



درآمدی بر نشانه‌شناسی کاربردی عناوین برنامه‌های رادیویی

شعله معراجی اسکویی

کارشناس اداره کل طرح و برنامه و نظارت معاونت صدا

مقدمه

در جهان آکنده از فرآیندهای گوناگون ارتباطی و در عرصه رقابت سخت و بی‌پایان رسانه‌ها، آنچه که ضامن بقا و ماندگاری رسانه‌ها محسوب می‌شود سامان‌دهی و انتقال پیام‌ها و مضامینی است که بیانگر نوعی همسانی و همسویی در دریافت و درک معنا از فرستنده به گیرنده پیام باشد.

رسانه‌های شنیداری در تهیه و ساخت بسته‌های پیام، با بهره‌گیری از عناصر بیانی و نشانه (Sign)ها، در پی رمزگذاری و انتقال محتوایی هستند که امید آن دارند تا از سوی مخاطبان هدف، به آسانی رمزگشایی و دریافت شوند. لذا سامان‌یابی پیام‌ها و بسته‌های شنیداری و نیز بازگویی، بازنمایی و تفسیر آن، مستلزم نزدیکی و مطابقت تصویر ذهنی (Mental Image) فرد برنامه‌ساز و "مخاطب" است. چرا که جز این، پیام مورد نظر برنامه‌ساز هرگز به مخاطب هدف انتقال نخواهد یافت. در دستیابی به چنین تطابقی، دانش نشانه‌شناسی کمک شایانی به برنامه‌ساز خواهد نمود.

این مقاله در پی آن است تا با بررسی نشانه‌شناختی عناوین برنامه‌های رادیویی (حداقل ۲۰ برنامه رادیویی) صدای جمهوری اسلامی ایران، تناظر میان نام، عناصر و ویژگی‌های ساختاری و محتوایی برنامه‌های رادیویی (در فضای خودآگاه و یا ناخودآگاه برنامه‌سازی) را کشف و تبیین نماید.

انتظار می‌رود به کمک این پژوهش، زمینه‌ای برای انجام مطالعات افزون‌تر در حوزه نام برنامه‌های رادیویی و ضابطه‌های مؤثرسازی انتخاب نام برای برنامه‌ها با توجه به اراده‌ها و مقاصد ارتباطی گوناگون فراهم آید.



در علم
نشانه‌شناسی
سوسور بر
کارکرد اجتماعی
نشانه تأکید
می‌کند و پیرس
بر کارکرد منطقی
آن. اما این دو
جنبه رابطه‌ای
دوسویه و
تنگاتنگ با یکدیگر
دارند.

از آنجایی که عنوان، طبیعتاً دلالت بر چیزی - معمولاً کلیت چیزی - دارد؛ لذا در برنامه‌های رادیویی نیز، شناسه‌ای بر موضوع برنامه و نوعاً حاوی اطلاعاتی درباره آن برنامه است. بر این پایه، از سویی ظرفیت برخورداری از مسئولیت و تکفل "اطلاع‌رسانی" را دارا است و از سوی دیگر "هدایتگر" مخاطب به سوی توجه به ادامه برنامه بوده و او را بر ماندگاری افزون‌تر و گوش‌سپاری بیشتر به برنامه ترغیب می‌نماید. از آنجایی که مجال نگهداشت افرادی که در بازه زمانی معین به یک برنامه ویژه، در شبکه رادیویی خاص، گوش می‌سپارند بسیار اندک است؛ لذا به‌کارگیری تمهیدات و سازوکارهای مؤثر و کارا امری اجتناب‌ناپذیر بوده و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. یکی از این سازوکارها به‌کارگیری و انتخاب عنوان مناسب برای برنامه است. این انتخاب هر چه آگاهانه‌تر و برپایه درک و شناسایی نشانه‌ها و رمزهای موجود در اسامی صورت پذیرد؛ به همان نسبت راه‌گشایی برای دستیابی افزون‌تر به مطلوبیت‌های برنامه‌سازان و سازمان‌های رسانه‌ای خواهد بود.

برپایه موارد یاد شده، این مقاله با بررسی نشانه‌شناختی عناوین برنامه‌های رادیویی (حداقل ۲۰ برنامه رادیویی) صدای جمهوری اسلامی ایران، تناظر میان نام، عناصر و ویژگی‌های ساختاری و محتوایی برنامه‌های رادیویی (در فضای خودآگاه و یا ناخودآگاه برنامه‌سازی) را کشف و تبیین نماید.

در این باره پرسش‌های بسیاری مطرح است. از آن جمله: آیا "عنوان" انتخاب شده برای یک برنامه رادیویی، با "موضوع" برنامه‌ای که مقرر است پخش شود تناسب دارد؟ و در صورت وجود تناسب، میزان آن تا چه حد است؟ آیا تناسب میان "عنوان" و "موضوع برنامه" به گونه مستقیم و بر پایه "دلالت صریح" بوده و یا "دلالت ضمنی" آن مدنظر است؟ آیا در عنوان برنامه از ارجاعات بینامتنی

-برپایه پیش فرض‌ها و پیش‌زمینه‌های علمی و معرفتی خود- بوده و تصویر ذهنی و تصور روشن و واضحی از پیام پخش شده داشته باشند. برقراری ارتباط مؤثر در یک فرآیند ارتباطی در گرو شناخت مفاهیم و نشانه‌های موجود در پیامی است که در اختیار گیرنده پیام قرار می‌گیرد. این امر سازمان‌های رسانه‌ای را به انجام مطالعات گسترده پیرامون دانش نشانه‌ها و به‌کارگیری آن‌ها واداشته است. باید افزود که در حوزه "نشانه‌شناسی رسانه" نیز تاکنون مطالعات و پژوهش‌های بسیاری به انجام رسیده است؛ اما منابع در دسترس در زمینه نشانه‌شناسی رادیو، اندک بوده و به‌نظر می‌رسد پیرامون "نشانه‌شناسی نام/عنوان برنامه‌های رادیویی" تاکنون هیچ بررسی انجام نگرفته است.

طرح مسئله

در عرصه رقابتی رسانه‌های متکثر، تحولات و تغییرات حادث گشته بر فناوری‌های نوین، لاجرم خلق محتوای گوناگون متناسب با ظرفیت هر رسانه را با خود به همراه داشته است. رسانه‌های دیداری و شنیداری هر یک با بهره‌گیری از ظرفیت‌های چندگانه خود همواره در پی سامان‌دهی محتوایی بوده‌اند که توسط آن بتوانند در طول شبانه‌روز و در مقاطع زمانی معین توجه مخاطبان را جلب نموده، ضریب ماندگاری آن‌ها را افزایش داده و گاه حتی در خوشبینانه‌ترین حالت بتوانند به تغییر در رفتار آنان بپردازند. رمزگذاری عناصر شنیداری در رادیو و انتخاب و چیدمان آن‌ها بایستی به‌گونه‌ای انجام گیرد که مفسران اصلی پیام شنیداری که همانا مخاطبان برنامه‌های رادیویی هستند قادر به رمزگشایی پیام‌ها

استفاده شده یا خیر؟ عناوین برنامه‌های رادیویی ارجاع به چه موضوعاتی دارند؟ نحوه تحلیل نشانه‌شناختی عناوین برنامه‌ها در مسیر دستیابی به پاسخ پرسش‌های یادشده، خود الگویی برای انتخاب شایسته عنوان یک برنامه رادیویی، با تأمل و تعمق افزون‌تر بوده و راه‌گشای انجام مطالعات بعدی پیرامون موضوع یادشده خواهد بود. انجام مطالعاتی چون: بررسی نسبت میان عناوین برنامه‌های رادیویی دارای "دلالیت صریح"، با برنامه‌های پرمخاطب و بررسی نسبت میان عناوین برنامه‌های رادیویی دارای "دلالیت ضمنی"، با برنامه‌های پرمخاطب؟

