که B نیاز دارد با آن مرتبط شود گسترش می‌دهد و همچنین وسایلی را تهیه می‌کنند که آن رابطه یا جهت‌گیری اجرا شود. آنها عقیده نیوکامب را قبول دارند که می‌گفت نیاز به جهت‌گیری مشترک به سوی X انگیزه ارتباط است، و فرصتهای محدودی را برای بازخورد باقی می‌گذارد. اما اساساً تعادل نظام نیوکامب را برهم زدند. A و C اکنون نقش مسلط را بازی می‌کنند. B در بست در اختیار آنهاست. جامعه توده‌وار که ما در آن زندگی می‌کنیم، به ناگزیر محیط اجتماعی خود را که نیاز داریم به سوی آن جهت‌گیری کنیم بزرگ کرده است. بنابراین نیاز B به اطلاعات و جهت‌گیری افزایش یافته، اما وسایل ارضای چنین نیازی محدود شده است: رسانه‌های جمعی تنها وسایل در دسترس‌اند. با بسط منطقی این الگو، فرد سراپا به رسانه‌های جمعی وابسته می‌شود.

این الگوی وابستگی در به حساب آوردن رابطه بین رسانه‌های جمعی و وسایل دیگری که ما برای جهت‌گیری خودمان به محیط اجتماعی داریم دچار شکست می‌شود: اینها شامل خانواده، همکاران، دوستان، مدرسه، کلیسا، اتحادیه کارگری، و همه شبکه‌های رسمی و غیررسمی روابط می‌شود که از طریق آن خود را با جامعه همسان می‌کنیم. ما آن‌گونه که این الگو بیان می‌کند به رسانه‌ها وابسته نیستیم.

الگوی یاکوبسن (۱۹۶۰)

الگوی یاکوبسن هم به الگوهای خطی شباهت دارد و هم به الگوهای سه‌ضلعی. اما او زبان‌شناس است، و به همین دلیل به موضوعاتی چون معنا و ساختار درونی پیام علاقه دارد. بنابراین بر روی شکاف مکتبهای فرایند و معناشناسی پل می‌زند. الگوی او دوگانه است. او با الگوسازی عوامل سازنده (شکل‌دهنده) در یک عمل ارتباطی آغاز می‌کند. اینها شش عامل‌اند که باید حاضر باشند تا ارتباط ممکن شود. سپس از کارکردهایی که این عمل ارتباطی برای هر عاملی انجام می‌دهد الگو برمی‌دارد.

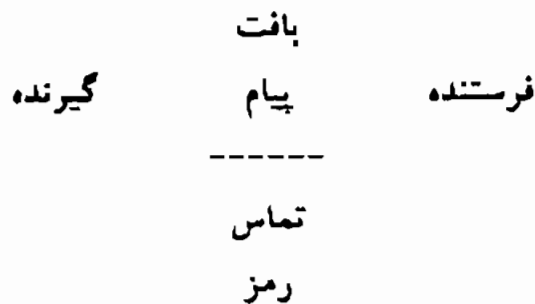


شکل ۹. الگوی ارتباط جمعی

یادداشت

پیامهایی که C به B (X^B) منتقل می‌کند، نشان‌دهنده‌گزینه‌های او هم از A (X^A) است و هم از گزینه‌های C و انتزاع از X در زمینه حسی (X_4 و X_{3C})، که شاید در حوزه X ها و A باشد یا نباشد. بازخورده تنها از B به A (F_{BA}) و از B به C (F_{BC}) بلکه از C به A (F_{CA}) نیز است.

او از مبنای آشنای خطی شروع می‌کند. فرستنده (addresser) برای گیرنده (addresses) پیامی می‌فرستد. او درمی‌یابد که پیام باید به چیزی جز خودش اشاره کند. به این می‌گویند بافت (context): این نقطه سوم مثلی را به دست می‌دهد که دو نقطه دیگر فرستنده و گیرنده هستند. تا اینجا همه چیز بسیار آشناست. سپس دو عامل دیگر بر آن می‌افزاید: یکی تماس (contact) است، که منظور او از آن مجرای فیزیکی و ارتباطات روان‌شناختی بین فرستنده و گیرنده است؛ و دیگری رمز (code) است، یک نظام مشترک معنایی که پیام از آن ساخته می‌شود. او الگوش را مانند شکل ۱۰ مجسم می‌کند:



شکل ۱۰. عوامل سازنده ارتباط

او استدلال می‌کند که هر یک از این عوامل کارکرد مختلفی در زبان دارد، و در هر عمل ارتباطی می‌توانیم سلسله مراتب کارکردها را بیابیم. یاکوبسن الگوی مشابهی فراهم می‌آورد تا شش کارکرد را (که هر یک همچنان که به عامل مربوطه اشاره می‌کند، جایگاه یکسانی را در الگو به خود اختصاص می‌دهد. این موضوع در شکل ۱۱ نشان داده می‌شود.

	ارجاعی	
کنایی	شاعرانه	عاطفی
	الفت‌ساز	
	فرازبانی	

شکل ۱۱. کارکردهای ارتباطی

کارکرد عاطفی رابطه پیام را با فرستنده وصف می‌کند: ما اغلب در اشاره به آن واژه "بیانگر" را به کار می‌بریم. کارکرد عاطفی پیام، ارتباط دادن عواطف، نگرش، جایگاه و طبقه فرستنده است؛ یعنی همه آن عناصری که پیام را به طور بی‌نظیری شخصی می‌کند. در برخی پیامها، مانند اشعار عاشقانه، این کارکرد عاطفی بسیار مهم است. در بقیه موارد، مثلاً گزارش خبری، این کارکرد سرکوب می‌شود. در انتهای دیگر فرایند، کارکرد کنایی قرار دارد. این واژه به تأثیر پیام بر گیرنده اشاره می‌کند. این کارکرد در فرمانها یا تبلیغات سیاسی اهمیت برجسته به خود می‌گیرد؛ در انواع دیگر ارتباط به مراتب پایین اولویت کاهش می‌یابد. کارکرد ارجاعی / اشاره‌ای "جهت‌گیری واقعیت" پیام، به روشنی در ارتباط عینی و واقعی از اولویت اصلی برخوردار است. این ارتباطی است که "حقیقت" یا صحت واقعیت دلمشغولی آن است. اینها سه کارکرد آشکار و فهم متعارف است که به درجات گوناگونی در همه اعمال ارتباطی وجود دارد، و با نسبت بسیار زیادی به A، B و X نیوکامب نزدیک می‌شود.

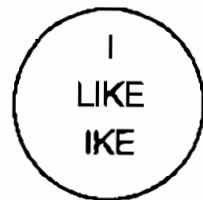
سه کارکرد بعدی شاید در نگاه اول کمتر آشنا به نظر برسد؛ گرچه از یکی از آنها، یعنی الفت‌ساز، تاکنون در چارچوب‌های مختلف بحث شده است. کارکرد الفت‌ساز آن است که مجراها را برای ارتباط بازنگهدارد؛ کار آن حفظ رابطه بین فرستنده و گیرنده است؛ اثبات اینکه ارتباط صورت می‌گیرد. بنابراین به سوی عامل تماس جهت‌گیری می‌کند، یعنی رابطه فیزیکی و روان‌شناختی که باید وجود داشته باشد. به عبارت دیگر این کار را عنصر دارای حشو پیامها انجام می‌دهد. کارکرد دیگر حشو (فصل اول) الفت‌سازی (سخن‌گشایی) است.

کارکرد فرازبانی تشخیص رمزی است که به کار می‌رود. وقتی لغت "حشو" را به کار می‌برم، شاید نیاز داشته باشم این نکته را واضح بگویم که از رمز نظریه ارتباط استفاده می‌کنم، نه از رمز امور مربوط به اشتغال و استخدام. پاکت سیگاری که روی تکه روزنامه کهنه‌ای افتاده باشد، معمولاً آشغال محسوب می‌شود؛ اما اگر این پاکت را روی کاغذی بچسبانند و همه را توی قاب بگذارند و در نگارخانه‌ای روی دیوار بیاویزند، بدل به هنر می‌شود. قاب در اینجا کارکرد فرازبانی را ایفا می‌کند و می‌گوید: «این کار را طبق معانی هنرهای زیبا رمزگشایی کنید»: این اثر وادارمان می‌کند که ابعاد و روابط زیبایی‌شناختی را بجویم، و آن را استعاره‌ای بدانیم برای جامعه دورانداختنی، مردمی که زیاده تولید می‌کنند. همه پیامها به ناگزیر کارکرد فرازبانی پنهان و آشکار دارند. آنها باید به رمزی که به آنها گوناگون به کار می‌برند هویت ببخشند.

کارکرد نهایی شاعرانه است. این رابطه پیام است با خودش. پیداست که این نکته در ارتباط زیبایی‌شناختی اهمیت فراوانی دارد؛ در مثال بالا کارکرد فرازبانی قاب لزوماً تأکید بر کارکرد زیبایی‌شناختی رابطه بین پاکت سیگار و کاغذ روزنامه بود. اما یا کوبسن یادآوری می‌کند که این کارکرد در مورد گفت‌وگوی عادی نیز عمل می‌کند. به جای اینکه بگوییم "ناظر پاک" می‌گوییم "تماشاگر بی‌گناه"، چون وزن بهتری دارد و از لحاظ زیبایی‌شناختی

دلپسندتر است. یا کوبسن شعار سیاسی "I like Ike" را به کار می برد تا کارکرد شاعرانه را بنمایاند. این شعار عبارت است از سه تک هجایی که هر یک واژه مرکب "آی" را دارد. دوتاشان موزون اند. آنها فقط دو حرف بی صدا دارند. مجموع اینها به دلنشینی شاعرانه می افزایند و بنابراین از آن شعاری ماندگار می سازند. اما می توانیم در این تحلیل دورتر برویم. بیاید شعار را به صورت پلاکی تصور کنیم که روی یقه برگردان کت نصب می شود.

همچنان که رمز ارتباط سیاسی را به کار می بریم، از لحاظ فرازبانی باید به آن هویت ببخشیم. کسی که پلاک را به یقه می زند، نه ژنرال آیزنهاور را می شناسد و نه شخصاً دوستش دارد. "دوست داشتن" در این مورد به معنای "پشتیبانی سیاسی" است. همچنین "آیک" فقط به معنای تنها یک مرد نیست، بلکه حزب سیاسی است که او نامزد آن و ارائه دهنده سیاستهای آن است. در رمز دیگر، یعنی رابطه شخصی، "I like Ike" حتماً معنای دیگری خواهد داشت.



این موضوع از لحاظ عاطفی از فرستنده، موضع سیاسی او و میزان شدت احساسش درباره آن به ما خبر می دهد. از لحاظ کنایی کارکرد آن قانع کردن گیرنده برای پشتیبانی از برنامه سیاسی همسان و موافقت با فرستنده است. کارکرد ارجاعی / اشاره ای آن اشاره به مرد و برنامه موجود است، و وادار کردن گیرنده به فکر درباره آنچه تاکنون از ژنرال آیزنهاور و سیاستهایش می داند. سرانجام، کارکرد الفت ساز هویت دادن به عضویت گروه پشتیبانان ژنرال آیزنهاور و حفظ و تقویت حس همکاری است که بین اعضای آن وجود دارد.

الگوها و الگوسازی

تعدادی از الگوها را که ارتباط را چون فرایند می نگرد مشاهده کرده ایم.

البته الگوها بسیار بیشتراند. اما آنهایی که بررسی کردیم سرشت و منظور الگوسازی را می‌نمایانند. الگوها مانند نقشه است. الگو نیز خصوصیات گزیده منطقه‌اش را می‌نمایاند: هیچ نقشه یا الگویی جامع نیست. نقشه راه‌ها خصوصیات را برجسته می‌کند که با نقشه اقلیمی یا زمین‌شناسی یک ناحیه تفاوت دارد. این یعنی که در انتخاب نقشه باید قصدمان روشن باشد و سنجیده عمل کنیم؛ باید بدانیم چرا آن را برگزیده‌ایم و چه توقعی از آن داریم.

مشکل اصلی الگوها این است که معمولاً قصدشان چندان روشن نیست. در واقع بسیاری از آنها ادعای جامعیتی را دارند که دستیابی بدان محال است. اما ارزش الگو این است که (الف) خصوصیات برگزیده منطقه‌اش را به طرز نظام‌مند برجسته می‌کند، (ب) به روابط متقابل برگزیده بین این خصوصیات اشاره می‌کند، و (پ) نظام نهفته در گزینش (الف) و (ب) توصیف و حدودنگاری منطقه الگو برداری شده را فراهم می‌سازد. الگوسازی مفید و لازم است، به ویژه همچون پایه‌ای برای برنامه‌سازی مطالعه یا پژوهش. اما باید محدودیت‌هایش را نیز به خاطر بسپاریم. مک‌کثون (۱۹۸۲) از الگوسازی به تفصیل بحث می‌کند.

پیشنهاد برای کار بیشتر

۱. درباره شیوه‌های دسترسی به رسانه‌ها که به کنترل اجتماعی مربوط می‌شود بحث کنید. بحثان باید هم شامل رسانه‌های جمعی بشود و هم رسانه‌های میان‌فردی.

۲. ابعاد عمودی و افقی گریز را به طور کامل با یکدیگر مقایسه کنید. الگوش را برای تحلیل پاره‌ای از ارتباط به کار برید (مثلاً یک بحث خانوادگی درباره پخش تلویزیونی یا درس کلاسی). ببینید کدام جنبه ارتباط را با تأثیر بیشتری برجسته می‌کند؟ برای پرسشهای ۱ و ۲ نک:

۳. الگوی نیوکامب تعادلی در درون نظام ABX مطرح کرد. آیا فکر می‌کنید افزودن و اصلاح وستلی و مک‌لین این تعادل و در نتیجه نکته اصلی الگوی نیوکامب را از بین برده است؟ آیا این نکته که الگوی نیوکامب برای توضیح ارتباط میان‌فردی طرح شده است، حال آنکه الگوی وستلی و مک‌لین برای ارتباط جمعی است، کفایت می‌کند تا اختلافات این دو را توضیح دهد؟ نک:

Smith (1966), pp. 66-79 , 80-7 and McQuail (1975), pp.19-27.

۴. نقاط اشتراک و اختلاف بین الگوی شش کارکردی یا کوبسن، ABX نیوکامب، E، E₁ و M گرینر و حشو را بیابید. برای الگوی یا کوبسن نک:

Hawkes (1977), pp. 83-7 and Guiraud (1975), pp. 5-9.

۵. هر یک از الگوهایی که در دو فصل گذشته درباره‌شان بحث شد، چقدر می‌تواند ما را در فهم آثار هنری یاری دهد؟ آیا آثار هنری به طرزى که این الگوها ارتباطات را توضیح می‌دهند ارتباط برقرار می‌کنند یا باید بکنند؟ نک:

McKeown (1982)

۶. براساس الگوی یا کوبسن تصویر ۴ صفحه ۳-۸۲ را تحلیل کنید.

(denote) و مدلول (connote). این اصطلاحات به شیوه‌های گوناگون آفرینش معنا دلالت می‌کنند. پس این الگوها از آنهایی که تاکنون به شیوه خطی بحث کرده‌ایم متفاوت خواهند بود: اینها دربرگیرنده پیکانهایی نیستند که جریان پیام را نشان دهد. اینها الگوهای ساختاری‌اند، و هر پیکانی نشان‌دهنده روابط بین عناصری در این آفرینش معنایی است. این الگوها رشته‌ای پیکان یا مراحل را فرض نمی‌کنند که پیام از آنها بگذرد، بلکه بر تحلیل یک رشته روابط ساختاری تکیه می‌کنند که پیام به چیزی دلالت می‌کند؛ به عبارت دیگر بر آنچه بر کاغذ نشانه می‌گذارد یا در هوا صوت ایجاد می‌کند به عنوان پیام انگشت می‌گذارد.

نشانه‌شناسی

در مرکز این ارتباط "نشانه" قرار دارد. مطالعه نشانه‌ها و طرز کارکردشان نشانه‌شناسی نامیده می‌شود و این کانون بدیلی برای این کتاب فراهم می‌آورد. نشانه‌شناسی سه حوزه اصلی مطالعه دارد:

۱. خود نشانه. این عبارت است از مطالعه انواع گوناگون نشانه‌ها، شیوه‌های گوناگونی که معنا را انتقال می‌دهند، شیوه‌ای که با افراد استفاده‌کننده ارتباط برقرار می‌کنند. چون نشانه از ساخته‌های انسان است، و تنها در چارچوبی که مردم از آنها استفاده می‌کنند، فهمیده می‌شود.

۲. رموزها یا نظامهایی که نشانه‌ها در آن سامان داده می‌شود. این مطالعه، شیوه‌هایی را که انواع رموزها بسط داده است تا نیازهای جامعه یا فرهنگ را برآورد، یا مجراهای ارتباطی در دسترس برای انتقالشان را به کار بگیرد، شامل می‌شود.

۳. فرهنگی که این رموزها و نشانه‌ها در درون آن عمل می‌کنند. این به نوبت خود بسته به استفاده این رموزها و نشانه‌ها برای وجود و شکل آن است.

پس نشانه‌شناسی توجه‌اش را در وهله اول به متن معطوف می‌دارد. الگوهای فرایندی خطی به متن توجهی بیش از مراحل دیگر فرایند نشان نمی‌دهند؛ در حقیقت برخی از آنها تقریباً بدون تفسیر از آن می‌گذرند. این اختلاف بزرگی بین دو برداشت نیست. اختلاف دیگر موقعیت گیرنده است. در نشانه‌شناسی، گیرنده یا خواننده را دارای نقش فعال‌تری از بیشتر الگوهای فرایندی می‌دانند (الگوی گریبنر استثناست). نشانه‌شناسی اصطلاح "خواننده" (حتی درباره عکس یا نقاشی) را برای "گیرنده" ترجیح می‌دهد، زیرا هم دربرگیرنده میزان بالاتری از فعالیت است، و هم خواندن چیزی است که ما می‌آموزیم؛ و از این رو به وسیله تجربه فرهنگی خواننده تعیین می‌شود. خواننده با قراردادن تجربه، برداشت و عواطفش در متن به خلق معنا یاری می‌رساند.

در این فصل مایلیم با برخی برداشتهای عمده از مسئله پیچیده معنا شروع کنم. سپس به نقشی که نشانه‌ها در ایجاد معنا ایفاء می‌کند می‌نگرم، و با مقوله‌بندی نشانه‌ها به انواع گوناگون برحسب شیوه‌های گوناگون اجرای کارکردشان می‌پردازم.

نشانه‌ها و معنا

مفاهیم اساسی

همه الگوهای معنا در شکل بسیار مشابهی سهیم‌اند. هر یک به سه عنصر دلیسته‌اند که باید به طریقی در مطالعه معنا درگیر شوند. اینها عبارت‌اند از: ۱. نشانه، ۲. به چیزی که اشاره می‌کند، ۳. استفاده‌کنندگان نشانه.

نشانه چیزی فیزیکی و قابل دریافت با حواس ماست؛ نشانه به چیزی غیر از خود دلالت دارد؛ و به شناخت استفاده‌کننده بستگی دارد که این یک نشانه است. مثال قبلی ما را در نظر بگیرید: کشیدن نرمه گوش به عنوان نشانه برای حراج‌کننده. در این مورد نشانه به قیمت دادن من

اشاره می‌کند، و من و حراج‌کننده هر دو از این موضوع خبر داریم. معنا از من به حراجی منتقل می‌شود: ارتباط صورت گرفته است.

در این فصل دو الگوی بسیار پرنفوذ معنا را بررسی می‌کنیم. نخستین الگو از آن فیلسوف و منطق‌دان چارلز سندرس پیرس (C. S. Peirce) و دیگری از آن زبان‌شناس، فردینان دوسوسور است.

پیرس (و اوگدن و ریچاردز) نشانه و چیزی را که بر آن دلالت می‌کند، و استفاده‌کنندگان را سه رأس یک مثلث می‌داند. هر یک از نزدیک به دوتای دیگر مربوط است و فقط در چارچوب آنها فهمیده می‌شود. خط سوسور اندکی متفاوت است. او می‌گوید که نشانه عبارت است از شکل فیزیکی‌اش به اضافه مفهوم ذهنی همراه آن، و اینکه این مفهوم به نوبت خود درک واقعی بیرونی است. نشانه فقط از راه مفاهیمی که مردم از آن استفاده می‌کنند به واقعیت مربوط می‌شود.

بنابراین واژه "خودرو" (چه روی کاغذ و چه امواج رادیو) مفهومی ذهنی وابسته به خود دارد. تصویر ذهنی من شاید همان باشد که شما مجسم کرده‌اید، گرچه شاید برخی تفاوت‌های فردی نیز در آن باشد. پس این مفهوم مشترک به رشته‌ای از اشیا در واقعیت مربوط می‌شود. این موضوع سرراست‌تر از آن است که آشکار باشد، اما مسائلی هم می‌تواند مطرح شود. مثلاً من و همسرم بارها بر سر چیزی بحث می‌کنیم که آیا رنگش سبز است یا آبی. ما به یک زبان حرف می‌زنیم، و به پاره‌ای مشابه از واقعیت بیرونی می‌نگریم: تفاوت در مفاهیم آبی یا سبزی که واژگان ما را به واقعیت پیوند می‌زند نهفته است.

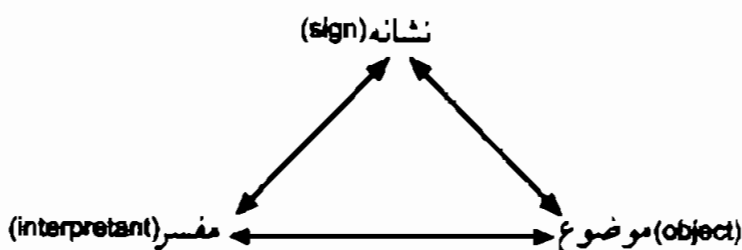
اشارات بیشتر

چارلز سندرس

پیرس (۱۹۳۱-۵۸) و اوگدن و ریچاردز (۱۹۲۳) به الگوهای مشابهی از چگونگی دلالت‌گری نشانه‌ها رسیدند. اینان به رابطه‌ای سه ضلعی بین نشانه، استفاده‌کننده، و واقعیت بیرونی چون الگوی لازمی برای مطالعه

معنا پی بردند. پیرس را معمولاً بنیانگذار سنت نشانه‌شناسی آمریکایی می‌دانند. او درباره‌ی الگوی خود توضیح ساده‌ای داده است:

نشانه چیزی است که کسی را برای چیزی از برخی لحاظ یا ظرفیت وادار به پشتیبانی می‌کند. خطاب به کسی است، یعنی در ذهن آن کس نشانه‌ای معادل یا شاید نشانه‌ای بسط یافته‌تر ایجاد می‌کند. نشانه‌ای که ایجاد می‌کند، من تعبیرکننده‌ی نشانه نخست می‌خوانم. این نشانه از چیزی پشتیبانی می‌کند، یعنی موضوع آن. (Zeman. 1977)



شکل ۱۲. عناصر معنایی پیرس

سه اصطلاح پیرس را می‌توان با الگوی شکل ۱۲ ترسیم کرد. بیکانه‌های دوسر تأکید می‌کنند که هر اصطلاح را تنها می‌توان در رابطه با دوتای دیگر فهمید. نشانه به چیزی غیر از خود برمی‌گردد - موضوع، و کسی که آن را می‌فهمد؛ یعنی بر ذهن استفاده‌کننده تأثیر می‌گذارد - مفسر. باید بدانیم که مفسر استفاده‌کننده نشانه نیست، بلکه چیزی است که پیرس جای دیگر "مفهوم دلالت خاص" می‌خواند؛ یعنی مفهومی ذهنی است که هم نشانه و هم تجربه استفاده‌کننده موضوع در ایجاد آن دخیل‌اند. تفسیر واژه (نشانه) "مدرسه" در هر بافت نتیجه تجربه استفاده‌کننده از این واژه (او آن را برای دانشکده فنی به کار نمی‌برد) و از تجربه‌اش از مؤسساتی است که "مدرسه" نامیده می‌شود، یعنی موضوع. بنابراین معنای ثابتی ندارد که فرهنگ لغات تعریفش کرده باشد، بلکه طبق تجربیات استفاده‌کننده در درون چارچوبهایی دستخوش تغییر می‌شود. چارچوبها یا محدوده‌ها را قرارداد اجتماعی (در این مورد قراردادهای زبان انگلیسی) تعیین می‌کند. تغییرات در درون آنها تفاوت‌های اجتماعی و روان‌شناختی بین استفاده‌کنندگان را مجاز می‌کند.

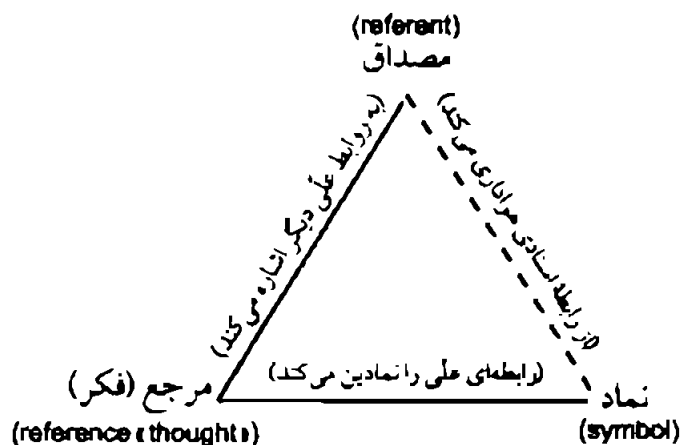
یک تفاوت دیگر بین الگوها نشانه‌شناسی و فرایندی در اینجا مطرح می‌شود. آن اینکه الگوهای نشانه‌شناختی تفاوتی بین رمزگذار و رمزگشا قائل نمی‌شوند. تفسیر، مفهوم ذهنی استفاده‌کننده از نشانه است، خواه این استفاده‌کننده گوینده باشد و خواه شنونده، نویسنده باشد یا خواننده، نقاش باشد یا تماشاگر. رمزگشایی به اندازه رمزگذاری اکنشی فعال و خلاق است.

اوگدن و ریچاردز (۱۹۲۳)

اوگدن و ریچاردز انگلیسی‌هایی بودند که در این زمینه کار می‌کردند و مرتب با پیرس مکاتبه داشتند. آن دو به الگوی معنایی سه ضلعی بسیار مشابهی دست یافتند. مصداق (refrent) آنها با "موضوع" پیرس، مرجع (reference) آنان با مفسر او، و نماد (symbol) شان با نشانه او ارتباط نزدیک دارد. در الگوی آنها مصداق و مرجع مستقیماً به هم مربوط‌اند؛ به همین ترتیب است، نماد و مرجع. اما ارتباط نماد و مصداق غیرمستقیم و اسنادی است. این دور شدن از رابطه دوسویه الگوی پیرس، اوگدن و ریچاردز را به سوسور نزدیک می‌کند (شکل ۱۳). او نیز رابطه نشانه را با واقعیت بیرونی به حداقل اهمیت کاهش داد. اوگدن و ریچاردز نیز مانند سوسور نماد را در موقعیت اصلی گذاشتند: نمادمان افکار یا اشارتهای ما را هدایت می‌کند و سامان می‌دهد؛ و اشارتهای ما به دریافت ما از واقعیت سامان می‌بخشد. نماد و مرجع نزد اوگدن و ریچاردز شبیه دال و مدلول نزد سوسور است.

سوسور

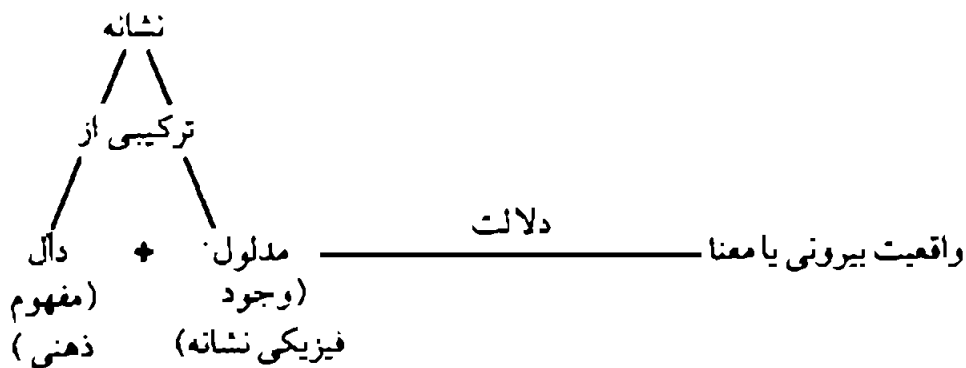
اگر فیلسوف و منطق‌دان آمریکایی، چارلز سندرس پیرس، یکی از بنیانگذاران نشانه‌شناسی بود، دیگری بی‌شک زبان‌شناس سوییسی، فردیناندو سوسور بود. دل‌بستگی پیرس به مثابه فیلسوف، درک ما از تجربه‌مان و از جهان پیرامون‌مان بود. او تنها رفته‌رفته به درک اهمیت نشانه‌شناسی و عمل دلالت‌گری در آن رسید. علاقه او به معنا بود، که آن را در رابطه ساختاری نشانه‌ها، مردم و اشیاء یافت.



شکل ۱۳. اوگدن و عناصر معنایی ریچارد

سوسور که زبان‌شناس بود، در وهله اول به زبان علاقه داشت. دل‌بستگی او به شیوه‌ای که نشانه‌ها (یا در این مورد واژگان) به نشانه‌های دیگر مربوط می‌شد، از شیوه‌ای که "موضوع" پیرس به هم مربوط می‌شد بیشتر بود. به این ترتیب الگوی اصلی سوسور از لحاظ تأکید با الگوی پیرس تفاوت دارد. توجه‌اش را بیشتر به خود نشانه معطوف می‌کند. از نظر سوسور نشانه موضوعی فیزیکی و با معنا بود؛ یا اگر بخواهیم از اصطلاحات او استفاده کنیم، نشانه، ترکیبی از دال و مدلول است. دال تصویر نشانه است چنان‌که تصورش می‌کنیم؛ نشانه‌هایی بر کاغذ یا صوتی در هوا، مدلول مفهومی ذهنی است که دال به آن اشاره می‌کند. مفهوم ذهنی به طور گسترده‌ای برای همه اعضای فرهنگی واحد که به زبان واحد گفت‌وگو می‌کنند مشترک است.

می‌توان بی‌درنگ شباهت دال سوسور را با "نشانه" پیرس، و "مدلول" سوسور را با مصداق پیرس دریافت. با این حال سوسور کمتر از پیرس به رابطه آن دو عنصر با "موضوع" پیرس یا معنای بیرونی علاقه‌مند است. سوسور که به این مطلب رو می‌کند آن را دلالت می‌خواند، اما نسبتاً وقت کمی صرف آن می‌کند. به این ترتیب الگوی سوسور را می‌توان به صورت شکل ۱۴ مجسم کرد.



شکل ۱۴. عناصر معنایی سوسور

برای توضیح شاید دو نشانه را به صورت زیر روی کاغذ بنویسیم.

O X

این شاید دو حرکت نخست بازی صفر و ضربدر باشد که در آن مانند نشانه صرف روی صفحه کاغذ باقی می ماند. یا شاید چون کلمه‌ای خوانده شود، که در این مورد نشانه‌ای می شود مرکب از دال (ظاهرش) و مفهوم ذهنی (گاو نر بودن)^۱ که از این نوع خاص حیوان داریم. رابطه بین برداشت من از گاو نر بودن و واقعیت فیزیکی گاوهای نر^۲، دلالت است؛ این شیوه معنا دادن من به جهان و فهم آن است.

بر این نکته پا می فشارم، زیرا مهم است به خاطر بسپاریم که دال همان قدر فرآورده فرهنگی خاص است که مدلول؛ پیداست که این واژه‌ها، یعنی دالها از هر زبانی به زبان دیگر تغییر می کنند. اما ساده است دچار خطا شویم و باور کنیم که مدلولها عمومیت دارند و بنابراین در ترجمه موضوع ساده مثلاً جانشینی واژه فرانسوی به جای انگلیسی ممکن است به نظر برسد که معنی آن دستخوش تغییر نمی شود، اما موضوع چنین نیست. مفهوم ذهنی من از گاو نر بودن با کشاورز هندی از زمین تا آسمان فرق دارد، و آموختن صدای واژه هندو (دال) در برابر گاو

نر نیز مرا به مفهوم "گاو نر بودن" نزدیک نمی‌کند. دلالت OX همان قدر از لحاظ فرهنگی خاص است که صورت زبانی از دال در هر زبان.

نشانه و نظام

پرسش ساده و گمراه‌کننده این است "OX چیست؟" یا اگر به صورت زبان‌شناختی یا نشانه‌شناختی بگوییم: "منظورمان از نشانه OX چیست؟" از نظر سوسور، پاسخ این پرسش فقط می‌تواند این باشد که منظور واضحی از این نشانه نداریم.

این برداشت تازه‌ای از این پرسش است که نشانه‌ها چگونه افاده معنا می‌کنند. شباهت بین سوسور و پیرس اینجا در این است که هر دو در روابط ساختاری، معنا می‌جویند، اما سوسور رابطه تازه‌ای می‌بیند - رابطه بین نشانه و دیگر نشانه‌ها در یک نظام. یعنی رابطه بین یک نشانه و نشانه‌های دیگر که احتمالاً می‌تواند باشد، اما نیست. بنابراین معنای نشانه مرد با چگونگی تمایز از نشانه‌های دیگر تعیین می‌شود. پس مرد می‌تواند این معناها را در خود داشته باشد: غیر حیوان یا غیر انسان یا غیر اریاب.

وقتی شانل ستاره فرانسوی، کاترین دونوو را برگزید تا به عطر خود تصویر نوع خاصی از شیک [بودن] سنتی پیچیده فرانسوی را بدهد، او در درون نظام بدل به نشانه‌ای شد. و معنای کاترین دونوو به مثابه نشانه را، ستاره‌های زیبای دیگر به مثابه نشانه که او (کاترین دونوو) جزو آنها نبود، تعیین کردند. او سوزان همپشایر (بازیگری بیش از حد انگلیسی) نبود؛ توییگی (ستاره فرانسوی بسیار جوان، خوش ادا و تنوع‌طلب و مد روز) هم نبود؛ بریزیت باردو (ستاره فرانسوی با جاذبه بسیار ساده) نیز نبود؛ و الی آخر.

طبق این الگوی معنا، مدلولها مفاهیمی ذهنی هستند که ما برای تقسیم واقعیت و طبقه‌بندی آن به کار می‌بریم. چنان‌که بتوانیم آن را دریایم.

مرزهای بین یک مقوله و مقوله دیگر (ساختگی) و غیرطبیعی است، چون طبیعت یکپارچه است. مرزی بین پسر و مرد نیست تا اینکه ما ترمیمش کنیم، و دانشمندان مدام می‌کوشند مرز بین انسان و حیوان را با صحت بیشتری وصف کنند. بنابراین مدل‌ها را مردم می‌سازند یعنی به وسیله فرهنگ یا خرده‌فرهنگی که به آن تعلق دارد تعیین می‌یابند. آنها پاره‌ای از نظام زبان‌شناختی یا نشانه‌شناختی اند که اعضای آن فرهنگ برای ارتباط با یکدیگر به کارش می‌گیرند.

پسر قلمرو واقعیت یا تجربه که هر مدل‌ولی به آن رجوع می‌کند، یعنی دلالت‌نشانه، نه تنها با سرشت آن واقعیت/تجربه، بلکه با مرز مدل‌های مربوط به نظام تعیین می‌شود. بنابراین معنا از راه رابطه یک نشانه با نشانه دیگر بهتر وصف می‌شود تا با رابطه آن نشانه با واقعیت بیرونی. این رابطه نشانه با [نشانه‌های] دیگر نظام را سوسور ارزش می‌خواند. از نظر سوسور ارزش چیزی است که در وهله اول معنا را تعیین می‌کند.

نشانه‌شناسی و معنا

نشانه‌شناسی ارتباط را تولید معنا در پیام می‌داند - چه رمزگذار تولیدش کرده باشد و چه رمزگشا - معنا مفهومی مطلق و ایستا نیست که تر و تمیز در پیام بسته‌بندی شده باشد. معنا روندی فعال است: نشانه‌شناسان افعالی چون آفریدن (create)، تولید (generate) و مذاکره (negotiate) را در اشاره به این فرآیند به کار می‌برند. "مذاکره" شاید سودمندترین واژه باشد، چون در آن پس و پیش رفتن و بده وستان بین شخص و پیام نهفته است. معنا نتیجه کنش متقابل و پویا بین نشانه، تعبیرکننده، و موضوع است: جایگاهش از لحاظ تاریخی تعیین شده می‌تواند به خوبی در طول زمان تغییر کند. حتی شاید مفید باشد که اصطلاح "معنا" را کنار بگذاریم و از اصطلاح بسیار فعال‌تر پیرس، یعنی نشانگی - عمل دلالت‌گری - استفاده کنیم.

مقولات نشانه‌ها

مفاهیم اصلی

پیرس و سوسور هر دو کوشیدند راه‌های متفاوتی که نشانه‌ها در آن معنا را منتقل می‌کند توضیح دهند. پیرس سه مقوله نشانه را تولید کرد که هر یک از آنها رابطه متفاوتی را بین نشانه و موضوعش، یا به آنچه اشاره می‌کند نشان می‌داد.

در شمایل (icon)، نشانه قدری شبیه موضوع خود است: از لحاظ ظاهر یا صدا شبیه آن است. در نمایه (index) وابستگی مستقیمی بین نشانه و موضوع آن وجود دارد: آن دو عملاً با هم رابطه دارند. در نماد (symbol) رابطه یا شباهتی بین نشانه و موضوع نیست: نماد فقط به این دلیل ارتباط برقرار می‌کند که مردم توافق کرده‌اند که آن را باید چنان تفسیر کرد. عکس شمایل است، دود نشانه آتش است، و واژه نیز نماد است.

سوسور علاقه‌ای به نمایه‌ها نداشت. در واقع چون زبان‌شناس بود، فقط به نمادها علاقه داشت، زیرا کلمات نمادند. اما پیروانش تشخیص دادند که صورت فیزیکی نشانه (که سوسور دال می‌نامید) و مفهوم ذهنی‌ای که تداعی می‌کند (مدلول) می‌تواند به طرز شمایل‌وار یا اختیاری به هم مربوط باشد. در رابطه شمایل‌وار، دال چون مدلول به نظر می‌رسد یا صدای آن را می‌دهد؛ در رابطه اختیاری این دو فقط با توافق بین مصرف‌کنندگان به هم مربوط می‌شوند. آنچه سوسور بین دال و مدلول شمایل‌وار و روابط اختیاری اطلاق می‌کند، دقیقاً به شمایلها و نمادهای پیرس ارتباط می‌یابد.

اشارات بیشتر

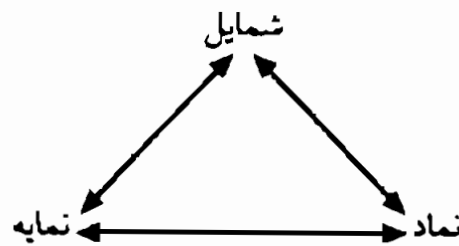
گرچه سوسور و پیرس به ترتیب در ستهای دانشگاهی گوناگون زبان‌شناسی و فلسفه کار می‌کردند، با این حال در فهم نشانه‌شناسی، نشانه را اصل می‌دانستند. همچنین موافق بودند که نخستین وظیفه

طبقه‌بندی انواع نشانه‌ها در چارچوب شیوه‌ای که از نظر سوسور دال به مدلول مربوط می‌شود، یا از نظر پیرس شیوه‌ای که نشانه به موضوع مربوط می‌شود، توافق دارند.

پیرس و نشانه

پیرس نشانه‌ها را به سه قسم تقسیم کرد: شمایل، نمایه، و نماد. باز هم می‌توان اینها را به صورت یک سه‌ضلعی ترسیم کرد (شکل ۱۵). پیرس تصور می‌کرد که این مفیدترین و اساسی‌ترین الگوی سرشت نشانه‌ها است. او می‌نویسد:

هر نشانه را موضوعش تعیین می‌کند، چه در ویژگی موضوع سهمی شود، که من این نشانه را شمایل می‌نامم؛ چه با واقعی بودن در هستی انفرادی خود با موضوع منفرد مربوط شود، که من این نشانه را نمایه می‌خوانم؛ و چه، با قطعیتی نه چندان نزدیک به یقین بر اثر عادت به عنوان دلالت موضوع تفسیر شود... که من این نشانه را نماد می‌نامم. (Zeman, 1977)



شکل ۱۵. مقولات پیرس درباره نشانه - تم‌های نشانه

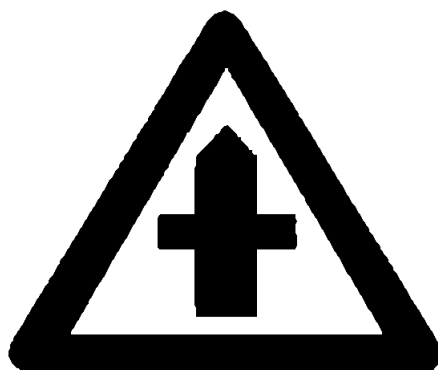
شمایل به موضوع خود شباهت دارد. در نشانه‌های بصری این آشکارتر از همه است: عکس عمه‌ام شمایل است؛ نقشه شمایل است؛ نشانه‌های مشترک بصری دلالت‌کننده دستشویی خانمها و آقایان، شمایل است. اما می‌تواند شفاهی هم باشد؛ نام آواکوششی است برای شمایل‌وار کردن زبان. سمفونی بتهوون^۳ در بردارنده شمایل موسیقایی

اصوات طبیعی است. شاید تصور کنیم که برخی عطرها شمایل‌های مصنوعی بوی جانوران، نشانگر برانگیختگی جنسی است. الگوی پرس از نشانه - موضوع - شمایی است که در آن کوشیده شده تا ساختار انتزاعی رابطه بین عناصر آن به صورت مشخص ایجاد شود.

نمایه نیز توضیحش همین قدر ساده است. این نشانه‌ای است که رابطه وجودی مستقیمی با موضوع دارد. دود نمایه آتش است؛ عطسه نمایه سرماخوردگی است. اگر با شما قرار ملاقات بگذارم و بگویم که من ریش دارم و رُز زردی به یقه زده‌ام تا مرا بشناسید، در این صورت ریش و رُز زرد نمایه من است.

نماد نشانه‌ای است که ارتباط آن با موضوع در چارچوب قرارداد، توافق، یا قاعده می‌گنجد. کلمات معمولاً نمادند. صلیب سرخ نماد است. اعداد نمادند. هیچ دلیلی در دست نیست که چرا شکل ۲ باید به دو شیء اشاره کند: فقط قرارداد یا قاعده در فرهنگ ما چنین می‌کند. البته عدد II لاتین شمایل‌وار است.

این مقولات جدا و متمایز نیستند. یک نشانه شاید مرکب از انواع مختلف باشد. مثلاً نشانه راهنمای جاده را در شکل ۱۶ در نظر بگیرید. این مثلث قرمز یک نماد است. طبق مقررات بزرگراه‌ها معنای آن "خطر" است. به علاوه وسط آن آمیزه‌ای از شمایل و نماد است: از این لحاظ شمایل‌وار است که قسمتی از شکل آن را شکل موضوع تعیین کرده است، و از این بابت نمادین است که نیاز است ما از مقررات راهنمایی رانندگی آگاه باشیم تا آن را "چهارراه" بفهمیم، نه مثلاً "کلیسا" یا "بیمارستان". و در زندگی واقعی نشانه در جایی نصب می‌شود که نشان بدهد به چهارراه نزدیک می‌شویم. وقتی در کتاب مقررات راهنمایی رانندگی یا در این کتاب چاپ می‌شود، نمایه‌ای نیست، چون از لحاظ فیزیکی و مکانی با موضوع خود رابطه‌ای ندارد.



شکل ۱۶. شمایل-نمابه-نماد

تحلیل

قدرت توضیحی مقولات نشانه پیرس را می‌توانیم با تحلیل تصویرهای کاریکاتوری ۲ و ۳ امتحان کنیم. کاریکاتورها نمونه پیامهایی هستند که می‌کوشند گنجینه‌ای از اطلاعات را با وسایل مستقیم و ساده بیان کنند - آنها دالهای ساده را برای مدلولهای پیچیده به کار می‌برند.

تصویر ۲ قواعد کاریکاتور سنتی گفت‌وگوی دو مرد را به کار می‌برد تا پیام خود را درباره مشکلات ایرلند، ناآرامی‌های صنعتی در استانهای مرکزی انگلستان، قانون و نظم، و برداشتهای دولت لیبرال آن روز را بنمایاند. شکل سمت راست از آن اسکویت، نخست وزیر وقت، است. ما او را از چهره درهمش می‌شناسیم: چهره‌اش شمایل‌وار است و به معنای آن است که قیافه‌اش موضوع (خود اسکویت) را تعیین می‌کند. اما دستهایش در جیب نوع دیگری از نشانه است. این نشانه‌ها به اضافه طرز ایستادن شق و رق، با وزن بدنش که روی پاشنه‌ها سنگینی می‌کند، شاید به حساب خونسردی گذاشته شود، حالت فیزیکی نمایی برداشت عاطفی است، به همان ترتیب که دود نمایی آتش، یا خال جوشها نمایی سرخک است. نیمرخ مطمئن شکمش نیز، گرچه با اندک تفاوتی یک نمایی است. این نمایی‌ای که به کنایه نزدیک می‌شود (نک: ص ۱۴۰، مبحث کنایه). عکس کودکی قحطی زده می‌تواند نمایی قحطی و گرسنگی در جهان سوم باشد، و به همین نحو شکم برجسته و پروار می‌تواند نمایی رفاه و مصرف باشد (اگر تولیدکنندگان برجسته در کشور سیاه ترسیم شده بود، آنها نیز احتمالاً



تصویر ۲. آسکوئیت (به هواخواه تنومندش): «نه، زیاد نگران مبارزان ایرلندی نباش. اما، البته مراقب آن کشور سیاه باش. ما تصمیم داریم خونریزی و خشونت را در این کشور نادیده بگیریم، مگر اینکه به نام مذهب مسیحی باشد!» ویل داین، دلی هرالد، ۱۹ ژوئن ۱۹۱۳.

لاغر و گرسنه بودند). اما خود آسکوئیت هم تنومند بود. بنابراین شکم بُعدی شمایل‌وار نیز دارد. به نظر من چانه‌پس‌رفته هم نمایه‌ای شمایل‌وار از این دست است، که ضعف اخلاقی یا زوال را می‌نمایاند. این تفسیر من از نشانه است، اما برخلاف مورد تفسیر از شکم‌گنده اطمینان ندارم که شما هم با من موافق باشید.

دایسن، کاریکاتوریست، ویژگی‌های مهمی از شمایلها و نمایه‌ها را

به کار می‌گیرد. به دلیل اینکه این انواع نشانه به طور مستقیم - گرچه گوناگون - به موضوع خود، مربوط‌اند، ظاهراً واقعیت را با خود به ذهن می‌آورند. انگار که می‌گویند: «موضوع واقعاً چنین است؛ تعبیر شما را بیشتر تجربه‌تان از موضوع شکل می‌دهد، تا نشانه من. نشانه من فقط شما را به یاد موضوع یا بازتابی از آن می‌اندازد.» اینها به طرز آمرانه‌تر از توصیف نمادین، مانند وصف شفاهی بر آن دارد که آسکوئیت واقعاً خونسرد، خودپسند و کامروا است. بررسی عکسهای خبری در فصل ۶ این نظر را بیشتر بسط خواهد داد.

مارتین واکر (۱۹۷۸)، که کاریکاتورهای این فصل را از او گرفته‌ام، از «بلاغت گنگ و هیبت باسن پلیس» حرف می‌زند. شاید مایل باشید شیوه‌ای را ببینید که روابط شمایل‌وار و نمایه‌ای بین نشانه و موضوع را با تجربه اجتماعی خواننده از پلیس گرد می‌آورد تا تعبیر را تولید کند. کاریکاتور گولد نیز تحلیل نزدیکی به دست می‌دهد. قیصریل^۴ چون ولگردی نشان داده شده که در صدد دزدیدن جواهرات خانوادگی (صربستان و بلژیک) است. پشت پنجره سایه پلیسی افتاده است که نزدیک است دستگیرش کند. طرح مبهم سیل‌های چخماقی نشان می‌دهد که او جان بول^۵ است. پلیس، یعنی بریتانیا، می‌خواهد اروپا را از دستبرد دزد آلمانی مصون بدارد.

ظروف نقره آشکارا نماد صربستان و بلژیک است. اما بر سر رابطه بین نشانه و موضوع توافق قبلی وجود ندارد. بنابراین گولد ناگزیر است نمادهای دیگر، یعنی کلمات صربستان و بلژیک را به کار ببرد تا آن را ایجاد کند. البته این کلمات فقط به این دلیل ارتباط برقرار می‌کند که استفاده‌کنندگانشان توافق کرده‌اند که منظور از آنها کشورهای خاصی در اروپاست. اما سیل چخماقی نمایه جان بول است، و جان بول نماد بریتانیاست (البته در این مورد توافق وجود دارد، همه موافقیم که جان بول یادآور بریتانیا باشد).



تصویر ۳. «تصربیل». فرانسس گلد، وستمینسترگزت، اوت ۱۹۱۴

این کاریکاتور آمیزه پیچیده‌ای از شمایلها، نمایه‌ها و نمادهاست که نیازمند تحلیلی دقیق‌تر از آن است که اینجا به دست داده‌ام. همچنین پس از مطالعه فصل ۶، که در آنجا می‌توانید مقولات نشانه پیرس را با نظریه یا کوپسن درباره استعاره و کنایه قیاس کنید، باید به آن برگردید.

سوسور و نشانه

تحلیل سوسور از نشانه، دلالت، یعنی رابطه مدلول با واقعیت یا نشانه پیرس را با موضوع، به درجه دوم تنزل می‌دهد. او در وهله اول به رابطه دال با مدلول یک نشانه با دیگر نشانه‌ها علاقه‌مند است. «مدلول» از اصطلاحات سوسور، شباهتهایی با «مفسر» پیرس دارد، اما سوسور هیچ‌گاه اصطلاح «تأثیر» (موجب شدن) را به کار نمی‌برد تا مدلول را به دال مربوط کند؛ او علاقه‌اش را به قلمرو استفاده‌کننده بسط نمی‌دهد.

توجه سوسور به رابطه دال با مدلول در چارچوب سنت اروپایی نشانه‌شناسی به علاقه عمده تکامل یافته است. سوسور تمام توجهش را به مفصل‌بندی نظریه زبانی معطوف کرد و درباره حوزه قابل مطالعه‌ای که زبان‌شناسی خواند، تذکری کوتاه داد:

بنابراین می‌توانیم دانشی را تصور کنیم که زندگی نشانه‌ها را در درون جامعه مطالعه می‌کند....

ما از ریشه یونانی Semeion (به معنی نشانه) استفاده می‌کنیم و آن را Semiology (نشانه‌شناسی) می‌نامیم. این دانش به ما می‌آموزد که نشانه‌ها عبارت از چیست و چه قوانینی بر آنها حاکم است. چون هنوز وجود ندارد، نمی‌توانیم بگوییم که چه خواهد شد؛ اما این علم حق حیات دارد؛ به یقین جایگاهش در حال پیشرفت است. زبان‌شناسی تنها شاخه‌ای از این علم عمومی است؛ و قوانینی که نشانه‌شناسی کشف می‌کند، در مورد زبان‌شناسی نیز کاربرد خواهد داشت، و از این رو به قلمرو پدیده‌های انسانی که خوب تعریف شده باشد وابسته خواهد بود.

به عهده پیروان سوسور بود که این دانش نشانه‌ها را به کمال برسانند. (تصادفاً بیشترشان در فرانسه کار می‌کردند و مایل بودند اصطلاح نشانه‌شناسی را به کار برند.)

انگیختگی نشانه

دو تن از پیروان سوسور که عقایدش را گسترده‌اند، عبارت‌اند از: پیرگرو (۱۹۷۵) و رولان بارت (۱۹۷۳ و ۱۹۶۸). برای دنبال کردن تحلیل‌هایشان نیازمندیم که چند اصطلاح تازه را بیاموزیم (یکی از دشوارترین جنبه‌های هر عرصه در حال توسعه‌ای از مطالعه چند زبان نامفهوم است که می‌آفریند. نویسندگان جدید مایل‌اند واژگان تازه‌ای وضع کنند، و تنها زمانی که علمی پابرجا شد، اصطلاح‌شناسی آن نیز جا می‌افتد و نسبتاً مقبول همگان می‌شود. اما در مورد ما حتی صاحب‌نظران بر سر نام علم

نیز توافق ندارند). اصطلاحات اصلی که در مطالعه رابطه بین دال و مدلول به کار می‌رود، عبارت‌اند از: اختیاری (arbitrary)، شمایل‌وار (iconic)، انگیزتگی (motivation) و محدودیت (constraint). اینها با یکدیگر ارتباط متقابل و تنگاتنگی دارند.

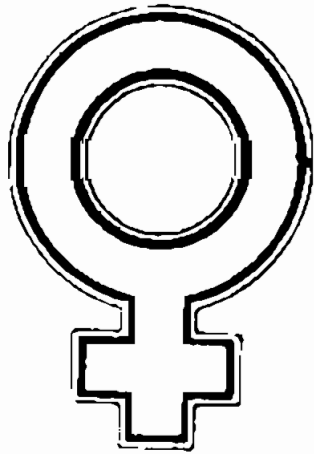
سرشت اختیاری نشانه از نظر سوسور در زبان انسانی مرکزیت داشت. منظورش از این اصطلاح آن بود که رابطه ضروری بین دال و مدلول موجود نیست. رابطه از راه قرارداد، قاعده یا توافق در بین استفاده‌کنندگان فراهم می‌شود. به عبارت دیگر، نشانه‌هایی که او اختیاری می‌خواند، دقیقاً به آنچه پیرس نمادها می‌نامید، مربوط می‌شد. سوسور نیز مانند پیرس فکر می‌کرد که این مهم‌ترین و تکامل‌یافته‌ترین مقوله است.

اصطلاح شمایل‌وار قبلاً توضیح داده شد. پیروان سوسور آن را به مفهوم پیروان پیرس به کار می‌بردند: یعنی نشانه شمایل‌وار آنجاست که مدلول تا حدی صورت دال را تعیین کند.

اصطلاحات انگیزتگی و محدودیت برای توصیف جدی به کار می‌رود که مدلول، دال را تعیین می‌کند: آن دو تقریباً قابل تبدیل به یکدیگرند. نشانه‌ای بسیار انگیزته، نشانه‌ای بسیار شمایل‌وار است: عکس بسیار بیشتر از نشانه جاده انگیزته است. نشانه اختیاری، دارای انگیزتگی نیست. یا می‌توانیم اصطلاح "محدودیت" را در اشاره به تأثیری که مدلول بر دال می‌گذارد به کار ببریم. نشانه هرچه انگیزته‌تر باشد، دال بیشتر به وسیله مدلول محدود می‌شود.



تصویر ۴. نشانه‌هایی از زنان



WOMEN



WOMEN



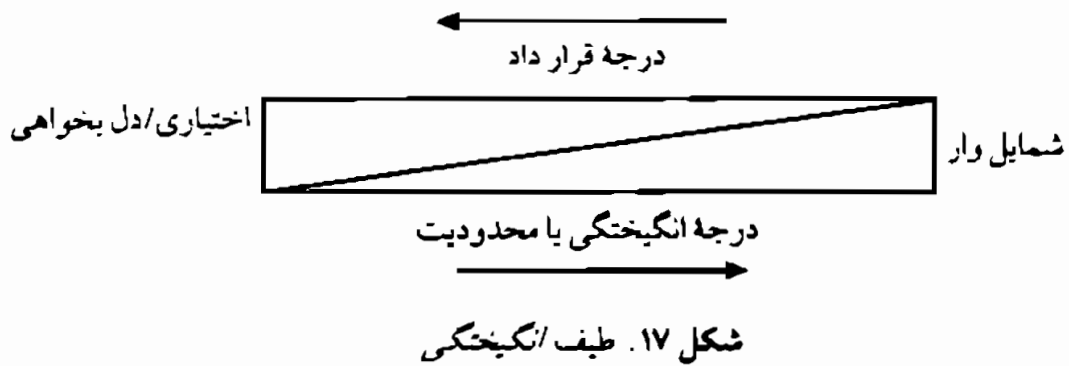
عکس یک مرد بسیار انگيخته است، چون ظاهر و قیافه مرد عمدتاً چگونگی عکس (دال) را تعیین کرده است. (تأثیر عکاس - قاب‌بندی، دوری و نزدیکی موضوع به دوربین، نور، زاویه دوربین، و غیره - عنصری اختیاری در نشانه‌هایی تولید می‌کند). تصویر نقاشی شده کمتر از عکس، شمایل‌وار و بیشتر اختیاری است یا می‌تواند باشد. کاریکاتور (مثلاً اسکویت، تصویر شماره ۲) کمتر انگيخته است: کاریکاتور است در نمایاندن موضوع به شکل دلخواهش آزادی بیشتری دارد؛ یا به عبارت دیگر کمتر محدود است. اگر در جست‌وجوی نشانه‌های کمتر انگيخته و اختیاری‌تر برای "مرد" هستیم که هنوز عنصر شمایل‌واری دارد، بهتر است به چوب کبریت کشیدن بچه‌ها، یا به نماد روی دستشویی آقایان نظر کنیم. یک نشانه اختیاری بدون برانگيختگی، خود کلمه "مرد" یا نماد مرد  است. تصویر ۴ این نکته را با کلاژ نشانه‌ها به درجات گوناگون انگيختگی می‌نمایاند. هرچه نشانه کمتر انگيخته باشد، برای ما مهم‌تر است که از قراردادهای توافق شده در بین استفاده‌کنندگان اطلاع داشته باشیم. بدون آنها نشانه‌ها بی‌معنا می‌شود، یا در معرض رمزگشایی کژتاب قرار می‌گیرد. (نک: فصل ۴، قرارداد و استفاده)

قرارداد (عرف)

قرارداد، یا عادت برحسب اصطلاحات پیرس، در ارتباطات و دلالت نقشهای مهم متنوعی ایفا می‌کند. رسمی‌ترین سطح می‌تواند قواعدی را که نشانه‌های اختیاری در آن کار می‌کنند شرح دهد. قراردادی رسمی وجود دارد که نشانه گربه به جانور چهارپایی از گربه‌سانان اشاره می‌کند، نه به تکه‌ای پارچه. یک قرارداد رسمی در این جمله وجود دارد که معنای سه نشانه را با این شکل دستوری تعیین می‌کند: گربه موش می‌گیرد. ما توافق می‌کنیم که کلمه اول (گربه) دومی (موش) را شکار می‌کند.

اما قراردادهایی وجود دارد که کمتر رسمی است و کمتر به صورت آشکار بیان شده است. ما از راه تجربه آموخته‌ایم که حرکت آهسته در تلویزیون یکی از دو "معنا" را می‌دهد: تحلیل مهارت یا خطا (به ویژه در برنامه‌های ورزشی)، یا قدردانی از زیبایی. گاه در بازی ژیمناستیک بانوان هر دو معنا را با هم دارد. تجربه ما درباره نشانه‌های مشابه، یعنی تجربه ما از قرارداد، قادرمان می‌سازد که واکنش متناسب نشان دهیم - می‌دانیم که معنا ندارد که مردم بی دلیل و رجه و رجه کنند؛ و تجربه‌مان از محتوا به ما می‌گوید که باید زیبایی را تحسین کنیم، یا مهارت حرکات را بسنجیم.

گاه تعیین قسمتهای نسبی قرارداد و شمایل‌واری در نشانه - یعنی میزان انگیختگی یا محدودیت واقعی نشانه دشوار است. زوم کردن دوربین تلویزیونی با نمای درشت روی چهره کسی به طور قراردادی یعنی اینکه آن کس تجربه عاطفی شدیدی را از سر می‌گذارند. ما به طور قراردادی می‌دانیم که معنا ندارد که ناگهان صورت خود را به چند سانتی‌متر برسانیم. اما همچنین آن زوم عنصری شمایل‌وار دارد که در آن تمرکز توجه ما را بر شخصی در چنین لحظه‌ای باز می‌نماید یا باز تولید می‌کند. قرارداد برای فهم هر نشانه‌ای، هر قدر شمایل‌وار و نمایه‌ای که باشد، لازم است. ما نیازمند دانستن آنیم که چگونه یک عکس یا حتی پیکر مومیایی به اندازه طبیعی را بفهمیم. قرارداد بُعد اجتماعی نشانه‌ها است (نک: فصل ۴، ص ۱۱۵، قرارداد و استفاده): توافق درباره استفاده متناسب و واکنش در برابر نشانه در بین استفاده‌کنندگان است. نشانه‌ها بدون بُعد قراردادی کاملاً خصوصی است و ارتباط برقرار نمی‌کند. بنابراین مفید خواهد بود که تمایز بین نشانه‌های اختیاری و شمایل‌وار یا بین نمادها و شمایل/نمایه را به عنوان یک طیف، نه چون مقولات جداگانه ملاحظه کنیم. در یک سر طیف نشانه کاملاً اختیاری، یعنی نماد، را داریم. در سر دیگر شمایل خالص ملی را داریم که البته نمی‌تواند در عمل وجود داشته باشد. می‌توانیم این طیف را در شکل ۱۷ مجسم کنیم:



در انتهای سمت چپ طیف نشانه‌هایی است که صد درصد اختیاری، قراردادی، بدون انگیختگی، و نامحدودند. در وسط نشانه‌هایی مخلوط قرار دارد که بر حسب درجه انگیختگی جا داده شده‌اند. بنابراین به علاوه‌ای که نشانه جاده، چهارراه را نشان می‌دهد، از نقشه چهارراه خاص بیشتر به چپ متمایل است. شاید تخمین بزنیم که اولی ۶۰ درصد اختیاری و ۴۰ درصد شمایل‌وار است، حال آنکه دومی ۷۰/۳۰ درصد باشد. همچنین باید یک سانت از آخرین قسمت سمت راست بزنیم، مگر اینکه ظهور متنی امکان نشانه کاملاً شمایل‌وار را فراهم آورد.

