اطلاع رسانی:
نشریه فنی مرکز اسناد و مدارک علمی (مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران)
دوره هفتم شماره ۲
مفهوم اطلاع (۲)

نوشتگی: جلال مسوات

یادآوری
در شماره پی بی از بیان مقدمات لازم، فرآیند انتقال پیام را در اشکال ساده آن بررسی کردم و
عوامل یا واحدهای این فرآیند را توضیح دادم و درباره بعضی مفاهیم اطلاع که بر اساس این عوامل
تشکیل یافته است (مفهوم کل اطلاع، اطلاع برای برای دانایی اصلی، و مفهوم روانشناسی اطلاع) بحث
کردم. در این شماره، نخست یکی دیگر از مفاهیم اطلاع در فرآیند انتقال پیام را مورد بررسی قرار
می‌دهیم. آنگاه گفتگو درباره مفاهیم مربوط به فرآیند انتقال پیام را با مانده و به بررسی مفهوم
دیگری خارج از این فرآیند (اطلاعاتی انتخاب است) می‌پردازیم.

در این شماره، مقاله بهمین جا خانمه می‌یابد. در شماره بعد مفاهیم اطلاع در علم ارتباطات و در
نشانه‌شناسی و نیز مفهوم اطلاع در نظریه رضایی اطلاعات را بررسی می‌کنیم و در شماره بعد از آن،
به بحث در مفاهیم اطلاع در دانش سیبیرنتیک می‌پردازیم. یکی دو مفاهیم مهم اطلاع بایقی می‌ماند که
امید است پس از طرح و بررسی مباحث کلی و بنیاد دانش اطلاع رسانی و دکمانتاسیون که بصورت
مطالعاتی در همین نشریه انتشار خواهد یافت، به آنها بزرگ‌ترین و به بررسی آن مفاهیم نیز پردازیم.

۴ - اطلاع دریافت و "عبیر" پیام است.

در فرآیند انتقال پیام، به عامل اصلی و عمده بخشی از فرآیند، پیام گیرنده. هر پیام ۳ شامل دو
عنصر است: حامل مادی (مانند وزه کاغذ یا امواج رادیویی) و علائم و نشانه‌ها روزانه این حامل
سپرده شده و به روز رقای کاغذ یا امواج رادیویی نشریه فرستندگان شود. علائم می‌توانند
عکسی صوتی (در مکالمه)، نوشته‌ای (در یک پیام مکتوب)، نوری، مغناطیسی، علائم حرکتی و اعمال عصبی
و غیره باشند. علائم، محتمل اطلاعاتی دارند. اطلاع‌ها با به‌وسیله علائم امکانی که تحقیق می‌یابد. جدایی
بین اطلاع و نشانه در عالم خارج ممکن نیست. (۱)

علاوه‌های که به‌وسیله فرستنده "صارد" شد، می‌شود پیام و اما این پیام همگاه به‌وسیله گیرنده دریافت
شود باز پیام است. اگر به‌وسیله گیرنده دریافت شد ولی گیرنده نتوانست آن را بررسی "عبیر" کند باز
هم پیام است. تاها در صورتی که یک پیام به‌وسیله گیرنده دریافت شود و "عبیر" شود اطلاع است.
پس مفهوم اطلاع عبارت است از دریافت و عبیر پیام.

1 - Semiotik
2 - Botschaft = message
3 - Signals
فرض کنید بیایی به خط چینی است و بوسیله فرستنده برای گیرنده ارسال می‌شود. اگر گیرنده آن را دریافت نکند باز پیام است. اگر گیرنده خط چینی نداید، با بیان کم بدانید، پیام همچنان پیام است ولی اگر گیرنده خط چینی را یک‌پرسی بشناسد و پیام را نآماد، آن را تعیین کنید، پیام می‌شود اطلاع.

بنابراین، گیرنده باید توانایی و آمادگی دریافت و تعبیر پیام را داشته باشد در غیر این صورت، هر چند که فرستنده ارائه علائم معمول کرده ولی گیرنده نتوانسته است به آن پی برد و لذا برای اطلاعی حاصل نشده است. نظر پیام متنی برای ناشنوایان یا تصور تلویزیونی برای نابینایان. مثال دیگری در این زمینه، علائم هدف دهندگان راهنمایی و راننده است؛ این علائم برای کسی که آنها را نشناسه بداند چه کار می‌آید؟

بدينگونه می‌توان گفت که فرستنده و گیرنده باید "زبان مشترک داشته باشند" در غیر این صورت ارتباط عملی نیست. این علائم را متخصصان این طور اصلاح کرده اند که فرستنده و گیرنده باید-حوزه علائم مشترک- یا "ذخیره علائم مشترک" داشته باشند. یا قبل این اصلاح مطلب را می‌توان بصورت تصور زیر نشان داد:

![دیاگرام]

در مثال پیام به خط چینی، فرض کنید که این پیام بصورت نامه است و بعنوان شما است و شما آن را دریافت کرده اید، اما زبان چینی نمی‌دانید. در انجا پیام هست (هم) حامل مادی آن که ورقه کاغذ است و هم علائم بر روی آن، که نوشته بر روی کاغذ اسست، پیام هم ارسال شده و شما آن را دریافت نمی‌کنید. اما با این وجود برای شما اطلاعی حاصل نشده است. زیرا که فرستنده علائمی که برده‌است که شامل در آن با فرستنده حوزه مشترکی تشكل نمی‌دهد.

