

## نشانه‌شناسی فضای مجازی با بهره‌گیری از نظریه دروازه‌بانی شبکه بارزیلای نیهون

دکتر محمدرضا تاجیک \*

میثم قهرمان \*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۵/۱۵  
تاریخ تأیید نهایی: ۱۳۹۱/۰۲/۲۰

### چکیده

اینترنت به عنوان رسانه‌ای با ویژگی‌های خاص خود عرصه‌ای تازه را در مقابل انسان گشوده است، عرصه‌ای که رنگ و بوئی تازه به مفهوم جامعه اطلاعاتی بخشیده است. در این مقاله تلاش شده که با نشانه‌شناسی فضای مجازی از طریق بهره‌گیری از نظریه دروازه‌بانی شبکه کارین بارزیلای نیهون نشان داده شود که چگونه فضای مجازی با دال‌ها، نظام دلالت و مدلول‌سازی منحصر به فردش باعث شکل‌گیری نشانه می‌شود؟ فرضیه نوشتار حاضر این است که طبق نظریه دروازه‌بانی شبکه، مفهوم دروازه‌بانی سنتی که در سایر رسانه‌ها دیده می‌شود و مورد استفاده گروهی است که قدرت رسانه‌ای را در اختیار دارند، درون فضای مجازی از بین رفته است. این نظریه که حاصل هم‌نشینی ویژگی‌های تمرکززدایی قدرت و امکان دستیابی به هویت مجازی درون اینترنت می‌باشد، در کنار سایر ویژگی‌های منحصر به فرد فضای مجازی نظیر ابرمتنی، ابرشبکه‌ای و کنش تعاملی به این فضا توانایی تولید نشانه‌هایی را می‌دهد که در دنیای واقعی قدرت کافی برای انتشار آنها وجود ندارد. در نتیجه این مقاله مهر تأییدی بر نظریه مارشال مک لوهان که معتقد است، رسانه پیام است می‌زند؛ زیرا که این ویژگی‌های فنی رسانه است که با شکل‌دهی دال و امکاناتی که برای مدلول‌سازی در اختیار افراد قرار می‌دهند، در نهایت مدلول را شکل می‌دهد.

**واژگان کلیدی:** فضای مجازی (اینترنت)، نشانه‌شناسی، ابرمتنی، ابرشبکه‌ای، کنش

تعاملی، تمرکززدایی قدرت، دروازه‌بان، دروازه‌بانی شده.

مقدمه

در فضای سایبر بدون توانایی واقعی ما در فهم معنا، ارتباط از لای انگشتان نامرئی ما می لغزد. اما آنوقت چگونه مردم می توانند بفهمند که چه چیز مربوط به آنها است؟ (دریفس، ۱۳۸۹: ۳۰).

به نظر می رسد ما در میان موجودات، گونه ای هستیم که به شدت میل به معناسازی داریم. انسان مهمتر از هر چیز موجودی معناساز است. ما معنا را از طریق تولید و تفسیر «نشانه ها» به وجود می آوریم. به عبارت دیگر نشانه ها پایه و اساس کلی ارتباطات هستند و مطالعه نشانه ها هسته مهم نظریه ارتباطات محسوب می گردد. همان طور که پیرس<sup>۲</sup> گفته است: ما فقط از طریق نشانه ها است که می توانیم بیاندهشیم. نشانه معمولاً به شکل کلمات، تصاویر، اصوات، بوها، طعم ها، حرکات و اشیاء ظاهر می شوند اما این چیزها ذاتاً معنی دار نیستند و فقط وقتی که معنایی به آنها منصوب کنیم تبدیل به نشانه می شوند (چندلر، ۱۳۸۶: ۴۵). بنابراین مطالعه علم نشانه شناسی با اهمیت جلوه می نماید. از طرفی اینترنت به عنوان رسانه ای جدید که توانسته است جوامع محلی را به جوامع جهانی تبدیل کند از ویژگی ها و ابزارهای قدرتمندی برای تغییر و یا تثبیت معنا برخوردار است. همان گونه که مارک دری<sup>۳</sup> می گوید: ارتباط ما با دنیای اطرافمان به وسیله فناوری رایانه روز به روز غیرمستقیم تر می شود و این که کم کم ما در حال "Borge"<sup>۴</sup> شدن هستیم، همانطور که طرفداران *Star Trek: The Next Generation* آن را درک می کنند. به خاطر ارتباط هر چه بیشتر با ماشین ها، یا تعامل با یکدیگر از طریق واسطه های تکنولوژیک، در حال تبدیل به دوره های سایبورگی، ترکیبی از فناوری و بیولوژی، هستیم (Dery, 1994: 6).

با توجه به آنچه گفته شد نشانه شناسی رسانه عرصه ی مهمی پیش روی ما می گذارد که از طریق آن می توانیم شروع به فهم و جوه مختلف رسانه های جدید کنیم. در همین راستا، سؤال اساسی که در این مقاله مطرح می شود، این است که چگونه فضای مجازی با دال ها، نظام دلالت و مدلول سازی منحصر به فردش باعث شکل گیری نشانه می شود؟ بر اساس چنین سؤالی، مفروض های اساسی این کار تحقیقی به شرح زیر است:

۱. بی تردید اینترنت، در دو دهه گذشته در تمامی عرصه های زندگی بشر از اقتصاد گرفته تا هویت های فرهنگی، آثار عمیقی به جای گذاشته و کنش و واکنش های

۱. Hubert L. Dreyfus  
۲. Charles Sanders Peirce  
۳. Mark Dery

۴. نژاد ساختگی و خیالی از ارگانسیم های سایبرنتیک، که در مجموعه تلویزیونی *Star Trek: The Next Generation* نقش مهمی به عنوان تهدیدی برای فدراسیون متحد سیاره ها دارند.

فردی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی را تحت تأثیر خود قرار داده است. بدون اغراق امروزه بُعدی از زندگی را نمی‌توان یافت که متأثر از «اینترنت» یا «فضای مجازی» نباشد.

۲. به تبع این دنیای تازه ارتباطات و اطلاعات، امروزه رسانه‌ها به طور عام و اینترنت به طور خاص، به جایگاه نخست سیاست تبدیل شده‌اند. به عبارت دیگر، این مفروض، به حاشیه‌نشینی دیگر عرصه‌های وقوع سیاست برای این حوزه، تأکید می‌کند.

۳. با توجه به ضریب نفوذ اینترنت، فهم و جوه مختلف آن از اهمیت بالایی برخوردار است، فهمی که بدون کاربست علم نشانه‌شناسی ابرتر می‌ماند. به دیگر سخن، با توجه به کارکردهای نوین نبرد گفتمانی، نحوه شکل‌گیری مدلول درون فضای مجازی برای گفتمان‌ها از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

اکنون با توجه به این مفروض‌ها و سؤال اصلی، فرضیه‌ی نوشتار حاضر این است که طبق نظریه دروازه‌بانی شبکه<sup>۱</sup>، مفهوم دروازه‌بانی سنتی که در سایر رسانه‌ها دیده می‌شود و مورد استفاده گروهی است که قدرت رسانه‌ای را در اختیار دارند، درون فضای مجازی از بین رفته است. این نظریه که حاصل همنشینی ویژگی‌های تمرکززدایی قدرت و امکان دستیابی به هویت مجازی درون اینترنت است، در کنار سایر ویژگی‌های منحصر به فرد فضای مجازی نظیر ابرمتنی، ابرشبکه‌ای و کنش تعاملی به این فضا توانایی تولید نشانه‌هایی را می‌دهد که در دنیای واقعی قدرت کافی برای انتشار آنها وجود ندارد. در نتیجه این مقاله مهر تأییدی بر نظریه مارشال مک لوهان<sup>۲</sup> که معتقد است، رسانه پیام است می‌زند؛ زیرا که این ویژگی‌های فنی رسانه است که با شکل‌دهی دال و امکاناتی که برای مدلول‌سازی در اختیار افراد قرار می‌دهند، در نهایت مدلول را شکل می‌دهد.

برای بررسی چنین فرضیه‌ای در بخش اول نوشتار، تحت عنوان چارچوب مفهومی، علاوه بر اینکه سیر تحول و تطور رویکرد نشانه‌شناسی در قالب نشانه‌شناسی ساختارگرا و پسا ساختارگرا توضیح داده می‌شود، به کاربست علم نشانه‌شناسی درون رسانه‌ها (نحوه شکل‌گیری نشانه درون رسانه) نیز پرداخته می‌شود. بخش دوم مقاله، به توضیح و تشریح چارچوب نظری تحقیق اختصاص دارد که شامل نظریه دروازه‌بانی شبکه‌ی کارین بارزیلای نیهون<sup>۳</sup> و دیدگاه مک لوهان درباره رسانه است.

۱. Network Gatekeeping Theory

۲. Marshall McLuhan

۳. Karine Barzilai Nahon

در بخش سوم مقاله با عنوان نشانه‌شناسی فضای مجازی، پس از بررسی ویژگی‌های منحصر به فرد فضای مجازی، بررسی نحوه شکل‌گیری نشانه(دال، نظام دلالت و مدلول) درون این فضا در دستور کار قرار دارد.

#### روش تحقیق و تجزیه و تحلیل اطلاعات

روش تحقیق این نوشتار، تجزیه و تحلیل کیفی در چارچوب ویژگی‌های فضای مجازی، علم نشانه‌شناسی و نظریه دروازه‌بانی شبکه است. با توجه به ماهیت و موضوع مورد مطالعه، گردآوری اطلاعات با استفاده از روش کتابخانه‌ای و اینترنتی صورت پذیرفته و سعی شده است تا از معتبرترین و جدیدترین اطلاعات توصیفی استفاده شود.

#### بخش اول - چارچوب مفهومی

##### ۱) نشانه‌شناسی ساختارگرا

مطالعه زبان تحت تأثیر شدید نشانه‌شناسی بوده است. بنیانگذار معاصر زبان‌شناسی ساختاری فردیناند دوسوسور<sup>۱</sup> است که همراه افرادی چون پیرس، آگدن<sup>۲</sup>، موریس<sup>۳</sup>، لانگر<sup>۴</sup> و اکو<sup>۵</sup> خدمات مهم و شایسته‌ای به ساختار سنتی ارتباطات در سده بیستم ارائه داده‌اند (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۱۷۸). سوسور معتقد است که نشانه‌ها و از آن جمله زبان، قراردادی هستند. او متذکر می‌شود که زبان‌های مختلف از واژه‌های متفاوتی برای بیان یک مطلب استفاده می‌کنند و معمولاً هیچ ارتباط طبیعی بین واژه و مرجع آن وجود ندارد. بنابراین نشانه‌ها قراردادی هستند که تابع قواعد هستند. این فرض نه تنها این اندیشه را تأیید می‌کند که زبان دارای ساختار است، بلکه این نظر کلی را هم تأیید می‌کند که زبان و واقعیت با هم متفاوتند. بنابراین سوسور زبان را نظام ساختمندی می‌داند که بیانگر واقعیت است. او معتقد است که پژوهشگران زبان‌شناسی باید به ساختارهای زبان مانند آواهای گفتاری، واژه‌ها و دستور زبان توجه کنند؛ اگرچه ساختار زبان قراردادی است، اما کاربرد زبان به هیچ وجه قراردادی نیست، چون به اصول ثابتی نیاز دارد. کسی نمی‌تواند هر واژه‌ای را که می‌خواهد انتخاب کند یا دستور زبان را به میل خود تغییر یا به شکل تازه‌ای ترتیب بدهد.