سازمان نشانه

مفاهیم اصلی

سوسور دو شیوه را شرح داد که نشانه‌ها از آن به صورت رمزها سازمان داده می‌شوند. اولی جانشینی است. جانشینی رشته‌ای از نشانه است که یکی از آنها باید برگزیده شود. رشته اشکال نشانه راهنمایی رانندگی - مربع، دایره، یا مثلث - از اقسام جانشینی است؛ همچنین است رشته نمادهای همراه آنها. شیوه دوم سوسور همنشینی است. همنشینی، پیامی است که نشانه‌های برگزیده در آن گرد آمده است. راهنمایی رانندگی همنشینی است، ترکیبی از نشانه‌های برگزیده و نماد برگزیده. در زبان می‌توان گفت که واژگان جانشینی است و جمله همنشینی. بنابراین

پیام دربردارنده‌گزینش (از یک جانشینی) و ترکیب (در یک همنشینی) است.

اشارات بیشتر

باید به خاطر بسپاریم که سوسور اصرار می‌ورزید که معنای نشانه عمدتاً در رابطه با نشانه‌های دیگر تعیین می‌شود. اینجاست که علاقه‌زبان‌شناختی او با قوت بیشتری چهره می‌نماید، و در همین جاست که اساساً با پرس تفاوت دارد. دو نوع عمده رابطه که نشانه می‌تواند با دیگران شکل دهد در اصطلاحات جانشینی و همنشینی شرح داده شده است.

جانشینی

بگذارید اول جانشینی را بررسی کنیم. رشته‌ای است که در آن گزینشی می‌شود و فقط یک واحد از آن رشته می‌تواند انتخاب شود. این موضوع زبان نوشتاری را شکل می‌دهد و ویژگی اصلی جانشینی را ترسیم می‌کند:

۱. همه واحدهای جانشینی باید وجه اشتراکی داشته باشند: باید ویژگی‌هایی داشته باشند که عضویشان در جانشینی را تعیین کند. باید بدانیم که "م" حرفی است و از این‌رو جزو جانشینی‌های ادبیاتی است، به همان درجه باید تشخیص دهیم که ه چین نیست، و همچنین است مثلاً نشانه "÷".

۲. هر واحد باید به روشنی در جانشینی قابل تفکیک باشد. در جانشینی باید بتوانیم اختلاف نشانه‌ها را در چارچوب دال و مدلولهایش تعیین کنیم. وسایلی که با آنها یک دال را از دیگری مشخص می‌کنیم ویژگی‌های تمایزبخش نشانه نامیده می‌شود: این مفهوم از لحاظ تحلیلی اهمیت چشمگیری دارد که بعداً به آن برمی‌گردیم. در مثال حاضر فقط لازم است بگوییم که دستنوشته بد، دستنوشته‌ای است که ویژگی‌های تمایزبخش حروف را محو کند.

هر بار که ارتباط برقرار می‌کنیم باید از جانشینی‌هایی انتخاب کنیم. واژه‌ها یک جانشینی است - اصطلاح انگلیسی یک جانشینی است. واژه‌ها البته در جانشینی‌های دیگر و خاص‌تر طبقه‌بندی می‌شوند: جانشینی‌های دستور زبانی، چون افعال؛ جانشینی‌های استفاده - زبان کودکانه، زبان محلی، گفت‌وگوی عاشقانه، ناسزاهای مردانه؛ یا جانشینی‌های مدتی - کلماتی که با هم قافیه می‌شوند، چون دام و بام و کام، غیره. با این حال در سطحی تفصیلی تر سه اصطلاح سوسوری برای تحلیل نشانه جانشینی‌ای را تشکیل می‌دهد که به صورت Sn, Sr, Sd نوشته می‌شود. در اینجا S به طور قراردادی نشان‌دهنده جانشینی و n, r, d ویژگی‌های تمایزبخشی است که واحدها را در درون آن تعیین می‌کند.

دیگر مثال‌های جانشینی عبارت‌اند از: شیوه تغییر صحنه در تلویزیون - برش، محو، ادغام، پاک کردن و غیره؛ انواع کلاه - کلاه نمدی، شبکلاه، کلاه بره، کلاه سوارکاری و غیره؛ سبک‌صندلیهایی که اتاق نشیمن خود را با آن می‌آراییم؛ نوع خودرویی که می‌رانیم؛ رنگی که به در ورودی منزلمان می‌زنیم. همه اینها انتخاب‌های جانشینی‌اند و معنای واحدهایی که برنمی‌گزینیم، معنای آنهایی را که برمی‌گزینیم تعیین می‌کنند. می‌توانیم با گفتن این جمله جمع‌بندی کنیم که: «هرجا انتخاب است، معنا هم هست؛ و معنای آنچه برگزیده شده را معنای آنچه برگزیده‌ایم تعیین می‌کند».

همنشینی

وقتی واحدی از یک جانشینی برگزیده شد، معمولاً با دیگر واحدها ترکیب می‌شود. به این ترکیب همشینی می‌گویند. بنابراین کلام مکتوب همشینی بصری است مرکب از یک سلسله‌گزینه‌های جانشینی از حروف الفبا. جمله، همشینی کلمات است. لباس‌های ما همشینی از گزینه‌هایی است از جانشینی کلاه، کراوات، ژاکت، شلوار، جوراب، غیره. طرز تزئین یک اتاق همشینی گزینه‌هایی است از جانشینی‌صندلیها،

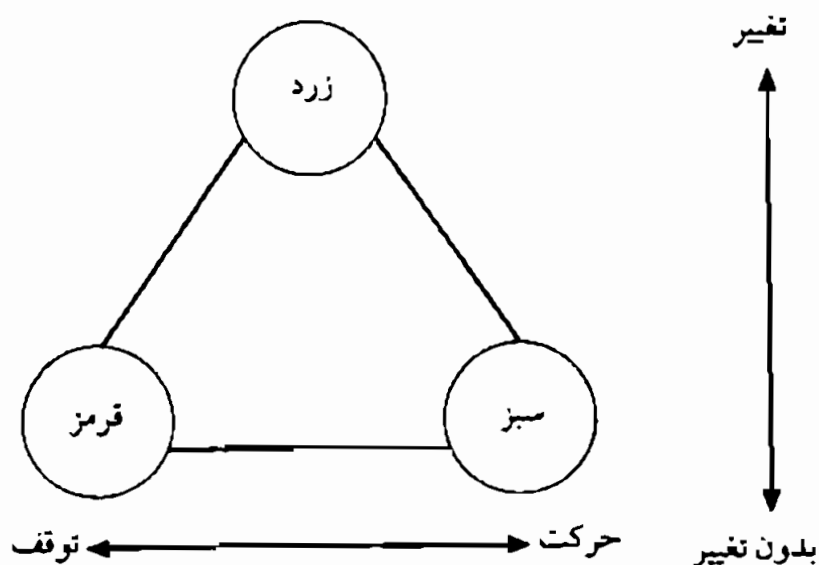
مبلها، [میز] عسلی‌ها، فرشها، کاغذ دیواری، و غیره. مهندسی که نقشه خانه را می‌کشد، همنشینی از سبکهای در و پنجره و غیره، و موقعیتها را در نظر می‌گیرد. صورت غذا مثال بارزی از یک نظام کامل است. انتخابها برای هر دوره جانشینی کامل است: هر شام در یک خوراک جمعشان می‌کند: دستوری که به پیشخدمت داده می‌شود، همنشینی است.

جنبه مهم همنشینی قواعد یا قراردادهایی است که ترکیب واحدها از آن ساخته می‌شود. در زبان به آن می‌گوییم دستور زبان یا نحو؛ در موسیقی آن را آهنگ (ملودی) می‌خوانیم (هماهنگی گزینه‌ای جانشینی است)؛ در لباس به آن خوش‌سلیقگی یا حس مُد می‌گوییم، گرچه قواعد رسمی دیگر هم هست. مثلاً پایون مشکی با کت مشکی و یقه سفید، مهمانی شبانه معنا می‌دهد، اما همین پایون با کت دنباله‌دار و یقه برگردان سفید به معنای پیشخدمت خواهد بود. پس در یک همنشینی نشانه‌گزیده می‌تواند تحت تأثیر رابطه با بقیه قرار گیرد؛ بخشی از معنای آن را رابطه‌اش با بقیه در همنشینی تعیین می‌کند.

برای سوسور و زبان‌شناسان ساختارگرایی که از پیروانش بودند، کلید فهم نشانه‌ها فهم رابطه ساختاری آن با نشانه‌های دیگر بود. دو نوع رابطه ساختاری وجود دارد: جانشینی یعنی رابطه‌گزینشی و همنشینی یعنی رابطه ترکیبی.

چراغهای راهنمایی

چراغهای راهنمایی نظام ارتباطی ساده‌ای است که برای روشن کردن بسیاری از مفاهیم تحلیلی که در این فصل معرفی کرده‌ایم، می‌توان به کارش گرفت. شکل ۱۸ نشان می‌دهد که چطور ادموند لیچ (۱۹۷۴) از روابط ساختاری چراغهای راهنمایی الگوسازی کرده است. اگر بخواهیم دلالت‌گری را به کمال تحلیل کنیم، باید از شناسایی جانشینی یعنی از چراغهای راهنمایی شروع کنیم. در اینجا چراغ قرمز به معنای توقف



شکل ۱۸. چراغهای راهنمایی

است، نه خانهٔ بدنم یا در حال ضبط در رایانه. این نشانه‌ای است اختیاری یا یک نماد، اما به طور کامل قرمز با چنان گستردگی نشانهٔ خطر محسوب می‌شود، که در جست‌وجوی برخی عناصر شمایل‌وار در آن محقق‌ایم. شاید علتش آن باشد که هم‌رنگ خون است، یا شاید چون در حالت خشم یا ترس شدید گشاد شدن رگهای خونی چشم سبب می‌شود همه چیز را "قرمز بینیم". بنابراین قرمز، رنگی است بحرانی. اگر قرمز در آمیزه‌ای از قرارداد و انگیزتگی به معنای "توقف" باشد، باقی رنگ‌ها منطقاً پیرو آن است. سبز در طیف رنگها ضد قرمز است، چنان‌که حرکت ضد توقف است. رنگ ویژگی تمایزبخش است، و سبز تا سرحد امکان با قرمز تمایز دارد. اگر در این نظام واحد سومی بخواهیم، باید سراغ زرد یا آبی برویم، اینها در طیف رنگ بین قرمز و سبز قرار دارند. آبی برای خدمات اضطراری کنار گذاشته شده، بنابراین طبعاً زرد، یا اگر صورت کاراتری به آن بدهیم، زرد انتخاب می‌شود. پس نحو ساده‌ای ارائه داده‌ایم: زرد کهربایی ترکیب شده با قرمز همنشینی است نه معنای اینکه تغییر در

جهت حرکت است؛ زرد به تنهایی به این معناست که تغییر در جهت توقف است. قواعد دیگر این است که قرمز هرگز با سبز گرد نمی‌آید، و قرمز و سبز هرگز مستقیماً به دنبال هم نمی‌آیند.

بنابراین حشو بسیاری در درون نظام ساخته می‌شود. چراغ قرمز اکیداً لازم است: "روشن" برای توقف، و "خاموش" برای حرکت. اما حتی چراغهای موقتی راهنمایی با انضمام سبز حشو را می‌افزایند. این کار وقتی "چراغ شکسته باشد" از امکان اشتباه در رمزگشایی "خاموش" جلوگیری می‌کند. البته کل نظام، حشو بسیاری در خود دارد، زیرا به حداقل رساندن خطا در رمزگشایی حیاتی است، و شاید "اختلال" زیادی در کار باشد (مثلاً آفتاب چشم را بزند، یا راه‌بندان بشود).

پیشنهاد برای کار بیشتر

۱. الگوی پیرسن را برای انواع گوناگون نشانه به کار ببرید: مثلاً حالت چهره‌ای که خستگی را نشان می‌دهد؟ نشانه راهنمایی برای توقف، بزرگراه در پیش است؛ کلماتی مانند خوشگذران؛ یک نقاشی آبستره؛ طرز لباس پوشیدن یک نفر؛ $3+8=11$. با این کار درباره شیوه‌ای که تعبیر خلق می‌شود، چه چیز دستگیرتان می‌شود؟ آیا نشانه نقش بزرگ‌تری در شکل دادن تعبیر ما بازی می‌کند، یا تجربه ما از موضوع؟ تعبیر من چقدر از شما دور است و چقدر نزدیک؟ آیا درجه انگیزش در تعیین رابطه و تعبیر معنایی که بحث می‌کردید نقش مهمی ایفا می‌کند؟ (Guiraud, 1975, pp. 25-7). درباره این مفهوم انگیختگی نشانه مفصل بحث کنید. مثالهایی بیابید که این گستره را روشن کند.

۲. تصویر ۵ و ۶ را تحلیل کنید. مفاهیم پیرس و سوسور را به کار ببرید و سودمندی نسبی آنها را با هم مقایسه کنید. به نظر شما تفسیرهای واکر چقدر لازم است؟ آیا بر شکاف فرهنگی که بر اثر گذشت زمان فراهم آمده پل می‌زند؟ آیا به طور مساوی برای هر دو کاریکاتور مفید است؟



تصویر ۵. "آفرین بلژیک!" ف. ه. تاونسند، پانچ، ۱۲ اوت ۱۹۱۴. واکر (۱۹۷۸) تفسیر می‌کند: پیرمرد شریر قلدر که با سوئیس و چوبدستی زمختش راهنمایی‌مان می‌کند که از آلمان متنفر شویم، و جوان جسور و تر و تمیز همه همدردی ما را به سوی متحدان بلژیک جلب می‌کند. این نظر کاریکاتوری بی‌نهایت به وام گرفته و به کار برده و منتشر شده است.

۳. بارت (۱۹۷۳) صص ۳-۱۱۲ از گل سرخ چون مثال نشانه استفاده می‌کند: گل سرخ موضوع فیزیکی است، اما اگر آن را به دلبرم تقدیم کنم، به مدلول - به نوعی عشق رمانتیک - بدلش کرده‌ام. اکنون گل سرخ یک دال شده است و گل تقدیم شده یک نشانه. آن را با مثال OX در این فصل مقایسه کنید. این مثالها برای توضیح اصطلاحات سوسوری دال، مدلول و نشانه چقدر کمک می‌کند؟ آیا توضیح آنها با واژگان دیگر متفاوت است؟ اگر چنین است، چرا؟

۴. از معانی ضمنی نظریه‌ای که مدلولها را اختیاری و فرهنگ - (خاص) می‌داند، مفصل بحث کنید. آیا در روشن کردن این عقیده کمک می‌کند که ما جهان را از دریچهٔ زبانمان می‌نگریم؟ (Culler, 1976, pp. 18-29)

۵. عکسهای خبری و آگهی‌های مجلات مکرراً نمایه‌ای و پیوسته شمایل‌وار است. یک نمونه از یکی (یا هر دو) را بردارید و با اصطلاحات پیرس تحلیل کنید تا صحت این مدعا را دریابید. (شاید ببینید که برای هر دو به یک اندازه خوب مصداق ندارد). شیوه‌ای را که کلمات (نمادها) در پشتیبانی از نشانه‌های بصری به کار می‌برند بررسی کنید. پس از مطالعهٔ فصل ۶ به این پرسش برگردید.

(Hawkes, 1977, pp. 123-30)

۶. به تصویر ۴ برگردید. نشانه‌ها را به ترتیب درجهٔ انگیزش در آن مرتب کنید و در نمودار شکل ۱۷ جا دهید. دلایل تصمیمات خود را روشن کنید. در بحثتان می‌توانید از اصطلاحات قرارداد، توافق، اختیاری، شمایل‌وار، انگیزش، محدودیت استفاده کنید. همچنین شاید اصطلاحات مدلول، دال، نماد، نمایه، تعبیر و موضوع را لازم بیابید. استفاده از این اصطلاحات ویژه کمکتان می‌کند با آنها آشنا شوید و نکات مربوط به آنها را ببینید. تصویر قسمتی از جانشینی "نشانه‌های" زنان است: معنای هر یک از نشانه‌های آن چقدر وابسته به آشنایی خواننده با باقی جانشینی است؟ چرا شمایل صددرصد محال است؟



تصویر ۶. هنوز امید هست. ایلینگورث، پانچ، ۲۱ سپتامبر ۱۹۳۸. واکر (۱۹۷۸) تفسیر می‌کند: «برای پانچ و چمبرلین بازسازی این باج‌خواهی بزدلانه است. اروپا بر لبه پرتگاه جنگ بوده است: ماسک‌های ضدگاز در لندن توزیع شده و در هایدپارک سنگ‌رکنده بودند. بعد حل اختلاف مونیخ پیش آمد و همه از رضایت آه کشیدند. بازنگری و شاید پیشگویی پیامبرگونه کسانی چون "لو" (Low) است که امروزه ما را به ریشخند باج‌دهی می‌کشاند. اما احساس اینکه تقریباً هر چیزی بهتر از جنگ بوده به ویژه جنگی درازمدت و پرهزینه چون جنگ جهانی اول (۱۹۱۴-۱۸) و اینکه آلمان شکایات قانونی خود را علیه پیمان صلح و رسای مطرح می‌کرد، گواهی است بر نویدبخشی زندگی عمومی در انگلستان. با این حال یادآوری می‌شود که در فوریه ۱۹۳۷ که چمبرلین برنامه ۱۵۰۰ میلیون پوندی تجدید تسلیحات را اعلام داشت، آن را بیمه کرد. بریتانیا در آغاز جنگ ماهیانه به اندازه آلمان هیتلری تانک و بیش از آن هواپیمای جنگی تولید می‌کرد.

۷. تحلیل کنید که چگونه دستنویس بدخط را رمزگشایی می‌کنیم. باید اصطلاحاتی چون پیش‌بینی‌پذیری (فصل ۱)، ادراک (الگوی گریتر، فصل ۲)، ویژگی‌های تمایزبخش و مدلول/دال را به کار ببرید. این موضوع با "خواندن" یک عکس تاریا عکسی مبهم از ماه، یا گفت‌وگو با کسی در محیطی پرسروصدا چقدر مربوط است؟

۸. یک جمله و یک عکس را در نظر بگیرید. هر دو همنشینی‌هایی هستند مرکب از واحدهای برگزیده از جانشینی، یکی شدن جانشینی و همنشینی چقدر به فهم معنای هر یک کمک می‌کند؟

(Fiske & Hartley, 1978, pp.50-8)

می‌توانید برای مطالعه بیشتر از این منابع کمک بگیرید:

Culler (1976), pp. 18-52; cherry (1957), pp. 112-17, 221-3, 265-9;

Giraud (1975), pp. 1-4, 22-9.

رمزها

رمزها

مفاهیم اصلی

آنچه در تحلیل‌مان از چراغ راهنمایی بررسی کرده‌ایم، رمز نام دارد. در واقع رمزها نظامهایی هستند که نشانه‌ها در آن سازمان یافته است. قواعدی بر این نظامها حاکم است که همه اعضای جامعه به کار برنده آن رمز بر سرش توافق دارند. این یعنی که مطالعه رمزها مدام بر بعد اجتماعی ارتباطی تأکید می‌ورزد.

بنابراین تقریباً همه جنبه‌های زندگی اجتماعی ما را که قراردادی است، یا قواعد مورد توافق اعضای جامعه بر آن حکومت می‌کند، می‌توان "رمزدار" خواند. لازم است بین رمزهای رفتاری، همچون مجموعه قوانین حقوقی، رمز آداب، دو رمز راگی، با رمزهای دلالت‌گر تمایز قائل شویم. رمزهای دلالت‌گر نظامهای نشانه‌اند. پس از این تمایزگذاری، باید دریابیم که این دو دسته رمز به هم مربوط‌اند. رمز هم بزرگراه نظام رفتاری است و هم دلالت‌گر. برنشتاین زبانی را که مردم به کار می‌گیرند به زندگی اجتماعی‌شان مربوط می‌کند. هیچ رمز دلالت‌گر را نمی‌توان به درستی از عملکردهای اجتماعی استفاده‌کنندگان جدا کرد.

با این حال در این کتاب ما به دسته دوم توجه می‌کنیم. در حقیقت من واژه رمز را به معنای نظام دلالت‌گر به کار بردم. همه این رموز دارای چند ویژگی اصلی‌اند.

۱. تعدادی واحد (گاه یک واحد) دارند که از میان آنها گزینش به عمل می‌آید. این همان محور جانشینی است. این واحد (به استثنای ساده‌ترین رموزهای تک واحد روشن - خاموش) را شاید قواعد یا قراردادهای با هم ترکیب کند. این همان محور همنشینی است.

۲. همه رموزها معنا را می‌رسانند؛ واحدهایشان نشانه‌هایی هستند که با وسایل گوناگون به چیزی غیر از خود اشاره می‌کنند.

۳. همه رموزها به توافقی بین استفاده‌کنندگان و پسرزمینه فرهنگی مشترک میانشان وابسته‌اند. رموزها و فرهنگ به طور پویا به یکدیگر وابسته‌اند.

۴. همه رموزها کارکرد اجتماعی یا ارتباطی قابل تشخیص دارند.

۵. همه رموزها با رسانه یا مجرای ارتباطی مناسب قابل انتقال‌اند.

در این فصل از همه این ویژگی‌ها بحث می‌کنیم، اما توجه خود را عمدتاً بر ویژگی‌های ۳ و ۴ معطوف می‌کنیم. از ویژگی ۲ تقریباً به تفصیل در فصل ۳ و از ویژگی ۵ در فصل ۱ بحث کرده‌ایم. با این حال مفید است که ابتدا برخی از کارهایی را که تاکنون درباره سرشت واحدهایی که رمز را می‌سازند کرده‌ایم از سرگیریم و دو اصطلاح تازه همسان (analogue) و شماره‌ای/رقمی (digital) را معرفی کنیم.

رمزهای همسان و شماره‌ای (رقمی)

مفاهیم اساسی

در فصل پیش دیدیم که جانشینی‌ها مرکب از واحدهایی هستند که بایکدیگر شباهت بسیار دارند، در عین حال دارای ویژگی‌های تمایزبخش هستند که از هم متمایزشان می‌کند. دو نوع جانشینی است که نام خود را

به دو قسم رمز می‌دهد: همسان و شماره‌ای. رمز شماره‌ای آن است که واحدهایش (هم دالها و هم مدلولها به روشنی از یکدیگر جداست؛ رمز همسان آن است که بر معیار مداومی (پیوسته‌ای) کار کند. ساعت شماره‌ای (دیجیتال) هر دقیقه را از دیگری جدا می‌کند: پنج دقیقه گذشته یا شش دقیقه. ساعت همسان سطح پیوسته‌ای دارد و تنها با نشانه گذاشتن بر صفحه می‌توان آن را "رقومی / شماره‌ای" خواند.

چون واحد رمزهای شماره‌ای از هم جداست، فهم آنها نیز آسان‌تر است. رمزهای اختیاری شماره‌ای هستند و همین نوشتن و نشانه‌گذاری‌شان را آسان می‌کند. موسیقی اساساً رمز همسان است، گرچه نظام نشانه‌گذاری ما به آن ویژگی تمایزبخش داده است (نشانه‌ها و معیارها) و بنابراین ویژگی‌های رمز شماره‌ای را بر آن تحمیل کرده است. با این حال رقص همسان است. رقص از طریق حرکات سر و دو دست (ایما و اشاره) عمل می‌کند که همه رمزهای همسان‌اند و نشانه‌گذاری را دشوار می‌سازند. طبیعت معمولاً مرکب از همسانی‌هاست؛ در کوشش برای درک یا مقداربندی طبیعت، تفاوت‌های شماره‌ای را بر آن تحمیل می‌کنیم؛ مثلاً "هفت سالگی انسان" یا فواصل صمیمی، شخصی، نیمه عمومی و عمومی بین مردم.

اشارات بیشتر

این جست‌وجوی تفاوت‌ها یا ویژگی‌های تمایزبخش متنی معنا بسیار مهم است. در رمزهای اختیاری یا نمادین فرایندی مستقیم است، زیرا اگر واحدهای یک جانشین بیان شده یا توافق شده باشد، تفاوت آنها باید تشخیص داده شود.

اما رمزهای مرکب از نشانه‌های شمایل‌وار مسائلی مطرح می‌کند. خواهیم دید که چگونه آزمون ارتباطی (فصل ۶) یا کاربگالی و دوک با تمایز معنایی (فصل ۸) کوشیده‌اند ویژگی‌هایی را که در پیام شمایل‌وار برجسته است تعیین کنند. فیسک و هارتلی (۱۹۷۸) به تفصیل دربارهٔ

مسائل و اهمیت شناخت این "کوچک‌ترین واحد دلالت‌گر" در رمز بحث کرده‌اند. تحلیل معناشناختی ما از عکس خبری (فصل ۶) نشان خواهد داد که این ویژگی تمایزبخش شاید تنها در نظام دوم دلالت‌گر برجسته باشد. رمزهای عکس مشکلات خاصی مطرح می‌کند، زیرا عکس در ترکیب معیارهای تمثیلی از طبیعت پیروی کرده است. اما جست‌وجوی معنا در بردارنده‌شناسایی تفاوت‌های برجسته و بنابراین جابه‌جایی ویژگی‌های شماره‌ای طبق واقعیت تمثیلی است. گذاشتن شصت نشانه دور صفحه ساعت، استعاره‌ای است از اینکه چگونه معنا را بر واقعیت تحمیل می‌کنیم.

بنابراین دریافت واقعیت به خودی خود رمزگشایی است. دریافت در بردارنده معنا دادن به داده‌های پیش روی ماست. این موضوع در بردارنده تفاوت‌های برجسته‌شناسایی و بنابراین واحدهای شناسایی - یعنی آنچه درک می‌کنیم - است.

بنابراین دربرگیرنده دریافت رابطه بین این واحدها است، چنانکه آنها را در کل می‌بینیم. به عبارت دیگر در بردارنده جانشین‌ها و هم‌نشین‌های خلاق است. درک و دریافت ما از واقعیت به طور یکسان، خاص فرهنگ و زبان ماست. از این لحاظ است که از واقعیت به مثابه ساخت اجتماعی می‌گوییم.

رمزهای فرانمودی

رمزها فقط نظام‌هایی برای سامان‌دادن یا فهمیدن داده‌ها نیستند: آنها کارکردهای ارتباطی و اجتماعی دارند. یکی از راه‌های طبقه‌بندی این کارکردها تمایز بین رمزهای بازنمودی و فرانمودی است.

رمزهای بازنمودی برای تولید متنها، یعنی پیامها با وجود مستقل به کار می‌روند. متن چیزی جز خود و رمزگذارش را می‌رساند.

متن مرکب از نشانه‌های شمایل‌وار یا نمادین است. بیشتر این کتاب و

باقی فصل به فهم متنهای مرکب از رمزهای باز نمودی می پردازد. رمزهای فرانمودی نمایه‌ای هستند: آنها رساننده چیزی جز خود و رمزگذارشان نیستند. آنها جنبه‌هایی از ارتباط‌گر و موقعیت اجتماعی کنونی او را می‌نمایانند.

ارتباط غیرکلامی

مفاهیم اساسی

ارتباط غیرکلامی (NVC) راه رمزهای فرانمودی چون حرکات سر و دست، حرکات چشم، یا کیفیت صدا است. این رمزها فقط می‌توانند درباره‌ی اکنون و اینجا پیام دهند. لحن صدایم برداشت کنونی مرا از موضوع و شنونده نشان می‌دهد؛ اما نمی‌تواند پیام مرا درباره‌ی احساسم در هفته گذشته منتقل کند. بنابراین رمزهای فرانمودی محدود به ارتباط رودررو یا ارتباط در زمانی است که ارتباط‌گر حاضر باشد. آنها دو کارکرد دارند.

نخست چنان‌که دیده‌ایم، انتقالِ اطلاع نمایه‌ای است. شنونده از راه اطلاع درباره‌ی سخنران و موقعیتش، از هویت، احساسات، برداشتها، موقعیت اجتماعی او و غیره خبردار می‌شود. دومین کارکرد مدیریت کنش متقابل (تعامل) است. رمزها برای سامان دادن نوعی رابطه به کار می‌روند که رمزگذار با دیگری می‌خواهد. با به کار بردن حرکات سر و دست و حالات و لحن صدای خاص می‌توانم خود را به دیگران تحمیل کنم، یا دیگران آشتی کنم، یا خود را از دیگران دور کنم. می‌توانم رمزهایی به کار برم که نشان دهم حرفم تمام شده و نوبت دیگری است، یا تمایلم را به ختم جلسه نشان دهم. این رمزها هنوز هم به یک معنا نمایه‌ای هستند، اما بیشتر برای اطلاع‌رسانی درباره‌ی رابطه به کار می‌روند، نه درباره‌ی خود گوینده.

این دو کارکرد رمزهای فرانمودی را رمزهای باز نمودی نیز می‌توانند انجام دهند، البته تا آنجا که این رمزها در پیامهای باز نمودی حاضر باشند.

متن مکتوب می‌تواند "لحن صدا" را در خود نهفته باشد؛ عکس می‌تواند دل‌تنگی یا شادی را بنمایاند. اما روان‌شناسان اجتماعی کارکرد سومی برای رمزها در نظر می‌گیرند که فقط از عهده رمزهای بازنمودی برمی‌آید. این کارکرد شناختی یا اندیشه‌گی است. این کارکرد انتقال اطلاعات یا عقاید درباره اشیا یا غایب است، و در برگیرنده آفرینش پیام یا متنی است که مستقل از ارتباط‌گر یا موقعیت اوست. زبان شفاهی یا عکس مثال رمزهای بازنمودی‌اند. الگوی یا کوبسن (فصل ۲) می‌تواند تفاوت بین دو نوع رمز را روشن کند. رمزهای بازنمودی تنها رمزهایی هستند که می‌توانند کارکرد ارجاعی / اشاره‌ای داشته باشند. رمزهای فرانمودی برای کارکردهای گنایی و عاطفی مؤثرترند. هر دو نوع رمز کاربرد زیبایی‌شناسی و الفت‌ساز دارند، گرچه حوزه فرازبانی عمدتاً به رمزهای بازنمودی اکتفا می‌کند.

اشارات بیشتر

بدن انسان انتقال‌دهنده اصلی رمزهای فرانمودی است. آرگیل (۱۹۷۲) ده مورد از چنین رمزهایی را فهرست می‌کند و معنایی را که القا می‌کنند ارائه می‌کند.

۱. تماس جسمی. اینکه چه کسی را لمس کنیم و کجا و کی، می‌تواند پیامهای مهمی درباره روابط به ما بدهد. جالب است که این رمز و رمز بعدی (میزان نزدیکی) ظاهراً در بین فرهنگهای گوناگون با یکدیگر متفاوت است. بریتانیایی‌ها کمتر از فرهنگهای دیگر یکدیگر را لمس می‌کنند.

۲. میزان نزدیکی. چقدر به کسی نزدیک می‌شویم تا بتوانیم پیام خود را درباره رابطه مان بدهیم. ظاهراً "ویژگی‌های تمایزبخش" وجود دارد که فاصله‌های گوناگون را از هم تفکیک می‌کند و بدان معنی می‌دهد. در حد سه فوت (تقریباً ۹۱/۵ سانتی‌متر) صمیمانه است؛ تا هشت فوت (تقریباً ۲/۴۴ متر) شخصی است؛ بالاتر از هشت فوت عمومی است؛ و

غیره. فاصله‌های واقعی از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. تماس شخصی ولی نه صمیمی عربها شاید به دو - سه وجبی برسد که برای شنونده انگلیسی بسیار دستپاچه کننده است. فاصله‌های طبقه متوسطه معمولاً از فاصله‌های طبقه کارگر بیشتر است.

۳. جهت‌گیری. راه دیگر پیام فرستادن رابطه این است که با چه زاویه‌ای در برابر دیگران قرار می‌گیریم. رودررو شدن با کسی می‌تواند صمیمیت یا خصومت را نشان دهد؛ زاویه ۹۰ درجه نسبت به دیگری نشان‌دهنده موضع همکاری است؛ و غیره.

۴. وضع ظاهری. آرگیل آن را به دو قسم تقسیم می‌کند: آن جنبه‌هایی که در اختیار ماست - موها، لباس، پوست، زینت و آرایش - و آنهایی که کمتر در اختیار ماست - قد، وزن، و غیره. آرایش مو در همه فرهنگها اهمیت فراوانی دارد، زیرا "انعطاف‌پذیر"ترین قسمت بدن ماست؛ به سادگی می‌توانیم ظاهرش را تغییر دهیم. وضع ظاهری از شخصیت، مقام اجتماعی، و به ویژه از هم‌رنگ‌گرایی خبر می‌دهد. نوجوانان غالباً تارضایتی خود را از ارزشهای بزرگسالان در آرایش مو و لباس نشان می‌دهند؛ بعد که چنین پیامهایی از سوی بزرگسالان خصومت و واکنش منفی برمی‌انگیزد، گله می‌کنند!

۵. سر جنبانیدن. این رمز به طور عمده مدیریت کنش متقابل (تعامل) را در برمی‌گیرد، به ویژه در نوبت گرفتن برای حرف زدن. یک سر جنبانیدن شاید به دیگری اجازه حرف زدن بدهد؛ سر جنبانیدن تند شاید تمایل به سخن گفتن را بنمایاند.

۶. حالت چهره. اینها را می‌توان به رمزهای فرعی حالت ابرو، شکل چشم، شکل دهان و اندازه پره‌های بینی تقسیم کرد. اینها در ترکیبهای گوناگون حالت چهره را بیان می‌کنند و می‌توان "دستوری" برای ترکیبات و معانی آنها نوشت. جالب است که حالت چهره کمتر از دیگر رمزهای فرامودی از فرهنگی به فرهنگ دیگر دستخوش تغییر می‌شود.

۷. ایما و اشاره / حرکات سر و دست. دست و بازو رساننده اصلی ایما و اشاره‌اند، اما حرکات سر و پا نیز مهم است. این حرکات از نزدیک با گفتار هماهنگ می‌شوند و ارتباط شفاهی را تکمیل می‌کنند. اینها یا برانگیختگی عاطفی عمومی را می‌نمایانند یا حالات عاطفی خاص را. ایما و اشاره‌های گسته، مؤکد، و بالا و پایین اغلب نشان‌دهنده کوشش برای تسلط است، حال آنکه ایماهای نرم‌تر، پیوسته و چرخشی نمایانگر تمایل به توضیح و جلب همدردی است. گذشته از ایما و اشاره‌های نمایه‌ای، دسته‌ای ایماهای نمادین نیز وجود دارد. اینها اغلب ناسزا و خلاف عفت است و خاص فرهنگها و خرده فرهنگها است: نشانه ۷ یکی از این نمونه‌هاست. همچنین باید از ایمای شمایل‌واری چون اشاره دست، یا به کار بردن دستها برای وصف شکل یا جهت نام ببریم.
۸. حالت بدن. طرز ایستادن، نشستن، و درازکشیدن می‌تواند زنجیره معانی محدود اما جالب را برساند. اینها به کرات یا برداشتهای میان فردی مربوط‌اند: دوستی، دشمنی، مهتری یا کهتری، همه را می‌توان با حالت بدن نشان داد. همچنین حالت بدن می‌تواند حالت عاطفی، به ویژه درجه تنش یا راحتی را برساند. جالب و شاید شگفت‌انگیز باشد که حالت بدن کمتر از حالت چهره در اختیار آدمی است: اضطرابی که در چهره نشان داده نمی‌شود، شاید به خوبی در حالت بدن خود را نشان دهد.
۹. حرکت چشم و چشم دوختن. اینکه کی و چندبار و چه مدت چشم در چشم دیگران می‌دوزیم، شیوه‌ای است برای فرستادن پیامهای مهم درباره روابط، به ویژه اینکه رابطه چقدر مسلط یا نزدیک باشد. خیره شدن به کسی نوعی چالش ساده برای تسلط بر او است؛ چشمک زدن به کسی نشان‌دهنده تمایل به نزدیک شدن است. چشم دوختن در شروع بیان شفاهی نشان‌دهنده تمایل تسلط بر شنونده و وادار کردنش به توجه است؛ چشم دوختن به شنونده در پایان یا پس از بیان شفاهی

نشان‌دهنده رابطه نزدیک‌تر، تمایل به بازخورد، و دیدن آن است که شنونده چطور واکنش نشان می‌دهد.

۱۰. جنبه‌های شفاهی گفتار. اینها به دو مقوله تقسیم می‌شوند:

الف. رمزهای عروسی که بر معنای کلمات استفاده شده تأثیر می‌گذارند. زیر و بمی و تکیه صدا در اینجا رمزهای عمده‌اند. جمله «مغازه‌ها روز یکشنبه باز است» می‌تواند با زیر و بم صدا به صورت یک خبر، یک سؤال، یا یک عبارت ناباورانه بنماید.

ب. رمزهای فرازبانی که درباره گوینده اطلاع می‌دهند. لحن، بلندی، لهجه، تپ زدن، و تندی و کندی حرف زدن، از حال، شخصیت، طبقه، موقعیت اجتماعی، طرز نگاه گوینده به شنونده، و غیره خبر می‌دهد.

این رمزهای بازمودی را واسطه آن طبقه‌بندی می‌کند. همه آنها نسبتاً ساده‌اند، چون نسبتاً واحدهای اندکی دارند که در محور جانشینی گزیده می‌شوند و همچنین قواعد ساده‌ای در ترکیب همنشینی دارند. در حقیقت اینها به آنچه برنشتاین رمزهای «محدود» می‌نامد شباهت دارند.

رمزهای پیچیده و رمزهای محدود و ساده

مفاهیم اساسی

این طبقه‌بندی مشهور رمزها کار بیزیل برنشتاین است (مثلاً در ۱۹۶۴ و ۱۹۷۳). او جامعه‌-زبان‌شناس است و کارش را بر زبان کودکان متمرکز کرده. پس این اصطلاحات در اصل برای استفاده‌های گوناگون زبان شفاهی به کار می‌رود، گرچه می‌توانیم آن را به درستی بسط دهیم تا انواع دیگر رمزها را در برگیرد. کار برنشتاین پیوسته مجادله برانگیز بوده، زیرا او انواع زبان استفاده شده را با طبقه اجتماعی استفاده‌کننده و این دو را با نظام آموزشی مربوط می‌کند. او زبان‌شناسی را به سیاست کشانده است. برنشتاین دریافت که در گفتار کودکان طبقه کارگر و طبقه متوسط

تفاوت‌های اساسی وجود دارد، و این تفاوتها را با این ادعا خلاصه کرد که کودکان طبقه کارگر رمزهای محدود و ساده را به کار می‌برند، حال آنکه کودکان طبقه متوسط از رمزهای پیچیده بهره می‌گیرند. بعدها بر چیزی که برخی از منتقدانش نادیده گرفتند تأکید ورزید، یعنی اینکه طبقه اجتماعی به خودی خود عامل تعیین کننده‌ای نیست. آنچه عملاً رمز استفاده شده را تعیین می‌کند، نوع روابط اجتماعی موجود است. بنابراین اجتماع فشرده و یکدست، بسته و سستی گرایش دارد که رمزهای محدود را به کار برد. طبقه کارگر یکی از مثالهای این اجتماعات است، همچنین برخی نهادهای طبقه متوسط، از قبیل غذاخوری افسران، حرفه حقوقی، یا مدرسه عمومی پسران نیز چنین است. هر یک از این اجتماعات نوع خاصی از رمز محدود و ساده خود را به کار می‌برند.

روابط اجتماعی سیال، متغیر، متحرک و غیرشخصی خاص طبقه متوسط مدرن به آن گرایش دارد که رمز زبانی پیچیده‌ای تولید کند. نکته نهایی برنشتاین آن است که طبقه کارگر به رمز محدود و ساده اکتفا می‌کند، حال آنکه طبقه متوسط می‌تواند از رمز محدود و ساده به دلخواه به سوی رمز پیچیده حرکت کند.

اشارات بیشتر

اما ویژگی‌های این دو نوع رمز چیست؟

۱. رمز محدود ساده‌تر است و نسبت به رمز پیچیده، پیچیدگی کمتری دارد. رمز محدود واژگان کمتر و نحو ساده‌تری دارد.
۲. رمز محدود گرایش به شفاهی بودن دارد و بنابراین به رمزهای فرانمودی و نمایه‌ای ارتباط غیرکلامی نزدیک‌تر است. رمز پیچیده را می‌توان نوشت یا گفت، و بنابراین برای پیامهای بازنمودی و نمادین مناسب‌تر است.
۳. رمز محدود به حشو داشتن گرایش دارد. پیامهای بسیار قابل پیش‌بینی

است و بیشتر به کارکردهای الفت‌ساز گرایش دارد تا ارجاعی / اشاره‌ای. رمز پیچیده نابه‌سامان‌تر است؛ پیش‌بینی گزینه‌های شفاهی باز در برابر گوینده دشوارتر است. این یک برای کارکرد ارجاعی / اشاره‌ای مناسب‌تر است.

۴. رمز محدود به سوی روابط اجتماعی جهت‌گیری می‌کند؛ رمز پیچیده بیان نیت خاص و مجزای فرد را آسان می‌سازد. این یعنی که رمز محدود نشان‌دهندهٔ مقام گوینده در درون گروه است. این امر روابط اجتماعی را تقویت و شباهت بین گوینده و گروه را بیان می‌دارد، و برجستگی تفاوت‌های فردی را محدود می‌کند. از سوی دیگر رمز پیچیده با فرد متناسب شده، نه با جایگاهی که در میان گروه دارد؛ این رمز با انتظار گوینده از تفاوت روان‌شناختی بین او و شنونده (ها) و از این رو با تسهیل بیان فردیت - آنجا که با شنونده (ها) متفاوت است - سر و کار دارد. رمز محدود بیان نقاط اشتراک عضویت گروه - یعنی آنچه گوینده با شنونده (ها) در آن سهیم است - را آسان می‌سازد.

پس رمز محدود به پس‌زمینهٔ فرضیات مشترک، منافع مشترک، تجربهٔ مشترک، تعیین هویت و انتظارات وابسته است. این موضوع به هویت فرهنگی محلی بستگی دارد که از نیاز گویندگان برای به زبان آوردن تجربهٔ فردی‌شان می‌کاهد.

پس رمز پیچیده زمانی لازم می‌شود که گوینده می‌خواهد معانی دقیقی را که به لحاظ شخصی بی‌همتا است، ولی او مایل است آن را در دسترس شنونده بگذارد، به زبان آورد. ارتباط نه تنها به اشتراک محلی مربوط است، بلکه به رمزهای اختیاری و دلخواهانه زبان که به پیچیده ساختن معنای مورد نظر توانایمان می‌کند نیز ربط دارد.

۵. رمزهای محدود بر کنش متقابل (تعامل) با رمزهایی غیرکلامی تکیه می‌کند. در واقع برنشتاین می‌گوید که تفاوت‌های فردی تنها از راه رمزهای غیرکلامی بیان می‌شوند: گفتار برای بیان اشتراک به کار می‌رود.

- رمزهای پیچیده، ارتباط غیرکلامی را کنار می‌زند، به همین دلیل است که زبان مکتوب تقریباً همواره پیچیده است.
۶. رمزهای محدود ملموس، معین و اینجا و اکنون را بیان می‌کند؛ رمزهای پیچیده، انتزاعات، کلیت‌ها و غایب را بیان می‌کنند.
۷. رمزهای محدود به تجربه فرهنگی وابسته‌اند؛ رمزهای پیچیده به تعلیم و تربیت رسمی بستگی دارند - آنها را باید آموخت.
- برنشتاین برای کمک به تشخیص رمز محدود گفتار پیشنهاد می‌کند که خود را در میان گروهی از دوستان در کنج خیابانی تصور کنیم که گوش ایستاده‌ایم. در این صورت به چیزهای زیر توجه می‌کنیم:
۱. از جدا بودنمان از گروه یا اجتماع خبردار می‌شویم.
 ۲. پی می‌بریم که گفتار نسبتاً غیرشخصی و کمتر فردگرایانه است: در گفتار بیشتر "تو" و "آنها" شنیده می‌شود، و کمتر "من"؛ بیشتر عباراتی دارد، مانند "این طور نیست"، "بین"، "می‌دانی"، عباراتی که بیشتر وجه اشتراک‌گوینده و کمتر فردیت او را بیان می‌کند.
 ۳. به طراوت و سرزندگی حرفها توجه می‌کنیم. آنچه اهمیت دارد، این است که چیزی چطور گفته می‌شود، نه اینکه چه گفته می‌شود. بیشتر معانی واقعی و همه فردیت‌گرایی‌گوینده از راه رمزهای غیرشفاهی منتقل می‌شود.
 ۴. متوجه می‌شویم که جریان صحبت جابه‌جا می‌شود و بی‌سروته و گسسته است. سازمان عقاید بر پایه تداوی است، بر مبنای منطق یا توالی نحوی کلام.
 ۵. متوجه می‌شویم که محتوا مشخص، روایی، و توصیفی است، نه تحلیلی یا انتزاعی.
 ۶. متوجه واژگان و نحو محدود می‌شویم.
- برنشتاین مثالی از صحبت طبقه کارگر ساده به دست می‌دهد که این نکات را روشن می‌کند:

همه‌اش این جوریه که این جوونا با اراذل و اوباش کنار میان که می‌خوان خودی نشون بدن و گیریم که به راه غلط می‌افتن و گاه سرشون به سنگ می‌خوره اما می‌دونی به نظرم می‌خوان خودشونو گنده جلوه بدن و پیش چشم دیگران عرض اندام کنن.

رمزها و داوریه‌های ارزشی

جامعه ما به روشنی رمزهای پیچیده را ارزیابی می‌کند. آموزش انگلیسی به زبان مکتوب پیچیده توجه می‌کند و به آن پاداش می‌دهد. ما به اشکال والای هنری که رمزهای پیچیده را به کار می‌برند، ارج می‌نهیم. باله یک صورت سنجیده رقص است که ساختار پیچیده‌ای دارد و برای هنرمند آموزش و تربیت لازم است؛ رقص دیسکو محدود است و بیش از تربیت رسمی، به تجربه اجتماعی یا جمعی نیاز دارد. قصه‌های عامیانه یا لطیفه‌های هرزه محدوداند، اما زمان متعالی پیچیده است. به همین ترتیب می‌توان ادامه داد. تقریباً همه اشکال هنری ارزشمند از لحاظ فرهنگی پیچیده‌اند. حتی واژه‌هایی که برنشتاین برگزیده است - پیچیده و محدود - ارزشهای اجتماعی مثبت و منفی دارند. اما اگر می‌خواهیم کارهای برنشتاین را درک کنیم، باید از این داوریه‌های ارزشی دست بکشیم. رمزهای پیچیده برتر از رمزهای محدود نیستند؛ فقط با هم متفاوت‌اند و کارکردهای مختلفی دارند. همه‌مان در عین فرد بودن عضو اجتماع و گروه‌ایم. بنابراین یکسان به رمزهای محدود و پیچیده نیاز داریم. خیابان تاجگذاری و هنرهای عامه‌پسندی از این دست با فراهم آوردن تجربه مشترک عملاً بیش از نمایشنامه متعالی و از لحاظ فرهنگی ارزشمند ساموئل بکت، جامعه پراکنده و متنوع ما را گرد هم آورده است. اصطلاحات "محدود" و "پیچیده" را باید بیشتر توصیفی و تحلیلی دانست: اگر بگذاریم داوریه‌های ارزشی همراهشان شود، فقط موضوع را مبهم ساخته‌ایم.

رمزهای پخش وسیع و محدود

مفاهیم اساسی

رمزهای پیچیده و محدود را ماهیت خود رمز یا نوع رابطه اجتماعی که در خدمت آن است، وصف می‌کند. اما از سوی دیگر پخش وسیع و محدود را ماهیت مخاطب تعیین می‌کند. رمز پخش وسیع آن است که مخاطب توده‌وار در آن سهیم باشند: باید در برابر درجه‌ای از ناهمگنی (عدم تجانس) پاسخگو باشد. از سوی دیگر پخش محدود اغلب مخاطب خاص، یعنی کسی که رمزهایی را مورد استفاده قرار می‌دهد؛ در نظر دارد. می‌توانیم بگوییم که یک تک‌خوان اپرا از رمزهای پخش محدود استفاده می‌کند: این برای دوستانان اپرا جاذبه دارد؛ در صورتی که ترانه پاپ برای جلب توده وسیع و نامعین مخاطب طراحی شده و از این رو از رمز پخش وسیع استفاده می‌کند. این موضوع بی‌درنگ از یک سو شباهت رمزهای پخش محدود و پیچیده و از سوی دیگر پخش وسیع و رمز محدود را روشن می‌کند.

رمزهای پخش وسیع: اشارات بیشتر

رمزهای پخش وسیع در بسیاری ویژگی‌ها با رمز محدود سهیم است. این رمزها ساده‌اند؛ کشش بی‌واسطه دارند؛ و برای درکشان به "آموزش نیازی نیست". این رمزها اجتماع محورند، به سوی نقاط اشتراک مردم کشش دارند، و مایل‌اند آنها را به جامعه پیوند دهند. بیشتر وقتها نویسندگانشان گمنام‌اند، یا دست کم نام نهادی را بر خود دارند: تلویزیون گرانا‌دا "مؤلف" خیابان تاجگذاری است. این نکته که نویسندگان گمنام‌اند، یا نوشته به نهادی نسبت داده می‌شود، با بیان نظرات شخصی یا فردی در تضاد است. رمزهای پخش وسیع وسایلی است که فرهنگ به وسیله آن با خود تماس می‌گیرد. استوارت هال (۱۹۷۳) که مخاطب تلویزیون را هم منبع و هم گیرنده پیام می‌خواند، به نکته‌ای مشابه اشاره می‌کند. مخاطب

را منبع پیام دانستن شاید پارادوکسیکال (تناقض‌نما) به نظر برسد، و به توضیح بیشتری نیاز داشته باشد.

سه شیوه است که در آن می‌توان گفت مخاطب، منبع پیام و سایل پخش است. نخستین آن محتواسـت. اگر پخش‌کننده می‌خواهد به اقبال عمومی دست یابد، باید با موضوعاتی که علائق عمومی را دربردارد، سروکار پیدا کند. ارتباط‌گرِ جمعی "خوب" کسی است که با احساسات و علائق جامعه به میزان وسیع هماهنگ شود. اما محتوا تنها موضوع اصلی پیام نیست؛ شیوه‌ای که محتوا ارائه می‌شود نیز مطرح است.... در چارچوب فرهنگی که در پیامهای پخش شده ارائه می‌گردد، الگوهای احساسی، برداشتها و ارزشها نیز نهفته است. پس این پیامها بار دیگر وارد فرهنگی می‌شود که از آن نشئت گرفته و این الگوی فکری و احساسی را در ذهن مردم می‌پرورد. پس کنش متقابل (تعامل) مداوم و پویایی بین مخاطب چون منبع و پخش‌کننده، و مخاطب در مقام مقصد وجود دارد. در تحلیل صفحه اول دلیلی می‌رور (تصویر اب) نشان دادیم که چگونه این الگوهای فکری و احساسی تأثیرگذار بر ساختار سردبیری آن پیام - مخاطب (از راه درک حرفه‌ای سردبیر از آن) به معنای واقعی کلمه منبع پیام بوده است.

دومین جنبه مخاطب چون منبع، شیوه‌ای است که مخاطب در آن شکل پیام را تعیین می‌کند. در ساده‌ترین سطح این موضوع شاید به "تولیدات کلیشه‌ای" بینجامد که پخش‌کنندگان از طریق آن شیوه نویسی از ساختارهای کهنه ارائه می‌دهند. مخاطب بر پایه تجربه فرهنگی مشترک با پخش‌کننده انتظارات معینی دارد، یعنی مثلاً می‌خواهد پیامهای پخش شده، شروع، وسط و پایانی داشته باشد. رویداد شاید تمام نشده باشد، اما گزارش خبری درباره آن باید نتیجه داشته باشد. رشته‌هایی که در داستان طبیعت‌گرا معرفی می‌شوند، همه باید به غیرطبیعی‌ترین وجه به هم گره بخورند و مربوط شوند. استوارت هال همراه کانال و کورتی

(۱۹۷۶) نشان داده است که چگونه این واقعیت که ما در جامعه‌ای مبتنی بر دموکراسی پارلمانی با "سگ نگهبان" مطبوعات زندگی می‌کنیم، شکل خاص برنامه دورنما (چشم‌انداز) را تعیین می‌کند. شکل برنامه قراردادی است: نمایندگان احزاب سیاسی عمده و مدیر رسانه متقل درباره موضوعی سیاسی بحث کردند. پژوهشگران با تحلیل دقیق شیوه‌ای که سیاستمداران از راه آن در وقت پخش سهیم می‌شوند و نوبت می‌گیرند، و با شیوه‌ای که مدیر رسانه‌ها از آن طریق با آنان و با خود رفتار می‌کند، نشان دادند که معنای واقعی برنامه نه از موضوع بحث، بلکه از شکل آن مشتق شده بود. این معنا چنین بود که نظام دموکراسی پارلمانی ما کارآمد است و نهادهای رسانه‌ای آن را کارآمد نشان می‌دهند مخاطبان انبوه اکنون این نکته را خوب می‌دانند، "شکل" برنامه آن را ثابت می‌کند. این شکل [ارائه برنامه] پیامی را رمزگذاری کرده است، که عبارت است از واحدهای رفتار تلویزیونی که طبق شیوه همثینی قراردادی با هم ترکیب شده است. این رمز پخش وسیع و رمز محدود است و تجربه فرهنگی مخاطب منبع پیام است.

سومین شیوه‌ای که می‌توان در آن مخاطب را منبع دانست، توسعه و گسترش این تحلیل است. پخش فعالیتی نهادی است، و نهادها نیز فرآورده جامعه‌ای هستند که از آن برآمده‌اند.

بریتانیا، ایالات متحده و روسیه به عنوان نمونه جوامع مختلفی هستند، و بنابراین نهادهای پخش مختلفی دارند. این نهادها را کارمندان و مدیرانی می‌گردانند که هر جامعه آنها را اشخاص مناسبی می‌دانند؛ اولویت‌های درون هر نهاد فرآورده کارمندان و جامعه‌شان است و همه اینها بر تأثیر نوع پخش که هر نهاد فراهم می‌آورد افزوده می‌شود.

استوارت هال استدلال می‌کند که رابطه‌ای نهانی اما تعیین‌کننده بین فکر و احساس مخاطب، ساختار رمزگذارنده پیام پخش شده، و ساختار نهادهای پخش وجود دارد. اینها به هم وابسته و تعیین‌کننده یکدیگرند.

فیسک و هارتلی (۱۹۷۸) مفهوم "تلویزیون خنیاگرانه/نقالانه" را بسط داده‌اند. در این موضوع آنها نظر داده‌اند که تلویزیون در جامعه امروزی همان هفت کارکردی را دارد که خنیاگر در جامعه سنتی به عهده داشت. اینها به قرار زیرند:

۱. گویا کردن خطوط اصلی اتفاق آرای فرهنگی مستقر درباره سرشت واقعیت.
۲. درگیر کردن اعضای منفرد فرهنگ در نظامهای ارزشی مسلط، با پرورش این نظامها و نشان دادن اینکه در عمل کارایی دارند.
۳. تجلیل، توضیح، تفسیر، و تأیید کردار نمایندگان منفرد فرهنگ.
۴. با تصدیق و تأیید ایدئولوژی و اسطوره‌شناسی در درگیری فعال با دنیای عملی و بالقوه غیرقابل پیش‌بینی و اطمینان دادن به آن فرهنگ در مقیاس وسیع دایره بر اینکه از کفایت عملی در جهان برخوردار است.
۵. افشای هرگونه بی‌کفایتی عملی به مفهوم فرهنگی اش که می‌تواند نتیجه تغییر شرایط در جهان بیرونی باشد، یا ناشی از فشار درون فرهنگ برای جهت‌گیری تازه به نفع جایگاه ایدئولوژیکی تازه.
۶. قانع کردن مخاطب به اینکه فرهنگ در کل موقعیت و هویت آنها را به مثابه افراد تضمین می‌کند.

۷. انتقال حسی عضویت فرهنگی به افراد. (امنیت و دربرگیری)

این کارکرد همه پیامهای تلویزیونی است: اعضای مخاطب با مراجعه به شرایط خاص خود و تعیین موقعیت در فرهنگشان وارد مذاکره و چانه‌زنی می‌شوند. پیام، بی‌نام و نشان یا از منبعی نهادی است. خنیاگر سنتی کسی بود که در جامعه‌اش به عنوان ایفاگر "نقش" ظاهر می‌شد. نه چون هنرمند امروزی به عنوان یک فرد از این‌رو هیچ‌یک از این هفت کارکرد بیان غرض جداگانه فردی را دربر نمی‌گیرد. این کارکردها را در جامعه توده‌ای رمزهای پخش وسیع و در خرده فرهنگ اجتماعات محلی رمزهای محدود به عهده دارند. این شباهت کارکرد اجتماعی پخش وسیع

و رمزهای محدود دلیل این امر را که این دو ویژگی‌های مشابه دارند توضیح می‌دهد.

رمزهای پخش محدود: اشارات بیشتر

مجموعه‌ای از مشابهت‌های متقارن بین پخش محدود و رمزهای پیچیده وجود دارد. رمزهای پخش محدود مخاطب معین و محدودی را در نظر دارد؛ معمولاً کسانی که می‌خواهند رمزهای دربردارنده را بیاموزند لازم است آنها را از رمزهای محدود جدا کنند (که شاید آن را نیز گروه اندکی از مخاطبان درک کنند). زیرا در آن اتکاء بر تجربه مشترک نیست، بلکه بر تجربه آموزشی یا عقلانی مشترک است. موسیقی "اشتوکهاوزن" یا گفت‌وگویی کارشناسی در رادیو ۳ مثالهای پخش محدود است. اینها فردگرا و شخص محور است نه مشترک و پایگاه محور. اینها بین ارتباط‌گر و مخاطب تمایز قائل‌اند، انگار که ارتباط‌گر بیشتر می‌داند یا طور دیگر می‌بیند و حس می‌کند. انتظار می‌رود که مخاطب به واسطه ارتباطات، تغییر یابد یا غنی شود، حال آنکه از مخاطب پخش وسیع و رمزهای محدود انتظار دارند که اطمینان و یقین حاصل کند.

رمزهای محدود شاید نخبه‌گرا یا دست‌کم از لحاظ اجتماعی تفرقه‌انداز باشد. اینها در هنر، متعالی و از لحاظ فرهنگی بسیار ارزشمند است؛ در علم زبان اختصاصی تأثیرگذار فراهم می‌آورد که کارشناس (متخصص) به عنوان شاخص راهنمای تخصص خود از آن استفاده می‌کند. منحصر به فرد بودن حرفه‌های پزشکی و حقوقی لازمه آن است که آنان از رمزهای پخش محدود کمک بگیرند. یک جامعه‌شناس که اصطلاح خاص متخصصان را به کار می‌برد تا به بخشی از تجربه اجتماعی آشنا اشاره کند، تفاوت خود را با فرد معمولی و عضویتش را در جامعه نخبگان جامعه‌شناس نشان می‌دهد. متخصصان ارتباطات نیز از این امر در امان نیستند. رمزهای پخش محدود در جامعه توده‌وار ما کارکرد تفاوت بین

”ما“ (استفاده‌کنندگان از رمز) و ”آنها“ (مردم عادی) را دارند. رمزهای پخش وسیع بر مشابهت میان ”ما“ (اکثریت) تأکید می‌کنند.

رمزها و وجه اشتراک

همه رمزها بر وجه اشتراک تکیه دارند، یعنی توافق بین مصرف‌کنندگان بر سر مبانی – توافق بر سر قواعدی که بر اساس آن انتخاب یا ترکیب می‌شوند، باز بودن معنا برای دریافت‌کننده و کارکرد اجتماعی یا ارتباطی که انجام می‌دهند. اما چگونگی رسیدن به این توافق و شکلی که به خود می‌گیرد، می‌تواند به طور چشمگیری متفاوت باشد. ما سه راه برجسته توافق را بررسی می‌کنیم: با قرارداد و استفاده، با توافق آشکار، و با سرنخهای موجود در متن.

