

بازنمایی رسانه‌ای حماسه عاشورا در اینستاگرام و نقش آن در پدافند غیرعامل فرهنگی

محمدصادق حیدری^۱

حسن درزیان رستمی^{۲*}

اسدالله طیب‌زاده^۳

چکیده

حماسه عاشورا به عنوان یک رخداد تاریخی و مذهبی با لایه‌های معنایی عمیق، قرن‌هاست که الهام‌بخش گفتمان‌های دینی، فرهنگی و هویتی در جوامع اسلامی است. در دوران معاصر، این حماسه از طریق رسانه‌های نوین به ویژه شبکه اجتماعی اینستاگرام، در قالب تصاویر و ویدئوهای متنوع بازنمایی شده و مخاطبان وسیعی را درگیر کرده است. پژوهش حاضر با هدف بررسی نحوه بازنمایی عاشورا در رسانه‌های دیجیتال و تبیین کارکردهای فرهنگی و ارتباطی این بازنمایی‌ها، به تحلیل نشانه‌شناختی و محتوایی نمونه‌ای از پست‌های اینستاگرامی مرتبط با عاشورا در سال ۱۴۰۳ پرداخته است. این تحقیق از روش ترکیبی (تحلیل مضمون و نشانه‌شناسی) استفاده کرده و داده‌ها در دو بخش مصاحبه با متخصصان و تحلیل بصری تصاویر و ویدئوها گردآوری شده است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که عناصر بصری عاشورایی همچون پرچم‌های سیاه و قرمز، گهواره حضرت علی اصغر (علیه السلام)، اسب بی‌سوار و صحنه‌های سینه‌زنی و عزاداری، نه تنها به انتقال مفاهیمی نظیر ایثار، ظلم‌ستیزی و شهادت کمک می‌کنند، بلکه به طور مؤثری در بازتولید هویت فرهنگی و دینی نسل جدید در بستر دیجیتال ایفای نقش می‌نمایند. این نمادها، به ویژه در ترکیب با فناوری‌های نوین گرافیکی، زبان جدیدی برای بیان ارزش‌های عاشورایی ایجاد کرده‌اند که با ذائقه مخاطب معاصر هم‌خوانی دارد.

۱. گروه ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران Msheydari.com@gmail.com

۲. گروه ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول) Has.darzyan_rostami@iauctb.ac.ir

۳. گروه ارتباطات تصویری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران seyedasadollahtabibzadeh@gmail.com

در عین حال، این بازنمایی‌ها تنها نقش تقویتی در حوزه هویت‌سازی ندارند، بلکه از منظر پدافند غیرعامل نیز قابل تفسیر هستند. با توجه به شدت گرفتن جنگ شناختی و تهدیدات نرم علیه ارزش‌های دینی و فرهنگی، استفاده هوشمندانه از بازنمایی عاشورا در رسانه‌های اجتماعی، می‌تواند به عنوان ابزاری مؤثر در پدافند فرهنگی و تقویت مقاومت نرم جامعه تلقی شود. این پژوهش نشان می‌دهد که بهره‌گیری از نشانه‌های عاشورایی در فضای مجازی، ضمن افزایش آگاهی عمومی و برانگیختن احساس تعلق فرهنگی، قابلیت ایجاد بازدارندگی فرهنگی در برابر عملیات روانی و جنگ نرم دشمن را نیز دارد؛ از این رو، بازنمایی رسانه‌ای عاشورا را می‌توان نه فقط یک ابزار ارتباطی، بلکه یک راهبرد پیشگیرانه در امنیت فرهنگی جامعه دانست.

واژگان کلیدی: حماسه عاشورا، پدافند غیرعامل فرهنگی، رسانه‌های دیجیتال، نشانه‌شناسی، اینستاگرام، تهدیدات نرم

مقدمه

حماسه عاشورا، به عنوان یکی از ماندگارترین وقایع تاریخی و مذهبی جهان اسلام، همواره الهام‌بخش گفتمان‌های فرهنگی، اعتقادی و هویتی در میان جوامع اسلامی بوده است. این حماسه، با محوریت قیام امام حسین (علیه السلام) و یاران وفادارش در برابر ظلم و بی‌عدالتی، نه تنها یک رخداد تاریخی، بلکه الگویی تمدنی برای مبارزه با استبداد، ایثار، عدالت‌خواهی و مقاومت در برابر سلطه است. بازنمایی عاشورا در قالب نمادهای تصویری و رسانه‌ای از گذشته تاکنون همواره ابزاری مؤثر در ترویج این مفاهیم بنیادین بوده است؛ از نقاشی‌های قهوه‌خانه‌ای و تعزیه تا رسانه‌های نوین مانند تلویزیون، سینما و شبکه‌های اجتماعی (زارعی، ۱۳۹۵؛ هاشمی، ۱۳۹۴).

در دوران معاصر، رسانه‌های دیجیتال نقشی بی‌بدیل در بازآفرینی مفاهیم دینی ایفا می‌کنند و در فضای مجازی، بازنمایی عاشورا به‌ویژه از طریق اینستاگرام، به بستری برای تعامل عاطفی، فرهنگی و اعتقادی با مخاطب جوان بدل شده است. این بازنمایی‌ها نه فقط انتقال‌دهنده پیام‌های سنتی عاشورا هستند، بلکه با زبان جدید رسانه‌ای، امکان حضور مؤثر مفاهیم دینی را در میدان جنگ شناختی فراهم می‌سازند. در جهانی

که تقابل روایت‌ها از طریق رسانه‌ها صورت می‌گیرد، بازنمایی حماسه عاشورا می‌تواند به عنوان ابزاری راهبردی در حوزه پدافند غیرعامل فرهنگی ایفای نقش کند. چراکه یکی از اهداف اصلی دشمن در جنگ نرم، تضعیف بنیان‌های هویتی و اعتقادی نسل جوان از طریق تحریف مفاهیم فرهنگی و تهی‌سازی نمادهای دینی است (مزیدی شرف‌آبادی و همکاران، ۱۴۰۰).

