

## تحلیل نشانه - معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک زبان در قصه‌های عامه

یگانه توحیدلو<sup>۱</sup> حمیدرضا شعیری\*<sup>۲</sup>

(تاریخ دریافت: ۹۴/۱۰/۲۱، تاریخ پذیرش: ۹۵/۱/۲۲)

### چکیده

برای تبیین چگونگی شکل‌گیری دروغ از دیدگاه نشانه - معناشناختی ابتدا به تعریف آیکون و کارکرد آن در حوزه گفتمان می‌پردازیم. در این رابطه نشان خواهیم داد اگرچه آیکون به معنای بیشترین میزان شباهت بین یک چیز و بازنمون آن است؛ ولی همواره امکان ایجاد فاصله بین این دو وجود دارد که می‌تواند از صفر تا بی‌نهایت در نوسان باشد. این فاصله سبب می‌شود تا چیزی با عنوان توهم و سپس دروغ در زبان شکل گیرد. بر این اساس، آیکون می‌تواند از کم - آیکون<sup>۱</sup> تا بیش - آیکون<sup>۲</sup> در نوسان باشد. با توجه به این توضیحات، دروغ امری نشانه‌ای است که در آن آیکون قدرت انطباق خود را با موضوعی که قرار است بازنمون آن باشد، از دست داده است. نگارندگان در این جستار به بررسی علل و عوامل کاستی و یا نیستی انطباق در فرایند نشانه - معناشناختی خواهند پرداخت. هدف اصلی این مقاله با تکیه بر رویکرد نشانه - معناشناختی و فرایند آیکونیک، کشف

۱. دانشجوی دکتری زبان‌شناسی واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران ایران.

۲. استاد نشانه - معناشناس، تربیت مدرس (نویسنده مسئول).

\* shairi@modares.ac.ir

علل سرپیچی نشانه‌ای و سقوط انطباق آیکونیک و نوسان‌پذیری آن است. فرضیه اصلی تحقیق این است که دخالت فرایند حسی- ادراکی و هیجانات عاطفی به‌عنوان امری فعال در کنش‌های انسانی سبب تغییر دریافت ما و جابه‌جایی زاویه دید می‌گردند و به همین دلیل مانع از لنگراندازی آیکون به‌عنوان نشانه تطبیق‌یافته با موضوع و زمانیت و مکانیت آن می‌شوند که نتیجه آن می‌تواند دروغ گفتمانی باشد.

**واژه‌های کلیدی:** دروغ، آیکون، زیر آیکون، بیش آیکون، نماد.

#### ۱. مقدمه

دروغ را می‌توان تابع دو فرایند پیوستاری<sup>۳</sup> و گسستی<sup>۴</sup> دانست. در فرایند پیوستاری، با نظام تنشی و هم‌تنیدگی گفتمانی مواجه هستیم؛ یعنی دروغ می‌تواند دو بُعد کمی و کیفی داشته باشد و بر اساس محور تنشی افقی و عمودی معنا، بررسی شود. در نظام گسستی دروغ امر قطبی در نظر گرفته می‌شود که همواره و به طور منجمد یکی از قطب‌های معنا را به خود اختصاص می‌دهد. اینک اگر فرایند نشانه‌ای آیکونی را که دیدگاه پیروسی<sup>۵</sup> از نشانه است، در ارتباط با بحث پیوستار و ناپیوستار گفتمانی قرار دهیم، متوجه خواهیم شد که آیکون می‌تواند از کم- آیکونی تا بیش- آیکونی در نوسان باشد و نظام پیوستاری را ایجاد کند، همان‌گونه که آیکون می‌تواند به نه- آیکون و سپس نماد در نظام ناپیوستاری و سلبی/ ایجابی تبدیل گردد. در این تحقیق که از منظر نشانه- معناشناسی گفتمانی به مطالعه دروغ به‌عنوان امری نشانه‌ای می‌پردازد، نشان خواهیم داد چگونه کنش‌ها در شرایط شوشی<sup>۶</sup> (شعیری، ۱۳۹۵ : ۹۰-۹۳) و یا پدیداری حضور، با توجه به کارکردهای حسی- ادراکی دچار تضعیف در انطباق با ایزه یا موضوع خود می‌شوند و بر این اساس وارونگی گفتمانی شکل می‌گیرد. مسئله اصلی تحقیق این است که ببینیم چگونه دروغ با ایجاد فاصله بین آیکون و موضوع اصلی آن، جریان گفتمانی را از فضای شناختی و ارجاعی به سوی فضای آشوب و عاطفی- تنشی سوق می‌دهد. دروغ می‌تواند نظام‌های برنامه‌مدار و ارجاعی را به نظام‌هایی گسست- محور و آشوب‌مدار تغییر دهد. علت چنین امری فرایندی‌شدن آیکون به دلیل عدم توانایی آن در پاسخ‌گویی به حضور حسی- ادراکی کنش‌گر در فضای تعامل با دنیا و چیزهاست. در این تحقیق، نظام آیکونیک دروغ و کارکردهای گفتمانی آن در دو

تحلیل نشانه- معاشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... \_\_\_\_\_ یگانه توحیدلو و همکار

داستان عامه چوپان دروغ-گو و داستان دنبه و چرب کردن سبیل از سوی مرد گرسنه، با تکیه بر دیدگاه نشانه- معاشناسی گفتمانی و با توجه به فرایند آیکونیک بررسی و تحلیل شده است. در این تحقیق به دنبال پاسخی برای پرسش‌های تحقیق هستیم.

- چه رابطه‌ای بین دروغ و نظام گسست گفتمانی وجود دارد؟
- چه رابطه‌ای بین دروغ و نظام پیوستاری گفتمان وجود دارد؟
- چگونه دروغ می‌تواند با اختلال در فرایند آیکونیک، تولید معنا و ارزش را با اختلال مواجه سازد؟

## ۲. پیشینه تحقیق

دروغ از مفاهیمی است که می‌توان آن را از زوایای بسیاری بررسی کرد. دروغ مورد علاقه علوم نظری مختلف از جمله روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، زبان‌شناسی، نشانه‌شناسی و اسطوره‌شناسی است. کتبی (۱۳۷۷: ۱۵۷-۱۶۱) در مقاله‌ای با عنوان «جایگاه دروغ و الگوهای رفتاری آن در روابط اجتماعی ما»، با تکیه بر شکل‌شناسی این رفتار، آن را مقوله‌بندی و کارکرد هر یک از آن‌ها را مشخص می‌کند. ندرلو (۱۳۹۰: ۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «نظریه بازی‌های زبانی ویتگنشتاین<sup>۷</sup>: یک نظرگاه فلسفی پست‌مدرن درباره زبان»، این‌گونه مطرح می‌کند که نظریه بازی‌های زبانی در اساس یک دیدگاه فلسفی پست‌مدرن درباره زبان است. هدف او در این مقاله تحلیل ابعاد گوناگون مدعای اخیر است. یکی از ویژگی‌های عمده پست‌مدرنیسم، غیاب حقیقت یا بحران معناست. نامور مطلق (۱۳۹۱: ۸) در همایش «نهمین هم‌اندیشی حلقه نشانه‌شناسی تهران» مطلبی را با عنوان «نشانه‌شناسی دروغ در سینمای متأخر ایران با تأکید بر دو فیلم «جدایی» و «سگ‌کشی» مطرح کرد. وی معتقد است «دروغ نیز به همان اندازه راستی و حقیقت از نشانه‌ها بهره می‌برد. چنان‌که بدون نشانه‌ها نمی‌تواند شکل بگیرد». داوری اردکانی (۱۳۹۲: ۱۲۷-۱۳۴) در کتاب *فلسفه، ایدئولوژی و دروغ*، با کنار هم قرار دادن این سه مفهوم از گذشته تاکنون به سیر تحول آن‌ها پرداخته است. آقاگل‌زاده و خیرآبادی (۱۳۹۳: ۱۸۷-۱۸۵، ۱۶۵) در کتاب *زبان‌شناسی خبر* به الگوی زبان‌شناختی تولید خبر در قالبی چندسطحی پرداخته‌اند و با تعمیم اصول گرایس<sup>۸</sup> از سطح مکالمه به سطح خبر، اصل

کیفیت و کمیت در رابطه با دروغ رسانه‌ها را بررسی کرده‌اند. بوک<sup>۹</sup> (۱۳۹۴: ۲۰-۲۳) در کتاب *دروغ-گویی*، به موضوع دروغ-گویی و کذب در سطحی گسترده می‌پردازد. نیومن<sup>۱۰</sup> و دیگران (۲۰۰۳: ۶۷۴) مقاله‌ای با عنوان «کلمات دروغ: پیش‌بینی فریب و دروغ از طریق سبک‌های زبانی»، رویکردی منحصربه‌فرد را در رابطه با زبان، فریب و دروغ به خود اختصاص داده‌اند. هن کوک<sup>۱۱</sup> و دیگران (۲۰۰۸: ۱-۲۱) در کتاب *دروغ گفتن و دروغ شنیدن: تحلیل زبان‌شناختی از فریب و دروغ در روابط اینترنتی*، تغییراتی را که در محاوره، در سبک زبانی دروغ-گو و مخاطبش رخ می‌دهد، در یک متن به‌طور هم‌زمان بررسی کرده‌اند. هدف نگارندگان در این پژوهش بررسی سازوکار دروغ از دیدگاه نشانه - معناشناختی و با توجه به نظریه آیکونیک پییرس است.

### ۳. دلالت معنا در نشانه پییرس

برای نمایش شکل‌گیری فرایند دروغ در سه وجه آیکونیک<sup>۱۲</sup>، کم-آیکون (هایپو آیکونیک) و بیش-آیکون (هایپر آیکونیک)، به ارائه دیدگاه پییرس می‌پردازیم. به باور پییرس دلالت نشانه، از سه وجه تشکیل شده است. در این نوع دلالت، در برابر یک صورت قرار می‌گیریم که بازنمون<sup>۱۳</sup> است. بازنمون به ابژه<sup>۱۴</sup> دلالت می‌کند. تفسیر<sup>۱۵</sup> از نظر پییرس یک فرایند شمرده می‌شود و تغییری است که ما را از بازنمون به درک موضوع می‌رساند. از آن جا که در هر لحظه از زندگی، تعداد اطلاعات ما کم یا زیاد می‌شود، درک ما نیز از جهان اطراف تغییر می‌کند. پییرس در نوشته‌هایش ۶۶ نوع نشانه را شناسایی می‌کنند که از میان آن‌ها، سه نوع نشانه، یعنی آیکون (شمایل)، نمایه<sup>۱۶</sup> و نماد<sup>۱۷</sup> اهمیت بسزایی دارند. آیکون (شمایل) از دیدگاه پییرس، نشانه‌ای است که در آن، رابطه میان بازنمون و موضوع، مبتنی بر «شباهت» است. نمایه از دیدگاه پییرس، نشانه‌ای است که در آن رابطه میان بازنمون و موضوع مبتنی بر رابطه علی و معلولی است. نماد از دیدگاه پییرس، نشانه‌ای است که در آن، رابطه میان بازنمون و موضوع، مبتنی بر «قرارداد» باشد (صفوی ۱۳۹۳: ۲۹، ۳۱، ۳۸، ۴۴). اما بحث اصلی ما در اینجا به این سه نوع نشانه محدود نیست، بلکه بر کارکرد فرایندی آن‌ها استوار است. اعتقاد ما بر این است که نشانه آیکونی یا (شمایلی) می‌تواند به دلیل نوسانات معنایی از

تحلیل نشانه- معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه تو حیدلو و همکار

کم- آیکونی تا بیش - آیکون در نوسان باشد. آن گونه که خود پییرس تأکید دارد، نشانه همواره نشانه‌ای توسعه‌یافته است. این توسعه‌یافتگی نتیجه‌ی فرایندی است که بر اساس آن هر بار که با ابژه یا موضوع نشانه‌ای مواجه می‌شویم، وجهی از آن انتخاب می‌شود و سپس در ذهن مخاطب توسعه می‌یابد. این توسعه‌یافتگی از برخورد با ابژه یا موضوع نشانه‌ای در سطح کامل آن آغاز می‌گردد و سپس به وجه بسیار بارز و گزینشی آن می‌رسد. همین فرایند سیال می‌تواند ما را به سوی تطبیق کمتر و بیشتر یا عدم تطبیق با واقعیت بیرونی سوق دهد.

#### ۴. آیکون، بیش- آیکون (هایپرآیکون) و کم- آیکون (هایپو آیکون)

##### ۴-۱. آیکون

در تعریف رایجی که از آیکون ارائه شده است، آن را نشانه‌ای دانسته‌اند که در خود چیزی دارد که سبب بیشترین شباهت آن با ابژه یا موضوع خودش می‌گردد. با نگاهی عمیق‌تر به بحث آیکون متوجه خواهیم شد تا چه اندازه نظریه‌های نشانه- معناشناختی در پی تبیین این بحث مهم هستند و تا چه اندازه تفکر درباره‌ی آیکون با تفکر نشانه- معناشناختی گره خورده است.

به دیگر سخن، ما بحث آیکون را از مسئله‌ی تولید و خلق معنا جدا نمی‌دانیم. به همین دلیل نمی‌توانیم آن را به شباهت با ابژه محدود بدانیم. اگر آیکون را فقط نشانه‌ای بدانیم که با ابژه‌ای شباهت دارد که معرف آن است، نقش آن را بسیار کم‌رنگ جلوه داده‌ایم و هیچ جایگاهی برای آن در فرایند تولید معنا قائل نشده‌ایم. ما با این واقعیتی که بسیاری از نشانه‌ها آیکونیک هستند، هیچ مشکلی نداریم؛ اما اینکه آیکون را فقط در خدمت ابژه بدانیم (چون شبیه آن است) و یا اینکه آن را فقط یکی از خصوصیات نشانه بدانیم، غیر قابل قبول است.

پییرس که از بنیان‌گذاران مفهوم آیکون است، به این نکته اعتقاد دارد که «آیکون نشانه‌ای است که به خودی خود همه‌ی ویژگی‌های معنادار بودن را داراست، حتی اگر هیچ ابژه‌ای برای آن وجود نداشته باشد. مثال: خطی که با مداد رسم شده و فقط خطی هندسی است» (Peirce, 1931-1935: 531). این نکته به خوبی نشان می‌دهد که حیات

آیکون به حیات ابژه وابسته نیست، یعنی اینکه حتی در صورت عدم وجود ابژه، آیکون می تواند وجود داشته باشد. به عقیده ژان - فرانسوا بوردرون، پیرس نخستین کسی است که آیکون را یکی از خصوصیات ذهن می داند و به همین دلیل است که او از «آیکون ناب»<sup>۱۸</sup> سخن می گوید و این اصطلاحی است که بی شک یادآور اصطلاح «تصویر ناب»<sup>۱۹</sup> کانت است (Bordron, 2004:121). آیکون به دلیل حضور گفته پردازی که با روی آوردی خاص و طی فرایندی حسی - ادراکی در شکل گیری آن دخالت می کند، قدرت تحول و توسعه نشانه - معنایی دارد. همین امر سبب بروز آیکون ناب می گردد. اهمیت استفاده از اصطلاح تصویر ناب یا آیکون ناب در این نکته نهفته است که ما را با فرایند خلق معنا مواجه می سازد. هدف پیرس از کاربرد این اصطلاح این گونه قابل توجه است که آیکون قابلیت ایجاد فرایند معنا سازی را دارد؛ اما برای اینکه فرایند خلق معنا تحقق یابد، ابتدا باید با چیزی مواجه شویم. چیزی که هنوز شناسایی نشده است و فقط صورتی مبهم و تصویری ابتدایی از نشانه است. بی شک، این تصویر مبهم می تواند طی فرایندی که در آن سوژه یا کنش گری دریافت کننده، حضوری فعال دارد، به تصویری مشخص و یا نشانه ای هویت دار تبدیل شود. درحقیقت، کانت عبور از چیزی مبهم و نامشخص به چیزی واضح و مشخص را مدیون سه سنتز<sup>۲۰</sup> می داند. ارائه این سه سنتز کانتی کمک می کند تا به واقعیت فرایند تولید معنا از طریق آیکون و تصویر پی ببریم. علاوه بر این، سنتزهای کانتی درباره شکل گیری و ایجاد ابژه ای مشخص نشان می دهد که نشانه آیکونیک نشانه ای پویاست و در تعامل با سوژه شکل می گیرد. کانت (1944:109) در رابطه با پروسه شناخت می گوید:

دریافت نمی تواند به شناخت منجر شود، مگر اینکه با حسی فی البداهه توأم باشد. بنابراین دریافت متکی بر اصل سه سنتز است که در همه فعالیت های شناختی نقش دارند: سنتز فهم بازمودها که سبب تغییرات ذهنی از ناحیه حواس می گردد؛ سنتز بازتولید این بازمودها در ذهن که منجر به حفظ آنها می گردد؛ سنتز بازشناخت این بازمودها که به موجب آن هویت هر بازنمود بر اساس تطبیق با اصل آن تضمین می یابد.

در مرحله سوم، کنش گر قادر به تطبیق تصویر یک چیز با خود آن است و چنین تطبیقی خارج از نماد تحقق نمی یابد؛ زیرا کنش گر در درون جامعه و با توجه به

تحلیل نشانه - معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه توچیدلو و همکار

نهادهای اجتماعی و فرهنگی شکل گرفته است و بنابراین تفکری نمادین دارد. هیچ کنش‌گری خارج از قراردادهای فرهنگی - اجتماعی عمل نمی‌کند. پس می‌توان گفت که آیکون راه به نماد دارد؛ زیرا با شناخت مرتبط است و هیچ شناختی خارج از سنتزهای کانتی و حضور فعال کنش‌گر صورت نمی‌پذیرد (شعیری، ۱۳۹۱: ۱۹۹-۲۰۳).

در دروغ اتفاق مهمی که رخ می‌دهد این است که سنتزهای کانتی کارکردی متفاوت می‌یابند و جابه‌جا می‌شوند، یعنی نیازی نیست که تصویر یک چیز با خود آن منطبق باشد. به همین دلیل تصویر برای چیزی که وجود ندارد، شکل می‌گیرد که سبب فاصله ما از آیکون می‌شود و کارایی سنتزهای کانتی را برهم می‌زند، به همین دلیل دچار آشوب در تطبیق می‌شویم. تطبیق با اصل در سنتز کانتی به تطبیق با تصویری غیرارجاعی و یا تضمین‌نشده تغییر می‌یابد. شباهت آیکون با اصل و با موضوع خود به شباهت با تصویری غیرمستند از موضوع تغییر می‌یابد. رابطه آیکون با اصل قطع می‌گردد، به همین دلیل شناخت کانتی به رابطه‌ای عاطفی یا تنشی و یا تصادفی تبدیل می‌شود.

#### ۲-۴. کم - آیکون

پیشوند هایپو به معنی کم، زیرین، پایین و ناکافی است. هایپو آیکون، آیکونی است که کمتر از آیکون است و هنوز به مرحله آیکون نرسیده و در حد و اندازه آن نیست. کم - آیکون نشانه‌ای است که اصالت ندارد، برای خودش است، یعنی اینکه به مرحله اثبات نرسیده است و نمی‌توانیم برای آن مصداقی داشته باشیم. درست مانند فرضیه‌ای که هنوز تأیید نشده است و در مرحله انتظار قرار دارد. کم - آیکون یا هایپو آیکون، آیکونی است که فقط برای خودش حضور دارد، بدون آنکه معادلی برای آن یافت شده باشد، یعنی حضوری مستقل داشته باشد.

همه تصویرهای غیرواقعی و تخیل‌ها ابتدا نوعی هایپو آیکون هستند. تصویری که هنگام عبور از جاده‌ای صخره‌ای و یا جنگلی به طور ناگهانی شکل می‌گیرد (مانند تصویر چهره یک انسان) و سپس ناپدید می‌شود، هایپو آیکون است؛ بنابراین هایپو آیکون نشانه‌ای است که برای خودش حضور دارد و با خودش مرتبط است.

### ۳-۴. بیش-آیکون

«بیش» پیشوندی است که معنی فرا، بالا، زیاد، اغراق و افراط می‌دهد و بیش-آیکون، نشانه‌ای آیکونیک است که از آیکون عبور می‌کند و تا مرز استعاره پیش می‌رود. اما در عین حال در بسیاری از موارد وجهی از آیکونیک بودن خود را نیز حفظ می‌نماید؛ یعنی آیکونی است که از آیکون بودن خود فاصله می‌گیرد. بیش-آیکون، نه آیکون است که مبتنی بر شباهت با ابژه بیرونی باشد، نه زیر-آیکونی است که فقط برای خود باشد و حضوری مستقل داشته باشد. در بیش-آیکون، نشانه بسط می‌یابد و از ابژه چه بیرونی و چه درونی فاصله می‌گیرد و تا مرز استعاره پیش می‌رود (شعیری، ۱۳۹۱: ۲۰۹-۲۱۰). نباید فراموش کرد که در فرایند نشانه‌ای پییرس، آیکون امکان عبور به نماد را دارد. نباید این طور فرض کرد که آیکون همیشه و به طور ثابت آیکون می‌ماند، بلکه باید باور داشت که آیکون امکان توسعه و عبور از مرزهای خود را دارد تا جایی که می‌تواند به نماد و استعاره تبدیل گردد. مثال بسیار بارز این مطلب را می‌توان در نمونه معروف ماگريت «این یک پیپ نیست»، یافت. درحقیقت، پیپ آیکونی است که از آیکون بودن فاصله می‌گیرد و با ایجاد تردید در پیپ بودن، ما را با دروغ استعاره‌ای مواجه می‌سازد.

### ۵. گفتمان حسی ادراکی

فعالیت گفتمانی، فعالیتی است که ریشه در جریان حسی-ادراکی دارد و وجود خود را وامدار آن است. هرچه احساس و ادراک قوی‌تر باشد، فعالیت گفتمانی متحول‌تر و پویاتر است. برای دستیابی هرچه بهتر به معنای زنده و عمیق در هنگام تولیدات زبانی (اعم از ادبی، هنری و غیره) باید تفکرات فنی و علمی را با عالم احساس و ادراک گره زد و از گونه‌های صرفاً مکانیکی زبان پرهیز کرد. به همین دلیل است که پدیدارشناسی به‌عنوان عنصری مهم که می‌تواند مطالعه معنا را در دل زندگی ممکن سازد، مطرح می‌گردد (شعیری، ۱۳۸۵: ۸۹).

در همین راستا و در رابطه با بحث کمال نظام روایی که صرفاً مبتنی بر ارتباط انتفاعی-اقتصادی بین سوژه و ابژه است، لاندوفسکی<sup>۲۱</sup> بر نظام دیگری صحنه می‌گذارد که می‌توان آن را نظامی مبتنی بر ارتباط حسی-ادراکی و «هم حضوری» سوژه و ابژه



تحلیل نشانه- معاشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه تو حیدلو و همکار

دانست. در این نظام جدید دیگر ارتباط سوژه و ابژه بر اساس عملیات مکانیکی «داشتن» و «نداشتن» و یا بر عکس تعریف نمی‌شود. در چنین نظام برنامه‌محوری معنا در برنامه‌های روایی، پیش فرض شده و به این ترتیب تحقق می‌یابد، در حالی که در نظام پدیداری مبتنی بر هم‌حضور، سخن از ارتباطات مبتنی بر رابطه تن‌به‌تن بین سوژه‌ها و حتی بین سوژه‌ها و ابژه‌هاست (معین، ۱۳۹۴: ۷۹).

با توجه به مفاهیم «تن»، «ادراک»، «امر حسی» و «حضور» در گفتمان حسی ادراکی، نشانه از حیطة منجمد دال و مدلولی خارج می‌شود؛ بنابراین همیشه شاهد انطباق دال و مدلول و معنای تعیین‌یافته نیستیم، در نتیجه در عملکردی فرایندی، انطباق و میزان شباهت بین یک چیز و بازنمون آن می‌تواند در نوسان قرار گیرد. نوسانی که به ایجاد فاصله منجر می‌گردد تا چیزی با عنوان دروغ در زبان شکل گیرد. در نظام روایی کلاسیک که همه چیز مبتنی بر داشتن و یا نداشتن است، کنش‌گر باید آنقدر به یک ابژه یا شیء نزدیک شود که آن را از آن خود کند. تنها در این صورت است که رابطه واقعی جلوه می‌کند؛ اما در نظام‌های روایی پساکلاسیک که همه چیز بر اساس هم‌حضور و حس متقابل بین سوژه با ابژه و یا سوژه با سوژه شکل می‌گیرد، در پی آن نیستیم تا چیزها را از آن خود کنیم، بلکه در جهت انطباق خود با معنای چیزها و یا معنای حضور آن‌ها برای خود و برای دیگری حرکت می‌کنیم. همین حرکت است که می‌تواند ما را با کم - آیکون و یا بیش - آیکون مواجه سازد.

#### ۶. گفتمان مبتنی بر تصادف

گرمس در کتاب *نقصان معنا* (۱۹۸۷) برای نخستین بار ما را متوجه عناصر مهم گفتمانی می‌کند که از بنیان‌های دو نظام معنایی متفاوت به شمار می‌روند که تا آن زمان در مطالعات نشانه- معاشناختی توجهی به آن‌ها نشده بود. این دو نظام معنایی عبارت‌اند از نظام تطبیق مبتنی بر امر حسی و نظام تصادف. البته اریک لاندوسکی اعتقاد دارد که گرمس این دو نظام معنایی را به طور «فشرده و مبهم در یک نظام معنایی معرفی نموده و آن را رخداد زیبایی‌شناختی می‌نامد که مفهوم اساسی و نکته کلیدی این کتاب است» (Landowski, 2005: 63). علت جدا کردن این دو نظام معنایی را باید در این نکته

جست که در فرایند احساس، تعامل بین سوژه و دنیا شکل می‌گیرد و حتی اگر بروز حسی آنقدر سریع باشد که سوژه غافلگیر شود، باز هم شکی نیست که سوژه در درون فرایندی حسی قرار دارد که می‌تواند نامی را بر آن اطلاق کند. اما در نظام معنایی مبتنی بر تصادف همه چیز فراتر از سوژه قرار دارد و شاید ما در نظامی از جبر معنایی قرار داریم که تصادف توجیهی منطقی ندارد؛ یعنی چیزی اتفاق می‌افتد و عناصر شکل‌دهنده آن قابل شناسایی نیستند. همه چیز به مثابه رعدی می‌ماند که می‌آید و سوژه را دچار گیجی و سردرگمی می‌کند. خلاف نظام حسی که در آن هر حضوری دعوتی است از حضور دیگر جهت شرکت در هم‌نوازی سوژه‌ها با یکدیگر و با دنیا، در نظام مبتنی بر تصادف سوژه آن چنان نامنتظر مغلوب می‌گردد که فرصت بازیابی خود را هم ندارد (شعیری، ۱۳۹۰: ۶۷).

لاندوفسکی (۲۰۰۵: ۶۲) متذکر می‌شود که گرمس<sup>۲۲</sup> در بخش اول **نقصان معنا**، بر این نکته تأکید دارد که در نظام برنامه‌مدار، همه چیز بر اساس برنامه و روزمرگی تبیین می‌گردد. به همین دلیل رخوت و کسالت معنایی بر چنین نظامی حاکم است. برای خروج از کسالت معنایی، امر حضور حسی که مانند یک تکانه عمل می‌کند وارد میدان می‌گردد. به این ترتیب، دیگر کارکرد آیکونیک نشانه پیرسی مطرح نیست، بلکه اوج بخشیدن به نشانه آیکونیک جهت خروج از بن‌بست معنایی مطرح می‌گردد. معین (۱۳۹۴: ۱۳۴) بر این باور است که در نظام مقابل برنامه‌مداریت مطلق (مبتنی بر پیوستاری) با نظام تصادف و ریسک مطلق مواجه می‌شویم. گسست‌ها و تصادفات احتمالی که در سیر معمول چیزها به وجود می‌آیند، بیشترین تردیدها را در سطحی شناختی سبب می‌شوند.

دروغ نیز در نظام‌های گفتمانی در نظام نشانه‌ای ناهمسان قرار می‌گیرد؛ زیرا بیشتر از اصل آشوب پیروی می‌کند، یعنی جریان‌های زبانی را وارونه می‌کند و روند امنیتی معنا را دچار گسست می‌سازد. به همین دلیل ما نظام تصادف را در مقابل نظام برنامه‌محور که نوعی روایت منطقی و قابل پیش‌بینی است، مطرح می‌کنیم. درحقیقت، دروغ آیکونی است که با موضوع و ابژه خود انطباق ندارد. اما اعتقاد ما بر این است که دروغ در

تحلیل نشانه- معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... \_\_\_\_\_ یگانه توحیدلو و همکار

گفتمان سبب لغزندگی آیکون می‌شود و می‌تواند تا جایی پیش رود که با تضعیف کارکرد ارجاعی آیکون آن را به یک تفسیر آیکونیک و یا رخداد استعاره‌ای تغییر دهد.

### ۷. نظام عاطفی گفتمان

گفتمان عاطفی یعنی مطالعه عواطف در شرایط پویا، در فرایند و در رابطه با مجموعه نشانه‌های دیگر و همچنین با توجه به فرهنگ فردی که بر آن‌ها تحمیل شده است. علاوه بر همه این‌ها، جایگاه واقعی یک مفهوم عاطفی در بافت گفتمانی تجلی می‌یابد؛ زیرا فرهنگ‌ها با توجه به شرایطی که جریان عاطفی در آن پدیدار شده است، هر کدام ارزش‌گذاری خاص خود را دارند و نباید این نکته را فراموش کرد که عواطف عناصری هستند که همواره مورد قضاوت و ارزش‌گذاری قرار گرفته‌اند. بنابراین، باید همواره سهمی برای جریان ارزش‌گذار که سوداها را از نظر اخلاقی و فرهنگی به عرصه ارزیابی و قضاوت می‌کشند، قائل شد. این نگرش، نه تنها جایگاه ارزش‌گذاری و قضاوت را در باب عناصر عاطفی مشخص می‌سازد، بلکه بر نکته بسیار مهم دیگری نیز تأکید می‌کند که به هیچ وجه نباید آن را در مطالعه نظام سوداها نادیده گرفت و آن مسئله تنش‌دار بودن عواطف است. همه ما می‌دانیم که از بسیار منفی تا بسیار مثبت نوعی تنیدگی در کار است که می‌توان آن را به سیر صعودی تعبیر کرد، به همین ترتیب بسیار مثبت تا بسیار منفی سیری نزولی را نشان می‌دهد. علاوه بر این، حالات عاطفی می‌توانند هر یک صحنه‌ای داشته باشند که در آن شوش‌گر عاطفی به گونه‌ای منحصر به فرد به عنوان یکی از عناصر اصلی صحنه ظاهر می‌گردد؛ اما گاهی نیز متن‌ها صحنه‌های مشترک فرهنگی را با ویژگی‌های عاطفی مربوط به خود ارائه می‌دهند (شعیری، ۱۳۸۵: ۱۴۴-۱۴۵، ۱۵۹).

در شکل‌گیری نظام فرایندی، معنا از طریق سه وجهی پیرس، تفسیر بخشی است که نشئت‌گرفته از عواطف، شناخت و فرهنگ اجتماعی کنش‌گران است. در نتیجه، شکل‌گیری فرایندی معنا، می‌تواند فردی و انحصاری باشد. در داستان چوپان دروغ-گو، شرایط آیکونیک دال فریاد و مدلول ترس، ارجاعی منجمد و بسته است؛ ولی شخصی‌سازی تفسیر از طریق عواطف، لذت، رهایی، شکستن روزمرگی و

یکنواختی آن را به یک بیش- آیکون تبدیل می‌نماید. دروغ در قصه چوپان دروغ-گو بارها بررسی شده است؛ اما مطالعه آیکونیک و مسئله لغزندگی آن نشان می‌دهد که چوپان دروغ-گو بر اساس یک ضرورت هستی‌شناختی آیکون را تا مرز استعاره و رخداد پیش برد تا لذت زیبایی‌شناختی حضور را در درون روزمرگی جای دهد و تجربه کند. پس بیش- آیکون چوپان دروغ-گو تابع شکستن مرز آیکون و توسعه آن بر اساس تفسیر نشانه‌ای است.

#### ۸. تحلیل داده‌ها

در این قسمت سعی داریم با تحلیل دو قصه عامه نشان دهیم چگونه با اختلال در برنامه کنشی و خروج از فضای آیکونیک مبتنی بر کارکرد ارجاعی، گفتمان از فضای شناختی مبتنی بر رابطه چسبندگی دال و مدلول خارج می‌شود و فضای گفتمانی استعاره‌ای مبتنی بر فاصله بین آیکون و دنیای ارجاعی را تقویت می‌کند.

#### ۸-۱. داستان اول چوپان دروغ-گو

در کتاب فارسی سال دوم دبستان (۱۳۷۵)، قصه «چوپان دروغ-گو» ماجرای چوپان جوانی است که برای خوش‌گذرانی گاهی به دروغ فریاد «گرگ! گرگ!» سر می‌دهد. از قضا روزی گرگ به گله‌اش حمله می‌کند و مردم گمان می‌کنند باز هم دروغ می‌گوید و بنابراین کسی به کمک او نمی‌رود. در پایان داستان او فهمید اگر نیاز به کمک داشته باشد، مردم به او کمک خواهند کرد، به شرط اینکه بدانند او راست می‌گوید.

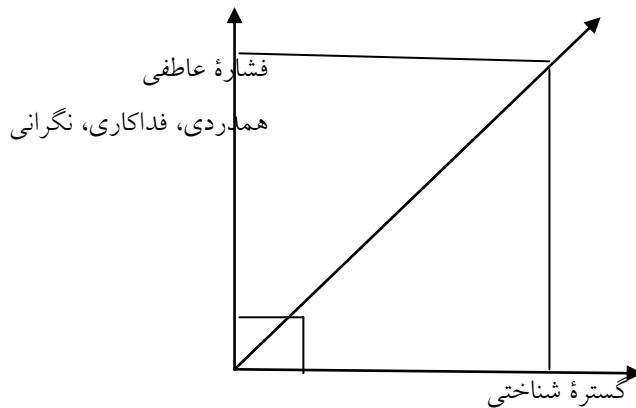
در داستان «چوپان دروغ-گو»، ابتدا فریادهای چوپان وجه آیکونیک ترس از گرگ را برای اهالی روستا تداعی می‌کند. در این نظام گفتمانی آیکون فریاد، بیشترین میزان تطبیق با ترس از گرگ را دارد و انطباق کامل بین دال و مدلول وجود دارد. اما تکرار این فریادها مدلول خود را فرامی‌خواند و فریادها حضوری مستقل می‌یابند و به یک بیش- آیکون تبدیل می‌گردند، یعنی به وجودی برای خودش که ارتباطی با مدلول ترس از گرگ پیدا نمی‌کند و فقط حضوری کیفی و توسعه‌ای برای چوپان دارد. پس، برای خود چوپان این فریادها تداعی تفریح، شادی و رهایی از روزمرگی است که وجه

تحلیل نشانه - معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... \_\_\_\_\_ یگانه توخیدلو و همکار

استعاری و بیش‌آیکون (هایپرایکونیک) را شکل می‌دهد. اما اینکه چه عاملی باعث ناکارایی آیکون و عدم تطبیق آن با ترس از گرگ شده است، اختلالی در برنامه شناختی است. تکرار فریادهای چوپان در وهله‌های زمانی متفاوت بدون ارجاع به واقعیت بیرونی، سبب افزایش هیجان و گونه‌های عاطفی می‌شود و باوری متفاوت را ایجاد می‌کند به همین دلیل روستاییان به سمت محل تولید فریاد می‌دوند. در این فرایند، چوپان از رابطه آیکونیک ارجاعی بین فریاد و ترس از گرگ عبور می‌کند و در فضای تنشی قرار می‌گیرد که در آن با رخدادی تفسیری مواجه هستیم. این رخداد در درون نظام تفسیری نگاه پیرس قابل توجیه است. عملکرد عناصر شوشی (فریادهای «آی گرگ» که خود به شوک عاطفی قابل تعبیر است) و کنشی (دویدن روستاییان به سمت محل صدا جهت یاری‌رساندن) در روند شکل‌گیری معنا، موجب عبور از انطباق آیکونیک و گذر به وجه استعلاء، استعاره و بیش - آیکون است که رهایی، شادی و تنوع در روند زندگی را به دنبال دارد. لذت زیبایی‌شناختی بر اثر عدم انطباق بین آیکون فریاد و موضوع آن رخ می‌دهد. از آنجا که فریادهای چوپان صحنه عاطفی مشترکی را از نظر فرهنگی به وجود می‌آورد، سبب حس همدردی، از جانب اهالی روستا می‌گردد. رشد هماهنگ‌گونه عاطفی و شناختی رابطه‌ای همسو ایجاد می‌کند و از این هم‌سویی منحنی صعودی به وجود می‌آید.

مدل تنشی فرایند گفتمان بر اساس نظریه فونتنی<sup>۳۳</sup> (۱۹۹۸: ۱۰۰-۱۰۸) چهار نوع است. این مدل بر اساس رابطه دو محور عمودی و افقی شکل می‌گیرد. بر اساس تعامل دو محور عمودی و افقی چهار حالت به وجود می‌آید: مدل فرایندی افت یا تنزل تنش، مدل فرایندی افزایش یا اوج فشاره عاطفی، مدل فرایندی افزایش هم‌زمان قدرت فشاره‌ها و گستره‌ها و در آخر مدل فرایندی کاهش هم‌زمان قدرت فشاره‌ها و گستره‌ها. خلاف مربع معناشناسی<sup>۳۴</sup>، که کورتز<sup>۳۵</sup> (۱۹۹۱: ۱۵۲) آن را نوعی بازنمود دیداری و واضح از مقوله‌ای معناشناختی می‌داند و بر ارائه دیدگاهی معنایی از ژرف‌ساخت گفتمان منطبق است، مربع تنشی معنا اجازه می‌دهد تا معنا را در رابطه‌ای طیفی و سیال مطالعه کنیم. مربع معناشناسی که گرمس آن را به تدریج بنیان نهاد، بر ارتباط مقوله‌ای استوار است. در معناشناسی، دو واژه که با یکدیگر در تضاد باشند، اما به دلیل یک نقطه

اشتراک در یک مجموعه بگنجد، مقوله خوانده می‌شوند (گرمس و کورتز، ۱۹۹۳: ۲۹-۳۳). اما مربع تنشی معنا نظام مقوله‌ای را به نظامی هم‌آمیخته، طیفی و سیال تغییر می‌دهد و سبب شکل‌گیری ارزش از طریق تلاقی کمی و کیفی معنا می‌گردد.



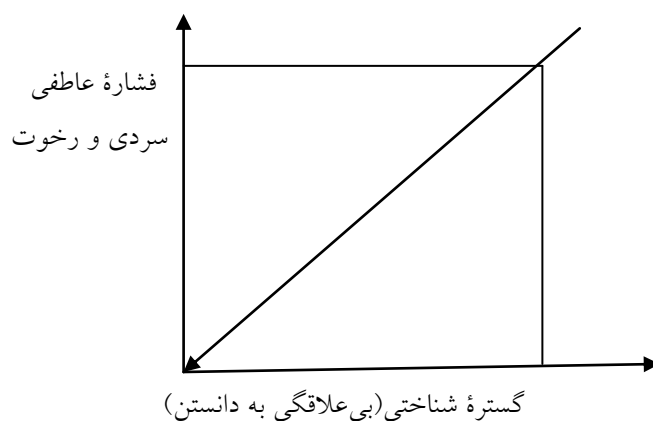
فریادهای چوپان برای اطلاع‌رسانی

در ابتدا با بالا رفتن فریادهای چوپان حس همدردی روستاییان نیز اوج می‌یابد و رابطه تنیدگی از نوع همسو شکل می‌گیرد. در اینجا آیکون فریاد با واقعیت بیرونی منطبق است. البته، چنین انطباقی چیزی جز تفسیر روستاییان نیست، یعنی اینکه اوج فریاد برابر است با اوج هیجان عاطفی برای کمک‌رساندن به چوپان. پس آیکون می‌تواند شناختی عمل کند و روستاییان را به صحنه فراخواند. اما هرچه شناخت مردم نسبت به بی‌پشتوانه بودن فریادها افزایش می‌یابد، با کاهش و افت عنصر عاطفی مواجه می‌شویم تا جایی که در نهایت به خاموشی عاطفی می‌رسیم. هرچه در محور عمودی با کاهش کیفیت و افت فشاره عاطفی مواجه می‌شویم، در محور افقی با گستردگی و اوج فریاد به‌عنوان عنصر شناختی روبه‌رو هستیم. یعنی با اینکه فریاد داریم، اما به دلیل اینکه این فریادها کارکرد آیکونیک ندارند و منطبق با موضوع بیرونی نیستند، گویی به حداقل اثرگذاری و تولید شناخت کاهش می‌یابند و هیچ تأثیر عاطفی ندارند. در نتیجه افت عاطفی به‌وجود می‌آید.

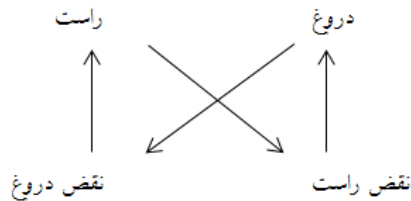
در مرحله آخر داستان که گرگ به گوسفندان حمله می‌کند، شاهد موضع‌گیری خنثای اهالی روستا هستیم؛ نه علاقه‌ای به دانستن وجود دارد، نه حرکتی در جهت رشد

تحلیل نشانه- معاشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه توحیدلو و همکار

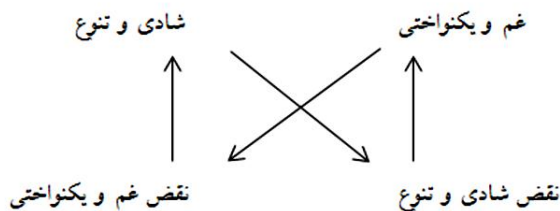
عاطفی و هیجانی رخ می‌دهد. با سقوط وجه آیکونیک فضای شناختی که مبتنی بر فریاد است، مرگ فضای کیفی یا فشار عاطفی رخ می‌دهد. هرچه از قدرت یکی کاسته شود از قدرت دیگری نیز کاسته می‌شود و سیری نزولی بر روی دو محور عمودی و افقی حاکم است. هیچ قدرتی که بتواند ضامن حرکت صعودی یا رو به رشد باشد، وجود ندارد. عدم تمایل به شناخت، سردی و رکود عاطفی و هیجان را در پی دارد.



با استفاده از مربع معاشناسی می‌توان داستان «چوپان دروغ‌گو» را به‌طور خلاصه بررسی کرد. در ابتدای داستان، چوپان که از روزمرگی دچار کسالت روحی شده بود، برای تغییر در این روند، فریاد آی گرگ! آی گرگ! سر می‌دهد و این امر سبب تغییر و تنوعی در زندگی یکنواخت او می‌گردد. درحقیقت، از زمانی که چوپان فریاد «گرگ گرگ» را سر می‌دهد به «راستی»، «نه» می‌گوید و آن را نقض می‌کند. به همین ترتیب می‌توان فریادهایی را که چوپان یکی پس از دیگر سر می‌دهد به نقض راست تشبیه کرد تا اینکه در پایان داستان به علت تکرار دروغ و کاهش باور ارجاعی، روستاییان او را دروغ‌گو می‌خوانند و دیگر به فریادهای او اعتنا نمی‌کنند.



این حرکت نوعی «نه» گفتن به یکنواختی، غم و آغاز جریانی است که چوپان را به سوی تنوع و شادی می‌برد.



در پایان داستان، مربع راست و دروغ عملکردی معکوس می‌یابد؛ زیرا در انتها که گرک حمله می‌کند و تعدادی از گوسفندان را با خود می‌برد، چوپان متوجه می‌شود که بیهوده‌گویی و دروغ سبب باورناپذیری می‌شود.

بر اساس سه سنتز کانتی، در سنتز فهم، روستاییان با فریادهای چوپان، متوجه تغییری در وضعیت او می‌شوند و در سنتز بازتولید، فریادهای چوپان در ذهن اهالی تحکم می‌یابد و سبب ثبت نشانه‌ای و حفظ این بازنمود می‌گردد و در نهایت در مرحله سنتز بازشناخت، مجموعه‌ای از مفاهیم فرهنگی - اجتماعی و شناختی درگیر می‌شوند. در ابتدای داستان، روستاییان بر اساس فریادهای چوپان که صحنه‌های آشنایی از خطر را برای آنها تداعی می‌کند، فریاد را منطبق با ترس می‌دانند. در این حالت، نشانه عملکردی آیکونیک پیدا می‌کند؛ اما در پایان داستان اهالی به سبب داشتن باور و شناختی متفاوت، فریادهای چوپان را حضوری کیفی و مستقل می‌پندارند و هویتی برای آن قائل نیستند و حاصل آن افت آیکون و در نتیجه بی‌هیجانی است. اما چوپان با استفاده از دو سنتز اول و دوم اهالی را گمراه می‌کند و لذت و رهایی را برای خود رقم می‌زند که در این حالت آیکون عملکردی استعلایی و بیش - آیکونیک دارد.



تحلیل نشانه- معاشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه توحیدلو و همکار

۸-۲. «داستان دنبه و چرب کردن سبیل از سوی مردی گرسنه»؛ **مثنوی معنوی**

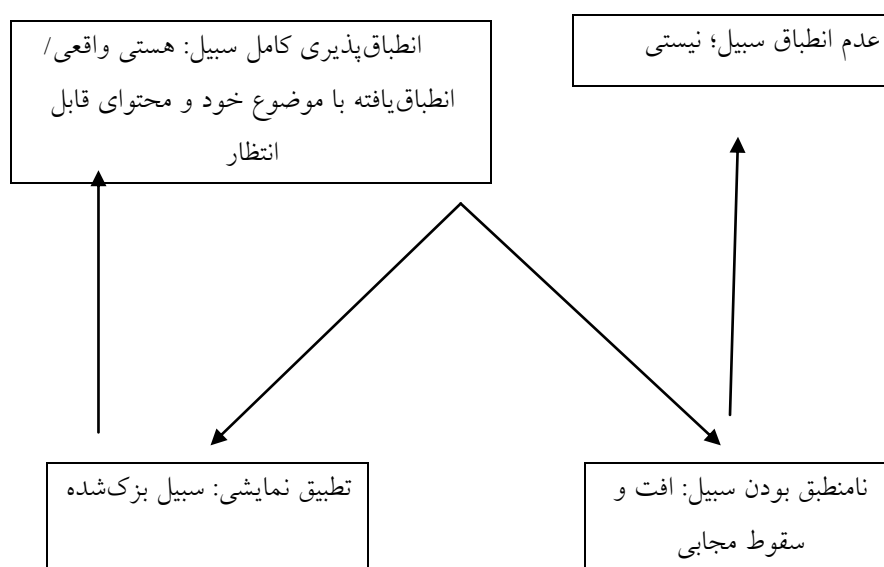
مولوی، (۱۳۹۱: ۲۹۶-۲۹۷ دفتر سوم ب ۷۳۲-۷۶۵) است.

در میان منعمان رفتی (می رفت) که من  
لوت چربی خورده‌ام در انجمن  
دست بر سبیل نهادی در نوید<sup>۲۶</sup>  
رمز، یعنی سوی سبیل بنگرید  
کاین گواه صدق گفتار من است  
وین نشان چرب و شیرین خوردن است  
داستان از آنجا آغاز می‌شود که مردی فقیر و گرسنه که آهی در بساط نداشت،  
دنبه‌ای پیدا می‌کند و آن را در جای امنی می‌گذارد تا هر روز سبیلش را با آن چرب  
کند. او می‌خواهد تصویری از خود نزد هم‌ولایتی‌ها و دوستانش بروز دهد که با  
تصویر واقعی از زندگی او در تضاد فراوان است. تصویری دروغین که سر تا پای آن بر  
خیالات و گمان و وهم استوار است و تنها با چسب و چربی دروغ به یکدیگر پیوند  
می‌یابند.

مرد با نشان دادن سبیل چرب اعتماد اولیه آن جمع را به خود جلب می‌کند تا  
حرفش را راست بپندارند و می‌گویند: «جای شما خالی دیشب لوتی (غذایی) ناب  
خورده‌ام» و برای تأیید سخنانش دستی بر سبیل پرچربش می‌کشد و آن را تاب می‌دهد.  
دوستان وی نیز غبطه را می‌خورند و آرزو می‌کردند ای کاش جای وی بودند. مولانا  
به عنوان راوی کل در همان ابتدای داستان دست این مرد را نزد خوانندگانش رو می‌کند  
و از شکم خالی او خبر می‌دهد و خشم خود را در ابیاتی بر سرش خالی می‌کند و  
می‌گوید که اگر تو دروغ نمی‌گفتی حداقل منفعت، این بود که کریمی بر توی گدا رحم  
می‌آورد و شکمت را با لقمه‌نانی سیر می‌کرد.

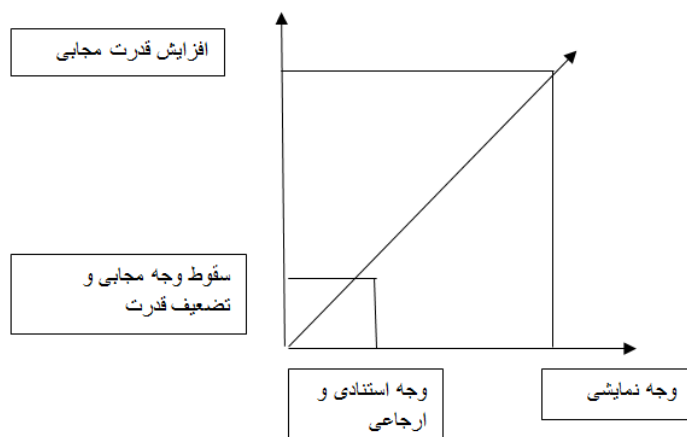
آن دنبه که هر صبح بدان  
چرب می‌کردن لبان و سبیلان  
گریه آمد ناگهانش در ربود  
پس دویدم و نکرد آن جهد، سود  
خنده آمد حاضران را از شگفت  
رحمهاشان باز جنبیدن گرفت  
دعوتش کردند و سیرش داشتند  
تخم رحمت در زمیانش کاشتند  
او چو ذوق راستی دید از کرام  
بی‌تکبر راستی را شد غلام  
در نظام ناپیوستار سبیل را می‌توان در نظام مربع معنایی از طریق رابطه انطباق،  
نامنطبق و پوچ توضیح داد. سبیل تا زمانی که از کنش‌ها و ممکن‌ها حمایت می‌کند و از

نظر مجابی جریان‌های اجتماعی را متقاعد می‌سازد، با موضوع خود و محتوای قابل انتظار انطباق یافته است؛ اما به محض اینکه مشخص می‌شود با دنبه چرب شده است، به آیکنی نامنطبق و تصنعی تبدیل می‌گردد. به محض اینکه همین دنبه را گربه می‌دزد و دیگر وجود ندارد، سبیل پوچ و نیست می‌گردد، حتی اگر شکلی از آن باقی بماند.



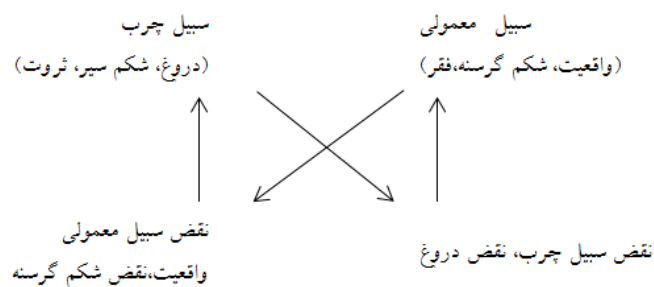
همین مورد را می‌توان با توجه به فرایند پیوستاری و جریان تنشی و هم آمیخته مطالعه کرد تا ببینیم چگونه گفتمان به یک رابطه بیناوابسته تبدیل می‌گردد. درحقیقت، دروغ یک جریان خودبسنده نیست و در تعامل و هم آمیختگی با عناصر پیرامون شکل می‌گیرد.

تحلیل نشانه - معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه تویدلو و همکار



در این داستان سبیل آیکونی است که قرار است بر هستی واقعی و شکم گرسنه منطبق باشد؛ اما همین سبیل تا نماد پیش می‌رود، یعنی به سبیل چرب که نماد ثروت است تبدیل می‌شود. سبیل فرایندی استعلایی را طی می‌کند و به بیش - آیکونی تبدیل می‌شود که نقش استعاره‌ای را ایفا می‌کند. می‌دانیم که سبیل چرب نمایه‌ای نیز هست؛ زیرا علت وجود آن دنبه است که به محض ربوده شدن آن معلولش را هم از بین می‌برد. در این نمونه هر سه وجه نشانه پیرسی را داریم. اما نکته مهم این است که در هر سه وضعیت با سبیل توهمی مواجه هستیم؛ یعنی اینکه سبیل دارای تجلی بیرونی است که فاقد هستی و اصالت وجود است. پس سبیل بعد نمایشی دارد و فاقد کارکرد هستی‌شناختی است. این مسئله چه رابطه‌ای با دروغ دارد؟ درحقیقت، سبیل برابر است با ایجاد امکانی از حضور که قابل تعبیر به تسلط اجتماعی و برتری مجابی بر دیگران است. مشکل این است که سبیل فاقد جوهر هستی‌مدار است؛ زیرا مبنای هستی‌شناختی ندارد، بلکه بنیاد آن را دنبه شکل می‌دهد که علتی مصنوعی و نامنطبق است. این سبیل توانسته است برای مدتی جریان کنشی را هدایت کند و ممکن‌های بی‌شماری را ایجاد و تحقق بخشد. بنابراین، سبیل چرب نوعی انحراف نشانه‌ای است که مخاطب خود را فریب می‌دهد. به همین دلیل این سبیل نوعی دروغ شمرده می‌شود؛ ولی نکته مهم اینجاست که برای مدتی به‌عنوان سبیل واقعی تفسیر می‌گردد. در این صورت، مرز بین واقعیت و دروغ به تفسیر آیکونیک وابسته است که می‌تواند لغزنده باشد.

پیرس در مجموعه مقالات خود به نقل از فوسالی و دوندرو (Fossali and Dondero : 2011) به مقوله اولیت<sup>۲۷</sup>، ثانویت<sup>۲۸</sup> و سومیت<sup>۲۹</sup> در امر نشانه‌ای تأکید دارد. از نظر او اولیت مرحله ورود به کنش هاست. ثانویت مرحله حادثه، رخداد و کنش است و سومیت همان تفسیر و قضاوت و یا ارزیابی از کنش است. پس سبیل کارکرد ثانویت و سومیت دارد. به دیگر سخن، سبیل موجب تثبیت حاکمیت و اعمال قدرت از ناحیه آن مرد شده است؛ اما بر اساس فرایند تصادف و یا نظام گفتمانی تصادف، افشاگری ناگهانی فرزندش همه چیز را آشکار می‌کند و به محض اینکه جعلی بودن آن روشن می‌گردد همه امکان‌ها فرو می‌ریزد و ما در نظام سقوط از معنای قدرت قرار می‌گیریم. پس دروغ را می‌توان فاصله بین انتظار ایجاد شده به واسطه تجلی بیش- آیکونیک سبیل (سبیل چرب) و عدم انطباق آن با جوهر هستی‌شناختی موضوعش دانست. در واقع مرد، سبیل معمولی را سبیلی با درجه ضعیف آیکونیک و یا کم- آیکون می‌داند؛ در حالی که این کم- آیکون همان سبیل معمولی است که با واقعیت هستی‌شناختی مرد که گرسنگی است، انطباق دارد. در حالی که سبیل چرب بیشتر یک بیش- آیکون نمادین است که انطباق با مدلول هستی‌شناختی را تضعیف می‌کند. از نظر پدیدارشناختی، گرسنگی محتوا و مدلولی است که مرد گرسنه برای سبیل معمولی قائل است و با چرب کردن آن، بدان عملکردی معکوس می‌دهد. البته سبیل معمولی همیشه معنای فقر نمی‌دهد؛ ولی در این گفتمان، سبیل معمولی آیکون فقر است و سبیل چرب آیکون ثروت.

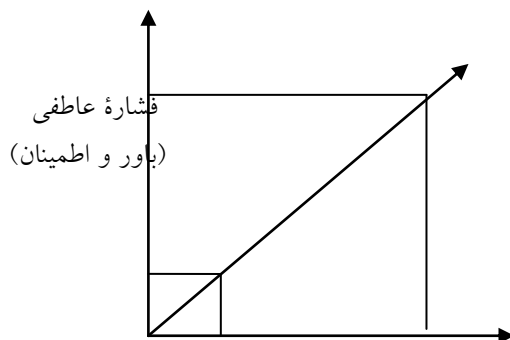


بر اساس منطق حاکم بر این مربع، نمی‌توان از متضادی به متضاد دیگر حرکت کرد، مگر آنکه ابتدا آن متضاد را نقض کنیم. تنها در صورت نفی یا نقض یک قطب

تحلیل نشانه- معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه توحیدلو و همکار

است که می توان به طرف متضاد آن قطب که خود نوعی ایجاب و تأیید است، حرکت کرد. برای عبور از شکم گرسنه ابتدا باید نقض گرسنگی صورت گیرد، یعنی به آن «نه» گفت؛ بنابراین تمام وقایعی که پشت سرهم اتفاق می افتد، پشتوانه نقض ماجرا تصور می شود تا اینکه چرب کردن سبیل در راستای مجاب نمودن دوستان، نمادی از ثروت را در اذهان ایجاد می کند؛ اما در پایان داستان که پسرش نادانسته از دروغ او پرده بر می دارد، مربع معنا عملکردی معکوس را طی می کند.

در فرایندی نمایشی مرد گرسنه با چرب کردن سبیل دوستان خود را مجاب می کند که او فردی ثروتمند و غنی است. هرچه جنبه نمایشی چرب کردن سبیل بیشتر می شود باورپذیری و اطمینان از ثروت او افزایش می یابد. رشد گونه عاطفی و گونه شناختی هم سو و هم جهت است. به عبارت دیگر، به همان میزان که عناصر کیفی بر روی محوری عمودی رشد می یابند، عناصر کمی نیز بر روی محور افقی رشد می یابند و اوج می گیرند. از این رابطه هم سو، منحنی صعودی هم به دست می آید.



گستره شناختی (بزک کردن سبیل)

شعیری و کنعانی (۱۳۹۳: ۱۸۱، ۱۸۳-۱۸۵) در رابطه با الگوی فرایندی گذر از وضعیت سلب به ایجاب در گفتمان از سه نوع فضا «خرده فضا» (فضای فیزیکی)، «کلان فضا» (فضای مجازی) و «فضای استعلایی» نام می برند. در فضای اول بیننده در رابطه ای عینی با ابژه دیداری قرار می گیرد؛ بنابراین فضای اول کارکردی آیکونیک و شمایی پیدا می کند. فضای دوم، فضای نمادین و سلبی است و اساس حرکت خود را بر نفی نشانه

می‌گذارد و نشانه دیگری را جانشین آن می‌کند. در حالت سوم فضای تلفیقی وجود دارد. این فضا با گذر از وضعیت فیزیکی به وضعیت ایجابی می‌رسد. در این فضا صورت به محتوای پدیدارشناختی آن صورت تبدیل می‌شود و استحاله‌ای رخ می‌دهد. این استحاله راهی ندارد، جز اینکه از صورت شروع شود، آن را سلب کند سپس به استعلا برسد. این موضوع نشان می‌دهد که نشانه انعطاف‌پذیر است، قابلیت برش خوردن دارد و می‌تواند با خروج از قالب اصلی خود، در قالب جدیدی جای گیرد. این ویژگی نوعی تقابل و تنش ایجاد می‌کند که مبنای آفرینش معناست.

در این داستان، سبیل بزک‌نشده برای مرد کارکرد آیکونیک و شمایی دارد و ژست مؤلفه‌ای حاکی از گرسنگی را برای او تداعی می‌کند. اما با چرب کردن سبیل، حضور آیکونیک یا حضور تحقق‌یافته و بسته به حضوری پویا و نمادین تغییر می‌یابد. بنابراین، نوعی تقابل مفهومی و قطبی بودن معنا شکل می‌گیرد که دو وضعیت را در برابر یکدیگر قرار می‌دهد. وضعیت استعلایی حضور که در ثروت تجلی می‌یابد، در برابر وضعیت صوری، آیکونیک و یقینی آن که منطبق با گرسنگی و فقر است، قرار می‌گیرد. پس ما با دو فضا مواجه هستیم: فضایی ایجابی و فضایی استعلایی.

اکو (1985: 63-73) در کتابی با عنوان *جنگ بدله‌ها*، بر این باور است که گاهی دروغ از واقعیت، واقعی‌تر است. وی اعتقاد دارد که در شهر لاس وگاس<sup>۳۰</sup> و شهر بازی دیزنی لاند<sup>۳۱</sup> در آمریکا با به‌کارگیری تکنولوژی، توهم و دروغ را واقعی‌تر از واقعیت جلوه می‌دهند. برای مثال در والت دیسنی، دایناسوری را در تمام وجوه حیاتش به نمایش می‌گذارند که در دنیای واقعی امکانش نیست و بدین ترتیب چون با دیدن حیوان به هیجان می‌آیم، در نتیجه واقعیت چیزی است که ما را به وجد می‌آورد. بنابراین آن چیزی که دروغین و توهمی است، گاهی واقعی‌تر از واقعیت است، زیرا مرتبط با میل و هیجان ماست. آیکونی که توهمی است، ولی امیال ما را تحریک می‌کند، توهم و دروغی است که واقعی‌تر از خود واقعیت است. بر اساس تحلیل اکو، می‌توان گفت که در داستان «چوپان دروغ-گو» با استفاده از ابزار فریاد و در سبیل چرب با به‌کارگیری دنبه، فضایی هیجانی و عاطفی به وجود می‌آید که سبب تحریک احساس و مجاب کردن مخاطب بر باور به دروغ می‌شود. بنابراین این دو فضا، توهم و دروغی است که

تحلیل نشانه - معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... \_\_\_\_\_ یگانه توحیدلو و همکار

قبل از افشای آن، به دلیل ایجاد هیجان بالا و فضای عاطفی در اوج، واقعی جلوه می‌کنند. پس، می‌توان نتیجه گرفت که واقعیت و دروغ امری گفتمانی است که بر اساس تفسیر آیکونیک شکل می‌گیرد و همان فریاد زمانی واقعیت پنداشته شد و زمانی دیگر دروغ؛ زیرا تفسیر آیکونیک تغییر کرد. همان سبیل زمانی واقعیت پنداشته شد و زمانی دیگر دروغ، زیرا باز هم تفسیر آیکونیک تغییر کرد. گاهی هم، همان‌گونه که اکو اشاره می‌کند، واقعیت آن چیزی است که لذت زیبایی‌شناختی و هیجان را در لحظه تولید می‌کند.

### نتیجه‌گیری

با نشان دادن چگونگی شکل‌گیری دروغ از طریق تفسیرپذیری نامحدود کنش نشانه - معنایی، از طریق مفاهیم اولیت، ثانویت و سومیت و همچنین با رجوع به کارکرد فرایندی آیکون به این نتیجه رسیدیم که آنچه شرایط آیکونیک را در درون زبان، نسبی می‌کند رابطه حسی - ادراکی است که کنش‌گر با دنیای بیرون برقرار می‌کند. همین رابطه سبب می‌گردد تا نتوان آیکون را یک لنگراندازی و نشانه‌ای تثبیت‌شده دانست. با توجه به فرایند پیوستاری زبان و جریان تنشی معنا به‌عنوان ساختار زیربنایی گفتمان ثابت شد که دروغ جریانی خودبسنده نیست و در تعامل و هم‌آمیختگی و یا گسست با عناصر پیرامون شکل می‌گیرد. در نتیجه، مشخص شد اگر فرایند نشانه‌ای آیکونیک (شمایلی) را که دیدگاه پیرسی از نشانه است در ارتباط با بحث پیوستار و گسست گفتمانی قرار دهیم، متوجه خواهیم شد که آیکون می‌تواند از کم - آیکون تا بیش - آیکون در نوسان باشد و نظام پیوستاری را ایجاد کند. همان‌گونه که آیکون می‌تواند به نه - آیکون و سپس نماد در نظام ناپیوستاری و سلبی / ایجابی تبدیل گردد. بنابراین تعریف ساده از دروغ نزد عموم مردم، یعنی عدم انطباق دال بر مدلول نمی‌تواند پاسخ‌گوی فرایند معنایی دروغ باشد. دروغ و واقعیت هر دو بر اساس تفسیر آیکونیک شکل می‌گیرند. همان چیزی که در زمانی واقعیت است، در زمانی دیگر دروغ. چون کارکرد تفسیری آیکون تغییر می‌کند.

## پی‌نوشت‌ها

1. hipoicone
2. hypericone
3. continu
4. discontinu
5. Peirce

۶. شوش یعنی در شرایط جدید قرار گرفتن و برای دریافت خود و دیگری مهیا شدن.

7. Wittgenstein
8. Grice's maxims
9. Bok
10. Newman
11. Hancock
12. Icon
13. representamen
14. object
15. interpretant
16. index
17. symbol
18. pure icone
19. image pure
20. synthese
21. Landowski
22. Greimas
23. Fontanille
24. carré sémiotique
25. Courtés

۲۶. (در نوید: با اشاره)

27. la priméité
28. la secondéité
29. la tiercéité
30. Las Vegas
31. Disneyland

## منابع

- آقاگل‌زاده، فردوس و رضا خیرآبادی (۱۳۹۳). *زبان‌شناسی خبر: به سوی ارائه الگوی تولید خبر در چارچوب رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی*. تهران: علمی.
- بوک، سیسلا (۱۳۹۴). *دروغ‌گویی؛ انتخاب اخلاقی در زندگی اجتماعی و فردی*. ترجمه احد علیقلیان. تهران: فرهنگ نشر نو.
- داوری اردکانی، رضا (۱۳۹۲). *فلسفه، ایدئولوژی و دروغ*. تهران: سخن.



تحلیل نشانه - معناشناختی دروغ: لغزندگی نظام آیکونیک... یگانه توحیدلو و همکار

- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۵). *تجربه و تحلیل نشانه - معناشناختی گفتمان*. تهران: سمت.
- (۱۳۸۸). *مبانی معناشناسی نوین*. تهران: سمت.
- (۱۳۹۰). «الگوی مطالعه انواع نظام‌های گفتمانی: بررسی نظام‌های روایی، تنشی، حسی، تصادفی و اتیک از دیدگاه نشانه - معناشناختی». *مجموعه مقالات نخستین کارگاه تحلیل گفتمان*. تهران: انجمن زبان‌شناسی ایران.
- (۱۳۹۱). *نشانه - معناشناسی دیداری: نظریه‌ها و کاربردها*. تهران: سخن.
- (۱۳۹۵). *نشانه - معناشناسی ادبیات. نظریه و روش تحلیل گفتمان ادبی*. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- شعیری، حمیدرضا و ابراهیم کنعانی (۱۳۹۴). «نشانه - معناشناسی هستی‌محور: از بر هم کنشی تا استعلا بر اساس گفتمان رومیان و چینیان مولانا». *جستارهای زبانی*. ش ۲ (پیاپی ۲۳). صص ۱۷۳-۱۹۵.
- صفوی، کورش (۱۳۹۳). *آشنایی با نشانه‌شناسی ادبیات*. تهران: علمی.
- کتبی، مرتضی (۱۳۷۷). «جایگاه دروغ و الگوهای رفتاری آن در روابط اجتماعی ما». *نامه علوم اجتماعی*. ش ۱۲.
- معین، بابک (۱۳۹۴). *معنا به مثابه تجربه زیسته؛ گذر از نشانه‌شناسی کلاسیک به نشانه‌شناسی با دورنمای پدیدارشناختی*. تهران: سخن.
- مولوی، محمد (۱۳۹۱). *مثنوی معنوی*. تهران: کارگاه فیلم و گرافیک سپاس.
- نامور مطلق، بهمن (۱۳۹۱). «نشانه‌شناسی دروغ در سینمای متأخر ایران با تأکید بر دو فیلم جدایی و سگ‌کشی». *نهمین هم‌اندیشی حلقه نشانه‌شناسی*. تهران.
- ندرلو، بیت‌الله (۱۳۹۰). «نظریه بازی‌های زبانی ویتگنشتاین: یک نظرگاه فلسفی پست‌مدرن درباره زبان». *غرب‌شناسی بنیادی*. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. س ۲. ش ۱.
- Courtés, J. (1991). *Analyse sémiotique du discours, De l'énoncé à l'énonciation*. Paris: Hachette.
- Eco, U. (1985). *La Guerre du faux*. Paris: Grasset.
- Fontanille, J. (1998). *Sémiotique du discours*. Limoges: PULIM.
- Fossali, P.B. and M.G. Dondero (2011). *Sémiotique de la photographie*. Limoges: Pulim, Y. Pierce (1902,1892). collected papers.

- Greimas A. J. and J. Courtés (1993). *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette.
- Hancock T. et al. (2008). "On Lying and Being lied to: A Linguistic Analysis of Deception in Computer – Mediated Communication". [www.cs.columbia.edu/Julia/papers/hancocketal08.pdf](http://www.cs.columbia.edu/Julia/papers/hancocketal08.pdf).
- Kant, E. (1944). *Critique de la raison pure*. Paris: Alcan.
- Landowski Eric. (2005). *Interactions risquées*. Limoges: Pulim.
- Newman, L. et al. (2003). "Lying words: Predicting deception from linguistic styles". [www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15272998](http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15272998) by ML Newman-2003-cited by 522- related articles.
- Peirce, C.S. (1931-1935). *The collected papers*. vol. IV. Par C. Hartshorne. Harvard: Harvard univ. Press.