قرارداد و استفاده

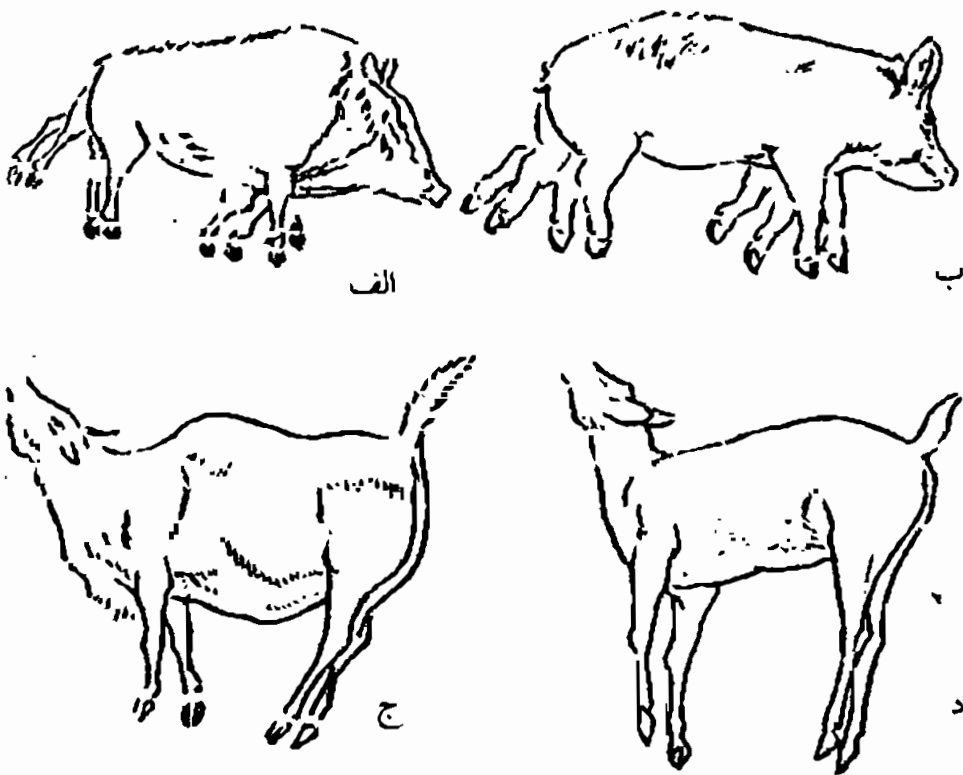
نخستین و مهم‌ترین شیوه رسیدن به توافق، با قرارداد و استفاده است. منظور ما از این اصطلاح انتظارات نامکتوب و بیان نشده‌ای است که از تجربه مشترک اعضای یک فرهنگ مشتق می‌شود. قرارداد توقعاتی به وجود می‌آورد که مردم چنین و چنان لباس بپوشند و رفتار کنند، برنامه‌های تلویزیون یا گفت‌وگوها خطوط آشنا را دنبال کنند، خانه‌ها و باغها کم و بیش با عملکرد محلی یا ملی منطبق شوند. قرارداد به حشو تکیه می‌کند: راه را برای رمزگشایی ساده باز می‌کند، عضویت فرهنگی را بیان می‌کند، بر مشابهت تجربه تکیه می‌کند، اطمینان‌بخش است. همچنین هم‌رنگ‌گرایی، فقدان نوآوری، و مقاومت در برابر تغییر را به بار می‌آورد. توافقی که بر مبنای قرارداد به عمل می‌آید، معمولاً، اما نه همیشه بیان نشده است. این یعنی که جانشینی رسمی مدلولها برای موازنه جانشینی دالها وجود ندارد. بیایید رمز لباس را برای مثال در نظر بگیریم. هر نوع لباس عبات است از یک جانشینی – کراوات، پیراهن، کت،

شلوار، جوراب و... لباس پوشیدن صبح یک پیام است. واحدی از هر جانشینی را بر می‌گزینیم و با بقیه ترکیب می‌کنیم تا گزاره‌ای بسازیم. این گزاره‌ها رمزی فرانمودی و نمایه‌ای را به کار می‌گیرد تا این معانی را برساند: ۱. درباره‌ی ما که پوشنده‌ی لباسیم، ۲. برداشت ما از رابطه با اشخاصی که انتظار دیدارشان را داریم، ۳. مقام یا نقش ما در چارچوب موقعیتهای اجتماعی که در طول روز به آن برمی‌خوریم. کمتر لباسی معنای تعریف شده‌ای دارد، یعنی کمتر توافق بیان‌شده‌ای بین استفاده‌کنندگان موجود است. وقتی توافقی باشد، دقیقاً تحت عنوان بعدی ما، یعنی رمزهای اختیاری قرارداد. مثالهای آن پاپیون کلوب‌ها، یونیفرم‌ها، یا نشانهاست. اینها همه مدلولها را در رده‌ی اول معنا قرار می‌دهند؛ یعنی نمادین‌اند. اما رمز لباس معمولاً با رمزهای نمایه‌ای کار می‌کند. من موقعیت اجتماعی خود را با طرز لباس پوشیدنم نشان می‌دهم. انتخاب کراوات هم می‌تواند روحیه‌ام را نشان دهد - «دوست دارم امروز کراوات سفید - آبی خالدارم را بزنم». لباسهای عجیب و غریب هنرمند به طور کلی، راهی است برای بیان احترام نگذاشتن به قراردادهای اجتماعی. سرشت نمایه‌ای لباسها اغلب مردم را وامی‌دارد درباره‌شان خیلی شخصی احساس کنند. مرد جوانی که با پوشیدن جین در مصاحبه شرکت می‌کند، شاید رفتارش را با گفتن این جمله توضیح دهد: «باید مرا همان‌طور که هستم، بپذیرند؛ من جین پوشم». نمایه به آنچه نشان می‌دهد بدل شده است. کارفرما شاید آن را نشانه‌ی مقاومت در برابر قراردادهای شرکت بداند و شغلی به او ندهد. پس جین می‌تواند نشانه‌ی بی‌احترامی و طغیان باشد.

این سوء تفاهم از آنجا ناشی می‌شود که کارفرما و مصاحبه‌شونده تجربه‌ی گوناگون خرده فرهنگی از جین دارند. این تفاوت در «خوانش» که از تجارب مختلف به دست می‌آید، چیزی است که اکو (۱۹۶۵) رمزگشایی کژتاب می‌خواند. هنگامی که هنرمندی برای مخاطب محدود پیامی

می فرستد و رمزهای مشترک به کار می برد - یعنی هنگامی که پیام پخش محدود می فرستد - می تواند منتظر باشد که حوزه معانی توافق شده با مخاطب خیلی محدود خواهد بود. رمزگشایی آنها به احتمال قوی بار دیگر رمزگذاری خواهد شد. اما اگر این پیام را عضوی از فرهنگ دیگر بخواند که رمزهای آن با ارتباط گر اختلاف دارد، رمزگشایی کژتاب معنای دیگری به دست خواهد داد. مشکل به ویژه در مورد رمزهای شمایل وار پیش می آید - زبان شفاهی معمولاً چنان اختلاف دارد که رمزگشایی دیگری امکان پذیر نیست. غارنگاره های پیش از تاریخ جانوران، معمولاً این طور خوانده می شوند که حرکات باوقار و سبکبار را نشان می دهد که انگار در برابر قانون جاذبه مقاومت می کنند؛ اما مارگارت ابرکرومبی (۱۹۶۰) استدلال می کند که در واقع غارنگاره ها از جانوران مرده ای است که به پهلو افتاده اند. علاقه مندی ما به زندگان و نفرت از اجساد مرده ما را به رمزگشایی کژتاب کشانده است (تصویر ۷). پیامی که با رمزهای یک فرهنگ رمزگذاری شده، با رمزهای فرهنگ دیگری، رمزگشایی شده است. به تازگی یکی از برنامه های خبری روسیه را دیدم که از یکی از فیلمهای خبری بریتانیایی درباره برخورد پلیس و اعتصاب کنندگان در بیرون کارخانه استفاده کرده بود. رمزگشایی کژتاب کاملاً آشکار بود.

به علت اینکه رسانه های جمعی خرده فرهنگهای بی شماری را می پروراند که رمزهایشان به طور چشمگیری از پخش کنندگان متفاوت است، رمزگشایی کژتاب پیامهای رسانه ای جمعی به صورت قاعده درآمده نه استثنا (اکو، ۱۹۶۵). وقتی از فرهنگ جامعه توده وار حرف می زنیم از مجموعه بسیار متغیر و کمتر تعریف شده رمزها، اعتقادات، و عملکردهایی می گوئیم که مثلاً بخواهیم به جامعه ای قبیله ای اشاره کنیم. پس وقتی که رمزگذاری و رمزگشایی گوناگون در پیام به کار می رود، منجر به رمزگشایی کژتاب می گردد.



تصویر ۷. رمزگشایی کژتاب. دیوار نگاره غار و جانوران مرده. ترسیم از طرح‌های آبه‌برویی از دیوار نگاره‌های غار آلتامیرا (الف و ج)؛ و از عکس‌های جانوران مرده (ب و د). آیا (الف) و (ج) به رمزهای فرهنگ اصلی نزدیک‌ترند، یا (ب) و (د)؟ (الف) گرازی که می‌دود.

(ب) خوک کشته شده. ترسیم مرکب از دو عکس، با پاها در وضعیت‌های مختلف.

(ج) گاو کوهان‌دار وحشی ماغ می‌کشد.

(د) گوزن یا الدار ماده مرده.

از ابرکرومبی (۱۹۶۰)

در بسیاری موارد - مورد مصاحبه شونده جین پوش یکی از اینهاست - سودمند است که این مفهوم را بسط دهیم تا رمزگذاری کژتاب را نیز در بر بگیرد. این رمزگذاری است که در تشخیص این نکته که مردمی با تجارب فرهنگی یا خرده فرهنگی گوناگون پیام را گوناگون می‌خوانند، و با انجام چنین کاری لزوماً قابل سرزنش نیستند، خطا می‌کند. خواندن یک

پیام به خودی خود در بردارنده جست‌وجوی قصد رمزگشا نیست. در واقع بحث‌های بی‌حاصلی به ویژه در نقد ادبی درباره قصد دخالت و نتیجه‌گیری نویسنده صورت گرفته است.

رمزهای اختیاری (یا رمزهای منطقی)

مفهوم اساسی

این رمزها به سادگی قابل تعریف و به آسانی قابل درک‌اند. اینها رمزهایی هستند که توافق بین استفاده‌کنندگان آنها روشن و معین و به بیان دیگر، رابطه بین دال و مدلول اعلام شده و مورد توافق است. این رمزها نمادین، مشخص، غیرشخصی و ثابت‌اند.

در ریاضیات، به طور کامل از رمزهای منطقی استفاده می‌شود. هیچ‌یک از کسانی که رمزهای ریاضی را آموخته‌اند، درباره معنای $۷ \times ۴ = ۲۸$ اختلافی ندارند. کج‌فهمی و گمراهی در رمزگشایی نیز غیرممکن است و به تفاوت‌های فرهنگی و برداشت خواننده از متن هم بستگی ندارد؛ زیرا رمز در خود پیام مستتر است و تنها کاری که باید صورت گیرد، آموختن آن است. دانش، مطالعه عینی، غیرشخصی و جامع پدیده‌های طبیعی است که یافته‌های آن همواره با رمزهای منطقی اختیاری ارائه می‌گردد. چراغهای راهنمایی، قوانین رانندگی در بزرگراه‌ها، لباسهای متحدالشکل نظامی، پیراهن بازیکنان فوتبال و نمادهای شیمیایی، مثالهای روشن‌تری برای درک این موضوع است.

اشارات بیشتر

تفاوت اساسی میان رمزها به طور قراردادی تعریف شده و رمزهای اختیاری (دلبخواهی)، از سرشت متفاوت جانشین‌های آنها سرچشمه می‌گیرد. در رمزهای اختیاری جانشین مشخص و محدود و تعریف شده دال با جانشین مدلول به طور مشخص متناظر می‌شود و بر معنایی صریح

و روشن تأکید می‌ورزد. اما در رمزهای مرسوم و متداول (قراردادی) و متداول، جانشین‌ها نامحدودند و نه تنها می‌توان واحدهای جدیدتری به آنها افزود، بلکه می‌توان برخی از واحدهای موجود را نیز حذف کرد. در رمزهای مرسوم و متداول (قراردادی)، جانشین مخصوص توافق شده‌ای برای مدلول وجود ندارد. در نتیجه، بسیار پویاتر و تغییرپذیرترند. در حالی که رمزهای اختیاری ثابت‌اند و تنها با توافق صریح استفاده‌کنندگان تغییر می‌یابند. پس این رمزها بسته هستند و معنی را در درون متن نگه می‌دارند. در نتیجه، خواننده را به مشارکت فعال در روند مذاکره فرامی‌خوانند تا چیزی بدان بیفزایند. بنابراین، تنها کار خواننده دانستن رمز است. در حالی که رمزهای قراردادی گشوده‌اند و خواننده را به مذاکره و مشارکت فرامی‌خوانند. نوع اغراق‌آمیز رمزهای قراردادی، رمزهای زیباشناختی است که گاه با یافتن سر نخهایی از درون متن، می‌توان به رمزگشایی آنها پرداخت.

رمزهای زیبایی‌شناختی

مفاهیم اساسی

ارائه یک تعریف ساده برای رمزهای زیبایی‌شناختی، مشکل‌تر است؛ زیرا این رمزها متنوع‌تر و نامعین‌ترند و تغییرات بسیار سریعی دارند. این رمزها اساساً تحت تأثیر زمینه‌های فرهنگی قرار دارند و سبب می‌شوند که استفاده‌کنندگان بر سر معنی به مذاکره و گفت‌وگو بپردازند. رمزگشایی کژتاب کاملاً معمول است. از آنجا که این رمزها از دنیای درون و ذهن نشئت می‌گیرند، پر معنا هستند و خود نیز سرچشمه لذت و معنا باشند. سبک از مفاهیم مرتبط با رمزهای زیبایی‌شناختی است. بیشتر رمزهای منطقی اختیاری، ارجاعی‌اند و تمام کارکردهای الگوی یا کوبسن را ارائه می‌دهند.

اشارات بیشتر

توافق بر سر رمزهای زیبایی شناختی مرسوم و متداول (قراردادی)، از تجربه فرهنگی مشترک استفاده کنندگان آن به دست می آید. در هنر توده‌وار و عامیانه از رمزهای زیبایی شناختی مرسوم و متداول استفاده می شود و می توان از کاربرد آنها در لباس، معماری، خودرو نام برد. اینها به همان اندازه که رمزهای زیبایی شناختی یک جامعه توده‌وار هستند، رمزهای زیبایی شناختی یک جامعه سنتی قبیله‌ای نیز به شمار می آیند و هرچه بیشتر مرسوم و متداول و پرحشو و زواید باشند، عامیانه‌تر و قالبی‌ترند.

رمزهای زیبایی شناختی به همان اندازه که پیرو رسم و قرارداداند، قراردادشکن نیز هستند. بدین ترتیب که یک اثر خلاق هنری، در درون خود سرنخها و اشاراتی برای رمزگشایی دارد. هنرمندی که عرف و سنت زمان خود را زیر پا می گذارد، این امید را دارد که روزی جامعه رمزهای جدید اثر او را دریابد و از آن تجلیل کند. اثر هنری والا و پیشرو، بارها رمزهای زیبایی شناختی یگانه خود را ارائه می دهد تا مخاطب، خود سرنخهایی برای رمزگشایی بیابد. پس تنها چیزی که هنرمند و مخاطب را به یکدیگر پیوند می دهد، اثر هنری است. در یک جامعه توده‌وار با تولید و مصرف انبوه، هنگامی یک اثر هنری مقام والایی کسب می کند که بی همتا، یگانه و بی بدیل باشد. چنین اثری برای مالکیت یا مصرف توده مردم فراهم نیامده است، بلکه به سبب توانایی در ارائه علائم متفاوت و یگانه و ارزشهای نخبه‌گرایانه، ارزش بسیار والا و ویژه‌ای می یابد و ارزش مالی گزافی پیدا می کند. (بنجامین، ۱۹۷۰)

قراردادی شدن

برای انطباق و پذیرش رمزهای ابتکاری غیر مرسوم، فرایند فرهنگی مشترکی وجود دارد که آنها را متعارف یا متداول (قراردادی) می سازد.

چنین روندی متداول شدن یا قراردادی شدن نام دارد. این روند می‌تواند سبک هنری ممتاز نقاشی، مثلاً امپرسیونیسم را شامل شود و اندک اندک مورد قبول همگان واقع گردد تا جایی که به شیوه‌ای مرسوم و متداول در نقاشی تبدیل شود. همچنین امکان دارد رمزی با پخش محدود برای خرده فرهنگی خاص کاربرد داشته باشد. مانند موسیقی جاز که این نیز به تدریج همان مقبولیت و پذیرش فرهنگی را پیدا می‌کند. در هر دو مورد، هواداران و پیروان رمز خالص و اصیل از گسترش ناقص، تغییر شکل داده شده و بی‌اعتبار آن گله خواهند کرد.

اما بدیهی است که یک رمز، هنگام پخش برنامه، دستخوش دگرگونی می‌شود؛ زیرا تنها هنگامی که هنرمند و مخاطب او در رمز پخش محدود سهیم‌اند، ارتباط دقیق و ظریفی بین آنان برقرار می‌شود. چنین امری در رمز پخش و برنامه نه صحیح و نه امکان‌پذیر است.

ناهمگنی مخاطبان، رمزی می‌طلبد که بیش از معانی خاص و ویژه، بر معانی عام و کلی دلالت داشته باشد. همچنین به رمزگشایی کژتاب امکان دهد پیام را با عرف و تجربه فرهنگی متفاوت انبوه مخاطبان خود متناسب سازد. شاید بپنداریم که چنین تغییراتی در جهت تنزل است یا مرسوم و متداول شدن، کیفیت را پایین می‌آورد؛ زیرا سبب روی آوردن به نازل‌ترین سطح ارزشهای فرهنگی مشترک می‌شود. ممکن است این داوری معتبر باشد، اما باید آگاه بود که چنین نگرشی از درون یک نظام ارزشی خاص برخاسته است؛ نظامی که کاملاً به رمزهای پخش محدود و بیان تفاوت‌های فردی ارج می‌نهد. در یک نظام ارزشی که علائق فرهنگی را تحکیم می‌کند و به آن ارج می‌گذارد و محدودیت دارد، رمزهای پخش برنامه نازل‌ترین مخرج مشترک توهین، نخبه‌گرایی و نادرستی را به خود می‌گیرد.

رمزها و قراردادها

رمزها و قراردادها هسته مرکزی هر تجربه فرهنگی را تشکیل می‌دهند.

آنها به ما امکان می‌دهند زندگی اجتماعی خود را درک کنیم و جایگاه خود را در فرهنگمان بیابیم. تنها از طریق رمزهای مشترک می‌توانیم عضویت خود را در فرهنگمان احساس و ابراز کنیم. با استفاده از این رمزها، ما خود را در مقام مخاطب یا منبع، به فرهنگمان منتسب می‌سازیم و حیات و اعتبار آن را دوام می‌بخشیم. یک فرهنگ فقط در اثر مشارکت فعالانه اعضای خود در زمینه رمزهای ارتباطی، دارای ساختاری فعال، پویا و زنده است.

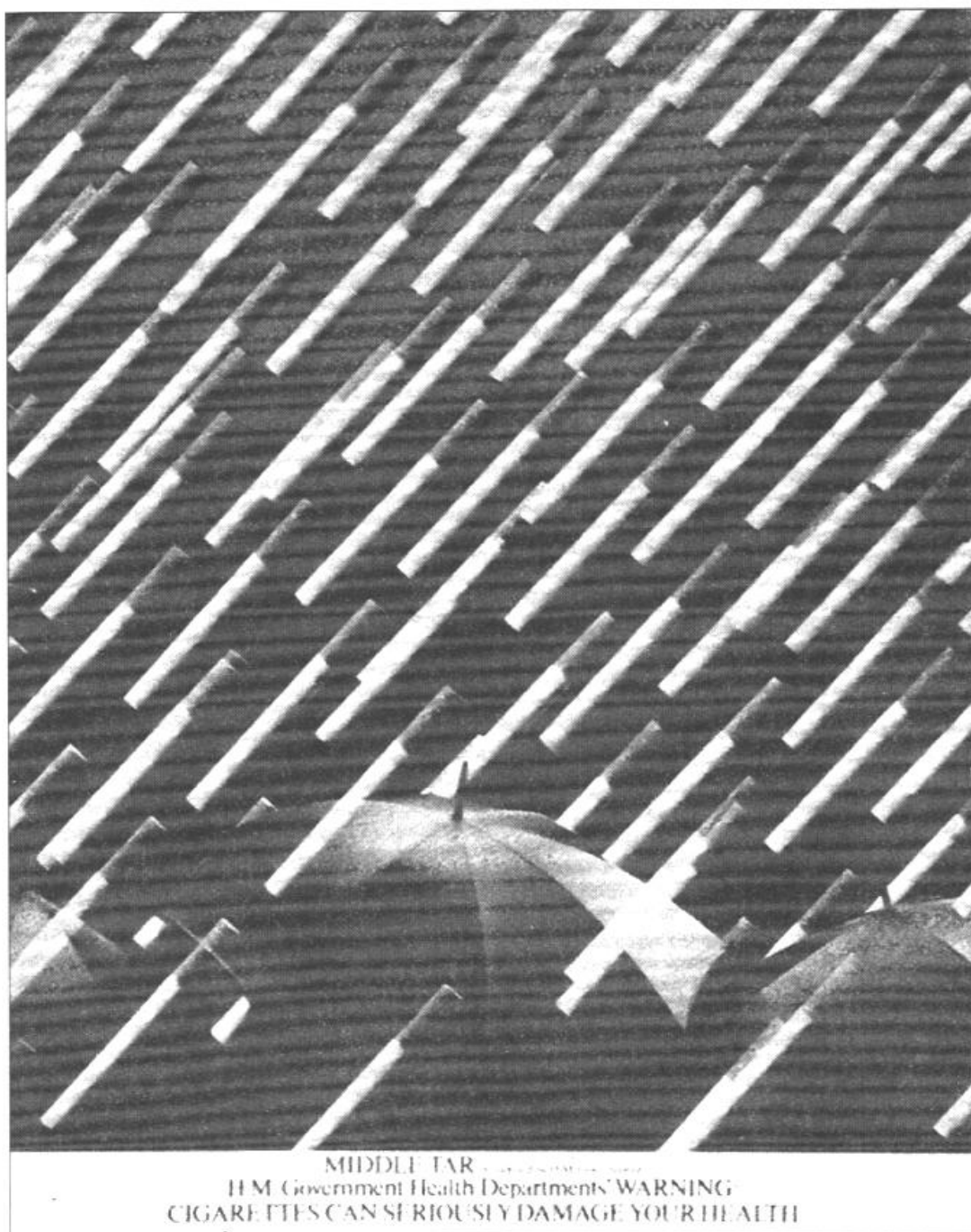
پیشنهادهایی برای کار بیشتر

۱. درباره نقشی که رمزها و قراردادهای در تصویر شماره ۸ دارند، بحث کنید. توجه داشته باشید که چترها طلایی هستند و سیگارهای "بی‌نام"، "فیلتر مخصوص" بنسون و هجز را دارند که تصویر آنها روی جعبه سیگار طلایی حک شده است. آگهی‌های مشابه سبک سوررئالیستی، آنها را قراردادی و متداول کرده است. از این تصویر، درباره رابطه رمزها و قراردادهای با تجربیات اجتماعی و ارتباطی چه درمی‌یابید؟ تجربه ما از متنهای مرتبط دیگر برای رمزگشایی در یک متن خاص، تا چه اندازه اهمیت دارد؟ (وابستگی متنها به هم). نک:

Guriaux (1975), pp. 40-4; Fiske and Hartley (1978), pp. 61-2.

۲. واژه‌های یک ترانه پاپ را با واژه‌های یک شعر عاشقانه مقایسه کنید. این کار در مورد ماهیت رمزهای محدود و پیچیده و کارکرد اجتماعی آنها چه تأثیری دارد؟

همین تمرین را با گزارشهایی از یک رویداد، که در یک روزنامه عامه‌پسند و یک روزنامه با کیفیت چاپ شده است، تکرار کنید. درباره تحلیل‌های فاقد ارزش و داوری‌های ارزشی اجتماعی به بحث پردازید. نک: Hartley, 1982 فصلهای ۲ و ۱۰.



تصویر ۸. باران سیگار

۳. چه تفاوت‌های اساسی میان رمزهای اختیاری (منطقی) و رمزهای زیبایی‌شناختی وجود دارد؟ در ساختار تحلیل خود، از الگوهای یاکوبسن استفاده کنید و همچنین: Guiraud (1975), pp. 45-81

۴. یک یا چند رمز ارتباطات غیرکلامی آرگیل را انتخاب کنید و بکوشید برای آنها واژگانی بسازید. هنگام رویارویی با این رمزها و به ویژه رمزهای مشابه (همسان) با چه مشکلی مواجه می‌شوید؟ این رمزها تا چه حد خاص یک فرهنگ هستند؟ آیا می‌توان در مورد درجهٔ انگیزتگی نشانه‌های آنها بحث کرد؟ نگاه کنید به:

Guiraud (1975), pp. 88-90; Corner and Hawthorn (1980), pp. 50-61.

۵. به تصاویر شمارهٔ ۴ بازگردید. دربارهٔ رمزهایی که در تصاویر به کار گرفته شده است، بحث کنید. مثلاً بگویید که تا چه اندازه قراردادی و متداول‌اند؟ چه قدر زیبایی شناختی به نظر می‌آیند؟ آیا بعضی پخش وسیع و برخی پخش محدود هستند؟ آیا خود واسطه (مثلاً نقاشی، عکاسی، طراحی، کارتون) یا ژانر به کار گرفته شده در واسطه (مثلاً هرزه‌نگاری، مد، عکس شخصی) حاصل معناست؟ آیا ما یک نقاشی عربان را به همان شیوهٔ عکس عربان رمزگشایی می‌کنیم؟

دلالت

نظریه‌های سوسور در مورد جانشینی و همتشینی نشانه ما را تا جایی راهنمایی می‌کند که کارکرد نشانه‌ها را درک کنیم. در مرتبه نخست، سوسور به نظام زبانی علاقه‌مند بود و در مرتبه بعد، به اینکه نظام تا چه اندازه به واقعیتی که به آن اشاره می‌کند، بستگی دارد. او توجه چندانی به این نکته نداشت که این نظام چگونه با موقعیت اجتماعی و فرهنگی خواننده ارتباط پیدا می‌کند. او به شیوه پیچیده‌ای که یک جمله بر مبنای آن ساخته می‌شود و به طرزى که شکل به آن معنا می‌بخشد، علاقه داشت. اما در حقیقت به ندرت به این نکته توجه می‌کرد که ممکن است یک جمله به افراد متفاوت، در شرایط گوناگون، معانی متفاوتی را منتقل کند. به بیان دیگر، سوسور معنا یافتن را به عنوان فرایند گفت‌وگو میان نویسنده و خواننده در نظر نمی‌گرفت. او بر متن تأکید می‌ورزید و نه تنها بر کنش متقابل نشانه‌های متن با تجربه شخصی و فرهنگی استفاده‌کننده توجهی نداشت (در اینجا تمایز بین نویسنده و خواننده اهمیت چندانی ندارد)، بلکه به شیوه کنش متقابل رمزهای قراردادی (مرسوم و متداول) متن با تجربه‌های متعارف و قابل انتظار استفاده‌کننده نیز کاری نداشت.

رولات بارت، یکی از پیروان سوسور، نخستین کسی بود که الگوهای

نظام مندی را ارائه کرد که می‌توان در آنها اندیشه‌گفت‌وگویی و تعاملی معنا را تحلیل کرد. این اندیشه با عنوان مراتب دوگانه دلالت، اساس نظریه بارت است.

معنای صریح

نخستین مرتبه دلالت، همان است که سوسور بدان پرداخته است. این مرتبه رابطه بین دال و مدلول را در درون نشانه و نیز رابطه نشانه با مصداق خود را در واقعیت بیرونی توصیف می‌کند. بارت این مرتبه را معنای صریح نامیده است که در مفهوم عام، معنای بدیهی نشانه است. عکسی از یک خیابان، نمادی از آن خیابان خاص است. واژه خیابان، معنای صریح جاده‌ای در شهر است که اطراف آن با ساختمانهایی محدود شده است. اما می‌توانم از همین خیابان، به شیوه‌های دلالت‌گرانه گوناگونی عکس بگیرم. می‌توانم از فیلم رنگی استفاده کنم. می‌توانم روزی را با آفتاب ملایم انتخاب کنم. می‌توانم با استفاده از وضوح نرم و ملایم عدسی دوربین، خیابان را شاد و گرم و سرشار از صمیمیت نشان بدهم که بچه‌ها در آن بازی می‌کنند. می‌توانم با استفاده از فیلم سیاه و سفید و وضوح دقیق و کامل عدسی دوربین با سایه روشن شدید، همان خیابان را به گونه‌ای جلوه دهم که سرد، غیرانسانی و خصمانه به نظر آید و برای کودکانی که در آن بازی می‌کنند، محیطی ویرانگر باشد. این دو عکس را می‌توان با دو دوربین که در فاصله چند سانتی‌متری هم قرار دارند، در یک لحظه گرفت، معنای صریحی که از هر دو عکس مستفاد می‌شود، یکی است. تفاوت در معنای ضمنی آنهاست.

معنای ضمنی

مفهوم اساسی

معنای ضمنی اصطلاحی است که بارت برای توصیف یکی از سه شیوه‌ای به‌کار گرفته است که نشانه‌های مرتبه دوم دلالت از طریق آن عمل

می‌کنند. این اصطلاح اثر تعاملی را که در هنگام رویارویی نشانه با احساسات و عواطف استفاده‌کنندگان و ارزشهای فرهنگی آنان به وجود می‌آید، توصیف می‌کند و زمانی صورت می‌گیرد که معانی به سوی ذهنیت بخشیدن یا دست کم مرحله میان‌ذهنی در حرکت است؛ یعنی زمانی که تغییر به اندازه مفسر تحت تأثیر موضوع شناسایی یا نشانه باشد. به باور بارت، عامل انتقادی معنای ضمنی در مرتبه اول دال قرار دارد. دال مرتبه اول هم نشانه معنای ضمنی است.

عکسهای فرضی ما از هر دو خیابان یکی است. تفاوت بین آنها در شکل یا در صورت ظاهر عکسها، یعنی در دال است. بارت در سال ۱۹۷۷ چنین استدلال کرد که دست‌کم در عکس، تفاوت بین معنای صریح و معنای ضمنی آشکار است. معنای صریح بازسازی مکانیکی فیلم مورد نظر و معنای ضمنی، نقش انسانی در این روند است. به بیان دیگر، انتخابهایی مانند کانون دوربین، دیافراگم، زاویه دوربین، کیفیت فیلم و... است که باید در کادر قرار بگیرد. معنای صریح آن چیزی است که عکس از آن گرفته می‌شود و معنای ضمنی، چگونگی عکس‌برداری از آن است.

اشارات بیشتر

ما می‌توانیم این نظریه را بسط دهیم. لحن کلام و چگونگی سخن گفتن، به احساسات یا ارزشهای نهفته آنچه که می‌گوییم، اشاره‌ای ضمنی دارد. در موسیقی پویای *allegro ma non troppo* [نه چندان شاد] به ایتالیایی، دستورالعمل آهنگ‌ساز در این باره است که تنها چگونه نواخته شوند و کدام ارزشهای نهفته یا عاطفی را منتقل کنند.

گزینش واژه‌ها اغلب گزینش معنای نهفته آنهاست. مثالهایی چون "درگیری" و "اعتصاب"، "ارتشاء"، "رشوه" و... معانی ضمنی عاطفی یا ذهنی را می‌رسانند؛ گرچه باید فرض کنیم که دیگران در فرهنگ ما، دست‌کم در قسمت اعظم آن‌که همان ارتباط ذهنی است، سهیم‌اند.

شاید معانی ضمنی دیگر، کمتر شخصی و بیشتر اجتماعی باشد. مثالی که به کرات مورد استفاده قرار می‌گیرد، نشانهای نصب شده بر لباسهای متحدالشکل افسران ارشد است. در جامعه مبتنی بر سلسله مراتب که بر تمایز بین طبقات و مقامها تأکید می‌شود، ارزش بسیار برای مراتب اجتماعی عالی قائل‌اند. نشانه‌های مربوط به این مراتب، به گونه‌ای طرح شده که نمایانگر ارزشهای والا و معمولاً تاج یا برگ گلی از طلاست. هرچه نشانه‌ها بیشتر باشد، مقام استفاده‌کننده از آن بالاتر است. اما در جامعه‌ای که سلسله مراتب یا مقام‌گرایی اهمیتی ندارد، به ندرت لباس افسران عالی‌رتبه با لباس افراد تحت فرمان آنان متفاوت است. لباس "فیدل کاسترو" و "رئیس مائو" به سختی از لباس افراد تحت فرمان آنان بازشناخته می‌شود. با این حال، مقامات عالی‌رتبه، بدان افسران قرن نوزدهم پروس که زیرخواری از نشانها به دشواری راه می‌رفتند، قابل تشخیص بود.

اکثر، معنای ضمنی، اختیاری و خاص یک فرهنگ است و بیشتر اوقات بعد شمایل‌گونه دارد. عکسی از یک کودک که با عدسی ملایم دوربین گرفته شده است، حسرت گذشته را القا می‌کند و خالی از تقدس‌نمایی نیست. این وضوح ملایم نشانه محرکی است که به بی‌دقتی سرشت خاطره اشاره دارد و نشانه محرک احساسات است. بنابراین، وضوح ملایم عدسی برابر با نرمش قلبی است! اما به این ترتیب، برای رمزگشایی آن به یک عنصر متعارف نیاز داریم. یعنی باید بدانیم که وضوح ملایم عدسی، انتخاب آگاهانه خود عکاس بوده و محدودیت وسیله، آن را به وجود نیاورده است. اگر همه عکسها با وضوح ملایم عدسی گرفته شوند، دیگر فاقد معنای ضمنی حسرت گذشته‌اند.

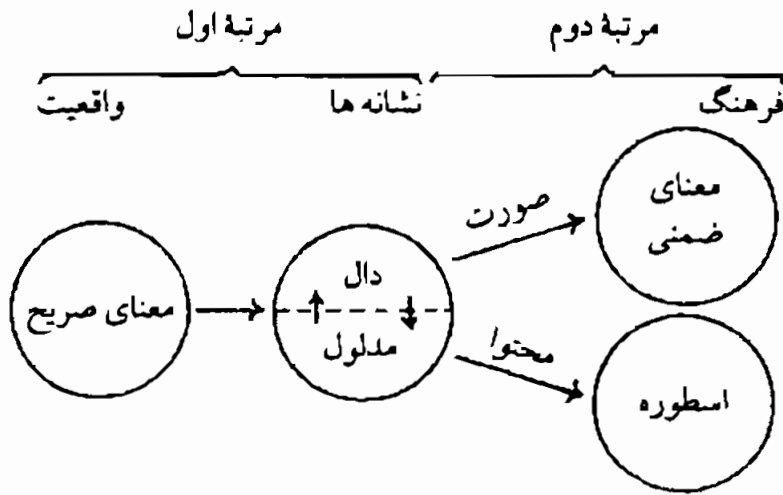
از آنجا که معنای ضمنی در سطح ذهنی عمل می‌کند، بیشتر اوقات آگاهانه از آن باخبر نمی‌شویم. می‌توان منظره سیاه و سفید و غیرانسانی خیابان را که با وضوح کامل و دقیق عدسی گرفته شده است، تحت عنوان

معنای دلالت می‌توان چنین خواند: آن خیابانها مانند همین خیابان هستند. غالباً خواندن ارزشهای ضمنی معنایی، از حقایق نمادی ساده‌تر است. یکی از هدفهای اصلی تحلیل نشانه‌شناختی، ارائه دادن روش تحلیلی و چارچوب فکری برای مقابله با این نوع بدخوانی‌هاست.

اسطوره

مفاهیم اساسی

دومین شیوه از سه شیوه بارت که در آن نشانه‌ها در مرتبه دوم کارگرند، از طریق اسطوره است. مایل بودم بارت این اصطلاح را به کار نمی‌برد، چون معمولاً به عقایدی اشاره می‌کند که نادرست‌اند: «این اسطوره‌ای است که...» یا «اسطوره‌ای که بریتانیا هنوز هم یک قدرت بزرگ جهانی است». این استفاده عادی از آن کسی است که به این کلام اعتقاد ندارد. بارت به عنوان آدم معتقدی آن را به معنای اصیل به کار می‌برد. اسطوره داستانی است که یک فرهنگ با آن برخی از جنبه‌های واقعیت یا طبیعت را توضیح می‌دهد یا درک می‌کند. اسطوره‌های ابتدایی درباره مرگ و زندگی، انسان و خدا و خیر و شر است. اسطوره‌های پیچیده ما درباره مردانگی و زنانگی، خانواده، موفقیت، پلیس بریتانیا، و علم است. اسطوره از نظر بارت شیوه تفکر یک فرهنگ درباره چیزی است، شیوه‌ای از تعبیر یا درک آن. بارت اسطوره را زنجیره‌ای از مفاهیم مربوط به هم می‌داند. بنابراین اسطوره سنتی پلیس بریتانیا شامل مفاهیمی همچون دوستی، اطمینان دو جانبه، صلابت، روحیه عدم تجاوز و نداشتن سلاح گرم است. عکس کلیشه‌ای پلیس فربه و خندان که سر دخترکی را نوازش می‌کند، بر معنای مرتبه دوم این نکته تکیه دارد که اسطوره پلیس در این فرهنگ مشترک است: پیش از عکس وجود داشته، و عکس فقط سلسله مفاهیمی که این اسطوره را ساخته فعال کرده است. اگر معنای ضمنی معنای مرتبه دوم دال باشد، اسطوره معنای مرتبه دوم مدلول است.



شکل ۱۹. مراتب دوگانه دلالت بارت
در مرتبۀ دوم نظام نشانه‌ای، مرتبۀ نخست نظام ارزشی فرهنگ وارد شده است

اشارات بیشتر

بیاید به مثال خود از صحنه خیابان که از معنای ضمنی ترسیم کرده‌ایم برگردیم. اگر از ده - دوازده عکاس می‌خواستیم که این صحنه از خیابان را طوری بگیرد که بچه‌ها در آن سرگرم بازی باشند، پیش‌بینی می‌کودم که بیشترشان عکسهای سیاه و سفید و زاویه بسته و غیرانسانی تهیه می‌کردند. علتش آن است که این معنای ضمنی با رایج‌ترین اسطوره‌هایی که از راه آن بچه‌ها را سرگرم بازی در خیابان می‌بینیم متناسب است. اسطوره مسلط ما از دوران کودکی این است - یا از نظر آرمانی باید چنین باشد - که دوره‌ای طبیعی و آزاد بوده است. شهرها را معمولاً دنیایی غیرطبیعی و مصنوعی می‌دانیم که برای کودکان سرشار از محدودیت است. عقیده‌ای شایع در فرهنگ ما وجود دارد که دشت و صحرا جای مناسبی برای کودکان است. می‌توانیم این اسطوره‌ها را در دوره‌های دیگر دنبال کنیم. مثلاً در دوره الیزابت کودک را فرد ناقص می‌پنداشتند؛ در دوره اگوستین^۱ روستا را غیر متمدن می‌دانستند. چنین می‌پنداشتند که ارزشهای

انسانی تنها در شهرهای متمدن یافت می‌شود، و روستا شیبانی است که باید با درک و فهم مدنی متناسب شود.

بارت استدلال می‌کند که شیوه اصلی اثر اسطوره طبیعی کردن تاریخ است. این نکته اشاره می‌کند که اسطوره‌ها عملاً فرآورده طبقه‌ای اجتماعی هستند که با تاریخ خاصی به تسلط رسیده‌اند: آن معانی که اسطوره آن را به جریان می‌اندازد، باید این تاریخ را در درون خود داشته باشد، اما عملکردشان چون اسطوره وادارشان می‌کند انکارش کنند و معانی خود را طبیعی، تاریخی یا اجتماعی ارائه دهند. اسطوره‌ها منبع خود و در نتیجه بُعد سیاسی یا اجتماعی خود را در هاله‌ای از اسرار می‌پیچند و بر ابهامش می‌افزایند. اسطوره‌شناسان با گشودن رمز و راز اسطوره‌ها تاریخ نهانی و از این‌رو آثار اجتماعی - سیاسی آنها را برملا می‌کنند.

اسطوره‌ای است دائر بر اینکه زنان "طبعاً" بیش از مردان از عهده تربیت و مراقبت بچه برمی‌آیند، و بنابراین جای طبیعی آنها در خانه پرورش کودکان و مراقبت از شوهر است، حال آنکه مرد به همان درجه "طبعاً" نقش نان‌آور را ایفا می‌کند. پس این نقشها ساختار "طبیعی" ترین واحد اجتماعی، یعنی خانواده را تعیین می‌کند. اسطوره که این معانی را طبیعی جلوه می‌دهد، منبع تاریخی آن را از نظر می‌پوشاند؛ و آن را تعمیم می‌دهد و تغییرناپذیر، منصفانه می‌نمایاند. به این ترتیب آنها را به طور مساوی در خدمت زنان و مردان نشان می‌دهد و تأثیر سیاسی آنها را پنهان می‌کند.

تاریخ تبدیل این اسطوره‌ها به طبیعت، خود داستان دیگری است. این معانی مردانگی و زنانگی در خدمت منافع مردان بورژوا در سرمایه‌داری بسط یافته است؛ اینها برای ساختن مفهوم خاصی که بر اثر شرایط اجتماعی فراهم آمده از انقلاب صنعتی قرن نوزدهم رشد و نمو یافته‌اند. این برداشت لازمه آن بود که کارگران، جوامع روستایی سنتی خود را ترک کنند و به شهرهای تازه روی آورند، و در خانه‌ها و خیابانهایی زندگی کنند

که طراحی‌شان اجازه می‌دهد جمعیت هرچه بیشتر با هزینه هرچه کمتر در آنها جاگیرند. بنابراین خانواده گسترده و مناسبات اجتماعی روستاهای سنتی پشت سرگذاشته شد و خانواده هسته‌ای مرکب از زن و شوهر و فرزندان به وجود آمد. وضع کار در کارخانه بدان معنا بود که کودکان برخلاف کار کشاورزی نمی‌توانند همراه پدران باشند. این امر به اضافه نبود خانواده گسترده، یعنی که زنان باید در خانه می‌ماندند، تا مردان کار "واقعی" انجام دهند و پول به دست آورند. سلسله مفاهیمی که اسطوره‌های همبسته زنانگی و مردانگی و خانواده را ساخته است، تکثیر شده، اما نه به طور تصادفی یا طبیعی؛ اینها پیوسته در خدمت منافع نظام اقتصادی و طبقه‌ای بود که از آن بهره می‌جست، یعنی مردان طبقه متوسط. این نظام چنین می‌طلبید که خانواده هسته‌ای واحد اجتماعی اصلی و "طبیعی" آن باشد؛ این نظام اقتضا می‌کرد که زنانگی معنای "طبیعی" پرورش کودک، امور خانگی، حساسیت، و نیاز به حمایت را کسب کند، حال آنکه مردانگی معنای قدرت، اظهار وجود، استقلال، و توانایی عمل در ملاء عام را به خود بگیرد. بنابراین گرچه "طبیعی" به نظر می‌رسد که مردان بیشتر مقامات و موقعیتهای جامعه را به طرز بسیار بی‌تناسب با زنان اشغال کنند، اما این هم نکته‌ای تاریخی است.

البته اسطوره‌ها می‌توانند با تأثیرگذاری بیشتری معانی را از راه مربوط کردنشان به برخی جنبه‌های خود طبیعت "طبیعی" کنند. بنابراین زایمان زنان بهانه‌ای می‌شود برای طبیعی جلوه دادن پرورش کودک و پرداختن به امور خانگی (یا خانه به گور شدن!)^۲. به همین نحو از اندام عضلانی و پریچ مردان برای طبیعی جلوه دادن نیروی سیاسی و اجتماعی آنان بهره‌برداری می‌شود (که ربطی به نیروی جسمانی ندارد).

نقش در حال تغییر زنان در جامعه و ساختار در حال تغییر خانواده به معنای آن است که این اسطوره‌ها جایگاه مسلط خود (و بنابراین مقام طبیعی خود) را در چالش می‌یابند، بنابراین آگهی دهندگان و تولیدکنندگان

رسانه‌های جمعی ناگزیرند راه‌هایی برای ایجاد اسطوره‌های نو بیابند تا چنان گسترش یابد که با زن امروز، تک‌والدی، و مرد حساس "نوین" جور باشد. البته این اسطوره‌ها اساطیر دیرین را یکپارچه انکار نمی‌کنند، اما در سلسله مفاهیم دانه‌هایی را برمی‌دارند و دانه‌هایی می‌افزایند: تغییر اسطوره‌ها تکاملی است، نه انقلابی.

هیچ اسطوره در فرهنگ عمومیت ندارد. اسطوره‌های مسلط وجود دارند، اما ضد اسطوره‌ها نیز هستند. در درون جامعه ما خرده فرهنگ‌هایی هستند که اسطوره‌های متضاد با اسطوره مسلط پلیس که پیش‌تر توضیح داده شد دارند. همچنین اسطوره‌ای درباره خیابانهای شهری وجود دارد که این خیابانها جامعه‌ای مدافع خود را تشکیل می‌دهد و نوعی خانواده گسترده است که محیط اجتماعی بسیار خوبی برای کودکان فراهم می‌آورد. این نوعی اسطوره است که با معنای ضمنی عکس ثانوی ما از خیابان تناسب دارد.

علم مثال خوبی است برای چالش ضد اسطوره با اسطوره مسلط. فرهنگ ما مبتنی بر علم است. اسطوره مسلط علم آن را چون توانایی انسان در سازگاری طبیعت با نیازهای ما، اصلاح امنیت و سطح زندگی و تجلیل از دستاوردهای ما ارائه می‌دهد. علم را عینی، حقیقی و نیک می‌خوانیم. اما ضد اسطوره نیز بسیار نیرومند است. این ضد اسطوره علم را شرّ، گواهی بر فاصله از طبیعت و عدم درک آن می‌داند. ما نیز مانند دانشمندان در دنبال کردن هدفهای مادی خود سخت خودخواه و کوتاه‌بینیم. جالب است یادآوری کنیم که هر دو اسطوره علم در فرهنگ عامه پسند خوب ارائه شده است. بخش واقعی تلویزیون، اخبار، امور جاری، مستندها بیش از ضد اسطوره به اسطوره مسلط گرایش دارد؛ اما تلویزیون داستانی و سینمایی این معادله را دگرگون می‌کند. دانشمندان شرور از خیرخواهان بیشترند، و علم بیش از آنکه مسئله را حل کند، مسئله‌ساز می‌شود.

مثلاً گربنر (۱۹۷۳) نشان داده است که دانشمندان در تلویزیون داستانی آمریکا فریبکارتر، بیرحم‌تر و بی‌انصاف‌تر از همه حرفه‌ها معرفی شده‌اند. او همچنین از مطالعه ۱۹۶۳ گاسفیلد و شوارتز (Gusfield & Schwartz) که تصویر داستانی دانشمند را "سرد"، "خشک"، "ضد اجتماعی"، "غیر مذهبی" و "بیگانه" می‌خواند، نام می‌برد. همچنین گربنر دریافت که در نیمی از بیست و پنج فیلم بررسی شده پژوهش علمی به مرگ انجامیده است. یک مثال، روان‌شناسی بود که گوریل‌ها را هیپنوتیزم می‌کرد تا دخترهایی را که دست رد به سینه‌اش می‌زدند هلاک کند. یک طرح نمونه دانشمندی و سواسی است که اختیار اختراعش از دستش بیرون می‌رود و برای آرام کردن مردم، بینندگان او را می‌کشد.

جنبه دیگر اسطوره‌ها که بارت بر آن تأکید می‌کند، پویایی آنهاست. چنان‌که پیش‌تر گفتم، اسطوره‌ها برای پاسخ به نیاز و ارزشهای در حال تغییر فرهنگی که خود جزئی از آن‌اند، تغییر می‌کنند و برخی به سرعت دستخوش تغییر می‌شوند. مثلاً اسطوره پلیس انگلیسی که پیش‌تر به آن اشاره کردم، اکنون کهنه و منسوخ شده است. آخرین فیلم بزرگی که در این باره ساختند و در تلویزیون نمایش دادند، «دیکسن در اسکله بز» بود.

معنای ضمنی و اسطوره راه‌های اصلی هستند که نشانه‌ها در آن در مرتبه دوم دلالت عمل می‌کنند، یعنی مرتبه‌ای که در آن کنش متقابل بین نشانه و کاربر/فرهنگ بسیار مؤثر است.

نمادها

اما بارت (۱۹۷۷) به راه سومی از دلالت در این مراتب اشاره می‌کند. او آن را نمادین می‌خواند. شیء زمانی بدل به نماد می‌شود که از طریق قرارداد و استفاده معنایی کسب می‌کند که در یادآوری چیزی کمکش می‌کند. رولزرویس نماد ثروت است، و در صحنه‌ای از نمایشنامه‌ای که

مردی در آن ناگزیر می‌شود رولزرویس خود را بفروشد، می‌تواند نماد ورشکستگی و ضرر و زیان او باشد. بارت تزار جوان در فیلم *ایوان مخوف*^۳ را مثال می‌زند که آبشاری از سکه‌های طلا رویش می‌ریزد و آن را صحنه‌ای نمادین می‌خواند که در آن طلا نماد ثروت، قدرت و مقام و مرتبه است.

عقاید بارت دربارهٔ نماد به طور نظام‌مند کمتر از معنای ضمنی و اسطوره‌گسترش یافته، و از این‌رو کمتر اقناع‌کننده است. شاید ما اصطلاحات پیرس را ترجیح بدهیم. رولزرویس ثروت است، اما نماد (کاربرد پیرس، نه بارت) مقام و مرتبهٔ اجتماعی صاحبش. طلا ثروت، اما نماد قدرت است. شاید این نکته را سودمند بیابیم که همهٔ سنت سوسوری زبان‌شناسی را کنار بگذاریم و به دو عنصر که به طور وسیع به کار می‌رود و جنبه‌های نشانه‌شناسی را وصف می‌کند رو بیاوریم. این دو مفهوم عبارت‌اند از استعاره و کنایه. یاکوبسن (Jakobson & Halle, 1956) معتقد است که این دو مفهوم راه‌های اصلی را که پیامها در آن کارکرد ارجاعی خود را ایفا می‌کنند مشخص می‌کنند.

استعاره

مفاهیم اساسی

اگر بگوییم کشتی امواج را شخم زد، استعاره به کار برده‌ایم. در اینجا از عمل خیش به جای دماغهٔ کشتی استفاده کرده‌ایم. آنچه انجام می‌دهیم بیان ناآشنا در قالب آشناست (در استعاره فرض است که عمل خیش آشناست و عمل دماغهٔ کشتی چنین نیست). اصطلاحات خاص در این مورد برای آشنا "مشبه‌به" و برای غیرآشنا "مشبه" است.

یک ویژگی دیگر که باید به یاد داشته باشیم این است که استعاره در عین حال از شباهت و اختلاف بهره می‌گیرد. پس می‌توان گفت که به عنوان جانشین عمل می‌کند، چون مشبه‌به و مشبه باید شباهت کافی

داشته باشند تا در یک جانشینی قرار بگیرند؛ اما اختلاف نیز باید چنان باشد که مقایسهٔ این عنصر مابینت لازم داشته باشد. آنها واحدهایی با خصوصیات متمایز در یک جانشینی هستند. بنابراین استعارهٔ "شخم می‌زد" جانشین افعال "شکافتن" معنی می‌دهد. بنابراین استعاره چنین عمل می‌کند:

در آب به راه افتاد	کشتی	لفظی:
شخم زد		استعاری:
قاچ کرد		
برید		
پاره کرد		
شکافت		
غیره		

گزینه محور جانشینی

پس آنچه رخ می‌دهد، فرایند جابه‌جایی استعاری است:

در آب به راه افتاد.	مشبّه: کشتی
↑ ↑	↑
زمین را شخم زد.	مشبّه‌به: خیش

← جابه‌جایی استعاری شخم زد با به راه افتاد.

←..... جابه‌جایی وابسته هنگامی که ویژگی‌های مشبّه‌به با تداعی جابه‌جا می‌شوند. ویژگی‌های خیش، همچون قدرتمندی، بی‌قراری و سنگینی به کشتی منتقل می‌شود، به همین ترتیب خصوصیات زمین به آب نسبت داده می‌شود.

اشارات بیشتر

این وصف سنتی ادبی استعاره است. وقتی توجه‌مان را از نشانه‌های اختیاری به نشانه‌های شمایل‌وار معطوف کنیم، به چند مسئله برمی‌خوریم.

در زبان دیداری استعاره نادر است. دلیل آن را پس از بحث درباره‌ی کنایه بهتر خواهیم فهمید. در اینجا کافی است بگوییم که زبان دیداری که به کرات استعاره به کار می‌برد، از آن تبلیغ‌کنندگان است. غالباً حادثه یا موضوع به مثابه استعاره برای فرآورده‌ای استفاده می‌شود. اسبهای وحشی دشتهای غرب استعاره‌ای است برای سیگار مارلبرو؛ آبشار و گل و گیاه استعاره‌ای برای سیگار با طعم نعنائی است. اینجا استعاره‌های روشن و آشکاری است که در آن هم مشبّه به (اسبهای وحشی و آبشارها) و مشبّه (سیگار) از لحاظ بصری حی و حاضر است. حتی در اینجا اختلاف، به طور آشکارا نقش بازی می‌کند. اما امروزه آگهی‌های تجاری سوررئالیستی رواج یافته است که به استعارات لفظی بسیار نزدیک می‌شود، و در آن اختلاف به اندازه‌ی شباهت به کار گرفته می‌شود (تصویر ۸). این منظره‌ای بصری از استعاره است: «سیگار می‌بارد.»

استعارات روزمره

اما استعارات فقط وسایل ادبی نیستند: لکوف و یاکوبسن (۱۹۸۰) نشان داده‌اند که آنها کارکردی بسیار اساسی‌تر و روزمره دارند. آنها بخشی از شیوه‌ای هستند که به وسیله‌ی آنها به تجربیات روزمره‌ی خود معنی می‌دهیم. بیاید دو مثال بزنیم.

هنگامی که می‌گوییم «اخلاقیات والا به خواب رفته» یا از طبقات «فرو دست» حرف می‌زنیم، بیان ما استعاری است و هر بار همان استعاره را به کار می‌بریم: در اینجا تفاوت مکانی بین «بالا» و «پایین» را برای تنوع تجربه‌ی اجتماعی به صورت مشبّه به درآورده‌ایم. این تفاوتی مشخص و

فیزیکی است که برای با معنا کردن شماری از تجارب اجتماعی انتزاعی به کار می‌رود. این تفاوت، گرچه طبیعی است، اما بی‌طرفانه نیست: ما انسانها می‌پنداریم یکی از تمایزات اساسی ما از جانوران دیگر آن است که چون بخشی از روند تکامل به سوی "بالا" بر پاهای پسین خود "ایستاده‌ایم"، بنابراین پیوسته "بالا" با ارزشهای مثبت همبسته بوده است. تفاوت طبقات اجتماعی مثلاً می‌توانست افقی، یعنی از چپ به راست، تصور شود؛ اما عملاً عمودی و از بالا به پایین گمانش می‌کنند. به همین ترتیب ذائقه هنری نیز بالا و پایین (والا و دون) خوانده می‌شود، و "بالا" لایق طبقات "والا" (و برعکس) است؛ و همچنین است درآمد "بالا" و چهره اجتماعی "والا". "بالا" آگاهی و تندرستی را تداعی می‌کند، هنگام بیداری رو به "بالا"^۴ داریم و هنگام خواب یا بیماری رو به "پایین"^۵. هنگامی که تحقق خدایان را که در بهشت "علیا" هستند، و شیاطین را که در "سفلا"، و خود زندگی را که "والا" است، (مسیح از مرگ "برمی‌خیزد") و خود مرگ که "سافل" است، به اینها بیفزاییم، تازه درمی‌یابیم که چنین استعارات روزمره بر شیوه تفکر ما چه تأثیر عمیقی می‌گذارد.

از استعاره بالا: پایین برای معنا دادن به حوزه وسیعی از انتزاعات اجتماعی همچون خدا، زندگی، تندرستی، اخلاقیات، موقعیت اجتماعی، درآمد، ذوق هنری، استفاده می‌کنیم و با وصل کردنشان کارکردی ایدئولوژیک از آن به دست می‌آوریم (نک: فصل ۹). چیزی طبیعی وجود ندارد که موقعیت اجتماعی والا، درآمد بالا، اخلاقیات والا، را به هم وصل کند، اما معناکردنشان از طریق استعاری یکسان، راهی است که در آن ارزشهای مسلط در سراسر جامعه گسترش می‌یابد.

مثال دیگر استفاده از پول به مثابه استعاره‌ای برای زمان است. وقتی از "پس انداز" یا "تلف کردن" وقت، یا "صرف" وقت در طرحی حرف می‌زنیم، به آن در قالب پول فکر می‌کنیم. البته وقت با پول تفاوت زیادی

دارد. وقت را نمی‌توان ذخیره کرد، کسی نمی‌تواند بیش از دیگری آن را جمع کند، و نمی‌توان آن را سرمایه‌گذاری کرد و بیشتر به دستش آورد. استفاده از پول به عنوان استعاره برای زمان، خاص آن ارزش اجتماعی است که نامش را "اخلاق کار پروتستان‌ها" می‌گذاریم؛ این استعاره اشاره می‌کند که هر زمان که صرف کار تولیدی نمی‌شود (که ساعات فراغت "برخوردار از حقوق" را نیز در برمی‌گیرد) جزو اتلاف وقت است، به خصوص زمانی که به بیکاری یا سرگرمی می‌گذرد. این استعاره راهی است برای منضبط کردن فکر ما به نحوی که با ایدئولوژی مبتنی بر کار جامعه سرمایه‌داری متناسب شود یا بخشی از آن گردد.

هر دوی این استعاره‌ها مثالهایی است که لوی اشتراوس آنها را "منطق عینی" می‌خواند (نک: فصل ۷). او ادعا می‌کند که تمام جوامع انتزاعیاتی را که برایشان مهم است به وسیله تجسم استعاری‌شان در قالب تجربه عینی بامعنا می‌کنند. سپس این استعارات عینی، نظیر بالا یا پول به صورت "ابزار تفکر" درمی‌آید؛ اینها فهم ما را از این انتزاعات شکل می‌دهند و بنابراین قادرمان می‌سازند که در زندگی روزمره از لحاظ مفهوم با آنها دست و پنجه نرم کنیم.

چنین استعاره‌های روزمره با استعاره‌های ادبی از بسیاری جهات تفاوت دارند. اینها برخلاف استعاره توجه را به خود جلب نمی‌کنند و بنابراین ما را آگاهانه به رمزگشایی فرا نمی‌خوانند. پس بسیار پوشیده‌ترند، و احساسی که به وجود می‌آورند به راحتی به صورت بخشی از "فهم متعارف" جامعه ما درمی‌آیند؛ یعنی قسمتی از فرضیات بازمینی نشده و مسلمی می‌شود که در سراسر جامعه گسترده است.

چنین فهم متعارفی طبیعی به نظر می‌رسد، اما هرگز چنین نیست. پیوسته اختیاری و فرآورده جامعه است. پس در نهایت ایدئولوژیک است؛ قدرت طبقات حاکم تا آنجا حفظ می‌شود که عقایدش به صورت فهم متعارف برای تمام طبقات درمی‌آید. مثلاً فهم متعارف ایدئولوژیک

است که کارگران یقه آبی را وامی دارد که موقعیت اجتماعی خود را "پایین‌تر" از مدیران ببینند؛ همچنین فهم متعارف ایدئولوژیک و ادارمان می‌کند که از اتلاف وقت لذت ببریم. استعارات روزمره ایدئولوژیک‌تر و پوشیده‌تر از استعارات ادبی است، و بنابراین نیاز است که ما در قبال آنها و "فهم متعارفی" که می‌سازند هشیار باشیم.

کنایه

مفاهیم اساسی

اگر استعاره با جابه‌جایی کیفیات از یک سطح به سطح دیگر واقعیت عمل کند، کنایه به وسیله یادآوری معانی در چارچوب یک سطح عمل می‌کند. وصف اصلی آن ایجاد بخشی به جای کل است. اگر از "سرهای تاجدار اروپا" حرف بزنیم، کنایه به کار برده‌ایم. از نظر یاکوبسن کنایه وجه مسلط زمان است، حال آنکه استعاره بیشتر به شعر متعلق است. ارائه واقعیت به ناگزیر در برگیرنده کنایه است؛ ما بخشی از "واقعیت" را به ازای کل آن برمی‌گزینیم. صحنه شهری مجموعه‌های جنایی تلویزیونی کنایه است - خیابانی که عکسش را گرفته‌اند خود خیابان معنی نمی‌دهد، بلکه کنایه از نوع خاصی از زندگی شهری است - ادبار درون شهری، احترام‌انگیزی حومه، یا پیچیدگی روابط مرکز شهر.

انتخاب کنایه به خوبی روشن است، چون از آن بقایای ناشناخته واقعیت را می‌سازیم. در یک برنامه تلویزیونی به نام دبیران دو نما از پیشگامان اعتصاب دیده می‌شود. یکی گروه منظمی بود که جلوی کارخانه گردآمده بودند و دو تن از ایشان با راننده کامیونی گفت‌وگو می‌کردند؛ و دیگری گروهی از کارگران که با خشونت با پلیس دست به‌گریبان بودند. نکته اینجاست که هر دو نما از اعتصاب کارگران در همان روز بود. البته دومی همان بود که آن شب در اخبار نشان داده شد. انتخاب کنایه باقی‌تصویری را که ما از حادثه می‌سازیم معین می‌کند؛ و

اتحادیه‌های کارگری بارها اعتراض کردند که کنایه‌های پخش شده در اخبار تماشاگران را به تصویر یک‌جانبه و ناقصی از فعالیت‌هایشان سوق داده است.

جیمز موناکود (۱۹۷۷) نشان داد که کنایه چطور در فیلم به کار می‌رود. مثلاً نمای سر زن گریبان کنار تلّی از اسکناس روی بالش کنایه از فحشاست؛ او حالت یا اطوار را کنایه عاطفه‌ای می‌داند که بیان می‌کند.

اشارات بیشتر

کنایه انتقال‌دهنده پر قدرت واقعیت است، چون نمایه‌ای عمل می‌کند. قسمتی از آن چیزی است که ارائه می‌دهد. آنجا که با نمایه "طبیعی" متفاوت است، چون دود به جای آتش، مستلزم گزینشی بسیار اختیاری است. اختیاری بودن این گزینش غالباً لاپوشانی می‌گردد یا دست‌کم نادیده گرفته می‌شود، و کنایه نمایه‌ای طبیعی جلوه می‌کند و بنابراین جایگاه "واقعی" پیدا می‌کند، "نه اینکه محل تردید باشد". اما همه فیلمهای خبری کنایه‌اند و همه این گزینش اختیاری را در بر می‌گیرند. فقط یکی از دو نمای اعتصابیون در خبر نقل شد و گزینش آنچه قرار بود منتقل شود براساس دو رشته معیار صورت گرفت. نخستین رشته مربوط به ارزشهای خبری است. گالتونگ و روگ^۶ (۱۹۷۳) نشان داده‌اند که ارزشهای خبری مسلط در انگلستان چنان است که اگر خبر دارای ویژگی‌های زیر باشد، گزارش می‌شود:

الف. به اشخاص برجسته مربوط باشد.

