



رمز و رازهای معنی و پیام

یونس شکرخواه

مرور متون

معنی چیست؟ به پاسخ زبان‌شناسان نمی‌پردازم. این نوشتار در جست‌وجوی پاسخ ارتباط شناسان است. چند گزینه از این پاسخها می‌تواند راهگشای ورود به قلمرو پرسشهای بعدی باشد.

تجارب درونی شخص در ارتباط با یک شی یا رخداد که دارای نام (واژه یا نماد) در زبان اوست. مفاهیم مشترک (یا موازی) میان افراد، جوهره ارتباط را تشکیل می‌دهد.^۱

طرح مسأله

معنی چیست؟ کجاست؟ در پیامها یا آدمها؟ این پرسشها امروز شکل نگرفته است. ولی از همان لحظه‌ای که به ذهن رسیده به چراغی کم‌سو تبدیل شده تا زوایای تاریک ارتباط را روشن کند و دیباچه‌ای باشد برای ورود به سرزمین کلام، به وادی مقدس کلمه با همه رمزها و رازهایش:

پنهان ز دیده‌ها و همه دیده‌ها از اوست
آن آشکار صنعت پنهانم آرزوست

کف دریاست صورتهای عالم
ز کف بگذر اگر اهل صفایی
دلم کف کرد کین نقش سخن شد
بهل نقش و به دل رو گزمایی

مولانا جلال‌الدین محمّد بلخی

■ معنی در زبان ارتباطی، یک کنش متقابل پویاست میان خواننده، بیننده و شنونده با پیام.

■ اندیشه‌های کنونی در قبال معنی، مرهون اندیشه‌های دیروز است.

■ واژه‌ها از ارزشهای ذاتی برخوردار نیستند، بلکه ارزش و اعتبار آنها و در واقع معنی آنها برحسب توافق عمومی است.

■ ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام، مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود.

این تجربهٔ درونی بازهم مورد بررسی قرار می‌گیرد تا جنبه‌های گوناگون آن روشنتر شود. یک منبع معتبر در زمینهٔ ارتباطات در اشاره به مفهوم «معنی» می‌گوید:

در زبان ارتباطی، یک کنش متقابل پویا است میان خواننده، بیننده و شنونده با پیام. آن گونه که جی‌فیسک در کتاب معرفی پژوهشهای ارتباطی،^۲ می‌گوید: یک خواننده مرکب از تحارب اجتماعی - فرهنگی خود است و بنابراین او مجرای است که فرهنگ و پیام در آن واکنش متقابل دارند و این معنی است... این تمایل وجود دارد که واژه را تبلور معنی بدانیم، تبلور آن معنی که واژه قصد دارد آن را توصیف کند، حال آنکه چنین نیست و ما در اینجا صرفاً تا حدودی درست فکر کرده‌ایم. در واقع همان‌طور که اسکناس فی‌نفسه ارزشمند نیست، واژه‌ها هم از ارزش ذاتی برخوردار نیستند، بلکه اعتبار و ارزش آنها و در واقع معنی آنها برحسب توافق عمومی است.^۳

به نظر می‌آید که با این دو تعریف تا حدودی چارچوب مفهومی بحث مشخص شده باشد. اجازه بدهید به یک منبع دیگر هم در این باره رجوع کنیم و معنی را در آن

اندیشه‌های کنونی در قبال معنی مرهون اندیشه‌های دیروز است. مایلم پیش از طرح نظرات برلو دربارهٔ معنی اشاره کنم به مولانا جلال‌الدین محمدبلخی که اعجاز گونه به معنی و رازهایش زخمه زد و برای جستن و سفتن معنی بسیار زودتر از امروزیها، بیرون از زبان و بیان دربی معنی تاخت و رازهایش را به تیر درک و فهم گرفتار کرد:

دم مزن تا بشنوی از دم‌زنان
آنچ نامد در زبان و در بیان
دم مزن تا بشنوی زان آفتاب
آنچ نامد در کتاب و در خطاب
مولانا در سؤمین دفتر از دفاتر ششگانهٔ مثنوی در داستان عمیق و اختلاف کردن در چگونگی شکل پیل^۴ در ۱۰۲ بیت داستان پیلی را که مردم در دل تاریکی آنرا لمس می‌کنند طرح می‌کند و هر که در آن تاریکی کف دستش را به بخشی از بدن پیل می‌ساید و برحسب آن استنباط خود را بیان می‌کند. یکی که پای پیل را لمس کرده آن را ستون می‌داند و آنکه خرطوم را، نام ناودان بر آن می‌نهد و آن دیگری که گوش پیل را لمس کرده می‌گوید این بادبزن است و آنکه پشت پیل را لمس کرده گمان می‌کند پیل مثل یک تخت است.

چشم حس همچون کف دست است و پس نیست کف را بر همه او دست رس
در هر صورت مولانا ۷۰۰ سال پیش از برلو به وضوح و صراحت این نکته را یادآوری کرده است که: معنی در پیام نیست. از چشم برلو
دیوید برلو معتقد است معنیها در پیامها نیستند، کلمات فاقد معنی هستند و معنیها فقط در آدمها هستند و معنیها قابل کشف کردن نیستند.

«برلو» می‌گوید معنیها داراییهای ما هستند، اضافه می‌شوند، نابود می‌شوند و کاملاً مشخص هستند. خوشبختانه ما معمولاً افرادی را می‌یابیم که معنیهای مشابه معانی ما دارند و در نتیجه می‌توانیم با آنها ارتباط برقرار کنیم. به این ترتیب برلو می‌گوید ارتباط در برگیرندهٔ «انتقال معنی» نیست. معنی قابل انتقال نیست و این فقط

بجوییم:

معنی کسب تجلی واقعت خارجی است. واژه معنی هنوز به طرز گسترده‌ای ناشناخته است... باید به خاطر داشت که در پژوهشهای ارتباطی «معنی» هدف تحقیق است، نه اینکه یک امر مفروض و بدیهی که پیش از پژوهش برای ما آشکار باشد. بنابراین نباید معنی را در چیزی ولو اینکه متن یا کلام یا برنامه و یا رفتار باشد، مفروض دانست، هر چند که این چیزها می‌تواند معنی دار درک شود. معنی، محصول و یا نتیجهٔ ارتباط است. بنابراین بی‌تردید غالباً با آن برخورد داشته‌اید. اما هرگز از معنی توقع درک دقیق و مفهومی، نداشته باشید و هر جا آنرا می‌یابید با نگرش کثرت‌گرایانه با آن روبه‌رو شوید.^۵

رازهای معنی

گفتم که معنی و پرداختن به آن الزاماً یک موضوع مربوط به امروز نیست. اما امروز شیوهٔ بیان و پرداختن به موضوع معنی با دیروز فرق کرده است. در هر حال امروز اگر فردی خواهان تحقیق در این باره باشد، راهی که «دیوید برلو»^۵ پیموده کوتاهترین راه موجود است. دوباره تکرار می‌کنم

پیام است که قابل انتقال است. ضمن آنکه معنی درون پیام هم نیست و در استفاده کننده از پیام قرار دارد. از دیدگاه برلو کلمات فاقد معنی هستند، فقط انسانها دارای معنی هستند و انسانها معنیهای یکسانی برای همه کلمات ندارند.

- کلمات، معنی یکسانی برای انسانها ایجاد نمی کنند.
- معنی در ارتباط منتقل نمی شود.
- معنیها چیزهای مشخصی هستند و بین فرد تا فرد متفاوت است.

