

بررسی شرایط تولید و دریافت معنا در ارتباط گفتمانی

حمیدرضا شعیری^۱

بیبا ترابی^۲

تاریخ دریافت: ۹۰/۴/۲۸

تاریخ تصویب: ۹۰/۸/۲

چکیده

این مسئله که چه عواملی در شکل‌گیری و انتقال معنا نقش دارند و چگونه زبان می‌تواند چهارچوب محدود خود را پشت‌سر گذارد و سبب تولید معناهایی جدید و غیرمنتظره شود، همواره پرسشی تازه است. نمی‌توان معنا را امری از پیش تعیین شده و ثابت دانست؛ زیرا شکل‌گیری معنا تابع جریان‌های زنده، فعال، باز و سیال است؛ به همین دلیل، هرگاه از معنا سخن گفته می‌شود، باید به فرایند معناسازی توجه کرد. در واقع، معنا در چرخه تعامل، براساس موقعیت و طی فرایندی تحقق می‌یابد که در آن، شرکای گفتمانی (گفته‌پرداز و مخاطب) به‌طور فعال دخالت دارند. در این مقاله، در پی پاسخ این پرسشیم که تولید و دریافت معنا در ارتباط گفتمانی، تابع چه کارکردهایی است.

هدف از نگارش این مقاله، علاوه بر پاسخ به پرسش بالا، بررسی این نکته مهم است که معنا فقط تولید نمی‌شود؛ بلکه دریافت و تفسیر نیز

۱. دانشیار دانشگاه تربیت مدرس shairi@modares.ac.ir

۲. کارشناس ارشد آموزش زبان فرانسه Bita_Torabi@yahoo.com

می‌شود و براساس همین دریافت و تفسیر، کنش‌ها و واکنش‌های معنایی، در ارتباط و تعامل با یکدیگر، به تولید معنایی جدید و کیفی منجر می‌شوند.

واژه‌های کلیدی: زبان، گفتمان، معنا، تفسیر، تعامل، توانش.

۱. مقدمه

یکی از ویژگی‌های مهم زبان، این است که سبب تبادل معنا بین عوامل گفتمانی می‌شود. مبادله معنا فرایندی است که در تحقق آن، سه عنصر اساسی فهم، تفسیر و واکنش به آنچه دریافت می‌شود، فعال هستند. انسان از زبان استفاده می‌کند تا معنایی را منتقل کند؛ در مقابل، مخاطب نیز پس از دریافت معنا، براساس فهم و تفسیر خود، به آنچه شنیده است، واکنش نشان می‌دهد. گاهی حتی دامنه فهم ما از گفته‌ها تاحدی وسعت می‌یابد که ممکن است حتی گفته‌پرداز^۱ به آن فکر نکرده باشد. این کنش و واکنش^۲، کارکرد زبان را بسیار فراتر از چهارچوبی مطرح می‌کند که برای آن می‌شناسیم. حال، سؤال این است که این فهم و تفسیر معنایی دخیل در واکنش‌های گفتمانی، تابع چه کارکردهایی است. در واقع، به واسطه کنش گفتمانی، گفته‌پرداز و گفته با یکدیگر مرتبط می‌شوند. «هر گفتمان، فرایندی است جهت‌دار که با دخل و تصرف، گزینش، جابجایی و بسط و توسعه رابطه بین سطوح زبانی، منجر به تولید معنا می‌شود» (شعیری، ۱۳۸۸: ۵۵). هر سخن - که حاصل عملیات گفتمانی است - نه تنها مخاطب یا مخاطبانی فعال دارد که بر تعاملی بودن آن، صحه می‌گذارند؛ بلکه جهتمند نیز هست؛ بر همین اساس، فونتنی معتقد است «هرگاه بگوییم چیزی یا موقعیتی معنی دارد، یعنی معتقدیم که آن چیز یا موقعیت، به سویی متمایل است» (فونتنی، ۱۹۹۸: ۲۱)؛ اما همین جهتمندی وقتی در چرخه تعامل معنایی قرار می‌گیرد، به تولید جهتی جدید، منجر می‌شود. به همین دلیل است که معنا حالتی پویا، سیال و همواره در حال

1. énonciateur

2. interaction

بازسازی دارد. پس از اینها، این سؤال مطرح می‌شود که عوامل دخیل در پویایی و سیال بودن معنا کدام‌اند.

در این مقاله کوشیده‌ایم تا علاوه بر پاسخ دادن به پرسش‌های مطرح شده، عناصر، عوامل، شرایط و توانش‌هایی^۱ را بررسی کنیم که بر دریافت، فهم معنا و واکنش گفتمانی به آن تأثیر دارند.

۲. تعامل‌های زبانی

نخست باید ببینیم چگونه تعامل‌های زبانی، به ایجاد نقاط مشترک معنایی منجر می‌شود. پیش از پاسخ دادن به این سؤال باید این اصل را مدنظر داشته باشیم که در فرایند تولیدهای زبانی، انسان و معنا ارکان زنده به‌شمار می‌روند.

هر تعامل زبانی در دو مرحله تحقق می‌یابد:

در مرحله اول، گفته‌پرداز، موقعیتی را که در آن قرار دارد، ارزیابی می‌کند. منظور از ارزیابی موقعیت، در نظر گرفتن مجموعه شرایطی است که جریان گفتمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. جنسیت، سن، شغل، سطح اجتماعی - فرهنگی، نگرش مذهبی، تجربه و باورها از جمله مسائل دخیل در ارزیابی موقعیت گفتمانی هستند.

در مرحله دوم، گفته‌پرداز به تولید بیانی سخنی می‌پردازد که می‌خواهد بگوید. در بعضی از موارد، حتی سکوت هم یکی از گزینه‌های تعاملی است. گفته‌ای مانند «امشب چی کار می‌کنی؟» را می‌توان یک پیش‌دعوت یا پیش‌درخواست در یک بافت موقعیتی تلقی کرد و شاید هم این گفته، گونه‌ای درخواست اطلاعات تعبیر شود. براساس نوع تعبیر مخاطب از این گفته، واکنش بدان، یکسان نیست. اگر موقعیت و لحن کلام گوینده سبب شود سؤال او یک پیش‌دعوت تعبیر شود، مخاطب در صورت تمایل به پاسخ مثبت می‌تواند جواب دهد: «هیچی. آزادم»؛ برعکس، اگر او نخواهد یا نتواند چنین دعوتی را بپذیرد، با دادن اطلاعاتی درباره کارهایی که در آن شب باید انجام دهد، به این سؤال پاسخ می‌دهد؛ در حالتی نیز که مخاطب براساس موقعیت و با تکیه بر توانش‌های دخیل در فهم معنا، هدف از بیان جمله را درخواست اطلاعاتی درباره برنامه خود بدانند،

متوجه می‌شود که باید خود را برای یک بست موضوعی دربارهٔ فعالیت‌های شب، آماده کند؛ بنابراین، او با گفتن «هیچی» می‌تواند از بیان اطلاعات دربارهٔ برنامه‌اش سر باززند.

در تعامل‌های ناخودآگاه، فوری و روزمره، نیازی به طی این دو مرحله نیست؛ یعنی ارزیابی موقعیت و نقش اجتماعی و فرهنگی مخاطب، ضرورتی ندارد. از آنجا که تعامل‌های زبانی، ارتباط‌های بسیار معمولی و رایج را نیز شامل می‌شود، مخاطب بدون فوت وقت و ارزیابی گفتمانی، واکنشی فوری از خود نشان می‌دهد؛ مثلاً هنگامی که کسی از ما می‌پرسد: «ببخشید ساعت خدمتتان است؟»، ما می‌توانیم به او پاسخی فوری بدهیم و به ارزیابی موقعیت، نیازی نداریم؛ پس تعامل‌های گفتمانی، دو نوع واکنش فوری و باواسطه را به وجود می‌آورند. در واکنش فوری، عنصر زمان به‌عنوان عامل فیلترگذار، کاهش می‌یابد؛ به همین دلیل، در چنین حالتی، واکنش ناخودآگاه، جایگاهی مهم دارد؛ اما در واکنش باواسطه، عنصر زمان به‌عنوان فیلترگذاری مهم دخیل است و سبب ارزیابی شناختی موقعیت می‌شود.

با نگاهی به سیر تاریخی مطالعه‌های زبان‌شناختی، چهار مرحلهٔ اساسی را در تحول آنها می‌بینیم: مرحلهٔ ساختارگرایی؛ مرحلهٔ گفتمانی؛ مرحلهٔ تعاملی؛ مرحلهٔ هم‌آمیختگی.

در مرحلهٔ ساختارگرایی، زبان به‌عنوان ابژه یا عنصری جدا و مستقل از گفته‌پرداز مطالعه می‌شد و به‌مثابهٔ جریانی کاملاً عینی و مستقل از گفته‌پرداز، در نظر گرفته می‌شد؛ به دیگر سخن، زبان قابل تعبیر به یک شیء بود که در بیرون از گفته‌پرداز قرار داشت؛ بر این اساس، زبان کارکردی مکانیکی می‌یافت و روح یا حضور زندهٔ پدیداری نداشت.

