

● سمیه قدوسی
کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

مقدمه:

هرچند افکار نشانه‌شناختی قدمتی طولانی داشته و به دوران یونان باستان بازمی‌گردد، اما آنچه ما امروز به عنوان نشانه‌شناسی می‌شناسیم، منبعث از دو منبع است: تحقیقات فردینان دوسوسور، -زبان‌شناس سوئیسی-، و نوشته‌های چارلز سندرز پیرس، منطق‌دان آمریکایی. نتایج کارهای این دو متفکر که هر یک جداگانه به تدوین تئوری‌های مربوط به نشانه و کارکرد آن پرداختند، چندین دهه بعد مبنای کار بسیاری از متخصصان رشته‌های مختلف از قبیل نقد ادبی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، هنرهای بصری، فیلم‌شناسی و غیره قرار گرفت.

از آنجا که نشانه‌شناسی با هر آنچه بتوان نشانه تلقی کرد، سروکار دارد و با توجه به این که تقریباً همه چیز را می‌توان نشانه تلقی کرد، نشانه‌شناسی به‌عنوان نوعی دانش فراگیر جلوه می‌کند که در همه حوزه‌های شناخت، به ویژه در علوم انسانی، هنر و علوم ارتباطی، کاربرد دارد. امروزه در نقد هنرهای زیبا، ادبیات، فیلم، داستان‌های عامه -پسند، تفسیر معماری، مطالعه مد، تفسیر مجلات، تبلیغات، آگهی‌های تجاری رادیو و تلویزیون و بسیاری حوزه‌های دیگر، نشانه‌شناسی ابزار کارآمدی است که امکانات تحلیلی آن به سادگی قابل چشم‌پوشی نیست. تفکر در باب نشانه‌ها چنان که پیشتر گفته شد، تفکری تازه‌زاد نیست، اما به دلیل اهمیت نشانه‌های زبانی در ارتباطات انسانی، این تفکر دیرزمانی است که با تفکر در باب زبان درآمیخته است.

گام اساسی در پیشرفت نشانه‌شناسی تلقی زبان‌شناسی همچون الگو و تعمیم مفاهیم این علم به پدیده‌های دیگر غیر از زبان است. در واقع ما با متن همچون زبان برخورد می‌کنیم که در آن روابط میان چیزها از خود چیزها مهمتر است. به قول جاناتان کالر: «این نظر که زبان‌شناسی به کار مطالعه‌ی سایر پدیده‌های فرهنگی می‌آید، بر دو برداشت استوار است: نخست این که پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی صرفاً اشیا یا رویدادهای مادی نیستند بلکه اشیا یا رویدادهایی معنادار هستند و نتیجتاً می‌توان آنها را نشانه یا علامت به حساب آورد و دوم این که پدیده‌ها قائم به ذات نیستند، بلکه با شبکه‌ای از روابط تعریف می‌شوند.» (برگر، ۱۳۷۹: ۱۹)

سوسور اصطلاح سمیولوژی (نشانه‌شناسی) را در جریان تحقیقات زبان‌شناختی خود جعل کرد و متذکر شد که نشانه‌شناسی «علم مطالعه حیات نشانه‌ها در جامعه» است و به تحقیق درباره «نشانه‌ها و قوانین حاکم بر آنها» در هر جایی که وجود داشته باشند - یعنی عملاً به کل فرهنگ بشری - می‌پردازد. جهان سرشار از نشانه‌هاست و همین، اهمیت مبرم نشانه‌شناسی

نشانه عبارت است از مجموعه‌ای دوگانه متشکل از یک مفهوم و یک صورت آوایی. نشانه مرکب است از یک دال و یک مدلول.

را آشکار می‌کند. تمام متن‌ها، فعالیت‌ها و ارتباط‌ها سرشار از نشانه هستند و این نشانه‌شناسی است که به ما می‌آموزد چگونه قواعد این روابط را دریابیم.

