

نشانه‌شناسی فرهنگی برنامه‌های شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی ایران

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۲۸ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۲۴

رضا فرخ‌نژاد^۱، تژا میرفخرایی^۲

چکیده

اهمیت دوران کودکی در هویت‌یابی و نیز تلاش مخاطبان کودک در شناخت رمزگان‌های دیگر فرهنگ‌ها، این پژوهش را بر آن داشت تا عملکرد شبکه کودک را در شش ماهه دوم سال ۹۶ به صورت تمام شماری و با استفاده از «نشانه‌شناسی فرهنگی لوتمان»، در شکل‌گیری فرایند دیگری‌سازی به‌مثابه اقدامی ضد هژمونیک و همچنین تثبیت هویت فرهنگی «خود» بررسی نماید. یافته‌ها نشان می‌دهد گفتمان غرب در برخی موارد حضور خود در سپهر نشانه‌ای فرهنگ اسلامی ایرانی را تحمیل کرده است. چون مفروض پژوهش دیگری غربی را در حکم پادفرهنگ می‌داند، لذا ضعف در فرایند دیگری‌سازی را به‌مثابه تعامل فرهنگی نمی‌شناسد. شبکه، نماینده الگوی مبتنی بر «هم خود و هم دیگری» است. یعنی به جای الگوی «خود - دیگری قطبیده» از الگوی «خود - دیگری آمیخته» بهره می‌برد. بر مبنای نظریه اومولت، برنامه‌های تولیدی، رویکردی محافظه‌کارانه نسبت به مسائل پیرامونی و جامعه داشته و بیشتر بر تاریخ و سنت تأکید دارند. در مقابل برنامه‌های تأمینی بر مؤلفه‌های جامعه‌پذیری، ثروت، قدرت و سبک زندگی تمرکز داشته‌اند. یکی از شیوه‌های مؤثر شبکه کودک به عنوان راهکاری ضد هژمونیک برای غیریت‌سازی، بهره‌مندی از سازوکارهای ترجمه فرهنگی در برنامه‌های تأمینی خارجی است. در این مسیر فرایندهای تکرار و خلاقیت به خوبی در شبکه بکار گرفته شده است، اما لازم بود عوامل فرهنگی «خود» و «دیگری» از طریق مکانیزم‌های طرد و جذب بکار گرفته می‌شد تا متون پخش شده ویژگی‌های کاملاً فرهنگ‌بنیاد را برای خودش احراز کند.

واژه‌های کلیدی

تلویزیون، شبکه کودک سیمای، کودک، لوتمان، نشانه‌شناسی، نشانه‌شناسی فرهنگی

reza.tvr@gmail.com

۱. دکتری علوم ارتباطات واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی

۲. دانشیار دانشکده ارتباطات واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی (نویسنده مسئول)

Tejalayd2000@yahoo.com

۱. بیان مسئله

«بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه در بُعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوچ و پوک و میان تهی است.»^۱

به راستی فرهنگ چیست و چگونه می‌تواند برای جامعه هویت‌آفرین باشد؟ اکثر صاحب‌نظران علوم اجتماعی با اذعان به اینکه فرهنگ محصول حیات جمعی و زندگی اجتماعی است، آن را تولید و باز تولید اجتماعی احساس، معنا و آگاهی دانسته‌اند. یعنی «مجموعه معانی مورد اجماع جامعه».

با آمدن مفاهیمی چون «تولید معنا»، «فرایند معناسازی» و ... پای نشانه‌شناسان نیز به این حوزه باز شد و سعی کردند تعریف خود از فرهنگ را از منظر نشانه‌شناسی ارائه نمایند تا اینکه فرهنگ‌شناسان روسی با امتزاج نشانه‌شناسی و فرهنگ، پایه‌های نشانه‌شناسی فرهنگی در مکتب مسکو- تارتو را بنیان نهادند که به‌واسطه بهره‌مندی از ابزارهای نشانه‌شناختی، تحلیلی دقیق و کاربردی از فرهنگ و پدیده‌های فرهنگی را به دست می‌داد.

در این مکتب سوژه مورد مطالعه فرهنگ و رویکردی که به مطالعه آن می‌پردازد، رویکردی نشانه‌شناختی است. فرهنگ حاصل سازوکار دستگاه پیچیده نشانه‌ای است. نشانه‌هایی که درون یک فضای نشانگی یعنی سپهر نشانه‌ای، حیات دارند. سپهر نشانه‌ای کمک می‌کند تا فرهنگ معنا پیدا کند. فرهنگ تعیین می‌کند کدام متون جذب و ماندگار شوند و کدام متون طرد شوند. هیچ فرهنگی به‌تنهایی قادر به بقا و تعریف خود نبوده و همواره به یک دیگری فرهنگی نیاز دارد، سپهر نشانه‌ای این قابلیت را ایجاد می‌کند تا این ارتباط میان فرهنگ خود و دیگری برقرار شود.

نشانه‌شناسی فرهنگی، فرهنگ را به‌مثابه یک نظام نشانه‌ای کلان که متشکل از نظام‌های نشانه‌ای متعدد اعم از نظام‌های نشانه‌ای ادبیات، نظام نشانه‌ای سینما، نظام نشانه‌ای نقاشی و ... در نظر می‌گیرد. در این دیدگاه، فرهنگ معنادار در مقابل طبیعت بی‌معنا فارغ از تعریف‌های بیولوژیک آن قرار می‌گیرد. طبیعت به معنی چیزهایی که انسانی نشده و برای انسان فاقد معناست. اگر برای انسان معنادار شد، در حوزه نشانه‌شناسی، دلالت و فرهنگ قرار می‌گیرد. در غیر آن نه؛ حتی اگر آن چیز برای موجود هوشمند دیگری دارای دلالت باشد.

۱. پیام امام خمینی به دانشجویان و دانش‌آموزان، ۱۳۶۰/۰۶/۳۱، صحیفه امام، ج ۱۵: ۲۴۳

نشانه‌شناسی فرهنگی، نشانه را در ارتباط با انسان به‌مثابه موجودی فرهنگی و در روابط بینا فرهنگی بررسی می‌کند. فرهنگ‌ها با رمزگان فرهنگی و نظام‌های نشانه‌ای، «خود» را در برابر «دیگری» معنادار می‌کنند و پدیده‌های فرهنگی با تمایز «خود» از «دیگری»، به خود معنا می‌بخشند. توانمندی نشانه‌شناسی فرهنگی در حوزه تصویر نسبت به دیگر رویکردهای نشانه‌شناسی بالاتر است. این رویکرد به‌جای پاسخ به اینکه «معنای این تصویر چیست؟» دنبال جواب «چگونه این تصویر معنا می‌دهد؟» است.

تلویزیون یکی از عرصه‌های تقابل و تعامل بین فرهنگ‌هاست و نمی‌توان آن را جدا از دیگر پدیده‌های فرهنگی جامعه بازشناسی کرد. هر چند لوتمان فقط سینما را در بازآفرینی فعال از فرهنگ و زندگی به‌واسطه ارائه الگویی مؤثق از عالم واقع، مؤثر می‌داند، (لوتمان، ۱۳۹۰: ۱۷) لکن با تسامح می‌توان چنین نقشی را برای تلویزیون نیز متصور بود. تعامل تلویزیون با دیگر نشانه‌های فرهنگی و ارتباطش با فضای خارج از سپهر نشانه‌ای، آن را در جایگاه مهمی در ارتقاء و شکل‌گیری فرهنگ و انتقال آن به نسل‌های بعدی قرار داده است.

تولیدات تلویزیونی یکی از بازنمودهای هویت فرهنگی است که هیچ‌گاه در خلأ بسترهای فرهنگی و اجتماعی تولید نمی‌شوند. لذا تحلیل و بررسی چنین آثار و تولیداتی به‌مثابه متن فرهنگی جایگاه مشخصی دارد.

«تلویزیون مهمترین شکل و نحوه خودسازی و خودآگاهی و تفاهم با خویش را در فرهنگ و بر فرهنگ دارد. ... جهان آن‌گونه دیده می‌شود که تلویزیون آن را در صحنه‌های مختلف نشان داده است» (پستمن، ۱۳۸۶: ۲۰۸). از این‌رو برنامه‌های تلویزیون، به سبب سرعت بالا در انتقال اطلاعات، بهره‌مندی از جذابیت‌های تصویری، قدرت بالای همانندسازی، همزادپنداری و ... نقش منحصر به فردی در ایجاد و درونی‌سازی فرهنگ، الگوهای فکری و رفتاری کودکان و هدایت رفتارهای اجتماعی آنها دارد که هویت و شخصیت آنها را در بزرگسالی تشکیل می‌دهند. بر این اساس کودکان را باید مخاطبان خاص تلویزیون دانست.

برنامه‌های تلویزیونی سیمای جمهوری اسلامی ایران در دو سطح هم‌زمانی و در زمانی، محصول برخورد و تماس بینا فرهنگی دو فرهنگ «ایرانی اسلامی» و فرهنگ «غرب» است که از طریق فرایندهای جذب و طرد، شکل خود را باز می‌یابند. با توجه به اهمیت دوران کودکی در هویت‌یابی و نیز تلاش مضاعف وی در شناخت و درونی کردن رمزگان‌های فضای فرهنگی دیگری، بنا شد شبکه کودک تلویزیون در حکم مترجم فرهنگی که از استقبال گسترده مخاطبان

هم برخوردار است، مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد تا معلوم شود این شبکه در مرزهای فرهنگ «خود» (اسلامی ایرانی) با فرهنگ «دیگری» (غرب و نظام سلطه)، چگونه عمل می‌کند.

شبکه کودک سیما به واسطه پخش و بازپخش چندباره انیمیشن‌ها و برنامه‌های خارجی، در حکم حاشیه و مرز میان دو فرهنگ، محل بازنمایی زندگی اجتماعی «خود فرهنگی» در حضور «دیگری فرهنگی» و تعاملات فرهنگی محسوب می‌شود. تماشای چنین برنامه‌هایی کودکان را در فرایند درونی کردن فرهنگ «خود» با دشواری مواجه می‌سازد. چرا که دائماً در حال مقایسه میان خود و دیگری فرهنگی است.

شبکه کودک، به‌عنوان سردمدار برنامه‌سازی تلویزیونی در حوزه کودک، مدعی است با استفاده از ساختارهای روایتی و تمهیدهای شکلی معین، درصدد برساختن چارچوب‌های معنایی ویژه برای مخاطبان خود است. لذا علاوه بر کارکرد معنابخشی و هویت آفرینی تلویزیون، با توجه به درصد بالای مخاطبان این شبکه و همچنین تنها شبکه تلویزیونی تخصصی کودک در ایران، این شبکه برای تحلیل انتخاب شد تا با تکیه بر الگوی خود و دیگری، برنامه‌های تلویزیونی شبکه کودک به‌عنوان جزئی از سپهر نشانه‌ای کلان بررسی و قابلیت‌های نشانه‌ای برنامه‌ها مطالعه شود. به نظر می‌رسد با مذاقه بیشتر در سازوکارهای جذب و طرد فرهنگ «خود» و فرهنگ «دیگری» در برنامه‌های شبکه و بیان نقاط قوت و ضعف آن می‌توان به مدلی برای تهیه و تولید برنامه‌های مناسب و تأثیرگذار در حوزه کودک دست یافت.

از سوی دیگر تلویزیون تصویر ما از واقعیت و جهان را شکل می‌دهد. تماشاگر جهان را از دریچه تلویزیون تجربه می‌کند. تلویزیون با نظامی از نشانه‌های دیداری، نوشتاری و گفتاری، برداشت انسان از واقعیت اجتماعی را تحت تأثیر و ادراکی جهانی را میسر می‌سازد. تک‌تک جملات و کلماتی که از دهان کاراکترهای برنامه‌های تلویزیونی بیرون می‌آیند، ما را تحت تأثیرات ایدئولوژیک خود قرار می‌دهند. «تلویزیون این قدرت را دارد که ضمن آشکار و مرئی ساختن انواع خاصی از باورها و شکل دادن به رفتارها، بقیه انگاره‌ها و باورها را حذف کند» (مهدی‌زاده ۱۳۹۴: ۱۰۹). لکن تلویزیون، تابعی از نظام معنایی و فرهنگی حاکم بر اجتماع خود است و گفتمان و قدرت نامرئی حاکم بر جامعه شیوه‌های فهم جهان و در نتیجه شیوه‌های گفتار و عمل اجتماعی را برای آن تعیین می‌کند. گفتمان، جهان اجتماعی را در قالب معنا برمی‌سازد و نسبت دادن معنا به پدیده‌ها در چارچوب گفتمان‌ها، موجب برساختن و تغییر جهان می‌شود.

در سایه چنین نگرشی به تلویزیون و رفع کاستی‌های نظریه نشانه‌شناسی فرهنگی، لازم بود به کمک رویکرد لا کلاو و موفه، نظام معنایی برنامه‌های تلویزیونی شبکه کودک تحلیل شود. اینکه شبکه در چه فضای گفتمانی به تولید برنامه‌های تلویزیونی خود می‌پردازد؟ چه گفتمانی را بازتولید و چه گفتمانی را طرد می‌سازد؟

گفتمان انقلاب اسلامی به‌عنوان گفتمان برتر جامعه ایرانی، پدیده‌های سیاسی و اجتماعی را برای سوژه‌ها (توده‌های مردم) معنادار نموده و تصویری از «خود» و «دیگری» در جهان پیرامون به آنان عرضه می‌کند.