۱. Ferdinand de Saussure

۲. Charles Kay Ogden

۳. Morris

۴. Langer

۵. Eco

سوسور معتقد بود که هر آنچه فرد از جهان می‌داند با زبان مشخص می‌شود. بنابراین سوسور برخلاف نشانه‌شناسان دیگر، نشانه‌ها را ارجاعی نمی‌داند. نشانه‌ها اشیاء را مشخص نمی‌کنند، بلکه آنها را شکل می‌دهند. هیچ شیء فارغ از نشانه‌های مشخص‌کننده آن وجود ندارد (همان: ۱۷۹). باید توجه داشت که در نشانه‌شناسی ساختارگرا منظور از «ما» تفسیرگر نخبه و منظور از «معنا» توافق عام یا معنای مستقر در متن است. سوسور یک الگوی «دوتائی» یا دو بخشی برای نشان دادن نشانه پیشنهاد می‌کند. او با تمرکز بر نشانه‌های زبانی (مثل کلمات) نشانه را مرکب از یک دال و یک مدلول می‌داند. مفسران معاصر مایل‌اند دال را به شکلی که نشانه به خود می‌گیرد و مدلول را مفهومی که نشانه به آن ارجاع دارد در نظر بگیرند (چندلر، ۱۳۸۶: ۴۶). از نگاه سوسور، نشانه زبانی نه یک شیء را به یک نام، بلکه یک مفهوم را به یک تصویر صوتی پیوند می‌دهد. تصویر صوتی، آوایی مادی نیست که جنبه فیزیکی داشته باشد، بلکه اثر ذهنی این آواست و حواس ما نمایشی که از آن ارائه می‌دهد، نشانه زبانی محسوس است و اگر بر آن شویم که آن را مادی بنامیم، تنها به همین معنی و برای تقابل با وجه دیگر تداعی، یعنی مفهوم است که معمولاً مجردتر می‌نماید (دوسوسور، ۱۳۸۲: ۹۶). بنابراین نشانه زبانی جوهری ذهنی با دو رویه است که می‌تواند به یاری تصویر زیر نمودار شود:



چنین تعریفی، مسئله‌ای مهم را درباره اصطلاحات مورد استفاده ما مطرح می‌سازد. ترکیب مفهوم و تصویر صوتی را نشانه می‌نامیم، ولی در کاربرد رایج، این اصطلاح عموماً تنها به تصویر صوتی مثلاً یک واژه (tree و غیره) اطلاق می‌گردد. اغلب این موضوع فراموش می‌شود که اگر tree نشانه نامیده شده، تنها به آن خاطر است که مفهوم درخت را در بردارد و به این ترتیب اندیشه‌ای که در بخش محسوس واژه وجود دارد، متضمن کلیت اندیشه در این واژه نیز هست (همان: ۹۷). رابطه‌ی بین دال و مدلول (تصویر صوتی و مفهوم) دلالت نام دارد که در نمودار سوسوری با یک پیکان نشان داده شده است. خط افقی دو بخشی نشانه را به طور مجزا نشان می‌دهد (چندلر، ۱۳۸۶: ۴۷).

به عنوان نمونه، مفهوم رابطه جنسی را در نظر بگیرید. این چیزی است که در دنیا به صورت واقعی‌تری زیست‌شناختی و احساسی وجود دارد. در نشانه‌شناسی، رابطه جنسی را مرجع می‌نامند. زیرا چیزی است که ما به نحوی به آن ارجاع می‌دهیم و مرجع نیز خود را از طریق حس‌ها، احساسات و شعور به آگاهی ما معرفی می‌کند. اکنون رابطه جنسی به عنوان مرجع به شکلی فیزیکی و با هدفی خاص بازنمایی می‌شود (یعنی نمود دوباره می‌یابد). مثلاً در فرهنگ روزگار مدرن رابطه جنسی می‌تواند با شکل‌های زیر بازنمایی شود: (۱) عکس دو نفر که به شکلی رمانتیک در حال بوسیدن یکدیگر هستند. (۲) شعری که جنبه‌های مختلف فیزیکی و احساسی رابطه جنسی را توصیف می‌کند. یا (۳) فیلمی اروتیک که جنبه‌های فیزیکی بیشتری از رابطه جنسی را به تصویر می‌کشد. هر یک از این‌ها نوع خاصی از دال است، چیزی که شکل فیزیکی ویژه‌ای دارد. معنایی که هر یک از این شکل‌ها می‌گیرند مدلول را هم در بر می‌گیرند. باید توجه داشت که اینها فقط به وسیله‌ی سازنده‌شان به شکل دال در نمی‌آیند، بلکه دیدگاه‌های پیشین معینی مرتبط با فرهنگی که دال در آن ساخته شده نیز دخیل است. مثلاً بازنمایی‌های رابطه جنسی در لندن با بازنمایی‌های همان مرجع که مثلاً در کلکته یا سانفرانسیسکو ساخته می‌شوند، بسیار متفاوت است. به علاوه، رسانه مورد استفاده برای ترسیم مرجع نیز، مدلول را شکل می‌دهد. عکس می‌تواند نماهای نسبتاً محدودی از مرجع را نشان دهد، در صورتی که فیلم می‌تواند جزئیات گرافیکی بیشتری از فعالیت جنسی را فراهم سازد. نهایتاً اقتباس معنا از بازنمایی‌هایی که پیشتر ذکرشان رفت توسط افرادی که در لندن، کلکته یا سان فرانسیسکو زندگی می‌کنند، بسیار متفاوت خواهد بود، این بدان خاطر است که این افراد در فرهنگ‌های مخصوص به خود، به نظام‌های دلالت متفاوتی عادت کرده‌اند که درک رابطه جنسی را پی‌ریزی می‌کند (دانی، ۱۳۸۷: ۲۱).

بدین ترتیب، نشانه‌شناسان ساختارگرا تمایلی به پذیرش خوانش‌های بدیل ندارند و فرض را بر این می‌گیرند که تفسیرهای آنها، بازتابی از یک توافق عام یا معنایی است که در متن مستقر است. نشانه‌شناسانی که از بررسی تفسیرهای دیگران چشم‌پوشی می‌کنند برای چیزی به نام تفسیرگر نخبه امتیاز قائلند (چندلر، ۱۳۸۶: ۳۰۰). به عبارت دیگر، رویکردهای ساختارگرا تمایل به افکار و ویژگی‌های خاص متون دارند. در نتیجه این رویکرد به تنهایی قادر به پاسخ‌گفتن به این پرسش نیست که مردم چگونه

در یک بافت اجتماعی خاص به تفسیر متون می‌پردازند.

(۲) نشانه‌شناسی اجتماعی (پساساختارگرا)

ساختارگراها تا حدی نظرهای متفاوت نسبت به گفتمان دارند که در ابتدا محدود به گفتار نیستند و در واقع برای آنها گفتارهای روزمره اهمیتی ندارند. توجه به متون نوشتاری هدف اصلی این مطالعه است (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۲۳۲). نشانه‌شناسی ساختارگرای محض، فرآیندهای تولید، تفسیر یا حتی نیت مؤلف را خطاب قرار نمی‌دهد. همچنین از کاربری‌ها، چارچوب‌های نمادین و بافت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی چشم‌پوشی می‌کند. در نشانه‌شناسی ساختارگرا تأکید بیشتر روی لانگ است تا پارول<sup>۱</sup> (اصطلاحات سوسوری)، روی نظام‌های صوری است تا کاربری‌های اجتماعی (چندلر، ۱۳۸۶: ۳۰۰). ناتوانی نشانه‌شناسی ساختارگرا در ارتباط دادن متون به روابط اجتماعی معمولاً به یکی از ویژگی‌های آن به نام کارکردگرائی نسبت داده می‌شود. ما نه فقط باید به این که چگونه نشانه‌ها دلالت می‌کنند توجه کنیم (نگاه ساختاری) بلکه باید به این که چرا نشانه‌ها دلالت می‌کنند نیز توجه داشته باشیم (نگاه جامعه‌شناختی) ساختارها علت امر دلالت نیستند. دریدا متفکر پساساختارگرای تمام‌عیاری است که تقسیم‌بندی سوسور بین دال و مدلول را رد می‌کند؛ دریدا به دنبال رها کردن آشکار هر نوع ارجاع به نوعی مرکز، سوژه، مرجع برتر یا بنیان است (Derrida, 1978: 286) او این کار را از طریق واسازی متن انجام می‌دهد و ادعا می‌کند که هرگز چیزی جز نوشتار وجود نداشته است، زندگی واقعی نیز یک متن است و لذا می‌توان آن را واسازی کرد (Derrida, 1976: 158). دومینیک استریانی<sup>۲</sup> این موضوع را با مثال گل رز توضیح می‌دهد: ما چگونه می‌توانیم بدانیم که یک شاخه رز بر عشق دلالت دارد؟ فقط بدین شرط که از قصد دهنده و عکس‌العمل دریافت‌کننده‌ی آن آگاه باشیم و رابطه‌ای که میان آن دو به وجود آمده است را بشناسیم. اگر آن دو عاشق باشند و قراردادهای اهداء گل - یعنی ابراز یک عشق رمانتیک و جنسی - را بپذیرند، آن گاه ما این دلالت را می‌پذیریم. اما بدین ترتیب ما این کار را نه فقط بر اساس نشانه بلکه بر مبنای روابط اجتماعی که در آن می‌توانیم برای این نشانه موقعیتی پیدا کنیم انجام می‌دهیم.... شاخه رز را به عنوان

۱. لانگ نظامی انتزاعی از قواعد و قراردادهای یک نظام دلالتی است که مستقل از کاربران فردی موجود می‌باشد و مقدم بر آنهاست و پارول مورد استفاده از لانگ می‌باشد.

۲. Dominic Esteryani

شوخی، توهین، تشکر و غیره نیز می‌توان اهداء کرد (چندلر، ۱۳۸۶: ۳۰۱). همانطور که الن سیترا<sup>۱</sup> می‌گوید: پساساختارگرایی بر لغزش بین دال و مدلول - بین یک نشانه و دیگری، بین یک مفهوم و مفهوم دیگر - و در نهایت به این موضوع که معنی همواره جایگزین می‌شود، تأکید دارد. (Seiter, 1992: 61)

در تحلیل نهایی، هر دوی این مکاتب بر این باورند که ما نه فقط کاربران ابزاری زیان، بلکه سوژه‌ی آن هستیم. در واقع نشانه‌شناسان اجتماعی (پساساختارگرا) دیدگاه شکل‌گیری سوژه را هر چه بیشتر توسعه دادند. نشانه‌شناسان پساساختارگرا امیدهای سوسور را برای این که نشانه‌شناسی تبدیل به یک ارزش نظام‌مند شود که بتواند ژرف ساخت‌های بنیادی جهان خارجی را آشکار سازد، رد می‌کنند. روش نشانه‌شناسان پساساختارگرا، واسازی است و آنها بر ناپایداری رابطه‌ی میان دال و مدلول تأکید دارند، به عقیده‌ی این نشانه‌شناسان، ایدئولوژی مسلط سعی در ترویج توهم یک مدلول متعالی دارد (چندلر، ۱۳۸۶: ۳۳۲).