این داعیه آغازین نشانه‌شناسی است. داعیه‌ای که راه را بر مطالعه رسانه‌ها می‌گشاید، زیرا اکنون دیگر نه تنها زبان و مناسک نمادین، بلکه آگهی‌های تجاری، سریال‌های کمدی، گزارش‌های ورزشی و تقریباً هر چیز دیگر را می‌توان به عنوان نظام‌های نشانه‌ای مطالعه کرد.

با این مقدمه، به برخی مفاهیم اساسی تحلیل نشانه‌شناختی و کاربرد آن در مطالعه متون رسانه‌ای می‌پردازیم.

نشانه‌ها و روابط

«نشانه‌ها» و «روابط» دو مفهوم کلیدی تحلیل نشانه‌شناسی هستند. ساده‌ترین تعریف نشانه عبارت است از: مجموعه‌ای دوگانه متشکل از یک مفهوم و یک صورت آوایی. نشانه‌ها ممکن است منش کلامی، تصویری یا آوایی و یا بساواایی و نظایر آن را

به خود گیرند، اما آنچه بدیهی است اینکه این امور به تنهایی دارای معنا نیستند بلکه معنا چیزی است که ما بر آنها می‌افزاییم. معمولاً افزودن معنا به نشانه‌ها در سایه قرارداد صورت می‌پذیرد. سوسور انگاره‌ای بعدی را در مورد نشانه مطرح نمود. او گفت که نشانه مرکب است از یک دال و یک مدلول. دال صورتی است که نشانه به خود می‌گیرد و مدلول معنا و مفهومی است که نشانه بر آن دلالت دارد. (ضیمران، ۱۳۸۲: ۴۰)

آنچه سوسور بر آن پافشاری می‌کند، دلبخواه بودن رابطه دال و مدلول است. رابطه میان دال و مدلول همواره رابطه‌ای قراردادی است و از توافق میان کاربران نشانه‌ها ناشی می‌شود. در حقیقت آنچه میان دال و مدلول وحدت ایجاد می‌کند، عامل فرهنگی است. برای مثال، هیچ حکم و ضرورت طبیعی وجود ندارد که برای نامیدن موجودی چهار دست و پا و پشمالو از واژه سگ استفاده کنیم. تخصیص یک دال به چیزی خاص، موکول است به دریافت و قبول اعضای یک جامعه. لذا در کلیه زبان‌ها، وحدت دال و مدلول قراردادی فرهنگی محسوب می‌شود.

در نظر سوسور نشانه صرفاً اختیاری نبوده، بلکه تفاوتی نیز هست. نشانه‌ها به خاطر رابطه تلفیقی و مشارکتی با دیگر نشانه‌ها واجد معنای خویش می‌شوند. هیچ نشانه‌ای یک معنای خاص ندارد، بلکه در چارچوب یک نظام موجودیت داشته و از رهگذر شباهت و تفاوت خویش با دیگر نشانه‌ها معناآفرینی می‌کنند. (آلن، ۱۳۸۰: ۱۸)

سوسور مدعی است که نشانه‌ها تنها در صورتی واجد معنا می‌شوند که بخشی از نظام انتزاعی و تعمیم‌یافته خاصی تلقی شوند. باید اولویت را در این عرصه به مناسبات داد و نه به اشیا و پدیده‌ها. به تعبیر دیگر هیچ نشانه‌ای به تنهایی واجد معنا نمی‌گردد، بلکه در ارتباط با سایر نشانه‌ها معنی‌دار می‌شود. سوسور نشانه را بر حسب جوهر و ماهیت درونی آن مورد مطالعه قرار نمی‌دهد. به اعتقاد او زبان عبارت است از نظامی از تفاوت‌ها و تقابلهای کارکردی؛ بدین معنا که هر چیزی با مفهوم مقابل خود و به اعتبار ویژگی‌هایی که در آن وجود دارد تعریف می‌شود. (ضیمران، ۱۳۸۲: ۴۴)

پس، معنایی که ما در زبان ایجاد کرده یا می‌یابیم معنایی رابطه‌ای محسوب می‌شوند؛ این معناها وابسته به فرایندهای آمیزش و هم‌نشست در نظام تفاوتی زبان‌اند. (آلن، ۱۳۸۰: ۱۷)

محورهای همنشینی و جانشینی

سوسور بحث خود را درباره روابط همنشینی و جانشینی با این فرض آغاز می‌کند که آوا و اندیشه، توده‌های بی‌شکلی هستند که در میان آنها «صورت» به وجود می‌آید.