ارتباط شکسته

پس اگر معنی در پیام نیست، خود «پیام» چیست؟ پیش از پرداختن به پیام بهتر است به این نکته توجه کنیم که مهمترین شکستگی در ارتباط ناشی از همین باور غلط است که معنی در پیام است. دکتر محسنیان راد با تأکید اصولی بر این نکته که چنین باوری عامل شکست ارتباط است، تعریف گویایی از شکل گرفتن معنی ارائه می کند. او با اعلام این نکته که معنی، نخستین عنصر در هر فراگرد ارتباطی است می گوید:

ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام، مشابهت معنی با

خلاصه نظرات برلو

می توان با محورهایی که در زیر خلاصه شده به یک تصویر کلی از برداشت برلو درباره معنی پی برد:

- معنی در پیام نیست.
- معنی کشف کردنی نیست.
- معنی فقط در انسانها است.
- انسان معنی را می آموزد، بر آن می افزاید، عوض می کند، ناپود می کند و آن را جزء دارایی خود می داند.
- زبان فاقد معنی است. فقط مجموعه ای است از نمادها و پس، آنها راهنماهایی هستند تا به وسیله آنها معنی را به دست آوریم.

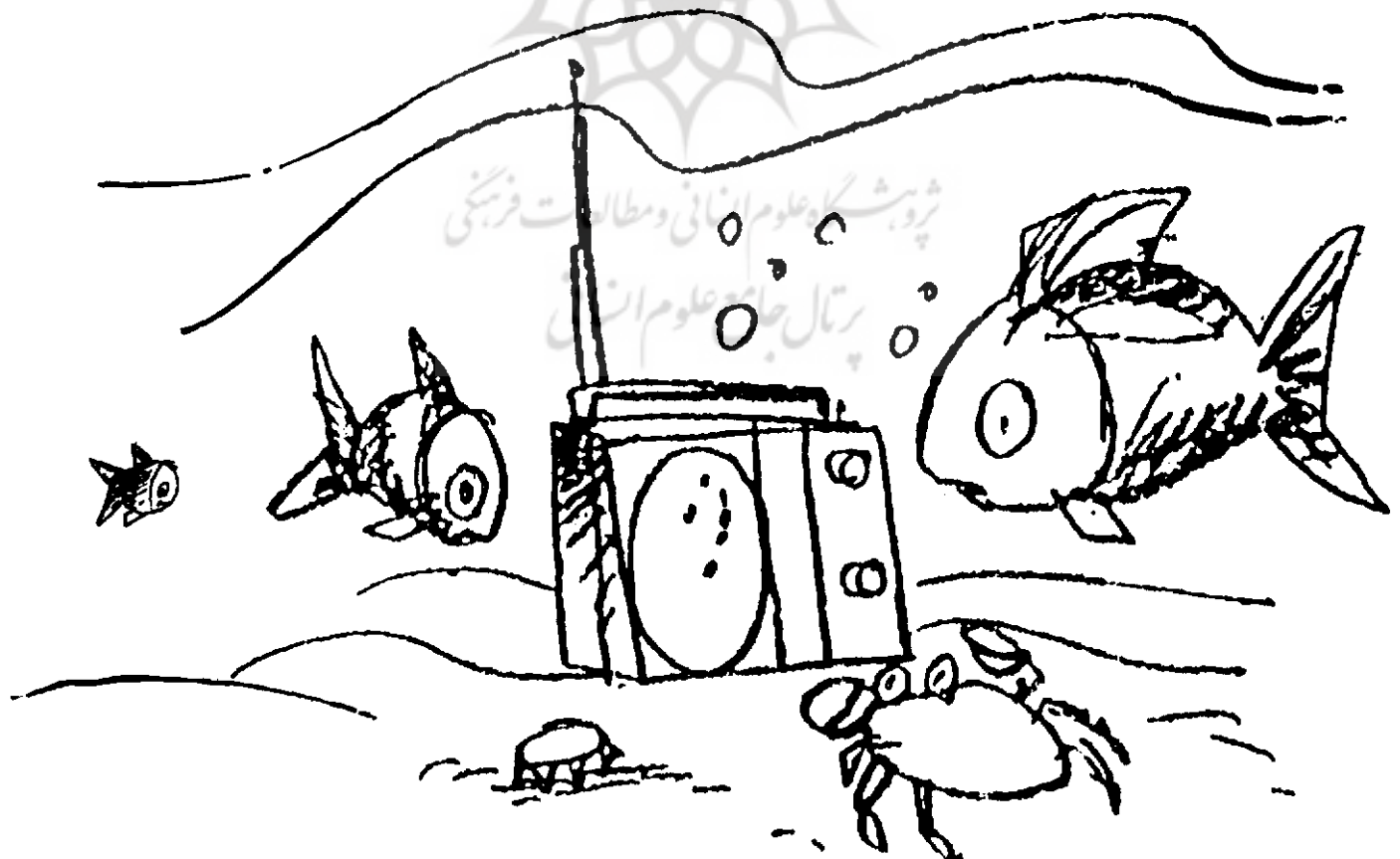
معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود... اگر معنی مورد نظر در فرستنده را با M و معنی مورد نظر در گیرنده را با M' نشان دهیم ارتباط وقتی به صورت کامل برقرار خواهد شد که M مساوی M و یا به عبارتی نسبت M بر M مساوی یک باشد.^۶

