




تحلیل کارکرد سلبریتی در گذار از نشانه‌شناسی ایدئولوژی به نشانه‌شناسی فرهنگ (مورد مطالعه: لایو اینستاگرامی حسن آقامیری و احلام)

محمد جواد بادین فکر  * دانشجوی دکتری رشته فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، ایران.

حسین سرفراز  عضو هیئت علمی دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، ایران.

مرتضی سمیعی  دانشجوی دکتری رشته دانش اجتماعی مسلمین دانشگاه امام صادق (ع)، ایران.

چکیده

با مروری بر آثار ترجمه‌ای و تألیفی فارسی در باب فرهنگ شهرت، بر تفوق نگاه‌های انتقادی پی می‌بریم؛ از منظر نشانه‌شناختی موضع انتقادی رولان بارت نسبت به نظام‌های نشانه‌ای درون فرهنگ به‌مثابه نظام‌های ایدئولوژیک و اسطوره‌ای تلقی رایج و کارویژه نشانه‌شناسی، افشای دلالت‌های پنهان و عمدتاً سرکوب‌گرانه آن‌هاست؛ درحالی‌که ادعای مقاله وجود کارکردهای فرهنگی سلبریتی به‌مثابه یک نظام نشانه‌ای و فرهنگ شهرت به‌مثابه یک سپهر نشانه‌ای است که با استفاده از نظریه و روش‌شناسی یوری لوتمان پایه‌گذار مکتب نشانه‌شناسی فرهنگی تلاش شده است تا تحلیلی تازه از فرهنگ شهرت ارائه شود. نتیجه‌گیری نظری این مقاله بر این شد که فرهنگ شهرت به‌عنوان یکی از سپهرهای نشانه‌ای درون فرهنگ قرار داشته و در فرایندهای تعیین مرز کردن سپهر فرهنگ مشارکت دارد. سپس با استفاده از نشانه‌شناسی فرهنگی لوتمان، لایو اینستاگرامی حسن آقامیری (سلبریتی روحانی) با احلام (سلبریتی زن خواننده) که یک پدیده سلبریتی محور از دو صنف متضاد بوده، به‌مثابه پیکره مطالعاتی مورد تحلیل قرار گرفته است. نتیجه این تحلیل مشخص نمود که دو سلبریتی نهایتاً در یک توافق مرز موسیقی حلال و حرام را در لایو اینستاگرام مشخص می‌نمایند. حسن آقامیری به‌عنوان مرز در سپهر دین، احلام را که یک عنصر نه‌دین محسوب می‌شود به داخل سپهر دین ترجمه می‌کند. در طرف مقابل آقامیری خود نیز به‌وسیله احلام به سپهر موسیقی راه می‌یابد. در نهایت همخوانی این دو سلبریتی با یکدیگر منجر به انفجار در سپهر نشانه‌ای می‌شود.

کلیدواژه‌ها: سلبریتی، سپهر نشانه‌ای، اینستاگرام، یوری لوتمان، رولان بارت، نشانه‌شناسی فرهنگی.

* نویسنده مسئول: m.j.badini74@gmail.com

مقدمه

در دهه‌های گذشته پیگیری و اقبال نسبت به افراد مشهور، همانند امروز رواج نداشته است؛ اما فرهنگ شهرت-به خصوص در جهان توسعه‌یافته- در انتهای دهه‌ی ۱۹۸۰ و آغاز دهه ۱۹۹۰ تبدیل به ویژگی زندگی اجتماعی شد و این وضعیت با کمک رسانه‌های جهانی که چهره‌های عمدتاً سرگرمی و ورزشی را تبلیغ، ستایش، گاهی نفرت‌انگیزی و بعضی وقت‌ها نابود می‌کنند، به درون سده بیست‌ویک کشیده شد (کشمور، ۱۳۹۶، ۴).

در سال ۱۹۹۷ بر اساس نظر مخاطبان بزرگسال، ارزش‌های غالب در برنامه‌های تلویزیونی محبوب برای نه تا یازده ساله‌ها عبارت بود از احساس مسئولیت اجتماعی و نیکوکاری. در این سال، در بین شانزده ارزش بررسی شده، شهرت در جای پانزدهم بود؛ اما شهرت در سال ۲۰۰۷ به جایگاه اول رسید و احساس مسئولیت اجتماعی در این سال به جایگاه یازدهم سقوط کرد و نیکوکاری پس از آن به جایگاه دوازدهم رسید (مونبو، ۱۳۹۶، ۲۱۹). افراد شهره در گذشته، عمدتاً با تکیه بر ویژگی‌های اکتسابی و زحماتی که برای کسب آن‌ها می‌کشیدند، خود را از سایرین متمایز می‌کردند؛ اما شگفتی فرهنگ شهرت، جابجایی تأکید از شهرت کسب‌شده به شهرت رسانه‌مدار است. این همان چیزی است که در بطن واژه‌ی سلبریتی^۱ وجود دارد که می‌توان آن را به معنای بالا بردن؛ به صورت گسترده تحسین کردن؛ مشهور کردن و اهمیت زیاد دادن به شخص تفسیر کرد (کشمور، ۱۳۹۶، ۹). در ایران نیز حضور این پدیده چشم‌گیرتر از گذشته شده است. حضور سلبریتی‌های ایرانی در عرصه‌های مهم سیاسی و بحران‌های اجتماعی از جمله این موارد است. به‌عنوان مثال سلبریتی‌ها در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ نقش به‌سزایی ایفا کردند. همچنین حضور سلبریتی‌ها در بحران‌های طبیعی مانند سیل و زلزله و کمک‌رسانی به مردم از جمله موارد نقش‌آفرینی سلبریتی‌ها بوده است.

ادبیات تحلیلی که در مطالعات سلبریتی استفاده می‌شود، عمدتاً بر مبنای نظریه‌های انتقادی است که عملاً سلبریتی‌ها را نتیجه سرمایه‌داری، کالا و ابزار سرمایه‌داری برای تولید و مصرف بیشتر می‌پندارد. (Turner, 2014: 30) اگرچه مطالعه تاریخی سلبریتی عملاً ما را

1. celebrity

به عملکرد جوامع سرمایه‌داری از طریق صنعت تبلیغات و رسانه‌های ارتباط جمعی رهنمون می‌سازد اما تحلیل انتقادی و تقلیل سلبریتی به ایدئولوژی سلبریتیسم، چشم محقق را بر کارکردهای فرهنگی سلبریتی در جامعه و ویژگی‌های فرهنگی و نشانه شناختی شهرت می‌بندد.

آنچه در مطالعات سلبریتی ترجمه‌ای و تألیفی (البته به شدت محدود) به زبان فارسی و در ایران مشاهده می‌شود توقف در همان جایگاه انتقادی با استفاده از رژیم نشانه‌شناسی ایدئولوژی است، رژیمی مرکب از نظریه و روش که به‌طور صریح یا ضمنی نشانه‌شناسی یکی از نظریه‌پردازان سرشناس فرانسوی رولان بارت را مبنا قرار می‌دهد تا در نهایت معانی ضمنی کنش‌های سلبریتی را افشا کرده و با ارجاع آن به سیستم سرمایه دارانه اسطوره‌سازی، از تبیین کارکرد سلبریتی در فرهنگ طفره روند. به‌عنوان مثال حمید و مسعود تقی‌آبادی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی ستاره ورزشی در تبلیغات بازرگانی تلویزیونی (نشانه‌شناسی «تبلیغات شامپوکلیر» و «روغن موتور کاسپین»)» به تحلیل نشانه‌شناسی ستاره‌های ورزشی در تبلیغات پرداخته‌اند. در این مقاله مبنای روشی و نظری، اسطوره‌شناسی رولان بارت می‌باشد. آن‌ها با استفاده از نشانه‌شناسی ایدئولوژی بارت معانی ضمنی که سلبریتی‌های ورزشی در تبلیغات بازرگانی ساخته‌اند را تحلیل کرده‌اند. شاید بخشی از این نگاه انتقادی ریشه در برخی محافل علمی و دانشگاهی داشته باشد که فرهنگ عامه پسند را همواره امری پست و بی‌ارزش تلقی کرده است. نمونه‌اعلای آن سخنرانی یوسف علی‌اباذری درباره مرگ مرتضی پاشایی خواننده پاپ ایران در دانشگاه تهران می‌باشد. او در این سخنرانی این نوع موسیقی و پاپ‌گرایی را مبتذل خواند (عصر ایران، ۱۳۹۳).

