

## انگاره‌های بازنمایی شده از کشور چین:

### کاریکاتورهای حوزه گفتمانی غرب پس از شیوع ویروس کرونا

سیدسعیدضا عاملی<sup>۱</sup>، فائزه جبارپور<sup>۲</sup>، فائزه حسین‌زاده<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۷/۰۸، تاریخ تایید: ۹۹/۱۱/۱۲

Doi: 10.22034/jcsc.2021.141681.2288

#### چکیده

هدف از انجام این پژوهش، مطالعه چگونگی بازنمایی چین و نحوه دیگری‌سازی از این کشور در کاریکاتورهای منتشر شده از سوی حوزه گفتمانی غرب در دوران بحران کروناست. در این پژوهش با استفاده از روش نشانه‌شناسی اجتماعی، ۴۵ کاریکاتور انتخاب شده و با توجه به سه فرانش بازنمودی، تعاملی و ترکیبی کرس و ون‌لیوون مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. برای تحلیل نتایج تحقیق از نظریات برچسب‌زدن ادگار و سجویک، بازنمایی استوارت هال و نظریه طرح‌واره‌های فرهنگی استفاده شده است. با ارزیابی کاریکاتورهای مرتبط با نقش چین در شیوع کرونا می‌توان سیاست‌های بازنمایی در این کاریکاتورها را در دو مقوله کلی «دیگری‌پست؛ بازنمایی خطر زرد» و «دیگری‌قدرت‌طلب؛ بازنمایی تهدید قرمز» قرار داد. در کاریکاتورهایی که ذیل مقوله اول قرار گرفتند، چین به‌عنوان دشمنی بالقوه و دیگری‌پست شناسانده شده است که نیاز به آموزش و دنباله‌روی از غرب دارد. در مقابل، در کاریکاتورهایی که ذیل مقوله دوم گنجانده شدند، چین به‌عنوان عامل تهدیدکننده جهان بازنمایی شده است که در این نوع کاریکاتورها نیز ضرورت سیاست‌های کنترلی در رابطه با چین و حفظ هژمونی غرب القا می‌شود. براین مبنا می‌توان گفت رسانه‌ها (در اینجا کاریکاتورهای منتشر شده) با بازتولید کلیشه‌های ازپیش‌ساخته، نسبت به چین و با هم‌ارز قرار دادن این کشور با خطر و تهدید، زمینه را برای باور مردم در جهت‌گیری منفی نسبت به مسائل پیرامون چین فراهم می‌کنند. این جهت‌گیری دیگری‌هراسانه، می‌تواند به‌صورت کنش‌های نژادپرستانه در روابط بین‌فرهنگی نفوذ کرده و حتی زمینه را برای تقابل‌های نظامی احتمالی فراهم کند.

**واژگان کلیدی:** چین، کاریکاتور، کرونا، بازنمایی، دیگری‌سازی.

۱ استاد تمام گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران ssameli@ut.ac.ir

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران faezeh.jabarpour@ut.ac.ir

۳ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران؛ نویسنده مسئول

faeze.hoseinzade@ut.ac.ir

## مقدمه و طرح مسئله

در اواخر سال میلادی ۲۰۱۹، بیماری ناشناخته‌ای که منشأ آن خوردن سوپ خفاش در استان ووهان چین عنوان می‌شد، در جهان شیوع پیدا کرد؛ اما این شیوع ساده یک بیماری نبود. افزون بر جنبه خطرآفرینی این ویروس بر سلامت جسمی، وجوه ریسک‌پذیری دیگری نیز به همراه داشت. عصر ارتباطات و اطلاعات از یک سو و شرایط قرنطینه خانگی برای پیشگیری از بیماری از سوی دیگر، انسان‌ها را بیش از پیش به رسانه‌ها، بالاخص شبکه‌های مجازی، وابسته کرد. رسانه‌های متعدد جدای از نمایش اطلاعات و گزارش‌های به‌ظاهر خنثی در پوشش‌های خبری خود، بازنمایی‌های منفی گسترده‌ای را در قالب تعارض فرهنگ‌ها، بازی با آمار و ارقام و بحران بیولوژیک با اهداف اقتصادی شکل دادند. شروع این تعارض را شاید بتوان به کاریکاتوری از پرچم چین نسبت داد که در یک روزنامه دانمارکی<sup>۱</sup>، با سابقه توهین به پیامبر اکرم (ص)، چاپ شده بود. این توهین در ادامه، با هجمه عظیمی از سوی کاربران چینی در شبکه‌های اجتماعی مختلف رو به رو شد و با به تصویر کشیدن تمسخرآمیز پرچم دانمارک پاسخ داده شد (Thestories, 2020).

بازنمایی توهین‌آمیز کرونا و خطاب آن به‌عنوان «ویروس چینی» یا «ویروس ووهانی» و یا عباراتی چون «ساخت چین» در روزنامه اشپیگل<sup>۲</sup> آلمان و «خطر زرد» در روزنامه فرانسوی کورییر پیکارد<sup>۳</sup> - با کنایه به چینی‌ها به‌عنوان زردپوست - نیز سیل عظیمی از تنفر در میان کشورهای غربی ایجاد کرد (TÉLÉOBS, 2020). پیامدهای این ایجاد تنفر و دیگری‌سازی، تعارضات متعدد لفظی، غیرکلامی و بعضاً جسمانی (تعرض به دو دختر چینی در استرالیا) را در این کشورها رقم زد (Mazzoni, 2020).

به‌طور مثال در تیتراژ دو روزنامه دیلی تلگراف<sup>۴</sup> و سان هرالد<sup>۵</sup> اشاره شد که دانش‌آموزان چینی به مدرسه نروند (B & T Magazine, 2020). بخشی از بازنمایی رسانه‌ای کرونا به دیدگاه‌های تناقض‌آمیز و تفکراتی سوق پیدا کرد؛ مبنی بر آنکه این بیماری اتفاقی نبوده و در اثر اهداف اقتصادی یا سیاسی ایجاد شده است. به‌طور مثال در آمریکا، چین متهم شد که ویروس کرونا در آزمایشگاه‌های این کشور ساخته شده است. همچنین روزنامه نیویورک تایمز با انتشار

1 Debat

2 Der Spiegel

3 Courier picard

4 Daily Telegraph

5 The Herald Sun

اظهارنظر عجیب وزیر بازرگانی آمریکا نوشت: ویروس کرونا فرصتی برای بازسازی برخی مشاغل در آمریکاست که اکثراً در چین فعالیت دارند (Swanson and Rappeport, 2020).

بازنمایی منفی چین در رسانه‌های غربی پیشینه‌ای طولانی دارد که تقریباً از اواخر قرن نوزدهم شدت بیشتری به خود گرفته‌است. شاخص‌ترین و رایج‌ترین گفتمان در رسانه‌های غربی در رابطه با چینی‌ها را بر پایه آنچه در مطالعات ادوارد سعید با عنوان شرق‌شناسی شناخته می‌شود، شاید بتوان در دو عبارت کلیشه‌ای «خطر زرد» و «تهدید قرمز» بهتر بیان کرد.

سابقه طولانی ساخت و ساز غربی و فرومایگی فرهنگی و اخلاقی چین با توجه به اهداف خاص استعمارگرایانه اروپا و آمریکا قابل درک است: عنوان «عجیب و غیراخلاقی» در قرن هجدهم، حيله‌گر و شیطانی تحت عنوان «خطر زرد» در اواخر دهه اول قرن نوزدهم، «عرفان چینی»، عاشق و آزادی‌خواه در طول جنگ جهانی دوم و «خطر قرمز» ایدئولوژیکی، اقتصادی و نظامی در طول جنگ سرد (Ooi and D'Arcangelis, 2017: 270).

این دیگری‌سازی<sup>۱</sup> و تهدیدآمیز خوانده شدن چین در عصر حاضر، در قالب وابستگی بالقوه کشورهای اروپایی به صنعت اقتصادی چین به‌عنوان وام‌دهنده بزرگ، صادرکننده کالاهای ارزان قیمت و محصولات کشاورزی از یک سو و سیاست سه محوری<sup>۲</sup> چین از سوی دیگر، ادامه پیدا کرد (فاکس و گادمن، ۱۳۸۸). به طوری که رئیس سیاست خارجی اتحادیه اروپا در دوران بحران کرونا عنوان کرد، چین می‌کوشد تا با ارسال کمک‌های بشردوستانه، نگاه جهانی را منحرف کند و با دادن اطلاعات ناقص، خطر این ویروس را کاهش دهد (آذرشکیب، ۱۳۹۹).

این وابستگی متقابل اقتصادی و احساس تهدید از سوی چین برای ابرقدرت جهانی، آمریکا، نیز دیده می‌شود. به طور مثال، افزایش تجهیزات نظامی و مدرن شدن ارتش این کشور از یک سو و فروش تسهیلات نظامی آمریکا به تایوان از سوی دیگر، تنش‌هایی را در دوران ریاست جمهوری اوباما میان چین و آمریکا رقم زد (بی. نا، ۱۳۸۸). دامنه این تنش در دوران اوباما به اوج خود رسید و با افزایش تعرفه گمرکی کالاهای چینی شدت یافت. ترجیح دو کشور به جنگ اقتصادی به جای تحمل عواقب جنگ نظامی، در دوران شیوع کرونا به دعوای رسانه‌ای نیز کشیده شد. به گونه‌ای که هر کدام دیگری را در این زمینه مقصر قلمداد می‌کرد.

#### 1 Otherization

۲ الف) بهره‌گیری از منافع عدم تناسب نظام کنترل‌شده خود و نظام سیاسی و اقتصادی باز اتحادیه اروپا با استفاده از فرصت‌ها در اتحادیه و در عین حال حمایت از اقتصاد خود؛ ب) سازمان‌دهی فشارهای اتحادیه اروپا در موضوعات خاص با پذیرفتن گفتگوهای رسمی و سپس تغییر آن به مذاکرات بدون نتیجه؛ ج) بهره‌گیری چین از شکاف میان دولت‌های عضو.