پیشینه دانش نشانه‌شناسی

مطالعه نظام‌مند نشانه‌ها و تأویل و تعبیر آن‌ها مدیون بررسی‌های افرادی چون فردینان دو سوسور، زبان‌شناس سوئیسی (۱۹۱۳-۱۸۵۷)، فیلسوف آمریکایی چارلز سندرس پیرس (۱۹۱۴-۱۸۳۹)، چارلز ویلیام موریس (۱۹۷۹-۱۹۰۱)، رولان بارت (۱۹۸۰-۱۹۱۵)، آلگیرداس گریماس (۱۹۹۲-۱۹۱۷)، یوری لوتمن (۱۹۹۳-۱۹۲۲)، کریستین متز (۱۹۹۳-۱۹۳۱)، اومبرتو اکو (پس از سال ۱۹۳۲) و جولیا کریستوا (پس از سال ۱۹۴۱) است. باید افزود که افزون بر سوسور که در حوزه زبان‌شناسی فعالیت داشته، زبان‌شناسان دیگری نیز بر چارچوب دانش نشانه‌شناسی به مطالعه و بررسی پرداختند که لوییس هیلیم سلو (۱۹۶۶-۱۸۹۹) و رومن یاکوبسن (۱۹۸۲-۱۸۹۶) از آن جمله‌اند.

همانگونه که یاد شد سوسور در زمینه زبان‌شناسی به مطالعه پرداخته است؛ اما باید افزود که کتاب **دوره‌ی در زبان‌شناسی عمومی** (در سال ۱۹۱۶م) توسط دو تن از دانشجویان او به نام‌های چارلز بالی و آلبرت سه‌چه‌هایی انتشار یافته است. در این کتاب که مجموعه‌ای از یادداشت‌های این دو تن است به تحلیل نشانه‌ها پرداخته شده است.

در بخشی از کتاب یادشده، به "علم نشانه‌شناسی" پرداخته شده است: "می‌توان علمی را طراحی کرد که به بررسی زندگی نشانه‌ها در دل زندگی اجتماعی بپردازد؛ این علم بخشی از روان‌شناسی اجتماعی و در نتیجه بخشی از روان‌شناسی عمومی خواهد بود و ما آن را نشانه‌شناسی (سمیولوژی) می‌نامیم از "سه مه یون" یونانی به معنای "نشانه". نشانه‌شناسی به ما می‌آموزد که نشانه‌ها از چه تشکیل شده‌اند و چه قوانینی بر آن‌ها حاکم است، نمی‌توان گفت چه خواهد بود، اما حق حیات دارد و جای آن پیشاپیش مشخص است. زبان‌شناسی فقط بخشی از دانش عمومی است و قواعدی را که نشانه‌شناسی کشف می‌کند می‌تواند در مورد زبان‌شناسی نیز به کار بست. به این ترتیب زبان‌شناسی به حوزه‌ای معین در مجموعه‌ی پدیده‌های

است که توسط حواس درک می‌شود. این الگوی صوتی ممکن است فقط بدین دلیل که بازنمودی از درک احساسی ما محسوب می‌شود عنصری "مادی" نامیده شود. بنابراین ممکن است از دیگر عناصر همبسته با یک نشانه زبانی، متمایز باشد. چرا که عناصر دیگری که از آن‌ها یاد شد، عموماً انتزاعی بوده و در واقع مفهوم عنصر مادی موردنظر می‌باشند. (چندلر به نقل از سوسور، ۱۹۸۳: ۶۶)

درباره عناصر زبانی و ارزش آن‌ها، سوسور یادآور می‌شود: "زبان سیستمی است که در آن تمامی عناصر آن با یکدیگر متناسب هستند و "ارزش" هر یک از عناصر در آن، بستگی به همبستگی همزمان با دیگر عناصر درون آن سیستم دارد." (سوسور، ۱۹۸۳: ۱۱۳). این امر در نمودار زیر نشان داده شده است. برای نمونه درباره عنوان "ایران سرفراز"،



از آنجایی که دلالت‌ها به شکل زنجیره‌ای با یکدیگر مرتبط‌اند؛ می‌توان چنین بیان داشت که "ایران سرفراز" دلالت بر "آزادگی ایران" دارد؛ "آزادگی ایران" دلالت بر "اقتدار ملی" و "اقتدار ملی" بر "توانمندی‌های نظامی و اقتصادی کشور" دلالت دارد و....

افزون بر نظرات سوسور در زمینه نشانه‌شناسی و همزمان با او، چارلز سندرس پیرس فیلسوف عمل‌گرا و منطق‌دان آمریکایی، بدون اطلاع از اندیشه‌ها و رویکرد سوسور به دانش نشانه‌شناسی، به مطالعه و طبقه‌بندی نشانه‌ها پرداخت. پیرس مدل "سه تایی" را برای نشانه‌ها ارائه نمود.

مدل او شامل "بازنمایی" که شکلی از نشانه به خود می‌گیرد (نه لزوماً مادی)،

انسانی تعلق خواهد داشت. ("گیرو، ۱۹۷۳)

سوسور درباره نشانه‌ها به تبیین مدلی دو بخشی یا دوتایی از نشانه اشاره نموده است. بنابر نظر وی، نشانه، ترکیبی از "دال" - شکلی است که نشانه به خود می‌گیرد (مانند شکل درخت) و "مدلول" یا مفهوم نمایش نمایش‌یافته از دال است؛ و "نشانه"، نتیجه پیوستگی میان دال و مدلول است. ارتباط میان دال و مدلول، "دلالیت" نامیده می‌شود.

در عین حال سوسور معتقد است که در نشانه‌های زبانی، ارتباطی [ظاهری] میان یک "چیز" و یک "نام" وجود ندارد؛ بلکه این ارتباط میان "مفهوم" و یک "الگوی صوتی" وجود دارد. الگوی صوتی، تأثیر روانشناسانه شنونده از یک صدا

"تفسیر" نه یک "مفسر" بلکه بیشتر حس ایجاد شده از یک نشانه است و "موضوع" (ابژه) بی که نشانه بدان رجوع می‌نماید. پیرس تعامل میان "بازنمایی"، "موضوع" و "تفسیر" را سمیوسیس نامیده است. در مدل پیرس از «نشانه»، چراغ راهنمایی در تقاطع یک خیابان، "بازنمایی"، توقف وسایل نقلیه "موضوع" و ایده‌ای را که چراغ قرمز نشان می‌دهد که بایستی وسایل نقلیه بایستند "تفسیر" تلقی می‌شود.

پیرس به سه حالت از نشانه، بدین شرح اشاره می‌نماید:

۱- نماد (سمبل / سمبلیک): حالتی که دال شباهتی به مدلول نداشته بلکه اساساً اختیاری یا کاملاً قراردادی است. این نمادها آموختنی و اکتسابی است: زبان به طور عام (زبان‌های ویژه، حروف الفباء، علائم نقطه‌گذاری، کلمات، عبارات و جمله‌ها و...)، اعداد، کدهای مورس، چراغ‌های راهنمایی و پرچم (پرچم کشورها)

۲- نماد شمایل / شماییلی: حالتی است که در آن دال شبیه و یا تقلیدی از مدلول دریافت می‌شود (به‌طور قابل تشخیص شبیه آن دیده، شنیده، احساس شده، چشیده و یا بوییده می‌شود) - شبیه‌بودن در برخورداری از برخی کیفیت‌های دال: برای نمونه تصویر چهره، کاریکاتور، ماکت، استعاره‌ها، صداها در تهیه موسیقی، جلوه‌های صوتی در درام‌های رادیویی، ضبط دوبله فیلم و ژست‌های تقلیدی.