باز هم درباره معنی

حالا که به تصویری نسبتاً روشن از معنی دست یافتیم، یا به دیگر سخن، قلمرو آن را شناختیم به چند مقوله مطرح در قبال معنی می پردازیم و سپس وارد بحث پیام می شویم، پیامی که حالا می دانیم معنی در درون آن قرار ندارد. یکی از این مقوله ها نظریه معنی نام دارد.^۷

نظریه معنی

نظریه معنی (Meaning Theory) در واقع تبیین نقشی است که ارتباط جمعی در سازمان دهی اجتماعی واقعیت، ایفا می کند. فعالیتها و موقعیتهای ایجاد شده، به



■ پارکین سه نظام معنایی را در دموکراسیهای صنعتی غربی شناسایی کرده است: نظام حاکم، نظام تابع و نظام رادیکال

■ حال معتقد است که نظامهای معنایی اجتماعی، مانع‌الجمع نیستند، بلکه ابزارهایی هستند که مردم توسط آنها بافت اجتماعی خویش را به رمزگشایی از مضامین رسانه‌ها مربوط می‌سازند.

از مضامین رسانه‌ها مربوط می‌سازند. نظامها سه رمز برابر برای رمزگشایی از متن به وجود می‌آورند: هژمونیک حاکم، مذاکره‌ای و مخالفت‌آمیز.

در قلمرو پیام

به راستی پیام چیست؟ و اگر معنی در پیام نیست، پس خود پیام چیست؟ و آیا واقعاً می‌شود به نخستین جمله اولین فصل کتاب «مارشال مک‌لوهان» استناد کرده و کار را تمام شده فرض کرد. آن جمله این است: «رسانه همان پیام است.»^۹

نه قطعاً چنین نیست، موضوع به این سادگی هم نیست. بحث وسیع‌تری را طلب می‌کند. هرچند که جمله فوق‌الذکر به یکی از کلاسیک‌ترین نقل قولهای متون ارتباطی تبدیل شده باشد.

پیام چیست؟

یک میزان سازمان یافته اطلاعات که توسط یک فرد به قصد انتقال فوری یا آتی به سایر افراد فرموله شده باشد: مثل بیانیه‌ها، پرسشها و فرامین.^{۱۰}

به تعریف دیگری در این باره نظر می‌افکنیم، تا تصویری کاملتر از پیام بدست آوریم: نماد یا پیکره‌ای از نمادها که می‌تواند معانی مشابه در فرستنده و گیرنده ایجاد کند.^{۱۱}

اکنون با ارائه یک تعریف گسترده‌تر با جوانب جدیدتری از موضوع پیام آشنا می‌شویم.