### ۳ نشانه‌شناسی رسانه‌ها

امروزه، رسانه‌ها از اعتباری بی‌سابقه برخوردارند، رسانه‌ها به عنوان رویکردی نهادینه برای ایجاد آگاهی و اطلاع‌رسانی به توده مردم پایه‌گذاری شدند و حال، مبدل به ابزاری برای تسلط بر زندگی ما شده‌اند و به جای این که شکلی از بیان فرهنگی باشند، خود تبدیل به یک فرهنگ شده‌اند (یاداو: ۱۹۹۳). متون رسانه‌ای سرشار از نشانه‌ها هستند، یکی از راه‌های مناسب تحلیل این نشانه‌ها، دانش نشانه‌شناسی است. منظور از یک متن رسانه‌ای، پیام رسانه‌ای ضبط شده بر یک بستر معین است (کوثری، ۱۳۸۷: ۳۲). از این رو یک تبلیغ دیواری، عکس روی جلد مجله مردم‌پسند، یک سریال تلویزیونی، یک برنامه رادیویی نیز یک متن رسانه‌ای به شمار می‌آیند.

همانطور که اشاره شد رسانه‌هایی که برای ترسیم مرجع (برای مثال روابط جنسی) استفاده می‌شوند، در شکل‌دهی مدلول مؤثرند. رولان بارت<sup>۲</sup> در دهه‌ی ۱۹۵۰ با ابزارهای نظری نشانه‌شناسی توجه را به ارزش مطالعه‌ی رسانه‌ها و فرهنگ پاپ معطوف ساخت. در دهه ۱۹۶۰ دیگر نشانه‌شناس مشهور فرانسوی، ژان بودریار<sup>۳</sup> کار را از همان جایی که بارت رها ساخته بود ادامه داد. بودریار نیز مانند هموطن

۱. Elen Seiter

۲. Roland Barthes

۳. Jean Baudrillard



خود با لحنی گزنده به کل صنعت فرهنگ مصرف‌گرا حمله کرد. او این صنعت را کارخانه‌ی بزرگ تولید‌کننده‌ی حواس‌پرتی می‌دانست که قصد دارد توده‌ها را به نوعی گیجی خواب‌آلود فرو برد (دانسی، ۱۳۸۷: ۶۶-۶۵). به نظر بودریار رسانه‌ها ما را به جهانی وانموده می‌برند. وانمودن یعنی تظاهر به داشتن آنچه نداریم ولی مسئله از این پیچیده‌تر است، چراکه وانمودن به سادگی برابر با تظاهر کردن نیست: «کسی که تظاهر به بیمار بودن می‌کند در بسترش می‌خوابد و تمارض می‌کند. کسی که وانمود به بیمار بودن می‌کند بعضی از علائم بیماری را در خود تولید می‌کند.» (حقیقی، ۱۳۸۹: ۸۷). بودریار عقیده دارد که رسانه‌ها چیزی نیستند جز ابزارهایی شگفت‌انگیز برای بی‌ثبات کردن حقایق و واقعیات مربوط به تمام حقایق تاریخی و سیاسی (پاستر، ۱۳۷۷: ۳۹). به هر حال موضوع اصلی نشانه‌شناسی رسانه‌ها این است که بررسی کند چگونه رسانه‌های جمعی، نشانه‌ها را برای اهداف خاص خود خلق و بازیابی می‌کنند. نشانه‌شناسی رسانه این کار را با بررسی نحوه شکل‌گیری نشانه، یعنی دال، نظام دلالت و مدلول درون رسانه انجام می‌دهد.

اجازه دهید با ذکر مثالی به تشریح پرسش‌های پیش روی نشانه‌شناسی رسانه‌ها پردازیم. شخصیت کتاب کمیک سوپرمن<sup>۱</sup> را در نظر بگیرید که در سال ۱۹۳۸ توسط اکشن کامیکس<sup>۲</sup> معرفی شد و اندکی بعد به صورت جداگانه کتاب‌های کمیک سوپرمن منتشر شد. این کتاب چه چیزی یا چه کسی را بازنمایی می‌کند؟ البته پاسخ این است که او جانشینی برای «قهرمانی» در سنت قهرمانان فوق بشری اسطوره‌ای، مانند پرومته و هرکول است، البته سوپرمن به عنوان شمایی از قهرمان، روز آمد شده و از نظر فرهنگی انطباق یافته است (دانسی، ۱۳۸۷: ۶۶). همان‌طور که این نمونه‌ی عینی نشان می‌دهد، بیشتر مواقع، بازنمایی‌های رسانه‌ای، دال‌های بازیافتی هستند که جامه‌ی امروزی به تن کرده‌اند تا برای مخاطبان امروزی خوشایند ظاهر شوند. همان‌گونه که بارت به درستی در سراسر بسیاری از نوشته‌هایش درباره‌ی پاپ اظهار می‌داشت، شخصیت‌های رسانه‌ای از قبیل کابوی‌ها و کارآگاهان سینما و نمایش‌هایی چون مسابقات کشتی پر جار و جنجال جذائیتی ماندگار دارند. مردم مدرن امروز همچون پیشینیان خود به صورت ناخودآگاهانه به قهرمانانی نیاز دارند تا چیزهای موجود در امور انسانی را حداقل در دنیای تخیل درست کنند (همان: ۶۸).

۱. Superman Comic Book

۲. Action Comics

اما چگونه نظام دلالت درون رسانه (در اینجا کتاب کمیک سوپرمن) شکل می‌گیرد؟ رولان بارت بر این نکته تأکید داشت که یک نشانه می‌تواند دلالت‌های فرهنگی و یا تواردهای ذهنی که معانی دیگری را ایفاد نماید نیز در برداشته باشد. از این منظر یک نشانه خود به صورت یک «حامل نشانه» برای حمل جنبه‌های دلالتی فرهنگ در می‌آید. بنابراین کلماتی همچون «زنجیر»، «دیوار»، «لاله»، «شب»، «سیاه»، «سفید» و ... اگر چه هر یک دلالتی صریح بر شیء یا پدیده‌ای خارجی دارند، لیکن به طور ضمنی نیز هر کدام دارای بار و سویه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی متعدد هستند (تاجیک، ۱۳۸۳: ۱۲). فیلسوف و منتقد ادبی آی. ای. ریچاردز<sup>۱</sup> در اثر کلاسیک سال ۱۹۲۳ خود تحت عنوان با مسمای «معنای معنا» اظهار می‌دارد، مفهوم معنای صریح مانند اصول بدیهی حساب و هندسه، همان بهتر که بدون تعریف باقی بماند. اساساً، معنای صریح، رابطه‌ی «ارزش صوری» ای است که بین یک نشانه و مرجع آن برقرار است. مخاطبان عصر باستان احتمالاً بر این عقیده بودند که پرومته موجودی واقعی است و بر این اساس شخصیت نمایشی او را صریحاً تفسیر می‌کردند. بچه‌ها هم ممکن است امروز تمایل داشته باشند که سوپرمن را به همین شکل تفسیر کنند. اما مخاطبان بزرگسال مدرن امروز این گونه تفسیر نمی‌کنند. آنها می‌دانند که سوپرمن به صورت یک شخصیت تخیلی بازنمایی می‌شود نه شخصیتی واقعی (دانسی، ۱۳۸۷: ۶۹). تفسیر سوپرمن به صورت «شخصیت قهرمان تخیلی» به عنوان معنای تلویحی شناخته شده است. این را می‌توان معنایی تعریف کرد که «تاریخچه‌ی فرهنگی خاصی در پس خود دارد». یعنی تنها بر حسب نوعی نظم دلالت کننده قابل درک است. در معنای تلویحی، هر چیزی درباره‌ی سوپرمن، بُعدی تاریخی برای آن دارد. معنای تلویحی، قدرتمند است زیرا احساسات و ادراکات درباره‌ی چیزها را برمی‌انگیزد. همان‌گونه که فیلسوف آمریکایی، سوزان لنگر استدلال می‌کرد، اشکال هنری، تأثیرگذارند زیرا ما «احساس می‌کنیم» که آنها چیزهای زیادی دارند که به ما بگویند، بسیار فراتر از آنچه در ابتدا و به ظاهر انتقال می‌دهند. پیام‌های رسانه‌ای نیز قدرتمند هستند زیرا به صورت احساسی به آنها واکنش نشان می‌دهیم (همان: ۷۱).

رسانه‌ای مانند کتاب امکان همنشینی معانی ضمنی را فراهم می‌آورد. به عبارت دیگر، همنشینی این معانی ضمنی درون رسانه‌ای مانند کتاب کمیک سوپرمن باعث

می‌شود که مخاطب تصویر ذهنی ترکیبی از سوپرمن داشته باشد. همنشینی بر سازگاری نشانه‌ها در کنار هم دلالت دارد. لب داستان نشانه شناختی سوپرمن این است که او قهرمانی «بازیافتی» یا رسانه‌ای شده است. او قهرمانی آمریکائی است که به جای حقیقت، عدالت و راه و رسم آمریکایی می‌نشیند.

بخش دوم - چارچوب نظری

۱) نظریه دروازه‌بانی شبکه بارزبانی نیهون

مفهوم «دروازه بان»<sup>۱</sup> توسط روانشناس اجتماعی، کورت لوین<sup>۲</sup> (۱۹۴۷، ۱۹۵۱) مطرح شد. نظریه «کانال‌ها و دروازه‌بان‌ها»ی او به عنوان ابزاری برای درک چگونگی ایجاد تغییرات اجتماعی گسترده در جوامع مطرح شد. حوادث متعددی پس از جنگ جهانی دوم به وقوع پیوست که از عملیات کنترل دروازه‌بانان (دروازه‌بانان سنتی) بر روی رسانه‌ها نشأت می‌گرفتند. برای نمونه می‌توان به انقلاب ۱۹۶۸ فرانسه اشاره کرد. در سال ۱۹۶۸، در فرانسه چیزی شبیه به یک انقلاب رخ داد. انقلاب از دانشگاه آغاز شد و ابعاد بسیار داشت، لیکن از مهمترین ابعاد آن، رسانه‌ها بودند. میشل فوکو سخن از نظام حقیقت به میان می‌آورد. منظور این بود که دولت متمرکز، پارادایم‌ها و گفتمان‌های مسلط را از طرق بسیار، از جمله رسانه‌ها منتقل می‌سازد، دستکاری واقعیت تبع طبیعی این فرآیند است و نتیجه آن بازتولید نظام موجود خواهد بود. فوکو از ناکامی این انقلاب سخت متأثر بود و یکی از دلایل این ناکامی را تسلط دولت موجود بر رسانه‌ها می‌دانست. آنان (دولتیان) حوادث خیابان‌های پاریس را در نزد افکار عمومی فرانسه ناشی از چند آنارشویست قلمداد می‌کردند که می‌توانست ثبات کشور را به خطر اندازد. شاخص‌های بسیاری نیز در اختیار داشتند از جمله دانشگاه پاریس که در تسلط همین گروه‌ها بود و هر یک به تبلیغ مرام خود در آن می‌پرداختند. نتیجه این امر (دستکاری واقعیت) این شد که بعد از انتخابات عمومی باز هم دولت (به ریاست پومپیدو) قدرت را احراز نمود و انقلاب به تغییر در ساختار قدرت که هدف اصلی طراحان آن بود، دست نیافت (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۱۵).