۳- نماد نمایه / نمایه‌یی: حالتی است که دال اختیاری نیست اما به‌طور مستقیم از برخی جهات (فیزیکی یا علی) به مدلول مرتبط است - این پیوند را می‌توان مشاهده و یا استنتاج نمود: برای نمونه "نشانه‌های طبیعی" (دود، تندر، جای پا، طنین صداها، رایحه‌های و مزه‌ها)، علائم بیماری (درد، خارش، نبض)، وسایل اندازه‌گیری (بادنما، دماسنج، ساعت و...)، "سیگنال‌ها" (صدای در زدن، زنگ

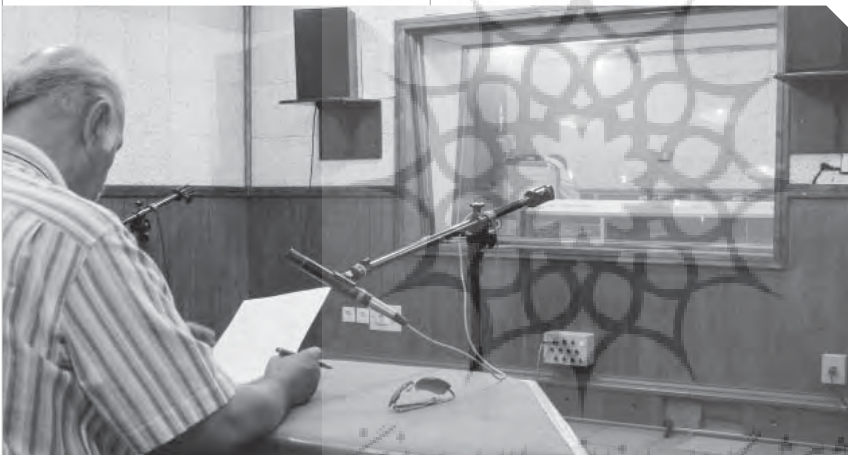
تلفن)، اشاره‌گرها (اشاره انگشت، تابلوی اعلان جهت) و کلماتی چون "این"، "آن"، "اینجا"، "آنجا".

باید افزود که یک نشانه می‌تواند در آن واحد برخوردار از هر سه حالت یادشده - نماد، شمایل و نمایه - باشد. مانند نقشه جغرافیا که در آن ما شاهد هر سه گونه نشانه هستیم و ارجاع به هر یک از آنها، بستگی به ذهنیت و نوع برداشت مخاطب دارد.

بر پایه مدل سه‌تایی پیرس، می‌توان درباره عناوین برنامه‌های رادیویی چنین ادعان داشت که این عناوین به دلیل آن که جزء حروف قراردادی الفباء هستند؛ "نماد" محسوب می‌شوند. برخی از این عناوین مانند عنوان "کاروان خورشید"

[اغلب] اصطلاح دوم را. (گیرو، ۱۹۷۳) افزون بر دو نشانه‌شناس یادشده، رولان بارت نیز به مقوله نشانه‌شناسی پرداخته است. کتاب معروف او به نام **عناصر نشانه‌شناسی** که در سال ۱۹۶۸ میلادی منتشر گشت در واقع تبیینی نوین بر نظریه نشانه‌شناسی سوسور محسوب می‌شود.

به نظر او نشانه، به‌طور عمده عبارت است از شکلی از دلالت و معنای صریح. به‌طور کلی، دلالت‌کننده یا به‌اصطلاح منطقیون «دال»، مستقیماً شیء و یا پدیده خاصی را مورد اشاره قرار می‌دهد. افزون بر این، نشانه خود به استلزامات خاص فرهنگی اشاره دارند. در چنین صورتی بارت از آن‌ها با نام دلالت استلزامی یاد نموده



است که برای مثال واژه "تبر" به دست‌افزاری برای شکستن چوب دلالت دارد. (محمد ضیمران: ۱۵، ۱۳۸۲)

رولان بارت نقش دال را در فعالیت‌های نوشتاری مورد بررسی قرار داده و استدلال می‌نماید که در ادبیات نوشتاری کلاسیک، همواره به‌نظر می‌رسد که نویسندگان از مدلول به دال، از محتوا به فرم، از ایده به متن، از اشتیاق به بیان می‌رود. (چندلر به نقل از بارت، ۱۹۷۴: ۱۷۴)

به نظر بارت، نشانه خود می‌تواند به دلالت‌کننده تازه‌ای برای نشانه دیگر تبدیل شود. او این دلالت را نشانه مرتبه دوم می‌نامد. چنین نشانه‌ای

عنوان برنامه‌های رادیویی پخش شده از شبکه **صدای آشنا** در سال ۱۳۹۰ - به دلیل به‌کارگیری استعاره/کنایه در آن (خورشید) "شمایل" محسوب می‌شوند. از سوی دیگر از آنجایی که صدای مجری، حاکی از وجود یک انسان است؛ بنابراین "نمایه" نیز محسوب می‌شود.

سوسور بر کارکرد اجتماعی نشانه تأکید می‌کند و پیرس بر کارکرد منطقی آن. اما این دو جنبه رابطه‌ای دوسویه و تنگاتنگ با یکدیگر دارند؛ به طوری که امروزه اصطلاحات سمیولوژی و سمیوتیک یک رشته‌ی واحد را اطلاق می‌شود: اروپائیان [اغلب] اصطلاح نخست را به کار می‌گیرند و انگلیسی‌ها و امریکایی‌ها

خود، به ارزش فرهنگی تازه‌ای دلالت دارد... (محمد ضیمران: ۱۵، ۱۳۸۲) نیز رولان بارت در کتاب **اسطوره‌شناسی** خود به‌طور گسترده‌ای به مفهوم دلالت پرداخته است.

نشانه‌شناسی و رسانه رادیو

رسانه‌های رادیویی در جوامع گوناگون از دیرباز به تولید و پخش بسته‌های پیام صوتی پرداخته‌اند. سرعت در انتقال پیام و ایجاد فضایی که خلق تصویرهای ذهنی را به سادگی امکان‌پذیر ساخته این امکان را در اختیار سازمان‌های یادشده نهاده تا بتوانند در آن واحد با میلیون‌ها انسان سخن گفته و بر پایه ملاحظات زمانی (صبحگاه، عصرگاه، شبانگاه) در قالب‌های گوناگون نمایش، مصاحبه، میزگرد، مجله‌های رادیویی و... برنامه‌سازی نمایند. برنامه‌هایی که نوعاً در سمت‌وسوی دستیابی به اهداف آموزشی-ارشادی، سرگرمی و اطلاع‌رسانی به مخاطبان سامان می‌یابند. اما این انتقال پیام از سوی پدیدآورندگان پیام، به دریافت‌کنندگان و مفسران اصلی پیام، بر پایه رمزگذاری‌ها و رمزگشایی‌هایی چندگانه انجام می‌گیرد. درک و تحلیل نشانه‌های نهفته در عناوین برنامه‌های رادیویی مستلزم بررسی عناصر شنیداری موجود در برنامه‌های پخش‌شده از رادیو است. این عناصر عبارتند از "صدای انسان" (کلام)، "افکت"، "موسیقی" و "سکوت".

