

مواجهه و معناسازی کاربران ایرانی از شبکه‌های مجازی

محمدسعید ذکایی^۱ / سیمین ویسی^۲

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ۱۴۰۰ تاریخ پذیرش نهایی: شهریور ۱۴۰۰

چکیده

با گسترش شبکه‌های مجازی تولید و خوانش متون دچار تغییرات بنیادین گشته بطوریکه نظریات پیشین قادر به تبیین تمام واقعیت موجود نیستند. این پژوهش با استفاده از مطالعه قوم‌نگاری شبکه‌های اجتماعی به دنبال تلفیق نظریه رمزگذاری-رمزگشایی و نیز مفصل‌بندی استوارت هال برای ترسیم مدل معناسازی کاربران ایرانی در شبکه‌های مجازی است. بر طبق یافته‌ها این فضا ویژگی‌هایی همچون پراکنده‌سازی افکار، پر و بال پیدا کردن موضوعات، حضور همزمان و یا متناوب نیروهای استراتژی و تاکتیک و مصادره و مصادره شدن دوباره فضا را دارد. علاوه بر این وجود مکانیزم‌های خنثی و مکانیزم‌های نفی دیگری قدرتمند شامل تروماسازی، همسان‌سازی امور، واکنش نسبت به سیاست‌گذاری‌های مقدس‌ساز، خاصیت نمایشی و تکمیل پازل خبر و مکانیزم‌های مربوط به ایجاد خود جمعی بر مبنای نیروهای تاکتیک شامل آیکون‌سازی، اسلنگ‌سازی و تشکیل جماعت‌واره‌ها به دنبال میدان بخشیدن به نیروهای مبتنی بر تاکتیک و به عبارتی تمام عاملانی است که در فضای رسمی قدرتی ندارند. فضای خوانشگری ایرانی با کنشگری فعال/ منفعل، مقطعی/ مداوم و کنشگری‌های محدود، بینابینی و کلان نیز همراه است. در نهایت با توجه به ویژگی‌های فضا و مکانیزم‌های ذکر شده سه بعد شامل تولید و تفسیر جمعی متون، نادیده گرفتن خبر و گفتگوی مخالفی بر ابعاد خوانش‌های هال نیز افزوده شدند که نشان‌دهنده توان بخشیدن فضا به تمامی عاملان برای معناسازی هستند.

واژگان کلیدی: مفصل‌بندی، مکانیزم‌های معناسازی کاربران، تاکتیک و استراتژی، کنشگری کاربران مجازی.

۱- استاد، گروه مطالعات فرهنگی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۲- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: siminveisi@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

تا پیش از شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های رسمی و خصوصاً تلویزیون نقش مهمی در باز تولید قدرت ایدئولوژیک در صورت‌های گوناگون آن داشتند. پیام‌هایی که توسط این رسانه‌ها منتقل می‌شدند با اهداف مشخص در آن‌ها تعبیه می‌شدند. تصور عمومی نیز بر آن بود که محتوای این رسانه‌ها و خصوصاً تلویزیون کاملاً درست و بر مبنای حقیقت است و راهی جز دریافت پیام وجود نداشت. با این وجود نشانه‌شناس‌ها به تدریج به معانی ضمنی و صریح نظام‌های نشانه‌ای رسانه‌های رسمی پی بردند.

(بارت در اسطوره‌شناسی، ۱۹۷۳) دریافت که ایدئولوژی‌های حاکم خود را به صورت اسطوره‌هایی نشان می‌دهد که قابلیت کشف و بررسی دارند. (استوارت هال، ۲۰۰۵) با بسط نظریه بارت به دنبال این بود تا واحدهای مشخصی به نام رمز یا کد را در درون پیام شناسایی کند. رمزها درست همان نقطه‌ای هستند که خواست قدرت و مخاطب به یکدیگر می‌رسند. هال بر طبق نظریه رمزگذاری - رمزگشایی خود نشان داد که مخاطبان خوانش‌های گوناگونی صورت می‌دهند. بیشتر مخاطبان تمایل دارند ضمن اینکه در داخل ایدئولوژی مسلط عمل کنند با توجه به شرایط زمینه‌ای خود دست به تفسیر رمزهای موجود در پیام بزنند. نظریه هال گامی مهم در جهت تفسیر رمزگان موجود در پیام‌های رسانه‌ها گشود زیرا نشان داد که تفسیر نشانه‌ها لزوماً در این نظام بسته نشانه‌ای صورت نمی‌گیرد. با وجود این هال همچون بسیاری از متفکران محصور در تنگنای زمانه بود. او و شارحانش همچون جان فیسک بسیاری از تحولات رسانه‌ای را که موجب شدند تا تعریف رسانه بصورت بنیانی دچار تحول گردند ندید. رشد شبکه‌های اجتماعی در دهه‌های اخیر موجب شده تا بتوانیم از تحول گسترده در خوانش متون رسانه‌ای سخن بگوییم. تحولی که بدون شک نیاز به نظریه‌پردازی و بسط نظریات پیشین در این حوزه دارد. شبکه‌های اجتماعی خصوصاً در جامعه ایرانی از گره‌گاه‌های مهمی است که خواست قدرت و پذیرش یا سرپیچی از آن به یکدیگر می‌رسند. در این فضا نه تنها چندمعنایی متون بیش از تلویزیون است بلکه به دلیل اینکه دوگانه قدرت/ مقاومت همواره در کار است فرایند معناسازی صورت کاملاً متفاوتی به خود می‌گیرد. در این فضا نه تنها مخاطب در مقابل خواست قدرت که قبلاً در تلویزیون و سایر متون رسمی از طریق رمزگذاری یکسویه پیام صورت می‌گرفت، منفعل نیست بلکه توانایی رمزگذاری را نیز دارد. مخاطبان می‌توانند عاملانه در چرخه تولید و تفسیر متون وارد شوند و از طریق مفصل‌بندی عناصر گوناگون متون و تفاسیری را بیافرینند و در نهایت در معناسازی، مشارکت فعالانه داشته باشند. اصطلاح مفصل‌بندی که در مطالعات فرهنگی و خصوصاً آرای هال

بر ترکیب عناصر گوناگون برای ساخت مفاهیم جدید دلالت داشت در این پژوهش معنای گسترده‌تری پیدا کرده است. اگر در نزد هال و پیش از او لاکلاو این مفهوم در نهایت به دنبال بررسی تعیین نیروهای اجتماعی بود، در زمینه پساساختارگرایانه امروزین در معنای ترکیب عناصر گوناگون توسط تمام گروه‌ها برای تصاحب لحظه‌های تاکتیکی و زیستن در فضا است.

زیست مجازی خصوصاً در ایران عرصه عظیمی را برای کنشگری فراهم کرده است که در درازمدت بر ساختارهای کلان تأثیرات پایداری را موجب خواهند شد. مواجهه نیروهای گوناگون با یکدیگر از طریق مطالعه تغییرات گسترده در رمزگذاری و رمزگشایی متون و خصوصاً تأکید بر لحظات مفصل‌بندی می‌تواند راه جدیدی را برای مطالعه این فضا و توجه به تغییرات آن و نیز تبعاتی که بر ساختار جامعه خواهد داشت بگشاید.

پژوهش حاضر با تأکید بر فضای مجازی ایرانی و تحلیل برش‌های متنوعی از متون تولید و مصرف شده کاربران آن به دنبال بسط نظریه استوارت هال و ارائه تبیینی همه‌جانبه از خوانش متون مجازی در متن ایرانی آن است که به کمک آن بتوان فرآیند مواجهه و معناسازی کاربران از فضای شبکه‌ای را فهم کرد.

پیشینه پژوهش

پژوهش دیوید مورلی از ۱۹۵۷ تا ۱۹۷۷ بر روی شوی تلویزیونی بریتانیایی نیشن واید برنامه محبوب عصرگاهی که بوسیله بی بی سی پخش می‌شد صورت گرفت. مورلی با نمایش یک قسمت از نمایش برای مخاطبان تفکیک‌شده از نظر طبقه، شغل، نژاد و مانند این نشان داد که پاسخ‌های مخاطبان بسیار متناقض هستند و به طور دقیق توسط طبقه یا موقعیت اجتماعی تعیین نمی‌شوند.

(جودیت ویلیامسون، ۱۹۷۸) می‌گوید که تبلیغات معنای ایدئولوژیک را «نه در سطح نشانه‌های آشکار بلکه از طریق دال» می‌سازند و در زیر تصاویر سطحی (به عنوان مثال دال‌ها) موجود در هر تبلیغ می‌توان با استفاده از روش نشانه‌شناسی، از معانی پنهان رمزگشایی کرد. مثلاً از آنجایی که بدون بوییدن عطر نمی‌توانیم از بی‌نظیر بودن آن اطمینان حاصل کنیم، بنابراین از طریق دیدن این کار را انجام می‌دهیم. او می‌گوید اینجا تفاوتی میان این عطر و عطرهای دیگر وجود ندارد اما پیام‌های بازرگانی ایدئولوژی پنهان خود را از طریق ما اعمال می‌کنند. تبلیغات فعالیتی را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد، اما در مشارکت در این فعالیت - خود را جایگزین «شما» می‌کنیم - ما ایدئولوژی ترجیحی آن را درونی می‌کنیم، این است که شما «خودتان» می‌توانید مانند «شما»ی اید آل در تبلیغ باشید.

آن‌ها نشان‌دهنده تمایل کاربران به قانونی‌سازی داستان‌پردازی‌ها و درگیر شدن در آن‌ها بدون ترس و لزوم ایجاد زمینه‌های قانونی برای مشارکت‌های پیچیده و نویسندگی توزیع شده است. پیش از آن‌ها (جنکینز و همکاران، ۲۰۱۳) در کتاب خود خلق ارزش و معنا در یک فرهنگ شبکه‌ای با مفهوم ابداعی خود، «پخش‌پذیری»^۱ نشان داده بودند که چه از نظر فنی و چه از نظر فرهنگی، مخاطبان می‌توانند گاه با کسب اجازه حقوقی و گاه بر خلاف میل صاحبان آن‌ها محتوا را برای اهداف خود به اشتراک بگذارند.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود تحقیقات کلاسیک و جدید بر روی متون گوناگون تا حد زیادی توانسته‌اند به بازخوانی مدل‌های در زمینه‌های مختلف بپردازند. با این وجود پژوهش حاضر به دنبال بسط نظری مفاهیم حال با بکارگیری آن در فضای پیچیده سایبری ایرانی و تلفیق آن با نظریه مفصل‌بندی است.

مبانی نظری

بازنمایی زبانی؛ گامی به سوی نظریه خوانش‌های سه

گانه: از نظر حال نظام بازنمایی نظامی مشتعل بر تمام گونه‌های موضوعات، افراد و حوادث است که به واسطه مجموعه‌ای که آن را بازنمایی ذهنی می‌نامیم امکان سازماندهی، دسته‌بندی و طبقه‌بندی مفاهیم مختلف را فراهم می‌سازد. در مرحله بالاتر ما این مفاهیم را با یکدیگر به اشتراک می‌گذاریم و به اصطلاح معانی فرهنگی مشترکی را می‌سازیم تا تفسیری واحد نسبت به جهان را به اشتراک بگذاریم. «در اینجا زبان در مفهوم عام آن مطرح است و طیف وسیعی مشتعل بر زبان نوشتاری، گفتاری، تصاویر بصری، زبان علائم حرکتی، زبان مد، لباس، غذا و مانند این را در بر می‌گیرد» (Hall, 1977: 19).

از نظر حال نگاه صرف نشانه‌شناختی فرایندهای بازنمایی را صرفاً به زبان محدود می‌کند و آن را به نظامی بسته فرو می‌کاهد که به واسطه ایستا بودن مورد تهدید جدی قرار می‌گیرد. اما «گسترش و بسط بازنمایی در معنای فوکویی - دریدایی، آن را به منبعی برای تولید دانش اجتماعی بدل می‌کند که سیستمی باز و مرتبط با کنش‌های اجتماعی و مسأله قدرت است» (Hall, 1977: 42). به عبارتی او از یکسو مفهوم زبان را در سطحی عام به کار برده و از سوی دیگر با وارد کردن مفهوم قدرت در زبان بر ساختگی آن و بازنمایی در زبان را بیشتر نشان می‌دهد. او نظریه بازنمایی زبانی خویش را که در آن زبان شامل کل جامعه و روابط داخل آن می‌شود را در بررسی نشانه‌شناختی تولیدات تلویزیونی به کار می‌گیرد.