آنچه یک کار یا کنش ارتباطی مربوط به آن است، پیام نامیده می‌شود. برای دستیابی به یک تحلیل در این زمینه گاهی ضروری است که با پیام به طور مستقل از فرایند ارتباط برخورد کنیم. اما نهایتاً یک پیام تنها هنگامی می‌تواند مفهوم داشته باشد که آن را در گستره سایر عواملی که همه‌بهم در ارتباط و کنش متقابل هستند، بررسی کنیم. تشخیص میان یک نشانه واقعی که حامل پیام است و خود پیام، بسیار مهم است. چشمی را به سرعت برهم‌زدن یک نشانه است، اما پیام آن چیست؟

خاص اجازه می‌دهد که حق درخواست موقعیت بهتر را در درون نظام داشته باشند. این نظام باعث واکنشهای مذاکره‌ای می‌شود که غالباً سعی بر بهره‌برداری از نظام به قیمت برتری گروهی یا طبقه‌ای خاص دارد.

۳. نظام رادیکال. این نظام، نظام حاکم را رد می‌کند و یک نظام جایگزین، (Alternative) مخالف با نظام حاکم را ارائه می‌دهد. بنابراین، مولد واکنشهای مخالفت‌آمیز است. اجازه دهید به عنوان مثال به واکنشهای مردم در قبال اقتصاد دستمزد نگاه کنیم.

کسانی که نظام معنایی حاکم را انتخاب می‌کنند، مایلند موقعیت اجتماعی خود را تابعانه یا آرمانخواهانه معنی کنند. آنها با سپاسگزاری یا خضوع، دستمزدها را می‌پذیرند، یا اینکه سعی می‌کنند دستمزدهایشان را با کار بیشتر ارتقاء دهند.

نظام معنایی تابع، بیشتر از طرف اتحادیه‌های تجاری اتخاذ می‌شود، که واکنش آنها در قبال اخذ دستمزد، تلاش و مذاکره برای سهم بیشتری از همان کار است. آنها این سهم بیشتر را برای خود و اعضایشان می‌خواهند.

نظام معنایی رادیکال از سوی دیگر مردم را به طرف واکنشهای مخالفت‌جویانه‌ای سوق می‌دهد که اصول بنیادین اقتصاد دستمزد را به زیر سؤال می‌برد.

حال معتقد است که این نظامهای معنایی اجتماعی، مانع‌الجمع نیستند، بلکه ابزارهایی هستند که مردم توسط آنها بافت اجتماعی خویش را به رمزگشایی

نمایش درآمده و یا توصیف شده در رسانه‌ها، معانی واژه‌ها و سایر نمادها را فراهم می‌سازد.

مقوله مطرح‌شده دیگر در این زمینه «نظامهای معنایی» است.^۸

نظامهای معنایی

این نظریه در سال ۱۹۷۲ از سوی پارکین برای تبیین پاسخهای متنوع گروهها به موقعیتهای اجتماعیشان مطرح شده است. این نظریه توضیح می‌دهد که چگونه مردم، دنیای اجتماعی خویش را می‌فهمند. هال (HALL, 1980) و دیگران نیز این نظریه را برای تبیین این نکته که چطور مردم متون مختلف را برای خود معنی می‌کنند به کار گرفته‌اند. پارکین سه نظام معنایی را در دموکراسیهای صنعتی غربی شناسایی کرده است:

۱. نظام حاکم. این نظام ساخت‌کنونی مناسبات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را تأیید کرده و به مردم کمک می‌کند تا جایگاه اجتماعی خود را در توزیع کنونی قدرت، ثروت و مشاغل درک کنند. این نظام در طبقات تابع یا فرودست (Subordinate Class) باعث واکنشهای توأم با احترام و آرمانجویانه می‌شود. واکنشهای توأم با احترام از سوی کسانی که موقعیت خویش را می‌پذیرند، سر می‌زند و واکنشهای آرمانجویانه از کسانی بارز می‌شود که خواستار بهبود وضعیت خود در همان نظام هستند.