ب. منفی باشد.

ج. تازه باشد.

د. شگفت‌آور باشد.

دومین رشته، مربوط به ارزشهای فرهنگی یا اسطوره است. اسطوره غالب ما درباره اتحادیه‌های کارگری آن است که آنان مخلّ، تجاوزگر،

دشمن رفاه ملت و معمولاً سازمان‌هایی منفی‌اند. پیداست که نمای دوم بیشتر با اسطوره مسلط و ارزشهای خبری "می‌خواند". پس باید همان باشد که انتخاب می‌شود.

کنایات، اسطوره‌ها و نمایه‌ها

فیسک و هارتلی (۱۹۷۸) به تفصیل نشان داده‌اند که اسطوره‌ها چگونه در پخش اخبار عمل می‌کنند. اسطوره‌ها کنایه‌ی عمل می‌کنند که در آن یک نشانه (مثلاً پلیس خوش‌روی بریتانیایی) ما را برمی‌انگیزد تا باقی سلسله مفاهیمی را بسازیم که یک اسطوره را تشکیل می‌دهند، همان‌طور که کنایه ما را برمی‌انگیزد کل موضوعی را بسازیم که خود جزئی از آن است. هر دو وجوه قدرتمند ارتباط‌اند، زیرا شاخصهایی هستند بدون مزاحمت و در هیئت مبدل. آنها "عامل حقیقی" طبیعی را به کار می‌گیرند و با تغییر شکل و هیئت طبیعت نمایه‌ای آن، بنایی تازه می‌سازند. ما می‌دانیم که دود آتش نیست، یا ابر سیاه صاعقه نیست؛ اما به همین نحو نمی‌دانیم که نمایی از صف اعتصابی‌ها خود اعتصابی‌ها نیست، یا پلیس نیروی پلیس نیست. تغییر هیئت به اختیاری و دلخواهی بودن گزینش، نشانه نیز گسترش می‌یابد. نشانه دیگر پلیس یا صف اعتصابی‌ها، اسطوره‌های دیگر را فعال می‌کند؛ کنایه‌های دیگر، تصاویر دیگر واقعیت را به دست می‌دهند. هدف اصلی تحلیل نشانه‌شناسی عربان کردن این تغییر شکل است.

کنایات، اسطوره‌ها، و نمایه‌ها به طرز مشابهی عمل می‌کنند که در آن نشانه و ارجاع‌شان همه در یک سطح است؛ آنها از راه همجواری عمل می‌کنند. در مورد استعاره جابه‌جایی لازم نیست، هیچ‌گونه اختیاری بودن آشکار نیز در مورد نمادها لازم نیست. هاوکز (۱۹۷۷) می‌گوید که کنایات به صورت هم‌نشینی عمل می‌کنند. تا آنجا که این سه واژه نیازمند خواننده‌اند تا از قسمتی که نشانه‌ها به دست داده باقی هم‌نشینی را بسازند، می‌توان اسطوره‌ها را بدان افزود.

استعارات و جانشینی‌ها

یا کوبسن استدلال می‌کند که استعاره وجه معمولی شعر است، حال آنکه کنایه وجه معمولی زمانِ واقع‌گرایانه است. در قسمت پیشین بحث شد که چرا "واقع‌گرایی" لازمه وجه کنایی ارتباط است و از این‌رو دلایلی برای کمیابی نسبی استعاره در هنر بازنمایانه یا عکاسی - که هر دو واقع‌گرای‌اند - فراهم آمد. استعاره در اصل واقع‌گرا نیست، بلکه خیال‌گونه است؛ استعاره به اصل همجواری در سطح واحد معنا وابسته نیست؛ به جای آن با اصل تداعی معانی از ما می‌طلبد که بین سطوح آشکارا مختلف شباهت بجویم. تداعی کردن خیش با دماغه کشتی لازمه تخیل است.

استعاره هرچه هنرمندانه‌تر و مبهم‌تر باشد، کوشش تخیلی بیشتری را از خواننده می‌طلبد. "زندگی‌ام را با قاشق‌های قهوه‌خوری پیموده‌ام" تخیل چشمگیری از خواننده می‌طلبد تا از ویژگی‌های قاشق قهوه‌خوری به یاد وسایل اندازه‌گیری زمان بیفتد. قاشق قهوه‌خوری (کنایه از "نوشیدن قهوه" همچون عملی اجتماعی و "جیرینگ جیرینگ" تصنعی آن) یادآور همارگی و تکرار است که مفهومی از مهم‌ترین حادثه زندگی شخص را نیز در خود دارد. تداعی سیگار و باران نیز لازمه همان کار بفرنج تخیل است.

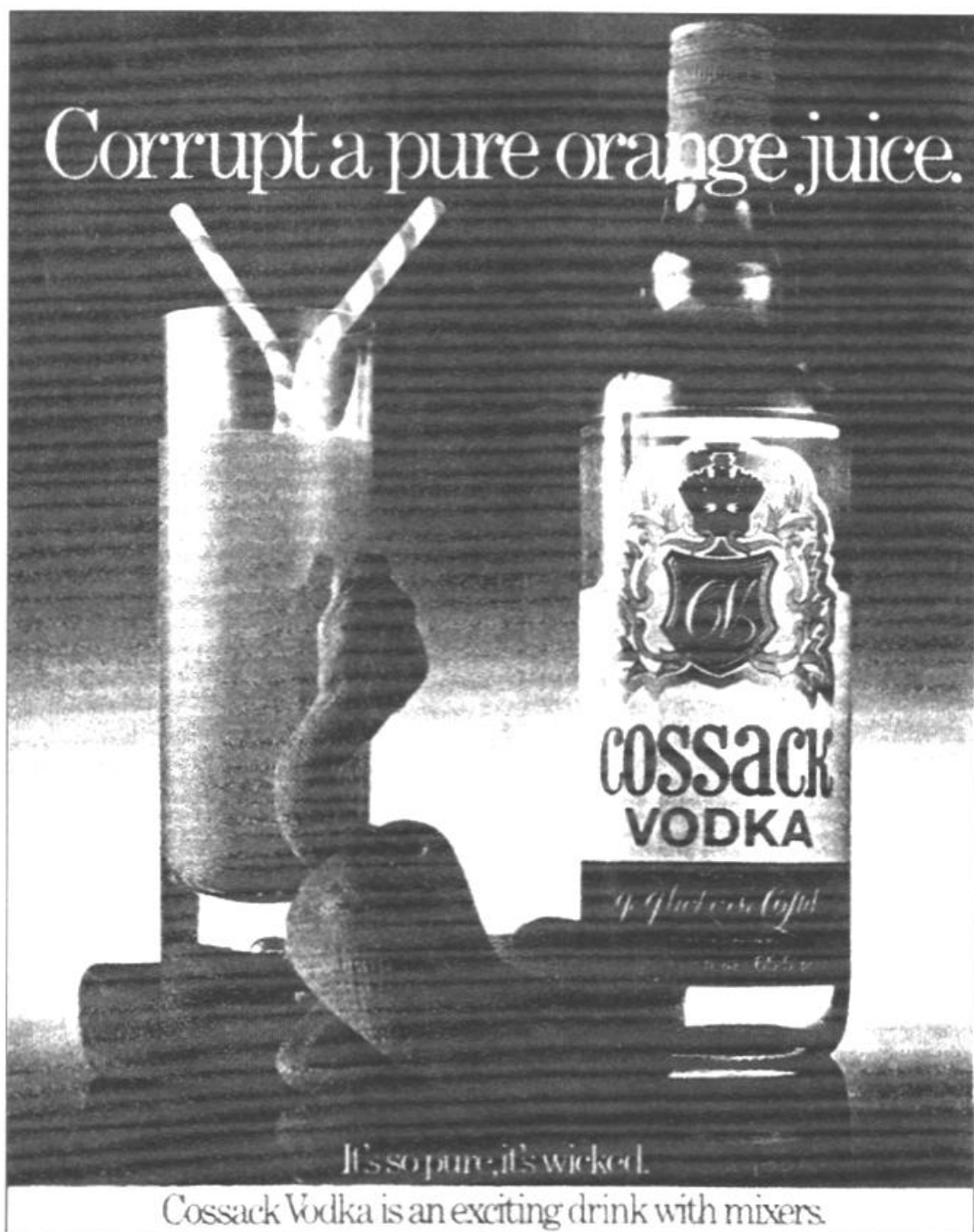
این اصل تداعی در بردارنده جابه‌جایی ارزشهای خواص از یک سطح واقعیت با معنا به سطحی دیگر است. این جابه‌جایی بین واحدهای یک محور جانشینی صورت می‌گیرد (مثلاً کشتی شخم می‌زند، می‌بُرد، قاج می‌کند، و غیره؛ یا زندگی‌ام را با روزهای تولد، زمستانها، و قتهایی که شغلم را از دست داده‌ام، قاشق‌های قهوه‌خوری، و غیره پیموده‌ام). و از این‌رو استعاره به صورت جانشینی عمل می‌کند. از همین جاست که استعاره تأثیر خیال‌گونه و شاعرانه‌اش را به دست می‌آورد، زیرا جانشین‌های معمولی می‌تواند به یاری تخیل گسترش یابد تا جانشین‌های تازه،

شگفت‌انگیز "خلاق" را در بر بگیرد. به این ترتیب جانشین‌های معمولی "شیوه‌های پیمایش زمان/زندگی" را می‌توان بسط داد تا "قاشق قهوه‌خوری" را نیز در بر بگیرد. یا می‌توان به یاری تخیل جانشینی خاص تولید کرد که "سیگار" و "قطرات باران" را در بر بگیرد، یعنی اشیای دراز و باریک و گردی که معمولاً با کمیت بسیار دیده می‌شود. واحدهای ممکن دیگری در جانشینی را شاید بتوان "چوب کبریت" دانست (به سیگار نزدیک‌تر از آن است که بتوان کیفیت اختلاف لازم در این نوع استعاره اصیل را به کار گرفت)؛ یا "کُنده‌های عاری از شاخ و برگ که در جنگل آماده حمل است" یا "دسته لوله‌های فاضلاب در زیرزمین یک ساختمان". هر دو مثال اخیر گزینه‌های ممکن تخیلی جانشینی برای استعاره سیگار است.

بنابراین کنایات برای تأثیر واقع‌گرایانه همنشینی عمل می‌کند و استعاره برای تأثیر تخیلی یا سوررئالیستی جانشینی. به این لحاظ است که می‌توان گفت معنای ضمنی به وجه استعاری عمل می‌کند. خوانش کانون نرم و ملایم چون احساس لازمه جابه‌جایی خیال‌گونه خواص از سطح احساسات به سطح ساختن دالهاست. کانون نرم و ملایم استعاره احساس است. ادغام، استعاره‌ای است برای عملکرد حافظه. دکمه‌های طلایی به صورت تاج و یراق استعاره‌ای برای مرتبه اجتماعی یک ژنرال. اما این معانی ضمنی کم و بیش از استعاره حقیقی ساخته می‌شود، که گرچه لازمه جابه‌جایی خیال‌گونه خواص از سطحی به سطح دیگر است، بر شباهت سطوح و کاهش اختلافها تأکید می‌ورزد.

پیشنهاد برای کار بیشتر

۱. تغییر نوع قلم یک واژه مثال خوبی از تغییر دالهاست. بنابراین نوع قلم در خود معنای ضمنی دارد. مثالهای گوناگون نوع قلم را فراهم آورید و درباره معنای ضمنی آنها بحث کنید.



تصویر ۹. ماردرلیوان

کلمات و عباراتی با نوع قلم متفاوت تهیه کنید و بکشید معنای ضمنی آنها را کنترل یا پیش‌بینی کنید (اگر توانایی گرافیک شما محدود است، حروف لترات به کار ببرید). برای استفاده از تفاوت‌های معناشناختی به فصل ۸ و سؤال ۴ نگاه کنید - می‌توانید برای بررسی صحت پیش‌بینی‌تان از آن بهره بگیرید.

۲. شماری اسطوره درباره پلیس بریتانیا وجود دارد، همچنان که اصطلاحات زیادی در اشاره به آنان به کار می‌رود: *filth, pigs, the fuzz, cops, bobbies*... به تصویر الف و اب برگردید و در چارچوب اسطوره و معنای ضمنی تحلیلشان کنید.

این تمرین چقدر در درک شیوه‌ای که اسطوره را در دو سمت - وفاداریش به حقیقت و درجه‌ای که در آن با نیاز فرهنگ استفاده‌کننده‌اش روبه‌رو می‌شود - ارزیابی می‌کند، به یاری شما می‌آید؟ نک:

Barthes (1973), pp. 114-21, and Hartley (1982), ch. 2.

۳. آگهی تصویر ۹ را تحلیل کنید. درباره جابه‌جایی استعاری در آن بحث کنید. وسایلی که با آن مار و نوشابه را عضو جانشین می‌کند چیست؟ (یادتان باشد که در اصل نوشابه لیوان و مار سایه رنگ زرد دارند). می‌توانید اصطلاح اسطوره را در نظر هواداران بارت و معانی سنتی تر - و چگونگی ربط آن با نماد را - قیاس کنید. به نظر شما چرا تبیین‌کنندگان کوشیده‌اند معنای مورد نظر خود را به طور استعاری القاء کنند و نه لفظی؟ کدام معانی مرتبه دوم در اینجا فعال است؟ نک:

Williamson (1978), pp. 17-24.

۴. به هنگام پخش فیلم *دبیران* که در این فصل از آن نام بردیم، نماهایی از اعتصاب نوازندگان بی.بی.سی در هنگام اعتصاب اتحادیه موسیقیدانان نشان داده شد. هیچ پلیسی در تصویر دیده نمی‌شد؛ اعتصاب‌کنندگان سرحال بودند و برای جمعیتی که بی‌درنگ جمع شدند، چیزی نواختند؛ دخترانی که جامه‌های چسبان پوشیده بودند رقصان از آنها حمایت می‌کردند. کل ماجرا رنگ شوخی داشت. در چارچوب اسطوره، کنایه و ارزشهای خبری در این موضوع بحث کنید. چگونه می‌توان اینها را به وصف "عادی" تر (الف) کارگران اعتصابی (ب) موسیقیدانان مربوط کرد؟ درک این موضوع تا جایی می‌تواند به شکست انتظار ما از عادی بودن تکیه کند؟

روشها و کاربردهای نشانه‌شناسی

“اندوه گذشته” استعاره شاعرانه

اندوه گذشته عنوان شعری سروده دایلن تامس. ج. ن. لیچ (۱۹۶۹) مثال خوبی از چگونگی روشهای تحلیل نشانه‌شناسی / زبان‌شناسی به دست می‌دهد و همچنین از اینکه چگونه این عبارت قدرت شاعرانه کسب کرده بینشی عرضه می‌دارد. چهار مفهوم جانشینی، همنشینی، هنجار، و کژروی می‌تواند برای تبیین این عبارت خاص راهگشا باشد.

هنجارها و کژروی

هنجار از نظر آماری نمونه متوسط رفتار یا ارزیابی است. این واژه عملکرد مشترک گروه یا جامعه را وصف می‌کند و بنابراین قابل پیش‌بینی و مطابق انتظار است. قراردادهای اجتماعی بسیار پذیرفته شده به هنجار نزدیک‌اند. عنصر نامنتظر و غیر قراردادی کژروی از هنجار است. اگر دقیق باشیم، باید دو کفه ترازوی را در نظر بیاوریم که در یک کفه‌اش هنجار است و در کفه دیگرش کژروی شدید؛ میزانی از عادی بودن و کژروی در این میانه وجود دارد. اما اگر از عادی و کژرو طوری حرف بزنیم که انگار

دو مقوله جداگانه‌اند، در عمل وسوسه‌کننده و شاید گمراه‌کننده است. اگر چنین کنیم، باید به یاد داشته باشیم خط فاصل بین آنها مدام در حرکت است؛ این حرکت به کرات به سوی درون، به سوی مرکز، و وضعیت عادی است. موهای بلند برای مردها کژروی بود، بعد بسیار عادی شد؛ شلوار پوشیدن خانمها، صدا زدن بزرگ‌ترها با نام کوچک، یا حذف نقطه پس از حرف اول اسامی مثالهای دیگر رفتار کژروانه است، که عادی شده است.

جانشینی‌ها و همنشینی‌ها

”اندوه گذشته“ استفاده کژروانه از زبان است که در آن همنشینی:

A.....AGO

معمولاً با یکی از رشته کلمات با ویژگی خاص تکمیل می‌شود، یعنی کلماتی از جانشینی خاص. در این مورد ویژگی‌های جانشینی عادی به قرار زیر است:

الف. کلمات مربوط به اندازه‌گیری زمان.

ب. کلمات مربوط به حوادثی که مدام تکرار می‌شوند.

ج. کلماتی با شکل جمع.

بنابراین می‌توان، محور جانشینی ساخت که در میزانی از عادی بودن یا کژروی سهیم باشد تا همنشینی A.....AGO را تکمیل کند (نک: شکل ۲۰). من ترتیب خاصی از کژروی به دست داده‌ام، اما به همین دلیل در مورد اشخاص گوناگون فرق خواهد کرد. بچه‌ها شاید بگویند ”درس گذشته“ (A Lesson Ago) عادی‌تر از ”ماه گذشته“ (A Moon Ago) است؛ ستارگان فیلمهای هالیوودی شاید بگویند که ”سه همسر گذشته (قبلی)“ (Three Wive Ago) عادی‌تر از ”سه زمستان گذشته“ (Three Winter Ago) است. اما اصلی میزان کژروی مهم است، نه مقولات سخت و خشک.

کلمه	مشخصه جانشینی		
	زمان	تکرار	کثرت
دقیقه	+	+	+
ساعت	+	+	+
هفته	+	+	+
ماه	+	+	+
غیره			
ماه (قمر)	-	+	+
زمستان	-	+	+
بازی	-	+	+
درس	-	+	+
سیگار	-	+	+
بالاپوش	-	+	+
همسر	-	-	+
غیره			
اندوه	-	-	-
طبیعت	-	-	-

کنجاری

شکل ۲۰. جانشینی‌های لفظی

کلمه "اندوه" در هر سه مشخصه کثرو است. این کلمه معمولاً به جانشینی بسیار متفاوتی تعلق دارد، و بنابراین به طور معمول در همنشینی‌های متفاوت یافت می‌شود. دایلمن تامس با وارد کردن آن در این همنشینی خاص موقتاً ویژگی‌های جانشین جدید را به آن داده است، حال آنکه خصوصیات اصلی آن - یعنی عواطف عمده - را باقی گذاشته است. او با بازکردن ویژگی‌های سنجش زمان، تکرار مکررات و کثرت رشته معانی جدیدی به واژه داده است که بسیاری از خوانندگان آن را بجای یا از لحاظ تخیلی دل‌انگیز

می‌یابند. خلاقیت یا اصالت بیشتر به معنای زیر پا گذاشتن هنجارها و قراردادهاست، و تحلیل معناشناسی یاریمان می‌کند که دریابیم هنجارها از چه چیز، تا چه حد و در صورت امکان با چه تأثیرگذاری کژرو شده است.

ماکارونی: استعاره دیداری

همین فرایند را می‌توان اغلب در متون دیداری، به ویژه آگهی‌ها دید. آگهی‌کننده غالباً برای "درج کردن" یا "تمثیل" اشیاء به طور معمول در این و آن همنشینی از چارچوب تکنیکی عکس بهره می‌جوید. یک آگهی برای نوعی ماکارونی وجود دارد (تصویر ۱۰) که نوعی صحنه‌آرایی را می‌نمایاند: در وسط عکس، آنجا که معمولاً خوراک قرار می‌گیرد، کشتزار گندمی زیر آفتاب تابان دیده می‌شود. آنجا که قرار است به رهنمود هنجار خوراک پخته با آتش مصنوعی را ببینیم، خوراک خام طبیعی در معرض گرمای خورشید به چشم می‌آید. همنشینی "یشقاب غذا با... روی آن" را به طور معمولی واحدی از جانشینی با مشخصات پخته و مصنوعی تکمیل می‌کند که از طبیعت برگرفته شده است. اما اینها را واحدی از جانشینی طبیعی و سالم به کمال می‌رساند. یکی دیگر از حیوانات معادلی لفظی در این جابه‌جایی یا جانشینی را در شعارش به کار برده است: «صبحانه آفتابی». هم عبارت دایلن تامس و هم آگهی ماکارونی به طور استعاری عمل می‌کنند، که در آن واحدها را از یک جانشینی می‌گیرند و آنها را در همنشینی وارد می‌کنند که به طور معمول باید واحدهای دیگری تکمیلشان کند. با چنین کاری ویژگی‌های دو جانشینی را به طرز تازه و چشمگیر به وسیله فرایند جابه‌جایی به یاد می‌آورند (نک: ص ۱۳۸). از این لحاظ همه استعاره‌ها کژروی‌هایی از هنجارهای رفتاری زبان‌اند. آنچه می‌تواند اتفاق بیفتد و به کرات می‌افتد، این است که استعاره چنان رواج یابد و چنان تکرار شود که به صورت هنجار درآید. در این زمان است که قالبی می‌شود و اثر خیال‌گونه ابتدایی را از دست می‌دهد.



Record Quality Spaghetti.
Nature on a plate.

Everything about *Record Pasta* is naturally good. Made from the finest, specially-grown 'Durum' wheat, and full of golden sunshine, *Record Pasta* is marvellous for main courses, or as a starter, and perfect in puddings.

Spaghetti is the great family favourite. There are many different varieties of pasta, all delicious - there is never a dull meal with *Record Pasta*. And for even more goodness, there's the wholesome, whole wheat range, rich in dietary fibre (roughage).

Record
Quality Pasta.

تصویر ۱۰. بشقاب ماکارونی

مثالهای ارائه شده نشان می‌دهد که این جابه‌جایی‌ها می‌تواند در هر دو جهت باشد. می‌توان گفت که "اندوه" از جانشینی که همراه آن بوده بیشتر به دست می‌آورد تا از جانشینی معمولی. اما "شخم زده" (نک: ۱۳۸)

و آگهی ماکارونی از جانشینی معمولی خود بیشتر از جانشینی تازه چیزی به دست می‌آورند. همین قسم کار خلاقه است که در برگیرنده جابه‌جایی‌های استعاری یا جانشینی است که پشتوانه عقیده یا کوبسن است دایر بر اینکه شعر به طور عمده از راه استعاره عمل می‌کند، حال آنکه رئالیسم در اصل با کنایه سروکار دارد. ساختن تصویری از واقعیت به وسیله کنایه به نوع دیگری از تخیل نیاز دارد که با توانایی تداعی جانشینی مشخص معمولی متفاوت است.

ناتینگ هیل، کنایه واقعگرایانه

می‌توانیم تحلیل نشانه‌شناختی را با حرکت در این سمت بسط دهیم. یک عکس خبری رشته تازه‌ای از مسائل را برای تحلیل‌گر مطرح می‌کند. شمایل‌وار است و نه اختیاری، بنابراین جانشینی مضمول از همنشینی لفظی کمتر مشخص‌اند. به طور کنایی عمل می‌کند، نه استعاری، و بنابراین توجه را به "خلاقیت" در ساختمانش می‌کشاند: "طبیعی‌تر" به نظر می‌رسد. تصویر شماره ۱۱ الف عکسی است که از کارناوال ناتینگ هیل در لندن در ۱۹۷۶ گرفته شده و مربوط است به قسمتی از آنکه به روبرویی جوانان سیاه و پلیس انجامید. تصویر ۱۱ ب استفاده‌ای است که نشریه آبزور از آن کرده است.

همنشینی مرتبه اول

در سطح معنای ضمنی، دلالت مرتبه اول، تصویر ۱۱ الف، سبب مشکلات اندکی می‌شود. این همنشینی است بر ساخته از شماری نشانه‌های دیداری. یکی از مسائل تحلیل جانشینی مانند این، آن است که نشانه‌های فراهم آمده در آن واضح نیست و به روشنی نمی‌توان آن را مانند همنشینی جملات از هم جدا کرد. بارت هنگامی که عکس را "قیاس‌پذیر" با واقعیت می‌خواند، به همین موضوع اشاره می‌کند. با این همه به نظرم می‌توانم دو



تصویر ۱۱ الف. ناتینگ هیل

نشانه اصلی و سه نشانه فرعی در آن بینیم؛ بنابراین فکر می‌کنم بتوانم تمایزات رقومی را در یک رمز قیاسی بینیم. با تحلیل بیشتر می‌توان این علائم را به اجزای آن تقسیم کرد؛ درست همان‌طور که تحلیل دستوری جمله می‌تواند به سطوح تحلیل جزئی بیشتر و بیشتر رسوخ کند. در اینجا هر نشانه چون عبارتی در یک جمله است.

دو نشانه اصلی عبارت است از گروه جوانان سیاه و گروه پلیس. سه نشانه فرعی عبارت است از: جمعیت سیاهان که در حادثه گردآمده‌اند، محیط شهری - زیر یک پل بزرگراه و خانه‌های قدیمی بالکن‌دار - و درخت. همنشینی، این علائم را در رابطه خاصی قرار می‌دهد - رابطه رویارویی که به طرزی، شاید تصادفی، به محله شهری سیاهان مربوط می‌شود. بی‌شک رویارویی جدا از محیط نیست.

وقتی که این دالهای روی کاغذ را می‌خوانیم بدل به نشانه‌ها می‌شوند، یعنی وقتی که آنها را با مدلول یا مفاهیم ذهنی منطبق می‌کنیم. برای

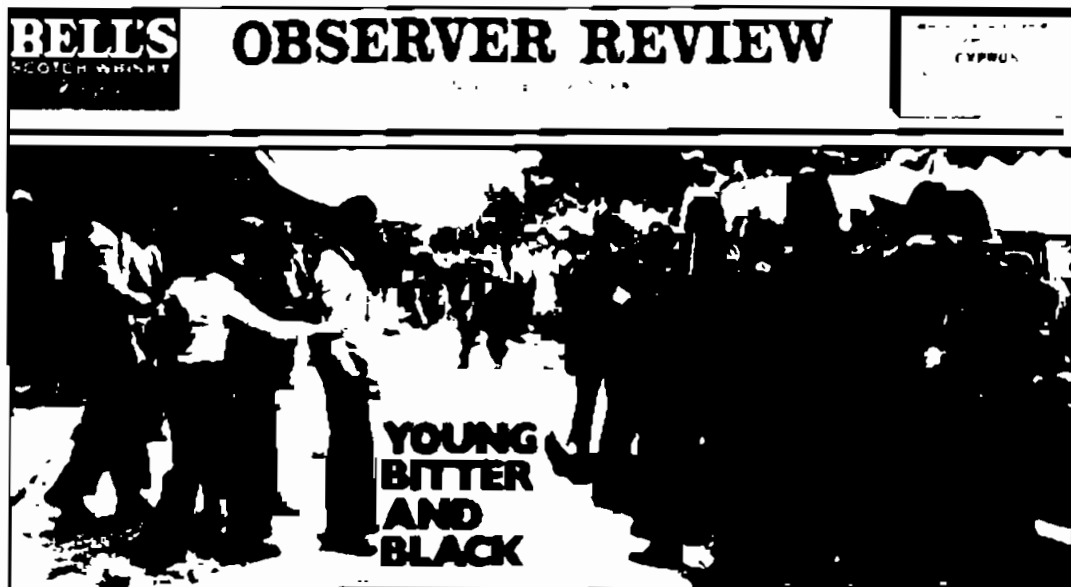
خواندن این تصویر به مفاهیم پلیس، سیاهان، درون شهر، و درختان نیاز داریم. این مدل‌ها نتیجه تجربه فرهنگی ماست. می‌توانیم آدم‌هایی را که یونینفرم پوشیده همچون پلیس شناسایی کنیم و مثلاً آنها را به جای ارتش رهایی‌بخش^۱ نگیریم. مدل‌های ما از سیاهان از شناخت ما ناشی می‌شود که سیاهان مهاجرانی چشمگیرند که نسبتاً به تازگی وارد جامعه مسلط سفیدها شده‌اند.

همنشینی مرتبه دوم، اسطوره و معنای ضمنی

همین که به مدل‌ها فکر کنیم، درمی‌یابیم که تمایز بین مراتب اول و دوم چقدر غیرواقعی است، این فقط مزیت تحلیلی است. چون مدل‌ها بی‌آنکه محسوس باشد به مرتبه دوم اسطوره‌ها می‌لغزند.

عکس به ناگزیر زنجیره مفاهیم موجود ما را که به اسطوره ما از پلیس شکل می‌دهد به حرکت درمی‌آورد. عکس از راه اسطوره مسلط عمل می‌کند: نیروی پلیس تجاوزگر نیست (به رغم باتون‌ها): یکی از آنها بازوهایش را به حال دفاعی جلوی صورتش گرفته؛ دو تا از آنها به جوانان پشت کرده‌اند؛ یکی دیگر زمین خورده و کلاهخودش افتاده است. مدل‌ها جوانان سیاه دو اسطوره را می‌نمایاند. اسطوره سیاهان، و جوانان ناراضی. بنابراین رویارویی هم از آن نژاد و هم از آن شکاف نسل؛ نیروهای قانون و نظم یا جامعه یا ما در برابر نیروهای آشوب طلب و ضد اجتماع و آنها قرار داده شده است. در این سطح رویارویی در عکس کنایه‌ای از فشار درونی و کشاکشی در درون جامعه بزرگ ما شده است. اسطوره درون شهری نیز در اینجا در کار است. زیرگذر یک پل هوایی نیز کنایه از منطقه مشکل‌آفرین مرکز شهر بزرگ است. جمعیت سیاهان در پس‌زمینه نشان می‌دهد که اینجا محل زندگی آنان است. اما این "خوانشها" را تنها می‌توان بر دانش ما از اینکه شهر بزرگ در حوزه دموکراسی لیبرال سفیدها قرار دارد و مانند نیروی پلیس سفیدها اداره‌اش می‌کنند، به درستی بنا کرد.

نشریه آبزور دور عکس را قیچی کرد. اندازه عکس را تغییر داد، آن را دراز و باریک کرد، چنان‌که هنگام دیدن چشمان ما از چپ به راست بگردد. این کار بر معنای ضمنی رویارویی می‌افزاید؛ حرکت چشم خواننده بازنمایی از تبادل بین دو طرف می‌شود. درخت، یعنی تنها تأثیر دیداری و تلطیف‌کننده بالقوه، از عکس حذف شده است. اما زیرگذر پل هوایی باقی مانده است (می‌شود عکسش را تا بالای سیاهپوشی که در جلو ایستاده است، قیچی کرد) و جمعیت سیاهان نیز دست نخورده‌اند. چهارکلمه نیز با حروف سیاه درشت برای جدا کردن دو طرف اصلی در وسط افزوده شده است. خود کلمات، جایشان، و شکل حروفشان، همه بر معنای ضمنی این رویایی تأکید می‌کند.



تصویر ۱۱. ب. آبزور زی ویر

منظر حرفه‌ای

هرولد ایونز (۱۹۷۸) که در آن زمان سردبیر تایمز بود، تفسیر کرد که این تصویر «نتیجه ویرایش مفهومی تصویری و همچنین عکس پرمایه» است. او ادامه داد که تصویر دست‌نخورده «همچنین درختها و خانه‌ها و

پس زمینه‌ای را ثبت کرده بود که به خبر چیزی نمی‌افزود، و اگر به جا می‌ماند، نمی‌گذاشت توجه به موضوع اصلی جلب شود. در آنچه مانده جزئیات زیاد و درامی است و به اندازه و شکلی که در چشم هر خواننده موضوع را بازسازی می‌کند».

جالب است ببینیم که چگونه دلایل حرفه‌ای را می‌توان با خوانش نشانه‌شناسی قیاس کرد. مفهوم شائن و ویراز اختلال می‌تواند بخشی از دلایل ایونز را برای قیچی کردن توضیح دهد، اما او همچنین به ارزشهای خبری جزئیات و درام و موضوعات فنی و اقتصادی فضای انتشار نیز دلبسته بود. وقتی که از مطلب چشمگیر برای خواننده حرف می‌زند، به علائق نشانه‌شناسان نزدیک می‌شود. اما تفاوت بین این دو فرض حرفه‌ای این است که تأثیر بر خواننده عمدتاً - اگر نه انحصاراً - از راه خود عکس فراهم می‌آید: خواننده دریافت‌کننده پیام دانسته می‌شود که اگر فرایند ارتباط به کارایی رهبری شود، تأثیر آن چشمگیر خواهد بود. هرولد ایونز الگوی اصلی مکتب فرایند را پیش فرض می‌گیرد.

نشانه‌شناسان نقش مهم‌تری به خواننده می‌دهند. بی‌شک تصویر در ایجاد معنا نقش بازی می‌کند، اما خواننده نیز چنین می‌کند. تأثیر یا "چشمگیر بودن" عمدتاً با این نکته تعیین می‌شود که خواننده هم‌اکنون درباره‌ی حادثه و روابط اجتماعی که تصویر کنایی آن است از سطحی از دلبستگی و نگرش اجتماعی برخوردار است. ساختار متن با نگرش اجتماعی خواننده در کنش متقابل است تا تأثیر به وجود آید. تمایز بین دو مکتب تأکید اندازه‌مند است، نه تفاوت‌های آشتی‌ناپذیر.

منظر اسطوره‌شناسان

قیچی کردن محیط دلگیر شهری راهی که سردبیر، هر قدر هم که غیر عمدی باشد، به اجرای کارکرد اسطوره در طبیعی سازی تاریخ یاری می‌رساند. این کار راه را بر امکان معنای دیگر که مثلاً کشمکش ناشی از

محرومیت اجتماعی است می‌بندد، و این نکته را که جوانان سیاه "طبعاً" به ستیزه‌جویی، تخریب و ضدیت با اجتماع گرایش دارند ترجیح می‌دهد. این اسطوره سفیدپوستانه درباره سیاهان در وصف این نکته به کار می‌رود که سیاهان جای بسیار زیادی را در دادگاه‌ها و زندانهای جوامع سفید اشغال کرده‌اند، و به جای آنکه این معضل را به موقعیت اجتماعی نسبت دهند، آن را ناشی از ماهیت سیاهان می‌دانند. اسطوره تاریخ بردگی و استعمار را در کشورهای کارائیب و آفریقا که هم در ورای حضور سیاهان در بریتانیا و هم محرومیتشان از موقعیت اجتماعی نهفته است، انکار می‌کند. همچنین تاریخ اخیر نظارت پلیسی خالی از احساس را در محلات سیاه که بخشی از حوادث عکس است، نادیده می‌گیرد. عبارت جوانان تلخکام و سیاه "با القای اینکه سبب تلخکامی جوانان سیاه "سرشت" آنهاست، نه رفتار جامعه سفیدپوست با آنان، به این فرایند "طبیعی سازی" کمک می‌کند.

بارت به روشنی می‌گوید که کارکرد اسطوره‌ها خدمت به منافع طبقات مسلط است. این اسطوره‌های نژادپرستانه در خدمت منافع سفیدپوستان است، زیرا سفیدپوستان را از تشخیص این نکته باز می‌دارد که تاریخ و موقعیت ممتازشان سبب ایجاد تلخکامی و ناآرامی حوادث عکس بوده است، نه طبیعت سیاهان. اسطوره‌ها به غلط مرکز مشکل و راه حل آن را در بخش سیاه جامعه می‌دانند، نه در بخش سفید. بنابراین رازگشایی آنها با تحلیل اسطوره‌شناسانه، عملی اجتماعی - سیاسی است. معانی هرگز فقط بافتی نیستند، بلکه پیوسته اجتماعی - سیاسی‌اند، و اسطوره‌شناس توجهش را به این بُعد متمرکز می‌کند.

جانشینی‌ها

در زبانهای کلامی یا دلبخواهی، جانشینی‌ها به روشنی تعریف شده است، و دوشادوش جانشینی‌های دالها یک جانشینی مدلول نیز هست. زبان نمادی مثل عکس، به طرز متفاوتی عمل می‌کند: به طور بالقوه عکسهای بی‌شماری از پلیس وجود دارد. اما همان‌طور که سوسور خاطر نشان می‌کند، هر واحد جانشینی باید از نظر معنایی از بقیه متفاوت باشد. بنابراین تعداد بی‌شمار عکسهای پلیس تنها در مرتبه نخست دلالت مشکل است. در مرتبه دوم شمار محدودی از "شیوه‌های عکسبرداری از پلیس" به لحاظ معنایی متفاوت است. ارزشها و عواطف نسبتاً کم و حتی اسطوره‌های کمتری که با آن نیروی پلیس را می‌فهمیم وجود دارد که بدان اشاره شود. در اینجا جانشینی مرتبه دوم است؛ جانشینی اسطوره‌ها و معنای ضمنی برخلاف رمز اختیاری جانشینی، شاید آشکار نباشد، اما در چارچوب فرهنگ ما اتفاق نظر ناگفته‌ای درباره واحدهای مسلط آن وجود دارد.

یکی از پرسشهای جالبی که این موضوع در ذهن مطرح می‌کند، این است که آیا فرهنگها یا خرده فرهنگهای دیگر در جامعه ما نیز همان جانشینی "شیوه‌های عکسبرداری از پلیس" را دارند یا خیر. اگر ندارند، آن وقت مرتبه دوم معانی که آنان می‌خوانند تغییر خواهد کرد. این عکس شاید ارزش خودداری و مدارای پلیس را به ما نشان دهد، اما برای دیگران به معنای ضعف یا حتی ترس پلیس باشد؛ برای دسته‌ای دیگر حتی می‌تواند مدلول دخالت و میانجی‌گری پلیس باشد. این شکل خوانشهای متفاوت، به ویژه در مرتبه دوم، همان است که در آخرین فصل به آن برمی‌گردیم. فعلاً می‌خواهم در تحلیل جانشینی بمانم و روش مفیدی را معرفی کنم. این روش به نام آزمون جانشین‌سازی معروف است.

آزمون جانشین‌سازی

آزمون جانشین‌سازی دو کارکرد اصلی دارد. نخست تشخیص تفاوت‌های

معنادار، یا ویژگی‌های متمایزکننده در چارچوب یک جانشینی یا همنشینی است؛ و دوم کمک به ما برای وصف آن معنا. این شگرد لازمه تغییر واحد در نظام و ارزیابی تغییر اجتماعی معناست که رخ داده است. معمولاً تغییر به صورت خیالی رخ می‌دهد، و معنای همنشینی تغییر یافته به همان شیوه ارزیابی می‌شود. به این ترتیب می‌توان تصور کرد که وانت سمت راست همنشینی به خودروی سواری بدل شده است. به نظرم می‌توان پذیرفت که این موضوع در معنای عکس تغییری نمی‌دهد. کامیون یک واحد با معنا نیست. یا می‌توان تصور کرد که پس‌زمینه به حومه ثروتمند سفیدپوست‌نشین بدل شده است. این کار معنای همنشینی را از اساس دگرگون خواهد کرد. به جای اینکه کشمکش را درون شهری، ناخوشایند ولی محدود و مهار شده بینیم، آن را گسترده‌تر، تهدیدکننده‌تر و سرایت‌کننده به جامعه در مقیاس وسیع خواهیم دید. یا تصور کنید که همه آنهايي که در عکس‌اند سفیدپوست‌اند، یا گروه سیاهان لباسهای موقرانه مردان میانسال را به تن کرده‌اند.

در حقیقت در عکسهای خبری این انتخابها فرضی است. بدیهی است که عکاس گروهی جوان سیاه را به مردان سفیدپوست ترجیح نداده است. اما خوانش عکس دربرگیرنده این شناخت است که اینها سفیدپوست نیستند، میانسال نیستند، و از مردم طبقه متوسط نیز نیستند. آزمون جانشین‌سازی کم‌کم می‌کند یا تشخیص آنچه از نظر نشانه‌شناسی وجود ندارد، معنای این گروه را بسازیم.

البته وقتی عکسهای آگهی را تحلیل می‌کنیم، درمی‌یابیم که انتخابها سنجیده بوده است: عکاس به طرزی از آنها خبردار خواهد بود که عکاس خبری به طور قطع از آن بی‌خبر است. این موضوع بیشتر شبیه انتخابهای سردبیری است که دربرگیرنده عبارت جوانان تلخکام و سیاه است. شکل این واژه‌ها را تغییر دهید و به صورت حروف معمولی درآورید، و بیرون از عکس بگذارید، در جایی که برای شرح عکس عادی است، یا تصور کنید

که آن را به این صورت درآوریم: سیاهان تلخکام و جوان* . یا حروف را سفید تصور کنید که روی عکس پلیس چاپ شده باشد و متنش به این صورت درآید: پلیس‌های محاصره شده بریتانیایی. همه این جانشینی‌ها پرمعنا هستند و معنای کل را تغییر می‌دهند.

واژه‌ها و تصویر

این موضوع ما را به مقایسه نقش واژه‌ها و تصاویر می‌کشاند. بارت (۱۹۶۴) اصطلاح تثبیت کردن را برای کارکرد کلماتی که در زیر عکسها می‌آید به کار می‌برد. او استدلال می‌کند که تصاویر دیداری چند معنایی است: آنها دربردارنده زنجیره متحرکی از دالها هستند که بر مدلولها تکیه می‌کنند و خواننده می‌تواند برخی را برگزیند و باقی را نادیده بگیرد. کلمات در "تثبیت زنجیره متحرک دالها به نحوی یاری می‌کنند که با ارباب نشانه‌های نامعین رودررو شوند". حقیقت دارد که کمتر عکس را بدون شرح می‌بینیم، گرچه اشاره ضمنی باشد که عکس از کجا و از چه برداشته شده است. در جای دیگر بارت (۱۹۶۱) شرح عکس را چنین می‌خواند: «پیام اختلالی (پارازیتی) که برای معنای ضمنی تصویر طرح شده، تا با یکی دو مدلول - مرتبه دوم به آن سرعت بخشد». او تشخیص می‌دهد که معنای ضمنی نسبت به معنای صریح رشته گسترده‌تری از امکان معنایی در اختیار خواننده می‌گذارد، و آن کلمات می‌تواند در باریک کردن این رشته یا نزدیک کردن بخشهایی از آن به کار برود.

کارکرد دیگر تثبیت کردن چیزی است که بارت رده‌بندی می‌نامد. این صرفاً به ما می‌گوید که عکس چیست، و بنابراین کمکمان می‌کند جای آن را در دنیای تجربه به دقت تعیین کنیم. گفتن اینکه این عکس از "کارناوال ناتینگ هیل" است کمک می‌کند که جایش را معین و بنابراین معنایش را تثبیت کنید. می‌شد بگویم که این آشوب نژادی در اسمتویک (Smethwick) است، یا هواداران فوتبال کاردیف سیتی زمین را ترک می‌کنند، یا

* black bitter and young

فیلمبرداری قسمتی از بارانداز داک گرین است: هر یک از این رده‌بندی‌ها راه را بر معانی معینی می‌بندد و به سوی معانی دیگر راهنمایی‌تان می‌کند.

خوانشهای مرجح

پس در مرتبه دوم کلمات یک راست خوانش ما را هدایت می‌کنند. آنها‌گاه به ما می‌گویند که چرا عکسی ارزش گرفتن را دارد و غالباً می‌گویند چطور باید آن را خواند. آنها ما را به سوی آنچه استوارت هال (۱۹۷۳) "خوانش ترجیحی" نامید هدایت می‌کند. در این مورد خوانش ترجیحی آن است که ما را به سوی معنای عکس که در چارچوب ارزشهای سنتی قانون و نظم قرارداد هدایت می‌کند. این ارزشها با مسئله‌ای فوری بودن روبه‌رو هستند، اما مسئله در چارچوب آنها قابل حل است. به عبارت دیگر معنای ترجیحی راه را بر معانی بالقوه انقلابی عکس می‌بندد. هیچ‌گاه به معنایی که القاء کند: ساختار اجتماعی غلط و ناعادلانه است و باید آن را برانداخت، تشویق نمی‌شویم. البته این معانی برای یک گروه اقلیت در فرهنگ ما ممکن و حتی پیش‌بینی‌پذیر است. اما اینها ترجیحی نیستند و شاید رمزگشایی گمراه‌کننده (اکو، ۱۹۶۵) باشند. این معنای ترجیحی "مسئله نژادی" را به "مسئله جوانان" یا "شکاف نسل" مربوط می‌کند - مسئله‌ای که آشناست و کشش و تنش آن را می‌شناسیم، اما بنیاد جامعه را تهدید نمی‌کند. حلقه اتصال بالقوه "نژاد" به طبقه، حلقه اتصالی انفجاری‌تر، با کلمات راه را بر ما بسته است.

این نظریه خوانش ترجیحی پُرثمر است، چون الگویی به دست می‌دهد که قادرمان می‌سازد معانی مورد توافق پیام را با ساختار اجتماعی که در چارچوبش هم پیام و هم خوانش عمل می‌کنند ارتباط دهیم. هال این نظریه را از پارکین گرفته و بر آن کار کرده است. پارکین (۱۹۷۲) استدلال می‌کند که سه نظام اصلی معنایی است که افراد به وسیله آن درک خود را از موقعیتشان در جامعه تفسیر می‌کنند و بدان پاسخ می‌دهند. این نظامها

را فرادست، فرودست و بنیادی می‌خواند. استوارت هال پیشنهاد می‌کند که اینها به شیوه‌های رمزگشایی پیامهای ارتباط جمعی مربوط شوند. نظام فرادست یا رمز فرادست آن است که ارزشهای فرادست یا خوانشهای ترجیحی جامعه را انتقال می‌دهد. تعریف فرادست این عکس این است که پلیس نماینده ما و نگهبان جامعه آزاد ماست، و جوانان سیاه را که با این نقش در کشمکش‌اند باید "کژرو" یا مجرم محسوب داشت. نظام فرودست به آنچه هال رمز توافق شده می‌نامد مربوط می‌شود. این نظام ارزشهای فرادست و فرهنگ موجود را می‌پذیرد، اما درباره اینکه جایگاه گروهی خاص در چارچوب این ساختار نیاز به اصلاح دارد، آماده بحث و گفت‌وگو است. این شاید اتحادیه‌ای باشد که برای افزایش افرادش مذاکره می‌کند، یا لیبرال سفیدی باشد که برای جایگاه شایسته‌تر سیاهان در جامعه آماده مذاکره است. این رمزگشایی قابل گفت‌وگوی عکس شاید بپذیرد که پلیس در عین اینکه به طور کلی به وظایف خود درست و با کاردانی عمل می‌کند، می‌تواند در رویارویی با سیاهان دچار خطا شود. شاید از برخی جنبه‌های نقش پلیس بتوان گفت که آنها مأموران سرکوبگر اکثریت فرادست‌اند که عناصر فرودست یا کژرو را سر جای خود می‌نشانند: زمانی که اینان با دنیای جنایتکاران روبه‌رو می‌شوند شاید هم بد نباشد، اما زمانی که با سیاهان نیز به همان شیوه برخورد می‌کنند، از لحاظ اخلاقی به خطا می‌افتند.

رمز تقابلی هال به نظام بنیادی پارکین مربوط می‌شود. این خوانش تفسیر فرادست و ارزشهای اجتماعی‌یی را که فراهم می‌آورد رد می‌کند. رمزگشایی تقابلی خوانش مرجح را تشخیص می‌دهد، اما آن را خطا می‌داند و رد می‌کند. او پیام را در نظام معنایی می‌گذارد که اساساً با نظام فرادست در تضاد است، و بنابراین خوانش اساساً مخالفی را در برابر متن ارائه می‌دهد. خوانش مخالف این عکس این است که سیاهان را در حال بیان طبیعی حقوق و آزادی خود نشان می‌دهد که مأموران طبقه حاکم به زور پایمالش کرده‌اند. این کنایه‌ای از یک نظام اجتماعی ناعادلانه در حال عمل است.

این تحلیل از مرتبه دوم معانی عکس ما را به مفهوم ایدئولوژی هدایت می‌کند. تنها در چارچوب ارزشهای ایدئولوژی سفید، لیبرال و دموکراتیک می‌توان به معنای ترجیحی این عکس رسید. من بحث مفصل از ایدئولوژی را برای فصل ۹ می‌گذارم.

تبیین اجتماعی معنا

هال و پارکین نشان دادند که جایگاه خواننده در ساختار اجتماعی، تعیین‌کننده دادوستد او با متن است؛ هر دو معتقدند که طبقه اجتماعی چیزی است که در وهله اول این جایگاه را تعیین می‌کند. مورلی (۱۹۸۰) طی پژوهشی تجربی درباره خوانشهای مخاطبان دو بخش از برنامه تلویزیونی نیشن واید از عقایدشان پیروی کرد. یافته‌هایش در تأیید موضع هال و پارکین بود، اما نشان داد که طبقه اجتماعی به خودی خود تعیین‌کننده‌ای نبود که آن دو می‌پنداشتند. گروه کارآموزان وکالت (طبقه کارگر) و مدیران بانک (طبقه متوسط) هر دو خوانش فرادست را داشتند، حال آنکه دانشجویان دانشگاه (طبقه متوسط) و مقامات رسمی اتحادیه کارگری (طبقه کارگر) هر دو خوانش توافق‌شده (گوناگون) به دست دادند. خوانش مخالف از آن سیاهان بود که کلاً برنامه را بی‌ربط می‌دانستند و نمی‌پذیرفتند و نمایندگان اتحادیه کارگران که از اساس مخالف آن بودند.

مورلی نشان داد که این الگو واقعاً کارگر است، اما باید تشخیص بدهیم که نیروهای اجتماعی غیر از طبقه به تعیین موضع توافق‌شده خواننده کمک می‌کنند. این عوامل شاید آموزش، حرفه، بستگی سیاسی، منطقه جغرافیایی، مذهب، یا خانواده را در برگیرند. هر یک از اینها از طریق زبان با مفهوم‌سازی کردن جهان‌گفتمانی ایجاد می‌کند. بنابراین افراد شماری گفتمان دارند که از گروه‌های اجتماعی متفاوتی که به آن تعلق دارند، نشئت می‌گیرد؛ خوانش داد و ستدی است بین گفتمان‌های بی‌شمار خواننده و گفتمان متن.



THE RISE OF MR HONDA



Japan's first modern car production line was set up 25 years ago to manufacture the Austin A40 under license. Now the pentium has swung so far that not only have Japanese imports swamped the British market, but British Leyland is planning to manufacture Honda cars under license here. The men behind Japan's industrial rise are little known. Perhaps the only exception is the flamboyant Soichiro Honda himself, a self-taught engineer turned motor tycoon in the classic mould of Henry Ford. His life story is an unusual one.

Colour photograph by Tadaoichi Saito

MOTOR SHOW SPECIAL
Murray Sayle
reporting from Japan

تصویر ۱۷. آقای هوندا

پیشنهاد برای کار بیشتر

۱. تحلیل "اندوه گذشته" نوعاً سوسوری است، از این لحاظ که نظام زبانی را جایگاه معنا می‌داند؛ تحلیل عکس "ناتینگ هیل" نظام نمادین را به نظام اجتماعی ربط می‌دهد. درباره کارایی‌هایی نسبی هر برداشت بحث کنید. استعاره‌ای شاعرانه (یا تشبیه) و یک عکس خبری را برای تحلیل برگزینید.

۲. نظرات هنجارها و کژروی را چقدر می‌توان به قرارداد و اصالت، و حشو و غرابت نزدیک کرد؟ آیا بحث پیشین ما درباره کارکردهای حشو می‌تواند به فهم "اندوه گذشته" کمک کند و بگوید چگونه و با چه کسی ارتباط برقرار می‌کند؟ آیا شاعر یک ارتباط‌گر است؟

۳. آیا تفاوتی بین استفاده شاعرانه از زبان و وصف آگهی‌دهنده درباره دامن تنگ زنان وجود دارد؟ آیا باید تفاوت دیگری را در کیفیت زیبایی‌شناختی خود زبان، کارکرد اجتماعی آن، "حقیقت" رهنمونی آن، یا جای دیگر جست‌وجو کرد؟ آیا این هنر است؟ نک:

Deyr (1982), ch. 2 & 7.

۴. تحلیل کامل و مفصل نشانه‌شناختی از تصویر ۱۲ ارائه بدهید. (توجه کنید که خورشید در حال طلوع سمت چپ، همان‌طور که قابل پیش‌بینی است، قرمز است). نظریه خوانش ترجیحی در مورد آن به کار برید. نک:

Barthes (1977), pp. 15-31, 32-51, & (1973), pp. 116-21.

۵. به تصویر اب برگردید و شیوه‌ای را که کلمات معانی ممکن عکس را "تثبیت می‌کنند" تحلیل کنید. با استفاده از همان عکسها صفحه‌بندی و عنوان تازه‌ای برای موارد زیر فراهم آورید.

الف. روزنامه برای جامعه سیاه

ب. مجله پلیس

ج. روزنامه مسکویی

مطالعه بیشتر

Hall, in Cohen & Young (1973), pp. 176-89, and in Hal *et al.* (1980), pp. 136-9; Fisk & Harrtley (1978), ch. 3 & pp. 103-5; Morley (1980), pp. 10-11, 16-21, 134; Mckeown (1982).

نظریه و کاربرد ساختارگرایی

نشانه‌شناسی شکلی از ساختارگرایی است، چون بحث می‌کند که نمی‌توان جهان را در چارچوب خود شناخت، مگر از راه ساختارهای مفهومی و زبانی فرهنگمان. تجربه‌گرایی (نک: فصل ۸) درست برعکس استدلال می‌کند. برای تجربه‌گرا کار پژوهشگر کشف معانی و الگوهای است که هم‌اکنون در جهان وجود دارد؛ برای ساختارگرا وظیفه عبارت است از کشف ساختارهای مفهومی که فرهنگهای مختلف از طریق آن به درک و فهم خود سازمان می‌دهد. ساختارگرا در عین اینکه وجود جهانی بیرونی و واقعی را انکار نمی‌کند، امکان دستیابی نوع بشر را به این واقعیت به صورتی عینی، عام و بیرون از حوزه تعیین‌کنندگی فرهنگ نمی‌پذیرد. کار بزرگ ساختارگرا کشف این نکته است که مردم چگونه جهان را درک می‌کنند نه اینکه جهان چیست. بنابراین ساختارگرایی هر گونه حقیقت نهایی یا مطلق علمی را انکار می‌کند - اگر واقعیت عام لایتغیر در دسترس نوع بشر نباشد، پس نمی‌توان حقیقت عبارات و اعتقادات را با این ملاک سنجید که چقدر به واقعیت نزدیک‌اند.

دستیابی به این نظر غالباً بسیار دشوار است، زیرا با عقل‌گرایی علمی که از زمان رنسانس بر تفکر غربی حکومت می‌کرد در تضاد است. لوی

اشتراوس (۱۹۷۹) بین شیوه‌های تفکر "علمی" و "بدوی" تمایز قائل می‌شود و نمی‌گوید که تفکر علمی بهتر است، بلکه آن را متفاوت می‌داند. تفکر علمی از راه استقرار تفاوتها عمل می‌کند؛ و طبیعت را به مقولات ظریف‌تر و دقیق‌تر تقسیم می‌کند. از سوی دیگر تفکر بدوی کلیت‌گراست؛ این تفکر می‌کوشد راه‌هایی برای فهم کل طبیعت بیابد، نه اجزای آن. از این‌رو حوزه‌های تجربی را، که علم آن را غیر واقعی و غیر علمی می‌داند در بر می‌گیرد، همچنین موضوعات اعتقاد، تخیل، و تجربه ذهنی بخشی از واقعیتش به حساب نمی‌آید. البته علم غربی از لحاظ نیروی تغییر جهان نسبت به توصیف جادویی برخی از جوامع قبیله‌ای ابزاری‌تر است. اما "حقیقت" مذهبی شاید در تغییر برداشت و کردار اشخاص مؤثر باشد؛ شاید بر نظامهای اجتماعی و سیاسی اثر بگذارد؛ شاید به نسبت علوم تجربی از تجربیات ذهنی توضیح آشکارا "حقیقی‌تری" به دست دهد. حقیقت کارکردی از نظام مفهومی و فرهنگی است که آن را می‌سازد و می‌پذیرد؛ این کارکرد واقعیت عام، عینی، و پیش‌فرهنگی نیست.

لوی اشتراوس انسان‌شناسی ساختارگرا بود که نظریه زبان به مثابه نظام ساختاری سوسور را به همه فرایندهای فرهنگی از قبیل آشپزی، طرز لباس پوشیدن، قرابت‌های نسبی، و به ویژه اسطوره‌ها و افسانه‌ها بسط داد. اینها شیوه‌های سامان دادن و از این‌رو مفهوم کردن جهان اجتماعی و فرهنگی ماست. همه فرهنگها جهان را فهم‌پذیر می‌کنند، و در عین اینکه معنا و تفسیری که از جهان می‌کنند شاید خاص هر یک باشد، اما شیوه‌های رسیدن به آن چنین نیست؛ این شیوه‌ها عام‌اند. معانی خاص فرهنگ است، اما شیوه‌های ساختن آن برای انسانها عام و جهان‌شمول است.

بنابراین از نظر سوسور همه زبانها با یکدیگر متفاوت‌اند: واژگانشان دنیا را به مقولات کاملاً متفاوتی تقسیم می‌کند؛ حرف و نحوشان مفاهیم

را به طرز کاملاً متفاوت به هم ربط می‌دهد. اما همه آنها اختیاری است، همه آنها در یک ساختار جانشینی و همنشینی سهیم‌اند. همه‌شان از لحاظ جانشینی بر نظامی از مقولات متکی هستند که معنایشان به خویشاوندی یا دیگر مقولات همان نظام بستگی دارد، و همه‌شان برای ساختن "عبارات" اصلی نظامهای پیوستگی این مقولات را دارند. بنابراین همه زبانها از لحاظ ساختار تفاوتها و ترکیب با هم مشترک‌اند.

مقوله‌بندی و تقابلهای دوگانه

از نظر لوی اشتراوس بُعد جانشینی زبان، یعنی نظام مقولاتش، مهم‌تر از همه بود. از نظر او ساختن مقولات مفهومی در درون یک نظام جوهر مفهوم‌سازی و در قالب این فرایند ساختاری بود که او آن را تقابل دوگانه می‌نامید. تقابل دوگانه نظامی از دو مقوله همیشه است که در ناب‌ترین شکل شامل جهان است. در تقابل دوگانه همه چیز یا در مقوله الف قرار می‌گیرد، یا در مقوله ب، و ما با تحمیل این مقولات بر جهان مفهوم پذیرش می‌سازیم. بنابراین مقوله الف نمی‌تواند همچون مقوله‌ای اساسی به خودی خود وجود داشته باشد، مگر در رابطه ساختمند با مقوله ب. بدون مقوله ب حد و مرزی برای مقوله الف و در نتیجه خود مقوله الف نخواهد بود. از نظر ساختاری داستان آفرینش در "سفر پیدایش" را می‌توان نه تنها همچون داستان آفرینش جهان، بلکه آفرینش مقولات فرهنگی خواند که از طریق آن جهان را مفهوم می‌سازیم. تاریکی از روشنایی جدا شد و زمین از هوا. زمین به دو مقوله خاک و آب تقسیم شد، و آب به دو قسمت دریا (نابارور) و افلاک یا باران (بارور) تقسیم شد. مثال اخیر نمونه‌ای از مرحله دوم فرایند معناسازی را نشان می‌دهد، وقتی مقولاتی که آشکارا در طبیعت وجود دارند، یعنی مقولاتی که با نزدیکی بسیار ادراک ما را به واقعیت پیوند می‌زنند، برای توضیح مفاهیم انتزاعی‌تر، تعمیم یافته‌تر، و به وضوح خاص هر فرهنگ و همچنین برای

استوار ساختن این توضیحات بر پایه طبیعت و بنابراین طبیعی سازی و نه فرهنگی دانستن آن به کار می‌رود. به این ترتیب تضاد آشکار مقولات طبیعی آب دریا و آب باران برای توضیح و طبیعی سازی مقولات انتزاعی و خاص هر فرهنگ باروری و ناباروری به کار گرفته شده است. این فرایند معنادار کردن مفاهیم انتزاعی با تبدیل استعاره‌ی ساختار متمایزشان به تفاوت‌های عینی که ظاهر طبیعی دارد. به قول لوی اشتراوس فرایند رایج فرهنگی است؛ او آن را "منطق عینی" می‌خواند. به همین ترتیب بعدها در داستان سفر پیدایش گیاهان به دو قسمت برگ‌دار و دانه‌دار تقسیم شده‌اند، و این تمایز در کمک به فکر تمایز بسیار مشکل‌ترین انسان و حیوان به کار می‌رود: انسان علفهای دانه‌دار را می‌خورد و حیوان علفهای برگ‌دار.

ساخت تقابل دوگانه به‌گفته‌ی لوی اشتراوس فرایند بنیادی، عام و معنادار است. عام است، چون فرآورده‌ی ساخت فیزیکی مغز بشر است، و بنابراین ویژگی نوع است، نه هر فرهنگ یا جامعه. مغز با فرستادن پیامهایی بین سلول‌هایش به‌طور الکترو شیمیایی کار می‌کند، و تنها پیامهایی که می‌فرستد، پیامهای دوگانه‌ی خاموش-روشن است. چنین است که پیچیدگی شبکه‌ای مغز انسان - مانند هم‌ساخت الکترونیکش، رایانه - می‌تواند با شمار تقریباً بی‌نهایت تکرارهای پیراسته از این تقابلهای دوگانه به طرز باورنکردنی نظامهای حساسی از مقولات بسازد. (این فرایند در بخش "اجزای اطلاعات در فصل ۱ شرح داده شده است). تفاوت رمزهای رقمی و شماره‌ای (نک: فصل ۴) این است که رمزهای رقمی بر مبنای نظام مقولات متضاد ساخته شده است.

اما طبیعت چنین نیست: طبیعت رشته‌ای از هماندهای پیوسته است، نه مقولات منظم. در طبیعت مرزی بین نور و تاریکی نیست، بلکه فرایند پیوسته‌ی روشنایی و تاریکی است؛ حتی مرز روشنی بین آب و خشکی نیست - کرانه‌ی دریا، شنهای روان، گل و لای موادی هستند که پیوسته در

برابر تقابلهای دوگانه مقاومت می‌کنند. لوی اشتراوس این مقولات، یعنی مقولاتی را که در ویژگی‌های هر دو سوی تقابل دوگانه سهیم‌اند، مقولات هنجارشکن می‌نامد.