در مرحلهٔ گفتمانی، مطالعه‌های زبان‌شناختی در تقابل با ساخت‌گرایی قرار گرفت و زبان از منظر گفتمانی، بررسی شد. «در چارچوب گفتمان، زبان فرایندی است که کسی عهده‌دار تولید آن می‌شود و به همین دلیل، ارتباط زبانی، نتیجهٔ یک فرایند گفتمانی است» (شعیری، ۱۳۸۳: ۲۰۲). از جمله زبان‌شناسانی که در گفتمانی‌شدن مطالعه‌های زبانی، نقشی ویژه ایفا کرد، می‌توان امیل بنونیست^۱ را نام برد. وی معتقد بود «گفتمان یعنی به‌کارگیری زبان به‌واسطهٔ استعمال فردی از آن» (بنونیست، ۱۹۷۰: ۱۲ تا ۱۸). در واقع، فعالیت گفتمانی، حضوری است زنده، جهت‌دار، پویا و

1. Emile Benveniste

همواره در حال کنش. در گفتمان، هیچ‌یک از قطب‌های گفتمانی، اعم از گفته‌پرداز و مخاطب، منفعل نیستند و به یک اندازه، در کنش‌ها و واکنش‌های زبانی سهیم‌اند.

در مرحله سوم، بر بعد تعاملی زبان، تأکید شد؛ بدان معنا که گفتمان همواره خلأ ایجاد می‌کند و تنها مشارکت و دخالت شرکای گفتمانی می‌تواند در رفع خلأ زبانی، مؤثر باشد. در واقع، در بعد تعاملی، مخاطب شریک گفته‌پرداز است تا وجه پنهان یا ناگفته گفتمان او را تکمیل کند؛ مثلاً اگر در جایی بخوانیم: «احمد از سپاهان، کناره گرفت»، بلافاصله متوجه می‌شویم در این گفته‌پردازی، جوهری پنهان وجود دارد که مخاطب آن را تکمیل می‌کند. این وجوه عبارت‌اند از:

- احمد فوتبالیست است؛

- احمد عضو تیم سپاهان بوده است؛

- احمد با تیم خود دچار مشکل شده است؛

- احمد از مدیران خود ناراضی است.

این چهار گفته، نتیجه رابطه تعاملی گفتمان هستند.

در مرحله چهارم، گفتمان قادر است از این جایگاه نیز فراتر رود و به این ترتیب، تعامل جای خود را به هم‌آمیختگی گفتمانی می‌دهد. در این صورت، گفته‌پرداز و مخاطب به دنبال پرکردن خلأ گفتمانی نیستند؛ بلکه خود را در یکدیگر می‌یابند. این حالت را می‌توان به‌طور ویژه، در گفتمان‌های هنری و ادبی یافت؛ اما ترجیح می‌دهیم با مثالی بسیار ساده و برگرفته از گفتمان پشت کامیونی، این موضوع را شرح دهیم. هنگام عبور از سربالایی تندی، متوجه گفته‌ای بروی کامیونی شدیم که جلوی ما حرکت می‌کرد: «سربالایی پرنده، سربالایی شرمنده». با خواندن این گفته، مخاطب راهی جز همدردی و همسویی با گفته‌پرداز ندارد و شاید هم خودش را جای راننده آن کامیون بگذارد. این گفته می‌تواند راه را برای همزیستی مسالمت‌آمیز بگشاید و موجب صبوری، حوصله و پرهیز از شتاب نیز شود. این همان چیزی است که در اثر هم‌آمیختگی گفتمانی به‌وجود می‌آید.

همان طور که می‌دانیم، وجود هر ارتباطی، نیازمند حداقل سه عنصر اساسی است: فرستنده^۱، پیام^۲ و گیرنده^۳ (مخاطب)؛ البته این عناصر در عین مهم بودن، کافی نیستند؛ به‌ویژه که فرستنده را عنصری فعال و گیرنده را منفعل فرض کرده‌اند؛ به همین دلیل، در نظریه گفتمان، هر دو قطب ارتباط به یک اندازه فعال‌اند. بعدها الگوی ارتباط، کامل‌تر شد و عناصری دیگر مانند کانال ارتباطی، رمزگذاری و رمزگشایی نیز به آن اضافه شد. «براساس مدل رمزگشایی، مغز انسان دارای نوعی نظام رمزگذاری است که تصاویر ذهنی و ایده‌ها را به کلمات و نمادهایی قابل ارائه و بیان، تبدیل می‌کند» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۲۷۹)؛ اما در این مدل نیز مخاطب همچنان در جایگاه اصلی خود، یعنی توانش معنایی در راستای فهم، تفسیر، واکنش و دخالت در پرکردن خلأ زبانی قرار نمی‌گیرد.

در دهه پنجاه میلادی، مدل ارتباطی ویلبر شرام^۴ طراحی شد که در آن، به مخاطب و واکنش‌های او بیشتر توجه می‌شد. پیش از این، مدل‌های ارتباطی، از نوع خطی و یک‌طرفه بود و در آنها، پیامی از طرف فرستنده به گیرنده منتقل می‌شد. شرام علامت‌ها و رمزهای مشترک بین فرستنده و مخاطب را منوط به وجود تجربه مشترک بین آنها می‌داند.



1. locuteur= destinataire
2. message
3. allocutaire= destinataire
4. Willbur Schramum

وی در سال ۱۹۰۷ میلادی، در مارینا واقع در ایالت اوهایو متولد شد. بیشتر صاحب‌نظران ارتباطی بر این باورند که ویلبر شرام بنیان‌گذار اصلی حوزه مطالعات ارتباطی است.

شرام در تکمیل مدل خود، توضیح داده است که در فراگرد ارتباط، هر فرد هم رمزگذاری می‌کند و هم رمزگشایی؛ هم دریافت می‌کند و هم انتقال می‌دهد. «این ویژگی‌ها باعث می‌شود که هر فردی در یک ارتباط، دریافت کند، به شرح و تفسیر پردازد و انتقال دهد» (محسنیان راد، ۱۳۷۸: ۳۸۱ تا ۳۸۳)؛ پس ارتباط، چیزی نیست که از جایی شروع و به جایی ختم شود؛ بلکه جریانی پیوسته، درحال چرخش و تعاملی است. مخاطب پیام دریافتی را تفسیر می‌کند؛ سپس این تفسیرها و تعبیرها رمزگذاری و منتقل می‌شوند و بدین صورت، ارتباط ادامه می‌یابد. در هر ارتباطی، سایه شرایط آن ارتباط را می‌توان دید. منظور از شرایط ارتباط^۱، داده‌های مشترک و عمومی بین فرستنده و گیرنده درباره آن چیزی است که به موقعیت فرهنگی و روان‌شناختی مربوط است. با این تعریف، تمام عناصر بیرونی و یا پیرا زبانی^۲، شرایط ارتباط را تشکیل می‌دهند و بر آن تأثیر می‌گذارند. «می‌توان گفت که ارتباط ما با دنیای بیرون، و احساس و ادراک ما از چیزهایی که با آن مواجه می‌شویم، تابع شرایط زمانی، مکانی، نوری و نوع حضور آن چیزها در برابر ماست» (شعیری، ۱۳۸۳: ۲۱۱ و ۲۱۲).

۳. تولید و تعاملی بودن معنا

در مقاله «معناشناسی تعامل» آمده است:

احساس و ادراک ما از چیزها می‌تواند مبنای شکل‌گیری معنا به‌شمار آید؛ در حالی که همین احساس و ادراک، نتیجه یک جریان تعاملی است. همین معنای به‌وجودآمده می‌تواند سرچشمه یک خلاء زبانی باشد، که فقط فعالیت تعاملی می‌تواند در جهت رفع آن حرکت کند؛ پس معنا می‌تواند معناهای کامل‌تری داشته باشد و سبب ایجاد فعالیت‌های

تعاملی جدیدتری شود (شعیری، ۱۳۸۳: ۲۰۰)؛

از این روی، پیرا اوالت می‌گوید: «معنای یک گفته، تنها به ارائه دنیایی که در آن گفته ترسیم می‌کند، بستگی ندارد؛ بلکه مدیون شرایطی است که نشان‌دهنده چگونگی رابطه حسی - ادراکی

1. situation de la communication

2. paralinguistique

گفته‌پرداز با آن دنیا باشد» (اوالت، ۱۹۹۲: ۱۶۱). گرمس، بنیان‌گذار دانش نشانه-معنی‌شناسی نوین فرانسه، معتقد است احساس و ادراک یعنی «درمقابل دنیای ناهمگون قرار گرفتن. وقتی نوزادی چشم می‌گشاید، در دو هفته اول زندگی، با انبوهی از رنگ‌ها و اشکال نامعین مواجه می‌شود؛ به این شکل است که دنیا خود را بر او نمایان می‌سازد» (گرمس، ۱۹۸۶: ۳۱۳)؛ بنابراین می‌توان گفت درمقابل دنیا قرار گرفتن، یعنی متوجه گوناگونی و تفاوت‌ها شدن. از طریق همین فهم تفاوت‌ها معنا تولید می‌شود. جالب اینجاست که «هیچ تضمینی در ثبات و همیشگی بودن معنا نیست. چون زمان می‌گذرد، لایه‌های دخیل در خوانش معنا تغییر می‌کنند و متن در قاب‌های گفتمانی متفاوتی قرار می‌گیرد» (سجودی، ۱۳۸۷: ۱۱۰).

