

## فضای مجازی و مانکن‌شدگی کاربران ( تحلیل نشانه‌شناختی چالش مانکن )

مهدی پرور<sup>۱</sup>، محمدتقی عباسی شوازی<sup>۲</sup>، احسان حمیدی زاده<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۵، تاریخ تایید: ۹۸/۱/۲۵

### چکیده

در این تحقیق با استفاده از بینش روشمند نشانه‌شناسی به تجزیه و تحلیل پدیده رسانه‌ای «چالش مانکن» اقدام شده است؛ این مطالعه با هدف کشف و فهم دلالت‌های ضمنی چالش مانکن و واکاوی چگونگی عملکرد و اثرگذاری آشکار و پنهان رسانه‌های تعاملی بر روی کاربران در قالب جریان‌سازی‌هایی رسانه‌ای بوده است. بدین منظور، سه ویدئوی خارجی از سایت یوتیوب و سه ویدئوی ایرانی از سایت آپارات انتخاب و مطابق عناصر تحلیلی نشانه‌شناسی رولان بارت، تحلیل شدند، براساس علائم و نشانه‌های استخراج‌شده، نتایج حاکی است اسطوره‌های فعال‌نمایی، نمایش چشمگیر، مصرف‌نمایشی، نمایش‌نمایی و نمایش‌تن‌آسایی، مهم‌ترین دلالت‌های ضمنی این چالش و عوامل احتمالی ترغیب کاربران به مشارکت در این چالش بوده است. به نظر می‌رسد کاربران شبکه‌های اجتماعی و چالش مانکن، نه تنها کاربرانی کاملاً فعال، خلاق و با عاملیت تام نیستند، بلکه به‌عنوان «سوژه‌هایی سربراه» و مانکن‌هایی آلت دست در بستری از فراغت و سرگرمی نه تنها چیزی را به چالش نمی‌کشند، بلکه طی رفتاری مقلدانه و توده‌ای در راستای تداوم ارزش‌های سرمایه‌داری عمل می‌کنند.

**واژگان کلیدی:** رسانه‌های تعاملی، جریان‌سازی رسانه‌ای، چالش مانکن، نشانه‌شناسی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

<sup>۱</sup> پژوهشگر اجتماعی و دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

([mehdiparvar@gmail.com](mailto:mehdiparvar@gmail.com))

<sup>۲</sup> استادیار بخش جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، نویسنده مسئول

([mtabbasi@rose.shirazu.ac.ir](mailto:mtabbasi@rose.shirazu.ac.ir))

<sup>۳</sup> استادیار بخش جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز ( [ehamidi@shirazu.ac.ir](mailto:ehamidi@shirazu.ac.ir) )

## مقدمه

انقلاب اطلاعات و ارتباطات، انسان امروز را در آستانه ورود به عصری جدید قرار داده است که نیل پستمن<sup>۱</sup> آن را عصر تکنوپولی می‌نامد. در عصر تکنوپولی به تعبیر پستمن، جهان دیگر نه «مسطح» است و نه «گرد»؛ بلکه کاملاً شبکه‌ای است (تاجیک، ۱۳۸۹: ۹). فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، حوزه تعاملات اجتماعی و مبادلات جهانی را به‌گونه‌ای دگرگون ساخته است که مفهوم «مکان» به‌عنوان پیش‌فرض ضروری تعاملات انسانی، به مدد فن‌آوری‌های مزبور با مفهوم «فضا» جایگزین شده است. متأثر از این جابجایی، بسیاری از کنش‌های متقابل اجتماعی، بدون نیاز به مکان مشترک، در فضای مجازی انجام می‌گیرند (محسنی تبریزی و کرم‌الهی، ۱۳۸۸: ۱۶). صاحب‌نظران در حیطه جهانی‌شدن این شرایط را با تعبیر و اصطلاحاتی نظیر «دهکده جهانی» خطاب می‌کنند. به اعتقاد مک‌لوهان جهانی‌شدن، که ابزارهای ارتباطی یکی از مهم‌ترین عوامل آن هستند، فرهنگ را به‌واسطه گسترش دادن فرهنگ توده‌ای در جامعه جهانی ممکن می‌سازد (قیدادی، صادقلو و شهدادی: ۱۳۹۴: ۱۵۷). ماکس هورکایمر (۱۳۸۴) رسانه‌ها را ابزارهای فرآیند غالب‌شدن صنعت فرهنگ نظام سرمایه‌داری در دهکده جهانی می‌داند (ذکایی و امیدی، ۱۳۹۶: ۶).

با ارتقای فناوری رسانه‌ای و ظهور تلویزیون کابلی، ماهواره‌ای، ابزارها و فناوری‌های بعدی همچون اینترنت و شبکه‌های اجتماعی روز به روز فرهنگ رسانه‌ای به‌شکل اساسی‌تری از سبک زندگی تبدیل شده است (Kellner, 2003: 11). ما در زندگی روزمره خود از ابزارهای رسانه‌ای برای خواندن، نوشتن، آپلود، ارتباط و همکاری استفاده می‌کنیم. این ابزار و مناسبات فرآیندی پیچیده و مبتنی بر نیاز جوامع بشری تبدیل شده‌اند؛ به گونه‌ای که به‌صورت آشکار و پنهان علایق ما را جهت‌دهی می‌کنند (Fuchs & Sandoval, 2014: 515)، بروزات این شرایط، دامن‌زدن رسانه‌های تعاملی به جریان‌سازی‌هایی رسانه‌ای است که کاربران را از سراسر جهان درگیر خود می‌کنند.

همه گفته‌ها در اهمیت نقش رسانه‌ها از اینجا ناشی می‌شود که رسانه‌ها انفجار گسترده‌ای از قابلیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در مناسبات انسانی ایجاد کرده‌اند. اما همواره به اندازه همه تعریف و تمجیدها و قابلیت‌هایی که تکنولوژی رسانه‌ای برای زندگی اجتماعی مهیا کرده است، بدبینی‌ها نسبت به نوع تأثیرگذاری آنها وجود داشته است. به اعتقاد بودریار، امروزه درحالی که اطلاعات نقش و حضور بسیار گسترده‌ای در جامعه دارند، معنا هرچه کمتر و کمتر حضور دارد و فقدان معنا رابطه مستقیمی با کنش مضمحل‌کننده و بازدارنده اطلاعات، رسانه‌ها به‌خصوص

<sup>1</sup> Postman

رسانه‌های همگانی دارد؛ به گونه‌ای که اجتماعی‌شدن در همه‌جا برحسب میزان قرارگرفتن در معرض پیام‌های رسانه‌ای مورد سنجش قرار می‌گیرد. در این شرایط، آنهایی که در معرض رسانه‌ها قرار نگرفته‌اند عملاً غیراجتماعی محسوب می‌شوند (منصوریان، ۱۳۹۳).

در شرایطی که مصرف‌رسانه‌ای به‌عنوان جزئی از سبک‌زندگی، موضوعیت ضروری پیدا کرده است. پیدایش رسانه‌های تعاملی اخیراً خوش‌بینی‌هایی را مبتنی بر تغییر فرآیند تأثیرگذاری و تغییر نقش افراد از مخاطبان به کاربران تأثیرگذار به همراه داشت. با این وجود، امروزه کاربران رسانه‌ها پیوسته درگیر جریان‌سازی‌هایی همچون: «چالش آب سرد»، «چالش مانکن» و جریان‌سازی‌های رسانه‌ای مشابه می‌شوند که بی‌شبهت با جریان‌سازی‌های هدفمند توده‌ای رسانه‌های ارتباط جمعی نیست. این نوع جریان‌سازی‌های توده‌وار، سؤالاتی جدی از خوش‌بینی‌ها را نسبت به عملکرد تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید مطرح می‌کند.

طی پدیده‌ی چالش مانکن افراد به‌صورت فریز شده در هر حالتی که هستند به‌صورت مانکن بدون حرکت می‌مانند و تنها چیزی که در حال حرکت است دوربینی است که شخص فیلم‌بردار در پشت صحنه عامل آن است. افراد کلیپ‌های چالش مانکن وضعیت خود را در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به اشتراک و نمایش می‌گذارند تا ضمن مشارکت در این چالش، شاهد لایک از طرف دیگران باشند. این کلیپ‌ها با استقبال بی‌نظیر کاربران شبکه‌های اجتماعی (افراد عادی، ورزشکاران، هنرمندان، سیاستمداران و غیره...) از سراسر جهان روبه‌رو بوده است. این چالش‌ها مدام در حال تکرار و تنوع یافتن هستند و بسیاری از افراد هم از انجام و نمایش آن سرگرم می‌شوند و شاید لذت می‌برند، اما کمتر کسی به آن به‌عنوان یک مسئله‌ی اجتماعی و یا حتی جامعه‌شناختی می‌نگرد. از این موضع سؤالات مهمی را می‌توان پرسید، سؤالاتی همچون: چالش مانکن حامل چه علائم، نشانه‌ها و اسطوره‌های جذابی است که مخاطبانی را از سراسر جهان درگیر خود می‌کند؟ دلالت‌های ضمنی چالش مانکن چیست و بازنمایی‌کننده چه ارزش‌هایی است؟ و در نهایت ارزش‌هایی که در پدیده‌ی چالش مانکن توسط مخاطبان بازنمایی می‌شوند چه علائم، نشانه‌ها، اسطوره‌ها و زمینه‌های اجتماعی را به حاشیه می‌راند؟ این مطالعه، سعی دارد از این منظر به سؤالات فوق پاسخ گوید.

### پیشینه پژوهش

همان‌طور که پیرس<sup>۱</sup> گفته است «ما از طریق نشانه‌هاست که می‌توانیم بیاندیشیم» در واقع، ما معنا را از طریق تولید و تفسیر «نشانه‌ها» به‌وجود می‌آوریم (چندلر، ۱۳۸۷: ۴۱). نشانه‌ها نیز در هر حالتی (نوشتاری، دیداری و غیره...) بازنمایی‌کننده معانی و نشانه‌های دیگر هستند که

<sup>۱</sup> Charles

به گفته بودریلار «هر مفهومی با چیزی به نام ارزش-نشانه درآمیخته است» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۲۹۴). متون رسانه‌ای به نیز به‌مثابه دستگاه‌های نمادین نشانه‌ای مطرح هستند که دربردارنده معانی و نشانه‌های آشکار و پنهان‌اند. به کمک روش نشانه‌شناسی، می‌توان به شناسایی جنبه‌های جهت‌مند آشکار و پنهان هر متنی از جمله متون رسانه‌ای اقدام کرد (Nishida, 2011: 426)، شناسایی معانی متون مختلف به‌واسطه روش نشانه‌شناسی با تمرکز و واکاوی ویژگی‌ها، خاستگاه و سیرتکامل نشانه‌ها حاصل می‌شود (chatthe, 2006). محققانی زیادی در سراسر جهان به روش نشانه‌شناسی به تحلیل متون رسانه‌ای تمسک جسته‌اند؛ اوشاگنسی و باینز (۲۰۰۹) به نحوه استفاده گروه‌ها با ایدئولوژی‌های مختلف از رسانه‌ها (به‌خصوص اینترنت و شبکه‌های اجتماعی) با روش نشانه‌شناسی انتقادی پرداختند. نتایج تحقیقشان بیانگر این است که رسانه‌ها محملی اجتماعی را برای بازنمایی گفتمان‌های گروه‌های مختلف فراهم می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که این رسانه‌ها به‌عنوان ابزار تبلیغاتی و نوعی ارتباط نمادین برای گروه‌های مختلف برای رسیدن به اهدافشان عمل می‌کنند. تحقیقات درمورد رسانه‌ها با روش نشانه‌شناسی بیشتر برگرفته از نظر بنیانگزاران این روش بوده است؛ جیسون دار<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در تحقیق خود با بررسی نحوه به‌کارگیری نظریه نشانه‌شناختی سوسور در تحقیقات رسانه‌ای به این نتیجه رسید که می‌توان رابطه دال - مدلول در نظریه سوسور را در مفاهیم نشانه - معنی در تحلیل ساختار رسانه‌ها ردیابی کرد؛ چراکه این مفاهیم در یک مدل معرفت‌شناسی خاص و مشابه تعبیه شده‌اند. لئو<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی مشابه با اوشاگنسی و باینز<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) اشاره می‌کند که فضای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی به گروه‌های مختلف در بسط ایدئولوژی‌هایشان به مناطق دوردست جهان با «نمادپردازی مشابه» کمک می‌کنند.

استروم<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) تحقیقی با روش نشانه‌شناسی در پاسخ به این سؤال که چه جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک در عکس‌های خبری در رسانه‌های اسپانیایی زبان ایالات متحده وجود دارد؟ انجام داد. تحلیل این عکس‌ها با نشانه‌شناسی انتقادی نشان داد که ایدئولوژی مشارکت در مقابل محرومیت جهت‌گیری اصلی آنهاست. این ایدئولوژی خود بر پایه مفهوم تحول در مقابل حمایت از ایدئولوژی حاکم و بیانگر تأیید رویکرد انتقادی این تحقیق بوده است. همچنین باید گفت که تحقیقات در حوزه رسانه‌ها با به‌کارگیری روش نشانه‌شناختی متمرکز بر عملکرد رسانه‌هایی خاص نیست؛ لاتور، اولیوا و بیسلو<sup>۵</sup> (۲۰۱۷) در مطالعه خود با هدف تحلیل

<sup>۱</sup> Jaysane-Darr

<sup>۲</sup> Raymond W.K. Lau

<sup>۳</sup> Binner

<sup>۴</sup> Megan Strom

<sup>۵</sup> Latorre, Oliva & Besalú

بازی‌های ویدئویی با نشانه‌شناسی اجتماعی، به‌منظور یافتن پتانسیل‌های محتوایی بازی‌های ویدئویی، به‌کارگیری روش نشانه‌شناسی اجتماعی منجر به روایت‌شناسی بازی‌های ویدئویی در مقابل دیدگاه لودوجیکال و توجه به بازنمایی در مقابل دیدگاه حل مسئله شد؛ مشخص شد که بازی‌های مختلف اهداف ایدئولوژیکی متفاوتی در ورای خود دارند. با این روش، همچنین توجه به منظرهای جذاب سرمایه‌داری و الگوهای قابل توجهی از تعاملات مربوط به انباشت اقلام، مصرف‌گرایی و نئولیبرالیسم در فرآیند ضمنی بازی‌ها درک شد. به‌کارگیری روش نشانه‌شناختی مزیت‌های بسیاری در تحقیقات در مورد رسانه‌ها دارد؛ چراکه هرگونه عملکردی در رسانه‌ها از اصل بازنمایی پیروی می‌کند و به‌کارگیری تکنیک‌های روش‌های نشانه‌شناختی می‌تواند بسیاری از فرایندهای بازنمایی‌شده حاکم بر ساختار پدیده‌های رسانه‌ای که در نگاه عادی ملموس نیست را بر محققان آشکار سازد (سجودی، ۱۳۷۷). در تحقیقات داخلی و خارجی انجام‌شده، موضوعی که به‌عنوان مسئله مورد بررسی این تحقیق مطرح است؛ یعنی توجه به «چالش مانکن» به‌عنوان یک پدیده رسانه‌ای مورد توجه قرار نگرفته است، در این تحقیق، با نظر به اینکه می‌توان با روش نشانه‌شناسی به شناسایی عملکردهای سوگیرانه متن‌ها (به‌خصوص متون رسانه‌ای) در مناسبات اجتماعی اقدام کرد، با تحلیل ویدئوهایی از پدیده چالش مانکن به‌عنوان متون مورد بررسی، هدف تحلیل این پدیده برای پی‌بردن به فرآیندهای است که به‌صورت آشکار و پنهان به‌واسطه آن بازنمایی و واپس‌رانده شده می‌شوند.

### مبانی نظری

بدون شک، امروزه تکنولوژی رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر تحولات اجتماعی است که هر روز نیز با ارتقای فناوری بر اهمیت آن افزوده می‌شود. واکاوی نقش مهم و اساسی تکنولوژی رسانه‌ای در مناسبات پیچیده جوامع مابعد مدرن، نیازمند رجوع به ابتدایی‌ترین تفاسیر نوع تأثیرگذاری ابزارهای رسانه‌ای در مناسبات فرهنگی- اجتماعی مدرنیته است. برخی از اندیشمندان کلاسیک جامعه‌شناسی در ابتدای دوران مدرنیته تفاسیر منحصربه‌فردی از عملکردهای آشکار و پنهان سازوکارهای فرهنگی و اجتماعی مدرنیته و نوع عملکرد ابزارهای رسانه‌ای آن به‌دست داده‌اند. هر چند این نظریه‌ها تماماً قدرت تبیین تحولات اجتماعی امروزی و به تبع تبیین تأثیرگذاری ابزار رسانه‌ای را ندارند، اما همچنان می‌توانند مرجعی برای آگاهی از بنیان فرآیندهای حاکم بر تحولات و پدیده‌های معاصر باشند. در این تحقیق، ابتدا نظر بر تفسیر مارکس از فرآیندهای حاکم بر جوامع مدرن سرمایه‌داری بوده است. به کمک نظریهٔ وبلن<sup>۱</sup>، به نوع رویه‌ها و ایدال‌های مناسبات فرهنگی و

<sup>۱</sup> Veblen

اجتماعی زندگی مدرن سرمایه‌دارانه توجه شده است. در نهایت اینکه با استفاده از بینش نظریه پردازان مکتب فرانکفورت، به عملکرد ابزارهای فرهنگی - اجتماعی جامعه سرمایه‌داری از قبیل ابزارهای ارتباطی آن در قالب صنعت فرهنگ، به تجزیه و تحلیل و واکاوی پدیده رسانه‌ای چالش مانکن اقدام شده است. در واقع، چارچوب نظری این تحقیق، ترکیبی از نظریه اندیشمندان ملهم از مارکس و حاوی گزاره‌های انتقادی به سرمایه‌داری است. در ادامه، به برخی از اندیشه‌های این اندیشمندان پرداخته می‌شود.

به باور مارکس ارتباط و مناسبات اجتماعی افراد جامعه برای رفع نیازهای‌شان در هر دوره از تاریخ، متفاوت است، اما وجه مهم مناسبات اجتماعی در جوامع مدرن و مابعد از آن اهمیت‌یافتن «سرمایه» است. برخورداری یا عدم برخورداری از سرمایه، ناشی از جایگاه نسبی هر فرد نسبت به ابزار تولید و دسترسی به منابع کمیاب است. دوران مدرن، همراه بوده است با ظهور ابداعات، اختراعات و فناوری‌هایی تکنولوژیک که به مهم‌ترین دستاویز جایگاه‌های برتر، مالکان و سرمایه‌داران در مدیریت منابع و موقعیت‌های محدود همراه بوده است؛ پیامد این شرایط، تثبیت جایگاه سرمایه‌داران و کنترل همه‌جانبه بر جامعه بوده است (دیلینی، ۱۳۸۷: ۱۱۱-۱۱۴)؛ چراکه کمک تکنولوژی تنها در سازوکارهای زیربنایی محدود نیست، بلکه روبنای فرهنگی نیز به‌واسطه ابزارهای تکنولوژیک همچون رسانه‌ها به‌شکلی نامرئی به کنترل سرمایه‌داران در می‌آید و دائماً این فرآیند بازتولید می‌شود. در واقع، سرمایه‌داران با تسلط بی‌نظیر، خواست‌های خود را بر جامعه تحمیل می‌کند و به‌واسطه تسلط همه‌جانبه بر مناسبات و روابط تولید، همه‌چیز در خدمت آنها عمل می‌کند (کوزر، ۱۳۷۳: ۷۵-۷۶ و ۳۵۹). در چنین شرایطی که نظام سرمایه‌داری برای دیگر اقشار جامعه؛ همچون کارگران به‌وجود آورده است، فعالیتشان جز انفعال، نیروی‌شان جز بی‌قدرتی و خلاقیتشان جز درماندگی‌شان نیست (کوزر، ۱۳۷۳: ۸۶). هربرت مارکوزه در کتاب «انسان تک‌ساختی» خاطرنشان می‌کند؛ در جامعه تکنولوژیک، سرمایه‌داری افراد اسیر تحمیل‌های جامعه سرمایه‌داری می‌شوند (صمیمی، ۱۳۸۵: ۲۲۸-۲۲۹)، به مدد تکنولوژی شرایطی برای سرمایه‌داران مهیا شده است که از رهگذر آن فرآیندهای فرهنگ، سیاست و اقتصاد در هم می‌آمیزد و سیستمی پدید می‌آید که تمام شئون زندگی انسان‌ها را می‌بلعد. در این شرایط، دیگر اقشار جامعه، منفعلانه رویه‌های رفاه و مصرف‌گرایی ترویج‌شده از سوی سرمایه‌داران حاکم را می‌پذیرند (آزاد ارمکی، ۱۳۸۱: ۱۲۲-۱۲۳).

وبلن معتقد است تکنولوژی که سرمایه‌داران به‌واسطه آن بر ثروت و قدرتشان می‌افزایند و بر جامعه تسلط همه‌جانبه پیدا کرده‌اند، حاصل تلاش اهل فن، مبتکران و اندیشمندان است. او می‌گوید افراد در همه جوامع در تلاش هستند به «حرمت نفس» که بازتاب حرمت فرد در نظر دیگران است، دست یابند و آن را با توسل به کوشش‌های رقابت‌آمیز مورد پسند جامعه به‌دست

آوردند (کوزر، ۱۳۷۳: ۳۶۱)، در نظام سرمایه‌داری به‌واسطه تسلط سرمایه‌داران «مالکیت دارایی» و «سرمایه» از حرمت نفس همگانی برخوردار است. آنها برای نشان دادن برتری‌شان به رویه‌هایی چون مصرف چشمگیر، تن‌آسایی چشمگیر و نمایش چشمگیر اقدام می‌نمایند. رویه‌هایی که به عقیده وبلن مربوط به عصر اشراف‌سالاری (بربریت) است، اما امروزه این رویه‌ها به کوشش‌های رقابت‌آمیز مورد پسند جامعه تبدیل شده‌اند و افراد جامعه با توسل به آنها «بلندپایگی» خود را به رخ می‌کشند (دیلینی، ۱۳۸۷: ۲۹۷-۳۰۱). در واقع، تکنولوژی که حاصل کار اندیشمندان و اهل فن است، به‌گونه‌ای نظام‌مند در جهت تسلط همه‌جانبه طبقه سرمایه‌دار بر جامعه و بازتولید آن عمل می‌کند.

در شرایطی که تمام شئون زندگی را تکنولوژی به نفع سرمایه‌داران هارمونی بخشیده است، به‌واسطه «صنعت فرهنگ» - که برآیند ابزار تکنولوژیکی به‌خصوص ابزار رسانه‌ای تحت سیطره نظام سرمایه‌داری است - چنین فرهنگ جهت داده‌شده، ساختگی و غیرخودجوشی ایجاد می‌شود؛ فرهنگی توده‌ای با تأثیری سرکوب‌کننده بر اندیشه‌های خودجوش مردم باعث می‌شود آنها در گرداب هژمونیک صنعت فرهنگ گرفتار شوند و بر اساس مجموعه‌ای افکار بسته‌بندی شده عمل کنند (توسلی، ۱۳۶۹: ۴۸۶).

با این وجود، در میان تمام انتقادهای اندیشمندان مکتب انتقادی بر نظام سرمایه‌داری هابرماس تکنولوژی و ابزار رسانه‌ای را با نوعی نگاه خوش‌بینانه عنصر مهمی از پروژه ناتمام مدرنیته می‌داند که باید آن را تکمیل کرد تا بتوان از پیامدهای مخربش در امان ماند. راه‌حل آن نیز گسترش عقلانیت تفاهمی در همه حوزه‌های انسانی است. از نظر او حرکت به سوی مهیاکردن شرایط ایده‌آل برای ابراز سخن و انجام گفت‌وگو، از مهم‌ترین راهکارها برای گسترش عقلانیت تفاهمی است (نظام بهرامی، ۱۳۸۱؛ ۱۰). این خوش‌بینی هابرماس به این اندیشه‌اش در مورد نظام سرمایه‌داری بر می‌گردد که او معتقد است به‌واسطه تحولات سرمایه‌داری، نوع جدیدی از حوزه عمومی به‌وجود آمد؛ در واقع، بین قلمرو اقتدار همگانی یا دولت از یک‌سو و قلمرو خصوصی جامعه مدنی و روابط شخصی از سوی دیگر، حوزه جدیدی از عامه پدیدار شد که مردم با مشارکت در آن بین خودشان، قواعد دو حوزه دیگر را به بحث می‌گذاشتند و مهم‌ترین خصیصه کارشان استفاده از استدلال بود (تامسون، ۱۳۸۰؛ ۸۷)، البته در ادامه، هابرماس از ناکامی حوزه عمومی در مواجهه با مداخلات بازار (سرمایه‌داری) از یک‌سو و از سوی دیگر دولت‌ها سخن می‌گوید. از منظر او، عقلانیت تفاهمی با کنش ارتباطی و بر اساس تفاهم بین‌الذهانی شکل می‌گیرد که رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند. او معتقد است در فضایی مثل اینترنت که در آن مردم، بدون محدودیت می‌توانند در مورد مسائل عمومی به‌صورت نامحدود بحث و مناظره کنند، چارچوب‌هایی نامحدود دسترسی به اطلاعات و

مشارکت برابر در گفتمان می‌تواند هدایت‌گر دموکراتیزه‌شدن جوامع باشد. فضایی قابل دسترس برای عموم مردم که از طریق این فضا حوزه عمومی به واسطه کنش ارتباطی باز تولید می‌شود؛ چراکه در این فضا به‌گونه‌ای می‌تواند امکان تأسیس وضعیت ایده‌آل کلامی فارغ از اجبار میسر شود (بوستانی و پولادی، ۱۳۹۶؛ ۳۰). اما همان‌طور که رسانه‌های جمعی نتوانستند حوزه عمومی را تداوم ببخشند، توان رسانه‌های جدید و جایگزین هم برای تحقق و تداوم حوزه عمومی همراه با چالش‌های فراوانی همچون هجوم و مداخلات بازار (سرمایه‌داری)، مداخلات دولت‌ها و در نهایت عاملان و کنشگرانی است که خود با عادت‌واره‌های برآمده از نظام سرمایه‌داری در فضای مجازی فعال هستند؛ لذا هنوز مشخص نیست که این رسانه‌ها با راهبردها و ظرفیت‌های جدیدشان، چه قدر در تحقق حوزه عمومی و عاملیت حقیقی مخاطبان و کاربران توانا هستند.

### روش پژوهش

در این پژوهش توصیفی-تحلیلی - که با روش نشانه‌شناسی رولان بارت<sup>۱</sup> انجام شده است - شش ویدئوی پربیننده از چالش مانکن (سه ویدئوی داخلی و سه ویدئوی خارجی) با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و تحلیل شد. تلاش شده است این ویدئوها علاوه بر اینکه پربیننده باشند، با موضوعات متفاوت فعالیت‌های انسانی ساخته شده باشند، تا حداکثر تنوع لحاظ شود. از نظر بارت، همه متون و هنرهایی که مبتنی بر بازنمایی هستند حامل دو پیام صریح یا هماننده و ضمنی (جدول ۱) هستند. پیام صریح در واقع همان چیزی است که همه ما در نگاه اول آن را می‌بینیم، اما دلالت ضمنی تحمیل یک پیام دوم به پیام اصلی که در سه فرایند نخستین (جلوه‌های ویژه، ژست‌ها و اشیاء) و سه فرایند پسین دلالت ضمنی (زیبانه‌سازی، هنرنمایی، هم‌سازی) قابل ردیابی هستند (بارت، ۱۳۹۰: ۱۸). در دلالت نخستین باورپذیری جلوه‌های ویژه، پیامی صرفاً صریح را به‌جای پیامی کاملاً ضمنی قالب می‌کنند. ژست خوانش مدلول‌های ضمنی سوژه را ممکن می‌سازد. اشیاء در تصویر نمادهایی راست‌نما یا به بیانی دیگر حامل معنای خاصی هستند. در دلالت پسین نیز در زیبانه‌سازی جلوه‌های فنی ضمیمه واژگانی فرهنگی می‌شوند که طی آن پیام ضمنی تصویر به کمک تکنیک‌هایی جلوه‌گر می‌شود. هنرنمایی آن است که اثر به هنر نزدیک می‌شود و یا مدلولی در ورای فرآیندهای ضمنی داشته باشد. هم‌سازی به معنای وجود مدلول‌های مشابه متون مورد بررسی است که ممکن است با تحلیل جدای از آنها حاصل نشود (بارت، ۱۳۹۰: ۱۹-۲۴).

<sup>۱</sup> Roland Barthes



در تحلیل ویدئوها به اجزاء و عناصری از قبیل صدا و آواز، پوشش بازیگران و نحوه نمایش زنان و مردان، ارتباط گفتاری و غیرگفتاری، نوع روایت فیلم، حرکت بازیگران و دوربین توجه شده است. بعد از گسترش چالش مانکن، افراد در سراسر دنیا و در موقعیت‌های مختلف تلاش کردند ویدئوهایی را ساخته و منتشر کنند. معیار انتخاب ویدئوها، پربیننده‌بودن، پراکندگی جغرافیایی و با محتوا و موضوعات متنوع بوده است تا تنوع نسبی رعایت شود. بدین ترتیب از شش ویدئوی انتخاب‌شده، دو ویدئو از آمریکا، یک ویدئو از هند از سایت یوتیوب انتخاب شد و سه ویدئوی دیگر نیز کاربران ایرانی انتخاب شده‌اند. برای دسترسی و انتخاب این ویدئوها به شبکه اجتماعی یوتیوب<sup>۱</sup> و آپارات<sup>۲</sup> که کانالی است برای اشتراک‌گذاری فیلم‌های کاربران اینترنت در سراسر جهان و ایران مراجعه شد و بر اساس معیارهای فوق، انتخاب و تحلیل شد. واحد تحلیل در به‌کارگیری مدل بارت، ویدئوهای چالش مانکن بودند. در فرآیند تجزیه و تحلیل، به متون ویدئویی به‌عنوان برش مستندی از زندگی روزمره سازندگان‌شان نگاه شده است که خودشان خالق این برش از زندگی‌شان هستند. در اینجا مؤلفه‌های تحلیلی بارت، یعنی دلالت‌های آشکار و ضمنی از نگاه سوم شخص محقق<sup>۳</sup> تحلیل شده‌اند.

جدول ۱- سطح اولیه و ثانویه قاعده نشانه‌شناسی سوسور از دیدگاه رولان بارت (مهدی‌زاده،

۱۳۹۳: ۱۰۳)

	مدلول اول	دال اول	دلالت اولیه (معنای آشکار)
		نشانه اول	
مدلول جدید		دال جدید	دلالت ثانویه (معنای ضمنی)
		نشانه دوم	

### یافته‌های پژوهش

اولین دلالت معنایی در تحلیل ویدئوها مطابق با مدل بارت، دلالت‌های آشکار ویدئوها است که در جدول (شماره ۲) زیر آمده است.

جدول ۲- دلالت آشکار ویدئوهای مورد بررسی

ویدیو	دلالت آشکار
چالش مانکن در کاخ سفید (امریکا)	این کلیپ مانکن تجمع شخصیت‌های معروف سیاسی و سلبریتی‌ها همچون ال دی جنرس، بیل گیتس و غیره را در سالنی شیک نشان می‌دهد که احتمالاً برای جلسه‌ای جمع شده‌اند و قبل یا بعد از جلسه، با هم در حال دیالوگ‌های دو - سه نفره هستند.

<sup>۱</sup> <https://www.youtube.com>

<sup>۲</sup> <https://www.aparat.com>

<sup>۳</sup> Third-person researcher

## ادامه جدول ۲- دلالت آشکار ویدئوهای مورد بررسی

دلت آشکار	ویدئو
این کلیپ محیط یک دانشگاه را نشان می‌دهد که دانشجویان و عوامل دانشگاه در راهروها، سرکلاس و یا داخل اتاق کار پرسنل وضعیت خود را به چالش مانکن کشیده‌اند.	چالش مانکن در دانشگاه (امریکا)
این کلیپ مانکن اتاق عملی را نشان می‌دهد که پزشکان با عمل سزارین نوزادی را با موفقیت از رحم مادر خارج کرده‌اند.	چالش مانکن در اتاق عمل (ایران)
این کلیپ مانکن وضعیت تعدادی دختر و پسر با ماشین‌های مدل بالا را در حال خوش گذرانی در منطقه‌ای کویری نشان می‌دهد.	چالش مانکن در کویر (ایران)
این کلیپ مانکن وضعیت حسینه‌ای را نشان می‌دهد که تعدادی مرد در مراسم عزاداری در حال دعا، نیایش، گریه کردن هستند.	چالش مانکن در مراسم عزاداری (ایران)
در این کلیپ مانکن اجتماع تعداد زیادی هندی با شمایل خاص خودشان در خیمه مخصوص مراسم عروسی، در حال اجرای مراسم عروسی یک زوج هستند.	چالش مانکن در مراسم عروسی (هند)

اما باید توجه داشت که گام مهم و اساسی مطابق با مدل بارت در فهم معانی ضمنی متون مورد بررسی، فهم دلالت ضمنی (دلالت نخستین شامل؛ جلوه‌های ویژه، ژست‌ها و اشیاء و دلالت پسین شامل؛ زیبنامایی، هنرنامایی و هم‌سازی) آنهاست. در ادامه، به نتایج حاصل‌شده از عناصری که در تحلیل معنای ضمنی ویدئوهای چالش مانکن به‌عنوان متون مورد بررسی به آنها توجه شده است پرداخته می‌شود.

## دلالت‌های نخستین

## جلوه‌های ویژه

بارت در مقاله‌اش «پیام عکس» جلوه‌های ویژه را به این خاطر با اهمیت می‌داند که بدون هشدار و پیش‌بینی در سطح معنای صریح، مداخله می‌کنند. باورپذیری جلوه‌های ویژه، پیامی صرفاً صریح را به‌جای پیامی کاملاً ضمنی قالب می‌کنند. (بارت، ۱۳۹۰: ۱۹).

به‌نظر، مهم‌ترین جلوه ویژه چالش مانکن، فریز شدن افراد برای انجام آن است. افراد در موقعیت‌های مختلف که به انجام چالش مانکن اقدام کرده‌اند، گذشته از موقعیت‌شان که برای نمایش آن فریز شده‌اند، این کار را اقدامی جالب برای نمایش موقعیت دلخواه خود دیده‌اند. در اینجا توجه معطوف به جلوه‌هایی بوده است که به‌واسطه آنها پدیده چالش مانکن توسط افراد به‌صورت عینی خلق شده است، اما این بی‌حرکتی، حاوی یک پیام ضمنی است؛ حالت بی حرکت افراد و حرکت بدون وقفه دوربین یا در اصطلاح فیلم‌برداری نمای سکانس - پلان که

نماد بی‌حرکی و احساس کسالت در تماشگر و نشانگر نوعی عدم تحرک در ماجرای فیلم است با نفس پدیده چالش مانکن قرابتی جالب توجه دارد؛ چراکه مانکن‌شدن افراد تحرکی برای اصل بی‌حرکی است و افراد مانکن شده در عین بی‌حرکی، سرمست از شرکت در اقدامی فعال‌نمایانه هستند که می‌توان اسطوره ذهنی آنها را برای اقدام به این عمل فعال‌نمایی نامید. در معنای ضمنی می‌توان کاربران درگیر در این ویدئوها را مانکن دانست، مانکن‌هایی که با رفتار توده‌ای و تقلیدی خود (اگرچه رگه‌هایی از خلاقیت، فعالیت و مشارکت در آنها وجود دارد) که اغلب هم بدون بهره از تفکرات انتقادی نسبت به شرایط نامطلوب زندگی‌شان است، در یک فرایند فعال‌نمایانه صرفاً خود و دیگران را سرگرم می‌کنند و خود را فعال و خلاق می‌دانند، در حالی که لزوماً چنین نیست. آنها همچون یک مانکن که هیچ قدرتی از خود ندارند، صرفاً برای سرگرمی و جوهی از زندگی خود را به نمایش می‌گذارند. مثلاً در ویدئوی چالش مانکن در حسینیه، فرد مداحی، مانکن نقش خود شده و یا کسی که در حال گریه کردن یا دعا کردن است، فریز و یا مانکن شده است. در حقیقت می‌توان آن را مانکن این چالش و ایدئولوژی فعال‌نمایانه پشت آن دانست. در کل می‌توان گفت مانکن‌شدن در ورای این جلوه، مساوی است با نمایش اقدامی فعال‌نمایانه، اما نه لزوماً فعال، خلاق و همراه با قدرت. بلکه نمایشی تقلیدگرایانه (منظور تقلید کلیت چالش مانکن است، اما افراد در این چالش می‌توانند ژست، موقعیت و خیلی چیزهای دیگر را انتخاب کنند) فاقد عاملیت کامل و فاقد قدرت است.

## ژست‌ها

ژست از نگاه بارت خوانش مدلول‌های ضمنی سوژه را ممکن می‌سازد. در واقع، ژست‌ها دستور حاضر و آماده دلالت را شکل می‌دهند. ژست «دستور زبان تاریخی» است و معنای ضمنی شمایی را باید در فرهنگ جست‌وجو کرد (بارت، ۱۳۹۰: ۲۰). هر ویدئو روایت خاصی را به نمایش می‌گذارد که افراد در چه وضعیتی و با چه حالت‌ها و ژست‌هایی به چالش مانکن اقدام کرده‌اند. وضعیت‌های چون تفریح، مناسک دینی، محیط‌های آموزشی، محل کار و غیره. بدون شک حالتی که افراد در پدیده چالش مانکن به خود گرفته‌اند، ژستی از وجوه زندگی خودشان بوده است. به نظر می‌رسد آنها در تلاش بوده‌اند با حالت خاص خود، برتری خود را در آن وضعیت خاص که به چالش مانکن اقدام کرده‌اند، نشان دهند؛ مثلاً در تصاویر (۱-۴) چالش مانکن در دانشگاه، تفریح در کویر یا مراسم عروسی، خانمی با حالتی که به خود گرفته است با برجسته نشان دادن قسمت خاصی از بدن خود، قصد دارد برتری خود را در آن برتری فاکتورهای زنانگی خود را به رخ بکشد و یا هنرپیشه‌ای چون الن دی جنرس<sup>۱</sup> با

<sup>1</sup> Ellen De Generes

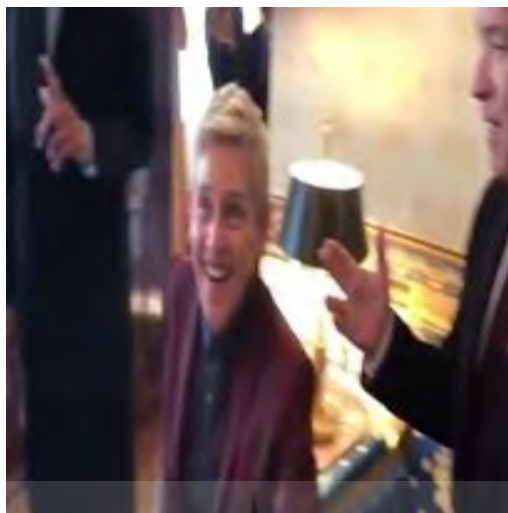
چند دقیقه مانکن استایل خندان و خاص خود، پزشکی در محیط منحصر به فرد خود، افرادی با ژست‌های دلخواه در حال خوشگذرانی در کویر و یا فردی مذهبی در حال انجام مراسم دلخواه خود همه و همه، چند دقیقه در حالتی که دوست دارند فریز شده‌اند. آنها از این اقدام خود لذت می‌برند؛ چراکه وضعیت و حالتی است که برتری‌شان را به رخ می‌کشد و مایه اعتماد به نفسشان است را نمایش می‌دهند. آنها سعی دارند در همان موقعیت خاص، موقعیت اجتماعی‌شان را در بهترین وجه آن به نمایش بگذارند. همه آنها سعی وافر در نمایش چشمگیر (نمایش موقعیت، طبقه، سبک زندگی، تفریحات، قابلیت‌ها و...) موقعیت‌شان دارند. در واقع ژستی که افراد در ویدئوها به خود گرفته‌اند، تلاش آنها برای نمایش چشمگیر وضعیت دلخواهشان است؛ نمایش چشمگیری که سرگرمی خود و دیگران را در بر دارد؛ سرگرمی لذت‌بخش.



عکس ۱. دانشگاهی در آمریکا



عکس ۲. مراسم عروسی: هند



عکس ۳. مراسم عروسی در هند



عکس ۴. مراسم عزاداری در ایران

### اشیاء

به باور بارت، در واقع، اشیاء نمادهایی راست‌نما به‌شمار می‌آیند؛ چراکه به‌راحتی می‌توان آنها را در قالب یک «هم‌سازی» آراست. از نظر بارت شاید اشیاء دیگر قدرت نداشته باشند، اما با این حال به یقین معنا دارند (بارت، ۱۳۹۰: ۲۱).

در اینجا هدف تحلیل، تک‌تک اشیاء قرار گرفته در کادر تصویر نبوده است. آنچه واضح است به‌کارگیری اشیاء موجود در تصاویر توسط افراد، برای نمایش وضعیتی از خودشان به‌عنوان

برشی از زندگی خود بوده است که حاوی معنای ضمنی است. اولین دلالت ضمنی اشیاء نمایش داده شده در هر یک از ویدئوها، دال بر نمایش مصرفشان برای نمایش موقعیت خاص اجتماعی و سبک زندگی برتر افراد مانکن شده است؛ بدین صورت که مثلاً در ویدئوی چالش مانکن در مراسم عروسی در هند، خیمه عروسی و وضعیت پوشش افراد نشان می دهد که این ویدئو مربوط به یک مراسم عروسی هندی است، اما نوع خیمه و تشکیلاتی که بسیار پرزرق و برق هستند، نشان می دهد که مراسم عروسی یک فرد ثروتمند است. در همین ویدئو، خانمی با ژستی که به خود گرفته است به گونه ای طنزآمیز، قدرت بازوی خود را نشان می دهد، اما آنچه بیشتر از این حرکت در تصویر او جلب توجه می کند، جواهر آلاتی است که دست او را پوشانده و در نظر خودش، با این ژست که زیورآلات خود را به نمایش گذاشته و برتری خود را نسبت به دیگران نشان می دهد. همچنین در سایر ویدئوها مثلاً چالش مانکن در کویر، مراسم عروسی، دانشگاه افرادی با موبایل خود به علامت سلفی گرفتن، ژست گرفته اند، اما آنچه بیش از همه جلب توجه می کند، مارک اپل موبایل آنهاست؛ همه افراد با این اقدام، مارک موبایل خود را به رخ کشیده اند. همچنین در ویدئوی چالش مانکن در مراسم عزاداری مذهبی، وجود دیگ های بزرگ نذری، یا در چالش مانکن در کویر وجود ماشین های آفرود و برجسته کردن موبایل مارک اپل، نشانی از مصرف نمایی این اشیاء برای نشان دادن برتری شان در این وضعیت دلخواهشان است. در واقع، اشیای موجود در این ویدئوها را می توان اسطوره مصرف متظاهرانه به عنوان خصیصه ایده آل رفتاری افراد دانست.



عکس ۵: مراسم عروسی: هند



عکس ۶: کویر: ایران



عکس ۷: کاخ سفید آمریکا



عکس ۸: دانشگاهی در آمریکا

جدول ۲- فرآیندهای نخستین دلالت ضمنی

اشیاء	ژست‌ها	جلوه‌های ویژه		
در سالی فرسوده با مبلمان شیک و عکس‌هایی از سیاستمداران پیشین بر دیوار؛ سلبریتی‌ها و سیاستمداران شیک‌پوش را مجالی شده است برای نمایش موقعیت و قابلیت‌های برترشان	سلبریتی‌ها و سیاستمداران با حالت گرفتار شدن با موقعیت و قابلیت‌های خودشان را در این وضعیت به رخ کشیده‌اند.	حرکت پیوسته لنز دوربین با نمایش سلبریتی‌ها و سیاستمداران فریز شده در مانکن ایده‌آل خود	چالش مانکن در کاخ سفید	
دانشجویان در محیط تحصیلی با امکانات مناسب، ابزار و اشیائی را برای نمایش موقعیت برترشان در این وضعیت به کار گرفته‌اند	دانشجویان و اساتید با حالت‌های خود (حتی در نحوه بروز قابلیت‌های شخصی) در این وضعیت، موقعیت و سبک زندگی برتر خود را به نمایش می‌گذارند.	حرکت پیوسته لنز دوربین با نمایش جذابیت دانشجویی در قالب رشته‌های مختلف و جذابیت‌های فردی دانشجویان	چالش مانکن در دانشگاه	ویدیو
همه ابزار و امکانات پیشرفته پزشکی و اشیاء و لوازمات خاص که در اتاق عمل به نمایش درآمده‌اند؛ نمایی رشک‌برانگیز از موقعیت اجتماعی پزشکان و اهمیت کار آنها را نشان می‌دهد.	پزشکان و عوامل تیم جراحی با حالت‌های خود به نمایش اهمیت کار و موقعیت برتر خود پرداخته‌اند	حرکت پیوسته لنز دوربین با نمایش نحوه کار پزشکان و پزشک‌بودگی	چالش مانکن در اتاق عمل	
نمایش عده‌های دختر و پسر با ماشین‌های گران‌قیمت، موبایل‌های اپل مارک و غیره در حال خوشگذرانی در کویر، نمایی از زندگی اشرافی آنهاست.	بچه‌های پولدار با حالت‌های خود در وضعیت تفریح موقعیت و قابلیت‌های زندگی اشرافی خود را به رخ کشیده‌اند	حرکت پیوسته لنز دوربین در نمایش وضعیت تفریح بچه پولدارها با جذاب‌ترین ژست‌های مفرح	چالش مانکن در کویر ایران	
نمایش حسینی‌ای که دیوارهای آن تماماً پارچه‌های سیاهپوش است؛ دیگ‌های بزرگ نذری در حیات همگی نمایشی را برای نشان دادن موقعیت و مرتبه بالای معنوی افرادی را می‌رساند که در حال عزاداری در آنجا هستند	افراد با حالت‌های خود در مراسم عزاداری مذهبی، موقعیت بلندمرتبه معنوی خود را نشان می‌دهند	حرکت پیوسته لنز دوربین با نمایش عبادت‌کنندگانی در حال انجام اعمال بی‌نظیر عبادی نشان می‌دهد	چالش مانکن مراسم عزاداری	ویدیو
افراد در مراسم شاد عروسی با نمایش البسه، موبایل‌های گران‌قیمت و طلا و جواهرات خود، موقعیت اجتماعی سطح بالایی از خودشان به نمایش می‌گذارند.	افراد با حالت‌های خود قابلیت‌ها و موقعیت برتر خود را با نمایش حالت‌ها و قابلیت‌های جامعه‌پسند به بهترین وجه به رخ کشیده‌اند	حرکت پیوسته لنز دوربین با نمایش افراد مشارکت‌کننده در شکوه بی‌نظیر و خاطره‌انگیز مراسم مقدس ازدواج	چالش مانکن در مجلس عروسی در هند	
نمایش مصرف متظاهرانه	نمایش چشم‌گیر	فعال نمایی	دال اسطوره‌ای	



## دلالت‌های پسین

### زیبانمایی

از نظر بارت، زیبانمایی ساختاری است که پیام ضمنی تصویر به کمک تکنیک‌هایی جلوه‌گر شده است. در واقع، در زیبانمایی «جلوه‌های فنی» ضمیمه‌ واژگانی فرهنگی می‌شوند (بارت، ۱۳۹۰: ۲۲). در اینجا توجه به یافتن جوابی برای این سؤال است که چه عاملی موجب جلب توجه و زیبانمایی پدیده‌ چالش مانکن شده است که عاملی برای جلب توجه افراد مشارکت‌کننده را فراهم آورده است؟ همچنان‌که گفته شد، جواب آن در مهم‌ترین جلوه فنی پدیده‌ چالش مانکن؛ یعنی عمل مانکن‌شدگی و آگاهی از اینکه این عمل، امکان نمایش عمومی دارد، نهفته است. در واقع، این جلوه فنی و آگاهی از اینکه می‌توان همراه آن وضعیتی را بازنمایی کرد، مهم‌ترین جلوه زیبانمایانه در همه این ویدئوها بوده است. مثلاً یک سیاستمدار در زمان انتخابات یا هر زمان دیگر، یک پزشک، هنرپیشه، دانشجو و یا هر شخص دیگری، با آگاهی از این قابلیت فنی پدیده‌ چالش مانکن - که می‌تواند امکان نمایش وضعیت خاصی را در انظار عموم فراهم کند - آن را با اشتیاق انجام داده است؛ جلوه‌ای فنی چون امکان «نمایش نمایش چشمگیر» را برای افرادی فراهم کرده است که شیفته نمایش چشمگیر هستند تا بلندپایگی خود را به دیگران نشان دهند. این ویژگی، از نفس پدیده‌ چالش مانکن به‌خاطر رسانه‌ای بودن آن است.

### هنرنمایی

در نظر بارت، هنرنمایی آن است که اثر، به هنر نزدیک می‌شود و یا مدلولی در ورای داشته باشد که به‌طور معمول ظریف‌تر و پیچیده‌تر از آن است که به دیگر فرآیندهای ضمنی مجال بروز دهد (بارت، ۱۳۹۰: ۲۳). در اینجا تلاش برای فهم فرآیند هنری ضمنی در پدیده‌ چالش مانکن بوده است که کاربران را برای مشارکت در پدیده‌ چالش مانکن ترغیب کرده است. آنچه پدیده‌ چالش مانکن را در نگاه افراد خصیصه‌ای هنری می‌بخشد «احساس» خلاقیت ناشی از فرآیند مانکن‌شدگی است. در واقع، فرآیند مانکن‌شدن به‌عنوان پدیده‌ای عجیب، اما آشنا برای همه آنها مطرح است. این پدیده، به‌عنوان برش مستندی از روال عادی زندگی‌شان برای آنها بسیار آشناست؛ اما انجام آن فعالیت‌های روزمره و احساس خلاقیتی لذتبخش برای آنهاست. افراد در هر موقعیتی که به چالش مانکن اقدام کرده‌اند، در تلاش بوده‌اند به بهترین وجه ممکن، مانکن وضعیت خود را به نمایش بگذارند و این، ناشی از احساس و اسطوره «خلاق نمایی» است که چالش مانکن‌شدن برای آنها به همراه دارد. در حقیقت خلاقیت موجود در چالش مانکن را می‌توان خلاقیت در نمایش بی‌حرکی و انفعال افراد دانست که چگونه به‌شکلی

مسحورکننده در عین اینکه نمایش زندگی عادی خود را انجام می‌دهند، اما احساس خلاقیت کاذب آنها را سرخوش کند. این چارچوبی است که چالش مانکن در اختیار افراد قرار می‌دهد تا از رهگذر آن بتوانند وجوهی عمیق‌تر از انفعال که همان مصرف، مصرف‌زدگی و نمایش چشمگیر آن را به نمایش بگذارند و در عین حال، آن را اقدامی خلاقانه و فعالانه بدانند؛ این است شگرد رسانه‌های جدید در صنعت جدید فرهنگ برای به‌محاق‌بردن تفکر انتقادی، عاملیت، تغییر و در نهایت حوزه عمومی.

### هم‌سازی

هم‌سازی در نظر بارت به‌معنای یافتن مدل‌های مشابه در آثار مورد بررسی است که ممکن است با تحلیل همه‌جانبه و جدای از هرکدام از آثار، حاصل نشود (بارت، ۱۳۹۰: ۲۴). از آنجایی که ویدئوهای چالش مانکن، نشان‌دهنده مانکن‌شدن افراد در وضعیت‌های مختلف هستند، در رابطه با مقوله هم‌سازی در تحلیل ویدئوها این نکته مد نظر بوده است که آیا وضعیتی که افراد، درگیر پدیده چالش مانکن شده‌اند و به ساخت ویدئوها اقدام ورزیده‌اند، در کلیت آن دال بر امری مشترک دارد؟

در این مطالعه، شش ویدئو برای تجزیه و تحلیل انتخاب شد؛ مراسم عروسی در هند، چالش مانکن سیاستمداران و هنرمندان در کاخ سفید، چالش مانکن در دانشگاهی در امریکا، چالش مانکن در اتاق عمل در ایران و در نهایت چالش مانکن در مراسم عزاداری در حسینیه‌ای در ایران. همان‌طور که از عناوین این ویدئوها بر می‌آید هرکدام وضعیتی خاصی هستند و روایت خاصی را دربردارند، اما می‌توان هم‌سازی آنها را بر مبنای مسائلی مشترک یافت. بر این اساس، به‌نظر می‌رسد آنچه که به‌طور ضمنی خصیصه مشترک همه این وضعیت‌ها و روایت‌های مختلف است از یک‌سو، اقدام به چالش مانکن در وضعیتی فراغت‌گونه و سرگرم‌کننده و مفرح است؛ و از سوی دیگر، به‌عنوان یک مُد، محافظه‌کاری مبتذل و یک مصرف فرهنگی خالی از هرگونه تلاش برای تغییر وضعیت‌های نامطلوب. منظور این است پدیده رسانه‌ای چالش مانکن، در این نگاه به‌عنوان پدیده‌ای مُدشده و یا یک نوع رفتار مصرفی فراگیر شده مطرح است که خالی از هرگونه تلاش برای تغییر وضعیت‌های نامطلوب جهان اجتماعی انسان‌هاست، این درحالی است که می‌توان با استفاده از ظرفیت این پدیده‌ها که قابلیت نمایش جهانی دارد، به مسائل اجتماعی در سراسر جهان پرداخت و در جهت حل آنها قدم برداشت؛ برای این کار، صرفاً نباید مانکن شد و مانکن بود.

جدول ۴- فرآیندهای پسین دلالت ضمنی

هم‌سازی	هنر‌نمایی	زیبانهایی		
برای سلبریتی‌ها و سیاستمداران علاقه به نمایش موقعیت اشرافی‌شان در یک وضعیت شیک و با وقار همچون کاخ سفید و یا هواپیمای لوکس نشانی از احساس آسایش در موقعیت‌شان است	برای سلبریتی‌ها و سیاستمداران و نخبگان اقتصادی مانکن شدن وضعیتی که پیوند مبارکشان در نظام سرمایه‌داری را نشان می‌دهد بسیار خلاقانه و متفاوت از نمایش‌های روزانه می‌نماید	سلبریتی‌ها و سیاستمداران شادمان از وضعیتی هستند که توانسته‌اند به واسطه آن موقعیت و قابلیت‌هایشان برترشان را به نمایش عموم گذاشته‌اند	چالش مانکن در کاخ سفید	وید یو
دانشجویان با نمایش قابلیت‌های منحصر به فرد و موقعیت مناسبشان در پی نشان دادن گرایششان به زندگی مرفه و عالی هستند	بازی کردن نقش موقعیت دلپذیر خود و نشان دادن نمادهای موقعیت منحصر به فرد اقتصادی و اجتماعی سرمایه دارانه برای دانشجویان در قالب پدیده ای رسانه‌ای که امکان نمایش چندباره آن را نیز فراهم می‌کند بسیار موثر و خلاقانه است	دانش‌آموزان و عوامل یک مدرسه برتر از وضعیت نمایش همگانی موقعیت، قابلیت‌ها و جذابیت‌شان شادمان هستند	چالش مانکن در دانشگاه	
پزشکان با نمایش شرایط کار خود موقعیت ممتاز و تن‌آسا بودن وضعیت‌شان را می‌ستایند	مانکن شدن موقعیت برتر و زندگی سرمایه‌دارانه پزشکان قابلیت نمایش آن برای آنها هیجان‌انگیز و خلاقانه است	پزشکان و عوامل تیم جراحی از وضعیتی که موقعیت اجتماعی منحصر‌بفردشان را به نمایش گذاشته است استقبال کرده‌اند	چالش مانکن در اتاق عمل	
نمایش وضعیت فراغت بی‌نظیر بچه پولدارها نشان از سرخوشی آنها و پرداختن به تن‌آسایی طلبی آنها است.	برای بچه پولدارها مانکن شدن در وضعیتی رشک‌برانگیز که نشانه‌دهنده زندگی اشرافی آنهاست بسیار آشنا و در عین حال جذاب و غیر عادی و خلاقانه است.	وضعیتی که موقعیت بلندپایه و رشک‌برانگیز بچه پولدارها را در کنار هم به نمایش گذاشته است آنها را مسرور کرده است	چالش مانکن در کویر ایران	
عزاداران با نمایش وفادار بودن به ارزش‌های مذهبی و مرتبه بالای معنوی خود، به دنبال کسب فیض، سعادت دنیوی و اخروی و دوری از مشقت و عذاب هستند	برای عزاداران توقف در حالت معنوی عزاداری خلاقانه و در نظر آنها بسیار سودمند است	نمایش موقعیت معنوی و متعالی افراد مذهبی در حال عبادت برای آنها بسیار افتخارآمیز است	چالش مانکن مراسم عزاداری	
افراد با نمایش قابلیت‌های برتر خود به‌عنوان فردی مرفه خوشحالی‌شان از شرکت در جشن فرح‌بخش عروسی را نشان می‌دهند	لحظه‌ای مانکن شدن در حالت دوست‌داشتنی و موقعیت برتر خود یک خلاقیت بینظیر است	وضعیتی که باعث دیده شدن اوضاع و قابلیت‌های جالب توجه افراد شرکت‌کننده در مراسم عروسی شده است برای آنها لذت‌بخش است	چالش مانکن در مجلس عروسی در هند	
نمایش تن‌آسایی	خلاق‌نمایی	نمایش نمایش چشمگیر	دال اسطوره‌ای	

## نتیجه‌گیری

این مطالعه با روش نشانه‌شناسی بارت و با هدف کشف و فهم دلالت‌های ضمنی چالش مانکن که می‌تواند مشارکت کاربران را در آن را ترغیب کند انجام شده است. زنجیره مقولات استخراج شده از دلالت ضمنی در بخش نتایج، به‌خوبی بیان شد و در این بخش به نکات مهمی دیگری در راستای جوابگویی به سؤالات تحقیق اشاره خواهد شد. نتایج زنجیره دلالت‌های ضمنی نشان داد اسطوره‌های فعال‌نمایی، نمایش چشمگیر، مصرف‌نمایشی، نمایش نمایش چشمگیر، خلاق‌نمایی و تن‌آسایی‌طلبی می‌توانند از جمله مهم‌ترین دلایل جذب کاربران فضای مجازی به این پدیده باشند.

رسانه‌های جدید و مشارکتی چون اینترنت و رسانه‌های اجتماعی کورسوی امیدی برای داشتن مخاطبانی فعال‌تر و پرقدترتر همراه با عاملیت بیشتر در مقابل ساختارهای رسانه‌ای و حتی جان‌گرفتن حوزه عمومی ایجاد کرده است. ظرفیت‌هایی که تصور مخاطب منفعل همراه با رفتارهای توده‌ای و شکل‌دهی افکار، اندیشه‌ها و کنش‌های مخاطبان توسط رسانه‌ها را سخت‌تر می‌کند؛ ویژگی‌هایی از مخاطبان که بیشتر با رسانه‌های جمعی، آنالوگ و ارتباطات یک‌سویه از بالا به پایین همراه بود. با این وجود، نتایج این تحقیق به نوعی نشان داد که رسانه‌های جدید و مشارکتی هم تکنیک‌ها و راهبردهای خاص، ظریف و جدیدی برای به‌انفعال کشاندن کاربران و ترویج افکار و اندیشه‌ها و ایدئولوژی نظام سرمایه‌داری دارند. در حالی که کاربران در این فرایند، اعمال و کنش‌های خود را ناآگاهانه حاصل انتخاب فردی و قدرت خود تصور می‌کنند، اذهان آنها به شیوه‌های ظریفی دستکاری می‌شوند و همراه با فعالیت و کنشگری خودشان می‌توانند به انفعال و سرخوشی کشانده شوند. یکی از این راهبردها که طیف وسیعی از کاربران در سراسر دنیا را درگیر کرده است، ژانر چالش‌ها در شبکه‌های اجتماعی هستند که به شیوه‌ها و موضوعات متفاوت از سال‌ها قبل به‌وجود آمده و ادامه دارد. استقبال کاربران شبکه‌های اجتماعی از یکی از این چالش‌ها همچون چالش مانکن بروزاتی از این واقعیت است که تکنولوژی‌های نوظهور رسانه‌ای همچنان به‌عنوان ابزاری در جهت ترویج افکار بسته‌بندی‌شده نظام سرمایه‌داری، به انفعال کشاندن مخاطبان، سرگرم‌کردن آنها و زدودن هرگونه تفکر انتقادی و میل به تغییر عمل می‌کند؛ چراکه درگیرشدن کاربران به این پدیده، حاوی نشانه‌هایی و به‌نوعی یک رفتار مصرفی توده‌ای است که به‌راحتی می‌توان در آن منافع را برای ارزش‌ها، منافع و علایق نظام سرمایه‌داری متصور بود.

نوع مشارکت مشابه کاربران در نقاط مختلف جهان با وجود فرهنگ‌های متفاوت نشان می‌دهد که امروزه، جهانی‌شدن با سلطه نظام سرمایه‌داری و ارزش‌های آن همراه است و زمینه فرهنگی برای رویه‌های سرمایه‌دارانه همچون مصرف متظاهرانه و نمایش چشمگیر در جوامع

مختلف زمینه جذابیت‌های چنین سرگرمی‌هایی همچون چالش مانکن با معنای ضمنی مانکن‌شدگی را فراهم کرده است. شاید اگر اسطوره‌ها، باورها، ارزش‌های نظام سرمایه‌داری بر اذهان کاربران غالب نبود، شاهد چنین رفتارهای تقلیدی توده‌ای نمی‌بودیم و یا حداقل شاهد پدیده‌های رسانه‌ای متفاوتی در نظام‌های اجتماعی متفاوت بودیم. لذا، نتایج این مطالعه به ما گوشزد می‌کند لزوماً هر آنچه در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد، در راستای شکل‌گیری، تقویت و گسترش حوزه عمومی مدّ نظر هابرماس نیست. حداقل این است که این حوزه عمومی نیم‌بند، به شدت مورد هجوم بازار، علایق تجاری و کنش‌هایی است که ناآگاهانه در راستای تقویت آنها اقدام می‌کنند. به بیان دیگر، پدیده چالش مانکن همچون بسیاری از قابلیت‌های دیگر که به مدد تکنولوژی رسانه‌ای مهیا شده‌اند، امکان هم‌رسانی فکری را در فضایی به وجود آورده‌اند که تا به حال ظرفیت سیستمی چنین فضایی برای برقراری ارتباط و گسترش اخلاق ارتباطی در سراسر جهان وجود نداشته است. با این وجود، تاکنون این قابلیت‌ها بیش از هرچیز در خدمت ارزش‌ها و رویه‌های سنتی نظام سرمایه‌داری عمل می‌کنند. در واقع، دهکده جهانی با هژمونی نظام سرمایه‌داری ساختاریافته است و در این شرایط، علائق و رویه‌های زندگی سرمایه‌دارانه به کوشش‌های رقابت‌آمیز مورد پسند جامعه بدل شده و ذائقه افراد را شکل داده‌اند؛ افراد با مشارکت خودشان در این چالش، در راستای بازتولید اسطوره‌های مدرنیستی عمل می‌کنند. زندگی اجتماعی در جوامع مختلف در ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به واسطه سازوکارها و روابط مدرنیستی سرمایه‌دارانه، سازمان یافته است و هنوز در سیطره نظام سرمایه‌داری عمل می‌کند. در این شرایط هنوز خواست‌ها و علایق هم‌راستا با ایدئولوژی سرمایه‌داری رویه‌های مرسوم و مورد پسند همگان است؛ همچنانکه از معنای ضمنی این پدیده بر می‌آید و می‌توان آنها را اسطوره‌های ترغیب‌کننده افراد به پدیده چالش مانکن دانست، بسیار آشکار است. بیشتر کاربران افرادی هستند که مشارکت آنها با تقلید کورکورانه از رویه‌های مُدشده برآمده از یک سبک زندگی مصرفی و نمایشی انجام می‌شود و در نهایت به صورت خودکار در جهت منفعت سرمایه‌داری و بازتولید رویه‌های آن است. چنین افرادی که در سراسر جهان درگیر رویه‌های زندگی سرمایه‌داری اطلاعاتی می‌شوند در نقش «سوژه‌های سَرپراه» نظام سرمایه‌داری عمل می‌کنند. آنها تصور می‌کنند آزاد و فعال انتخاب می‌کنند و از خلاقیت و قدرت موهوم خود لذت می‌برند، اما وقتی درگیر چالش مانکن می‌شوند در یک بستر فراغت و تفریح به‌عنوان آلت‌دستی بی‌اراده و اختیار در حقیقت ناآگاهانه از ارضای علایق نظام سرمایه‌داری لذت می‌برند.

همان‌طور که تعریف مانکن با ما می‌گوید؛ مانکن، مدل یا عروسکی است در خدمت هنرمندان برای نمایش کالاها و محصولاتشان. ویژگی‌های مانکن را می‌توان بی‌تحركی و انفعال

دانست؛ به بیان دیگر، مانکن از خود هیچ‌گونه اراده و اختیاری ندارد و مدام دستکاری می‌شود. برای قرارگرفتن در حالات متفاوت؛ برای نمایش و فروش محصول. اتفاقاً این مفهوم، به کار رفته در این چالش به نوعی استعاره‌ای است از ویژگی‌های کاربران شبکه‌های اجتماعی که درگیر چالش مانکن هستند (حداقل در این چند مورد مطالعه‌شده). اما نظریه‌پردازان مکتب انتقادی به درستی تأکید می‌کنند و در نحوه درگیر شدن افراد به پدیده چالش مانکن نیز بسیار واضح است که توتالیتریسم نظام سرمایه‌داری-اطلاعاتی، در قالب صنعت فرهنگ جدید (رسانه‌های نوین) و دانش، افکار بسته‌بندی‌شده خود را در قلمروهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، به‌گونه‌ای مشروعیت بخشیده است که امروزه افراد در حال بازنمایی این شرایط، نیز اقدامات خود را ارادی و خودخواسته، خودشان را فعال و خلاقیت‌شان را مایه اعتماد به نفسشان می‌دانند. لذا تقلید کورکورانه کاربران در مشارکت و انجام این چالش‌های سرگرم‌کننده، نمایشی و خالی از هرگونه اقدام به تغییر رویه‌های نامطلوب اجتماعی صرفاً تداوم و مشروعیت رویه‌های زندگی مطابق با منافع سرمایه‌داری را در بر دارد و ارزش‌های بدیل آن را به حاشیه می‌راند.



عکس ۹: چالش مانکن در اتاق عمل: ایران

شاید نشانه مهمی که پیام بارز پدیده چالش را بیان می‌کند را می‌توان در ویدئوی «چالش مانکن در اتاق عمل» دید؛ در این ویدئو، همان‌طور که در عکس پیداست (عکس ۹) نوزادی که تازه دیده به جهان باز کرده است، در حال گریه کردن است، او در این ویدئو سوژه خوبی برای مانکن شدن نبوده است. او هیچ جلوه‌ای برای فعال‌نمایی، هیچ ژستی برای نمایش، هیچ شیئی برای مصرف‌نمایشی، هیچ نمایشی از زیبایی، هیچ اقدامی به خلاق‌نمایی و هیچ نمایشی برای تن‌آسایی ندارد؛ در حالی که در این ویدئو، همه در قالب مانکن‌هایی بی‌تحرك فعال‌نما، اما رام و

آلت دست، فریز شده‌اند «او تنها خودش است و گریه می‌کند» او هنوز مانکن نشده است. این کودک، نمونه‌ای است از انسانی که هنوز آغشته با رویه‌ها و سبک زندگی مدرن نشده و شاید نمی‌خواهد مانکن باشد، اما او احتمالاً بزرگ می‌شود و آرام‌آرام «فرآیند مانکن شدن» را یاد می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که یاد می‌گیرد در هر لحظه‌ای که می‌بایست چالش مانکن را بازی کند، باید گریه‌اش را واپس بزند؛ در حالتی فریز شده طرحتی بر «خودش» بیاندازد؛ و این‌گونه مانکن خوبی می‌شود. او امروز با ورودش به این دنیا، در میدانی از فرآیند مانکن‌شدگی تاریخی - گفتمانی با صنعت دانش و صنعت فرهنگ خصوصیات مانکن‌شدن را فرا می‌گیرد؛ درحقیقت، با تولدش «چالش مانکن‌شدن» برای او آغاز شده است. اما دیرزمانی طول نمی‌کشد تا تمام اسطوره‌های مانکن‌شدن را جایگزین خود گریانش کند. در چنین شرایطی انتظار این است کاربران فضای مجازی مانکن رویه‌ها و ارزش‌های مُدگرایانه همراه تقلیدی نباشند و از ظرفیت بی‌نظیر ایجادشده درجهت گفت‌وگو، تعامل و شکل‌دادن به یک حوزه عمومی برخوردار از عقلانیت و تفکر انتقادی استفاده کنند. اگر امروزه کاربران فضای مجازی به درک انتقادی از وضعیت‌های نامطلوب آن برسند و تلاش کنند که این وضعیت‌ها را تغییر دهند، تنها در این صورت از مانکن‌بودگی و آلت دست‌بودن خارج می‌شوند. در نهایت این سؤال طرح می‌شود که چرا چالشی با عنوان «مانکن نباش» همه‌گیر نشده است؟

## منابع

- 0 آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۱) نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، سروش.
- 0 استونز، راب (۱۳۷۹) متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه مهرداد میردامادی، تهران، مرکز.
- 0 بارت، رولان (۱۳۹۰) پیام عکس، مترجم: راز گلستانی فرد، تهران، نشر مرکز.
- 0 بوستانی، مهدی و پولادی، کمال (۱۳۹۶) بررسی عناصر تشکیل دهنده حوزه عمومی در اندیشه هابرماس، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۴، ش. ۳۸.
- 0 تاجیک، محمد رضا (۱۳۸۹) نشانه‌شناسی، نظریه و روش، پژوهش نامه علوم سیاسی، دوره ۵، ش ۴، ۳۹-۷.
- 0 تامسون، جان بوروکشایر (۱۳۸۰) رسانه و مدرنیته؛ نظریه اجتماعی رسانه‌ها، ترجمه؛ مسعود اوحدی، تهران، سروش
- 0 توسلی، غلامعباس (۱۳۶۹) نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، سمت.
- 0 ذکایی، محمد سعید و امید، مهدی (۱۳۹۶) «مدرنیته، شهر و مصرف (بررسی پدیدار مصرف در زیست‌جهان شهروندان تهرانی)، جامعه‌پژوهی فرهنگی»، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دوره ۸، ش ۲، ۵۰-۲۳.
- 0 سجودی، فرزانه، شاه طوسی، شهناز و فرحزاد، فرزانه (۱۳۹۰) «بررسی و نقد ترجمه بین‌زبانی و ترجمه بین‌نشانه‌ای «مرگ دستفروش» از دیدگاه نشانه‌شناسی انتقادی، جستارهای زبانی، ۲(۴)، ۸۹-۷۳.
- 0 سجودی، فروزان (۱۳۷۷) «نظریه‌های انتقادی: درآمدی بر نشانه‌شناسی»، فارابی، دوره ۷، ش ۳۰، ۲۴۱-۲۱۲.
- 0 چاپکی، ام البنین (۱۳۹۲) «جهانی‌شدن و تغییر سبک گذران اوقات فراغت مطالعه موردی شهر تهران»، فصلنامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، ۸ (۲۵).
- 0 چندلر، دانیل (۱۳۸۷) مبانی نشانه‌شناسی، مترجم: فرزانه سجودی، انتشارات سوره مهر.
- 0 دیلینی، تیم (۱۳۸۷) نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی، ترجمه: بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، تهران، نشر نی.
- 0 صمیمی، نیلوفر (۱۳۸۵) «شی‌شدگی از لوکاج تا هابرماس»، راهبرد. ش ۴۱، ۲۳۳-۲۳۴.
- 0 قیداری، حمدالله سجاسی، صادقلو، طاهره و شهدادی، علی (۱۳۹۴) «اثرات جهانی‌شدن بر تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی»، فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، دوره ۷، شماره ۴، ۱۵۳-۱۸۸.
- 0 کاسی، فاطمه (۱۳۸۷) «تحلیل ساختاری داستان پادشاه سیاپوش از منظر بارت و گرماس»، ادب پژوهی، ۲(۵)، ۱۸۳-۲۰۰.
- 0 کوزر، لوئیس (۱۳۷۳) زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی.



- 0 محسنی تبریزی، علیرضا و کرم‌الهی، نعمت‌الله (۱۳۸۸) «بررسی وضعیت التزام دانشجویان به ابعاد و نشانه‌های دین‌داری». پژوهشنامه علوم اجتماعی، دوره ۳، ش ۲، ۳۳-۷.
- 0 مهدیزاده، سید محمد (۱۳۹۳) نظریه‌های رسانه‌ها؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران، همشهری.
- 0 منصوریان، سهیلا (۱۳۹۳) «هنر و حقیقت رسانه در روزگار پست مدرن؛ بررسی رسانه به‌مثابه تولیدکننده و انمایی از منظر ژان بودریار»، فصلنامه کیمیای هنر، دوره ۲، ش ۸، ۷۲-۵۹.
- 0 نجارزاده، محمد (۱۳۹۲) «جهانی‌شدن فرهنگی و اثرات آن بر سبک زندگی شهری: مطالعه موردی شهر اصفهان». فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، دوره ۴، ش ۱۳، ۱۶۵-۱۹۱.
- 0 نظام بهرامی، کمیل (۱۳۸۱) «گفت و گو» در اندیشه یورگن هابرماس، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۴، ش ۱۳.

- 0 Bueno, C. C (2017) Harun Farocki's A signifying Images, tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 15(2), 740-754.
- 0 Chattah, J (2006) Semiotics, pragmatics, and metaphor in film music analysis. electronic theses, treatises and dissertations (the graduate school, florida state university libraries).
- 0 Eco, U (1976) A theory of semiotics. (Vol. 217) Indiana University Press.
- 0 Fuchs, C (2017) Günther Anders' Undiscovered Critical Theory of Technology in the Age of Big Data Capitalism. tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 15(2), 582-611. Fuchs, C (2009) Some theoretical foundations of critical media studies: Reflections on Karl Marx and the media, International Journal of Communication, 3, 34, 369-402.
- 0 Fuchs, C. , & Sandoval, M (2014) Digital workers of the world unite! A framework for critically theorising and analysing digital labour, tripleC: Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 12(2), 486-563.
- 0 Jaysane\_Darr, A (2010) Galaxies of meaning: Semiotics in media theory, Semiotica, 2010(182), 229-246.
- 0 Kellner, D (2003) Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the post-modern, Routledge.
- 0 Leon, m (2015) The Semiotic of Violent Jilalit Propaganda: The Messag and The Chanel, Unicri, 11, 1-5.
- 0 Nishida, Y (2011) The Relationship between Autopoiesis Theory and Biosemiotics: On Philosophical Suppositions as Bases for a New Information Theory, tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 9(2), 424-433.
- 0 O.shoughnessy, N. J. , & Baines, P. R (2009) Selling Terror: Symbolization Positioning of Jihad. Marketing Theory , 9(2), 227-244.
- 0 Pérez\_Latorre, Ó. , Oliva, M. , & Besalú, R (2017) Videogame analysis: a social-semiotic approach. Social Semiotics, 27(5), 586-603.
- 0 Strom, M (2016) Spanish-language print media in the USA: A social semiotic analysis of ideological representations in photojournalism, Social Semiotics, 26(2), 151-169.
- 0 Van Leeuwen, T (2005) Introducing social semiotics, Psychology Press.
- 0 Wodak, R. , & Meyer, M (Eds. ) (2009) Methods for critical discourse analysis. Sage.