«اختلاف میان دو محور همنشینی و جانیشینی، اساس تحلیل نشانه‌شناسی ساختاری را تشکیل می‌دهد. گستره همنشینی یا هم‌سازی بیشتر عبارت است از ترکیب واژه‌ها در جمله. در حالی که گستره جانیشینی عبارت است از وضعیت‌گزینش میان واژه‌ها. از لحاظ زمانی، مناسبات همنشینی در یک متن به دال‌های دیگری که در داخل متن هستند مرجوع می‌گردد. در حالی که روابط جانیشینی به دال‌هایی برمی‌گردد که در متن حضور ندارند» (ضمیران، ۱۳۸۲: ۷۹). در گستره همنشینی گزاره‌ای شکل می‌گیرد که در آن نشانه‌ها به گونه‌ای منطقی با هم ترکیب شده باشند. بنابراین زمانی روابط همنشینی ایجاد می‌شود که دال‌های گوناگون در کنار هم قرار گیرند و متحداً قضیه‌ای را به وجود آورند. معمولاً در جملات و گزاره‌های زبانی مناسبت این همنشینی را دستور زبان تعیین می‌کند. زبان در محور همنشینی ماهیتی خطی به

خاص در یک متن به کار رفته و دال‌های دیگر به جای آن به کار نرفته است. وقتی یک خبرنگار می‌گوید: «مبارزان آزادی توانستند به پیروزی دست یابند» از میان چند واژه مطلوب‌ترین آنها را به انتخاب خود برمی‌گزیند. او می‌تواند به جای گزاره «مبارزان آزادی» بگوید تروریست‌ها، یا چریک‌ها، یا واحدهای فعال نظامی، یا شبه‌نظامیان. وقتی که ما این امکانات را در گزینش واژه مورد توجه قرار می‌دهیم با محور جانیشینی سروکار داریم. تحلیل غیاب متنی به ما مدد می‌رساند تا بفهمیم که مصالح چه کسی در اثر ترک کنش خاصی برآورده می‌شود. به طور کلی تحلیل مبتنی بر عامل جانیشینی متضمن قیاس، تطبیق و بررسی ناهمانندی هر یک از دال‌های حاضر در متن، با دال‌های غایبی می‌باشد که در شرایط واحد قابل گزینش بوده‌اند. می‌توان این تحلیل را در هر سطح نشانه‌شناختی، از واژه‌ها گرفته

زبان عبارت است از نظامی از تفاوت‌ها و تقابل‌های کارکردی؛ بدین معنا که هر چیزی با مفهوم مقابل خود و به اعتبار ویژگی‌هایی که در آن وجود دارد، تعریف می‌شود.

خود می‌گیرد و بنابراین، آوایی بعد از آوای دیگر قرار می‌گیرد و واژه‌ها، به صورتی متوالی در کنار یکدیگر می‌نشینند. (همان: ۸۱)

در همه حوزه‌ها و رسانه‌ها این دو محور قابل تشخیص است. در دنیای سینما محور همنشینی بر پایه مونتاژ نماها صورت می‌پذیرد. به تعبیری محورهای همنشینی اغلب بر حسب توالی زمانی تعریف می‌شوند. اما گاه نیز هم‌سازی و همنشینی ماهیت مکانی به خود می‌گیرد. در تصویرهای عکاسی، نقاشی یا علائم راهنمایی و رانندگی این همنشینی اجزا به وضوح ملاحظه می‌گردد.