در چنین فضایی تعبیر دروازه‌بانان که کورت لوین در سال‌های قبل مطرح کرده بود بسیار مورد توجه قرار گرفت، به درستی معلوم شد رسانه‌ها ناچار به گزینش هستند. آنان باید دو فضای متفاوت، متناهی و نامتناهی را به هم پیوند دهند. فضای

۱. Gatekeeper

۲. Kurt Lewin

نامتناهی نماد واقعیت است. واقعیت وسیع، پیچیده و متنوع است حال آنکه فضای رسانه متناهی و محدود است. اصحاب رسانه ناچار باید دست به انتخاب زنند. بنابراین از دید آنان واقعیت ناچار باید رده‌بندی شود. برخی از عناصر آن، برجسته شناخته می‌شوند و شایسته ورود به فضای رسانه‌ای هستند، بسیاری از ورود به این حوزه محروم می‌مانند. کسانی که شایسته ورود به حوزه رسانه‌ای هستند باید در یک نظام رده‌بندی جای گیرند. برخی از آنان را می‌توان با حروف سیاه و درشت در صفحه اول رسانه آورد، بسیاری را می‌بایست به صفحات آخر منتقل کرد (همان: ۱۷). به دیگر سخن، در فرآیند دروازه‌بانی سنتی، انتخاب خبر تصادفی و ذهنی نیست بلکه عمدتاً مطابق الگوهای تفسیر و معنایی صورت می‌گیرد که به نهادهای بوروکراتیکی که منبع خبر و یا پردازش‌کننده رویدادند تعلق دارد. آنچه درون رسانه‌ها قرار می‌گیرد به منابع گردآوری و پردازش اطلاعات این موسسات بستگی دارد (Fish-man, 1982:219). از این رو، ویلبر شرام<sup>۱</sup> اصحاب رسانه را دروازه‌بانان می‌نامد. ویلبر شرام، در تعریف این مفهوم در اثر معروفش «انسان‌ها، پیام و رسانه‌ها: نگاهی به ارتباطات انسانی» می‌نویسد: دروازه‌بانان که در سراسر شبکه‌های خبری جای می‌گیرند، شامل خبرنگارانند که باید تصمیم گیرند، در جریان یک دادگاه یا یک حادثه خاص یا تظاهرات سیاسی کدام قسمت را متبلور سازند، کدام خبر را رها ساخته، کدامین را در مجرای وسیله جای دهند. همچنین دروازه‌بانان مؤلفین را نیز شامل می‌شود، زیرا آنان باید تصمیم گیرند که از کدام موضوع یا فرد سخن بگویند یا کدامین دیدگاه از زندگی را مطرح سازند (Schramm, 1978:139).

در حالی که از نظریه‌های سنتی دروازه‌بانی، عمدتاً در حوزه‌های ارتباطات استفاده شده است (دونوهو، اولین و تیچنور، ۱۹۸۹؛ گیر، ۱۹۵۶؛ شومیکر، ۱۹۹۱؛ وایت، ۱۹۵۰)، اما آنها اساساً، به دروازه‌بانی به عنوان یک فرآیند انتخاب اشاره کرده‌اند و به دانشمندان، چارچوبی برای تحلیل، ارزیابی و درک این داده‌اند که چگونه انتخاب اخبار یا ارتباطات صورت می‌پذیرد و چرا برخی موارد انتخاب می‌شوند، در حالی که برخی دیگر طرد می‌شوند. به طور کلی، آنها چارچوبی برای استمرار پژوهش‌های لوین در مورد تغییر اجتماعی و بررسی منابع گوناگونی فرهنگی ارائه داده‌اند (فیشر و دیگران، ۱۳۸۷: ۲۹۵). به موازات فراگیر شدن شبکه‌ها و به ویژه اینترنت، دانشمندان

۱. Wilbur Schramm

به طور فزاینده، از اصطلاح دروازه‌بان (بیرنهایک و الکین - کورن، ۲۰۰۳؛ کورن فیلد و رینی، ۲۰۰۳؛ هارگیتای، ۲۰۰۰)، بیشتر برای توضیح شرایط موجود استفاده کرده‌اند. فضای سایبر، به طور قابل ملاحظه‌ای، هویت و نقش دروازه‌بانان و همچنین فرآیند دروازه‌بانی را تغییر داده است.

هم‌راستا با دوره نخست پژوهش‌های دروازه‌بانی، بارزیلای نیهون (۲۰۰۴) نظریه دروازه‌بانی شبکه را پیشنهاد کرد که NGT با تطبیق مفاهیم سنتی به جامعه شبکه‌ای تعاریف جدیدی از دروازه‌بانی و دروازه‌بانان به دست می‌دهد. بر اساس بررسی و روابط قدرت میان اینترنت و فضای اطلاعات، NGT، توزیع اطلاعات و فرایندهای کنترل اطلاعات را مفهوم‌سازی می‌کند و به شخص مجال می‌دهد تا تمرکزگرای در شبکه‌ها که خود، طرحی غیرمتمرکز دارند و عموماً به عنوان فضاهای مساوات طلب تصور می‌شوند را تحلیل کند. NGT بر چگونگی درک ما از اشاعه اطلاعات و رفتار کاربران در اینترنت تأثیر می‌گذارد و پیامدهای عدیده‌ای به بار می‌آورد. NGT متشکل از پنج مفهوم پایه است:

۱. دروازه: مدخل ورود به، یا خروج از یک شبکه یا قسمت‌های آن.
۲. دروازه‌بانی: فرآیند کنترل اطلاعات، همزمان با ورود آن از طریق دروازه. این فرآیند شامل فعالیت‌های از جمله انتخاب، اضافات، پنهان‌کاری، نمایش‌دادن، هدایت‌کردن، شکل‌دهی، دستکاری، تکرار، زمان‌بندی، محلی‌سازی، یکپارچگی، فیلترکردن و تخلیه اطلاعات است.
۳. سازوکار دروازه‌بانی: ابزار، فناوری یا روش به کار رفته برای انجام فرآیند دروازه‌بانی.
۴. دروازه‌بانی شبکه: یک موجودیت (شخص، سازمان یا نهاد حاکم) که قادر به اعمال دروازه‌بانی از طریق سازوکار دروازه‌بانی در شبکه‌هاست و می‌تواند میزان اعمال دروازه‌بانی را تعیین کند.
۵. دروازه‌بانی شده: موجودیتی که در معرض فرآیند دروازه‌بانی قرار می‌گیرد (همان: ۲۹۶).

از آنجایی که مفهوم سنتی دروازه‌بانی، اساساً به عنوان بخشی از گفتمان ارتباطات جمعی مطرح شده بود، از کنشگران انتظار می‌رفت که نقش‌های فرستنده-گیرنده را ایفا کنند. دروازه‌بان به عنوان یک عامل رسانه‌های جمعی (مثل روزنامه، تلویزیون یا

ایستگاه رادیو) یعنی فرستنده تصور می‌شد که دارای [مخاطب] دروازه‌بانی شده (مثل خواننده روزنامه، بیننده تلویزیون یا شنونده رادیو) یعنی گیرنده نیز بود. دروازه‌بان، مسئول ویرایش، تولید و توزیع اطلاعاتی بود که قرار است توسط دروازه‌بانی شده (گیرنده) دریافت شود (Lewin, 1951:143).

در بافت شبکه‌ها [اینترنت] مفهوم فرستنده-گیرنده مجزاً دیگر جایگاهی ندارد. در خلال هر تعامل شبکه‌ای، نقش‌های فرستنده و گیرنده به دفعات عوض و مبادله می‌شود و البته در واقع، نقش‌های دروازه‌بان و دروازه‌بانی شده تغییر می‌کند (جای یکدیگر را می‌گیرند). هم‌راستا با مفهوم فرستنده-گیرنده، متون سنتی با اطلاعاتی سروکار دارد که از سمت فرستنده به سوی گیرنده در حرکت است در حالی که یک جهت منبع به مقصد را می‌پیماید. مفروض است که منبع، مؤلد اطلاعات (دروازه‌بان) است و اطلاعات (دروازه‌بانی شده)، مقصد قلمداد می‌شود. با این وجود، در بافت شبکه‌ها، اطلاعات توسط دروازه‌بانی شده نیز می‌تواند تولید شود و دروازه‌بانی شده می‌تواند به عنوان منبع، ایفای نقش کند، هم‌ینطور، دروازه‌بان نیز می‌تواند به عنوان مقصد عمل کند. به علاوه، بر اساس متون سنتی، تنها دروازه‌بانان اطلاعات را خلق و تولید می‌کنند؛ مخاطب دروازه‌بانی شده قادر به تولید و خلق آزادانه اطلاعات در نظر گرفته نمی‌شود. دروازه‌بانی شده صرفاً و آن هم به ندرت، حق خلق اطلاعات را دارد. تازه این کار در اکثر موارد، باید تحت کنترل و صلاح‌دید دروازه‌بان صورت پذیرد. برای مثال، از یک خواننده روزنامه خواسته می‌شود نسبت به یک مقاله واکنش نشان دهد و تنها این کار را از طریق ستونی انجام دهد که برای نقطه نظرات خوانندگان تعبیه شده است و اگر قرار است که اظهارنظر ایشان منتشر شود، می‌بایست مورد تأیید یکی از اعضای هیأت تحریریه قرار گیرد. NGT بحث می‌کند که در شبکه‌ها ارتباط بین دروازه‌بان و دروازه‌بانی شده، بسی پیچیده‌تر است.

شاید دروازه‌بانان به خاطر منابع گسترده دسترس‌پذیری که در اختیار دارند، حجم اطلاعات بیشتری نسبت به دروازه‌بانی شده‌ها خلق و تولید کنند. لیکن دروازه‌بانی شده‌ها می‌توانند به طور مستقل و بی‌آن که از مسیر دروازه‌بان محتوا عبور کنند، به تولید و خلق اطلاعات مبادرت ورزند. اما وقتی دروازه‌بانی شده‌ها به طور مستقل اطلاعات را تولید می‌کنند اهمیت آن تا حدی پایین است، زیرا در مقایسه با اطلاعات اشاعه یافته توسط دروازه‌بانانی که بیشتر توجه مخاطب را تحت کنترل دارند، خواه

ناخواه با اقبال محدودتری مواجه می‌شوند. وجود سکوه‌های عمومی جایگزین برای دروازه‌بانان فی نفسه حائز اهمیت است زیرا به یک فضای سایبر متکثرتر کمک می‌کند. روش دیگر تحلیل قدرت دروازه‌بانی شده در شبکه‌ها عبارت است از تمرکز بر تولید اطلاعات به جای تمرکز بر خلق اطلاعات. دروازه‌بانی شده می‌تواند در شبکه‌ها اطلاعاتی را تولید کند که قبلاً توسط دروازه‌بانان خلق شده است، امکانی که قدرت دروازه‌بانی شده را افزایش می‌دهد (فیشر و دیگران، ۱۳۸۷: ۲۹۸).