در چنین شرایطی، فهم علمی و نظام‌مند نحوه بازنمایی عاشورا در رسانه‌های نوین، به‌ویژه با تمرکز بر مؤلفه‌های تصویری، ضرورتی دوجندان می‌یابد. نشانه‌های تصویری چون پرچم‌ها، رنگ‌ها، اشیای آیینی و صحنه‌های عزاداری، فراتر از ابزارهای بصری، حاملان پیام‌های عمیق معنوی و فرهنگی هستند که می‌توانند هویت دینی و مقاومت فرهنگی جامعه را تقویت کرده و در برابر نفوذ رسانه‌ای دشمن ایستادگی کنند. این نشانه‌ها از طریق تحلیل نشانه‌شناسی و مضمون، قابل فهم، طبقه‌بندی و بهره‌برداری هدفمند هستند. لذا پژوهش حاضر با تمرکز بر رسانه‌ای شدن عاشورا در بستر اینستاگرام، در پی آن است تا ضمن تحلیل علمی بازنمایی‌های تصویری این حماسه، نقش آن را در تقویت پدافند غیرعامل فرهنگی و مقاومت نرم بررسی کند.

بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، تحولات رسانه‌ای و ظهور شبکه‌های اجتماعی، عرصه جدیدی برای بازنمایی مفاهیم دینی و فرهنگی فراهم کرده‌اند. این فضاها نه تنها ابزار انتقال پیام، بلکه میدانی برای شکل‌دهی به ذهنیت‌ها، بازآفرینی هویت و حتی تحریف واقعیت‌ها شده‌اند. یکی از مهم‌ترین مفاهیم دینی و هویتی در فرهنگ شیعی و ایرانی، حماسه عاشورا است؛ رویدادی که با مفاهیمی چون ایثار، ظلم‌ستیزی، وفاداری و عدالت‌خواهی پیوند خورده و قرن‌ها نقش بنیادینی در تولید و بازتولید سرمایه فرهنگی و اجتماعی در ایران ایفا کرده است. در این میان، بازنمایی عاشورا در قالب نمادها و نشانه‌های تصویری (همچون پرچم‌ها، رنگ‌ها، چهره‌ها، اشیاء آیینی و صحنه‌های عزاداری) یکی از مهم‌ترین راه‌های انتقال این مفاهیم بوده است.

اما در عصر جنگ شناختی و تهدیدات نرم، همین بازنمایی‌ها خود به میدان نبرد رسانه‌ای تبدیل شده‌اند. دشمنان فرهنگی با بهره‌گیری از قدرت رسانه، گاه با

تحریف مفاهیم عاشورا، گاه با تهی سازی نمادهای آیینی از محتوای اصلیشان و گاه با هجو و تخریب ارزش‌های مقدس، سعی در تضعیف بنیان‌های هویتی نسل جوان دارند. از سوی دیگر، بخشی از تولیدات رسانه‌ای داخلی نیز به دلیل کم‌توجهی به تحلیل علمی نمادها و نشانه‌ها، یا در سطح باقی می‌مانند یا گرفتار کلیشه‌های تکراری و بی‌اثر می‌شوند. در چنین شرایطی، بازنمایی هدفمند و هنرمندانه حماسه عاشورا می‌تواند نه تنها به تقویت باورهای دینی و انسجام اجتماعی کمک کند، بلکه به عنوان یکی از ابزارهای مهم پدافند غیرعامل فرهنگی عمل کند و در برابر تهاجم نرم ایستادگی نماید.

با وجود اهمیت این موضوع، مرور ادبیات پژوهشی نشان می‌دهد که بیشتر تحقیقات پیشین در حوزه عاشورا، یا نگاهی تاریخی و سنتی داشته‌اند، یا به جنبه‌های زیبایی‌شناختی تصاویر پرداخته‌اند. مطالعات اندکی به بررسی دقیق، نشانه‌شناسانه و راهبردی بازنمایی عاشورا در بستر شبکه‌های اجتماعی، به ویژه اینستاگرام - پرداخته‌اند. همچنین، پیوند میان این بازنمایی‌ها و کارکرد آن‌ها در عرصه پدافند غیرعامل فرهنگی و مقاومت نرم، کمتر مورد تحلیل واقع شده است.

بر همین اساس، پرسش اصلی این پژوهش آن است که: بازنمایی رسانه‌ای حماسه عاشورا در اینستاگرام چگونه می‌تواند به عنوان ابزاری در پدافند غیرعامل فرهنگی، در برابر تهدیدات نرم رسانه‌ای عمل کرده و هویت دینی و فرهنگی جامعه را تقویت کند؟ و همچنین نشانه‌های تصویری و رسانه‌ای عاشورا چگونه در ذهن مخاطب معنا می‌یابند و چه نقشی در مقابله با تحریف، تضعیف و تهاجم فرهنگی ایفا می‌کنند؟

مبانی نظری

مبانی نظری فردیناند دو سوسور، زبان‌شناس سوئیسی و بنیان‌گذار نشانه‌شناسی مدرن، چارچوبی کلیدی برای تحلیل نشانه‌ها در این پژوهش فراهم می‌کند. سوسور نشانه را واحدی دوجوهی شامل «دال» (شکل مادی نشانه، مانند تصویر یا صدا) و «مدلول» (مفهوم یا معنایی که دال به آن ارجاع می‌دهد) تعریف می‌کند. این رابطه بین دال و مدلول، نه طبیعی، بلکه قراردادی و مبتنی بر توافق اجتماعی است که امکان تحلیل