قدرت جهانی رو به رشد چین و حضور کلیشه‌های متعدد درباره چین در اذهان مردم جهان به‌عنوان تهدید بزرگ، انگیزه‌ای برای ترسیم کاریکاتورهای متعدد در ارتباط با مقصر شمردن این کشور در وقوع بحران کرونا فراهم آورد. اما این پرسش به‌میان می‌آید که آیا در این کاریکاتورها همچنان کلیشه‌های گذشته بازنمایی شده است یا گفتمان‌های دیگری از چین در لایه‌های پنهان این محتواهای تصویری حضور دارد. از این‌رو در این پژوهش تصمیم بر آن شد تا با تمرکز بر متن و محتوای رسانه‌ای کاریکاتورهای تولید شده در حوزه گفتمانی غرب، از طریق رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی، درکی از انگاره‌های بازنمایی شده، معانی مرجح و ایدئولوژی موجود در پیام این متون به‌دست آید.

### اهداف تحقیق

در این پژوهش، هدف کلی مطالعه چگونگی بازنمایی کشور چین در کاریکاتورهای منتشر شده از سوی حوزه گفتمانی غرب است. از جمله اهداف جزئی نیز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- مطالعه انواع انگاره‌های بازنمایی شده نسبت به چین در کاریکاتورهای حوزه گفتمانی غرب در دوران کرونا.
- ۲- درک شباهت‌ها و تفاوت‌های کلیشه‌های قبلی در ارتباط با چین با انگاره‌های فعلی بازنمایی شده در کاریکاتورهای حوزه گفتمانی غرب در دوران کرونا.
- ۳- چگونگی دیگری‌سازی از کشور چین توسط کاریکاتوریست‌های حوزه گفتمانی غرب در دوران کرونا.

### ادبیات مفهومی

در این بخش، ابتدا مفهوم کاریکاتور مورد بحث قرار می‌گیرد تا روشن شود چه نوع محتوای بازنمایی‌شده‌ای مدنظر است. پس از آن مفهوم خطر زرد و تهدید قرمز، که بنیان اصلی دیگری‌هراسی<sup>۱</sup> نسبت به چین را تشکیل می‌دهد، تبیین خواهد شد.

### کاریکاتور

کاریکاتور گونه‌ای خاص هنر است که به مسائل سیاسی، فرهنگی و اجتماعی می‌پردازد و ترکیبی پیچیده از نشانه‌های دیداری و نوشتاری را دربر می‌گیرد (دیاموند، ۲۰۰۲، نقل شده در کریمی

1 Xenophobia

و همکاران، ۱۳۹۵). از منظر نشانه‌ای، کاریکاتورها از قدرت بالایی برخوردار هستند و بدون محدودیت، امکان دخل و تصرف در دال‌ها را فراهم می‌کنند. این ژانر هنری، از طریق هجوم دال‌ها، به‌گونه‌ای آنها را در کنار یکدیگر قرار می‌دهد، که برای بیننده ناآشنا به‌نظر می‌رسد (شعیری، ۱۳۸۳). کاریکاتور ریشه در مفهومی از قبل آشنا دارد که موجودیتش را از فرآیندی شکل گرفته در بیرون از خود وامدار است. در واقع کاریکاتور بر بنیان یک پیشانشانه بنا می‌شود که بدون فهم آن، درک کاریکاتور با اشکال مواجه خواهد شد. افزون بر این، چرخه گفتمانی نشانه- معناسازی با پیشانشانه آغاز می‌شود و پس از آنکه کنش نشانه‌ای آن پایان یافت و منجر به تولید کاریکاتور گشت، به‌صورت یک پسانشانه در مقابل گفته‌خوان یا بیننده قرار می‌گیرد. بنابراین، مواجهه اول با کاریکاتور به‌عنوان یک متن، از رهگذر پیشانشانه و حوزه معانی مرتبط با آن است که خود در درون گفتمانی قرار دارد که آن را بازتولید می‌کند (شعیری، ۱۳۹۱).

محتوای کاریکاتور عموماً افزون بر بهره‌گیری از تکنیک‌های اغراق، قیاس، کنایه و برجسب‌زنی با شوخی و مزاح همراه می‌شود، اما در ظاهر طنزگونه و خنده‌آور، کاریکاتور، می‌کوشد تا پیامی انتقادی، افشاگرانه و رهایی‌بخش را انتقال دهد. به بیان دیگر کاریکاتور با دریچه مختص به خود تاریخ، سیاست و جامعه را برای بیننده به نمایش می‌گذارد و تفسیر می‌کند. کاریکاتوریست در جایگاه یک منتقد اجتماعی، گزارشگر یا مورخ با دگرگونی واقعیت، به افشاگری روابط در جامعه می‌پردازد. البته از سوی دیگر کاریکاتور می‌تواند به ابزار ایدئولوژیک در خدمت اهداف هژمونی حاکم قرار گیرد یا تنها جنبه سرگرم‌کننده داشته باشد. دگرگونی واقعیت در کاریکاتور، می‌تواند آن‌را به اسطوره‌ای تبدیل کند که با کمترین نشانه، عمیق‌ترین پیام و گفتمان را بوجود آورد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۳۲-۳۲۰).

### خطر زرد و تهدید قرمز

در دوران قرون وسطی، «خطرات زرد» به افرادی با نژاد آسیایی به‌عنوان «دشمن مخوف و چالش تمدن غربی» اطلاق می‌شد. این کلیشه در آمریکا با ورود مهاجران چینی در اواسط قرن نوزدهم، در پاسخ به ترسی ایجاد شد که حضور آنها را مانع و تهدید آرامش شهروندان به‌شمار می‌آورد. خطر زرد در فرهنگ و گفتمان سیاسی مردمی قرن نوزدهم و بیستم نفوذ کرد و باعث تحریک کلیشه‌های نژادپرستانه و افزایش ترس نسبت به مهاجران آسیایی شد. ترس از مهاجران

چینی و خطر از کنترل خارج شدن مؤسسات سیاسی و اقتصادی آمریکا، منجر به تصویب قانون محرومیت چینی در سال ۱۸۸۲ شد. این قانون کارگران آینده چینی را از ورود به آمریکا منع کرد و از تبدیل مهاجران کنونی به شهروند جلوگیری نمود.

در زمان جنگ جهانی دوم و همه‌گیری طوفان احساسات ضد کمونیستی، چین به‌عنوان یک خطر زرد، رنگ قرمز به خود گرفت. در کلیشه خطر قرمز، این نگرانی وجود داشت که اتحاد جماهیر شوروی در حال پیشبرد یک توطئه بین‌المللی برای تأمین سلطه بر جهان توسط قدرت‌های کمونیستی است. رهبران سیاسی آمریکا دولت کمونیست را نامشروع و به‌عنوان «تهدیدی برای مردم خود» قلمداد می‌کردند. مداخلات چین در جنگ کره وضعیت آن را به‌عنوان تهدیدی برای سیاستمداران آمریکا تقویت کرد. چین فقط یک کشور دست‌نشانده اتحاد جماهیر شوروی نبود، بلکه یک عضو فعال بلوک اتحاد جماهیر شوروی و تبلیغ‌کننده ایدئولوژی طغیانگر، اعمال‌کننده استبداد داخلی و شروع‌کننده تجاوز نظامی خارجی به‌شمار می‌رفت.

خطر قرمز شباهت‌هایی با اقلیت مدل دارد. آسیایی‌ها وقتی از نظر موفقیت، برتر از سایر اقلیت‌ها شناخته می‌شدند، به‌عنوان اقلیت الگویی عنوان می‌شدند، اما این برتری در مقایسه با سفیدپوستان، آنها را به‌عنوان خطرات زرد اطلاق می‌کرد. هارولد آیزاک معتقد است که آمریکایی‌ها تمایل دارند تا در بازنمایی‌های رسانه‌ای گونه‌تعارض‌آمیزی از احساسات درباره چینی‌ها «بین همدلی و طرد، خیرخواهی و تعصب پدران، محبت و دشمنی، عشق و ترس نزدیک به نفرت» را برانگیزانند (Yang, 2017: 6-5).

### پیشینه تحقیق

به‌طور کلی سوابق مشابه بسیاری وجود دارد که بازنمایی‌های هراسناکی از ادیان، ملت‌ها و اقوام مختلف منعکس می‌کنند. در اینجا شش مورد خاص مورد توجه قرار گرفته است.

#### مطالعه ۱- تصویر تاریخ: از دانمارک تا پاریس (تحلیل اسطوره‌شناختی

#### کاریکاتورهای سیاسی درباره پیامبر اسلام (ص))

نویسندگان در این پژوهش کوشش کردند تا از طریق رویکرد اسطوره‌شناسی بارت، به رمزگشایی ایدئولوژی پنهان در دو کاریکاتور توهین‌آمیز منسوب به پیامبر اکرم (ص) بپردازند. کاریکاتور اول با عنوان «چهره محمد» در سال ۲۰۰۵ توسط روزنامه دانمارکی «یولندز-

پوستن<sup>۱</sup> و کاریکاتور دیگر با عنوان «صد ضربه شلاق، اگر از خنده غش نکنی» از سوی روزنامه فرانسوی «شارلی ابدو» در سال ۲۰۱۵، به‌عنوان دو نمونه شاخص از بازنمایی خشونت در اسلام از دیدگاه امپریالیسم غربی، در این مقاله مورد توجه قرار گرفت. در حقیقت هدف اصلی این مطالعه پاسخ به این پرسش اصلی بود که گفتمان غرب از طریق کاریکاتور و به‌واسطه چه اسطوره‌هایی پیامبر اکرم (ص) را به تصویر کشده است.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که رسانه‌های غربی با منفعل پنداشتن مخاطب خود و ارائه تفسیر دم دستی، ریشه خشونت در جهان کنونی اسلام را در بدوی بودن پیامبر عنوان می‌کنند. به‌علاوه بازنمایی رسانه‌ای غرب از اسلام، همچنان بر اساس هژمونی غالب به رواج اسلام‌هراسی، تاریخ‌زدایی جهان اسلام، تجسم اسطوره‌هایی چون تروریسم اسلامی، برخورد تمدن‌ها و پایان تاریخ می‌پردازد. نویسندگان این مقاله همچنین بیان می‌کنند که یکی‌شدن تروریسم و بنیادگرایی اسلامی در قالب دال اسطوره‌ای، منجر به اسلامیزه شدن تروریسم می‌شود. این تروریسم اسلامی بر اساس اسطوره برخورد تمدن‌ها، جریانی اقتدارطلب و فاشیست‌مآبانه را به تصویر می‌کشد که برای حفظ ارزش‌های غربی باید تحت نظارت باشد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵). افزون بر این، جریانات پوپولیستی و دست‌راستی در حوزه غرب این هدف را پیش رو دارند تا از طریق ابزار رسانه‌ای و دیگرسازی اسلام، دفاع از آزادی بیان و جنگ علیه تروریسم، قدرت خود را در سطح جهانی بیمه کنند.

## مطالعه ۲- بحران آذربایجان به روایت کاریکاتور: تأملی تاریخی بر نشریه تهران مصور (۱۳۲۴-۱۳۲۵)

نوری امیرآبادی و همکاران (۱۳۹۶) در این پژوهش، این هدف را دنبال می‌کردند که چگونه در بحران آذربایجان کاریکاتورها توانسته‌اند هویت ملی را از طریق گفتمان پهلوی بازنمایی کنند. برای دستیابی به این هدف، ۲۴ کاریکاتور که در بازه زمانی شهریور ۱۳۲۴ تا آذر ۱۳۲۵ در نشریه تهران مصور به چاپ رسیده بود، از طریق نشانه‌شناسی اجتماعی مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که کاریکاتورهای نشریه تهران مصور با بهره‌گیری از نمادهای مشروطه و قانون اساسی، دموکراسی‌ای را مورد تأکید قرار می‌دهد که در جهت ترویج میهن‌پرستی، حفظ استقلال و امنیت ملی بدون دخالت نیروهای بیگانه باشد (نوری امیرآبادی و همکاران، ۱۳۹۶).

ص: ۱۵۲ و ۱۵۵). در انتها، دشمن و تهدید همیشگی یعنی دولت انگلیس، در کاریکاتورهای این دوره نیز از قلم نیافتاده، بلکه انگلیس همسو و هم‌جهت با شوروی، در جناح چپ و استعمارگر خطاب شده است.

### مطالعه ۳- بازنمایی سیاسی چین-آفریقا: داستان پاندای بامزه یا اژده‌های تهدیدگر

بن عبدالله<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۵ به دنبال پاسخ به این پرسش بود که واکنش رسانه‌های چینی به بازنمایی روابط چین و آفریقا<sup>۲</sup> در رسانه‌های غربی چگونه است. از سوی دیگر این بازنمایی بر خود روابط بین کشورها، چه اثری داشته است. به‌منظور دستیابی به پاسخ این پرسش‌ها، رتوریک هشت مقاله از «اکنومیست»<sup>۳</sup> و کاریکاتورهای سیاسی منتشر شده در «هفتگی آفریقا روزانه چین»<sup>۴</sup> با سه رویکرد نظری، تحلیل گفتمانی هانسن<sup>۵</sup> در زمینه مسائل امنیتی، فضاهای گفتمانی (یا نبود گفتمان) در اقدامات استعماری دان<sup>۶</sup> به‌مراه نظریه بازنمایی داتی<sup>۷</sup> مورد ارزیابی قرار گرفت. اما در بخش عملیاتی تحقیق، رویکرد دو مرحله‌ای راکسین داتی در تحلیل گفتمان روابط بین‌المللی-بازنمایی حقایق (اشاره به نقش‌آفرینان، فرآیندهای جهانی و محیط امنیتی) و شیوه‌های بازنمایی (اشاره به اقدامات حمایتی مرتبط با بازنمایی) - استفاده شد (Benabdallah, 2015: 31).

به‌طور کلی، نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تفاوت آشکاری از نظر تحلیل رتوریکی، استعاره‌ها و نوع کاریکاتور میان دو منبع (غربی و چینی)، وجود دارد و علی‌رغم فقدان یک آژانس آفریقایی، از نظر لحن پدرسالارانه با یکدیگر وجه اشتراک دارند. افزون بر این، بازنمایی تاریک و هشداردهنده روابط میان چین و آفریقا توسط گفتمان رسانه‌ای غرب، منجر به بهبود تصویر غرب به‌عنوان حامی اخلاق‌مدار و برتر نسبت به چین از یک سو و بازشدن فضا برای تقویت اقتدار چین و عدم ایجاد فرصت گفتمانی برای سوی آفریقایی از طریق رسانه‌های خود، از سوی دیگر فراهم شده است.

1 Benabdallah  
2 Sino-African  
3 Economist  
4 China Daily Africa Weekly  
5 Hansen  
6 Dunn  
7 Doty



## مطالعه ۴- چارچوب‌سازی چین: گفتمان‌های دیگری‌سازی در اخبار آمریکا و رتوریک سیاسی

در مطالعه اوی و دی‌ارکانجلیس<sup>۱</sup> (۲۰۱۷)، ۳۰۰ مقاله (هر حوزه ۱۰۰ مقاله) گردآوری شده از پنج روزنامه پرتیراژ در آمریکا، نیویورک تایمز، وال استریت ژورنال، واشنگتن پست، یواس‌آ تودی و لس‌آنجلس تایمز، از نظر گفتمان شرق‌شناسی مرتبط با چین، تحلیل شد. این محقق بر اساس رویکرد شرق‌شناسی ادوارد سعید نشان داد که چین در گفتمان آمریکایی به‌عنوان بیگانه (دیگر خارجی)، خطر زرد<sup>۲</sup>، خطر قرمز<sup>۳</sup> و برادر کوچک خطاب شده که نیازمند کار فرهنگی در جهت عقب‌نشاندن چین در مرزهای خود است. افزون بر این، اطلاق دشمن بالقوه به چین از طریق بازنمایی رسانه‌ای در سه حوزه ارزش پول ملی چین، جاسوسی سایبری با هدف‌گیری اطلاعات تجاری و نظامی به‌همراه اختلافات بر سر تعیین محدوده دریایی و منطقه اقتصادی انحصاری، تقسیم‌بندی شد. در دیگر نتایج این مطالعه، نویسندگان به سه مجاز رتوریکی اشاره کردند که از طریق تحلیل بر اساس سه حوزه مطرح شده به ترتیب خائن و دستکاری‌کننده ارزش پولی خود، دزد و زورگوی بی‌قانون خطاب شده است.

دیگر نتایج نشان می‌دهد، گفتمان رسانه‌ای در واقعیت بر افکار عمومی اثر داشته است. نتیجه سنجش نگرش افراد از طریق «مؤسسه گالوپ» مشخص کرد، مردم آمریکا، چین را به‌عنوان خطر بالقوه‌ای در زمینه اقتصاد تصور می‌کنند تا خطر نظامی. درگیری اقتصادی و مجاز جاسوس، با ریشه در گفتمان مسلط سیاست و رسانه‌های آمریکایی، چین به‌عنوان کودک و فاقد هنجارهای متمدنانه تصویر می‌شود که برای پیشرفت نیاز به هدایت و پیروی از آمریکا دارد. اما این گفتمان اعتقادی برای پیشگیری از بیدارکردن این «غول خفته»<sup>۴</sup> و پیشرفت چین از طریق روش‌های اخلاقی را غیر ممکن می‌داند و او را ناتوان در همراهی با جامعه جهانی در میان مخاطبان بازنمایی می‌کند. سومین مجاز و خطاب چین به‌عنوان زورگوی بی‌قانون در رعایت مرزهای دریایی، این امکان را برای هژمونی آمریکا ایجاد می‌کند تا دلیل موجهی برای مقابله با این نقض قانون داشته باشد و از سوی دیگر دامنه قدرت خود را در منطقه افزایش دهد.

1 Ooi and D'Arcangelis

2 Yellow Peril

3 Red Peril

4 Sleeping Giant

## مطالعه ۵- حاشیه‌سازی و کلیشه‌سازی آسیایی‌ها در فیلم آمریکایی

ایزابل پانر<sup>۱</sup> (۲۰۱۸)، در پایان‌نامه مقطع کارشناسی به مطالعه بازنمایی آسیایی‌ها در فیلم‌های آمریکایی پرداخت. برای دستیابی به هدف اصلی و پاسخ به پرسش‌های پژوهش، تحلیل محتوای متنی و تصویری فیلم و نظریه انتقادی، به کار گرفته شد.

نویسنده با تحلیل داده‌ها، دریافت که آسیایی‌ها افزون بر بازنمایی کلیشه‌ای به‌عنوان خرخوان، عینکی همراه با لهجه اغراق‌شده، به‌عنوان استاد کنگ‌فوکار و یا قاتل، فرد شرور دیوانه و نابودگر جهان، آسیایی شیطانی و برخی کلیشه‌های جنسیتی نیز قلمداد می‌شوند. نویسنده در این پژوهش، نشان داد که عدم توجه به آسیایی‌ها در فیلم‌های هالیوودی از یک‌سو و به حاشیه راندن آنها از سوی دیگر، در نهایت اثر نامطلوبی را بر شهروندان آسیایی - آمریکایی حتی در محیط واقعی و صنعت سرگرمی آمریکا گذاشته است.

## مطالعه ۶- جدال کاریکاتوری: تحلیل نشانه‌شناسی کاریکاتور سیاسی زونار از IMDB

در جریان بحران مالی و سیاسی که با تاسیس شرکت استراتژیک «وان‌ام‌دی بی<sup>۲</sup>» در سال ۲۰۰۹ رخ داد، رئیس‌جمهور وقت مالزی، نجیب رزاق، از سوی وال استریت ژورنال و دیگر رسانه‌ها متهم به فساد مالی با همکاری این شرکت شد. در واکنش به این رخداد، زونار، یکی از کاریکاتوریست‌های مطرح، کاریکاتورهای متعددی را طراحی کرد.

نتایج تحلیل داده‌ها بر اساس معیارهای نشانه‌شناسی بازنمایی بصری و شیوه‌های پروپاگاندا نشان داد که زونار در کاریکاتورها تنها حقیقت و رویدادهای واقعی را در جریان بحران بر اساس اخبار منتشرشده به نمایش گذاشته است. افزون بر این، نویسندگان این مقاله بیان کردند که از میان تکنیک‌های پروپاگاندا سه مورد نمادگرایی، برچسب‌زنی و تقلید در کاریکاتورهای زونار متعدد به کار رفته است.

بازبینی شش مقاله مطرح‌شده در پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که نشانه‌شناسی اجتماعی روش متداولی در زمینه تحلیل کاریکاتور به‌شمار می‌رود، اما علی‌رغم اینکه تکیه اصلی پژوهش با رویکرد کیفی، رسیدن به اشباع نظری و مفهومی در تحلیل داده‌هاست، عمده مطالعات، تنها تعداد بسیار محدودی از کاریکاتورها (تنها ۲، ۷ یا ۲۴ مورد) را تحلیل کرده‌اند. در این مطالعه، افزون بر به‌روز بودن موضوع - شیوع پاندمیک کرونا- کوشش شد تا از کاریکاتورهای متعددی

1 Isabel Paner

2 IMDB (IMalaysia Development Berhad)

استفاده شود. پس از تحلیل موارد اولیه به منظور اطمینان از دستیابی به مفاهیم جامع، این جستجو و تحلیل ادامه یافت.

علاوه بر این، بنیان‌های نظری غالب در پژوهش‌های قبل، بر دیگری‌سازی در گفتمان شرق شناسی ادوارد سعید و اسطوره‌شناسی بارت تکیه داشتند و عمدتاً نوعی جهت‌گیری سیاسی در تحلیل‌ها متمرکز بود، اما در این پژوهش کوشش شده است تا از منظر مطالعات ارتباطات بین فرهنگی، نظریه طرح‌واره‌های فرهنگی و بازنمایی، مضامین و مؤلفه‌های متعدد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، نظامی و سیاسی نیز لحاظ شود.

### رویکرد نظری

رویکرد نظری این پژوهش از سه قلمرو نظری بهره گرفته است که شامل برجسب‌زنی، بازنمایی و طرح‌واره‌های فرهنگی می‌شود.

### الف) برجسب‌زدن

ادگار<sup>۱</sup> و سچ ویک<sup>۲</sup> معتقدند که نظریه برجسب‌زنی حکایت از این دارد که انسان‌ها به کمک تعاملات فردی با دیگران می‌توانند به هویت خود شکل ببخشند؛ بنابراین در صورتی که دیگران در مورد ما و فعالیت‌هایمان با لحن منفی صحبت کنند، ما نیز طبق این چارچوب نسبت به خود نگرش پیدا می‌کنیم. با توجه به نظریه برجسب‌زنی بکر می‌توان گفت «رسانه‌ها در ساخت اجتماعی برجسب‌ها مشارکت دارند و افراد یا گروه‌های خاص مانند پناهندگان و اقلیت‌های قومی و نژادی را به‌عنوان کجرو دسته‌بندی و تعریف می‌کنند» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۳).

### ب) بازنمایی<sup>۳</sup>

نظریه پردازان بر این باورند که بازنمودهای تصویری و متنی رسانه‌های جمعی اهمیت زیادی برای واقعیت زیسته ما دارند؛ بنابراین تحلیل‌های خود درباره این بازنمودها را در چارچوب نظریه بازنمایی صورت‌بندی کرده‌اند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۹). بنا به تعریف استوارت هال، بازنمایی عبارت است از تولید معنا از طریق زبان. از نظر وی (۱۹۹۷) واقعیت به نحو معنادار وجود ندارد و بازنمایی یکی از شیوه‌های کلیدی تولید معناست. معنا صریح نیست و در گذر

1 Edgar

2 P.Sedgwick

3 Representation

زمان از طریق بازنمایی یکدست باقی نمی‌ماند. اگرچه جهان از بازنمایی‌هایی که در آن صورت می‌گیرد، مستقل است؛ اما معنادار شدن جهان در گرو بازنمایی آن قرار دارد.

وی بازنمایی را بخشی از چرخه فرهنگ می‌داند و معتقد است که «بازنمایی، معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد» (Hall, 1997: 15). از این رو برای بیان چگونگی رابطه میان بازنمایی، زبان، معنا و فرهنگ، نظریه‌های بازنمایی به سه دسته نظریه انعکاسی، نظریه تعددی و نظریه برساخت‌گرا تقسیم می‌شود (هال، ۱۹۹۷). در رویکرد انعکاسی، تصور بر این است که معنای مربوط به شیء، شخص، ایده یا رویداد در جهان واقعی قرار دارد و زبان مانند آینه‌ای عمل می‌کند و معنای کاملی را که از قبل در جهان وجود دارد، انعکاس می‌دهد. در رویکرد تعددی عقیده بر این است که مؤلف، معنای واحد خویش را از راه زبان در جهان بازنمایی می‌کند، واژگان همان معنایی را دارند که به باور مؤلف باید آن معنا را برساند. در رویکرد سوم، ماهیت عمومی و اجتماعی زبان تأکید می‌شود (راودراد، ۱۳۹۱: ۱۸). هال ضمن تأیید رویکرد سوم، بازتاب واقعیت توسط رسانه را رد می‌کند و معتقد است که واقعیت‌ها در قالب ساختار روایی رسانه‌ها برساخت می‌شوند.

### استراتژی‌های بازنمایی

به‌طور کلی دو استراتژی مهم در بازنمایی عبارتند از :

**کلیشه‌سازی:** کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن جهان مادی و جهان ایده‌ها در راستای ایجاد معنا، طبقه بندی می‌شوند تا مفهومی از جهان شکل گیرد که منطبق با باورهای ایدئولوژیکی است و در پس کلیشه‌ها قرار گرفته‌اند. در این معنا، کلیشه یا تفکر قالبی، قضاوتی است که افراد نسبت به یک فرد یا گروه دارند و این قضاوت معمولاً توسط جامعه یا رسانه‌ها شکل می‌گیرد (نعیمی جورشری، ۱۳۹۸).

ادوارد سعید در مطالعات شرق‌شناسی خود به این مسئله دست یافت که غربی‌ها با تأکید بر احساسی بودن، فاقد عقلانیت، بدویت و جباریت و درنهایت فرودست بودن شرق، سعی می‌کنند تعریفی از «خود و دیگری» ارائه دهند که در آن دیگری یا همان شرق، «حاشیه‌ای است که صرفاً از طریق وجودش، مرکزیت و برتری غرب را تایید می‌کند» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۱۷).

**طبیعی‌سازی:** طبیعی‌سازی به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکارا طبیعی هستند. طبیعی‌سازی به شکل ضمنی، دارای کارکردی ایدئولوژیک است.

### ج) نظریه طرح‌واره‌های فرهنگی<sup>۱</sup>

زمانی که یک فرد وارد موقعیتی آشنا می‌شود، ذخیره‌ای از دانش در مورد رفتار مناسب و نقش شایسته‌ای که او باید در آن موقعیت ایفا کند، در ذهن او بازیابی می‌شود. به عبارت دیگر، هر جهان اجتماعی برهم کنشگری معمولاً درون چارچوبی از دانش آشنا و از پیش آموخته شده در مورد موقعیت‌های مختلف بنا می‌شود. این دانش آشنا و از پیش آموخته شده، طرح‌واره یا طرح‌واره‌های فرهنگی نامیده می‌شود (گادیکانست، ۱۳۸۵).

بنابراین، طرح‌واره‌های فرهنگی، مجموعه‌های تعمیم‌یافته‌ای از دانش هستند که ما به واسطه تجربه‌هایمان، آنها را در حافظه ذخیره می‌سازیم. طرح‌واره‌های فرهنگی دربرگیرنده اطلاعات کلی در مورد موقعیت‌های آشنا و قواعد رفتاری و نیز اطلاعات در مورد خودمان و مردم اطرافمان هستند. طرح‌واره‌های فرهنگی همچنین حاوی دانش در مورد واقعیت‌های آموخته شده در مدرسه یا راهبردهای حل مسئله و تجارب عاطفی و احساسی است که غالباً در فرهنگ ما یافت می‌شوند. این طرح‌واره‌های فرهنگی، در قالب سیستم‌های به هم وابسته، با یکدیگر پیوند می‌خورند و ساختار شناختی پیچیده‌ای را برمی‌سازند که زیربنای رفتارهای ماست (گادیکانست، ۱۳۸۵).

### روش تحقیق

برای انجام این پژوهش، از روش کیفی و به‌طور خاص نشانه‌شناسی اجتماعی استفاده شده است. در تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی علاوه بر مطالعه نشانه‌ها، به بسترهای فرهنگی و اجتماعی‌ای که نشانه در آن تولید و مصرف می‌شود نیز توجهی ویژه می‌شود (حسن‌پور اسلانی و صدیقی، ۱۳۹۲). کرس و ون لیوون سه فرآینش بازنمودی، تعاملی و ترکیبی برای مطالعه تصاویر و نشانه‌های موجود در آنها ارائه داده‌اند. در فرآینش بازنمودی به بیان مفهوم اشیاء، کنش‌ها و موقعیت‌ها پرداخته و به این سؤالات پاسخ داده می‌شود که این تصویر درباره چیست؟ اشخاص به چه کاری مشغول‌اند؟ چه موضوعی به نمایش گذاشته شده است؟ کرس

1 Cultural schema theory

و ون لیوون در این بخش از دو ساختار روایی و مفهومی یاد می‌کنند. در ساختار روایی، با استفاده از حضور بردار<sup>۱</sup> (خطی قطری) به نقش شرکت‌کنندگان حاضر در تصویر و فعال یا منفعل بودنشان پرداخته می‌شود. بدین ترتیب، یک روایت درباره شرکت‌کنندگان به دست می‌آید. ساختار مفهومی نیز در سه دسته‌بندی می‌گنجد: فرآیندهای نمادین، فرآیندهای تحلیلی و فرآیندهای طبقه‌بندی یا تقسیم‌بندی. در فرآیند طبقه‌بندی شرکت‌کنندگان با نوعی رابطه یا طبقه‌بندی به هم مرتبط‌اند. در فرآیند تحلیلی شرکت‌کنندگان به لحاظ اینکه کل یا جزئی از رابطه در تصویر هستند، ارزیابی می‌شوند و فرآیند نمادین، درباره معنای یک شرکت‌کننده است که از طریق سمبل یا پیام‌هایی که میان شرکت‌کنندگان نمایش داده می‌شود، قابل دریافت است.

در فرآیند تعاملی، جایگاه روابط اجتماعی میان بیننده و تصویر، حائز اهمیت است. کرس و ون لیوون معتقدند که در تصاویر، دو نوع شرکت‌کننده وجود دارد: شرکت‌کننده تعاملی و شرکت‌کننده بازنمودی. «شرکت‌کنندگان تعاملی کسانی هستند که از طریق تصویر یعنی طراح و بیننده با هم تعامل دارند. شرکت‌کنندگان بازنمودی شامل اشیاء، مکان‌ها و تمام چیزهایی هستند که در تصویر به نمایش درمی‌آیند» (نظری طرهان و صابری، ۱۳۹۶: ۱۲۸). برای ارزیابی این فرآیند، باید به سه مؤلفه توجه داشت: مؤلفه تماس، فاصله اجتماعی و زاویه دید. مفهوم تماس حکایت از این دارد که نگاه افراد بازنمایی شده در تصاویر چگونه است؟ آیا به بیننده تصویر نگاه می‌کنند یا به شیء یا فرد دیگری در تصویر خیره شده‌اند؟ برای مطالعه فاصله اجتماعی، لازم است اندازه نماها در تصویر مورد ارزیابی قرار بگیرد. نما می‌تواند نزدیک، متوسط و دور باشد که هرکدام از اینها فاصله اجتماعی متفاوتی را میان شرکت‌کنندگان تصویر و بیننده نشان می‌دهند. درخصوص زاویه دید یا پرسپکتیو<sup>۲</sup> گفته می‌شود که دو دسته وجود دارد: دسته اول تصاویر بی‌طرف و بدون پرسپکتیو و دسته دوم تصاویر وابسته به تفکری خاص و همراه با پرسپکتیو. «در طراحی تصاویر وابسته، زاویه دید خاص برای بیننده و رابطه وی با طراح انتخاب می‌شود و زاویه دید طراح از طریق زاویه دید تحمیل‌شده به شرکت‌کنندگان بازنمایی‌شده در تصویر به بیننده تحمیل می‌شود» (نظری طرهان و صابری، ۱۳۹۶: ۱۳۱).

1 Vector

2 perspective

در نهایت در فرانش ترکیبی، به روشی که عناصر تعاملی و بازنمودی به یکدیگر مرتبط شده و یک کل معنادار را تشکیل می‌دهند، توجه می‌شود. سه مولفه ارزش اطلاعات (جایگاه قرار گرفتن عناصر در تصاویر)، برجستگی (پیش‌زمینه یا پس‌زمینه بودن، اندازه نسبی تقابل رنگ و درخشانی) و قاب‌بندی (نشان‌دهنده هویت‌های متمایز یا وابسته بهم در تصاویر است؛ قاب‌بندی عناصر یک تصویر را بهم متصل یا از هم جدا می‌کند) در ارزیابی فرانش ترکیبی مفید و موثر هستند.

در این پژوهش، با استفاده از روش نشانه‌شناسی اجتماعی که در بالا به‌طور کامل توضیح داده شد، در بازه زمانی سه ماهه (از اسفند ۹۸ تا اردیبهشت ۹۹)، با جستجوی کلیدواژه‌هایی همچون کاریکاتور ویروس کرونا<sup>۱</sup> و یا کاریکاتور کرونا<sup>۲</sup> و همچنین مراجعه به سایت‌های ایران‌کارتون<sup>۳</sup> و کارتون‌موومنت<sup>۴</sup> تعداد ۴۵ کاریکاتور در زمینه‌ی محکوم کردن چینی‌ها برای اشاعه ویروس کرونا جمع‌آوری و مورد ارزیابی واقع شد. این فرآیند تا رسیدن به نقطه اشباع نظری ادامه یافت.

## نمونه تحلیل‌ها



1 coronavirus cartoon

2 coronavirus china cartoon

3 <https://www.irancartoon.com/site/gallery/gallery-of-intl-cartoon-contest-we-defeat-coronavirus>

4 <https://cartoonmovement.com/>

### معنای بازنمودی (الگوی بصری-اشیاء-اجزای همراه)

به صورت کلی در این کاریکاتور دو بخش به چشم می‌خورد: بخش اول، دارای پس‌زمینه‌ای از پرچم کشور چین است و در مقابل آن رئیس‌جمهور این کشور، شی جین پینگ، با ماسکی بر صورت دیده می‌شود. در کنار این تصویر، چند نفر دیگر با ماسکی بر صورت، دستکشی بر دست و چشمانی مضطرب و ترسیده قرار دارند که دو نفر از آنها گوشی‌های تلفن همراه خود را در حالی که توسط پارچه‌ای آبی رنگ پوشیده شده، به سمت رئیس‌جمهور چین گرفته‌اند و یک نفر دیگر در حال گفتن این سخنان است: «ویروس کرونا یا مطالب رسانه‌های ویروسی! ما هیچ شانس نداریم». پشت سر آنها، تعدادی تلویزیون و کامپیوتر دیده می‌شود که صفحه این دستگاه‌ها نیز با پارچه‌ای آبی رنگ پوشانده شده‌اند. با توجه به لباسی که هر یک از افراد بر تن دارند می‌توان گفت، از سمت راست به چپ به ترتیب، آن دو نفر که گوشی در دست دارند، جزء کادر درمان کشور هند و فردی که در حال بیان جملات است، از نیروهای نظامی هندی به شمار می‌روند. درست در میانه این دو بخش و در پشت سر رئیس‌جمهور، فردی مشاهده می‌شود که لباسی متفاوت از سایر افراد بر تن دارد و همانند شی جین پینگ و با همان زاویه، به صفحه تلویزیون نگاه می‌کند. با توجه به ظاهر این شخص و کلاه سفیدی که بر سر دارد، بنظر می‌رسد او یک هکر باشد.

### معنای تعاملی (تماس-فاصله اجتماعی-نگرش)

در این کاریکاتور نگاه‌های تمامی افراد (به جز یک نفر) یا به یکدیگر است یا به صفحات تلویزیون و کامپیوتر؛ بنابراین ارتباط زیادی با مخاطب برقرار نمی‌شود، اما آن یک نفری که با حالتی ترسان، به سمت مخاطب نگاه می‌کند، تا حدی حس اضطراب و نگرانی را به او منتقل می‌سازد.

نمای رئیس‌جمهور چین، نمای متوسط یا نیمه‌نزدیک است و باقی افراد و اشیاء با نمایی دور به تصویر کشیده شده‌اند. زاویه از بالا به پایینی که نسبت به افرادی که در بخش دوم تصویر قرار دارند، مخاطب را با حس اقتدار و قدرت رئیس‌جمهور چین همراه می‌کند. از طرفی دیگر رنگ آبی-فیروزه‌ای پارچه‌هایی که بر روی صفحات کامپیوتر و تلفن‌های همراه مشاهده می‌شود، نوعی محافظه‌کاری را می‌رساند (اولیائی، ۱۳۹۷: ۵۳).

علاوه بر این، از لحاظ افقی و عمودی بودن می‌توان گفت این کاریکاتور در حالت کلی به شکل افقی به تصویر کشیده شده و به این طریق، گستره دید وسیعی ایجاد کرده است اما با



ورود به جزئیات و تفکیک میان دو بخش، مشاهده می‌شود که بخش اول (یعنی تصویر رئیس‌جمهور چین و پرچم پشت سر او) در حالت عمودی قرار دارد. عمودی بودن این بخش و فاصله اندکی که با بیننده دارد، موجب ایجاد حس نزدیکی در او می‌شود. اساساً در میان تصاویر افقی و عمودی، قوی‌ترین حضور متعلق به تصاویر عمودی و ضعیف‌ترین حضور نیز متعلق به تصاویر افقی است (شعیری، ۱۳۹۱).

ضمناً می‌توان قرار دادن افرادی از کادر درمانی و نظامی در این کاریکاتور را به‌عنوان جزئی از یک کل در نظر گرفت که نشان‌دهنده وضعیت کلی سیستم آماری و اطلاعاتی کشور هند و چه بسا تمامی کشورهاست. از لحاظ مرکزگرایی یا مرکززدایی نیز می‌توان گفت این تصویر مرکززداست؛ چراکه نشانه‌هایی که در حاشیه قرار گرفته‌اند، پررنگ‌تر و برجسته‌تر از نشانه‌های موجود در مرکز هستند.

#### معنای ترکیبی (ارزش اطلاعات - برجستگی - قاب)

طراح این کاریکاتور که یک شخص هندی است، از نماد فرهنگی چین (پرچم) در کنار شخص اول سیاسی این کشور استفاده کرده است. مضمون اصلی این تصویر، به سانسورهای خبری و اطلاعاتی اشاره دارد که توسط کشور چین بر کشور هند و سایر کشورها اعمال می‌شود. از لحاظ ترکیب‌بندی همان‌طور که در معنای بازنمودی عنوان شد، این تصویر به‌وسیله تضاد رنگ‌ها و بزرگی و کوچکی افراد و اشیاء به دو قسمت تقسیم شده است؛ البته از آنجایی که حدود یک سوم تصویر با نمایی درشت و نزدیک، به رئیس‌جمهور چین و پرچم این کشور اختصاص یافته، می‌توان گفت تمرکز و برجستگی بیشتری بر این بخش لحاظ شده است. درنهایت، این کاریکاتور نشان‌دهنده خطر قرمز چین برای سایر کشورهاست؛ چراکه تمامی نشانه‌ها از این حکایت دارند که این کشور با استفاده از قدرت و سلطه‌ای که دارد در آمار و اطلاعات، نفوذ و دخالت کرده و بدین ترتیب ویروس جدیدی نیز حول محور رسانه‌ها به راه انداخته است. جمله‌ای که از زبان آن فرد نظامی در این تصویر مشاهده می‌شود هم دقیقاً بر همین مسئله اشاره دارد.



### معنای بازنمودی (الگوی بصری-اشیاء-اجزای همراه)

از لحاظ ساخت روایی، در این کاریکاتور می‌توان هفت فرد چینی را مشاهده کرد که پوشش و کلاه‌هایی مخصوص به کشور چین را بر تن دارند. در واقع طراح استرالیایی این کاریکاتور از نمادهای فرهنگی کشور چین نیز برای نمایش این دسته از افراد استفاده کرده است. تابلوی سفیدرنگی که پشت سر این افراد قرار دارد، اشاره به شهر ووهان چین دارد. با توجه به پرچم قرمز رنگی که بر روی آن به زبان انگلیسی نوشته شده است: «جشن پایان کووید ۱۹»، مشخص است که این افراد در شهر ووهان مشغول برپایی این جشن هستند. غذایی که در این جشن سرو می‌شود، خفاش است و بر روی محل پخت این خفاش‌ها «کووید ۲۰» نوشته شده است. در واقع کنش اصلی‌ای که در این کاریکاتور مشاهده می‌شود، خرید و فروش خفاش است.

### معنای تعاملی (تماس-فاصله اجتماعی-نگرش)

در این کاریکاتور نگاه‌های هیچ‌یک از افراد به سمت بیننده یا مخاطب نیست. تمامی افراد تصویر شده، در حال نگاه کردن به یکدیگر هستند بنابراین از این لحاظ ارتباط زیادی با مخاطب برقرار نمی‌شود. نمای تصویر، نمای متوسط یا نیمه‌دور است و به همین خاطر تا حد زیادی جزئیات قابل رؤیت هستند. زاویه دید مستقیم و از رو به رو، بیننده را با موضوع درگیر می‌کند. علاوه بر این، این کاریکاتور تصویری عمودی-افقی ارائه می‌دهد که موجب گستره دید وسیع‌تری برای مخاطب می‌شود. از لحاظ مرکزگرایی یا مرکززدایی نیز می‌توان گفت اگرچه تعداد افرادی که در گوشه سمت چپ تصویر قرار گرفته‌اند، بیشتر است؛ اما بنظر می‌رسد این کاریکاتور، مرکزگراست؛ چراکه کنش اصلی (یعنی خرید و فروش خفاش)، در مرکز این تصویر

اتفاق می‌افتد. ضمناً نمایش این هفت نفر از مردم چین که مشغول سرو خفاش هستند، می‌تواند به‌عنوان جزئی از کل (مردم چین) قلمداد شود.

### معنای ترکیبی (ارزش اطلاعات - برجستگی - قاب)

همان‌طور که پیش از این اشاره شد، کاریکاتورپرست علاوه بر طراحی دقیق چهره‌های افراد چینی، از نمادهای فرهنگی (لباس و کلاه چینی) آنان نیز استفاده کرده است. رنگ طوسی، رنگ غالب این کاریکاتور است. از آنجا که بر اساس روان‌شناسی رنگ‌ها، رنگ طوسی رنگی است که حس مسئولیت و اعتماد را در بیننده ایجاد می‌کند (کرمی، ۱۳۹۹)، به‌نظر می‌رسد استفاده از این رنگ، به‌طور کنایه‌آمیز صورت گرفته است؛ چراکه بر اساس آنچه مشاهده می‌شود این افراد در جشن پایان کووید ۱۹، با سرو خفاش، مجدداً موجب شیوع ویروس جدیدی به نام کووید ۲۰ می‌شوند. بنابراین این کاریکاتور، با مقصر پنداشتن مردم چین در اشاعه ویروس کرونا، اشاره به عدم مسئولیت‌پذیری چینی‌ها در برابر گسترش این ویروس دارد و به عدم اعتماد مجدد به این کشور و مردمان آن نیز تأکید می‌کند. علاوه بر این، در این تصویر با توجه به اینکه خفاش‌ها تقریباً در وسط صفحه و در نقطه کانونی توجه قرار دارند، بیشترین برجستگی و تأکید بر روی آنهاست.

سرانجام این کاریکاتور از خطر زرد این کشور برای سایر مردمان جهان حکایت دارد. در واقع نشانه‌هایی که در این تصویر به‌کار رفته است، همگی به این مسئله اشاره دارند که مردم چین به‌خاطر نوع تغذیه‌ای که دارند، علاوه بر اینکه موجب گسترش ویروس کووید ۱۹ شده‌اند، پس از این هم به علت عدم مسئولیت‌پذیری و درس عبرت نگرفتن، مجدداً موجب گسترش ویروس دیگری می‌شوند.

### بیان یافته‌ها

با تحلیل نشانه‌شناسانه ۴۵ کاریکاتور انتخابی، می‌توان مضامین و مؤلفه‌های یکسانی را در میان آنها یافت که با بازنمایی‌های رسانه‌ای پیشین از چین به‌عنوان پیشانشانه، اشتراک بسیاری دارند. در ادامه، دو رویکرد اصلی در این کاریکاتورها مورد بحث قرار گرفته و به جایگاه هر کدام در گفتمان از پیش موجود غرب که بر دیگری‌سازی از چین به‌عنوان دشمنی بالقوه تأکید دارد (Ooi and D'Arcangelis, 2017) اشاره می‌شود.

(در پیوست ۱، فهرست کامل کاریکاتورهای بررسی شده آورده شده است.)

### الف) دیگری پست؛ بازنمایی خطر زرد

در میان کاریکاتورهای ارزیابی شده، اگر چه بیش از نیمی از آنها حاوی یک یا چند نماد فرهنگی از کشور چین بودند، اما گروهی از آنان به بازنمایی چین به عنوان یک کل واحد و فارغ از سیاست‌های حکومتی می‌پرداختند. در این قبیل کاریکاتورها، نشانه‌های از پیش شناخته‌شده از کشور چین، فرهنگ و نمادهای ملی آن به گونه‌ای در هم‌نشینی با نشانه‌هایی از بحران اخیر کرونا قرار می‌گیرند که فاقد هرگونه ارجاعی به مشی سیاسی و روابط قدرت هستند. این هم‌نشینی و ایجاد رابطه متقابل به گونه‌ای است که آنها را درهم‌تنیده و یکپارچه می‌نمایاند؛ گویی همه، اجزا و عناصر یک کل واحد هستند. نمادهای فرهنگی چین که تا پیش از این نشانه‌هایی از سرزندگی و حیات تمدن کهن چین بوده‌اند، در یک رابطه تقابلی، به گونه‌ای در کنار نشانه‌هایی از مرگ - همچون تابوت، ویروس کرونا و... - قرار می‌گیرند که معنای پیشین خود را از دست می‌دهند و خطر مرگ را بازنمایی می‌کنند. چنین معنایی را می‌توان با رابطه واقعی - توهمی (شعیری، ۱۳۸۸) میان صورت بیانی و محتوایی نشانه تشریح کرد. به عنوان مثال، پاندا به عنوان یکی از نمادهای ملی چین، دلالت واقعی بر کشور چین دارد. با این وجود، قرارگیری تابوت به عنوان نشانه‌هایی از مرگ در قالب اجزای اصلی صورت پاندا، چین را از موضع مدلول واقعی خارج و آن را دالی توهمی برای مرگ و نیستی قرار می‌دهد.



با مروری بر کلیشه‌های رایج در رابطه با چین و تاریخ بازنمایی آن در رسانه‌های غرب به خصوص آمریکا می‌توان این گونه از کاریکاتورها را بازنمایی چین به عنوان «خطر زرد» دانست. وجه شاخص این بازنمایی، به تصویر کشیدن چین - در سطح کلان‌تر آسیایی‌ها - به عنوان دیگری پست و دشمنی بالقوه است (Yang, 2017). بر این مبنا چینی‌ها، فارغ از آنکه چه مشی سیاسی داشته باشند، تنها به عنوان یک دیگری نژادی (زردپوستان در مقابل

سفیدپوستان) ، تهدیدی برای حیات تمدن غرب به‌عنوان قدرت برتر محسوب می‌شوند. ایجاد این تقابل میان خود و دیگری، نه تنها اشاره‌ای به قدرتمند بودن دیگری ندارد، بلکه آن را در مرتبه‌ای پست‌تر قرار می‌دهد که نیازمند آموزش و دنباله‌روی از غرب و نظام لیبرال‌دموکراسی آن است. با این وجود، همچنان چین به‌عنوان یک دشمن بالقوه و تحت عنوان خطر زرد باقی می‌ماند؛ اما چنین خطری نه به موجب قدرت چین، بلکه از سر ضعف و ناتوانی و حتی نادانی آن در همراهی با جامعه جهانی و غرب است.

در نهایت می‌توان کلیشه‌های رایج به‌کار گرفته شده در این قبیل کاریکاتورها را به‌صورت زیر فهرست نمود:

**- چین؛ کشوری با غذاهای عجیب:** این کلیشه با ارجاع به سنت‌های غذایی چینی‌ها و با به تصویر کشیدن نمادهای خاص غذایی چون ظروف خاص، چوب غذاخوری و... ، این سنت‌ها را در یک رابطه تقابلی با سنت‌های رایج و متعارف در جهان قرار می‌دهد. افزون بر این، استفاده از حیواناتی چون خفاش به‌عنوان غذای چینی، علاوه بر عجیب بودن بر خوی وحشی و غیر انسانی نیز دلالت دارد.

**- چین؛ تمدن کهن خطرناک:** این مقوله با اشاره مستقیم به نمادهای فرهنگی کهن چین، آن را در کنار عناصر خطرآفرین به‌گونه‌ای قرار می‌دهد که تناظری یک به یک میان آنها برقرار می‌گردد. همچنین رابطه تقابلی میان کهن بودن چین و جوان بودن سایر تمدن‌ها، دیدگاه قیم‌مآبانه، سلطه‌جو و همراه با سیاست‌ورزی و نیرنگ را بازنمایی می‌کند.

**- چین؛ مردم غیرعادی:** استفاده از حالت خاص صورت (رنگ پوست زرد، چشمان بادامی شکل و...) و جایگزین نمودن ویروس کرونا به‌جای یکی از اجزای صورت، علاوه بر آن که نژاد زردپوست را به‌عنوان نژادی در اقلیت تعریف می‌کند، از همنشینی اجزا نیز برای القای غیرعادی بودن بهره می‌برد. به علاوه نسبت دادن کارهای غیر انسانی و دور از مناسبات عرف جهانی به شخصیت‌های چینی کاریکاتورها، تأکید مضاعف بر عجیب و غیرعادی بودن این مردمان دارد.

#### **ب. دیگری قدرت طلب؛ بازنمایی تهدید قرمز**

گروهی دیگر از کاریکاتورهای بررسی شده بر قدرت چین و تلاش او برای سلطه جهانی به‌عنوان یک عامل تهدیدکننده برای جهان به‌طور عام و غرب به‌طور خاص دلالت دارند. این دلالت معنایی با استفاده از فنون بصری چون فشاره/گستره، حضور/غیاب و کاهش/افزودگی صورت پذیرفته است. علاوه بر این، استفاده از ویژگی‌هایی چون ابعاد، جهت و رنگ نیز بر این

رابطه معنایی تأکید دارد. این قبیل کاریکاتورها با به تصویر کشیدن چین در قالب نمادهایی چون اژدها، پاندا و... و با اغراق از طریق ابعاد بزرگ، جهت نگاه از بالا به پایین و سهم تصویر بیشتر، آن را در یک رابطه تقابلی با عناصر دیگر کاریکاتور همچون کره زمین قرار می‌دهد و بر قدرت چین در نابودی جهان و وجه سلطه‌گری آن دلالت دارد. بنابراین دیگری‌سازی در این تصاویر به‌گونه‌ای متفاوت صورت می‌پذیرد و با معرفی چین به‌عنوان یک قدرت نابودکننده، سعی در القای ضرورت سیاست‌های کنترلی در رابطه با چین و حفظ هژمونی غرب دارد.



این‌گونه از بازنمایی نیز در محصولات رسانه‌ای غرب ریشه دارد. با پایه گذاری جمهوری خلق چین در سال ۱۹۴۹ و در طول جنگ سرد، استراتژی بازنمایی در ارتباط با چین تغییر یافت و در قالب «تهدید قرمز» ادامه پیدا کرد. این تغییر استراتژی بیش از همه بر قدرت در حال افزایش چین در بلوک شرق دلالت داشت و در راستای سیاست‌های ضد کمونیستی غرب صورت می‌پذیرفت (Yang, 2017). بنابراین چین به‌عنوان قدرتی نوظهور که به دلیل مشی کمونیستی به قواعد لیبرال-دموکراسی پایبند نیست، در قالب تهدیدی برای جهانیان بازنمایی می‌شد. از عناصر اصلی چنین بازنمایی می‌توان به تأکید بر مشی کمونیستی چین، فضای بسته سیاسی، سانسور، قدرت‌طلبی در عرصه جهانی و پاسخگو نبودن به جهان اشاره کرد. این گروه از کاریکاتورها را می‌توان بر مبنای تمرکز بر نوع خاص سلطه به‌صورت زیر طبقه‌بندی کرد:

- **تقابل سیاسی:** در گروهی دیگر از کاریکاتورهای بررسی شده، ارجاع به نظام کمونیستی چین به‌گونه‌ای صریح و مستقیم صورت پذیرفته است. استفاده از رنگ غالب قرمز در این تصاویر، رابطه‌ای متکثر با صورت‌های محتوایی مختلف دارد که همگی در نظام گفتمانی غرب و دیگری قرار می‌گیرند: پرچم چین، ارتش سرخ شوروی، هیجان، خشم و خون. همچنین علامت داس و چکش اگرچه دلالت واقعی بر کشور چین ندارد و یادآور پرچم

اتحاد جماهیر شوروی است، اما در این گروه، از تصاویر برای انتقال بار معنایی منفی از شوروی به چین استفاده شده است.

علاوه بر موارد یادشده، بازنمایی چین به‌گونه‌ای صورت می‌پذیرد که خود خالق ویروس کرونا بوده و از آن به‌عنوان سلاحی علیه دیگران بهره برده است. در اینجا چین با نمادهای فرهنگی خود که شمولیت عام دارد، بازنمایی نمی‌شود، بلکه ارجاعات مستقیم به دولت و حکومت چین، همچون نشان داس و چکش، تصویر رئیس‌جمهور چین و... به‌کار رفته است. همچنین روش‌های مقابله با این ویروس نیز در قالب رژیم بسته و دیکتاتوری چین بازنمایی می‌شود که از داروی سانسور برای درمان استفاده می‌کند و با ابزار دروغ و سانسور بر سلطه خود می‌افزاید.



- **تقابل اقتصادی:** در این گروه از کاریکاتورها، بر تقابل اقتصادی دو جبهه غرب و چین نیز

اشاره می‌شود به‌گونه‌ای که کلیشه «ساخت چین» به‌عنوان یک دال واقعی در ارتباطی توهمی با ویروس کرونا قرار گرفته و دلالت بر جنگ اقتصادی چین و غرب دارد. بیان این رابطه آنجا معنادار است که تلاش‌های چین برای کشف واکسن، فروش دارو و تجهیزات پزشکی و حتی کمک‌های بشردوستانه آن که تحت عنوان «دیپلماسی ماسک» در رسانه‌های غربی بازتاب یافته است، نیز در قالب دوگانة غرب و چین بازنمایی شده و به قدرت‌طلبی چین در عرصه جهانی اشاره دارد.



**– تقابل نظامی:** قرار دادن واکسن در میان عناصر نظامی و هم‌نشینی این عناصر با پرچم سرخ چین، رابطه عام میان صورت بیانی واکسن و صورت محتوایی درمان را تغییر داده و در قالب یک رابطه خاص آن را به‌گونه‌ای باز می‌نمایاند که اشاره به منشأ بیماری و ساختگی بودن آن با اهداف نظامی داشته باشد. همچنین قرار دادن ویروس کرونا در کنار نمادهای خاص جنگ اتمی، اشاره بر اتخاذ شیوه نوین جنگ نظامی از سوی چین دارد.



کلیشه‌های رایج در مقوله دیگری قدرت‌طلب را می‌توان به‌صورت زیر فهرست نمود:

**– چین قدرت‌طلب:** قدرت‌طلبی به‌عنوان کلیشه رایج اغلب کاریکاتورهای بررسی شده با استفاده از نمادهای مرتبط با چین به‌صورت بزرگ‌تر و از موضعی بالاتر به تصویر کشیده می‌شود. این قدرت‌طلبی به‌گونه‌ای به حد و حصر بازنمایی می‌شود تا ضرورت برخورد جهانی و طراحی نظام کنترلی در برابر حکومت چین را خاطر نشان سازد.

**– چین کمونیست:** در این مقوله، کمونیستی بودن حکومت چین در کانون توجه قرار دارد و قدرت‌طلبی، ناتوانی در مدیریت، سانسور و...، همگی با ارجاع به مشی کمونیستی چین تعریف می‌شوند.

**– چین؛ حکومت سانسور و پنهان‌کاری:** این کلیشه همراستا با کلیشه چین کمونیست، اشاره به فضای بسته سیاسی در چین و غیر پاسخ‌گو بودن آن در مقابل جامعه جهانی دارد. در این مقوله، اقدامات چین در برابر بیماری کرونا مورد نقد قرار گرفته و حکومت چین متهم به پنهان‌کاری و عدم انعکاس شفاف اطلاعات می‌شود.

**– چین؛ عامل خطر و تهدید:** این کلیشه، اشاره به اقدامات چین به‌عنوان اقداماتی علیه صلح و بشریت دارد. در این مقوله با هم‌ارز قرار دادن ویروس کرونا در مقابل علایم جنگ



نظامی، افزون بر آن که ویروس کرونا را به‌عنوان سلاحی در جنگ بیولوژیک باز می‌نماید، بر خصلت تهدید کنندگی حکومت چین نیز تأکیدی مضاعف دارد.

### جمع‌بندی: بازنمایی هراسناک به‌عنوان سیاست جداسازی و انزوای اجتماعی

بازنمایی‌های هراسناک فراگیر در مقاطع مختلف و در زمینه‌های اجتماعی خاص می‌توانند آغازگر روندهای جدید و جداسازی ملت و به انزوا کشاندن اجتماعی «دیگری مفروض» شوند. کاریکاتورهای منتشر شده از سوی حوزه‌گفتمانی غرب در زمینه اجتماعی و تاریخی‌ای بروز و ظهور یافته‌اند که پیش از شیوع کرونا، چین را همواره یک دشمن بالقوه قلمداد کرده است. بنابراین گزاره‌های از پیش موجود به‌عنوان یک صورت‌بندی گفتمانی و زمینه فراهم شده بر هرگونه تولید متن در آینده تأثیرگذار خواهند بود.

در این راستا با بررسی کاریکاتورهای مرتبط با نقش چین در شیوع کرونا، مضامین نهفته در آن را می‌توان در قالب همان صورت‌بندی‌ها پیشین نسبت به چینی‌های خطرناک تشریح کرد. اگرچه همه این مضامین لزوماً یکسان نیستند، اما روابط و تفاوت‌های میان آنها قاعده‌مند است؛ به‌نحوی که می‌توان آنها را بازتولید کلیشه‌های از پیش موجود در بافتی جدید دانست. در این معنا، سیاست‌های بازنمایی در ارتباط با چین همواره در یک طیف با دو سوی خطر زرد و تهدید قرمز قرار دارد. آنجا که مشی سیاسی و حکومت کمونیستی آن به‌طور مستقیم مورد حمله قرار نمی‌گیرد، چین به‌عنوان یک خطر عام و البته بالقوه تصویر می‌شود. چرایی استمرار این کلیشه‌ها را می‌توان در روابط قدرت و تنش‌های پیرامون آن یافت. روابط میان چین و غرب در جدال بر سر قدرت و حفظ یا برهم زدن هژمونی موجود، موجب می‌شود تا غرب از سازوکارهای از قبل موجود خود بهره ببرد. گفتمان شرق‌شناسی با ساختار منعطف خود، شمولیت و گستره‌ای که یافته است توان انطباق با اهداف سیاسی و استراتژیک غرب را داراست. ادوارد سعید معتقد بود تصاویر شرقی‌شده، به‌عنوان ابزاری ایدئولوژیک برای کمک به امپراطوری‌ها از اواخر قرن هجدهم مورد استفاده قرار گرفته‌اند. اما این شروع، پایانی نداشته است؛ چراکه غرب برای تثبیت هویت خود به‌عنوان تمدن و قدرت برتر همواره به ساخت تصویری به‌عنوان نقیض خود نیاز داشته است. یک شرق عقب‌مانده، بدوی، پست، وحشی و تمامیت طلب می‌تواند غرب را به‌عنوان طلیعه تمدن بشری معرفی کند و هژمونی آن را بازتولید نماید. از این رو، چین هم‌زمان به‌عنوان یک دیگری شرقی و یک دیگری دیکتاتور، به‌عنوان

موجودی دور از تمدن پیشرو غرب و در تضاد با دموکراسی و آزادی‌های فردی ترسیم می‌شود: تمامیت‌خواهی که به دنبال سلطه بر جهان است.

از منظری دیگر و با تأکید بر روابط میان فردی بین گروه‌های مختلف مردم، شمولیت در کلیشه‌ها آنجا از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود که چین و زردپوستان به‌طور کل و فارغ از تفاوت‌ها و اختلافات سیاسی مورد حمله قرار می‌گیرند و تحت یک کلیشه‌ی عام طبقه‌بندی می‌شوند. دیگری‌سازی از چین در برابر خودِ غربی و طبیعی‌سازی این کلیشه‌ها و انتقال آن از طریق گستره‌ای از رسانه‌های مختلف، می‌تواند شکاف میان مردم و نژادهای مختلف را افزایش دهد و روابط میانشان را آلوده به تنش‌های خشونت‌بار سازد.

کلیشه‌ها با طی فرآیند طبیعی‌سازی در طول تاریخ و در زمینه‌های اجتماعی مختلف، به بخشی از منابع شناختی مردم تبدیل می‌شوند و در شکل‌گیری طرح‌واره‌های فرهنگی تأثیری غیر قابل انکار نیز خواهند داشت. براین مبنا رسانه‌ها با هم‌ارز قرار دادن چین با خطر و تهدید، زمینه را برای باور مردم در جهت‌گیری منفی نسبت مسائل پیرامون چین فراهم می‌کنند. در واقع، چین‌هراسی با هدف جداسازی چین از جامعه جهانی و به انزوا کشاندن چینی‌ها صورت می‌گیرد. کارکردهای دیگری هراسی در روابط بین‌الملل از کاستن ارزش ملت‌ها آغاز می‌شود و در مقاطعی نیز می‌تواند مشروعیت‌بخشی مناسبی برای فشارها و تهدیدهای سخت و حتی جنگ مقطعی و فراگیر فراهم کند.

## پیوست ۱

### فهرست کاریکاتورهای بررسی شده



دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری پست؛ منشا ویروس



دیگری پست؛ منشا ویروس



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری پست؛ تمدن کهن خطرناک



دیگری پست؛ منشا ویروس



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی



دیگری پست؛ منشا ویروس



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری پست؛ منشا ویروس



دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی



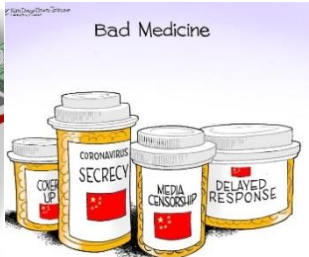
دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



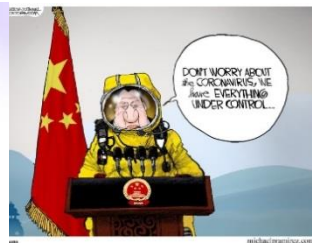
دیگری پست؛ تمدن کهن خطرناک



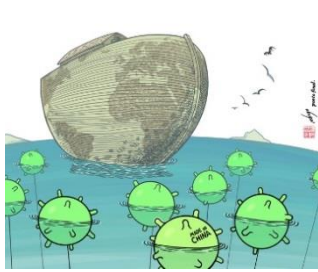
دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل اقتصادی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری پست؛ تمدن کهن خطرناک



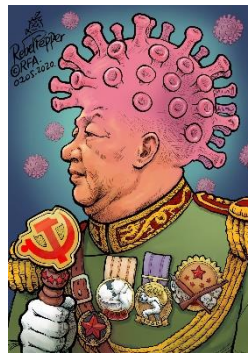
دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی

CORONAVIRUS : LA CHINE A  
CONSTRUIT UN HÔPITAL EN 10 JOURS



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل نظامی



دیگری پست؛ منشا ویروس



دیگری قدرت طلب؛ تقابل اقتصادی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل اقتصادی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل اقتصادی



دیگری پست؛ کشوری با غذاهای عجیب



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل سیاسی



دیگری قدرت طلب؛ تقابل اقتصادی

## منابع

- آذرشکیب، ایراندخت، (۲۸ اردیبهشت ۱۳۹۹) «تاکید جوزپ بورل بر متحد ماندن اتحادیه اروپا در مقابل چین»، ایرنا، بازیابی در: ۱۵ خرداد ۱۳۹۹، از: <https://www.isna.ir/news/99022820028>.
- اولیائی، زهره (۱۳۹۷) کاربرد رنگ‌ها در آثار هنری با توجه به آثار روان‌شناختی آنها. رشد آموزش هنر، ۱۵ (۳)، ۴۸-۵۵.
- بی. نا، ۲۱ بهمن ۱۳۸۸، «اختلافات چین و آمریکا؛ تکرار دوران جنگ سرد؟!»، آواپرس (خبرگزاری صدای افغان)، بازیابی در: ۱۵ خرداد ۱۳۹۹، از: <https://www.avapress.com/vtph2tukf23n.dt.html>.
- حسن‌پور اسلانی، محسن، و صدیقی، بهرنگ (۱۳۹۲) «مردانگی در قاب؛ نشانه‌شناسی اجتماعی مردانگی در عکاسی مطبوعاتی دهه‌های ۵۰ و ۶۰ خورشیدی». مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره چهاردهم.
- راودراد، اعظم (۱۳۹۱)، جامعه‌شناسی سینما و سینمای ایران، چاپ اول، تهران: دانشگاه تهران.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۸)، «از نشانه‌شناسی ساختگرا تا نشانه‌معناشناسی گفتمانی»، فصلنامه تخصصی نقد ادبی، سال دوم، شماره ۸، ۳۳-۵۱. تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۱) نشانه‌معناشناسی دیداری. تهران: انتشارات سخن.
- فاکس، جان. و گادمن، فرانسیس (۱۳۸۸)، «روابط اتحادیه اروپا و چین: مشارکت نامتعارف، گزارشی از شورای اروپایی روابط خارجی»، ترجمه حمید زنگنه، همشهری، شماره ۲۶.
- کرمی، حسن. ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۹، «روانشناسی رنگ خاکستری». بازیابی در ۱۵ خرداد ۱۳۹۹، از <https://sangshenas.com/gray-color-crystals-meaning>
- کریمی، جلیل. رحیمی، جلال‌الدین و رحیمی، مبین (۱۳۹۵)، «تصویر تاریخ: از دانمارک تا پاریس (تحلیل اسطوره‌شناختی کاریکاتورهای سیاسی درباره پیامبر اسلام (ص))»، مطالعات جامعه‌شناختی، (۲)، ۲۲، ۳۵۰-۳۲۳.
- گادیکانست، ویلیام بی (۱۳۹۶)، «نظریه پردازی درباره ارتباطات میان فرهنگی»، ترجمه: دکتر حسن بشیر، تهران: دانشگاه امام صادق.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷) رسانه‌ها و بازنمایی؛ تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹) نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. همشهری.
- نظری طرهان، لیلا و کوروش صابری (۱۳۹۶) «بررسی نشانه‌شناختی تصاویر کتب کودکان بر اساس رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی». فصلنامه مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران، شماره ۱۹.



- نعیمی جورشری، عباس. ۱۵ تیر ۱۳۹۸، «تفکر قالبی و شخصیت توسعه‌یافته، انگاره»، بازیابی در ۷ فروردین ۱۳۹۹، از <https://engare.net/stereotype>
- نوری امیرآبادی، مریم. فصیحی، سیمین. و حسن‌زاده، اسماعیل (۱۳۹۶)، «بحران آذربایجان به روایت کاریکاتور: تاملی تاریخی بر نشریه تهران مصور (۱۳۲۵-۱۳۲۴)»، «دوفصلنامه علمی-پژوهشی تاریخ‌نامه بعد از اسلام»، ۹ (۱۶)، ۱۳۷-۱۸۲.
- B & T Magazine, (2020) Downright Offensive!" Petition Calls for News Corp Papers to Apologize over Coronavirus Headlines, Visit: 4/9/2020.
- Benabdallah, L (2015) , Political representation of China–Africa: the tale of a playful panda, or a threatening dragon?, Africa Review, 7:1, 28-41, DOI: 10. 1080/09744053. 2014. 977587.
- Hall, S. (1997) , The Work of Representation, Representation: Cultural and Signifying Practices, London: Sage.
- Mazzoni, A (2020) , 'You brought corona here... you Asian dog!' Disgusting moment foul-mouthed youth screams racist abuse at two young women before SPITTING at them on the streets of Sydney, Daily Mail Australia, 30 March 2020, visit:6/4/2020, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8167131/Woman-screams-racist-abuse-two-Asian-women-SPITTING-amid-coronavirus.html>.
- Ooi, S. M. and D’Arcangelis, G (2017) , Framing China: Discourses of othering in US news and political rhetoric, Global Media and China, 2 (3-4) , 269–283, DOI: 10. 1177/2059436418756096.
- Paner, I (2018) , The Marginalization and Stereotyping of Asians in American Film, Honors Theses and Capstone Projects, Dominican University of California.
- Ramli, v, S. M. and Muhammad, M (2019) , Cartoon Controversy: Semiotic Analysis of Political Cartoon by Zunar Portraying the Issue of 1Malaysia Development Berhad (1MDB) , Journal of Media and Information Warfare, 12 (1) , 73-116.
- Swanson, A. & Rappeport, A (2020) , Wilbur Ross Says Coronavirus Could Bring Jobs Back to the U. S. , New York Times, Jan. 31, 2020, <https://www.nytimes.com/2020/01/30/business/economy/wilbur-ross-coronavirus-jobs.html>.
- TÉLÉOBS, (2020) , "Yellow Alert" apologizes after its racist on "Yellow Alert" Published on Sunday, the front page of the regional daily shocked social networks. Visit: 4/9/2020. <https://www.nouvelobs.com/medias/20200127.OBS23995/le-courrier-picard-s-excuse-apres-sa-une-raciste-sur-l-alerte-jaune.html>.
- Thestories, (2020) , Chinese Social Media Users Target Denmark after Danish Newspaper’s Coronavirus Cartoon, visit: 4/9/2020, <https://supchina.com/2020/01/30/chinese-social-media-users-target-denmark-after-danish-newspapers-coronavirus-cartoon>.
- Yang, M. M. , (2017) , American Political Discourse on China, Routledge, New York, 1 edition.