دکتر محمدرضا باطنی معتقد است:

صورت زبان به‌نسبت، بسیار باثبات‌تر از معنای آن است و آسان‌تر نیز شناخته می‌شود. علت این امر نیز قلمرو نسبتاً محدودی است که صورت‌های زبان (واج‌ها، واژک‌ها و خصوصیات نحوی) دربر می‌گیرند، و برعکس، به‌علت قلمرو بسیار وسیع معنا است که موقعیت‌ها- که صورت‌های زبان در ارتباط با آنها به‌کار برده می‌شوند- در آن گسترده می‌شوند (باطنی، ۱۳۶۳: ۱۳۲).

بیشتر واژه‌ها دارای بارهای معنایی گوناگونی هستند و می‌توان معنای مناسب آنها را از طریق بازبینی دیگر اجزای جمله، تعیین کرد. گاه در یک تعامل زبانی، وقتی یک طرف، چیزی می‌گوید، طرف مقابل دقیقاً به همان مفهومی پاسخ نمی‌دهد که مورد نظر طرف اول بوده‌است؛ بلکه آنچه او دریافت کرده، شبیه و یا نزدیک به معنای مورد نظر طرف مقابل بوده‌است؛ نه دقیقاً عین آن؛ بدین ترتیب، طرف اول می‌بیند بین آنچه منظور او بوده و آنچه طرف مقابل فهمیده، تفاوت وجود دارد. با توجه به این تفاوت، شخص اول می‌تواند چیزی تازه ببیند که هم متناسب با دیدگاه خودش است و هم متناسب با نظر طرف مقابل. این رفت و برگشت همچنان ادامه پیدا می‌کند. مشکلاتی که بعضی وقت‌ها، در تعامل‌های زبانی، درباره فهم معنا پیش می‌آید، گاه ناشی از آن است که هر کس نزد خود، تصور، پندار، مفروضات و عقایدی متفاوت با دیگری دارد. با تکیه بر دیدگاه فلسفی، همه هستی، سایه‌هایی بیش نیست که به هم پیوسته و یک واحد را تشکیل داده‌اند؛ اما ما

بیشتر وقت‌ها، برای راحتی، چیزهایی خاص را از بقیه جدا می‌کنیم و طبق تفکرمان، برای این جداسازی، اهمیت زیادی قائل می‌شویم. یول^۱ دربارهٔ این مسئله می‌گوید: «برای فهم آنچه در تعامل گفته می‌شود، باید به عوامل گوناگونی که مربوط به دوری یا نزدیکی اجتماعی می‌شوند توجه کنیم. پاره‌ای از این عوامل پیش از بروز تعامل تثبیت می‌شوند و بنا بر این، بیشترشان عوامل بیرونی هستند. چنین عواملی معمولاً دربر دارندهٔ موقعیت نسبی شرکت‌کنندگان هستند که خود مبتنی بر ارزش‌های اجتماعی مربوط به اموری نظیر سن و نفوذ افراد است.» (یول، ۱۳۸۵: ۸۱). از این روی می‌توان گفت فهم معنا با توجه به وضع‌گوینده و شنونده تغییر می‌کند. با توجه به اینکه در چه زمان، کجا، تحت چه شرایطی، و با چه زاویهٔ دید و احساس و ادراکی وارد ارتباط شویم، فهم معنا تغییر می‌کند. براساس نظریهٔ کنش‌گفتمانی، هر گفته دارای یک نقش کارکردی است که از ساخت ظاهری آن قابل استنباط نیست؛ به همین سبب، جمله برحسب موقعیت کاربردی می‌تواند دارای معانی‌ای متفاوت باشد؛

مثلاً جملهٔ «گرچه روی پادری نشسته»، بسته به روی آورد^۲ گوینده و موقعیت بیرونی می‌تواند دارای سه معنای زیر باشد:

الف) مواظب باش در به گربه نخورد! (اخطار)

ب) چرا مواظب نبودی گربه روی پادری نشیند؟ (توبیخ)

ج) بالاخره، گربه یاد گرفت روی پادری بنشیند (اعلام خوشحالی) (نیلی‌پور،

۱۳۸۰: ۶۳).

مجموع آگاهی‌هایی که ما را در درک و کاربرد بیش از نیمی از جمله‌های دستوری زبان، یاری می‌کند، کاربردشناسی زبان^۳ نام دارد که دانشی متفاوت و فراتر از دانش زبان‌شناسی (یعنی دانش واجی، صرفی، نحوی و واژگانی) است؛ مثلاً جملهٔ «فکر نمی‌کنید خیلی دیروقت است؟» را می‌توان در تعامل‌های زبانی و با توجه به موقعیت‌های ارتباطی متفاوت، بدین صورت‌ها تفسیر کرد:

- بهتر است کار را تعطیل کنیم و بقیهٔ آن را فردا انجام دهیم؛

1. George Yule
2. intention
3. pragmatique

- ادامه کار، سبب ایجاد مزاحمت برای همسایگان می شود؛
 - چون شما یک خانم هستید، نباید این موقع تنها بیرون بروید؛
 - بهتر است یک تاکسی صدا بزنید؛
 - دیگر فرصت انجام این کار نیست؛
 - عجله کار شیطان است. این همه فشار برای چه؟ شما به استراحت نیاز دارید.
- هر کدام از این مفاهیم، براساس توانشی معنایی صورت می گیرد که در قسمت بعدی، درباره آن سخن خواهیم گفت.

در تعاملات زبانی، کلمه یا در اصل گفته، به عنصری سه بُعدی با ابعاد سوژه، گیرنده و بافت تبدیل می شود و در عین حال، این سه بُعد به هم پیوند می خورند؛ بدین ترتیب، ما با دو جنبه زبانی و فرازبانی روبرو هستیم (نامور مطلق، ۱۳۸۷: ۱۸۵).

حتی گاهی شنیدن یک کلمه می تواند در شنونده، حالت هایی متفاوت ایجاد کند؛ زیرا تجربه زیستی افراد، در فهم معنای آن کلمه دخیل است؛ مثلاً واژه «بندر» می تواند حالت هایی متفاوت مثل هیجان و شوق، نفرت، بی تفاوتی، حسرت، غرور، شرمندگی، شجاعت، حقارت، شادمانی و... را ایجاد کند. برای کسی که بچه بندر است و کسی که فقط یک بار برای سفر به آنجا رفته است، مفهوم این واژه در یک گفته، یکسان نیست.

حتی معانی ظاهراً روشنی مانند معنی کلمه «کیک»، بسیار پیچیده تر از آن است که در وهله اول، به نظر می رسد؛ مثلاً همین «کیک» انواع بسیار زیادی دارد (کیک شکلاتی، کشمش، نارگیلی، میوه ای و...). هر یک از این انواع نیز در جاهای مختلف، با هم تفاوت هایی دارند؛ علاوه بر این، معنی کلمه «کیک» مانند هر کلمه دیگر، بسته به موقعیتی که در آن به کار برده می شود، فرق می کند. بسته به وضعیت روحی، طرز فکر و دیگر خصوصیات گوینده و شنونده. هیچ دو موقعیتی هیچ گاه مانند هم نیستند؛ مثلاً کلمه «کیک» ممکن است حالتی مطبوع، تفرانگیز یا بی تفاوت در شنونده برانگیزد؛ بسته به اینکه او در آن لحظه، در چه حالی باشد، چقدر گرسنه باشد، تجارب قبلی اش

دربارهٔ کیک چه باشد و... این نوع ویژگی‌های روحی - عاطفی معمولاً در تعریف‌های فرهنگ لغات، وارد نمی‌شوند (باطنی، ۱۳۶۳: ۱۳۲ و ۱۳۳).