تصاویر حماسه عاشورا به عنوان رسانه‌ای نمادین را فراهم می‌سازد (یاکین و توتو^۱، ۲۰۱۴). سوسور تأکید می‌کند که نشانه‌ها در نظام زبانی یا نشانه‌ای معنا می‌یابند، نه به صورت منفرد. این نظام که او آن را «زبان»^۲ می‌نامد، مجموعه‌ای از قواعد و قراردادهای مشترک است که معانی را در یک فرهنگ یا جامعه خاص تولید می‌کند. سوسور همچنین بین «زبان» و «گفتار»^۳ تمایز قائل می‌شود؛ زبان به ساختار کلی نشانه‌ها اشاره دارد، درحالی‌که گفتار کاربرد خاص نشانه‌ها در موقعیت‌های واقعی است لاگوپولوس و باکلند- لاگوپولو^۴، ۲۰۲۰). در این پژوهش، تصاویر عاشورایی (مانند نقاشی‌ها، تعزیه، یا نمادهای آیینی) به عنوان گفتارهایی بررسی می‌شوند که از نظام نشانه‌ای عاشورا بهره می‌برند تا پیام‌های خاصی را به مخاطبان منتقل کنند. مفهوم «تفاوت»^۵ در نظریه سوسور نیز اهمیت دارد؛ نشانه‌ها از طریق تفاوت با یکدیگر (مثلاً تفاوت پرچم سیاه با پرچم سبز) معنا می‌یابند. در حماسه عاشورا، تضادهای تصویری مانند روشنایی (نماد حق) در برابر تاریکی (نماد باطل) یا آب (نماد حیات و محرومیت) در برابر خاک (نماد مرگ و خاک سپاری) به تولید معنا کمک می‌کنند. سوسور همچنین نشانه‌ها را به صورت هم‌زمانی^۶ و درزمانی^۷ تحلیل می‌کند (یاکین و توتو، ۲۰۱۴). در این پژوهش، تحلیل هم‌زمانی به بررسی مؤلفه‌های تصویری عاشورا در فرهنگ کنونی شیعه می‌پردازد، درحالی‌که رویکرد درزمانی، تحول این نشانه‌ها از گذشته (مانند متون تاریخی) تا آیین‌های امروزی را ردیابی می‌کند. نظریه سوسور با تأکید بر قراردادهای اجتماعی و نظام‌مند بودن نشانه‌ها، چارچوبی مناسب برای درک این موضوع فراهم می‌کند که چگونه حماسه عاشورا از طریق مؤلفه‌های تصویری به رسانه‌ای قدرتمند برای انتقال ارزش‌های دینی و فرهنگی تبدیل شده است. این چارچوب به پژوهشگر امکان می‌دهد تا تصاویر عاشورایی را نه تنها به عنوان عناصر بصری، بلکه به عنوان حاملان معانی عمیق فرهنگی و تاریخی تحلیل کند.

1. Yakin Totu
2. Langue
3. Parole
4. Lagopoulos Boklund-Lagopoulou
5. Difference
6. Synchronic
7. Diachronic

پیشینه تحقیق

خدابخشی (۱۳۹۶)، در پژوهشی به بررسی نمادهای تصویری عزاداری صفوی مبادرت نمود. روش تحقیق انجام شده تاریخی است که با استفاده از اسناد و مدارک معتبر می‌توان ویژگی‌های عمومی و مشترک پدیده‌ها و حوادث تاریخی و دلایل بروز آن‌ها را تبیین کرده و به بررسی عناصر و مطالب مورد نظر پرداخت. منابع تحقیق به صورت تصویری و کتبی وجود داشته و ابزار گردآوری تحقیق، میدانی و کتابخانه‌ای و سیستم شبکه اینترنت است. تحقیقات نشان می‌دهد علم‌ها، درفش‌ها و نمادهای تصویری به کاررفته در آن‌ها در دوره صفوی، برگرفته از فرهنگ ایرانی بوده و نمادهای عزاداری موجود در فرهنگ ایرانی، برای مراسم عاشورا تغییر کاربردی یافته‌اند. همچنین شرایط سیاسی در این دوره مستقیماً در رسمیت یافتن مراسم عاشورا نقش داشته است. علاوه بر این، روحانی و صدیقیان (۱۳۹۶)، در پژوهشی به بررسی روایت تصویری عاشورا در نسخ چاپ سنگی پرداختند. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است و از نوع توسعه‌ای که با استناد بر منابع کتابخانه‌ای و مشاهده آثار چاپ سنگی موجود در ایران انجام یافته است نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد ادبیات مذهبی گونه با اهمیتی از ادبیات رایج در عصر قاجار و کتاب‌های چاپ سنگی است و به تبع آن، تصاویر مذهبی و به ویژه واقعه پرشور و تأثیرگذار کربلا و شهادت امام حسین (علیه السلام) نیز یکی از شاخصه‌های اصلی تصویرگری در این دوره بوده است. همچنین، کاهی‌زاده و بهار (۱۳۸۹)، به تحلیل گونه‌های گفتمانی متأثر از محتوای مناسک عاشورا مبادرت نمودند. این تحقیق به روش کیفی و با اتکا به نظریات دورکیم و روش تحلیل گفتمان فرکلاف به بررسی محتوای نشریات مرتبط با موضوع عاشورا که در سال ۱۳۸۹ چاپ شده پرداخته (با استفاده از نمونه‌گیری نظری هدفمند و ناهمگون) و در نتیجه آن سه نوع گفتمان: ۱. گفتمان علمی - دانشگاهی ۲. گفتمان ادبی - هنری ۳. گفتمان کلامی - فقهی تشخیص داده شده است. علاوه بر این، محمدی مهر و بحرانی (۱۳۹۹)، در پژوهشی به تحلیل محتوای ویژه برنامه‌های تلویزیونی محرم در سال ۱۳۹۸ پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که بیش از نیمی از برنامه‌ها به جنبه‌های شعوری قیام عاشورا و ۴/۳۸ درصد به جنبه‌های عاطفی آن پرداخته‌اند. حدود ۱۰ درصد از زمان برنامه‌ها به کلیات مثل معرفی برنامه و احوالپرسی اختصاص داشته و ۳/۲۸ درصد به ویژگی‌ها و قابلیت‌های