در رادیو تمامی نشانه‌ها شنیداری هستند. آن‌ها به سادگی از صداها و سکوت تشکیل شده‌اند و در نتیجه زمان -و نه مکان- عامل اصلی ساختاردهی آن‌ها محسوب می‌شود.

پیرامون "نشانه‌های کلامی" می‌توان چنین بیان نمود که صدای انسان در سطح اول به‌عنوان نمایه‌ای از حضور یک انسان تفسیر می‌شود، در سطح دوم به‌عنوان نمایه‌ای از شخصیت یک فرد و در سطح سوم نمایه‌ای از یک برنامه، مؤسسه یا بنگاه پخش و یا حتی تمامی افراد یک ملت است - البته درباره عناوین

برنامه‌های رادیویی، نمی‌توان با شنیدن عنوان برنامه به سطوح دوم و سوم نمایه دست یافت. چرا که عنوان برنامه درباره فرد گوینده اطلاعات اندکی در اختیار شنونده می‌گذارد (همچون جنسیت، زیرو بمی صدا و...) اما دستیابی به اطلاعات بیشتر، یا در طول برنامه‌های با صدای همان فرد و یا بر پایه پیش‌زمینه‌های ذهنی و اطلاعات پیشین فرد شنونده حاصل می‌آید.

"اصوات" [همانند کلمات]، امری قراردادی نبوده و همواره بازنمودی از حضور چیز/فرد هستند که بدان ارجاع می‌نمایند. برای نمونه صدای زنگ در، یا صدای چرخاندن کلید در قفل، نمایه و مدلول حضور فردی در بیرون از خانه است.

پیرامون "موسیقی" پخش‌شده از رادیو و معنایی که از آن تداعی می‌شود باید گفت که شناخت معنا در موسیقی در گرو شناخت ژانرهای موسیقایی است و فرهنگ هر جامعه در شکل‌گیری موسیقی و نیز در ساختار آن مؤثر است. معنا در موسیقی عمدتاً با تداعی خاطرات و نیز طرح‌واره‌های فرهنگی عجین است. برخی عقیده دارند که تحت تأثیر قرار گرفتن شنونده را می‌توان انتقال معنای موسیقی تلقی کرد.

"سکوت" نیز خود به نوعی در نبود و فقدان توالی و پیوستگی عناصر شنیداری و البته در کنار آن‌ها معنا می‌یابد. در برنامه‌های رادیو بر پایه تصمیم‌گیری‌ها و ملاحظات برنامه‌سازی در چیدمان برنامه -در آغاز، پایان و در میانه برنامه- گاه سهواً و در اثر بروز مشکلات فنی ایجاد

می‌شود.

برپایه موارد یاد شده، در پخش "عنوان" یک برنامه رادیویی، به کارگیری عناصر یاد شده (صدای انسان، کلام، افکت، موسیقی و سکوت) و نظم مترتب بر چیدمان آن‌ها، هم کناری و هم افزایی عناصر شنیداری در یک مقطع زمانی معین، شنونده را نسبت به آغاز یک برنامه آگاه ساخته و قابلیت آن را دارد تا اطلاعاتی درباره برنامه (موضوع، ژانر، ساختار و...) در اختیار شنونده قرار دهد. کلمات به‌کار برده شده و بار معنایی که هر عنوان برمی‌تابد، صدای مجری (زن/مرد، زیر و بمی صدا و...) و سبک و چگونگی بیان او، به کارگیری موسیقی و افکت‌های صوتی در پیش و یا پس از عنوان (و یا حتی با صدایی آهسته‌تر از صدای گوینده)، و... همگی بر درک و دریافت مخاطب از عنوان برنامه مؤثر است.

تفسیر نشانه‌های رادیویی

تحلیل و تفسیر نشانه‌های نهفته در عناوین برنامه‌های رادیویی، در گرو شناخت مفاهیم بنیادین مرتبط با حوزه نشانه‌شناسی است. براین پایه، در این نگاشته به برخی از این مفاهیم اشاره می‌شود.

روابط جانیشینی و همنشینی

تحلیل روابط جانیشینی و همنشینی، پایه بسیاری از بررسی‌های نشانه‌شناختی محسوب می‌شود. روابط جانیشینی و همنشینی در دو محور افقی و عمودی نشان داده می‌شوند. محور افقی، روابط همنشینی و محور عمودی روابط جانیشینی را نشانگر است.



درک و تحلیل
نشانه‌های نهفته
در عناوین
برنامه‌های
رادیویی مستلزم
بررسی عناصر
شنیداری موجود
در برنامه‌های
پخش شده از
رادیو است. این
عناصر عبارتند
از "صدای انسان"
(کلام)، "افکت"
"موسیقی"
"سکوت".

می‌شود که در سطح نخست معنا، دلالت صریح و آشکار دریافت می‌شود؛ و دلالت ضمنی در سطح دوم معنا قرار دارد.

پیر گیرو معتقد است در دلالت صریح با مدلولی مواجه هستیم که به صورت عینی و چنان که هست به تصویر درآمده است. حال آن که دلالت‌های ضمنی بیانگر ارزش‌های ذهنی‌ای هستند که به واسطه‌ی صورت و کارکرد نشانه منسوب می‌شوند: یک واژه‌ی عامیانه، شاعرانه، علمی و... دلالت ضمنی به مدلول خود دارند؛ یک یونیفورم، از یک سو دلالتی صریح به درجه و کار یک شخص و از سوی دیگر، دلالتی ضمنی بر اعتبار و اقتدار همراه با آن‌ها دارد.

دلالت صریح عنوان "شمیم حزن" بیانگر برنامه‌ای با فضایی غم‌آلود است و دلالتی ضمنی بر فقدان فردی دارد که مقرر است در طول برنامه بدان پرداخته شود.

باید یادآور شد که دلالت‌های ضمنی به گونه زنجیروار به یکدیگر مرتبط‌اند. رولان بارت از یلمزلف آموخت که دلالت در حالت کلی متضمن سلسله‌مراتبی است؛ مرتبه اول دلالت صریح و بلاواسطه است. در این مرتبه نشانه دارای دال و مدلول فرض می‌شود. معنای ضمنی در مرتبه دوم دلالت قرار می‌گیرد. بدین معنا که با به‌کارگیری نشانه صریح به عنوان دال، مدلول‌های دیگری را به آن پیوند می‌دهد. در این چارچوب است که معنای ضمنی به معنای صریح می‌پیوندد و زنجیره‌ای از مدلول‌های تازه را به وجود می‌آورد. در این مرحله میان دال و مدلول آنچنان همبستگی ایجاد می‌شود که تشخیص ماهیت آن‌ها در پاره‌ای موارد به دشواری امکان‌پذیر است. (ضیمران، ۱۲۲: ۱۲۳)

اسطوره

بنابر نظر لوی اشتروس فلسفه وجودی اسطوره به دلیل تبیین تحول از آنچه که در ابتدا بوده به آنچه که اکنون وجود دارد است و نیز به مطالعه پیرامون این

تحلیل مبتنی بر عامل جانشینی، متضمن قیاس و تطبیق هر یک از دال‌های حاضر در متن، با دیگر دال‌های غایبی است که در شرایط واحد و مشابه قابل‌گزینش هستند.

تغییر در محور همنشینی ممکن است تغییر در محور جانشینی را با خود به همراه داشته باشد. گوردن آلپورت و پست من در سال ۱۹۵۹ چهار فراگرد تغییر در محورهای جانشینی و همنشینی را عنوان نمودند.