با تحلیل گفتمان برنامه‌های شبکه کودک و نشانه‌شناسی فرهنگی آنها می‌توان نشان داد نظام معنایی شبکه کودک چیست؟ دیگری و ناسازه گفتمانی شبکه کدام است؟ شبکه در بازنمایی فرهنگ خود (اسلامی و ایرانی) و جذب و طرد فرهنگ دیگری چگونه عمل کرده است؟ برای تثبیت هویت فرهنگی «خود» چه راهکارهای ضد‌هژمونیک برای به حاشیه راندن و غیریت‌سازی «دیگری» در پیش گرفته است؟ و در نهایت الگوی معناسازی «خود» و «دیگری» در شبکه به چه شکل بوده است؟ «خود و نه دیگری»، «نه خود و دیگری» یا «هم خود و هم دیگری»؟ انتظار می‌رود شبکه کودک با انسداد گفتمانی و پررنگ کردن مرزها در حاشیه فرهنگ، آنجا که بیشترین برخورد و مواجهه با فرهنگ‌های دیگر را دارد، در برابر یاد فرهنگ نظام سلطه، به دنبال هویت اسلامی ایرانی بگردد.

۲. چارچوب نظری

۱-۲. نشانه‌شناسی فرهنگی^۱ نشانه‌شناسی فرهنگی در طول دوره تکوین خود، توانست هوشمندانه از نظریه‌های متنوع علوم انسانی و حتی زیست‌شناسی بهره بگیرد؛ مفهوم مرکزی نشانه‌شناسی و واژه «سیموتیک» را از پیرس گرفت، آن را با فهم سوسور^۲ از نظام نشانه‌ای و گلوسماتیک یلمزلف^۳، تلفیق کرد و از الگوهای واج‌شناسی تروبتسکوی^۴، بوطیقای یاکوبسن و دستور گشتاری چامسکی بهره جست. نظریات «مولت»^۵ او کسکول^۶، روان‌شناسی ویگوتسکی^۶ نیز

۱. Cultural Semiotics

۲. Ferdinand de Saussure

۳. Louis Hjelmslev

۴. Nikolai Trubetzkoy

۵. Jakob von Uexküll

۶. Lev Vygotsky

نیز اندیشه‌های فیلسوفان ایده‌آلیست روسی را وارد نشانه‌شناسی فرهنگی کرد و در انتها نظریه ادبی فرمالیست‌های روس را به‌عنوان دستمایه اصلی خود برگزید، آن را با افکار باختین صیقل داد و حاصل کار گونه‌ای «نشانه‌شناسی پساساخت‌گرا» بود (سرفراز ۱۳۹۳: ۸۰) که مکتب مسکو تارتو، آن را نشانه‌شناسی فرهنگی نامید.

سال ۱۹۷۳، لوتمان و همکاران وی در مکتب آن را «دانش مطالعه رابطه کارکردی بین نظام‌های نشانه‌ای درگیر در فرهنگ دانستند و نشان دادند که نظام‌های نشانه‌ای فقط در ارتباط با یکدیگر و در تأثیر متقابل بر یکدیگر است که عمل می‌کنند» (توروپ، ۱۳۹۰: ۲۳). وظیفه نشانه‌شناسی فرهنگی، توضیح ساز و کار فرهنگ و تبیین تأثیر و تأثر فرهنگ و اعضای آن است. (Thurnwald, ۱۹۳۷: ۳۲). با مطالعه نظام‌های نشانه‌ای در فرهنگ، و «استخراج مشترکات و تمایزات آنها امکان ارتباط و هم‌افقی میان آنها فراهم و چارچوبی علمی برای بررسی تجربی و توصیف مقابله‌ای همه فرهنگ‌های جهان بدست می‌آید» (Posner, ۲۰۰۴: ۵۹). این نظریه، مهم‌ترین «ویژگی فرهنگ را برقراری ارتباط معرفی می‌کند.» (Lotman, ۲۰۱۱: ۱۲۴). لذا هیچ فرهنگ، متن یا نشانه‌ای نباید به خودی خود وجود داشته باشد. در بستر ارتباط بین‌فرهنگی و شبکه بینامتنی است که اساساً فرهنگ شکل می‌گیرد و به حیات خود ادامه می‌دهد. «این الگو بیشتر با روابط میان فرهنگ‌ها سروکار دارد نه با یک فرهنگ منفرد» (سنسون، ۱۳۹۰: ۱۵۴). ساده‌تر آن‌که نشانه‌شناسی فرهنگی به دنبال شناخت الگوهای ارتباطی و کشف مکانیسم تعاملی فرهنگ‌هاست.

طبق این الگو اعضای هر فرهنگ خود را داخلی («خود») و اعضای دیگر فرهنگ‌ها را بیرونی («دیگری») در نظر می‌گیرند. در سمت خود، زندگی منظم و معنادار است و بیرون آن آشوب و بی‌نظمی است که درک آن ناممکن است. همچنین معمولاً «خود» بسیار ارزشمند تلقی می‌شود (سنسون، ۱۳۹۰: الف: ۷۶).

زبان، متن، ساختار، نظام الگوساز اولیه و ثانویه، دوگان فرهنگ-طبیعت، خائوس-کاسموس، خود - دیگری، سپهر نشانه‌ای، مرز، ترجمه فرهنگی و ... از مفاهیمی هستند که اساس نظریه نشانه‌شناسی فرهنگی را تشکیل می‌دهند.

۲-۲. مفاهیم نشانه‌شناسی فرهنگی

۲-۲-۱. فرهنگ

فقط فرهنگ، سبب تفاوت آدمی با دیگر گونه‌ها می‌شود. کار اصلی فرهنگ، این است که جهان پیرامون انسان را به گونه‌ای ساخت‌مند، سازمان دهد و به این طریق فضایی اجتماعی به وجود آورد که زندگی اجتماعی را برای انسان ممکن سازد (Lotman & Ospenski, ۱۹۸۵:۲۱۸). افرادی که کمابیش از رمزگان‌های قراردادی مشابهی در تفسیر خود از نشانه‌ها استفاده می‌کنند، اعضای آن فرهنگ محسوب می‌شوند.

در این دیدگاه، فرهنگ، مجموعه‌ای عام و جهانی نیست. بلکه برای هر فرهنگ مشخصه‌های خاصی وجود دارد که به‌طور ویژه سازمان یافته است. «فرهنگ یک سپهر نشانه‌دار مشخص است و فقط بر بستر نافرنگ دریافت می‌شود. نافرنگ ممکن است در حکم آنچه به یک مذهب خاص تعلق ندارد، یا با نوع به خصوصی از زندگی و رفتار اشتراک ندارد، پدیدار شود. چه این ویژگی‌های فرهنگ را «ساخته انسان» در تقابل با آنچه طبیعی است؛ «قراردادی»، در تقابل با خودانگیخته؛ یا «انباشت تجربه انسانی» در تقابل با کیفیت پیشینی (طبیعت/ اصل) بدانیم، در هر حال با جنبه‌های نشانه‌شناختی فرهنگ سروکار داریم (لوتمان و اوسپنسکی، ۱۳۹۰: ۴۲).

فرهنگ به مثابه ارگانیسم

فرهنگ یک ارگانیسم است. زیرا رابطه‌ای که بین اجزای مختلف آن دیده می‌شود رابطه‌ای ارگانیک و اندام‌وار شبیه اندام‌های انسان است. هیچ یک امکان جدایی از مجموعه را ندارند و با انفصال هر کدام از مجموعه، ارگانیسم از کار می‌افتد (پاکتچی، ۱۳۹۰: ب).

فرهنگ به مثابه نظام نشانه‌ای

فرهنگ در این رویکرد چیزی جز نظامی از رمزگان‌ها بر پایه قراردادهای نشانه‌ای که اعضای یک جامعه در آن مشترکند، نیست (پوسنر، ۱۳۹۰: ۳۲۳). نظریه‌پردازان نشانه‌شناسی فرهنگی، فرهنگ را دستگاه پیچیده نشانه‌ای و دلالتی توصیف می‌کنند که از طریق رمزگان‌های اصلی و ثانویه، گستره‌های معنایی را می‌آفریند. «در بستر نافرنگ است که فرهنگ در حکم یک نظام نشانه‌ای پدید می‌آید» (Lotman & Ospenski, ۱۹۷۸:۲۱۱).

فرهنگ به مثابه متن

مطالعه فرهنگ به مثابه متن، حاصل تأثیر اندیشه‌های باختمین بر لوتمان است. او هر نظام نشانه‌ای را به مثابه یک متن در نظر می‌گیرد و نتیجه می‌گیرد: «انتخاب تعداد معینی از متون، از میان گستره‌ای از متون حکایت از ظهور یک فرهنگ در جامعه دارد. برعکس، موقعیتی که در آن همه متون از ارزش مساوی برخوردار باشند، فرهنگ، رو به زوال می‌رود» (Lotman, ۲۰۰۹: ۶۸). بنابراین فرهنگ هم مکانیسم تولید متن است و هم خودش یک متن است (Lotman & ۱۹۷۸: ۲۱۸, Uspenskii). هر متنی کلیت فرهنگ را در خودش منعکس می‌کند. از این رو رابطه بین فرهنگ و نافرنگ همانند رابطه بین متن و نامتن و رابطه بین فرهنگ و پیرامونش نیز همانند رابطه بین متن و بافت قابل تبیین است (پاکتچی، الف ۱۳۹۰).

فرهنگ به مثابه حافظه تاریخی و خلاقیت

لوتمان با تاسی از مکتب فرهنگ‌شناسان سن پترزبورگ معتقد است فرهنگ باید به مثابه برآیند حافظه تاریخی و خلاقیت مورد مطالعه قرار بگیرد. فرهنگ، انباشتی از خاطرات و تجربیات گروهی از مردم در یک دوره تاریخی است. این انباشت می‌تواند همه حوزه‌های مختلف زندگی انسانها را شامل شود. اما خلاقیت در وضعیتی تناقض‌نا با حافظه تاریخی، دائماً در حال تولید امور جدید فرهنگ است و بیشتر در جنبه‌های ملموس نموده‌های فرهنگی اتفاق می‌افتد (سمنکو، ۱۳۹۶: ۱۷۳).

فرهنگ به مثابه نظام الگوسازی

نظام‌های نشانه‌ای الگوهایی هستند که دنیای پیرامون ما را توضیح می‌دهند. از میان آنها، زبان نظام الگودهنده نخستین است و ما دنیا را از طریق الگویی درک می‌کنیم که زبان ارائه می‌دهد. اسطوره، قواعد فرهنگی، دین، زبان هنر و علم نظام‌های الگودهنده دومین‌اند. بنابراین باید این نظام‌های نشانه‌ای را نیز مطالعه کرد چون ما را وادار می‌دارند دنیا را به طریق معینی بفهمیم و به ما اجازه می‌دهند درباره آن سخن بگوییم (اکو، ۱۳۹۰: ۸).

ساختار فرهنگ؛ مرکز در برابر پیرامون

در مرکز یا هسته، تثبیت‌یافته‌ترین و مشروع‌ترین ساختارها و متون حضور دارند. مرکز، قلمرو هنجارهاست و با تعریف این هنجارها می‌توان به تصویر واقعی و تعریفی دقیق از فرهنگ دست یافت. پیرامون یا حاشیه فرهنگ را عناصری بی‌قاعده، بی‌نظم، غیرساختمند و ناآشنا فراگرفته است. در حاشیه، متون دینامیک‌تر و منحرف‌تر از مرکز هستند و در مقایسه با مرکز خنثی، نشان‌دارترند (Lotman, ۱۹۹۰: ۱۴۱).

۲-۲. سپهر نشانه‌ای، مرز و ترجمه

لوتمان «سپهر نشانه‌ای» را با الهام از مفهوم «سپهر زیستی»^۱ و «سپهر ذهنی»^۲ ولادیمیر ورنادسکی، «اومولت» اوکسکول، و بر اساس حالت تراوایی غشای پیرامون هسته سلول مطرح می‌کند که بازتاب‌دهنده همه خصوصیات مهم الگوی او از فرهنگ و نشانه‌شناسی فرهنگی، به ویژه مفاهیم «مرز» و «ترجمه» است.

«همانند سپهر زیستی، جهان نشانه‌ای را هم می‌توان به عنوان متون جدا و زبان‌های مجزا در نظر گرفت که با یکدیگر در ارتباطند. به این ترتیب ساختارها منفرد و کل فضای نشانه‌ای در حکم سازوکار یکپارچه‌سازی به نظر می‌آید. آن «نظام بزرگتر»، آن فضای نشانه‌ای که بیرون از آن، فرایند نشانه‌ی غیرممکن است، در اصطلاح «سپهر نشانه‌ای» نام دارد و در آن نشانه‌ای بر نشانه دیگر تقدم ندارد (Lotman, 2005: 208) و (لوتمان، ۱۳۹۰ الف: ۱۵۸).

سپهر نشانه‌ای به مراتب انعطاف‌پذیرتر و وسیع‌تر از فرهنگ است؛ شرط لازم پیدایش و تکوین هر فرهنگی است و اصولاً فرهنگ تجلی عینی و انضمامی سپهر نشانه‌ای است (Lotman, 2006: 68).

بین سپهر نشانه‌ای و فضای نه یا فرا نشانه‌ای مرزی است که آن را احاطه می‌کند. تنها به کمک این مرز است که سپهر نشانه‌ای می‌تواند تماس خود را با فضاهای غیرنشانه‌ای و فرانشانه‌ای حفظ کند (Lotman, 2001: 211).

مرز در درون سپهر نشانه‌ای مفاهیم «مرکز و پیرامون (حاشیه)» و در ارتباط با بیرون «خود و دیگری» (درون و بیرون) را به وجود می‌آورد (Lotman, 1990: 126). که معنای مرز بین سپهر نشانه‌ای و محیط خارج از آن را باز می‌نمایاند. «فضای متعلق به «خود» امن و هماهنگ است. زیرا در تضاد با فضای متعلق به «دیگری» است که خصمانه آشوب است» (Lotman, 1994: 89). مرزها و محدوده‌های فرهنگ ارتباط وثیقی با «ارتباط با خود»، اسطوره و به ویژه با مفهوم ایدئولوژی به مثابه فراسطح فرهنگ دارد.