محور همنشینی و هم‌سازی ساختار ظاهری و سطحی متن را مورد تحلیل قرار می‌دهد، حال آنکه محور جانیشینی بیشتر به جانب مفاهیم ضمنی هر یک از دال‌ها معطوف است. نشانه-شناسان همواره این پرسش را مطرح می‌کنند که چرا یک دال

تا آواها، تصاویر، سبک، نوع و ابزار به کار گرفت (همان: ۸۷). در فیلم، سینما و تلویزیون ممکن است محور جانیشینی به صورت تغییر پلان، کات، فید و یا تغییر صحنه عارض گردد. برای مثال چنانچه فضا و صحنه در یک پیام بازگانی تغییر کند، همین تغییر باعث دگرگونی در معنا می‌گردد، لذا می‌توان گفت که صحنه و پیش‌زمینه یکی از انگاره‌های مهم در محور جانیشینی است. مثلاً، ورود به یک مهمانی با اتومبیل پیکان و جانشین-کردن آن با اتومبیل مرسدس بنز آخرین سیستم حاوی دو پیام مختلف است.

چنانکه ملاحظه می‌شود، درک جامع یک پدیده نشانه-شناختی متضمن بررسی متن در کلیت آن است و این کلیت تنها در سایه ارتباط متقابل دو رهیافت همنشینی و جانیشینی قابل حصول است.

از دیدگاه زبان‌شناسی محورهای همنشینی و جانیشینی زمینه-

ای را فراهم می‌سازند تا نشانه‌ها بتوانند معناپذیر شوند. به دیگر سخن، در گستره محورهای همنشینی و جانشینی است که نشانه‌ها به رمز تبدیل می‌شوند.

نظام‌های تفسیر معانی

با توجه به آنچه در خصوص قراردادی بودن رابطه دال و مدلول گفته شد، پرسش این است که چگونه دال معنا خلق می‌کند؟ و چگونه است که ما این معنا را درمی‌یابیم؟ اگر رابطه دال و مدلول اختیاری باشد، پس معنایی را که دال‌ها با خود دارند، باید به نحوی فرا گرفت. به عبارت دیگر تداعی‌های ساخت‌یافته یا رمزهایی وجود دارند که به ما در تفسیر نشانه‌ها کمک می‌کنند. سوسور مدعی است که ارزش و اعتبار نشانه‌ها قابلیت است

تداعی معانی هستند که در جامعه و فرهنگی خاص همه آن را یاد می‌گیرند. از این زاویه، فرهنگ عبارت است از یک نظام رمزگذاری که نقش مهم (و اغلب درک‌نشده‌ای) در زندگی ما بازی می‌کند. اجتماعی شدن و فرهنگ‌پذیری، در گوهر خود، چیزی نیست جز فراگیری شماری از رمزاها. (همان، ۱۳۷۹: ۴۸)

برخورد ما با جهان خارج در چارچوب همین رمزگان و قراردادهایی صورت می‌پذیرد که بر قلمرو یک فرهنگ خاص مسلط‌اند. جامعه متکی به اسطوره‌ها، رمزگان و افسانه‌هایی است که بنیاد آن را توجیه می‌کند. اما اعضای جامعه از نقش مؤثر این عوامل غافلند و یا آنها را اموری عادی و طبیعی قلمداد می‌کنند. پاره‌ای از رمزگان ممکن است در یک جامعه زبانی یا فرهنگی خاص پراکنده باشد و افراد در اوان کودکی آنها را ناخواسته بیاموزند. به همین دلیل است که گاهی آنها چنین عناصری را

در رادیو همه علائم شنیداری هستند. این علائم از سکوت و صدا تشکیل شده‌اند. آنچه درواقع کلید معنی دادن به صداها، موسیقی و سکوت در رادیوست، همان متن است.