هر چه ذخیره علائم مشترک بین فرستنده و گیرنده بسیار ناشی از تعبیر پیام ساده تر و دقیقت‌های و هر چه این ذخیره محدودتر باشد تعبیر پیام دشوارتر و غیر دقیقت‌های خواهد بود. مثلاً یک زبان خارجی را هر چه بیشتر بدنی، تعبیر زبان‌های به این زبان یاری ما را داشته تر و در عین حال دقیقت‌های خواهد بود و عکس گزارش در این زبان ضعیف باشیم و بر این تسلیت کافی نداشته باشیم، تعبیر پیام‌ها نیز غیر دقیقت‌های خواهد بود.
در اینجا سر چشمه بحث راجع به مفهوم اطلاع برایی برخوردار و تطبیق پیام پیامپایان می‌رسد. اما مطالعه
هست که باید در ذهن همیش داخل بررسی قرار دهیم. باعث از این مطالعات در واقع به مفهوم
اطلاع، برخوردار دریافت و تطبیق پیام احساسات وارد، ولی به حال نظر می‌رسد که مناسب ترین
بررسی آنها ذهن می‌پیوندد. بالغ محققان نیز در برخوردار مطالعات دیگر کردند. ما در اینجا
بمنظور آن که مطالعه مورد نظر یا روشنی بیشتری همراه باشد آنها را به قسمت‌هایی تقسیم کرده و هر
قسمت را زیر عنوانی جداگانه مورد بررسی قرار دادیم.
الف) عامل تعیینکننده: گفته شده که مفهوم اطلاع دریافت و تطبیق پیام است. پس گیرنده باعث یک
عامل تعیینکننده ای است که خودش باشد. تا بتواند پیام را پس از دریافت تطبیق کند، پیام، نهایاً پوسه‌ای
عامل تعیینکننده است که بحت بعضاً اطلاع در واقع می‌آید. عامل تعیینکننده (مثلاً مغز در نظام هستی
اسناد) همواره پیام‌هایی را از مَحیط اطراف دریافت می‌کند و باین این اساس تطبیقی از جهان برای خود
می‌سازد. اطلاع ممکن است این تطبیق را دیگرگون سازد.

بنابراین، می‌توان گفت اطلاع می‌تواند وضعیت عامل تعیینکننده را تطبیق دهد و آنها به تطبیق
زنده کننده ای به وجود می‌آید. چنانکه مثال اصولی که کودک از جهان آمد و یک نحوه فکری یا
بتدیری طی اطلاعاتی که در خانه و مدرسه و اجتماع از مَحیط اطراف خود کسب می‌کند، دیگرگون
می‌شود.

پا کمی دفت می‌توان گفت که عامل تعیینکننده از یک طرف همواره تحت تاثیر جهان است و از
طرف دیگر تاثیری بر جهان وارد می‌کند. تحت تاثیر جهان است. از طریق دریافت و تطبیق پیامها و در
جهان تاثیر می‌گذارد از طریق بازه هایش.

(ب) تاثیر فرستنده بر پیام: گاهی در پیام‌هایی از فرستنده وجود دارد. بعبارت دیگر فرستنده می‌تواند
بر پیام تاثیر بگذارد. فرض کنید بهدست افراد بنویسند شیفر و اطلاعات شخص‌یافته
به دوستش "پ" می‌گوید: "تیم شیراز تیم اصفهان را از یا درآورد." در اینجا "پ" با بکار بردن اصطلاح
از یا درآورد" نه تنها منظورش این است که تیم شیراز بر تیم اصفهان پیروز شد بلکه رضایت و
خوشحالی خود را نیز از پیروزی تیم شیراز بر اصفهان اطلاع می‌داد. شخصی دوستش را در خیابان
می‌بیند و به او راجع به دوست مشترکان به‌پراز "پ" می‌پردازد. آن را متعاقب گفته است که به یک
قلبی دوربین اختیار در عمل چرا پر دارد. در اینجا گویه‌نگر تنها به دوست اطلاعاتی راجع به پرداز
می‌دهد و کلکه اثر و تاثیر خود را نیز در این پیام متعکس می‌کند.

گاه تاثیر فرستنده بر پیام بسیار قوی از این حدود است، چنانکه ما اغلب راجع به یک
سیاست و درونی مجله، از طریق فرستنده های مختلف، پیام‌های مختلف دریافت می‌کنیم. این
فرستنده‌ها گاه حادثه ای را کوجک و جزئی نشان می‌دهند، گاه آن را چندین بار بزغ می‌کند و
گاهی حتی آن را یک بکی واروپل جلو می‌دهند.

ج) تاثیر و پیام: بودن اطلاع: پیام باشد تاژه و نو و بیدعی باشد. پیامی که محتوایی از قبل را دریافت
همه اطلاعاتی نیست.