۲. نظام تابع. این نظام، نظام حاکم همه جانبه را می‌پذیرد، اما به برخی از گروههای



برلو می‌گویند هریک از این عاملها در درون خود از سازه‌های دیگری تشکیل شده و شیوه‌ای که این عوامل در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، «ساختار» را تشکیل می‌دهد. او سه عامل مزبور را چنین تعریف می‌کند:

۰۱ رمز پیام. هرگروه از نمادها که بتوانند به شیوه‌ای ساخته شوند که برای برخی از افراد، به اصطلاح، معنی‌دار باشند. او برای رمزها (نشانه‌ها) نیز انواع گوناگونی قایل می‌شود:

الف. نشانه‌های طبیعی که بین صورت و مفهوم، رابطه همجواری و یا تماس وجود دارد، مثل دود و آتش، پا و ردپا.

ب. نشانه‌های تصویری که بین صورت و مفهوم، شباهت عینی و تقلیدی وجود دارد، مثل نقش مار.

پ. نشانه‌های قراردادی که میان صورت و مفهوم نه شباهت عینی و نه رابطه همجواری وجود دارد. (چراغ راهنمایی و رانندگی).

برلو می‌گوید: هرگاه پیامی را رمزگذاری می‌کنیم، باید تصمیم اصلی خود را در مورد رمزها بگیریم، کدام رمز؟ کدام یک از عناصر رمز؟ و بالاخره اینکه چه روشی برای ساختار عناصر رمزها انتخاب کنیم؟

۰۲ محتوای پیام. برلو می‌گوید: مطالب درون پیام همان محتوای پیام است که به وسیله منبع، برای بیان هدف او انتخاب شده است. از نظر دیوید برلو محتوای پیام هم مثل رمزپیام دارای عناصر خاص خود و همچنین دارای ساختار است که بسیار هم قابل تغییر است.

۰۳ نحوه ارائه پیام. از نظر برلو تصمیم‌هایی که منبع ارتباط برای انتخاب، تنظیم، ترتیب رمزها و محتوا می‌گیرد، نحوه ارائه است.

معنی، پیام و پژوهش^{۱۷}

بحث پیگیری معنی و پیام در وسایل ارتباط جمعی یک بحث ریشه‌دار و تاریخی است و بخش بزرگی از پژوهش‌های ارتباطی به همین موضوع مربوط می‌شود. به عنوان مثال: تکنیک تحلیل محتوا، شیوه سنتی تحلیل معنی پیامهای وسایل ارتباط جمعی

و بالاخره با ارائه یک تعریف دیگر از پیام دوباره به سراغ نظریات دیوید برلو می‌رویم که حرفهای تازه‌تری را در این زمینه مطرح کرده است. تعریف دیگری که از پیام ارائه شده به این شرح است:

آنچه در فرایند ارتباط منتقل می‌شود، پیام است. ابزاری که توسط آن فرستنده برگزیده، اثر می‌گذارد. پیام در واقع یک محتوای جنینی است که پیش از رمزگذاری و پس از رمزگشایی وجود دارد. رمزگذاری، پیام را به یک «فرم» که قابل انتقال است تبدیل می‌کند و این در حالی است که رمزگشایی آن را به موقعیت اولیه خود بازمی‌گرداند. (مشروط بر آنکه رمزگذاری، رمزگشایی و انتقال همه در حداکثر کارایی ظاهر شده باشد).^{۱۳}

پیام و دیدگاه برلو

برلو پیام را یک تولید عملی و فیزیکی از جانب منبع رمزگذار می‌داند و معتقد است حداقل سه عامل در پیام وجود دارد: رمزپیام^{۱۲}، محتوای پیام^{۱۵} و نحوه ارائه پیام^{۱۶}.

پاسخ به عوامل عدیده‌ای بستگی دارد، مثلاً به اینکه چه کسی یک چشمش را به سرعت برهم زده؟ برای چه کسی این نشانه را فرستاده و در چه گستره‌ای؟...

