

فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور: فرهنگ لغت به‌مثابه یک کنش ارتباطی

بدری‌السادات سیدجلالی

دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه الزهرا(س)،

تهران، ایران

b.jalali@alzahra.ac.ir

دکتر آریتا عباسی ©

استادیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه الزهرا(س)،

تهران، ایران

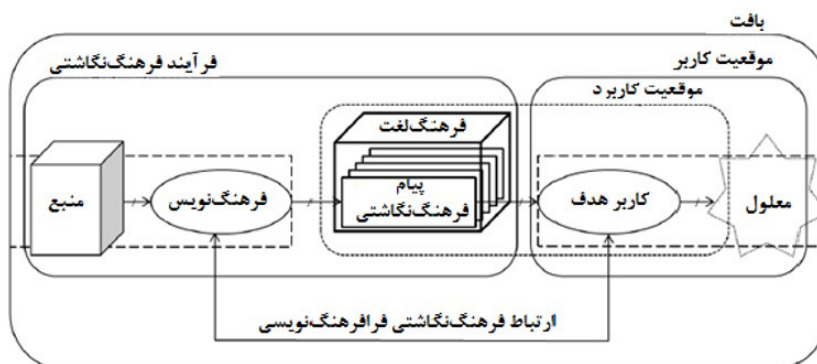
a.abbasi@alzahra.ac.ir

واژه‌های کلیدی: فرهنگ‌نگاری، رویکرد ارتباط‌محور، فرافرهنگ‌نگاری.

مطالعات فرهنگ‌نویسی نظری نخستین بار توسط زگوستا در سال ۱۹۷۱ به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از زبان‌شناسی کاربردی مطرح شد [گاوس و پرینسلو، ۲۰۰۵: ۳]. در چهار دهه گذشته، پژوهشگران این حوزه سعی کردند فرهنگ‌نویسی را از سایه زبان‌شناسی خارج و آن را به‌عنوان یک حوزه نظری مستقل و در ارتباط تنگاتنگ با زبان‌شناسی، معرفی کنند. از اوایل دهه ۸۰ میلادی رویکردهای نظری گوناگونی در مطالعات فرافرهنگ‌نگاشتی معرفی و با بازخوردهای متفاوتی از سوی فرهنگ‌نویسان مواجه شد. این پژوهش بر آن است تا رویکرد فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور را با معرفی و مقایسه چارچوب نظری یانگ و پنگ [۲۰۰۷] و پیر [۲۰۰۶ و ۲۰۱۴] واکاوی کند. هدف از بررسی این الگوها، شناخت قابلیت‌های فرهنگ‌نویسی و ارتباط‌محور به‌منظور تأمین نیازمندی‌های فرهنگ‌نویسان معاصر یا احتمالاً تعریف راهکارهای جدید در تألیف فرهنگ‌های لغت است.

رویکرد فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور نخستین بار توسط پیر [۲۰۰۶] با عنوان «نظریه ارتباط فرهنگ‌نگاشتی» مطرح شد. وی که در صدد یافتن راهی برای تألیف فرهنگ‌های کاربردوست بود، رویکردهای «متنی» و «نقشی» فرهنگ‌نویسی را انتقاد کرد و نظریه ارتباط‌محور خود را با تأکید بر نقش ارتباطی فرهنگ‌لغت در تعامل میان فرهنگ‌نویس و کاربر فرهنگ ارائه داد. از آنجاکه الگوی ارتباطی پیر [۲۰۰۶] تا سال ۲۰۱۴ در قالب پیش‌نویس یک نظریه باقی ماند و چاپ نشد، یانگ و پنگ

[۲۰۰۷] «به صورت مستقل» [بیر، ۲۰۰۱۴: ۳۹] رویکرد ارتباط‌محور خود در تألیف فرهنگ‌های دوزبانه را در کتابی به همین نام پیشنهاد دادند. بیر [۲۰۰۶ و ۲۰۱۴] ارتباط فرهنگ‌نگاشتی را نوعی فرآیند می‌انگارد که اجزای مختلف آن در ارتباطی تنگاتنگ، چرخه فرهنگ‌نویسی را به حرکت درمی‌آورد. شکل ۱ الگوی ارتباط فرهنگ‌نگاشتی بیر [۲۰۰۶ و ۲۰۱۴] را نشان می‌دهد.