طبیعی و غیرتکوینی می‌شمارند. فراگرفتن این رمزگان مستلزم اخذ ارزش‌ها، مفروضات و جهان‌بینی‌هایی است که در درون آنها مکتوم است و عضو جامعه از آنها غافل است. وجود چنین رمزهایی در ارتباط با تفسیر متن‌ها بدیهی به نظر می‌رسد؛ رمزگانی که در حوزه ناخودآگاه جمعی جامعه جای می‌گیرد و افراد بدون آگاهی از چند و چون چنین رمزی آن را به کار می‌گیرند. (ضمیران، ۴۵، ۱۳۸۲: ۴۶)

رمزگان رسانه‌ای

پیش از این گفتیم که متن‌ها (مثل فیلم‌ها، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، فیلم‌های تبلیغاتی و غیره) مثل زبان هستند و قوانین زبان‌شناسی را می‌توان بر آنها هم اعمال کرد. زبان ما را قادر می‌سازد که اطلاعات، احساسات، افکار و چیزهای مشابه دیگر

فرهنگی. نظام نشانه‌ها یا رمزگانی که ما در زبان به کار می‌گیریم خود زمینه تحقق معناها را فراهم می‌آورد. در واقع ما در چارچوب رمزگان معناها را فعال می‌کنیم.

رمزها در ساده‌ترین سطح، نظام‌هایی برای تفسیر معانی انواع مختلف ارتباطاتی هستند که در زندگی روزمره با آنها سروکار داریم. بخش اعظم آنچه پیرامون خود در فرهنگ‌مان می‌بینیم حامل پیام‌هایی است، اما به این دلیل که رمزهایی که ما را قادر می‌سازند معانی این پیام‌ها را دریابیم، نمی‌دانیم، به آنها توجهی نمی‌کنیم یا اگر هم توجه کنیم، به غلط تفسیرشان خواهیم کرد. همچنین رمزهایی را که آموخته‌ایم، نمی‌بینیم چون به نظر طبیعی می‌رسند؛ متوجه نیستیم که وقتی در چیزها معنایی می‌یابیم، در واقع از آنها رمزگشایی می‌کنیم. (برگر، ۱۳۸۵: ۹۹)

از آنچه گفته شد آشکاراست که رمزها اشکال بسیار پیچیده

را با هم مبادله کنیم و این کار را با ایجاد نظام‌ها و قواعدی انجام می‌دهیم که مردم به یادگیری آنها می‌پردازند. همان‌طور که برای نگارش و سخن گفتن دستور زبان وجود دارد، برای انواع متن‌ها و همچنین انواع رسانه‌ها هم دستور زبانی موجود است.

رادیو، تلویزیون، روزنامه، کتاب و غیره ابزارهایی است که لازمه تحقق متن (صدا، تصویر، نوشته و غیره) می‌باشد و متن به واسطه آنها قابلیت ابلاغ پیام به مخاطب را می‌یابد. آنچه مسلم است، ماهیت، ساختار و کارکرد رمزگان به طور تنگاتنگی به رسانه وابسته است. به عبارت دیگر، این ابزار رمزگانی ایجاد می‌کند که در چگونگی دریافت متن دخیل است. (پروری، ۱۳۸۴: ۳۳۵)

بدیهی است که برای دریافت کارکردهای دلالت‌گر رسانه باید به رمزگان آن دسترسی داشت؛ مثلاً وقتی نوشته‌ای به صورت پاورقی در روزنامه‌ای چاپ می‌شود، کارکرد آن و نوع رابطه‌ای که مخاطب با آن برقرار می‌کند متأثر از این واقعیت است که آن نوشته در روزنامه چاپ شده است و قراردادهای خاص روزنامه و پاورقی روزنامه‌ای در چگونگی خواندن آن دخالت دارد. همین -

طور است تفاوت فیلم سینمایی با مجموعه‌ای تلویزیونی، که قطعاً هر یک در رمزگان ابزار قراردادهای خاص خود را دارد و انتظارات بخصوصی را در مخاطب برمی‌انگیزد. (همان: ۳۳۹)