مقولات هنجارشکن

مقوله هنجارشکن آن است که با مقولات تقابل دوگانه متناسب نیست، بلکه زیر پایشان می‌گذارد و روشنی مرزهایشان را تیره می‌کند. مقولات هنجارشکن ویژگی‌های خود را از مقولات متضاد دوگانه می‌گیرند و در نتیجه معنای زیادی دارند و از نظر مفهومی بسیار نیرومندند. سرشاری معنا که از هر دو مقوله اخذ شده و توانایی‌شان در چالش با ساختارهای مفهوم‌ساز اصلی فرهنگ به معنای آن است که - نوعاً با برگزیدن "تقدس" یا "تابو" - باید مهارشان کرد. مقولات هنجارشکن از دو منبع مشتق می‌شوند: طبیعت و فرهنگ. طبیعت نهایتاً پیوسته در برابر مقوله‌بندی که فرهنگ بر آن تحمیل می‌کند تن می‌زند. پیوسته پاره‌هایی از طبیعت است که سرسختانه متناسب شدن را رد می‌کند. بنابراین اگر به مثال سفر پیدایش برگردیم، مار نه جانور خشکی است و نه ماهی دریا، اما ویژگی‌های هر دو را دارد. از این‌رو در فرهنگ یهودی - مسیحی بار معنایی بسیاری دارد و از لحاظ نشانه‌شناسی بسیار نیرومند است، و باید از راه تابوسازی مهارش کرد. به همین ترتیب همجنس‌بازی بارز مقولات جنس را تهدید می‌کند، و در جامعه‌ای همچون جامعه ما (انگلیس) که هویت جنسی در آن اهمیت قاطع دارد، در محاصره انواع تابوهای اخلاقی و قانونی قرار گرفته است.

نوع دیگر مقوله هنجارشکن آن است که فرهنگ را می‌سازد تا بین دو مقوله متضاد، هنگامی که حد و مرز بسیار آشکار و بسیار ترسناک باشد، میانجی‌گری کند. به این ترتیب بسیاری فرهنگها با اشکال هنجارشکن (فرشتگان، عیسی مسیح) - که در هر دوسو شریکند - بین خدایان و

مردم میانجی‌گری می‌کنند. به همین ترتیب اشکال اسطوره‌شناسی یا مذهبی متعددی وجود دارد که بین انسانها و جانوران (گُرگ آدم، اسب آدم و شیر آدم^۱) و بین زندگان و مردگان (خون‌آشامان، ارواح و اشباح) میانجی‌گری می‌کنند.

تکرار ساختمند

چون اصل ساختاری راه اصلی مفهوم کردن دنیای ماست، ساختارگرایی ساختهای موازی را می‌جوید که آشکارا قسمت‌های کاملاً متفاوت وجود فرهنگی ما را به شیوه‌های مشابه سامان دهد. مثلاً لیچ (۱۹۶۴) در شیوه‌ای که از محیط دوروبرمان مفهوم می‌سازیم، رابطه ما با جانوران، و رابطه ما با دیگران موازنه‌هایی می‌یابد. او مقولات موازی را با هنجارشکن‌های موازی بینشان ردیابی می‌کند. اجازه بدهید تحلیل او را ساده کنیم تا به نکات اصلی آن دست یابیم.

محیط در "خانه"، "مزرعه یا محله" و "بیابان" طبقه‌بندی می‌شود. جانوران با طبقه‌بندیهای موازی متناسب می‌گردند - "جانوران دست‌آموز"، "جانوران مزرعه" و "جانوران وحشی". مردم را معمولاً این طور رده‌بندی می‌کنند: "خانواده"، "قبیله / محله ما"، و "دیگران / بیگانگان". اما البته این مقولات همیشه، به ویژه در دو حوزه فرهنگی آخر، مناسب نیستند. بنابراین جانوران خانگی که نه دست‌آموزند و نه جانور مزرعه، جزو حشرات و تابو به حساب می‌آیند و بار معنایی اضافی دارند. موشهای صحرایی و خانگی به خصوص از نظر بسیاری اشخاص نفرت‌انگیزند. مقوله معادل در روابط انسانی نسبت‌خواندگی است و نه قبیله‌ای، اما ویژگی‌های هر دو را در خود دارد. لیچ خاطر نشان می‌سازد که چگونه مادرخوانده نوعاً شکلی از تابوست، و جای مقوله‌ای را در دنیای انسانی می‌گیرد که در دنیای جانوری در اختیار حشرات است.

به همین ترتیب مقوله‌ای هنجارشکن بین جانوران مزرعه و وحشی

وجود دارد که روباه (در بریتانیا) کایوت (در ایالات متحده) و دینگو (در استرالیا) اشغالش می‌کنند. آنها وحشی‌اند، اما دوروبر مزارع و خانه‌ها می‌پلکند و برخی از خصوصیات جانوران خانگی، به ویژه سگها را دارند. معادل انسانی آن "تیهکاران" است، که آمیزه‌ای از خصوصیات "قبیله ما" و "دیگران/بیگانگان" را دارند. لیچ باز هم یادآوری می‌کند که دادن نقشها و نسبتهای جنایی به روباه و کایوت و دینگو در داستانهای عامه چقدر رواج دارد: آنها نوعاً دزد و حيله‌گرند.

همچنین رشته موازنه ساختاری بین خوراکی بودن جانوران و قابل ازدواج بودن انسانها وجود دارد. جانوران دست‌آموز را نمی‌توان خورد، با اعضای خانواده نیز نمی‌توان ازدواج کرد، جانوران مزرعه را معمولاً می‌توان خورد، زوج و زوجه نیز معمولاً در درون قبیله/محلله است، جانوران وحشی را می‌توان در مراسم خاصی خورد، و فقط کسانی که "جواز" دارند به هنگام "مجاز" می‌توانند آنها را بکشند؛ همه جوامع بین کسانی که می‌توانند شکار کنند و آنها که نمی‌توانند تمایز قائل می‌شوند، و بسیاری از آنها فصول شکار مخصوص دارند. شکار (که گوشت خوردنی جانور وحشی است) خوراک مخصوص جشنها است. همچنین ازدواج بین افرادی از دو قبیله متفاوت فقط در ایام خاص - معمولاً برای اتحاد سیاسی - یا با دل‌بستگی فراوان به غیرعادی بودن، همچون ازدواجهای بین نژادی در جامعه ما، برگزار می‌شود. به همین ترتیب جانورانِ مقولاتِ هنجارشکن معمولاً خورده نمی‌شوند؛ همین‌طور کسانی که در مقولات معادل قرار می‌گیرند برای ازدواج مناسب نیستند.

زمانی که مقولات آشکارا طبیعی مکان و انواع جانوری نخست برای طبیعی و محقق جلوه دادن مقولات فرهنگی تر خویشاوندی و در درجه دوم مقولات خاص هر فرهنگ و انتزاعی تر خوردنی بودن و قابلیت ازدواج به کار می‌رود، آن را می‌توان نمونه دیگری از منطق عینی دانست.

آینه‌های مرزی

انسان‌شناسان ساختارگرا بحث می‌کنند که اهمیت حیاتی مرز بین مقولات در تمام جوامع رشته‌ای آینه‌های مرزی فراهم آورده که برای تسهیل انتقال بین آنها طراحی شده است. به طور کلی هر قدر مقولاتی که در آن تخطی می‌شود بزرگ‌تر باشد، آیین سنجیده‌تر و مهم‌تر است. بنابراین تمام جوامع آینه‌هایی دارند که به گذرگاه‌های بین زنده و غیرزنده معنا بدهند، چه این گذرگاه متعلق به تولد باشد و چه مرگ. به همین نحو گذرگاه‌های بین مجرد و متأهل یا کودکی و بلوغ نوعاً آینه‌های سنجیده‌ای برای مشخص کردن و معنا دادن به عبور از مرزهای مقوله‌ای دارد. آینه‌های روزمره و کمتر حساب‌شده احوال‌پرسی و وداع مرز بین حضور و غیاب را مشخص می‌کنند.

این گذرگاه بین مقولات را غالباً دوره‌های هنجارشکن مشخص می‌کنند - ماه عسل، سوگواری و دیدن جسد مرده در تابوت، دوره بین تولد و نامگذاری - که مقدس است، چون نه این مقوله است و نه آن. آنها نشانهایی از آن که ترک شده است دارند و از آن که در پی می‌آید خبر می‌دهند. آنها دوره‌هایی هستند که به اعضای جامعه کمک می‌کنند تا معانی خود را از شخص تغییر یافته اصلاح کند، چنان‌که انتقال برخلاف سرگشتگی ناگهانی نباشد.

به همین ترتیب در تلویزیون قسمت‌های اعتبار و عنوان یا هویت ایستگاه اشکال آیین مرزی است. آنها بیننده را قادر می‌سازند که بین مقولات متغیر مثلاً مسابقه اطلاعات عمومی و اخبار، یا اخبار و سریال‌های عامه‌پسند فرق بگذارند. عنوان‌بندی نوعاً مقوله برنامه‌ای را که قرار است پخش شود تعیین می‌کند. عنوان‌بندی برنامه‌های مختلف خبری از عناوین سریال‌های عامه‌پسند بسیار متفاوت است، که هر دو به نوبه خود با نمایش‌های داستانی فرق دارند. بدون این آینه‌های مرزبندی مقولات گوناگون برنامه‌های تلویزیون بیش از پیش سردرگم خواهد بود. به همین

ترتیب ماه عسل برای مردم راه را هموارتر می‌کند تا با موقعیت مقوله‌ای زوج تازه ازدواج کرده منطبق شوند. قسمت‌های آغاز و پایان برنامه‌های تلویزیونی را نیز می‌توان معادل مراسم احوالپرسی و وداع دانست. اهمیت مشخص کردن برخی مرزهای مقوله‌ای در تلویزیون را بریتانیایی‌ها به وسیله این الزام تشخیص داده‌اند که برنامه‌ها و آگهی‌ها را باید با پرده سفید یا یک نماد به روشنی از هم جدا کرد. در ایالات متحده چنین الزامی وجود ندارد و برنامه‌ها و آگهی‌های تجاری می‌توانند به راحتی در هم ادغام شوند. البته سردرگمی بیننده به نفع آگهی دهنده است که می‌خواهد "تعلیق دلخواه بی‌اعتقادی" را حفظ کند، زیرا بیننده به این ترتیب یک برنامه نمایشی دلخواه را می‌بیند و نمی‌خواهد آن را به جای زشت‌بینی و فاصله‌گذاری بنشانند که بیشتر با آگهی تناسب دارد. اینکه کدام گذرگاه مرزی را که آینه‌ها مشخص می‌کنند برگزینیم و کدام یک را نادیده بگیریم، اطلاعات زیادی از اولویت‌های یک جامعه به دست می‌دهد. در بریتانیا اولویت به بیننده / مصرف‌کننده و در ایالات متحده به آگهی دهنده / تولیدکننده داده شده است.

طبیعت و فرهنگ

لوی اشتراوس معتقد بود که یکی از مرزهای قطعی که تمام جوامع می‌کوشند آن را مفهوم سازند مرز بین طبیعت و فرهنگ است. فرهنگ یک فرایند مفهوم‌سازی است که نه فقط طبیعت بیرونی یا واقعیت، بلکه همچنین نظام اجتماعی را که خود بخشی از آن است، و هویت اجتماعی و فعالیتهای اجتماعی درون آن نظام را در قالب مفهوم می‌ریزد. احساس ما از خودمان، از روابط اجتماعی مان و از "واقعیت" همه فرآورده فرایندهای فرهنگی یکسان است.

اما بیشتر فرهنگها تداوم بین مفهوم کردن خودمان و جامعه و مفهوم کردن واقعیت یا طبیعت را تشخیص نمی‌دهند؛ به جای آن مرز روشنی بین

طبیعت و فرهنگ می‌کشند و می‌کوشند معانی یا مقولاتی را که ذاتی خودِ طبیعت به نظر می‌رسد از مفهوم‌سازیه‌های روشن‌تر فرهنگی معنادار کنند. در اینجا حرکت دوگانه متضادی است؛ فرهنگها خود را از طبیعت متمایز می‌کنند تا هویت خود را مستقر سازند، بعد آن هویت را از راه قیاس با طبیعت مشروع می‌کنند و آن را بیش از فرهنگی، "طبیعی" جلوه می‌دهند. بنابراین طبیعت واقعیت خاصی است که در برمان گرفته؛ هر قدر که اصطلاحاتش دسترس‌ناپذیر باشد، "طبیعی" مفهومی است که فرهنگ از طبیعت می‌سازد؛ طبیعی فرآورده‌ای فرهنگی است، طبیعت واقعیت پیش از فرهنگ است.

لوی اشتراوس در کتابش خام و پخته (۱۹۶۹) اهمیت غذا و آشپزی را در روندهای فرهنگی تحلیل می‌کند و سپس تا جایی بسطش می‌دهد که برای حوزه وسیع‌تری از استحاله فرهنگی به کار می‌رود. غذا مقوله هنجارشکن نیرومند ویژه‌ای است، زیرا مدام مرزهای حیاتی بین مقوله طبیعت و فرهنگ، من و غیر من، و جهانهای بیرونی و درونی را در می‌نوردد. از این رو ایام پراهمیت فرهنگی تقریباً همیشه با ضیافت و خوراک همراه است، و فرایند آشپزی که طی آن خوراک خام به فرهنگ پخته تبدیل می‌شود، یکی از مهم‌ترین فرایندهای فرهنگی است. این فرایند از لحاظ مفهومی پیش از هر استحاله ابزاری شروع می‌شود، چون همه فرهنگها طبیعت را به دو بخش "خوردنی" و "غیرخوردنی" تقسیم می‌کنند، گرچه البته همه اشیا طبیعی گوناگون را در هر یک از این مقوله‌ها می‌گنجانند. معده انسان تقریباً همه چیز را می‌تواند هضم کند، بنابراین تمایز بین خوردنی و غیرخوردنی مبنای فیزیولوژیک ندارد، و تنها پایه فرهنگی دارد. اهمیت این تمایز از این لحاظ مشخص می‌شود که در هر جامعه الگویی برای خوردنی و غیرخوردنی وجود دارد و با تکرار مقایسه آنها تفاوت و بیگانگی آنها آشکار می‌گردد. بنابراین انگلیسی‌ها، فرانسوی‌ها را قورباغه‌خور و اسکاتلندی‌ها را جفوریغورخور می‌دانند؛

عربها بیگانه‌اند، چون چشم گوسفند را می‌خورند، و بومیان استرالیا چون که کرم‌های جادوگر را می‌خورند.

این دگرگشت مفهومی طبیعت به فرهنگ (رده‌بندی آن در خوردنی و نخوردنی) به صورت فرایند تکنیکی آشپزی درآمده است. همه جوامع خوراک خود را می‌پزند، گرچه باز هم معده انسان می‌تواند آنها را خام هضم کند. آشپزی دگرگشتی فرهنگی است، نه ضرورتی مادی. تحلیل استادانه لوی اشتراوس از نظام‌های آشپزی نمونه‌ای افراطی از روش‌شناسی ساختارگراست، و برخی از نشانه‌های فشار را نشان می‌دهد (برای گزارش ساده و خوب آن نک: لیچ، ۱۹۷۰) ولی برای منظور ما برجسته‌ترین تمایز او بین پختن (یا سرخ کردن) از یک سو و تنوری کردن (یا کباب کردن) از سوی دیگر است. همچنین بین این شیوه‌های بسیار فرهنگی دگرگشت خوراک و فرایند طبیعی‌تر پوسیدگی تمایز قائل می‌شود. به طور کلی بحث می‌کند که رابطه وارونه‌ای بین درجه دگرگشت فرهنگی و ارزش اجتماعی مفروض خوراک حاصله وجود دارد. بنابراین غذای پخته کاملاً آشپزی شده است - هم دیگ و هم قابلمه لازم دارد و هم واسطه‌ای مثل آب یا روغن. همچنین "دموکراتیک" است، چون به خوراک می‌افزاید. از سوی دیگر کباب کردن "اشرافی" است، چون با مچاله کردن، غذا را از شکل می‌اندازد، و از حجمش می‌کاهد، چون فقط گرما می‌خواهد و نه ظرف و ظروف و واسطه میانجی. بنابراین کباب کردن گوشت عموماً ارزش فراوانی دارد و معمولاً مقامات عالی‌رتبه جامعه آن را صرف می‌کنند یا به مناسبت‌های گوناگون مصرف می‌شود. گوشت پخته یا جوشانده برعکس از ارزش کمی برخوردار است و اعضای فرودست جامعه (به خصوص زنان، بیماران و کودکان) آن را مصرف می‌کنند و بیشتر غذای روزمره است تا مناسبت‌های خاص. غذای تخمیر شده معمولاً بالاترین مقام را دارد، چون طبیعی‌تر است و کمتر دچار دگرگشت شده؛ بنابراین پنیر استیلتن و شکاری که مدت‌ها آویخته شده، به خصوص در جامعه ما درخور سلیقه‌های اشرافی است.

هنگامی که می‌توانیم آشکارا در سطح جزئیات استثنایایی بر گزارش لوی اشتراوس بیابیم، در سطح وسیع‌تر در توضیح دگرگشت بنیادی فرهنگی و در جلب توجه به رابطه درجه دگرگشت و موقعیت اجتماعی فرآورده حاصله مفید است.

ساختار اسطوره

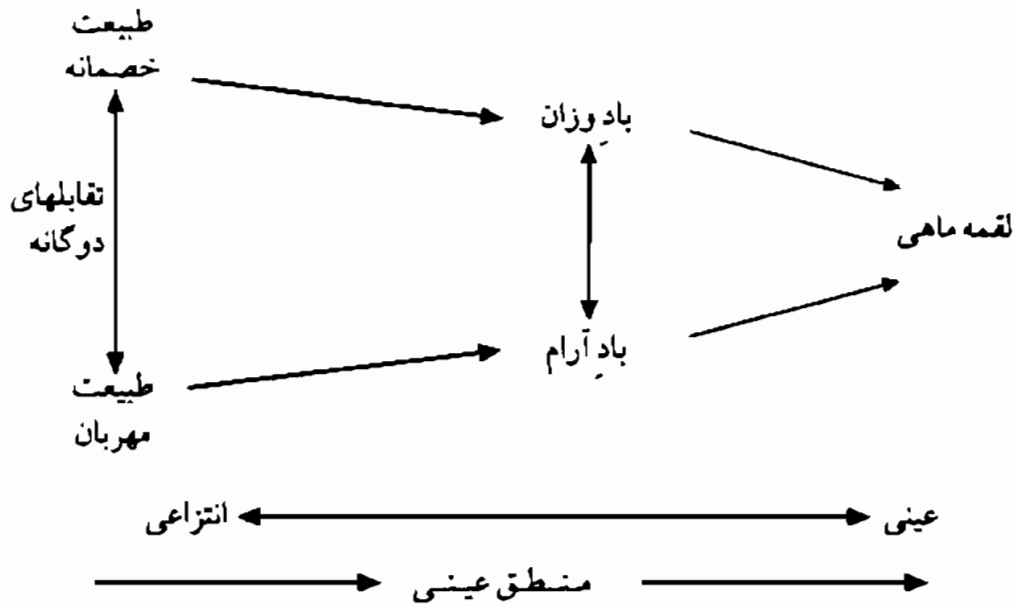
از نظر لوی اشتراوس اسطوره داستانی است با دگرگشت خاص و محلی از یک ساختار عمیق مفاهیم متضاد و دوگانه، و در چارچوبی که اسطوره دور می‌زند برای فرهنگ اهمیت دارد. نیرومندترین و پرمعناترین اسطوره‌ها در درون هر ساختار تقابل دوگانه که با تضادهای ذاتی روبه‌روست عملکرد کاهنده اضطراب را دارد هرچند که حلشان نمی‌کند (همچون تضادهایی که غالباً و در نهایت آشتی‌ناپذیر است) راه تخیلی همزیستی با آنها را فراهم می‌آورد، و چنان با آنها روبه‌رو می‌شود که خیلی مخرب نمی‌شوند و نگرانی فرهنگی چندانی به بار نمی‌آورند.

نظریه اسطوره لوی اشتراوس بیشتر و امدا فروید است تا سوسور، از سوسور تأکید بر ساختار جانشینی تقابلهای دوگانه را بسط داده است (پیش‌تر را ببینید) و همچنین استدلالش را دایره بر اینکه هر روایت اسطوره - که لزوماً با روایت دیگر متفاوت است - را می‌توان به بهترین نحو همچون شکلی از گفتار (parole) در واقعیت بخشی به ساختار عمیق بالقوه (یا زبان langue) فهمید. همچنان‌که زبان‌شناسان سوسوری گفتارهای گوناگون را (که همه آماده مطالعه است) برای رسیدن به ساختار عمیق زبان مطالعه می‌کنند، اسطوره‌شناسان نیز برگردانهای گوناگون اسطوره (که اینها نیز در دسترس مطالعه است) را برای رسیدن به ساختار عمیق آن بررسی می‌کنند.

از فروید نیز این عقیده را بسط می‌دهد که تحلیل اسطوره معادل فرهنگی تمایل رؤیاهای فرد است. کسی که خواب می‌بیند شاید یادش باشد، اما فقط معنای سطحی (و غالباً انتزاعی) آن را خواهد دانست؛

معنای ژرف‌تر و "واقعی" آن فقط در دسترس تحلیل‌گر خواهد بود. به همین ترتیب گوینده اسطوره فقط از معنای سطحی آن خبردار خواهد شد؛ معنای "واقعی" و ژرف‌تر آن فقط در اختیار تحلیل‌گر است. همچنان‌که رؤیا نتیجه نگرانی‌ها و آسیب‌های روانی گره‌خورده‌ای است که در ضمیر نیمه‌آگاه فرد سرکوب شده، اسطوره‌ها نیز از نگرانی‌های سرکوفته و تضادهای حل‌ناشده نهان در وجدان نیمه‌آگاه فرهنگی یا قبیله‌ای ناشی می‌شوند. بنابراین تحلیل اسطوره نیز شبیه تحلیل رؤیاست، گرچه روش‌شناسی ساختارگرایانه‌ای را به کار می‌برد، چون دل‌بستگی آن بیشتر به معانی خاص هر فرهنگ است، نه خاص هر فرد.

یک مثال ساده این نکته را روشن‌تر می‌کند. لوی اشتراوس (۱۹۷۹) اسطوره‌ای از آمریکای شمالی را باز می‌گوید که در آن انسان و جانور از یکدیگر به روشنی تفکیک نشده است. عنصر شریب اسطوره باد جنوب بود و چنان پرزور و سرد بود که هنگام وزیدن هر فعالیت را محال می‌ساخت. بنابراین موجودات زنده (انسان و حیوان) در صدد دستگیری و رام کردنش برآمدند. شکارچی موفق لقمه ماهی (نوعی ماهی پهن بزرگ) بود که با باد مذاکره کرد و گفت به شرط آن رهايش می‌کند که یک روز در میان بوزد و به این ترتیب بگذارد موجودات زنده به امور عادی زندگی‌شان برسند. این اسطوره تضاد بین دو جنبهٔ مهربانی و خصومت طبیعت را به دست می‌دهد، اما آنچه لوی اشتراوس را شیفته می‌کند انتخاب لقمه‌ماهی به قهرمانی است. او آن را با این استدلال توضیح می‌دهد که حضور و غیاب متناوب باد شکل مادی خود را در لقمه‌ماهی یافته است، چون اگر از پهلو به لقمه‌ماهی نگاه کنید تقریباً نامرئی (غایب) است، اما اگر از بالا یا پایین نگاهش کنید، مرئی (حاضر) است. با "منطق عینی" لقمه‌ماهی تضاد بین خصومت و مهربانی طبیعت و حضور و غیاب باد را مجسم و بین آنها میانجی‌گری می‌کند. ساخت اسطوره را می‌توان از شکل ۲۱ الگوبرداری کرد:



شکل ۲۱

بنابراین معنای نهایی اسطوره در ساختار روایی یا ترکیبی آن قرار ندارد، زیرا رویدادهای سفر یا شکار واقعی تزئیناتی نسبتاً تصنعی است و نیازی به بازگویی ندارد. معنای واپسین در رابطه جانشینی مفاهیم متضاد یافت می‌شود که راه مفهوم ساختن و بنابراین مفهوم کردن مشکل واقعی است. رابطه جانشینی طبیعت دشمن خو و مهربان به طور استعاری به معادل جانشینی حضور و غیاب باد بدل شده است: سپس تفاوت جانشین به سوی لقمه ماهی سرازیر شده است، که در وحدت نهایی در بردارنده تفاوت است - هرچه باشد موجود زنده‌ای منفرد است. بنابراین هر انتقال جانشینی دگرگشتی استعاری است که از انتزاع دور و به واقعیت نزدیک می‌شود - باد برای دشمن خوبی و مهربانی طبیعت استعاری عینی است، و لقمه ماهی استعاری عینی برای حضور و غیاب باد.

پس تحلیل‌گر اسطوره روشهای سوسوری و فرویدی را به کار می‌برد تا به مسائل ژرفی برسد که به جامعه و شیوه‌ای که اسطوره‌ها می‌سازند و به این مسائل می‌اندیشند و گردش شیوه فکرشان در سراسر جامعه مربوط می‌شود.

ساختار فرهنگ جمعی

در جوامع صنعتی اغلب رسانه‌های جمعی را دارای کارکردی معادل اسطوره در جوامع قبیله‌ای یا شفاهی می‌دانند. بنابراین نظریات لوی اشتراوس را می‌توان در مورد رسانه‌های جمعی معاصر هم در وجه کارکردی و هم عملی به کار برد. از این رو همه قسمت‌های مجموعه‌های تلویزیونی را می‌توان گفتارهای گوناگون ساختار عمیق یا زبان آن دانست. این نکته را می‌توان بسط داد، چنان‌که هر نمونه زائر را تحقق خاصی از ساختار عمیق بالقوه‌اش دانست. اگر به این نحو نگاه کنیم، همه فیلمهای وسترن را می‌توان برگردان اسطوره همسان غربی دانست، یا به عبارت دیگر، همان ساختار عمیق مفاهیم متضاد دوگانه می‌تواند وسترن انفرادی بی‌شمار تولید کند. همچنین ساختار عمیق مجموعه‌های تلویزیونی می‌تواند مجموعه‌های بی‌شماری تولید کند، یا ساختار عمیق صفحه اول یک مجله عامه‌پسند می‌تواند عناوین و تصاویر بی‌شماری به وجود آورد. این دقیقاً موازی شیوه‌ای است که زبان می‌تواند تعداد بی‌شماری گفتار تولید کند. بگذارید این دو شیوه اندکی متفاوت را نخست با تحلیل یک فیلم وسترن متفرد به نام جویندگان و سپس با روی جلد یک روزنامه عامه‌پسند به کار ببریم.

کاربرد ۱: "جویندگان"

فیلم جویندگان با تمایی از ملک و مزرعه‌ای دورافتاده در چشم‌اندازی سترون در غرب وحشی آغاز می‌گردد. در نمادهای آغازین جزئیات زندگی "خانگی" و روزمره که بیشتر زنان و کودکان در آن نقش دارند، مسلط است. سپس از لای در خانه رعیتی تصویر کوچک و دور اسب سواری را در چشم‌انداز می‌بینیم. سوار نزدیک می‌شود، از اسب به زیر می‌آید، و خانواده به پیشوازش می‌روند و ما پی می‌بریم که او عمو ایشن (نقش او را جان وین بازی می‌کند) است، و سالها غایب بوده است. او را

به درون خانه می‌برند و با خانواده شام می‌خورد. موقع خوردن شام سوار دیگری در دور دست، باز هم از لای در خانه دیده می‌شود. او چهارنعل می‌آید و به شیوه سرخ‌پوستان، یعنی با چرخاندن پا از روی گردن اسب، نه از بالای کفل آن پیاده می‌شود. سر میز شام می‌آید و با نگاه خیره‌ایش روبه‌رو می‌شود که می‌گوید: "نزدیک بود تو را با یک دورگه اشتباه بگیرم". (تفسیری که در دهه ۱۹۸۰ نژادپرستی ناپذیرفتنی می‌نمود). در می‌یابیم که او مارک است، که اجدادش پروکی بودند.

همین چند دقیقه اول فیلم ساختار تقابل دوگانه‌ای دارد که زیر ساخت کل روایت (و نوع و سترن) را تشکیل می‌دهد. باقی روایت مربوط می‌شود به حمله سرخ‌پوستان به ملک و ربودن دختر جوان خانواده به نام لوسی و جست‌وجوی ایشن و مارک در پی او، که سرانجام به نجات او و بازگرداندن به آغوش خانواده و ازدواج شادی بخش منجر می‌شود. نماهای آغازین بر تقابل دوگانه ملک رعیتی و چشم‌انداز تأکید می‌ورزد، که به سرعت همچون دگرگشت عینی تضادهای انتزاعی شرق پیشرفته و غرب "خام و وحشی"، سفیدپوستان و سرخ‌پوستان، نظم و قانون و هرج و مرج، انسانیت و سنگدلی، و پیچیده‌تر از همه زنانگی و مردانگی، و جامعه و فرد، استقرار می‌یابد. البته در نهایت تضاد ساختار عمیق آن بین فرهنگ و طبیعت است. البته معنایی که از این تضاد اخذ می‌شود مربوط است به جامعه سفیدپوستِ پدرسالار، سرمایه‌دار، امپریالیست، و توسعه‌طلبی که طبیعت را منبع دست‌نخورده و خاص می‌بیند که باید از آن به کمال بهره‌برداری کرد. می‌توانیم این ساختار را به صورت مدل شکل ۲۲ دریاوریم.



نکاتی چند دربارهٔ این تحلیل ساختاری وجود دارد. گرچه در وهلهٔ نخست از مطالعهٔ تنها یک اسطوره به دست آمده، وابسته به دانش ما از اسطوره‌های دیگر در این نوع است، حتی اگر در سطح بررسی مقوله‌ها باشد؛ چون اگر بتواند اسطورهٔ وسترن‌های دیگر را ایجاد کند، اعتبار نخواهد داشت، البته هر داستان وسترن لزوماً نیازی به ارجاع به همهٔ تقابلهای دوگانه ندارد - خانم معلم (آموزش: جهل) غالباً غایب است، گرچه کلاتر (قانون - نظم: هرج و مرج) تقریباً همیشه حاضر است، و کشیش (مسیحیت: بت‌پرستی) اغلب حضور دارد.

من این ساختار را به سه گروه ارزش اصلی تقسیم کرده‌ام. نخست عناصر عینی و عملی در این روایت خاص است. دوم ارزشهای خاص سرمایه‌داری پدرسالار سفیدپوست است که به گروه نخست شکل عینی داده و به عناصر گروه نخست معانی خاص هر فرهنگ را می‌دهد - که در واقع جزئیات عینی را توانا می‌سازد و تا فراسوی سطح موارد خاص به طور اسطوره‌ای عمل کنند. گروه دوم می‌تواند شامل معانی شرق و غرب (ایالات متحده) شود. گروه سوم عبارت از ارزشهایی که آشکارا به نظام ارزشی عام و بنابراین طبیعی، یعنی اخلاق، خیر و شر و شیوه‌ای که در هر محل بروز می‌کند. اینها در ارزشهای خاص هر فرهنگ گروه دوم تجلی می‌کنند و به نوبه خود برای طبیعی‌سازی‌شان، یعنی جا دادنشان در طبیعت بیش از فرهنگ فعالیت می‌کنند. بنابراین تشخیص این نکته که ارزشهای گروه سوم در نهایت خاص هر فرهنگ است، اما مقام "طبیعی" به آنها داده شده و بنابراین می‌تواند قسمتی از طبیعت جلوه داده شود نه فرهنگ، کاری است کارستان.

پس این ساختار نشان می‌دهد که چگونه اشیاء و رخداد‌های واقعی روایت در دو جهت به ساختار عمیق مربوط می‌شوند. نخست، همچون مثالهای واقعی و بنابراین بلامنازع مفاهیم فرهنگی انتزاعی‌تر و بنابراین پیچیده‌تر عمل می‌کنند؛ آنها انتزاعی را به واقعی و فرهنگی را به طبیعی بدل می‌کنند. دوم، آنها خود از رابطه ساختار عمیق مقولات فرهنگی انتزاعی و وسیع معنا کسب می‌کنند؛ از تصادفی به ساختمند و بنابراین از بی‌معنایی به پرمعنایی گذر می‌کنند. ما می‌دانیم که اشیاء، مردم و رخداد‌های روایت چه معنایی می‌دهند (حتی اگر آگاهانه نباشد) و بیشترین لذت ما از روایت از آگاهیمان از ساختار (و بنابراین نظام معنایی) ناشی می‌شود، که در آن تزریق شده‌اند. پس حرکت دو جانبه مدافعی به سمت بالا و پایین ساختار، بین عینی و انتزاعی، بین سطح و عمق، صورت می‌گیرد که ویژگی همه روایت‌های اسطوره‌ای است.

اما این ساختار عاری از مشکلات خود نیست. ساختاری که با تمام قوا ارزشهای سمت راست نمودار را دربر می‌گیرد و ارزشهای سمت چپ را یکسره انکار کند، سترون و ملال‌انگیز خواهد نمود، و به نحوی فاقد انگیزه برای تکامل خواهد بود. بنابراین اگر مثالی بزنیم، سرمایه‌داری به خطر کردن وابستگی خواهد داشت؛ اگر مردم پیوسته جانب امنیت را بگیرند، این عنصر عمل نخواهد کرد. به همین نحو رقابت در آن نیازمند درجه‌ای از سنگدلی است، و همچنین پروای بازنده را نداشتن. در روایت سرخ‌پوستان از سفیدپوستان بیرحم‌ترند، اما در واقعیت جامعه سفیدپوستی، در امپریالیسم نژادی آن، بسیار بیرحم‌تر از سرخ‌پوستان است، نه برعکس. مشکلات ساده‌سازی این ساختار بیش از همه بر مقولات "مردانگی" و "فرد" متمرکز می‌شود.

تناقضهای بی‌واسطه آن است که در اینجا مردانگی و فردیت در جانب منفی ساختار پدیدار می‌شوند، حال آنکه در فرهنگ سرمایه‌داری بورژوازی پدرسالار باید در جانب مثبت قرار گیرند. اما البته ارزشهای جانب منفی ساختار به ناگزیر چنین نیست، درست مثل جانب دیگر که ناگزیر مثبت نیست. مفاهیم مردانگی و فرد به قدری وحشیگری، سنگدلی، و غیر اخلاقی شدن طبیعت نیاز دارند؛ بیش از حد متمدن و اجتماعی شدن شاید به ناتوانی و زنانگی بینجامد. بنابراین در عین اینکه نقش زنانگی در غرب شاید نوعاً اجتماعی کردن و رام کردن مردانگی باشد، هرگز آن را بدون تناقض‌گویی مثبت یا خیر ندانسته‌اند. از این رو به قهرمان هنجارشکن وسترن، همچون نقشهایی که جان وین بازی می‌کند، نیاز می‌افتد که بسیاری از ارزشهای دوسوی ساختار را با هم گرد می‌آورد. او فردی است که در کنار جامعه عمل می‌کند (اما پیوسته در خاتمه کار تک و تنها سواره به دامن طبیعت برمی‌گردد)؛ از چشم‌انداز به خانه رعیتی می‌آید و در پایان روایت به طبیعت و غروب خورشید باز می‌گردد. در طبیعت همچون سرخ‌پوستان در خانه خود است؛ هم وحشی است و هم متمدن، هم

بدوی است و هم پیشرفته، هم سرخ‌پوست است و هم سفیدپوست. قهرمان از لحاظ اسطوره‌ای بسیار نیرومند و از لحاظ روایی بسیار موفق است، زیرا نیروی معنایی خود را از هر دو سوی ساختار می‌گیرد. قهرمان بین تضادهای طبیعت و فرهنگ میانجی‌گری می‌کند؛ آنها را حل می‌کند، چون در نهایت آشتی ناپذیرند، اما طوری ترتیب می‌دهد که مربوط به جامعه خاصی در زمان خاصی می‌شود. جان وین در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در این تضادها همان‌طور میانجی‌گری می‌کند که کلینت ایستوود در دهه‌های تلخ‌تر ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ به طرزی کاملاً متفاوت عمل می‌کند. تغییر قهرمان و سترن بخشی از تغییر برداشت جامعه از معنای پیشرفت، امپریالیسم، سرمایه‌داری و خیر و شر است.

کاربرد ۲: ساختار اسطوره‌ای "ویکلی وولدنیوز"

لوی اشتراوس بارها اسطوره‌های ظاهراً نامربوط را از قبایل ظاهراً نامربوط می‌گیرد و بیان می‌دارد که ساختار عمیق یکسانی دارند؛ او نتیجه می‌گیرد که نه تنها اسطوره‌ها به راحتی سفر می‌کنند و قبیله‌ای اسطوره را از قبیله دیگر وام می‌گیرد، بلکه نگرانی‌ها و مسائل مشترک درباره رابطه بین فرهنگ و طبیعت، انسانها و خدایان، مرگ و زندگی، ما و آنها، و غیره باید رشته‌ای تقابلهای دوگانه ساختار عمیق فراهم آورد که مشترک است و بنابراین اسطوره‌هایی ایجاد کند که اختلافشان سطحی است. این نظریه روش‌شناسی‌ای است که زیر ظاهر متنوع در جست‌وجوی وحدت سازمان‌دهنده است.

How to tell if YOU are descended from a space alien

WEEKLY WORLD

NEWS

**GUN-TOTING MOM
RESCUES NIECE
FROM KIDNAPPER**



Terminal patients were weighed before and after they died!

**HUMAN SOUL WEIGHS
1/3,000TH OF AN OUNCE**

'This proves there is life after death,' say top scientists



**Painting of Elvis
weeps real tears!**

Psychic senses river run backwards

**Gutsy girl swims
herself to death!**

**Oops! Cheatin' hubby
tries to date his own
wife at a singles bar!**



روی جلد ویکلی ورلدنیز (تصویر ۱۳) در نگاه نخست مجموعه‌ای از موضوعات پراکنده می‌نماید، اما با نگاه دقیق‌تر ساختار عمیق‌تر زیر لایه‌اش آشکار می‌شود. دو موضوع اصلی به ما اجازه‌کنند و کاو در این ساختار را می‌دهد. دلیل علمی وجود روح و زندگی پس از مرگ از لحاظ ساختاری شبیه تیترا "اشکهای نقاشی الویس پریسلی" است: هر دو در تقابل دوگانه عمیق زندگی: مرگ و تقابلهای بیشتر مختص هر فرهنگ و بنابراین با عمق کمتر که در آن دگرگون شده‌اند، سهیم‌اند. اینها دربرگیرنده تقابلهای دوگانه زیر است: علم: مذهب، عقلانیت: عقل‌گریزی، دنیوی: معجزه‌گری، مسیحیت: بت‌پرستی، و طبیعی: ماورای طبیعی. شماری از نکات جالب از این تحلیل مقدماتی حاصل می‌آید. نخست آنکه این تضادها در ارزشهای مسلط اجتماعی تردید و تخریبشان می‌کند، نه آنکه پشتیبانان باشد. در جامعه‌ای نظیر جامعه ما که به مسیحیت و عقلانیت وفادار است، رابطه بین علم و مذهب لزوماً فراوان است، و جامعه ما می‌کوشد دو قلمرو را تا سرحد امکان از یکدیگر جدا کند؛ اما هنگامی که این دو در کشاکش مستقیم درگیر می‌شوند، معمولاً به علم مقام والاتری داده می‌شود - مثلاً در مباحثه آفرینش - تکامل، یا در مواردی که مذهب انتقال خون یا درمان پزشکی را منع می‌کند. اما در این موضوعات در موضعی قرار می‌گیریم که توضیحات و تجربیاتی را باور کنیم که برای فراهم آوردن نکات "حقیقی" فراسوی نیروی علم قرار داد - چون البته "حقیقت" ساختی اجتماعی است و تولید و چرخش آن برای اعمال قدرت در جامعه جنبه اصلی دارد. حقایق علمی شاید "بتر" از حقایق مذهبی نباشد، اما پذیرش و نیروی اجتماعی بسیار زیادی دارد. بنابراین "دانش" معمولاً وجود روح و همچنین این "حقیقت" را نمی‌پذیرد که تصویر می‌گیرید. این تیتراها با هنجارهای مسلط در تضاد

است؛ یکی از تیترها دعوت‌مان می‌کند علیه دانش "غیرمتعارف" (و مسیحیت) در کنار دانش متعارف قرار بگیریم و تیترا دیگر ما را علیه مسیحیت در کنار خرافات بت‌پرستانه قرار می‌دهد. در هر دو تیترا ما کنار "دانش" غیررسمی یا کمتر نیرومند قرار می‌گیریم. این نکته که مسیحیت تغییر جبهه می‌دهد (از نظر اجتماعی از علم کم‌نیروتر، اما از بت‌پرستی نیرومندتر است) مهم نیست - رابطه ساختاری بین "حقایق" کمتر یا بیشتر مشروع یکسان می‌ماند، و همین برای ساختارگرایی مهم است. در درون هر نظام هر واحدی می‌تواند نسبت به واحدهای دیگری که با آنان مربوط است جابه‌جا شود، بی‌آنکه به کل ساختار نظام لطمه بزند. بنابراین "مسیحیت" می‌تواند موضع خود را از "کمتر نیرومند به لحاظ اجتماعی" (نسبت به علم) به "بیشتر نیرومند از لحاظ اجتماعی" (نسبت به بت‌پرستی) تغییر دهد. تیترا "اشکهای نقاشی الویس پرسلی" خلاف مسیحیت است، زیرا مسیحیت معتقد است چنین معجزه‌هایی خاص خدا، مسیح، و قدیسین است - مقوله‌ای که معمولاً خواننده پاپ را در بر نمی‌گیرد. تیترا خیال‌انگیزی که سبب می‌شود «رود سر بالا برود»،^{*} و (امکان وجود) بیگانه فضایی در اجداد ما نیز در این ساختار مشترک سهیم‌اند، متعارف علیه غیرمتعارف، استدلال علمی علیه موضوع و صف‌ناپذیر. موضوع «شوهر فریبکار»^{**} نیز، گرچه با درجه وضوح کمتر، به همین نحو است، چون در اینجا خرد و علم در قوانین احتمال تجسم یافته، حال آنکه شانس و اقبال فرآورده نظامی و صف‌ناپذیر است که فراسوی عقلانیت قرار دارد.

در دو تیترا پیش‌پا افتاده‌تر (مادری که برادرزاده‌اش را نجات می‌دهد)^{***} و «دختری که تا سرحد مرگ شنا می‌کند»^{****} نیز وابسته به

* Psychic makes river run backwards

** Oops! Cheatin' hubby...

*** Gun-Toting Mom...

**** Gutsy girl swims...

موضوعات زندگی و مرگ‌اند، گرچه بیشتر در سطح فیزیکی نه معنوی و با هنجارهای از لحاظ اجتماعی مسلط، هریک غیرمتعارف دانسته می‌شوند. مادر هفت‌تیرکش که برادزاده‌اش را از چنگال آدم‌ریایان می‌رهاند، هنجارهای اجتماعی مردانگی و زنانگی را وارونه می‌کند، همچنین هنجارهای اجتماعی عمومی (یا رسمی) و خصوصی (یا انفرادی) را. او دست به عملی می‌زند که معمولاً خاص مردان و نیروی پلیس است؛ از او به طور دوگانه سلب قدرت شده است (با زن بودن و فردیت خصوصی). با این حال علیه هنجارهای اجتماعی موفق می‌شود. این تیر با وارونه کردن هنجارهای اجتماعی در آنها تردید می‌کند. آن دیگری با زیر پا گذاشتن هنجارها در آنها شک می‌کند. ورزش رسماً مورد تأیید است، زیرا ارزشهای مطلوب اجتماعی را ارتقاء می‌دهد، بنابراین تیرتی که در آن از هنجارهای کوشش "بی‌باکانه" (در کار یا ورزش) تا حد مرگ نخطی می‌شود، آنها را در مظان شک و تردید قرار می‌دهد. ماجرا حکایت می‌کند که دختر برای مربی‌اش زیادی کار کرده، با این موازنه‌ضمنی که کارگر نیز برای کارفرمایش بیش از حد کار می‌کند. زیاده‌روی همیشه در معیار متعارفی که زیر پا می‌گذارد، تردید می‌کند. صفحه اول تماماً زیاده‌روی است، و زیاده‌روی آن شکاکیت لذتبخشی برمی‌انگیزد، چنان‌که ناباوری ما نسبت به تجربیات و توصیفات "رسمی" روزنامه ویکلی ورلد نیوز را سرشار می‌کند - ما به همان درجه به این تیرها شک داریم که به هنجارهای اجتماعی نهفته در ورای آنها.

پس این صفحه کارکردی اسطوره‌ای برای ناخرسندی و بی‌اختیاری در آمریکای معاصر دارد. هنجارهای اجتماعی و ارزشهایی که با خود دارند در مفاهیم نیرومندی چون علم، خرد، و طبیعی مجسم می‌شوند. ارزشهای کمتر مشروع که فقط به علت ارائه شیوه‌های تردید کردن در نظام اجتماعی بی‌که محروم‌شان می‌سازد تابعشان می‌شوند، آنها را به چالش می‌طلبند. یکی از راه‌های رویارویی با نظام اجتماعی که در راه

کسی اشکال تراشی می‌کند، ناباوری است، شکاکیتی عمومی که در آن هر چیز را با ریشخند می‌پذیرند. بنابراین ساختار اسطوره‌ای زیر لایه تیرهای متنوع صفحه اول روزنامه مذکور مثل شکل ۲۳ به نظر خواهد رسید.

علم	:	مذهب
عقلانیت	:	عقل‌گریزی
وصف‌پذیر	:	وصف‌ناپذیر
دنیوی	:	معجزه‌گری
مسیحیت	:	بت‌پرستی
طبیعی	:	ماروای طبیعی
فیزیکی	:	روانی
احتمال	:	تصادف
زیاده‌روی	:	کوشش (عادی)
مردانگی	:	زنانگی
عمومی	:	خصوصی
رسمی	:	انفرادی
قوی	:	ضعیف
فرهنگ/جامعه	:	طبیعت
مرگ	:	زندگی

شکل ۲۳

اهمیت اجتماعی و سیاسی این ساختار در رابطه تقابلهای "عام" عمیق فرهنگ: طبیعت و مرگ: زندگی با خصوصیات اجتماعی و تاریخی بیشتر نهفته است که در آن دچار دگرگشت شده‌اند. این رابطه خلاف انتظار است که در آن مفاهیم مثبت طبیعت و زندگی با مفاهیم ضعیف و محروم در یک ردیف قرار گرفته‌اند. نظام اجتماعی که از آنها سلب قدرت می‌کند غیر طبیعی و ناکافی می‌نماید. و ارزشهایی که خوار می‌شمارد مثبت‌تر و "حقیقی" تر به نظر می‌رسد، زیرا به حس طبیعت نزدیک‌تر است، همان‌که جامعه ما به نام خرد علمی مرادش می‌کند.

اسطوره و ارزشهای اجتماعی

تحلیل ویکلی ورلد نیوز به این ترتیب عقاید لوی اشتراوس را به جاهایی می‌کشاند که خود او جرئت پا گذاشتن بدان را نداشت، اینکه تفاوت‌های اجتماعی به طور خاص، اما نه انحصاراً، طبقاتی است. اینها برای نظریات اسطوره‌بارت اساسی است، گرچه تحلیل ما با توصیف اصلی بارت درباره اسطوره‌های جوامع سرمایه‌داری مغایرت دارد. بارت معتقد است که این اسطوره‌ها، با چند استثناء، منافع طبقات فرادست را پیش می‌برد و در خدمت آن است.

نظریات بارت و لوی اشتراوس درباره اسطوره از بسیاری جهات کاملاً با هم مغایرت دارند. برای لوی اشتراوس اسطوره روایتی است که حتی اگر استفاده‌کنندگان آن آگاهانه حرفش را نزنند، تشخیصش می‌دهند. برای بارت اسطوره زنجیره همبسته‌ای از مفاهیم است: شاید مردم از معنای این زنجیره آگاه باشند، اما از خصلت اسطوره‌ای آن بی‌خبرند. از نظر بارت اسطوره عملکرد اصلی خود را می‌پوشاند و معانی خود را طبیعی جلوه می‌دهد؛ از نظر لوی اشتراوس عملکرد آن آشکار و معنایش پنهان است.

از نظر بارت اسطوره پایه طبقاتی دارد؛ معانی آن را فرادستان اجتماعی برای خود ساخته‌اند، اما طبقات فرودست نیز حتی علیه منافع خود آن را می‌پذیرند، زیرا "طبیعی" شده‌اند. لوی اشتراوس اسطوره را راهی برای رویارویی با نگرانیها و مشکلات مشترک کل جامعه و در نهایت نوع بشر می‌داند. غفلت او از تفاوت‌های طبقاتی را شاید بتوان با دستمایه‌اش، که اسطوره‌های جوامع قبیله‌ای است، توضیح داد؛ حال آنکه بارت با اسطوره‌های جوامع سرمایه‌داری اواخر سده بیستم سروکار دارد. هر دو نظریه اسطوره را شکلی از زیان و راهی برای گردش معنا در جامعه می‌دانند، اما تفاوت‌هایشان نیز در همین جا آشکار می‌شود. بارت زبان را تحت سلطه طبقه می‌داند - از نظر او منابع زبانی نیز بیش از منابع

اقتصادی توزیع نشده است؛ و گفتار نیز به اندازه زبان کانون توجه است - به همین دلیل او به اندازه چگونگی کاربرد زبان به نیروی انتزاعی بالقوه نظام آن نیز دل بسته است. از سوی دیگر لوی اشتراوس بیشتر به نظامهایی علاقه مند است که زبان از طریق آن همه فکر و معانی ما را می سازد. او در انکار تاریخ و ویژگی اجتماعی بیشتر سوسوری است، و آنها را سطحی تر و کم اهمیت تر از سرشت غیرتاریخی و عام خود نظام می داند. اما بارت آن را مسلم می داند و بر کاربردهای تاریخی و اجتماعی که نظام در آن است تأکید می ورزد. لوی اشتراوس بنیان نظریه خود را بر مغز انسان می نهد و بارت بر ساختار جوامع انسانی. اما هیچ یک از آن دو مستقیماً به سیاست تفاوت های جنسی و نژادی علاقه مند نبودند.

تحلیل ویکلی ورلدنیوز اسطوره فرودست را آشکار می کند و بنابراین نظریه های لوی اشتراوس و بارت را بسط می دهد. همچنین نشان می دهد که فرودست هم به جنس وابسته است و هم به طبقه. وقتی داستانها را دنبال می کنیم، این وابستگی نیرومندتر می شود. مربی دختر شناگر که او را به مرگ سوق داد، مرد بود؛ زنی اشکهای نقاشی الویس پریسلی را دید. جوامع سرمایه داری پدرسالارانه نیز هستند: مردان هم از قدرت اقتصادی برخوردارند و هم از برتری جنسی. خوانش اسطوره خوانش ارزشهای اجتماعی است، بنابراین در جوامع سرمایه داری پدرسالار اسطوره شناس نقشی را که معانی در توزیع قدرت در جامعه بازی می کند و این قدرت هم مبنای طبقاتی دارد و هم مبنای جنسی کشف می کند.

ساختارگرایی به ما می آموزد که ساختار عمیقی را که در زیر لایه همه نظامهای فرهنگی و ارتباطی نهفته است بجویم. همچنین توانایمان می سازد نشان دهیم که نظامهای گوناگون اجتماعی و فرهنگی که از راه آن به زندگی خود سامان و معنا می بخشیم تصادفی و گسسته نیستند. بلکه شبیه یکدیگرند. (نظام اجتماعی سرمایه داری پدرسالار شبیه ساختار فیلم جویندگان - و نوع وسترن - است. همان طور که شبیه ساختار ویکلی

ورلد نیوز است). بنابراین ارتباط (یعنی تولید اجتماعی و گردش معنا) را در مرکز هر جامعه قرار می‌دهد. زبان، اساطیر و نظامی نمادین مرکز توجه ساختارگرایان است، زیرا برای شیوه‌ای که جامعه خود را سامان می‌دهد و شیوه‌هایی که اعضایش برای مفهوم کردن خود و تجربه اجتماعی خود دارند بینشهای بی‌همتایی فراهم می‌آورند.

پیشنهاد برای کار بیشتر

۱. یکی از فیلمهای کلینت ایستوود را در نظر بگیرید و آن را مانند فیلم جویندگان که در این فصل تحلیل شد تحلیل کنید. کدام جفت از تقابلهای دوگانه در مورد هر دو فیلم مشترک است؟ آیا اصطلاحات هیچ‌یک از آنها جابه‌جا شده‌اند؟ آیا مقایسه ساختاری شما در روشن ساختن نقشهایی که جان وین و کلینت ایستوود بازی می‌کنند، کمکی خواهد کرد؟ کوتک (۱۹۸۲) مقایسه‌ای ساختاری بین جادوگر اوز و جنگ ستارگان کرده است که شاید الگوی سودمندی باشد.
۲. صفحه سونتین (شکل ۱۶) را به شیوه‌ای که ویکلی ورلد نیوز را تحلیل کردیم تحلیل کنید. مقایسه این دو از تفاوت رابطه و موقعیت اجتماعی شان چه نتیجه‌ای به دست می‌دهد؟
۳. نظریه‌های بارت و لوی اشتراوس را درباره اسطوره‌ها قیاس کنید. آیا می‌توانید آن دو را با هم گردآورید یا آشتی ناپذیرند؟ یک مثال فرهنگ معاصر را در نظر بگیرید و هر نظریه را در تحلیل آن به کار ببرید؛ یافته‌های خود را با هم مقایسه کنید.
۴. برای تحلیل یکی از اماکن عمومی چون متن فرهنگی روشهای ساختارگرا را به کار ببرید، مکانهای عمومی مثل ساحل دریا، اردوگاه جنگلی، مغازه کوچک یا فروشگاه بزرگ، بنای تاریخی، پارک و غیره است. برای مثال‌های سودمند نک:

روشهای تجربی

تا اینجا نظریه اساسی نشانه‌شناسی و ساختارگرایی را به طور خلاصه گفتیم و کاربردهای آن را شرح داده‌ایم. نشانه‌شناسی اصلاً برداشتی نظری از ارتباط است که هدفش از آن استقرار اصول با کاربرد وسیع است. نشانه‌شناسی مربوط می‌شود به چگونگی کارکرد ارتباط، نظامهای زبانی و فرهنگ، و به ویژه رابطه ساختاری نظام نشانه‌شناختی، فرهنگ و واقعیت.

بنابراین آسیب‌پذیری نسبت به انتقاد است که آن را بسیار نظری و ژرف‌اندیشه‌آمیز کرده و نشانه‌شناسان نمی‌کوشند نظراتشان را به طرز علمی ثابت یا رد کنند. همچنین شاید این انتقاد وارد باشد که مدرک استفاده شده برای پشتیبانی توضیحات یا نظریات بسیار گزینشی است. منتقدان شاید بگویند من مثالهای فصل ۶ را برمی‌گزینم، زیرا آنها توضیحات روشنی از نظریاتی که بسط‌شان می‌دهم ارائه می‌کنند. به علاوه از کجا بدانم خوانشهایی که از آنها بحث کرده‌ام، واقعاً درست است؟ آیا می‌توان مطمئن بود که چیزی بیش از رمزگشایی ذهنی شخصی و بنابراین شاید اندیشه فردی خود را ارائه کرده‌ام؟

تجربه‌گرایی

این منتقدان بحث می‌کنند که نشانه‌شناسان از لحاظ تجربی مبنای معتبر مبتنی بر شواهد ندارد که نظریه خود را بر آن بنا کنند. هدفهای تجربه‌گرایی عبارت‌اند از: گردآوری و طبقه‌بندی رویدادها یا داده‌های عینی درباره جهان؛ طرح فرضیاتی برای تبیین‌شان؛ تا حد امکان حذف هر عامل یا گرایش انسانی از این فرآیند؛ و ابداع روشهای تجربی برای آزمایش تائید (یا رد) اعتبار داده‌ها یا فرضیات.

تجربه‌گرایی با نشانه‌شناسی اساساً در موارد زیر متفاوت است:

الف. قیاسی است، نه استقرایی.

ب. واقعیتی عام و عینی را در دسترس مطالعه می‌داند.

ج. چنین فرض می‌کند که انسان می‌تواند برای مطالعه این واقعیت به طور عینی روشهایی ابداع کند.

د. مفروض می‌گیرد که فرضیات تبیین‌کننده این واقعیت قابل تائید یا ردند.

به عبارت دیگر این با تصویر فهم متعارف و مبتنی بر علمی که جامعه ماده‌گرای تکنولوژیکی غربی ما جهان را بر آن قرار می‌دهد، کاملاً متناسب است. اینجا جای غور در شایستگی‌های نسبی روشهای قیاسی تجربی و استقرایی نظری در باب فهم واقعیت نیست. آنچه می‌خواهم در این فصل به آن پردازم، نشان دادن برخی روشهای تجربی برداشت از مناطق مشابهی است که از لحاظ نشانه‌شناسی چند فصل اخیر را دربرمی‌گیرد. نخستین این روشها تحلیل محتواست.

تحلیل محتوا

تحلیل محتوا برای بررسی گزارش عینی، قابل سنجش و قابل تغییر محتوای آشکار پیامها طرح‌ریزی شده است. این روش دلالت آشکار پیامها را تحلیل می‌کند. روش تحلیل محتوا در مقیاس بزرگ‌تر بهتر عمل

می‌کند: هر چه حوزه‌اش وسیع‌تر باشد، دقتش بیشتر است. این روش از راه تشخیص و شمارش واحدهای برگزیده در نظام ارتباطی عمل می‌کند. بنابراین اگر در زمانی معین همه نمایشنامه‌های تلویزیونی را تماشا کنم و تعداد مردان و زنان بازیگر را بشمارم، درمی‌یابم که تعداد مردان به نسبت زنان دست‌کم ۲ به ۱ است. این تحلیل محتواست. واحدهای شمارش می‌تواند هر چه پژوهشگر بخواهد باشد: تنها معیار این است که باید فوراً قابل تشخیص باشد و به اندازه کافی تکرار شود تا روش تحلیل آماری معتبر باشد.

کِنْدی و نیکسون

کلمات غالباً قابل شمارش‌اند. پیسلی (۱۹۶۷) تعداد دفعاتی را که کِنْدی و نیکسون کلمات معینی را در چهار مناظره تلویزیونی در انتخابات ۱۹۶۰ به کار بردند، محاسبه کرده‌اند. استفاده آن دو از کلمات "پیمان"، "حمله" و "جنگ" تفاوت‌های جالبی را نشان می‌دهد. داده‌های جدول ۲ مدرکی برای این نتیجه‌گیری است که برخورد نیکسون بیشتر ستیزه‌جویانه و برخورد کِنْدی بیشتر آشتی‌جویانه است.

جدول ۲. کِنْدی و نیکسون: تکرار کلمات

(تکرار استفاده در ۲۵۰۰ کلمه)

کلمه	کِنْدی	نیکسون
پیمان	۱۴	۴
حمله	۶	۱۲
جنگ	۱۲	۱۸

تحلیل محتوا نباید گزینشی باشد؛ باید کل پیام یا نظام پیام یا نمونه معرف کاملی را در بر بگیرد. بنابراین با اشکال ادبی‌تر تحلیل متنی که قسمتهای معینی از پیام را برای مطالعه برمی‌گزیند و باقی را نادیده می‌گیرد، مغایرت دارد. این روش ادعای عینیت علمی دارد.

زنان و تلویزیون

برای شیوه ذهنی تر و گزینشی تر که معمولاً پیامها را دریافت می‌کنیم، این بررسی مفیدی خواهد بود. مثلاً شاید حس کنیم که زنان با تلویزیون برخورد خام‌تری دارند. تحلیل محتوا قادرمان می‌سازد برخی بررسیهای عینی را در این باره معمول داریم.

سیگر و ویلر (۱۹۷۳) کلیشه‌های شغلی را در برنامه‌های داستانی تلویزیونی آمریکا بررسی کردند و دریافتند که زنان را در رده بسیار محدودتر شغلی نسبت به مردان نشان می‌دهند. (نک: جدول شماره ۳)

دومینیک وروچ (۱۹۷۲) کلیشه‌های شغلی مشابهی را در مطالعه آگهی‌ها یافتند. شغل‌های بررسی شده شاید تفاوت داشته باشند؛ شباهت در آن است که زنان نسبت به مردان حوزه بسیار محدودتری از شغلها را در دسترس دارند (نک: جدول شماره ۴). همچنین آنان متوجه شدند که در آگهی‌ها زنان در اصل موجوداتی وابسته به خانه‌اند: آنها دو برابر بیرون در خانه دیده می‌شوند و پنج برابر نسبت به محیط کار و شغل. فقط ۱۹ درصد آنان در بیرون خانه بودند، حال آنکه ۴۴ درصد مردان چنین نمایش داده می‌شدند.

گرینر و گراس (۱۹۷۶) دریافتند که زنان بسیار بیشتر از مردان بر حسب نقش اولشان در داستانهای تلویزیونی درگیر ماجراهای خانوادگی، عاشقانه و جنسی هستند. مثلاً آنان دریافتند که:

از هر سه مرد یکی ازدواج می‌کند یا قصد ازدواج دارد.

از هر سه زن دو تا ازدواج می‌کند یا قصد ازدواج دارد.

از هر پنج مرد یکی از لحاظ جنسی در سن ازدواج است.

از هر دو زن یکی از لحاظ جنسی در سن ازدواج است.