مرز سازوکار ترجمه بین ارتباط‌های بیرونی و زبان‌های درونی سپهر نشانه‌ای را فراهم می‌آورد. مرز یا فیلترهایی که با گذشتن از طریق آنها، متن به زبان یا زبان‌های دیگری ترجمه می‌شود که

۱. Biosphere

۲. Noosphere

بیرون از سپهر نشانه‌ای معین واقع شده‌اند. بسته بودن سپهر نشانه‌ای دلالت بر این امر دارد که نمی‌تواند در تماس با دیگر متون ناشناخته و حتی نامتن‌ها باشد. برای ارتباط، باید این متن‌ها به یکی از زبان‌های واقع در درون سپهر نشانه‌ای ترجمه شود. (لوتمان، ۱۳۹۷: ۱۵۲). ترجمه اساس وجود معنا، اساس وجود فرهنگ است.

۲-۳. الگوی خود و دیگری

امور می‌توانند از حیث خود و دیگری و تعلق امور به خود و دیگری قطب‌بندی شده و برای مخاطب معناسازی کنند. «اینکه هر فرهنگی با مرزهایش شناخته می‌شود، در واقع تأکیدی است بر تمایز فضای درونی فرهنگ، در برابر فضای بیرونی آن که در برابر ماست و «نافرنگ» نام دارد» (Lotman, ۲۰۰۲: ۵۷۴).

فرهنگ در تقابل خود و دیگری شکل می‌گیرد و اگر خود و دیگری نباشد، فرهنگ اصلاً شکل نمی‌گیرد. لذا هر فرهنگ در مرحله اول دیگری‌ای خود را برمی‌سازد و آن را در یکی از وضعیت‌های تقابلی نافرنگ^۱، یا پادفرهنگ^۲ صورت‌بندی می‌کند. نافرنگ به هر آنچه بیرون از نظم فرهنگی (خائوس) یا به عبارتی غیاب یا نفی فرهنگ باشد، اطلاق می‌شود (Lotman and Uspenskii ۱۹۸۴: ۳۰). پادفرهنگ برای اعضای یک جامعه شناخته شده، اما خلاف فرهنگ‌شان است (posner, ۲۰۰۴: ۲۱). در مقابل، فرهنگ، فضای درونی و نشانه‌ای شده^۳ است و هسته مرکزی آن «قلمرو هنجارین و خودانگاره^۴ فرهنگ از خودش است» (Semenenco, ۲۰۱۲: ۷۴).

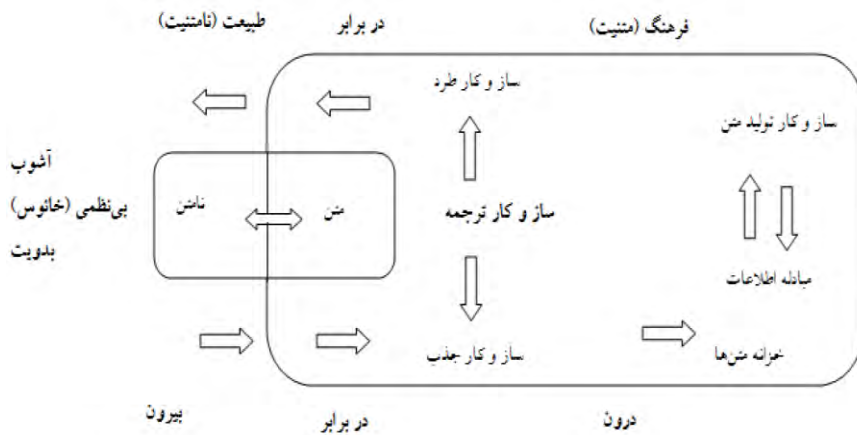
تقابلی بودن خود و دیگری بسیار نسبی است و همیشه خود و دیگرها درون خودشان ظرفیت شکل دادن به خود و دیگرهای دیگر را دارند. بنابراین سطح‌بندی «دیگر دور»، «دیگر نزدیک»، «خود در حاشیه» و «خود در مرکز» معنی پیدا می‌کند (پاکتچی، ۱۳۸۳: ۱۸۲).

۱. Non Culture

۲. Counter Culture

۳. Semiotized

۴. Self Portrait



نمودار ۱. الگوی مکتب تارتو (سنسون، ۱۳۹۰: ب: ۷۶)

در نمودار شماره ۱، فرهنگ که مربع سمت راست نماینده آن است، فرایندی است پویا که با تولید متن، مبادله اطلاعات، و انباشت آن در خزانه متون در ارتباط است. در مرکز مربع سازوکار ترجمه قرار دارد که عناصر مرتبط با فرهنگ را به حرکت وا می‌دارد و با جذب و طرد متون به فرهنگ کمک می‌کند. به این معنی که با جذب، درونی و خودی کردن متون به انباشت و مبادله اطلاعات و در نتیجه به تولید متن و غنای خزانه متون کمک می‌کند و از سوی دیگر از طریق طرد، مرزهای بین متن و نامتن را حفظ می‌کند و نقش ایدئولوژیکی متن را در حفظ هویت خودی در برابر دیگری قوام می‌بخشد (سجودی، ۱۳۸۸: ۱۴۶).

در درون و سمت خود، متنیت^۱ وجود دارد و در نتیجه زندگی معنادار و منظم است. اما در بیرون یا سمت دیگری، طبیعت یا نامتنیت^۲ قرار می‌گیرد و در نتیجه آنجا آشوب^۳، بی‌نظمی^۴ و بدویت^۵ حکمفرماست.

سجودی با تعدیل این الگو، چهار رویکرد نسبت به «خود» و «دیگری» ارائه می‌دهد. او با این پیش فرض که هر فرهنگی دارای پیشینه تاریخی و تجربه‌های ترجمه بین فرهنگی و

۱. Textuality
 ۲. Non-Textuality
 ۳. Chaos
 ۴. Disorder
 ۵. Barbarism

آمیزش بین‌فرهنگی است، معتقد است خود بودن در همیشه تاریخ، همواره وابسته به دیگری فرهنگی بوده است. لذا باید بیرون آشوب، بدوی، طبیعت و نامتن حذف و به جای آن بیرون دیگری فرهنگی و متن دیگر جایگزین شود.

(الف) رویکرد خود و نه دیگری: این رویکرد همان نمودار شماره ۱ است و با کارکرد هویت‌بخش و ایدئولوژیک فرهنگ سروکار دارد. طرف خود، دارای نظم و معناداری و طرف دیگر بی‌نظم و فاقد معناست. در آثار اسطوره‌ای نمونه‌های فراوانی از آن یافت می‌شود.

(ب) رویکرد نه خود بلکه دیگری: دیگری آرمانی است و از منظر دیگری به خود نگریسته می‌شود.

(ج) رویکرد هم خود و هم دیگری: رویکردی دیالکتیکی که عامل محرک پویایی‌های فرهنگی در طول تاریخ ارتباطات بین‌فرهنگی بوده است. همیشه ردی از خود در دیگری و ردی از دیگری در خود وجود دارد و این خود و دیگری در عین حفظ تمایز پیوسته وابسته به یکدیگر، آمیخته و محصول پیوند با یکدیگرند.

(د) رویکرد نه خود و نه دیگری: این سویه دیگر هم خود و هم دیگری است اما با این تفاوت که نه خود و نه دیگری نمی‌تواند در حد گروهی اجتماعی عمل کند (سجودی، ۱۳۸۸: ۱۴۹).

۳. روش پژوهش

امروزه ادغام چند روش کیفی با یکدیگر و از آن بالاتر تلفیق روش‌های کمی و کیفی به امری مرسوم بدل شده است. «چند بُعدی کردن^۱ با ترکیب چند روش و جایگاه یکسان بخشیدن به آنها، پژوهشگر را از محدودیت‌های یک روش واحد رها می‌کند» (فلیک، ۱۳۸۷: ۲۸).

برای پاسخگویی به سوالات تحقیق از روش‌های «اسنادی»، روش کیفی «تحلیل گفتمان لاکلائو و موفه» و «نشانه‌شناسی فرهنگی لوتمان» همزمان بهره‌برداری شده است. از روش اسنادی برای مطالعه کتاب‌ها، مقاله‌ها، پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش استفاده شد.

نظر به اینکه مفاهیم ایدئولوژیک از طریق گفتمان بازتولید می‌شوند، (سلطانی، ۱۳۸۴: ۹۳) از روش تحلیل گفتمان لاکلائو و موفه برای تحلیل گفتمان برنامه‌های تولیدی شبکه کودک استفاده شد و در نهایت برای تحلیل فرهنگ، تعاملات فرهنگی در بستر برنامه‌های تلویزیونی،

۱. Triangulation

تثبیت هویت جمعی و الگوهای دیگری‌سازی، و همچنین شیوه‌های ضد هژمونیک در شبکه کودک از تحلیل نشانه‌شناسی فرهنگی استفاده شد.

از منظر نشانه‌شناسی تعریف متن متفاوت و راه بر تحلیل متون چندزبانی و ترکیبی اعم از کلامی، نوشتاری و رسانه‌ای هموار است. از سویی خود نشانه‌شناسی فرهنگی نیز به تنهایی پاسخگوی تحلیل فرهنگ و متون رسانه‌ای نیست. زیرا در نشانه‌شناسی فرهنگی بر خلاف نظریه گفتمان همیشه موضوع رابطه درون و بیرون مطرح است. این پیوسته دانستن و فارغ از هرگونه چالش دانستن درون شاید نقطه ضعف این الگوست. در حالی که تحلیل گفتمان، با توجه دادن به «روابط تخصص و غیریت‌سازی» میان گفتمان‌های مختلف درون، نشان می‌دهد که علی‌رغم تلاش گفتمان مسلط در همگن نشان دادن «خود»، همواره این «خود» در درونش شاهد روابط غیریت‌ساز درونی است.

تلفیق این دو نظریه، با پوشاندن نقاط ضعف همدیگر، محقق را یاری کرد تا تحلیلی جامع از موضوعات بدست دهد. بنابراین با تلفیق می‌توان نتیجه گرفت که «روابط تخصص و غیریت‌ساز» میان گفتمانی است در حالی که تمایز «خود» و «دیگری» تمایزی هویت‌ساز و هویت‌بخش است. جامعه آماری کلیه برنامه‌های کانال نهال است که در ۶ ماهه دوم سال ۱۳۹۶ از شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شده است. لکن با توجه به هدف تحقیق و لزوم دستیابی به خالص‌ترین پیام‌های ارسالی شبکه که حاوی گفتمان موردنظر دست‌اندرکاران آن باشد، برنامه‌های تولیدی کانال نهال مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. این ۹ برنامه عبارتند از کارگاه نجار (سریال رئال)، من هنرمندم (انیمیشن کوتاه)، سرسفره خدا، من می‌خوانم تو گوش کن، ورجه وورجه، یک دو سه خنده (ترکیبی)، چی چرا چطور (مستند)، جام‌نهالی (مسابقه تلفنی) و مل‌مل (عروسکی) که در مجموع دوره ۶ ماهه مورد بررسی، حدود ۲۲۶ ساعت از ۱۴۳۶ ساعت آنتن را به خود اختصاص داده‌اند. یعنی ۱۶/۶۱ درصد از آنتن شبکه را برنامه‌های تولیدی شبکه اشغال کرده بود.

۴. یافته‌های تحقیق

۴-۱. درباره شبکه کودک

مقدمات راه‌اندازی شبکه کودک و نوجوان در ایران به سال ۱۳۹۲ باز می‌گردد که با همکاری «مرکز پویانمایی صبا» پخش آزمایشی آن آغاز شد. با تأسیس شبکه امید (اختصاصی نوجوانان)، شبکه کودک از سال ۱۳۹۵ برنامه‌های خود را بین ساعات ۸ تا ۱۴ ویژه خردسالان (کانال پویا) و از ۱۴ تا

۲۲ ویژه کودک (کانال نهال) به روی آنتن می‌برد. شبکه مدعی است که برنامه‌های خود را بر اساس منظومه «صیوروت کودک تراز تمدن نوین اسلامی» تولید می‌کند که در آن به ویژگی‌های فطری، جسمی- حرکتی، اجتماعی، احساسی و عقلی کودکان توجه شده است. نظام رده‌بندی این منظومه، کودکی را بین سنین ۷ تا ۹ سالگی (دوره آموزش و تعلیم) و ۱۰ تا ۱۲ سالگی (دوره جویش و کشف) تعریف کرده است. در بیانیه مأموریت، شبکه خود را «دستیار رسانه‌ای خانواده در تربیت آینده‌سازان تمدن نوین اسلامی» معرفی کرده و هدف خود را شکوفایی استعداد‌های خردسالان و کودکان عنوان کرده است. سبک زندگی اسلامی ایرانی، اقتصاد مقاومتی، مهارت‌های زندگی، سواد رسانه‌ای، کتاب‌خوانی، و سرگرم‌آموزی اولویت‌های موضوعی شبکه در سال ۱۳۹۶ اعلام شده بود.