حال می‌گوید: فرایند تولید (برنامه‌های تلویزیونی) بدون یک جنبه

دیگ هیدج در کتاب خرده‌فرهنگ: معنای سبک نشان داد که نسل‌های جوان با توسعه سبک‌ها و شیوه‌های متمایز و از طریق بریکولاژ، ایدئولوژی‌های مسلط را به چالش می‌کشند. او با بررسی خرده‌فرهنگ جوانان نشان می‌دهد که بطور مثال چگونه دانش آموزان از طریق سبک‌های جدید پوشش مدرسه را که نماد تعلق نهادی، یکنواختی، پیروی از قوانین، نظم و اقتدار است را به چالش می‌کشند.

(جانیس رادوی، ۱۹۸۴) با مطالعه‌ای درباره خوانش‌های زنان در مورد رمان‌های عاشقانه زنان غرب میانه آمریکا دریافت برخی از زنان با کتاب همذات‌پنداری کرده و برخی گمان می‌کردند که زندگیشان مانند شخصیت‌های درون کتاب است و در تخیلاتشان موهبت‌هایی همچون رابطه عاشقانه با یک مرد دلسوز را تجربه می‌کردند. اما در نهایت معنا بر اساس زمینه آن‌ها، هویت‌ها و باورهایشان شکل می‌گرفت.

(پیلای، ۱۹۹۲) به بازخوانی نظریه رمزگذاری/رمزگشایی حال بر طبق تئوری مفصل‌بندی پرداخت. یکی از پیامدها تعادل میان معنی مرجح متن و ایدئولوژی غالب است. محدودیت‌هایی از این قبلی را می‌توان با مطالعه حاضر برطرف کرد.

(جاناناتان زبیرین، ۲۰۰۸) در کتاب مقررات اینترنت و نحوه متوقف کردن آن از ویکی پدیا به دلیل اینکه بسیاری از کاربران آن را یک منبع عمومی می‌دانند برای گسترش مفهوم دموکراسی نشانه‌شناختی جان فیسک استفاده کرد. همچنین از آنجاییکه بسیاری از سرویس‌های آنلاین دیگر بر زندگی روزمره کاربران اینترنت تأثیر می‌گذارند او با استفاده از مورد گوگل، بر تأثیرات رتبه‌بندی موتور جستجو در وب در نتایج جستجو بر ارزیابی کاربران از اینکه کدام ایده برجسته است و کدام یک نیست، تأکید کرد. بر اساس یافته‌ها برخلاف ویکی پدیا، کاربران اینترنت گوگل را اداره نمی‌کنند. بنابراین، مدل دموکراسی نشانه‌شناختی به سختی می‌تواند یک بنیان نظری گسترده برای رویکردهای مشارکتی در فضای مجازی ارائه دهد.

(استاک و همکاران، ۲۰۱۷) انجمن‌های داستان‌پردازی و کنش‌های هوارادان را در فضاهای دیجیتال در آلمان مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها مفهوم داستان‌پردازی و مفهوم مکمل آن یعنی کار بر روی رسانه‌ها را ابداع کرده و آن‌ها را تصاحب و تحول خلاقانه متون رسانه‌های معروف موجود توسط طرفدارانی که داستان‌ها، جهان‌ها و یا شخصیت‌ها را به عنوان نقطه شروع می‌گیرند و داستان‌های خود را بر اساس آن ایجاد می‌کنند تعریف کردند. مشارکت در داستان‌پردازی از نظر آن‌ها کرداری جمعی و تاکتیکی است، به این معنا که نویسندگان در قلمروی دیگران کار می‌کنند. یافته‌های

1. Spreadability

سعی می‌کند تا از طرقی مانند تولید برنامه تلویزیونی بازنمایی‌های خود را که ایدئولوژی‌های او را تداوم می‌دهند القاء کند. البته گروه‌های دیگر با دریافت ناکامل و یا عدم پذیرش این ایدئولوژی‌ها به مقاومت می‌پردازند.

(فرانک پارکین، ۱۹۷۲) پاسخ‌های مخاطبان را به سه نظام معنایی مسلط که نابرابری‌های موجود را تأیید می‌کند، نظام تابع (وابسته) که از طریق مذاکره در چارچوبی جدید به دنبال بهتر ساختن وضعیت خویشند و نظام رادیکال که به رد چارچوب فعلی می‌پردازند تقسیم می‌کند (Fiske & Hortley: 2003).

پس از او هال نظریه رمزگذاری و رمزگشایی را مطرح نمود. «رمزگذاری فرآیند ایجاد پیام معنادار با توجه به کد خاصی است، در حالی که رمزگشایی فرآیند استفاده از کد برای رمزگشایی پیام و فرمول‌بندی معنی است» (Ott & Mack, 2020: 249). او با قرائت‌های سه‌گانه خود این موضوع را بخوبی توضیح داد؛ او می‌گوید در خوانش یک متن چند حالت ممکن است به وجود بیاید: **خوانش مرجح:** «وقتی که مخاطب معانی ضمنی را از گفتار یک برنامه خبری تلویزیونی یا دستورالعمل امور جاری را بصورت کامل و مستقیم دریافت می‌کند و پیام‌ها را به گونه‌ای رمزگشایی می‌کند که به همان شکلی که رمزگذاری شده‌اند برگردند» (Hall, 2005(a): 125).

«در این موقعیت فرستنده و گیرنده تحت قواعد، پنداشته‌ها و اصول فرهنگی یکسانی عمل می‌کنند» (Hall, 1993: 101).

خوانش توافقی: «کدهای توافقی از طریق آنچه که ممکن است منطق موقعیت‌مند و یا خاص بنامیم عمل می‌کنند و این منطق بوسیله روابط گفتمان‌ها و قدرت‌های متفاوت و نابرابر در حالتی از تعلیق است» (Hall, 2005(a): 126).

به گفته (هال، ۱۹۹۳) در خوانش توافقی نیز هژمونی مسلط وقایع را به یکدیگر مربوط می‌سازد تا مخاطب پیام‌ها را به صورت کلی بپذیرد و دیدگاهی کلی نسبی به جهان به دست بیاورد. به عبارتی با وجود پذیرش چارچوب کلی مسلط این امکان وجود دارد که پیام‌ها را به عنوان یک پیام شخصی رمزگشایی کنند و با نقطه نظرات و سوگیری‌های خود فرایند رمزگشایی را مبهم سازند.

قرائت تخالفی: در حالت سوم ممکن است مخاطب هم معنای صریح و هم ضمنی را به طور کامل بوسیله گفتمان بفهمد اما رمزگشایی را به طور کلی به روش دیگری انجام دهد. در اینجا مخاطب «کلی بودن کدهای مسلط را رد می‌کند تا به پیام، کلیتی دوباره از طریق چارچوب‌های مرجع بدیل ببخشد» (Hall, 2005 (a): 127).

در اینجا مخاطبان اغلب معانی غیرنیت‌مند دیگری را در پیام می‌یابند.

گفتمانی شکل نمی‌گیرد و بنابراین تماماً بوسیله معانی و ایده‌ها چارچوب‌بندی می‌شود: دغدغه‌های کاربردی روزمره تولیدات، مهارت‌های تکنیکی تعریف شده به شیوه تاریخی، ایدئولوژی‌های حرفه‌ای، دانش‌های نهادی، تعاریف و فرضیات، فرضیاتی درباره مخاطبان و بنابراین چارچوب‌بندی اساس برنامه بر پایه این ساختارهای تولید (Hall, 2005(a): 118).

اما بر طبق همان نظریه بازنمایی زبانی هال، با وجود این که ساختارهای تولید تلویزیونی گفتمان‌های تلویزیونی را ایجاد می‌کنند آن‌ها شامل یک سیستم بسته نیستند. آن‌ها موضوعات، رفتارها، کارکنان برنامه و تصورات مخاطب و نیز تعاریف موقعیت‌ها را از سایر منابع و گفتمان‌های دیگر در یک ساختار سیاسی و فرهنگی اجتماعی وسیع‌تر در یک فضای متفاوت ترسیم می‌کنند. هال علاوه بر این سعی کرد تا از نظریه معنای صریح و ضمنی بارت نیز یک قدم جلوتر برود. به عقیده او در گفتمان‌های واقعی بیشتر نشانه‌ها ترکیبی از جنبه‌های صریح و ضمنی هستند و تنها تمایزی تحلیلی میان آن‌ها وجود دارد. به زعم استوارت هال «همواره ایدئولوژی‌ها بر نشانه‌ها غالب هستند و آنچه مهم است نه این تمایز تحلیلی میان معنای صریح و ضمنی بلکه تقاطع ایدئولوژی با گفتمان‌هایی است که نشانه در آن‌ها معنا می‌یابد» (Hall, 2005(a): 122).

او با متداخل دانستن ایدئولوژی با گفتمان‌های موجود در مفهوم جدیدی به نام «کد» یا «رمز»، به دنبال بررسی تأثیرات ایدئولوژی بر گفتمان بود. از نظر هال «کدها ابزارهایی هستند که به وسیله آن‌ها قدرت و ایدئولوژی در گفتمان‌های خاصی معنا می‌یابند» (Hall, 2005(a): 123). مفهوم کد یا رمز هال را به سمت تدوین نظریه رمزگذاری و رمزگشایی کشاند.

بخش قابل توجهی از جذابیت نشانه‌شناسی برای وی روشی بود که در آن رابطه فرهنگ و قدرت را به گونه‌ای آشکار می‌کرد که به او اجازه می‌داد در اندیشه‌های ایدئولوژی مارکسیستی تجدید نظر کند (Procter, 2004: 44).

هال ایدئولوژی را چنین تعریف می‌کند: «آن تصاویر، مفاهیم و مقدماتی که چارچوبی را فراهم می‌کنند که از طریق آن‌ها برخی از جنبه‌های وجود اجتماعی را نمایندگی، تفسیر، درک و معنا می‌کنیم» (Hall, 1891: 31).

معنا فرایندی گفتمانی است که در یک سیستم زبانی مملو از مفاهیم ایدئولوژیک عمل می‌کند. رسانه‌ها از طریق مجموعه‌ای از قوانین، کدها و ارزش‌ها ساخته می‌شوند که آن‌ها را بسیار مستعد ساخت ایده‌های معنایی یا آنچه بارت از آن به عنوان اسطوره یاد می‌کند، می‌کند (Laughey, 2007).

نظریه رمزگذاری - رمزگشایی: نظم فرهنگی غالب معمولاً

نظر او صورت بگیرد. بدین منظور از دو مفهوم دیگر رایج در نظریات هال و بطور کلی مطالعات فرهنگی برای تبیین استفاده خواهیم کرد.

چندمعنایی^۲ و مفصل‌بندی^۳: هال نشانه‌های تلویزیونی را دارای ارزش‌های چندمعنایی می‌داند، یعنی به توانایی آن‌ها برای نشان دادن بیش از یک چیز، برای حمل انواع مختلفی از معانی بالقوه متناقض اشاره می‌کند. «معنا چندگانه است به جای اینکه منفرد باشد؛ کار مخاطب کشف حقیقت یا معنای اصلی که در قلب پیام تعبیه شده است نیست، بلکه مخاطبان معنا را با درجه‌ای از خودمختاری نسبی ایجاد می‌کنند» (Procter, 2004: 66). جان فیسک شارح هال نیز با استفاده از اصطلاح «دموکراسی نشانه‌شناختی»^۴ بر اهمیت خوانش معانی گوناگون از متن تلویزیونی تأکید می‌کند. «فیسک ابراز عقیده کرد که تلویزیون با بینندگان خود به عنوان کسانی رفتار می‌کند که می‌توانند معنای خاص خود را به تصاویری که روی صفحه می‌بینند اختصاص دهند (Weber, 2015: 87).