جدول ۳. پنج حرفه‌ای که در تلویزیون آمریکا برحسب نژاد و جنس تکرار می‌شود

حرفه مردان	درصد	حرفه زنان	درصد
سیاهان			
تعداد = ۹۵		تعداد = ۲۰	
سیاستمدار دولتی	۱۸/۹	پرستار	۳۰
موسیقیدان	۱۳/۷	بازیگر / رقاصه	۱۵
پلیس	۹/۵	موسیقیدان	۵
نگهبان	۹/۵	سیاستمدار دولتی	۵
مستخدم	۵/۳	حقوقدان	۵
جمع	۵۶/۹	منشی	۵
		جمع	۶۵
بریتانیایی			
تعداد = ۱۰۴		تعداد = ۱۷	
نگهبان	۱۳/۵	پرستار	۴۱/۲
موسیقیدان	۱۱/۵	منشی	۱۱/۸
پیشخدمت	۷/۷	خدمتکار	۵/۹
پزشک	۴/۸	سیاستمدار دولتی	۵/۹
مستخدم	۴/۸	بازیگر	۵/۹
جمع	۴۲/۳	جمع	۷۰/۷
آمریکاییان سفید			
تعداد = ۱,۱۱۲		تعداد = ۲۶۰	
پزشک	۷/۶	منشی	۱۵/۴
پلیس	۷/۶	پرستار	۱۵
موسیقیدان	۴/۸	بازیگر / رقاصه	۸/۱
مستخدم	۴/۶	خدمتکار	۶/۵
دولتمرد	۴/۵	مدل	۵
جمع	۲۹/۱	جمع	۵۰

تحلیل محتوا شاید به طور پارادوکسی می‌تواند برای مطالعه صوری محتوا به خوبی به کار رود. ولچ و دیگران (۱۹۷۹) سبک آگهی‌های تلویزیونی را برای تبلیغ اسباب‌بازیهای پسران و دختران با هم مقایسه کرده‌اند. آنان دریافتند که آگهی برای اسباب‌بازیهای پسران "فعال" تر است و در آن از برشهای بیشتر و بنابراین از نمادهای بیشتر در هر سی ثانیه استفاده شده و در هر نما حرکت‌های فعال‌تری به کار گرفته است. آنان نتیجه گرفته‌اند که حتی سبک آگهی‌ها پسران را به برخورد فعال‌تر و دختران را به برخورد منفعل‌تر و ایستاتر تشویق می‌کنند.

آنچه این مثالها نشان می‌دهد این است که بیشتر توجه تحلیل محتوا از انتخاب واحد شمارش ناشی می‌شود و اینکه این شمارش باید دربردارنده یک مقایسه باشد.

اگر من توجه خود را به تحلیل محتوا از لحاظ تصویر جنسی معطوف کرده‌ام، فقط برای نمونه است. دامنه واحدهای قابل شمارش تقریباً بی‌انتهاست. مثلاً دالس اسمایت (۱۹۵۳) دریافت که داستانهای تلویزیونی کمتر آدمهای سالخورده (بالای ۶۰ سال) و جوانان (زیر ۲۰ سال) را نشان می‌دهند. همچنین دریافت که شغل‌های یقه سفید بیش از حد و شغل‌های طبقه کارگر کمتر از حد معرفی می‌شوند. کار دوفلور (۱۹۶۴) بر این یافته صحنه گذاشت. سیدنی هید (۱۹۵۴) پی برد که ۶۸ درصد افراد برنامه‌های داستانی تلویزیون مرد و تنها ۱۵ درصدشان از طبقات فرودستند. او جنایت را در تلویزیون با جنایت در جامعه مقایسه کرد و دریافت که قتل ۱۴ درصد جنایت را در تلویزیون تشکیل می‌دهد، حال آنکه در دنیای واقعی این رقم فقط به ۰/۶۵ درصد می‌رسد. در زندگی واقعی تجاوز بیش از قتل رواج دارد، اما در دنیای تلویزیونی از آن خبری نبود. گریبر (۱۹۷۰) نیز بین جنایت در زندگی واقعی و جنایت تلویزیونی تفاوتی پیدا کرد: مثلاً خشونت تلویزیونی معمولاً بین غریبه‌ها برای پول، قدرت، یا وظیفه است، حال آنکه خشونت در زندگی واقعی معمولاً بین آشناها و به سبب خشم، درماندگی یا انتقام است.

جدول ۴. حرفه‌های مردان و زنان در آگهی‌های تلویزیون

درصد	مردان (تعداد = ۱۵۵)	درصد	زنان (تعداد = ۲۳۰)
۱۴	شوهر / پدر	۵۶	زن خانه‌دار / مادر
۱۲	ورزشکار حرفه‌ای	۸	خدمتکار
۸	شخص نامدار	۷	مدل
۷	کارگر ساختمان	۵	شخص نامدار / خواننده / رقاصه
۶	فروشنده	۳	آشپز / پرستار بچه / مستخدم
۶	ناجر	۳	منشی / کارمند
۶	خلبان		
۵	جانی		
۳	مکانیک		
۳	وکیل حقوقی		
۳	مصاحبه‌گر رادیو / تلویزیون		
۲۷	شغل‌های دیگر که کمتر از پنج درصد است	۱۸	شغل‌های دیگر که کمتر از پنج درصد است

اعتصابات و رسانه‌ها

گروه رسانه‌های گلاسگو (۱۹۸۰، ۱۹۷۶) پوشش تلویزیونی اخبار صنعتی را تحلیل کرده‌اند. یکی از یافته‌های بسیار جالب ایشان نبود تناسب پوشش بالای خبری دربارهٔ اعتصابات صنایع موتوری، حمل و نقل، و اداره امور عمومی و پوشش خبری اندک اعتصاب مهندسان بود. (نک: جدول شماره ۵)

پیش از تفسیر این درصدها باید در مورد یک دلیل ساده و آشکار تحقیق کنیم. آیا این الگوی گزارش صرفاً بازتابی از الگوی واقعی است؛ به عبارت دیگر، آیا عملاً در این صنایع نسبت به بقیه اعتصابات بیشتری رخ داده است؟ جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که موضوع چنین نیست. این جدول فقط ارقام نزاع‌های اصلی را به دست می‌دهد. گروه رسانه‌ای گلاسگو دریافت که ارقام همهٔ دست از کار کشیدن، کل مقدار روزهای از

دست رفته کارگران، و کل تعداد کارگران درگیر، همه همان نبود تناسب تمرکز بر این سه صنعت را آشکار می سازند.

جدول ۵. مناطق اصلی پوشش خبری منازعه صنعتی در تلویزیون که به صورت درصد پوشش خبری کل نزاع ارائه داده شده است. (ژانویه - مه ۱۹۷۵)

مقوله صنعتی	جمع درصد گزارشها
وسایل نقلیه موتوری	۲۸
حمل و نقل	۲۷
اداره امور عمومی	۲۲/۲
جمع	۷۷/۲
مهندسی	۵/۳
تعداد = ۸۰۵	

جدول ۶. نزاعهای اصلی در مقایسه با گزارشهای تلویزیونی

صنعت	شماره توقف کار ثبت شده توسط کارگزینی	شماره احتسابات گزارش شده در اخبار تلویزیون
مهندسی	۶	۱
کشتی سازی	۱	-
وسایل نقلیه موتوری	۷	۵
صنایع کارخانه ای دیگر	۱	-
حمل و نقل و ارتباطات	۲	۲
گوناگون	۱	۱
اداره امور عمومی	۲	۲
جمع	۲۰	۱۱

جدول شماره ۷ برداشت دیگری ارائه می دهد. در این جدول آمار کارگزینی با گزارشهای اتحادیه مطبوعات (یعنی آنچه در دسترس انتشارات و ایستگاههای پخش برنامه بوده) و با آنچه در مطبوعات و تلویزیون منتشر شد، مقایسه می شود.

جدول ۷. پوشش خبری مطبوعات و تلویزیون از بخشهای اقتصادی خاص

بخش	کارگرنی روزهای کار از دسترفته	تعداد درصد	کارگران درگیر	تعداد درصد	اتحادیه مطبوعات	تعداد درصد	مطبوعات	تعداد درصد	تلویزیون	تعداد درصد
ژانویه										
رسایل نقلیه	۱۰/۱	۳	۱۸/۷۶	۲	۱	۲۳/۴	۱	۴۱/۵	۱	۲۳/۴
حمل و نقل	۷/۸	۵	۲۴/۷	۳	۳	۲۱/۵	۳	۷/۵	۳	۲۱/۵
عمومی										
اداری	۶/۵	۶	۳	۱	۲	۱۷	۲	۲۴/۱	۲	۱۷
فوریه										
وسایل نقلیه	۱۸/۴	۱	۲۳/۱	۳	۳	۱۶/۴	۲	۱۹/۳	۲	۱۶/۴
عمومی										
اداری	۱۵/۱	۳	۵/۷	۲	۲	۱۷/۶	۲	۱۳/۴	۳	۱۷/۶
حمل و نقل	۷	۵	۱۱/۵	۱	۱	۵۱	۱	۶۰/۵	۱	۵۱

تحلیل محتوا نشان می‌دهد که در رسانه‌ها تحریف صورت می‌گیرد و پوشش خبری تلویزیون نامتناسب‌تر از مطبوعات است، گرچه تعداد دفعات پوشش هر دو رسانه یکی است. آنچه تحلیل محتوا نمی‌تواند انجام دهد، پاسخ به پرسش چرا و چگونه است. از این الگو نمی‌توان انتظار داشت که از رابطه صمیمانه عشق و نفرت بریتانیایی‌ها با خودرو و مقامات محلی مربوطه یا اعتقاد سردبیران رسانه‌ها به این رابطه، یا چسبیدن بی‌چون و چرا به سنت خبرنگاری که بعضی قسمت‌ها را "اخبار" می‌داند و باقی را نمی‌داند، به ما خبر دهد.

فوتبال در تلویزیون

درام‌ها، اخبار، و امور جاری همه از واحدهای قابل شمارشی تشکیل شده‌اند. فوتبال در تلویزیون شاید کمتر درخور چنین روشی به نظر آید، اما چارلز بار (۱۹۷۵) هنگام مقایسه سبک تلویزیون آلمان غربی از بازیهای جام جهانی (۱۹۷۴) با برنامه مسابقه روز بی.بی.سی نتایج جالبی به دست آورد. چیزی را که برای شمارش برگزید تعداد نماهای نزدیکی بود که در بین نماهای دور در یک هشتم بازی گنجانده می‌شود. زمان متوسطی که پنجاه نما می‌گرفت، عبارت بود از:

تلویزیون آلمان غربی	۱۲ دقیقه و ۴۵ ثانیه
مسابقه روز بی.بی.سی	۶ دقیقه و ۵۷ ثانیه

شاید تفاوت از اینجا ناشی شده باشد که مسابقه روز برحسب نقاط اوج تدوین شده است، و نقاط اوج طبعاً نمای نزدیک است. فرض بر این است که لحظات آرام‌تر بازی وسط چمن در نمای دور، و خطر برای دروازه، شوتهای بلند، کشمکش‌ها، گرنر و غیره به صورت نمایی نزدیک نشان داده شود. "بار" برای آزمایش این موضوع، آنچه را در نمای نزدیک نشان می‌دهند از لحاظ محتوا تحلیل کرد. او از هر یک از سه تلویزیون آلمان

غربی و دو تدوین مسابقه روز بیست و پنج نمای نزدیک را برداشت تا ببینید وقتی با توپ بازی می کنند یا نمی کنند از نمای نزدیک استفاده می شود. نتایجی که به دست آورد در جدول ۸ دیده می شود.

جدول ۸. استفاده از نمای نزدیک در پوشش خبری فوتبال تلویزیون

از نمای نزدیک وقتی استفاده می شود که:	
توپ بازی می شود	توپ بیرون از بازی است
۷	۱۸
۱۶/۵	۸/۵
تلویزیون آلمان غربی	۲۵٪
«مسابقه روز» بی.بی.سی	نمای نزدیک

تحلیل دقیق تر نشان داد که تفاوت حتی مشخص تر است. در یکی از مسابقات تلویزیونی آلمان از ۹ نمای نزدیک پی در پی که توپ را در بازی نشان می داد، فقط یکی بازیکنی را نشان داد که با توپ در وضعیت راحتی می دوید، پنج نما دروازه بان را با توپ، یک نما بازیکنی را که شوتش به ثمر نرسید، یک نما بازیکنی را که توپ را موقع خارج شدن از میدان مهار می کرد، و نمای آخر بازیکنی را که از میدان بیرون می رفت نشان می داد. برعکس، بیشتر نماهای نزدیک تلویزیون بریتانیا بازیکنانی را نشان می داد که با توپ وسط میدان می دویدند.

شکل اغلب موارد تحلیل محتوا این است که یک سؤال را مطرح می کند: «پس چی؟» آیا تفاوتها در اینجا معنادار است، و اگر چنین است، به چه صورت؟ آیا مخاطب متفاوت است؟ شاید مخاطب انگلیسی کمتر وارد است و نیاز دارد که با تدوین و کار دوربین، فوتبال را برایش هیجان انگیزتر کنند. «بار» گفته الک ویکز، تهیه کننده مسابقه روز را نقل می کند: «در باره بسط عمل تکرار صحنه یا نماهای تخصصی دیگر چه می گوید؟ راستی که آنها برای مادرها و دخترهاست. اگر پوشش تک دورینی باشد، سرگرمی کاملاً قانع کننده خواهد بود». نماهای نزدیک معمولاً از ستارگان، مهارتهای شخصی، و کشمکش های حساس بین افراد

گرفته می‌شود. نماهای دور کار گروهی، دویدهای کم تنش‌تر اما ماهرانه به دنبال توپ، و موضع‌گیری‌های تاکتیکی تخصصی را نشان می‌دهد. آیا هزینه بالای حمل و نقل، توجه مطبوعات و تلویزیون به بازیکنان یا شخصیت‌های بزرگ، و سبک ارائه تلویزیون از فوتبال، همه نشانه آن است که فوتبال را شاخه دیگری از فن نمایشگری با ستاره‌ای در مرکز آن بدانیم؟ آیا آلمان فوتبالش را بازی تیمی تاکتیکی‌تر می‌داند؟ تحلیل محتوا هرگز نمی‌تواند به چنین پرسش‌های نظری کلان پاسخ بدهد، اما دست‌کم می‌تواند داده‌هایی برایمان فراهم آورد تا مباحث خود را بر آن بنا نهیم.

گربرنر، محتوا و فرهنگ

کسی که کامل‌ترین نظریه گسترده را درباره چگونگی توضیح تحلیل محتوا بر چنین موضوعات فرهنگی به دست می‌دهد، جورج گربرنر است. او معتقد است که فرهنگ از راه محصول کل رسانه‌های جمعی با خود ارتباط دارد، و این ارتباط اتفاق آراء وسیع بر سر ارزشها را در فرهنگ حفظ می‌کند یا تغییر می‌دهد. از نظر او نیروی عظیم تحلیل محتوا در آن است که کل نظام پیام را تحلیل می‌کند، نه تجربه منفردگزینشی آن را. "نبوه خلایق" در دسترس کل فرهنگ است، یعنی معنادار است و تحلیل محتوا می‌تواند با آن روبه‌رو شود. گربرنر فکر می‌کند که خصوصیات مهم رسانه‌ها الگوهایی است که در کلیت یک برنامه است، نه در یک برنامه منفرد تلویزیونی. این الگوها را تماشاگران رفته رفته جذب می‌کنند، بی آنکه از آن خبر داشته باشند. هدف تحلیل گربرنر آن است که این الگوها را آشکار سازد. بیشترین کار او تصویر خشونت در تلویزیون بوده است.

آدمکشها: کشتگان: میزان خشونت به خوبی مستند شده است. گربرنر (۱۹۷۰) نشان می‌دهد که از هر ده نمایش تلویزیون آمریکا، هشت مورد دربرگیرنده خشونت است، پنج تن از هر ده شخصیت اصلی مرتکب قتل می‌شوند؛ و شش تن از ده تن از عواقب آن برخوردارند. هفته‌ای چهارصد تن

جدول ۹. نسبت آدمکشها به کشتگان در تلویزیون آمریکا برحسب سن، طبقه، و نژاد

کشتگان	آدمکشها	
		سن
۱	۵	بالغ جوان
۱	۲	میانسال
۱	۱	پیر
		طبقه
۱	۱	بالا
۱	۳	میان
۱	۱	پایین
		نژاد
۱	۴	سفید آمریکایی
۲	۳	سفید خارجی
۱	۱	غیرسفید

تلف می شدند اما هنگامی که تحلیل می کند آنانی که دست به خشونت می زنند و قربانیانشان چه کسانی هستند، الگوهای معنادار آشکار می شوند؛ یک الگو با نسبت آدمکشها: کشتگان پدیدار می شود. قتل افراطی ترین و کاراترین شکل خشونت و در تشخیص قهرمان از ولگرد عاملی قاطع است؛ و تشخیص کسانی که کشته می شوند و آنانی که می کشند چیزهای زیادی از ارزشهای اجتماعی در جامعه ای خاص به ما می گوید. مثلاً نسبتاً نادر است که مرد سفیدی از طبقه متوسط در میانه زندگی (بگیریم در ۱۸ تا ۳۰ سالگی) کشته شود، اما نسبتاً رواج دارد که در این سن قاتل باشد. گرینر این نکته را بازتاب مستقیم ارزشهای اجتماعی می داند: ما برای طبقه متوسط، سفیدپوست و جوان اهمیت فراوانی قائل ایم. ارقام کامل در جدول شماره ۹ آمده است. گرینر براساس این ارقام نتیجه می گیرد که خشونت در تلویزیون ترسیم دراماتیک قدرت

و نفوذ در جامعه است. گروه‌های اجتماعی که ارزش والاتری دارند به احتمال قوی قهرمانانی می‌پروراند که به نوبه خود به احتمال قوی تجاوزگران موفقی خواهند بود. برعکس، گروه‌های اجتماعی پست‌تر به احتمال قوی قربانیان را فراهم می‌آورند. تحلیل محتوا تنها روشی است که می‌تواند چنین الگوهای کلانی را در فرآورده‌های تلویزیون در کل پدیدار کند.

تحلیل محتوا و ارزشهای فرهنگی

هنگامی که تحلیل محتوا خود را به نظم معنای آشکار ارتباط وابسته می‌داند، الگوها و تکرارها را در درون این مرتبه که ارزشها و برداشتها را می‌رساند می‌تواند آشکار کند و می‌کند. تحلیل‌گران اولیه محتوا در نتیجه‌گیری‌ها به این نظم معنای آشکار اکتفا می‌کردند و بنابراین بسیاری از نتایج جالب‌تر، گرچه شاید نظری‌تر، کسانی چون گربنر، دومینیک و روچ، سگر و ویلر را از دست می‌دادند. با ربط دادن تحلیل محتوا در نظم معنای آشکار به معنای ضمنی ارزشهای اجتماعی می‌توان برخی قوانین عمومی را استخراج کرد: ارائه بیش از حد مردان، شغل‌های یقه سفید، و گروه‌های معین سنی و نژادی به این نتیجه می‌انجامد که کثرت تصویرسازی مرتبه بالایی را در نظام ارزشی می‌رساند. یا موقعیت یک شخصیت در ساختار روابط شدید تمرکز نسبی یا انحراف او را از گروه اجتماعی در زندگی واقعی نشان می‌دهد. قربانی بودن در تلویزیون استعاره‌ای است از فرودست بودن در زندگی واقعی (به یاد بیاورید چه شباهتهایی در کارکردهای معنای ضمنی و استعاره است).

تمایز معنایی

معنا چنانچه بحث کرده‌ایم کنش متقابل پویایی است بین خواننده و پیام. خواننده از تجربه اجتماعی - فرهنگی خود ساخته می‌شود و بنابراین

مجربایی است که پیام و فرهنگ از راه آن تعامل دارند. این معناست. بنابراین تحلیل محتوا با تمرکز معنایی انحصاری بر کل نظام پیام می‌تواند داده‌هایی فراهم آورد که فقط با بخشی از آنکه معنا می‌نامیم کنش متقابل داشته باشد. از مطالعه خواننده نیز بی‌نیاز نیستیم.

یکی از روشهای انجام این کار تمایز معنایی نام گرفته است. این روش را چارلز آزگود (۱۹۶۷) همچون روشی از مطالعه احساسات، برداشتها، یا تمایل نسبت به مفاهیم خاص بسط داده است. اگر بپذیریم که این احساسات، برداشتها، و عواطف عمدتاً از تجربه اجتماعی - فرهنگی فرد اخذ شده، درمی‌یابیم که آزگود می‌کوشد آنچه را که بارت "معنای ضمنی" نامیده بستجد. روش ساده است و فقط سه مرحله دارد:

۱. شناسایی ارزشهایی که باید پژوهش شود و بیان اینها چون مفاهیم متضاد دوگانه در مقیاس پنج یا هفت درجه‌ای. معمولاً ارزش هشت به پانزده کفایت خواهد کرد.

۲. پرسش از گروه‌های نمونه یا برگزیده، برای ثبت واکنشهای آنان در هر مقیاس.

۳. معدل‌گیری از نتایج.

معنای زاویه دوربین

تصویر کردن بهترین راه توضیح دادن است. باگلی و دوک (۱۹۷۶) درصدد برآمدند این نکته را بیازمایند که چه تفاوت معنایی در تصویر کسی است که در تلویزیون ایستاده و کسی که نیمرخ است. آنها دو ضبط ویدئویی همزمان از یک معرفی‌کننده کالا گرفتند، یکی از دوربینی که روبه‌روی او بود و دیگری از دوربینی که با فاصله یکسان از نیمرخ تصویر برمی‌داشت. تنها تفاوت دو ضبط ویدیویی زاویه دوربین بود.

مرحله ۱، چهارده ارزش برای آزمایش ایجاد کرده است (نک: شکل ۲۴). راه درست ایجاد ارزشها نشان دادن نواز ویدئو به نمونه‌ای آزمایشی

و درخواست بحث آزاد از واکنش ذهنی مخاطب درباره نوار است. این مباحثه را می توان در جهت خاصی پیش برد، اما تجربه گر باید محتاط باشد که دخالت نکند یا موجب انحراف نشود. مباحثه ثبت و سپس تحلیل می شود تا بیشترین صفات استفاده شده یا بیان ارزش به دست آید. اینها اساس مقیاس ارزشی را که استفاده می شود تشکیل می دهند. مرحله ۲، باگلی و دوک هر نوار ویدئو را به مخاطب مختلف اما مشابه نشان دادند و خواستند واکنشهای خود را در جدولها ثبت کنند. هیچ یک از مخاطبان از وجود نوار یا مخاطب دیگر آگاه نبود، همچنین از جنبه برجسته نواری که تماشا می کرد بی خبر بود. مرحله ۳، درجات میانگین به صورت شکل ۲۴ ارائه شده است.

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	
غیر انسانی				+-----○				انسانی
انصاف			○-----+					بی انصاف
غیر دقیق				+-----○				دقیق
خبره				○-----+				ناشی
طرفدار		+○						بی طرف
ضعیف				+○				قوی
بی ملاحظه				+---○				ملاحظه گر
محتاط					+○			بی پروا
عاطفی				+-----○				بی عاطفه
شهودی				+○				عقلانی
راحت			○-----+					ناراحت
متقیم		○---+						کج
مردد				+-----○				قابل اطمینان
بی ریا		○-----+						ریاکار

شکل ۲۴. میانگین درجه بندی معرفی کننده تلوزیون (+) یعنی روی دوربین (○) یعنی نیمرخ

مخاطبان اندک بودند (فقط ۱۲ تن)، پس فقط می توان تفاوت‌های عمده را به حساب آورد. بنابراین تصویر معرفی کننده به صورت نیمرخ به طور چشمگیری او را خبره، قابل اطمینان، بی ریا جلوه می دهد و او را انسانی تر، منصف تر، دقیق تر، با تسامح، عاطفی تر و راحت تر می نمایاند. این نتیجه جالبی است، به ویژه هنگامی که می بینیم چقدر از معرفی کنندگان و سیاستمداران مایل اند یگراست رو به دوربین کنند. آنچه باگلی و دوک انجام داده اند، فراهم آوردن برگردانی تجربی از آزمون ارتباطی است (نک: فصل ۶). آن دو به طور عملی، نه خیالی، یک واحد را در یک زنجیره، تغییر داده اند و تمایز معنایی را که به بار آورده است آزموده اند. کار ایشان همچنین قادرمان می سازد که برخی نکات جالب تر را درباره رمزها و قراردادهای بسازیم. آنها نشان می دهند که یک معرفی کننده درنمای نیمرخ صمیمی تر، مستقیم تر، خبره تر پدیدار می شود و به طور کلی رشته بهتری از ارزشهای ضمنی را ارائه می دهد. این نکته به تمایز چشمگیرتری بین رمزهای زندگی واقعی و تلویزیون می انجامد، و این تمایزی است که به تأکید نیاز دارد، زیرا شباهت زندگی تلویزیونی به زندگی واقعی می تواند به راحتی ما را به این اعتقاد نادرست رهنمون می شود که رمزهای تلویزیون با رمزهای زندگی واقعی یکی است؛ در صورتی که چنین نیست. ما در قبال حادثه تلویزیونی واکنشی شبیه زندگی واقعی را نشان نمی دهیم.

در این مورد رمز تلویزیون از راه قرارداد و استفاده بسط یافته است. آنهایی که رویه روی دوربین تلویزیون نشان داده می شوند همیشه حرفه‌ای‌های رسانه‌ها هستند که متنی را اجرا می کنند، یعنی کسی که با کلمات مردم دیگر حرف می زند. اما کسانی که در نمای نیمرخ نشان داده می شوند، معمولاً کارشناسانی هستند که با آنها مصاحبه می شود، یا شاهدان عینی که آنچه را عملاً اتفاق می افتد دیده اند. ایشان کارشناسان راستگویی هستند که حرفهای خود را می زنند و با مصاحبه کننده یا

خبرنگار حرف می‌زنند، نه خطاب به دوربین؛ اگر اینها به سمت دوربین برگردند و مستقیماً به آن خطاب کنند، ما متوجه می‌شویم که چقدر آزاردهنده است.

این مثال روشنی است از اینکه چطور قرارداد تلویزیون با قرارداد زندگی واقعی متفاوت است و چطور این تفاوت رمزهای متفاوتی تولید می‌کند. این رمزها، رمزهای معنای ضمنی است؛ آنها را از شکل دال می‌گیرند (که با تغییر زاویه دوربین تغییر می‌کند). معنای ضمنی برای هر نوار ویدئویی مشابه است. استفاده از تمایز معنایی برای ساختن مجموعه زوایای پرمعنای دوربین باید کار ممکن باشد. شاید چهارشکل را بتوان تعیین کرد، تمام رخ، سه‌ربع رخ، نیم‌رخ، و پشت سر. اما اگر این تفاوتها برجسته باشند، آن را تنها از راه قرارداد و استفاده ایجادکننده این قرارداد ناگفته بین استفاده‌کنندگان به دست آورده‌اند.

از منظر دیلی می‌رور

مثال دیگر راهی که تمایز معنایی را در آن می‌توان استفاده کرد، بررسی خوانشهای نظری با داده‌های تجربی پژوهشی است که یکی از دانشجویانم، جنیفر فریش، فراهم آورده است. این خانم می‌خواست پیش‌بینی‌های فصل ۱ را درباره خوانشهای مختلف شکل الف و ا ب بیازماید. او شکل الف را به بیست و پنج نفر و شکل ا را به بیست و پنج نفر دیگر نشان داد و از هر یک از آنان خواست که واکنش خود را در قبال درجات نامتمایز معنایی نشان داده شده در شکل ۲۵ بنویسند. او همچنین پیش از نشان دادن تصویر به هر یک تلقی او را از پلیس بررسی کرد، و دریافت که تفاوت برجسته‌ای در برداشتها نسبت به پلیس بین آنهایی که عکس الف و ا را دیده‌اند وجود ندارد. نتایج بررسی در شکل ۲۵ خلاصه شده است.

لطفاً واکنش خود را در قبال پلیس که در اینجا نشان داده شده بیان کنید. (شماره ۴ خشی است. هر قدر به سمت راست ۴ بروید با ارزش سمت راست موافق ترند؛ و هر قدر به سمت چپ ۴ بروید با ارزش سمت چپ).

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	
عقلانی				+-----○				غیرعقلانی
عادی				♀				غیرعادی
عادلانه				♀				ظالمانه
دفاعی				+-----○				پرخاشگر
کارا		+-----○						ناکارا
منطقی					♀			غریزی
باهوش				+-----○				کم هوش
قربانیان				+-----○				تجاوزگر
مستقیم				+-----○				کج
انسانی				♀				سنگدلانه
خوشایند			♀					ناخوشایند
گرم					+-----○			سرد
قوی			♀					ضعیف
خبره				♀				ناشی
مطمئن			+-----○					مردد
راحت						♀		ناراحت

شکل ۲۵. میانگین واکنشهای افرادی که صفحه کامل، تصویر ا ب (+) را دیده‌اند و کسانی که فقط عکس شکل الف (○) را دیده‌اند

طبق معمول تمایز معنایی برخی غافلگیری‌ها را به بار می‌آورد، گرچه در مجموع نتایج شبیه آن است که پیش‌بینی می‌کنیم. میانگین واکنش نسبت به صفحه کامل (تصویر ا) بیش از واکنش نسبت به عکس اصلی متمایل به راست (آنجا که ارزشها مطلوب‌تر و رایج‌تر هستند). صفحه کامل پلیس را به نحو چشمگیری کارا تر و مطمئن‌تر نشان می‌دهد. همچنین چنان‌که پیش‌بینی کرده‌ایم آنها را به درجات کمتر کژرو می‌نمایاند (گرچه این

تفاوت در مقیاس عادلانه/ناعادلانه نشان داده نمی شود؛ همچنین عقلانی تر، باهوش تر و به نحو چشمگیری کمتر سرد نشان داده می شوند. اما آنچه شگرد معدل گیری نمی تواند نشان دهد این است که چگونه به این میانگین رسیده ایم. مثلاً پاسخهای مقیاس منطقی/غریزی و راحت/ناراحت درجه بالایی از توافق را نشان داده، حال آنکه میانگین مقیاسهای عادلانه/ناعادلانه و خوشایند/ناخوشایند دامنه وسیعی از واکنشهای متفاوت را پنهان کرده است. برای محاسبه این الگوهای متفاوت پاسخ به کار بیشتری نیاز داریم: مثلاً نیاز است بدانیم چه کسی با شماره ۱ یا ۷ در مقیاس عادلانه/ناعادلانه پاسخ داده است. شاید عواملی چون طبقه اجتماعی، نژاد، جنسیت، یا عقاید سیاسی در تعیین پاسخهای اشخاص قطعی باشند.

همچنین نیاز است توضیح ممکن را برای این نکته بجویم که در بعضی پاسخها مقیاسهای بسیار متنوعی فراهم آمده، حال آنکه بقیه پاسخها همگن است. شاید پاسخهای بسیار متنوع در مقیاسهایی رخ می دهد که مخاطب نظراتی محکم و قوی درباره اش دارد: "خوانشها" به اندازه اعضای مخاطبان متنوع است، و متن نسبتاً تأثیر کمی بر آنها دارد. "گفت و گو" بین متن و خواننده معنایی ایجاد می کند که در وهله نخست خواننده آن را تعیین می کند و در مرحله بعد متن.

اما آنچه تحقیق فراهم آورده مدرکی برای این نظر است که متن کامل صفحه اول عکس اصلی را با تصویر قراردادی پلیس متناسب تر کرده است: این سبب شده اسطوره مسلط به سادگی بیشتر فعال شود؛ آن را بیشتر برخوردار از حشو و بنابراین بیشتر خاص رسانه جمعی کرده است. همچنین وادارمان می کند پرسیم که آیا دلیلی میروور واقعیت را منعکس می کند یا مخاطب را.

قهرمانان، ولگردان و قربانیان

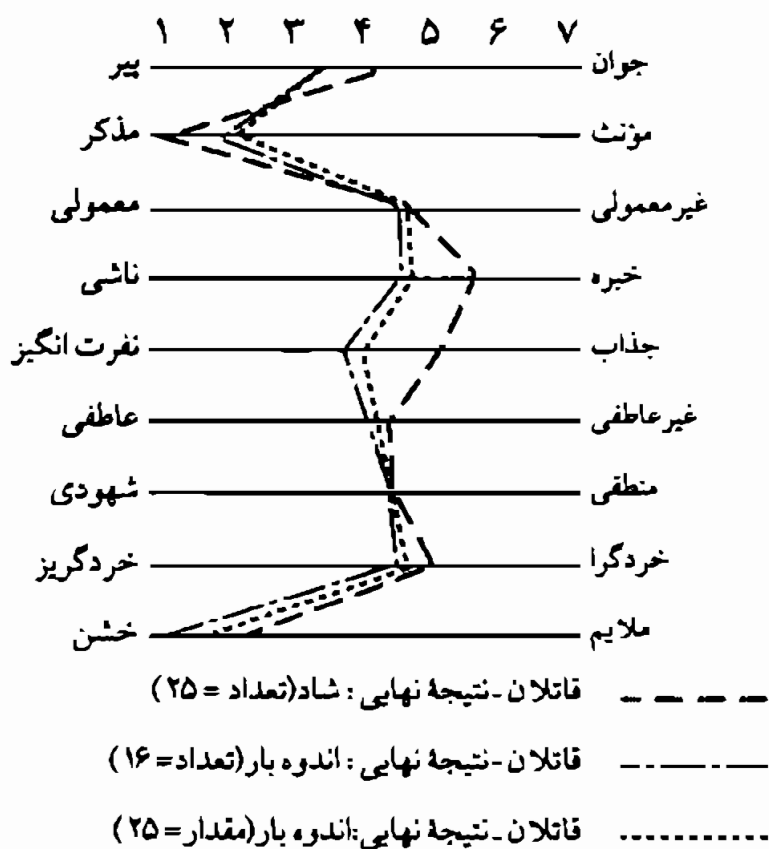
گرینر (۱۹۷۰) تمایز معنایی را با تحلیل محتوایش گرد می آورد. او با تشخیص گروه بندی اجتماعی در چارچوب رابطه قاتلان: قربانیان، با تحقیق اینکه چگونه مخاطب خصوصیات سه مقوله را ببیند به کارش ادامه می دهد.

۱. قاتلان، نتیجه نهایی شاد (اینها قاتلان بودند که در نهایت برنده، یعنی قهرمان بودند).

۲. قاتلان، نتیجه نهایی اندوه بار (یعنی ولگردان).

۳. قربانیان.

نتایجی که به دست آورده در تصویر ۲۶ نشان داده می شود. این نتایج



شکل ۲۶. نماد شخصیتی "قاتلان" و "قربانیان"

نشان می‌دهد که تفاوت‌های برجسته بین قهرمانان و ولگردان آن بوده که قهرمانان جذاب‌تر و کارآمدترند. این الگوی کارایی شاید به خوبی این نکته را منعکس کند که ما در جامعه‌ای رقابتی و داروینی زندگی می‌کنیم که در آن بقای اصلح و کارایی به ناگزیر با موفقیت همبسته است. در یک جامعه رقابتی عدم کارایی کژروی و بنابراین طبعاً با شرارت و ولگردی مرتبط است.

نظریه کاشت

گربریش از هرکس به مطالعه تجربی ارتباط دست زده است. علتش این است که او داده‌هایی را از تحلیل محتوا و مطالعه مخاطب می‌گیرد تا پایه‌های این نظریه را بریزد که چگونه نظام ارتباط جمعی به فرهنگ مربوط می‌شود؛ فرهنگی که از آن رشد می‌کند و با آن حرف می‌زند. او این رابطه را "کاشت" می‌خواند؛ یعنی رسانه برداشتها و ارزشها را در یک فرهنگ می‌پروراند. آنها خلقشان نمی‌کنند - باید تاکنون موجود باشند؛ اما فرهنگ را می‌پرورند، ترویج می‌دهند و کمک می‌کنند که ارزشهایش را حفظ کند و انطباق دهد، آن را بین اعضایش می‌گستراند، و بنابراین اعضا را با آراء جمع و میان ذهنیت پیوند می‌دهد. تحلیل محتوا ارزشهایی را که در نظام پیام جمعی یک فرهنگ جاگرفته آشکار می‌سازد؛ تمایز معنایی می‌تواند تحقیق کند که آیا این ارزشها عملاً در خواننده "کاشت" شده‌اند یا نه.

نظریه استفاده و رضامندی

درباره مخاطب مطالعات تجربی بسیاری، به ویژه در رسانه‌های جمعی، انجام گرفته است که بیشتر این کارها مربوط می‌شود به تأثیر تصاویر خشونت. روان‌شناسان دست به تجربیات آزمایشگاهی زده‌اند و جامعه‌شناسان مطالعات میدانی زیادی انجام داده‌اند. چنین کارهایی فراتر از محدوده این کتاب است. اما می‌خواهم روش تجربی دیگری را به خواننده معرفی کنم که به رهیافت استفاده و رضامندی معروف است.

این رهیافت زمانی اتخاذ می‌شود که مخاطب نیازهای پیچیده‌ای داشته باشد و ارضای آن را در رسانه‌های جمعی بجوید. البته راه‌های دیگری نیز برای ارضای این نیازها وجود دارد، نظیر تعطیلات، ورزش، سرگرمی‌ها، کار و غیره. این نظریه‌ای است که به توضیح ارتباط جمعی بسط داده شده است، گرچه با نظریات ارتباط رودررو که استفاده از روابط اجتماعی را برای ارضای نیازها و انگیزه‌های شخصی مسلم می‌انگارد متناسب است. این الگوی ارتباط بیننده‌ای را فرض می‌کند که دست‌کم به اندازه فرستنده پیام فعال است. همچنین اشاره می‌کند که پیام چیزی است که مخاطب از آن می‌سازد، نه آن چیزی که فرستنده قصد دارد، و از این رو شباهتهایی با روش نشانه‌شناسی دارد.

استفاده از برنامه‌های آزمون

روش معمولی رهیافت استفاده و رضامندی پرسشنامه‌ای است که در آن از بینندگان تلویزیون پرسیده می‌شود که دلایل اصلی خود را برای تماشای نوع خاصی از برنامه بیان کنند. یکی از مثالهای این سری نتایج را مک‌کوایل، بلومار، و براون (۱۹۷۲) فراهم آورده‌اند. آنها در مطالعه مخاطب تلویزیون در بین سایر مخاطبان دریافتند که در دسته‌های وسیعی "استفاده‌های" مشابه وجود دارد که مردم از برنامه‌های آزمون تلویزیونی به عمل می‌آورند. جدول ۱۰ یافته‌های ایشان را خلاصه می‌کند. بیشتر مخاطبان برنامه آزمون را برای چهار کامروایی اصلی به کار برده‌اند: ارزیابی خویشتن، تعامل اجتماعی، هیجان، و آموزش. مک‌کوایل و همکارانش دریافتند بیشتر آنهایی که برنامه آزمون را برای ارزیابی خود "به کار بردند" در خانه‌های سازمانی به سر می‌برند و عضو طبقه کارگر بودند. باید حدس بزنیم که به این دلیل از رسانه استفاده می‌کنند تا موقعیتی شخصی‌یی را به دست آورند که در زندگی اجتماعی ندارند. این مثال روشنی از استفاده جبرانی از رسانه است و نیازهایی را برمی‌آورد که

باقی زندگی اجتماعی از آن ناتوان است. آنها که مایلند برنامه‌ها را چون پایه‌ای برای کنش متقابل اجتماعی به کار برند، جای تعجب نیست که بسیار معاشرتی هستند و در دوروبرشان آشنایان بسیاری دارند. آنها از رسانه چون موضوعی برای گفت‌وگو استفاده می‌کنند. رسانه در اینجا منابع دیگر رضامندی نیازها را تکمیل می‌کند. توسل به هیجان غالباً از سوی بینندگان طبقه کارگر است که چندان معاشرتی نبودند. باز هم اینجا به نظر می‌رسد انگیزه‌ای جبرانی در کار است. توسل آموزشی به روشنی جبرانی بود، و کسانی که آن را رضامندی اصلی دانسته بودند آنهایی بودند که مدرسه را در سنین ابتدایی ترک کرده بودند.

استفاده از مجموعه‌های جنایی

سایمن ماریس، یکی از دانشجوینم، مطالعه استفاده و رضامندی را در مورد استفاده مردم از مجموعه‌های جنایی تلویزیون به کار بست. بار دیگر او انواع استفاده از برنامه‌ها را یافت، بینندگان از آنها به منظور هیجان یا گریز استفاده می‌کردند؛ بسیاری در جست‌وجوی اطلاعات بودند - «تصویری از چگونگی زندگی در شهرهای بزرگ به ما ارائه می‌دهد»؛ و بسیاری به دنبال اطمینان - «دوست دارم ببینم که قانون و نظم سر آخر پیروز می‌شود»، یا «خوشحال می‌شوم که در شهر کوچکمان در امنیت به سر می‌برم». عامل مهمی که یافت، طبقاتی یا آموزشی نبود، بلکه سنی بود. گروه بین ۱۸ تا ۳۰ سال بر رضامندی هیجان/گریز تأکید داشت، حال آنکه گروه بالاتر از ۵۰ سال در برنامه به دنبال یافتن اطلاعات و اطمینان بود.

مقولات رضامندی

گرچه پژوهشگران مختلف رضامندی را چند نوع طبقه‌بندی کرده‌اند و برجسب زده‌اند، با این همه توافق چشمگیری بینشان دیده می‌شود. چهار مقوله اصلی مک‌کوایل (که در زیر آمده) مثال خوبی است و کمتر پژوهشگری است که با آنها از پایه مخالف باشد.

جدول ۱۰. رضامندی برنامه‌های آزمونی تلویزیونی

<p>نگرانیهام را پاک فراموش می‌کنم. در رقابت درگیر شده‌ام. هیجان</p> <p>دسته ۲ جاذبه آموزشی می‌بینم بیش از حد تصور می‌دانم. حسن می‌کنم اصلاح می‌شوم. در برنامه نسبت به مردم احساس احترام می‌کنم. بعداً به بعضی از پرسشها فکر می‌کنم. آموزشی</p>	<p>دسته ۱ جاذبه ارزیابی خوش می‌توانم خود را با خبره‌ها قیاس کنم. دوست دارم تصور کنم که در جریان برنامه‌ام و خوش می‌گذرانم. خوشم می‌آید طرفی که ترجیح می‌دهم عملاً برنده شود. به یاد دوران مدرسه می‌افتم. به اشتباهات ستیزه‌جویان می‌خندم. دنبال کردن مشکل است.</p>
<p>دسته ۵ دیدن اینکه کارشناسان میخی بکوبند لذتبخش است. دیدن اشتباهات برخی از ستیزه‌جویان سرگرم‌کننده است.</p>	<p>دسته ۲ مبنایی برای تعامل اجتماعی می‌خواهم درباره‌اش با دیگران حرف بزنم. دوست دارم با دیگران که همراه تماشا می‌کنند رقابت کنم. دوست دارم با اعضای خانواده درباره پاسخها مشورت کنم. امید دارم بچه‌ها زیاد از آن برخوردار شوند. بچه‌ها از آن خیلی استفاده می‌کنند. برای افراد خانواده علاقه مشترکی به وجود می‌آورد. بعداً یکی از موضوعات اصلی گفت‌وگو می‌شود.</p>
<p>دسته ۶ دوست دارم چیزی یاد بگیریم و همچنین سرگرم شوم. دوست دارم چیزهای تازه بیابم.</p>	<p>دسته ۳ جاذبه هیجانی هیجان پایان نزدیک را دوست دارم. دوست دارم مدتی نگرانیهام را فراموش کنم. دوست دارم برنده را حدس بزنم. اگر جواب درست داده باشم، احساس خوبی به من دست می‌دهد.</p>
<p>دسته ۷ دوست دارم پاسخها را حدس بزنم. امیدوارم دریابم که بعضی پاسخها را می‌دانم.</p> <p>دسته ۸ نقایص دانسته‌های خود را می‌بایم. چیز تازه‌ای یاد می‌گیرم. وقت تلف کردن است.</p>	<p>دسته ۳ جاذبه هیجانی هیجان پایان نزدیک را دوست دارم. دوست دارم مدتی نگرانیهام را فراموش کنم. دوست دارم برنده را حدس بزنم. اگر جواب درست داده باشم، احساس خوبی به من دست می‌دهد.</p>

به پاسخ‌دهندگان به طور تصادفی پرسشنامه‌هایی با این عبارات داده شده است. از آنها درخواست شده است عباراتی را که در برنامه‌های آزمونی رضامندی‌شان را منعکس می‌کنند. پاسخها دسته‌بندی شد، یعنی معلوم شد که پاسخ‌دهنده‌ای که به عبارتی در دسته بندی پاسخ مثبت می‌دهد، از لحاظ آماری احتمال دارد به بیشتر عبارات آن دسته پاسخ مثبت دهد.

مقولات رضامندی

گرچه پژوهشگران مختلف رضامندی را چند نوع طبقه‌بندی کرده و برچسب زده‌اند، با این همه توافق چشمگیری بینشان دیده می‌شود. چهار مقوله اصلی مک‌کوایل (که در زیر آمده) مثال خوبی است و کمتر پژوهشگری است که با آنها از پایه مخالف باشد.

۱. کژروی

الف. گریز از فشارهای روزمره

ب. گریز از بار مشکلات

ج. رهایی عاطفی

همه مطالعات نیازهای گریز مشابه را در مخاطب رسانه‌ها آشکار می‌سازند. مک‌کوایل دست‌کم اشاره می‌کند نیاز است که از این برچسب‌زنی کمی پیش‌تر برویم - لازم است بدانیم که از چه می‌گریزیم. تحلیل نشانه‌شناختی برنامه‌ها همچنین می‌تواند نشان دهد که به چه پناه می‌بریم.

۲. روابط شخصی

الف. همنشینی

ب. سودمندی اجتماعی

”همنشینی“ به طور آشکارا جنبه جبرانی رسانه است. خاتمهای خانه‌دار رادیو را روشن می‌گذارند، چون دوست دارند در طول روز در خانه صدای حرف زدن را بشنوند. آدمهای بی‌کس که شاید برقراری روابط اجتماعی واقعی را دشوار می‌بینند، برای دوستی به رسانه رو می‌آورند. آنها باور می‌کنند که شخصیت‌های خیابان تاجگذاری و چهارراه‌ها وجود دارند و برایشان کارت تبریک روز تولد می‌فرستند، چون نیاز به این کار دارند. موقعیت شخصی یا اجتماعی شان اجازه نمی‌دهد که در زندگی واقعی نیاز

به همنشینی را ارضاء کنند. استفاده از "سودمندی اجتماعی" معمولاً تدارک چیزی برای گفت‌وگوست. رسانه تجربه‌ای مشترک، موضوع گفت‌وگویی مشترک فراهم می‌آورد که کنش متقابل اجتماعی را بسیار آسان‌تر می‌سازد. اگر همه دوستانتان برنامه‌ای را ببینند و شما نبینید، موقتاً خود را از گروهشان برکنار می‌یابید.

۳. هویت شخصی

الف. رجوع شخصی

ب. کشف واقعیت

ج. تقویت ارزش

مراد مک‌کوایل از "رجوع شخصی" اشاره به طرزى است که بیننده نکته یا نکاتی از برنامه را با زندگی واقعی خود قیاس می‌کند: «می‌توانم قهرمانان را با آنهایی که می‌شناسم مقایسه کنم» یا «به یاد چیزهایی می‌افتم که برای خودم اتفاق افتاد» نمونه‌هایی است که او نقل می‌کند. "کشف واقعیت" مستلزم استفاده مستقیم از محتوای برنامه برای کمک به درک بیننده از زندگی خود است. نقل قولهای نمونه اینهاست: «مردم 'دیل' هم مشکلاتی مثل من دارند» یا «گاه کمک می‌کند که زندگی‌ام را بهتر بفهمم». "تقویت ارزش" توضیح برای خود است: «تصویری از آنچه که زندگی خانوادگی باید باشد ارائه می‌دهد» یا «یادم می‌آورد که علائق خانوادگی چه اهمیتی دارد».

۴. نظارت

این نیاز به اطلاعات درباره‌ی دنیای پیچیده‌ای است که در آن زندگی می‌کنیم. مطالعات دیگر نشان داده‌اند که به اصطلاح "رهبران افکار" در زندگی اجتماعی، برای اطلاع و حفظ نقش اجتماعی خود از رسانه استفاده می‌کنند.

خاستگاه اجتماعی نیازها

بلوملر و کاتز (۱۹۷۴) بر خاستگاه اجتماعی نیازها که رسانه‌ها ارضایش می‌کنند تأکید می‌ورزند. یافته‌های ایشان در جدول ۱۱ خلاصه شده است.

جدول ۱۱. خاستگاه اجتماعی نیازهای مخاطب و رسانه

رسانه‌ها فراهم می‌آورد	خاستگاه اجتماعی نیازهای مخاطب
	موقعیت اجتماعی:
آرامش	الف. تنش و کشاکش تولید می‌کند
اطلاع	ب. نسبت به مسائلی که توجه می‌طلبند
	آگاهی ایجاد می‌کند
خدمات رسانی مکمل یا جانشین	ج. فرصت ارضای نیازهای خاص را به یاد می‌دهد
تأیید و تقویت	د. برپا کردن ارزشهای معین
تجربه مشترک برای ابقای عضویت	هـ. فراهم آوردن انتظارات آشنایی با
گروه‌بندی‌های اجتماعی ارزشمند	دستمایه‌های معین رسانه‌ها

مبانی مطالعات استفاده و رضامندی

فرضیاتی را که این رویکرد بر مبنای آن استوار است، می‌توان به شرح زیر توضیح داد:

۱. مخاطب فعال است. او در برابر هر آنچه رسانه‌ها پخش می‌کنند، دریافت‌کننده منفعلی نیست، بلکه محتوای برنامه را انتخاب می‌کند و به کار می‌برد.
۲. مخاطبان به راحتی رسانه‌ها و برنامه‌ای را که برای ارضای نیازهای خود بهتر می‌دانند برمی‌گزینند. تولیدکننده رسانه شاید از کاربردهای برنامه آگاه نباشد، همچنین مخاطبان گوناگون شاید از یک برنامه برای ارضای نیازهای گوناگون استفاده کنند.
۳. رسانه‌ها تنها منبع ارضاکننده نیستند. گردش ایام تعطیل، ورزش، رقص و غیره همه مثل رسانه‌ها مورد استفاده دارند.

۴. مردم از منافع و انگیزه‌هایشان در موارد خاص آگاه می‌شوند یا می‌توانند بشوند. (برای متقدان این روش این فرض از همه ضعیف‌تر است. چنین منتقدانی بحث می‌کنند انگیزه‌هایی که می‌توان به وجود آورد اغلب کمترین اهمیت را دارند، و ربط دادن مخاطب و محتوای برنامه فقط با زنجیر منطقی نیازها و ارضاهای محدود کردن "معنا" به طرزی ناپذیرفتنی است).

۵. قضاوت ارزشی درباره معنای فرهنگی رسانه‌های جمعی باید به عقب افتد. اگر بگوییم چهارراه‌ها مزخرف است، حرفی بی‌ربط زده‌ایم، اگر نیازهای هفت میلیون تن را برآورد، پس مفید است، و این نکته که توهینی است به زیبایی‌شناسی والا، ربطی به موضوع ندارد.

روش

یک پرسشنامه ساده کار استفاده و رضامندی را می‌توان به همان نحو تمایز معنایی تنظیم کرد. پژوهشگر باید گفت‌وگوهای بی‌ساخت را با نمونه مخاطب ثبت کند تا تعدادی از انگیزه‌های بیان شده برای تماشا را ایجاد کند. بعداً اینها به طور نامنظم در پرسشنامه چاپ می‌شود، و از پاسخ‌دهندگان دعوت می‌شود که میزان توافق یا عدم توافق خود را در هر انگیزه بنویسند. پرسشنامه ماریس مثل شکل ۲۷ است.

این بخشی از مطالعه دلایل لذت بردن از مجموعه‌های کارآگاهی / جنایی تلویزیون است. لطفاً یا نشانه گذاشتن در ستون مناسب نشان دهید که چقدر با عبارات زیر موافق یا مخالفید. (۱ = کاملاً موافق، ۲ = موافق، ۳ = بی‌طرف، ۴ = مخالف، ۵ = کاملاً مخالف).

تشخیص اهمیت الگوها در نتایج دشوارترین قسمت عملیات است. پژوهشگران دانشگاهی شگردی آماری به کار می‌برند که به نام تحلیل دسته‌ای معروف است و برای بیشتر خوانندگان این کتاب نامناسب خواهد بود. تشخیص "دسته‌های جذاب" عبارات پیش از طرح پرسشنامه

خلوص کمتری دارد، اما عملی‌تر است. در این صورت نسبتاً ساده است که پاسخ مردان را با زنان به عبارت "هیجان/انصراف" مقایسه کنیم. روابط متقابل یا الگوهای اساسی پرمعنا را می‌توان بدون روش پیچیده آماری آشکار کرد؛ گرچه تحلیل پیشرفته‌تر نیازمند شگردهای تحلیلی همبسته پیشرفته‌تر است.

۵	۴	۳	۲	۱	
					دلیل تماشا
					دوست دارم با قهرمان یکی شوم.
					دوست دارم درباره برنامه‌ها با دیگران حرف بزنم.
					هیجان آن را دوست دارم که ندانم بعد چه اتفاقی می‌افتد.
					خبردارم می‌کند که شغل پلیس چقدر مشکل است.
					دوست دارم تصور کنم که چطور با موقعیت دشوار روبه‌رو خواهم شد.
					غیره

توضیح. معمولاً لازم است اطلاعاتی از قبیل جنسیت، سن، حرفه سطح تحصیل از پاسخ‌دهنده کسب کنیم.

شکل ۲۷. پرسشنامه استفاده و رضامندی

قوم‌نگاری مخاطب

روشهای تجربی مایلند با ارتباط همچون رشته‌ای از پیام رفتار کنند که محتوایش معادل داده‌های واقعی است. آنها نظریه‌های معنادار ندارند و بنابراین فرایند رمزگشایی یا خوانش را به حساب نمی‌آورند. به نشانه‌شناسی و ساختارگرایی به شیوه‌ای علاقه‌مندند که ارتباط معنا را می‌سازد (و بنابراین ایجاد می‌کند) تا از نظر اجتماعی آن را به‌گردش بیندازد. آنها کنش متقابل میان ساختار ارتباط و ساختار جامعه‌ای را که در آن عمل می‌کنند پی

می‌گیرند. برای آنها پیامها در برگیرنده یا انتقال‌دهنده معنا نیستند، بلکه عامل تولید و گردش آن‌اند. بنابراین عامل قدرت اجتماعی‌اند.

اما می‌توان از ساختارگرایی و نشانه‌شناسی به سبب حرکت راحت بین ساختارهای متنی و اجتماعی و همچنین برای نادیده گرفتن این نکته که در عمل می‌توان ارتباط بین متن و اجتماع را فقط از طریق مخاطب یا خواننده به وجود آورد، انتقاد کرد. در عمل فرایند مطالعه است که متن و جامعه به هم برمی‌خورند. برای پژوهش این فرایند و آزمایش خوانشهای نشانه‌شناسی یا ساختارگرایی متنها با مقایسه آنها با خوانشهایی که مردم عملاً می‌کنند یا می‌گویند که می‌کنند، مطالعه قوم‌نگارانه گسترش یافته است.

به طور کلی یافته‌ها القاء می‌کند که نشانه‌شناسی و ساختارگرایی بیش از حد بر قدرت متن برای پیشبرد خوانش مسلط یا ترجیحی تأکید می‌کند و توانایی خواننده را در استخراج مفهوم از متن به شیوه‌هایی که آن را مستقیماً به موقعیت اجتماعی‌شان مربوط می‌کند کم‌اهمیت جلوه می‌دهد. بنابراین یک تحلیل نشانه‌شناختی از رمانهای عاشقانه عامه‌پسند، نظیر آنهایی که میلز و بون یا هارلکین منتشر کرده‌اند، به راحتی نتیجه‌گیری می‌کند که کارکرد اجتماعی آنها قطارکردن زنها برای نقش مطیعشان در ازدواج و تمرکز سعادتشان در عشق به مردی نیرومند است و آموختن این نکته به ایشان که رنجشان - که جانب سنگدلانه نیروی مرد آنان را به تحملش وامی‌دارد - سرانجام با پاداش روبه‌رو خواهد شد، زیرا ارزش حقیقی آن را در خواهد یافت. البته مربوط کردن این ساختار متنی با ساخت اجتماعی نقش جنسیت در جامعه پدرسالار آسان است. اما "زدوی" (۱۹۸۴) مثلاً دریافت که برخی زنان خواننده زمان را به این ترتیب نمی‌خوانند. آنها رمانهایی را با زنهای قهرمان با روحیه، شورشگر می‌پسندند که نمی‌گذارند قهرمان مرد آنها را قربانی کند. برای ایشان این طرح پسندیده نیست که زن قهرمان یا قربانی کردن خود و رنج بردن به موفقیت نهایی (ازدواج) دست یابد، بلکه رشد تدریجی صفات زنانه را

در مرد می‌پسندند: تنها زمانی که سنگدلی مرد به نرمش گرایید، گوشه‌گیری سردش به گرما بدل شد، و نسبت به زن حساسیت بیشتری پیدا کرد، تنها زمانی که به این ترتیب به "زنانگی" رو کرد، قهرمان زن به ازدواج با او رضایت خواهد داد. زمانی که ساختار رُمانها ارزشهای مذکر را بر مؤنث ترجیح می‌داد، برخی خوانندگان با متن "گفت‌وگو می‌کردند" تا خوانشهایی تولید کنند که ارزشهای مؤنث را بر ارزشهای مذکر برتری می‌نهد.

برای برخی زنان زمینه اجتماعی خوانش دست‌کم به اهمیت متن بود: موقعیت اجتماعی شان خدمت‌پیگیر به نیازهای شوهر و خانواده‌شان بود، با خواندن رمان می‌توانستند زمان و فضایی از آن خود را ایجاد کنند که در آن بتوانند در وهله اول خود را بگذارند (اغلب در دفاع از نارضایی ضمنی شوهرهاشان) یک "معنای" خواندن داستان عاشقانه بیان حقوق و ارزش خودشان بود، معنایی که نمی‌توان در متن تحلیلش کرد، چون در لحظه خواندن ایجاد می‌شود، یعنی زمانی که متن با موقعیت اجتماعی خواننده روبه‌رو می‌شود. حتی گزارش شد که یکی از زنان با خواندن رمان به این ترتیب اعتماد به نفس خود را تقویت می‌کند تا در برابر نیازهای شوهرش ایستادگی کند و در ازدواج برابری بیشتر بطلبد.

مورلی (۱۹۸۶) در طرز تماشای تلویزیون در خانواده اهمیت مشابهی را یافت. او بررسی کرد که در خانواده‌های طبقه متوسط شهری تماشای تلویزیون نیز بخشی از سیاست جنسی خانواده است، اما برعکس رمان‌خوانی در اینجا قدرت مرد پیش می‌رود. وسیله کنترل از راه دور تلویزیون معمولاً روی دسته صندلی شوهر بود؛ قدرت او در سه عرصه اعمال می‌شد، همه چیزی را تماشا کنند، چطور تماشا کنند، و چطور ارزیابش کنند.

تماشای خانوادگی تلویزیون بر مبنای سلیق مردانه بود. سلیقه مردان بر برنامه‌های حقیقی دور می‌زد: اخبار، ورزش، فیلمهای مستند؛ اگر هم

داستانها را تماشا می‌کردند، مایل بودند "واقعی" باشد، یعنی می‌خواستند دنیای بیرونی را که با آن در برنامه آشنا می‌شدند بجا آورند. همچنین درام‌های پرحادثه را دوست داشتند. از سوی دیگر زنها بیشتر طرفدار درام‌های "خانوادگی"، سریالهای عامه‌پسند، و داستانهای عاشقانه بودند، یعنی برنامه‌هایی که بیش از حادثه بر رابطه تأکید داشتند، و شناختی از دنیای درونی عواطف و واکنشها به دست می‌دادند، نه دنیای بیرونی مردان.

مردان نه تنها در تماشای برنامه‌ها مسلط بودند، بلکه می‌کوشیدند بر چگونگی تماشا نیز نظارت کنند. خانه برای مرد محل آسایش است، آنجا که می‌تواند پس از کار، استراحت و خود را سرگرم کند، بنابراین می‌خواهد خود را یکسره به دست تلویزیون بسپارد و محو تماشا شود. اما خانه برای زن محل کار است و ناچار است تماشای تلویزیون را با کار خانگی هماهنگ کند. کار خانگی نه تنها شست‌وشو، اتو کردن، دوخت و دوز، و آشکال دیگر آن است، بلکه گفت‌وگو با کودکان را نیز دربرمی‌گیرد، چون نقش زنان گذشته از کارهای مادی شامل برقراری روابط و منابع انسانی خانه نیز می‌شود. بنابراین زنان تلویزیون را با حواس‌پرتی تماشا می‌کردند و در همان حال همیشه کار دیگری را نیز انجام می‌دادند. این کار غالباً مردان را عصبانی می‌کرد، که بارها از جاروجنجال و گفت‌وگوی زنان و بچه‌ها هنگام تماشای برنامه دلخواه گله داشتند.

زنان غالباً از ضبط ویدیویی استفاده می‌کردند تا برنامه‌های دلخواهشان را ضبط کنند و در غیاب اعضای خانواده ببینند. اوقات فراغت معمولاً صبح زود یا آخر شب که همه به خواب می‌رفتند و گاه بعد از ظهرها پیش از آمدن بچه‌ها از مدرسه بود.

این راه‌های گوناگون تماشا البته به طور اجتماعی، یعنی به وسیله سازمان کار تعیین می‌شود؛ اینها از خصوصیات ذاتی مرد و زن نیست. بنابراین زنانی که بیرون از خانه کار می‌کنند مایلند به همان ترتیب مردان

تلویزیون تماشا کنند. روابط دو جنس سیاسی است، زیرا نیروهای اجتماعی آن را تعیین می‌کنند، نه طبیعت.