به عبارت دیگر، در متون سنتی، روابط بین دروازه‌بانان و مخاطبان آنها عمدتاً یکطرفه است، این امر بر قدرت دروازه‌بانان و کنترل ایشان بر مخاطبانانشان می‌افزاید. به خاطر نقش‌های مفروض فرستنده - گیرنده دروازه بان (فرستنده) و دروازه‌بانی شده (گیرنده)، انتظار نمی‌رود که دروازه‌بانی شده‌ها دارای قدرت قابل ملاحظه‌ای باشند. در یک محیط شبکه‌ای، این وضعیت به طور قابل ملاحظه‌ای پیچیده‌تر است. دروازه‌بانی شده می‌تواند جایگزین‌های دیگر و قدرت خلق و تولید اطلاعات داشته باشد. وضعیت و قدرت تعاملی آنها نسبت به نقش‌های سنتی تقویت می‌شود (همان: ۲۹۹). NGT به ما امکان می‌دهد تا جریان اطلاعات در اینترنت را هم به لحاظ فنی و هم به لحاظ اجتماعی مفهوم‌سازی و تحلیل کنیم.

## ۲) نظریه مک لوهان درباره رسانه

مارشال مک لوهان و کسانی دیگر که دخیل در «نظریه بزرگ» درباره عصر رسانه‌ها هستند نوعی متفاوت از کوشش برای بررسی جریان تکامل رسانه‌ها در بطن مدرنیته را به نمایش گذاشته‌اند (هوور، ۱۳۸۶: ۱۰۲). او بر نقش رسانه و تکنولوژی ارتباطات برای تأثیر نهادن بر توسعه تاریخی جوامع تأکید می‌کند. به باور مک لوهان، محتوای رسانه‌ها به درک تأثیر آنها ربطی ندارد و این قالب‌های فنی شیوه‌های ارتباطی است که بر درک و دریافت بشر اثر می‌نهد. در نظر او، کوشش برای درک تلویزیون با بررسی برنامه‌هایی که پخش می‌کند، همان قدر پوچ و بی‌فایده است که درک تأثیر صنعت چاپ در سده پانزدهم از طریق بررسی محتوایی انجیلی که گوتنبرگ چاپ می‌کرد. مک لوهان می‌گوید که رسانه همان پیام است و توضیح می‌دهد که چگونه تغییر از ارتباط شفاهی و کلامی به چاپی، بر نحوه درک جامعه در زمان خود تأثیر نهاد. علوم رسانه‌ای توازن میان حواس پنج‌گانه را بر هم زد و رسانه‌های الکترونیکی، به ویژه تلویزیون، آدم‌ها را به هم نزدیکتر کرد و آنها را به شهروندان «دهکده جهانی» بدل

ساخت. مک لوهان (۱۹۱۱-۸۰) اهل کانادا و بنیانگذار «مرکز مطالعات رسانه‌ها» در تورنتو بود. از کتاب‌های او می‌توان به «درک رسانه‌ها» (۱۹۶۴)، «رسانه پیام است» (۱۹۶۷) و «جنگ و صلح در دهکده جهانی»<sup>۱</sup> (۱۹۶۸) اشاره کرد. اندیشه‌های مک لوهان در دهه ۱۹۷۰ رونق خود را از دست داد، اما در دهه ۱۹۹۰ و با اوج‌گیری بحث «جهانی شدن» بار دیگر بر سر زبان‌ها افتاد (ویلیامز، ۱۳۸۶: ۸۰).

مک لوهان در کتاب درک رسانه‌ها که در سال ۱۹۶۴ منتشر شد، اندیشه‌های بسیاری را به چالش طلبید و آشکار ساخت که پیام رسانه‌ای مورد نظر او در سایه وسایل ارتباط جمعی معنا پیدا می‌کنند (رشیدپور، ۱۳۵۲: ۱۶). به عقیده مک لوهان محتوای محیط جدید، همواره محتوای شکل قدیمی آن است. این محتوا به طور وسیعی توسط تکنولوژی جدید منتقل می‌شود (McLuhan, 1964: 309). در پشت موجودات مرئی جهان، مک لوهان پس زمینه‌ای پنهانی را دیده است: گفتن این که هر تکنولوژی یا امتدادی از انسان، محیط جدیدی را خلق می‌کند، بهترین روش برای گفتن رسانه همان پیام است. به علاوه، این محیط همیشه «نامرئی» و محتوای آن همیشه تکنولوژی قدیمی تر است. تکنولوژی قدیمی، همیشه و به طور قابل توجهی، با محصور کردن عملکرد تکنولوژی جدید تغییر می‌کند (هایم، ۱۳۹۰: ۱۲۹).

مک لوهان و همکارانش نظیر هارولد اینیس بیشتر به ابعاد فکری و ارتباطی توسعه توجه داشتند. اینیس مهمترین ویژگی تمدن‌های باستانی را شیوه‌های ارتباط غالب آنها می‌داند که هر یک از آنها تعصب خاص خود را از لحاظ شکل اجتماعی داشته‌اند. به همین جهت وی تغییر از سنگ به پاپیروس را علت تغییر از قدرت پادشاهان به قدرت کاهنان می‌داند (بهرامی کمیل، ۱۳۸۸: ۳۱). دغدغه اصلی مک لوهان و همکارانش آگاهی‌بخشی نسبت به اهمیت رسانه است، مک لوهان معتقد است چاپ به خودی خود، خوب یا بد نیست اما ناآگاهی نسبت به تأثیر هر نیرویی به ویژه نیرویی که خود آن را ساخته‌ایم، یک فاجعه است (McLuhan, 1962: 66). به عبارت دیگر، مک لوهان معتقد است چگونه نشان دادن چیزی مهمتر از چه چیزی نشان دادن است. به باور او، و سواس پست مدرن درباره «تصویر» در مقابل «عمق»، محیطی سطحی و مصنوعی ایجاد می‌کند که چیزی در آن جدی گرفته نمی‌شود که زیباشناسی به طور تعجب برانگیزی آن همه چیز را به محیط تبدیل

۱. Understanding Media

۲. The Medium is the Message

۳. War and Peace in the Global Village



کرده است. همان‌طور که نیل پستمن<sup>۱</sup> می‌گوید: تلویزیون، ما را پیوسته با دنیا در ارتباط نگه می‌دارد؛ اما این کار را با چهره‌های انجام می‌دهد که همواره خندان است. مشکل این نیست که تلویزیون به ما موضوعات سرگرم‌کننده ارائه می‌کند، بلکه موضوع این است که همه موضوعات، به عنوان سرگرمی نشان داده می‌شوند (کریبر و مارتین، ۱۳۹۰: ۴۱).

بخش سوم - نشانه‌شناسی فضای مجازی

### ۱) ویژگی‌های فضای مجازی

قبل از به وجود آمدن اینترنت و وب، رویای زاندا مطرح بود. در این رویا تمامی علوم، مستندات، تصاویر، صوت و ویدئو و ... توسط هر فرد که دارای یک دستگاه کامپیوتر بود در هر زمان و مکان دلخواه، قابل دستیابی بود. زاندا، رویای «تد نلسون»<sup>۲</sup> از یک کامپیوتر خیالی بود. وی دنیایی را که در آن اطلاعات از طریق ابرمتن‌ها و ابررسانه‌ها به صورت یک شبکه تار عنکبوتی بهم متصل و مرتبط می‌گردیدند، پیش‌بینی کرده بود. در این دنیا اطلاعات به صورت یک کتابخانه جهانی در نظر گرفته می‌شدند. دستیابی به این کتابخانه جهانی و استفاده از آن تأثیر شگرفی در جوامع متفاوت بشری رابه دنبال داشته و منشأ بروز تحولات عظیم در حیات بشری خواهد بود. زاندا یک رویا بود، ولی امروز با واقعیتی به نام وب مواجه هستیم (امیریان، ۱۳۸۶: ۶). وب به عنوان بخشی از اینترنت محسوب می‌گردد (اینترنت یک شبکه گسترده جهانی از کامپیوترهای بهم مرتبط است). وب یک سیستم مدیریت بانک اطلاعاتی سرویس دهنده/سرویس گیرنده بوده که از یک ساختار و معماری مشخص جهت بازیابی اطلاعات استفاده می‌کند. تمامی مرورگرها<sup>۳</sup> با آگاهی از این معماری قادر به دستیابی به اطلاعات موجود خواهند بود. مرورگرها، نرم افزارهایی هستند که پس از نصب و بهره‌برداری از آنان می‌توان از یک سایت اطلاعاتی به سایت دیگر حرکت نمود (همان: ۷) مرورگرهای وب، چندپروتکلی (چند ضابطه‌ای) هستند. این بدان معنا است که مرورگرها می‌توانند به انواع مختلفی از سرویس دهنده‌ها<sup>۴</sup> که بر اساس پروتکل‌های مختلفی ارتباط برقرار می‌کنند، دسترسی داشته باشند (کراناک، ۱۳۷۷: ۱۱).

اولین بار یک برنامه نویس انگلیسی بنام «برنرزی»<sup>۵</sup> ایده ترکیب ابررسانه‌ها را در

۱. Neil Postman

۲. Ted Nelson

۳. Browser

۴. Server

۵. Tim Berners-Lee

منابع اطلاعاتی اینترنت مطرح کرد. قبل از وب، منابع و اقلام اطلاعاتی گوناگونی در اینترنت وجود داشت ولی دستیابی به آنها به سادگی میسر نبود. در سال ۱۹۸۹ زمانی که برنرزی بر روی یک پروژه فعالیت می‌کرد، مشاهده نمود که دستیابی به اطلاعات مورد نیاز جهت کار همزمان بر روی پروژه برای افراد، عملیاتی طاقت‌فرسا و مشکل است. وی با بهره‌گیری از تکنولوژی ابرمتن‌ها، شبکه‌ای از مستندات مورد نیاز افراد جهت فعالیت در پروژه‌های گوناگون را فراهم آورد. در این حالت ارتباطات متعددی به صفحات مستندات وب، می‌بایست با یک قالب خاص نوشته شوند، به گونه‌ای که ابرمتن‌ها بتوانند با یکدیگر کار نمایند. این قالب خاص HTML<sup>۱</sup> نامیده شد (امیریان، ۱۳۸۶: ۷).

به عبارتی دیگر وب پتانسیل بالای خود را مدیون دو تکنولوژی مدرن: ابرمتن‌ها<sup>۲</sup> و ابررسانه‌ها<sup>۳</sup> است. ابرمتن خصیصه‌ای است که دسترسی به اطلاعات اضافی را با کلیک روی متن انتخابی یا گرافیکی نمایش داده شده در صفحه امکان‌پذیر می‌سازد. این خصیصه از اجزای مهم و ضروری بیشتر صفحات وب است (مهرداد و کلینی، ۱۳۸۷: ۲۰۶). در ابرمتن‌ها، اطلاعات مرتبط با استفاده از یک روش مدون بهم پیوند زده می‌شوند. با استفاده از ارتباطات تعریف شده بین اطلاعات، می‌توان با هر روش دلخواه و طی یک مسیر خطی و یا غیرخطی به اطلاعات مورد نظر دستیابی پیدا کرد. به هر حال زمانی که مجموعه وسیعی از اطلاعات را با هر روش ممکن ذخیره کرد، می‌بایست روش‌هایی را نیز برای بازیابی و دستیابی به آنها تدوین نمود. در مدل‌های قدیمی جهت حرکت از یک صفحه (یک حریم اطلاعاتی) به صفحه دیگر، می‌بایست به صورت خطی حرکت نمود (ابتدا صفحه یک و در ادامه صفحه دو و ...). در یک ابرمتن با استفاده از اطلاعات تعریف شده می‌توان از یک واژه به واژه دیگر پرش و اطلاعات مربوطه را مشاهده کرد. مثلاً در یک دایره‌المعارف که به صورت ابرمتنی پیاده‌سازی شده است، می‌توان اطلاعاتی را در رابطه با «نیما یوشیج» مشاهده و در همان وضعیت اطلاعاتی را نیز در رابطه با «یوشیج» زادگاه وی مشاهده کرد. در زمان مشاهده اطلاعات در رابطه با «یوشیج» می‌توان اطلاعاتی را رابطه با استان مازندران نیز دریافت کرد (امیریان، ۱۳۸۶: ۶). ابرمتن، کارکرد موفقیت‌آمیزی داشت و

۱. Hyper Text Markup Language  
 ۲. Hyper text  
 ۳. Hyper Media

در ابتدای دهه‌ی ۱۹۸۰ مورد استفاده بعضی از برنامه‌های کاربردی شبکه قرار گرفت (Naughton,1999:218).