اباعبدالله (علیه السلام) پرداخته شده است. موضوع دلایل قیام کمتر مورد توجه قرار گرفته و فقط ۵/۴ درصد از برنامه‌ها به آن اختصاص یافته است. بر اساس نتایج، پیشنهاد می‌شود که در ویژه برنامه‌های آینده، به تحلیل دلایل و اهداف قیام عاشورا بیشتر پرداخته شود. همچنین، زمانیان و کسیری (۱۴۰۰) به مقایسه عکس‌های عاشورا در عهد قاجار با عهد پهلوی مبادرت نمودند. عکس‌ها از وبسایت‌های مختلف جمع‌آوری شده و بر اساس موضوع دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد که در هر دو دوره، عکاسی از دسته‌های عزاداری و هیئت‌ها مشترک بود، اما در دوره قاجار عکاسی از قمر زنان و زنان در مکان‌های عزاداری رایج بود که در پهلوی مشاهده نمی‌شود. همچنین، در اواخر دوره پهلوی تصاویری از امام خمینی در عکس‌ها دیده می‌شد که در دوره قاجار وجود نداشت. از نظر زیبایی‌شناسی، تصاویر هیچ کدام ترکیب بندی‌های هنری خاصی نداشتند. علاوه بر این، ادراکی (۱۴۰۰) به تحلیل سوگ نگاره حماسه عاشورا در نقاشی‌های معاصر کودکان با تکیه بر رویکرد فرهنگ دیداری مبادرت نمود. رویکرد تحقیق توصیفی تحلیلی است و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای از طریق فیش برداری و تصویرخوانی است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها کیفی است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ذهنیت و هنر معاصر کودکان در یک نظام بازنمایی فرهنگ دیداری شکل می‌گیرد. دقت در جزئیات و تجربه دیداری کودک با نگاهی آشنا به مراسم آیینی محرم همراه است و کودک در بیشتر مواقع به جای بازنمایی واقعه بزرگ تاریخی عاشورا کوشیده تا حقایقی را در شمایل رویدادی برای یادآوری بیان کند و اثری متناسب با آیین‌های محرم در فرهنگ ایرانی خلق کرده است. در میان پژوهش‌های خارجی، هاشمی و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، به بررسی نحوه بازنمایی اسلام در رسانه‌های اجتماعی پرداختند. در این تحقیق از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. مضامینی که ظهور کردند عبارت بودند از: (۱) اسلام به عنوان یک دین لیبرال. (۲) اسلام به عنوان دین افراط‌گرایی و تروریسم. (۳) اسلام به عنوان دین تبعیض جنسیتی. (۴) اسلام به عنوان دین هویت جمعی و (۵) اسلام به عنوان یک دین انسانی. اگرچه بازنمایی اسلام در رسانه‌های اجتماعی گسترده است، اما مطالعات تجربی بیشتر نشان می‌دهد که کاربران رسانه‌های اجتماعی اسلام را منفی نشان می‌دهند تا مطالعاتی که

دیدگاه مثبت کاربران رسانه‌های اجتماعی را نسبت به اسلام نشان می‌دهند. همچنین، الزمان^۱ (۲۰۲۲) به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در ویدیوهای اسلامی مبادرت نمود. این مطالعه سامانمند به بررسی نمایشی که از اسلام در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد پرداخته و کاستی‌ها و خلأهای موجود در تحقیقات پیشین را شناسایی کرده است. داده‌ها از پایگاه‌های اسکوپوس و وب آو ساینس جمع‌آوری شدند و ۳۶ مطالعه از بین بیش از ۱۰۰ مقاله انتخاب شدند. پنج موضوع اصلی از تحلیل موضوعی استخراج شد: اسلام به عنوان دین لیبرال، افراطی، با تبعیض جنسیتی، با هویت جمعی و دینی انسانی. نتایج نشان می‌دهند که بیشتر تحقیقات نشان‌دهنده نمایشی منفی از اسلام در رسانه‌های اجتماعی هستند.

این تحقیق نسبت به پژوهش‌های پیشین دارای تفاوت‌ها و نوآوری‌هایی است که آن را متمایز می‌کند. یکی از نوآوری‌ها استفاده از روش تحقیق ترکیبی است که شامل تحلیل مضمون و نشانه‌شناسی به طور هم‌زمان می‌شود که این ترکیب به درک عمیق‌تری از نحوه بازتابی حماسه عاشورا در رسانه‌ها کمک می‌کند. علاوه بر این، پژوهش حاضر با تمرکز بر مؤلفه‌های تصویری و سبک‌ها و راهبردهای تقویت قابلیت رسانه‌ای، به بررسی تصاویر و ویدئوهای منتشرشده در اینستاگرام پرداخته است، درحالی‌که در تحقیقات پیشین، بیشتر بر رسانه‌های سنتی همچون عکس‌های قدیمی، نقاشی‌ها و کتاب‌های چاپی تمرکز شده بود. همچنین، این تحقیق به طور ویژه به تحلیل معانی و نشانه‌ها در تصاویر و ویدئوها پرداخته و نقش رسانه‌های اجتماعی در بازتابی حماسه عاشورا را در دنیای دیجیتال معاصر بررسی کرده است.