عملیات تعامل زبانی، یک طرفه و بسته نیست؛ مثلاً وقتی فردی می‌گوید: «دیگر نمی‌توان به حرفش اعتماد کرد»، شنونده دو معنای متفاوت را از این جمله برداشت می‌کند: یکی اینکه تا به حال می‌شد به حرفش اطمینان کرد و دیگر اینکه بدقولی یا موفق نشدن در کاری باعث شده است که دیگر نتوان به حرفش اطمینان کرد. «هر شنونده به تناسب آنچه شنیده، آنچه از آهنگ درک کرده، آنچه از ساختمان جمله دریافته و بر اثر وضع اجتماعی، تحصیلی، خانوادگی و سیاسی و مذهبی، مقصود گوینده را مختلف دریافت می‌کند.» (اختیار، ۱۳۷۰: ۹۱)؛ از این روی، در فرایند گفتمان، کنش گفتمانی اتفاق می‌افتد و این یعنی حضور چیزها نه آن گونه که هستند؛ بلکه آن گونه که ما می‌خواهیم باشند و آنها را می‌فهمیم. دنی برتران، تعبیری زیبا و ظریف از معنا دارد:

کلمات فقط بخش‌هایی از دنیا را بر ما نمایان می‌سازند که براساس هر زبان، به گونه‌ای متفاوت قیچی خورده‌اند؛ اما در پس کلمات، از کلمات تا جملات و از جملات تا متن، این ما هستیم که خلاء را پر می‌کنیم، معنا را می‌سازیم و همواره به دنبال کامل نمودن آن هستیم (برتران، ۱۹۹۹: ۷).

در جمله‌ای مثل «دست‌های تپلی داری»، گفته‌پرداز می‌تواند معنایی متفاوت را در نظر داشته باشد:

الف) هیچ‌وقت از دست‌هایت کار نکشیده‌ای؛

ب) دست‌هایت با بقیهٔ اعضای بدن هماهنگ نیست؛

پ) دست‌های بدشکلی داری؛

ت) دست‌هات چون می‌ده واسه «نون بیار کباب ببر»؛

ث) با این دست‌ها چطوری می‌خواهی کار کنی؟؛

ج) دست‌هات چه بامزه‌اند!

موقعیت، بافت، شرایط و روابط بین گفته‌پردازان، معنای گفته را تعیین می‌کند. معنا دیکته نمی‌شود؛ بلکه ایجاد می‌شود. به عقیده گرمس، «محتوای کنش‌ها دائم تغییر می‌کند؛ چراکه عوامل متفاوتی در کنش‌ها دخالت می‌کنند» (گرمس، ۱۹۸۶: ۱۷۳).

۴. ارتباط و فرایند تنشی معنا

گذر از نظام ارتباطی زبانی به نظام ارتباطی گفتمانی و تحول در مطالعه‌های زبان‌شناختی نشان می‌دهد که هر ارتباط، دارای وجهی تنشی^۱ است که حاکی از نقش طبقاتی، کشمکش‌های گفتمانی و قرارداد بین کنشگران زبانی است. در بسیاری از موارد، هدف از بیان گفته‌ها، القای چیزی است؛ مثلاً پدری با شنیدن صدای فرزندش که بالحنی کودکانه و بسیار محبت‌آمیز خطاب به او می‌گوید: «پدرجون!»، واکنش نشان می‌دهد و به او می‌گوید: «چه شده؟ نکند باز پول می‌خواهی». این مثال بسیار ساده نشان می‌دهد که ما در گفته‌هایمان، در پی القای چیزی هستیم. هیچ‌کس فراموش نکرده است که در داستان «روباہ و زاغ»، چگونه چاپلوسی و تعریف و تمجید روباہ، کلاغ را به وجود می‌آورد و باعث ازدست‌رفتن طعمه او می‌شود. هر گفته‌ای می‌تواند با تشویق و تمجید، تهدید، چاپلوسی، فریب، تحریک، اغوا و...، به القای چیزی منجر شود و کنشگر براساس آن، واکنشی مثبت و یا منفی از خود بروز دهد؛ به همین دلیل، ارتباط گفتمانی، معنایی تنشی را به وجود می‌آورد. به عقیده دنی برتران، «در فضای گفتگو، طرف‌های گفتمانی به‌طور هم‌زمان یا متوالی، نقش القاگر یا القاپذیر را ایفا نموده و همان‌طور که می‌توان تصور نمود، از هیچ ترفندی برای نیل به اهدافشان دریغ نمی‌کنند» (برتران، ۱۹۹۹: ۶۳). به‌طور دقیق، همین تلاش برای تأثیرگذاری بر هم‌گفته‌پرداز و وادار کردن او به کنش، معنای تنشی را ایجاد می‌کند. هشدار دادن، قول دادن، ترساندن، دلیل آوردن، تشویق کردن و... همه در راستای القای کنش به مخاطب و وادار کردنش به انجام آن، صورت می‌گیرند؛ در مقابل، شریک گفتمانی یا به کنش تن می‌دهد، یا مقاومت می‌کند و از کنش امتناع می‌ورزد و یا کنشی متضاد آنچه انتظار می‌رود، انجام می‌دهد. در هر حال، وضعیتی تنشی روی می‌دهد که مبتنی بر تفسیر و فهم شریک گفتمانی

متفاوت است. هرچه وضعیت تنشی، کمینه‌ای باشد (کنش‌پذیری از نفوذپذیری زیاد برخوردار باشد)، احتمال تن دادن به کنش و القای پذیری، بیشتر است و هرچه وضعیت تنشی، بیشینه‌ای و حداکثری باشد (کنش‌پذیر نفوذپذیری کمی داشته باشد)، احتمال مقاومت و سرباز زدن از کنش، بیشتر است؛ مثلاً زاغ با نفوذپذیری زیاد، خود را ققنوس تصور می‌کند و برای اثبات این مسئله، آواز سر می‌دهد. ممکن است ارتباط تنشی، نتیجه‌ای مثبت و یا منفی داشته باشد. در داستان «روباہ و زاغ» نیز نتیجه القای پذیری آسان زاغ، تنبیه او و ازدست دادن طعمه است و نتیجه القای پذیری روباه، پاداش برای او و به‌چنگ آوردن طعمه است؛ بنابراین، هر ارتباطی می‌تواند ما را در وضعیتی القایی با کارکردی تنشی قرار دهد و این وضعیت تنشی به‌نوبه خود، پاداش یا تنبیه به‌دنبال دارد. اینک می‌توان گفت که هر ارتباط گفتمانی، دارای مراحل زیر است:

گفته‌پردازی ← تعامل گفتمانی ← تفسیر معنایی ← وضعیت تنشی ← (نظام القایی)

ذکر مثالی بسیار ساده کمک می‌کند تا مراحل ارتباط گفتمانی بالا را بهتر بفهمیم. همه می‌دانیم که در فرهنگ ما، هنگام خرید، رسمی به‌عنوان چانه‌زنی برای تخفیف گرفتن از فروشنده وجود دارد. در این کنش زبانی هم القا وجود دارد. هرچه کنش القایی، قوی‌تر و مؤثرتر باشد، خریدار برای برخورداری از تخفیف، شانس بیشتری دارد. گاهی هم خریدار با مقاومت فروشنده و پاسخ‌هایی مانند «قیمت مقطوع است»، «جنس شرکتی است»، «من فقط فروشنده هستم و اجازه تخفیف دادن ندارم»، «بارکد قابل تغییر نیست» و... روبرو می‌شود و هیچ شانس برای تخفیف گرفتن ندارد. در هر حال، در تعامل گفتمانی، اگر خریدار موفق به گرفتن تخفیف شود، از وضعیت گفتگوی تنشی به نتیجه مثبت آن، یعنی پاداش می‌رسیم و در صورت مقاومت فروشنده، تنبیه احتمالی او این است که خریدار از خرید منصرف شود و جنس مورد نیاز خود را از مغازه فروشنده‌ای دیگر تهیه کند.

۵. تعبیرهای معنایی

گاه ممکن است از گفته‌های اشخاص، مفاهیم دیگر و گاه متضاد مقصود آنها استنباط شود. پیش از این نیز گفتیم که معنی واژه‌ها، براساس زمان و مکان تغییر می‌کند. همه ما می‌دانیم که «توالت»، «دست شویی» و «سرویس بهداشتی»، صورت‌های مختلف زبانی‌ای هستند که بیش از یک معنی ندارند؛ ولی در شرایط فرهنگی متفاوت، کاربرانی متفاوت دارند؛ مثلاً در فرانسه، خانم‌ها بیشتر از واژه «توالت» و آقایان بیشتر از واژه «دبلیو. سی.» استفاده می‌کنند. نمونه دیگر، «سرخ شدن» است که بر اثر خشم، شرم و یا حرارت زیاد بدن، ایجاد می‌شود. در اینجا، یک صورت زبانی داریم که می‌تواند مدلول‌های متفاوتی داشته باشد؛ اما انسان سیاه‌پوست هر قدر هم سرخ شود، به سبب سیاهی رنگ پوست او، سرخی صورتش کمتر قابل مشاهده است؛ در عین حال، این مسئله بدان معنا نیست که سیاه‌پوستان دچار خشم و شرم نمی‌شوند.