ابرمتن، باعث شکل‌گیری رسانه‌ای آرمانی برای سامانه اطلاعاتی جدید برنرزیلی شد. به دلیل این که ابرمتن از روش کار افراد، نه روش کار رایانه‌ها ناشی می‌شد، برنرزیلی سامانه‌ای را طراحی کرد که در یک زمان، هم می‌توانست منطقی و هم فازی باشد. به راحتی می‌شد امکان جابجایی بین اسناد، در یک محیط شبکه‌ای به جابجایی بین رایانه‌های مختلف تبدیل شود. ساختار و زبان آشنای وب، به سرعت پدیدار شد: سرویس‌دهنده‌ها، پایگاه‌ها<sup>۱</sup>، موتورهای جستجو<sup>۲</sup> و مانند آنها. وب به طرز چشمگیری رشد کرد: وب در سال ۱۹۹۲ به وجود آمد و هنگامی که مرورگر موزائیک در سال ۱۹۹۲ ظهور کرد، به عنوان یک محیط ارتباطی آرمانی پذیرفته شد و باعث شکل‌گیری آخرین مرحله پیشرفت موشک الکترونیکی برنرزیلی شد (Berners-Lee,1999:75).

در گذشته اکثر اطلاعاتی که از طریق وب در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌گرفت به صورت متن<sup>۳</sup> بود، ولی امروزه با به کارگیری امکانات چندرسانه‌ای<sup>۴</sup> نظیر صوت، گرافیک، انیمیشن و تصویر می‌توان اطلاعات را با اشکال متفاوت بر روی سایت‌های اطلاعاتی مشاهده کرد (اشاره به خصلت ابرشبکه‌ای اینترنت). مثلاً می‌توان یک سایت اطلاعاتی از فیلم‌های ویدئویی ایجاد کرد تا علاقه‌مندان، از طریق وب قادر به دستیابی به فیلم مورد علاقه خود شوند (امیریان، ۱۳۸۶: ۶). به بیان دیگر، اطلاعاتی که از طریق وب بر روی اینترنت قرار می‌گیرد، می‌تواند شامل متن، صدا، تصویر، فیلم باشد. این عناصر با پیوندهایی که با استفاده از ویژگی زبان علامتگذاری ابرمتن (HTML) در آنها ایجاد می‌گردد با یکدیگر مرتبط شده و کاربر را به وسیله اشاره‌گرها<sup>۵</sup> از اطلاعی به اطلاع دیگر راهنمایی می‌کنند و کاربر با توجه به علاقه خود از اشاره‌گرهای موجود در متن برای یافتن صفحه مورد نظر استفاده می‌کند و یا ممکن است برای یافتن آن اطلاعات به نشانی دیگر در سیستم هدایت شود. هر عنصری که در صفحه وب وجود دارد مانند متن، صدا، تصویر، فیلم، آدرس‌ها و پست الکترونیکی قابلیت پیوند با منابع اطلاعاتی یا اشاره‌گرهای دیگر را دارند (Dawson,1997:46).

۱. Databases  
۲. Search Engines  
۳. Text  
۴. Multimedia  
۵. Pointer

علاوه بر دو ویژگی منحصر به فرد اینترنت که گفته شد یعنی ابرمتنی و ابرشبکه‌ای بودن آن، اینترنت ویژگی منحصر به فرد سومی نیز دارد و آن این است که اینترنت در مقایسه با دیگر وسایل ارتباط جمعی همچون رادیو و تلویزیون، ویژگی تعاملی بودن یا کنش متقابل<sup>۱</sup> را داراست. در واقع، یکی از ویژگی‌هایی که اینترنت را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند، خاصیت تعاملی آن است. اینترنت امکان تبادل نظر را به صورت آنلاین و لحظه‌ای فراهم می‌کند و این اجازه را به مخاطب می‌دهد تا بتواند با رعایت برخی استانداردهای خاص و ساده ارتباط موثر برقرار کند (پیشگاه زاده، ۱۳۸۸: ۱۹). به طور کلی، شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول فناوری وب ۲ هستند. وب ۲ به آن دسته از فناوری‌های اطلاق می‌شود که امکان مشارکت کاربر در تولید محتوا و به اشتراک گذاری اطلاعات شامل: متن، عکس، فیلم، پیوند، فایل و هر گونه داده دیگر را فراهم می‌آورند. فناوری‌های وب ۲ امکان تعامل گسترده میان کاربران اینترنت و تبادل سریع و گسترده اطلاعات میان آنها را فراهم می‌آورند. وب ۲ دنیای کندهای کاربران در محیط‌های مجازی است و شبکه‌های اجتماعی مجازی بخشی از فناوری‌های وب ۲ هستند که درون آنها، تعاملات کاربران و امکان ایجاد حلقه‌های دوستی، گروه‌های رأی‌دهی، ارتباطات افقی و سفارشی شدن صفحات وب فراهم می‌شود (ضیایی پرور و عقیلی، ۱۳۸۸: ۲۴). به عنوان مثال، تلویزیون تنها یک جاده یک طرفه است که داده‌ها را به سوی مخاطب می‌فرستد، اما در شبکه جهانی اینترنت این موضوع متفاوت است. یعنی هر دستگاه رایانه که به شبکه جهانی متصل می‌گردد، از یک سو گیرنده و از دیگر سو فرستنده است. کسی که یک رایانه با لوازم جانبی همچون دوربین و اسکنر و عکس و ... دارد، می‌تواند برای خودش در اینترنت یک صفحه وب طراحی کند و برنامه و تبلیغ خود را عرضه کند. صفحه اینترنتی من در واقع یک «من» دیگر است و یا یک «من دوم» است و در برخی مواقع نیز هویتی جدید از من است. هویتی که تاکنون هم برای خودم و هم برای دیگران پنهان بوده است.

کنش متقابل در سه شکل به وقوع می‌پیوندد:

IRC:<sup>۲</sup> این شیوه در واقع نوعی وضعیت بحث و گفتگوست که در آن تعداد متفاوت و زیادی از گفتگوهای مختلف به وقوع می‌پیوندد. افراد به صورت آنلاین یکدیگر را ملاقات می‌کنند تا تحت لوای نام‌های مستعار و دلخواه با یکدیگر گفتگو

۱. Interactivity

۲. Internet Relay Chat

کنند و اطلاعات خود را درباره موضوعات مختلف مبادله نمایند. موضوعاتی که در این گفت و گوها مطرح می‌شود، از موضوعات روزمره گرفته تا مباحث فنی و علمی و یا موضوعات ادب و سیاسی و فلسفی و فیزیکی و پزشکی را در بر می‌گیرند.

MUD<sup>۱</sup>: این شیوه در واقع زمینه بازی‌های مجازی است. تعداد زیادی از شرکت‌کنندگان در این محیط همزمان در یک میدان تخیلی باز زمینه متنی وارد می‌شوند تا برای مبارزه با دیگر شرکت‌کنندگان ربات‌های برنامه‌ریزی شده را تحت امر خود درآورند. این ربات‌ها به عنوان جادوگران و خدایان می‌توانند صحنه بازی را طراحی کنند و مسائلی را طراحی نمایند که دیگران باید آنها را حل کنند.

MOO<sup>۲</sup>: این اصطلاح در واقع بیان‌کننده آن است که بر خلاف شیوه فوق، تمرکز بر همکاری، آموزش و فراگیری دانش قرار گرفته و هر شرکت‌کننده نخست از یک حق برنامه نویسی برخوردار می‌شود به گونه‌ای که می‌تواند عناصر بازی را انتخاب و هر یک از آنها را به شکلی مستقل در صحنه قرار دهد. سالهاست که والدین از این شیوه برای آموزش فرزندانشان بهره می‌گیرند. به هر حال در هر یک از سه روش بیان شده، من به عنوان هویت «الف» یا هویت «ب» خود را معرفی می‌کنم (اخگری، ۱۳۸۶: ۲۷).

ویژگی چهارم اینترنت که از لحاظ سیاسی مهم جلوه می‌نماید، تمرکززدایی قدرت درون آن است که این تمرکززدایی، از طریق امکان دستیابی به هویت مجازی و ناشناس در این فضا، تکمیل می‌گردد. اهمیت این ویژگی را دیوید هولمس جامعه‌شناس بدین صورت بیان می‌دارد که از بین تحولات بی‌شمار تکنولوژیکی و فرهنگی که امروزه در حال اتفاق افتادن می‌باشد، یکی از آنها شاید محسوس‌ترین فرصت را برای فهم معمای غیر قابل حل سیاسی و اخلاقی جامعه‌ی معاصر ایجاد کرده است. آمدن واقعیت مجازی و ارتباطات مجازی، هر دو به عنوان استعاره‌هایی برای فرآیندهای فرهنگی وسیع تر و به عنوان مفاهیم مادی که شروع به قاب کردن جسم انسان و ارتباطات انسان کرده‌اند (Holmes, 1997: 1). بدین ترتیب، تمرکز تیم برنرزیلی صرف نظر از نوع نرم افزار، سخت افزار، زیرساخت های شبکه، زبان، فرهنگ، جغرافیا و یا عدم توانایی‌های ذهنی و جسمی به قابلیت دسترسی در سطح جهانی بود (Paris, 2005). بنابراین، می‌توان گفت که مفهوم دسترس پذیری در قلب

۱. Multi User Dungeon

۲. Multi User Dungeon Object Oriented

اینترنت قرار دارد؛ این دسترس‌پذیری با کاتالیزوری به نام امکان‌دستیابی به هویت ناشناس و مجازی تسهیل می‌گردد، همانگونه که مارک پاستر در کتاب عصر دوم رسانه‌ها بیان می‌دارد: غریبه‌ها در اینجا بدون حضور جسم یا صدایی بیگانه، فقط از طریق نشانه‌هایی که از یکی به دیگری انتقال می‌یابد با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. از آن گذشته، در این صحنه‌ها نمایش اخبار، نام‌های مستعار یا القاب نیز به کار برده می‌شود، افراد از نام خود استفاده نمی‌کنند و می‌توانند به آسانی هر یک از خصوصیات خود را پنهان دارند (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۲۳). این امکان گمنام ماندن از یک طرف امکان استفاده‌های آبرومندانه و غیرآبرومندانه را از شبکه فراهم می‌نماید و از طرف دیگر امکان بیان آزاد و انتشار نظرات را به گونه‌ای فراهم می‌سازد که در عرصه‌های دنیای واقعی بیان آنها بسیار مشکل خواهد بود. به عنوان مثال این ساختار، یافتن و مجازات کردن مخالفین را برای نیروهای امنیتی مشکلتر می‌سازد (Naughton, 2001: 7).