پیام شکل اولیه خود یا مقصود خود را از فرستنده یا ارتباط‌گر می‌گیرد و در عین حال به طرز مشابهی از طبیعت رسانه‌ای که با آن فرستاده می‌شود، تأثیر می‌پذیرد.

گیرنده پیام ممکن است کاملاً نزدیک و در برابر ارتباط‌گر و یا در فاصله‌ای دور از ارتباط‌گر قرار داشته باشد. اگر پیام متضمن ارتباط درون - فردی باشد، ارتباط‌گر و گیرنده یک نفر و مشترک خواهند بود.

هم نشانه و هم پیام مورد نظر ممکن است با پارازیت (Noise) مواجه شود. این پارازیت می‌تواند در شکل تداخل فیزیکی یا روانی بر «معنی‌دار بودن» تأثیر بگذارد.

افزون بر این، بازفرست (Feed back) پیام هم می‌تواند بیش از پیش باعث تغییر شکل پیام و در واقع موجب پیدایش شرایط تازه ارتباطی، نشانه‌ها و پیامهای تازه شود.^{۱۲}

بوده و مقولات مفهومی خاصی را در ارتباط با محتوای رسانه تعیین می‌کند تا حضور یا فقدان آن مقولات را به طور گمی برآورد کند. این تکنیک جبراً بر محتوای آشکار پیامها به عنوان مهمترین عرصه تحلیل اجتماعی-علمی تاکید می‌ورزد.

پژوهشهای ساختاری یا نشانه‌شناسانه

این پژوهشها که نشأت گرفته از زیانشناسی هستند با پیامهای ارتباطی به مثابه کلیتهای ساختاری^{۱۸} برخورد می‌کنند نه به صورت محتوای آشکار گمی بخشهای منقطع شده پیام (تحلیل محتوا). از این دیدگاه، متن یک کلیت ساختاری است و جایگاهی که عوامل مختلف در آن قرار گرفته‌اند، مهمتر از تعداد دفعاتی است که عناصر تکرار شده‌اند. به عنوان مثال: میزان اقدامات منفی یک گانگستر در یک فیلم ممکن است از نظر گمی ۲۰ مورد باشد، ولی اگر گانگستر مورد بحث فرضاً فقط یک اقدام بسیار مثبت انجام دهد، ممکن است به لحاظ تأثیرگذاری بر مخاطب، نقش مثبت این یک مورد همة اثرات منفی آن ۲۰ مورد را تحت الشعاع قرار دهد.

برخلاف تحلیل محتوا که بر معنی آشکار متمرکز است، ساختارگراها و نشانه‌شناسان بر تحلیل کلام (مقاله^{۱۹} تکیه می‌کنند. در تحلیل کلام برخلاف تحلیل محتوا که دنبال محتوای آشکار پیام است بر نقشها^{۲۰} تاکید می‌شود.

در هر صورت مطالعات نشانه‌شناسی بتدریج از شکل زیانشناسانه صرف فاصله گرفته و به سوی سایر نظامهای نشانه‌ای و معنایی رفته است. نشانه‌شناسان که همه متأثر از دیدگاه فردینان دوسوسور (۱۸۵۷-۱۹۱۳) پدر زیانشناسی نوین هستند، به زبان از این زاویه می‌نگرند که زبان دستگاهی از علائم است و هر علامت ترکیبی از دو جزء تفکیک ناپذیر بنامهای «دال» و «مدلول» (لفظ ومعنی)^{۲۱} است. از دیدگاه سوسوریهها، «دال» همان است که در زبان مطرح است (مثلاً واژه درخت) و «مدلول» شیئی است که در جهان خارج

پی‌نویسها:

وجود دارد (مثلاً خود درخت). آنها می‌گویند در واقع ارتباط میان دال و مدلول یعنی وجود فیزیکی نماد و یا دریافت ذهنی که محصول نماد است، باعث تجلی واقعیت خارجی یا معنی می‌شود. آنها می‌گویند معنی در «دال» نیست در «مدلول» است و آن هم مبتنی بر فرضها و قراردادهای مشترک است.^{۲۲}

البته باید افزود که در دیدگاه سوسوریهها، ارتباط میان واژه و جهان واقعی نیست، بلکه میان لفظ و مفهوم است.