ممکن است واژه بر حسب مقاصد کاربردش، نقاب‌هایی مختلف به خود بگیرد؛ مثلاً واژه «شیر» در بافت‌های گفتمانی متفاوت، بر شیر خوراکی، شیر آب و یا شیر درنده اطلاق می‌شود؛ اما ما معتقدیم حتی در مواردی که واژه‌ای یک صورت و یک مفهوم مشخص دارد، بازهم یکسان دریافت نمی‌شود؛ مثلاً غروب خورشید بر حسب اینکه در تابلوی نقاشی به کار رفته باشد یا در طبیعت، دو احساس متفاوت و در نتیجه، مفاهیمی ناهمسان را برمی‌انگیزد. علت این امر، آن است که این دو غروب خورشید، در بافت‌هایی متفاوت و از سوی مخاطبانی مختلف رؤیت می‌شوند. مهم‌ترین نکته آن است که غروب خورشید طبیعی، در زمان خاص خودش اتفاق می‌افتد؛ در حالی که یک تابلوی غروب خورشید، در هر زمانی قابل دیدن است.

گاهی هم ممکن است واژه‌ای بر حسب تخصص، نوع استفاده و تجربه فردی، معانی متفاوتی داشته باشد؛ مثلاً آنچه از واژه «آهن» استنباط می‌شود، بر حسب خصوصیت کسی که آن را به کار می‌برد، متفاوت است؛ از نظر شیمی‌دان، آهن از جهت نوع فلز و کاربرد آن مطرح نیست؛ بلکه ویژگی‌های آن، بیشتر از نظر ترکیب آن با مواد دیگر مورد توجه است؛ آهنگر فقط به سودمندی-های آهن توجه می‌کند؛ ادیب نوپرداز از آهن فقط قصد نمادسازی دارد؛ پزشک که در آزمایشگاه، مقدار آهن خون را می‌سنجد، نظری دیگر دارد؛ برای باستان‌شناس آهن معنی هویت

تاریخی دارد؛ به‌ویژه قطعه آهنی که از زیر خاک کشف شده است؛ برای مهندس ساختمان، آهن معنی استحکام و مقاومت می‌دهد. به‌عبارتی می‌توان به یک شیء خاص، از دیدگاه‌هایی مختلف نگریست و بر این اساس، روابطی متفاوت را جستجو کرد که در معنی، تغییر پدید می‌آورند؛ به دیگر سخن، انسان به‌شکلی دنیای مقابل خود را معرفی می‌نماید که احساس و ادراک او آن را دیکته می‌کند؛ به همین دلیل است که انسان، دنیا و زبان، مثلث فعالی را تشکیل می‌دهند که همواره در ارتباط با یکدیگر به‌سر می‌برند (شعیری، ۱۳۸۳: ۲۱۳)؛

بر این اساس، معنا سیال است و هیچ معنایی را نمی‌توان ثابت فرض کرد؛ چون همه چیز تابع مخاطب آن است و دریافتی متفاوت از آن، به تغییر کارکرد معنایی منجر می‌شود؛ بنابراین، هر دریافت صرفاً دریافتی ناقص از یک چیز تلقی می‌شود. اسپینوزا عالی‌ترین هدف شناخت را شناخت جوهر می‌دانست. به‌نظر او، خطا به‌معنای شناخت نادرست نیست؛ بلکه نقصان شناخت است. علت نقصان شناخت، آن است که دریافت ما از مسائل، آنها را مثله می‌کند؛ به طوری که آنها دیگر خودشان نیستند و فقط سایه‌ای مبهم از خودشان‌اند. برای درک این موضوع، اسپینوزا از مثال رابطه انسان با خورشید استفاده می‌کند. به‌عقیده او، باینکه انسان می‌داند خورشید در فاصله‌ای بسیار دور نسبت به او قرار دارد، آن را بسیار نزدیک به خود احساس می‌کند. «این احساس نزدیکی، به این دلیل نیست که ما فاصله واقعی خورشید با خودمان را نمی‌شناسیم؛ بلکه به این علت است که جسم ما جوهر واقعی خورشید را به اندازه‌ای که از آن متأثر می‌شود، می‌فهمد» (اسپینوزا، ۱۸۴۹: ۶۴).

مرلوپونتی، پدیدارشناس فرانسوی نیز تأکید می‌کند که هوشیاری، جهان و جسم انسان با ادراک به‌طرزی پیچیده در هم تنیده‌اند و نه تنها با یکدیگر در تعامل‌اند، بلکه هم‌آمیخته نیز هستند. جسم که دربرگیرنده ذهنیت است، وقتی به‌طور خودآگاه، با صفت‌ها و ویژگی‌هایی محسوس روبرو می‌شود، با آنها ارتباط و تعامل برقرار می‌کند و بدین‌گونه اشیا را در چهارچوب یک دنیا با استفاده از حس ناخودآگاه و بصیرت درباره ساختار دنیا، درک و ارزیابی می‌کند. با این‌همه، این ارزیابی، پایان‌ناپذیر است. مرلوپونتی معتقد است موضوع و شیئی که آن را درک می‌کنیم، ذاتاً به

پس زمینه‌اش، یعنی سلسلهٔ روابطی معنادار در میان اشیای موجود در دنیا بستگی دارد و از آنجا که شیء به طرز پیچیده در دنیایی از روابط معنادار قرار گرفته است، هر شیئی بازتاب شیئی دیگر است؛ مثلاً

برای کودکی که شمع دستش را سوزانده است، دیگر نور شمع همان معنای قبل از سوختگی را ندارد؛ دیگر شمع برای او جاذبه ندارد و حتی تنفرانگیز است... فعالیت حسی، ارتباطی حیاتی با دنیایی است که به دلیل همین فعالیت، به حضوری زنده و مکانی خودی تبدیل می‌گردد (مرلوپونتی، ۱۹۴۵: ۶۴ و ۶۵).

رابطهٔ حسی، تأثیرپذیری جسمی در ارتباط با دنیای بیرون، دریافتی ادراکی را به وجود می‌آورد که در حافظهٔ کنشگر گفتمانی، ثبت می‌شود و بر ارتباط‌های بعدی اثر می‌گذارد؛ به این ترتیب، شکل‌گیری و دریافت معنا با توجه به عناصر حسی، جسمی و ادراکی، و در ارتباط با دنیای پیرامون شکل می‌گیرد.

همچنین در دریافت معنا، کلماتی که ارجاعی و معرف اشیاء هستند، ممکن است رابطهٔ خود را با اشیاء حفظ کنند؛ یعنی مثلاً از واژهٔ «میز»، معنی آن دریافت می‌شود و شیئی معلوم در نظر همه می‌آید که چوبی یا فلزی، گرد و یا مستطیل است؛ ولی برای واژگان غیرارجاعی، کلمات دارای معانی بسیار متفاوتی هستند؛ به دیگر سخن، واسطه‌هایی بسیار در مسیر فهم معنا قرار می‌گیرند؛ مثلاً ممکن است هریک از واژه‌های «مذهب»، «دموکراسی» یا «آزادی» در تصور گوینده یا شنونده، دو یا چند تصویر ذهنی متفاوت را پدید آورند. دربارهٔ بعضی فعل‌ها هم همین‌طور است. وقتی می‌گوییم «باغبان چمن را زد»، در واقع، باغبان چمن را نزده است؛ بلکه قیچی چمن را زده است و به تدریج، درجات و واسطه‌ها از زبان محو شده‌اند. در زبان، بسیاری از واژه‌ها را نمی‌توان به راحتی مقوله‌بندی کرد؛ مثلاً زیبایی یا زشتی، مقوله‌ای زبانی را می‌سازند؛ اما منجمد و تک‌بعدی نیستند؛ زیرا در این مورد، با مقوله‌ای ارزشی مواجهیم و هرگاه در زبان، پای ارزش به میان می‌آید، با بحث قضاوت مواجه می‌شویم. همان‌طور که می‌دانیم، قضاوت انسان‌ها دربارهٔ زیبایی و زشتی، هیچ‌گاه یکسان نیست؛ پس در بسیاری از موارد، مفهوم زبانی، علاوه بر بافت، با توجه به ارزش و قضاوت شکل می‌گیرد؛ به همین دلیل، به سیال بودن مفهوم اعتقاد داریم. مفاهیم از فردی به فردی دیگر، از

تجربه‌ای به تجربه‌ای دیگر، از بافتی به بافتی دیگر و از زمان و مکانی به زمان و مکان دیگر در نوسان هستند.

۶. توانش‌های دخیل در دریافت و فهم معنا

هریک از ما در کاربرد شخصی زبان، یعنی گفته‌پردازی^۱، مجموعه‌ای از نشانه‌ها را برمی‌گزینیم، از بعضی توانش‌ها^۲ استفاده می‌کنیم و بدین صورت، روش بیان خود را می‌آفرینیم. استفاده از نشانه‌های زبانی در گفته‌هایمان، بنابر قراردادی ازپیش‌پذیرفته، باعث شکل‌گیری مدلول‌ها یا تصورهایی در ذهن مخاطب می‌شود؛ اما این مدلول‌های تولیدشده ازسوی گفته‌پرداز، پس از انتقال به شریک‌گفتمانی، در چرخه تفسیر قرار می‌گیرد و به گونه‌ای جدید فهمیده می‌شود؛ اما در تفسیر و فهم معنا، توانش‌هایی گوناگون دخالت دارند. به کارگیری یک زبان، صرفاً به دانستن واژه‌ها و دستور آن زبان، محدود نیست؛ زیرا هر جمله‌ای که در موقعیت مناسب خود به کار نرود، نمی‌تواند در تعامل زبانی، سهمی داشته باشد. انسان با مجموع توانش‌های معنایی‌ای که دارد، گفته‌های زبانی را برحسب موقعیت‌هایی انتخاب می‌کند که در آن قرار دارد؛ سپس با تکیه بر همین توانش‌ها معنای گفته‌های مخاطب را درمی‌یابد. در فهم معنا، توانش‌هایی گوناگون نقش دارند که در اینجا آنها را بررسی می‌کنیم.