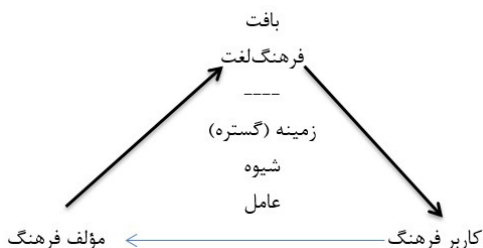
شکل ۱- الگوی ارتباط فرهنگ‌نگاشتی (بیر، ۲۰۱۴: ۳۹)

دو جزو اصلی در الگوی بیر عبارت‌اند از فرآیند فرهنگ‌نگاشتی و موقعیت کاربرد. پیام فرهنگ‌نگاشتی و ظرف آن (فرهنگ‌لغت) به عنوان بستر ارتباط فرهنگ‌نگاشتی از هم‌پوشانی این دو جزو حاصل می‌شود. سایر اجزاء، مانند منبع، فرهنگ‌نویس، کاربر هدف و موقعیت کاربرد با هر یک از این دو جزو اصلی در ارتباط هستند. علیرغم آنکه هر یک از این اجزاء هویت جداگانه داشته و به تنهایی قابل توصیف هستند، این الگو وابستگی متقابل آن‌ها را نشان می‌دهد، بدین معنا که اگر هر جزئی در فرآیند غایب باشد، ارتباط فرهنگ‌نگاشتی ناممکن خواهد بود. تنها جزئی که بر دو جزو اصلی احاطه دارد، «بافت» است [بیر، ۲۰۱۴: ۳۹]. بافت، معرف متغیرهایی است که به فرآیند ارتباط تعلق ندارند اما بر اجزای فرآیند اثر می‌گذارد.

یانگ و پنگ [۲۰۰۷: ۶-۱] پیش از معرفی الگوی خود، مجموعه تلاش‌های نظری فرهنگ‌نگاشتی تا آن زمان را در قالب دو رویکرد تقسیم‌بندی کردند: رویکرد سنتی: فرهنگ‌لغت به مثابه مرجع، رویکرد متنی: فرهنگ-لغت به مثابه متن. آن‌ها در ادامه، الگوی پیشنهادی خود را بر پایه نظریه ارتباط کلامی رومن یاکوبسن و با وام‌گیری از کلیدواژه‌های نقش‌گرایی هلیدی با عنوان «رویکرد ارتباط‌محور: فرهنگ لغت به مثابه کنش ارتباطی» ارائه دادند.

رویکرد فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور [یانگ و پنگ، ۲۰۰۷: ۱۰-۶] قصد دارد رابطه میان خطاب‌کننده (مؤلف فرهنگ‌لغت)، مخاطب (کاربر فرهنگ) و ارتباط آن‌ها با بافت را مشخص کند. این الگو برای توصیف بافت از کلیدواژه‌های نقش‌گرایی هلیدی یعنی زمینه (گستره)، عامل و شیوه بهره برده است.

یانگ و پنگ [۲۰۰۷: ۸] تأکید می‌کنند که این الگو ماهیتی اجتماعی- فرهنگی دارد، بدین معنا که خطاب‌کننده و مخاطب را نباید دور از جامعه و در خلأ تصور کرد؛ چراکه آن‌ها هویت‌های اجتماعی با کدهای مشترک هستند. شکل ۲ الگوی رویکرد فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور را نشان می‌دهد.



شکل ۲- رویکرد فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور (یانگ و پنگ، ۲۰۰۷: ۸)

همان‌طور که مشاهده می‌شود این الگو سه رکن دارد که در گوشه‌های مثلث آورده شده‌اند. اضلاع این مثلث، ارتباط این ارکان را با هم نشان می‌دهند. جهت بردارها جهت جریان تأثیرگذار را نشان می‌دهد. بردارهای پرننگ بیانگر تأثیر مستقیم و بردار کم‌رنگ نشانگر تأثیر غیرمستقیم میان ارکان الگو است. رویکرد فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور یک چارچوب نظری یکپارچه و درعین‌حال پویاست؛ چراکه هر یک از شرکت‌کنندگان در این فرآیند ارتباطی گزینه‌های متعددی برای انتخاب دارند، به طوری‌مثال فرهنگ‌نویس بسته به نوع مخاطب، کاربری فرهنگ و اهداف تألیف می‌تواند سیاست‌های مشخصی را در فرهنگ‌نویسی در نظر بگیرد. در این رویکرد، فرهنگ‌لغت را می‌توان در جایگاه مؤلف فرهنگ، کاربر فرهنگ و بافت فرهنگ بررسی کرد. یکی از تمایزهای اصلی رویکرد فرهنگ‌نویسی ارتباط‌محور نسبت به سایر رویکردها توجه ویژه به نقش کاربر فرهنگ‌لغت است.

واقعیتی که از مقایسه الگوهای نامبرده برمی‌آید این است که هر دو الگو درصدد یافتن رویکردی نوین به فرهنگ‌نویسی هستند که در آن فرهنگ‌لغت از جایگاه انفعالی خود به سوی پویایی بیشتر حرکت کند. در هر دو الگو، فرهنگ‌نویسی نوعی ارتباط است که مانند هر کنش اجتماعی به واسطه وجود یک فرستنده (فرهنگ‌نویس)، پیام (فرهنگ‌لغت) و گیرنده (کاربر فرهنگ‌لغت) صورت می‌پذیرد. از آنجایی که ارتباط، متأثر از عوامل بافت است، در رویکردهای ارتباط‌محور عناصر فرافرهنگ‌نویسی نقش به‌سزایی در حصول این ارتباط ایفا می‌کنند.

به نظر می‌رسد تفاوت عمده این دو الگو در مکانیزم عملکرد آن‌هاست. ارتباط در رابطه سه‌سویه الگوی یانگ و پنگ [۲۰۰۷] که اساساً برای فرهنگ‌های دوزبانه تعریف شده است، عمدتاً برخاسته از رویکردهای نقش‌گرایی به زبان است و قصد دارد نگاهی تازه و جدی به نیازهای کاربران فرهنگ داشته باشد؛ چراکه معتقد است: فرهنگ‌لغت، حاصل ارتباط اجتماعی- فرهنگی میان فرهنگ‌نویس و کاربر فرهنگ است و توجه نکردن به کاربر و نیازهای ارتباطی او از کارایی فرهنگ‌لغت می‌کاهد. این در حالی است که الگوی پیر [۲۰۰۶ و ۲۰۱۴] که اساساً یک الگوی فرآیندمحور است، بیشتر رویکرد

نشانه‌شناختی دارد و ارتباط فرهنگ‌نگاشتی را حاصل تعامل نظام رمزگان‌های فرهنگ‌نگاشتی و کاربردشناختی می‌داند. وی بن‌واژه را نه یک نشانه زبانی که یک نشانه فرهنگ‌نگاشتی می‌داند [پیر، ۲۰۱۸: ۱۱] که هرچند متأثر از ویژگی‌های نظام دلالت زبانی است، اما در بافتی متشکل از دو جزو اصلی، یعنی فرآیند فرهنگ‌نگاشتی و موقعیت کاربر، معنادار می‌شود. پیر [۲۰۱۴]، برخلاف یانگ و پنگ [۲۰۰۷]، قصد دارد تبیین ارتباط فرهنگ‌نگاشتی را به‌صورت کاملاً صوری با نگاشت مفاهیم کاربردشناختی بر روابط ریاضی انجام دهد.

رویکرد ارتباطی به فرهنگ‌نویسی، یک چارچوب نظری یکپارچه و درعین‌حال پویاست؛ چراکه هر یک از شرکت‌کنندگان در این فرآیند ارتباطی گزینه‌های متعددی برای انتخاب دارند؛ برای مثال فرهنگ‌نویس بسته به نوع مخاطب، کاربرد فرهنگ و اهداف تألیف می‌تواند سیاست‌های مشخصی را در فرهنگ‌نویسی برای خود برگزیند. در این رویکرد، یک فرهنگ‌لغت را می‌توان از سه زاویه مرتبط به هم یعنی در جایگاه مؤلف فرهنگ یا فرهنگ‌نویس، کاربر فرهنگ و بافت فرهنگ واکاوی کرد. در جایگاه مؤلف، مسائل در سطح کلان، مانند دیدگاه‌ها، سیاست‌ها، اهداف و روش‌شناسی مطرح و حل‌وفصل می‌شوند. در جایگاه کاربر، عواملی نظیر گستره سنی، پیشینه تحصیلی، انتظارات کاربر و بازخوردهای کاربر مطرح می‌شوند. به لحاظ بافت نیز مسائلی مانند حوزه‌هایی که شامل فرهنگ آن‌ها می‌شود، گستره واژه‌ها، شیوه سازمان‌دهی اطلاعات به لحاظ ساختاری، نحوه رمزگذاری اطلاعات و مجرای انتقال اطلاعات باید با درنظر گرفتن دو عامل دیگر یعنی فرهنگ‌نویس و کاربر فرهنگ بررسی شوند.

بررسی دو الگوی نامبرده نشان می‌دهد که چنانچه چارچوب‌های نظری معرفی شده بتوانند به‌صورت گسترده در فرهنگ‌نویسی عملی راه یابند، شاهد نسل جدیدی از فرهنگ‌های لغت خواهیم بود که برخلاف سنت دیرینه فرهنگ‌نویسی که صرفاً بر اطلاعات زبان‌شناختی تمرکز داشتند، بتوانند نیازهای ارتباطی کاربران فرهنگ‌های لغت را نیز برطرف کنند. به‌بیان دیگر، برخلاف رویکردهای سنتی در فرهنگ‌نویسی که فرهنگ‌نویس خود را در جایگاه کاربر فرهنگ قرار می‌داد و نیازها و خواسته‌های او را تخیل می‌کرد (یانگ و پنگ، ۲۰۰۷: ۱۰)، در رویکرد ارتباطی، کاربر فرهنگ جایگاه خود را در فرآیند فرهنگ‌نویسی بازیافته و نقش بسزایی در حوزه تألیف فرهنگ ایفا می‌کند.

References

منابع

1. Beyer, H.L. (2014). "Explaining dysfunctional effects of lexicographical communication". *Lexikos*, 24, 36-74.
2. Beyer, H.L. (2018). "On Recent Proposals to Abolish Polysemy and Homonymy in Lexicography". *Lexikos*, 28, 1-31.
3. Gouws, R.H., & Prinsloo, D.J. (2005). *Principles and practice of South African lexicography*. Stellen-bosch: SUN PReSS.
4. Yong, H. and J. Peng. (2007). *Bilingual Lexicography from a Communicative Perspective*. Terminology and Lexicography Research and Practice 9. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.