روش تحقیق

در این تحقیق، به منظور دستیابی به پاسخ‌های عمیق و جامع، از روش تحقیق ترکیبی استفاده شده است که ترکیبی از رویکردهای کیفی مبتنی بر تحلیل مضمون و نشانه‌شناسی است. در این پژوهش، پس از مصاحبه با کارشناسان در قالب پژوهش کیفی و انجام تحلیل مضمون، مؤلفه‌ها و نشانه‌های تصویری مرتبط با حماسه عاشورا شناسایی و تحلیل شدند. در بخش مصاحبه عمیق، جامعه آماری شامل پژوهشگران و اساتید

حوزه‌های ارتباطات و رسانه و همچنین مسائل مذهبی و دینی بوده هستند. برای انتخاب اعضا از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است، به طوری که نمونه‌گیری تا مرحله اشباع نظری ادامه یافته است. در نهایت پس از مصاحبه با ۱۰ نفر اشباع نظری حاصل شده است. از مجموع مصاحبه‌شوندگان، هفت نفر در سمت استادی دانشگاه فعالیت دارند و سه نفر به عنوان پژوهشگر مشغول به کار هستند. بیشترین سابقه کاری مربوط به یک استاد دانشگاه با ۲۷ سال تجربه و کمترین آن متعلق به استادی در رشته الهیات با ۲ سال سابقه است. رشته علوم ارتباطات با سه استاد دانشگاه و یک پژوهشگر، مدیریت رسانه با دو استاد دانشگاه و الهیات با چهار استاد دانشگاه و دو پژوهشگر در این نمونه حضور دارند. سابقه کاری اعضا در بازه ۲ تا ۲۷ سال متغیر است و اکثریت آنان تجربه‌ای بالای ۱۰ سال در حوزه تخصصی خود دارند.

علاوه بر این، جامعه آماری روش نشانه‌شناسی شامل کلیه تصاویر و ویدئوهای منتشرشده در سطح شبکه اجتماعی اینستاگرام در ارتباط با عاشورا است که در صفحات پربازدید اینستاگرامی طی سال ۱۴۰۳ به اشتراک گذاشته شده‌اند، هستند. در این بخش، از روش نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب داده‌ها استفاده شد. به این ترتیب، کلیه تصاویر و ویدئوهای منتشرشده در صفحات پربازدید اینستاگرام که به بازتابی حماسه عاشورا در سال ۱۴۰۳ پرداخته بودند، به عنوان جامعه موردبررسی انتخاب شدند. در این راستا، ۷۸ ویدئو و تصویر موردبررسی و تحلیل قرار گرفتند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش شامل مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته است که با هدف دستیابی به داده‌های غنی و چندبعدی مورد استفاده قرار گرفت. علاوه بر این، برای گردآوری اطلاعات در بخش نشانه‌شناسی، از تحلیل محتوای بصری نشانه‌شناسانه به عنوان ابزار اصلی استفاده شده است. در بخش تحلیل مصاحبه عمیق، به منظور ارزیابی روایی و پایایی داده‌ها از معیارهای قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال و قابلیت اعتماد استفاده شده است تا اطمینان حاصل شود که نتایج به دست آمده نمایانگر تجربه واقعی و معتبر شرکت‌کنندگان است. همچنین، برای ارزیابی دقت و ثبات تحلیل‌ها، داده‌ها توسط چندین نفر از تحلیل‌گران مستقل بازبینی شده و تا حد ممکن نظرات مختلف در فرایند تحلیل وارد شده است. همچنین، در بخش نشانه‌شناسی، برای افزایش روایی، از انتخاب دقیق تصاویر و

ویدئوهای مرتبط با عاشورا، بررسی چندوجهی توسط متخصصان حوزه رسانه و دین و تأیید هم‌تایان استفاده شد تا تحلیل‌ها به درستی مفاهیم مورد نظر را منعکس کنند. برای پایایی، روش‌های ساختاریافته و استاندارد در جمع‌آوری و کدگذاری داده‌ها به کار رفت و تحلیل‌ها توسط دو پژوهشگر مستقل انجام شد تا از ثبات نتایج اطمینان حاصل شود. پس از جمع‌آوری داده‌های نهایی، گویه‌های مربوط به هر سازه با یکدیگر جمع شده و به مقیاس فاصله‌ای ارتقاء پیدا کردند. همچنین در پژوهش حاضر، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. تحلیل مضمون یک روش کیفی است که به کمک آن می‌توان الگوها و تم‌های پنهان در داده‌ها را شناسایی و معناهای مختلف آن‌ها را استخراج کرد (کریستو^۱، ۲۰۲۴). علاوه بر این، از روش نشانه‌شناسی سوسور^۲ به منظور تجزیه و تحلیل تصاویر و ویدئوهای منتشرشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده شده است. نشانه‌شناسی سوسور یک رویکرد تحلیلی است که بر بررسی روابط بین نشانه‌ها و نحوه ساخت معنای آن‌ها در فرهنگ‌ها و زبان‌ها تمرکز دارد (بابل^۳، ۲۰۲۵).

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌های مصاحبه عمیق

مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر

در این بخش، مصاحبه‌های انجام شده با پژوهشگران و اساتید حوزه‌های ارتباطات، رسانه و مسائل مذهبی با استفاده از روش تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفت. این روش پژوهش کیفی به شناسایی و دسته‌بندی مفاهیم کلیدی و الگوهای نهفته در داده‌ها کمک می‌کند تا پژوهشگر بتواند درکی عمیق‌تر از تجارب و دیدگاه‌های متخصصان به دست آورد. فرایند تحلیل مضمون شامل پنج مرحله اصلی بود: آشنایی با داده‌ها، کدگذاری اولیه، تبدیل کدها به مضامین بزرگ‌تر، بازبینی و پالایش تم‌ها و درنهایت تدوین چارچوب مفهومی نهایی. این مراحل به طور دقیق و نظام‌مند انجام شد تا نتایج معتبر و معتبر حاصل گردد.