۴-۲. کانال نهال در سال ۱۳۹۶

جدول ۱. برنامه‌های کانال در بازه زمانی ۶ ماهه به تفکیک ساختار

| درصد | مدت زمان ^۲ | درصد | تعداد ^۱ | ساختار برنامه |
|-------|-----------------------|------|--------------------|---|
| ۴۹ | ۷۰۳:۴۵:۱۸ | ۳۷/۹ | ۱۱۳ | انیمیشن کوتاه |
| ۱۱/۹۱ | ۱۷۱:۲۲:۱۰ | - | - | آنونس، آرم استیشن، اذان، وله، تیزر، اعلام برنامه، و ... |
| ۱۰/۱۶ | ۱۴۵:۲۹:۲۱ | ۰/۷ | ۲ | عروسکی |
| ۹/۷ | ۱۳۸:۵۲:۵۲ | ۱۷/۸ | ۵۳ | سینمایی انیمیشن |
| ۶/۶ | ۹۴:۴۶:۰۹ | ۲/۷ | ۸ | ترکیبی |
| ۴/۹ | ۷۰:۲۷:۰۷ | ۵/۳ | ۱۶ | سینمایی و سریال رئال |
| ۲/۷ | ۳۹:۵۸:۰۰ | - | - | آگهی بازرگانی |
| ۲/۶ | ۳۶:۴۵:۲۱ | ۳۳/۶ | ۱۰۰ | کلیپ |
| ۱/۸ | ۲۷:۱۰:۵۸ | ۰/۳ | ۱ | مسابقه |
| ۰/۴ | ۰۵:۵۷:۵۶ | ۰/۷ | ۲ | مستند |
| ۰/۱۴ | ۰۱:۲۴:۴۸ | ۱ | ۳ | تک قالب ^۳ |
| ۱۰۰ | ۱۱۴۳۶:۰۰:۰۰ | ۱۰۰ | ۲۹۸ | جمع کل |

۱. بدون احتساب تکرارهای برنامه

۲. با احتساب تکرارهای برنامه

۳. منظور از تک قالب، ساختاری است که در هیچ کدام از ساختارهای فوق نمی‌گنجد؛ مانند بیانات رهبر معظم انقلاب، فانوس و کتاب‌خوان حسینی.

جدول ۲. برنامه‌های کانال به تفکیک تولیدی و تأمینی

| درصد | مدت زمان ^۲ | درصد | تعداد ^۱ | ساختار برنامه |
|-------|-----------------------|-------|--------------------|----------------------------------|
| ۴۰ | ۵۷۳:۵۸:۴۶ | ۳۱/۲۱ | ۹۳ | تأمینی خارجی |
| ۲۶ | ۳۷۳:۲۳:۵۵ | ۳۲/۲۱ | ۹۶ | تأمینی داخلی |
| ۱۶/۷۲ | ۲۳۹:۳۱:۴۸ | ۲/۰۳ | ۹ | تولیدی شبکه |
| ۲/۵۸ | ۳۶:۴۵:۲۱ | ۳۳/۵۵ | ۱۰۰ | کلیپ |
| ۲/۷۹ | ۳۹:۵۸:۰۰ | - | - | آگهی‌های بازرگانی |
| ۱۱/۹۱ | ۱۷۱:۲۲:۱۰ | - | - | سایر (آنونس، اعلام برنامه و ...) |
| ۱۰۰ | ۱۴۳۶:۰۰:۰۰ | ۱۰۰ | ۲۹۸ | جمع کل |

جدول ۳. برنامه‌های کانال به تفکیک موضوع اصلی

| مدت زمان | تعداد ^۱ | موضوع برنامه |
|------------|--------------------|---------------|
| ۵۳۲:۳۸:۳۹ | ۱۲۳ | فرهنگی |
| ۴۶۷:۵۸:۲۸ | ۸۲ | اجتماعی |
| ۱۱۲:۳۰:۰۳ | ۷۷ | معارفی |
| ۹۵:۱۲:۲۱ | ۱۲ | علمی- فن آوری |
| ۱۴:۵۴:۰۸ | ۲ | اقتصادی |
| ۰۱:۲۶:۱۱ | ۲ | سیاسی |
| ۱۲۲۴:۳۹:۵۰ | ۲۹۸ | جمع کل |

۱. شبکه در دو روز آخر اسفند ماه ۲۹ روزه، تا ساعت ۲۴ یعنی دو ساعت اضافه پخش برنامه داشت که جمع کل برنامه‌های پخش شده را به ۱۴۳۶ ساعت افزایش داده است.

$$۱۴۳۶ \text{ ساعت} = ۴ \text{ ساعت اضافه} + \text{ساعت } ۱۴۳۲ = ۸ \text{ ساعت} \times (۲۹ \text{ روز اسفند}) + (۵ \text{ ماه} \times ۳۰ \text{ روز})$$

۲. بدون احتساب تکرارهای برنامه

۳. با احتساب تکرارهای برنامه

۴. بدون احتساب تکرارهای برنامه

جدول ۴. برنامه‌های کانال به تفکیک موضوعات فرعی

| مدت زمان | تعداد | موضوع برنامه |
|------------|-------|--|
| ۴۱۴:۳۴:۴۹ | ۶۵ | تعلیم و تربیت |
| ۱۹۳:۱۱:۴۰ | ۲۳ | سرگرمی |
| ۱۴۱۰:۲۰:۰۱ | ۱۷ | سبک زندگی اسلامی ایرانی |
| ۹۷:۵۷:۴۳ | ۱۳ | علمی |
| ۸۸:۵۸:۵۹ | ۷۰ | احکام، اخلاق و اعتقادات |
| ۷۷:۵۰:۳۵ | ۲۱ | محیط زیست و الگوی مصرف |
| ۳۶:۵۹:۳۴ | ۶ | هنر |
| ۲۷:۵۹:۱۸ | ۲۰ | مطالعه و کتابخوانی و ادبیات فارسی |
| ۲۴:۰۸:۴۲ | ۷ | ورزش |
| ۲۲:۴۸:۳۳ | ۱۴ | نهاد خانواده |
| ۱۴:۴۳:۵۶ | ۸ | دفاع مقدس و فرهنگ ایثار و شهادت |
| ۱۳:۰۵:۰۵ | ۶ | اندیشه‌های سیاسی حضرت امام(ره) و انقلاب اسلامی |
| ۱۲:۰۹:۰۲ | ۱ | صنعت |
| ۱۱:۱۵:۵۳ | ۴ | ادیان، مذاهب و اماکن مذهبی |
| ۸:۴۱:۳۷ | ۱۵ | میراث فرهنگی و تاریخ |
| ۶:۰۲:۲۵ | ۳ | آسیب‌های اجتماعی |
| ۵:۰۱:۴۱ | ۱ | قرآن، احادیث و ادعیه |
| ۳:۳۳:۱۱ | ۳ | رویدادها و محصولات فرهنگی |
| ۰۲:۴۵:۰۶ | ۱ | اشتغال و کارآفرینی |
| ۱۲۳۴:۳۹:۵۰ | ۲۹۸ | جمع کل |

جدول ۵. فراوانی «پیام‌های بازرگانی» پخش شده از کانال در شش ماهه دوم سال ۹۶

| زمان (دقیقه) | زمان (ساعت) | ماه |
|--------------|-------------|--------|
| ۴۲۷ | ۰۷:۰۷ | مهر |
| ۳۰۶ | ۰۵:۰۶ | آبان |
| ۴۵۲ | ۰۷:۳۲ | آذر |
| ۴۱۶ | ۰۶:۵۶ | دی |
| ۵۹۳ | ۰۹:۵۳ | بهمن |
| ۲۰۴ | ۰۳:۲۴ | اسفند |
| ۲۳۹۸ | ۳۹:۵۸:۰۰ | جمع کل |

جدول ۶. الگوی کنداکتور کانال در ایام هفته

| | | |
|-------------|------------------|-------------------------|
| ۲۱:۳۰-۲۲:۰۰ | تولیدی/خارجی | مهارت‌های اجتماعی |
| ۲۱:۰۰-۲۱:۳۰ | خارجی | تخیلی، فانتزی |
| ۲۰:۳۰-۲۱:۰۰ | داخلی | مذهبی، سبک زندگی |
| ۲۰:۰۰-۲۰:۳۰ | داخلی | مذهبی، سبک زندگی |
| ۱۹:۳۰-۲۰:۰۰ | داخلی | مذهبی، سبک زندگی |
| ۱۹:۰۰-۱۹:۳۰ | خارجی | خانوادگی، ملودرام |
| ۱۸:۳۰-۱۹:۰۰ | خارجی | تخیلی، فانتزی |
| ۱۸:۰۰-۱۸:۳۰ | خارجی | سریال‌های محبوب |
| ۱۷:۳۰-۱۸:۰۰ | داخلی | هنری و خلاقیت |
| ۱۷:۰۰-۱۷:۳۰ | خارجی | علمی |
| ۱۶:۳۰-۱۷:۰۰ | تولیدی | سبک زندگی |
| ۱۶:۰۰-۱۶:۳۰ | تولیدی | سبک زندگی |
| ۱۵:۳۰-۱۶:۰۰ | داخلی | مهارت‌های اجتماعی |
| ۱۵:۰۰-۱۵:۳۰ | داخلی | مذهبی |
| ۱۴:۳۰-۱۵:۰۰ | خارجی | علمی، تخیلی، فانتزی |
| ۱۴:۰۰-۱۴:۳۰ | خارجی | سریال‌های محبوب |
| | تولیدی / تأمین | رئیل‌های موضوعی / زانری |
| | شنبه تا چهارشنبه | |

۳-۴. تحلیل گفتمان برنامه «سر سفره خدا»

در شش ماهه دوم سال ۱۳۹۶، دقیقاً ۱۴۳۶ ساعت برنامه تلویزیونی از کانال نهال پخش شده است که تماماً مورد بررسی این تحقیق قرار گرفته است. بیشترین میزان این ساعات، با ساختار انیمیشن‌های کوتاه و از طرفی برنامه‌های تأمین‌ی خارجی پر شده است. لکن به منظور دستیابی به خالص‌ترین پیام‌های ارسالی شبکه که حاوی گفتمان آن باشد، صرفاً برنامه‌های تولیدی کانال نهال، تحلیل گفتمان شد. اما از آنجا که در این مقاله مجال پرداختن به همه آنها نیست، تحلیل برنامه «سر سفره خدا» برای نمونه در ادامه می‌آید. اما نتایجی که در قسمت نتیجه‌گیری ذکر می‌شود بر مبنای تحلیل کل برنامه‌های پخش شده از شبکه است.

در تحلیل گفتمان برنامه با استفاده از مفهوم واسازی و قطع رابطه دال‌ها و مدلول‌های گفتمانی برنامه، مفروضات گفتمانی برنامه مورد شناسایی قرار گرفته است و به عنوان دال‌های

گفتمانی فهرست شده‌اند. دال‌های گفتمانی یا از اشارات موجود در برنامه و یا با استفاده از درک متن و مفروضات نانوشته استخراج شده است.

لازم به یادآوری است که تحلیل گفتمان صورت گرفته در این پژوهش با توجه به ماهیت کیفی تحلیل گفتمان و ماهیت ساختارگرایانه آن، ادعای دارا بودن روایتی جامع از گفتمان برنامه‌های تولیدی شبکه را ندارد و تنها سعی می‌کند روایت خود را با استدلال‌های منطقی به بحث بگذارد.

برنامه «سرسفره خدا» ویژه برنامه ایام سوگواری امام حسین^(ع) در ماه‌های محرم و صفر شبکه بود که در آن علاوه بر ذکر مناقب و روایاتی از زندگی ایشان، آیتم‌های نمایشی، عزاداری، ارتباط مستقیم با کربلا، نواهای مذهبی، معرفی کتاب، نقالی و ... مشاهده می‌شود. در این برنامه ترکیبی که تمرکز اصلی آن حول دال مسائل معارفی می‌چرخد، «شهرام شکیبیا» مجری و «احسان مهدی» بازیگر است.

در این برنامه «معنویت» به عنوان دال مرکزی مورد توجه بوده است که قرار است هویت «کودک مؤمن» را بازنمایی نماید. این دال در نسبتی قوی با دال‌های «دعا و مناجات»، «اعتقاد و تعبد» و «احکام و مناسک» قرار می‌گیرد. در مفصل‌بندی گفتمانی این برنامه مجری برنامه در یک وضعیت «هم‌ذهنی» و «صمیمیت» با مخاطب کودک قرار نمی‌گیرد و به تعبیری زبان کودک نمی‌گشاید. اجرای برنامه با مخاطب کودک، خیلی سختی ندارد و تفاوتی در اجرا برای بزرگسالان مشاهده نمی‌شود.

مذهب در قالب مفصل‌بندی این گفتمان در نسبتی با دال‌های «جمع بودن عزاداری» و «ظلم‌ستیزی» مورد ملاحظه قرار می‌گیرد. بخشش و توبه‌پذیری، ایثار و از خود گذشتگی، و همچنین وفاداری از دیگر رابطه‌هایی است که مورد توجه قرار گرفته تا با این مفصل‌بندی، گزاره‌های گفتمان غربی مبنی بر «خشونت مذهبی» به حاشیه رانده شود. در این میان سیره ائمه به عنوان معیار و میزان مطلوب شناسانده می‌شود و «حب حسین»، هویت اسلامی کودک را تقویت می‌کند. یکی از تعاریف قابل برداشت از این مفصل‌بندی ارتباط قوی میان «معنویت» و «انسان‌دوستی» است. گو اینکه دیگرانی که از معنویت بی‌بهره‌اند از انسانیت به دورند و دیووش به حساب می‌آیند. شبکه از این راهکار هژمونیک برای به حاشیه راندن گفتمان غرب که در آن معنویت جایی ندارد به خوبی استفاده کرده است.

پای‌بندی به سنت‌ها و مناسک‌سازی در قالب بیان آداب زیارت، سلام به حسین دادن بعد از نوشیدن آب، سینه‌زنی، زیارت اربعین، و ... در برنامه از دیگر دال‌هایی است که در مقابل دال‌های تساهل و خوشگذرانی گفتمان غرب قرار گرفته است و بدین ترتیب هویت کودک اسلامی ایرانی را رقم زده است.

این برنامه با محوریت قرار دادن حقایق واقعه عاشورا و طرد دال‌هایی که آن را جنگ قومی و قبیله‌ای قلمداد می‌کنند، پیروزی حق بر باطل را برجسته‌سازی می‌کند و به خوبی توانسته است با پلاتوهای مجری، آیتم‌های نمایشی احسان، و ... دال گفتمانی «تساهل و مدارای» در امور مذهبی گفتمان غرب را به عقب براند.