این تسلط مردانه حتی به ارزیابی برنامه‌ها نیز گسترش یافته است. از این رو سلیقه مردانه برچسب جدی، و تماشای درست خورد، حال آنکه برنامه‌های مورد پسند زنان پیش پا افتاده، سبک یا مبتذل نام گرفت. مجموعه‌های عامه‌پسند (که عمدتاً برای زنان جذابیت دارد) معمولاً در رده نازل‌ترین شکل برنامه‌های تلویزیونی قرار می‌گیرد، رمانهای عاشقانه نیز از نازل‌ترین رمانها محسوب می‌شوند. البته رابطه ارزیابی انتقادی و موقعیت اجتماعی تصادفی نیست، چون کاستن از ارزش سلیق فرهنگی زنان یکی از راه‌های انقیاد آنان از نظر اجتماعی است. نکته مهمی که باید در اینجا گفت این است که زنان نوعاً ارزشهای مردانه را درونی می‌کنند و سلیق فرهنگی خود (و از این رو به طور ضمنی خویشتن خویش) را با “چرند و پرند” یا “احمقانه” خواندن آنها خوار می‌شمارند. این مثالی است از شرکت زنان در ایدئولوژی که آنها را به انقیاد خود درمی‌آورد، موضوعی که در فصل بعدی هنگام بحث از نظریات مربوط به ایدئولوژی به طور مشروح توضیح می‌دهم.

راه‌هایی که در آن متنها از لحاظ اجتماعی استفاده می‌شوند شاید در ساختار خود متنها آشکار نباشد و بنابراین در دسترس ساختار متنی قرار نگیرد. به همین ترتیب برخی از معانی متنها شاید با تحلیل متن آشکار نشود، چون در لحظه‌ای تولید شده‌اند که متن با موقعیت اجتماعی خواننده روبه‌رو می‌شود، و در این برخورد شاید خواننده عوامل پیش‌بینی نشده و غیرمتنی را در روند معنا سازی به میان آورد.

هاج و تریپ (۱۹۸۶) دریافتند که دانش‌آموزان استرالیایی مجموعه تلویزیونی عامه‌پسندی به نام زندانی را به شیوه خاص خوانده‌اند. داستان در یک زندان زنان می‌گذشت و بر روابطی متمرکز بود که بین زندانیان و زندانبانان به وجود آمده بود. دانش‌آموزان از برنامه معنایی استخراج

کرده بودند که به تجربه آنان در مدرسه مربوط می‌شد. ایشان زندان را نوعی استعاره برای مدرسه گرفته بودند. هر دو نهاد چنان طراحی شده بودند که اعضایش را به آدمهایی تبدیل کند که جامعه می‌خواست، نه آنکه خود می‌خواستند، در هر دو این احساس وجود داشت که زندگی واقعی در بیرون ادامه دارد. هر دو می‌کوشیدند بر همه جنبه‌های زندگی اعضای خود نظارت کنند، و در هر دو جاهایی بود که این نظارت با مقاومت روبه‌رو می‌شد: دستشویی‌ها و محل دوچرخه در مدارس، و رختشویی در زندان. در بین زندانیان و آموزگاران شخصیت‌های مشابهی وجود داشت: قلدر، نرم‌خو و تازه‌کار، آدمهای شریف و غیره. زندانیان و دانش‌آموزان زیر نگاه مراقب زندانیان و آموزگاران با ایما و اشاره و یادداشتهای پنهانی روشهای مشابهی به کار می‌بردند. شباهتها بی‌شمار بود.

در متن چیزی وجود نداشت که آشکارا به مدرسه اشاره کند. وقتی این متن با موقعیت اجتماعی بینندگان روبه‌رو شد، چنین معنایی از آن استنباط گردید. اینها در دسترس تحلیل، نشانه‌شناسی یا ساختاری نبود، بلکه تنها می‌شد از طریق قوم‌نگاری آن را کشف کرد. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد این معانی از نظر اجتماعی مرتبط به جزئی از رفتار دانش‌آموزان بدل شده است، زیرا بسیاری از آموزگاران به تهیه‌کنندگان برنامه‌مزبور نامه نوشته و شکایت کرده‌اند که به دانش‌آموزان بی‌انضباطی یاد می‌دهد و کار ایشان را دشوار می‌سازد. در عین اینکه نظریه‌شناسی و ساختارگرایی خوانشهای گوناگون را از متنی واحد مجاز می‌دارد؛ هال و اکو هر دو بحث می‌کنند که در مورد رسانه‌های جمعی نیز باید چنین باشد. قوم‌نگاری می‌تواند بینشی از برخی خوانشها به ما بدهد که در موقعیتهای خاص تولید شده است، و از این‌رو می‌تواند قدری به نظریه جان بیخشد.

من درباره‌ی خوانشهای گوناگون لحظه‌ی خاص از نمایش تلویزیونی پژوهش کرده‌ام (فیسک، ۱۹۸۹). چهار شوهر را از همسرانشان جدا

کردند و از ایشان پرسیدند: «به نظر شما پاسخ همسران به "نیازهای رُماتیک" شما کدامیک از این سه خواهد بود؟ «بله، قربان.» «راهی ندارد، "زوزه"». یا «جدی باش، مرد.» هر چهار مرد پاسخ دادند جواب درست «بله، قربان است» را دادند؛ اما وقتی همسرهایشان جلو دوربین آمدند، پاسخ دوتایشان «بله، قربان» بود و یکی «جدی باش، مرد» و دیگری «راهی نیست، "زوزه"».

مردم گوناگون این لحظه کوچک فرهنگ عامه‌پسند را به طرق گوناگون خواندند. برخی از زنان، به ویژه آنان که هوادار فمینیسم بودند، پرسشهای مربوط به امور جنسی را چنان توهین‌آمیز می‌دانستند که برایشان چنین سؤال و جوابهایی نمونه پدرسالاری و بسیار بی‌شرمانه بود، به خصوص با قبول این فرض که آمیزش زن را فقط بتوان پاسخی به "نیاز روماتیک" مرد دانست. اما سایر زنان در پاسخ‌آنهايي که نگفته بودند «بله، قربان» اهمیتی پیدا کردند و از آن لذت بردند. آنها بیش از خود سلطه پدرسالاری علاقه‌مند به رویارویی و مبارزه زنان علیه آن بودند. ایشان در تجربه‌های کوچکی که با اسطوره مسلط ازدواج متناسب نیست معانی هوادار زنانه یافته‌اند که در برابر اسطوره و کارش در سیاست جنسی مقاومت و مخالفت کرده‌اند. برخی از مردان خوانشهای "مسلط" را ایجاد کردند: ایشان با مردان "استاد" نمایش و به دو نفری که همسران کمتر شاکی داشتند خندیدند. اما بقیه که حس کرده بودند پرسش و پاسخ از پیشبرد پدرسالاری دور شده، عملاً نشان دادند و سؤال کردند. آنها حس کردند که آن سؤال مردان را برجسته می‌کند و ناگزیرند در ملاء عام بگویند "بله، قربان"، هر قدر هم که رفتارشان به طور خصوصی با همسرشان متفاوت باشد. ایشان حس کردند دستپاچگی مردی که همسرش او را "انگشت‌نما" کند از دستپاچگی زنی که به همسرش بله قربان می‌گوید بیشتر است. در مجموع آنها حس کردند که مردانگی (چنان‌که در پدرسالاری شرح داده شد) خیلی بدتر از زنانگی است.

در عین اینکه این خوانشها به نحوی با ساختار پدرسالارانه متن و اسطوره‌های مسلط ازدواج "خواننده می‌شوند"، همچنین معنایی تولید کرده‌اند که از معنای مسلط، متفاوت و در برخی موارد با آن مخالف است. تفاوتها از موقعیت مختلف اجتماعی خواننده، جنیستان، و راه‌هایی که روابط جنسی آنها در زندگی روزمره ایجاد می‌کند ناشی می‌شود. خوانشهاشان از خوانشهای مسلط و مرجح "آزاد" نیست، اما صرفاً به آن نیز محدود نمی‌شود. بلکه در همکاری با آن، واکنش در برابر آن، یا ضدیت با آن تولید می‌شود. آنها مثالهایی برای اینکه نظریه "خوانش ترجیحی" هال یا "رمزگشایی کژرو" اکو چگونه عملاً دیده می‌شود، فراهم می‌آورند.

کار قوم‌نگاری هم پرمزیت است و هم مسئله‌ساز. قابلیت آن در دیدن ارتباط به منزله عملی اجتماعی و متنی و دنبال کردن این بُعد اجتماعی نه در نظریه کلان اجتماعی - سیاسی، بلکه در شرایط عینی زندگی روزمره است. انجام این عمل مستلزم مشاهده اشخاصی در فرایند ارتباط و واداشتن‌شان به سخن گفتن از نقش‌شان در آن به کمال و روشنی تا حد امکان است. اما دو گونه مشکل در اینجا به بار می‌آید.

یکی، نقش پژوهشگر و اثری است که حضور او می‌گذارد. به طور سنتی قوم‌نگار می‌آموزد که عینیت را رعایت کند و از موضوع فاصله بگیرد، و به وجه تجربی ناظری علمی باشد. اما اخیراً قوم‌نگاران تجربه خود را همچون هوادار متن مورد بحث دخالت داده‌اند و بیش از آنکه ناظر فرایند باشند در آن شرکت جسته‌اند. آنها همچون فردی مساوی با هواداران به گفت‌وگو پیوسته‌اند، و از تجربه خود چون بخشی از موضوع مورد مطالعه استفاده کرده‌اند، و بنابراین گزارش خود را با طرفهای مورد پرسش چنان بسط داده‌اند که قادرشان می‌سازد پیش نزدیک‌تر و صمیمی‌تری از آنچه متن برایشان در بردارد به دست آورند. در این زمینه هم ردوی (۱۹۸۴) و هم هابسن (۱۹۸۲) موفق بوده‌اند. حضور ناظر باید

سبب برخی تفاوتها شود. ناظرانی که همدردی و صمیمیت نشان می‌دهند، به ناگزیر پاسخهای متفاوت‌تری از پاسخهای خشک و علمی به دست خواهند آورد؛ و این نوع قوم‌نگاری نمی‌تواند عینی و علم تجربی باشد. این امر وجه تحلیلی تفسیری از متن را به کسانی که آنها را می‌خوانند و معنایی که از آن استنباط می‌کنند گسترش می‌دهد. پس این بسط نشانه‌شناسی است و شاید لازم است نام آن را "نشانه‌شناسی قومی" بگذاریم.

مسائل دیگری هم دارد که آن را از کار تجربه‌گرا متمایز می‌کند؛ اینها مسائلی است ناشی از تفسیر داده‌هایی که فراهم می‌آورد. این روش برخلاف تجربه‌گرایی نکاتی فراهم نمی‌کند که معانی اش ذاتی آن باشد، بلکه شواهدی از فرایند فرهنگی مؤثر به دست می‌دهد که لازم است از لحاظ نظری تحت الشعاع متن اصلی تفسیر شود.

پس الگوی روش‌شناختی نشانه‌شناسی قومی زبانی است؛ نه تجربه‌گرایی. مخاطبان مطالعه شده طبق نیازهای تجربه‌گرایی نماینده مقوله اجتماعی عینی نیستند، و معنایی که ایجاد می‌کنند نباید به طور کلی به آن مقوله تعمیم داده شود. داده قوم‌نگاری تقریباً مثل جمله برای زبان‌شناس است. همان‌طور که جمله نمونه‌ای از زبان رایج است، قوم‌نگاری نیز لحظاتی از ارتباط در فرایند را فراهم می‌آورد. این لحظات یا "جملات" ویژه فرایند ارتباط است و لازم است در چارچوب نظری درک شود، اما نکات علمی نیست. نظریه‌های اخیر نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی ساختارگرا به ما می‌آموزد که معانی همیشه جاری است و پیوسته ساخته و بازسازی می‌شود و هرگز حقایق کامل نیست. در عین حال که کشف این نکته که کدام معنا را متنها و خوانندگانی که در موقعیت اجتماعی قرار دارند می‌سازند یا ترجیح می‌دهند جالب و مهم است، این معانی هرگز ثابت و نهایی نیستند، بلکه لحظاتی از گردش معنا در درون جامعه‌اند؛ در حقیقت معانی تنها در گردش‌شان موجودند.

پس ارتباط مطالعه معانی در گردش اجتماعی شان است. از این رو تحلیل متن برای آن جنبه اصلی دارد. بُعد اجتماعی نیازمند مطالعه در دو سطح اصلی است - سطح ساختارهای بزرگ جامعه، توزیع قدرت و منابع در چارچوب نظام اجتماعی به طور کلی، و سطح کوچک، یعنی آنجا که زندگی روزمره از سرگذراننده می شود. نشانه شناسی برخوردار از آگاهی اجتماعی بارت و نظریه اش درباره اسطوره، ساختارهای متنی را با ساختارهای اجتماعی ربط می دهد. نشانه شناسی قومی خوانش متون را به زندگی روزمره خوانندگانش مربوط می کند.

روشهای تجربی که به طور خلاصه در این فصل شرح داده شد باید خواننده را توانا سازد که از پیام و مخاطبش برخی بررسیهای بنیادی را به دست آورد. مقایسه نتایج حاصله از نشانه شناسی و روشهای تجربی مباحث مهمی را درباره اعتبار هر برداشت برمی انگیزد.

پیشنهاد برای کار بیشتر

۱. محتوای آگهی های یک شب تلویزیون را تحلیل کنید تا هم الگوی ترسیم حرفه ای به دست آید و هم جایگاه مردان و زنان. یافته های خود را با کار دومینیک و رچ در آمریکا در اوایل دهه ۱۹۷۰ قیاس کنید. چه شباهتها و اختلافاتی می بینید و اهمیتشان در چیست؟ از چند آگهی برگزیده تحلیل نشانه شناسی کنید. آیا نشانه شناسی تحلیل محتوا را تأیید می کند یا خلاف آن است؟

یا همین تمرین را در مجلات انجام دهید - مجلات مردان، زنان یا جوانان، هر طور که بیشتر می پسندید.

۲. برای مقایسه کیفیت یک روزنامه عامه پسند از تحلیل محتوا استفاده کنید. باید به نسبت موضوعات سرمقاله / آگهی، حروف چایی / تصاویرها، و فضای اختصاص یافته به مقولات مختلف و عناوین جدید توجه کنید. هارتلی (۱۹۸۲)، فصل ۳، عناوین مقولات زیر را

پیشنهاد می‌کند: سیاست، اقتصاد، امور خارجی، خبرهای داخلی (به دو دسته خبرهای داغ - خشونت، کشمکش، جنایت - و خبرهای ملایم - داستانهای "زنان" و داستانهای عاشقانه، تقسیم می‌شوند)، داستانهای گه‌گاهی (سوانح، خانواده سلطنتی و غیره)، و ورزش. این مقولات را چقدر مناسب می‌دانید؟ آیا مقولات دیگری را - مثلاً نمایش‌های سرگرم‌کننده - لازم می‌دانید؟ این تحلیل درباره خوانندگان و کارکرد ارتباطی روزنامه به ما چه می‌گوید؟ همچنین نک: Dyer (1982), ch. 5. ۳. با تحلیل محتوا جانمایه اصلی و گرایشهای اجتماعی اشعار بیست ترانه برجسته پاپ را کشف کنید.

۴. برای شناسایی معانی ضمنی عمده اقلامی که در سؤال ۱ فصل ۵ از آن استفاده کردید، تمایز معنایی را به کار ببرید. باید نمونه‌ای مرکب از بیست نوع قلم را برای هر آزمایش به کار ببرید. شما ممکن است صفت‌های جفتی زیر را سودمند بیابید: مذکر: مؤنث، شرافتمند: بی‌شرف، ایستا: پویا، ارزان: گران، جدی: شوخی، نو: کهنه، روستایی: شهری، رسمی: غیررسمی، ظریف: زمخت، آمرانه: سر به هوا، موثق: ناموثق، مهم: بی‌اهمیت، مصنوعی: طبیعی، فرادست: فرودست، تجاوزگر: غیرتجاوزگر، امن: پرخطر (اینها را جنی هیوز، یکی از دانشجویانم ابداع کرده است).

۵. یک پرسشنامه "استفاده و رضامندی" ابداع کنید تا درباره استفاده‌هایی که مخاطبان از برنامه‌های عامه‌پسند تلویزیون و رادیو می‌کنند تحقیق کنید. پرسشنامه‌ای که برای پژوهش مناسب است، مجموعه‌های عامه‌پسند، تام و جری (یا کارتون‌های دیگر)، مجموعه‌های جنایی، مسابقات تلویزیونی، ترانه‌های درخواستی، اخبار ملی یا محلی یا هر نوع برنامه‌ای که دلخواه شماست را دربر می‌گیرد. یا می‌توانید درباره انواع موسیقی پاپ تحقیق کنید. یادتان باشد که نتایج خود را به موقعیت اجتماعی، چنان‌که مثلاً توضیح داده شده درباره

سن، جنسیت، حرفه، جایگاه خانواده، آموزش مربوط کنید. فکر نکنید همه را باید به کار برد. انتخابتان بستگی خواهد داشت به آنچه تحقیق می‌کنید و همچنین مخاطبتان. نتایج به دست آمده را با مقولات رضامندی مک‌کوایل مقایسه کنید:

Corner & Hawthorn (1980), pp. 187-201.

۶. مطالعه قوم‌نگاری مقیاس کوچکی از چگونگی تماشای تلویزیون خانواده و دوستانان ترتیب دهید. نک: Fiske (1987), ch. 5.

ایدئولوژی و معانی

دلالت و فرهنگ

در فصل ۵ مراتب دوگانه دلالت را دیدیم. در آنجا برخی از سؤالات را مطرح نکردیم و بعضی موضوعات را باز نکردیم. مهم‌ترین این سؤالات این است که چگونه این معانی مرتبه دوم با فرهنگی که درون آن عمل می‌کند متناسب است؟ اسطوره‌ها و معانی ضمنی از کجا برمی‌خیزند؟ نشان داده‌ایم که معانی در خود متن نیست. خوانش شبیه به در قوطی بازکن نیست که معنای پیام را آشکار کند. معانی در تعامل متن و مخاطب ایجاد می‌شود. تولید معنا عمل پویایی است که هر دو عنصر به طور مساوی در آن سهم دارند. وقتی متن و مخاطب اعضای همبسته یک فرهنگ یا خرده فرهنگ‌اند، تعامل آرام و بی‌زحمت است. معانی ضمنی و اسطوره‌هایی که متن از نزدیک - اگر نه دقیقاً - در آنها با اعضای مخاطب متناسب است. در موارد دیگر، معانی با احساس کشش عظیم‌تری تولید می‌شود. خوانش ترجیحی عکس "ناتینگ هیل" شاید برای برخی ساده باشد، اما برای دیگران شاید سبب فشار یا مخالفت شود. شاید ایشان آن را با رمزهای مخالف یا مذاکره شده رمزگشایی کنند، نه با رمزهای مسلط "ساده". به عبارت دیگر اسطوره‌های آنان که به وسیله پلیس، سیاهان،

جوانان، زندگی شهری، خشونت - اگر اصلی‌ها را نام ببریم - را می‌فهمند، با آنچه نشریه آبزور فرض می‌کند اکثر خوانندگانش دارند، متفاوت است. در واقع نشانه‌شناسان از این فراتر می‌روند. آنها بحث می‌کنند که آبزور فقط فرض را بر آن می‌گذارد که خوانندگان در این معانی مرتبه دوم سهیم‌اند، اما عملاً خوانندگان را در میان "سفیدپوستان لیبرال دموکرات" می‌جوید. برای خواننده فرض این هویت اجتماعی برای آنکه بتواند تصاویر آن را طبق رمزهای مسلط رمزگشایی کند، یا به عبارت دیگر بتواند به معنایی برسد که تصویر ترجیح می‌دهد، پسندیده است. خواننده و متن با یکدیگر معنای ترجیحی را تولید می‌کنند، و در این همکاری خواننده همچون کسی با رشته‌ای روابط خاص نسبت به نظام ارزشی مسلط و باقی جامعه ایجاد می‌گردد. این یعنی ایدئولوژی کارا.

ایدئولوژی

چند تعریف از ایدئولوژی وجود دارد. نویسندگان گوناگون از این اصطلاح استفاده‌های متنوعی می‌کنند، و نمی‌توان درباره‌اش استفاده‌اش در هر زمینه‌ای به سادگی اطمینان داشت. ریموند ویلیامز (۱۹۷۷) سه کاربرد عمده از ایدئولوژی به دست می‌دهد:

۱. نظامی از اعتقادات ویژه یک طبقه یا گروه خاص.
۲. نظامی از اعتقادات وهمی - عقاید کاذب یا شعور کاذب - که همراه دانش حقیقی یا عملی بنیاد می‌گردد.
۳. فرآیند عمومی تولید معانی و عقاید.

اینها لزوماً متضاد نیستند، و هر استفاده از این واژه می‌تواند به درستی عناصری از استفاده‌های دیگر را دربرگیرد. اما با این حال معانی کانونی مختلف را باز می‌شناسد. اجازه بدهید آنها را به ترتیب بررسی کنیم.

کاربرد اول: این به کاربرد روان‌شناسان از این واژه نزدیک‌تر است. برداشت روان‌شناسان از واژه "ایدئولوژی" آن است که در الگوی همبسته سامان‌یافته باشد. برای مثال می‌توان مردی را در نظر گرفت که رشته‌ای برداشته‌ای خاص دربارهٔ جوانان دارد. او معتقد است که دو سال خدمت سربازی قدری "استقامت و بردباری" به جوانان می‌دهد و بیشتر مسائل اجتماعی ما را حل می‌کند. شاید با اطمینان بتوانیم دیگر برداشته‌های چنین مردی را دربارهٔ موضوعاتی چون جنایت و مکافات، طبقه، نژاد، و مذهب پیش‌بینی کنیم. اگر پیش‌بینی‌های ما درست از آب درآید، می‌توانیم بگوییم که او ایدئولوژی اقتدارطلبِ راست را دارد. همین است که به برداشته‌هایش شکل و همبستگی می‌دهد و توانایش می‌سازد آنها را به نحو قانع‌کننده‌ای به هم پیوند دهد. یا همان‌طور که بروکرید (۱۹۶۸) به اختصار می‌گوید: «برداشته‌ها در ایدئولوژی خانه دارند».

اما آنچه تعداد انگشت‌شماری از روان‌شناسان در آن بحث می‌کنند این است که جامعه ایدئولوژی را تأمین می‌کند، نه رشته برداشته‌ها و تجربیات فرد را که احتمالاً منحصر به فرد است. مارکیست‌ها که این اصطلاح را ملکِ طلق خود می‌دانند، پیوسته ایدئولوژی را به روابط اجتماعی مربوط می‌کنند. ایدئولوژی از لحاظ اجتماعی تعیین می‌شود، نه فردی. و برای مارکیست‌ها عامل اجتماعی که ایدئولوژی را تعیین می‌کند طبقه و تقسیم کار است.

کاربرد دوم: طبعاً این یک ما را به استفادهٔ ویلیامز از این اصطلاح هدایت می‌کند. در واقع ویلیامز پیشنهاد می‌کند که در عمل، یک و دو به ناگزیر با هم تلفیق می‌شوند. پس ایدئولوژی به مقولهٔ توهم و شعور کاذب بدل می‌شود که طبقهٔ حاکم به وسیلهٔ آن سلطهٔ خود را بر طبقهٔ کارگر حفظ می‌کند. چون طبقهٔ حاکم ابزارهای اصلی پراکندن و گسترش ایدئولوژی را در سراسر جامعه در اختیار دارد. می‌تواند طبقهٔ کارگر را وادارد که

حاکمیت آن را "طبیعی" و بنابراین برحق بدانند. کذب و دروغ درست در همین جاست. رسانه‌های ایدئولوژیکی شامل نظامهای آموزشی، سیاسی، حقوقی، و رسانه‌های جمعی و انتشارات می‌شود.

چنین خوانشی از عکس ناتینگ هیل به ما توضیح می‌دهد چگونه معانی عکس وابسته به ایدئولوژی مسلطی است که عکس خواننده را در چارچوب آن قرار می‌دهد. این ایدئولوژی چنین فرضی را مسلم می‌داند که پلیس محق است و خشن نیست و مدافع قانون و نظم ما و در واقع خود ماست. از سوی دیگر جوانان سیاه تجاوزگر، ضداجتماع و آنها هستند. اگر عکس را متنی جداگانه، بی‌نظیر و به خودی خود ببینیم، لزوماً از ما دعوت نمی‌کند که این معانی را ایجاد کنیم. اما البته نمی‌توان آن را چنین پنداشت. این قسمتی از تجربه فرهنگی ماست: خوانش آن تحت تأثیر خوانش دیگر عکسهای پلیس است که تظاهرات یا شورشها را آرام می‌کند. معانی متنهای مشابه در تعیین معنایی که هر متن ایجاد می‌کند دخیل‌اند. این روند را "بینامتنی" نامگذاری کرده‌اند. خواننده این کتاب شاید به درستی در این موقعیت مجموعه‌ای از تصویر پلیس بسازد تا ببیند چگونه نیروی ایدئولوژیک با تبادل بینامتنی شماری از عکسها روشن می‌شود. استوارت هال (۱۹۷۳) تحلیل مفصل و قانع‌کننده‌ای از عکس یکی از مطبوعات به دست می‌دهد. این عکس پلیسی را نشان می‌دهد که تظاهرکنندگان ضد جنگ ویتنام در میدان گراس و نور او را به باد لگد گرفته‌اند. از لحاظ ایدئولوژیک عکس او و عکس ما یکی است.

کاربرد سوم: این یکی آشکارتر از دوتای دیگر است. در واقع این سه کاربرد را می‌توان به جعبه‌های چینی تشبیه کرد - یک در درون دو است که خود در درون سه قرار گرفته است. ایدئولوژی در اینجا اصطلاحی است که برای تعریف تولید اجتماعی معانی به کار می‌رود. وقتی بارت از "دربردارندگان"، یعنی دلالت معنای ضمنی همچون "معانی بیان

ایدئولوژی "حرف می زند، آن را به همین نحو به کار می برد. ایدئولوژی که به این ترتیب به کار می رود، منبع معانی مرتبه دوم است. اسطوره‌ها و ارزشهای ضمنی چنان‌آند که هستند. زیرا ایدئولوژی نهفته در آنها به روز قابل استفاده دارد.

نشانه‌ها، ایدئولوژی، معانی

مثالی کمکمان می‌کند روشن کنیم که چگونه ایدئولوژی از طریق نشانه‌ها معنا می‌سازد. فیسک (۱۹۷۹) یک برنامه تلویزیونی مدرسه را که بی.بی.سی در اول مارس ۱۹۷۹ پخش کرد تحلیل کرده است. نام برنامه غذا و جمعیت، و مرکز توجهش به زبان تفسیر چنین بود: «اکنون می‌دانیم چگونه برای جمعیت روزافزون غذا تولید کنیم، با این حال بسیاری از گرسنگی تلف می‌شوند، چون راه‌حلهای علمی به عمل در نیامده‌اند». این نکته در فیلمی از پرو گفته شده که در آن کشاورزی بدوی دهکده‌ای واقع در آند با پیشرفتهای علمی و تکنولوژی در شهرها و نوار ساحلی توسعه یافته مغایرت دارد. اما این نیز ایدئولوژیک است: این عبارت فقط برای سازنده و مخاطبی که عضو فرهنگ مبتنی بر عمل است معنا دارد. این برنامه حول محور تضادهای آشکار ساخته شده است:

- علم کشاورزی : کشاورزی سنتی
- اقتصاد بازار : اقتصاد معیشتی
- شهر : روستا
- کودکان، نان‌خور : کودکان، بی‌روی کار
- پیشرفت : ایستایی، فرهنگ دوره‌ای
- تغییر : سنت

بنابراین تقابلهای دوگانه که برنامه را می‌سازند بین علم و غیرعلم است. ساختار عمیق برنامه، چارچوب ایدئولوژیکی، را می‌توان چنین بیان کرد:

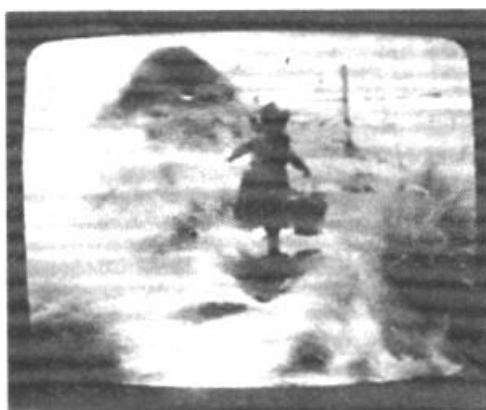
ما نسبت به آنها مثل علم در برابر غیرعلم هستیم



شهر



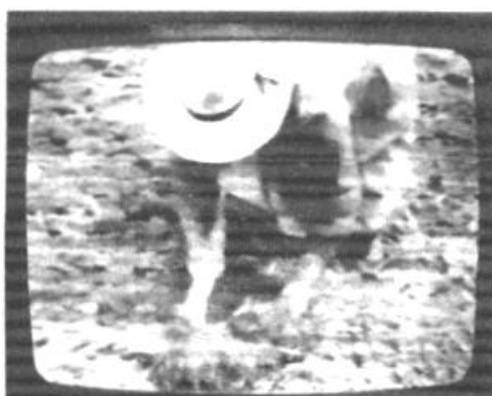
روستا



کودکان: نیروی کار



کودکان: نان خور



کار زنان - روستا



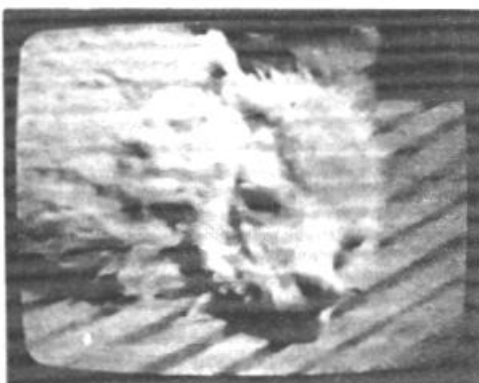
کار زنان - شهر



سیب زمینی زیر نور خورشید



سیب زمینی آزمایشگاهی



شترهای بی کوهان آمریکایی
روی تخت جراحی



شترهای بی کوهان آمریکایی
روی میز پشم زنی

تصویر ۱۴ برخی از پروزهای این ساخت را در برنامه نشان می‌دهد. برنامه به وسیله و برای فرهنگ، ما و علم، در سمت راست ساختار ساخته می‌شود، اما در مرتبه اول برای سمت چپ آنها و غیرعلم را می‌نمایاند. عملاً با وسائلی چون راهی که تفسیر به کمال توضیح می‌دهد - گرچه چندان حمایتگر نیست - ارزشها و صفات فرهنگ غیرعلمی را نشان می‌دهد، حال آنکه ارزشهای فرهنگی علمی را مفروض و مسلم باقی می‌گذارد. این فرض که آن ارزشها چنین اساسی، مشترک و طبیعی‌اند که نیازی به رجوع ندارند، چیزی است که بارت (۱۹۷۳) آن را "پیش‌نامزدی" می‌نامد و ایدئولوژی در کار است.

ایدئولوژی علم

ایدئولوژی علم چیزی است که این برنامه به دنبال آن است. تصویرهای ۱۵ الف و ۱۵ ب را در نظر بگیرید. آنها دالهای مختلفی هستند، اما مدلول یکسانی دارند؛ و اگر ما نشانه‌های علم را بفهمیم، ما نیز باید هم‌اکنون همان معنا را به دست آوریم. در دالها آشکارا اختلافاتی حاشیه‌ای وجود دارد، اما هسته مدلول در هر دو نشانه مشترک است. عنصر غیرعلمی در سمت چپ ساختار ما به ناگزیر معنای متفاوتی از ما به دست خواهد آورد. دال برای هر دو فرهنگ یکسان خواهد بود، اما مدلول به طرز چشمگیری متفاوت می‌شود و اختلاف در مدلولها اختلاف در ایدئولوژی‌هاست.

در مرتبه دوم دلالت اسطوره بارتی علم را دربرگیرنده مفاهیمی به قرار زیر می‌داند: علم حلال نهایی مسائلی است، توانایی نوع بشر در قلمرو طبیعت است، علم به رفاه و امنیت مادی می‌انجامد، و یکی از قله‌های دستاورد انسان را نشان می‌دهد. پس مفاهیم ضمنی آن ارزشهای اخلاقی و کارکردی مثبت را در برمی‌گیرد: خوب است و مفید. البته ضد اسطوره‌ای با ضد معنای ضمنی نیز در خرده فرهنگهای هواداران محیط زیست و حفظ طبیعت جریان دارد، اما اسطوره مسلط ما همان قسم مفاهیمی را در بردارد که در بالا خلاصه شد.



تصویر ۱۵. ب. علم

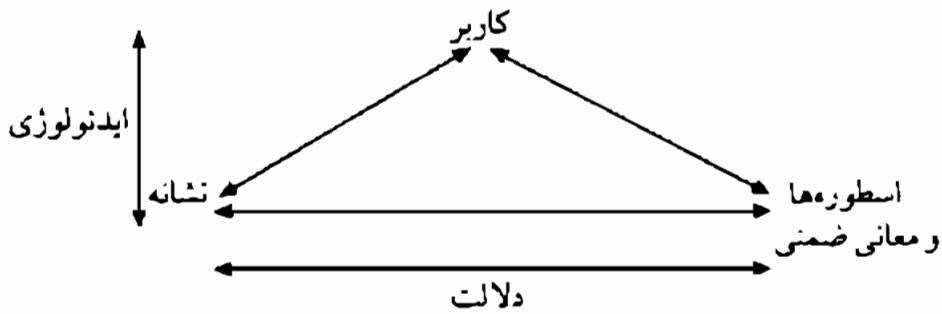


تصویر ۱۵. الف. علم

معانی مرتبه دوم علم را ایدئولوژی مسلط فرهنگ ما می‌سازد؛ که تاریخ را پیشرفت، و تغییر را ناگزیر و برای بهبود می‌داند و برای اصلاح رفاه مادی که در نهایت سرمایه‌دارانه و رقابتی است اولویت قائل است. اما برای جامعه‌ای با کشاورزی سنتی از قبیل آنکه در فیلم دیده شد؛ این نشانه‌های علم بر ایشان بیگانه و بنابراین غیرقابل اعتماد است. شاید ایشان اسطوره علم را همچون "جادوی خودشان فعال کنند، که گرچه قدرتمند است، اما از آن ما نیست"، و شاید اصلاً نتوانند خود را با ایدئولوژی که راه‌های آزموده و امتحان شده، اقتدار کهنسالان و اجداد، تداوم جامعه و شیوه زندگی را بیش از پیش تغییر می‌دهد و اصلاح می‌کند و تاریخ را دوره‌ای می‌بینند، نه توسعه پیشرونده، منطبق کنند.

ایدئولوژی و دلالت

این برنامه به طور خاص یا ویژه‌ای جانبدار نیست، بلکه مثل تمام کنشهای ارتباطی دیگر در فرایند دلالت ایدئولوژیکی عادی سهم است. ارزشهای معنای ضمنی و اسطوره‌های مشترک اعضای یک فرهنگ در مرکز این فرایند قرار دارد. تنها راه عادی شدن آنها می‌تواند با استفاده مکرر در ارتباطات مستقر و حفظ شود، هر بار که از نشانه‌ای استفاده شود، معانی رتبه دوم هم در فرهنگ و هم در استفاده‌کننده تقویت می‌شود. پس الگوی



شکل ۲۸

سه گوسی از روابط متقابل مانند شکل ۲۸ خواهیم داشت. روابط متقابلی که پیکانه‌های دو سر آن را نشان می‌دهد که همگی برای وجود و تکاملشان به استفاده مکرر وابسته‌اند. استفاده‌کننده نشانه با استفاده از آن رواجش می‌دهد؛ و اسطوره‌ها و ارزشهای معنای ضمنی فرهنگ را فقط با پاسخ به استفاده‌شان در ارتباطات حفظ می‌کند. رابطه بین نشانه و اسطوره و معنای ضمنی اش از یک سو، و استفاده‌کننده از سوی دیگر، رابطه‌ای ایدئولوژیک است.

نشانه‌ها به اسطوره‌ها و ارزشها شکل عینی می‌دهد و با انجام این کار هم تأییدشان می‌کند و هم به آنها عمومیت می‌بخشد. ما با استفاده از نشانه‌ها ایدئولوژی را حفظ می‌کنیم و بدان جان می‌بخشیم، اما همچنین آن ایدئولوژی و پاسخ ما به علائم ایدئولوژیک به ما شکل می‌دهد. وقتی نشانه‌ها اسطوره‌ها و ارزشها را عمومی می‌کند، قادرشان می‌سازد که کارکرد تعیین هویت فرهنگی را انجام دهند: یعنی اعضای فرهنگ را توانا می‌سازد که عضویت خود را در آن فرهنگ از راه پذیرش اسطوره‌ها و ارزشهای مشترک تعیین کنند. اگر بخواهم جزئی از هویت خود را بیان کنم، به این دلیل خود را عضو فرهنگ غرب می‌دانم که علم را با همان اسطوره‌ها می‌شناسم و همان ارزشهای نهفته را بدان می‌دهم که اکثر سکنه دنیای غربی برایش قائل‌اند. در ایدئولوژی با دوستانم مشترکم.

به عبارت دیگر من برای تصویرهای ۱۵ الف و ب ارزشهای ضمنی مثبت به همراه جایگاه و باورپذیری والایی قائلم. دستگاه‌های علمی که در عکس ۱۵ ب وجود دارد برای من به معنای تسلط علم بر انسان نیست (معنایی که به راحتی امکان‌پذیر است). ایدئولوژی من معناهایی را که در کنش متقابل با آن علائم می‌بینم تعیین می‌کند. در بردارنده‌ها و اسطوره‌ها به قول بارت "معانی بیان ایدئولوژی من" است.

بنابراین ایدئولوژی در این معنای سوم، زنجیره ارزشها و راه‌های دیدن ایستا نیست، بلکه عمل کردن است. ایدئولوژی با این نکته که می‌توانم پاسخ درخوری به نشانه‌ها، معانی ضمنی، و اسطوره‌ها بدهم، مرا به عضویت فرهنگ غربی مبتنی بر علم درمی‌آورد. با شرکت در عمل دلالت‌گری فرهنگم، من وسیله‌ای هستم که ایدئولوژی خود را بدان وسیله حفظ می‌کند. معناهایی که در نشانه‌ای می‌یابم از ایدئولوژی اخذ شده که نشانه و من در چارچوب آن موجودیت داریم، من با یافتن این معانی خود را در رابطه با ایدئولوژی و در رابطه با جامعه‌ام تعریف می‌کنم.

این بحث ایدئولوژی علم ممکن است چنان خوانده شود که در برگیرنده این معنا باشد که همه در آن شرکت مساوی دارند، و علم از لحاظ اجتماعی بی‌طرف است، و منافع جامعه مبتنی بر علم به طور مساوی تقسیم شده است. البته این موضوع صحت ندارد. علم و تکنولوژی از نزدیک به پدرسالاری سرمایه‌داری وابسته است. موضوع فقط این نیست که علم برای افزایش نفع تجارت بزرگ و طبقات متوسطی است که از آن بیشترین سود را می‌برند، بلکه علم یکی از راه‌های اعمال قدرت اجتماعی و صف‌ناپذیرتر است. دانشمندان در دانشگاه‌ها تربیت می‌شوند، و آنهایی که در نظام دانشگاهی موفق‌ترند معمولاً از خانواده‌های متوسط‌اند. آنهایی که از تحصیلات عالی برخوردارند نه تنها به صورت طبقه فرادست در می‌آیند، بلکه خود از آن طبقه‌اند. بنابراین علم به حفظ ساختار قدرت موجود کمک می‌کند.

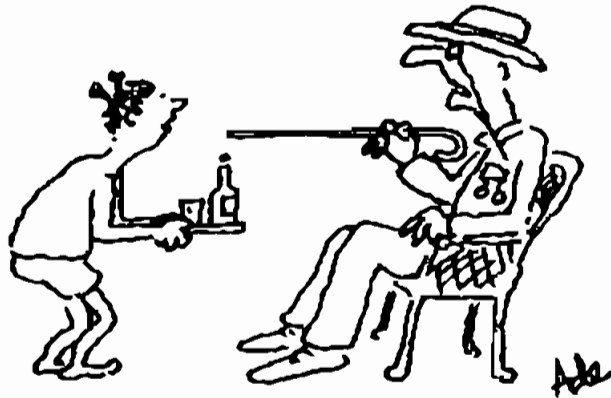
علم در سیاست جنسی مثل طبقاتی فعال است. در جامعه ما شمار مردان دانشمند بسیار بیش از زنان است، این موضوع ربطی به اختلافات ذاتی یا طبیعی مرد و زن ندارد، بلکه بخشی از اختلافات اجتماعی و بنابراین ایدئولوژیکی مذکر و مؤنث است. علم در نهایت ابزاری برای اعمال قدرت در جهان اجتماعی است، طبیعی به نظر می‌رسد که این قدرت به حوزه فیزیکی نیز بسط داده شود. احساس مسلط زنان دانشمند (مگر آنهایی که در علوم پرستاری و تغذیه یا پزشکی کار می‌کنند) این است که غیر زنانه یا دست‌کم غیر عادی‌اند. این ایدئولوژی است که در کار ساختن توزیع قدرت موجود در جامعه "طبیعی" و "عادی" به نظر می‌رسد.

از این منظر ایدئولوژی به مثابه نیروی سیاسی فعال در جامعه است، نه رشته‌ای از عقاید یا مسیر تفکر، که در ادامه با تفصیل بیشتری از آن بحث خواهد شد. هنگامی که ایدئولوژی یکی از راه‌های معناسازی است، مفهومی که می‌سازد پیوسته بعدی اجتماعی و سیاسی دارد. از این منظر ایدئولوژی، عملی اجتماعی است.

فهم ایدئولوژی

نظریه ایدئولوژی به مثابه کنش را لویی آلتوسر (۱۹۷۱) یکی از مارکسیست‌های نسل دوم بسط داد. او تحت تأثیر عقاید سوسور و فروید بود و بنابراین نظریات مبتنی بر اقتصاد مارکس را بر نظریه‌های ساختار و ناخودآگاه تحمیل کرد. از نظر مارکس ایدئولوژی مفهومی نسبتاً واضح بود. وسیله‌ای بود که با آن طبقات حاکم عقاید خود را در سراسر جامعه طبیعی و عادی نموده و می‌پذیرانند. همه دانشها مبتنی بر طبقات است. منشأ طبقاتی در درون آن درج شده و در خدمت منافع آن طبقه است. مارکس چنین می‌فهمید که اعضای طبقه فرودست، یعنی طبقه کارگر، به وسیله رشته‌ای از عقاید که از آن‌ها نیست، و از آن طبقه‌ای است که

منافع اقتصادی و بنابراین سیاسی و اجتماعی آن نه تنها با ایشان متفاوت است، بلکه عملاً برخلاف آنان است، به فهم تجربه اجتماعی، روابط اجتماعی و بنابراین خودشان هدایت می شوند.



بر اساس علم نشانه شناسی بگو، نادان!

طبق نظریات مارکس ایدئولوژی بورژوازی کارگران یا پرولتاریا را در حالت آگاهی کاذب نگه می داشت. آگاهی مردم را درباره اینکه که هستند، چگونه با افراد دیگر جامعه ارتباط برقرار می کنند و از این رو معنایی که از تجربه اجتماعی خود به دست می آورند، همه را جامعه می سازد، نه طبیعت یا زیست شناسی. آگاهی ما را جامعه ای که در آن به دنیا آمده ایم تعیین می کند، نه طبیعت یا روان شناسی فردی.

می توان مثال این نظریه را در عکس درگیری سیاهان و پلیس در فصل ۶ یافت. اعضای طبقات فرودست، چه سیاه و چه سفید، که به وسیله "عقاید طبقات حاکم" از این عکس مفهوم ساختند (یعنی به وسیله اسطوره های طبقه متوسط سفیدپوست) نه تنها از عکس و حوادثی که در بردارنده آن است، بلکه از خود و روابط اجتماعی خود نیز "آگاهی کاذبی" به دست خواهند آورد. این "عقاید طبقه حاکم" چنین القاء می کند که معنای حادثه را باید در سرشت جوانان سیاه یافت - آنها تماماً تجاوزگر، آشوبگر، و ضد قانوناند - و پلیس نماینده بی طرف قانونی

است عینی و منصف نسبت به همه طبقات جامعه. بنابراین آگاهی آنان "بورژوایی" است، و عکس خوانندگان خود را چون تبعه بورژوازی "تولید می‌کند" که روابطشان را با نظام اجتماعی - اقتصادی منصفانه و طبیعی می‌دانند، و بنابراین از تجربه اجتماعی نظیر این حادثه معنای مبتنی بر "فهم متعارف" به دست می‌دهند. این شعور کاذب است، زیرا معنای "حقیقی" آن را که مسبب چنین کشمکشی روابط اجتماعی است نه سرشت سیاهان، انکار می‌کند؛ تلخکامی ایشان به سبب موقعیتشان در جامعه‌ای است که پیوسته محروم‌شان می‌کند و همه امتیازات را برای سفیدپوستان طبقه متوسط قائل می‌شود. این شعور از دیدن پلیس چنان‌که "واقعاً" هست - یعنی عاملان قانونی که برای حفظ منافع صاحبان اموال و قدرت وضع شده و بنابراین وضع موجود را در برابر هر نیروی تغییر اجتماعی حفظ می‌کند - ناتوان است.

مفهوم ایدئولوژی به مثابه آگاهی کاذب در نظریه مارکس از اهمیت فراوانی برخوردار بود، زیرا ظاهراً توضیح می‌داد که چرا در جوامع سرمایه‌داری اکثر مردم نظام اجتماعی را می‌پذیرند که آنها را از مزایا محروم می‌کند. اما مارکس معتقد بود که "واقعیت" اقتصادی، دست کم در درازمدت، مؤثرتر از ایدئولوژی است، و کارگران ناگزیر بورژوازی را برمی‌اندازند و جامعه‌ای ایجاد می‌کنند که در آن یک طبقه مسلط نباشد و اکثریت را استعمار نکند و بنابراین نیاز باشد که آنها را در حالت آگاهی کاذب نگه دارد. در جامعه‌ای مبتنی بر عدالت و برابری نیازی به ایدئولوژی نیست، زیرا هر کس نسبت به خود و روابط اجتماعی خویشتن از شعور "حقیقی" برخوردار خواهد شد. از دیدگاه این نظریه تلخکامی جوانان سیاه‌پوست نشانه‌ای است از اینکه "واقعیت" اجتماعی - اقتصادی آنها قوی‌تر از کوشش ایدئولوژی مسلط در واداشتنشان به پذیرش آن است.

اما هرچه از قرن بیستم گذشت، آشکارتر شد که سرمایه‌داری با

انقلاب درونی سرنگون نمی‌شود، و انقلاب سوسیالیستی روسیه به باقی اروپا و غرب سرایت نمی‌کند. با این حال سرمایه‌داری همچنان اکثر اعضایش را از مزایا محروم و به نفع اقلیت استثمار می‌کند. برای توضیح این پدیده متفکران مارکسیستی چون آلتوسر (۱۹۷۱) نظریهٔ بسیار پیچیده‌تری از ایدئولوژی ارائه کردند که آن را از چنین رابطهٔ نزدیک علت و معلولی یا پایهٔ اقتصادی جامعه می‌رهند و آن را چون رشته‌ای از اعمال جاری و همه‌جانبه که همهٔ طبقات در آن شرکت دارند وصف می‌کند نه زنجیرهٔ اعتقادی که طبقه‌ای بر دیگران تحمیل کرده است. این نکته که همهٔ طبقات در این اعمال شرکت می‌کنند بدان معنا نیست که اعمال دیگر در خدمت منافع حکام نیست، چون به قطع و یقین چنین است؛ معنای آن این است که ایدئولوژی از آنچه مارکس برایش اعتبار قائل بود مؤثرتر است، زیرا بیشتر از درون کار می‌کند، نه از بیرون - ایدئولوژی در شیوه‌های تفکر و زندگی همهٔ طبقات عمیقاً درج شده است.

اگر مثالی بزنیم، پوشیدن کفش پاشنه بلند از بیرون دایرهٔ عقاید جنس مسلط (مردان) به زنان تحمیل نمی‌شود، بلکه پوشیدنش عملکرد ایدئولوژیک پدرسالاری است که زنان، شاید حتی بیش از آنچه ایدئولوژی می‌طلبد، در آن شرکت دارند. پوشیدن آنها بر قسمتهایی از اندام زن، که پدرسالاری ما را چنان تربیت کرده که بپنداریم از نظر مردان جذاب است، تأکید می‌کند. بنابراین زن در این امر شرکت می‌کند که خود را در نظر مرد به صورت شیء جذابی درآورد و در اختیار قدرت مرد قرار دهد. همچنین پوشیدن کفش پاشنه بلند او را از لحاظ فعالیت و نیروی جسمی محدود می‌کند؛ این کفشها سبب می‌شود بی‌ثبات و نامطمئن راه برود؛ بنابراین پوشیدنشان عمل سرسپردگی زنان به پدرسالاری است. زنی که کفش پاشنه بلند می‌پوشد در بازسازی و به جریان انداختن معانی پدرسالاری از جنس فعالیت می‌کند که مردانگی را قوی‌تر و فعال‌تر می‌داند و زنانگی را ضعیف‌تر و منفعل‌تر معرفی می‌کند.

یکی از رایج‌ترین و بی‌سر و صداترین عملهای ایدئولوژیک چیزی است که آلتوسر آن را "صدا زدن" یا "فراخوانی" می‌نامد. این موضوع به ویژه به این کتاب مربوط است، زیرا در هر کنش ارتباطی عمل می‌کند. همه ارتباط‌ها به کسی خطاب می‌شوند، و در خطاب به آنها، ایشان را در رابطه‌ای اجتماعی قرار می‌دهند. ما با تشخیص خود همچون مخاطب و در پاسخ به ارتباط، در ساختن اجتماع خود شرکت می‌کنیم و بنابراین ایدئولوژیک عمل می‌کنیم. اگر در خیابان فریادی را بشنوید که می‌گوید «آهای!» یا با این عقیده که مخاطب قرار گرفته‌اید برمی‌گردید، یا آن را ناشنیده می‌گیرید، به علت اینکه می‌دانید "هیچ‌کس، هیچ‌کس" شما را این طور صدا نمی‌زند؛ بنابراین رابطه نهفته در صدا زدن را رد می‌کنید. همه ارتباطات به نحوی ما را صدا می‌زنند یا فرا می‌خوانند؛ مثلاً جفتی کفش پاشنه بلند زن (یا مرد) را صدا می‌زند که با پوشیدن یا خوش آمدن از آنها همچون موضوعی پدرسالارانه به آن پاسخ بدهند. زنی که با پوشیدن آنها "خود" را مخاطبشان بدانند، تسلیم روابط بین دو جنس می‌شود؛ مردی که دوست داشته باشد زن این کفشها را بپوشد به همان اندازه اما به طرز متفاوت جا گرفته است - او را صدا می‌زنند که در قدرت بماند.

به همین ترتیب اگر بگذاریم که مثلاً با آگهی‌های شکل ۹ با ما حرف بزنند یا طرف خطابمان قرار دهند، موقعیت اجتماعی مذکری از طبقه متوسط را پذیرفته‌ایم. پذیرش این عقیده که مؤنث پاک است و مذکر فاسد و پیچیده و قبول "فهم متعارف" که مرد فریب دهنده است و زن فریب خورده، عملی مبتنی بر پدرسالاری است. استفاده از نوشابه‌ای غیرمتعارف و غریب به عنوان نشانه نقش فرد در این عمل به آن آهنگ خاص بورژوازی می‌دهد. چه مرد باشیم و چه زن آگهی دعوتمان می‌کند که طرز معناسازی مذکر از مار، الکل، و اغوا و فریب را درک کنیم و بنابراین خودمان را بشناسیم؛ بدین ترتیب به خواننده‌ای بدل می‌شویم که آگهی ما را فرا می‌خواند. این نکته بسیار مهمی است، چون نشان می‌دهد

که صدا زدن می‌تواند ما را در مقوله‌ای ایدئولوژیکی بگذارد که با مقوله اجتماعی، عملی متفاوت باشد. از این‌رو زنان می‌توانند در موقعیت مردان قرار بگیرند تا از خود و روابط اجتماعی‌شان حس مردانه ایجاد کنند، سیاهان می‌توانند در موقعیت سفیدپوستان، طبقه کارگر در موقعیت طبقه متوسط قرار گیرند و الی آخر. ارتباط فرایندی اجتماعی است و بنابراین باید ایدئولوژیکی باشد؛ صدا زدن نقش کلیدی در عمل ایدئولوژیکی دارد.

نظریه آلتوسر درباره ایدئولوژی چون عمل بسط‌تئوری مارکس درباره آگاهی کاذب است، اما هنوز بر نقش آن در حفظ قدرت اقلیت بر اکثریت با وسیله غیراجباری تأکید می‌ورزد. مارکسیست اروپایی دیگری از نسل دوم به نام آتونو گرامشی اصطلاح دیگری را در این حوزه وارد کرد - استیلا (هژمونی) که ما مایلیم آن را ایدئولوژی به مثابه مبارزه بدانیم. استیلا به اختصار به دست آوردن رضایت مدام و پیوسته اکثریت است در قبال نظامی که بر آنها مسلط است. دو عنصری که گرامشی بیش از مارکس و آلتوسر بر آن تأکید می‌ورزد مقاومت و بی‌ثباتی است.

استیلا لازم است و باید سخت کار کند، زیرا تجربه اجتماعی گروه‌های فرودست (چه طبقاتی باشد، چه جنسی، تژادی، سنی و هر عامل دیگر) با تصویری که ایدئولوژی مسلط بر ایشان از خود آنان و موقعیت اجتماعی‌شان به دست می‌دهد، مدام در تضاد قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر ایدئولوژی مسلط مدام با مقاومت‌هایی روبه‌رو می‌شود که باید بر آنها غلبه کند، تا رضایت مردم را نسبت به نظم اجتماعی که در حال پیش بردن است کسب کند. شاید بتوان بر این مقاومتها غلبه کرد، اما نمی‌توان از بینشان برد. بنابراین هر پیروزی از راه استیلا، هر رضایت و توافقی که کسب کند، لزوماً بی‌ثبات است؛ نمی‌توان آن را مسلم فرض کرد، بنابراین باید مدام آن را به دست آورد و برایش مبارزه کرد.

یکی از راهبردهای اصلی توأم با استیلا بنا کردن "فهم متعارف" است.

اگر عقاید طبقه حاکم همچون فهم متعارف (مثلاً بدون مبنای طبقاتی) پذیرفته شود، پس به هدف ایدئولوژیک رسیده‌اند و کار ایدئولوژیکی به لباس مبدل درآمدی است. مثلاً فهم متعارف حکم می‌کند در جامعه ما تبهکاران افرادی شریر یا بی‌کفایت‌اند که به مجازات یا اصلاح نیاز دارند. چنان فهم متعارف این نکته را لاپوشانی می‌کند که قانون‌شکنان مردانی هستند از گروه‌های محروم از امتیاز و قدرت - آنها از سن، طبقه یا نژاد "نادرستی" هستند. بنابراین فهم متعارف ممکن را انکار می‌کند. فهم اخیر می‌گوید: علت، جرم و جنایت در جامعه است نه فرد، و جامعه ما به مردان می‌آموزد که مردانگی‌شان بسته به کارهای موفقیت‌آمیز است (که نوعاً با پاداشهای مادی و احترام اجتماعی سنجیده می‌شود) و سپس بسیاری از ایشان را از وسایل نیل به این موفقیت محروم می‌سازد. به این ترتیب "شهروندان پای‌بند قانون" که "از قضا" معمولاً به طبقاتی وابسته‌اند که راه‌های بسیاری برای کنشهای موفقیت‌آمیز دارند، از مسئولیت این فکر خلاص می‌شوند که شاید جرم و جنایت فرآورده نظامی باشد که مزایای بسیاری به آنها داده، و شاید راه‌حل مسئله این باشد که قدری از امتیازات خود چشم‌پوشند. از این‌رو فهم متعارف دایره بر اینکه جرم و جنایت کارکردی است ناشی از شرارت فردی و نه جامعه مبتنی بر بی‌عدالتی، بخشی از ایدئولوژی بورژوازی است، و تا آنجا که طبقه فرودست (حتی خود جنایتکاران که شاید باور کنند درخور مجازات‌اند و بنابراین نظام قانون جزایی برای همه عادلانه است) آن را می‌پذیرند، ایدئولوژی در کار است. رضایت ایشان در قبال خرد جمعی، ولو موقتی، پیروزی استیلا است.

نظریه‌های ایدئولوژیک تأکید می‌کنند که همه ارتباطات و همه معانی جنبه اجتماعی - سیاسی دارند، و نمی‌توان آنها را بیرون از زمینه اجتماعی فهمید. کار ایدئولوژیک همیشه وضع موجود را می‌پسندد، زیرا طبقات صاحب قدرت نه تنها بر تولید و توزیع کالا، بلکه بر تولید و توزیع عقاید

نیز تسلط دارند. نظام اقتصادی به نفع آنها سامان داده می‌شود، و نظام ایدئولوژیک از آن اخذ می‌گردد و برای پیشبرد، طبیعی سازی و لاپوشانی آن به کار می‌رود. همه نظریات ایدئولوژیک، بر هرچه با هم اختلاف داشته باشند، بر این نکته موافقت دارند که در خدمت حفظ سلطه طبقاتی است؛ اختلافشان بر سر شیوه‌های اعمال این سلطه، درجه کارایی آن، و حد مقاومتی است که به آن برمی‌خورد.

برای خلاصه کردن می‌توان گفت که نظریه مارکس درباره ایدئولوژی همچون آگاهی کاذب آن را از نزدیک به پایه اقتصادی جامعه بسته و مطرح کرده است که کاذب بودن آن در قبال شرایط مادی طبقه کارگر به ناگزیر منجر به براندازی نظام اقتصادی تولیدکننده‌اش می‌شود. او آن را تحمیل عقاید اقلیت فرادست به اکثریت فرودست می‌دانست. این اکثریت سرانجام باید این آگاهی کاذب را در نوردد و نظام اجتماعی را که بر او تحمیل شده تغییر دهد.

اما، نظریه آلتوسر از ایدئولوژی به منزله کنش نه در دسترس به هر جنبه زندگی و نه از نظر تاریخی، محدودیتی قائل نمی‌شود. قدرت ایدئولوژی در توانایی‌اش به درگیر کردن فرودست در عملکردهایش و بنابراین هدایتشان به بنا کردن هویت اجتماعی یا ذهنیت برای آنهاست که همدست آن و علیه منافع اجتماعی - سیاسی خود باشند. نتیجه منطقی این نظریه آن است که از ایدئولوژی گریزی نیست، چون گرچه شاید تجربه مادی اجتماعی ما خلاف آن باشد، تنها وسیله‌ای که ما از مفهوم‌سازی آن تجربه داریم همیشه از نظر ایدئولوژیکی سرشار است، بنابراین تنها معنایی که از خود و روابط اجتماعی خود می‌سازیم، و تجربه اجتماعی ما آن است که از عملکرد و ایدئولوژی مسلط حاصل می‌آید.

اما نظریه گرامشی درباره ایدئولوژی استیلا، یا ایدئولوژی به مثابه مبارزه، تأکید بیشتری بر مقاومت می‌ورزد. نظریه او گرچه در این نکته که فرودست شاید به ایدئولوژی فرادست رضایت بدهد و بنابراین در

پراکندن آن شرکت جوید با آلتوسر توافق دارد، همچنین اصرار می‌ورزد که شرایط مادی اجتماعی ایشان با آن مفهوم مسلط متضاد است و بنابراین در برابرش مقاومت می‌کند. گزارش او از ساختارهای تسلط به اندازه نظریات آلتوسر ظریف و قانع‌کننده است؛ با این حال به علت اینکه تأکید بیشتری بر مقاومت می‌ورزد که ایدئولوژی باید بر آن غالب آید، اما نمی‌تواند نابودش کند، نظریه‌اش در نهایت قانع‌کننده‌تر است، چون تضادهایی را که تجربه اجتماعی ما را می‌سازند بیشتر به حساب می‌آورد. نظریه گرامشی تغییر اجتماعی را ممکن می‌داند، نظریه مارکس آن را ناگزیر می‌سازد، و آلتوسر بعید.

تحلیل ایدئولوژیک

تصویر ۱۶ از مجله سوتین است که با توجه به کلمات روی جلد هدفش آن است که بگوید «یکی دختر به زن بدل می‌شود». این مجله برای آنکه به خوانندگان در گذشته از مرز بین دختر و زن کمک کند به رشته‌ای از معانی زنانگی به طوری پرداخته تا برای زنان جوان جذاب و واقع‌گرایانه باشد، با این حال سرانجام در خدمت منافع صاحبان قدرت، یعنی مردان طبقه متوسط است، گروهی از منافع متضاد با خوانندگانی است که مخاطب این صفحه‌اند.