1. Christou
2. Saussure
3. Babel

جدول شماره ۱ شبکه مضامین سازمان دهنده ظهور یافته در جریان تحقیق، به بررسی مجموعه‌ای از مضامین مختلف مرتبط با تأثیر تصاویر و رسانه‌ها در تبیین حماسه عاشورا می‌پردازد. در این جدول، هر مضمون سازمان دهنده شامل مجموعه‌ای از مضامین پایه است که تعداد فراوانی هرکدام از این مضامین پایه در تحقیق نشان داده شده است. جدول به طور کلی، رویکردهای مختلف رسانه‌ای و تصویری را برای معرفی و تحلیل حماسه عاشورا، همچنین تأثیرات اجتماعی و فرهنگی آن، بررسی کرده است. در این جدول، ۳۲ مضمون سازمان دهنده مورد شناسایی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است که شامل مفاهیم مختلفی همچون تأثیر تصاویر در تبیین حماسه عاشورا، سبک‌های تصویری مطلوب، استراتژی‌های رسانه‌ای و مسئولیت اخلاقی رسانه‌ها در نمایش عاشورا است. برای هر مضمون سازمان دهنده، تعداد فراوانی مضامین پایه مرتبط نیز مشخص شده است که نشان دهنده میزان اهمیت و تأثیرگذاری هر موضوع در تحقیق است. به طور مثال، مضمون «تأثیر تصاویر با محوریت عاشورا در رسانه‌ها» با ۹ مورد فراوانی از بیشترین اهمیت برخوردار است، در حالی که موضوعاتی مانند «چالش‌های تحریف تصویر عاشورا در رسانه‌ها» و «استفاده از استراتژی‌های تبلیغاتی برای نمایش عاشورا» کمترین فراوانی را دارند. این جدول نشان می‌دهد که تحقیق چگونه به بررسی ابعاد مختلف رسانه‌ای و تصویری عاشورا پرداخته و اهمیت هر یک از این ابعاد در انتقال پیام‌ها و تبیین این حماسه را مورد ارزیابی قرار داده است.

جدول شماره ۱ شبکه مضامین سازمان دهنده ظهور یافته در جریان تحقیق و فراوانی مضامین پایه مرتبط

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۱	تأثیر تصاویر در تبیین حماسه عاشورا	۸
۲	سبک‌های تصویری مطلوب برای معرفی حماسه عاشورا	۶
۳	راهبردها و استراتژی‌های رسانه‌ای برای ارتقاء رسانه‌ای عاشورا	۷
۴	تأثیر تصاویر با محوریت عاشورا در رسانه‌ها	۹
۵	تحلیل و نقد تصاویر عاشورا در رسانه‌ها	۵
۶	تقویت حضور رسانه‌ای عاشورا از طریق تصاویر و رسانه‌های نوین	۴
۷	تأثیر فناوری‌های مدرن در ارائه تصاویر عاشورا	۳

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۸	چگونگی انتخاب و نمایش تصاویر عاشورا در رسانه‌ها	۶
۹	نقش جلوه‌های ویژه در تاثیرگذاری تصاویر عاشورا	۴
۱۰	مسئولیت اخلاقی رسانه‌ها در نمایش عاشورا	۵
۱۱	طراحی گرافیکی در رسانه‌ها برای تبیین حماسه عاشورا	۶
۱۲	استفاده از شخصیت‌ها و نمادهای عاشورا در تصاویر	۷
۱۳	نمایش وقایع عاشورا در تصاویر رسانه‌ای	۸
۱۴	تداخل فرهنگی در نمایش عاشورا در رسانه‌ها	۳
۱۵	ابعاد مختلف عاشورا در تصاویر رسانه‌ای	۶
۱۶	انتقال پیام‌های عاشورا از طریق تصاویر	۷
۱۷	نقش رسانه‌ها در آموزش آموزه‌های عاشورا از طریق تصاویر	۵
۱۸	تأثیرات اجتماعی تصاویر عاشورا در رسانه‌ها	۴
۱۹	چالش‌های تحریف تصویر عاشورا در رسانه‌ها	۲
۲۰	گفتمان رسانه‌ای پیرامون عاشورا و تأثیر تصاویر بر آن	۶
۲۱	استفاده از فضای دیجیتال برای تبیین عاشورا	۵
۲۲	نقد و تحلیل تصاویر رسانه‌ای در مورد عاشورا	۴
۲۳	کارکردهای مختلف تصویری در رسانه‌ها برای تبیین عاشورا	۶
۲۴	نقش رسانه‌های بین‌المللی در نمایش عاشورا	۳
۲۵	استفاده از استراتژی‌های تبلیغاتی برای نمایش عاشورا	۲
۲۶	اهمیت هویت فرهنگی در نمایش عاشورا در رسانه‌ها	۵
۲۷	اصلاحات و تغییرات تصویری برای معرفی بهتر عاشورا	۴
۲۸	معرفی قهرمانان عاشورا از طریق تصاویر در رسانه‌ها	۵
۲۹	اهمیت کیفیت تصویر در تبیین و تاثیرگذاری عاشورا	۳
۳۰	استفاده از تصاویر مستند برای نمایش عاشورا	۴
۳۱	تعامل تصاویر عاشورا با مخاطبان در رسانه‌ها	۵
۳۲	تأثیر تصاویر عاشورا بر احساسات مخاطب	۶

جدول شماره ۲ شبکه مضامین فراگیر تحقیق، به شناسایی و دسته‌بندی مجموعه‌ای از مضامین کلی می‌پردازد که در پژوهش به‌طور مستقیم با تأثیر تصاویر در تبیین حماسه عاشورا و رسانه‌های مربوطه مرتبط هستند. این جدول نشان می‌دهد که هر مضمون فراگیر با تعدادی از مضامین سازمان‌دهنده زیرمجموعه خود مرتبط است که به تفصیل موضوعات مختلف رسانه‌ای و تصویری عاشورا را پوشش می‌دهند. این مضامین به تحلیل ابعاد گوناگون تأثیرگذاری رسانه‌ها و تصاویر عاشورا از جمله سبک‌های تصویری، استراتژی‌های رسانه‌ای و تأثیرات اجتماعی و فرهنگی آن‌ها پرداخته است. در این جدول، چهار مضمون فراگیر اصلی به شرح زیر شناسایی شده‌اند: (۱) مؤلفه‌های تصویری و نقش آن‌ها در تبیین حماسه عاشورا که شامل تعدادی از مضامین درباره تأثیر تصاویر، طراحی گرافیکی، انتخاب تصاویر و مسئولیت اخلاقی رسانه‌ها است؛ (۲) سبک‌های تصویری مطلوب برای معرفی حماسه عاشورا که به انواع سبک‌ها و کیفیت تصویر پرداخته است؛ (۳) راهبردها و استراتژی‌های رسانه‌ای برای ارتقاء رسانه‌ای عاشورا که بر استراتژی‌های تبلیغاتی و هویت فرهنگی تأکید دارد؛ و (۴) انتشار تصاویر عاشورا و تأثیر آن بر رسانه‌ای شدن حماسه عاشورا که شامل مضامین مربوط به فتاوری‌های مدرن، فضای دیجیتال و تأثیر اجتماعی و فرهنگی تصاویر عاشورا در رسانه‌ها است. این شبکه مضامین به‌طور جامع و گسترده، ابعاد مختلف رسانه‌ای عاشورا را از جنبه‌های تصویری و استراتژیک مورد بررسی قرار داده است.