همچنین بازنمایی اتحاد دو کشور ایران و عراق و نیز وجود صلح به واسطه معنویت و مذهب، به عنوان دال گفتمانی در برنامه قابل برداشت است. در پایان مرد محور بودن برنامه و بازنمایی غیاب دختران در صحنه‌های اجتماعی، نشان از ارتباط مفصل‌بندی گفتمانی آن در نظم گفتمانی هویت مردانه دارد.

۴-۴. تحلیل نشانه‌شناختی برنامه سر سفره خدا

از آنجا که متون تصویری در برگیرنده حجم گسترده‌ای از موضوعات و مضامین هستند، لذا لازم است مضامین اولاً به نحو مناسبی طبقه‌بندی و ثانیاً مضامینی انتخاب شوند که در موضوع مورد بررسی «کانونی» هستند. در بررسی نحوه بازنمایی الگوی خود و دیگری در برنامه‌های تلویزیونی شبکه کودک از چهار مفهوم یا رمزگان پوشاک، خوراک، مکان و جنسیت استفاده شده است تا به کمک آنها و در چهارچوب نظری تحقیق، یافته‌ها تحلیل شوند. این رمزگان‌ها کانونی هستند زیرا چگونگی و میزان بازنمایی‌شان تأثیر فراوانی بر بازنمایی سایر رمزگان‌ها و به طور کلی بازنمایی فرهنگ دارد.

۴-۴-۱. رمزگان پوشاک در برنامه سر سفره خدا

پوشاک یکی از نظام‌های نشانه‌ای در قلمرو فرهنگ است که درون سپهرنشانه‌ای هر فرهنگی تعریف می‌شود. این نظام هم به عنوان یک مصنوع، کارکرد ابزاری دارد و هم به عنوان یک متن دلالت فرهنگی دارد. نظام پوشاک یکی از نظام‌هایی است نحوه لباس پوشیدن می‌تواند سن، جنسیت، حرفه، ویژگی اقلیمی مکان زندگی، تعلق به گروه اجتماعی (قوم، دین، طبقه)، گرایش به گروه‌های اجتماعی، طرز تفکر فرد و ... را نشان دهد.

در برنامه سرسفره خدا، نحوه بازنمایی پوشش «خود» در دو سطح مرکز و حاشیه قابل تحلیل است. به این معنی که نحوه بازنمایی پوشش در موقعیت‌های مختلف محدود به نوع خاصی از پوشش رسمی و نزدیک به مرکز است. در پوشش مرکز، دختران و بانوان عموماً با چادر، روسری و لباس‌های اکثراً تیره و پسران و آقایان با پیراهن و شلوار کامل بازنمایی شده‌اند و هرگز در برنامه‌ها لباس آستین کوتاه یا شلوار جین بازنمایی نشده است. در این برنامه حتی نشانه‌هایی از نزدیک شدن به پوشاک حاشیه مشاهده نمی‌شود.

به دلیل ماهیت برنامه و موضوع خاص آن (ویژه برنامه ایام محرم) پوشاک دیگری غرب اصلاً بازنمایی نمی‌شود و به طور کامل حذف شده است و دیگری‌های نزدیک مانند عراقی‌ها در لباس‌های محلی و معمولی خود بازنمایی شده‌اند و موضع ایدئولوژیک به آن نداشت.

اما نکته مهم برنامه در نظام پوشاک، بهره‌مندی از موقعیت عزاداری است که رمزگان پوشاک در ارتباط با این موقعیت از معناسازی مؤثری برخوردار است. شال و لباس سیاه مجری، بازیگران و سایرین دلالت فرهنگی بر موقعیت عزا دارد که با تکیه بر آداب و رسوم، هویت اسلامی ایرانی مخاطب کودک را نیز قوام می‌بخشد.

البته بازنمایی‌های مختصری از آداب لباس پوشیدن و نیز بازنمایی پوشاک تاریخی (لباس نقالی، پوشاک پادشاهان و ...) در آیت‌های نمایشی هم برای دلالت بر زمان و آرکائیک فضای داستان مشاهده می‌شود لکن زیر سایه سنگین پارچه سیاه عزا مجال چندانی برای عرضه پیدا نمی‌کند.

۴-۲. رمزگان خوراک در برنامه سرسفره خدا

خوراک علاوه بر تأمین نیازهای فیزیولوژیکی انسان، کارکرد فرهنگی و نشانه‌شناختی هم به خود می‌گیرد. در بازنمایی خوراک خود در برنامه «سرسفره خدا» کنش خوردن یا کنش‌های مرتبط با آن مانند آشپزی، نذری دادن، اطعام، حلال و حرام به خوبی بازنمایی شده‌اند. در اینجا خوراک خود در جایگاه ابزار برآورده شدن حاجات می‌نشیند. در پلاتوی مجری و آیت‌های نمایشی احسان و حتی نقالی‌ها بارها به رابطه مفهوم لقمه حلال و واقعه عاشورا، اطعام و نذری، تشنگی کودکان امام، ذکر یاحسین بعد از نوشیدن آب، و ... اشاره می‌شود که جزو رمزگان‌های فرهنگی هستند که در مقوله خوراک می‌توانند بازنمایی کننده فرهنگ خود باشند.

بازنمایی خوراک دیگری با توجه به معذورات و ضوابط پخش بیشتر به «دیگری نزدیک» شبیه شده است و در برنامه آثاری از خوراکی‌های غیرمجاز، رمزگان‌های فرهنگی خوراک دیگری

و ... مشاهده نمی‌شود اما خوراک دیگری با «حرام» هم‌نشین می‌شود که زمینه‌ساز گمراهی فرد می‌شود. در برنامه، نه تنها هیچ گاه دیگری دور را در حال خوردن خوراکی‌هایی که در فرهنگ خودش مرسوم هست نمی‌بینیم، بلکه شاهد بازنمایی خود در حال خوردن خوراک دیگری دور نیز نیستیم.

۴-۳. رمزگان مکان در برنامه سر سفره خدا

رابطه دوسویه‌ای میان مکان و انسان وجود دارد یعنی انسان و مکان به یکدیگر معنا و هویت می‌بخشد. پخش مستقیم برنامه سر سفره خدا از کربلا و حضور مجری و عوامل برنامه‌ساز در آنجا حکایت از نشاننداری مکان در این برنامه دارد. برنامه از این حیث کمال بهره را از نشاننداری مکان دارد. گاه تصاویر هویت‌مند ضریح، حرم مطهر، شبستان‌ها، گنبد و پرچم و ... حتی در غیاب سوژه (بدون حضور افراد و شخصیت‌های برنامه)، گاه از طریق تکرار انواع خاصی از تصاویر مکان و یا هر دو به نشان‌داری مکان و بالتبع بازنمایی فرهنگ اسلامی ایرانی کمک کرده است. یعنی برنامه تلاش کرده با اهمیت دادن به شرف مکان ضبط برنامه از آن به مثابه مقوم فرهنگ اسلامی ایرانی تأکید کند.

بازنمایی تصاویر حرمین با تکنیک غیاب سوژه، معنایی با ثبات و مقدس‌گونه به آن می‌بخشد. یعنی با غیاب سوژه در تصویر مخاطب جایگزین سوژه غایب می‌شود و غیاب به حضور تبدیل می‌شود. تصاویر پخش شده از ضریح مطهر حضرت امام حسین^(ع) در برنامه سر سفره خدا از این جنس بازنمایی است که دعوت به حضور بی‌واسطه مخاطب در مکان و مشارکت در گفتمان است. تکرار یکی دیگر از ابزارهای برساخت، تأکید و القای معانی مختلف است. تکرار بازنمایی مکان‌های مذهبی واقع در عراق مثل مسجد کوفه و ... به برجسته‌سازی مفهوم معنویت و تقویت ایمان مخاطب می‌پردازد.

مکان «دیگری فرهنگی» در برنامه‌های تولیدی به جز بازنمایی عراق در ایام سوکواری شهادت حضرت اباعبدالله در برنامه سر سفره خدا، که در قلمرو و محدوده فرهنگ خود قرار دارد، بازنمایی مستقل دیگری مشاهده نمی‌شود.

۴-۴. رمزگان جنسیت در برنامه سر سفره خدا

جنسیت، برساخته اجتماعی فرهنگی است که در بستر زندگی اجتماعی و قراردادهای آن شکل می‌گیرد. برنامه سر سفره خدا، به نظر می‌رسد بیشتر سوگیری جنسیتی به سمت پسران

دارد. سوگیری به این معنا که چه عناصری، چرا و چگونه در برنامه‌های تلویزیونی شبکه بازنمایی می‌شوند و چه عناصری بازنمایی نمی‌شوند.

نحوه بازنمایی پسران در این برنامه با توجه به نقش محوری «مرکز» و جامعه مردسالار ایران قابل بررسی است. برنامه، متأثر از مرکز، خیلی دست به تنوع بازنمایی نزده و از بازنمایی بسیاری از معانی فرهنگی پرهیز کرده است. بازنمایی مردان در سطح در زمانی نیز بیشتر بوده است و کمتر شاهد بازنمایی مشاهیر خانم در برنامه بودیم.

بازنمایی جنسیت دیگری در برنامه متأثر از بازنمایی دیگری از نظر مکانی است و مضامینی که در این رمزگان در قلمرو دیگری قرار می‌گیرد و امکان مقایسه‌ای که از این طریق می‌تواند فراهم باشد، در این نوع بازنمایی به آن شکل میسر نبود.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

نشانه‌شناسی مطالعه سازوکار تولید معناست و نشانه را در نسبت با شکل‌گیری معنا در متون و گفتمان‌های مختلف تحلیل می‌کند. از منظر نشانه‌شناسی «متن» «هر نوع همنشینی نظام‌مند نشانه‌ها اعم از واژه‌ها، تصاویر، صداها، ژست‌ها و ... در پیامی چند لایه که از طریق حواس قابل دریافت باشد و با ارجاع به رمزگان شکل گرفته باشد و دریافت شود، متن است» (سجودی، ۱۳۸۶: ۲).

تحلیل متن ناخواسته نشانه‌شناسی به ویژه نشانه‌شناسی فرهنگی را درگیر فرهنگ به مثابه متن می‌کند. این مکتب فرهنگ را ترکیب پیچیده نظام‌های نشانه‌ای معرفی می‌کند که در تقابل با نافرنگ هویت می‌باید (Lotman & Ouspenski, ۱۹۷۸: ۲۳۲). هدف این نظریه تبیین عملکرد نشانه‌ها درون هر فرهنگ است که به کمک مفهوم «سپهرنشانه‌ای» ممکن می‌شود. ارتباط بین فرهنگ‌ها نیز در سایه سپهرنشانه‌ای و در رمز شکل می‌گیرد. رمز محل ارتباط میان «خود» و «دیگری» فرهنگی است.

تحلیل گفتمان به کمک این نظریه می‌آید و با تأکید بر این ایده پسا‌ساختارگرانه که گفتمان، جهان اجتماعی را در قالب معنا بر می‌سازد و معنا هرگز نمی‌تواند ثابت باقی بماند، همه تحولات اجتماعی را حاصل منازعات معنایی میان گفتمان‌ها می‌داند و بر آن است که گفتمان‌ها همواره به حفظ معنای «خودی» و طرد معنای «دیگری» تمایل دارند. اگرچه گرایش گفتمان‌ها و در سطحی بالاتر فرهنگ‌ها، قطعیت و ثباتی است که بتواند هویت گفتمانی و فرهنگی بیافریند، اما

برای اعمال این هویت ناگزیر باید وارد کنشی ارتباطی با گفتمان‌ها و فرهنگ‌های دیگر شوند (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۵۳).

امروزه متون تلویزیونی، بیشترین حجم تعامل و مواجهه فرهنگی را بر دوش دارند. متون تلویزیونی نظامی از نشانه‌هاست که جوهره‌های فرهنگی دارند. این نظام‌های نشانه‌ای، به گفته متر نوعی متن یا واحدهایی از گفتمان است که به کمک نشانه‌ها در خدمت انتقال معنا قرار می‌گیرد و به عبارتی با نشانه‌شناسی تولیدات تلویزیونی فرایندهای برساختن معناهای دیگر در هر تصویر کشف و تبیین می‌شود.

از این دیدگاه تصاویر تلویزیونی را هم به گفته لویی یلمزلف می‌توان یک «واحد متن» دانست که با دلالت بر چیزی غیر از خود، در قلمروی نشانه‌شناسی جای می‌گیرد و «پذیرای سه نوع دلالت؛ معنایی، ضمنی و نمادین می‌شود» (احمدی، ۱۳۹۱: ۱۶۱). همزمانی این سه نوع دلالت و حضور پررنگ تلویزیون در مرزهای سپهر نشانه‌ای، توجه به مخاطب کودک و شیوه‌های تثبیت هویت و فرهنگ خودی را بیش از پیش نمایان می‌سازد. خواسته یا ناخواسته، فیلم‌های سینمایی و انیمیشن‌های غربی در ایران رواج دارند و کودکان آنها را می‌پسندند. شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی ایران نیز ناگزیر از پخش برخی از آنهاست. مخاطب کودک حین تماشای برنامه‌های خارجی، درگیر نوعی ارتباط بین فرهنگی می‌شود. اما بی‌تردید رمزگان مشترک کامل، بی‌نقص و آرمانی ندارد. او از طریق مشابهت‌ها و تفاوت‌ها و در وضعیتی کاملاً نسبی در این کنش ارتباطی بین فرهنگی شرکت می‌کند. یعنی تأثیر می‌پذیرد و تغییر می‌کند.