وقتی ما با رسانه‌ای خاص روبرو هستیم، تسلط، عملکرد خاص و فهم و شناخت عمیق رمزگان بازتولیدی آن رسانه - هرچند ممکن است بدیهی و طبیعی به نظر برسد - به سهولت امکان‌پذیر نیست. نشانه‌شناسان همواره کوشیده‌اند تا کارکرد طبیعی این رمزگان را از طریق شناسایی قراردادهای تلویحی حاکم بر آنها تحلیل کنند. نشانه‌شناسی این امکان را برای مخاطب خود فراهم می‌کند تا رمزهای مندرج در یک متن را در کلیه رسانه‌ها شناسایی و حجاب از چهره آنها بگیرند و به تعبیر دیگر، آنها را رمزگشایی کنند. (ضمیران، ۱۳۸۲: ۱۵۰)

متن همان چیزی است که مطابق تئوری‌های زبان‌شناسی بررسی می‌شود، خواه یک رمان باشد و یا یک شعر، یک فیلم سینمایی و یا یک آگهی تبلیغاتی، یا هر چیز دیگری که دارای اجزای زبان‌شناختی است. بنابراین، متن به نوشتار و یا گفتار محدود نمی‌شود؛ بلکه هر بستری است که تفسیر و فهم در آن صورت می‌گیرد. متن ممکن است کلامی (گفت‌وگو، گفتار، سخنرانی، کتاب، نامه، شعر...) موسیقایی یا تصویری (نقاشی و عکس...) باشد. یک برنامه رادیویی بنابراین تعریف، متن محسوب می‌شود. وقتی از «برنامه رادیو» به عنوان متن نام برده می‌شود، منظور از آن چیزی است که شنوندگانش می‌شنوند؛ اعم از گفتار، موسیقی، انواع صداها و حتی سکوت اختیاری و یا غیر اختیاری در برنامه.

رمزگان خاص هر رسانه چنانکه گفته شد، در تولید و دریافت متن آن دخیل است. «کنش و تولید پیام، آنسان که دلالت معنایی داشته باشد گونه‌ای رمزگذاری است. تفسیر نشانه‌های رسانه‌ای نیز از طریق وقوف به قراردادهای رمزگان رسانه ممکن است.» (پروری، ۱۳۸۴: ۳۳۷)

برای مثال رسانه رادیو شنیداری بوده است و امکانات رسانه‌ای آن عبارتند از: گفتار، موسیقی و صداها، محیطی؛ پس رمزگان دخیل در تولید و دریافت متون رادیویی نیز عبارتند از: رمزگان زبان، رمزگان موسیقی و رمزگان صداها، محیطی. (مخاطبی اردکانی، ۱۳۸۵: ۵۵). در رادیو، همه علائم شنیداری هستند. این علائم از سکوت و صدا تشکیل شده‌اند. آنچه در واقع کلید معنی دادن به صداها، موسیقی و سکوت در رادیوست، همان متن است. ابزاری هم که متن با آن نشان داده می‌شود، در نهایت شفاهی و لفظی است. قراردادهای صوتی نظیر محو تدریجی صدا، آشکارکردن تدریجی آن یا بالا و پایین آوردن صدا، اگر چه می‌توانند اهمیت نسبی مطالب مختلف را نشان دهند، اما

نظام نشانه‌ها یا رمزگانی که ما در زبان به کار می‌گیریم، خود زمینه تحقق معناها را فراهم می‌آورد. در واقع ما در چارچوب رمزگان معناها را فعال می‌کنیم.

