

نشانه‌شناختی ارتباطات کلامی برنامه تلویزیونی خوشا شیراز

دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵، پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۲

همتعلی حیدری*، مجیدرضا کریمی**

چکیده

هدف از پژوهش حاضر تحلیل نشانه‌شناختی ارتباطات کلامی برنامه تلویزیونی «خوشا شیراز» بوده است. با استفاده از روش کیفی (اسنادی و تحلیل فیلم) و جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز با استفاده از الگوی نشانه‌شناسی دو سوسور مبنی بر رابطه بین دال و مدلول و برداشت ذهنی از مفاهیم در ارتباطات کلامی انجام شده است. یافته‌های پژوهش برداشت ذهنی و رابطه دال و مدلول در ارتباطات کلامی برنامه تلویزیونی خوشا شیراز را نشان می‌دهد. بر این اساس در ارتباطات کلامی مجری با مهمانان برنامه، بیشتر به مؤلفه‌های ۱- هویت (دانش تاریخی، تعلق خاطر تاریخی، علاقه به سرزمین، آشنایی و تعلق خاطر با نمادها و اسطوره‌های ملی، اجتماعی)، ۲- نظم اجتماعی (قانون‌مندی یا قانون‌گرایی، تعهد به هنجارهای مشترک)، ۳- وحدت و انسجام (تقریب یا همگرایی بین مذاهب، ارزش‌های مشترک (روحیه تعاون، تحمل و مدارا)، ۴- خرده‌فرهنگ‌ها (به رسمیت شناختن تمایزهای فرهنگی، زبانی، قومی و مذهبی)، ۵- روابط بین قومی (روابط اجتماعی؛ دوستی یا معاشرت یا خویشاوندی)، ۶- بهداشت جسمی و روانی (مهارت‌های زندگی، ورزش)، ۷- کالاها و خدمات فرهنگی (رسانه غیر مکتوب «تلویزیون و تلفن همراه»)، هنر (موسیقی، فیلم، نمایش و تئاتر) ۸- میراث فرهنگی و گردشگری (طبیعی، زیارتی، باستانی، علمی و فرهنگی)، ۹- نیروی انسانی (رسانه غیر مکتوب و هنر)، ۱۰- خانواده (تربیتی و آموزشی (اهتمام به تحصیل و فراگیری علوم و فنون و جامعه‌پذیری))، ۱۱- عاطفی (نقش مادری، و نقش همسری مرد و زن برای یکدیگر، و تعلق خاطر و نقش حمایتی اعضای خانواده از یکدیگر)، توجه شده است. لذا پرداختن مجریان برنامه‌های تلویزیونی به مؤلفه‌های فوق پیشنهاد و توصیه می‌شود.

کلیدواژه‌ها: تحلیل کیفی، نشانه‌شناختی، ارتباطات، کلامی، تلویزیونی.

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی - بررسی مسائل اجتماعی ایران، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم، جهرم، ایران. (نویسنده مسئول)

h2heydari@yahoo.com

** دکتری جامعه‌شناسی، استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم، جهرم، ایران.
majidrezakarimi@gmail.com

مقدمه

رسانه‌ها فراگیرترین و موثرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع دانش و معرفت در مقایسه با سایر نهادهای آگاهی و شناخت در جهان جدید هستند که با امکاناتی که در اختیار دارند، تأثیر عمده‌ای بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان به جا می‌گذارند. به طوری که گفته می‌شود، «افکار و مفاهیمی که اعضای جامعه با آن‌ها دیدگاه‌های خود را در مورد واقعیت اجتماعی سازمان می‌دهند، تا حدود زیادی از رسانه‌ها دریافت شده است» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۵۰). «به همین دلیل نقش رسانه‌ها در ساخت فرهنگ و سیاست، بطور عام و حفظ یا به چالش کشیدن روابط قدرت بطور اخص، از موضوعاتی است که پیوسته مورد بررسی قرار می‌گیرند» (بهمنی، ۱۳۹۵: ۹).

در بازنمایی‌های رسانه‌ای، همه گروه‌های اجتماعی با عینیت و بی طرفی به تصویر کشیده نمی‌شوند بلکه رسانه‌ها گروه‌هایی را به حاشیه می‌برند تا گفتمان مسلط به عنوان شکل غالب فرهنگی، ترویج و بازتولید شود. «رسانه‌ها می‌توانند با توجه به اهداف از پیش تعریف‌شده و با بهره‌گیری از فرایند گزینشگری و دخل و تصرف، تصویر خاصی از گروه‌های اجتماعی را ارائه دهند و آن‌ها را با تصاویر کلیشه‌ای به نمایش در آورند یا در یک گام فزاینده، گروه‌هایی را حذف کنند» (Mahtani, 2001: 9).

یکی از متون برنامه‌سازی که بازنمایی‌های رسانه‌ای از طریق آن صورت می‌گیرد، مجموعه‌های تلویزیونی است، این مجموعه‌ها با بهره‌گیری از روایت‌ها و سازوکارهای درگیرسازی مخاطب در حوادث، برخی از مفاهیم و درون مایه‌های مورد نظر سیاست‌گذاران ارتباطی را به همراه معانی اخلاقی، تبلیغاتی، الهام‌بخشی و تهییجی، به مخاطبان انتقال می‌دهند و از این رهگذر، به اهداف از پیش تعیین‌شده نایل می‌شوند. به این ترتیب زبان رسانه‌ای به عنوان فراگیرترین زبان ارتباطی در حوزه عمومی، همچون متنی در نظر گرفته می‌شود که با ترکیب دال‌ها و مدلول‌ها، به دنبال معناسازی و انتقال معانی است. «استخراج رمزاها و قراردادهای استفاده‌شده در متن کمک می‌کند علاوه بر برقراری ارتباط با مخاطب، معنای ویژه‌ای، برساخته، کشف و افشا شود. در واقع از طریق رویکرد نشانه‌شناسی پژوهشگر هم معنای صریح و هم معنای ضمنی متون را بررسی می‌کند» (بهمنی، ۱۳۹۵: ۱۰).

محتوای رسانه‌ها را می‌توان یکی از پرحجم‌ترین و دست‌یافتنی‌ترین مجموعه داده‌هایی دانست که می‌تواند بسیار درباره جامعه با ما سخن بگوید و به مرور زمان دست‌یافتنی‌تر شده و گاهی مرزهای ملی را درمی‌نوردد. «محتوای رسانه‌های جمعی به عنوان یک منبع، از این مزیت واضح برخوردار است که در مقابل کاوش گر واکنش نشان نمی‌دهد و از بین هم نمی‌رود و در شکل‌هایی ظاهر می‌شود که از سایر پدیده‌های فرهنگی ثابت بیشتری دارد. به همین دلایل محتوای رسانه برای مورخان، جامعه‌شناسان و مردم‌شناسان بسیار ارزشمند است» (مک کوایل، ۱۳۸۵، به نقل از مریم ابراهیمی منش، ۱۳۹۲: ۶).

با توجه به مطالب یاد شده، در برنامه تلویزیونی خوشا شیراز، نوعی نظم معنایی نهفته شده است که درصدد القای مفاهیم خاص در چارچوب ارتباطات کلامی مجریان برنامه برمی‌آید. این مسئله وقتی دو چندان می‌شود که بدانیم تصویری که از دریچه این قالب رسانه‌ای ارائه می‌شود، ترویج دهنده نظام ایدئولوژیکی است که در نهایت، هویت مخاطب و معانی پدیده‌های زندگی روزمره او، از طریق آن بازتعریف و برساخته می‌شود. چنین کشفی حاصل نمی‌شود؛ مگر با اتخاذ رویکردی هدفمند و علمی. رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی، یکی از راه‌های بررسی و استخراج این‌گونه معانی مستتر، با توجه به ارتباطات کلامی است؛ این رویکرد ابزاری را در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد تا برنامه‌های گفت‌وگومحور تلویزیونی، به منزله نظام نشانه‌ای، مورد بررسی و واکاوی علمی قرار گیرند. پژوهش حاضر با انتخاب نمونه عملی - مجموعه برنامه‌های تلویزیونی گفت‌وگومحور و تحلیل نشانه‌شناسی گفت‌وگوهای مجری با مهمانان برنامه - سعی بر آن دارد تا ضمن روش نشانه‌شناسی به عنوان یکی از پرکاربردترین روش‌های کیفی و تمرکز بر رویکرد نشانه‌شناسی ارتباطات کلامی یا نشانه‌شناسی گفتمانی در کشف معانی نا پیدا در گفت‌وگوها، به صورت کاربردی و عملی ساز و کار استفاده از این روش و مراحل اجرای آن را تشریح کند. استفاده از این رویکرد و تبیین کاربرد این روش در محصولات رسانه‌ای، باعث می‌شود، برنامه سازان برنامه‌های تلویزیونی با حساسیتی دوچندان، گام در عرصه تولید چنین برنامه‌هایی بگذارند.

بیان مسئله

نشانه‌شناسی از روش‌هایی به شمار می‌رود که با بکارگیری آن، خوانش انتقادی و توجه به لایه‌های زیرین برای سیاست‌گذاران ارتباطی، برنامه‌سازان و مخاطبان رسانه، عیان می‌شود از آنجایی که این روش نظام‌مند است به مدد آن، از تحلیل‌های سلیقه‌ای و غیر علمی خوانش متن، فاصله گرفته می‌شود و پیوند بین حوزه [های] تولید و پژوهش در رسانه برقرار می‌شود. «طبق نظر سوسور مقوله‌های زبان واقعیات جهان را در تناظری یک به یک بین واژه‌ها و مدلولشان منعکس نمی‌کنند بلکه آن‌ها را برمی‌سازند و معنا، بر ساخت اجتماعی و تاریخی است. معنای هر شیء را گفتار و رفتار اجتماعی به وجود می‌آورد و رابطه دال با مدلول، حاصل عرف‌های اجتماعی و عرفی است» (پاینده، ۱۳۸۵: ۲۵). هیچ چیزی به تنهایی دارای معنا نیست بلکه این روابط میان نشانه‌هاست که دارای اهمیت اساسی دارد. علم نشانه‌شناسی آشکار می‌سازد که چگونه معنا با به کارگیری نشانه‌ها به وجود می‌آید و منتقل می‌شود. در زندگی روزمره، برای درک معانی نیازی به علم نشانه‌شناسی نداریم، اما هر قدر وارد زبان‌های پیچیده‌تر می‌شویم، شناخت نشانه‌ها بهتر می‌تواند به کاربرد زبان برای ارسال و همچنین دریافت معنا کمک کند. «علم نشانه‌شناسی می‌کوشد چگونگی ارتباط انسان را از راه نشانه‌ها توضیح دهد و کاری را که به صورت ناخودآگاه در جریان ارتباط صورت می‌گیرد، به خودآگاه آورد و شناخت انسان را از خود، بهبود بخشد» (راوودراد، ۱۳۹۱: ۱۰۰). «سوسور نشانه‌شناسی را دانشی برای مطالعه درباره حیات نشانه‌ها در چارچوب جامعه تعریف کرده است؛ نشانه‌شناسان اجزای فرهنگ را واسازی می‌کنند تا از این راه نحوه بر ساخته شدن معانی فرهنگی را معلوم کنند» (پاینده، ۱۳۸۵: ۳۳). «نشانه‌شناسان به دنبال پاسخ به این پرسش‌اند که معناها چگونه ساخته می‌شوند و واقعیت چگونه بازنمایی می‌شود» (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۱). «در واقع به ادعای برخی نشانه‌شناسان می‌توان هر چیزی را تحلیل معناشناسانه کرد؛ معناشناسی از نظر آنان، ملکه علوم تفسیری محسوب می‌شود، یعنی شاه کلیدی که به کمک آن، معنای همه چیزهای ریز و درشت روشن می‌شود» (برگر، ۱۳۸۳: ۱۸). بنابراین و در نهایت، در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که آیا گفت‌وگوهای مجری با مهمانان برنامه تلویزیونی خوشاشیراز، بر اساس شاخص‌های تعیین‌شده