جدول شماره ۲ جدول شبکه مضامین فراگیر تحقیق

ردیف	مضمون فراگیر	شماره عناوین سازمان‌دهنده زیرمجموعه
۱	مؤلفه‌های تصویری و نقش آن‌ها در تبیین حماسه عاشورا	تأثیر تصاویر در تبیین حماسه عاشورا، تحلیل و نقد تصاویر عاشورا در رسانه‌ها، چگونگی انتخاب و نمایش تصاویر عاشورا در رسانه‌ها، نقش جلوه‌های ویژه در تأثیرگذاری تصاویر عاشورا، مسئولیت اخلاقی رسانه‌ها در نمایش عاشورا، طراحی گرافیکی در رسانه‌ها برای تبیین حماسه عاشورا، استفاده از شخصیت‌ها و نمادهای عاشورا در تصاویر، نمایش وقایع عاشورا در تصاویر رسانه‌ای، ابعاد مختلف عاشورا در تصاویر رسانه‌ای، انتقال پیام‌های عاشورا از طریق تصاویر، نقش رسانه‌ها در آموزش آموزه‌های عاشورا از طریق تصاویر، نقد و تحلیل تصاویر رسانه‌ای در مورد عاشورا، کارکردهای مختلف تصویری در رسانه‌ها برای تبیین عاشورا
۲	سبک‌های تصویری مطلوب برای معرفی حماسه عاشورا	سبک‌های تصویری مطلوب برای معرفی حماسه عاشورا، اصلاحات و تغییرات تصویری برای معرفی بهتر عاشورا، معرفی قهرمانان عاشورا از طریق تصاویر در رسانه‌ها، اهمیت کیفیت تصویر در تبیین و تأثیرگذاری عاشورا، استفاده از تصاویر مستند برای نمایش عاشورا

ردیف	مضمون فراگیر	شماره عناوین سازمان دهنده زیرمجموعه
۳	راهبردها و استراتژی‌های رسانه‌ای برای ارتقاء قابلیت رسانه‌ای عاشورا	راهبردها و استراتژی‌های رسانه‌ای برای ارتقاء رسانه‌ای عاشورا، استفاده از استراتژی‌های تبلیغاتی برای نمایش عاشورا، اهمیت هویت فرهنگی در نمایش عاشورا در رسانه‌ها
۴	انتشار تصاویر عاشورا و تأثیر آن بر رسانه‌ای شدن حماسه عاشورا	تأثیر تصاویر با محوریت عاشورا در رسانه‌ها، تقویت حضور رسانه‌ای عاشورا از طریق تصاویر و رسانه‌های نوین، تأثیر فناوری‌های مدرن در ارائه تصاویر عاشورا، تداخل فرهنگی در نمایش عاشورا در رسانه‌ها، تأثیرات اجتماعی تصاویر عاشورا در رسانه‌ها، چالش‌های تحریف تصویر عاشورا در رسانه‌ها، گفتمان رسانه‌ای پیرامون عاشورا و تأثیر تصاویر بر آن، استفاده از فضای دیجیتال برای تبیین عاشورا، نقش رسانه‌های بین‌المللی در نمایش عاشورا، تعامل تصاویر عاشورا با مخاطبان در رسانه‌ها، تأثیر تصاویر عاشورا بر احساسات مخاطب

تحلیل نشانه‌شناسانه

در این تحقیق، از روش نشانه‌شناسی سوسور برای تحلیل تصاویر و ویدئوهای مربوط به حماسه عاشورا در اینستاگرام استفاده شده است. ابتدا با شناسایی کلیشه‌های تصویری و مفاهیم دال و مدلول، ارتباط میان فرم تصاویر و تأثیرات معنایی آن‌ها در رسانه‌ها بررسی شده است. سپس با توجه به نقش و کارکرد رسانه‌ها در بازنمایی عاشورا، تأثیرات فرهنگی و اجتماعی این تصاویر و هماهنگی آن‌ها با واقعیت‌های معاصر مورد تحلیل قرار گرفته است.

کلیشه‌های تصویری مرتبط با حماسه عاشورا و میزان بازنمایی آن‌ها در تصاویر منتشرشده در رسانه‌ها

یافته‌های این تحقیق نشان داد که تصاویر عاشورایی به‌طور عمده از نمادهای مذهبی و فرهنگی همچون پرچم‌های سرخ و سیاه، اسب بی‌سوار و تصاویر امام حسین (علیه‌السلام) و یارانش بهره می‌برند که مدلول‌هایی مانند ایثار، مظلومیت و شهادت را منتقل می‌کنند. علاوه بر این، ترکیب رنگ‌ها و جزئیات بصری مانند گهواره علی اصغر (علیه‌السلام) و تصاویر مراسم عزاداری، تأثیر عاطفی و معنوی این تصاویر را تقویت می‌کنند. همچنین، بازنمایی‌های مدرن مانند پویانمایی‌های سه بعدی و گرافیک‌های پیشرفته تلاش دارند که این کلیشه‌ها را به مخاطبان جوان‌تر و نسل‌های مختلف انتقال

دهند، درحالی‌که مفاهیم معاصر مانند مقاومت در برابر ظلم نیز به تصاویر عاشورایی افزوده شده‌اند تا پیام این حماسه را جهانی کنند.