دگرگونی‌های جانشینی:

- ۱- جایگزینی
- ۲- جابه‌جایی

دگرگونی‌های همنشینی:

- ۱- افزایش
- ۲- حذف

تحلیل مبتنی بر دو محور جانشینی و همنشینی در مورد چیدمان عناصر شنیداری رادیو نیز صادق بوده و این عناصر قابلیت جایگزینی / جابجایی و یا افزایش / حذف را دارا هستند. نیز عناوین برنامه‌های رادیویی مانند "کاروان خورشید" که امکان برگزینی کلمات دیگری را در اختیار می‌نهد. مانند انتخاب کلماتی چون "ماه"، "ستاره" و... به جای کلمه "خورشید".

دلالت صریح، دلالت ضمنی

معمول آن است که معنای صریح را با عباراتی چون معنای مبتنی بر "تعریف" یا "معنای تحت‌اللفظی" و نیز "معنای بدیهی" یا "معنای مبتنی بر دریافت عام" توصیف کرده‌اند. در مورد نشانه‌های زبانی گفته شده است که معنای صریح همان است که در فرهنگ‌های لغات آمده است. عبارت "معنای ضمنی" به تداعی‌های اجتماعی- فرهنگی و شخصی (ایدئولوژیکی، عاطفی، و...) نشانه اشاره دارد. عواملی چون طبقه، سن، جنسیت، تعلق قومی و نژادی مخاطب و مشابه آن در شکل‌گیری معنای ضمنی دخالت دارند. (سجودی: ۱۳۸۳: ۱۰۲) ملاحظه



در پخش "عنوان"
یک برنامه رادیویی،
به کارگیری عناصر یاد
شده ("صدای انسان"
کلام)، "افکت"، "موسیقی"
و "سکوت" و نظم
مترتب بر چیدمان آنها،
همکناری و هم‌افزایی
عناصر شنیداری در
یک مقطع زمانی معین،
شنونده را نسبت به
آغاز یک برنامه آگاه
ساخته و قابلیت آن را
دارد تا اطلاعاتی درباره
برنامه (موضوع، ژانر،
ساختار و...) در اختیار
شنونده قرار دهد.

که چرا این تحول نمی‌توانست به گونه‌ای دیگر قرار گیرد، می‌پردازد و اگر چیزها در یک حوزه تغییر نمود، کل جهان به واسطه هم‌ساختی بین همه حوزه‌ها دگرگون می‌شد.

چندلر اشاره می‌نماید که در کنار معانی گوناگون یک کلمه، ما با اسطوره نیز روبه‌رو هستیم. نشانه‌ها و رمزها با اسطوره‌ها ایجاد می‌شوند. از نظر عموم مردم، اصطلاح اسطوره به عقایدی ساختگی اطلاق می‌شود. اما نشانه‌شناسی از این اصطلاح، لزوماً با این مفهوم استفاده نمی‌نماید. اسطوره‌ها می‌توانند به‌عنوان استعاره‌های استمرار یافته تلقی شوند.

بسیاری از درام‌ها و برنامه‌ها بر پایه داستان‌های کهن تهیه و تدوین شده و عناوین آنها نیز برگرفته از اسطوره‌ها و مفاهیم نمادین هستند. همچون خورشید، نماد آفرینندگی؛ زمین، نماد مادر؛ آب، نماد زندگی؛ آینه نماد تقابل خاک و افلاک و... برای نمونه می‌توان به عنوان "آینه نماز" اشاره کرد که در آن "آینه" مفهومی نمادین محسوب می‌شود.

استعاره و کنایه

"استعاره" و "کنایه" دو روش برای انتقال معنا هستند. در استعاره رابطه میان دو چیز از طریق قیاس انجام می‌گیرد. بنابراین می‌توانیم بگوییم "عشق من گل سرخی است". یکی از رایج‌ترین صور استعاره، تشبیه است که در آن مقایسه‌ای بر پایه شباهت مطرح می‌شود. مانند جمله "مثل فرشته مهربان است".

آسابرگر می‌گوید در "کنایه" رابطه مطرح شده مبتنی بر تداعی است. جیمز موناکو می‌نویسد: کنایه شکلی از بیان است که در آن نظر یا جزئیات تداعی شده برای برانگیزاندن یک فکر یا به عنوان نشانه یک شیء به کار می‌رود. از نظر ریشه‌شناسی، واژه Metonymy (کنایه) به معنای بدلی نام‌دادن است (از Meta یونانی که جابه‌جایی و انتقال را می‌رساند

و Onoma به معنای نام). پس در ادبیات می‌توانیم از پادشاه (یا فکر پادشاهی) به صورت تخت و تاج یاد کنیم. معمولاً استعاره و کنایه با هم آمیخته‌اند و گاه ممکن است یک شیء هم معنای استعاری داشته باشد و هم معنای کنایه‌ای. در ارتباط با کنایه باید خاطر نشان نمود که در ذهن افراد رمزهای زیادی وجود دارد که توسط آنها می‌توانند ارتباطات کنایی را تفسیر کنند.

ارجاعات استعاره‌ای و یا کنایی عنوان برنامه‌ها، خود دلیلی بر راه‌گزینی‌های برنامه‌ساز در انتقال معنایی چندگانه است.

رمزها

در فرایندهای ارتباطی، رمزها برای انتقال معنا و تفسیر نشانه‌ها به کار گرفته می‌شوند.

سوسور واژه رمز را مترادف زبان به کار برد. رمز در معنای کلی آن در منظومه نشانه‌ها قرار می‌گیرد. یاکوبسن زبان‌شناس روسی مدعی شد که رمز به گونه‌ای که در نظریه اطلاعات به کار می‌رود، بیشتر با زبان پیوند دارد. او گفت رمزگان عبارتند از مجموعه نشانه‌هایی که میان ارسال‌کننده پیام و دریافت‌کننده آن پیوند برقرار می‌کند. یاکوبسن مدعی است که ایجاد و تفسیر متن متکی به برخورداری از رمزگان و یا قراردادهایی برای ایجاد ارتباط است. (ضمیران، ۱۳۸۲: ۱۳۳)

آسابرگر به نقل از امبرتو اکو می‌گوید: "مردم از رمزهای مختلفی برای فهم پیام استفاده می‌کنند و به همین جهت تفسیرهای گوناگونی از آن به وجود می‌آید. به قول اکو: رمزها و زیر رمزها در چارچوب کلی دلالت فرهنگی، به پیام (در این جا متن) تحمیل می‌شوند. همین دلالت‌های فرهنگی هستند که مایملک معرفتی گیرنده‌ی پیام، یعنی مواضع ایدئولوژیکی، اخلاقی، مذهبی، نگرش‌های روانی، سلیقه‌ها و نظام‌های ارزشی او را تشکیل می‌دهند."

می‌توان گفت رمزگان عبارتند از قالب‌های تفسیری که از سوی تولیدکنندگان آن‌ها و مفسرین متن به کار می‌روند. رمزها در ساده کردن پدیده‌ها به منظور ایجاد ارتباط با مخاطب به کار می‌روند. در قرائت هر متن ما ناچاریم که نشانه‌ها را با توجه به رمزگان مناسب تفسیر کنیم. به تعبیر دیگر، نشانه‌ها و علائم در یک متن را می‌توان راه‌گشای رمزها به‌شمار آورد. (ضمیران، ۱۳۸۲: ۱۳۵)

در ادبیات نشانه‌شناسی طبقه‌بندی‌های گوناگونی از رمز وجود دارد. پی‌یر گیرو به سه نوع بنیادین از رمزها اشاره می‌نماید شامل "رمزهای منطقی"، "رمزهای زیبایی‌شناسی" و "رمزهای اجتماعی". رولان بارت در کتاب **اس‌ا زد (S/Z)** اقدام به عنوان‌بندی پنج رمز که در متون ادبی به کار گرفته می‌شود نموده است: هرمنوتیک، کنش‌های اصلی روایی، رمزگان‌های فرهنگی، رمزگان‌های معنایی (رمزهای واسطه)، رمزگان‌های نمادی (تم‌ها و درونمایه‌ها)

اما چندلر طبقه‌بندی‌ای از رمز ارائه می‌نماید که به نوعی به مطالعات رسانه‌ای، ارتباطات و فرهنگ مربوط است.