از سوی دبیرخانه شورای انقلاب فرهنگی (راهبری، ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی) انجام شده است؟ اهمیت و ضرورت تحقیق: بهره‌گیری از روش نشانه‌شناسی برای مطالعات مرتبط با رسانه‌های دیداری- تصویری، به گونه‌ای خاص رقم می‌خورد، پژوهشگر رسانه که دغدغه نحوه بازنمایی امور را در رسانه‌ها دارد، نمی‌تواند از رویکردهایی که نشانه‌شناسی یکی از آن‌هاست، غفلت کند. «نشانه‌ها به کمک معانی ضمنی، امکان بازنمایی غیر مستقیم پیام را فراهم می‌کنند و از این طریق، سبب اثرگذاری عمیق‌تر و طولانی‌تر پیام بر ذهن مخاطبان می‌شوند» (سلطانی، ۱۳۹۳: ۱). تلویزیون به شکل کلامی و بصری معنا تولید می‌کند و طیف گسترده‌ای از علایم ترکیبی را در رمزا و قواعدی پیچیده به کار می‌برد. تلویزیون بر خلاف زبان گفتاری یا رمز مورس، معنادهنگانی از قبیل کلام، موسیقی، جلوه‌های صوتی، رنگ‌ها، اشارات، حالات چهره و حرکات را همزمان ارائه می‌کند. «پیچیدگی و تنوع علایم و رمزهای مورد استفاده در تلویزیون به این معناست که این رسانه به شدت پلی سیمیک^۱ (به معنی چند تنی و چند سیمی در موسیقی) است یا به روی انواع برداشت‌ها و تفسیرها گشوده است، چراکه معنای هر سکانس تلویزیونی بالقوه معکوس و چند لایه است» (مک کوئین، ۱۳۸۴: ۳۹۵). از سوی دیگر متالینوس نیز بر نقش مخاطب در فهم متون تلویزیونی تأکید دارد. وی معتقد است «عواملی همچون آگاهی کلی، دانش، تخصص، ارزش‌ها، اعتقادات و انگیزه‌های مخاطب تلویزیون، درک او از جامعه، نهادها، رسانه‌ها و شناخت و میزان فهم وی از فرایندها... در درک فرد بیننده از برنامه‌های تلویزیون مؤثر است» (متالینوس، ۱۳۸۴: ۱۴۲). «در اینجا آنچه به کمک پژوهشگر می‌آید تا چنین نظام‌های پیچیده و ترکیب شده‌ای را رمزگشایی کند، رویکرد نشانه‌شناسی است. این روش از نقش رسانه‌ای نشانه‌ها و نقشی که در بنا کردن حقایق در عالم خارج دارند افشاگری می‌کند و لایه‌ها و ساختار سازنده متن رسانه‌ای را بر مخاطب خود آشکار می‌سازد. با این رویکرد است که پژوهشگر بررسی می‌کند اطلاعات یا معناها در کجا قرار دارند؛ به تعبیر چندلر معنا برای ما ارسال نمی‌شود بلکه ما آن را فعالانه از طریق فعل و انفعال پیچیده‌ای از رمزگان یا قراردادهایی که بطور معمول از آن‌ها بی‌خبریم خلق می‌کنیم» (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۸). با توجه به موارد مطرح‌شده

یک ایرانی تمام عیار و مبادی به آداب و سنت‌های ایرانی در گفتار و رفتار و تأکید بر هویت ایرانی هستند. در این فیلم‌ها، نقاشی، موسیقی، خوشنویسی، و حتی خوراک و پوشاک به شکلی کاملاً ایرانی ارائه می‌شوند و در طول روایت داستان بارها به اصالت و هویت ایرانی اشاره می‌شود. شیوه داستان‌گویی و روایت نیز در ترکیبی از بازنمایی عناصر فولکوریت و درام جذابیت‌های فراوانی برای مخاطب ایجاد می‌کند. ویژگی فولکوریت دیگر برخی فیلم‌های حاتمی، استفاده از سبک نقالی و حکایت خوانی است که به جذابیت روایت داستان، انسجام فضا و معناداری اثر کمک می‌کند. در این سبک، داستانک‌های فرعی در کنار ماجراهای اصلی روایت می‌شوند تا قصه با شخصیت‌ها و جذابیت بیشتری برای مخاطب ارائه می‌شود. همچنین، استفاده از ضرب المثل‌ها، تصنیف‌های فولکوریت، تکیه کلام‌ها و زبان‌زدها از ویژگی‌های این آثار است که به شکلی هنرمندانه و رعایت دقایق و ظرایف گنجانده در پلان‌های مختلف شده است (به نقل از: ماکویی، ۱۳۹۶).

محمدی‌مهر و بیچرانلو (۱۳۹۳) مقاله‌ای با عنوان بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم‌های ایرانی تحسین‌شده در جشنواره‌های بین‌المللی توس به نگارش در آمده که نویسندگان با بررسی بیست فیلم داستانی، مؤلفه‌های فرهنگ مردم را تحلیل کرده‌اند. زبان فارسی، آداب و رسوم و اعیاد ملی، ادبیان و شخصیت‌های اسطوره‌ای، معماری و هنر، تنوع فرهنگی و قومی و دین اسلام و سایر ادیان از جمله مؤلفه‌هایی هستند که در این فیلم‌ها بررسی شده‌اند (محمدی‌مهر و دیگران، ۱۳۹۳).

قائم‌نیا (۱۳۸۵) مقاله‌ای تحت عنوان نشانه‌شناسی و فلسفه زبان انجام داده است که نتایج آن بدین شرح است. نشانه‌شناسی از دانش‌هایی است که تأثیر فراوانی در مطالعات زبانی و زبان‌شناسی داشته است. نگارنده در این مقاله به بیان نشانه‌شناسی و مباحث و شاخه‌های آن پرداخته و ارتباط آن با زبان‌شناسی را نشان داده است. از این گذشته، به مباحث تطبیقی میان این دانش و مباحث زبان‌شناختی مسلمانان نیز اشاره کرده است. در نشانه‌شناسی گرایش‌های بسیاری در کار است و مهم‌ترین آنها نشانه‌شناسی تفسیری است؛ چراکه تلاش می‌کند نتایج شاخه‌ها و گرایش‌های گوناگون را در هم بیامیزد و به نظریه تفسیری جامع دست یابد.

در فوق، تحلیل نشانه‌شناختی ارتباطات کلامی برنامه تلویزیونی گفت‌وگو محور خوشا شیراز به عنوان یک پژوهش رسانه‌ای ضرورت و لازم است. اهداف تحقیق: هدف کلی، منظور و مقصود نهایی پژوهش است که مستقیماً از مسئله پژوهش مشتق می‌شود. «در واقع، اغلب اوقات هدف کلی، همان عنوان و موضوع تحقیق است. بدین ترتیب، هدف کلی معلوم می‌دارد پژوهش چه چیزی را دنبال می‌کند و یا قصد تعیین چه چیزی را دارد» (صفری‌شالی، ۱۳۹۴: ۲۹). هدف کلی پژوهش حاضر: بررسی ارتباطات کلامی برنامه تلویزیونی خوشا شیراز با رویکرد نشانه‌شناختی و اهداف فرعی، بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک «ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی، دینی و انقلابی»، «نظم اجتماعی»، «وحدت و انسجام»، «بهداشت جسمی و روانی»، خانواده و مؤلفه‌های کالاها و خدمات فرهنگی بوده‌اند.

پیشینه داخلی

سویل ماکویی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان بازنمایی مؤلفه‌های فرهنگ مردم در مجموعه‌های تلویزیونی: مطالعه موردی سریال پرده نشین، نشانه‌شناسی سنت‌های گفتاری را مورد بررسی قرار داده‌اند و نتایج بدین شرح بوده است که بخشی از فولکور، سنت‌های رفتاری است که هم جنبه ادبیاتی و هم انسان‌شناسانه دارد و همچنین مورد توجه مطالعات فرهنگی است. این سنت می‌تواند ترکیب تاریخ شخصی و تاریخ فرهنگی یک گروه قومی یا یک واحد کوچک اجتماعی را نمایش دهد. بنابراین سنت‌های گفتاری شیوه‌ها و ابزارهای یک جامعه برای فهم هستند و گذشته، حال و آینده آن را نشان می‌دهند. همچنین می‌توانند روایتگر تاریخ فرهنگی یک ملت باشند و قالب تفکر آنان را در یک دوره زمانی مشخص نمایند و گاه پیوستاری هویتی و تکوین فرهنگی را به تصویر بکشند.

خلعتری لیمایی (۱۳۹۶) مقاله‌ای با عنوان مروری بر آثار سینمایی علی حاتمی، فولکور و سینما انجام داده است. وی در این مقاله تمام فیلم‌های سینمایی مرحوم حاتمی را از منظر فرهنگ مردم مورد بررسی قرار داده و معتقد است مرحوم حاتمی در اغلب آثارش از المان‌های فرهنگ مردم بهره برده و مخاطب را با فضا و سبک نوستالژیک گذشته همراه کرده است. شخصیت‌های اصلی آثارش بازنمایی

هم در تولید و هم در محتوا به صورت فرودستانه بازنمایی می‌شوند. در رابطه با شوهر، پدر، پسر و رئیس‌شان و یا یک مرد دیگر تعریف می‌شوند و به عنوان افراد کنش‌پذیر، مردد، وابسته و... نمایش داده می‌شوند (خالق‌پناه، ۱۳۹۰: ۳۵).

سن گوپتا و دی (۲۰۰۷) در پژوهشی که چهار هزار آگهی تبلیغاتی منتشر شده در نشریات ادواری بنگالی را در چهار دوره زمانی ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۲، ۱۹۷۱ تا ۱۹۷۲، ۱۹۴۷ تا ۱۹۴۸، و ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۵ با روش نشانه‌شناسی انجام داده‌اند تا مشخص کنند که آیا جاذبه‌های آگهی‌های تبلیغاتی مربوط به ارزش‌های فرهنگی در طول این سال‌ها تغییر کرده است یا نه؟ جواهرات، لوازم آرایشی، پوشاک، و بانکداری چهار دسته از کالاها و خدماتی بودند که مورد مطالعه قرار گرفتند (سروری‌زرگر، ۱۳۸۸).

چارچوب مفهومی تحقیق

در این پژوهش از دیدگاه‌های مختلف جهت مطالعه موضوع مورد بررسی استفاده شده است. در الگوی نشانه‌شناسی سوسور رابطه بین دال و مدلول و برداشت ذهنی از مفاهیم در ارتباطات کلامی، در الگوی نشانه‌شناسی پیرس الگوی سه‌وجهی؛ نمود، تفسیر و موضوع، در دیدگاه بارت رمزگان مختلف معناشناسانه، هرمنوتیکی، نمادین، کنشی و ارجاعی و در الگوی نشانه‌شناختی فیسک تفسیر تصاویر متحرک، سطوح رمزگان اجتماعی کلامی و غیر کلامی، رمزگان فنی (بازنمایی)، رمزگان ایدئولوژیک، تفاوت بنیادینی رولان بارت (از اثر تا متن) مورد تفسیر قرار گرفته‌اند. بنا بر این با توجه به مطالعه دیدگاه‌های فوق، در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از الگوی نشانه‌شناسی دو سوسور مبنی بر رابطه بین دال و مدلول و برداشت ذهنی از مفاهیم در ارتباطات کلامی استفاده شده است.

روش‌شناسی پژوهش

روش نشانه‌شناسی سوسور: برجسته‌ترین پژوهشی که در حوزه دانشگاهی و به صورت خاص روی نشانه و نشانه‌شناسی انجام گرفته، متعلق به دو سوسور است. وی در سال ۱۹۱۰ از نشانه‌شناسی چنین یاد می‌کند: می‌توان علمی را متصور شد که موضوعش تکامل نشانه‌ها در زندگی اجتماعی است. این علم بخشی از روانشناسی اجتماعی و از این رو شاخه‌ای از روان‌شناسی عمومی خواهد بود که ما آن را semiology

صالح‌بلوردی (۱۳۹۲) پژوهشی تحت عنوان بررسی نحوه برقراری ارتباط تصویری و کلامی توسط گفته پرداز یا گوینده (مطالعه نشانه - معناشناختی آگهی‌های تلویزیونی امور فرهنگی و آموزشی) انجام داده است. یافته‌های این مطالعه بدین شرح است که ابزارهای مورد استفاده در نشانه - معناشناسی می‌توانند بر مضامین متفاوتی پیاده شوند. هدف در این مقاله بررسی چگونگی برقراری ارتباط در تبلیغات تلویزیونی است. تبلیغات نوعی وسیله ارتباطی تلقی می‌شود که در آن طبق آخرین مدل‌های ارتباطی، وجود همزمان تصاویر و کلام، فرستنده قادر است پیامی پیچیده برای دریافت‌کننده خود بفرستد. بر حسب اینکه گفته پرداز به چه شکل پدیدار می‌شود و چه گفته‌ای را برای ارتباط با مخاطبش انتخاب می‌کند. ساختار پیام می‌تواند به شکل‌های گوناگون به نمایش در آید. بر همین اساس چهار شکل متفاوت گفتمان ساخته می‌شود که هریک کارکرد گفتمانی خود را دارند.

پورقانی‌فراهانی (۱۳۹۳) مقاله‌ای با عنوان نشانه‌شناسی و روایت‌شناسی ارتباطات کلامی و غیر کلامی اخبار شبکه بی‌بی‌سی فارسی را انجام داده است. مهم‌ترین هدف این پژوهش، بررسی نقش ارتباطات کلامی و غیر کلامی در انتقال ایدئولوژی رسانه‌ای مانند شبکه بی‌بی‌سی فارسی است. اینکه این هدف تا چه حد همگام با ملاحظات و ویژگی‌های فرهنگی مخاطب ایرانی این رسانه بوده است. این مطالعه از طریق روش کیفی، بررسی نشانه‌شناختی و روایت‌شناختی مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش تعداد ۶۰ خبر از گزارش‌های شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی در بازه زمانی دو ماهه بهمن و اسفند ۱۳۸۹ انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که ارتباطات غیر کلامی (ویژگی‌های زبان بدن، لباس و مو، تصاویر) در انتقال پیام، ارتباط کلامی را همراهی می‌کند و این فرایند با توجه به ویژگی‌های فرهنگی مخاطبان صورت می‌گیرد؛ داستان‌های خبری اغلب چند روایتی هستند و پایان آن‌ها بین دو نتیجه تلخ در نوسان است.

پیشینه‌های خارجی

گالاگر به نقل از خالق‌پناه (۱۳۹۰) با تحلیل رسانه‌های کشورهای غرب صنعتی شده، شرق کمونیستی و جنوب در حال توسعه به این نتیجه می‌رسد که زنان در رسانه‌ها،

می‌کند بلکه روابط درون یک نظام چنین می‌کند. دقیق‌ترین مشخصه این مفاهیم، وجود چیزی است که در مفاهیم دیگر وجود ندارد (سجودی «۱۳۸۷»، پاینده «۱۳۸۵»، برگر «۱۳۸۳»، چندلر «۱۳۸۷»، به نقل از، بهمنی، ۱۳۹۵: ۲۴-۲۵).

از مفاهیمی که در الگوی سوسور باید تشریح شود، تمایز بین لانگ و پارول است. سوسور این دورا چنین شرح می‌دهد؛ لانگ نظامی از قواعد و قراردادهاست که از پیش، موجود و مستقل از افراد است. پارول استفاده از لانگ در هر مورد خاص است (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۵). تحلیل همنشینی و جانشینی (متداعی) در متن نیز در الگوی سوسور مورد توجه است؛ تحلیل‌های همنشینی در واقع، شیوه‌های متفاوتی هستند که عناصر یک متن را به هم پیوند می‌دهند و اهمیت روابط جز به کل را برجسته می‌کنند. کالر در این زمینه می‌گوید: «در رابطه همنشینی، روابط موجود میان عناصری که می‌توانند برای تشکیل واحدهای سطح بالاتر کنار هم قرار گیرند ایجاد می‌شود. به دیگر سخن، همنشینی زنجیره‌ای از چیزها در درون یک متن است، به طوری که با نگاه کردن به آن متن، به سبب وجود سلسله‌ای از رویدادها، نوعی روایت خاص ساخته می‌شود، انسجام متنی به دست می‌دهد و پیوند عناصر درون متن حاصل می‌شود. در فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی تحلیل‌محور همنشینی مستلزم آن است که مشخص شود کدام فریم، پلان، صحنه و سکانس به سایر فرم‌ها، پلان‌ها، صحنه‌ها و سکانس‌ها مربوط می‌شود» (دلیر، ۱۳۸۵: ۵۱).

در تحلیل جانشینی، نشانه‌ای حاضر است و نشانه‌ای غایب. حضور معنا در نقش خود نیست بلکه معنای خود را از طریق آنچه غایب است، کسب می‌کند. کالر می‌افزاید رابطه جانشینی یعنی روابط میان عناصری که جای یکدیگر قرار می‌گیرند و به همین دلیل، برای تولید معنی در تباین با یکدیگر هستند. در تحلیل جانشینی، پژوهشگر در جست‌وجوی الگوی پنهان تقابل‌های نهفته در متن، که سازنده معنا هستند، است. در متون سینمایی و تلویزیونی محور جانشینی نه تنها به جانشین شدن یک نما بر نمای دیگر اشاره دارد، بلکه به صورت تغییر پلان، کات، فید این نیز می‌تواند حاصل شود. هر چند که در این زمینه اختلاف نظرهایی هم وجود دارد، کریستین متز و ژان میتری به غنا و پرباری روابط همنشینی که در فیلم امکان‌پذیر است

می‌خوانیم. نشانه‌شناسی معلوم خواهد کرد که نشانه‌ها از چه چیزهایی ساخته می‌شوند و قوانین حاکم بر آن‌ها کدام‌اند. به دیگر سخن، سوسور نشانه‌شناسی را دانشی برای مطالعه درباره حیات نشانه‌ها در چارچوب جامعه تعریف کرده است. نشانه‌شناسان اجزای فرهنگ را واسازی می‌کنند تا از این راه نحوه برساخته شدن معانی فرهنگی را معلوم کنند. به نظر سوسور، معنای یک نشانه معین برای کسانی که با استفاده از آن می‌خواهند با کسی ارتباط برقرار کنند، به تنهایی معین نیست، بلکه از طریق جایگاهی که به هنگام سخن گفتن در نظام زبان‌شناختی می‌یابد، تعیین می‌شود (اجلالی، ۱۳۹۱: ۱۷۷). چنین نظری را سوسور با طرح مفهوم لانگ و پارول تشریح می‌کند؛ سوسور جایگاهی ثانویه به پارول می‌دهد چراکه از نظر وی پارول چیزی است در حد فراگویی یا تولید آوا که امری بین فردی است؛ در حالی که لانگ، نظام زیرساختی زبان است که در جوهر خود اجتماعی و مستقل از فرد است (علینقلی‌پور، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

دال به معنای تصور صوتی یا مکتوب و مدلول مفهومی است که دال بر آن می‌کند. از نظر سوسور، این دو وجه، در ترکیب با یکدیگر، نشانه را به وجود می‌آورند و ارتباط کلامی، مستلزم انتقال مفاهیم ذهنی به واسطه نشانه‌هاست. رابطه دال و مدلول اختیاری و بدون علت و غیر طبیعی است. هیچ‌گونه ارتباط منطقی میان لغت و مفهوم یا میان دال و مدلول وجود ندارد، نکته‌ای که دریافت معنا در متون را جالب و معماگونه می‌سازد. در واقع این دال‌ها هستند که معنا می‌آفرینند و از روی آن‌هاست که به مدلول پی می‌بریم. معانی در نشانه‌ها و متون همیشه نمایان نیستند بلکه باید آن‌ها را جست‌وجو کرد. همچنین سوسور نکته بدیعی در خصوص رویکرد خود مطرح می‌سازد؛ به عقیده سوسور در نظام زبان، هیچ نشانه‌ای قائم به ذات خود معنی ندارد؛ تأکید سوسور به خصوص بر افتراق سلبی و تقابلی بین نشانه‌هاست. وی معتقد است مفاهیم به طور ایجابی و با توجه به محتوایشان تعیین نمی‌شوند بلکه به طور سلبی و در تقابل با دیگر اجزای نظام، تشخیص می‌یابند. دقیق‌ترین ویژگی آن‌ها این است که چیزی هستند که بقیه نیستند. برای مثال، غنی معنا ندارد مگر آنکه فقری در کار باشد. مفاهیم صرفاً متمایز کننده هستند آن هم نه بر اساس محتوای مثبت خود، بلکه از طریق رابطه تقابلی‌شان با سایر اجزای نظام است که تعریف می‌شوند. این محتوا نیست که معنا را تعیین

(مجموعه تلویزیونی خوشا شیراز در فصل زمستان ۱۳۹۶ از شبکه استانی سیمای مرکز فارس) جمع آوری شده است.

مفاهیم

نشانه‌شناسی: نشانه‌شناسی اصطلاحی است که در زبان فارسی به عنوان معادل دو اصطلاح مختلف اما هم معنای غیر فارسی به کار می‌رود. از نشانه‌شناسی هم (semiology) مراد می‌شود که زبان‌شناس سوئیسی فردیناند دو سوسور^۳ باب کرد و هم semiotics که برای اشاره به نظریه فیلسوف آمریکایی چارلز ساندروز پیرس^۴ به کار می‌رود. نشانه‌شناسی از پزشکی قدیم به جا مانده است. در آن هنگام که پیرس و سوسور، نشانه‌شناسی را از پزشکی وام گرفتند اصلی‌ترین تشخیص بیماری در آن هنگام، نشانه‌شناسی بیماری‌ها بود. این روند از گذشته تا به امروز ادامه یافته است و حتی اکنون نیز به هر پزشکی آموزش داده می‌شود که توسط معاینه نشانه‌های بیماری را پیدا کند. سوسور، کشش رسانه‌ای و ارتباطی را بر پایه نشانه‌ها تحلیل می‌کرد و از این رهگذر، بافت فرهنگ را مد نظر قرار داد. برعکس دغده اصلی پیرس در اطراف معرفت دور می‌زد. به نظر او رشد و گسترش نظام‌های زبانی در فهم و تحصیل معرفت نقشی حایز اهمیت ایفا می‌کند. نشانه‌شناسی پیرس بیشتر با توصیف دلالت‌ها و فرهنگ سرو کار دارد. از نظر او، نشانه‌شناسی زمینه و اساس رشد و گسترش گونه‌ای از تحلیل فرهنگی را فراهم می‌سازد. سوسور معنا را حاصل فرایندی از ترکیب و انتخاب واژگان می‌داند. زبان واقعیتی پیشینی را منعکس نمی‌کند بلکه دسترسی ما به واقعیت را سامان می‌بخشد (خالق‌پناه، ۱۳۹۰: ۶۱-۵۹).

برنامه تلویزیونی: برنامه تلویزیونی به محتوای پخش شده از طریق تلویزیون گفته می‌شود. این محتوای کلی می‌تواند تنها در یک برنامه ارائه شود و پایان یابد یا به صورت مجموعه‌ای از برنامه‌ها از تلویزیون پخش شود (URL 1).

ارتباطات کلامی-رمزگان کلامی: رمزهای کلامی که شامل دیالوگ‌ها و نحوه و لحن بیان آن‌ها می‌شود دارای دو بعد بدین شرح است: رمزهای عروضی که بر معنای کلمات استفاده‌شده تأثیر می‌گذارند. زیر و بمی و تکیه صدا در اینجا رمزهای عمده‌اند. جمله «مغازه‌ها روز یکشنبه باز است» می‌تواند با زیر و بم کردن صدا، به صورت یک خبر، یک سؤال یا یک عبارت ناباورانه بنماید. رمزهای فرازبانی که

و برعکس، فقر و قلت روابط جانشینی معتقد هستند. البته ژان میتری از این نیز فراتر می‌رود زیرا به اعتقاد او فیلم اصولاً فاقد روابط جانشینی است. به این ترتیب، تحلیل همنشینی هر متن، معنای ظاهری آن و تحلیل جانشینی، معنای پوشیده و نهفته آن را نشان می‌دهد. آنچه در تحلیل جانشینی مورد توجه است، نه عمل شخصیت‌ها بلکه نیت و منظور آن‌ها از عمل است (آسابگر، ۱۳۸۷: ۴۲). در حالی که محور همنشینی، رابطه اجزای گفتار (برای مثال واژه‌ها) را در توالی با یکدیگر مشخص می‌کند. محور جانشینی مبین انتخاب‌های بدیلی است که می‌توان به جای هریک از اجزای یک زنجیره گفتار به کار برد (پاینده، ۱۳۸۵: ۲۹). مثال معروفی که در متون نشانه‌شناسی برای فهم تحلیل همنشینی و جانشینی از آن یاد می‌شود، ترکیبات غذایی در وعده صبحانه است؛ به این معنی که نان، پنیر، چای یک وعده غذایی است که از هم‌نشین شدن نان، پنیر و چای حاصل می‌شود؛ حال آنکه این وعده غذایی می‌تواند با وعده غذایی نان، کره، مربا، چای و همچنین وعده غذایی حلیم، نان، چای جایگزین شود (بهمنی، ۱۳۹۵: ۳۷). تحلیل همزمانی و در زمانی نیز از جمله دوگانه‌هایی است که سوسور مطرح می‌کند؛ سوسور بین زبان‌شناسی ایستا (همزمانی) و پویا (در زمانی) تمایز قایل است. آسابگر این دو مفهوم را این گونه شرح می‌دهد که محور همزمانی، رابطه چیزهای موجود در یک زمان را نشان می‌دهد اما بر روی محور توالی‌ها، فقط یک چیز را در یک زمان می‌توان بررسی کرد (دلیر، ۱۳۸۵: ۵۴).

در این پژوهش از روش نشانه‌شناختی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. مفهوم پژوهش کیفی طیف گسترده‌ای از روش‌های پژوهشی را در بر می‌گیرد. اریکسون^۲ (۱۹۸۶) تعریفی را ارائه می‌دهد که می‌تواند به فهم بهتر فرایند پژوهش کیفی کمک کند. او چهار ویژگی مشخص را برای پژوهش کیفی برمی‌شمارد: ۱. مشارکت عمیق و درازمدت در میدان پژوهش ۲. ضبط دقیق آنچه در محیط مذکور می‌گذرد از طریق یادداشت‌های میدانی یا انواع دیگر شواهد هستند. ۳. تحلیل داده‌های میدانی ۴. گزارش نتیجه‌گیری‌ها در قالب توصیف‌های مفصل و انواع نقل قول‌ها و اظهار نظرها (سید امامی، ۱۳۸۹: ۱۶۰). پژوهش حاضر به روش توصیفی تفسیری انجام شد است. نمونه‌های حاضر در این پژوهش به صورت اسنادی

با برنامه یا قبل و یا در بین برنامه پخش می‌شوند و شامل وله‌های مقدماتی، میان برنامه و همزمان هستند. الف: وله‌های مقدماتی، وله‌های مقدماتی قبل از شروع برنامه اعم از خبر و سریال به عنوان فراخوان به کار می‌روند و برای آماده‌سازی ذهن بیننده هستند. این وله‌ها قبل از شروع فیلم سینمایی و خبر می‌آیند. ب: وله‌های میان برنامه، وله‌های میان برنامه خاص برنامه‌ای نیستند، اما بیشتر در برنامه‌های ترکیبی کاربرد دارند. در حین پخش برنامه‌هایی مانند میزگرد، گفت‌وگوهای گوناگون برای ایجاد تنوع، استراحت، ایجاد تمرکز در حین دیدن و شنیدن و جمع‌بندی محتوای برنامه از وله استفاده می‌شود. ج: وله‌های همزمان یا زیرنویس، وله‌های همزمان به صورت زیرنویس به کار می‌روند. به هنگام پخش اکثر برنامه‌ها این وله به شکل افقی، اطلاعات مورد نظر و لازم را به بیننده منتقل می‌کند. این اطلاعات مربوط به آن برنامه نیست و شامل زمان‌بندی (میزان زمان برنامه، نام برنامه و میزان زمان باقی مانده) اعلام برنامه بعدی، اطلاعیه‌های مهم، برخی اخبار مهم و... است (URL 2).

تعریف عملیاتی

با توجه به اینکه در این پژوهش، نشانه‌شناسی مبتنی بر ارتباطات کلامی مورد تأکید است، سعی بر آن شده تا بیانات حاکم بر ارتباطات کلامی مجری برنامه تلویزیونی خوشاشیراز در زمستان ۱۳۹۶ در قالب نشانه‌شناسی کلامی تفسیر شود. تفسیر کلامی در این پژوهش بر اساس شاخص‌های تدوین‌شده در کارگروه مربوطه در دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان مدلول صورت بدین شرح انجام شده است. ۱. بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی، دینی و انقلابی؛ ۲. بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های نظم اجتماعی؛ ۳. بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های وحدت و انسجام؛ ۴. بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های بهداشت جسمی و روانی؛ ۵. بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های خانواده؛ ۶. بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های کالاها و خدمات فرهنگی.

درباره گوینده اطلاع می‌دهند. لحن، بلندی، لهجه، تپق زدن، تند و کند و حرف زدن و... همه از حال، شخصیت، طبقه، موقعیت و پایگاه اجتماعی، طرز نگاه گوینده به شنونده و... خبر می‌دهند. لحن صدا در بسیاری از موارد نشان‌دهنده نوع رابطه و پایگاه اجتماعی طرفین گفت‌وگو است. یک کودک را به شیوه‌ای متفاوت با یک بزرگسال صدا می‌زنیم. مرد را متفاوت با یک زن و به همین ترتیب کسی را که دارای مقام اجتماعی پایین‌تری از ماست متفاوت با کسی که موقعیت اجتماعی بالاتری دارد مورد خطاب قرار می‌دهیم (خالق‌پناه، ۱۳۹۰: ۱۰۰).

ساختار: چگونگی استقرار و ارتباط عوامل و عناصر دیداری و شنیداری تشکیل‌دهنده هر برنامه، ساختار آن برنامه است.^۵ پلاتو^۶ یا اجرا و وله^۷: پلاتو فعالیتی که از سوی یک یا چند مجری به منظور ایجاد پیوند میان قطعات مختلف یک برنامه، تلطیف برنامه، ارائه اطلاعات و... انجام می‌شود (محمدی مهر، ۱۳۸۷: ۱۸۶). وله قطعه برنامه کوتاهی که با توجه به مضمون برنامه، میان آیتم‌های مختلف آن ارتباط برقرار می‌کند و در عین حال معرف آیت بعدی هم هست (محمدی مهر، ۱۳۸۷: ۲۰۷). در فرهنگ آکسفورد معادل «وله» واژه Interlued آمده است به معنای میان پرده و زمان اندکی که قسمتهای یک نمایش یا فیلم از هم جدا می‌کند. همچنین به قسمتی که در میان وقفه، ارائه می‌شود و شامل موزیک، فیلم و تبلیغ است. به بیان دیگر وله به مجموعه‌ای از افکتهای تصویری گفته می‌شود که ما بین برخی برنامه‌های تلویزیونی به سبب اهدافی خاص پخش می‌شود. وله‌ها می‌توان را به وله‌های مستقل، وله‌های اعلام برنامه یا وله اعلامی، وله‌های مکمل، شامل وله‌های مقدماتی، وله‌های میان برنامه و وله‌های همزمان یا زیرنویس، تقسیم‌بندی کرد. وله مستقل: به صورت مستقل از سایر برنامه‌ها و با اهدافی در جهت اهداف شبکه پخش کننده طراحی می‌شوند. وله‌های مستقل به سبب ایجاد شناخت، تبلیغ، آگاهی دادن در زمینه‌ای خاص و منطبق با اهداف آن شبکه طراحی و اجرا می‌شوند. وله اعلام برنامه یا وله اعلامی: وله‌های اعلام برنامه با هدف معرفی عملکردهای کلی و دقیق برنامه‌های تولیدشده یا تنظیم‌شده طراحی می‌شوند و بیشتر رسالت اطلاع‌رسانی در زمینه روند و پخش دقیق زمان برنامه‌های را بر عهده دارند. وله‌های مکمل: به گروه‌هایی اطلاق می‌شود که همزمان

جدول ۱. شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی (دال و مدلول)

(دال): شاخص هدف (بعد)	(مدلول یا برداشت ذهنی و مفهومی): شاخص عملیاتی (مؤلفه)
زبان و ادبیات فارسی	— علاقه و افتخار به خط و زبان فارسی — علاقه‌مندی به آثار ادبیات فارسی
تاریخ	— آشنایی با حکما و دانشمندان ایران — دانش تاریخی (آگاهی از حوادث و شخصیت‌های تاریخی) — تعلق خاطر تاریخی (احساس و عاطفه مثبت و منفی نسبت به حوادث و شخصیت‌های تاریخی)
سرزمین	— علاقه و افتخار به مرز و بوم ایران (محدوده جغرافیایی) — علاقه به پرچم و سرود — تمایل به دفاع از میهن در برابر تجاوز بیگانگان — ترجیح منافع ملی بر منافع قومی
فرهنگ و میراث فرهنگی	— آشنایی با میراث فرهنگی — تعلق خاطر به نمادها و اسطوره‌های ملی — احساس تعلق به فرهنگ و روش زندگی ایرانی — آشنایی با نمادها و اسطوره‌های ملی — آشنایی با فرهنگ و روش زندگی ایرانی — تلقی از نقش تاریخی و رسالت جهانی ایران
اجتماعی	— علاقه به مردم ایران — تلقی فرد از میزان ایرانی بود خودش — احساس وجود انسجام، همبستگی و همدلی بین مردم ایران — تلقی فرد از صفات مردم ایران — ترجیح مردم ایران نسبت به سایر مردم دنیا — نگرش نسبت به شرایط زندگی در ایران

جدول ۲. شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های نظم اجتماعی (دال و مدلول)

(دال): شاخص هدف (بعد)	(مدلول یا برداشت ذهنی و مفهومی): شاخص عملیاتی (مؤلفه)
جامعه‌پذیری (آموزش و پرورش)	— آشنایی و یادگیری ارزش‌های خانواده در اجتماع — آشنایی و یادگیری نقش، جایگاه حقوق و مسئولیت‌های خانوادگی و اجتماعی
قانون‌مندی (قانون‌گرایی)	— اعتقاد و التزام به حاکمیت ضوابط بر روابط — احترام به مالکیت مادی و معنوی — وحدت رویه قانونی در عملکرد سازمان‌ها — عمل به تعهدات قانونی (داخلی - بین‌المللی) — رعایت حقوق شهروندی — پابندی حکومت به قانون و حقوق اشخاص
تعهد به هنجارهای مشترک	— وجدان کاری — اصالت دادن به حق در مقابل اشخاص — پابندی به هنجارهای ظاهری در جامعه (پوشش، آرایش، و...) — رعایت زبان معیار در گفتارهای اجتماعی
امنیت اجتماعی	— امنیت جان، مال، ناموس و حریم خصوصی افراد جامعه — پیشگیری از وقوع بزه، جرایم سازمان یافته و سایر جرایم. — امنیت مرزهای جغرافیایی کشور — آزادی مشروع و قانونی — حفظ حقوق اقلیت‌های قومی و مذهبی

جدول ۳. شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های وحدت و انسجام (دال و مدلول)

(دال): شاخص هدف (بعد)	(مدلول یا برداشت ذهنی و مفهومی): شاخص عملیاتی (مؤلفه)
تقریب (همگرایی) بین مذاهب	— نمادهای دینی مشترک (قرآن، قبله، پیامبر و...)
ارزش‌های مشترک (فرهنگی، اجتماعی و سیاسی)	— اعتقاد به حاکمیت ضوابط — دلبستگی به نمادهای ملی مشترک (سرزمین، سنت‌های ملی، استقلال کشور، تاریخ کشور، پرچم) — روحیه تعاون — نفی خودباختگی در برابر بیگانگان — نفی تحجر فکری — روحیه تحمل و مدارا — احترام به حقوق شهروندی
اتحاد در مقابل دشمن	— کاهش اختلافات داخلی — وحدت عمل در مقابل دشمن
وحدت میان مسئولین نظام (با یکدیگر)	— همسویی نظرات مسئولین — هماهنگی بین نهادهای نظام
خرده‌فرهنگ‌ها	— احترام و به رسمیت شناختن تمایزهای فرهنگی، زبانی، قومی و مذهبی — پذیرش همانند گردی فرهنگی — آمیختگی فرهنگی — تعلق و وفاداری اقوام به هویت
روابط بین قومی	— نفی قوم‌مداری — روابط فرهنگی — روابط اقتصادی یا معیشتی — اختلافات و منازعات بین قومی — روابط اجتماعی (دوستی یا معاشرت یا خویشاوندی)
غرور و عزت ملی	— اقتدار ملی
محوریت منافع ملی	— محوریت منافع نظام در فعالیت احزاب و گروه‌ها — حفظ و ارتقای منابع حیاتی کشور — حفظ تمامیت ارضی — دفاع از منافع ملی در عرصه ملی — بقاء و تداوم نظام جمهوری اسلامی ایران
وحدت دولت (قوه مجریه و ملیت)	—

جدول ۴. شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های بهداشت جسمی و روانی (دال و مدلول)

(دال) شاخص هدف (بعد)	(مدلول یا برداشت ذهنی و مفهومی): شاخص عملیاتی (مؤلفه)
مهارت‌های زندگی	آگاهی: — خودآگاهی — آگاهی از حقوق و مسئولیت اجتماعی حل مسئله و تصمیم‌گیری: — مشورت‌پذیری — ترجیح راه حل‌های ایجابی همدلی و ارتباط میان فردی: — ارتباط با اقوام و خویشان — روابط اعضای خانواده با یکدیگر تفکر (خلاق، نقاد): — روحیه نقدپذیری — خلاقیت
ورزش	— شرکت در ورزش همگانی و نوع آن (به تفکیک گروه‌های سنی و جنسی) — حضور در ورزش قهرمانی و حرفه‌ای و نوع آن (به تفکیک گروه‌های سنی و جنسی) — تأثیرات روانی و رفتاری طرفداری از تیم‌های ورزشی — استفاده از اماکن ورزشی (به تفکیک گروه‌های سنی و جنسی) — فضا، اعتبار و نیروی انسانی
اوقات فراغت	— استفاده از فضاها و مراکز فرهنگی تفریحی — گذران اوقات فراغت با خانواده، دوستان و... — نحوه گذراندن اوقات فراغت
آسیب‌های اجتماعی	— پوشش نامناسب — تقلید از الگوهای غربی — شیوع موارد فحشا و بزهکاری در جامعه (خودکشی، بیماری‌های روانی، قتل، سرقت، کلاهبرداری، روابط نامشروع، آدم‌ربایی، اعتیاد به مواد مخدر، و محرک و...)

جدول ۵. شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های کالاها و خدمات فرهنگی (دال و مدلول)

(دال) شاخص هدف (بعد)	(مدلول یا برداشت ذهنی و مفهومی): شاخص عملیاتی (مؤلفه)
رسانه مکتوب	— کتب غیر درسی — نشریات — مطبوعات
رسانه غیر مکتوب	— رادیو — تلویزیون — ماهواره — اینترنت — تلفن همراه — لوح‌های فشرده
هنر	— فیلم — نمایش یا تئاتر — موسیقی — عکس — هنرهای تجسمی — شعر و ادبیات
میراث فرهنگی و گردشگری	— موزه‌ها — آثار باستانی — گردشگری (طبیعی، زیارتی، باستانی، علمی و فرهنگی)
فضا	— سینما — سالن‌های نمایش — تالار — آتلیه — نمایشگاه — کتابخانه — کافی نت
اعتبار	— رسانه مکتوب — رسانه غیر مکتوب — هنر — میراث فرهنگی و گردشگری
نیروی انسانی	— رسانه مکتوب — رسانه غیر مکتوب — هنر — میراث فرهنگی و گردشگری

جدول ۶. شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های خانواده (دال و مدلول)

(دال): شاخص هدف (بعد)	مدلول یا برداشت ذهنی و مفهومی: شاخص عملیاتی (مؤلفه)
تربیتی و آموزشی	— اهتمام به تحصیل و فراگیری علوم و فنون — آموزش مهارت‌های زندگی — انتقال و نهادینه‌سازی ارزش‌ها، باورها و آداب و رسوم (جامعه‌پذیری) — پرورش اخلاقی اعضای خانواده
عاطفی	— نقش مادری به عنوان کانون مهرورزی، محبت، عطوفت، گرمی و صفا بخشی به خانواده — نقش پدری برای آرامش و اطمینان خاطر آوری برای اعضای خانواده — نقش همسری مرد و زن برای یکدیگر — تعلق خاطر و نقش حمایتی اعضای خانواده از یکدیگر
حقوقی - تکلیفی	— اطاعات فرزندان از والدین — رعایت احترام و ادب متقابل در خانواده — اخذ مشورت و جلب رضایت والدین هنگام تشکیل خانواده (همسر یابی و همسرگزینی) — حمایت و دستگیری فرزندان نسبت به والدین هنگام نیاز — اهتمام به تأمین نیازهای معیشتی خانواده توسط مرد — احساس مسئولیت والدین نسبت به فرزندان در تشکیل خانواده (همسر یابی و همسرگزینی) و پس از آن
مدیریتی	— نقش مدیریتی و سرپرستی مرد در خانواده — نقش انسجام‌بخشی و وحدت‌آفرینی والدین در خانواده — نقش مشورتی اعضای خانواده برای یکدیگر

یافته‌های تحقیق

بدون تردید برنامه تلویزیونی «خوشا شیراز» جزو موفق‌ترین و پرمخاطب‌ترین برنامه‌های شبکه استانی سیمای مرکز فارس بوده است. این برنامه از لحاظ کیفیت تولید تلویزیونی، ساختار روایی و محتوایی، از کیفیت بالایی برخوردار است. این برنامه، بخش‌های مختلفی از قبیل پلاتوهای گفت‌وگوی مجری با مهمانان و گفت‌وگوی مجری با مخاطبان، وله، تصاویر و موسیقی باکلام و بی کلام، پخش قسمت‌هایی از فیلم‌های سینمایی و سریال، عینک، مروری بر هفته قبل، و تبلیغات بازرگانی را داشته است. در این تحقیق به مطالعه و بررسی گفت‌وگوی مجری با مهمانان برنامه با توجه به اهداف تعیین‌شده پرداخته شده است که نتایج به شرح زیر است:

بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی، دینی و انقلابی

— زبان و ادبیات فارسی: اطلاعات به‌دست‌آمده از این تحقیق نشان می‌دهد که در ارتباطات کلامی و گفت‌وگوهای مجری با مهمانان برنامه، به مؤلفه‌های زبان و ادبیات فارسی، که مهم‌ترین رکن جامعه است، توجهی نشده است و پیشنهاد و توصیه می‌شود که در گفت‌وگوها به این مؤلفه‌ها توجه نمایند. این مؤلفه‌ها شامل «علاقه و افتخار به خط و زبان فارسی» و «علاقه‌مندی به آثار ادبیات فارسی» اند که مجری برنامه بایستی به آن مؤلفه‌ها پایبند باشد.

تاریخ

— آشنایی با حکما و دانشمندان ایرانی: اطلاعات به‌دست‌آمده از این تحقیق نشان از این دارد مجری برنامه نتوانسته است از فرصت‌ها و ظرفیت‌های استان در خصوص شناساندن حکما و دانشمندان ایرانی استفاده کند. در این خصوص تنها به قطب پزشکی و آن هم منحصر به فرد و اندکی نیز به حافظ و سعدی اشاره شده است. در این خصوص پیشنهاد می‌شود که مجری برنامه اطلاعات جامعی در خصوص حکما و دانشمندانی ایرانی به معنای عام و استان فارس به معنای خاص داشته باشد. — دانش تاریخی (آگاهی از حوادث و شخصیت‌های تاریخی): بنابراین دال‌های برگرفته از گفت‌وگوها نشان از آن دارد که مجری برنامه تلویزیونی خوشا شیراز دانش تاریخی قابل قبولی در زمینه‌های مطرح‌شده دارد. — تعلق خاطر تاریخی (احساس و عاطفه مثبت و منفی نسبت به

حوادث و شخصیت‌های تاریخی): در مجموع دال‌های برگرفته از گفت‌وگوها نشان از آن دارد که مجری برنامه تلویزیونی خوشا شیراز، تعلق خاطر تاریخی، یعنی احساس و عاطفه مثبت و منفی نسبت به حوادث و شخصیت‌های تاریخی را با تسلط تقریباً کامل بازگو و تشریح کرده است. همچنین در حوزه موسیقی می‌توان به شخصیت‌های تاریخی زیادی اشاره کرد که در این تحقیق بیشتر به هنرمندان موسیقی از جمله شجریان و پسرشان پرداخته شده است و پیشنهاد می‌شود که به سایر هنرمندان تاریخی موسیقی نیز در گفت‌وگوها اشاره و تشریح شود.

سرزمین

— علاقه و افتخار به مرز و بوم ایران (محدوده جغرافیایی): در مجموع، اطلاعات به‌دست‌آمده از این تحقیق نشان‌دهنده علاقه‌مندی مجری برنامه به محدوده‌های جغرافیایی کشورمان از قبیل استان‌های کرمانشاه، یزد، اصفهان، فارس، و... است که در گفت‌وگوهای مجری با مهمانان به این امر توجه شده است. دال‌ها و عبارت‌هایی همانند، زلزله کرمانشاه، خواهر خوانده شهرها، یار دوازدهم در جام جهانی، محل تولد و اصالت جغرافیایی، نصف جهان یعنی اصفهان، تاج شیرازی، کنسرت شیراز، رفقای شیرازی یا تهرانی و... علاقه و افتخار به مرز و بوم ایران را نشان می‌دهد. — تمایل به دفاع از میهن در برابر بیگانگان و علاقه به پرچم و سرود: بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در گفت‌وگوهای مجری با مهمانان، به این نتیجه دست یافته‌ایم که در این خصوص مبحثی رد و بدل نشده است و پیشنهاد می‌شود که گفت‌وگوی برنامه در موقعیت‌ها و مناسبت‌های مختلف به این سمت سوق داده شود.

— ترجیح منافع ملی بر منافع قومی: با توجه به بررسی‌های به عمل آمده در این پژوهش، می‌توان گفت که مجری برنامه به این مؤلفه کمتر پرداخته است و لذا پیشنهاد می‌شود که در گفت‌وگوهای برنامه تلویزیونی خوشا شیراز به این مؤلفه توجه خاص شود.

— فرهنگ و میراث فرهنگی: آشنایی با میراث فرهنگی: اطلاعات به‌دست‌آمده از این تحقیق نشان از این دارد که مجری برنامه در گفت‌وگوهای خود با مهمانان به این مؤلفه توجهی نداشته و با توجه به اینکه استان فارس به عنوان پایتخت فرهنگی و تمدن ایران زمین معرفی شده است،

و مسئولیت‌های خانوادگی و اجتماعی و آشنایی و یادگیری قوانین و مقررات از جمله مؤلفه‌های جامعه‌پذیری هستند که در گفت‌وگوهای تلویزیونی بایستی به آن‌ها پرداخته شود که نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در ارتباطات کلامی برنامه توسط مجری به این مؤلفه‌ها بدرستی پرداخته نشده است. و پیشنهاد می‌شود که در راستای بالابردن کیفیت محتوایی برنامه و همچنین کمک به مخاطبان به این مؤلفه‌های ارزشمند توجه خاصی در برنامه‌سازی شود.

— قانون‌مندی یا قانون‌گرایی: اعتقاد و التزام به حاکمیت ضوابط بر روابط، عمل به تعهدات قانونی داخلی و بین‌المللی، احترام به مالکیت مادی و معنوی، رعایت حقوق شهروندی، وحدت رویه قانونی در عملکرد سازمان‌ها، پایبندی حکومت به قانون و حقوق اشخاص از جمله مؤلفه‌های قانون‌مندی یا قانون‌گرایی‌اند که رسانه جمعی صدا و سیما در برنامه‌های گفت‌وگو محور باید به آن‌ها توجه کند. در صورتی که مجری برنامه در ارتباطات کلامی خود، به مؤلفه رعایت حقوق شهروندی تأکید بیشتری داشته‌اند و پیشنهاد می‌شود که در ارتباطات کلامی به سایر مؤلفه‌های قانون‌مندی یا قانون‌گرایی نیز توجه شود.

— تعهد به هنجارهای مشترک: با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از ارتباطات کلامی در برنامه تلویزیونی خوشا شیراز، مؤلفه‌های وجدان کاری، مسئولیت‌پذیری، پایبندی به سنت‌های اجتماعی و پایبندی به هنجارهای ظاهری در جامعه (پوشش، آرایش و...) در ارتباطات کلامی مجری مشاهده شده است

— امنیت اجتماعی: امنیت جان، مال، ناموس، و حریم خصوصی افراد؛ آزادی مشروع و قانونی؛ پیشگیری از وقوع بزه، جرایم سازمان یافته و سایر جرایم؛ حفظ حقوق اقلیت‌های قومی و مذهبی؛ و امنیت مرزهای جغرافیایی کشور از جمله مواردی‌اند که زیرمجموعه امنیت اجتماعی محسوب می‌شوند که اثری از ارتباطات کلامی مجری که مبنی و معرف مؤلفه‌های فوق باشد دیده نشده است و پیشنهاد می‌شود، در برنامه‌های گفتار محور به مؤلفه‌های فوق، توجه شود.

بررسی ارتباط کلامی شاخص‌های استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های وحدت و انسجام

— تقریب یا همگرایی بین مذاهب: عبارت‌های مطرح‌شده توسط مجری از قبیل، واقعاً خدا را شکر می‌کنیم، تیراژه‌های ماه رمضونی، خدا به دل آدمها نگاه می‌کند،

پیشنهاد می‌شود که مجری برنامه مخاطبان را با میراث مختلف فرهنگی آشنا کند.

— آشنایی با نمادها و اسطوره‌های ملی: شهرت داشتن، آواها و سرودهای انقلابی، شب یلدا، شعر و شعر شیرازی، خاتم کاری، تفاقات هنری در حافظ، سعدی و سیبویه و...، رنگس شیراز و... از جمله نمادها و اسطوره‌های ملی در استان فارس هستند که نتایج نشان‌دهنده توجه مجری برنامه تلویزیونی «خوشا شیراز» به این نمادها برای آشنا کردن مهمانان و مخاطبان برنامه است.

— تعلق خاطر به نمادها و اسطوره‌های ملی: عید باستانی نوروز، هدیه دادن، دور هم نشینی در زمان زمان‌ها و مناسبت‌های مختلف و متعدد از جمله مواردی‌اند که مجری برنامه در ارتباطات کلامی خود، آن‌ها را تفسیر و تشریح کرده است. ضمن اینکه مجری برنامه به سایر نمادها و اسطوره‌های ملی توجهی نداشته است و یا اینکه تسلط کافی بر سایر نمادها نداشته‌اند و پیشنهاد می‌شود که در ارتباطات کلامی نمادها و اسطوره‌های ملی مختلف و متعدد کشور پرداخته شود.

آشنایی با فرهنگ و روش زندگی ایرانی؛ و احساس تعلق به فرهنگ و روش زندگی ایرانی؛ و تلقی از نقش تاریخی و رسالت جهانی ایرانی؛ با توجه به اطلاعات جمع‌آوری‌شده در خصوص مؤلفه‌های فوق، کمتر و شاید اصلاً، در گفت‌وگوهای مجری، دالی که بیانگر مؤلفه‌های فوق باشد دیده نشده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود که در گفت‌وگوهای برنامه تلویزیونی خوشا شیراز به مؤلفه‌های فوق نیز توجه شود.

— اجتماعی: یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده این است که مجری برنامه تلویزیونی خوشا شیراز تا حدی توانسته مؤلفه‌های اجتماعی همانند احساس وجود انسجام، همبستگی و همدلی بین مردم ایران را بازگو و تفسیر کند. اعتماد مردم، کمک به زلزله دیده‌ها، یکدست شدن مردم در مواقع خاص، وجود رهبر انقلاب، کشتی حادثه‌دیده سانچی از جمله عبارت‌هایی‌اند که در ارتباطات کلامی مجری با مهمانان بیان شده است.

بررسی ارتباطات کلامی با شاخص استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های نظم اجتماعی

— جامعه‌پذیری (آموزش و پرورش): آشنایی و یادگیری ارزش‌های خانواده در اجتماع، آشنایی و آگاهی از هنجارهای مشترک اجتماعی، آشنایی و یادگیری نقش، جایگاه حقوق

مؤلفه «روابط اجتماعی (دوستی یا معاشرت یا خویشاوندی) پرداخته و به سایر مؤلفه‌ها که ارزشمند و مخاطب‌پسند هستند توجهی نداشته است.

— غرور و عزت ملی، منافع ملی: اقتدار ملی، محوریت منافع نظام در فعالیت احزاب و گروه‌ها، حفظ تمامیت ارضی، بقا و تداوم جمهوری اسلامی ایران، حفظ و ارتقای منابع حیاتی کشور، دفاع از منافع ملی در عرصه ملی از مؤلفه‌های اصلی و مهم شاخص «غرور و عزت ملی و منافع ملی» اند. یافته‌های تحقیق در مجموع گویای این است که در ارتباطات کلامی دالی مبنی بر مفهوم یا مدلول مؤلفه‌های فوق مشاهده نشده است.

شاخص‌های استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های بهداشت جسمی و روانی

— مهارت‌های زندگی: «آگاهی (خودآگاهی و آگاهی از مسئولیت اجتماعی)»، «حل مسئله و تصمیم‌گیری (مشورت‌پذیری و ترجیح راه حل‌های ایجابی)»، «همدلی و ارتباط میان فردی (ارتباط با اقوام و خویشان)»، و «روابط اعضای خانواده با یکدیگر»، «تفکر (روحیه نقدپذیری و خلاقیت)» از مؤلفه‌های اصلی شاخص مهارت‌های زندگی هستند که نتایج یافته‌ها نشان‌دهنده توجه موفق مجری به این مؤلفه‌های ارزشمند در ارتباطات کلامی است.

— ورزش: «شرکت در ورزش همگانی به تفکیک گروه‌های سنی و جنسی»، حضور در ورزش قهرمانی و حرفه‌ای و نوع آن به تفکیک گروه‌های سنی و جنسی»، «تأثیرات روانی و رفتاری طرفداری از تیم‌های ورزشی»، «استفاده از اماکن ورزشی»، «فضا و اعتبار و نیروی انسانی» از مؤلفه‌های اصلی ورزش است. بر این اساس و با توجه یافته‌های تحقیق به این نتیجه می‌رسیم که مجری برنامه خوشا شیراز در ارتباطات کلامی خود، به مؤلفه‌های ورزشی یادشده توجه خوبی داشته است.

— اوقات فراغت: «استفاده از فضاها و مراکز فرهنگی تفریحی»، «گذران اوقات فراغت با خانواده، دوستان و...»، و «نحوه گذران اوقات فراغت» از مؤلفه‌های اوقات فراغت بشمار می‌آیند. بر این اساس یافته‌های تحقیق نشان از آن دارد که مجری برنامه خوشا شیراز در ارتباطات کلامی خود، توجه کمتری به این مؤلفه‌ها داشته است.

— آسیب‌های اجتماعی: شاخص آسیب‌های اجتماعی شامل «پوشش نامناسب»، «تقلید از الگوهای غربی»، «شیوع موارد فحشا و بزهکاری در جامعه» است. یافته‌های این

الهی تا روزگار می‌چرخه خوشبختی توی زندگیتون باشه، حضرت نرجس^(س)، عشقم خداست و... از جمله نمادهای دینی هستند که نشان‌دهنده همگرایی بین مذاهب است. با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از ارتباطات کلامی در برنامه تلویزیونی خوشا شیراز، مؤلفه فوق مورد تأکید مجری برنامه بوده که به آن‌ها توجه کرده است.

— ارزش‌های مشترک (فرهنگی، اجتماعی و سیاسی): اعتقاد به حاکمیت ضوابط، نفی خودباختگی در برابر بیگانگان، نفی تحجر فکری، دلبستگی به نمادهای ملی مشترک (سرزمین، سنت‌های ملی، استقلال کشور، تاریخ کشور، پرچم)، روحیه تعاون، روحیه تحمل و مدارا، و احترام به حقوق شهروندی از جمله مؤلفه‌های ارزش‌های مشترک اند. و اطلاعات ناشی از ارتباطات کلامی مجری با مهمانان نشان‌دهنده توجه به مؤلفه‌های روحیه تعاون، روحیه تحمل و مدارا است. ضمن اینکه سایر مؤلفه‌ها از دید مجری در گفت‌وگوها نادیده گرفته شده است.

— اتحاد در مقابل دشمن؛ وحدت میان مسلمین نظام با یکدیگر: بررسی‌های به عمل آمده در خصوص شاخص فوق نشان‌دهنده این است که هیچ‌گونه نشانه‌ای در خصوص مؤلفه‌های فوق در ارتباطات کلامی مشاهده نشده است. لذا پیشنهاد می‌شود که در ارتباطات کلامی برنامه گفت‌وگو محور تلویزیونی خوشا شیراز، به این مؤلفه‌های ارزشمند توجه شود.

— خرده‌فرهنگ‌ها: خرده‌فرهنگ‌ها شامل «احترام و به رسمیت شناختن تمایزهای فرهنگی، زبانی، قومی و مذهبی»، «پذیرش همانندگردی فرهنگی»، «آمیختگی فرهنگی»، «تعلق و وفاداری اقوام به هویت» است. اطلاعات به‌دست‌آمده از این تحقیق در ارتباطات کلامی نشان از آن دارد که مجری برنامه خوشا شیراز بیشتر به مؤلفه «احترام و به رسمیت شناختن تمایزهای فرهنگی، زبانی، قومی و مذهبی» پرداخته است. در صورتی سایر مؤلفه‌ها نادیده انگاشته شده است.

— روابط بین قومی: شاخص روابط بین قومی متشکل از «نفی قوم‌مداری، روابط اقتصادی و معیشتی، اختلافات و منازعات‌های بین قومی، روابط فرهنگی، و روابط اجتماعی (دوستی یا معاشرت یا خویشاوندی)» است. اطلاعات به‌دست‌آمده از این تحقیق در مجموع نشان می‌دهد که مجری برنامه در ارتباطات کلامی خود با مهمانان غالباً به

پژوهش در مجموع نشان می‌دهد که مجری برنامه در گفتمان توجه کافی به این مؤلفه‌ها نداشته است.

شاخص‌های استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های کالاها و خدمات فرهنگی

— رسانه مکتوب: کتب غیر درسی، نشریات و مطبوعات از جمله مؤلفه‌های رسانه مکتوب هستند که مجری برنامه خوشا شیراز در ارتباطات کلامی خود، توجه کمتری به این مؤلفه‌های ارزشمند داشته است.

— رسانه غیر مکتوب: رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و تلفن همراه از مؤلفه‌های رسانه غیر مکتوب هستند که مجری برنامه در ارتباطات کلامی خود بیشترین توجه را به تلویزیون و تلفن همراه داشته، در صورتی که به سایر رسانه‌ها همانند رادیو، ماهواره‌ها و اینترنت اشاره‌ای نشده است.

— هنر: فیلم، نمایش یا تئاتر، موسیقی، عکس، هنرهای تجسمی، شعر و ادبیات از مؤلفه‌های شاخص هنر است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در ارتباطات کلامی مجری بیشتر به موسیقی، فیلم، و نمایش یا تئاتر اشاره شده است. ضمن اینکه به هنرهای تجسمی و شعر و ادبیات اشاره کمتری شده است.

— میراث فرهنگی و گردشگری: موزه‌ها، آثار باستانی و گردشگری (طبیعی، زیارتی، باستانی، علمی و فرهنگی) از مؤلفه‌های اصلی شاخص میراث فرهنگی و گردشگری است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در ارتباطات کلامی مجری بیشتر به گردشگری (طبیعی، زیارتی، باستانی، علمی و فرهنگی) تأکید شده است و با توجه به اینکه استان فارس قطب گردشگری کشور و پذیرای گردشگر از کشورهای مختلف است، لازم و ضروری می‌نماید که در برنامه‌های مهم تلویزیونی به سایر مؤلفه‌ها از جمله موزه‌ها و آثار باستانی توجه شود.

— فضا: بعد فضا با مؤلفه‌های سینما، سالن‌های نمایش، تالار، آتلیه، نمایشگاه، کتابخانه و کافی نت تعریف شده است. در این ارتباط، یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده آن است که مجری برنامه خوشا شیراز در ارتباطات کلامی خود توجه کمتری به فضای سینما، تالار و نمایشگاه داشته است و به سایر مؤلفه‌هایی همانند سالن‌های نمایش، آتلیه، کتابخانه و کافی نت نیز توجهی نشده است.

— اعتبار: رسانه مکتوب، رسانه غیر مکتوب، هنر و میراث فرهنگی و گردشگری از مؤلفه‌های این شاخص است که

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مجری برنامه خوشا شیراز در ارتباطات کلامی خود توجه چندانی این مؤلفه‌ها نداشته است. — نیروی انسانی: مؤلفه‌های این شاخصه نیز همانند شاخص اعتبار تعریف شده است. در این ارتباط یافته‌های تحقیق نشان از این دارد که مجری برنامه در ارتباطات کلامی خود به مؤلفه‌های رسانه غیر مکتوب و هنر توجه داشته است. و نشانه‌ای که مفهوم رسانه مکتوب و میراث فرهنگی و گردشگری را برساند مشاهده نشده است.

شاخص‌های استراتژیک، ابعاد و مؤلفه‌های خانواده

— تربیتی و آموزشی: اهتمام به تحصیل و فراگیری علوم و فنون، آموزش مهارت‌های زندگی، انتقال و نهادینه‌سازی ارزش‌ها، باورها و آداب و رسوم (جامعه‌پذیری)، پرورش اخلاقی اعضای خانواده از مؤلفه‌های شاخص تربیتی و آموزشی هستند. بر اساس یافته‌های تحقیق بیشترین توجه مجری در گفتمان با مهمانان برنامه به مؤلفه‌های «اهتمام به تحصیل و فراگیری علوم و فنون» و «جامعه‌پذیری» ارتباط داشته است. به سایر مؤلفه‌ها اشاره کمتری شده است.

— عاطفی: نقش مادری به عنوان (کانون مهرورزی، محبت، عطوفت، گرمی و صفا بخشی به خانواده)، نقش پدری برای آرامش و اطمینان خاطر آوری برای اعضای خانواده، نقش همسری مرد و زن برای یکدیگر، تعلق خاطر و نقش حمایتی اعضای خانواده از یکدیگر، مؤلفه‌هایی هستند که در شاخصه عاطفی تعریف شده‌اند. و با توجه به یافته‌های پژوهش، در مجموع به این نتیجه دست می‌یابیم که مجری برنامه در گفتمان خود با مهمانان به مؤلفه‌های «نقش مادری» و نقش همسری مرد و زن برای یکدیگر، و تعلق خاطر و نقش حمایتی اعضای خانواده از یکدیگر را بیشترین توجه را داشته است. — حقوقی تکلیفی: مؤلفه‌هایی مانند اطاعت فرزندان از والدین، رعایت احترام و ادب متقابل در خانواده، اخذ مشورت و جلب رضایت والدین هنگام تشکیل خانواده، حمایت و دستگیری فرزندان نسبت به والدین و... نشان‌دهنده شاخص حقوقی تکلیفی است. طبق یافته‌های تحقیق، در گفتمان برنامه تلویزیونی خوشا شیراز به مؤلفه‌های حقوقی - تکلیفی خانواده توجه شایانی نشده است.

— مدیریتی: نقش مدیریتی در خانواده، نقش انسجام‌بخشی و وحدت‌آفرینی والدین در خانواده، و نقش مشورتی اعضای خانواده برای یکدیگر از مؤلفه‌های شاخص مدیریتی‌اند که

وحدت و انسجام با ابعاد و مؤلفه‌های مختلف از قبیل تقریب یا همگرایی بین مذاهب، ارزش‌های مشترک (فرهنگی، اجتماعی و سیاسی)، اتحاد در مقابل دشمن؛ وحدت میان مسلمین نظام با یکدیگر، خرده‌فرهنگ‌ها، روابط بین قومی، غرور و عزت ملی، منافع ملی؛ ۴. بالا بردن سواد رسانه‌ای در زمینه بهداشت جسمی و روانی با ابعاد و مؤلفه‌های مختلف از قبیل مهارت‌های زندگی، ورزش، اوقات فراغت، آسیب‌های اجتماعی؛ ۵. بالا بردن سواد رسانه‌ای در زمینه کالاهای و خدمات فرهنگی با ابعاد و مؤلفه‌های مختلف از قبیل رسانه‌های مکتوب و غیر مکتوب، هنر، میراث فرهنگی و گردشگری، فضا، اعتبار، نیروی انسانی؛ ۶. بالا بردن سواد رسانه‌ای در زمینه خانواده با ابعاد و مؤلفه‌های مختلف از قبیل تربیتی و آموزشی، عاطفی، حقوقی تکلیفی و مدیریتی.

محدودیت‌های تحقیق

در هر پژوهشی کمبودها و نواقص‌ها احساس می‌شود. در این پژوهش نیز کمبودهایی را احساس کردیم که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: ۱. نبود پیشینه‌های مطالعات داخلی و خارجی در خصوص نشانه‌شناختی ارتباطات کلامی؛ ۲. همکاری نکردن کتابخانه مرکز افکارسنجی صدا و سیما با پژوهشگران مراکز استان‌ها.

یافته‌ها نشان‌دهنده کم‌توجهی مجری به مؤلفه‌های مدیریتی خانواده‌ها در گفتمان خود است.

پیشنهادهای کاربردی و رسانه‌ای

در برنامه‌هایی همانند خوشاشیراز که به صورت گفت‌وگومحور و زنده اجرا تولید و پخش می‌شود، عوامل برنامه بخصوص مجری بایستی در ارتباطات کلامی خود به مؤلفه‌ها و شاخصه زیر توجه نمایند و به عبارتی سواد رسانه‌ای خود در ارتباط با اهداف برنامه را بالا ببرند: ۱. بالا بردن سواد رسانه‌ای در زمینه هویت با ابعاد و مؤلفه‌های مختلف از قبیل زبان و زبان و ادبیات فارسی، آشنایی با حکما و دانشمندان ایرانی، دانش تاریخی (آگاهی از حوادث و شخصیت‌های تاریخی)، تعلق خاطر تاریخی (احساس و عاطفه مثبت و منفی نسبت به حوادث و شخصیت‌های تاریخی)، محدوده جغرافیایی سرزمین، فرهنگ و میراث فرهنگی، آشنایی با نمادها و اسطوره‌های ملی، آشنایی با فرهنگ و روش زندگی ایرانی، نقش تاریخی و رسالت جهانی ایرانی؛ ۲. بالا بردن سواد رسانه‌ای در زمینه نظم اجتماعی با ابعاد و مؤلفه‌های مختلف از قبیل جامعه‌پذیری (آموزش و پرورش)، قانون‌مندی یا قانون‌گرایی، تعهد به هنجارهای مشترک، امنیت اجتماعی؛ ۳. بالا بردن سواد رسانه‌ای در زمینه

پی‌نوشت‌ها

1. polysemic
2. Erickson

3. Ferdinand De saussure
4. Charles Sandres Peirce

5. Structure
6. broadcaster

7. Vole

فهرست منابع

در تلویزیون ایران، تهران، روزنگار. پورقانی فراهانی، مریم (۱۳۹۳)، نشانه‌شناسی و روایت‌شناسی ارتباطات کلامی و غیر کلامی اخبار شبکه بی‌بی‌سی فارسی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و یکم، شماره ۴، پیاپی ۸۰. چندلر، دانیل (۱۳۸۷)، مبانی نشانه‌شناسی، ترجمه مهدی پارسا، تهران، پژوهش‌گاه فرهنگ و هنر اسلامی. خالقی‌پناه، کمال و محمدحسین شریفی ساعی (۱۳۹۰)، تحلیل نشانه‌شناختی نقش‌های خانوادگی در سریال‌های پربیننده تلویزیون، تهران، مرکز تحقیقات صدا و سیما.

ابراهیمی‌منش، مریم (۱۳۹۲)، تحلیل محتوای دیداری شنیداری برنامه تلویزیونی خوشاشیراز، استانداری فارس و صدا و سیما مرکز فارس. برگر، آرتور ایسا (۱۳۸۳)، روش‌های تحلیل رسانه‌ها، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. بهمنی، مهرزاد (۱۳۹۵)، نشانه‌شناسی و کاربرد آن در رسانه، بازنمایی هویت جنسیتی مردانه در سریال تلویزیونی ستایش ۱ و ۲، تهران، مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما. پاینده، حسین (۱۳۸۵)، قرائتی نقادانه از آگهی‌های تجاری

قاسمی، علیرضا (۱۳۸۵)، نشانه‌شناسی و فلسفه زبان، مجله ذهن، شماره ۳۷
قائم‌نیا، علیرضا (۱۳۸۵)، نشانه‌شناسی و فلسفه زبان، فصلنامه ذهن، شماره ۲۷.

ماکویی، سویل (۱۳۹۶)، بازنمایی مؤلفه‌های فرهنگ مردم در مجموعه‌های تلویزیونی، مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما، تهران.

متالینوس، نیکوس (۱۳۸۴)، زیبایی‌شناسی تلویزیون مبانی ادراکی، شناختی و ترکیبی، تهران، اداره کل پژوهش‌های سیما.

محمدی‌مهر، غلامرضا (۱۳۸۷)، روش تحلیل محتوا؛ راهنمای عملی تحقیق، تهران، نشر دانش نگار، چاپ اول
محمدی‌مهر، غلامرضا و عبدالله بیچرانلو (۱۳۹۳)، بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم‌های ایرانی تحسین‌شده در جشنواره‌های بین‌المللی، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، دوره ۱۵، ش ۲۶.

مک کوئین، دیوید (۱۳۸۴)، راهنمای شناخت تلویزیون، ترجمه فاطمه کرمعلی و عصمت گیویان، تهران صدا و سیما، اداره کل پژوهش‌های سیما.

مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۷)، رسانه‌ها و بازنمایی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

میرزایی، خلیل (۱۳۹۳)، طرح و پایان‌نامه‌نویسی، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.

دلیر، هما (۱۳۸۵)، تحلیل نشانه‌شناختی تبلیغات تلویزیون ایران بررسی ۵۰۰ تبلیغ و تحلیل مطالعه موردی ۱۰ تبلیغ انتخاباتی، تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیما.

راوودراد، اعظم (۱۳۹۱)، جامعه‌شناسی سینما و سینمای ایران، تهران، دانشگاه تهران.

سجودی، فرزانه (۱۳۸۷)، نشانه‌شناسی کاربردی، تهران، علم. سروری‌زرگر، محمد (۱۳۸۸)، تحلیل نشانه‌شناختی الگوی مصرف در آگهی‌های بازرگانی، انتشارات مرکز تحقیقات صدا و سیما، تهران.

سلطانی، علی‌اصغر و بنت‌الهدی بنایی (۱۳۹۳)، بررسی نشانه‌شناختی عناصر دینی در فیلم نشانه‌ها اثر شیامالان، فصلنامه علمی پژوهشی زبان پژوهی دانشگاه الزهراء.

صالح بلوردی، آیتا (۱۳۹۲)، بررسی نحوه‌ی برقراری ارتباط تصویری و کلامی توسط گفته‌پرداز یا گوینده (مطالعه نشانه - معناشناختی آگهی‌های تلویزیونی امور فرهنگی و آموزشی)، دوماهنامه جستارهای زبانی، شماره ۴، پیاپی ۲۰.

صفری‌شالی، رضا (۱۳۹۴)، اصول نگارش طرح تحقیق با روش‌های کمی، کیفی و ترکیبی، تهران، انتشارات راهبرد پیمایش.

علینقلی‌پور، مهدی (۱۳۸۶)، بررسی تأثیر نشانه‌شناسی تصویر بر کیفیت فضاسازی در تئاتر تلویزیونی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیما، تهران.

Mahtani, Minelle (2001), *representing minorities: Canadian media and minority edentities*, canadian ethnic studies jornal 33 (3).

URL 1: <https://fa.wikipedia.org/wiki>

URL 2: <http://www.forum.adart.ir/archive/index.php/t-219.html>