جالب‌تر آنکه برخی از آثار مهم رولان بارت نیز توسط دکتر اباذری شرح و ترجمه شده‌اند. در همین راستا در این مقاله تلاش شده است تا تحلیلی متفاوت از پدیده شهرت و سلبریتی بر مبنای نشانه‌شناسی فرهنگی مکتب تارتو-مسکو ارائه شود. هدف اصلی این مقاله این است تا رویکرد جایگزینی در مقابل تحلیل ایدئولوژیک و بارتی ارائه

کند و برای این کار از ادبیات نظری لوتمان استفاده خواهد شد و برای نمونه یکی از موقعیت‌های مهم در فرهنگ شهرت ایرانی یعنی لایو اینستاگرامی آقامیری و احلام را با روش نشانه‌شناسی فرهنگ تحلیل خواهیم کرد.

بدین منظور ابتدا به مفهوم شناسی فرهنگ شهرت از منظری نشانه‌شناختی می‌پردازیم، سپس با مروری بر نظریه نشانه‌شناسی رولان بارت به تحلیل نشانه‌شناسی ایدئولوژی سلبریتیسم رسیده و در ادامه با استفاده از نظریه و روش‌شناسی یوری لوتمان، کارکرد سلبریتی را در گذار از تحلیل ایدئولوژیک و اسطوره‌شناسانه بارت به تحلیل فرهنگی سلبریتی در قالب مطالعه موردی یکی از جدیدترین و جنجالی‌ترین رخدادهای مجازی اینستاگرام ایرانی، یعنی «لایو اینستاگرامی حسن آقامیری و احلام» مورد مطالعه قرار می‌دهیم.

ادبیات نظری پژوهش

نشانه‌شناسی فرهنگ شهرت

نشانه‌شناسی فرهنگی با این فرض اولیه شروع می‌کند که فرهنگ و نشانه‌شناسی دو پدیدار مستقل از هم نیستند - فرهنگ اساساً نشانه‌شناختی است و نشانه‌شناسی در یک محیط فرهنگی بسط می‌یابد. از طرف دیگر، مطابق با تعریف لوتمان از فرهنگ، یعنی حاصل جمع تمام اطلاعات غیروراثتی و ابزار سازمان‌دهی و حفظ آن (Lotman, 1970: 395) فرهنگ خصلت ارتباطی دارد، یعنی بقا و دوام فرهنگ به ارتباط‌گیری و قوت انتقال و مبادله آن است. سومین خصلت فرهنگ، متنی بودن آن است، به این معنا که در مقام یک نظام نشانه‌ای با قواعد ساختاری همچون زبان عمل می‌کند؛ البته نه تنها شامل ترکیبی مشخص از نظام‌های نشانه‌ای (زبان‌ها) است، بلکه حاصل جمع تمام پیام‌ها (متن‌ها)ی به لحاظ تاریخی موجود در این زبان‌ها هم هست (Lotman, 1970: 395).

با وجود این سه خصلت، سلبریتی یا شهرت در مقام یک فرهنگ نیز واجد هر سه ویژگی است: اولاً فرهنگ شهرت خصلت نشانه‌شناختی دارد، سلبریتی‌ها یا افراد مشهور عمدتاً متعلق به حوزه‌هایی هستند که با نشانه‌ها و نمادها و به تعبیر دیگر با سرمایه نمادین

کار می‌کنند؛ بنا به یک تعریف، سلبریتی‌ها افراد مشهوری هستند که به‌عنوان ستارگان فیلم‌ها، قهرمان‌ها و بازیگران پرطرفدار تلویزیونی ظهور می‌کنند و می‌توانند برای تماشاگران به یک گروه مرجع تبدیل شوند (Yasmeen & Khalid, 2019: 175).

ثانیاً فرهنگ شهرت، فرهنگی رسانه‌ای یا یکی از مهم‌ترین جلوه‌های فرهنگ رسانه‌ای است و بنابراین ارتباطات جمعی شکل گرفته و مدیریت شده توسط رسانه‌هایی چون سینما، تلویزیون و رسانه‌های نوین از جمله رسانه‌های اجتماعی شرط بقای سلبریتی به‌مثابه سلبریتی است و این برخلاف شهرت به معنای سنتی مفهوم است، چه این که در پارادایم سنت، شهرت امری انتسابی و موروثی است و نه اکتسابی و بر ساخته. پس اساساً «مردم» در سنت شهرت جایگاهی ندارند. رسانه‌ای شدن شهرت و خلق پدیدار سلبریتی، نوعی «چرخش مردمی» (Turner, 2014) در مفهوم شهرت محسوب می‌شود، به‌طوری که امروزه شهرت به‌واسطه رسانه‌ها و بالأخص رسانه‌های نوین امری دور از دسترس تلقی نمی‌شود، چنان‌که افراد معمولی می‌توانند به‌واسطه‌ی انتشار عکس سلفی، توییت یا فیلم کوتاهی که در موقعیتی خاص تصادفاً از آن‌ها به کمک تلفن همراه ضبط شده، در مدت کوتاهی شهرتی جهانی پیدا کنند. یکی از تیپولوژی‌های معتبر از سلبریتی‌ها به‌ویژه بر این خصلت دلالت دارد: سلبریتی یا انتسابی^۱ است، یا اکتسابی^۲ و یا استنادی^۳. تیپ اول مشهورینی هستند که خانوادگی و دودمانی شهرت را به ارث می‌برند مانند شاهزادگان، اما تیپ اکتسابی شامل سلبریتی‌هایی است که در باور عامه برخوردار از استعداد یا مهارت خاص و نادری هستند که در یک رقابت ویژه شهرت را کسب کرده‌اند، بازیگران و بازیکنان از این دسته هستند؛ باین‌همه، شهرت اکتسابی منحصر به وجود استعداد یا مهارت ویژه نیست، بلکه گاهی به‌واسطه تمرکز بازنمایی‌های رسانه‌ها بر یک فرد به‌عنوان کسی که صاحب ارزش یا ویژگی خارق‌العاده‌ای است، او می‌تواند شهره شود و به این شهرت استنادی گویند (Rojek, 2001). بی‌تردید شهرت استنادی شهرتی است مستند به رسانه، اما

1. Ascribed
2. Achieved
3. Attributed

به واسطه اشباع رسانه‌ای امروزه، هر نوع شهرتی فارغ از هر تیپولوژی در فرهنگ رسانه‌ای معنادار می‌شود.

ثالثاً خصلت متنی ویژگی فرهنگ شهرت است: سلبریتی متنی است که درون بافتار «جامعه نمایش» قابل خوانش یا رمزگشایی است (نک به دُبور، ۱۳۸۲)؛ بعلاوه یکی از مهم‌ترین کارکردهای نشانه‌شناختی سلبریتی‌ها در جامعه تولید متن است و طبعاً مراد از متن در اینجا فراتر از مفهوم سنتی متن می‌باشد. برای نمونه، ریچارد دایر (۱۹۷۹) ستارگان سینما را به مثابه متن‌های فرهنگی قلمداد می‌کند که بایستی آن‌ها را درون شرایط گفتمانی و ایدئولوژیکی که به اعتلای آن ستاره خاص می‌انجامد، بافتارمند کرد و خواند. بدین ترتیب، نشانه‌شناسی ستارگان سینما نشان می‌دهد که معانی اجتماعی آن‌ها تنها در بازنمودها و اجراهای پرتکرارشان ته نشین نمی‌شود، بلکه بعلاوه معنا محصول مناسبات بغرنج میان نوع فردیتی است که ستاره دالی بر آن است و ارزش (یا حتی ضدارزشی) است که جامعه به او نسبت می‌دهد. این نوع رویکرد به معناپردازی، تحلیل را به سوی فراروی از ملاحظه و مطالعه نشانه و متن به صورتی ایزوله، به نشانه‌پردازی در بافتار یا وجود «سپهرنشانه‌ای» به تعبیر لوتمان (۲۰۰۵) سوق می‌دهد.