بگذارید از تحلیل آشکارترین مورد شروع کنیم، چون نشانه‌شناسان به ما می‌آموزند که چیزی که آشکارتر و عادی‌تر است، آنجاست که بزرگ‌ترین دلالت فرهنگی قرار دارد: آلتوسر و گرامشی هر دو ما را به کار ایدئولوژیک "فهم متعارف" سوق داده‌اند، کاری که خود عبارت انجام می‌دهد، چون مفهومش البته نه "عمومی" که طبقاتی است، با این حال منشأ طبقاتی‌اش در عقاید طبقه حاکم به لباس مبدل درآمده است. آشکارترین جنبه این صفحه تأکیدش بر ظاهر و کانون خانواده و متصل بودن این دو است. آنچه این صفحه می‌گوید این است که زنان ظاهر و

باطنشان یکی است، و آنچه می‌نمایند از چشم مرد و در نهایت شوهر دیده می‌شود. بنابراین زنان را تشویق می‌کنند که خود را از چشم جنس دیگر یا جنس حاکم ببینند (یعنی از خود معنا بسازند). وسط صفحه چشم را از معرفی خانواده (دلپسندی) از عکسی از مجموعه تلویزیونی قدیمی خانواده *والثن* به کتاب آشپزی جون کلیور فور و دختر جوانی می‌کشاند که بلوزی از پارچه ستی خالدار به تن کرده و بی‌قید پیشبندی بسته و گیسوان را رها کرده است. کلماتی که کنار پیشبند نوشته شده در عکس نشانه کلیدی است: «پیشبند دیگر فقط برای آشپزی نیست. پیشبند... نرم، لطیف، عالی و دخترانه است». ویرگول‌های مبهم و مردد، بی‌ثباتی و تردید زنان جوان را می‌نمایاند و به خواننده چون دختر نوجوانی درود می‌فرستد. این پیشبند در عین حال که با پیشبندهای دیگر یکی است، اما حالتی دخترانه به آن داده شده و بنابراین هر دو مقوله دختر و زن را دربر می‌گیرد. کارکردش آن است که جنس زن را پاکیزه نگه دارد. (پسران مجازند کثیف شوند، چون کثیف شدن با فعالیت مردانه همراه است، و وضع ظاهر چندان اهمیت ندارد، چون مردانگی با آنچه پسران انجام می‌دهند توصیف می‌شود، نه با آنچه به نظر می‌رسند. پس کثیفی را مردان تولید می‌کنند و زنان تمیزند). پیشبند چیزی است که دختر را از کثیف شدن در هنگام بازی محفوظ می‌دارد؛ پیشبند زن را هم از کثیف شدن هنگام کار حفظ می‌کند؛ اما هر دو ظاهر زنانه را تمیز نگه می‌دارند، پس بازی دختر به راحتی در کار زن ادغام می‌شود (همچنان‌که روی جلد کتاب آشپزی چنین است). پس دختر «طبعاً» بدل به زنی می‌شود که کارش غذای فراوانی را که در بالای تصویر برای خانواده لازم بوده تدارک دیده است. بعد غذا را مرد طوری تقسیم می‌کند که انگار مال خود اوست، و به این ترتیب کار زن پنهان می‌شود؛ کار زن چیزی است که مرد را توانا می‌سازد بر خانواده ریاست کند. «اطوار» انتهای تصویر فقط به خاطر آن است که به مرد بفهماند که تا آخر عمر زن به او خوراک می‌دهد و خدمت می‌کند.

در سمت چپ سه زن جوان ظاهر خود را می‌نمایانند. هر کدام جلور دوربین ژست گرفته‌اند و هم قدر دوربین را می‌دانند و هم نقش خود را، که قرار است "همان باشد که عکس گرفته می‌شود"؛ هیچ‌یک از آنان کاری نمی‌کنند، و هر چه هست و نیست همان وضع ظاهرشان است. این وضع ظاهر منفعل، کودکانه و رام بودن است. خطوط چهره‌شان به چشمان و دهان کاهش یافته؛ عکس پایینی چنان روشن است که بتواند عکسهای دیگر را هموارتر بنماید، و آرایش حالت هر سه، یک کار را انجام می‌دهد. تأکید بر چشمان و دهان راهی است برای "کودک جلوه دادن" موضوع، درست همان طور که نقشبند "گیرا"ی نوزادان، توله‌سگها، بچه‌گره‌ها، گوساله‌ها، یا جوجه‌طُرَقه‌ها به وسیله چشمان درشت و خطوط حاد و دهان و پوزه و منقار در ماندگی آنها را وصف می‌کند. آرایش و فنون عکاسی معانی کودکانه را در چهره‌زنانه بازسازی می‌کند. حالت بدن هم همین کار را می‌کند، چون زنان اندام خود را طوری خم یا کج می‌کنند که گافمن (۱۹۷۹) در تحلیل مفصلش از جنس‌ترسیم شده در آگهی‌ها آن را انحناى تسلیم‌شونده‌تن خوانده است. این حالات از موضع تسلیم‌مذکر نیرومند و مخاطب را خدنگ آن قرار می‌دهد.

عکس وسطی به ویژه کودکانه شده است. نشان "چهره‌خندان" که طرحی کودکانه است، مثل عکس، چهره را به دهان و چشم کاهش می‌دهد، و این یکی از بقیه جوان‌تر و پسرانه‌تر به نظر می‌رسد. دو نشانه دیگر با پختگی جنسی بیشتر به کودک‌واری اصلی پیوند زده شده، چنان‌که مُد "بازی مانند" نشانهای وسط تصویر آرام آرام به مُد "بالغ" پراهن بالایی می‌رسد، و موهای آشفته کودکانه با پیچیدگی بیشتری از عکس پایینی ژولیده می‌شود. این موضوع با دختر ستون وسطی که ادای کار زنان را درمی‌آورد ادغام می‌گردد؛ بنابراین به طور ضمنی می‌گوید که مد "وضع ظاهر" کار زنان است - یعنی نیاز است که آنها گذشته از تغذیه جسم مردان از راه آشپزی، با پیروی از مد به توهمات‌شان نیز خوراک برسانند.

ستون سمت راست پیچیده‌تر و متضادتر است. یکی از کارکردهای ایدئولوژیکی آن انتقال معانی واژه‌های تیر آگاهی "طبیعی حقیقت واقعی" * به معانی زنانگی ارائه شده در ستونهای دیگر است. دل‌بستگی زیست بوم و آلودگی "آگاه" بودن از "حقیقت واقعی طبیعت" است (یا "طبیعت حقیقی واقعیت" یا "حقیقت واقعی طبیعی"، اتحاد مفاهیم است که معنا می‌دهد، نه نظم دستوری آنها). نگرانی ناگفته و سرکوفته صفحه این است که شاید برخی خوانندگان آرایش و مُد را غیرطبیعی بدانند و حتی شاید بگویند اندام حقیقی و واقعی زنان را می‌آلاید. شاید خواننده خود به خود توجه کند که این جابه‌جایی یک علاقه به محیط پیرامون است. (جابه‌جایی اصطلاحی است که نظریات ایدئولوژیک از نظریه‌رؤیای فرویدی وام گرفته است: وقتی موضوع یا نگرانی‌یی - چه از لحاظ روان‌شناسی و چه از لحاظ ایدئولوژیک - سرکوفته شده، علاقه نسبت به آن فقط می‌تواند با موضوعی مشروع و از لحاظ اجتماعی قابل پذیرش جابه‌جا شود). دل‌بستگی به محیط شایان‌ت‌حسین است و پذیرفتاری اجتماعی‌اش چیزی است که آن را جابه‌جایی مؤثری می‌سازد. این رابطه جابه‌جا شده بین آرایش و آلودگی در زیر این عبارت نهفته است که با پودرهای ظریف جدید نمی‌گذارم آرایشم دیده شود، چون نامرئی است و بنابراین طبیعت صورت را نمی‌آلاید - یعنی از نظر زیست‌بومی سالم است!

اصطلاح دیگری که در تحلیل ایدئولوژیک به کار گرفته می‌شود درآمیختن است. این اصطلاح به فرایندی اشاره می‌کند که طبقات فرادست به وسیله آن عناصری از مقاومت را از فرودست می‌گیرند و بیش از آنکه با آن بجنگند، برای حفظ وضع موجود از آن بهره می‌جویند. ایشان مقاومتها را در ایدئولوژی مسلط درمی‌آمیزند و از این‌رو از مخالفت محروم‌شان می‌سازند. «نگران نشوید، هیپی بشوید. برداشتهای دهه ۶۰ - در لباس،

* Natural Aware Truth Real

موسیقی، خوراک، و آگاهی اجتماعی برگشته است»، مثالی از درآمیختگی است. جنبش اجتماعی دهه ۱۹۶۰، از تظاهرات سواره علیه نژادپرستی در جنوب ایالات متحده گرفته تا اعتراضات جهانی علیه جنگ ویتنام و تظاهرات ضد دولتی دانشجویان که سراسر اروپا و ایالت متحده را درنوردید، همه به سطح مُد، سبک موسیقی، و آگاهی اجتماعی بی خطر و قابل احترام زیست‌بوم کاهش یافت. در اینجا بی‌معناست که بگوییم آگاهی دهه ۶۰ مثلاً به شلیک کردن گارد ملی به روی تظاهرات غیر مسلح دانشجویان دانشگاه کنت و کشته شدن چهار دانشجو انجامید. مخالفت سیاسی آن دهه مهار شده و با ایدئولوژی مسلط درآمیخته است. «زاک اند رول» نیز اغلب برای هوادارانش معنای مخالفت را داشت، اما این هم مهار شد و با علائقی از لحاظ اجتماعی قابل قبول جشنهای زیست‌بومی و ضد آلودگی درآمیخت. درآمیختگی با اتصال این جنبشهای اجتماعی به دلبستگی به طبیعت بر این نکته سیاسی که سرمایه خود سبب آلودگی محیط زیست است نقاب می‌زند و استعارش می‌کند، چیزی که هپی‌های دهه ۶۰ به خوبی از آن آگاه بودند، اما به طرز چشمگیری از صفحه اول سونتین غایب است (نقاب زدن و غیبت معنادار نیز دو اصطلاح رایج تحلیل ایدئولوژیکی است). گریتفول دِد (Grateful Dead)^۱ نیز به همین سرنوشت دچار شد. برای هواداران اصلی و بیشتر هواداران کنونی آن گروهی مخالف بودند که از سبک زندگی دیگر، ارزشهای مخالف، و معانی ضد سرمایه‌داری پیروی می‌کردند. اما برای این صفحه برخلاف فرهنگ دهه ۶۰ و «اصل» گریتفول دِد که به آن اشاره می‌کند و با آن درمی‌آمیزد، در سرمایه‌داری هیچ نقصی نیست؛ در واقع سرمایه‌داری به دور از مسئله بودن، حتی راه‌حل تلویحی است، چون سرمایه‌داری است که کالاهایی را تولید می‌کند که دختران می‌توانند وضع ظاهر خود (یعنی خویشتن خویش) را از حالت دختری به زنانگی مبدل کنند و بدان نیاز دارند تا خانه‌ای را برای شوهر و فرزندان اداره کنند، و بنابراین

توانایشان سازد تا زنی باشند که "واقعاً هستند". نقاب زدن بر چهره زیست‌بومی تحت عنوان دل‌بستگی به طبیعت به جای بسیج آن همچون اعتراض علیه سرمایه‌داری عملکرد ایدئولوژیکی دیگر این صفحه است. با این حال این هم کالاسازی دیگری است. سرمایه‌داری نظامی است که بالاتر از همه کالا تولید می‌کند، پس طبیعی جلوه دادن کالا در رأس عملکرد ایدئولوژیک قرار دارد. به ما می‌آموزند که تمایلات را در چارچوب کالاهایی بفهمیم که برای برآوردن آنها تولید شده است؛ همچنین یادمان می‌دهند که به مسائلمان در چارچوب کالاهایی بیندیشیم که با آنها حلشان می‌کنیم. بنابراین مسائل بلوغ و تبدیل شدن دختر به زن در چارچوب کالاها حل و فصل و محدود می‌شود - پیشبند، کتابهای آشپزی، نشانه‌های خوشحالی، آرایش مو، لباسها، آرایش چهره و... مسائل رابط جامعه تصنعی ما به طبیعت و بنابراین آن را طبیعی جلوه دادن، کالایی کردن است - ما [در ویرین مغازه] جواهرت را با مرواریدها، صدفها یا اسبهای دریایی طبیعی می‌آراییم، و آگهی تجارتنی (شکل هنری ارائه کالا) با کمک تلویزیون برنامه "راه‌حلهای آلودگی" را می‌سازد و به زیست‌بوم خدمت می‌کند. عکس مجموعه خانواده‌ی والتن خانواده را با کالاهایش وصف می‌کند - میز بزرگ و جادار که با اجازه به حضور همه افراد خانواده بیانگر وحدت خانواده است؛ خانه بزرگ و راحت؛ لباسهای مرتب و تمیزشان؛ گلها، بشقابها، و ظروف نقره روی میز - حس یکپارچه رفاه طبقه متوسط برای معنای خانواده در سرمایه‌داری اصلی ضروری است. آنها خانواده‌ای هستند که مصرف‌کننده‌اند؛ خانواده‌ای هستند کالایی شده (جدا کردن عکس از زمینه اصلی اش بر این نکته نقاب می‌زند که مجموعه در دوران بحران بزرگ اقتصادی می‌گذرد و یکی از جانمایه‌های اصلی آن رویارویی با فقر است. عکس در خدمت انکار خوانشهای سیاسی مخالف خانواده‌ی والتن است و خانواده را با کالای بی‌اشکال سرمایه‌داری درمی‌آمیزد).

البته باقی مجله پر است از آگهی، مد، و عکسهای آرایش، ستونهای توصیه و قصه که همه در خدمت پیشبرد کالاهای و از این رو در خدمت منافع کسانی است که آنها را تولید می‌کنند. از تن و زندگی زنان رشته‌ای مسئله ساخته می‌شود که برای حل آن کالاهایی تهیه شده است. این صفحه نمونه‌ای از خروار مجله است. البته خود مجله مهم‌تر از همه این کالاهاست. دلبستگی شدید و بی‌پرده‌اش به علایق خوانندگان جوان عملاً راهی برای بنیاد کردن آن علایقی است که کالاهای متناسب می‌توانند بدان - و از جمله خودش - پاسخ دهند. بنابراین خوانندگان جوانش بدان سو هدایت می‌شوند که علایق آن را از خودشان بدانند. مارکس در این زمینه بحث می‌کرد که ایدئولوژی کارگران را وامی‌دارد شعور بورژوازی را بپذیرند، و مورلی دریافت که زنان ارزشهای مردان را می‌پذیرند تا سلیقه خود را درباره برنامه‌های تلویزیون دست کم بگیرند.

آنچه بارت اسطوره‌زنانگی و خانواده می‌خواند مثل همه اسطوره‌ها تاریخ و جامعه را به طبیعت بدل می‌کند. بنابراین اسطوره‌هایی برای تفاوت بین خانواده‌والتن و خانواده‌امروزی نمی‌گذارد، همچنین است بین خانواده‌امروز و نسل پدر و مادرش در دهه ۶۰، بین دختر و مادر بر سر کتاب آشپزی، و بین دختران و زنان در سراسر این صفحه. و سرانجام هیچ تفاوتی بین منافع تولیدکنندگان و خوانندگان این صفحه قائل نمی‌شود. چنین تفاوت‌هایی از نظر تاریخی و اجتماعی ایجاد می‌شود، و به این ترتیب از راه طبیعی‌سازی معانی بر آن نقاب می‌زنند. بنابراین اسطوره می‌گوید که دختران "به طور طبیعی" مبدل به زن و "به طور طبیعی" بدل به خانم خانه‌دار می‌شوند، و از این رو به طرز چشمگیری از هر سؤالی از این دست که چه جور زنی می‌شوند و این کار در خدمت منافع کیست خودداری می‌گردد. طبیعی‌سازی نظم موجود آن را (مثل طبیعت) عام و بنابراین تغییرناپذیر می‌نمایاند؛ مسئله چگونگی تغییر دادن نظام اجتماعی نیست، بلکه چگونگی وارد کردن خود در آن (به کمک کالاهای مناسب) و بنابراین حفظ آن است.

لذت زنان (از عشوه گر بودن در جوانی و مادرانه بودن به وقت پیری) و کالاهایی که با آن به این حالات دست می‌یابند به وسیله نظام سرمایه‌داری پدرسالار تولید می‌شود که انقیاد زنان را تضمین می‌کند؛ تا آنجا که زنان این کالایی شدن لذتها را می‌پذیرند و آنها را به مثابه واقعی تجربه می‌کنند، به طور فعال ایدئولوژی را پیش می‌برند که خلاف منافع خودشان است؛ یعنی در استیلا شرکت می‌کنند. خواننده با تشخیص خود در مقام مخاطبی که این صفحه "به او ندا می‌دهد"، در ایدئولوژی پدرسالار شرکت می‌کند؛ و با پذیرش فهم متعارف مبنی بر ارائه خود و آینده‌اش، به جلب رضایت خود و دیگران به نظامی که در درازمدت فقط مردان طبقه متوسط از آن نفع می‌برند کمک می‌کند.

مقاومتها

این صفحه سوتین مثال خوبی از استیلا در کار است، اما استیلا باید سخت کار کند، زیرا بسیاری از تجارب روزمره زنان جوان با آن متضاد است. استیلا وسیله‌ای است که با آن رضایتشان از نظامی که آنها را از مزایا محروم می‌کند به دست می‌آید، اما پیروزی‌های آن هرگز کامل یا با ثبات نیست؛ به علت تجارب متضاد زندگی روزمره مبارزه هرگز تمام نمی‌شود، و هر زمینه‌ای را که ایدئولوژی مسلط به دست می‌آورد مدام باید از آن دفاع کند و به طور فعال به آن بچسبد.

نظریه‌های ایدئولوژی، مارکس و آلتوسر به خوبی آشکار می‌سازد که کار ایدئولوژی مسلط چقدر همه‌گیر و زیرکانه است، اما این تأکید آنها را به نادیده گرفتن یا کم اهمیت دادن به حد مبارزه یا مقاومتی است که با آن برمی‌خورد. هر دو نظریه به آن گرایش دارند که قدرت ایدئولوژیک را تقریباً مقاومت‌ناپذیر بدانند. بنابراین تحلیل ایدئولوژیک بر تمرکز به متنهای پیوسته گرایش دارد، به نحوی که تمام عناصرش برای بیان یک داستان، یعنی سرمایه‌داری پدرسالار سفیدپوست، فراهم آید. اما نظریه

استیلا با تشویق ما به جست‌وجوی لحظه‌های ضعف در متون و تضادهایی در نرم و پیوستگی ایدئولوژیک‌شان، توجه خود را به نیروهای مسلط بسط می‌دهد. در عین اینکه تشخیص می‌دهد این نیروها پیوسته می‌کوشند مقاومتها را جذب کنند و با آن درآمیزند، به کارایی نهایی این راهبرد شک می‌کند و دلیل می‌آورد که ردپاهایی از این مقاومت لزوماً باقی خواهد ماند. این تضادها و ردپاهای معانی مقاوم را شاید بتوان با تحلیل هژمونیک متن تشخیص داد، اما تنها مطالعه قوم‌نگاری می‌تواند معین کند که آیا عملاً اینها را در پیش می‌گیرند و براساسشان عمل می‌کنند یا نه.

“آرایش نادیدنی” راهبردی است که مقاومت بسیاری از زنان جوان را با عمل ایدئولوژیک رنگی کردن چهره‌شان درآمیزند. بسیاری حس می‌کنند که آرایش یعنی خودفروشی در قبال نظام سرمایه‌داری، و با عمل کردن به آن یا پذیرش هویت یا حسی اجتماعی از خود که از آن‌شان نیست خود را ارزان می‌فروشند. ردپای این نظرگاه با مقاومتش در قبال سرمایه‌داری و پدرسالاری در صفحه مورد نظر سونتین باقی مانده و برای پیشبرد خوانشهای متضاد آن در دسترس است.

به همین ترتیب نمونه سمت چپ بالای تصویر، جین پاره پوشیده است. جین پاره را می‌توان مقاومتی در برابر ایدئولوژی مسلط دانست - آنها را بیش از حد مصرف می‌کنند، چنان‌که خرید شلوار تازه عقب می‌افتد - مقاومتی کوچک، اما چشمگیر در برابر کالایی شدن. همچنین با این عقیده که دختران “آبرومند” (یعنی آنان که به همان درجه شایسته ازدواج با مردان آبرومندند) باید لباسهای تمیز و پاکیزه و خوب بپوشند، مخالفت می‌کنند. آنها دست‌کم به معنای اشاره می‌کنند که با این همه زیرکی در باقی این صفحه ترجیح داده شده است.

من در جای دیگر (فیسک، ۱۹۸۹) درباره مطالعه‌ای قوم‌شناختی از عملکردهای ایدئولوژیک پوشیدن جین گزارش کرده‌ام. در آن گزارش آمده است که پوشیدن جین سه موضوع عمده معانی را به کار می‌اندازد.

نخستین موضوع تداعی کار سخت یا فراغت بسیار، فعالیت و شرافت کار، و به خصوص کار برای خود است. دومین رشته تداعی‌هایی است که حول محور غرب - آمریکا می‌گردد، آزادی، طبیعی بودن، زندگی، غیررسمی بودن، خودبستگی، سنت و سرانجام معانی آمریکایی بودن و هم‌رأیی است. بلوز و شلوار جین سهم بی‌همتای ایالات متحده در صحنهٔ مُد بین‌المللی است. از این بابت که هر دو جنس، همهٔ طبقات، نژادها و سنین می‌توانند آن را بپوشند، هم‌رأیی بی‌نظیری به وجود می‌آورد - همهٔ مقولات اجتماعی را متعالی می‌کند و این اسطوره را به بار می‌آورد که در آمریکا همه افراد آزاد و برابرند. پس برای کسانی که جنس و سنشان (اگر حرف نژاد و طبقه را به میان نکشیم) حکم می‌کند که برخلاف دیگران آزاد و برابر نیستند و به آنجا کشیده می‌شوند که با معانی مسلط جین معارضه کنند، پاره کردنش را می‌توان نشانهٔ مقاومت در برابر ایدئولوژی مسلط دانست. البته صنعت نیز در برابر این عمل واکنش نشان می‌دهد و می‌کوشد با تولید طرح‌های پاره یا نخ‌نمای جین آن را در خود جذب کند و با آن درآمیزد، اما پوشیدن این لباس‌های طرح پاره "پارهٔ واقعی" هنوز با هم فرق دارد، و پوشندگان هر یک فرقها را تشخیص می‌دهند؛ در نهایت پیوسته قدری از مقاومت دست‌نخورده می‌ماند.

دختر وسطی سمت چپ صفحهٔ مجله شلوار پسرانهٔ جینی پوشیده است، که با جوان‌ترین زن نشان داده شده متناسب است و بنابراین از همه نزدیک‌تر به سن نوجوانی است، در زمانی که تفاوت جنسی کمترین توجه را جلب می‌کند. با این حال زن جوانی پس از نوجوانی است و از این‌رو نشانه‌های ردّ تمایزات جنسی شاید اشاراتی از مقاومت در برابر معانی از لحاظ ایدئولوژیکی محدود زنانگی داشته باشد که باقی صفحه در صدد پیشبرد آن است.

اگر این صفحه بخواهد محبوب باشد، و اگر بخواهد به درستی خوانندگانش را صدا بزند، باید علاوه بر صدای ایدئولوژی مسلط برخی

علائم موقعیت اجتماعی مخالف آنها را نیز دربربگیرد. بدون چنین تضادهایی بسیاری از خوانندگان مورد نظرش خود را مخاطب آن نمی‌یابند؛ بنابراین آن را تأیید نمی‌کنند و ارتباط گرفتن با ایشان شکست خواهد خورد. همچنین این صفحه باید با فرودستان هم‌رأی شود که تجربه اجتماعی شان آنان را به مخالفت با معانی ارائه داده شده از سوی ایدئولوژی مسلط برمی‌انگیزد. نظریه استیلا بحث می‌کند که کار ایدئولوژیک این صفحه برای جلب رضایت زنان جوان به سرمایه‌داری پدرسالار فقط عملی ایدئولوژیک نیست، بلکه مبارزه‌ای ایدئولوژیک است، و آن نشانه‌ها مقاومتی که باید بر آن غلبه کند هیچ‌گاه از بین نمی‌رود، و برخی پیوسته باقی می‌ماند تا آتش مقاومت‌های بیشتری را در آینده برافروزد. سرانجام هرگز رضایت فرودستان در برابر ایدئولوژی مسلط به دست نمی‌آید؛ پیوسته عناصری از اکراه یا مقاومت باقی می‌ماند، و درجه رضایت به طرز چشمگیری در میان خوانندگان این صفحه تغییر می‌کند. نظریه استیلا می‌گذارد معانی کمتر سنتی و بیشتر انقلابی زنان جوان معانی مسلط را به معارضه بطلبند و حتی در صورت امکان تغییرشان دهد. بنابراین از نظریه‌هایی که منحصرأ بر ایدئولوژی مسلط تأکید می‌کنند خوش‌بینانه‌تر و پیشروتر است.

پیشنهاد برای کار بیشتر

۱. آگهی تصویر ۱۷ را تحلیل نشانه‌شناختی کنید. توجه خاص خود را به مرتبه دوم دلالت معطوف کنید؛ نشان دهید چگونه این مرتبه می‌تراند فقط در چارچوب ایدئولوژی خاصی معنا بدهد. باید از ایدئولوژی خانواده، زنانگی، مردانگی، نقش دو جنس، طبیعت در برابر شهر، فراغت در برابر کار، مصرف در برابر تولید، و تسلط طبقه بحث کنید. این امر باید برحسب رمز مسلط خوانش ترجیحی فراهم آورد. اکنون یک خوانش "گفت‌وگو" شده بسازید؛ خوانشی که مثلاً برای

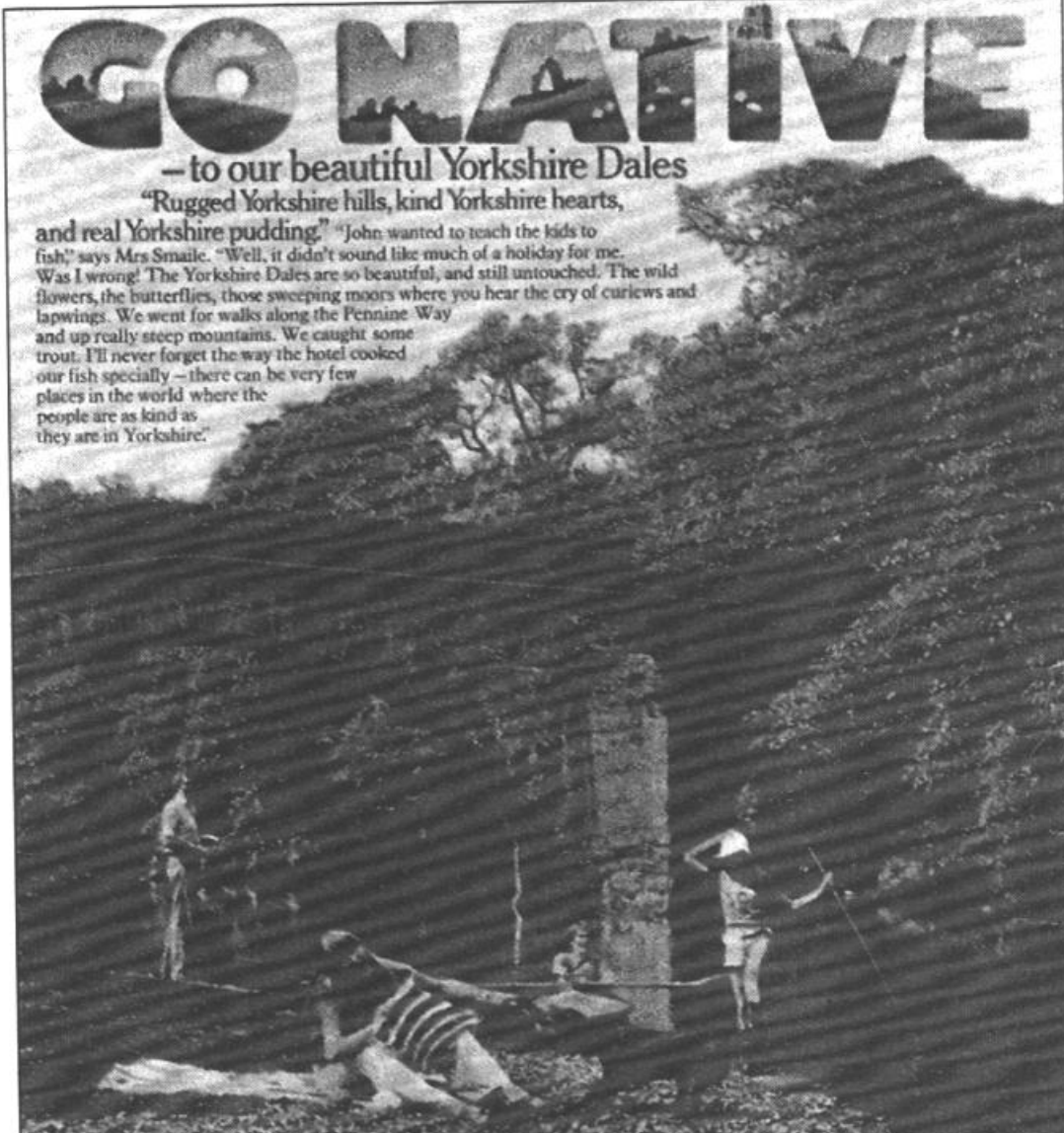
دوستداران هوای کوهستانی و طبیعت به طور کلی و دره‌های یورکشایر به طور خاص متناسب باشد، اما هرگز از طبیعت به شیوه بی‌بو و خاصیت حومه‌ای خانوادگی که در عکس نشان داده شده استفاده نکنید. خوانشها و خوانندگان گفت‌وگویی دیگری ایجاد کنید. یادتان باشد که خوانش گفت‌وگویی ایدئولوژی مسلط را می‌پذیرد و در چارچوب آن کار می‌کند، اما درباره دیدگاه مختلف یا جایگاهی بیشتر برخوردار از امتیاز برای موضوعات، عقاید یا گروه‌های مردم گفت‌وگو می‌کند.

خطوط کلی یک ایدئولوژی را که به طور ریشه‌ای خوانشهای مخالف برای این آگهی فراهم می‌آورد یا آن را بی‌معنا (یا تقریباً بی‌معنا) می‌داند، توضیح دهید.

درباره تنش تحلیل نشانه‌شناختی در کشف یا آشکار ساختن عملکرد ایدئولوژیک بحث کنید. آیا آگاهی از ترجیح خوانشهای معین بر خوانشهای دیگر و نظام ایدئولوژیکی که این ترجیح در درونش کار می‌کند برای ما دفاعی در برابر ارشاد مدام ایدئولوژی مسلط فراهم می‌آورد؟ آیا چنین ارشادی را (که باید در آن زیر آستانه آگاهی کار کند تا مؤثر واقع گردد) محال می‌سازد؟ یا فقط پیشنهاد می‌کند خوانش ترجیحی را بپذیریم یا رد کنیم؟ آیا تحلیل نشانه‌شناسی لزوماً بعد سیاسی یا اخلاقی دارد؟ برای مطالعه بیشتر:

Dyer (1982), ch. 6; Hartley (1982), ch. 3 & 9, Williamson (1978), pp.40-5, 122-37; Morley (1980), pp. 16-21, 134; Barthes (1977), pp. 32-51.

۲. عکسهای ۱ الف رب و ۱۱ الف رب و ۱۸ را در نظر بگیرید. عکسهای ۱ الف و ۱۱ الف (پس از جرح و تعدیلهای چشمگیر سردبیری) در مطبوعات منتشر شد، اما عکس ۱۸ چنین نیست. چرا نیست؟ این پنج عکس را به عنوان داده در نظر بگیرید و درباره موضوع "ایدئولوژی و ارائه پلیس



GO NATIVE

— to our beautiful Yorkshire Dales

“Rugged Yorkshire hills, kind Yorkshire hearts, and real Yorkshire pudding.” “John wanted to teach the kids to fish,” says Mrs Smaile. “Well, it didn’t sound like much of a holiday for me. Was I wrong! The Yorkshire Dales are so beautiful, and still untouched. The wild flowers, the butterflies, those sweeping moors where you hear the cry of curlews and lapwings. We went for walks along the Pennine Way and up really steep mountains. We caught some trout. I’ll never forget the way the hotel cooked our fish specially — there can be very few places in the world where the people are as kind as they are in Yorkshire.”

Please tell me more about Northcountry Touring

Find out more about how, when and where to Go Native in England’s undiscovered Northcountry. Send for your free copy of “Touring England’s Northcountry”.

To: English Tourist Board
England’s Northcountry
Hendon Road, South, and, MK10 0JZ

NAME _____
ADDRESS _____

Please allow up to 21 days for delivery.

English Tourist Board

تصویر ۱۷. گونیتیو (به طبیعت رو بیاورید)

در رسانه‌ها “بحث کنید. باید نظریه بارت درباره مرتبه دوم دلالت چون “معانی بیان ایدئولوژی” را به کار ببرید و همچنین باید “ایدئولوژی حرفه‌ای” خبرنگاران و ارزشهای خبری را با “ایدئولوژی مسلط” فرهنگ به طور کلی مقایسه کنید و بسنجید. یک صفحه‌بندی و شرح زیر

عکس طرح کنید که بتوان عکس ۱۸ را در روزنامه‌های پرتیراژ انگلیسی چاپ کرد. دلایل تصمیم‌گیری خود را تشریح کنید و نشان دهید که چگونه در درک شما از ایدئولوژی منظور می‌شوند. همچنین نشان دهید که از تعامل کلمات با تصویر بصری با خبرید.



تصویر ۱۸. پلیس و دختر (عکس از ایو آرنولد از سالنامه عکس بریتانیا، ۱۹۷۳)

نتیجه

به این ترتیب به پایان نزدیک می‌شویم. بنابراین وقت آن است که به مقدمه برگردیم تا روشن کنیم چگونه برداشت خود را از مطالعه ارتباط آغاز کرده‌ایم. مکتب فرایند ارتباط با الگوی فهم متعارف از ارتباط جذایتهای بسیاری دارد. کارکردی‌تر به نظر می‌رسد؛ می‌تواند تشویق‌مان کند که مهارتهای خود را اصلاح کنیم تا بتوانیم خود را به طرز مؤثرتر به جهان پیرامون تحمیل کنیم. این مکتب، ارتباط را سبب‌ساز و اصلاح ارتباط را راهی برای کنترل اجتماعی می‌داند. بنابراین جذاییت و جالب بودنش، مخاطب و آثار ارتباط را مطالعه می‌کند. اگر خلاصه کنیم، این تبلیغ نظرگاه مجریان است.

اما نشانه‌شناسی، که عمدتاً از سوسور و پیرس اخذ شده، نه تنها به انتقال پیام، بلکه به تولید و تبادل معانی وابسته است. تأکید در اینجا نه بر مراحل فرایند، بلکه بر متن و تعامل آن با فرهنگ تولیدکننده/گیرنده است. نقش ارتباط بر ایجاد و حفظ ارزشها و بر چگونگی اینکه ارزشها ارتباط را به کسب معنا توانا می‌سازند متمرکز شده است. علاقه سوسور و پیرس به طبیعت خود نشانه‌ها بیش از چگونگی انتقال آن، این تغییر کانون توجه را نشان می‌دهد. این مکتب، نقش رابطه را نمی‌فهمد و به کارایی و صحت آن چندان وابسته نیست. ارتباط باید صورت بگیرد: اگر معنای من با معنای شما متفاوت باشد، از نقص ارتباط نیست، بلکه نشان‌دهنده

تفاوت‌های اجتماعی بین ماست. اختلاف معانی لزوماً به خودی خود چیز بدی نیست. در واقع شاید منشأ غنای فرهنگی و بقای فرهنگ‌های فرعی باشد. اگر می‌خواهیم اختلاف معانی را به حداقل برسانیم، طبق این مکتب نباید با اصلاح کارایی فرایند ارتباط در جست‌وجوی رسیدن به آن باشیم، بلکه باید تمایزات اجتماعی را به حداقل برسانیم. به عبارت دیگر سبب‌ساز ارتباط در جامعه و دنیای پیرامون ما قرار دارد، نه در خود فرایند.

البته این یعنی تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی ناگزیر باید آنچه را که مکتب فرایند نقش ارتباط می‌بیند به وجود آورد. اگر یک مثال موضعی و گویا را در نظر بگیریم، در سازمان‌های صنعتی تقصیر اختلافها را به گردن نقش ارتباط می‌اندازند. این توضیح مکتب فرایند است. نشانه‌شناس خواهد گفت که چیزی از قبیل نقص ارتباط وجود ندارد: وقتی کارکنان معنایی متفاوت با کلام یا عمل مدیران بیابند، این بروز اختلافات فرهنگی - اجتماعی است؛ این به خودی خود پیامی است دربارهٔ روابط اجتماعی در چارچوب سازمان و جامعه، و از این‌رو با اصلاح کارایی فرایند ارتباط درست نخواهد شد.

مثال موضعی رایج دیگر خشونت است که در تلویزیون نشان داده می‌شود. هواداران مکتب فرایند ارتباط خطی مستقیمی بین خشونت در پیام تلویزیون و تأثیر آن بر مسبب خشونت درگیرنده می‌بینند. نشانه‌شناسان بحث می‌کنند که اگر خواننده به سوی خشونت کشیده می‌شود، باید علل خشونت را گذشته از پیام تلویزیون در تجربهٔ اجتماعی - فرهنگی او جست، وگرنه هیچ تغییری در پیام تلویزیون به خودی خود از خشونت در جامعه نمی‌کاهد.

قصد ندارم پیشنهاد کنم که راه درست و غلط مطالعهٔ ارتباط کدام است، اما راه‌هایی وجود دارد که کمتر یا بیشتر ثمربخش است. به عقیدهٔ من مکتب نشانه‌شناسی پرسش‌های مهم‌تری را در ارتباط برای خود مطرح

می‌کند، و در کمک به ما در فهم هزاران مثال که در زندگی روزمره به آنها برمی‌خوریم مفیدتر است. اما به طور قطع فکر نمی‌کنم که همه پاسخها را به ما می‌دهد. غالباً به کار بیشتر تجربی مکتب فرایند نیاز داریم تا شکافهای خطرناک بجا مانده از نشانه‌شناسی را پر کنیم. جای تأسف است که هواداران هر مکتب تمایل دارند کار آن دیگری را نادیده بگیرند یا بدنامش کنند؛ خوشحالم که برخی از کارهای اخیر (نظیر کار گربنر و مورلی) علائم آن را نشان می‌دهد که این دورا می‌توان به هم نزدیک کرد. امیدوارم که این کتاب نیز به این هدف کمک کرده باشد.

پی‌نویس‌های مترجم

فصل ۱

۱. Waiting for Godot نمایشنامه‌ای جنجالی از سموئل بکت (متعلق به تئاتر absurd که به فارسی نیز ترجمه و اجرا شده است).

فصل ۲

۱. من آیک را دوست دارم. مقصود دوایت دیوید آیزنهاور (۱۹۶۹-۱۸۹۰) رئیس جمهور اسبق آمریکا (۶۱-۱۹۵۳) است.

فصل ۳

۱. oxness که با OX شروع می‌شود و OX به معنای گاوانر است.
۲. Oxen نیز جمع OX است.
۳. همان سمفونی شماره ۶ که از ۱۸۰۶ تا ۱۸۰۸ تصنیف شد.
۴. Kaiser Bill، بیل اختصار انگلیسی از نام ویلیام یا معادل آلمانی ویلهلم است. پیداست که کاریکاتور به وقایع ابتدایی جنگ جهانی اول اشاره می‌کند.
۵. John Bull. مانند عمو سام که نماد آمریکاست، نماد انگلستان و مرد انگلیسی است.
۶. به ترتیب از چپ به راست اختصار Sign (نشانه)، signifier (دال) و signified (مدلول).

فصل ۵

۱. Augustan، منسوب به اگوستوس امپراتور روم باستان. علاوه بر دوره او که معروف به شکوفایی ادبیات و هنر است، به دوره ادبیات نئوکلاسیک، به ویژه رشد ادبیات و هنر انگلیس در قرن هیجدهم میلادی نیز گفته می‌شود.
۲. nest-building برای یافتن معادل از اصطلاحات رایج گویش گینکی کمک گرفتم.

۳. Ivan the Terrible (۱۹۴۴-۴۶) اثر آیزنشتاین فیلمساز صاحب سبک روس (۱۸۹۸-۱۹۴۸).

۴. برای واژه بالا در این موارد up به کار رفته است و در موارد دیگر high.

۵. در اینجا fall آورده شده و در سایر موارد down.

۶. البته خواننده آشنا به حوزه خبر می‌داند که گالتونگ و روگ ۱۲ ارزش خبری را مطرح کرده‌اند. نک: خبر، یونس شکرخواه، ص ۱۶.

فصل ۶

۱. سازمان خیریه مذهبی، تأسیس ۱۸۶۵: salvation army

فصل ۷

۱. Sphinx که به آن ابوالهول می‌گویند، اما من خوش‌تر دارم مثل دو مورد پیش از ترکیب این جانور و انسان چنین بنویسم.

فصل ۹

۱. Grateful Dead ، یکی از معروف‌ترین گروه‌های موسیقی راک در دهه ۶۰ در سن‌فرانسیسکو آمریکا.

واژه‌نامه فارسی - انگلیسی

ideational	اندیشه‌گی	false consciousness	آگاهی کاذب
motivation	انگیزشگی	entropy	آنتروپی / آشفتگی
gesture/kinesic	ایما و اشاره	boundary rituals	آیین‌های مرزی
feedback	بازخورد	instrumental	ابزاری
representational	بازنمود	noise	اختلال / پارازیت
context	بافت	arbitrary	اختیاری
savage	بدوی	communication	ارتباط
radical	بنیادی		ارتباط الفت‌ساز (سخن‌گشا)
inter textuality	بینامتنی	phatic communication	
narrowcast code	پخش محدود		ارتباط غیرکلامی
broadcast	پخش وسیع	non-verbal communication (NVC)	
paralanguage	پیرا زبان	referention	ارجاعی / اشاره‌ای
exnomination	پیش نامزدی	referential	ارجاعی / اشاره‌ای
effect	تأثیر	metaphor	استعاره
explanation	تبیین		استفاده و رضامندی
anchor	تثبیت	uses and gratification	
anchorage	تثبیت کردن	hegemony	استیلا
empiricism	تجربه‌گرایی	myth	اسطوره
interpretant	تعبیرکننده	phatic	الفت‌ساز
variation	تغییر	transmitter	انتقال‌دهنده

ego-drive	اثمقذ منیت	binary opposition	تقابل دوگانه
structured	اااااااا	contact	ااااا
	اااااااا اااااااا		اااااااا اااااااا / اااااااا
signifying constructs		bardic television	
poetic	اااااااا	semantic differential	اااااااا
communication failure	اااااااا	articulation	اااااا
digital	اااااااا / اااااااا	displaced	اااااااا
icon	اااااااا	socio-linguist	اااااااا - اااااااا
iconic	اااااااا	paradigms	اااااااا
cognitive	اااااااا	compensatory	اااااااا
accuracy	اااااا	orientation	اااااااا
emotive	اااااااا	posture	اااااااا
rationalism	اااااااا	redundancy	ااااا / اااااا
act	ااااا	extended family	اااااااااااا
constitutive factor	اااااااا	nuclear family	اااااااااااا
significant absences	اااااااا	reading	اااااااا
dominant	اااااااا	preferred reading	اااااااا اااااااا
metalinguas	اااااااا	denote	اااا
presentational	اااااااا	incorporation	اااااااااا
adresser	اااااااا	connotator	اااااااا
subordinate	اااااااا	transformation	اااااااا
common sence	اااااااا	signification	اااااا
analogue	اااااااا	denomination	اااااااا
efficiency	اااااااا	oppositional code	اااااااا
cultivation	اااااا	prosodic code	اااااااا
holistic	اااااااا	encoding	اااااااا
metonymy	اااااا	decoding	اااااااا
conative	اااااا		اااااااااااا / اااااااااااا
	اااااااا / اااااااا	aberrant decoding	
interaction management		opinion leaders	اااااااا
statement	اااااا	verbal language	اااااااا

onomatopoeia	نام آوا	receiver	گیرنده
syntax	نحو	addresses	گیرنده
semiosis	نشانی	semantic receiver	گیرنده معنایی
signal	نشانه	text	متن
semiotics	نشانه‌شناسی	channel	مجرا
ethno semiotics	نشانه‌شناسی قومی	constraint	محدودیت
surveillance	نظارت	audience - centered	مخاطب - محور
masking	نقاب زدن	connote	مدلول
paradic	نقالانه/خنیباگر		مرسوم و متداول شدن
attitude	نگرش	conventionalization	
index	نمایه	tenor	مثنیه
distinctive feature	ویژگی تمایزبخش	vehicle	مثنیه به
conformity	همرنگ‌گرایی	denotation	معنای صریح
analogue	همسان	connotation	معنای ضمنی
syntagmatic	همنشینی	the process school	مکتب فرایند
	مقولات هنجارشکن	source	منبع
anomalous categories		the logic of the concrete	منطق عینی
categorization	مقوله‌بندی	inter subjectivity	میان ذهنیت
		proximity/proxemics	میزان نزدیکی

منابع

- Abercrombie, M. (1960) *The Anatomy of Judgement*, London: Hutchinson.
- Althusser, L. (1971) 'Ideology and ideological state apparatuses' in *Lenin and Philosophy and other Essays*, New York and London: Monthly Review Press, 127–86.
- Argyle, M. (1972) 'Non-verbal communication in human social interaction' in Hinde, R. (ed.) (1972).
- Baggaley, J. and Duck, S. (1976) *The Dynamics of Television*, Farnborough, Hants: Saxon House.
- Barr, C. (1975) 'Comparing styles: England v. West Germany' in Buscombe, E. (ed.) (1975).
- Barthes, R. (1968) *Elements of Semiology*, London: Cape.
- (1973) *Mythologies*, London: Paladin.
- (1977) *Image-Music-Text*, London: Fontana.
- (1961) 'The photographic message' in Barthes (1977).
- (1964) 'The rhetoric of the image' in Barthes (1977).
- (1970) 'The third meaning' in Barthes (1977).
- Benjamin, W. (1970) 'The work of art in the age of mechanical reproduction' in Curran, J., Gurevitch, M., and Woollacott, J. (eds.) (1977).
- Bernstein, B. (1973) *Class, Codes, and Control* (vol. 1), London: Paladin.
- (1964) 'Elaborated and restricted codes: their social origins and some consequences' in Smith, A. G. (ed.) (1966).
- Blumler, J. and Katz, E. (eds.) (1974) *The Uses of Mass Communications*, Beverley Hills, California: Sage.
- Brockreide, E. (1968) 'Dimensions of the concept of rhetoric' in Sereno, K. and Mortenson, C. D. (eds.) (1970) *Foundations of Communication*

- Theory*, New York: Harper & Row.
- Buscombe, E. (ed.) (1975) *Football on Television*, London: British Film Institute.
- Cherry, C. (1957) (2nd edn. 1966) *On Human Communication*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Cohen, S. and Young, J. (eds.) (1973) *The Manufacture of News*, London: Constable.
- Corner, J. and Hawthorn, J. (eds.) (1980) *Communication Studies*, London: Arnold.
- Culler, J. (1976) *Saussure*, London: Fontana.
- Curran, J., Gurevitch, M., and Woollacott, J. (eds.) (1977) *Mass Communication and Society*, London: Arnold.
- Dominick, J. and Rauch, G. (1972) 'The image of women in network TV commercials', *J. of Broadcasting*, 16, pp. 259-65.
- Dyer, G. (1982) *Advertising as Communication*, London: Methuen.
- Eco, U. (1965) 'Towards a semiotic inquiry into the TV message' (trans.), in *Working Papers in Cultural Studies*, University of Birmingham, No. 3 (1972), pp. 103-21; also in Corner, J. and Hawthorn, J. (eds.) (1980).
- Evans, H. (1978) *Pictures on a Page*, London: Heinemann.
- Fiske, J. (1987) *Television Culture*, London and New York: Methuen.
- (1989a) *Understanding Popular Culture*, Boston: Unwin Hyman.
- (1989b) *Reading the Popular*, Boston: Unwin Hyman.
- (1979) 'Roland Barthes and the hidden curriculum', *J. Educational Television*, V:3, pp. 84-6.
- Fiske, J. and Hartley, J. (1978) *Reading Television*, London: Methuen.
- Fiske, J., Hodge, R., and Turner, G. (1987) *Myths of Oz: Readings in Australian Popular Culture*, Sydney: Allen and Unwin; Boston: Unwin Hyman.
- de Fleur, M. (1964) 'Occupational roles as portrayed on television', *Public Opinion Quarterly*, 28, pp. 57-74.
- Galtung, J. and Ruge, M. (1973) 'Structuring and selecting news' in Cohen, S. and Young, J. (eds.) (1973).
- Gerbner, G. (1956). 'Toward a general model of communication', *Audio Visual Communication Review*, IV:3, pp. 171-99.
- (1970) 'Cultural indicators: the case of violence in television drama', *Annals of the American Association of Political and Social Science*, 338, pp. 69-81.
- (1973a) 'Cultural indicators: the third voice' in Gerbner, G., Gross, L., and Melody, T. (eds.) (1973).
- (1973b) 'Teacher image in mass culture: symbolic functions of the

- "hidden curriculum" ' in Gerbner, G., Gross, L., and Melody, T. (eds.) (1973).
- Gerbner, G. and Gross, L. (1976) 'Living with television: the violence profile', *J. of Communication*, 26:2, pp. 173-99.
- Gerber, G., Gross, L., and Melody, T. (eds.) (1973) *Communication Technology and Social Policy*, New York: Wiley-Interscience.
- Glasgow Media Group (1976) *Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul.
- (1980) *More Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Goffman, E. (1979) *Gender Advertisements*, London: Macmillan.
- Guiraud, P. (1975) *Semiology*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Gusfield, J. and Schwartz, M. (1963) 'The meanings of occupational prestige', *American Sociological Review*, p. 270.
- Hall, S. (1973a) 'Encoding and decoding in the television message' in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., and Willis, P. (eds.) (1980).
- (1973b) 'The determinations of news photographs' in Cohen, S. and Young, J. (eds.) (1973).
- Hall, S., Connell, I., and Curti, L. (1976). 'The "unity" of current affairs television' in *Working Papers in Cultural Studies*, University of Birmingham, No. 9, pp. 51-94.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., and Willis, P. (eds.) (1980) *Culture. Media, Language*, London: Hutchinson.
- Hartley, J. (1982) *Understanding News*, London: Methuen.
- Hawkes, T. (1977) *Structuralism and Semiotics*, London: Methuen.
- Head, S. (1954) 'Content analysis of television drama programs', *Quarterly of Film, Radio and Television*, 9:2, pp. 175-94.
- Hinde, R. (ed.) (1972) *Non-Verbal Communication*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobson, D. (1982) *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*, London: Methuen.
- Hodge, R. and Tripp, D. (1986) *Children and Television*, Cambridge: Polity Press.
- Jakobson, R. (1960) 'Closing statement: linguistics and poetics' in Sebeok, T. (ed.) (1960) *Style and Language*, Cambridge, Mass.: MIT Press; also in de George, R. and de George, F. (eds.) (1972) *The Structuralists from Marx to Lévi-Strauss*, New York: Doubleday, Anchor Books.
- Jakobson, R. and Halle, M. (1956) *The Fundamentals of Language*, The Hague: Mouton.
- Katz, E., Gurevitch, M., and Hass, E. (1973) 'On the uses of the mass media for important things', *American Sociological Review*, 38,

- pp. 164–81.
- Kottak, P. (1982) *Researching American Culture*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lakoff, G. and Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*, Chicago: University of Chicago Press.
- Lasswell, H. (1948) 'The structure and function of communication in society' in Bryson, L. (ed.) (1948) *The Communication of Ideas*, New York: Institute for Religious and Social Studies; also in Schramm, W. (ed.) (1960) *Mass Communications*, Illinois: University of Illinois Press.
- Leach, E. (1974) *Lévi-Strauss*, London: Fontana.
- (1976) *Culture and Communication*, London: Cambridge University Press.
- (1964) 'Anthropological aspects of language: animal categories and verbal abuse' in E. Lennenberg (ed.) (1964) *New Directions in the Study of Language*, Cambridge, Mass.: MIT Press, pp. 23–63.
- Leech, G. N. (1969) *A Linguistic Guide to English Poetry*, London: Longman.
- Lévi-Strauss, C. (1969) *The Raw and the Cooked*, London: Cape.
- McKeown, N. (1982) *Case Studies and Projects in Communication*, London: Methuen.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media*, London: Routledge & Kegan Paul.
- (1967) *The Mechanical Bride*, London: Routledge & Kegan Paul.
- McQuail, D. (ed.) (1972) *Sociology of Mass Communications*, Harmondsworth: Penguin.
- (1975) *Communication*, London: Longman.
- McQuail, D., Blumler, J., and Brown, R. (1972) 'The television audience: a revised perspective' in McQuail, D. (ed.) (1972).
- Monaco, J. (1977) *How to Read a Film*, New York: Oxford University Press.
- Morley, D. (1980) *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute.
- (1986) *Family Television*, London: Comedia/Methuen.
- Newcomb, T. (1953) 'An approach to the study of communication acts', *Psychological Review*, 60, pp. 393–40; also in Smith, A. G. (ed.) (1966).
- Ogden, C. and Richards, I. (1923; 2nd edn. 1949) *The Meaning of Meaning*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Osgood, C. (1967) *The Measurement of Meaning*, Illinois: University of Illinois Press.
- Paisley, W. (1967) 'Studying style as a deviation from encoding norms' in Gerbner, G. et al. (eds.) (1969) *The Analysis of Communication*

- Content*, New York: Wiley.
- Parkin, F. (1972) *Class Inequality and Political Order*, London: Paladin.
- Peirce, C. S. (1931-58) *Collected Papers*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Radway, J. (1984) *Reading the Romance: Feminism and the Representation of Women in Popular Culture*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- de Saussure, F. (1974) (1st edn. 1915) *Course in General Linguistics*, London: Fontana.
- Sebeok, T. (ed.) (1977) *A Perfusion of Signs*, Bloomington: Indiana University Press.
- (ed.) (1978) *Sight, Sound and Sense*, Bloomington: Indiana University Press.
- Seggar, J. and Wheeler, P. (1973) 'The world of work on television: ethnic and sex representation in TV drama', *J. of Broadcasting*, 17, pp. 201-14.
- Shannon, C. and Weaver, W. (1949) *The Mathematical Theory of Communication*, Illinois: University of Illinois Press.
- Smith, A. G. (ed.) (1966) *Communication and Culture*, New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Smythe, D. (1953) 'Three years of New York television', *National Association of Educational Broadcasters Monitoring Study*, No. 6, Urbana, Illinois.
- Walker, M. (1978) *Daily Sketches: A Cartoon History of British Twentieth Century Politics*, London: Paladin.
- Weaver, W. (1949a) 'Recent contributions to the mathematical theory of communication', Appendix to Shannon, C. and Weaver, W. (1949).
- (1949b) 'The mathematics of communication', *Scientific American*, 181, pp. 11-15; also in Smith, A. G. (ed.) (1966).
- Welch, R., Huston-Stein, A., Wright, J., and Plehal, R. (1979) 'Subtle sex role cues in children's commercials', *J. of Communications*, 29:3, pp. 202-9.
- Westley, B. and MacLean, M. (1957) 'A conceptual model for communication research', *Journalism Quarterly*, 34, pp. 31-8.
- Williams, R. (1977) *Marxism and Literature*, Oxford: Oxford University Press.
- Williamson, J. (1978) *Decoding Advertisements*, London: Marion Boyars.
- Woollacott, J. (1977) *Messages and Meanings*, Milton Keynes: The Open University Press (DE 353, Unit 6).
- Wright, C. R. (1959) (2nd edn. 1975) *Mass Communications: A Sociological Approach*, New York: Random House.
- Zeman, J. (1977) 'Peirce's theory of signs' in Sebeok, T. (ed.) (1977).

کتابشناسی

برای مطالعه بیشتر

In addition to the other titles in this series, the following books are recommended for those who wish to read further into the issues raised in this volume.

- Barthes, R. (1973) *Mythologies*, London: Paladin. An original, lively, sometimes difficult collection of essays on contemporary, very varied 'texts'. Read the first half of 'Myth today' at least – the second half is heavy going but worth the effort for serious students.
- Barthes, R. (1977) *Image–Music–Text*, London: Fontana. Another collection of essays – 'The photographic message' and 'The rhetoric of the image' are not to be missed.
- Cherry, C. (1957) (2nd edn. 1966) *On Human Communication*, Cambridge, Mass.: MIT Press. Early, comprehensive, though the mathematical angle has not proved as fruitful as was hoped – needs selective reading.
- Cohen, S. and Young, J. (eds.) (1973) *The Manufacture of News*, London: Constable. A good selection of essays – specific, applied, theoretical, relevant, and sometimes funny: what more could you ask?
- Corner, J. and Hawthorn, J. (eds.) (1980) *Communication Studies*, London: Arnold. A reader that makes a real attempt to cover the field; sections on: communication, definitions and approaches; perception, behaviour, interaction; language, thought, culture; meaning and interpretation; mass communication. Most of the major authorities are represented – a good support for this book.
- Culler, J. (1976) *Saussure*, London: Fontana. A well-written account of

- the theories and significance of the great linguist.
- Fiske, J. and Hartley, J. (1978) *Reading Television*, London: Methuen. Useful for its outline of semiotic theory and content analysis with examples. Applied, obviously, to television, but more widely applicable.
- Guiraud, P. (1975) *Semiology*, London: Routledge & Kegan Paul. A short, useful little book that explains the main terms but is short on applied analysis. Rare in that it is an example of non-left-wing semiotics!
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., and Willis, P. (eds.) *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson. A collection of some of the main work of the Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies. Some advanced work here, but important reading for the serious student. See especially the section on media studies.
- Hawkes, T. (1977) *Structuralism and Semiotics*, London: Methuen. Literary in emphasis and examples, but gives a good account of the development and theory of semiotics.
- McQuail, D. (1975) *Communication*, London: Longman. Comprehensive, sociological, not always easy reading but worth the effort for the theoretical framework it gives to the whole field.
- Morley, D. (1980) *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute. A highly recommended work, admirable in its combination of semiotic/cultural theory with empirical study.
- Smith, A. G. (1966) *Communication and Culture*, New York: Holt, Rinehart & Winston. A large collection of essays – particularly useful for the number of models included. Essays by Weaver, Cherry, Newcomb, Westley and MacLean, Bernstein, Goffman, to name but a few. Not in paperback.
- Webster, F. (1980) *The New Photography*, London: John Calder. This book is not specifically referred to in suggestions for further work, but it covers the reading of news photographs and advertisements. It is readable and thorough and can be recommended.

کتاب پیشنهادی برای مطالعه بیشتر

- Hinde, R. (ed.) (1972) *Non-Verbal Communication*, Cambridge: Cambridge University Press. Excellent collection of essays, mainly on communication, codes, and cultural background. See especially those by MacKay, Lyons, Argyle, Leach, Miller, and Gombrich.
- Sereno, K. and Mortenson, C. D. (eds.) (1970) *Foundations of Communica-*

sion Theory, New York: Harper & Row. Another impressive collection of essays which illustrates the variety of approaches to the study of communication theory. Some are advanced, but most are easily readable. Sections include: perspectives, systems, decoding-encoding, interaction, and social context.

Curran, J., Gurevitch, M., and Woollacott, J. (eds.) (1977) *Mass Communication and Society*, London: Arnold. Excellent reader covering all the burning issues of media studies. The list of contributors reads like a *Who's Who* of media studies. Some very advanced reading, little at introductory level, but a goldmine for those prepared to dig.

McQuail, D. (ed.) (1972) *Sociology of Mass Communications*, Harmondsworth: Penguin. Good reader, more at the introductory level than Curran *et al.* (1977). A wide range of topics by a prestigious series of authors.

Buscombe, E. (ed.) (1975) *Football on Television*, London: British Film Institute. Cheap, readable little book – excellent for the way it exemplifies various methods of analysis. Should spark off numerous ideas for group and individual work. Recommended.

(Note: all the BFI Television Monographs are well worth reading and are excellent value for money.)

درسنامه

Lin, N. (1973) *The Study of Human Communication*, New York: Bobbs Merrill. Good textbook, especially strong on the linguistic, psychological, and social-psychological approaches. Scientific in style.

Mortenson, G. (1972) *Communication: The Study of Human Interaction*, New York: McGraw-Hill. Another good textbook in the 'transmission' school. Well illustrated, readable, more comprehensive than Lin (1973). Good introduction.

نشانه‌شناسی

Monaco, J. (1977) *How to Read a Film*, New York: Oxford University Press. A thorough, well-illustrated review of semiotic theory and concepts, supported by ideas drawn from perception theory and applied to film. Good analysis of specifically filmic codes. Good alternative to Fiske, J. and Hartley, J. (1978).

Woollacott, J. (1977) *Messages and Meanings*, Milton Keynes: The Open

University Press (DE 353, Unit 6). A succinct account of the main theory and methods of semiotics; readable applied Marxism – can't be bad!

رسانه‌های جمعی

- Golding, P. (1974) *The Mass Media*, London: Longman. British version of Wright (1959) but shorter, more up-to-date, though lacking in any content study; but good.
- Williams, R. (1962) (3rd edn. 1976) *Communications*, Harmondsworth: Penguin. Recommended brief book. Good history and very good chapter on content of the press that is crying out for comparisons with today's press.
- Williams, R. (1974) *Television: Technology and Cultural Form*, London: Fontana. Good social/technological history followed by excellent chapters on the form and content of television; some American examples.
- Wright, C. (1959) (2nd edn. 1975) *Mass Communication: A Sociological Approach*, New York: Random House. Good, readable introductory text, covering the functions, institutions, contents, and effects of the media, together with chapters on the communicators and the audience. Feels somewhat dated and locked into its sociological problem-free approach, but still a good point from which to start studies of the media.

ارتباطات غیرکلامی

- Argyle, M. (1972) (3rd edn. 1978) *The Psychology of Interpersonal Behaviour*, Harmondsworth: Penguin.
- (1975) *Bodily Communication*, London: Methuen. Two key works by the leading British authority on the social psychological approach to the study of non-verbal communication. Both are readable, though the 1972 one is probably the easier way in. That of 1975 is broader and takes more account of the social/cultural context.
- Hall, E. (1973) *The Silent Language*, New York: Anchor Books. A useful balance to Argyle: as an anthropologist Hall gives greater emphasis to the part played by culture in non-verbal communication.

کتاب در آمدی بر مطالعات ارتباطی یکی از منابع
منحصر به فرد در حوزه ارتباطات است که تاکید آن بر
نظریه های رایج در مطالعات ارتباطی و کاربرد این
نظریه ها در حوزه های مرتبط است. امید است این
کتاب دست افزار مفیدی برای استادان، دانشجویان
و علاقه مندان به این حوزه باشد.



978 - 964 - 6757 - 99 - 8

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۶۷۵۷-۹۹۸