۶-۱. توانش زبانی^۳

شناخت یک زبان و تسلط بر قواعد آن، به گفته‌پرداز اجازه می‌دهد تا بتواند جمله‌هایی بی‌شمار تولید کند. «کسی که زبانی را می‌داند، بر نظام قواعدی تسلط یافته‌است که آوا و معنی را به‌طریقی مشخص و برای تولید مجموعه نامحدودی از جملات ممکن، به یکدیگر مربوط می‌سازد» (چامسکی، ۱۳۷۹: ۱۴۷). همه اینها در دانش زبانی انسان، یعنی توانش زبانی او جای می‌گیرد.

1. énonciation

۲. اصطلاح فنی «توانش» به توانایی گوینده- شنونده‌ای آرمانی برای پیوند دادن آوا و معنی، در انطباق کامل با قواعد زبان بازمی‌گردد.

3. compétence linguistique

۲-۶. توانش منطقی^۱

تسلط انسان بر منطق، و توانایی او در چینش درست کلمات و جملات، حاکی از به‌کارگیری این‌گونه توانش است. با استفاده از توانش منطقی می‌توان از توانش زبانی، به‌شکلی درست و منسجم استفاده کرد؛ به دیگر سخن، به‌واسطه این توانش، بین شناخت‌های ما ارتباط منطقی برقرار می‌شود؛ مثلاً ما قادریم عناصر زبانی دارای یک مبنای مشترک را کنار هم قرار دهیم و مجموعه‌ای معنادار بسازیم. در این حالت، مجموعه‌ای باعنوان «الف» خواهیم داشت که می‌تواند با مجموعه‌ای دیگر به‌نام «ب»- که بر همین مبنا به‌دست آمده است- رابطه تقابلی داشته باشد. این توانش براساس منطق حاصل می‌شود. به همین ترتیب، رابطه علت و معلولی که از طریق چینش عناصر زبانی ایجاد می‌شود نیز نوعی توانش منطقی است؛ مثل: «آن‌قدر فریاد کشید که صدایش بند آمد». استدلال‌های زبانی نیز براساس منطق ساخته می‌شوند؛ مثل: «چون ترسیده بود، زد زیر گریه».

۳-۶. توانش دایره‌المعارفی^۲

توانش زبانی، این امکان را به‌وجود می‌آورد که اطلاعات نهفته در گفته و یا متن، در چرخه انتقال قرار گیرند؛ اما این اطلاعات، دنیای خارج از متن یا به عبارت دیگر، اطلاعات فراگفتمانی^۳ را شامل نمی‌شوند؛ به همین دلیل، هنگام ارتباط، توانش معنایی دیگری به‌کار گرفته می‌شود که از نوع دایره‌المعارفی است. «مجموعه شناخت‌ها و باورها، نظام بازنمودی زبان، تفسیر و ارزیابی دنیای ارجاعی» (Kerbrat-Orecchioni, 1998: 162)، این نوع شناخت را ایجاد می‌کند. شناخت دایره‌المعارفی، شناختی طبقه‌بندی‌شده از موضوعات و مفاهیم گوناگون است. ارجاع متن به متن، ارجاع متن به متن‌های دیگر را (شامل یک عبارت، یک جمله، یک کتاب و یا شامل نقل قول و مواردی از تلمیح و ارجاع رسانه به رسانه) دربر می‌گیرد و بر دو نوع آشکار (مستقیم و صریح) و یا پنهان (بدون ذکر آشکار) تقسیم می‌شود. در ارجاع متن به شناخته‌ها، متن به فرد، مکان، یا رخ‌دادی خاص اشاره می‌کند که معروف است. در این نوع ارجاع، متن از دانش دایره-

-
1. compétence logique
 2. compétence encyclopédique
 3. extradiscursif

المعارفی بهره می‌جوید. گفتمان همواره از شناخت‌ها و اطلاعات قبلی برای خلق شناخت و اطلاعات جدید استفاده می‌کند؛ مثلاً اگر گفته‌ای مانند «جمعه‌ها باز است» را پشت شیشه مغازه‌ای بخوانیم، هرگز استنباط نخواهیم کرد که پس این مغازه روزهای دیگر، تعطیل است؛ زیرا براساس شناخت دایره‌المعارفی می‌دانیم که در کشورهای اسلامی، جمعه‌ها تعطیل است؛ بدین ترتیب می‌فهمیم که این مغازه علاوه بر روزهای دیگر، روز جمعه نیز باز است.

۴-۶. توانش بلاغتی - کاربردی^۱

این گونه توانش عبارت است از هنر بیان^۲، به گونه‌ای که مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد و درنهایت، موجب پدیدآمدن کنشی از سوی او شود. احمدی در کتاب خود از این توانش، به‌عنوان «جنبه اغنایی در کنش کلامی» (احمدی، ۱۳۸۵: ۷۰) یاد می‌کند. در این توانش، یک موقعیت برای مخاطب طوری توصیف می‌شود که او را به واکنش وادار کند. اگر وضعیت توصیف‌شده، موقعیتی منفی را ترسیم کند، انتظار می‌رود مخاطب با ایفای نقش و دخالت خود، آن را به موقعیتی مثبت تغییر دهد؛ بدین ترتیب، علت انتخاب عنوان بلاغتی - کاربردی برای این توانش، آن است که از یک سو، ارتباط گفتمانی، اثرگذار است و از سوی دیگر، سبب واکنش شریک گفتمانی برای تغییر وضعیت می‌شود. بر همین اساس می‌توان نتیجه گرفت که هر قدر گفته‌ای بتواند نتایج کنشی مهم‌تری را دربر داشته باشد یا باعث تحقق‌یافتن نتایجی بیشتر شود، از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ به نحوی که گفته متعالی نامیده می‌شود. برای تفهیم موضوع می‌توان مثالی را از گفته‌ای بیان کرد که هیچ نتیجه‌ای دربر ندارد و جنبه کاربردی آن، با شکست مواجه شده است:

الف) خبر داری نزدیک خونه‌مون یک ورزشگاه خیلی مجهز و حرفه‌ای احداث شده که امکانات بالایی داره؟

ب) تو خودت هیچ وقت اونجا رفتی از امکاناتش استفاده کنی؟

1. compétence rhétoric-pragmatique

2. rhétoric

در زبان فارسی، این واژه به معنی علم معانی و بیان است؛ ولی در نقد ادبی جدید، این گونه به کار نمی‌رود. واژه مورد بحث، از تبار یونانی Tekhne به معنای فن و هنر گرفته شده است و از این رو، آن را هنر بیان یا فن بیان ترجمه کرده‌اند.

ج) نه. خوب راستش وقتشو ندارم.

د) پس چی مگی بابا؟ بی خیالش شو.

در اینجا، گفته اول که جنبه توصیفی دارد و گفته‌ای بلاغی است، به هیچ نتیجه و یا کنشی جدید منجر نمی‌شود و بنابراین، توانش بلاغی - کاربردی، با شکست مواجه می‌شود؛ زیرا اتفاقی جدید را در پی ندارد. واضح‌ترین مثالی که می‌توان برای نشان دادن موفقیت این توانش بیان کرد، همان قصه معروف «روبه و زاغ» است. در این داستان، روبه با توصیف زیبایی‌ها و ویژگی‌های زاغ، و عرضه تصویری بلاغی از بال و پر و صدای خوش آواز اجداد او، باعث واکنش فوری زاغ و در نهایت، تغییر وضعیت، یعنی تصاحب طعمه برای خود می‌شود. چنین گفته‌ای که وضعیتی جدید را رقم می‌زند، گفته‌ای اثرگذار و کامل است.