اسطوره سلبریتیسم

رولان بارت نشانه‌شناس فرانسوی در کتاب اسطوره امروز ساختار اسطوره و معنا سازی آن و نسبت آن را با نشانه‌شناسی و ایدئولوژی مشخص می‌سازد. بارت ابتدا ویژگی‌های نشانه‌شناختی و فرایندهای دلالتی اسطوره را بیان می‌کند تا در نهایت مکانیسم تولید و عملکرد اسطوره‌ها را معین نماید در همین رابطه او اشاره می‌کند که اسطوره یک نوع گفتار است البته نه هر گفتاری، او اسطوره را یک نوع پیام و در نتیجه یک ارتباط می‌داند. بارت معتقد است که اسطوره احتمالاً نمی‌تواند عین (ابژه)، مفهوم یا ایده باشد، بلکه اسطوره شیوه‌ای از دلالت است، نوعی شکل و فرم است (بارت، ۱۳۷۵: ۳۰). بارت برخلاف سوسور قائل بر سطوحی از دلالت است. او از دو نوع دلالت نام می‌برد، دلالت صریح و دلالت ضمنی. بارت قائل است دلالت صریح اشاره به معنای لفظی و مستقیم یک نشانه دارد اما

دلالت‌های ضمنی اشاره به معناهای فراتری دارند که اسطوره‌ای و ایدئولوژیک می‌باشند. بارت با تبیین دلالت‌های ضمنی و تحلیل‌های دلچسب از عکس‌های تبلیغاتی یا حتی مد و اشیاء، اسطوره را به ایدئولوژی پیوند می‌دهد دلالت‌های ضمنی معمولاً بر پایه سطوح دلالت صریح پیشین ساخته می‌شوند در واقع مبنای آن بر دلالت‌های از پیش ساخته شده است. این دلالت‌های ایدئولوژیک‌اند و معمولاً یک پیام دلالتی ضمنی را در می‌گیرند (اسمیت، ۱۳۹۴: ۱۹۶).

فرهنگ شهرت نیز با همین نگاه نوعی اسطوره محسوب می‌شود. اگر به فرهنگ شهرت به مثابه یک متن نگاه کنیم که فرایندهای دلالتی در آن جریان دارد، خاصیت اسطوره‌ای سلبریتی آن را به یک ایدئولوژی برای سرمایه‌داری تبدیل می‌کند. لذا از آن به اسطوره سلبریتیسم یاد می‌شود. چه بسا خصلت اسطوره‌ای سلبریتی شدیدتر و قوی‌تر نیز ظهور و بروز دارد. چراکه سلبریتی همواره در یک متن رسانه‌ای شده معنادار می‌شوند و سلبریتی خارج از متن وجودی معنایی و باز نمودی ندارد. به همین منظور عنصر تصویر و همواره دیده شدن مکانیسمی است که سلبریتی‌ها در آن به باز تولید خود می‌پردازند. همان‌طور که بارت اشاره می‌کند: «تصویر بدون شک پرخاشگرتر از نوشتار است. تصویر، دلالت را با یک ضربه، بدون تجزیه و تحلیل و یا رقیق کردن تحمیل می‌کند. ولی این تفاوت فقط یک تفاوت شکل نیست. تصویر از لحظه‌ای که دلالت‌گر به چیزی می‌شود، به یک نوشتار بدل می‌شود» (بارت، ۱۳۷۵: ۳۲). بارت کارکرد اسطوره را در راستای خالی کردن واقعیت و تاریخ زدایی از امر واقع را مهم‌ترین کارکرد می‌داند؛ اما تمام این فرایندها را در راستای عملکرد نشانه‌ای ایدئولوژی بورژوازی می‌داند. بورژوازی ناگزیر اسطوره می‌سازد و این اسطوره فقط دست‌کاری نشانه‌ها نیست، بلکه نوعی پیام است که هدف آن طبیعی جلوه دادن پدیده‌های تاریخی است. بورژوازی از طریق اسطوره‌سازی از خود نام زدایی می‌کند و اسطوره‌شناس باید جریان را واژگون کند و به نام‌گذاری مجدد پردازد (اباذری، ۱۳۸۰: ۱۵۱).

در جمع‌بندی از نگاه بارت، سلبریتیسم به‌مثابه اسطوره‌های مدرن سرمایه‌داری می‌باشند که به‌نوعی درمسیر وارونه‌سازی ایدئولوژی بورژوازی عمل می‌کنند و تاریخ و واقعیت را از دال تهی می‌کنند. به این اعتبار کارکرد سلبریتیسم فریبکاری و یک سرقت زبان‌شناختی است؛ پس فرم ضد فرهنگی است و باید از فرهنگ بیرون رانده شود.

سلبریتی به‌مثابه فرهنگ

در نگاه بارت مشاهده کردیم سلبریتی به‌عنوان ایدئولوژی و اسطوره ساخته‌شده توسط نظام‌های سرمایه‌داری محسوب می‌شود. این نگاه باعث می‌شود تا کارکرد اصلی سلبریتی‌ها و تأثیرات مهم فرهنگی در ساحت ذهن و عین نادیده گرفته شود. کارکردهایی از جمله ایجاد قضاوت یا تصمیم‌سازی در میان توده مردم. یوری لوتمان به‌عنوان پایه‌گذار مکتب نشانه‌شناسی فرهنگی تارتو-مسکو که هم‌عصر با بارت بوده است، دیدگاه متفاوتی با او دارد. یکی از تفاوت‌های مهم این دو در فهم اسطوره می‌باشد. برای بارت، اسطوره مجموعه‌ای از ایده‌ها یا بازنمایی‌های دروغین، ساختگی، تأیید نشده یا توهمی است؛ اما برای لوتمان اسطوره مخزن حقایق ناشناخته است. (Sériot, 2016: 406)

اساساً بارت اسطوره را یک واقعیت دروغین برای وارونه‌سازی و پنهان‌سازی حقیقت موجود در ساختارهای قدرت و حاکمیت می‌داند؛ اما لوتمان اسطوره را یک حقیقت می‌داند، حقیقت پنهانی که درباره زندگی فرهنگی و طبیعی انسان‌ها باید کشف شود. از نظر لوتمان متون اسطوره‌ای بنا به تعریف حاوی خصلت ارتباط با خود هستند. آن‌ها را به لحاظ تأثیری که برگیرنده دارند، می‌توان با موسیقی مقایسه کرد. «اسطوره‌ها پیام‌های قابل رمزگشایی منتقل نمی‌کنند، بلکه باعث می‌شوند ما به ندای خودمان گوش فرا دهیم. اسطوره‌ها طراحی شده‌اند تا جهان شنونده را سامان دهند و از این‌رو به‌شدت با فضای نشانه‌ای شخصی مرتبط هستند» (سمنکو، ۱۳۹۶: ۴۱). لذا در روش‌شناسی نیز این دو برخورد متفاوتی با اسطوره دارند: «برای بارت، واسازی اسطوره امری هرمنوتیک نیست. برای برملاسازی واقعیت پنهان‌شده در پشت ظاهر (نشانه)، او هیچ برنامه مثبتی به‌جز یک ایده بسیار مبهم از ضد فرهنگ پیشنهاد نمی‌کند... در عوض، لوتمان برنامه مثبتی دارد:

ساختن الگویی از مصنوعات فرهنگی به منظور ارائه یک گونه‌شناسی یا تیپولوژی از فرهنگ» (Sériot, 2016: 406).

اما تفاوت بسیار مهم دیگر میان این دو در برخورد آن‌ها با ایدئولوژی می‌باشد. کار یک متخصص نشانه‌شناسی در برخورد با ایدئولوژی از نظر بارت، آشکارسازی آن چیزی است که به طور ضمنی باقی مانده است یا بدیهی تلقی می‌شود در این مسیر بارت البته بارها از فرهنگ صحبت می‌کند اما فرهنگ او بی‌اعتبار است. چراکه او مجدداً فرهنگ را در ایدئولوژی‌های سیاسی منعکس می‌داند. «در عوض برای لوتمان، فرهنگ که می‌تواند خاص (روسی، فرانسوی) باشد یا جهانی، انسانی باشد یا فرهنگی، یک عالم معنایی محسوب می‌شود. این واقعیت که یک فرهنگ می‌تواند ملی باشد، امکان یک گونه‌شناسی را ایجاد می‌کند، یعنی مقایسه‌ای بین فرهنگ‌های مختلف، بیشتر اوقات بین روسیه و فرهنگ‌های اروپای غربی». (Sériot, 2016: 408) بنابراین نتیجه اتخاذ منظر فرهنگی لوتمان برای فهم فرهنگ و البته فرهنگ شهرت، الگوسازی از آن به مثابه سپهرنشانه‌ای یعنی فضایی است که تنها درون آن امکان نشانه‌پردازی و معناداری میسر است.

سپهر نشانه‌ای فرهنگ

لوتمان فرهنگ را در یک سپهر نشانه‌ای معنادار می‌داند. سپهر نشانه‌ای یک پیوستار نشانه‌ای است که خارج از آن نشانه‌ها امکان حیات نخواهند داشت (سرفراز، ۱۳۹۳: ۹۰). این نکته بسیار مهم است که لوتمان به‌ویژه بر این تأکید دارد که سپهر نشانه‌ای نه فقط حاصل جمع نظام‌های نشانه‌ای بلکه علاوه بر آن، شرط وقوع هر نوع کنش ارتباطی و ظهور هر نوع زبان است (سمنکو، ۱۳۹۶: ۱۳۰). پس با این حساب لوتمان عناصر نشانه‌شناختی داخل در یک فرهنگ را در یک استعاره به نام سپهر که البته ریشه در نگاه و ادبیات زیست‌شناسی داشته است، جمع می‌کند. هر آنچه بیرون از این سپهر قرار می‌گیرد به‌عنوان دیگری شناخته می‌شود و جایگاهی در فرهنگ خودی ندارد.