دشواری کار شبکه آنجاست که باید از یک سو مخاطبان را درگیر ارتباط بین فرهنگی کند و از سمت دیگر با ترسیم رابطه‌ای تقابلی و خصمانه با فرهنگ غرب، ضرورت شناخت دیگری فرهنگی را در آن برجسته نماید. شبکه در مواجهه با غرب به مثابه یک دیگری فرهنگی باید تلاش کند در راستای گفتمان انقلاب اسلامی، در بازنمایی تصویر دیگری غربی برای مخاطب کودک و معنابخشی به هویت اسلامی ایرانی نقش‌آفرین باشد.

با این تفصیل، به سراغ شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی رفتیم تا عملکرد آن را در مواجهه فرهنگی با فرهنگ غرب بررسی کنیم و با پاسخ به سوالات زیر تحلیلی نشانه‌شناختی از شبکه ارائه نماییم.

۵-۱. نظام معنایی شبکه کودک چیست؟ دیگری و ناسازه گفتمانی شبکه کدام است؟

در نظریه گفتمان بیان شد که مبارزه بر سر خلق معناست و هیچ گفتمانی هرگز نمی‌تواند به طور کامل تثبیت شود. زیرا هر گفتمانی در نزاع با گفتمان‌های دیگری است که سعی دارد واقعیت را به گونه‌ای دیگر تعریف کند و خط و مشی‌های متفاوتی برای عمل اجتماعی ارائه دهد. مقدمه این کار نفی هویت‌های دیگری است.

غلبه کمی برنامه‌های تأمینی شبکه (۹۳ خارجی، ۹۶ داخلی) به تعداد برنامه‌های تولیدی (۹ برنامه) و تحلیل گفتمان برنامه‌ها نشان می‌دهد که نظام معنایی شبکه بیشتر متأثر از فرهنگ غرب است.

در بررسی‌ها به سویه‌هایی از برنامه برخورد نشد که بر اساس آن دو فرهنگ ایرانی اسلامی و فرهنگ غرب به مثابه قطب‌هایی متضاد مثل ایرانی-غربی، فرهنگ-پادفرهنگ، شرق - غرب و ... صورت‌بندی شوند. در حالی که انتظار می‌رفت تقابل‌ها و تمایزهای فرهنگی گفتمان انقلاب اسلامی و گفتمان غرب، به صورت جفت‌های دوگانی و هنرمندانه بازنمایی شوند تا «ستیز با دیگری به منظور حفاظت از فرهنگ خود» و فرایند هویت‌دهی به مخاطبان کودک در دستور کار قرار گیرد.

در برنامه‌های تولیدی شبکه، قهرمانان ایرانی اسلامی یافت نشد که در دلالتی جزء به کل، مجاز مرسلی باشند از گفتمان انقلاب اسلامی تا در جای جای برنامه بر مغایرت ذاتی و عداوت ابدی نظام توحیدی و طاغوت تأکید کنند. فقدان این دست شخصیت‌ها در برنامه‌ها و اشارات گاه و بی‌گاه به تنافر دنیای شرق و غرب، تضاد دو عالم سنت و مدرنیته، پارادکس حفظ میراث گذشته و برقراری نظم نوین و ... به روشنی آشکار است.

در تحلیل‌ها انتظار می‌رفت، متون تلویزیونی، میدان رویارو شدن دو جهان‌بینی، دو سنت فکری و دو روش زندگی متفاوت باشد. به گونه‌ای که مرزبندی‌ها و تعاریف قالبی از غرب را درهم‌بریزد و مغلوب شدن جهان غرب از سوی تمدن اسلامی ایرانی را نوید دهد و عظمت تاریخی ایران و هویت ایرانی اسلامی یادآوری شود.

نتایج بررسی برنامه‌های تلویزیونی، نشان نداد که فرهنگ خودی به مثابه پدیده‌ای باستانی و اصیل در برابر فرهنگ دیگری تازه به دوران رسیده توصیف شده باشد؛ شادابی و پویایی، همبسته و موتور پیشران الگوی پیشرفت معرفی شود. همچنین نشانه‌هایی از مبارزه بر سر تثبیت معنای دین مشاهده نشد. نباید اجازه داد گفتمان غرب دال دین را شناور کند و آن را در دوگان غرب - تجددخواهی و شرق - کهنه‌گرایی، مترادف با عقب‌ماندگی و ارتجاع نشان داده و جهان کهنه و

دنیای نو را به ترتیب با دین و مدرنیته، نمایندگان گفتمان انقلاب اسلامی و گفتمان غرب، متناظر نماید.

برای صیانت از این مهم، می‌توان با تعریف «خود» در برنامه‌های تولیدی، از رهگذر ارزش‌های ملی و دینی، هویت اسلامی ایرانی را به استمرار و استقرار آن ارزش‌ها گره زد. یعنی تهدید شدن ارزش‌ها را هم‌ارز با در خطر افتادن، معنا باختن و فروپاشی خود قلمداد کرد. در فرهنگ برقرار ساختن وضعیت‌های دو قطبی، تقویت انگاره‌های تفاوت برانگیز، و نیز برتری دادن به سویه‌ای که فرهنگ خود را متعلق به آن می‌داند، اقدامی ضدهژمونیک برای صیانت از خود و تکفیر دیگری است که متأسفانه این راهکار کمتر در برنامه‌ها مشاهده شد.

از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی، فرد درون مرزهای فرهنگ خود است. خود را واقعیت مسلم، منظم و مرکز می‌پندارد. «خود» نیازمند تصویری تقابلی از «دیگری» است تا حدود و مرکزیت بیابد. کدام برنامه تولیدی شبکه چنین اندیشه‌ای را نمایندگی کرده است؟ کمتر برنامه‌ای پادفرهنگ غرب را منفی ارزیابی کرده و آن را طرد کرده است.

در شبکه کودک، تصور وهمناکی از «دیگری» به نمایش در نیامده است و آشتی میان دو قطب این گفتمان‌ها هم محتمل دیده می‌شود. گویی گفتمان غرب از فضای بیرونی نانشانه‌ای به سپهر نشانه‌ای فرهنگ ایرانی اسلامی راه یافته و حضور خود را تحمیل و تثبیت کرده است. بیزاری از دیگری فرهنگی در کمترین سطح است. اگر استدلال شبکه بر ارتباط بین‌فرهنگی باشد، باید متذکر شد که گفتگوی فرهنگی و ارتباط بین‌فرهنگی زمانی قابل قبول و پذیرفتنی است که فرهنگ‌ها به قصد جنگ و با هدف چیرگی و تصاحب وارد فرهنگ یکدیگر نشوند. آنچه در گفتمان غرب نمایان است ارتباطی دشمنانه و قهری با اسلام به مثابه پادفرهنگ است و معلوم نیست چرا شبکه رابطه‌ای بر پایه مدارا و رواداری در قبال پادفرهنگ غرب برگزیده است.

فرهنگ در مواجهه با پادفرهنگ‌ها دوسویه عمل می‌کند. از یک طرف آنها را منفی ارزیابی کرده و طرد می‌کند و از سوی دیگر می‌کوشد تا پادفرهنگ‌ها را در خود جذب و ادغام نماید و آنها را به فرهنگ خود تبدیل کند (Posner, ۲۰۰۴: ۲۳). به نظر می‌رسد شبکه به جای حذف پادفرهنگ و مرکزیت دادن فرهنگ خود به عنوان راه حل نجات فرهنگ، سویه دوم یعنی مشابه‌سازی با پادفرهنگ را انتخاب کرده است.

به دلیل خاصیت ناهمگنی فرهنگ، سهل‌انگاری در مواجهه با دیگری فرهنگی، «التقاط‌شدگی» را به دنبال خواهد داشت. متداخل شدن هویت‌ها، مرزها و ... در درون

سپهرنشانه‌ای، مشخصاً انگاره دورگی فرهنگی و هویت التقاطی را بروز می‌دهد. این دورگه‌گی محصول نمادین ارتباط و درهم‌آمیزی فرهنگ‌ها در شرایطی است که مسئله محوری، جنگ میان فرهنگ‌هاست. در التقاط‌شدگی جلوه‌هایی از دو سپهر نشانه‌ای وجود دارد؛ یعنی در آن می‌توان «هم خود و هم دیگری» را یافت.

مفروض پژوهش این است که دیگری غربی در حکم یک پادفرهنگ در تقابل با فرهنگ اسلامی ایرانی است. اما این به معنی قطع ارتباط و هراس از گفتگو با گفتمان غرب نیست. زیرا یقین دارد که دیگری‌های درونی فرهنگ «خود»، دو گفتمان را به فضای گفتگو سوق می‌دهند و گریزی از ارتباطات بین فرهنگی نیست. بلکه بر این نکته تأکید دارد که در ارتباطات بین فرهنگی به جای مرعوب شدن، باید به گونه‌ای خودآگاهی و واقع‌بینی نسبت به وضعیت «خود» از رهگذر ارتباط با «دیگری» رسید. از سوی دیگر بازنمایی «دیگری» علاوه بر شناسایی مختصات دیگری، از شیوه‌های مرسوم هویت‌یابی و اتحاد نیروهای درونی برای مقابله با دیگری بیرونی است که باید از آن بهره‌مند شد. «هر صورت از هویت وابسته به ضرورت دیالوگ است. ... مرز نه تنها جدا که متحد نیز می‌کند و به این ترتیب در فرایند دیالوژیک شرکت می‌کند» (Torop, 2008: 3). اصولاً در فرهنگ، «دیگری» معیاری برای فهم خود است. هویت «خود» در نسبت با هویت «دیگری» تعریف می‌شود و دیگری‌سازی و برجسته کردن تمایزات خود و دیگری بخشی از فرایند ساخت هویت ملی است.

انتظار می‌رود فرهنگ اسلامی ایرانی، با این رهیافت در برنامه‌های تلویزیونی شبکه کودک بازنمایی شود. یعنی به دور از نمایش هر گونه چندپارگی فرهنگی «خود»، آن را در رویارویی با دیگری فرهنگی غرب برتر نشان دهد و به این منوال، دیگری‌های درون فرهنگ را متحد و ترمیم نماید. این، معنای واقعی پویایی فرهنگ است.

اتفاقاً یکی از راه‌های مؤثر مقاومتی و ضدتهژمونیک که به نظر می‌رسد شبکه از آن غفلت کرده است قرار دادن زیبایی‌ها و مظاهر فرهنگ «خود» در برابر فرهنگ «دیگری» و برتر دانستن آن، مفاخره بدان و سرزنش پلشتی‌های فرهنگ دیگری است. تأکید بر اجرای رمزگان‌های فرهنگی «خود» و نه‌راسیدن از نکوهش «دیگری» از دیگر روش‌های مقابله‌ای با فرهنگ «دیگری» است.

برتری دادن، با زیبا و متعارف نشان دادن فرهنگ «خود» و ناآشنا، نابجا و غیرمنطقی بودن فرهنگ «دیگری» اتفاق می‌افتد که یکی از مهمترین سازوکارهای طرد است. در نظام طرد، دیگری طبیعت، نافرنگ و دیووش جلوه داده می‌شود تا از اختلاط با آن دوری شود.

ضعف در فرایند دیگری‌سازی در دیگر ابعاد آن نیز مشهود است و شبکه باید در دیگری‌سازی با گروه‌های مختلف، رفتاری متفاوت در پیش بگیرد. دیگری‌هایی، اعم از دیگری‌های جنسیتی، دیگری‌های دور، دیگری‌های نزدیک و ... در تولیدات و برنامه‌های تأمین خیلی به وضوح دیده نمی‌شود که می‌تواند هویت‌آفرینی مخاطبان را با اختلال روبرو کند.

همچنین انتظار می‌رفت در تعامل با دیگری‌های نزدیک، ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی خود ترجمه و فهم‌پذیر شود و آنها را به پذیرفتن رمزگان‌های فرهنگی خود وادارد. حتی در بازنمایی «خود» های نزدیک و دور نیز نمونه‌های موفق مشاهده نمی‌شود.

نکته بعدی پارادکس «همانندی و تفاوت» در شبکه کودک است که به نظر می‌رسد ناشی از اتخاذ رویکرد «هم‌خود و هم‌دیگری» و ناتوانی در مواجهه با فرهنگ دیگری است. به نظر می‌رسد، شبکه کودک از سویی ناگزیر از مصرف رسانه‌ای تولیدات شبکه‌های خارجی است و از سوی دیگر زیر فشار گفتمان انقلاب اسلامی، به طور کامل مطیع و منقاد شبکه‌های نظام سلطه نباشد و گاه دست به اقدامات مقاومتی بزند که این اقدامات با توجه به میزان درونی‌شدگی رمزگان‌های فرهنگی «خود» متفاوت خواهد بود. اختصاص بیش از نیمی از آنتن شبکه به تولیدات فرهنگ دیگری، پیروی از استراتژی‌های کنداکتورنویسی، شباهت‌های فرمی و ساختاری برنامه‌های تولیدی شبکه با نمونه‌های خارجی، کپی‌برداری از عروسک‌های پاپت و ... مؤید این پاراداکس است.

۲-۵. الگوی معناسازی «خود» و «دیگری» در شبکه به چه شکل بوده است؟ «خود» و

نه‌دیگری»، «نه‌خود و دیگری»، «هم‌خود و هم‌دیگری»؟

فرهنگ تلاش می‌کند در تعامل با دیگر فرهنگ‌ها، حدودی را برای خود تعیین کند؛ می‌خواهد هویتی فرهنگی بیافریند. برای اعمال این هویت و جدا کردن خطوط مرزی خود، باید آن «دیگری» را بپذیرد و وارد نوعی کنش ارتباطی با آن شود. به عبارت دیگر وجود هر فرهنگ و پویایی آن به وجود یک دیگری وابسته است.

این همان مفهوم کلیدی است که در نظریه گفتمان «روابط تخصص و غیریت‌سازی» نامیده می‌شود. غیریت‌سازی و تمایز بین خودی و غیرخودی باعث اعطای هویت و شکل‌گیری معنا می‌شود.