۵-۶. توانش فرهنگی^۱

این‌گونه توانش، مجموعه پیچیده‌ای از شناخت، باور، آداب و رسوم، هنر، اخلاق، حقوق و عادت‌هایی را دربر می‌گیرد که انسان به‌عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند؛ اما فرهنگ، پویاست و زبان، محل تجلی آن است؛ مثلاً در فرهنگ ما، واژه‌های «حاجی» (کسی که به حج مشرف شده است) و «سید» (اولاد پیامبر)، ریشه‌ای دیرینه دارند و با فرهنگ مذهبی ما گره خورده‌اند؛ اما دوران جنگ تحمیلی با عراق، فرهنگی به نام «فرهنگ جبهه» را به‌وجود آورد و در این فرهنگ، اخلاقی شکل گرفت که در آن، واژه‌های «حاجی» و «سید» برای بچه‌های جبهه نیز به کار می‌رفت. حال، اگر کسی فاقد شناخت فرهنگی و عقبه‌های آن باشد، چگونه متوجه به‌کارگیری این عنوان‌ها برای بچه‌های جبهه می‌شود؟ مثال روشن دیگر برای این مسئله، درباره بیمه است. شرکت‌های بیمه در دنیا ثبت شده‌اند و براساس قرارداد کار می‌کنند. حال، در فرهنگ ما، گاه روی ماشین‌ها نوشته‌اند: «بیمه امام زمان» یا «بیمه امام رضا». این کار مختص فرهنگ ماست. در اینجا، هیچ قرارداد و شرکتی در کار نیست و باور فرهنگی - مذهبی، پشتوانه این نوع بیمه است. چنین بیمه‌ای برای کسانی که با وضعیت فرهنگی - مذهبی ما آشنا نیستند، قابل فهم نیست.

ناگفته روشن است که تنها محتوای زبان، با فرهنگ پیوند تنگاتنگ دارد. جامعه‌ای که از حکمت الهی به کلی بی‌خبر است، نیازی ندارد که برای آن، اسمی داشته باشد. بومیان استرالیا که نه هرگز اسبی دیده بودند و نه هیچ‌گاه چیزی درباره آن شنیده بودند، وقتی برای نخستین بار، با این حیوان روبرو شدند، ناگزیر از آن شدند یا برای آن اسمی بسازند یا واژه‌ای وام بگیرند. گنجینه لغات هر زبان، آینه تمام‌نما و برحق فرهنگی است که کمر به خدمتش بسته است و تنها در این مفهوم می‌توان گفت که تاریخ، زبان و فرهنگ، به موازات هم پیش می‌روند (سایپر، ۱۳۷۶: ۳۰۶).

۶-۶. توانش اجتماعی^۱

شناخت قوانین اجتماعی و رعایت اصول و آدابی که انسان‌ها و نهادهای اجتماعی، آنها را پایه‌گذاری کرده‌اند و همچنین باز نمود اجتماعی درست از کنش‌ها و رفتارهایی که جامعه به آن پای‌بند است، توانش اجتماعی نامیده می‌شود؛ مثلاً ما به محض اینکه در مقابل فردی مسن‌تر و با جایگاه اجتماعی برتر قرار می‌گیریم، برای خطاب به او از واژه «شما» استفاده می‌کنیم و این، نوعی توانش اجتماعی است. این‌گونه توانش باعث می‌شود کاربران زبان در فهم اجتماعی مسائل، به‌کارگیری و نیز انتقال آنها به دیگران سهیم باشند؛ به همین دلیل، اگر روزی به نام «روز هوای پاک» نام‌گذاری می‌شود، توانش اجتماعی سبب آسان‌شدن فهم موضوع و بنابراین، پرهیز از استفاده از وسیله نقلیه شخصی می‌شود.

علاوه بر این، در کاربرد زبان، اصلی نانوشته ولی تفهیم‌شده و پذیرفته وجود دارد که نتیجه همین توانش اجتماعی معناست.

لازم نیست گوینده آنچه را که مخاطب از پیش می‌داند، برای او تکرار کند...؛ مثلاً در تهران، پدیده‌ای وجود دارد به نام «محدوده طرح ترافیک» و «ساعات ورود به محدوده طرح ترافیک». چون تهرانی‌ها و به‌خصوص دارندگان اتومبیل، با معنا و مفهوم این عبارات آشنا هستند، این زنجیره نسبتاً طولانی را به لفظ «طرح» تقلیل داده‌اند؛ مثلاً

2: compétence sociale

می‌گویند: «لاله‌زار توی طرح است»، «طرح از ساعت شش و نیم شروع می‌شود». توانایی شناخت اجتماعی که در آن زندگی می‌کنیم، می‌تواند بر میزان فهم و برداشت ما از معنا اثرگذار باشد (باطنی، ۱۳۷۱: ۱۰۰).

۶-۷. توانش عاطفی^۱

کمتر اتفاق می‌افتد که انسان فقط با علم ناب، یعنی تفکر محض سروکار داشته باشد. در بیشتر موارد، فعالیت‌های ذهنی آدمی با عواطف و احساسات گره خورده است. «آدمی همواره به بار عاطفی کلمات چنگ می‌زند تا با ظرافت، از آنها بهره جوید و در دیگران، آن حالتی را برانگیزد که مطلوب اوست» (سایپر، ۱۳۷۶: ۶۸). توانش عاطفی، سبب اثرگذاری بیشتر بر شریک گفتمانی و در نتیجه، ترغیب آسان‌تر او به کنش و یا موضع‌گیری‌ای خاص می‌شود؛ بر این اساس می‌توان گفت توانش عاطفی، ارزش ایجاد می‌کند؛ زیرا بار عاطفی، ارزشی ذاتی نیست که از درون خود کلمه نشأت گرفته باشد؛ بلکه چیزی است که براساس تجربه، نگرش و باور، بر پیکره کلمه می‌نشیند. نمونه بارز چنین توانشی را می‌توان در نطق انتخاباتی کاندیداهای رقیب برای مقام نمایندگی مجلس یا ریاست جمهوری یافت؛ مثلاً رئیس‌جمهور پیشین فرانسه، ژاک شیراک، در یکی از مصاحبه‌های انتخاباتی خود گفته بود:

من به آمار و ارقام کاری ندارم. امنیت، مسئله اول مردم فرانسه است. جنایت، خشونت، بزه کاری و تجاوز، حتی به روستاهای ما هم راه یافته است و من می‌خواهم به همه اینها پایان دهم و امنیت را به‌طور شبانه‌روزی برقرار کنم.

همان‌گونه که می‌بینیم، در اینجا، گفتمانی کاملاً عاطفی شکل گرفته است که براساس آن، نخست احساسات مردم جریحه‌دار می‌شود و حسادتشان برانگیخته می‌شود؛ سپس قهرمان (در اینجا، کاندیدای ریاست جمهوری) خود را آماده فداکاری معرفی می‌کند.

۸-۶. توانش مرامی - مسلکی^۱

این نوع توانش - که در فرهنگ عامیانه، با اصطلاح لوطی مسلک شناخته می‌شود - در شکل‌گیری نظام ارزشی، «دیگری» را محور قرار می‌دهد؛ به همین دلیل، در تعریف آن، از واژه «دیگرمداری» هم استفاده شده است. معنای اتیک، معنایی است که فراتر از کنش و کنشگر، بر ایده‌آلی فردی، بینافردی و یا اجتماعی، دلالت می‌کند؛ بنابراین، کنش معنای اتیک را شکل نمی‌دهد؛ بلکه ارزشی است که به واسطهٔ مرکزیت دیگری، کنشی براساس آن شکل گرفته است. به عقیدهٔ ژاک فونتنی، «هر مسئلهٔ ارزشی، به محض اینکه به توصیف و پاسداری از ارزشی به‌خاطر دیگری و در رابطه با او منجر شود، مسئله‌ای اتیک است» (فونتنی، ۲۰۰۸: ۲۳۷). فرق مهم اخلاق و اتیک در این است که اخلاق با بایدها و نبایدها سروکار دارد؛ در حالی که اتیک با خواستن و اراده مرتبط است. مثال بسیار ساده‌ای می‌تواند روشن‌کنندهٔ موضوع باشد: «نمی‌گذارم اینجا کسی ضعیف‌کشی کنه» گفتمانی اتیک است که نه براساس جبر، بلکه براساس اراده و به‌خاطر گرفتن حق دیگری، ابراز شده است؛ به همین ترتیب، اگر سوژه‌ای بگوید که «من هیچ‌گاه به خودم اجازه نمی‌دهم که ماشینم را جایی پارک کنم که مزاحم رفت و آمد همسایه‌ها باشد»، مفهومی اتیک در این گفتهٔ او نهفته است. پل ریکور هم بر این نکته تأکید می‌کند که اخلاق از بیرون، بر کنشگر تحمیل می‌شود؛ در حالی که اتیک از درون خود کنشگر نشأت می‌گیرد و امری کاملاً درونی است:

اتیک، دیدگاهی است که کنشگر براساس ارزیابی موقعیت و کنش انتخاب می‌نماید و با تکیه بر همین انتخاب، وارد عمل می‌شود؛ در حالی که اخلاق مربوط به حوزهٔ بایدهاست و از بیرون یا از بالا براساس نوعی جبر، بر کنشگر تحمیل می‌گردد (ریکور، ۱۹۹۰: ۲۰۱).