این اصطلاح در نظر فیسک به معنای تفویض تولید معانی و لذت برای بینندگان است. هیچ مؤلف یگانه‌ای وجود ندارد که بتواند روشی منفرد برای نگاه کردن به جهان عرضه کند. «قدرت گفتمانی برای ساخت معانی، برای تولید دانش در مورد جهان، قدرتی است که هم تولیدکنندگان برنامه و هم بینندگان تولیدکننده به آن دسترسی دارند» (Fiske, 1978: 238).

این خاصیت در فضای مجازی دو ویژگی جدید پیدا کرده است: از طرفی نه تنها چندمعنایی گسترش بیشتری پیدا کرده و نه فقط سه خوانش یاد شده و طیف وسیعی از واکنش‌ها که حتی شامل عدم خوانش می‌شوند را نیز شامل می‌شود، بلکه رمزگذاران که شامل تمامی کاربران می‌شوند نیز می‌توانند عمداً بر این چندمعنایی بیفزایند. کاربران گوناگون می‌توانند از طریق مفصل‌بندی، پیام‌های خود را در کدها تعبیه کنند و این امر دیگر محصور به گروه‌های قدرتمند نیست. از نظر تئوریک، مفصل‌بندی می‌تواند به عنوان روشی برای توصیف یک شکل‌گیری اجتماعی بدون افتادن در دام‌های دوگانه تقلیل‌گرایی و ذات‌گرایی قابل درک باشد. این می‌تواند به عنوان تبدیل «مطالعات فرهنگی از یک مدل ارتباطی (تولید - مصرف متن؛ رمزگشایی رمزگذاری) به یک تئوری زمینه‌ها» (Grossberg, 1993: 4).

مفصل‌بندی در چندین سطح عمل می‌کند. از نظر معرفت‌شناختی، مفصل‌بندی روشی برای تفکر در مورد مطابقت، عدم مطابقت و

از محدودیت‌های نظریه هال تأکید بیش از اندازه او بر طبقه، در مقایسه با سایر عوامل اجتماعی دیگر است. همچنین اینکه او سه نوع قرائت را برابر با هم در نظر می‌گیرد در حالی که در عمل تعداد کمی قرائت کاملاً مسلط یا قرائت‌های تخالفی خالص وجود دارد. به تعبیر فیسک ارزش این نظریه در این است که «متن را به عنوان یک متن تماماً بسته از نظر ایدئولوژیک کنار می‌گذارد و به سمت دیدگاهی پیش می‌رود که خواننده را محل شکل‌گیری معنی در نظر می‌گیرد» (Fiske, 1987: 64).

(مورلی، ۱۹۸۰) نیز لحظه فروپاشیدن مدل رمزگذاری/ رمزگشایی هال را پی بردن به تناقض‌های بسیاری در خوانش‌ها می‌داند که قابل تقلیل به طبقه یا موقعیت اجتماعی مخاطبان نبودند. (امبرتو اکو، ۱۹۷۲) پیش از هال از خوانش پرت^۱ سخن گفته بود. او این اصطلاح را برای توصیف لحظه‌ای به کار برد که پیامی که مطابق با یک کد رمزگذاری شده است به وسیله رمز دیگر رمزگشایی می‌شود و بنابراین معنای دریافتی با معنای مورد نظر متفاوت خواهد بود.

(آسالیوان و همکاران، ۱۹۹۴) معتقدند در رسانه‌های معاصر از آنجایی که فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های گوناگونی پیام را دریافت می‌کنند و رمزگشایی باید توسط هر آنچه‌ای که در دسترس مخاطب بوده و از آن آگاهی دارد صورت بگیرد بنابراین پیام ناگزیر باید تحت انواع رمزگشایی‌های نادرست قرار گیرد (O'sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery & Fiske, 1994).

البته پیشفرض ما وجود حداقل خوانش‌های پرت در فضای مجازی ایرانی است، زیرا برآنیم که کاربران ایرانی با نیت کنشگری و بصورت آگاهانه وارد فضا می‌شوند.

نظریه هال بیشتر معطوف به رسانه تلویزیون و بطور کلی هر نوع رسانه یکطرفه‌ای است که در خدمت ترویج اندیشه‌های رسمی و ایدئولوژیک قرار می‌گیرند. این رسانه‌ها هم موضوعات گزینش شده دارند و هم تفاسیر و خوانش‌های سه‌گانه فوق‌الذکر در نهایت بصورت غالب تجربیات و واکنش‌های فردی نسبت به پیام‌ها به شمار آمده و کنش‌های جمعی را بر نمی‌انگیزانند. تفاوت عمده شبکه‌های اجتماعی جدید مجازی با رسانه‌ای مانند تلویزیون، مطرح شدن موضوعات از جانب گروه‌های بسیار و مورد تفسیر قرار گرفتن آن‌هاست به عبارتی اگر در نظریه هال، تنها گروه حاکم می‌توانست موضوعاتی را مطرح سازد، در اینجا هر فردی می‌تواند موضوعی را مطرح ساخته و تفاسیر سه‌گانه بر روی موضوع مورد

^۲. Articulation

^۴. Semiotic Democracy

^۱. Aberrant Decoding

^۲. Polysemy

متکثر و پویایی‌های آن‌ها هستیم. ما در اینجا برآنیم که معنا از طریق مفصل‌بندی بوجود می‌آید. متن جایگاهی برای مفصل‌بندی معانی گوناگون است و نه اینکه خاستگاه اصلی معنا باشد. در فضای مجازی از آنجاییکه نه فقط رمزگشایی بلکه رمزگذاری نیز متکثر گردیده است، بنابراین مفصل‌بندی معنا صورت متکثر و چندگانه‌ای پیدا کرده است. کلمه چند-معنایی به معنای واقعی کلمه «بسیاری از معانی» ترجمه می‌شود. همان‌طور که توسط جان فیسک پیشنهاد شده است: «تعدد نظریه به باز بودن نسبی متون رسانه‌ای در برابر تفسیرهای متعدد اشاره دارد. متن چندمعنایی متنی است که می‌تواند برای بسیاری از مخاطبان مختلف معانی مختلفی داشته باشد» (Cited in Ott & Mack, 2020: 251).

به نظر ما نه فقط در خوانش بلکه در ایجاد متون نیز گروه‌های گوناگونی نقش داشته و می‌توان از چند معنایی متون در زمان رمزگذاری نیز سخن گفت. ایدئولوژی‌ها متشکل از مفاهیم منفرد و جداگانه نیستند، بلکه بیان [و اتصال] عناصر مختلف به یک مجموعه

یا زنجیره متمایز از معانی هستند (Larrain, 2005: 44).

همانگونه که گروه‌های قدرتمند می‌توانند ایدئولوژی مورد نظر خود را در متون پیاده سازند، سایر گروه‌ها نیز از طریق چندمعنایی و مفصل‌بندی قادر به رمزگذاری‌های خاص خود هستند. مدل هال نهایتاً تلاش می‌کند تا در چارچوب مارکسیستی، روابط میان زیربنای مادی (زیربنای تکنولوژیکی) و روبنای اجتماعی (روابط تولید و چارچوب‌های دانش) را در رمزگذاری و رمزگشایی نشان دهد. اما در مدل حاضر با توجه به چرخش فرهنگی صورت گرفته در دهه‌های اخیر که رابطه دیالکتیکی با زیربنای تکنولوژیکی یعنی ایجاد شبکه‌های اجتماعی دارد، نمی‌توان همچون مدل هال از «رابطه‌ای خطی» و نگرشی طبقاتی و یکسویه استفاده کرد. زیربنای تکنولوژیکی جدید یعنی ظهور شبکه‌های اجتماعی همسو با چرخش فرهنگی حضور عاملان متکثر در رمزگذاری و رمزگشایی و «رابطه چرخشی» میان آن‌ها را موجب شده است. نظریه مفصل‌بندی بخوبی می‌تواند لحظه ترکیب عناصر گوناگون و حضور نیروهای گوناگون را نشان دهد. در موقعیت‌های دو گانه مفصل‌بندی که در نمودار نشان داده شده ایدئولوژی‌ها و خرده آنتی ایدئولوژی‌ها به افراد کمک می‌کنند تا معناهای خود را مفصل‌بندی کنند: (نمودار ۱)

همان‌طور که ملاحظه می‌گردد به دلیل فضای ساختارزوده حاکم بر فضای مجازی که می‌تواند بهترین نماینده برای دوران چرخش فرهنگی باشد، تمام عاملان در فضا در یک فرایند چرخه‌ای امکان حضور در لحظات مفصل‌بندی و بنابراین نه تنها رمزگشایی بلکه حتی رمزگذاری را دارند. بدین ترتیب عاملان در گروه‌های گوناگون در یک چرخه بی‌پایان تولید و تفسیر و خوانش معنا قرار دارند.

تناقض در ساختارهایی است که آن‌ها را یکپارچه می‌دانیم. از نظر سیاسی راهی برای به روی صحنه آوردن ساختار و بازی قدرت است که در روابط سلطه و تبعیت وجود دارند. از نظر استراتژیک نیز مکانیزمی برای شکل دادن به مداخله در یک صورت‌بندی اجتماعی، اتصال یا زمینه خاص را فراهم می‌کند (Daryl Slack, 2005).

حال این اصطلاح را بخوبی شرح می‌دهد: شکلی از اتصال که تحت شرایطی می‌تواند میان دو عنصر مختلف وحدت ایجاد کند. این پیوندی است که برای همه زمان‌ها ضروری، تعیین شده، مطلق و اساسی نیست. باید پرسید، تحت چه شرایطی می‌توان ارتباطی جعل کرد یا ایجاد کرد؟ اصطلاح «اتحاد» یک گفتمان در حقیقت بیان عناصر مختلف و متمایز است که می‌تواند به روش‌های مختلف مجدداً بیان شود زیرا آن‌ها «تعلق» لازم را به یکدیگر ندارند. «وحدتی» که مهم است پیوندی میان گفتمان مفصل‌بندی شده و نیروهای اجتماعی است که تحت شرایط تاریخی خاص می‌تواند با آن ارتباط برقرار کند، اما لزوماً لازم نیست که به هم پیوند بخورند (Hall, 1986: 53).

حال نظریه مفصل‌بندی را همانند ارنستو لاکلاو، در کتاب خود سیاست و ایدئولوژی در نظریه (مارکسیست، ۲۰۱۲)، به کار می‌برد. استدلال او در اینجا این است که هیچگونه تعلق خاصی میان عناصر ایدئولوژیکی وجود ندارد و بنابراین، ما باید فکر کنیم که ممکن است، «رابطه غیرضروری، بین اعمال مختلف - بین ایدئولوژی و نیروهای اجتماعی، و بین عناصر مختلف درون ایدئولوژی، و بین گروه‌های اجتماعی که یک جنبش اجتماعی را تشکیل می‌دهند و غیره وجود داشته باشد» (Hall, 2005(b): 142).

حال اصطلاح مفصل‌بندی را متأثر از لاکلاو در مورد تعیین بخشی نیروهای اجتماعی به کار می‌برد و ما در این مقاله به دنبال کاربرد بینادهنی‌تری از این مفهوم هستیم که تفاسیر کاربران و قرائت‌های آنان را در برمی‌گیرد. «مفصل‌بندی» به ما امکان می‌دهد تا پیچیدگی نیروهای مختلف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی که بر ایجاد جامعه مدنی و اقتصادی تأثیر می‌گذارند را درک کنیم. از این نظر «مفصل‌بندی بر مسأله مارکسیسم کلاسیک غلبه می‌کند که همان‌طور که او اشاره می‌کند تقلیل امر فرهنگی به امر اقتصادی بود» (Davis, 2004: 169).

مفصل‌بندی برای هال از نظر تئوریک حائز اهمیت بود. در دوران چرخش فرهنگی نمی‌توان به وضوح از تعیین امر اقتصادی، فرهنگی یا سیاسی سخن گفت. علاوه بر این در مطالعات فرهنگی مفصل‌بندی از نظر هستی‌شناختی و معرفت-شناختی نیز مطرح است. عناصر گوناگون واقعیت موجود، تکثر بسیاری داشته و برای بررسی دقیق نیازمند بررسی این عناصر

روش پژوهش

روش در پژوهش حاضر روش مردم‌نگاری مجازی است چرا که محقق از طرق گوناگون شامل تحلیل نشانه - شناختی تصاویر و مشاهده آنلاین می‌تواند درک بی‌نظیر، واقعی و چندجانبه از موضوعات اجتماعی به ما بدهد. خصوصاً به دلیل غیرمشارکتی بودن روش‌ها داده‌هایی بدون دخالت محقق و از پیش موجود در اختیار او قرار داده می‌شوند و او با انجام مشاهده و سپس تحلیل نشانه‌شناختی و تماتیک می‌تواند به زوایای مختلفی از موضوع دست یابد.

مردم‌نگاری، که رویکردی برای مطالعه زندگی روزمره همان‌طور که توسط گروه‌های مردم زندگی می‌شود است، منابع قدرتمندی را برای مطالعه فرهنگ‌های دنیاهای مجازی فراهم می‌کند. هدف ما این است که دنیاهای مجازی را به عنوان مکان‌های معتبر برای کردار فرهنگی مورد مطالعه قرار دهیم و بخواهیم درک کنیم که چگونه به هم شباهت دارند و چگونه با دیگر اشکال فرهنگ تفاوت دارند. ما این کار را با غوطه‌ور کردن خود تجسم یافته در فرهنگ‌های مورد علاقه انجام می‌دهیم (Boellstorff, Nardi, Pearce & Taylor, 2012).

در این پژوهش تصاویر و داده‌های شبکه‌های اجتماعی شامل اینستاگرام، توییتر و تلگرام مورد بررسی نشانه - شناختی ساختارگرا و پساساختارگرا قرار گرفتند. علاوه بر تحلیل نشانه‌شناسی ساختارگرا که بررسی همشینی و جانشینی میان دال و مدلول را در نظر می‌گیرد در فضای مجازی به علت اینکه همواره بخشی از معنا از متنی بیرونی قرار دارد لزوم بررسی پساساختارگرا نیز احساس می‌شود. علاوه بر اینکه داده‌های حاصل از مشاهده مورد تحلیل نشانه‌شناختی قرار گرفتند، نوشته‌های موجود در فضای مجازی نیز تحلیل تماتیک شدند. «مضمون الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل به توصیف و سازماندهی مشاهدات و حداقل به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد (Boyatzis, 1998: 4).

مضمون ویژگی تکراری و متمایزی در متن است که به نظر پژوهشگر، نشان‌دهنده درک و تجربه خاصی در رابطه با سؤالات تحقیق است (King & Horrocs, 2010: 150).

ترکیب روش‌های ذکر شده و استفاده از حساسیت نظری نظریات پیشین در این پژوهش به ما کمک می‌کنند تا با استفاده از نظریات پیشین و داده‌های از پیش موجود حاضر در فضای مجازی و رفت و برگشت میان آن‌ها به هدف خود یعنی فهم معناسازی کاربران ایرانی و افزودن بر شق‌های پیشین نظریه‌ها را بپردازیم.

از آنجاییکه داده‌های پژوهش حاضر به روش قوم‌نگاری مجازی و از طریق مشاهده غیرمشارکتی فراهم گردیدند بنابراین آنچه که فلیک به تبعیت از (ولکات، ۱۹۹۰) اعتبار رویه‌ای می‌نامد رعایت گردید. «محقق باید از صحبت کردن در میدان تحقیق خودداری

کند و در عوض تا سر حد امکان گوش کند، یادداشت‌هایی بردارد که تا سر حد امکان دقیق باشند، به محض وقوع حادثه شروع به نوشتن کند» (به نقل از فلیک، ۱۳۸۷: ۴۱۷).

از طرفی به دلیل حضور طولانی‌مدت محققان در فضای مجازی آنچه (لینکلن و گوبا، ۱۹۸۵) به عنوان باورپذیری نام برده و آن را جایگزینی برای پایایی داده‌ها می‌دانند محقق گشت. به باور آن‌ها «حضور طولانی مدت محقق در میدان و مشاهده مداوم، چندبعدی کردن روش، تحقیقات و داده‌های مختلف» (به نقل از فلیک، ۱۳۸۷: ۴۲۰) باعث افزایش باورپذیری داده‌ها می‌گردد. بنابراین از آنجایی که پژوهش حاضر به دنبال تعمیم مطلوب نتایج است انتظاری می‌رود که محققان دیگر نیز بتوانند به نتایج نسبتاً مشابهی در این زمینه دست یابند.

یافته‌های پژوهش: فضای مجازی و رمز گشایی از متون: در ادامه بحث بر اساس تحلیل اتنوگرافیک از فعالیت و مصرف کاربران ایرانی شبکه‌های مجازی بدنبال آن هستیم تا نشان دهیم که عناصر موجود در فضا دارای خاصیت چندمعنایی شدیدی بوده بطوریکه تمامی گروه‌ها می‌توانند معانی مورد نظر خویش را از طریق مفصل‌بندی ایجاد کنند.

پراکنده‌سازی افکار و عواطف: در فضای مجازی بطور کلی و در شبکه‌های اجتماعی هر فرد می‌تواند تولیدکننده بالقوه متن باشد و عقیده، رفتار و مانند این به سرعت می‌توانند پراکنده شوند. از آنجاییکه هر موضوع در فضای مجازی به مثابه متن انگاشته می‌شود بنابراین به محض قرار گرفته شدن در شبکه‌های اجتماعی به سرعت مورد تفاسیر مختلف واقع شده و در نتیجه مورد توجه واقع شود. برای کاربران ساختگی، کاربرانی که به دنبال پراکندن ذائقه بخصوصی در جامعه هستند و خرده‌فرهنگ‌های کجرو و خشن این ویژگی اهمیت زیادی دارد. خصوصاً در مورد آخر پخش فیلم‌های شکنجه و نیز اعدام مخالفان توسط گروه‌های مطلق‌نگر در فضای مجازی باعث دیده شدن بیشتر آن‌ها گردیده است.

پر و بال پیدا کردن موضوعات: از آنجا که خوانش‌های متفاوتی از یک متن ممکن است صورت بگیرد بنابراین یک موضوع به شیوه‌های مختلفی «پر و بال پیدا می‌کند». بر خلاف رسانه‌های قدیمی‌تر از جمله تلویزیون در این فضا نوعی برهم‌کنشی نیز میان تفاسیر مختلف بوجود می‌آید. در نظریه‌ها یک موضوع تنها در ذهن مخاطب منفرد مورد بررسی قرار می‌گرفت و این تفسیر در نهایت در ذهن و یا کنش فردی او قابل مشاهده بود و چون گفتگویی میان او با سایر مخاطبان صورت نمی‌گرفت تفاسیر همواره فردی بودند. اما در شبکه‌های اجتماعی جدید فضای مناسبی برای گفتگو در مورد موضوعاتی که از جانب گروه‌های

پس تاکتیک بر خلاف استراتژی که توسط یک قدرت مرکزی صورت می‌گیرد ممکن است پراکنده و منشعب بوده و توسط گروه‌های مختلف مردم صورت بگیرد. این پراکندگی مقاومت در برابر استراتژی را خصوصاً در فضای مجازی می‌توان دید. در فضای مجازی می‌توان جریانی عکس استراتژی و تاکتیک در دنیای بیرونی را مشاهده کرد. اگر در فضای فرهنگی رسمی جامعه کلیه فضاهای رسمی و عمومی در سیطره استراتژی هستند و افراد باید در زمین قدرت به بازی بپردازند و حتی مقاومت‌های فرهنگی را با محدودیت‌هایی که قدرت برای آن‌ها تعیین کرده صورت دهند، در فضای مجازی فضا متعلق به تاکتیک است؛ متعلق به مردمی که در فضای واقعی و رسمی دیگری قدرت محسوب می‌شوند. به گفته دوسرتو «تاکتیک هنر ضعیفان است» و آن‌ها در این فضا فرصت دارند تا ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای خود را به نمایش بگذارند. از طرفی قدرت نیز با مداخله در فضا به شکل سیاست-های فرهنگی غیررسمی و حتی گاه رسمی (منع قوانینی برای محدود کردن کاربران همانند فیلترینگ، دستگیر کردن و یا کانالیزه کردن شاخ‌های اینستاگرام، ساختن اکانت‌هایی که گفتمان رسمی جامعه را در هیبت کاربران واقعی تبلیغ و دنبال می‌کنند و مانند این) سعی دارد بر فضای مجازی کنترل بیشتری داشته باشد. اما آنچه حقیقت دارد این است که در نهایت هیچ کدام از دو گروه و حتی طیف‌های بینابینی صاحب فضا نیستند. گفتمان‌های متعارض و گاه تا حدی دارای همپوشانی و گاه نزدیک به هم از افراد و گروه‌ها با قدرت‌های متفاوت به نمایش در می‌آیند. در فضای مجازی هیچیک از گفتمان‌های رژیم حقیقت را تعیین نمی‌کند و همگی با یکدیگر برابرند و همین مسأله می‌تواند نیهیلیسم نیچ‌های را به شکل مثبت و کاربردی درآورد. انحصار فضا توسط یک گروه و پس گرفته شدن توسط گروه دیگر، هیچ گروهی اصیل شمرده نمی‌شود. چرا که تمام گروه‌ها در یک گفتگوی دائمی به سر برده و نقاط ضعف یکدیگر را بر ملا می‌سازند پس مصادره همیشگی فضا معنایی نخواهد داشت. خوانندگان به طور موقت در فضای فکری هر متنی که با آن روبرو می‌شوند ساکن می‌شوند و آن فضا را برای آن لحظه کوتاه متعلق به خود می‌کنند. مفهوم‌پردازی دو سرتواز عمل خواندن همچون مفهوم بهره‌وری نشانه‌شناختی جان فیسک، به عنوان یک فرایند ذاتی خلاق و تخیلی، پر از بازی و «اختراع» در ذهن خواننده است. «دوسرتو استدلال کرد که خوانندگان اساساً «کوچ‌نشینانی» هستند که از یک ایده یا متن به دیگری منتقل می‌شوند، اطلاعات را به طور مستمر تصاحب می‌کنند و آن‌ها را در معناهای جدید ترکیب می‌کنند (Sullivan, 2013: 203).

مصادره و مصادره دوباره فضا: در فضای مجازی بر خلاف

مختلف مطرح گردیده است وجود دارد. بر خلاف تلویزیون و رسانه‌های مشابه با آن که پیشفرض اصلی مطرح شدن موضوعات از جانب قدرت رسمی و در نهایت پذیرش، پذیرش نسبی و یا مخالفت با آن از سوی مخاطبان است، در اینجا هر فرد نوعی می‌تواند سازنده یک متن باشد که مورد تفسیر کنشگران بیشمار واقع می‌شود. این پر و بال دادن نتیجه گفتگوهای جمعی است که در متن شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد. در مقایسه با رسانه‌های کلاسیک، در شبکه‌های اجتماعی منبع موضوعات متکثر است و از طرفی امکان گفتگو میان مخاطبان و بنابراین شکل‌گیری قرائت انباشتی‌تر که می‌تواند منجر به کنشی در عالم واقع گردد نیز وجود دارد. موضوعی واقعی که می‌تواند یک فرد یا رویداد باشد توسط کاربر فردی و یا جمعی مورد تفاسیر زیادی واقع شده و ممکن است پس از مدتی گفتگو میان کاربران با اضافه شدن تفاسیر افراد به موضوع اولیه موضوع نسبتاً جدیدی بوجود بیاید. این موضوع جدید که بخشی از آن واقعی و بخش‌های فرعی اضافه شده حاصل گفتگوی میان کاربران، تخیلات و اسردگویی‌های فردی و جمعی و گاه فرافکنی‌ها و ارتباط دادن موضوع با موضوعات قبلی مرتبط یا غیر مرتبط و حتی پیش‌گویی‌های آینده است پس از ساخته و پرداخته شدن توسط کاربران به عنوان همان موضوع اولیه پذیرفته شده و می‌تواند موضوع ساعت‌ها گفتگوی میان کاربران چه در شبکه‌های مونولوگی و چه شبکه‌های دیالوگی شود. در مورد موضوعات مختلف فرهنگی، سیاسی، ورزشی و مانند آن این بازسازی و تفاسیر پس از مدتی باعث می‌شود خود کاربران مبنای درک و حتی روایت‌های جدید را تفاسیری از آن بدانند که خودشان توسط مکانیزم‌های مختلف و در نهایت به شکل پر و بال دادن ایجاد کرده‌اند.

تناوب دائمی تاکتیک و استراتژی: میشل دوسرتو استراتژی را محاسبه نیروها - روابط می‌داند که زمانی امکان وجود پیدا می‌کند که موضوعی برای خواست و اراده قدرت وجود داشته باشد که جدای از یک محیط باشد. استراتژی را می‌توان محاسبه و دستکاری روابط قدرت دانست که امکان بوجود آمدن یک سوژه (قدرتمند) را ایجاد می‌کند (De Certeau, 2002: 36).

به گفته او: فضای تاکتیک فضای دیگران است. افراد در تاکتیک باید در فضایی که توسط استراتژی سازمان یافته و به آن‌ها تحمیل شده است و طبق قانون یک قدرت خارجی بازی کنند (De Certeau, 2002: 37) به گفته دوسرتو استراتژی با نهادها و ساختارهای قدرت در ارتباط است در حالی که تاکتیک به وسیله افرادی مورد استفاده قرار می‌گیرد که به دنبال خلق فضایی برای خودشان در داخل محیطی هستند که بوسیله استراتژی تعریف شده است (De la Ville & Mounoud, 2010: 190).

اصلی معمولاً پابرجاست اما تمثیل‌ها و موارد داستان بسرعت در حال گسترش هستند و به تقویت داستان منجر شده و با هر اقدام مشابه بخش قبلی داستان یادآوری می‌شود. خاصیت نامیرایی فضای وب که در آن هیچ موضوعی برای همیشه از بین نمی‌رود بلکه تنها برای مدتی مسکوت می‌ماند با خاصیت داستان‌سازی رابطه تنگاتنگی دارد. ذیل هر داستان کلی چند «خرده‌داستان» شکل می‌گیرد. یکی از اساسی‌ترین داستان‌ها در فضای وب ایرانی داستان عدالت با خرده‌داستان‌های آن شامل برخورد نامناسب مسئولین، آفازادگی و مانند این است. این داستان‌های اصلی همچون ته نشست‌های پاره تویی ریشه در ناخودآگاه جمعی ایرانی دارند و در طول زمان بر مصادیق آن‌ها افزوده می‌گردد. خبر تبدیل به تصویر آیکنیک شده و تصویر نیز به سرعت تکثیر می‌شود. هر داستان در کنار داستان‌های قبلی قرار می‌گیرد و زمینه‌های برانگیختن شفقت، خشم، نفرت و سایر عواطف را ایجاد می‌کند. گاه داستان‌گویی علاوه بر برانگیختن عواطف سبب عاملیت جمعی نیز می‌گردد. بطور مثال با افزایش خرده‌داستان‌های احساس عدالت، گروه‌های حاکم مجبور به پاسخ‌گویی خواهند شد. این ویژگی‌ها سبب می‌شوند که برخی آیکن‌ها همواره در فضا مورد بحث باشند. بنابراین هر دو گروه قدرت/ مقاومت همواره امکان مفصل‌بندی مفاهیم مورد نظر خویش و کدگذاری خویش را در مورد یک موضوع دارند.

بینامتنیت: مفصل‌بندی با بینامتنیت موجود در فضای مجازی نیز نزدیکی دارد. بطور موقت برخی عناصر از متون گوناگون در کنار یکدیگر قرار گرفته و معنا را پدید می‌آورند. به نظر می‌رسد در یک زمینه پسامدرن، رمزگان‌ها و رویه‌های بینامتنی به خاطر فقدان هرگونه دسترسی به واقعیت، تسلط یافته‌اند. همانگونه که (آلن، ۱۳۹۲) می‌گوید سیستم‌های رایانه‌ای ما را به ایده قرون وسطایی کتابخانه کامل باز می‌گردانند که در آن‌ها خواننده قادر بود مدخلی را انتخاب کرده و آن را برای پیگیری خوانندگان راغب باز بگذارد. این سیستم‌های بینامتنی به ما اجازه می‌دهند تا از یک متن اصلی نشانه‌هایی را اخذ کنیم و حتی در صورتی نیز که متن اصلی را فراموش کرده باشیم آن را به نشانه‌هایی در سایر متون مرتبط سازیم. سوژه ایرانی به سرعت هر نشانه را با نشانه‌هایی در زمان‌های گوناگون، مکان‌های مختلف و حتی زمینه‌های مختلف تلفیق می‌کند. بینامتنیت در فضای وب ایرانی از ویژگی‌هایی همچون ذهنی بودن فزاینده، تاریخی بودن، انتقادی بودن، مقایسه‌ای بودن، اروتیک بودن، کارناوالی بودن، و مانند این برخوردار است. فانتزی بالا با افسردگویی (معنا باختگی) و اغراق‌گویی همراه است. همچنین ویژگی‌های کلی فضای مجازی همچون بی‌ریشگی و

فرهنگ رسمی، گفتمان رسمی فضای کمتری برای مصادره فضا در اختیار دارد. به محض اینکه گفتمان رسمی شروع به مصادره فضا می‌کند گفتمان‌های رقیب شروع به مصادره دوباره فضا می‌کنند و البته گفتمان رسمی همچنان به تلاش خود برای مصادره مجدد فضا و استفاده از آیکن‌های رقیب برای نشان دادن استراتژی خود می‌پردازد. در اینجا به خاطر خلاصه‌گویی فضای مجازی، میدان رقیب به «آیکن رقیب» که نشانگر کل گفتمان او می‌تواند باشد خلاصه شده است. پایداری آیکن‌ها و از طرف دیگر ارتباط آن‌ها با سایر عناصر در هر گفتمانی باعث می‌شود تا فرد به محض دیدن آیکن سایر عناصر گفتمان مورد نظر را در خاطر آورد. مصادره‌های متناوب فضا باعث بوجود آمدن «قرائت‌ها و گفتگوهای تخالفی متناوب» نیز می‌شوند. «گفتگوی تخالفی متناوب» که می‌توان آن را بخش اضافه شده دیگری به قرائت‌های سه‌گانه هال دانست و به دلیل خاصیت مطلق‌نگری و قطبی بودن فضا بوجود می‌آید، قرائت‌های مختلف از متن واحد را ممکن می‌سازد. گاه گفتگوهای تخالفی متناوب در مرحله قطع می‌شود و یا گفتمان حاکم و یا گفتمان‌های رقیب ناچار به پذیرفتن قرائت‌های دیگران می‌شوند. در زمان‌هایی که گروه حاکم این گفتگوهای تخالفی و مصادره‌های متناوب را قطع می‌کند در واقع مطالبه‌گری و چانه‌زنی گروه‌های رقیب در گفتگوی غیرمستقیم و یا مستقیم با قدرت چاره ساز بوده است. پاسخ‌گویی به برخی موج‌های بوجود آمده در عرصه سیاست فرهنگی، سیاست‌های اقتصادی و حتی سیاست خارجی می‌تواند از دستاوردهای این گفتگوی مجازی با قدرت باشد. نکته جالب توجه این است که در نهایت دیالکتیک فضای شبکه‌های اجتماعی هیچ فرد یا گروه کاملاً پیروزی ندارد.

مکانیسم‌های موجود در فضا: علاوه بر اینکه فضا امکاناتی را بطور کلی برای مفصل‌بندی مفاهیم و در نهایت القای معانی مورد نظر در اختیار همگان قرار می‌دهد، مکانیسم‌های مهمی در فضای مجازی وجود دارند که امکان خوانش‌های تخالفی و مصادره متناوب فضا توسط نیروهای تاکتیک و استراتژی را فراهم می‌آورند. در ادامه این مکانیزم‌ها که آن‌ها را به سه دسته بزرگ «مکانیزم‌های خنثی»، «مکانیزم‌های نفی دیگری قدرتمند» و نیز «مکانیزم‌های ایجاد خود جمعی» تقسیم می‌کنیم همراه با زیرمکانیزم‌هایشان بررسی خواهند شد.

مکانیزم‌های خنثی: داستان‌سازی و نامیرایی: در فضای مجازی داستان‌هایی با موضوعات مختلف ایجاد می‌شوند. این داستان‌ها معمولاً نقطه شروع خاصی دارند اما نقطه شروع با دوره‌های تقویت داستان و «شاخ و برگ دادن» به آن تبدیل به داستان نیمه تمامی می‌شوند که همواره در حال تکمیل شدن هستند. موضوع و تم

تغییرات سریع و بی‌منطق در ایجاد قهرمان، جایگزین شدن قهرمان بعدی و تبدیل قهرمان اول به ضدقهرمان است. انتخاب‌ها معمولاً احساسی، بر اساس موج رایج و نیز مقطعی و کوتاه‌مدت است. به نظر می‌رسد غلبه‌ی نگاه اتوپییایی باعث شده افراد به دنبال یک ناجی و قهرمان باشند که تمام مشکلات را به یکباره از میان بردارد و چون در این مسئله ناکام می‌مانند، به سرعت قهرمان به ضدقهرمان تبدیل می‌شود. نبرد میان این دو تا زمانی که اتفاق ترومایی دیگری رخ دهد و خیر و شر، قهرمان و ضدقهرمانی را از نو تعریف کند ادامه خواهد یافت. علاوه بر این جریان که موجب ایجاد امیدواری‌ها و کنشگری‌های لحظه‌ای گردیده است، شبکه‌های اجتماعی تروماتیزه کردن را نیز دموکراتیزه کرده‌اند به طوری که دیگر تنها به‌عنوان ابزاری در دست گروه‌های حاکم نیست. برای مثال، در شرایطی که احساس بی‌عدالتی جمعی در حال افزایش است گروه‌هایی که بیش‌ترین احساس نداشتن آزادی و عدالت را دارند عرصه ساختن معناهای تروماتیک را در دست گرفته و به وسیله‌ی آن به مقاومت با قدرت می‌پردازند. افراد در شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها نشان می‌دهند که خطاهای قدرت را می‌بینند بلکه آن‌ها را تبدیل به وقایع تروماتیک می‌کنند و به مقاومت در برابر آن می‌پردازند.

نیپهیلیسم فزاینده: در فضای همسان شده مانند وب تمام مسائل یکسانند و هیچیک برتری هستی‌شناختی (اینکه اساساً کدامیک واقعا وجود دارند و وجود آن‌ها چگونه تعریف می‌شود) و ارزش‌شناختی (کدامیک دارای ارزش برتری نسبت به دیگری هستند) بر دیگری ندارد. از آنجاییکه تمام موضوعات از جانب تعداد زیادی افراد مطرح شده و توسط دیدگاه‌های قطبی مورد نقد و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند هیچ مسأله مقدسی را نمی‌توان یافت. حتی پروژه قهرمان‌سازی هم بدلیل جاج کردن‌های گروه رقیب یک پروژه همیشگی نیست و تنها در داخل گفتمان خاصی یک فرد، واقعه یا بطور کلی آیکون مقدس تلقی می‌شود. بنابراین نیپهیلیسم در وهله اول سبب یکسان شدن امور و در نتیجه تقدس‌زدایی ناشی از نابود شدن سلسله مراتب‌ها می‌شود. از آنجاییکه هر خبر خواه بسیار جزئی و پیش پا افتاده می‌تواند به شکل برابر با بقیه دارای اهمیت باشد بنابراین همگان به عنوان دارندگان اخبار می‌توانند وارد عمل شده و در بمباران خبری بوجود آمده افراد میان مهم‌ترین اخبار و پیش پا افتاده‌ترین آن‌ها تمایزی قائل نخواهند بود. حتی با وجدان‌ترین مفسران مجبور نیستند که تجربه دست اولی داشته باشند یا موضعی انضمامی و مشخص اتخاذ کنند. در عوض آن‌ها دیدگاهشان را بر اساس نقل قول و استناد توجیه می‌کنند. بین «مطلب اولیه» و «تفاسیر آن» و حتی «تفاسیر تفاسیر آن» مرز مشخصی وجود ندارد

نامیرایی به داستان‌سازی و در نتیجه ویژگی انتقادی فزاینده کمک می‌کند. در نهایت هیچ نشانه‌ای از میان نخواهد رفت گرچه متن اصلی آن به کلی از میان رفته باشد. به ندرت می‌توان به نشانگان فارغ از متن برای رسیدن به ذهنیت و گفتگوی عقلانی امیدوار بود. مکانیزم‌های نفی دیگری قدرتمند: در فضای مجازی بطور کلی و فضای شبکه‌های اجتماعی بطور خاص از بین رفتن سلسله مراتب‌های پیشین و همسان‌سازی گسترده‌ای در حال وقوع است که مشروعیت ایدئولوژی مسلط و به دنبال آن خوانش‌های مرجع را متزلزل ساخته است.

تروماتیک ساختن فضا: جفری الکساندر با طرح مفهوم تروما نشان داد که رسانه‌ها می‌توانند با خلق و بازسازی برخی مفاهیم تعاریف مردم از خوبی و بدی را تغییر دهند. «تروما زمانی اتفاق می‌افتد که احساس خوب بودگی در نزد کنشگر فردی و جمعی در هم می‌شکند. واکنشی که در مقابل این اتفاقات بر هم زنده صورت می‌گیرد ساختن تروما به عنوان یک واکنش فوری و غیربازاندیشانه است (Alexander, 2013: 7-8). «اتفاقی که در یک زمان از تاریخ صورت گرفته در طول زمان از طریق نمادسازی‌های مختلف به یک روایت جدید تبدیل می‌شود که خود می‌تواند نماد پردازی‌های جدیدی را بر جهان واقع تحمیل کند (Alexander, 2009).

الکساندر نشان می‌دهد که نه تنها رسانه‌ها بلکه گروه‌های انتقالی بر روی این چارچوب‌های روایی پیشین کار می‌کنند و آن‌ها را در موقعیت چارچوب‌های اجباری طبقه‌بندی‌های فرهنگی قرار می‌دهند. به این ترتیب روایت‌هایی که هویت جمعی را می‌سازند خود به وسیله کردار اجتماعی و اعمال افراد اصلاح و ساخته می‌شوند (Eyerman, 2004).

نه تنها رسانه‌های رسمی و کارگزاران روزنامه‌نگاران و دانشگاهیان به عنوان کارگزاران شوک، رسانه‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی جدید هم به واسطه ابزارهایی که در دسترس دارند و هم به دلیل ارتباطی که با برخی کارگزاران اجتماعی (مثلاً جنبش‌های اجتماعی) دارند می‌توانند بر معنای ذهنی کنشگران و در نتیجه کنش آنان اثر بگذارند. خاصیت ذره‌بینی و درپراتزگذاری فضا باعث تروماسازی می‌شود که می‌تواند به تقسیم جامعه به دو گروه خیر و شر بینجامد. با برجسته‌شدن مسئله‌ای خاص کسانی به طرفداری یا سرزنش و انتقاد از آن می‌پردازند و مرزهای خوبی و بدی و تعاریف مردم از آن و به دنبال آن ساختن قهرمان و ضدقهرمان همین جا شکل می‌گیرد. افراد در انتقادات مجازی اغلب به دنبال ایجاد یک بلاگردان یا قهرمان‌اند. بلاگردان که تمامی مشکلات به او فراقکنی می‌شود ممکن است جزو گروه‌های مختلف باشد.

افشاگری‌های بیشتر می‌پردازند. این مسأله خصوصاً در دوره‌هایی که جامعه به دلیل ناکامی و احساس بی‌عدالتی خشمگین است در مورد سیاستمداران و سلبریتی‌ها که تصور می‌شود با قدرت در ارتباطند بصورت‌هایی همچون اختلال در مدیریت تأثیرگذاری آن‌ها در فضای مجازی به شکل‌های مختلف مانند مقایسه آن‌ها با سیاستمداران در دوره‌های مختلف تاریخی گذشته و یا سیاستمداران کشورهای دیگر، جستجو در روابط پشت پرده، گمانه‌زنی و بدبینی به آن‌ها، جستجو در فردی‌ترین مسائل آن‌ها، زوم کردن و تمسخر و در نهایت تقدس‌زدایی صورت می‌گیرد.

تکمیل پازل اخبار: در موقعیت‌هایی که سانسور خبری تیغ ابزاری پیدا می‌کند پازل خبری بوسیله شبکه‌های اجتماعی کامل می‌شوند که مواد تشکیل‌دهنده آن ممکن است توسط خود شهروندان در زندگی عادی تهیه شده باشد. همچنین ممکن است در کانال‌های خبری داخلی یا خارجی، رسمی یا غیررسمی خبری دیده شده و انتقال یابد. پدیده اول را می‌توان خاصیت ذره‌بینی و پدیده دوم را می‌توان گستردگی پوشش فضای مجازی دانست. هر آنچه حاکمیت به عنوان امور بدیهی به بینندگان القا می‌کند در فضای مجازی ال‌ترناتیوهای خود را پیدا کرده است. همچنین گاه حاکمیت شروع به تغییر سیاست‌های کلی در مقابل فشارهای افکار عمومی می‌شود. پخش بسیاری از اخباری که قبلاً ممیزی دانسته می‌شدند از صدا و سیما و روزنامه‌ها در موارد بسیار با گسترش فضای مجازی در سال‌های اخیر اتفاق افتاده است.

نادیده گرفتن خبر: در هر مسأله‌ای که اتفاق می‌افتد بینامتنیت باعث می‌شود که حدس‌ها و گمانه‌زنی‌های بسیاری بوجود بیاید و قرائت‌های مختلف و عمدتاً تخلفی و توافقی صورت بگیرد. بنابراین هیچ متنی در فضای مجازی قرائت کاملاً مرجح نمی‌شود و عمدتاً نشانه‌گذارها خواه سیاست رسمی و خواه گروه‌های رقیب بطور کامل موفق نمی‌شوند معنای مورد نظر خود را از حوادث به مردم بقبولانند. علاوه بر این گاهی مخاطبان راه دیگری به نام «نادیده گرفتن خبر» را درپیش می‌گیرند. گاهی افراد متوجه می‌شوند که یک خبر از سوی گروهی به عنوان شانتاژ خبری مطرح گردیده است و بنابراین بدون اینکه خوانش خاصی از آن صورت دهند آن را کنار می‌گذارند تا با نقشه گروه ایجادکننده خبر همراه نشده باشند. در این فضا که هر کنش باعث کنش‌های متناوب بعدی می‌شود و مکانیزم پر و بال دادن وجود دارد از آنجاییکه نادیده گرفتن خبر باعث قطع شدن چرخه می‌شود دارای اهمیت است و مقاومت در برابر نیروهای استراتژی محسوب می‌شود.

مکانیزم‌های مربوط به ایجاد خود جمعی بر مبنای نیروهای تاکتیک.

و بنابراین نمی‌توان تشخیص داد که مطلب ذکر شده اولین مطلب است و یا بازخوردهای آن. به عبارتی گرچه مطلب اولیه ممکن است ریشه ای در امر واقع انضمامی نداشته باشد بلکه از آن جهت که مرز میان آن با تفاسیر از آن مشخص نیست حتی ترتیب مطالب و پاسخ‌های آنان نیز غیرقابل تشخیص است. بنابراین همسان‌سازی فضا علاوه بر ایجاد استعداد گرایش‌های نیهیلیستی و بدنبال آن تقدس‌زدایی، موجب شده که رمزگذاران متعدد و حتی مفسران گمنامی بر لایه‌های معنایی بیفزایند.

واکنش به سیاست‌های فرهنگی و فرایند مقدس‌سازی:

طنز کارناوالی با موضوع سیاست یکی از مهمترین صورت‌های بیان است که در آن تابوردایی در هر دو شکل سیاسی و جنسی وجود دارد. در این جریان که بطور خاص از اواخر دهه ۸۰ شمسی آغاز شد تمام گروه‌هایی که می‌توانند گروه مرجع باشند مورد هجوم واقع شده و کاریزمادایی می‌گردند. به نظر می‌رسد نیاز جامعه به بازتعریف گروه‌های مرجع و روزمره ساختن کاریزمای اشخاصی بود که به نحوی مسبب شرایط امروزی جامعه دانسته می‌شوند به درجاتی توضیح‌دهنده چنین خشم گسترده‌ای هستند. علاوه بر کاریزمادایی از شخصیت‌هایی که تا پیش از این گروه مرجع تلقی می‌شدند نسبت به سیاست‌گذاری‌های فرهنگی نیز نوعی تقدس‌زدایی شکل گرفت. بطور مثال خرده‌فرهنگ جوانان در تلویزیون، روزنامه‌ها و سایر نمودهای فرهنگ رسمی به شدت مورد سرزنش واقع شده و نماد انحطاط هستند. زنان شاد و مستقل ضد هنجارند و نوع خاصی از پوشش و روابط به عنوان تنها شیوه بهنجار شناخته می‌شوند. در چنین شرایطی فضای مجازی به عنوان ما به ازای آنچه در فضای رسمی جامعه توسط گفتمان رسمی تبلیغ می‌شود وارد میدان می‌شود. بنابراین هنجارشکنی در سطوح مختلف در نوع آرایش، پوشش، روابط و به طور کلی بازنمایی خود در این فضا دیده می‌شود. این جریان بطور کلی نشان‌دهنده توان فضا برای مفصل‌بندی مفاهیم توسط تمامی گروه‌ها و ایجاد امکان مقاومت فرهنگی است. این ویژگی بواسطه خاصیت نمایشی فضا که سبب بر هم زدن نمایش نیروهای قدرت می‌شود به نقطه اوج خود می‌رسد.

خاصیت نمایشی: در فضای مجازی به دلیل افشاگری‌های بسیار کاربران، «فضای پشت صحنه» و «روی صحنه» خلط شده و مدیریت تأثیرگذاری دچار اختلال می‌گردد. از آنجاییکه دارندگان قدرت در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، ورزشی و حتی علمی بطور مداوم در صفحات شخصی خود و یا عرصه عمومی فضا به خودابرازی می‌پردازند به محض اینکه اولین خطای اجرا در آن‌ها دیده می‌شود افراد به جای ملاحظه‌کاری به سرعت سعی به

دوست‌تویی فضای مجازی بهترین فرصت برای حضور تاکتیک (گروه‌های بدون قدرت) و حتی غلبه آن بر استراتژی (ساختارهای مسلط) است. فضای مجازی بستر مناسبی را برای ظهور و رشد خرده فرهنگ‌ها و استفاده از اسلنگ‌ها برای مفصل‌بندی پیام مورد نظر خویش و رساندن معنای گروه‌های در حاشیه بوجود آورده است. **جماعت وارگی:** با الهام از نظریه جماعت (گوستاو لوبون، ۲۰۰۲) می‌توان استدلال کرد که پیش‌شرط تشکیل جماعت‌واره‌ها نه تنها تراکم جمعیت بلکه عامل روانشناختی مهمی به نام «محو شدگی اعضا» در جماعت است. خصلت جماعت‌وارگی با خصلت «مطلق‌نگری» در این فضا همسو است. پیروی گاه ناآگاهانه و در نتیجه پراکنش خشم و نفرت تسری‌یافته در خصوص موضوعات و خاصیت قطبی جماعت‌واره‌ها باعث می‌شود که هر گروه تنها برای مقابله با گروه دیگر بر ارزش‌های خود پافشاری کند هر چند این ارزش‌ها و باورها نتوانند بخوبی عمل کنند. خصلت عمده دیگر جماعت‌واره‌ها «ساده‌سازی مسائل» برای راحت‌سازی قضاوت‌ها است. در موارد عقلانی‌تر، قطبی‌سازی کمتری صورت گرفته و بیشتر ارائه راه حل به شکل بیطرفانه اهمیت دارد، در حالی که در موارد احساسی‌تر نوعی قطبی‌سازی بوجود می‌آید که منجر به شکل‌گیری دو گروه متعارض و سپس کمپین‌های مربوط به آن‌ها می‌شود که بیشتر از گفتگو به دنبال تأیید گفته خود هستند. «گفتگوی تخالفی» گروه‌های مطلق‌گرای جنسیتی، قومیتی، مذهبی و مانند این در نهایت با ورود به کانال‌های عقلانی می‌تواند سبب صیقل خوردن حقیقت و نشان دادن زوایای منفی هر یک از دو گروه شود. گفتگوی تخالفی را می‌توان از ابعاد جدیدی دانست که به دلیل وجود تفاسیر جمعی به خوانش‌های مورد نظر حال افزوده شده است.

خروجی عملگراییانه فرایند معناسازی صورت‌های کنشگری در فضا است که به انواع آن در زیر می‌پردازیم:

صورت‌های کنشگری: نتیجه مجموعه ویژگی‌های فضا و مکانیزم‌ها، خصوصاً آخرین دسته از مکانیزم‌ها کنشگری است که خود را بصورت ابرازگری‌های فردی یا کنشگری محدود و کنشگری‌های بینابینی یعنی چالش‌ها و کمپین‌ها و در نهایت کنشگری کلان یعنی شکل‌گیری جنبش‌ها نشان می‌دهد. کنشگری‌های محدود عمدتاً در مورد رقابت گروه‌هایی است که قدرت رسمی ندارند مثلاً مردان و زنان یا رقابت میان انواع مردانگی و این در حالیست که مخاطب کنشگری‌های کلان قدرت‌های رسمی هستند. کنشگری بینابینی در حد واسط قرار گرفته و مخاطب آن واجد قدرت است گرچه این قدرت بصورت رسمی به او داده نشده باشد (مردان، سلب‌ریتی‌ها و مانند این). علاوه بر این

آیکون‌سازی: خاصیت آیکونیک فضا بخاطر فشردگی اطلاعات است. در نتیجه زیاد بودن اطلاعات افراد باید داده‌های خود را به مختصرترین شکل ممکن بیان کنند. به گفته (جفری اسکول، ۲۰۱۰) انتقال از تمرکز بر شباهت به تمرکز بر آیکون‌ها تقریباً در میانه قرن بیستم رخ داد. با این‌وجود این خاصیت با گسترش فضای مجازی شدت بیشتری یافت تا جاییکه هر فرد، شیء، واقعه، مکان و هر موضوعی که می‌تواند در قالب تصویری در فضا جایجا شده و بطور کامل نماینده تمام موارد مشابه باشد. به زعم پیرس روابط نشانه‌ای آیکونیک آن‌هایی هستند که میان دو موضوع شباهت کامل برقرار است. زمانی که موضوعی بصورت تصویر در می‌آید و خاصیت آیکونیک پیدا می‌کنند هرگز از میان نمی‌روند بلکه به واسطه آیکون بودن یعنی «یکی بودن نشانه و محتوا» خاصیت انتشار بیشتر و در ذهن ماندن بیشتری پیدا می‌کند. آیکون‌ها بخصوص در ایجاد مقایسه، نوستالژی و خاصیت ذره‌بینی فضا و در نهایت داستان‌سازی و نامیرایی موضوعات نقش عمده‌ای دارند. آیکون‌سازی که قبلاً توسط تلویزیون گسترش پیدا کرده بود و در خدمت اهداف گروه‌های رسمی رمزگذار بود امروزه ابزاری برای تمام گروه‌هاست تا بتوانند از طریق ساختن آیکون‌های خود رمزهای مورد نظر خویش را تعبیه و معرفی کنند.

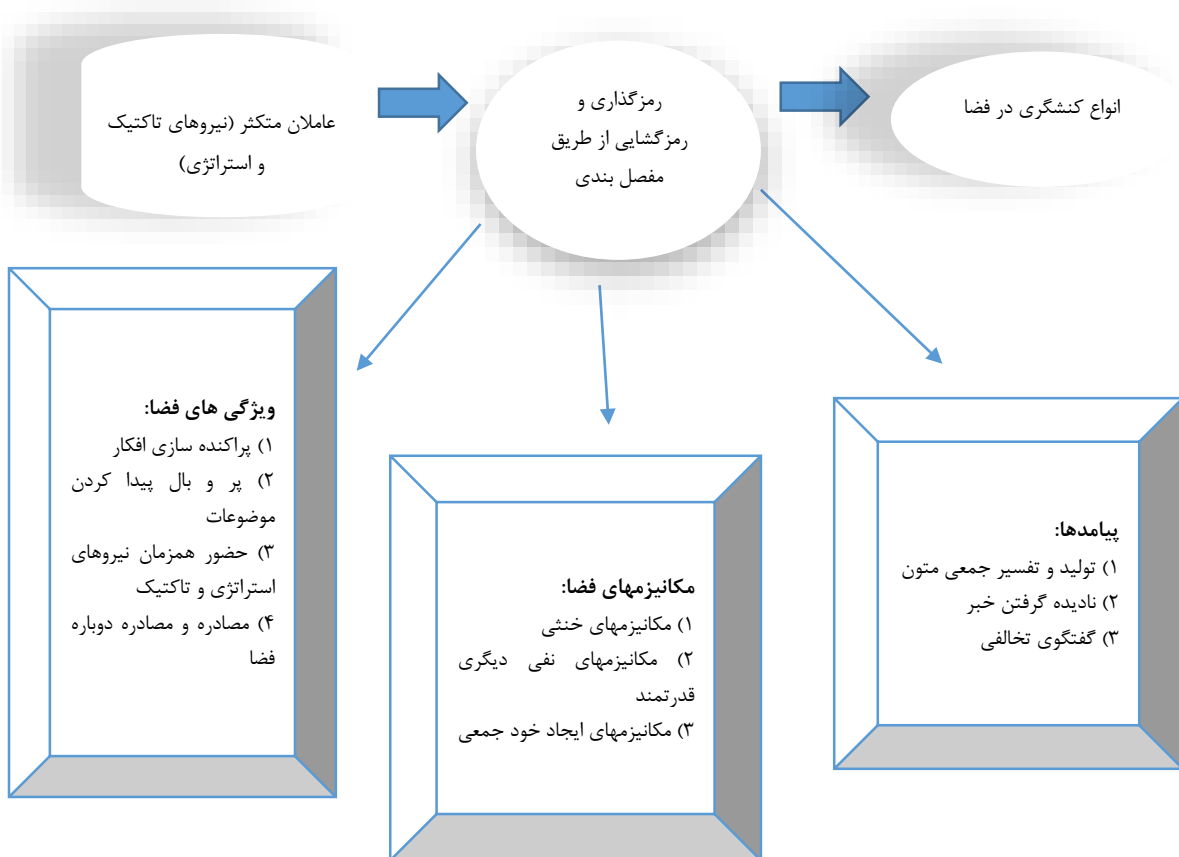
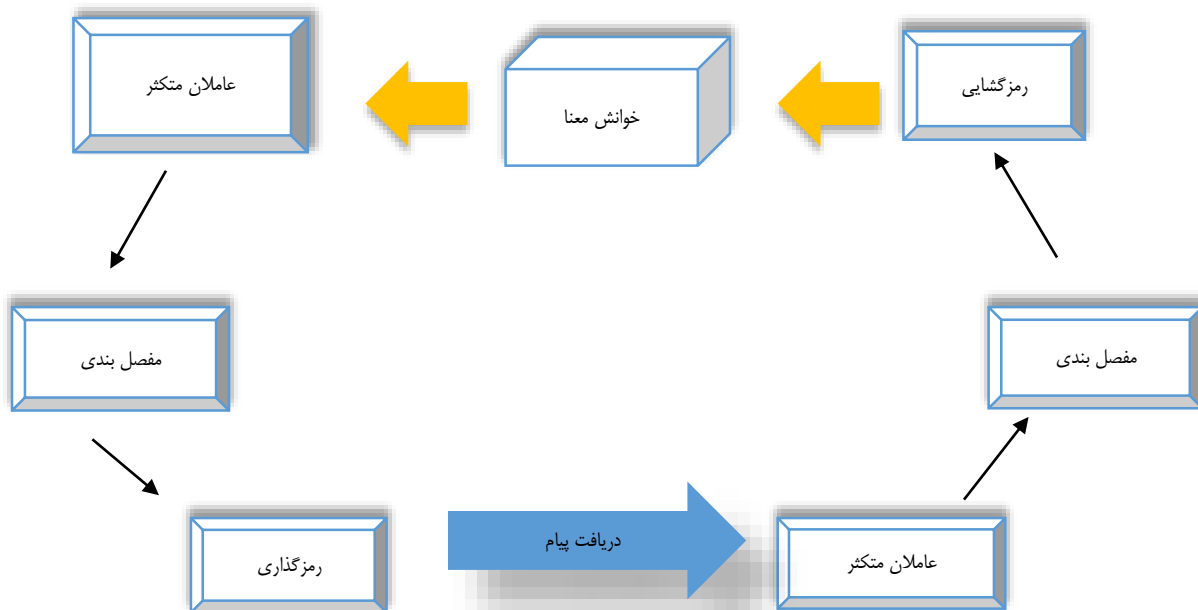
اسلنگ‌سازی‌ها: «اسلنگ‌سازی» گروه‌های در حاشیه جنسیتی، طبقاتی، زبانی، قومیتی، مذهبی و مانند این یکی از نشانه‌های برابرسازی زبانی و در نتیجه برابرسازی قدرت و از ویژگی‌های مهم فضای مجازی است. اسلنگ یا زبان مخفی را معمولاً واژگان تابو و متعلق به زبان غیررسمی تلقی می‌کنند. به گفته (جانانان گرین، ۲۰۱۵) اسلنگ فرهنگ لغتی است که یک تاریخ شفاهی از در حاشیه بودن، شورش‌گری، دفع شدن از سوی جامعه و ناکامی ارائه می‌کند. بنابراین اسلنگ‌ها نه فقط با تابو بلکه با طنز و فضای کارناوالی و گروتسکی حاکم بر فضای مجازی ایرانی هم مرتبط هستند. یافته‌ها نشان داد که اسلنگ‌ها بیشتر در میان جوانان رایج بوده و در آن‌ها تابو‌زدایی‌های سیاسی و فرهنگی با تابو‌زدایی‌های جنسی به شدت در می‌آمیزند. کلیه ساختارها بدلیل اینکه افراد را به حاشیه رانده یا دچار ناکامی ساخته‌اند مورد تحقیر و تمسخر واقع می‌شوند. این انتقادات تند و گزنده که با طنز و رکیک‌گویی همراهند بیشترین جهت‌گیری خود را به سمت به جریان مقدس‌سازی، سخت‌گیری‌ها، مشکلات و ضعف‌های ساختاری که در سطح اقتصاد، رسانه، آموزش و پرورش، خانواده و مانند این معطوف ساخته‌اند. شیوه کار آن‌ها بر خلاف زبان معیار نه تنها هویت بخشی و قدرت‌بخشی به گروهی خاص، بلکه بر هم زدن نظم زبانی مستقر و خصوصاً ارزش‌های مستقر است. به تعبیر

تیین پیچیدگی‌های معناسازی شبکه‌ای و افزودن بر واژگان نظریه رمزگذاری - رمزگشایی بود. محققان داخلی و خارجی پیشین به استفاده از نظریه هال پرداخته بودند، عمدتاً در رابطه با رسانه‌های متنی و بکطرفه که امکان رمزگذاری را به مخاطبان نمی‌دهند بودند و در نهایت حتی در صورت بررسی رسانه دو طرفه‌ای همچون شبکه‌های اجتماعی به بررسی متون ایستا همچون وبلاگ‌ها، ویکیدیا، ژورنال‌یسم در فضا و مانند آن پرداخته بودند. از طرفی برخی نظریه‌پردازان نیز فرایند کنشگری را در مرحله نهایی یعنی بسیج نیروها در جنبش‌های اجتماعی در نظر گرفته‌اند اما از ظرفیت مفصل‌بندی فضا توسط کاربران و انواع کنشگری‌های آن‌ها در فضا غافل بودند. در این پژوهش نشان دادیم که به علت گسترش فضای مجازی نظریه خوانش متون رسانه‌ای تنها به رمزگشایی مخاطبان محدود نمی‌گردد و تمامی کاربران و به بیان دقیقتر عاملان می‌توانند به رمزگذاری بپردازند. به عبارتی رمزگذاری دیگر خاص افراد قدرتمند و رسانه‌های رسمی نیست و این مسأله به دلیل امکان حضور عاملان گوناگون است. تمامی گروه‌ها اعم از کاربران عادی و نیز نیروهای استراتژیک فضا که خواست قدرت را در فضا دنبال می‌کنند امکان مفصل‌بندی مفاهیم مورد نظر خویش از طریق ترکیب عناصر گوناگون و در نتیجه تعبیه پیام در کدها را دارند و رمزگذاری در انحصار یک گروه نیست. مدل پیشنهادی که بر اساس کنشگری عاملان گوناگون در فضای مجازی ایرانی بدست آمده تلاش دارد تا با استفاده از مفاهیم چندمعنایی و مفصل‌بندی از محدودیتی که نظریه رمزگذاری و رمزگشایی برای رمزگذاری توسط عاملان گوناگون قائل بود فراتر رفته و علاوه بر این کنش و واکنش‌های عاملان گوناگون و نیز مکانیزم‌های حاکم بر آن‌ها و در نهایت پیامدها که شق‌های جدیدی را بر خوانش‌های هال می‌افزایند را در فضا تبیین نماید. عاملان جمعی در این فضا می‌توانند نه تنها به «تولید و تفسیر جمعی متون» یا به «گفتگوی تخالفی» در عرصه‌ای بپردازند که فضا بطور مداوم در مصادره و «عدم خوانش» بپردازند. بدون شک در فضای مجازی که عاملان نیروهای مربوط به تاکتیک و استراتژی بصورت مستمر در حال کنشگری‌های گوناگون در برابر یکدیگر و در جهت اهداف خود هستند نخواندن رمز می‌تواند چرخه معناسازی را به نفع گروه خودی قطع کند و معنای مقاومت‌آمیزی را در خود داشته باشد.

سه نوع کنشگری که بر اساس میزان عاملیت کنشگران در رابطه با ساختارها و درگیر شدن آن‌ها با ساختارها هستند، دو نوع کنشگری دیگر شامل کنشگری فعال/ منفعل و نیز محدود/گسترده نیز شناسایی شدند. هنگامی که کاربران بتوانند در یکی از سه صورت محدود/ بینابینی و کلان خود کنشگری کنند با صورت فعال کنشگری رو برو خواهیم بود در حالیکه زمان‌هایی که تنها امکان سرریز نمودن عواطف منفی خود همچون نفرت و خشم را در فضا داشته باشند ابتدا دچار خشم منفعل و سپس نفرت گردیده که صورت منجمد خشم بوده و در نهایت به عاملیت نمی‌انجامد. کنشگری همچنین می‌تواند به صورت مقطعی و یا پایدار باشد. کنشگری محدود در زمان‌هایی دیده می‌شود که کاربران وارد گفتگو با قدرت شده و به مطالبه‌گری‌های مقطعی می‌پردازند در حالیکه کنشگری پایدار منجر به تغییر در قوانین، ایجاد فضاهای جدید همچون تشکلات و احزاب و مانند این می‌گردد. بطور کلی همان‌طور که ملاحظه می‌شود فضای کنشگری دوگانه است و تقابل نیروهای تاکتیک و استراتژی در این بخش نیز دیده می‌شود. بطور مثال گرچه در بیشتر موارد صورت‌های کنشگری همچون چالش‌ها و کمپین‌ها که می‌توان آن‌ها را پایه جنبش‌ها دانست، برخاسته از نیروهای تاکتیک هستند اما گاهی نیز کمپین‌ها و چالش‌هایی بوجود می‌آیند که برخاسته از خواست قدرت از طریق مصادره فضا بوسیله برخی اکانت‌ها و ایجاد هشتگ‌هایی همسو با سیاست‌گذاری‌های رسمی هستند. کمپین‌های مردمی نیز که چالش‌های حقوقی دارند و کمپین‌های هدایت‌شده توسط گفتمان رسمی که معمولاً با حمایت فراگیری مواجه نمی‌شوند شانس موفقیت زیادی ندارند. بطور کلی همان‌طور که ملاحظه می‌شود توان رمزگذاری در فضا از طریق مفصل‌بندی سبب عاملیت و در نهایت کنشگری طی مراحل گردیده است. ضعف کارهای پیشین پرداختن به یکی از این ظرفیت‌ها و بی توجهی به رابطه متقابل آن‌هاست. (مدل مفهومی)

نتیجه گیری

آنچه در این پژوهش با استفاده از نظریات پیشینی رمزگذاری و رمزگشایی استوارت هال و نیز استفاده از نظریه استراتژی - تاکتیک دوسرتو به دلیل رفت و برگشت میان داده‌ها و نظریات صورت گرفت و آن را نظریه معناسازی کاربران ایرانی در فضای مجازی نام نهادیم به دنبال تبیین وضعیت معناسازی شبکه‌ای در ایران،



مدل مفهومی: معناسازی عوامل ایرانی در شبکه‌های مجازی

فهرست منابع

- Television", London: Routledge.
- Green, J. (2015). "The Vulgar Tongue, Green History of Slang", Oxford: Oxford University.
- Grossberg, L. (1993). "Cultural studies and/in new worlds", in *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 10, PP. 1-22.
- Hall, S. (1977). "The work of representation in cultural, Ed: S. Hall", Representation. London. Thousand: Sage Publication.
- Hall, S. (1981). "Conformity, consensus and conflict: introduction, in D. Potter et al. (Eds)", *Society and the Social Sciences*, London: Routledge & Kegan Paul, 221-5.
- Hall, S. (1986). "On postmodernism and articulation: an interview with Stuart Hall", ed. L. Grossberg, *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 10(2), PP. 45-60.
- Hall, S. (1993). "Encodind -decoding, in S. During", (Ed) *the Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Hall, S. (2005, a). "Encoding, Decoding, in S. Hall, D. Hobson. A. Lowe & P. Willis (Eds), *Culture, Media, Language*. London: Routledge.
- Hall, S. (2005, b). "On postmodernism and articulation (An Interview with Stuart Hall), Edited by Lawrence Grossberg, in David Morley & Kuan-Hsing Chen", (Eds) *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, Routledge.
- Hebdige, D. (1979). "Subculture: The Meaning of Style. London: Routledge.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). "Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture", NYU Press.
- King, N. & Horrocs, C. (2010). "Interviews in Qualitative Reaserch", London: Sage Publication.
- Laclau, E. (2012). "Politics and ideology in Marxist theory: Capitalism, fascism", populism. Verso Trade.
- Larrain, J. (2005). "Stuart Hall and the Marxist concept of ideology, in David Morley & Kuan-Hsing Chen", (eds.) *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, Routledge.
- آن، گراهام. (۱۳۹۲). "بینامتنیت"، ترجمه پیام یزدانجو، تهران: نشر مرکز، چاپ چهارم.
- فلیک، اووه. (۱۳۸۷). "درآمدی بر تحقیق کیفی"، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- Alexander C.J. (2009). "Remembering the Holocaust: A Debate. New York: Oxford", Oxford Univesity Press.
- Alexander C.J. (2013). "Trauma: A Social Theory", Cambridge: Polity Press.
- Barthes, R. (1972). "Mythologies, trans. Annette Lavers", New York: Hill & Wang.
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C. & Taylor. T.L. (2012). "Virtual Worlds: A Handbook of Method", New Jersey: Princeton University Press.
- Boyatzis. R.E. (1998). "Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development", London: Sage Publication.
- Daryl Slack, J. (2005). "The theory and method of articulation in cultural studies, in Ed: David Morley & Kuan-Hsing Chen", *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, Routledge.
- Davis, Helen. (2004). "Understanding Stuart Hall", London: Sage Publication.
- De Certeau, M. (2002). "The Practice of Everyday Life", University of California Press, Berkeley.
- De la Ville, V. & Mounoud, E. (2010). "Cambridge Handbook of Strategy and Practice", Eds: Golsorkhi. Damon, Rouleau. Linda & Seidi.David. Cambridge: Cambridge University.
- Eco, U. (1972). "Towards a semiotic inquiry into the television message. Trans. Paola Splendore", *Working Papers in Cultural Studies*, 3, PP. 103-21.
- Eyerman, R. (2004). "Jeffrey Alexander and the Cultural turn in Social Theory", *Thesis Eleven*, Vol. 79 (1), PP. 25-30.
- Fiske, J. (1987). "Television on Culture, Popular pleasures and Politics, *Studies in Communication*", London: Routledge.
- Fiske, J. & Hortley, J. (2003). "Reading

- Laughey, D. (2007). "Key Themes in Media Theory", Open University Press.
- Le bon, G. (2001). "The Crowd, A Study of the Popular Mind", Mineola, New York: Dover publication, INC.
- Morley, D. (1980). "The Nationwide Audience", London: British Film Institute.
- O'sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. & Fiske, J. (1994). "Key concepts in communication and cultural studies", London: Routledge.
- Ott, B.L. & Mack, R.L. (2020). "Critical media studies: An introduction", John Wiley & Sons.
- Pillai, P. (1992). "Rereading Stuart Hall's Encoding/decoding model", Communication Theory, Vol. 2(3), PP. 221-233.
- Procter, James. (2004). "Stuart Hall", London: Routledge.
- Radway, J.A. (2009). "Reading the romance: Women, patriarchy", and popular literature. Univ. of North Carolina Press.
- Skoll, G.R. (2010). "Social Theory of Fear, Terror", Torture & death in a Post Capitalist World, Palgrave, Macmillan.
- Stock, M., Isenberg, V., Reißmann, W., Kaiser, S. & Nieland, J.U. (2017). "Fan (fiction) acting on media and the politics of appropriation", Media and Communication, Vol. 5(3), PP. 15-27.
- Sullivan, J.L. (2013). "Media fandom and audience subcultures. Media Audiences. Effects, Users, Institutions, and Power, Thousand Okas", California: Sage Publication.
- Weber, R.H. (2015). "Realizing a New Global Cyberspace Framework: Normative Foundations and Guiding Principles", Springer.
- Williamson, J. (1978). "Decoding Advertisements: Ideology & Meaning in Advertising", London: Marion Boyars.
- Zittrain, J. (2008). "The future of the internet-and how to stop it", Yale University Press.

Facing and Meaning Making of Iranian Users of Virtual Networks

Mohammadsaeed Zokaei, Simin Veisi

Abstract

With the expansion of virtual networks, the production and reading of texts has undergone fundamental changes so that previous theories are not able to explain all the existing reality. This study uses an ethnographic study of social networks to combine the theory of Encoding-Decoding and articulation of Stuart Hall to draw a semantic model of Iranian users in virtual networks. According to the findings, this space has special features such as scattering of thoughts, expanding on issues, simultaneous or alternating presence of strategy and tactics forces, and confiscation and re-confiscation of space. Furthermore, existence of neutral mechanisms, powerfull other dening mechanisms includes traumatizing, putting the same values on all issues, reacting to sanctifying policies, theatricality, and completing news puzzles, and mechanisms related to collective self-creation based on tactical forces including icon-making and the formation of crowds, seek to giving chance to tactical forces and in other words, all the agents who have no power in the official space. The Iranian reading space is also accompany with active / passive, cross-sectional / continuous, and limited, intermediate, and macro activities. Finally, according to the characteristics of space and the mentioned mechanisms, three dimensions, including the collective production and interpretation of texts, ignoring the news and oppositional dialogue, were added to the dimensions of Hall readings, which shows that space empowers all actors to making sense.

Keywords: Articulation, meaning making mechanisms, tactics and strategy, user activism.