در تحلیل نهایی، اینترنت به عنوان یک رسانه پست مدرن، تداعی‌گر مرگ فاصله‌ها در جغرافیای ذهنی است. انسان امروز بر مکان و زمان غلبه یافته است، صداهایی که شنیده نمی‌شدند حالا شنیده می‌شوند و آن تمرکزگرایی شدید در رسانه‌های حاکم سنتی با تمرکززدایی شدیدتری در رسانه‌های دیجیتالی و پست مدرن به چالش کشیده شده است (مرادی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۲۳). بنابراین، با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد اینترنت یعنی خصوصیات ابرمتنی و ابرشبکه‌ای (پویایی و جامعیت آن)، کنش تعاملی، امکان‌دستیابی به هویت مجازی درون آن و تمرکززدایی قدرت رسانه‌ای، نشانه‌شناسی رسانه می‌تواند با اطمینان از استراتژیک بودن اینترنت نسبت به سایر رسانه‌ها، سخن به میان آورد.

## ۲) دال، نظام دلالت و مدلول درون فضای مجازی

اینترنت وسیله‌ای است برای رسیدن به هدف مبادله اطلاعات به معنای واقعی کلمه، که در دنیای واقعی و رسانه‌های پیشین معمولاً امکان‌پذیر نمی‌باشد. علت این امر، ویژگی‌های خاص اینترنت است که در قسمت پیشین نوشتار به آنها اشاره شد. عبور از دروازه‌بانی سنتی و رسیدن به نظریه دروازه‌بانی شبکه‌ای درون فضای مجازی یکی از نتایج بسیار مهم هم‌نشینی این ویژگی‌ها است.

اگر تنها برای اینترنت خصلت ابرشبکه‌ای و ابرمتنی قائل شویم، آن‌گاه اینترنت بستری را برای انتشار دال‌های سایر رسانه‌ها (رسانه‌های سنتی) فراهم می‌سازد. در

نتیجه اینترنت همگرایی بین تمام اشکال رسانه‌های موجود را موجب می‌گردد و دال‌های رسانه‌های سنتی در یک بستر همگرا منتشر می‌شوند و به تبع این انتشار، اینترنت به ابزاری برای صاحبان قدرت رسانه‌های سنتی تبدیل می‌گردد. اما خصلت دیگر اینترنت یعنی تمرکززدایی قدرت از طریق دستیابی به هویت مجازی، مانع سلطه صاحبان قدرت رسانه‌های سنتی در این فضا می‌شود. این ویژگی باعث می‌شود از رسانه‌های سنتی و در نتیجه از دال‌های رسانه‌های سنتی در این فضا عبور کرده و به نظریه دروازه‌بانی شبکه با دال‌های منحصر به فردش برسیم. دال‌ها درون اینترنت به دلیل همین ویژگی رنگ و بو و شاکله متنوع‌تری به خود می‌گیرند.

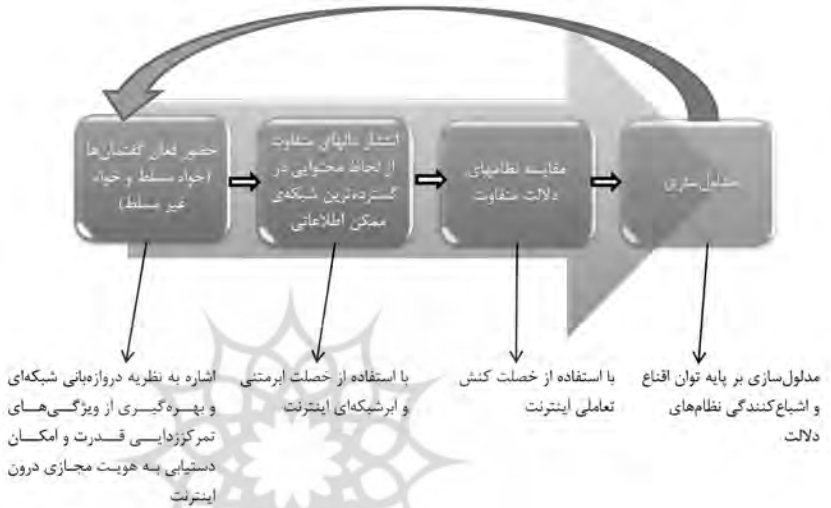
طبق نظریه دروازه‌بانی در رسانه‌های سنتی فرآیند کنترل اطلاعات همزمان با ورود آن از طریق دروازه صورت می‌گیرد (فیشر، ۱۳۸۷: ۲۹۶). این عملیات توسط دروازه‌بانان رسانه سنتی که قدرت رسانه‌ای را در اختیار دارند صورت می‌گیرد. نکته حائز اهمیت این است که درون اینترنت، دروازه‌بانی سنتی جای خود را به دروازه‌بانی شبکه‌ای می‌دهد. نتیجه این تحول، تغییر در مفاهیمی همچون اطلاعات، ارتباط و قدرت است. در رسانه‌های سنتی صرفاً دروازه‌بانان می‌توانند آزادانه به تولید و خلق اطلاعات بپردازند؛ اما درون اینترنت دروازه‌بانی شده نیز می‌تواند اطلاعات را با همان ابزارهایی که در اختیار دروازه‌بان می‌باشد خلق و تولید نماید (تمام گفتمان‌های غیر مسلط و به حاشیه‌رانده شده نیز به عنوان بخشی از دروازه‌بانی شده‌ها محسوب می‌گردند، چرا که توانایی دروازه‌بانی در رسانه‌های سنتی را ندارند). در رسانه‌های سنتی به تبع این که ابزارها و امکانات منحصراً در اختیار دروازه‌بان است، تنها دروازه‌بان دارای قدرت است و دروازه‌بانی شده فاقد هرگونه قدرتی است. اما درون اینترنت قدرت تعاملی دروازه‌بانی شده، به دلیل برخورداری از امکانات رو به افزایش است. ارتباط درون اینترنت از روابط فرستنده و گیرنده و مفهوم منبع و مقصد صرف، به سمت تعامل تبادلی فراوان، بین دروازه‌بانی شده و دروازه‌بان سوق پیدا می‌کند. تمام این تغییر و تحولات به دلیل ویژگی‌های کنش تعاملی و تمرکززدایی قدرت اینترنت است که دیگر مفهوم فرستنده و گیرنده مجزا درون آن جایگاهی ندارد.

به زبان نشانه‌شناسی، خصلت دروازه‌بانی شبکه‌ای علاوه بر این که این امکان را به صاحبان قدرت رسانه‌های سنتی می‌دهد تا به انتشار دال‌هایشان بپردازند، به دروازه‌بانی شده‌ها نیز برای اولین بار همان امکانات و ابزارها (نظیر متن، صوت، تصویر

و ...) را برای انتشار دال‌هایشان می‌دهد. اما آنچه که باعث می‌گردد دروازه‌بانی شده‌ها و گفتمان‌های غیر مسلط هم بتوانند با امنیت بالایی به انتشار دال‌هایشان در این فضا بپردازند، امکان عدم شناسایی افراد از طریق دستیابی به هویت مجازی می‌باشد. در اینترنت ما با یک هویت واحد سر و کار نداریم، بلکه در شاهرهی به سر می‌بریم که در آن، مرتب مواجهه‌هایی صورت می‌گیرد. این مواجهه‌ها به شکل ساده رویارویی چهره به چهره نیست، بلکه به صورت مبادله الکترونیکی و راه دور است و طی آن هویت‌ها به شکل غیر معمولی به نمایش گذاشته می‌شوند (مرکز پژوهش معاونت برنامه ریزی و توسعه قضایی دادگستری کل استان قم، ۱۳۸۷: ۶۱). به واسطه Online بودن، ارتباط از فاصله زیاد و همزمان ممکن می‌شود و این همزمانی و نزدیک‌سازی (برداشتن محدودیت‌های مکان و زمان) محدودیت‌های مرزی را بر می‌دارد. لذا قلمرویی که مردم در آن ارتباط برقرار می‌کنند و دست به کنش می‌زنند مجازی است، زیرا مکان‌های اقامت در اینترنت مجازی است (گروه مطالعاتی دانشکده امنیت ملی، ۱۳۸۸: ۱۰۱). مانوئل کاستلز در کتاب عصر اطلاعات بیان می‌دارد که: «دنیا و زندگی ما به دست جریان‌های متضاد جهانی شدن و هویت شکل می‌گیرد. انقلاب فناوری اطلاعات و بازسازی ساختار سرمایه‌داری شکل تازه‌ای را از جامعه، یعنی جامعه شبکه‌ای پایه گذارده است.» (کاستلز، ۱۷: ۱۳۸۴). این جامعه - شبکه‌ای که کاستلز آن را بر مبنای هویت بخشی تازه‌اش متمایز می‌کند -، علاوه بر اینکه باعث می‌شود دال‌ها درون اینترنت از فیلتر عملیات کنترلی دروازه‌بانان رسانه‌های سنتی عبور نکنند؛ این امکان را نیز به ناشران آنها می‌دهد تا به سادگی شناسایی نشوند. با توجه به آنچه گفته شد، دال‌های تولید شده توسط دروازه‌بانی شده‌ها و گفتمان‌های غیر مسلط که در این فضا به هویت مجازی دست پیدا کرده‌اند، در کنش تعاملی با یکدیگر قرار می‌گیرند، نتیجه منطقی این کنش، افراد را در معرض مقایسه دال‌ها و استدلال‌های (نظام‌های دلالت) متفاوت قرار می‌دهد، در نتیجه صداهایی که در دنیای واقع شنیده نمی‌شدند درون این فضا بازتاب پیدا می‌کنند و از حاشیه به متن آورده می‌شوند و اجازه توزیع دال‌ها و مدلول‌سازی را پیدا می‌کنند. بدین ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت که نظام دلالتی فضای مجازی، امکانی است که اینترنت در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد تا بتوانند نظام‌های دلالت و جهان‌های معنایی متفاوت را در کنش‌های تعاملی با هم مقایسه نمایند و از طریق این مقایسه، نظام‌های دلالتی اقناع



واشباع‌کننده در نهایت مدلول را در ذهن مخاطب شکل می‌دهند. شکل زیر به طور خلاصه فرآیند تولید نشانه درون فضای مجازی را نشان می‌دهد، به بیان دیگر، نشان می‌دهد که در هر مرحله از تولید نشانه کدام ویژگی اینترنت به مرحله قبلی اضافه می‌شود تا در نهایت با شکل‌گیری مدلول، فرآیند تولید نشانه درون فضای مجازی تکمیل گردد.