اتیک کاملاً فی‌البداهه است و برای آن، برنامه‌ریزی نمی‌شود؛ به همین دلیل، هم کنش و هم کنش‌گزار را پشت‌سر می‌گذارد تا معطوف به معنای ایده‌آلی یک حرکت معطوف شود و چنین معنایی، با عبور از فضای بستهٔ «خود» به فضای «دیگری» حاصل می‌شود. گفته‌ای مانند «اسلام

می‌خواهد حق مظلومان را بستاند»، از نوع اتیک است؛ یعنی دفاع از ارزشی که دیگری و حق او را دربر می‌گیرد.

مجموعه این توانش‌های معنایی و به‌کارگیری آنها در کنش‌ها و واکنش‌های گفتمانی نشان می‌دهد که تولید زبان، فرایندی مکانیکی و کلیشه‌ای نیست؛ بلکه جریانی پویا، زنده، حسی-ادراکی، فرهنگی، جهت‌دار، موضع‌دار و همواره در حال دگرگونی است.

۹-۶. توانش زیبایی‌شناختی

در بسیاری از گفتمان‌ها، ارتباط گفتمانی براساس راه‌بردهای زیبایی‌شناختی تحقق می‌یابد و نمونه بارز این مسئله را می‌توان در گفتمان‌های تبلیغاتی جست. در گذشته، هدف اصلی تبلیغات، عرضه اطلاعات مفید به مخاطب درباره یک محصول بود، اما امروز، این فرایند با توجه به نیازهای مخاطب، رشد وسایل ارتباط جمعی و همچنین فناوری تصویر و رسانه تغییر کرده است. در واقع، گفتمان‌های تبلیغاتی - که متقاعد کردن مخاطب و تغییر خریدار بالقوه به خریدار بالفعل را از مهم‌ترین هدف‌های خود می‌دانند- نظام گفتمانی خود را براساس توانش‌های زیبایی‌شناختی تنظیم می‌کنند تا بتوانند از اثرگذاری‌ای زیاد برخوردار باشند؛ به همین دلیل، در بسیاری از بیلوردها و سکانس‌های تبلیغاتی، دیگر اخبار و اطلاعات گسترده درباره کمیت و کیفیت محصول را نمی‌بینیم؛ زیرا کارکردهای زیبایی‌شناختی، جای آنها را گرفته است؛ مثلاً در تبلیغات مربوط به خودرو، امروزه، به‌جای اینکه بر قدرت موتور، سرعت و کیفیت ترمز تأکید شود، برخی ویژگی‌های زیبایی‌شناختی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ مانند: «خودرویی که رویای دیرینه شما را تحقق می‌بخشد» و «خودرویی که شما را با موسیقی طبیعت، آشتی می‌دهد». در نمونه‌های دیگر نیز می‌توان همین راه‌بردهای زیبایی‌شناختی را مشاهده کرد: «بانکی که به خانه شما می‌آید» و «قلمی که لحظات شاد کودکی‌تان را احیا می‌کند»؛ بنابراین، گفتمان تبلیغاتی بیش‌از هر چیز، با تأکید بر مفهوم زیبایی‌شناختی گفتمان، درصدد آن است که مخاطب خود را به‌سوی خرید محصول سوق دهد. توانش زیبایی‌شناختی به‌جای تأکید بر بُعد فنی و مکانیکی هر چیز، ظرافت‌های روحی-روانی را به حوزه زبان فرامی‌خواند و بر بُعد انسان‌شناختی حضور تأکید می‌کند.

۷. نتیجه‌گیری

تولیدات زبانی بر دو نوع‌اند: یکی بسته و دیگری باز. در تولیدات زبانی بسته، معنا تثبیت شده است؛ اما در نوع باز، معنا سیال است. در نظام‌های گفتمانی باز، معنا و دریافت آن، تابع ساختارهای تقابلی و نظام‌های دوقطبی تثبیت‌شده نیست. در روابط گفتمانی و به‌ویژه از نوع کاربردی، شکل‌گیری معنا در فضایی تعاملی، با توجه به وضعیت، تجربه زیستی و فرهنگی، و موقعیتی صورت می‌گیرد که هم‌گفته‌پردازان در آن قرار دارند؛ اما همان‌طور که در این مقاله گفتیم، معنا فقط تولید نمی‌شود؛ بلکه دریافت و تفسیر نیز می‌شود و براساس همین دریافت و تفسیر، واکنش‌هایی صورت می‌گیرد که خود می‌تواند به تولید معنایی جدید منجر شود. بی‌شک، دریافت، تفسیر و واکنش، فرایندی است که بدون توانش معنایی تحقق نمی‌یابد. این توانش‌های معنایی، نه تنها از شخصی به شخص دیگر و یا از فرهنگی به فرهنگ دیگر، متفاوت و دارای گستردگی نابرابرند؛ بلکه باید اعتراف کرد که حتی سطح کیفی آنها نیز در طول زمان و با توجه به تجربه‌های جدید، رشد هویتی و تحول اندیشه فرد، تغییر می‌کند؛ به همین دلیل، واکنش‌های افراد در زمان‌های مختلف به همان چیز، یکسان نیست. این همان نکته‌ای است که در زبان عمومی، باعنوان تغییر دیدگاه، از آن یاد می‌شود؛ پس تغییر دیدگاه را می‌توان تغییر در سطح کیفی دریافت معنایی در افراد دانست. این تغییر دارای سیر صعودی و یا نزولی است؛ یعنی در جهت مثبت یا منفی قرار دارد. نکته مهم دیگر، این است که مثبت و منفی تلقی کردن چیزی نیز امری نسبی است؛ زیرا براساس قضاوت و ارزیابی فردی یا گروهی شکل می‌گیرد و خود این قضاوت و ارزیابی، تحت تأثیر توانش‌های معنایی انجام می‌شود.

منابع پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

- احمدی، بابک (۱۳۸۵). **ساختار و تأویل متن**. تهران: نشر مرکز.
- اختیار، منصور (۱۳۷۰). **معنی‌شناسی**. تهران: دانشگاه تهران.
- باطنی، محمدرضا (۱۳۶۳). **زبان و زبان‌شناسی**. تهران: امیرکبیر.

- (۱۳۷۱). *پیرامون زبان و زبان شناسی*. تهران: فرهنگ معاصر.
- چامسکی، نوآم (۱۳۷۹). *زبان و ذهن*. ترجمه کوروش صفوی. تهران: هرمس.
- سایپر، ادوارد (۱۳۷۶). *زبان*. ترجمه علی محمد حق شناس. تهران: سروش.
- سجودی، فرزانه (۱۳۸۷). «مسئله روش در نشانه‌شناسی». مجموعه مقالات *نشانه‌شناسی هنر*. س ۳. ش ۱۳. صص. ۹۱-۱۱۴. تهران: فرهنگستان هنر.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۱). *مبانی معناشناسی نوین*. تهران: سمت.
- (۱۳۸۳). «معناشناسی تعامل». *فرهنگ اندیشه*. س ۳. ش ۱۲. صص. ۱۹۹-۲۱۸. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- (۱۳۸۸). «مبانی نظری تحلیل گفتمان». *پژوهشنامه فرهنگستان هنر*. س ۳. ش ۱۲. صص. ۵۵-۷۲. تهران: فرهنگستان هنر.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۷۸). *ارتباط‌شناسی*. تهران: سروش.
- نامور مطلق، بهمن (۱۳۸۷). «بینامتنیت و ژولیا کریستوا». مجموعه مقالات *نشانه‌شناسی هنر*. س ۳. ش ۱۳. صص. ۱۷۵-۱۹۲. تهران: فرهنگستان هنر.
- نیلی‌پور، رضا (۱۳۸۰). *زبان‌شناسی و آسیب‌شناسی زبان*. تهران: هرمس.
- یول، جرج (۱۳۸۵). *کاربردشناسی زبان*. ترجمه محمد عموزاده مهدیرجی و منوچهر توانگر. تهران: سمت.

- Benveniste, E. (1970). "L'Appareil Formel de l'énonciation". *Langage*. N° 217.

Paris: Larousse.

- Bertrand, D (1999). *Parler Pour Convaincre*. Paris: Gallimard.

- Cervoni, J. (1987). *l'énonciation*. Paris: P.U.F.

- Fontanille, J. (1998). *Sémiotique du Discours*. Limoges: PULIM.

----- (2008). *Pratiques sémiotiques*. Paris: PUF.

- Greimas, A. J. (1970). *Du Sens*. Paris: Seuil.

----- (1986). *Sémantique Structurale*. Paris: PUF.

- Kerbrat-Orecchioni C. (1998). *L'implicite*. Paris: Armand Colin.
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la Perception*. Paris: Gallimard.
- Ouellet, P. (1992). *Voir et Savoir. La Perception des Univers du Discours*. Québec: Balzac.
- Ricoeur, P. (1990). *Soi-même Comme un Autre*. Paris: Seuil.
- Spinoza Baruch De, *L'éthique*, traduit par Saisset en 1849, <http://www.spinozaetnous.org>, numérisé le 04 juin 2002 par David Bosman.