• رمزهای اجتماعی [در یک پهنه وسیع تمامی رمزهای نشانه‌شناسی کدهای اجتماعی هستند]

- رمزهای شفاهی (وابسته به آواشناسی، نحوی، لغوی و...)

- رمزهای بدنی (ظاهر، نگاه خیره، ژست‌ها و...)

- رمزهای کالا (مد، لباس‌ها، اتومبیل‌ها)

- رمزهای رفتار (مراسم، نقش‌آفرینی‌ها، بازی‌ها و...)

• رمزهای متنی [کدهای بازنمایی]

- رمزهای علمی، شامل ریاضیات؛

- رمزهای زیبایی‌شناسی با هنرهای

بیانی گوناگون (شعر، درام، نقاشی،

مجمسه‌سازی، موسیقی و...) شامل

کلاسیسیسم، رومانتیسیسم، رئالیسم؛

- رمزهای ژانر، علم بدیع و سبک‌شناسی:

روایت (طرح، شخصیت، بازی، دیالوگ، چیدمان و غیره)، شرح، استدلال و مانند آن؛

- رمزهای رسانه‌های عمومی شامل رمزهای عکاسی، تلویزیون، فیلم، رادیو، روزنامه و مجله، هم از لحاظ فنی و هم قراردادی (شامل قالب آن‌ها).

• رمزهای تفسیری [توافق کمتری درباره این مورد به عنوان رمزهای نشانه‌شناسی وجود دارد]

- رمزهای دریافتی: مانند درک بصری (هال ۱۹۸۰، نیکولز ۱۹۸۱، اکو ۱۹۸۲) این رمزها به‌عنوان ارتباطات تعمدی فرض نمی‌شوند.

- رمزهای ایدئولوژیکی: این رمزها با گستره وسیع‌تر، برای رمزگذاری و رمزگشایی متون به کار برده می‌شوند (مانند بسیاری از ایسم‌ها، ماتریالیسم، لیبرالیسم، کاپیتالیسم و...)

معنا

میشل فوکو در ارتباط با معنا می‌نویسد: ما هرمنوتیک را مجموعه‌ی معارف و فنونی می‌دانیم که نشانه‌ها را به سخن‌گفتن وامی‌دارند و به ما کمک می‌دهند تا معنایشان را دریابیم و نشانه‌شناسی همچون مجموعه‌ی معارف و فنونی تعریف می‌کنیم که ما را قادر می‌سازند که تشخیص دهیم نشانه‌ها کجا هستند؛ تعیین کنیم چه چیزی آن‌ها را به هیئت یک نشانه درمی‌آورد و نیز دریابیم که روابط و قوانین حاکم بر ترتیب و توالی آن‌ها چیست. سده‌ی شانزدهم نشانه‌شناسی و هرمنوتیک را به‌صورت تشبیه برهم سوار کرد: جستجوی معنا عبارت بود از آشکارکردن شباهت‌ها، جست‌وجوی قانون حاکم بر نشانه‌ها به معنای یافتن چیزهای متشابه بود؛ دستور زبان چیزها، تفسیر آن‌ها بود و زبانی که نشانه‌ها بدان سخن می‌گفتند روشن‌گر چیزی غیر از روابط نحوی آن‌ها با هم نبود. (گیرو، ۱۹۷۳)

بنابر نظر لوی اشتروس، تصور معنا، بدون نظم امری محال است. از عجایب

معناشناسی یکی این است که یافتن مفهوم خود کلمه Meaning شاید دشوارترین کار در کل زبان باشد.

نیز پی‌یر گیرو درباره معنا می‌نویسد: در عمل نظام‌هایی که در آن‌ها هر دال می‌تواند به چندین مدلول ارجاع کند و هر مدلول می‌تواند به وسیله‌ی چندین دال بیان شود، فراوانند.

در تدوین متون رادیویی به‌کارگیری کلماتی که دارای چندین معنا هستند و مخاطب را به تفسیرهای چندگانه هدایت می‌نماید فراوانند.

بینامتنی/میان‌متنی

مفهوم بینامتنی در نشانه‌شناسی توسط جولیا کریستوا از تئوریسین‌های فراساختارگرا معرفی شد. کریستوا به دو محور در متن اشاره نموده است: محور افقی با نویسنده و خواننده متن و محور عمودی که با دیگر متون ارتباط می‌یابد (چندلر کریستوا، ۱۹۸۰: ۶۹).

دریدا یادآور می‌شود که هر متن، خود مقدمه‌ای برای قرابت متن‌های بی‌شمار است. دریدا می‌گوید که استقلال متن ادعایی است واهی، زیرا که فضای هر متن تداعی‌کننده متون پیشین و درآمدی به سوی متون دیگر است... به تعبیر ساده، شیوه میان‌متنی را باید روشی در راه انتزاع متن از قلمرو دغدغه‌های تاریخی-اجتماعی به‌شمار آورد. یعنی در ترفند میان‌متنی کوشش بر آن است تا نوشتار، قرائت و اندیشه را در متن تاریخ مدنظر قرار دهد. (ضمیران، ۱۳۸۲: ۱۷۵ - ۱۷۴) آسابرگر درباره واژه "بینامتنی" یادآور می‌شود که برای مقصودی که ما در نظر داریم کافی است که آن را استفاده آگاهانه یا ناآگاهانه از مطالب متونی که قبلاً خلق شده، در متن جدید بدانیم. هجو می‌تواند نمونه خوبی از استفاده آگاهانه از مطالب متنی دیگر باشد. هجو تقلید طنزآمیز متن است. در هر هجو مؤثر، مخاطب باید با متن اصلی آشنا باشد تا بتواند به مسخره گرفته‌شدن آن را درک کند. هجو می‌تواند سبکی باشد یا گونه‌ای (مربوط

به ژانر) که در آن ساختار طرح داستانی سریال‌های احساسی، وسترن یا گونه دیگری از متن‌های کلیشه‌ای به تمسخر گرفته شود.

متون شنیداری و عناوین آن‌ها در بسیاری از موارد از ارجاعات بینامتنی برخوردارند. همانند "روز شمار انقلاب اسلامی" - عنوان برنامه‌ای رادیویی پخش شده از "ایران صدا"، صدای جمهوری ایران در سال ۱۳۹۰ - که دلالت بر روزهای اوایل پیروزی انقلاب دارد یا برنامه‌های ویژه مشاعره که به اشعار شعرای مختلف ارجاع می‌نماید.

در یک فرایند ساده ارتباطی که مقرر است تا پیام از سوی پدیدآورندگان پیام به مخاطبان و مفسران پیام ارسال شود؛ نشانه‌ها نقش عمده‌ای ایفاء می‌نمایند. این فرآیند در مدل زیر قابل مشاهده است.

نام / عنوان برنامه‌های رادیویی

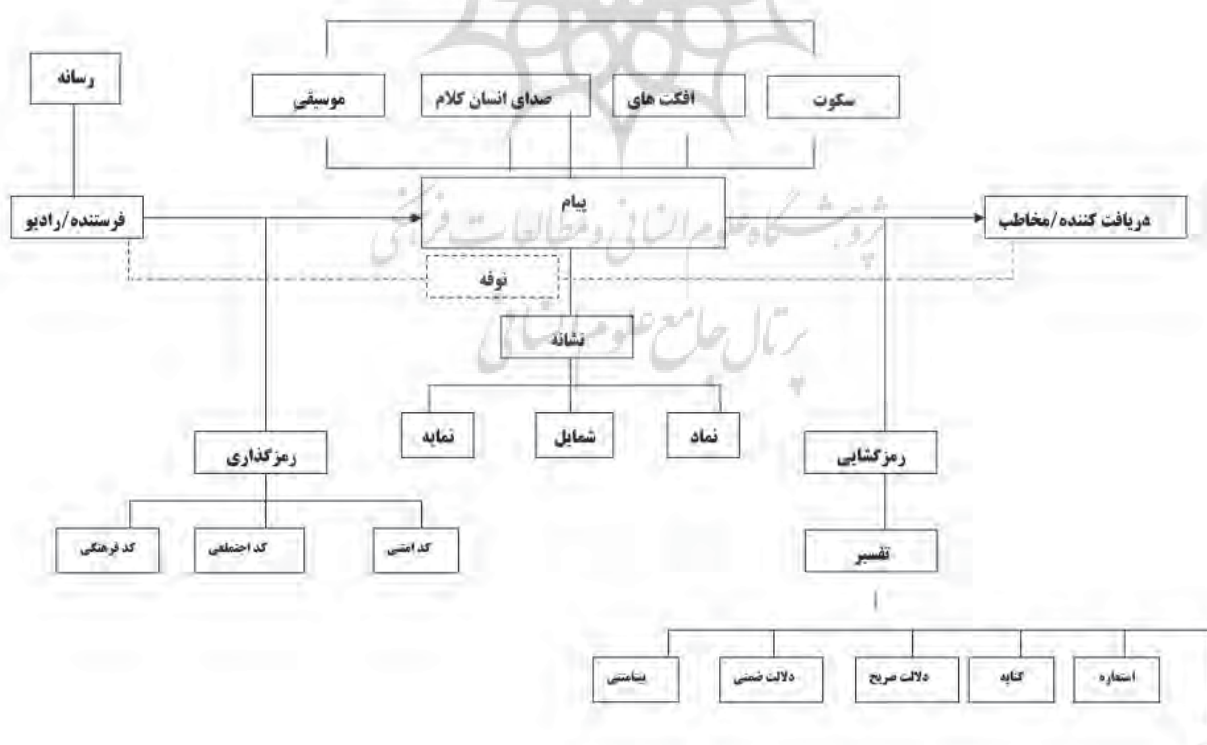
نام‌ها/ عناوین در طول اعصار، همواره نشانگر فرد، شی، جامعه، گروه، شهر، کشورهای معینی بوده‌اند، لذا تعیین بخشی به هویت‌های ناشناخته به کمک نام زمینه‌ای را بر شناخت و تمایز پدیده‌ها می‌گشاید.

انتخاب و برگزینی نام‌های مناسب به مطالعه نیاز دارد و در زندگی ما نقش بسیار مهم و کلیدی ایفاء می‌نماید. ما همگی دارای نام هستیم و در خیابان‌ها و شهرهایی با نام‌هایی خاص زندگی می‌کنیم. درک معنای یک نام درگرو شناخت زیربنای فکری آن نام در هر فرهنگ است.

"نام‌شناسی" علمی است که به بررسی، تحلیل و ریشه‌یابی در صورت صوری و معنایی نام‌ها می‌پردازد. این رشته امروز یکی از شاخه‌های فرعی زبان‌شناسی

محسوب می‌شود. از زمان‌های قدیم، محققان و نویسندگان علاقه‌مند به ریشه‌یابی نام‌ها و در پی ایجاد و پیوند رابطه میان اسم‌ها با مأخذهای آنان بوده‌اند. جان ام. اندون در کتاب **دستور زبان نام‌ها** (۲۰۰۷: ۸۴) این را مصداق خاص ریشه‌یابی اسم می‌نامد و می‌گوید وقتی که جامعه مفاهیم این ریشه‌یابی‌های لغوی را درک می‌تواند اهمیت فرهنگی آن را دریابد. (رابینسون ۱۹۹۳ م. به نقل از اندرسون ۲۰۰۷: ۸۴) نیلسن در کتاب **نام و نام‌گذاری در ادبیات نوجوانان** آورده است که نام‌ها بخشی از زبان هستند و باعث می‌شوند که بشر در مواجهه با آن‌ها زمام امور را به دست داشته باشند و زمانی که از نام‌ها استفاده می‌کنیم حتماً معنای مشخصی به ذهن متبادر خواهد شد. بسته‌های پیام و از جمله برنامه‌های

مدل ارتباطی رسانه با استفاده از ابزار نشانه‌شناسی



رادیویی نیز نیازمند برخورداری از یک "نام/عنوان" هستند. ایستگاه‌های رادیویی را از طریق یک نام کوتاه می‌شناسیم نام شبکه‌ها ما را به‌سوی هویت و مأموریت شبکه هدایت می‌نمایند و برنامه‌های پخش شده از شبکه نیز با برخورداری از عناوین ویژه، اطلاعاتی را در اختیار شنونده می‌گذارند.

پدیدآورندگان پیام شنیداری بر سیستم و مجموعه‌ای از بخش‌ها و آیتم‌هایی که کنار یکدیگر چیده می‌شوند - بر پایه ملاحظات برنامه‌سازی در قالب‌های معین - نام/عنوان واحدی برمی‌گزینند که البته این انتخاب به میزان قابل توجهی به آگاهی، دانش و پیش‌زمینه‌های تجربی فرد برنامه‌ساز بازمی‌گردد.

در راستای مدل ارتباطی ارائه شده پیرامون نشانه‌شناسی و تبیین مفاهیم ارائه‌شده درباره نشانه‌شناسی عناوین برنامه‌های رادیویی و نیز به‌منظور ارائه الگویی در انتخاب و گزینش عناوین برنامه‌های رادیویی به ۲۲ عنوان برنامه - که اغلب آن‌ها مربوط به ویژه برنامه‌های دهه فجر و محرم سال ۱۳۹۰ هستند - در جدولی بدین منظور پرداخته می‌شود. لازم به ذکر است که در این جدول عناوین برنامه‌های برخی از شبکه‌های رادیویی صدای جمهوری اسلامی ایران با بهره‌گیری از مفاهیم کلیدی نشانه‌شناسی شامل: نشانه (نماد، شمایل، نمایه)، دلالت صریح و دلالت ضمنی، استعاره/کنایه، رمز (کد)، ارجاعات بینامتنی مربوط به هر یک از عناوین برنامه‌ها و میزان ارتباط عنوان برنامه با موضوع برنامه، مورد بررسی قرار گرفته است.

موضوعات در نظر گرفته شده به‌منظور تحلیل برنامه‌های یاد شده شامل موضوعات اقتصادی، آموزشی، تبلیغاتی، تفریحی - سرگرمی، بهداشتی، تاریخی، سیاسی - خبر، علمی - فنی - کارشناسی، فرهنگی - اجتماعی، فولکلور، معارف اسلامی - مذهبی هستند.

- عناوین برنامه‌های رادیویی - ۲۲ عنوان -

ایستگاه‌های رادیویی را از طریق یک نام کوتاه می‌شناسیم نام شبکه‌ها ما را به سوی هویت و مأموریت شبکه هدایت می‌نمایند و برنامه‌های پخش شده از شبکه نیز با برخورداری از عناوین ویژه، اطلاعاتی را در اختیار شنونده می‌گذارند.

عبارتند از: دیدگاه، تیتراژ، شاه‌رفت را چه کسی زد؟ کاروان خورشید، پرواز، صبح ایرانی، روزشمار انقلاب اسلامی، ایران سرفراز، فجر دانش، عصرشکوفایی، مستان سلامت می‌کنند، خورشید بر نی، آن روزها، ایران سربلند، شمیم حزن، تحلیل سیاسی، مشاعره، تجلیل از فرهیختگان، مثلث اقتصادی، سلام کوچولو، در آینه نماز، کوچه رادیو و بر مدار انقلاب.

نتایج بررسی نشانه‌شناختی ۲۲ عنوان برنامه رادیویی انتخاب شده بدین شرح است:

- در تمامی عناوین [به دلیل ویژگی عناصر برنامه‌های رادیویی] از انواع "نشانه‌ها" (نماد، شمایل، نمایه) استفاده شده است.

- در ۸/۳۱٪ عناوین برنامه‌های انتخاب‌شده از "دلت صریح" بهره‌جسته‌اند.

- در ۵۰٪ عناوین برنامه‌های انتخاب‌شده از "دلت ضمنی" بهره‌جسته‌اند.

- در ۱/۱۸٪ عناوین برنامه‌های انتخاب‌شده از هر دو "دلت ضمنی" و "دلت صریح" استفاده کرده‌اند.

- در ۸/۸۱٪ عناوین برنامه‌های انتخاب‌شده از "استعاره/کنایه" استفاده کرده‌اند.

- در ۴/۹۵٪ عناوین برنامه‌های انتخاب‌شده از ارجاعات "بینامتنی" استفاده کرده‌اند.

- میزان پرداختن به موضوعات

برنامه‌های بدین شرح است: ۵۰٪ سیاسی - خبر، ۲۷٪ معارف اسلامی - مذهبی، ۹٪ تفریحی - سرگرمی، ۴/۵٪ اقتصادی و ۴/۵٪ فرهنگی - اجتماعی.

- پیوستگی عناوین برنامه‌های انتخاب‌شده با موضوع برنامه پخش‌شده ۳/۷۷٪ زیاد و ۷/۲۲٪ متوسط است.

برپایه نتایج حاصل آمده از جدول تحلیل نشانه‌های موجود در عناوین برنامه‌های رادیویی می‌توان چنین اذعان داشت که انتخاب و برگزینی عناوین برنامه‌های رادیویی اغلب برپایه "دلت ضمنی" صورت می‌گیرد. این عناوین بیشتر برگرفته از موضوعات "سیاسی - خبر" بوده؛ ارتباط و میزان پیوستگی میان "عناوین برنامه‌ها" و "موضوع" آن‌ها "زیاد" است.

منابع

- اسماعیل پور، ابوالقاسم. (۱۳۷۷). *اسطوره، بیان نمادین*. تهران: سروش.
- سجودی، فرزانه. (۱۳۸۳). *نشانه‌شناسی کاربردی*. تهران: نشرقصه.
- ضمیران، محمد. (۱۳۸۳). *درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر*. تهران: نشرقصه.
- گیرو، پیر. (۱۳۸۰). *نشانه‌شناسی*، (ترجمه محمد نبوی). تهران: آگاه.
- آسایرگر، آرتور. (۱۳۸۳). *روش‌های تحلیل رسانه‌ها*، (ترجمه پرویز اجلائی). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- صادق رشیدی (۱۳۸۸). *نشانه‌شناسی موسیقی، سمفونی دلالت‌ها*. روزنامه ایران، سال پانزدهم، شماره ۴۲۳۴.
- سعید اسدی، فرهنگ فرید (۱۳۸۹). *نشانه‌شناسی نام شخصیت‌های نمایشی در نمایشنامه‌ی مرگ فروشنده*. Andrew Crisell, Understanding Radio, 1st edn (London: Methuen, 1986)
- Saussure, Ferdinand de ([1916] 1983): Course in General Linguistics (trans. Roy Harris). London: Duckworth
- Semiotics: The Basics, By Daniel Chandler, 2007, Second edition.
- Chandler, Daniel (1994): Semiotics for Beginners, <http://www.aber.ac.uk/media/Documents>

ردیف	شبکه	گروه	نام/عنوان برنامه	نشانه			دلالت دلالت کنایه / صریح ضمنی		رمز(کد) بینامتنی	موضوع برنامه	پیوستگی نام/ عنوان برنامه با موضوع برنامه
				نماد	شماایل	نمایه	استعاره	رمز(کد)			
۱	صدای آشنا و تحلیل بین‌الملل	رویدادها	دیدگاه	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (دستاورد های ۳۳ سال انقلاب)	×
۲	رادیو تهران	-	تیتراژ شاه رفت را چه کسی زد؟	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	-	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (ویژه برنامه انقلاب)	×
۳	صدای آشنا	-	کاروان خورشید	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی، جلوه‌های صوتی در نمایش	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	معارف اسلامی و مذهبی (ویژه برنامه به مناسبت اربعین حسینی)	×
۴	-	-	پرواز	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۵	-	-	صبح ایرانی	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۶	ایران صدا	-	روزشمار انقلاب اسلامی	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	-	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۷	شبکه ورزش	-	ایران سرفراز	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	×	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۸	شبکه جوان	گروه جوان و دانش	فجر دانش	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۹	شبکه سلامت	گروه سلامت اجتماعی	عصر شکوفایی	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۱۰	شبکه سلامت	گروه سلامت جسم	مستان سلامت می‌کنند	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	معارف اسلامی و مذهبی (ویژه محرم)	×
۱۱	شبکه معارف	-	خورشید بر نی	کلمات	صدای مجری، صدای موسیقی	صدای مجری، صدای موسیقی	-	×	رمز اجتماعی، رمز متنی، رسانه‌ای	معارف اسلامی و مذهبی (ویژه محرم)	×

ردیف	شبکه	گروه	نام/عنوان برنامه	نشانه	دلالات دلالات صریح ضمنی	دلالات دلالات صریح ضمنی	کنایه/ استعاره	رمز(کد)	بینامتنی	موضوع برنامه	پیوستگی نام/ عنوان برنامه با موضوع برنامه
				شمايل	نمايه						کم متوسط زیاد
۱۲	شبکه معارف	-	آن روزها	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	×	×	×	×	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۱۳	شبکه ایران	گروه دانش	ایران سربلند	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	×	-	×	×	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×
۱۴	شبکه جوان	گروه جوان و دانش	شمیم حزن (حضرت رقیه (ع))	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	×	×	-	×	معارف اسلامی و مذهبی	×
۱۵	ایران صدا	-	تحلیل سیاسی	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	-	-	×	×	معارف اسلامی و مذهبی (ویژه محرم)	×
۱۶		-	مشاعره	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	-	-	×	×	تفریحی - سرگرمی	×
۱۷	جوان	فرهنگ و جامعه	تجلیل از فرهیختگان	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	-	-	×	×	فرهنگی - آموزشی	×
۱۸	اقتصاد	-	مثالث اقتصادی	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	×	×	-	×	اقتصادی	×
۱۹	ایران	-	سلام کوچولو	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	-	×	-	×	تفریحی - سرگرمی	×
۲۰	فرهنگ	-	در آینه نماز	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	×	×	×	×	معارف اسلامی و مذهبی	×
۲۱	ایران	-	کوچه رادیو	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	×	×	×	-	فرهنگی - اجتماعی	×
۲۲	گفت و گو	-	بر مدار انقلاب	صدای صدای کلمات	صدای مجری، موسیقی	×	×	×	×	سیاسی - خبر (ویژه دهه فجر)	×