در نگاه نخست، حجم زیاد برنامه‌های تأمین‌های شبکه‌های خارجی و بدون توجه و تناسب با کودک مطلوب گفتمان انقلاب اسلامی، نتیجه‌گیری را به سمت رویکرد «نه خود بلکه دیگری» در شبکه سوق می‌داد که در آن دیگری آرمانی است و از منظر دیگری به خود نگریسته می‌شود. با نشان دادن بسیار برنامه‌های خارجی آگاهی جمعی مخاطبان می‌پذیرد یا وادار می‌شود تا بپذیرد که به موجب آن شرق با شر و گناه، و غرب با خیر و حق همانند می‌شود. یعنی مخاطب از طریق درونی کردن زبان دیگری در وضعیت نه خود بلکه دیگری قرار می‌گیرد. نتایج تحقیق شایگان فر و همکاران، نجف‌زاده و اطهری، و ایزددوست نیز این مهم را تأیید می‌کنند.

اما بررسی تولیدات شبکه و برنامه‌های تأمین‌های داخلی شبکه نشان داد که این شبکه، نماینده الگوی مبتنی بر «هم خود و هم دیگری» است و ظاهراً اصرار چندانی بر الگوی «خود و نه دیگری» نشان نمی‌دهد. بر این اساس، شبکه از نظم گفتمانی خود خارج نمی‌شود و تلاش می‌کند خود و دیگری متفاوتی را مطرح سازد که می‌توان آن را در تقابل با «خود- دیگری قطبیده»، «خود - دیگری آمیخته» نامید. در فضای فرهنگی قطبی‌شده، آمیختگی فرهنگی و تعامل جایی ندارد، مرز میان خود و دیگری از نظر گفتمان هژمونیک به صراحت روشن است.

هر چند اتخاذ الگوی «هم خود و هم دیگری» در شبکه کودک قابل تحسین است و می‌تواند در رویکردی دیالکتیکی، موتور محرکه پویایی فرهنگ ایرانی اسلامی باشد، لکن نکته انتقادی اینکه در بررسی برنامه‌های پخش شده، ردی از خود در دیگری، و ردی از دیگری در خود مشاهده نمی‌شود. انتظار می‌رود این خود و دیگری در عین حفظ تمایز پیوسته وابسته به یکدیگر، آمیخته با یکدیگر و محصول پیوند با یکدیگر باشند. این پژوهش نگاهی گناه‌آلود و تابو به ترجمه فرهنگی ندارد و فرهنگ را قائم به وجود دیگری فرهنگی می‌داند. لذا باید توجه داشت که در ارتباطات بین فرهنگی، متن و معنای آن، به جای انتقال، به زبان خود ترجمه و بازسازی می‌شود. یعنی دیگری درون خود ساخته شود.

در نگاهی عمیق‌تر به متوازن نبودن برنامه‌های تولیدی و برنامه‌های تأمین‌های خارجی شبکه کودک تلویزیون، چالشی هویتی قابل مشاهده است که در عمل به یک دوگان تبدیل شده است که با مدد از نظریه سپهر نشانه‌ای لوتمان و الگوی اومولت قابل تحلیل است. این دو از نظر

فرهنگی، دو فضای مختلف، دو هویت و دو اومولت متمایزند. در هم تنیدگی این دو اومولت، در کندانکتور پخش موجب می‌شود، تضادهای میان فرهنگ ایرانی اسلامی و فرهنگ غربی حداکثری شود و روند دیگرانگاری شدت یابد.

بر مبنای الگوی دریافت و پرداخت در نظریه اومولت، برنامه‌های تولیدی شبکه کودک، رویکردی محافظه‌کارانه نسبت به مسائل پیرامونی و جامعه داشته و بیشتر بر تاریخ و سنت تأکید دارند. در مقابل برنامه‌های تأمینی بر مؤلفه‌های جامعه‌پذیری، ثروت، قدرت و سبک زندگی تمرکز داشته‌اند.

در حالی که برنامه‌های تولیدی شبکه تلاش کردند خود را به افتخارات ملی و مذهبی متصل کرده و به دنبال نوعی نوستالوژی درون‌گرا باشند، برنامه‌های خارجی بدون تمایزگذاری، خود را در پیوستگی با فرهنگ‌های دیگر و در چهارچوب پیوستار جهان وطنی معرفی می‌کنند. نمونه بارز آن انیمیشن پاندای کونگ‌فوکار است که با برجسته‌سازی فرهنگ بودا، نوعی انگاره فراجاهانی برون‌گرا برای استقبال از گسترش پیوندهای فرهنگی را بدست می‌دهد. فصل‌های متعدد این انیمیشن چندین نوبت از شبکه کودک بازپخش شده است.

از منظر سپهر نشانه‌ای فرهنگ حاصل دیالکتیک دو جنبه خزانه خاطرات و خلاقیت است. برنامه‌های تولیدی شبکه کودک بر پایه نظریه سپهرنشانه‌ای، متکی بر تجربه و حافظه تاریخی است و سیانت از فرهنگ، تاریخ و پاسداشت شخصیت‌های فرهنگی را اصل می‌شمارد. در حالی که بررسی برنامه‌های خارجی بیشتر بر جنبه خلاقیت فرهنگ تأکید داشتند و گفتمان برنامه‌ها بیشتر با تغییر، نوسازی، رشد روحی کودک سازگار بود. در تعادل میان اصالت‌گرایی و تغییرگرایی، فرهنگ ایرانی بیشتر اصالت‌گرا و فرهنگ غربی بیشتر تغییرگراست. بدین ترتیب تولید و پخش ۳۰ قسمت برنامه «سر سفره خدا» ویژه برنامه ایام محرم که فرصت مناسبی برای برجسته کردن تعلقات اسلامی ایرانی به فرهنگ را فراهم می‌کرد، قابل توجیه است. در نقطه مقابل در فضای فرهنگ غربی، آنچه نقش محوری در ایجاد همدلی بازی می‌کند، تعلقات مبتنی بر اصول لیبرالیستی است.

۳-۵. شبکه کودک برای تثبیت هویت فرهنگی «خود» چه راهکارهای ضدهژمونیک برای به

حاشیه‌راندن و غیریت‌سازی «دیگری» در پیش گرفته است؟

امروزه به همان میزان که گفتمان غرب در صدد مسلط ساختن الگوی جهان‌شمول لیبرالیستی است، نیروهای جدید مقاومت، مانند گفتمان انقلاب اسلامی، چالشی جدی در برابر هژمونیک شدن گفتمان غربی هستند.

فرهنگ و گفتمان غرب با ابزارهای ارتباطی بسیار قدرتمندی که در اختیار دارد، بدون نفی ارزش‌های محلی، فضای خاصی ایجاد می‌کند تا به تدریج ارزش‌های محلی ناگزیر از تطابق و سازگاری با آن شوند. این فضا، از سوی گفتمان مسلط و بر محوریت دال مرکزی تأسیس می‌شود. به نظر می‌رسد تلویزیون جمهوری اسلامی ایران و شبکه کودک نیز در این دام گرفتار آمده است. نیروهای ضد هژمونیک باید تلاش کنند تا با صورت‌بندی ارزش‌های بومی و فرهنگی خود با توجه به فضای جدید از استحاله و ذوب شدن در درون گفتمان مسلط دوری کنند.

یکی از شیوه‌های مؤثری که شبکه کودک برای این مهم و به عنوان راهکاری ضد هژمونیک برای غیریت‌سازی به کار برده است، بهره‌مندی از سازوکارهای ترجمه فرهنگی در برنامه‌های تأمینی خارجی شبکه است.

از آنجا که بخش مهمی از زبان برنامه‌های تأمینی خارجی این شبکه، در چارچوب تعامل با زبان‌های قومی و ملی شکل گرفته است، لذا ناگزیر از استفاده از الگوهای معناسازی و ترجمه فرهنگی است. همین امر موجب می‌شود که ناخواسته درگیر ترجمه‌ای فرهنگی بر اساس گفتمان انقلاب اسلامی شود. به عبارتی تماشای برنامه‌های خارجی شبکه تنها از طریق ترجمه فرهنگی امکان‌پذیر است.

پر واضح است که در ترجمه باید به روابط فرهنگی «خود» و «دیگری» توجه کرد. اینجاست که مکانیزم‌های جذب و طرد و مطالعه آن در چهارچوب نشانه‌شناسی فرهنگی به کمک پژوهش می‌آید. «یکی از مهمترین وجوه اشتراک ترجمه، انتقال فرهنگی است. زیرا فراتر از انتقال زبانی، متضمن انتقال فرهنگ‌اند» (سجودی و همکاران ۱۳۹۰، ۷۹). لذا تلاش شد با تکیه بر نظریه نشانه‌شناسی فرهنگی و در نظر گرفتن عواملی چون ترجمه بینا فرهنگی، گذر برنامه‌های تلویزیونی از فرهنگ دیگری به فرهنگ خودی بررسی و چگونگی بازنمایی آن را در ساختار چندلایه‌ای متون تلویزیونی مطالعه شود.

در برداشت نشانه‌شناسی فرهنگی، ترجمه فقط ترجمه از زبانی به زبان دیگر و فقط فرایند انتقال از یک زبان به زبان دیگر و رمزگشایی و رمزگذاری و انتقال معانی بین دو زبان طبیعی

نیست. بلکه تعامل پویای معناست^۱ که در درون یا میان متون چندنشانه‌ای در گردش است. چنین نگرشی به ترجمه ماهیت نشانه‌ای دارد و معنا نیز از قطعیت و ثبات رها شده و به شکل زایایی در جریان دائمی شدن قرار می‌گیرد. فلذا ترجمه محصولی آماده به مصرف نیست، بلکه بینامتنی است که ارتباط بین فرهنگی را رقم می‌زند.

در جریان ترجمه بین فرهنگی برنامه‌های خارجی شبکه، فرایندهای تکرار و خلاقیت به خوبی به کار گرفته شده است، اما صرف فرایند تکرار و خلاقیت برای توجیه این اتفاق بین فرهنگی کفایت نمی‌کند. بلکه لازم است که عوامل فرهنگی «خود» و «دیگری» و مکانیزم‌های طرد و جذب را از نشانه‌شناسی فرهنگی قرض گرفته و تفاوت‌های دو نظام نشانه‌ای متن پسین و پیشین را وارد بکنیم تا نشان دهیم که برنامه‌پخش شده از آنتن شبکه کودک علی‌رغم کوشش مترجمان متنی، بازیبان و ارزیابان برنامه متنی نیست که ویژگی‌های کاملاً فرهنگ‌بنیاد را برای خودش احراز کرده باشد.

ترجمه برنامه‌های تأمیینی خارجی شبکه کودک، باید فرایند تغییر و تبدیل خلاقانه‌ای باشد که در آن مترجم فرهنگی (مترجم فنی، بازیبان، ارزیاب برنامه و ...) با توجه به نقش خلاقانه‌اش در فرایند ترجمه تصمیم بگیرد که بخش‌هایی از متن پیشین را تکرار یا به عبارت دیگر جذب کند و آنها را در ساختار سلسله مراتبی از نشان‌داری در سطح برنامه و فرهنگی تغییر داده و از آن خود سازد. یا بخش‌هایی را که با ماهیت چندلایه‌ای برنامه و فرهنگ خودی هماهنگ هستند، به صورت خلاقه به متن پسین بیفزاید.

شبکه برخی وقایع و کنش‌های متون پیشین برنامه‌های خارجی را که در سطح جهانی بی‌نشان هستند در متن پسین (متن پخش شده از آنتن شبکه) تکرار کرده است ولی آنها را از لحاظ فرهنگی به معادیری تغییر چندانی نداده است و از افزودن بخش‌هایی به صورت خلاقه به متن پسین احتراز دارد. مانند عادی نشان دادن روابط دختر و پسر در برنامه‌های خارجی. زیرا در چنین برنامه‌هایی تمایلی برای از بین رفتن مرزهای سپهر نشانه‌ای وجود دارد تا فهم مشترک میان دو فرهنگ حاصل شود. لذا باید توجه داشت که ترجمه فرهنگی فرایند تغییر و تبدیل خلاقه‌ای است که در آن تکرار محض وجود ندارد و تکرارهای بی‌نشان جهانی و نشان‌دار فرهنگی در ساختاری سلسله مراتبی از نشان‌داری روابط بینامتنی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند.

۱. Dynamic Negotiation of Meaning

استفاده مناسب و دقیق از تکرارهای نشان‌دار فرهنگ (نشانه‌های فرهنگی زبان مقصد و مبدأ) بسیار اهمیت دارد. زیرا معانی ارجاعی نمادها در فرهنگ‌های مختلف یکسان نیست و اگر مترجم به اختلافات فرهنگی و تفاوت نمادها که به گونه‌ای متأثر از جهان‌بینی و گفتمان غالب جامعه است، بی‌توجه باشد، در ورود فرهنگ «دیگری» و درنوردیدن مرزهای بین دو فرهنگ تأثیرگذار خواهد بود. مترجمین شبکه لازم است با دقت بیشتری به معانی نمادین کلمات و تصاویر دقت نمایند چه بسا معانی نمادین کلمات به کار گرفته شده در دو فرهنگ، با هم یکسان و مشابه نباشد. برای نمونه در سکansı از برنامه تلویزیونی عمو جغد شاخدار (در فرهنگ غربی نماد «ذکاوت و هوش») با فراستی مثال زدنی رهنمودهایی حیاتی برای سایر جانوران و در لایه دوم برای مخاطبان کودک ارائه می‌دهد. برای مخاطب فارسی‌زبان جغد نماد «نحسی و شومی» است و به نظر نمی‌رسد برداشت مشابهی برای وی تداعی شود. در ترجمه‌های فرهنگی باید به این نمونه‌ها با استراتژی «تغییر» و «اضافه» توجه ویژه‌ای داشت. توجه به کنایات، مجازها و استعارات تصویری نیز به همین شکل است. لکن آنچه در شبکه کودک به نظر می‌رسد باید با حذف، قلب یا اضافه مراقبت‌های ویژه‌ای به جا آورد، «تلمیحات» است. یکی از بارزترین آنها تلمیحات «دینی» و تلمیحات «اسطوره‌ای» بود که بسیار در فیلم‌ها و برنامه‌های خارجی، تلمیحات تصویری دین مسیحیت، بودا و ... به صورت تصویری در بین سکانس‌ها جانمایی شده و پیام آن در ناخودآگاه مخاطب گنجانده شده‌اند و مترجمان فرهنگی شبکه از آن غافل بوده‌اند.