### نتیجه‌گیری

دریغوس، اینترنت را فقط یک ابداع تکنولوژیک جدید نمی‌داند، بلکه آن را نوع جدیدی از ابداع تکنولوژیک می‌داند. نوع جدیدی که با ویژگی‌های منحصر به فردی نظیر ابرمتنی، ابر شبکه‌ای، کنش تعاملی، تمرکززدایی قدرت و امکان دستیابی به هویت مجازی از سایر ابداعات تکنولوژیک متمایز می‌گردد. دیدیم که ویژگی تمرکززدایی قدرت اینترنت (که ویژگی امکان دستیابی به هویت مجازی و غیر انحصاری بودن تکنولوژی و تخصص فناوری ارتباطات در دورانی که تقریباً هر سال حجم دانش بشری دو برابر می‌شود، مَهر ضمانت دائم بر این ویژگی می‌کوبند.) باعث می‌گردد که دروازه‌بانی سنتی که در رسانه‌های پیشین مانع ورود هر اطلاعات یا به زبان نشانه‌شناسی هر دالی درون رسانه می‌شد، درون فضای مجازی از جایگاهی برخوردار نباشد. در نتیجه، دال‌ها درون فضای مجازی از فیلتر عملیات کنترلی صاحبان قدرت رسانه‌ای عبور نمی‌کنند و این اجازه به دروازه‌بانی‌شده‌ها، به حاشیه رانده شده‌ها و گفتمان‌های غیر مسلط داده می‌شود تا در یک فضای برابر به انتشار دال‌هایشان

پپردازند. دال‌هایی که به واسطه‌ی ویژگی‌های ابرمتنی و ابرشبکه‌ای اینترنت، امکان انتشار در گسترده‌ترین شبکه‌ی ممکن اطلاعات را یافته‌اند. این گفتمان‌های غیر مسلط و به حاشیه رانده شده با دال‌های ویژه‌شان که برای اولین بار در یک فضای رسانه‌ی جمعی اجازه انتشار یافته‌اند، در کنش تعاملی با کاربران و یکدیگر به سر می‌برند. تالی منطقی این کنش بسط و گسترش نظام‌های دلالت متفاوت در این فضا است. در نتیجه نظام‌های دلالتی که توانایی استدلال، اقناع و اشباع‌کنندگی بیشتری داشته باشند، خواه در دنیای واقع مسلط و یا به حاشیه رانده شده باشند، در دنیای مجازی جایگاه ویژه‌ای جهت مدلول‌سازی پیدا می‌نمایند. به عبارت دیگر، نظام دلالت فضای مجازی، امکانی است که این فضا به واسطه ویژگی کنش تعاملی به کاربران می‌دهد تا بتوانند نظام‌های دلالت متفاوت را مقایسه نمایند. به تبع این مقایسه، نظام‌های دلالت اقناع و اشباع‌کننده، توانایی بالایی برای مدلول‌سازی از خود نشان خواهند داد. در نهایت در این مقاله به این دستاورد عظیم مک لوهان دست یافتیم که این ویژگی فنی وسایل ارتباط جمعی است که حامل پیام می‌باشد و در طول تاریخ مک لوهان و همکارانش این موضوع را نشان داده‌اند که تغییرات ارتباطی چگونه بر نحوه درک جامعه در زمان خود تأثیر نهاد. در همین راستا اینترنت نیز رسانه‌ای است برای رسیدن به یک هدف، یعنی مبادله اطلاعات به معنای واقعی کلمه (انتشار دال‌های متفاوت از لحاظ محتوایی) (خواه مسلط و خواه به حاشیه رانده شده در دنیای واقعی)، کنش تعاملی نظام‌های دلالت متفاوت (خواه مسلط و خواه به حاشیه رانده شده در دنیای واقعی) و امکان مقایسه این نظامها برای افراد و در نهایت مدلول‌سازی بر اساس توان اقناع و اشباع‌کنندگی نظام‌های دلالت متفاوت)، که هم در رسانه‌های پیشین و هم در دنیای واقعی موانع زیادی بر سر آن گذاشته می‌شود. و در دهه آتی نیز با پیاده‌سازی وب معنایی، (وب ۳)، به جای آنچه امروز به عنوان وب می‌شناسیم (وب ۲) شاهد پیام‌هایی متفاوت از پیام‌های وب امروزی خواهیم بود.

## فهرست منابع:

### الف) فارسی

۱. اخگری، محمد (۱۳۸۶)، «فلسفه رسانه‌های اینترنت: هویت انسانی در رسانه‌های مجازی»، فصلنامه رادیو و تلویزیون، سال سوم، شماره ویژه.
۲. امیریان، غلامرضا (۱۳۸۶)، کتاب الکترونیکی اینترنت و شبکه، جلد دوم، تهران، نشر معاونت آموزش و پرورش.
۳. بهرامی کمیل، نظام (۱۳۸۸)، نظریه رسانه‌ها جامعه‌شناسی ارتباطات، چاپ اول، تهران، نشر کویر.
۴. پاستر، مارک (۱۳۷۷)، عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، چاپ اول، تهران، موسسه انتشارات ایران.
۵. پیشگاه زاده، احمد (۱۳۸۸)، «محواره اینترنتی و تأثیر آن در فرهنگ عمومی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال دهم، شماره هفتم.
۶. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۳)، گفتمان و پادگفتمان و سیاست، چاپ اول، تهران، نشر مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
۷. چندلر، دانیل (۱۳۸۶)، مبانی نشانه‌شناسی، ترجمه مهدی پارسا، چاپ اول، تهران، نشر پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی.
۸. حقیقی، مانی (۱۳۸۹)، نمونه‌هایی از نقد پسامدرن سرگشتگی نشانه‌ها، چاپ ششم، تهران، نشر مرکز.
۹. دانسی، مارسل (۱۳۸۷)، نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، چاپ اول، تهران، نشر چاپار.
۱۰. دریفوس، هیوبرت ال (۱۳۸۹)، درباره‌ی اینترنت، ترجمه علی فارسی نژاد، چاپ اول، تهران، نشر ساقی.
۱۱. دوسوسور، فردینان (۱۳۸۲)، دوره‌ی زبان‌شناسی عمومی، ترجمه ی کوروش صفوی، چاپ دوم، تهران، نشر هرمس.
۱۲. رشیدپور، ابراهیم (۱۳۵۲)، آینه‌های جیبی آقای مک لوهان، چاپ اول، تهران، نشر رادیو و تلویزیون ملی ایران.
۱۳. ساروخانی، باقر (۱۳۸۳)، اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات، چاپ اول، تهران، نشر خجسته.
۱۴. ضیایی پرور، حمید و عقیلی، وحید (۱۳۸۸)، «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی»، فصلنامه رسانه، سال بیستم، شماره ۴.
۱۵. فیشر، کرن ای و اردلز، ساندا و مک کچنی، لین (۱۳۸۷)، نظریه‌های رفتار اطلاعاتی، ترجمه فیروزه زارع فراشبندی و محسن حاجی زین العابدینی و غلام حیدری و لیلا مکتبی فرد، چاپ اول، تهران، نشر کتابدار.
۱۶. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴)، عصر اطلاعات قدرت هویت، ترجمه حسن چاوشیان، جلد دوم، چاپ چهارم، تهران، نشر طرح نو.
۱۷. کراناک، جو (۱۳۷۷)، کتاب آموزشی World Wide Web، ترجمه محمدرضا آیت الله زاده، چاپ اول، تهران، نشر کیومرث.
۱۸. کریبر، گلن و مارتین، رویستون (۱۳۹۰)، فرهنگ‌های دیجیتال درک رسانه‌های جدید، چاپ اول، تهران، نشر ساقی.
۱۹. کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، «نشانه‌شناسی رسانه‌های جمعی»، فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۱.
۲۰. گروه مطالعاتی دانشکده امنیت ملی (۱۳۸۸)، تهدیدات رسانه‌ای و راهبردهای مقابله، چاپ اول،

- تهران، نشر دانشگاه عالی دفاع ملی.
۲۱. لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴)، **نظریه‌های ارتباطات**، ترجمه مرتضی نوربخش و اکبر میر حسینی، چاپ اول، تهران، نشر جنگل.
۲۲. مرادی، حجت اله و محمدی، یدالله و باصری، احمد و حبی، محمدباقر و الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۹)، **عملیات روانی و رسانه**، چاپ دوم، تهران، نشر ساقی.
۲۳. مرکز پژوهش معاونت برنامه ریزی و توسعه قضایی دادگستری کل استان قم (۱۳۸۷)، **جامعه و رسانه های نوین**، چاپ اول، قم، نشر معاونت برنامه ریزی و توسعه قضایی دادگستری کل استان قم.
۲۴. مهرداد، جعفر و کلینی، سارا (۱۳۸۷)، **مبانی فناوری‌های اطلاعاتی**، چاپ دوم، تهران، نشر سمت.
۲۵. هایم، مایکل (۱۳۹۰)، **متافیزیک واقعیت مجازی**، ترجمه سروناز تربتی، چاپ اول، تهران، نشر رخ داد نو.
۲۶. هور، استوارت ام (۱۳۸۶)، «از رسانه تا معنا»، ترجمه اسماعیل بشری، فصلنامه رسانه، سال هجدهم، شماره ۱.
۲۷. ویلیامز، کوین (۱۳۸۶)، **درک تئوری رسانه**، ترجمه رحیم قاسمیان، چاپ اول، تهران، نشر ساقی.
۲۸. یاداو. جی. اس (۱۹۹۳)، **جهانی شدن و چشم‌انداز جامعه‌ی اطلاعاتی**، برگرفته از سایت: <http://www.pnubank.com/khaalefer/15/871532.pdf>

#### ب) انگلیسی

29. Berners-Lee, T (1999), **Weaving the Web: The Past, Present and Future of the World Wide Web by its Inventor**, London, Orion Business.
30. Dawson, A (1997), **The Internet for Library and Information Service Professionals**, London, Aslib.
31. Derrida, J (1976), **Of Grammatology**, trans. G.C. Spivak, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
32. Derrida, J (1978), **Writing and Difference**, trans. A. Bass, Chicago, University of Chicago Press.
33. Dery, M (1994), **The Discourse of Cyberculture**, London, Duke University Press.
34. Fishman, M (1982), 'News and Non-events: Making The Visible Invisible', in J.S. Ettema and D.C. Whitney, **Individuals in Mass Media Organizations**, pp 219-240, London, Sage Publications.
35. Holmes, D (1997), **Virtual Politics**, London, Thousand Oaks, CA, Sage Publications.
36. Lewin, K (1951), **Field theory in social science: Selected theoretical papers**, New York, Harper & Row.
37. McLuhan, H.M (1962), **The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man**, Toronto, University of Toronto Press.
38. McLuhan, H.M (1964), **Understanding Media: The Extensions of Man**, New York, McGraw-Hill.
39. Naughton, J (1999), **A Brief History of the Future: The Origins of the Internet**, London, Weidenfeld & Nicolson.
40. Naughton, J (2001), **Contested Space: The Internet and Global Civil Society**, London, Oxford University Press.
41. Paris, M (2005), **Website Accessibility: A Survey of Local e Government Web-**

site and Legislation in Northern Ireland, available

<http://www.springerlink.com>, visited: 14/10/2010.

42. Schramm, W (1978), **Men, Message, and Media: A Look at Human Communication**, New York, Harper & Row.

43. Seiter, E (1992), **Semiotics, Structuralism and Television**, London and New York, Routledge.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی



پروفیسر شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی