

## بازی‌های رایانه‌ای و بازنمایی زنان:

### تحلیل نشانه‌شناختی مجموعه بازی السا

فرید عزیزی\* ، محمد اتابک\*\* ، حسین علی افخمی\*\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۴/۱۰

#### چکیده

امروزه، بازی‌های رایانه‌ای صنعت جهانی بزرگی است که با صنعت‌های انتشار کتاب، موسیقی و فیلم در حال رقابت است و محصولات این صنعت به صورت گسترده‌ای از سوی کودکان و نوجوانان برای پر کردن اوقات فراغت استفاده می‌شود. بازی‌های رایانه‌ای همراه با سرگرمی و لذت، ایماژها و دیدگاه‌های بسته‌بندی شده‌ای را در قالب کلیشه‌ها ارائه می‌دهند. پژوهش حاضر با مطالعه بر روی مجموعه بازی رایانه‌ای السا در پی واسازی کلیشه‌های جنسیتی زنانه است. این مطالعه ضمن بررسی بازنمایی جنسیت در این مجموعه بازی، نشان می‌دهد چه دلالت‌ها و مضامین پنهانی در پس برساخت نمونه آرمانی زنانه نهفته است. به‌طورکلی این پژوهش برای رمزگشایی از مضامین و

---

\* دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی. (نویسنده مسئول) faridazizi46@gmail.com

\*\* دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی. ata.mohammad06@gmail.com

\*\*\* دانشیار ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی. afkhami48@hotmail.com

کلیشه‌های جنسیتی پنهان شده در این مجموعه بازی از رویکرد کیفی و روش نشانه‌شناسی استفاده می‌کند. یافته‌ها نشان داد حضور شخصیت زن در اغلب صحنه‌ها تروماتیک و مسئله‌دار است؛ از جمله مقوله‌های کلیشه‌ای برسازنده این هویت تروماتیک عبارت‌اند از: قرار گرفتن در نقش‌های تعیین شده، بدن تربیت‌پذیر، نمایش توأم با رضایت و حضور پنهان سوژه حامی. کلیشه‌های جنسیتی نهفته در پس این بازی، زنان را متعلق به خانه و محیط آن می‌داند و از طریق طبیعی سازی نقش‌های جنسیتی در پی تشدید روابط موجود است.

**واژه‌های کلیدی:** بازنمایی، زنان، کلیشه‌های جنسیتی، نشانه‌شناسی، بازی رایانه‌ای

#### مقدمه

امروزه، بازی‌های رایانه‌ای صنعت جهانی بزرگی است که با صنعت‌های انتشار کتاب، موسیقی و فیلم در حال رقابت است (Crawford and Gosling, 2009: 51). درواقع، بازی‌های رایانه‌ای بدل به یکی از محبوب‌ترین فعالیت‌های اوقات فراغت برای کودکان، نوجوانان و افراد جوان در جوامع غربی و آسیایی شده‌اند. صنعت بازی‌های رایانه‌ای یک کسب‌وکار میلیارد دلاری است و تولیدات این صنعت اجزای چشم‌انداز رسانه‌ای امروز را بیش‌ازپیش یکپارچه کرده است (Wolf, 1999). در حال حاضر بازی‌های رایانه‌ای را نه تنها می‌توان در تلویزیون‌های خانگی اجرا کرد بلکه دستگاه‌های قابل‌حمل با قابلیت بازی کردن با دست، تلفن‌های همراه، کامپیوترهای شخصی و ساعت‌های دیجیتال نیز چنین کارکردی را دارند (Bryce and Rutter, 2003). به عبارتی دیگر، اگر قرن ۲۰ عصر فیلم نام‌گذاری شده است، قرن ۲۱ بدون شک عصر بازی‌های رایانه‌ای است (Leonard, 2003).

در طول ۴۰ سال گذشته بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان فعالیت‌های فراغتی به طور فزاینده‌ای جانشین بیشتر بازی‌های سنتی شده‌اند و تأثیری شگفت‌انگیز بر چگونگی گذران اوقات فراغت ما بر جای گذاشته‌اند. بازی‌های سرگرمی آور فعالیت‌هایی جذاب

فراهم می‌آورند و به نظر می‌رسد که فراغت‌مندی حاصل از این بازی‌ها، همچنان در حال گسترش باشد. در دسترس بودن پلتفرم، فن‌آوری و کنسول‌های جدید برای ارائه بازی‌ها، یک عامل مهم در این رشد متداوم است (Connolly, Boyle, MacArthur, Hainey and Boyle, 2012: 661).

با وجود قابلیت‌های سرگرمی‌آور بازی‌های رایانه‌ای، پژوهش‌های نخستین درباره بازی‌های رایانه‌ای، ابتدا به تأثیرات نامطلوب این دست از بازی‌ها پرداختند. پژوهشگران درباره اثرات احتمالی بازی‌های رایانه‌ای بر بازیگران-به‌ویژه بازیگران نوجوان- بسیار نگران بوده‌اند و درباره محتوای نامناسب در بازی‌های رایانه‌ای (مانند صحنه‌های خشن، توده‌های خون، لخته‌های خون و...) هشدارهایی داده‌اند (Smith, Lachlan and Tamborini, 2003). با اتخاذ نگرش‌های انتقادی در مطالعه بازی‌های رایانه‌ای، مطالعات زیادی درباره تأثیر محتوای خشن [چنین بازی‌هایی] بر رفتارها و نگرش‌های پرخاش‌جویانه انجام شده است (Mou and Peng, 2009)؛ اما پژوهش‌های اندکی، محتوای کلیشه‌ای بازی‌های رایانه‌ای و اثرات احتمالی‌شان بر بازیگران را بررسی کرده‌اند (Mou and Peng, 2009).

در یکی از این دست پژوهش‌ها، دیل و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) با بررسی کلیشه‌های جنسیتی در بازی‌های رایانه‌ای گام مهمی برای واسازی از جنبه بداهت‌آمیز نقش‌های جنسیتی برداشتند. آن‌ها دریافتند که [در بسیاری از بازی‌های رایانه‌ای] شخصیت‌های مذکر اغلب به‌صورت عضلانی، خشن و سلطه‌جو به تصویر کشیده می‌شوند درحالی‌که برای بازنمایی شخصیت‌های مؤنث از ایماژهای جنسی استفاده می‌شود. اگرچه تنها ۱۰ تا ۱۴ درصد از شخصیت‌های اصلی زن هستند، باین‌حال در بازنمایی‌های صورت گرفته از شخصیت‌های زن، زنان اغلب به‌صورت نازک و اروتیک نشان داده می‌شوند و پوشش نامناسبی در مقایسه با مردان دارند (Beasley and Standley, 2002; Brenick, 2002).

---

1. Dill, Gentile, Richter and Dill

پنداشته می‌شوند (Cantor, 1987). در واقع، این رسانه‌ها بازنمایی تحریف‌شده‌ای از زنان و اقلیت‌ها فراهم می‌آورند (Thompson and Zerbinos, 1995). کلیشه‌های نژادی نیز به طور گسترده‌ای در رسانه‌های جمعی وجود دارند. برای مثال، مردان سیاه به احتمال زیاد به‌مثابه جنایتکاران<sup>۱</sup> به تصویر کشیده می‌شوند (Peffley, Shields and Williams, 1996)؛ مردان آسیایی معمولاً به لحاظ فرهنگی به‌مثابه افرادی خنگ به تصویر کشیده می‌شوند، در حالی که زنان آسیایی به‌مثابه موجوداتی فرمان‌بردار به تصویر کشیده می‌شوند (Park, Gabbadon and Chernin, 2006).

در همین راستا گافمن<sup>۲</sup> (۱۹۷۹) نیز استدلال می‌کند، نمایش‌های انسانی مانند تبلیغات جنسی، نقش مهمی در توسعه انتظارات جنسی ایفا می‌کنند (Dietz, 1998: 427). اجتماعی شدن نقش جنسی حتی قبل از تولد، از طریق صحبت کردن والدین با جنین در نسبت با محیط فیزیکی آغاز می‌شود؛ چنین اجتماعی شدنی قبل از به دنیا آمدن کودکان ایجاد می‌شود. اغلب، این تلاش‌ها نشانگر دیدگاه‌های سنتی یا کلیشه‌ای درباره زنانگی و مردانگی است. برای مثال، پسران اغلب اسباب‌بازی‌های زمخت و خشن از قبیل کامیون‌ها و چوب‌های بیس‌بال را دریافت می‌کنند در حالی که دختران اغلب عروسک‌ها و خرس‌های عروسکی دوست‌داشتنی و ملایم دریافت می‌کنند که این امر بعدها منجر به این می‌شود که بتوانند نقش‌های زندگی‌شان را درونی سازند (Dietz, 1998: 427).

قرار گرفتن در معرض این تصاویر تحریف‌شده می‌تواند نه تنها بر درک کاربران از زنان و اقلیت‌ها اثر منفی برجای بگذارد (Omi, 1989)، بلکه چنین ایماژهایی را که در بردارنده کلیشه‌های جنسیتی هستند، به صورت پوشیده بازتولید کند. از همین روی پژوهش حاضر با مطالعه بر روی مجموعه بازی رایانه‌ای السا در پی واسازی کلیشه‌های

---

1. criminals  
2. Erving Goffman

جنسیتی زنانه است. این مطالعه ضمن بررسی بازنمایی جنسیت در این مجموعه بازی، نشان می‌دهد چه دلالت‌ها و مضامین پنهانی در پس برساخت نمونه آرمانی زنانه نهفته است. به‌طورکلی این پژوهش برای رمزگشایی از مضامین و کلیشه‌های جنسیتی پنهان شده در این مجموعه بازی، از رویکرد کیفی و روش نشانه‌شناسی استفاده می‌کند.

### مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

در بخش حاضر سعی شده است مفاهیم و نظریاتی از قبیل بازنمایی، کلیشه و فنای نمادین زنان که در پیوند با چارچوب پژوهش است، مورد بررسی قرار گیرد.

#### مطالعات پیشین

ویلدر، مکی و کوپر<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) در پژوهشی عنوان کردند، اگرچه بازی‌های رایانه‌ای، همچون سایر اشکال فن‌آوری، به‌مثابه بخشی از جهان مردانه شناخته می‌شوند، با این حال گروهی که با این بازی‌ها سرگرم می‌شوند، در درجه اول زنان هستند. تصویرسازی از شخصیت‌های زنانه و مردانه الزاماً بر انتظارات کودکان و دختران درباره نقش‌های جنسی اثر می‌گذارد (Dietz, 1998:431).

مطالعه دیتز<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) یکی از نخستین مطالعات در زمینه بررسی تصاویر کلیشه‌ای در بازی‌های رایانه‌ای بود. دیتز محتوای تصویرسازی از زنان و خشونت را در نمونه‌ای از ۳۳ بازی رایانه‌ای محبوب سگا جنسیس و نینتندو<sup>۳</sup> مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. وی به‌منظور بررسی نقش زنان، چهار کلیشه ممکن زنانه بر اساس ظاهر و رفتار را تشخیص داد: زنان به‌مثابه غنائم یا اشیاء جنسی، زنان به‌مثابه قربانیان، زنان در نقش‌های زنانه و زنان به‌مثابه قهرمانان یا شخصیت‌های عمل‌گرا. دیتز (۱۹۹۸) دریافت که ۴۱

- 
1. Wilder, Mackie and Cooper,
  2. Dietz
  3. Nintendo and Sega Genesis

درصد از بازی‌ها عاری از شخصیت‌های زنانه بودند. تنها ۱۵ درصد (۵ از ۳۳) از زنان به‌عنوان قهرمان یا شخصیت‌های عمل‌گرا به تصویر کشیده شدند، درحالی‌که ۲۱ درصد (۷ از ۳۳) از زنان یا به‌مثابه قربانیان به تصویر کشیده شدند یا به‌عنوان «دوشیزه پریشان»<sup>۱</sup>. درعین‌حال، در ۲۸ درصد از این بازی‌ها، زنان به‌مثابه اشیاء جنسی - بر اساس ظاهر فیزیکی و یا کردارهای جنسی - به تصویر کشیده شدند.

هایتس - نولز و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) در پژوهشی ۷۰ بازی رایانه‌ای را که بر محور کلیشه‌های جنسیتی و صحنه‌های خشونت‌آمیز بودند، مورد بررسی قرار دادند. نتایج آن‌ها نشان داد که از ۸۷۴ شخصیت رمزگذاری شده، ۷۳ درصدشان مرد بودند و ۱۲ درصد آن‌ها زن بودند و هنگامی‌که زنان در صحنه ظاهر می‌شدند، به احتمال زیاد در نقش‌های فرعی ایفای نقش می‌کردند.

بیسلی و استندلی<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) با تعقیب دیدگاه‌هایی که زنان را در مقام یک شیء جنسی فرو می‌کاهند، با تمرکز بر ظاهر شخصیت‌های زنانه، از لباس به‌عنوان شاخصی از تمایلات جنسی در پژوهش خود استفاده کردند. آن‌ها سه مقوله «در طرز لباس پوشیدن» را مورد بررسی قرار دادند: طول آستین، خط گردن و لباس‌های تحتانی بدن. آن‌ها همچنین شکافتگی بدن و اندازه سینه شخصیت‌های زنانه را رمزگذاری کردند. بیسلی و استندلی (۲۰۰۲) وجود یک نوع تعصب جنسی معنادار در شخصیت‌های زنانه را تشخیص دادند. از ۵۹۷ شخصیت رمزگذاری شده، تنها ۸۲ (۱۳,۷۴٪) شخصیت زن بودند. اکثر شخصیت‌های زنانه در قیاس با شخصیت‌های مردانه، به صورتی لباس می‌پوشیدند که پوست بدنشان بیشتر در معرض نمایش قرار بگیرد. به‌ویژه، شخصیت‌های زنانه در قیاس با شخصیت‌ها مردانه، به احتمال بیشتری با لباس‌های کم برش و با بازوان برهنه ظاهر می‌شدند و در حدود ۴۱ درصد از شخصیت‌های زنانه [از نظر پوشش] بسیار فاخر بودند. علاوه بر این، هیچ تفاوتی میان رتبه‌بندی بازی‌های

---

1. damsel in distress

2. Heintz-Knowles, Henderson, Glaubke, Miller, Parker and Espejo

3. Beasley and Standley

مختلف (به‌عنوان مثال، E برای سنین ۶ ساله و بالاتر، T برای سنین ۱۳ ساله و بالاتر، یا M برای سنین ۱۷ ساله و بالاتر) وجود نداشت که بدان معنی بود که کودکان می‌توانستند به اندازه بزرگسالان تصاویر شهوت‌انگیز زنان در بازی‌های رایانه‌ای را ببینند.

داونز و اسمیت<sup>۱</sup> در یک مطالعه تعقیبی (۲۰۰۵) به نتایج مشابهی دست یافتند. آن‌ها محتوای ۶۰ بازی رایانه‌ای را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. در مقایسه با شخصیت‌های مردانه، احتمال بیشتری وجود داشت که زنان به شیوه‌ای «بیش‌ازحد جنسی»<sup>۲</sup> بازنموده شوند: یعنی به صورت نیمه برهنه، با یک تصویر بدن غیر واقع‌گرایانه و با پوشیدن لباس مستهجن و پوشش نامناسب بازنموده می‌شوند. به طور مشابه، هانینگر و تامپسون (Haninger and Thompson, 2004; Downs, E., & Smith, 2005) نشان دادند که زنان نسبت به مردان به طور قابل توجهی بیشتر احتمال دارد که به صورت نیمه برهنه به تصویر کشیده شوند. علاوه بر این، شخصیت‌های قابل بازی مردانه (۷۲٪ از ۸۱ بازی) نسبت به شخصیت‌های قابل بازی زنانه (۴۲٪ از ۸۱ بازی) بسیار بیشتر بودند. دیل و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) در پژوهشی نقش هریک از شخصیت‌های ظاهر شده در تحلیل محتوای ۲۰ بازی رایانه‌ای پرفروش در سال ۱۹۹۹ را رمزگذاری کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که در تمام ۲۰ بازی، ۷۰ درصد شخصیت‌های اصلی مرد بودند و تنها ۱۰ درصد زن بودند. آن‌ها همچنین دریافتند که بیش از دوسوم از شخصیت‌های اصلی سفید (۶۸٪) بودند و مابقی به ترتیب لاتین تبار (۱۵٪) و سیاه (۸٪) بودند. ویلیامز و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۰۹) در پژوهشی درباره بازی‌های رایانه‌ای دریافتند که ۴۰ درصد این بازی‌ها فاقد هر نوع شخصیت زنانه‌ای بودند. علاوه بر این، در بازی‌هایی که شامل بازنمایی زنان می‌شد، زنان نقش‌های فرعی را در قالب‌هایی «بیش‌ازحد جنسی» یا به‌مثابه قربانیان تجاوز ایفا می‌کردند.

- 
1. Downs and Smith
  2. hypersexual
  3. Dill, Gentile, Richter and Dill
  4. Williams, Martins, Consalvo and Ivory

فاکس و بیلنسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) در پژوهشی تأثیر ظاهر جنسی آواتار زنانه بر پذیرش اسطوره تجاوز و تبعیض جنسی را نشان دادند.

ایوری، فاکس، وادل و ایوری<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی درباره بازی‌های رایانه‌ای دریافتند که زنان اغلب در قالب نقش‌های منفعلانه و وابسته به مردان به تصویر کشیده می‌شوند و [در مقایسه با مردان] کمتر شایسته پنداشته می‌شوند.

### نظریه بازنمایی

نظریه بازنمایی امروزه یکی از مهم‌ترین رهیافت‌ها در حوزه مطالعات فرهنگی و یکی از مفاهیم بنیادی در مطالعات رسانه‌ای است. بازنمایی، استفاده از زبان برای بیان چیزهای معنادار درباره جهان پیرامون است. معنای چیزها محصول چگونگی بازنمایی آن‌ها است (رضایی و کاظمی، ۱۳۸۷).

هال<sup>۳</sup>، بازنمایی را به همراه تولید، مصرف، هویت و مقررات، بخشی از چرخه فرهنگ می‌داند. به باور وی بازنمایی، مفهومی است که معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد؛ مفهومی که به گفته خود هال فرایندی «ساده و سرراست» نیست (گیویان و سروری زرگر، ۱۳۸۸). هال برای بیان چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ سعی می‌کند برداشت‌های متفاوت از بازنمایی را در یک طبقه‌بندی نظری کلی بیان کند. از این منظر، نظریه‌های بازنمایی در سه دسته کلی قرار می‌گیرند.

- ۱ - نظریه‌های بازتابی
- ۲ - نظریه‌های تعمدی
- ۳ - نظریه‌های برساختی

---

1. Fox and Bailenson  
2. Ivory, Fox, Waddell and Ivory  
3. Stuart Hall



در نگاه بازتابی، ادعا بر این است که زبان به شکل ساده‌ای بازتابی از معنایی است که از قبل در جهان خارجی وجود دارد. در نگاه تعمدی یا ارجاعی گفته می‌شود که زبان صرفاً بیان‌کننده چیزی است که نویسنده یا نقاش قصد بیان آن را دارد. نگاه برساختی به بازنمایی مدعی است که معنا «در» و «به وسیله» زبان ساخته می‌شود. از آنجا که پدیده‌های فرهنگی فی‌نفسه قادر به دلالت نیستند، «معنای» این پدیده‌ها ناگزیر باید از طریق و به واسطه فرهنگ «بازنمایی» شود. به بیان دیگر، بازنمایی (از طریق فرایندهای توصیف و مفهوم‌سازی و جایگزین‌سازی) معنای آنچه که بازنمایی شده است، را برمی‌سازد. بی‌تردید جهان، مستقل از بازنمایی‌هایی که از آن صورت می‌گیرد، وجود دارد؛ لیکن معنادار شدن جهان در گرو بازنمایی آن است. پس می‌توان گفت که بازنمایی، رفتاری است که از طریق آن ما واقعیت را واجد معنا می‌سازیم؛ همچنین معنایی را که درباره خودمان و دیگران و جهان پیرامونمان ایجاد می‌کنیم، از طریق بازنمایی با یکدیگر سهیم می‌شویم یا مورد مجادله قرار می‌دهیم. معنا واجد ماهیتی ثابت و تضمین‌شده نیست بلکه از بازنمایی‌های خاص طبیعت در فرهنگ ناشی می‌شود؛ معنای هیچ‌چیز نمی‌تواند تغییرناپذیر یا غایی یا یگانه باشد. در واقع، معنای هر چیز همواره از یک زمینه برمی‌آید و مشروط به عواملی دیگر و همچنین تابع مناسبات متحول‌شونده قدرت است. از منظری فوکویی می‌توان گفت بازنمایی همیشه در یک گفتمان صورت می‌پذیرد و گفتمان تعیین می‌کند که درباره یک «متن» خاص چه می‌توان گفت و چه نمی‌توان گفت. به عبارتی جهان صرفاً در چارچوب گفتمان معنادار می‌شود. معنا در انواع گفتمان ساخته می‌شود و به‌علاوه در گفتمان است که قدرت، دانش را به وجود می‌آورد... قدرت و دانش به نحوی مستقیم مستلزم یکدیگرند... هیچ مناسبات قدرتی وجود ندارد مگر این که متناظر با آن مناسبات، حوزه‌ای از دانش نیز تشکیل شود؛ به‌طریق اولی، هر دانشی مستلزم این است که هم‌زمان مناسبات قدرت نیز شکل بگیرد (Foucault, 1979: 23؛ به نقل از استوری، ۱۳۸۹: ۲۴-۲۳).

## استراتژی‌های بازنمایی

از نظر هال دو استراتژی مهم در بازنمایی عبارت‌اند از کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی. کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن جهان مادی و جهان ایده‌ها در راستای ایجاد معنا، طبقه‌بندی می‌شوند تا مفهومی از جهان شکل گیرد که منطبق با باورهای ایدئولوژیکی است و در پس پشت کلیشه‌ها قرار گرفته‌اند. هال کلیشه‌سازی را کنشی معناسازانه می‌داند و معتقد است «اساساً برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم» (Hall, 1997: 257)؛ به نقل از گیویان و سروری زرگر، ۱۳۸۸: ۱۵۲). کلیشه‌ها در واقع ایده‌ها و فرضیه‌های در حال جریان درباره گروه‌های خاصی از افراد هستند. کلیشه‌سازی، پدیده اصلی زندگی اجتماعی است و به‌خوبی ثابت شده که کلیشه‌ها می‌توانند قضاوت‌های اعضای گروه‌ها را تحت تأثیر قرار دهند (فیسک، ۱۳۸۰؛ به نقل از زردار و فتحی‌نیا، ۱۳۹۲: ۴۶). کلیشه‌سازی از نظر هال عبارت است از امری که افراد را به چند خصیصه ساده و ذاتی تقلیل می‌دهد و این خصیصه‌ها به‌مثابه خصیصه‌هایی بازنمایی می‌شوند که طبیعت آن‌ها را تثبیت کرده است (Hall, 1997: 257؛ به نقل از صفارودی، ۱۳۸۹: ۳۰۸).

آنچه کلیشه‌ها انجام می‌دهند این است که گروهی از مردم را با اطلاق برخی کیفیت‌ها یا ویژگی‌هایی که ممکن است در بخش اندکی از آن‌ها وجود داشته باشد، به کل گروه تعمیم می‌دهند. این ویژگی‌ها، اغلب در فرایند کلیشه‌سازی با اغراق و غلو همراه هستند. گرچه کلیشه‌ها به دو شکل مثبت و منفی دیده می‌شوند، اما اغلب آن‌ها دارای بار منفی هستند و سعی می‌کنند از مجرای موضوعاتی سهل‌الوصول، ادراکی از موقعیت یک گروه را فراهم آورند و به شکل قطعی و مشخص، تفاوت‌های موجود در بین گروه‌ها را برجسته سازند. این امر در حالی از خلال فرایندهای کلیشه‌سازی تحقق می‌یابد که از طیف وسیعی از تفاوت‌ها در بین گروه‌های مدنظر چشم‌پوشی می‌شود. کلیشه‌سازی، گونه‌های متفاوتی دارد مانند کلیشه‌سازی قومیتی، ملیتی، جنسیتی و نظایر

آن. کلیشه‌ها از نابرابری‌های قدرت در یک رابطه حمایت می‌کنند؛ بنابراین نگه‌دارنده نظم اجتماعی و نمادین‌اند و بسیار سفت و سخت‌تر از طبقه‌بندی‌ها عمل می‌کنند؛ تلویزیون و تولیدات آن هم به‌مثابه رسانه‌ای مهم در جهان معاصر، در امر کلیشه‌سازی دخیل است. از سوی دیگر کلیشه‌ها سبب ایجاد در روایت تلویزیونی می‌شوند. آن‌ها تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای نیز هستند. کلیشه‌ها به تبعیت از تغییر بافت سیاسی-فرهنگی تغییر می‌کنند. از سوی دیگر کلیشه‌ها در بازنمایی تیپ‌ها و هنجارها به کار گرفته می‌شوند و از آنجایی که محصولات اجتماعی-فرهنگی هستند که شکل هنجاری به خود می‌گیرند، پس می‌بایست در مناسبت با نژاد، جنسیت، تمایل جنسی، سن، طبقه، روابط نقشی در خانواده و محیط کار و ژانر مورد بررسی قرار گیرند (هیوارد، ۱۳۸۱: ۲۷۰؛ به نقل از زردار و فتحی‌نیا، ۱۳۹۲).

از سوی دیگر، طبیعی سازی به فرآیندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکارا طبیعی هستند. طبیعی سازی به شکل ضمنی، دارای کارکرد ایدئولوژیک است (گیویان و سروری زرگر، ۱۳۸۸: ۱۵۲). در فیلم و تلویزیون، دنیا به‌صورت طبیعی به شکل دنیایی سفید، بورژوازی، مردسالار و پدرسالار نشان داده می‌شود و بر این اساس طبیعی سازی، وظیفه تقویت ارزش‌های مسلط را بر عهده می‌گیرد. گفتمان‌های طبیعی سازی چنان عمل می‌کنند که نابرابری‌های طبقاتی، نژادی و جنسیتی به‌صورت اموری عادی و طبیعی بازنمایی می‌شوند (هیوارد، ۱۳۸۱: ۲۰۵؛ به نقل از زردار و فتحی‌نیا، ۱۳۹۲).

## کلیشه

کلیشه یک «مختصر نویسی روانی»<sup>۱</sup> است که به هدایت کردن ایده‌ها و تصاویر به صورتی سریع و روشن کمک می‌کند. کلیشه به ادراک وسیعاً پذیرفته‌شده و تعمیم‌یافته

یک گروه درباره ویژگی‌های شخصی اعضای گروه دیگری اشاره می‌کند (Ashmore and Boca, 1981; Dates and Barlow, 1990; Kowert, Griffiths, and Oldmeadow, 2012: 472). کلیشه‌ها در انواعی از فرایندهای شناختی و انگیزشی، اهداف چندگانه‌ای را تعقیب می‌کنند (Hilton and Von Hippel, 1996; Kowert, Griffiths, and Oldmeadow, 2012: 472). کلیشه‌ها به‌عنوان یک شیوه در تسهیل مطالبات ادراک‌کننده (Bodenhausen, Sheppard and Kramer, 1994)، یا به‌عنوان یک راه در واکنش به عوامل محیطی، مانند نقش‌های اجتماعی متفاوت (Eagly, 1995)، تعارضات گروهی (Robinson, Keltner, Ward and Ross, 1995) و تفاوت در قدرت (Fiske, 1993)، یا به‌عنوان وسیله توجیه وضع موجود (Jost and Banaji, 1994) یا در واکنش به نیاز به هویت اجتماعی (Hogg and Abrams, 1994) ظاهر می‌شوند. کارکرد کلی کلیشه‌ها، حفظ منابع شناختی است، به‌طوری‌که آن‌ها زمانی مفیدند که مردم فاقد انگیزه یا توانایی [لازم] برای اندیشیدن درباره دیگران باشند. پژوهشگران نشان داده‌اند هنگامی که ادراک‌کنندگان به لحاظ شناختی مشغول و آشفته هستند، آن‌ها تمایل دارند به شیوه‌هایی کلیشه‌ای درباره دیگران بیندیشند. کلیشه‌ها به‌عنوان همبستگی‌های شناختی به صورتی ضمنی وجود دارند، یا خارج از آگاهی هشیار هستند (Kowert, Griffiths, and Oldmeadow, 2012: 472).

### فناي نمادين زنان

«فناي نمادين زنان» به عدم توجه توليد فرهنگي و بازتوليد رسانه‌اي به زنان و در نتيجه در حاشيه قرار گرفتن و ناچيز محسوب شدن زنان و منافع آن‌ها اشاره مي‌کند. فناسازي نمادين زنان به اين معني است که زندگي و منافع آن‌ها به نحو شايسته‌اي در رسانه‌هاي جمعي منعکس نمي‌شود. فرهنگ رسانه‌اي، زندگي واقعي زنان را به ما نشان نمي‌دهد. نتيجه، عدم حضور، محکوميت و ناچيز به حساب آمدن زنان، حذف، تعصب و مخدوش شدن زنان در رسانه‌هاي جمعي است. زنان يا در عرصه اجتماعي حضور

ندارند و یا به صورت طبقه‌ای نشان داده می‌شوند که بر پایه جذابیت جنسی و انجام وظایف خانگی شکل گرفته‌اند.

از نظر فمینیست‌ها، تصویر فرهنگی زنان در رسانه‌های جمعی در راستای حمایت و تقسیم‌کار جنسیتی و تقویت مفاهیم پذیرفته‌شده درباره زنانگی و مردانگی به کار می‌رود. رسانه‌ها با فنای نمادین زنان به ما می‌گویند که زنان باید در نقش همسر، مادر، کدبانو و... ظاهر شوند و در یک جامعه پدرسالار، سرنوشت زنان جز این نیست. بازتولید فرهنگی نحوه ایفای این نقش‌ها را به زنان می‌آموزد و سعی می‌کند آن‌ها را در نظر زنان طبیعی جلوه دهد (استریناتی، ۱۳۸۴: ۲۴۶-۲۴۲).

### بازی‌های رایانه‌ای

از زمانی که بازی‌های رایانه‌ای برای بار نخست در دهه ۱۹۷۰ در بازار ظاهر شد، محتوای این بازی‌ها و نقش آن‌ها در فرهنگ عامه عمیقاً تغییر کرده است (Dill and Thill, 2007: 851).

بازی‌های رایانه‌ای و شخصیت‌های بازی یک عنصر مشترک در فرهنگ عامه‌پسند افراد جوان هستند. کاربران منظم و مشتاق بازی‌های رایانه‌ای اغلب زمان زیادی را صرف بازی می‌کنند. در بازی‌های رایانه‌ای، یک خرده‌فرهنگ بازی وجود دارد که بازی‌ها را فراسوی خود گسترش می‌دهد. برای مثال، مشتاقان بازی در وبلاگ‌های آنلاین، کنفرانس‌ها و وبسایت‌های بازی شرکت می‌کنند. علاوه بر این، بسیاری از این مشتاقان، مشترک مجلات بازی‌های رایانه‌ای می‌شوند (Dill and Thill, 2007: 852). بازی‌های رایانه‌ای متناسب با سبک زندگی نوین در جامعه‌های شهری نوین طراحی و اجرا شده است. محیط زندگی کودکان از خانه‌های ویلایی و کوچه‌های خاکی به آپارتمان‌های کوچک و بزرگی انتقال یافته است که این امر سبب می‌شود کودکان بیشترین ساعات روز خود را صرف بازی کنند. آلودگی هوای شهرها، پرخطر شدن

خیابان‌ها و حتی کوچه‌ها به علت رفت‌وآمد فراوان خودروها، روابط اندک همسایه‌ها با یکدیگر و اغلب شاغل بودن هم‌زمان والدین و تنها ماندن کودکان در خانه‌ها، آن‌ها را ناگزیر می‌کند تا برای حضور بیشتر کودکان در خانه‌ها و سرگرم کردن آن‌ها اقدام نمایند و این اقدامات اغلب اوقات سبب تهیه و تدارک بازی‌های رایانه‌ای برای کودکان می‌شود؛ بازی‌هایی که می‌تواند گاه تا ساعت‌های متوالی از شبانه‌روز، کودکان و نوجوانان را پای رایانه شخصی بنشانند و آنان را بی‌خبر از آنچه در اطرافشان می‌گذارد، به خود مشغول دارد.

بازی‌های رایانه‌ای در ایجاد نشاط، هیجان و پر کردن اوقات فراغت کودکان و نوجوانان، نقش مؤثری دارند. این بازی‌ها به علت تعاملی بودن، شیوه‌های موفق و پنهان الگودهی، جامعه‌پذیر کردن کودکان از طریق انتقال هنجارها و آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم، از ظرفیت‌های فراوانی برای تأثیرگذاری‌های عمیق و درازمدت بر کودکان و نوجوانان برخوردارند. انگاره‌ها و تصاویر ذهنی کودکان در حین بازی‌های رایانه‌ای، مملو از مفاهیمی می‌شود که تجسم عینی هر یک از آن‌ها در دنیای واقعی می‌تواند برای جامعه بشری فاجعه‌آفرین باشد. خونریزی، کشتار، خیانت، جنگ و نابودی از مضامین رایج در اغلب این بازی‌ها هستند. علاوه بر این، حضور شخصیت‌های ماورایی که اغلب قدرت‌های شگفت‌انگیزی دارند، می‌تواند ذهن کودکان را درگیر خیالاتی کند که از معیارهای خلاقیت و سازندگی بی‌بهره است. به‌علاوه آنکه وجود چنین شخصیت‌هایی کودکان را به این سمت سوق می‌دهد که در زندگی خود، به جای برداشتن گام‌های آرام و پیوسته و کسب تدریجی توانمندی، دل به یافتن نیروها و منابعی ببندند که همه آرزوهای آن‌ها را در چشم برهم‌زدنی برآورده کند و از قدرتی شگرف برخوردار باشد. چنین اموری، وهم‌آلوده‌هایی هستند که اندیشه مدرنیسم در ابتدای موجودیت خود ضدیت خویش را با آن اعلام کرد، اما چنین اندیشه‌ای در ادامه حیات خویش در کالبد نظام اقتصادی، به سمت بازتولید همین افکار وهم‌آمیز در قالب تولیدات صنعت فرهنگی پیش رفت (پورهمرنگ، ۱۳۹۳: ۲۱۰-۲۱۱).

## روش‌شناسی

روش تحقیق در این پژوهش، تحلیل کیفی مبتنی بر رویکرد نشانه‌شناختی است. نشانه‌شناسی، به‌منزله راهی برای تحلیل متون رسانه‌ای، از دهه شصت تاکنون تأثیر فزاینده‌ای داشته است (سلبی و کاودری، ۱۳۸۰: ۶۴). نشانه‌شناسی روشی از بازنمایی است که در پی آشکارسازی معانی و مضامین پنهان موجود در متن است. هدف از پژوهش‌های نشانه‌شناسانه، آشکارسازی این موضوع است که معانی فرهنگی چگونه به‌واسطه رفتارهای دلالت‌مند برساخته می‌شوند. این روش از طریق بررسی نشانه‌های موجود در متون و روابط میان آن‌ها در پی کشف دلالت‌های (معانی و ارزش‌های فرهنگی) نهفته در متون است. پژوهش حاضر نیز برای کشف معانی و دلالت‌های پنهان مجموعه بازی رایانه‌ای السا از روش نشانه‌شناسی استفاده می‌کند.

در اینجا از مفاهیم روش‌شناختی نشانه‌شناسی شامل استعاره، مجاز مرسل، دلالت صریح و دلالت ضمنی برای آشکارسازی معانی و مضامین پنهان و کلیشه‌های جنسیتی نهفته در این بازی استفاده می‌شود. در استعاره، یک دال به مدلولی ربط می‌شود که به‌طور معمول ربطی به هم ندارند. چشم اندامی برای بینایی جانداران است و نرگس گیاهی علفی و پیاز دار با برگ‌هایی دراز و گلی خوش‌بو به رنگ سفید مایل به زرد. به‌طور معمول نمی‌توان یکی از اندام‌های بدن را به نوعی گیاه مرتبط یا همسان دانست، اما استفاده از نرگس به‌منزله دال زیبایی و حجب و حیا، به شاعر این امکان را می‌دهد تا مدلول (چشم یار باوفا و محبوب) را به روشی گپرا توصیف کند (پاینده، ۱۳۸۴: ۸۰). استعاره دلالت‌ها را در دو سطح به بیننده... القا می‌کند: هم در سطح معنای اولیه و هم در سطح معنای ثانوی (همان). بدین ترتیب تصویر زنی که در آشپزخانه مشغول شستن ظرف‌های غذا است، کارکرد استعاری دارد زیرا چنین {تصویری} با هدف نشان دادن دنیای واقعی (مادری که واقعاً در حال شستن ظرف است) به نمایش در نمی‌آید، بلکه شخصیت نشان داده شده در تصویر به مفهومی استعاری جایگزین مادرانی شده است

که کار شستن ظروف غذا را در خانه انجام می‌دهند همین تصویر در سطح معانی ثانوی، استعاره‌ای است برای نشان دادن توجه فوق‌العاده مادران به تمیز شدن ظروف (پاینده، ۱۳۸۴: ۸۱). مجاز مرسل نیز به مفهومی اشاره دارد که در آن جزء یک چیز جایگزین کل آن چیز می‌شود. در مثال ذکرشده در بالا از مجاز مرسل نیز استفاده شده است زیرا مادری که در آشپزخانه در حال شستن جزئی از کل کارهایی است که وی در جایگاه مادر باید در خانه انجام دهد (پاینده، ۱۳۸۴: ۸۲). در توضیح مفاهیم دلالت صریح و ضمنی از رویکرد نشانه‌شناسی بارت استفاده می‌شود. بارت برای تبیین و تحلیل عناصر فرهنگی، دستگاهی نظری ساخت که دارای دو جزء است: نشانه‌شناسی سوسور که بخش علمی دستگاه نظری او را تشکیل می‌دهد و نقد ایدئولوژی که دستگاه اخلاقی و سیاسی او را شامل می‌شود (اباذری، ۱۳۸۰).

در نظام نشانه‌شناسانه بارت، دال، معنا-شکل خوانده می‌شود، مدلول، مفهوم نامیده می‌شود و به نشانه، دلالت اطلاق می‌گردد؛ بنابراین بارت فرمول مشهور سوسور یعنی دال / مدلول / نشانه را به این فرمول تبدیل می‌کند: شکل / مفهوم / دلالت. در اینجا باید توجه کرد که نشانه نظام اول، به دال نظام دوم بدل می‌شود، دالی که خود متشکل از معنا و شکل است. مفهوم، همان جایگاهی را در فرمول دوم دارد که مدلول در فرمول اول و نسبت دلالت با نشانه نیز از همین قاعده تبعیت می‌کند. به همین روش می‌توان تا بی‌نهایت جلو رفت (همان). بارت<sup>۱</sup> (۱۹۶۸) در اثر بعدی خود با عنوان «عناصر نشانه‌شناختی» دلالت صریح را به جای دلالت اولیه به کار می‌برد و واژه دلالت ضمنی را به جای دلالت ثانویه مورد استفاده قرار می‌دهد. از نظر بارت دلالت صریح در مرتبه اول دلالت قرار می‌گیرد ولی دلالت ضمنی در مرتبه دوم دلالت. در سطح دلالت ضمنی است که اسطوره به وجود می‌آید. بارت برخلاف سوسور<sup>۲</sup>، به کارکرد ایدئولوژیک نشانه‌ها توجه می‌کند و معنی عمیق‌تری نسبت به تصاویر علنی و سطحی

---

1. Roland Barthes  
2. Ferdinand de Saussure



برای نشانه‌ها قائل است. روش‌شناسی بارت بر نوعی کشف یا افشای ایدئولوژی نهفته در متن تأکید دارد. به نظر وی نشانه‌ها (اسطوره‌ها) از طریق انتقال پیام‌های دروغین موجب تقویت اراده قدرت می‌شوند (کاظمی و ناظر فصیحی، ۱۳۸۶). تکنیک بارت همچنین بر نوعی واسازی نشانه‌ساختگی مبتنی است. از طریق جداسازی دال و مدلول و ارجاع دال‌ها به گذشته تاریخی‌شان یا از طریق تأمل در رابطه میان معنا-شکل (دال) و مفهوم (مدلول). بارت در پی افشای ساختگی بودن چنین رابطه‌ای است. در اینجا دلالت‌های صریح از دلالت‌های ضمنی جدا می‌شوند و با شناسایی دلالت‌های پنهان، نشانه شناس در پی ایدئولوژی از نشانه‌ها برمی‌آید.

بر اساس رویکرد نشانه‌شناختی بارت، یک بازی رایانه‌ای به‌عنوان یک متن فرهنگی، نوعی از اسطوره است که در لایه‌های پنهان خود، پیام مخدوش را منتقل می‌کند که باید آشکارسازی شود. در همین راستا، این پژوهش در پی آن است که با بهره‌گیری از مفاهیم، دلالت صریح و ضمنی مدنظر بارت، معانی و کلیشه‌های پنهان در مجموعه بازی رایانه‌ای السا را رمزگشایی و واسازی کند.

## یافته‌ها

در این پژوهش سه قسمت از مجموعه بازی رایانه‌ای السا تحلیل نشانه‌شناسی شده است. در هر یک از این تحلیل‌ها ابتدا سعی شده است که نماها و نشانه‌ها توصیف شوند و سپس دلالت‌های صریح و ضمنی این نشانه‌ها مورد بحث و بررسی قرار گیرند. علاوه بر این موارد، از مفاهیم نشانه‌شناختی دیگر نظیر استعاره و مجاز نیز مرسل برای تحلیل استفاده شده است.

### ۱- تحلیل نشانه‌شناختی قسمت «السا را جوان کن»

در صحنه نخست السا در یک قصر یخی نشان داده می‌شود و در کناره‌های آن انبوهی از انواع و اقسام لوازم‌آرایی تعبیه شده است. در این صحنه السا در مرکز

تصویر با ظاهر و دستانی پرچین و چروک، موهای سفید نشان داده می‌شود و بر تن وی لباس توری یخی نقش بسته است. همچنین در پشت سر وی تصویر پنجره‌ای نمودار است که در درون آن ستاره‌ای در تاریکی شب می‌درخشد. علاوه بر این، دست راست السا با حالتی افراشته نشان داده می‌شود که گویی به لوازم‌آرایی در کنارهای وی اشاره دارد. لوازم‌آرایی پیدا در این صحنه عبارت‌اند از: دو نوع ماسک صورت برای زیبایی و طراوت پوست، هوله، کرم دور چشم، ژل براق‌کننده مو، چشم‌بند... و دوش سیار. هم‌زمان با اجرای اعمال زیبا و جوان‌سازی السا، آهنگی با عنوان بگذار برود «Let it Go» و با مضمون زیر پخش می‌شود:

«بگذار برود»، «امشب سفیدی برف، روی کوه‌ها می‌درخشد»، «هیچ ردپایی دیده نمی‌شود»، «و همه‌جا سکوت محض پادشاهی می‌کند»، «و انگار من ملکه‌این پادشاه هستم»، «باد زوزه می‌کشد»، «گویی گردبادی در دل دارد»، «و نمی‌تواند جلوی آن را بگیرد»، «خدا می‌داند که من تلاشم را کرده‌ام»، «نگذار وارد تنهایی‌ات شوند»، «نگذار تو را در این حالت ببینند»، «همان دختر خوبی باش که همیشه بودی»، «ساکت و آرام»، «چیزی را احساس نکن»، «نگذار آن‌ها بدانند»، «خب، الآن دیگر آن‌ها می‌دانند!»، «بگذار برود، بگذار برود»، «نمی‌توانی کاری کنی که برگردد»، «بگذار برود، بگذار برود»، «برگرد و در را پشت سرت محکم ببند»، «اصلاً برایم مهم نیست که چه خواهند گفت»، «بگذار این طوفان همه‌جا را درنوردد»، «سرما هرگز برایم آزاردهنده نبوده است»، «چقدر جالب است که فاصله»، «باعث می‌شود همه‌چیز کوچک به نظر بیاید»، «و ترس‌هایی که روزی بر من غلبه داشتند»، «دیگر بر من اثری نخواهند داشت!»، «الآن دیگر می‌دانم که چه می‌توانم بکنم»، «که محدودیت‌ها را بشکنم»، «چه غلط و چه درست»، «هیچ قانونی برایم وجود ندارد»، «من آزاد آزادم!»، «بگذار برود، بگذار برود»، «من با باد و آسمان تنها هستم»، «بگذار برود، بگذار برود»، «هرگز اشک‌های مرا نخواهی دید!»، «جایگاهم را حفظ می‌کنم و می‌مانم»، «بگذار این طوفان همه‌جا را درنوردد»، «قدرت من به اندازه زمین و آسمان است»، «روح من در همه این تکه‌های یخی رخنه کرده است»، «طوری

که همه فکر می‌کنند طوفانی از یخ راه می‌افتد»، «هرگز به گذشته نمی‌اندیشم»، «گذشته به همان گذشته تعلق دارد»، «بگذار برود، بگذار برود»، «و من بعد از این شکست دوباره برمی‌خیزم»، «بگذار برود، بگذار برود»، «دیگر از آن دختر خوب و کامل خبری نیست»، «من در حال و در امروز زندگی می‌کنم»، «بگذار طوفان همه‌جا را در نوردد»، «سرما هیچ وقت برایم آزاردهنده نبوده است».



از منظر نشانه شناختی مهم‌ترین مضمون این قسمت برساخت دوگانه پیری / جوانی است. از این منظر ایماژی که در پس این تصویر نهفته است میل به زیبایی در ناخودآگاه سوژه‌های استیضاح شده‌ای است که می‌بایست به یاری انواع لوازم آرایشی نوعی همپیوندی بین مصرف محصولات و احساس جوانی برقرار شود. بر همین مبنا مصرف چنین محصولاتی نقش یک دال اسطوره‌ای را ایفا می‌کنند که دلالت‌هایی از قبیل زیبایی، گیرایی، جوانی و دلربایی را القا می‌کنند. به عبارت دیگر چفت‌وبست بین تصویر کالا و احساس زیبایی برآمده از کالا از جمله دلالت‌های ایدئولوژیکی است که نظام سرمایه‌داری آن را ترویج می‌دهد و به یاری این نوعی میل دست‌یابی به بدن آرمانی، سوژه‌های خود را احضار کرده و از طریق آن ارزش‌هایش را بازتولید می‌کند. در همین زمینه جودیت ویلیامسون<sup>۱</sup> در کتابی با عنوان رمزگشایی از آگهی‌های تجاری:

---

1. Judith Williamson

ایدئولوژی و معنا در تبلیغات، بر این اعتقاد است که رسانه‌های جمعی در زمانه ما دائماً در حال بر آفریدن همپیوندی‌های عینی هستند تا از این راه واکنش‌های قالبی در مخاطبان‌شان ایجاد کنند. از این منظر کارکرد بنیانی آگهی‌های تجاری عبارت است از این که به رابطه بین کالا و احساسات، موجودیتی مستقل و منفرد می‌بخشند. به عبارتی تبلیغ یعنی برقرار ساختن پیوند بین احساسات و حال و هوای فکری از یک سو و کالاها از سوی دیگر، بخش اعظم این احساسات و ویژگی‌ها حکم کمال مطلوب‌هایی (ایدئال‌هایی) محقق‌ناشده را دارند و سپس آگهی‌ها امر دسترس‌ناپذیر را در هیئت امر دسترس‌پذیر (کالا) به ما عرضه می‌کنند (پاینده، ۱۳۸۵: ۴۲)؛ بنابراین این دلالت ضمنی را در پی دارد که هرکسی از چنین محصولاتی استفاده کند، فریبا، جذاب و زیبا می‌شود.

در همین زمینه می‌توان این‌گونه بیان کرد که ظاهر و دست پرچین و چروک السا و به طور متقابل اشاره دست به لوازم‌آرایی، القاگر تمنای ناخودآگاه وی به ضرورت زیباسازی بدن و طبیعی سازی میل به تغییر چهره است. از جمله دلالت‌های اسطوره‌ای این تصویر تمایل به انکار بدن طبیعی و تن دادن به آموزه‌هایی است که رضایت از بدن را منوط به مصرف کالا می‌کند و تبدیل شدن به بدن آرمانی را تنها در پذیرش ایدئولوژی مصرف‌گرای سرمایه‌داری می‌داند. تمایل به زیبایی و غلبه بر موانع و محدودیت‌های طبیعی یکی از مضامین اسطوره‌ای موجود در این تصاویر است که ایدئولوژی سرمایه‌داری در لوای دعوت به خرید، آن را بر می‌سازد. در چنین اسطوره‌ای سوژه‌های سرمایه‌داری با یک ویژگی غیرواقعی و تقریباً بت گونه در ظاهرشان صاحب جذابیت خاصی می‌شوند.

می‌توان به فن تدوین به‌عنوان یکی از رمزگان‌های فنی اشاره کرد. در نمای آغازین صورت پرچین و چروک، موهای سفید و حالت عبوس چهره وی در تصویر پیداست که درنهایت بعد از اجرای اعمال زیباسازی، نمای جوانی وی پدیدار می‌گردد. تصویر در نمای نخست دلالت‌هایی از قبیل فرسودگی، پیری و مرگ را تداعی می‌کند درحالی‌که تصویر نمای پایانی القاگر سرزندگی، جوانی و زندگی است.

تصویر ستاره‌ای که در درون شب می‌درخشد دلالت بر موقعیت رویاگونه سوژه دارد با توجه به این موقعیت حضور هم‌زمان السا در کنار لوازم‌آرایی، از منظر روانکاوانه مبین هراس و اضطراب و امیال سرکوب‌شده‌ای است که پیری، مسن شدن و تمنای جاودانگی به واسطه زیبایی را القا می‌کند. در همین زمینه نمی‌بایست از آهنگی که در حین اجرای بازی پخش می‌شود نیز غافل شد. در ابتدا می‌بایست به این نکته اشاره کرد که محتوای این ترانه تقویت‌کننده دلالت‌های پنهان تصاویر بازی است. بر همین مبنا سفیدی برف - که در ابتدای ترانه آمده - همراه با موی سر السا و قصر یخی زنجیره‌ای از دال‌ها را حول محور ترس از پیری سامان می‌دهد. سوژه‌ای که در ترانه فراخوانده می‌شود تصویر تیپیک دختری مدرن است که خود را می‌بایست به صورت مداوم امروزی سازد تا در حال زندگی کند؛ در حال بودگی‌ای که از درون فرایند انکار خود صورت می‌گیرد. زنجیره‌ای از دال‌های قصر یخی، چروکیدگی و پیری در تصویر السا و همچنین واژگان سرما، گذشته و تنهایی - که در ترانه آمده است - القاگر گذشته است که می‌بایست به محاق فراموشی سپرده شود. در مقابل ترکیب زنجیره‌وار دال‌های زیبایی و طراوت پوست همراه با واژگان آزادی، در حال و در امروز زندگی کردن دلالت بر آینده آرمانی دارند که از طریق مصرف نظام نشانه‌ای با جاودانگی امروزی می‌بایست جایگزین شود.

## ۲- تحلیل نشانه شناختی قسمت «السا خانه را تمیز کن»

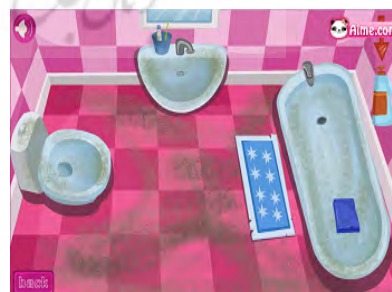
در این قسمت السا در چهار موقعیت مربوط به تمیز کردن امور خانگی بازنمایی می‌شود. این موقعیت‌ها شامل، آشپزخانه، حمام و سرویس بهداشتی، اتاق خواب و رخت شور خانه هستند. در هر یک از این موقعیت‌ها که در بردارنده یک مرحله از بازی است، می‌بایست امور مربوط به تمیزکاری و شست‌وشو انجام گیرد. مراحل به گونه‌ای طراح شده‌اند که در آن‌ها السا در مقام زن خانه‌دار باید همه امور تمیزکاری را به نحوی

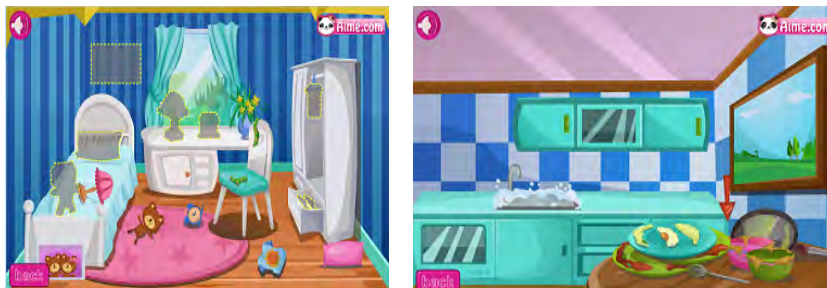
مطلوب انجام دهد. وظایفی که می‌بایست انجام گیرند از شست شوی ظرف‌ها گرفته تا چیدن لباس‌ها بر روی رخت‌آویز، به گونه‌ای از پیش تعریف شده هستند. علاوه بر این چیدمان وسایل نیز به گونه خاصی تعیین شده هستند.

در نمای حمام تصویر از لکه بر روی کف زمین، وان حمام، روشویی و توالت فرنگی به صورت تیره و تاریک نشان داده می‌شود. همچنین در گوشه‌ای از حمام و بالای وان، جرم‌گیر و تی کف شور قرار داده شده است. در سطح نخست دلالت، لکه دربردارنده دلالت‌هایی از قبیل کثیفی، آلودگی، مشکلات پیش رو و ناامیدی و مواد ابزارهای شوینده نیز القاگر پاکیزگی، راه‌حل و امیدواری است. تقابل بین لکه و مواد شوینده در سرتاسر این نما، نوعی دوگانه را بین زن خانه‌دار قابل و زن خانه‌دار ناقابل بر می‌سازد. بر همین مبنا لکه و کثیفی ناهنجاری را تداعی می‌کند و پاکیزگی نظم و انضباط و هنجارمندی را القا می‌کند. دوگانه‌های لکه / پاکیزگی و ناهنجاری / بهنجاری، ایدئولوژی‌ای را بر می‌سازد که در آن زن تنها به واسطه تن دادن به امور محوله و هنجارهای زندگی خانه‌داری می‌تواند به عنوان زن کامل شناخته شود.

در یکی از موقعیت‌ها، تصویر آشپزخانه‌ای نشان داده می‌شود درحالی‌که مجموعه‌ای از ظروف کثیف و آماده شست‌وشو بر روی میز چیده شده‌اند و بر روی دیوار آن، یک تابلو با منظره‌ای از طبیعت سرسبز قرار دارد. سپس از نمای نزدیک تصویر دستان زنی (السا) - که دستکش بر دست دارد و بدن و چهره‌اش مشهود نیست - نشان داده می‌شود که مشغول شستن ظروف کثیف در سینک ظرف‌شویی است. نشان دادن دست‌ها از نمای نزدیک همراه با ظروفی که می‌بایست شسته شوند دربردارنده ارتباط نزدیک زن با موضوع شست‌شو و این همانی هویت زن با وظایف خانگی است. همچنین در این نما تصویر دستان به تنهایی، مجاز از کلیت بدن زنی است که به واسطه تقسیم‌کار جنسیتی هویتش از طریق مناسبات شیء‌واره روابط، بازتعریف می‌شود، به گونه‌ای که وظیفه با هویت زنانه‌اش یکسان انگاشته می‌شود. علاوه بر این شستن ظروف در یک راستا با کارهایی مانند پختن غذا، اتو کردن لباس‌ها،

جارو زدن و غیره عجین است. یکی دیگر از دال‌های این موقعیت قرارگرفتن تابلوی طبیعت در درون آشپزخانه است. پیوند میان این دو نشانه (تابلو و آشپزخانه) منجر به انتقال ویژگی‌های طبیعت از قبیل طبیعی، باروری و زندگی به بافت خانگی (آشپزخانه) می‌شود. همچنین، به دلیل این که طبیعت با چنین ویژگی‌هایی غالباً با زنانگی تعریف می‌شود، آشپزخانه و کار در آن بخشی از ذات زنانه دانسته می‌شود. در اینجا، آشپزخانه از طریق این‌همانی با طبیعت بارور، نقش زهدانی را ایفا می‌کند که از درون آن روابط و مناسبات کار خانگی طبیعی شده را بر می‌سازد. تصویر زنی که در آشپزخانه مشغول شستن ظرف‌ها است به صورت استعاری دلالت بر سایر زنان خانه‌داری دارد که علاوه بر شستن ظروف، کارهای دیگری را نیز انجام می‌دهند. علاوه بر این در سطح معنای ضمنی، این تصویر نشانگر اهمیت تمیزی و پاکیزگی نزد زنان است و کلیشه زن هیستریک را تداعی می‌کند.





در موقعیت رخت‌شورخانه، تصویری از یک ماشین لباسشویی، لباس‌ها، رخت‌آویز و دو سبد در نمای اتاق دیده می‌شود. لباس‌ها می‌بایست با توجه به رنگشان در دو سبد تفکیک شوند و سپس در ماشین لباسشویی گذاشته و بعد از آن بر روی رخت‌آویز در جاهای از پیش مشخص‌شده، آویخته شوند. ماشین لباسشویی و رخت‌های شسته شده در سطح نخست، دلالت بر پاکیزگی و تمیزی دارند و در سطح دوم، القاگر این هستند که شست‌وشوی لباس‌ها از وظایف زنانگی آن‌چنان جدایی‌ناپذیرند که نمی‌توان یکی را بدون دیگری در نظر گرفت. از منظری می‌توان گفت که ماشین لباسشویی به جزئی از بدن زن بدل شده است در اینجا نوعی همپیوندی بین عمل ماشین لباسشویی و وظیفه تعریف‌شده برای زن برقرار شده است.

در موقعیت اتاق خواب، تصویری از اشیاء مختلف (عروسک خرسی، ساعت رومیزی، لنگه‌های جوراب، چراغ خواب و بالشت) شلخته و درهم‌برهم دیده می‌شود که بر کف و جاهای مختلف اتاق ریخته شده‌اند. مجموعه اشیاء و دکوراسیون اتاق نشان‌دهنده اتاق خواب کودک است. در سطح دیگر می‌توان گفت علاوه بر تداعی وظایف مراقبت و نگهداری از کودک، نشانگر آن است که یک مادر قابل همواره می‌بایست تمیزی و نگهداری از لوازم و اشیاء کودک را به نحو مناسب انجام دهد. به‌طورکلی در این قسمت امور مربوط به شست‌وشو و تمیزکاری، جزء ذات زنانه تعریف شده است. در اغلب نماها بازنمایی ارائه شده به گونه‌ای است که زن تنها زمانی



هویت مشخصی پیدا می‌کند که در آشپزخانه، رخت‌شورخانه، حمام و اتاق خواب حضور یابد؛ به عبارتی زن بازنمایی شده به مقام زن خانه‌دار قابل فراخوانده می‌شود.

### ۳- تحلیل نشانه شناختی قسمت «تمیزکاری السا»

این قسمت از بازی شامل چندین مرحله است که در هر یک از مراحل، کاربر می‌بایست در زمان محدودی وظایف خانگی رفت و رو و تمیزکاری را انجام دهد و در صورت انجام موفقیت‌آمیز این امر، وی می‌تواند وارد مراحل بعد شود. در هر یک از مراحل، نمایی از خانه (قصری خیالی) دیده می‌شود که وسایل آن به صورت شلخته و درهم‌ریخته شده‌اند و می‌بایست این وسایل در جای خود جاگذاری شوند. در این نماها، بر روی سطح اتاق آشغال‌ها یا خرت‌وپرت‌هایی ریخته شده‌اند و بر دیوارهای آن تابلوهای عکس به صورت کج و معوج دیده می‌شوند. در پایین صفحه نمایشگر زمان قرار دارد که نشان‌دهنده محدوده زمانی است که مرحله باید درون آن به سرانجام برسد. همچنین در تمام نماها، السا با حالتی که جارو در دست - درحالی‌که مشغول تمیزکاری است- در تصویر نشان داده می‌شود. هم‌زمان با اجرای این مراحل، آهنگی با مضمونی عاشقانه و احساسی پخش می‌شود.



زنجیره دال‌های نمایشگر زمان، خرت‌وپرت‌های پراکنده بر سطح اتاق، تابلوهای کج‌ومعوج و نمایی که السا را با جارویی در دست نشان می‌دهد بازنمایی کننده کشمکش یک زن خانه‌دار با زمان است؛ به این معنا که یک زن قابل کسی دانسته می‌شود که با صرف کمترین زمان ممکن وظایف خانگی را به‌درستی انجام دهد. علاوه بر این، نمای جارو در دست السا، در سطح نخست، دلالت بر پاکیزگی، نظافت و تمیزی دارد. در سطح دیگر دلالت، همراهی جارو در تمام نماها با السا، القاگر پیوند ضمنی بین زن و جارو است و همچنین بر طبعی بودن موقعیت السا در مقام زن خانه‌دار نظافتچی صحنه می‌گذارد. علاوه بر این در تمام نماها، تبسم و سکوت خاصی بر صورت السا نقش بسته است که در نخستین سطح از دلالت، القاگر رضایت از وضع موجود است؛ اما در سطح دوم دلالت می‌توان از اسطوره مردسالارانه‌ای سخن گفت که وظایف خانگی را جزئی از ذات زنانه قلمداد می‌کند.

### نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد حضور شخصیت زن (السا) در اغلب صحنه‌ها تروماتیک و مسئله‌دار است. بازنمایی ارائه شده بر سازنده مجموعه‌ای از کلیشه‌ها در مورد زنان است که می‌توان از آن به «فنا‌ی نمادین زنانه» یاد کرد. از این منظر و بر اساس یافته‌های پژوهش، در اغلب صحنه‌ها، شخصیت زن در موقعیت‌های محدودی از قبیل آشپزخانه، اتاق خواب، حمام و... همراه با انجام وظایف خانگی - که جزئی از هویت زنانه پنداشته می‌شود - بازنمایی شده است. به‌طور کلی بازنمایی کلیشه‌ای ارائه شده از این مجموعه بازی را می‌توان بر اساس چهار مقوله «قرار گرفتن در نقش‌های تعیین شده، بدن تربیت‌پذیر، نمایش توأم با رضایت و حضور پنهان سوژه حامی صورت‌بندی کرد. مقوله نخست به این موضوع اشاره دارد که در اغلب صحنه‌ها، شخصیت زن در نقش‌هایی فرعی، تعیین شده و محدود بازنمایی می‌شود. بدن تربیت‌پذیر اشاره به فشارها و

محدودیت‌هایی دارد که تحت قواعد نظام سرمایه‌داری مصرف‌گرا، بدن طبیعی را انکار و انگاره بدن زیبا و آرمانی را جایگزین آن می‌سازد. مقوله سوم به این موضوع اشاره دارد که سکوت و تبسم شخصیت زن در اغلب صحنه‌ها، از یک سو القاگر رضایت از وضع موجود است و از سوی دیگر امکان هر نوع به چالش کشیدن ایدئولوژی مردسالارانه را انکار می‌کند. مقوله حضور پنهان سوژه حامی نشانگر غیاب سوژه مذکر در موقعیت‌های داخل خانه است که این امر به طور پنهانی مضمونی عمیق در روابط بین مردان و زنان را نشان می‌دهد؛ مضمونی که در آن حذف مرد نشانگر حضور او در جایی دیگر است که این جای دیگر همان محل کار است. چیزی که به طور استعاره‌ای مرد را در نقش حامی خانواده نشان می‌دهد. به‌طور کلی، کلیشه‌های جنسیتی نهفته در پس این بازی، زنان را متعلق به خانه و محیط آن می‌داند و از طریق طبیعی سازی نقش‌های جنسیتی، در پی تشدید روابط موجود است.

## منابع

- اباذری، یوسف. (۱۳۸۰). رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی. *فصلنامه ارغنون*، شماره ۱۸.
- استریناتی، دومینیک. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*. ترجمه: ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- استوری، جان. (۱۳۸۹). *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، ترجمه: حسین پاینده، تهران: آگاه.
- پاینده، حسین. (۱۳۸۵). *قرائتی نقادانه از آگهی‌های تجاری در تلویزیون ایران*. تهران: روزنگار.
- پورهمرنگ، نسرين. (۱۳۹۳). *صنعت فرهنگ و بازی‌های رایانه‌ای*. *فصلنامه نقد کتاب علوم اجتماعی*، سال اول، شماره ۳ و ۴.

- رضایی، محمد؛ کاظمی، عباس. (۱۳۸۷). بازنمایی اقلیت‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره ۴.
- سلیمی، کیت؛ کاودری، ران. (۱۳۸۰). *راهنمای بررسی تلویزیون*. تهران: سروش.
- صفارودی، سوسن. (۱۳۸۹). بازنمایی حجاب زن مسلمان در رسانه‌های غربی. *مطالعات راهبردی زنان*، سال دوازدهم، شماره ۴۸.
- کاظمی، عباس؛ ناظر فصیحی، آزاده. (۱۳۸۶). «بازنمایی زنان در یک آگهی تجاری تلویزیونی»، *پژوهش زنان*، دوره ۵، شماره ۱.
- گیویان، عبدالله؛ سروری زرگر، محمد. (۱۳۸۸). بازنمایی ایران در سینمای هالیوود. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۸.
- Ashmore, R. D., & Boca, F. K. (1981). *Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping*. In D. L. Hamilton (Ed.), *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior* (pp. 1-35). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Beasley, B., & Standley, T. C. (2002). *Shirts vs. skins: Clothing as an indicator of gender role stereotyping in video games*. *Mass Communication & Society*, 5, 279-293.
- Brenick, A., Henning, A., O'Connor, A., & Collins, M (2007). *Social Evaluations of Stereotypic Images in Video Games*: Unfair, Legitimate, or "Just Entertainment". *Youth Soc*, 1; 38(4): 395-419.
- Bryce, J. & Rutter, J. (2003). *Gender dynamics and the social and spatial organization of computer gaming*. *Leisure Studies* 22, 1-15. Manchester: Rutledge.
- Cantor, M. G. (1987). *Popular culture and the portrayal of women: Content and control*. In B. B. Hess & M. M. Ferree (Eds.), *Analyzing gender: A handbook of social science research* (pp. 190-214). Newbury Park, CA: Sage.

- Connolly, T.M., Boyle, E.A., MacArthur, E., Hainey, T and Boyle, JM (2012). *A Systematic literature review of empirical evidence on computer games and serious games*. Computers & Education 59 (2), 661-686.
- Crawford, G., & Gosling, Vi. K. (2009). More Than a Game: Sports-Themed Video Games and Player Narratives. *Sociology of Sport Journal*. 26, 50-66.
- Dates, J. L., & Barlow, W. (1990). Introduction: A war of images. In J. L. Dates & W. Barlow (Eds.), *Split images: African Americans in the mass media* (pp.1-21). Washington, D.C.: Howard University Press.
- Dietz, T. L. (1998). *An examination of violence and gender role portrayals in video games: implications for gender socialization and aggressive behavior*. Sex Roles, 38, 425-442.
- Dill, K. & Thill, K (2007). *Video Game Characters and the Socialization of Gender Roles: Young People's Perceptions Mirror Sexist Media Depictions*. Sex Roles, 57:851-864
- Dill, K., D. Gentile, W. Richter and J. Dill. (2005). *Violence, Sex, Race and Age in Popular Videogames, in E. Cole and J. Daniel* (eds) Featuring Females: Feminist Analysis of the Media, pp. 115-30. Washington, DC: American Psychological Association.
- Downs, E., & Smith, S. (2005). *Keeping abreast of hypersexuality: A video game character content analysis*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, New York City.
- Fox, J., & Bailenson, J. N. (2009). *Virtual virgins and vamps: the effects of exposure to female characters' sexualised appearance and gaze in an immersive virtual environment*. Sex Roles, 61, 147e157.

- Haninger, K., & Thompson, K. M. (2004). Content and ratings of teen-rated video games. *Journal of the American Medical Association*, 291, 856-865.
- Heintz-Knowles, K., J. Henderson, C. Glaubke, P. Miller, M.A. Parker and E. Espejo. (2001). *Fair Play? Violence, Gender and Race in Videogames*. Oakland, CA: Children Now.
- Hilton, J., & von Hippel, W. (1996). *Stereotypes*. *Annual Review of Psychology*, 47, 237-271.
- Ivory, A.H., Fox, J., Waddell, T.F. & Ivory, J.D. (2014). *Sex role stereotyping is hard to kill: A field experiment measuring social responses to user characteristics and behavior in an online multiplayer first-person shooter game*. *Computers in Human Behavior* 35, 148-156.
- Kowert, R., Griffiths, M.D. & Oldmeadow, J.A. (2012). *Geek or Chic? Emerging Stereotypes of Online Gamers*. *Bulletin of Science, Technology & Society* 32(6) 471-479.
- Leonard, D. (2003). *Live in Your World, Play in Ours: Race, Video Games, and Consuming the Other*. *Studies in Media & Information Literacy Education*, Volume 3, Issue 4 (November 2003), 1-9. University of Toronto Press.
- Mou, Y., & Peng, W. (2009). *Gender and Racial Stereotypes in Popular Video Games*. USA: Cambridge.
- Omi, M. (1989). In living color: Race and American culture. In I. Angus & S. Jhally (Eds.), *Cultural politics in contemporary America* (pp. 111-122). London: Routledge.
- Park, J. H., Gabbadon, N. G., & Chernin, A. R. (2006). Naturalizing racial differences through comedy: Asian, Black, and White views on

- racial stereotypes in Rush Hour 2. *Journal of Communication*, 56, 157-177.
- Peffley, M., Shields, T., & Williams, B. (1996). *The intersection of race and crime in television news stories: an experimental study*. Political Communication, 13, 309-327.
- Smith, S. L., Lachlan, K., & Tamborini, R. (2003). Popular video games: Quantifying the presentation of violence and its context. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 47(1), 58-76.
- Thompson, T. L., & Zerbinos, E. (1995). *Gender roles in animated cartoons: Has the picture changed in 20 years?* Sex Roles, 32, 651-673.
- Williams, D., Martins, N., Consalvo, M., & Ivory, J. D. (2009). *The virtual census: representations of gender race and age in video games*. New Media & Society, 11(5), 815e834.
- Wolf, M. J. (1999). *The Entertainment Economy*. The mega-media forces that are re-shaping our lives. London: Penguin Books.