نکته بعدی اینکه میزان، ظرفیت و ضرورت انتقال فرهنگی در موضوعات مختلف، متفاوت است. اما اگر با واقعیت‌های ذهنی افراد جامعه و انتقال آنها به جامعه‌ای دیگر سروکار داشته باشیم، انتقال فرهنگی غیرقابل اجتناب می‌شود (پوسنر، ۱۳۹۰: ۳۱۷). اما بازنمایی مصنوعات مادی یک جامعه، ظرفیت قابل ملاحظه‌ای در انتقال فرهنگی ندارد. به عبارتی میزان ظرفیت برنامه‌های تلویزیونی در پرداخت به هر یک از آنها به لحاظ انتقال فرهنگی متفاوت خواهد بود.

بررسی برنامه‌های خارجی شبکه کودک نشان می‌دهد که ۵۱/۲۵ درصد و ۳۵/۷۱ درصد برنامه‌های خارجی به ترتیب مرتبط با موضوعات اجتماعی و فرهنگی بوده و تنها ۱۳/۰۴ درصد آنها به موضوعات علمی و فن‌آوری پرداخته‌اند. برنامه‌های معارفی و اقتصادی هم در برنامه‌های تأمینی خارجی جایی نداشته است.

به این ترتیب مشاهده می‌شود که عملکرد شبکه تقریباً در میانه قرار دارد. از سویی از برنامه‌های دینی که به دلیل ارتباط عمیق‌شان با عقاید دینی افراد، بیشترین میزان تأثیرگذاری

فرهنگی را دارند مطلقاً استفاده نکرده و از سوی دیگر از برنامه‌هایی با موضوعات علمی که کمترین میزان تأثیرگذاری فرهنگی را دارند، بسیار کم بهره برده است. لکن بیشترین پخش خود را به برنامه‌هایی با موضوعات اجتماعی اختصاص داده که به دلیل ارتباط با افراد جامعه بسیار متأثر از خاستگاه قومی و ملی خود هستند و انتقال فرهنگی در آنها محسوس‌تر است.

نسبت نامتناسب میزان برنامه‌های خارجی به تولیدی شبکه (۴۰ درصد به ۱۶/۷۲ درصد) با هر معذوریتی حکایت از آن دارد که شبکه تمرکز خود را بر بازپخش برنامه‌های خارجی گذاشته و تنها راهکار ضد هژمونیک برای به حاشیه‌راندن «دیگری» را با استراتژی‌های «حذف» و «تغییر»، در ترجمه فرهنگی دانسته است. لکن نکته قابل تأمل این است که باید متون از فرهنگ دیگری در فرهنگ خود بازسازی شود نه آنکه صرفاً از فرهنگی به فرهنگ دیگر منتقل شود. به بیان «نوت» این دیگری باید درون خود ساخته شود و این همانا ویژگی «خودارجاع» ترجمه است. (Noth, ۲۰۰۱: ۲۳۵).

نشانه‌شناسی فرهنگی با طرح مفهوم «ترجمه» در نظریه خود، آن را به پویایی فرهنگ منتسب می‌کند و معتقد است که با ترجمه است که فرهنگ از ایستایی می‌گریزد و شور لازم را برای دوام خود می‌یابد. لذا ترجمه در برنامه تلویزیونی باید به معنای بازسازی متن و معنایی باشد که در فرهنگی دیگر قرار دارد و نه صرف برگردان آن. پیشوند «دیگری» برای برنامه‌ساز باید تبدیل به «خود» شود و بتواند درک و فهم مناسبی از فرهنگ مقابل برای او ایجاد شود.

منابع و مأخذ

- اکو، امبرتو (۱۳۹۰). **مقدمه‌ای بر کتاب جهان ذهن: نظریه نشانه‌شناختی فرهنگ اثر یوری لوتمان**، ترجمه فرهاد ساسانی، در نشانه‌شناسی فرهنگی؛ مجموعه مقالات ترجمه گروه مترجمان. تهران: نشر علم.
- احمدی، بابک (۱۳۹۱). **از نشانه‌های تصویری تا متن؛ به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری**، چاپ یازدهم. تهران: نشر مرکز.
- ایزد دوست، صدیقه (۱۳۹۰). **تحلیل گفتمان فیلم‌های کودک در برنامه تماشاخانه شبکه پنج سیما از روزنه اندیشه های دینی**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات دانشگاه صدا و سیما.
- پستمن، نیل (۱۳۸۶). **زندگی در عیش مردن در خوشی**، ترجمه صادق طباطبایی، تهران: اطلاعات.
- پاکتچی، احمد (۱۳۹۰ الف). **سخنرانی دوره نشانه‌شناسی**، مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق (ع).
- پاکتچی، احمد (۱۳۹۰ ب). **معناسازی با چپش آشوب در نظم در رویکرد نشانه‌شناسی فرهنگی، در نشانه‌شناسی فرهنگ (ی)**، مجموعه مقالات نقدهای ادبی هنری، امیرعلی نجومیان، تهران: انتشارات سخن.
- پاکتچی، احمد (۱۳۸۳). **مفاهیم متقابل طبیعت و فرهنگ، در نشانه‌شناسی هنر**، مقالات اولین هم‌اندیشی، به کوشش فرزنان سجودی، تهران: انتشارات فرهنگستان هنر.
- پوسنر، رولان (۱۳۹۰). **اهداف اصلی نشانه‌شناسی فرهنگی**، ترجمه شهناز شاه‌طوسی، در نشانه‌شناسی فرهنگی؛ مجموعه مقالات ترجمه گروه مترجمان. تهران: نشر علم.
- توروپ، پیترو (۱۳۹۰). **نشانه‌شناسی فرهنگی و فرهنگ**، ترجمه فرزنان سجودی، در نشانه‌شناسی فرهنگی؛ مجموعه مقالات ترجمه گروه مترجمان. تهران: نشر علم.
- خمینی، روح‌الله (۱۳۸۵). **صحیفه امام**، جلد ۲۲، چاپ چهارم، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).
- سجودی، فرزنان؛ نفیسه عروجی، فرزانه فرحزاد (۱۳۹۰). «بررسی روابط بینامتنی در ترجمه بینانسان‌های فیلم «کنعان» از داستان کوتاه «تیر و تخته»»، **دوفصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات تطبیقی هنر**، شماره ۱: ۹۰-۷۷.
- سجودی، فرزنان (۱۳۸۸). «ارتباطات بین فرهنگی: ترجمه و تأثیر آن در فرایندهای جذب و طرد»، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، شماره ۱: ۱۵۳-۱۴۱.
- سجودی، فرزنان (۱۳۸۶). «ارتباطات بین فرهنگی: رویکردی نشانه‌شناختی»، **فصلنامه فرهنگ و هنر**، شماره ۳، تهران: جهاد دانشگاهی.
- سرفراز، حسین (۱۳۹۳). **نشانه‌شناسی فرهنگ، هنر و ارتباطات**، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- سلطانی، علی اصغر (۱۳۸۴). **قدرت، گفتمان و زبان**، چاپ چهارم، تهران: نشر نی.
- سمنکو، الکسی (۱۳۹۶). **تار و پود فرهنگ؛ درآمدی بر نظریه نشانه‌شناختی یوری لوتمان**، ترجمه حسین سرفراز، چاپ اول، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- سنسون، گوران (۱۳۹۰ الف). **مفهوم متن در نشانه‌شناسی فرهنگی**، ترجمه فرزنان سجودی، در نشانه‌شناسی فرهنگی؛ مجموعه مقالات ترجمه گروه مترجمان. تهران: نشر علم.

سنسون، گوران (۱۳۹۰ب). **خود دیگری را می‌بیند: معنای دیگری در نشانه‌شناسی فرهنگی**، ترجمه تینا امراللهی، در نشانه‌شناسی فرهنگی؛ مجموعه مقالات ترجمه گروه مترجمان. تهران: نشر علم.
شایگان‌فر، نادر؛ فرزانه سجودی و قاسم توریجی (۱۳۹۷). «واکاوی نحوه شکل‌گیری مفهوم خود و دیگری در انیمیشن بن تن با تکیه بر روش فنی جان فیسک و پنج سطحی رولان بارت»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۹۴: ۱۵۴-۱۲۹.

فلیک، اووه (۱۳۸۷). **درآمدی بر تحقیق کیفی**، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
لوتمان، یوری (۱۳۹۷). **فرهنگ و انفجار**، ترجمه نیلوفر آقاابراهیمی، تهران: تمدن علمی.
لوتمان، یوری (۱۳۹۰الف). **درباره سپهر نشانه‌ای**، ترجمه فرناز کاکه‌خانی، در نشانه‌شناسی فرهنگی؛ مجموعه مقالات ترجمه گروه مترجمان. تهران: نشر علم.

لوتمان، یوری (۱۳۹۰). **نشانه‌شناسی و زیباشناسی سینما**، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش
لوتمان، یوری و بوریس اوسپنسکی (۱۳۹۰). **در باب ساز و کار نشانه شناختی فرهنگ**، ترجمه فرزانه سجودی، در نشانه‌شناسی فرهنگی، مجموعه مقالات ترجمه گروه مترجمان، تهران: نشر علم.
مهدی‌زاده، محمد (۱۳۹۴). سکولاریزم و خشونت نمادین در گفتمان تلویزیونی: تحلیل گفتمانی برنامه «پرگار» تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی، **فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، شماره ۳۱: ۱۳۴-۱۱۰.

نجف‌زاده، مهدی و سیدحسین اطهری (۱۳۹۱). نشانه‌های پستمدرن در کارتون‌های تلویزیونی (تحلیل نشانه‌شناسی کارتون‌های آن شرلی، پسر کوهستان، کیم پاسبیل و بن‌تن). **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۴: ۱۹.
یورگنسن، ماریان و فیلیس، لوئیز (۱۳۸۹). **نظریه و روش در تحلیل گفتمان**، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

Howarth david (۲۰۰۰) **Concepts in the Social Sciences Discourse**, Philadelphia: Open university press.

Laclau, E. & Mouffe, C. (۱۹۸۵), **Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics**, London: Verso.

Lotman, Jurij (۲۰۱۱) **The place of art among other modeling systems**. translated by Pern,

Tanel. *Sign Systems Studies* ۳۹ (۲/۴): ۲۴۹-۲۷۰.

Lotman, Jurij (۲۰۰۹) **Culture and Explosion**, edited by Marina Grishakova; translated by Wilma Clark. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, D-۱۰۷۸۵ Berlin.

Lotman, Jurij (۲۰۰۶) **The text and the structure of its audience**. translated by Shukman, Ann. In: Cobley, Paul (ed.), **Communication Theories: Critical Concepts in Media and Cultural Studies**. Vol. ۳. London: Routledge, ۶۴-۷۰.

Lotman, Jurij (۲۰۰۵). **On the semiosphere**. Translated by Wilma Clark, *Sign Systems Studies*, No:۳۳,۱ Published by:Tartu Ülikooli Kirjastus, p.۲۰۵-۲۲۹

Lotman, Juri (۲۰۰۲). **Semiotics of the individual and society**. *Sign Systems Studies* ۳۰(۲): ۵۷۳-۵۷۶.

- Lotman, Jurij (۲۰۰۱) The paradoxes of semiosphere. **Sun Yat-seen Journal of Humanities**, ۱۲.
- Lotman, Jurij (۱۹۹۴). The Text Within the Text. Translated by Jerry Leo and Amy Mandelker. In *Trudy po Znakovym Sistemam*. Tartu, Estonia.
- Lotman, Jurij (۱۹۹۰). **Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture**. Translated by Ann Shukman. Bloomington: Indiana University Press. Printed in Great Britain, copy right by, I. B. Tauris.
- Lotman, Juri, Uspenski, Boris, Ginsburg L.J. (۱۹۸۵) **The Semiotics of Russian Cultural History**, Ithaca-Longon: Cornell University Press.
- Lotman, Jurij and Uspenski, Boris (۱۹۸۴) **The Semiotics of Russian Culture**. (Michigan Slavic Contributions ۱۱.). Translated by Ann Arbor, MI: Department of Slavic Languages and Literatures, University of Michigan.
- Lotman, Jurij & Uspenski, Boris. (۱۹۷۸) "On the Semiotic Mechanism of Culture", in **New Literary History**, Vol. ۹ (۲): ۲۱۱-۲۳۲.
- Noth, W. (۲۰۰۱) Towards a Semiotics of the Cultural Other, in **American Journal of Semiotics**, Vol. ۱۷ (۲): ۲۳۹-۲۵۱.
- Posner, Roland (۲۰۰۴) **Basic Tasks of Cultural Semiotics, Signs of Power – Power of Signs**. Essays in Honor of Jeff Bernard. Vienna: INST, p. ۵۶-۸۹.
- Semenenko, Aleksei (۲۰۱۲) **The Texture of Culture; An Introduction to Yuri Lotman's Semiotic Theory**. Palgrave Macmillan US.
- Thurnwald, Richard C. (۱۹۳۷) "Contributions to the Analysis of the Cultural Mechanism". In: **American Sociological Review** ۲: ۲۶-۴۲.
- Torop, Peeter. (۲۰۰۸) **Translation as communication and auto communication**. Sign System Studies (۳۶,۲) University of Tartu.
- www.khamenei.ir.