پیام در صورتی ارزشمند و خواهی اطلاع: است که گیرنده بوسیله آن از نتیجه‌بر روحید اتفاقی که
غلیباً تا حدودی غیرمنتظره نیز است. آگاهی پیام باید و گرفته جانانه گفته شد پیامی که محتوای آن

3
برگیرنده معلوم بهان در برگیرنده هیچ اطلاعی نیست. مثلًا این پیام را در نظر بگیرید که: بر روی زمین رستنی و چند داده‌ای این پیام را که: در مرداد ماه هوا گرم است. آیا این جمله ها حاوی اطلاعاتی هستند؟ خیر! زیرا گفته آنها بر گری پوشیده نیست و در آنها شخص چیزی را دریافت می‌کند که از پیش می دانسته است.

اما شخصی با تلفن بزرگ و گوگر، امروز پنج شنبه است: شاید این جمله به شما متضمن اطلاعی باشد ولی اگر آن شخص پس از جمله اول سخن را آدامه دهد و گوگر: فردا جمعه است، چنین اطلاعی دیرگر نته نمی‌شود مثلاً عدم تاریخی برکه بوسیله بهره‌گیری باشد جبرت شما خواهد شد.

تکرار این اطلاع همراه بر درجه تاریخ بودن، بدیع بودن و (اصالت = ارزیبستگی) آن را پایین می آورد.

فرض کنید خبر حادثه مهمی را در روزنامه های صبح خواندید. ایه بعد همان را در اخبار سه رادیویی می شنوید و باز همان خبر شر در تلویزیون ببینید، آیا این سه اطلاع، هر سه از نظر شما تازه و بیدی است؟ مسلماً نه. هر روزنامه بیان کننده تازه است و خبر رادیویی و تلویزیون تکراری است و اطلاعات تازه ای باشد تا دهد.

در فرآیند انتقال پیام معمولاً شخص "الف" قصد می کند که به شخص "ب" پیام "الف" را انتقال دهد و هم این انتقال "الف" به "ب" قصد دارد. چنین انتقال باید باشد. 

جامیکا هنگام کسب اطلاع، به اطلاعی ای دیگری نیز دست می‌یابم. مثلًا در مکالمه حاضری ضمن دریافت پیام، همچنین پی دارم که فرستنده پیام (در اینجا گوینده سخن) صدای یا دارای زیر دارد. پر ایست، جوان است، عصا بیست گرفته، زیباست، ای چگونه؟ و پیام این نوید اطلاعاتی چون به پیام گوینده ارتباط ندارد خارج از مفهوم پیام است و به اطلاعاتی که منظور نیست ما است مربوط نیست، چنانکه در دانش اطلاعی رسانی نیز تنها به پیامهایی که به "الف" و "آگاهانه" فرستاده می‌شود توجه می‌شود.

در انتقال پیام معمولاً شخص "الف" به شخص "ب" پیام "الف" را انتقال دهد. بدین‌گونه پیام ایست که از جانب فرستنده به "الف" و "آگاهانه" ارسال شود. جز این هم نمی‌تواند باشد.

ما غاهی هنگام کسب اطلاع، به اطلاعی ای دیگری نیز دست می‌یابم. مثلًا در مکالمه حاضری ضمن دریافت پیام، همچنین پی دارم که فرستنده پیام (در اینجا گوینده سخن) صدای یا دارای زیر دارد. پر ایست، جوان است، عصا بیست گرفته، زیباست، ای چگونه؟ و پیام این نوید اطلاعاتی چون به پیام گوینده ارتباط ندارد خارج از مفهوم پیام است و به اطلاعاتی که منظور نیست ما است مربوط نیست، چنانکه در دانش اطلاعی رسانی نیز تنها به پیامهایی که به "الف" و "آگاهانه" فرستاده می‌شود توجه می‌شود.

در انتقال پیام معمولاً شخص "الف" به شخص "ب" پیام "الف" را انتقال دهد. بدین‌گونه پیام ایست که از جانب فرستنده به "الف" و "آگاهانه" ارسال شود. جز این هم نمی‌تواند باشد.

امروز پوروز به اداره نیامد. امروز به شیراز خواهد رفت. اما چنین نیست، پیام می‌تواند بصورت اشکال (امروز) باشد: "دیوان حافظ چال فریبی برای من بفرستید یا حتی استفسای باشد: آیا در تعطیلات عید بشنوی؟ ما می‌آید یا نه؟"
ارزش اطلاع: ارزش یک اطلاع به درست بودن، دقیق بودن، جامع بودن و نو بودن آن و استه، اما در اینجا این معيارها منطور نظر نیست، بلکه در این مبحث منطور از ارزش یک اطلاع تاثیری است که این اطلاع بگرایندگان می‌گذرد.

بعبارت دیگر، ارزش یک اطلاع را می‌توان به صورت قابلیت تاثیر آن بر رفتار گرایندگان تعیین کرد.

سخن این است که یک اطلاع معین، ممکن است در گرایندگان های مختلف تاثیرهای متفاوتی داشته باشد و حتی برای یکفر نیز در مدل مختلف تاثیر (ارزش) متفاوتی داشته باشد.

اطلاع، فردی عاشوراست را در نظر گیریم. بنیادسا هک این اطلاع برای تکسی که معتقد به مباین اسلام و مذهب تشویق است با گرایندگان ای که این مباین اعتقادی و مذهبی را ندارند و در البته بودایی است فرق می‌کند. برای یکفر بودایی این اطلاع معمولاً فقط معنا یک روز تعطیل را دارد نه بیشتر آنهم.

البته در صورتی که بودایی مقيم ایران باشد.

مثال دیگر: فرض کنید فرد اوپوس بین شهری نشسته اید و می‌خواهید در استبانی پیاده شوید. اما نمی‌دانید که کدام استبانی پایه پایه شوید. وقتی راننده (با کمک راننده) نام استبانی‌ها مورد نظر شما را اعلام می‌کند شما فوراً پایه بندی کندی شوید، در حالی که برای شخصی از مسافران دیگر توجهی به کلمات اینستند و به اطلاعی که می‌دهند ندارند. بنابراین اطلاع تاثیری در آنها نمی‌کند و برای آنها بی‌ارزش است. پس اطلاع از نظر گرایندگان های مختلف دارای ارزش‌های متفاوت است.

برای این اطلاع که "ویلیام فاکر درگذشت" برای یکی که اهل فرهنگ نیست، یا دستگاه صدا به ادبیات تعلق خاطری ندارد، دارای هیچ ارزشی نیست.

بنابراین، گرایندگان یک اطلاع معین باید به زمینه ای که اطلاع مربوط به آن است، علاقه و دلستگی داشته باشند تا اطلاع مورد نظر، برای او ارزشمند باشد. اما صرف علاقه و دلستگی به زمینه معین هم کافی نیست، برای او که از اطلاع در آن زمینه برای شخص ارزشمند باشد، یا یکدید که شخص علاقه‌مند در چه سطح و در چه مرحله‌ای قرار دارد و در توانایی ذهنی، علمی و فرهنگی او در چه حدا است.

در مثال "ویلیام فاکر درگذشت" دقت کنید: ممکن است شخص در سطح معینی خود را ادیب بداند و واقعاً هم به ادبیات علاقه‌مند باشد، اما علاقه‌ای مثلاً محدود به ادبیات وطن خود باشد و در نتیجه نامی هم از ویلیام فاکر تشویق‌برداری به. همچنین ممکن است یکفر دانشجوی روحی و یا حتی بریشک واقعاً به روشی روحی علاقه‌مند باشد، اما اطلاعات تازه مثلاً در زمینه جراحی قلب در حد عالی تخصصی بکار ایجاد یا حتی برای او قابل فهم نباشد.

در جامعه ای که در آن مثلاً کسی بیش از حد روزنامه و اخبار رادیو و تلویزیون، از علوم فضانوردی چیزی نمی‌داند، اطلاع رسانی در زمینه پیشرفتهای فضایی در حد عالی تخصصی آن به چه کار می‌آید؟ دیده ایم و شنیده ایم که در بعضی جامعه‌ها گاه تابستان یک نشسته می‌گیرند با چه صحبتهای و مسئله‌های ملی و معنی‌دار مشابه می‌گردند و چگونه بس از چنین شماره تعطیل می‌شود، چرا که خواننده استفاده کنند واقعی ندارند و عبارت دیگر مطالب و اطلاعات مندرج در آن برای جامعه در آن مرحله معنی‌دار تاریخی، ارزشمند نیست. جامعه انسانی در هر مرحله از پیشرفتهای تاریخی خاص هر یک دارد جنگ‌های فرص انسانی نیز چنین امر است. یکفر استاد فیزیک دانشگاه را در نظر گیریم، اطلاعات مربوط به
علم فیزیک که امروز نیازهای آن را برآورده می‌کند و برای ارزیابی است آن غیر از اطلاعات دوره‌ای است که از آن می‌تواند در دوره‌ای دیگری از فیزیک می‌تواند. این روز اطلاعاتی از قبیل اطلاعاتی که امروز
اور به جایی که ابزار، مسایل، موفقیت و ارزش‌ها و امروز اطلاعاتی از نوع اطلاعات آن روز برای
کودکانه و متقاعد افزایش است.

یکی از فضاهای اخیر در بردن دانشکده‌های ملت و کودکانه از شان بوده و طی این سال‌ها هیچگاه توجه اکثریت از
نکره ده روز است!

این نکته برای مراکز اطلاع رسانی و درکننده‌های هنری اساسی است که چرا که این مراکز
بهره‌برداری توانا و نواحی فعالیت و جامعه استفاده کنند، این نتایج گیرند.

(1) مراکز اطلاع رسانی و درکننده‌های هنری به سه دستا می‌درماند.

ز مرز اطلاعات در خصوص می‌کند که مقدار اطلاعات یا حسب اندازه‌گیری آن معلوم می‌شود. مثل آن اطلاع
که برقد می‌بود. در نظر گیری، اگر اطلاعات مربوط را در دی‌ماه دریافت کنیم که هر این اندازه
قرار ندارند. برقد می‌روند تا این که آن می‌تواند در فوریت می‌آید کمک کنیم که در آن احتیاط باید.

ضعیف است و دور از اندازه، مرز اطلاعات در این دو مورد آن به پاس نیست.