نمی‌توانند ماهیت این اهمیت را مشخص نمایند. به عبارت دیگر، سکوت و صدا نه تنها معنی، بلکه هویت خود را نیز از کلماتی می‌گیرند که آنها را احاطه کرده است. به هر جهت به نظر منطقی می‌آید که بگوییم کلمات یا رمز و کد اصلی در رادیو زبان‌شناختی هستند؛ زیرا این کلمات هستند که باید سایر رمزها را در شرایط و موقعیت بازگشایی قرار دهند. (همان: ۵۳)

برای رمزگذاری، همواره ادراک مشترک در مورد قراردادها میان فرستنده و گیرنده پیام، فرضی قطعی و مسلم است. اما از سویی ما قواعد و ادراکات خود را درباره زندگی، به فرآورده‌های رسانه‌ای، یا آن‌طور که به تازگی مصطلح شده، به فرهنگ رسانه‌ای شده انتقال می‌دهیم. هر کس در برخورد با یک متن قهراً به صدور احکام جهت‌مدار می‌پردازد. یعنی با تکیه بر دانش خود از جهان و واسطه و رسانه مورد بحث چنین حکمی را صادر می‌کند. احکام مبتنی بر جهت از تجربه‌های روزمره به دست می‌آیند و به شدت تحت تأثیر جایگاه وجودی افراد در جامعه قرار دارند. پس همیشه امکان دارد که میان تهیه‌کنندگان یک برنامه و بینندگان آن سوءتفاهم بروز کند. اومبرتو اکو، نشانه‌شناس

برجسته ایتالیایی، در مقاله‌ای با عنوان «به‌سوی کاوش نشانه‌شناختی در پیام تلویزیونی» می‌نویسد: رمزگشایی انحرافی در رسانه‌های جمعی قاعده است، زیرا مردم از رمزهای مختلفی برای فهم پیام استفاده می‌کنند و به همین جهت تفسیرهای گوناگونی از آن به وجود می‌آید. (برگر، ۱۳۷۹: ۴۸) خالقان متن‌هایی که از رسانه‌های جمعی منتشر می‌شوند، همواره با این مشکل مواجه‌اند که مخاطبان ممکن است این متون را به شکلی متفاوت از آنچه آنان در نظر داشته‌اند رمزگشایی کنند.

نشانه‌شناسان ساختارگرا عموماً بر ساختار درونی متن تأکید می‌ورزند تا فراگرد شکل‌گیری یا تفسیر آن. لیکن این دست از نظریه‌های تک‌ساحتی نقش نشانه‌ها را به عنوان بخشی از حیات اجتماعی نادیده می‌انگارند. نشانه‌شناسان معاصر، فراگرد خلق و تفسیر متن را به ترتیب، رمزپردازی و رمزگشایی می‌نامند. رمزگذاری اصلی‌ترین کنش تولید پیام است که به رمزگشایی منتهی می‌شود. رمزگشایی اصطلاحی است که برای فهم و درک و تفسیر به کار رفته است. بدیهی است که در چنین برخوردی ارتباط به هیچ وجه یک‌طرفه نیست، بلکه گونه‌ای کنش ارتباطی متقابل بین آنها وجود دارد.

در نظر نشانه‌شناسان هیچ‌گونه پیام فارغ از رمز وجود ندارد. از این رو آنها همه تجربه را متضمن فراگرد رمزوارگی می‌دانند. در همین چارچوب است که رمزگشایی نه تنها مستلزم شناخت و فهم و درک متن، که تفسیر و ارزیابی و داوری در مورد آن را نیز دربرمی‌گیرد. (ضمیران، ۱۳۸۲، ۱۵۲-۱۵۱)