مرکز و حاشیه

سپهر نشانه‌ای دارای یک هسته یا مرکز و حاشیه یا پیرامون می‌باشد. هر سپهر نشانه‌ای دارای هسته و لایه‌های پیرامونی است. هسته یا مرکز سپهر نشانه‌ای محل تجمع و تمرکز متن‌ها و ساختارهای نشانه‌ای تثبیت یافته و رسوب کرده تاریخی است که نقطه ثقل و ثبات آن فضا محسوب می‌شود. پیرامون سپهر نشانه‌ای لایه‌های پر خلل و فرجی است که زمینه ارتباط فضای درون سپهر را با بیرون یا خارج فراهم می‌کند (سرفراز و دیگران، ۱۳۹۶: ۸۹).

لوتمان به کارگیری استعاره‌های فضایی مانند مرکز و حاشیه و بیرون و درون، سپهر نشانه‌ای را به صورت فضایی دو گانه، نامتقارن و ناهمگن تعریف می‌کند. این فضا دو گانه است به این اعتبار که در آن رابطه میان فرهنگ و نافرنگ و یا آنچه آشنا می‌نماید و آنچه ناآشناست مطرح می‌شود و نامتقارن است با توجه به تعریف مرکز و حاشیه: مرکز جایی است که متون فرهنگی تولید می‌شوند درحالی که در حاشیه، آشوب و بی‌نظمی فرهنگ را تهدید می‌کند. حاشیه محل خلاقیت نوآورانه است چرا که در واقع تنش میان فرهنگ و حاشیه است که به ایجاد معنا و فرهنگ جدید می‌انجامد و در نهایت به تغییر مرکز موجود منتج می‌شود (لیونگرگ، ۱۳۹۶: ۱۲۷). این پویایی، خلاقیت و نوآوری‌هایی که در حاشیه وجود دارد می‌تواند به مرور و آهسته و پیوسته وارد جریان مرکزی شده و تبدیل به هسته سپهر نشانه‌ای شود.

در هر سپهر نشانه‌ای مناطق حاشیه‌ای یا پیرامونی حالت تراوایی دارند و می‌توانند حوزه‌های دیالوگ یا دادوستد باشند، درست مثل مناطق آزاد تجاری. (سرفراز، ۱۳۹۳: ۹۱) وجود ایده مرکز و پیرامون در این نگاه مستلزم تصور خطوط جداکننده یا مرزی میان این دو ناحیه از هم می‌باشد. لذا یکی از مهم‌ترین مفاهیم لوتمان که باید در سپهر نشانه‌ای مدنظر قرار گیرد مفهوم مرز می‌باشد.

مفهوم مرز

در سطح سپهر نشانه‌ای مرز معرف عملکرد جداسازی خود از دیگری، پالایش (فیلتر) ارتباط‌های بیرونی و ترجمه آن به زبان خود و نیز تبدیل عدم ارتباط بیرونی به ارتباط، مثلاً نشانه‌ای کردن مواد وارد شونده و تبدیل آن‌ها به اطلاعات است (لوتمان، ۱۳۹۶: ۲۳۱). در سپهر نشانه‌ای عملاً این مرزها هستند که اجازه ورود فرهنگ‌ها یا نشانه‌های دیگر و معنادار شدن آن‌ها در داخل فرهنگ خودی را می‌دهند. مرز عنصر اساسی برای جداسازی مرکز از پیرامون می‌باشد. به بیان دیگر آن چیزی که اجازه می‌دهد یک نشانه بتواند وارد فضای سپهر نشانه‌ای شود، مرز می‌باشد. مرزهای بین سیستم‌ها دقیق نیست، بلکه کاملاً مبهم و نامشخص، محل نوسانات مداوم است، شباهتی به یک دیوار نفوذناپذیر ندارد بلکه بیشتر شبیه یک فیلتر یا غشاء است. نانشانه‌ها از طریق مرز وارد فرایند ترجمه شده و به نشانه تبدیل می‌شوند و نشانه‌ها قابل خوانش و بار اطلاعاتی دارند؛ خود اطلاعات برای آنکه به هسته فرهنگ نزدیک‌تر شود نیازمند فرایند برخورد با مرزهای دیگر و ترجمه‌های متکثر است.

مفهوم انفجار درون فرهنگ

یکی از مفاهیم بسیار مهم لوتمان، انفجار می‌باشد که در آخرین اثر خود در سال ۱۹۹۰ در کتابی با عنوان «فرهنگ و انفجار» مطرح کرده است. لوتمان انفجار در فرهنگ را برای دینامیک توسعه و تحول فرهنگ ضروری می‌داند. انفجار در فرهنگ نشان از دوره‌های بی‌ثباتی در فرهنگ دارد و می‌تواند بسیار تدریجی باشد. انفجار لحظه‌ی تغییر شدید و تند در سیستم فرهنگ است. در موقعیت انفجار است که عناصر حاشیه‌ای سپهر نشانه‌ای فرصت پیدا می‌کنند تا خود را به هسته نزدیک کنند و عملاً هسته را دچار تزلزل و تشنج کنند (سمنکو، ۱۳۹۶: ۷۴). نکته قابل ملاحظه این است که استعاره انفجار لوتمان را نباید لفظاً معنادار کرد طبق گفته لوتمان انفجار سه مرحله دارد:

لحظه عملی انفجار، دوم ادراک آگاهانه انفجار توسط اهالی سپهر فرهنگ؛ و در نهایت سومین مرحله تکرار دوباره انفجار در ساختار حافظه فرهنگی است که باید مدام در حافظه فرهنگ مرور شود (سمنکو، ۱۳۹۶: ۷۴). لذا یادمان‌های فرهنگی که پس از

رخداد یک انفجار در فرهنگ اتفاق می‌افتد و برای ماندگاری آن متن تولید می‌شود عملاً مرحله سوم انفجار فرهنگی را محقق می‌کند. نکته پایانی و بسیار مهم درباره انفجار فرهنگ این است که اساساً انفجار از حیث معنایی یعنی حالت یا موقعیتی که در سیستم فرهنگی قابل پیش‌بینی نبوده و تداوم نداشته است. لذا فرهنگ هنگامی که دچار یک امر غیرمرسوم و غیرمنتظره می‌شود در موقعیت انفجار نشانه‌ای قرار می‌گیرد و حاشیه‌ها و کران‌ها در سپهر نشانه‌ای در موقعیت انفجار که تفسیرهای مرسوم را بر هم می‌زنند می‌توانند خود را به هسته نزدیک کنند به این مفهوم در تحلیل لایو اینستاگرامی آقامیری و احلام باز خواهیم گشت.

سپهر نشانه‌ای فرهنگ شهرت

سپهر نشانه‌ای یک فضای سراسر یکپارچه و مستحکم نیست بلکه دارای لایه‌ها و بخش‌های مختلفی است. به بیان دیگر وقتی از سپهر نشانه‌ای فرهنگ سخن می‌گوییم در واقع از مجموعه‌ای از سپهرهای نشانه‌ای سخن می‌گوییم که فضای این سپهر را تشکیل داده‌اند. لوتمان اشاره می‌کند که سپهرهای نشانه‌ای داخل در هم هستند شبیه به عروسک‌های ماتریوشکا. لذا یک بخش از سپهر نشانه‌ای می‌تواند به مثابه کل عمل کند (سمنکو، ۱۳۹۶: ۱۳۴). خاصیت سپهرها این است که دست به عمل متن‌سازی می‌زنند و با این کار موقعیت خود را در سپهر نشانه‌ای تثبیت می‌کنند. فرهنگ شهرت در چند دهه اخیر متن‌های زیادی تولید کرده است و برای این کار الگوهای نشانه‌ای خاصی نیز به کار برده است. به نحوی که متنی که توسط سلبریتی‌ها رمزگذاری می‌شود به راحتی قابل تشخیص و تفسیر است. نمایش و دیده شدن یکی از مهم‌ترین بافتارهایی است که متن سلبریتی در آن ساخته یا قابل فهم می‌شود. این بافتار همان است که گای دُبور از آن به جامعه نمایش یاد می‌کند. جامعه نمایش بافتاری است که بدون آن فرهنگ شهرت امکان متن‌سازی و به طریق اولی تقویت سپهر خود در فرهنگ را از دست می‌دهد. دُبور نمایش را عبارت از مجموعه‌ای از انگاره‌های بصری و تصاویری می‌داند که در جریانی فراگیر باهم ترکیب می‌شوند از آمیزش این تصاویر و انگاره‌ها جهانی جدید ساخته می‌شود که با واقعیت شباهت چندانی

ندارد او از نمایش به عنوان یکی از قالب‌های روند شیء واره شدن یاد می‌کند (مهدی زاده، ۱۳۹۳: ۳۰۲).

با این حساب جامعه نمایش همان سپهر شهرت است که در آن افراد همواره تلاش می‌کنند برای بیشتر دیده شدن و شنیده شدن خود را جزوی از سپهر شهرت معرفی کنند. نفوذ و قدرت سپهر نشانه‌ای فرهنگ شهرت به قدری است که سایر سپهرهای نشانه‌ای تلاش می‌کنند تا مناسبات هستی شناسانه خود در فرهنگ را با سپهر فرهنگ شهرت تعیین نمایند. سپهر نشانه‌ای شهرت عرصه حضور عامه مردم در فرهنگ است. اعضای سپهر فرهنگ نیز همواره تلاش می‌کنند تا در این عرصه حاضر و ناظر باشند. با این حساب سایر سپهرهای نشانه‌ای از جمله سپهر سیاست نیز تلاش می‌کند تا خود را وارد این سپهر نماید و در آنجا متون خود را تولید نماید تا هم دیده شود و هم اعتبار بگیرد. از همین رو شاهد سلبریتی‌های مذهبی، سیاسی، ورزشی و... هستیم. لذا هنگامی که از یک روحانی سلبریتی سخن می‌گوییم هم‌زمان از پیوند بینا فرهنگی میان دو سپهر سخن می‌گوییم یعنی سپهر نشانه‌ای دین و سپهر نشانه‌ای شهرت.

سلبریتی در حکم مرز

در نظریه لوتمان کارکرد مرز، «کنترل، فیلتر و تطبیق امر بیرونی با امر درونی است» و نیز در حکم کاتالیزور ارتباطات عمل می‌کند (سمنکو، ۱۳۹۶: ۶۰). همواره در فرهنگ افرادی هستند که نقش کاتالیزور را داشته و عناصری را از سپهرهای نشانه‌ای مختلف داخل یک سپهر دیگر می‌کنند. این افراد خود خصلتی دو رگه دارند یعنی هم متعلق به سپهر نشانه‌ای (الف) هستند و هم متعلق به سپهر نشانه‌ای (ب). ایدئولوژی‌ها و نرم‌های حاکم در هسته فرهنگ معمولاً تلاش می‌کنند تا مرزها و کرانه‌های فرهنگ را تعیین کنند. به عنوان مثال در یک فرهنگ دین محور، قواعد و دستورات دینی مرزهای فرهنگی را تعیین می‌کند. اینکه چه نشانه‌هایی در فرهنگ قابلیت ورود دارند و چه نشانه‌هایی اجازه ورود ندارند. هر چه از هسته به حاشیه‌های سپهر نشانه‌ای حرکت می‌کنیم این تحکم و اقتدار کم‌رنگ‌تر می‌شود. سلبریتی‌ها که خود از دل مناسبات نشانه‌ای فرهنگ شهرت برخاسته‌اند در سپهر فرهنگی در

حکم مرز عمل می‌کنند. به بیان دیگر سلبریتی‌ها خصلتی چندزبانه دارند و می‌توانند میان چندین سپهر نشانه‌ای رفت‌وآمد نمایند و در این بین نشانه‌ها را منتقل کنند. لذا سلبریتی‌ها در اکثر رخداد‌های فرهنگی و اجتماعی حضور دارند و تلاش می‌کنند تا مرزهای فرهنگی را شکل ببخشند. به عنوان مثال سلبریتی‌ها درباره مسائل سیاسی، اقتصادی، سبک زندگی و حتی دینی نظر می‌دهند. علت این اتفاق در مرز بودگی آن‌ها نهفته است. آن‌ها اطلاعات را کنترل می‌کنند؛ و اجازه نمی‌دهند هر اطلاعاتی از فیلتر تعیین شده توسط آن‌ها عبور کند و وارد فرهنگ بشود.

روش پژوهش و تحلیل مورد مطالعه

برای توضیح کارکرد سلبریتی در تعیین مرز و فرهنگی کردن (ترجمه کردن) امور نافرنگ به نشانه فرهنگی از روش نشانه‌شناسی فرهنگی یوری لوتمان که در سطور قبل به شرح آن پرداختیم، استفاده خواهد شد. همچنین در مرحله انتخاب نمونه از رویکرد نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. بدین منظور برنامه لایو اینستاگرامی حسن آقامیری (سلبریتی روحانی و حاشیه‌سازی که اخیراً خلع لباس شده است اما همچنان به کار طلبگی ادامه می‌دهد) و احلام (خواننده زن ایرانی که در امارات ساکن است و طرفداران زیادی دارد) را که در ایام قرنطینه به دلیل شیوع ویروس کرونا در سال ۱۳۹۹ برگزار شد، به عنوان نمونه تحلیل انتخاب نموده‌ایم. از دلایل اصلی این انتخاب اولاً تفاوت فکری و صنفی دو سلبریتی می‌باشد. آقامیری مشهورترین آخوند سلبریتی در اینستاگرام با نزدیک سه میلیون دنبال کننده و احلام خواننده زن با یک میلیون و دویست هزار دنبال کننده دو سلبریتی مشهور با دو رویکرد و صنف مختلف و بعضاً متعارض هستند. لذا گفت و گوی این دو بیانگر دیالوگ دو سپهر نشانه‌ای مجزا می‌باشد. دوم اینکه این لایو واکنش‌های بسیار زیادی در افکار عمومی و طرفداران هر دو صنف داشته است. سوم حجم باز نشر و درگیری شبکه‌ای این لایو است. این لایو را حدود ۳۰۰ هزار نفر به صورت زنده و مستقیم و بیش از دو میلیون نفر غیر مستقیم تماشا کرده‌اند که یک رکورد نیز به حساب می‌آید؛ و از همه مهم‌تر برجسته بودن مکانیسم‌های ترجمه و تعیین مرز در این لایو می‌باشد که به آن

خواهیم پرداخت. این لایو در حکم متنی است که بازتاب مناسبات سپهرهای نشانه‌ای دین و موسیقی درون سپهر فراخ شهرت می‌باشد؛ و روش‌شناسی اصلی ما نشانه‌شناسی فرهنگی است و نه تحلیل گفتمان‌های موجود در متن.

تعامل سپهر نشانه‌ای موسیقی، سپهر نشانه‌ای دین و سپهر نشانه‌ای شهرت در لایو اینستاگرامی حسن آقامیری و احلام

مقدمه

لایو آقامیری و احلام در روز سه شنبه ۱۹ فروردین سال ۱۳۹۹ برگزار شد. موضوع این لایو به نوعی بازتفسیر دین از خوانندگی زن می‌باشد. خلاصه این لایو به این صورت است که حسن آقامیری به لایو احلام دعوت می‌شود و پس از احوال‌پرسی، در ابتدا حسن آقامیری طرح بحث کرده و تفسیرش را از نظر دین نسبت به موسیقی و خوانندگی زن مطرح می‌کند. او به فتوایی اشاره می‌کند که در آن مراجعی قائل‌اند صدای زن و مرد چه به صورت تک‌خوانی و چه جمع‌خوانی فرقی نداشته و بلامانع است. در میانه گفت‌وگو اکثراً مباحث به یک امر سیاسی و نقد به آن ارجاع داده می‌شود. عمده نقدهای احلام به نظام سیاسی ایران است که، شما باعث فرار و خارج شدن امثال ما (خوانندگان، هنرمندان و...) هستید. عمده نقدهای حسن آقامیری نیز در تأیید صحبت‌های احلام است. نقدهایی که محور آن این است که مسئولین با برخوردهای سلیقه‌ای و تفسیرهای سلیقه‌ای از دین باعث طرد جوانان از کشور و اسلام شده‌اند؛ اما نقطه اوج این لایو دقایق پایانی است. جایی که حسن آقامیری و احلام هر دو قسمتی از یک آهنگ مربوط به خوانندگی زن قبل از انقلاب می‌خوانند. نهایتاً این لایو با تشکر و قدردانی طرفین به پایان می‌رسد.

سپهر نشانه‌ای دین

از آنجا که متن اصلی این لایو در رابطه با مناسبات دین و «نه-دین» می‌باشد. پس با سپهر نشانه‌ای دین مواجه‌ایم که در مرکز خود متن‌های هنجارین و رسوب شده‌ای دارد که مناسبات آن سپهر را تعیین می‌کند. در لایو قرار است مرزها و کرانه‌های سپهر دین راجع

به امر موسیقی تعیین شود. دو شخصیت محوری این لایو به نوعی نمادهایی از دو سپهر نشانه‌ای متفاوت هستند. حسن آقامیری (در جایگاه روحانی) از طرفی نمادی از سپهر دین محسوب می‌شود که از هسته سپهر طرد و به حاشیه رانده شده است (او چندی پیش از طرف هسته سپهر دین خلع لباس شد) و در حال حاضر خصلت مرزی و کران‌مند پیدا کرده است و از طرفی یک سلبریتی است یعنی نشانه و نمادی از سپهر نشانه‌ای شهرت می‌باشد. در طرف مقابل احلام (در جایگاه یک خواننده زن) نمادی از امر بیرون از سپهر دین و مربوط به سپهر موسیقی می‌باشد. به خصوص اینکه احلام سایر شئونات و هنجارهای هسته فرهنگ مثل حجاب را نیز قبول ندارد. پس احلام «نه-فرهنگ» و دیگری سپهر دین محسوب می‌شود. باید توجه کرد که عناصر نشانه‌ای حاشیه‌ای در سپهر نشانه‌ای هیچ‌گاه نمی‌خواهند تا ابد در مرزهای سپهر باقی بمانند بلکه تلاش می‌کنند تا خود را به مرکز سپهر نزدیک کنند این کار با متن سازی فعال انجام می‌گیرد. لذا آقامیری خود را از هسته دین جدا نمی‌کند چرا که ماهیت خود را در آن می‌بیند. حال که هسته سپهر او را نمی‌پذیرد آقامیری به نوعی تلاش می‌کند تا با بازتعریف هسته و مرزهای دین به تقابل ایدئولوژیک با هست دین پردازد.

سپهر نشانه‌ای موسیقی

موسیقی نیز به عنوان یک سپهر نشانه‌ای دارای هسته‌ای متمرکز و قدرتمند و درعین حال تاریخی می‌باشد که متون زیادی در آن تولید و رسوب شده است. سپهر نشانه‌ای موسیقی همواره جزو سپهرهای متعارض و متقابل سپهر دین محسوب شده است. از طرفی سپهر دین همواره یکی از موانع جدی مقابل موسیقی بوده است و پای موسیقی را در مواقعی بسته است. لذا برای سپهر موسیقی نیز سپهر دین یک نوع امر نامطلوب و نامتن به حساب می‌آید. احلام در این لایو که سپهر موسیقی را نمایندگی می‌کند به نوعی به مناطق حاشیه‌ای سپهر خود آمده است و با هسته فاصله گرفته است. او برای آنکه خصلت دورگه بودن خود را نشان دهد خود را با نشانه‌های سپهر دین، نشان‌دار کرده است. احلام در این لایو با یکی از مهم‌ترین نشانه‌های بصری نظام نشانه‌ای دین اسلام یعنی حجاب و پوشش

شرعی و فقهی نشان‌دار می‌شود. البته وی به دلیل خصلت مرزی خود نشانه‌های دیگری نیز تولید کرده است که به آن می‌پردازیم.

سپهر نشانه‌ای شهرت

محل تلاقی و گفت‌وگوی دو سپهر موسیقی و دین در این لایو، سپهر شهرت می‌باشد؛ به عبارت دیگر سلبریتی بودن این دو نماد از دو سپهر متقابل باعث شده است تا امکان دیالوگ شکل بگیرد. پس اولاً بستر شکل‌گیری این گفت‌وگو و یا به عبارت بهتر بافتاری که این گفت‌وگو در آن شکل گرفته است، مربوط به سپهر شهرت است. به بیان دیگر «لایو اینستاگرام» یکی از مکان‌های نشان‌دار شده فرهنگ شهرت است که سلبریتی‌ها در آن حضور یافته و تولید متن می‌کنند. اینستاگرام عامه‌پسندترین شبکه اجتماعی ایرانی است به گزارش آخرین آمارگیری ایسپا که در تیرماه ۱۳۹۸ انجام شده است، ۳۹٫۵ درصد از ایرانی‌ها از اینستاگرام استفاده می‌کنند (شیرعلی، ۱۳۹۸، وب‌سایت) که سلبریتی‌ها در آن حرف اول را چه از نظر تعداد مخاطب و تعداد بازدید می‌زنند. این خود دلیل مهمی برای شکل‌گیری این گفت‌وگو است. این گفت‌وگو نه در مسجد یا حسینیه که مکان نشان‌دار شده سپهر دین است و نه در کنسرت یا سالن اجرا که مکان نشان‌دار شده سپهر موسیقی است رخ داده است. گویی این تبادل یا مذاکره در یک محیط بی‌طرف و مشترک شکل گرفت. ثانیاً هر دو نماینده سپهرهای دین و موسیقی قواعد حاکم بر سپهر شهرت را رعایت می‌کنند. آن‌ها خود یک سلبریتی رسانه‌ای هستند و در خلال صحبت‌هایشان اشاره می‌کنند که همدیگر را در اینستاگرام پیدا کرده‌اند. از همه مهم‌تر این دو قواعد نمایش را که لازمه شهرت است همواره رعایت می‌کنند. هر دو این‌ها گروه‌های هواداری^۱ در اینستاگرام دارند؛ و هر دو بالغ بر یک میلیون مخاطب اینستاگرامی دارند. اگر پای سپهر نشانه‌ای شهرت به میان نبود این گفت‌وگو شکل نمی‌گرفت و در صورت برگزاری به این میزان مورد توجه قرار نمی‌گرفت.

همان‌طور که در تعامل سپهرهای نشانه‌ای مطرح شد برای ورود یا تعامل دو سپهر با یکدیگر نیاز است تا مرزها بازتر شده و قابلیت ترجمه عناصر دو سپهر را فراهم آورد. بدین منظور سه فرایند کلی در این لایو رخ می‌دهد که به تحلیل هر کدام می‌پردازیم:

۱- فرایند تعیین مرز ۲- فرایند عبور عناصر نشانه‌ای دو سپهر به یکدیگر ۳- فرایند

انفجار

فرایند تعیین مرز

آقامیری مرزهای دین را نسبت به امر خوانندگی زن تعیین می‌کند. او این کار را نه به صورت صریح بلکه با کمی ابهام انجام می‌دهد. همان‌طور که لوتمان می‌نویسد: «مرزها مبهم و غیر شفاف‌اند و تعریف و تشخیص هر فاکت ملموس که متعلق به سپهر فرهنگ یا سپهر نه فرهنگ باشد، خود حاوی میزان زیادی نسبیست است» (لوتمان، ۲۰۰۵: ۲۵). آقامیری نیز هیچ‌گاه حکم قطعی یا فتوا نمی‌دهد کاری که یک مرجع تقلید صراحتاً انجامش می‌دهد. به عبارتی اگر آقامیری حکم صریح و قاطع بدهد دیگر مرز منعطف نساخته است بلکه دیواری عبور ناپذیر ساخته است. آقامیری می‌گوید:

«یکسری مراجع حرف و فتواشون آینه که خوانندگی اصلاً زن و مردش

تفاوتی نداره. اون مفهومی که داره منتقل می‌کنه و اون اثری که روی شما

می‌گذاره مهمه. اصلاً نمی‌گم حرف اسلام آینه، به حرف منطقیه که فتوای مرجع

هم هست».

این گزاره‌ها کاملاً مرز را مبهم و غیر شفاف باقی می‌گذارد همین دلیلی هست که احلام چند بار از آقامیری می‌پرسد:

«پس اسلام با صدای زن مشکلی نداره؟»

این تعیین مرزی است که نسبی است و در راستای همان هدف بازکردن مرز برای ورود دیگری‌های فرهنگ می‌باشد. یک نکته بسیار مهم این است که آقامیری از آنجا که خود در هسته دین نیست و مشروعیت متن سازی (فتوا دادن) و به تبع مرزسازی (حکم صریح)

ندارد لذا از افرادی که در هسته حضور داشته‌اند و مرزهایی را از قبل باز گذاشته‌اند استفاده کرده و با ارجاع مدام به فتوای ایشان مرز را بازتر می‌کند. احلام نیز ابتدا به همان فتاوی که موسیقی و خوانندگی زن را حرام نمی‌داند ارجاع داده و سپس به خوانندگی زنان با حجاب در کشورهای مسلمان همسایه ایران اشاره می‌کند؛ و حتی در قسمتی اعلام می‌کند که اگر شما اجازه کنسرت به ما (خوانندگان زن) بدهید ما حاضریم با حجاب نیز خوانندگی کنیم. پس این دو مرزهای دو سپهر را به شدت منعطف و باز تعیین می‌کنند تا مقدمه مرحله بعدی که عبور دادن یکدیگر از مرزها به سپهرهای نشانه‌ای خودی است اتفاق افتد.

فرایند عبور عناصر نشانه‌ای دو سپهر به یکدیگر

همان‌طور که اشاره شد آقامیری که از مرکز سپهر دین طرد شده است، اکنون در مرزهای سپهر دین قرار دارد و نوعی فیلتر دو زبانه یا چندزبانه است تا زبان‌ها و اطلاعات خارج از سپهر را ترجمه کند و به داخل سپهر دین بیاورد. آقامیری برای ورود یک زن خواننده و مشهور نیاز دارد تا خصلت چندرگه بودن و تراوایی بودن خود را نشان بدهد. ابتدا آقامیری باید خود یک سلبریتی باشد چراکه احلام نیز یک سلبریتی است. نکته دوم انتقال بافتار دیالوگ از سپهر دین به سپهر شهرت؛ اما این‌ها برای نزدیک کردن سپهر دین به سپهر موسیقی کافی نیست. آقامیری باید حضار و احلام را متقاعد کند که به سپهر موسیقی رفت‌وآمد دارد. او اذعان می‌دارد که خود موسیقی و صدای زن گوش می‌دهد. یا به‌عنوان مثال آقامیری یک گزاره از خواننده رپ به نام «باس» می‌خواند و احلام متعجب می‌پرسد:

«شما رپ هم گوش میدین؟ شما پس صدای من و یاسر رو هم گوش می

دین پس دیگه حله!»

همچنین او از خاطرات کنسرت‌هایی که در ایران شرکت کرده است می‌گوید. همچنین آقامیری نشان می‌دهد که می‌تواند با سپهر دیگر دیالوگ کند، همراه با خنده‌های دلربا و از

ته دل به احلام، چهره آقامیری به متنی آماده خواندن و تفسیر تبدیل می‌شود: برای مثال، تخطی از تابویی بزرگ در سپهر دین. یک روحانی برای ارتباط با یک زن نامحرم باید سر خود را پایین اندازد و کمتر به صورت او نگاه کند چه رسد به خندیدن و ابراز عواطف. با این توصیفات اکنون آقامیری این حق را پیدا می‌کند که احلام را وارد سپهر دین نماید. او در جایی می‌گوید:

«ما که مذهبی هستیم. من خودم شما رو از مُحرم شناختم دیگه. دیدم به پست از یکی از هیئت‌ها رو گذاشته بودید و بعد از خود من مطلب گذاشتید.»

اینجا دقیقاً لحظه‌ای است که آقامیری با نشان دار کردن احلام و ترجمه او به عنصر دینی، او را از مرز دین رد می‌کند.

اما در طرف مقابل احلام چگونه خصلت مرز بودگی پیدا می‌کند و آقامیری را وارد سپهر موسیقی می‌کند؟

احلام برای بازنمایی خود به عنوان مرزی که قابلیت تراوایی و دورگه بودن دارد، در قسمتی از لایو به سوابق خود و خانواده‌اش اشاره می‌کند. او بیان می‌دارد که در محله مذهبی زندگی کرده و پدر او اهل جبهه‌های جنگ و بسیجی بوده است. همچنین در قسمتی می‌گوید:

«من هیچ تعصبی رو هیچ چیز ندارم، به مسلمونم هستم. خودتونم دیدید من عقایدم پابرجاست؛ و همه چیزم سرجاشه.»

همچنین او اشاره می‌کند که در کودکی قاری قرآن بوده است و در مسابقات مقام هم آورده است؛ اما احلام برای آنکه کاملاً خود را به سپهر دین نزدیک تر نماید و به مرز دین که آقامیری آنرا نمادین کرده است حسن نیت خود را نشان دهد، صورت و ظاهرش را نشان دار کرده است. احلام با اینکه اعلام می‌کند به حجاب اعتقادی ندارد اما در این لایو با حجاب اسلامی ظاهر می‌شود تا شرایط دیالوگ مهیا شود. احلام که پیش‌ازاین با ترجمه آقامیری به سپهر دین وارد شده است اکنون تلافی کرده و آقامیری را وارد سپهر خود می‌کند. او می‌گوید:

«من شما را قبول دارم و حرف هاتون دنبال می‌کنم چون احساس می‌کنم که حرف حق و منطقی می‌زنید».

فرایند انفجار

پیش‌ازاین اشاره شد، آقامیری برای آن که خود را دو رگه تعریف نماید اذعان دارد که موسیقی گوش می‌دهد و اینکه به یک ترانه از «جهان» که خواننده زن معروف پیش از انقلابی بوده اشاره می‌کند. در همین حین احلام می‌گوید:

«من یه ذره براتون بخونم؟ شما صدای منو گوش دادین؟ قطعاً گوش دادین
صفحه منو فالو دارین. صدای منو پس گوش کردین تا حالا... پس یه تیکه براتون
نخونم؟»

آقامیری در جواب می‌گوید: «بخونید چرا» در لحظه‌ای که احلام در حال خواندن ترانه هست آقامیری که مشخص است دست و پای خود را گم کرده و صورتش سرخ شده است در حال لبخند زدن به احلام است. این لحظه دقیقاً همان لحظه‌ای است که لوتمان از آن به «انفجار فرهنگ» یاد می‌کند. همان‌طور که اشاره شد انفجار فرهنگی به مثابه لحظه یا دقیقه تغییر جدی و شدید در وضعیت سیستم تعریف می‌شود، زمانی که تعادل معمول سیستم مختل شود و به هم بخورد. بر حسب دوگان مرکز/پیرامون می‌توان لحظه انفجاری را به مثابه نوعی درهم پاشی یا رُمبش گرانشی تصور کرد. همچنین در لحظه انفجار، بار اطلاعات سیستم به شدت افزایش می‌یابد و پیش‌بینی ناپذیری هم به تناسب شدت می‌گیرد (سمنکو، ۱۳۹۶: ۷۴).

با این حساب سپهر دین که انتظار خوانندگی زنده زن برای مرد نامحرم را ندارد و انتظار می‌رفت تا آقامیری در این لحظه جلوی احلام را بگیرد تا هنجارهای سپهر دینی متزلزل نشود اما او اجازه داد تا احلام خوانندگی کند. اگر بخواهیم با ادبیاتی ارزش محورانه و هنجارین سخن بگوییم آقامیری با اجازه خودش به احلام منجر به یک عمل ضدفرهنگی و ضدهنجارین شده است.

انفجار متقابل در سپهر نشانه‌ای موسیقی زمانی رخ می‌دهد که احلام سریعاً خواندن را متوقف کرده و آقامیری که دست‌به‌سینه در حال شنیدن صدای احلام است از وی طلب می‌کند باقی موسیقی را بخواند می‌گوید: «بقیش، بقیش» اما بی‌درنگ آقامیری خودش با صوت ادامه ترانه را می‌خواند و احلام به او آفرین می‌گوید. این همان لحظه‌ای است که سپهر موسیقی نیز انتظارش را نداشته است و برایش قابل قبول یا پیش‌بینی پذیر نیست که یک روحانی خوانندگی کند. باید توجه کرد که این انفجار در یک سپهر دیگر یعنی سپهر شهرت در حال رخ دادن است و شهرت عامل وصل شدن عناصر نشانه شناختی به یکدیگر شده است. بیشترین و تندترین واکنش‌ها به این لایو مربوط به همین لحظه همخوانی دو سلبریتی با یکدیگر می‌شود. به‌خصوص برای اعضای سپهر دین این همخوانی غیرمنتظره و غیر باور بوده است و این خود نشان از این انفجار دارد. درنهایت باید اشاره کرد که چنین فرایندهای انفجار و اثرات آن برخلاف ظاهر، همان‌طور که گفته شد می‌تواند به تدریج باعث تحول و تغییر در سپهر نشانه‌ای شود، چنان‌که پیش‌تر در سینمای ایران، کلیشه‌زدایی از تیپ و شخصیت روحانی در فیلم‌هایی چون «مارمولک» انفجارهایی را رقم زده است. همچنین لحظه خوانندگی روحانی و یک زن عملاً باعث شد تا هسته‌های سپهرهای نشانه‌ای دین و موسیقی دچار تزلزل شده و مرزها به هسته نزدیک شوند. لذا این انفجار در فرایند تدریجی خود سپهر جدیدی از نشانه‌ها تولید نکرده است بلکه هسته سپهرهای موسیقی و دین را متزلزل کرد تا سلبریتی‌ها با ایجاد یک اضافه اطلاعات و بار عاطفی خود را به هسته نزدیک کنند؛ و همچنان در مرز بمانند. این یک تهاجم به مرکز و سپس بازگشت به حاشیه سپهر فرهنگ به حساب می‌آید.

نتیجه‌گیری

هدف اصلی این مقاله این بود تا نشان دهد برای تحلیل فرهنگ شهرت می‌توان علاوه بر استفاده از نظریه‌های انتقادی که سلبریتی‌ها را ایدئولوژی سرمایه‌داری می‌دانند، با استفاده از ادبیات نظری نشانه‌شناسی فرهنگی استفاده کرد تا کارکرد فرهنگی سلبریتی‌ها تشریح و تبیین شود. سلبریتی‌ها در سپهر نشانه‌ای فرهنگ مرزها و کرانه‌های سپهرهای نشانه‌ای را

تعیین می‌کنند. تعیین مرزهای فرهنگ مهم‌ترین بخش در یک فرهنگ است چرا که تمام ورودی‌ها به سپهر فرهنگی از مرزها باید عبور کرده و در آنجا به زبان فرهنگ ترجمه شوند. همچنین سلبریتی‌ها خود به‌عنوان مرز عمل کرده و «نه فرهنگ‌ها» را نشان‌دار کرده و به امر فرهنگی ترجمه می‌کنند؛ و در نهایت سلبریتی‌ها می‌توانند از انفجارهای فرهنگ بهترین استفاده را ببرند تا موقعیت خود را در سپهر نشانه‌ای تثبیت کنند. برای نشان دادن این کارکرد با استفاده از نظریه و روش‌شناسی نشانه‌شناسی فرهنگی به سراغ تحلیل لایو اینستاگرامی «آقای حسن آقامیری و خانم احلام» رفتیم. در این لایو شاهد تعامل دو سپهر نشانه‌ای دین و موسیقی در سپهر نشانه‌ای شهرت هستیم که عملاً پیش‌ازین محل نزاع جدی دو سپهر در فرهنگ ایرانی بوده است. نماینده سپهر دین آقامیری و نماینده سپهر موسیقی احلام می‌باشد. این دو سلبریتی با همکاری یکدیگر مرزهای سپهر موسیقی و دین را تعیین کردند و آقامیری در این بازتعریف مرزها، به اتکای فناوری که از قبل برخی از مرزهای دین را باز کرده بودند، اعلام کرد که موسیقی و صدای زن در اسلام اشکالی ندارد و احلام نیز امر موسیقی را با دین همراه کرده و با مثال‌هایی تناقض میان این دو مسئله یعنی مسلمان بودن و خوانندگی زن را حل شده اعلام می‌کند. سپس این دو سلبریتی که هر دو خصلت مرز بودگی دارند همدیگر را وارد سپهر خودی می‌کنند. آقامیری احلام را که اینجا مجاز از امر نه-دین می‌باشد وارد سپهر دین می‌کند و او را یک فرد مذهبی بازنمایی می‌کند.

آقامیری نیز که اینجا مجاز از نه-موسیقی است با خواندن ترانه‌ای از یک خواننده زن وارد سپهر موسیقی می‌شود. در نهایت انفجاری در دو سپهر دین و موسیقی رخ می‌دهد و آن همخوانی یک ترانه می‌باشد که غیرقابل پیش‌بینی بوده است. لحظه انفجار در فرهنگ باعث تزلزل هسته می‌شود و مفروضات را بر هم می‌زنند و در نتیجه باید این انفجار از جانب افراد فرهنگ درک شود که در این لایو بیشترین مخالفت‌ها و تعجب‌ها از همین بخش بوده است لذا ادراک محقق شده است و حال در مرحله بایگانی در حافظه فرهنگی و مرور رخداد قرار دارد این مسئله در بلندمدت تأثیرات مهمی در سپهر فرهنگی بر جا خواهد

گذاشت. در پایان به منظور تحقیقات آتی در تحلیل فرهنگ شهرت، کاربرد نشانه‌شناسی فرهنگی علاوه بر تحلیل کارکرد سلبریتی در فرهنگ ایرانی-اسلامی، به عنوان یک نظام نشانه‌ای مستقل که به کار متن‌پردازی مشغول است، در گونه‌شناسی یا تیپولوژی فرهنگ ایرانی-اسلامی و خرده‌فرهنگ‌ها یا سپهرهای درونی آن و قیاس با فرهنگ‌های بیرونی یا خارجی پیشنهاد می‌شود.



منابع

- اباذری، یوسف علی. (۱۳۸۰). «رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی». فصلنامه فلسفی، ادبی، فرهنگی ارغنون. شماره ۱۸: ۱۳۷-۱۵۷.
- اسمیت، فلیپ و الکزندر رابلی. (۱۳۹۴). نظریه فرهنگی. ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- شیرعلی، ابراهیم. ۲۰ شهریور (۱۳۹۸). «واقعیت‌های اینستاگرام؛ اپلیکیشن اینستاگرام از نگاه آمار» [www.ispa.ir](https://plink.ir/Rq1ze)، بازنشانی شده در ۱۳۹۹/۰۳/۱۷، ۱۶:۰۰ به نشانی: <https://plink.ir/Rq1ze>
- بارت، رولان. (۱۳۷۵). اسطوره امروز. ترجمه: شیرین دخت دقیقیان، تهران: انتشارات نشر مرکز. دبور، گی. (۱۳۸۲). جامعه‌ی نمایش. ترجمه: بهروز صفدری، تهران: انتشارات آگه.
- سرابی، سعید. البرزی، هادی. (۱۳۹۲). «بازنمایی ستاره ورزشی در تبلیغات بازرگانی تلویزیونی (نشانه‌شناسی تبلیغات شامپو کلیر و روغن موتور کاسپین)». فصلنامه مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. دوره ۵، شماره ۱۸، ۵۵-۷۰.
- سرفراز، حسین. (۱۳۹۳). نشانه‌شناسی فرهنگ، هنر و ارتباطات. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- سرفراز، حسین، احمد پاکتچی، مسعود کوثری، حسام الدین آشنا. (۱۳۹۶). «واکاوی نظریه فرهنگی سپهر نشانه‌ای یوری لوتمان و کاربرد آن در زمینه تحلیل میان دین و سینما»، راهبرد فرهنگ. شماره ۳۹: ۷۳-۹۵
- سمنکو، الکسی. (۱۳۹۶). تاروپود فرهنگ، درآمدی بر نظریه نشانه‌شناختی یوری لوتمان، ترجمه حسین سرفراز، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- عصر ایران. ۱۳۹۳. «اظهارات جنجال‌برانگیز یک جامعه‌شناس درباره "پدیده پاشایی"»، عصر ایران. بازنشانی شده در ۱۳۹۹/۰۳/۱۷، ۱۶:۰۰ به نشانی: <https://www.asriran.com/001YUP>
- کشمور، آلیس. (۱۳۹۷). فرهنگ شهرت. ترجمه: احسان شاه قاسمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- لوتمان، یوری. (۱۳۹۶). «درباره سپهر نشانه‌ای». ترجمه: فرناز کاکه خانی، در مجموعه مقالات نشانه‌شناسی فرهنگی، به کوشش فرزانه سجودی، تهران: نشر علم.

لیونگرگ، کریستینا. (۱۳۹۶). «مواجهه با دیگری فرهنگی». ترجمه: تینا امرالهی، در مجموعه مقالات نشانه‌شناسی فرهنگی، به کوشش فرزانه سجودی، تهران: نشر علم.
مونیهو، جورج. (۱۳۹۶). «شاید سلبریتی‌ها زندگی‌تان را پرکرده باشند ولی دوستان نیستند»، ترجمان علوم انسانی. شماره ۱۱: ۲۲۰-۲۱۸.
مهدی زاده، محمد. (۱۳۹۳). نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: انتشارات همشهری.

- Dyer, R. (1979) *Stars*. London: BFI.
- Khalid, R., & Yasmeen, T. (2019), "Celebrity Physical Attractiveness Effect on Consumer Buying Behavior", *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 16 No. 2, 173-180
- Lotman, J.M (1970). *Статьи по типологии культуры [Studies in the Typology of Culture]*; Eng. Trans. of Intro.: 'Culture and Information', trans. S. White, *dispositio: Revista hispánica de semiótica literaria* 1/3 (1976): 213-5.
- Lotman, J.M (1984). *O semiosphere*; Eng. trans.: 'On the Semiosphere', trans. W. Clark, *sign systems studies* 33/1 (2005): 205-29.
- Rojek, C. (2001) *Celebrity*. London: Reaktion.
- Sériot, Patrick. (2016). "Barthes and Lotman: Ideology vs culture". *Advances in Sign systems studies*. Vol 44/ 2016. Pp 402-414
- Turner, G (2014) *Understanding Celebrity*, London: Sage.