اداره هواشناسی اعلام می‌کند که اگر هوا به جر می‌آید یا برای نواحی وادی‌ها، برای اگر اطلاع
حاصل کنیم که هوا به چالش آور یا برای نواحی است، مرز اطلاعات زبان نسبی ویلی در نظر
کسب اطلاعات کمی که هواهای این منطقه بکلی آن‌ها است، آن وقت مرز اطلاعات دریافت شده این

است.

مرز اطلاع همیشه برای است با تخفیف معیان تردد اولیه پیش از دریافت و تعیین پیام و "تردد

بعدی پس از دریافت و تطبیق پیام:

میزان اطلاعات = تردد کلیتی _______ تردد اولیه

(+س از کسب اطلاعات)
ام از ۲ به بالاتر یا این اطلاع را بدهد که: مهره ای که برداشتته ام دارند و یا اصل مهره را نشان بدهد و بگوید: مهره ای که برداشتته ام دارند، این سه مورد فرق می کند. در مورد اول اطلاعات از ۱۰ به ۸ کاهش یافته و در مورد دوم به صرف تقلیل یافته و در مورد سوم ترکیب شما بکلی برطرف شده است. مقدار اطلاع در مورد دوم از مقدار اطلاع در مورد اول بیشتر و مقدار اطلاع در مورد سوم در حداقل ممکن است، چرا که با آن ترکیب، دودلی، نه دانی، نابیغی و تارامتینی بکلی برطرف شده است.

(۱) همچنین، دو نوع اطلاع: یا توجه به ویژگی اطلاع را دریافت و تعبیر پیام‌دهان، و یا نوع اطلاعاتی که توان قابل

۱. اطلاع منطقی: اطلاعی است که برای همه گیرندگان یکسان تعبیر می شود و باصطلاب به کامن و منطق عملی که می توان آن را به هر زبانی ترجمه کرد (مثل دستور استفاده از داروها و فرصت‌های طبی که روی شیشه دارو نوشته شده با همراه آن است). دستور استفاده از بعضی وسایل خانگی نظیر بیکول و مشابه استانداردی، دستور کار کردن با جرخ خاطی، استرداد توسط پزشک یا رزونانس). اطلاع منطقی، معمولاً این نوع واژگان در آمادگی، یا همچنین خبر رادیو در مورد افزایش قیمت طلا اگر اهمیتی ندارد و دستور کار در این زمینه ها باشیم، برای ما حاوی اطلاع منطقی است و در تصمیم و عمل ما مستقیماً (فقط یا در آینده تردیدی) تأثیر می گذارد.

۲. اطلاع استحکامی: یا زیبایی‌شناسی، بعنوان اطلاع منطقی هیچ تاثیر مستقیمی در تصمیمات و اعمال ما ندارد و فقط در حالت مطلوب (مثل حال شادی، بهتر، بیش از اینجا) و در بینش ما نسبت به جهان تاثیر گذارد و اگر تاثیری در اعمال و رفتارمان می کند، این تاثیر تأثیربر

فرع است و در نتیجه همان تغییر در بینش و حالمان است که بیش می آید.

می توان گفت که اطلاع زیبایی‌شناسی به اشیای زیبایی‌دار، جنبه شخصی و خصوصی است و بسیار کم جنبه عمومی دارد. این نوع اطلاع بعنوان اطلاع منطقی برحسب تعلیق باید توصیف ایست و به بیان دیگر که یا قابل ترجمه نیست و یا ترجمه آن دشوار است. اطلاع زیبایی‌شناسی اغلب در آثار هنری تجلی می کند و نامگذاری آن به اطلاع زیبایی‌شناسی نیز بدان سبب است که بیشتر به هنرها مربوط می شود. مثال در موسیقی می توان گفت که آهنگ به خاطر نت درآیید اطلاع منطقی و آنچه به خاطر نت درآیید و قسمت آزاد موسیقی را تشکیل دهد اطلاع منطقی است و این همچنان که در آثار هنری است که در اثر دیدن از قدمی به آن حالت ۲، می گفته ان. بعضی معتقدند که این عوامل یا الیه نیز غالبًا حاوی اطلاع

زیبایی‌شناسی است.

---
1. Semantic Information
2. esthetische Information
3. etat d'ame
تاکید می‌کنیم که در اطلاع استحسانتی بايد گیرندگان به‌ویژه آمادگی، قابلیت، و اهمیت درک بیام فرستنده را داشته باشد. بايد بین فرستنده و گیرندگان رابطه تناگمتیک، همدلی، و هم سختی وجود داشته باشد و اگر فرستنده و گیرندگان با یکدیگر زبان رسمی مشترک هم داشته باشند، باید بیام در واقع انتقال نمی‌یابد. (1) بیانات دیگر در اطلاع زیبایشناسانه بايد گیرندگان با فرستنده بيه از هر چيز زمینه مشترک (زمینه مشترک ذهنی) داشته باشند. در انجا زمینه مشترک بشيد از ذخيره علامت مشترک. که قيل‌اً به آن اشته كرده ايم، اهميت دارد. اشراك فرهنگي نيز لبته در اين مورد نش مي‌محي ايفا مي‌كند.

مي توان گفت كه در اطلاع استحسانتي درايفت و تعيبر بياهم كه براي كسب اطلاع منطقى كافي است تازه به منزله دريافت قابل پيايم است و برای رسيدن به محتواي اين قابل، بايد گیرندگان و فرستنده ژنان دلسته يكي باشد و تناهی يکي بودن روانگفتار در اينجا دردي را دوا نمي كند. (1) چينين است كه یک اطلاع از نوع اطلاع استحساني، ممکن است در بن جان یک گیرندگان نفوذ كند و از نظر گیرندگان دغير بكلك ياوه و بي منيع باشد، یک اثر يا كتایب را ممکن است عده ای را در سطح فوق عالی يا بيانگر تميز حقايق هستى بدانند و عده دغير آن را خليات و موهومات و حتي سخيف و مسخره

(شمارنده) (1)

مي توان حدس زده كه شمس تبريزي از آن دست سخنان كه به جلال الدين مولى گفت و آن مره نسجاد تخمين با قرار، را باريچه كودكان كوي کرد، به خيلى های دبير نيگفته بود و به سخريه آن

نيز مواجه شده بود.

به جهت، بهت راجع به دو نوع اطلاع منطقى و زيبایشناسی به ماني مفصل تر از درست است و براختن بيشتر به ان ما را از چهارچوب اين مقاله خارج می كند. بنابراین بهت را به ارين حايل به پيام مي اوريم. بايد دانست كه در داشت اطلاع رسالي فقط با اطلاعات منطقى سر و كار داريم و در اين داشت برای

اطلاعات زيبايشناسانه چابي نيس.

مفهوم اطلاع بعنوان درايفت و تعيبر بياهم به مفهوم اطلاع در علوم ارتباطات و در نشانه سنتى

(سیمونيس) كه در مقاله بهبه به آنها خواهیم برداخت، بسيار تزودی است.

5- اطلاع توانايي انتخاب است

شما پيش فرمان اتومبیلتها نستره ايد و قصد داريد كه به شهر پ. برود. پس از طي مساافتى به چهار راهى می رسيد، بايد از ميان اين چهارراه مسرى را كه به شهر "پ" مي رسند انتخاب كيد. اما اطلاع نداريد كه كدامى از اين چهار راه، راه مورد نظر شماست، ولي همين كه اطلاع بيدا كردي (جه بوسيله تانيمى) كه بر سر راه نصب شده است، به پيديه عالي كه داريد كه گنرده، كه از طريق رانندگان دبير با پيديه استفاده از ننشى اى كه در اتومبیلتى داريد و مانند انها (اگه مي توانيد راهى را كه مي خواهد، بدرستى انتخاب كنيم. بدینگونه مي توان گفت كه اطلاع توانايي انتخاب "پيک" از ميان "獭ئات مختل" است. صندوقى با كليد رمز را در نظر بگيريم. مي دانيم كه در اين گونه صندوقها، از عادي باعضا رمز استفاده شده است و در بین اين اعداد دو عدد است كه تنيها با

ميزان كردن آنها با بكديگر، مي توان در صندوق را گشود.
در ابتدا، می‌توان گفت که داشتن اطلاع نه تنها در کارهای خیر بکار می‌آید، بلکه در امور دیگر نیز سبب توقف و کامبیایی ایجاد می‌کند. اما نه تنها اینجا نه تنها در عرصه خبر بهره‌وری مدرن در استفاده‌های مختلف کنند و بعضی در راه تبره روزی آنان و حتی اطلاع به همه یکسان خدمت می‌کنند.

به جهت، می‌توان گفت که داشتن اطلاع، انتخاب و گزینش درست را تدریس کننده را در هر مورد امکان بیشتر می‌سازد. فرصت کننده یک با نبود قطع برای موفقیت به‌کار می‌رود هم باعث افزایش انتخاب وارد ایستگاه راه آهن شده اید ایستگاه راه آهن بسیار بزرگ و بر از سکوها و راه‌های پیچیده و درهم است. اگر چه چه می‌توانید بکنید؟ از میان این همه امکانات مختلف کدام را باید انتخاب کنید؟ این مشابه ایستگاه راه آهن گنبدهای است، ام این اطلاع از بلندگوی راه آهن گنبدهای است، ام این اطلاع از بلندگوی راه آهن گنبدهای است، ام این اطلاع از بلندگوی راه آهن گنبدهای سر مایری یا بوشلهای مارونی یا تابلوهای نصب است در محوطه ایستگاه راه آهن بسیار و یادداشته که همراه با نبود در دیدن دشته اید ایستگاه راه آهن گنبدهای این کدام کنید؟

تعدادی از کتاب‌ها را بختمی، بریم درد و می خردی؟ اگر شما از نام بهترین نویسنده‌گان امروز آلمان و نام بهترین آثارشان اطلاع داشتید طبعاً برایشان نام نویسنده‌گان و آثار مورد نظرتان را جستجو می کردید. بدنی‌گونه اطلاع در عین حال که شما توانایی می دهید که انتخاب کنید، دانه تصادف و اتفاق و اقدام‌هایی بختمی را در زندگی شما محدود می کنید.

انتقال همیشه با پرسش همراه است و پس از کسب اطلاع لازم، به پرسش پاسخ داده می شود و انتخاب صورت می گیرد. در مثالی که در اینجا ذکر شد دقت کنید: شما پشت فرمای اتمبیلتان به چهار راه رسیده اید، یا یک راه رسمی به شرط بازی از چهار راه را انتخاب کنید، پرسش شما این است که کدام راه را یا چه روش انتخاب کنید، چون اطلاعات ندارید که کدام راه به شرط بازی از چهار راه می رسد. اما همین که اطلاع پیدا کنید می توانید انتخاب بکنید و چون انتخاب کرده‌اید پس پرسش شما نیز پاسخ داده شده و تمام شده است.

حسن در اتاق است. من می‌پرسیم که: حسن در اتاق چه می کند امکانات مختلفی هست، حسن در اتاق خوابیده است. نامی خواند، رادیو گوش می کند، چیزی می نویسد، روزنامه می خواند، کتاب خواند و هم امکانات دیگر. پسر می آید و می گوید: حسن در اتاق کتاب می خواند. اگون من امکانات جز این که حسن در اتاق کتاب می خواند حذف گردیده است.

پاری، سرشن اطلاع اصولاً انتخاب و گذشتن است. هر اطلاع بسیاری گریزی و انتخاب مقداری علاوه (شنانه هایی) معنی از این که مشخصی می شود اهم از این که اقلیم حروف الفبا باشد، ای اعضا. از یک مرکز علاوه دیگر. در مثال حسن در اتاق کتاب می خواند، دقت کنید. این اطلاع را می توان بست و تحویل و پرسش قرار داد: این حسن است که کتاب می خواند. هر حسین و محصول و دیگران (حسن از میان افراد دیگر انتخاب شده است). در اتاق، هن بیرون اتاق، در اتاق، به دانشگاه یا مدرس یا باغ ملی، این کتاب است که پوسیده حسن خوانده می شود هر روزنامه و مجله و چیز دیگر (انتقال کتاب از میان روزنامه و مجله و غیره)، و حسن می خواند (انتقال فعل خواندن از میان افعال مختلف از جمله فعل جمله‌درک کتاب، ورق زدن کتاب، در قسمت گذشت کتاب و غیره.

مثلاً دیگر، کتابی که به دست شما می رسید که به زبان فرانسه است (هر کتابی حاوی اطلاع است و پیام یا پیام‌های را انتقال می دهد). شما یا یک واحده از علاوه (یک کلمه) از را در نظر می گیرید و ان را مورد قرار می دهید. پرسش این از که کدام کلمه چه معنی دارد و چه چیزی را می خواهید بررسی. اگر شما هیچ فرانسه ندانید امکانات به‌شمار خواهید بود. این کلمه ممکن است بمعنی اسب، درخت، گل، درختگی، عشق، جنگ، کیهان و غیره. ممکن است اسم باشد، فعل باشد، حرف اضافه باشد و ... توانایی شما در این که انتخاب کنید که کدام از این امکانات، معادل کلمه مورد نظر است. هیچ این است. اما اگر شما مقداری زبان فرانسه بدانید، مثال نشانه‌هایی مصدر را این زبان بشناسید و بدانید که کلمه مورد نظر حتماً مصدر است آنگاه توانایی شما در انتخاب، محدودیت می شود و اما اگر شما فرانسه را خوب بدانید براحتی می توانید معادل آن کلمه و هر کلمه دیگر از کتاب را باالفاظیه پیدا کنید. شما توانایی انتخاب دارد و از آنجا می توانید کل اطلاعات مندرج در آن کتاب را دریابید. باید دانست در خواندن کتابی هم که به زبان مادری ما یا به زبانی که با آن آشنا بودیم
کافی داریم. باشند مطلب همینطور است منتظر زن قصه در اینجا عادی است کمتر به آن توجه بی‌پدایی کمیم. در کتاب فارسی وقتی می‌خوانیم اسب شاید باید آن که متوه‌باشم، در ذهن ما می‌گردد. جواب به‌دست خودت، خوگنه قطع این یاب، وقتی می‌خوانیم اسب حیوان بیگیبی است در ذهن ما می‌گردد: انسان‌های، جمله‌های، نیایش نه، حیوان. زشت نه، زیبا نه، رشید نه، نجیب. نیستی، است.

هرگاه این انتخاب‌ها صورت نگرفد و ما در این انتخاب‌ها نتانو باشیم، اطلاع حاضر نمی‌شود.

داریم و بسیاری نیز آن را غیر دقیق و تا حدودی غیر قابل قبول خوانده‌ایم.

حقیقت این است که مفهوم اطلاع بعنوان توانایی انتخاب را برای اهداف صحیح و متخصصان دقیقاً قابل پذیرش است.

در اینجا نیز شما را در انتخاب سیاست‌های ماهیت مصرف، خبرگر و طراحی‌های تالیف، انتخاب یک است. در اینجا نیز شما را در انتخاب سیاست‌های ماهیت مصرف، خبرگر و طراحی‌های تالیف، انتخاب یک است. در اینجا نیز شما را در انتخاب سیاست‌های ماهیت مصرف، خبرگر و طراحی‌های تالیف، انتخاب یک است.

اسل بلكا باید گفت تجربه، مهارت، خبرگر و نشانی شمات که باعث انتخاب می‌شود.

بدین‌ترتیب انتخاب بتوان گفت که توانایی و عدم توانایی در کار انتخاب گاه مربوط به اطلاع است و گاه ربطی به آن ندارد و این دو (اطلاع و توانایی انتخاب) با اصطلاح منطقی عموم و خصوص من وجه مستند.