استوارت هال - جامعه‌شناس انگلیسی - در مقاله‌ای موسوم به «رمزپردازی و رمزگشایی گفتمان تلویزیونی» بر اهمیت تفسیر فعال در چارچوب رمزگان تأکید کرده است. وی به نقش موقعیت اجتماعی در تفسیر متون رسانه‌ای از سوی گروه‌های مختلف اجتماعی اشاره کرده و یادآور شده که پایگاه و شأن اجتماعی افراد در تفسیر آنها از یک متن تأثیری انکارناپذیر دارد. پرسش اصلی او در مقاله مذکور آن است که تلویزیون تا چه حد می‌تواند سوزه را شکل دهد و سوزه‌ها تا چه اندازه می‌توانند در برابر معناها و ارزش‌ها و رمزهایی که برنامه‌های تلویزیونی به آنها القا می‌کنند، مقاومت ورزند. هال مدل رمزگذاری/رمزگشایی را در نقد رویکردهای پیشین راجع به رسانه‌ها و مخاطبان، تئوریزه کرد؛ بودند و براساس مدل فرستنده/پیام/گیرنده جریان ارتباط را تحلیل می‌کردند (محمدی، ۱۳۸۶: ۵۵). فرض اصلی هال این است که هیچ‌گونه تناسب یا رابطه مستقیم و شفاف بین رمزگذاری و رمزگشایی، به‌عنوان دو منتهی‌الیه یک زنجیره ارتباطی، وجود ندارد. به بیان دیگر بین رمزگان تولیدکنندگان و رمزگان مصرف‌کنندگان همواره نوعی انفصال و گسست وجود دارد.

از نظر هال یک متن یا برنامه تلویزیونی به رغم داشتن «معنای مرجح» یا «خوانش مسلط» همواره منبعی بالقوه از معناهای مختلف است و فقط مخاطبان می‌توانند طی گفت‌وگویی که بین متن و موقعیت اجتماعی آنها صورت می‌گیرد این معناها را فعال سازند (همان: ۵۷). هال برای تبیین مسئله رمزگذاری/رمزگشایی سه جایگاه فرضی برای مخاطبان تلویزیون قائل می‌شود:

الف) جایگاه مسلط - همونیک

زمانی که جایگاه اجتماعی بیننده سبب سازگاری هرچه بیشتر او با ایدئولوژی حاکم می‌شود. این‌گونه مخاطبان قرائتی مسلط از متن دارند، یعنی معانی مرجح را می‌پذیرند.

ب) جایگاه معارض

زمانی که جایگاه اجتماعی مخاطب او را در نقطه مقابل ایدئولوژی مسلط قرار می‌دهد، این‌گونه مخاطبان نوعی قرائت معارض از متن دارند و معانی مرجح آن را نمی‌پذیرند.

ج) جایگاه توافقی

اکثر مخاطبان در این جایگاه قرار دارند. آنها ایدئولوژی مسلط را می‌پذیرند، اما آن را حتی الامکان تغییر می‌دهند تا با نیازها و توقعاتشان جور درآید. قرائت آنها از متن نوعی قرائت توافقی است. (همان: ۵۶)

بنابراین معنای یک متن، بسته به گفتمان‌ها (دانش‌ها و پیشداوری‌ها و مقاومت‌ها) بی‌کی که خواننده بر متن تحمیل می‌کند، اشکال متفاوتی پیدا خواهد کرد. هال به این ترتیب از نظریه‌ای که متن را واجد معنایی قطعی و تعیین‌شده می‌داند که به طور همسان خود را بر همه مخاطبان تحمیل می‌کند، فاصله گرفته و فضایی برای مخاطب فعال باز می‌کند.

منابع:

- آلن، گراهام، (۱۳۸۰) بینامتنیت، ترجمه پیام بزدانجو: نشر مرکز
برگر، آرتور آسا، (۱۳۷۹) روش‌های تحلیل رسانه‌ها، ترجمه پرویز اجاللی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
برگر، آرتور آسا، (۱۳۸۵) نقد فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده: باز
پروری، محمد، (۱۳۸۴) مجموعه مقالات هم‌اندیشی زبان و رسانه، «نشانه‌شناسی رادیو»، فرزانه سجودی: تحقیق و توسعه رادیو
ضمیران، محمد، (۱۳۸۲) درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر: قصه
محمدی، جمال، (۱۳۸۶) تلویزیون و هم‌زمانی فرهنگی، رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
مخاطبی اردکانی، مژگان، (۱۳۸۵) نشانه‌شناسی نمایش رادیویی، تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو

