

## عنوان مقاله:

انگاره های بازنمایی شده از کشور چین: کاریکاتورهای حوزه گفتمانی غرب پس از شیوع کرونا

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره 16، شماره 61 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 33

## نویسندگان:

سید سعیدرضا عاملی - استاد تمام گروه ارتباطات، دانشکده ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران

فائزه جبارپور - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران

فائزه حسین زاده - دانشجو

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، مطالعه چگونگی بازنمایی چین و نحوه ی دیگری سازی از این کشور در کاریکاتورهای منتشر شده از سوی حوزه گفتمانی غرب در دوران بحران کرونا است. در این پژوهش با استفاده از روش نشانه شناسی اجتماعی، ۴۵ کاریکاتور انتخاب شده و با توجه به سه فرآیند بازنمودی، تعاملی و ترکیبی کرس و ون لیوون مورد ارزیابی قرار گرفته اند. برای تحلیل نتایج تحقیق از نظریات برچسب زدن ادگار و سچ ویک، بازنمایی استوارت هال و نظریه ی طرحواره های فرهنگی استفاده شده است. با ارزیابی کاریکاتورهای مرتبط با نقش چین در شیوع کرونا می توان سیاست های بازنمایی در این کاریکاتورها را در دو مقوله ی کلی «دیگری پست؛ بازنمایی خطر زرد» و «دیگری قدرت طلب؛ بازنمایی تهدید قرمز» قرار داد. در کاریکاتورهایی که ذیل مقوله ی اول قرار گرفتند، چین به عنوان دشمنی بالقوه و دیگری پست شناسانده شده است که نیاز به آموزش و دنباله روی از غرب دارد. در مقابل، در کاریکاتورهایی که ذیل مقوله ی دوم گنجانده شدند، چین به عنوان عامل تهدیدکننده ی جهان بازنمایی شده است که در این نوع کاریکاتورها نیز ضرورت سیاست های کنترلی در رابطه با چین و حفظ هژمونی غرب القا می شود. براین مبنا می توان گفت رسانه ها (در اینجا کاریکاتورهای منتشر شده) با بازتولید کلیشه های از پیش ساخته نسبت به چین و با هم ارز قرار دادن این کشور با خطر و تهدید، زمینه را برای باور مردم در جهت گیری منفی نسبت به مسائل پیرامون چین فراهم می کنند. این جهت گیری دیگری هراسانه می تواند به صورت کنش های نژادپرستانه در روابط بین فرهنگی نفوذ کرده و حتی زمینه را برای تقابل های نظامی احتمالی فراهم کند.

## کلمات کلیدی:

چین، کاریکاتور، کرونا، بازنمایی، دیگری سازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1240829>