افزون بر این، اشکال نشانه‌شناسی این است که ارتباط درونی را بدون در نظر گرفتن سایر عوامل مؤثر (روانی و اجتماعی) مطرح می‌کند. ارتباط درونی یک متن یک مقوله است و ارتباط آن با سایر متون، مقوله‌ای دیگر، چرا که در اینجا، وضوح و تشخیص یک متن در بطن سایر متون از دست می‌رود.

نتیجه

بحث را خلاصه می‌کنم. می‌شود با جمع‌بندی نظرانی که در این نوشتار درباره معنی و پیام مطرح شد، چند نکته مهم را به عنوان نتیجه بحث، جمع‌بندی کرد:

- ارتباط در برگزیده انتقال معنی نیست.
- معنی قابل انتقال نیست.
- فقط پیام قابل انتقال است و معنی درون پیام نیست.
- معنی‌ها در استفاده‌کنندگان از پیامها قرار دارند.

خیلی از ما اگر در بحثهایمان با یکدیگر به نتیجه نمی‌رسیم و یا به عبارت دیگر در ارتباط ما با یکدیگر گسست وجود دارد، به این خاطر است که دیدگاه‌هایمان بر سر این که معنی در پیام است یا در انسان متفاوت است.

من که اصرار می‌کنم شما باید همان را که من می‌گویم بپذیرید بر این گمان غلط هستم که معنی در پیام است.

تا نگردی آشنا زین پرده رمزی نشنوی
گوش نامحرم نباشد جای پیغام سروش

1. Melvin Delfleur & Everrette E. Dennis, *Understanding*

Mass Communication (Houghton Mifflin Company, 1988), p.p. 541- 542

2. John Fiske, *Introducing Mass Communication* (UK: Methuen, 1982)

3. James Watson & Anne Hill, *A Dictionary of Communication and Media Studies*, Second edition (Edward Arnold, 1990), p.p. 105-106.

4. Tim' O sullivan; John Hartley; Danny saunders & John Fiske. *Key Concepts in Communications* (Methuen, 1983), p.p. 132.

۵. برای آشنایی با «پرو» و نظرات او درباره معنی نگاه کنید به کتاب: مهدی محسنیان راد، ارتباط شناسی: ارتباطات انسانی، میان فردی، گروهی، جمعی (تهران: سروش، ۱۳۶۹)، ص ۷۷-۱۸۶ و ۳۷۱-۳۱۳.
۶. همان؛ ص ۳۱۹.

7. Melvin Delfleur, p.542.

8. Tim O' sullivan, p.p. 132-133.

9. Marshall McLuhan, *Understanding the Media: The Extension of Man* (UK: Routledge & Kegan paul, 1964)

10. Rudy Brez, *A Taxonomy of Communication Media* (New Jersey: The Rand Corporation, Educational of Technology Publications, Englewood Cliffs), p.p. XVIII-XIX

11. Melvin Delfleur, p.542

12. James Watson, p.108.

13. Tim O' sullivan, p.136.

14. Message Code.

15. Message Content.

16. Message treatment.

۱۷. مباحثی که در زیر این عنوان بحث شده برگرفته از

فصل دوم منبع ذیل است:

Michael Gulvitch; Tony Bennett; Jame Curran; Janet Woolcott, *Culture, Society and Media* (London: Routledge, 1982)

18. Structed Wholea.

19. Discourse Analysis.

20. Functions.

21. Signifie - Signifiant.

۲۲. برای آشنایی با این مباحث نگاه کنید به:

کوروش صفوی، درآمدی بر زیانشناسی، (تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۶۰)