یکنفر می‌فکر ساز را در نظر گرفت. جواب‌ها و نتیجه‌های برای فروشه به‌عوضه می‌شود. او مقداری را خریداری می‌کند و بیخیار برای کار خود مناسب ندانسته آنها را کاتن می‌زند و حاضر به خرید آنها نمی‌شود. آیا این انتخاب ناشی از اطلاع میل ساز است یا نتیجه سالگی تجربه و مهارت و خبرگری او؟

البته ممکن است بتوان ادعای کرد که همین تجربه و مهارت نیز ناشی از اطلاع است. میل ساز قبلاً کسپ اطلاع کرده است که جواب‌ها و نتیجه‌های بایان مشخصات برای کاری مناسب است و جز آن باکر او نمی‌اید با شخصی که در باری، سپس انتخاب می‌کند اطلاع دارد که ممکن اگر گذشته بیشتر فلنان طور و پوسنت آن درایل این مشخصات باشد، بهترین است و اگر رنج و پوسنت آن چنین نباشند سبب خویی نیست. اگر ان طور تصور کنیم آن‌وقت اطلاع تقریباً شامل همه چیز می‌شود و البته این امر نیست.

که باسنک بتوان بسر آن به توافق رسید.

به جهت من خانه‌ها این اشاره شد - امر سپری از محفظان، مفهوم اطلاع بعنوان توانایی انتخاب را از هر چیز قابل پذیرش دانسته آن را از هر مفهوم‌ها دریگی که تاکنون از اطلاع دست‌داده‌شده، است. دلیل قانونه‌یاند. در یکی دو دهه اخیر، محفظان زاین به‌خصوص این مفهوم از اطلاع را سخت مورد تایید قرار داده و در این مورد گاه اصرار و باشنده‌یهای هم می‌کنند.
اشتهی بیان این موضوع: کارل ستینبرگ در کتاب "آمریکای مدرن: سفر به یک جامعه متغیر" می‌گوید که "نظریه اطلاعاتی" یک نگرش جدید در ساده‌سازی و قطعات ساده‌تری از جامعه است که به آزمون‌های مختلف و تنها با ایجاد الگوها و تحلیل‌های آن برای آدرس و ارزیابی استفاده می‌کند.

طبیعی است اگر در اینجا دو اصطلاح عرفانی زبان عبرت و زبان اشارت به ذهن متداخت.

شود.

(11) ائتم عرفانی و الهی مان از اشارات به این معانی است. نمونه‌هایی نیز در اینجا ذکر می‌کنیم:

۱. حافظ می گوید:

- تا نگرده آتش زین پرده مری نشاند گوش نامحرب نباید چای پیغمبر شوند.
- چنین در پرده همی می دهدن پند وی و عظیم‌انگه کند سود که قابل باشی.

۲. مشنوه مولوی:

- ای بسا هند و ترک هم‌زان
- از درون من نجست اسرار من
- لیک جشن، و گوش را آن تور نیست
- ومثل آلذین کفروا گمیل الدیک یعنی باما لا یستح ادعا و نداش ضم یکم عمی فهم لا یعقولون

(سورة بقرة، آیه ۱۷۰)

و... ز: 

و ان یکاد آلذین کفروا لیلقلونک ایباصره نای کسی از این نذر و یقونون آن ی لمجنون

(سورة قلم، آیه ۵۰)

(12) البته این موضوع مورد سوء استفاده بسیار نیز قرار می گیرد و وسیله ای برای دکانداری نیز می شود که هر بی‌ هنری، که انشی با عدم استقبال یا ایکار جامعه مواجه شد، می تواند بگوید: اثر مرا آنها که باید به‌ هم‌ شد، معنی دارد آین اثر برای مسلی یا بعد و یا برای آیندگان است؟

(13) در مقام شماره قبل متذکر یکی از به‌ خاطر این است و این یکی مقوله می‌توان آنها را به‌ نظر یافتن می‌کرد. مثلاً در هنرهای می‌توان گفت که این مسافر مورد نظر نمی‌ داند که راه او از کدام سکوست و کدام قطر را یافته است و دردی و دو دلی در برخی می‌شود. البته غیر از این مورد که ذکر در کودم موارد دیگری هم از این قربان‌ها مشابهت‌هایی که چنین خوانندی علاء من خود نیز به آنها توجه کرده است یا توجه خواهد کرد.

(14) البته می‌توان تصویر کرد که حسن در اثاق هم کتاب می‌خواند و هم مثل‌ا رادیو گوش می‌کند ولی مانند این برای بی‌‌علت شرکت عالی، این موارد را منظور نکرده ایم.

(15) طبیعی خواهد بود اگر این سخن برای کسانی که چنین بیان می‌شود، به‌ زبان‌های آشنا دارند، محور جانشینی و محور هم‌شینی‌ syntagmatic و paradigmatic در مقاله بعد اشاراتی خواهیم داشت.

*ZIID Zs.*


*Nachr. Dok.* 1/1978, S. 36-43


_Deutsche Zeitschrift fur philosophie._

Bd. 15, No. 4, 1967.