مفاهیم کلیشه‌ای بازتاب یافته از حماسه عاشورا در رسانه‌های جمعی با توجه به ابعاد طبیعی و فرهنگی آن‌ها

تحلیل نشانه‌شناسی فردینان دو سوسور در این تحقیق، ابعاد طبیعی و فرهنگی بازتاب یافته از حماسه عاشورا را در تصاویر و ویدئوهای اینستاگرام بررسی کرده است. در بعد طبیعی، نمادهایی مانند صحرا، آسمان سرخ و اسب بی‌سوار به عنوان نشانه‌های فداکاری، ایثار و شهادت استفاده شده‌اند و رنگ‌های سیاه، قرمز و زرد نیز معانی غم، شهادت و تراژدی را منتقل می‌کنند. در بعد فرهنگی، نمادهایی مانند علم‌های عزاداری، لباس‌های سنتی سیاه، گهواره حضرت علی‌اصغر (علیه‌السلام) و مراسم‌های سوگواری مانند سینه‌زنی، همبستگی و احترام به شهدای عاشورا را نمایش می‌دهند. این تصاویر همچنین با مضامین معاصر مانند پیوند نسل جدید با ارزش‌های عاشورا، مقاومت در برابر ظلم و ایستادگی در برابر بی‌عدالتی ارتباط برقرار می‌کنند. درنهایت، تحلیل نشانه‌شناختی نشان می‌دهد که این بازنمایی‌ها نه تنها پیام‌های مذهبی و تاریخی را تقویت می‌کنند، بلکه نقش مهمی در تثبیت هویت فرهنگی و انتقال مفاهیم اجتماعی و معنوی عاشورا به نسل‌های مختلف دارند.

میزان همخوانی مفاهیم بازنمایی شده در تصاویر حماسه عاشورا با واقعیت‌های اجتماعی معاصر

تحلیل نشانه‌شناسی بر اساس تصاویر و ویدئوهای اینستاگرام حاکی از همخوانی مفاهیم عاشورا با واقعیت‌های اجتماعی معاصر است، به‌ویژه در زمینه‌هایی مانند مقاومت در برابر ظلم و هویت جمعی جامعه اسلامی. تصاویر و ویدئوها اغلب نسل جوان را در مراسم عزاداری یا حمل پرچم‌های عاشورایی به تصویر می‌کشند که این نشان‌دهنده تداوم ارزش‌های عاشورا در نسل جدید است. همچنین، بازنمایی‌های عاشورایی بر مفاهیم جهانی مانند عدالت اجتماعی و حقوق بشر تأکید دارند که با نیازهای معاصر همخوانی دارند. با این حال، برخی تصاویر اغراق‌آمیز یا استفاده از نمادهای قدیمی ممکن است

برای نسل جدید کمتر قابل فهم باشد و شکافی میان مفاهیم سنتی و مدرن ایجاد کند. همچنین، نقش زنان در این تصاویر اغلب کم‌رنگ است، درحالی‌که می‌توانستند نقش فعال‌تری در بازنمایی عاشورا ایفا کنند. درنهایت، بازنمایی‌های دیجیتال و مدرن عاشورا توانسته‌اند پیام‌های این حماسه را به زبان قابل فهم‌تری برای مخاطبان معاصر منتقل کنند، اگرچه هنوز چالش‌هایی برای تطبیق کامل مفاهیم سنتی با زبان مدرن وجود دارد. ارتباط میان تصویر و تصور (دال و مدلول) در بازنمایی حماسه عاشورا از منظر رسانه‌ای تحلیل نشانه‌شناسی نشان می‌دهد که ارتباط میان دال‌ها (تصاویر، نمادها، رنگ‌ها و ویدئوها) و مدلول‌ها (تصورات معنوی و فرهنگی مخاطبان) در بازنمایی‌های عاشورایی تأثیر زیادی بر انتقال پیام دارد. نمادهایی چون پرچم‌های سیاه و قرمز، تصاویر اسب و شمایل امام حسین (علیه السلام) و رنگ‌هایی مانند سیاه و قرمز مدلول‌هایی از عزاداری، شهادت، شجاعت و مقاومت را تداعی می‌کنند. ویدئوها با افزودن حرکت و صدا، مفاهیم مانند اتحاد و پیروی از امام حسین (علیه السلام) را تقویت می‌کنند. در برخی موارد، فاصله‌ای میان دال و مدلول مشاهده می‌شود، به‌ویژه در تصاویر اغراق‌آمیز که ممکن است مدلول اصلی عاشورا را کم‌رنگ کنند؛ اما برخی تصاویر توانسته‌اند این ارتباط را به خوبی با مفاهیم جهانی مانند عدالت‌خواهی و ایستادگی در برابر ظلم ترکیب کنند. همچنین، استفاده از طراحی‌های گرافیکی مدرن و تلفیق آن با نمادهای سنتی باعث تقویت پیام عاشورا در بین نسل جوان و مخاطبان جهانی می‌شود. این تحلیل نشان می‌دهد که نحوه طراحی و ارائه محتوا نقش کلیدی در تأثیرگذاری بازنمایی‌های عاشورایی دارد. نحوه توجیه و تفسیر رسانه‌ای حماسه عاشورا با توجه به نقش و کارکرد آن در آثار تولیدشده تحلیل نشانه‌شناسی نشان می‌دهد که رسانه‌ها با استفاده از نشانه‌های بصری، متنی و صوتی در سه سطح معنای آشکار، ضمنی و ایدئولوژیک پیام عاشورا را به مخاطبان منتقل می‌کنند. در سطح آشکار، تصاویر سنتی مانند پرچم‌های سیاه و مراسم عزاداری مدلول‌های واضحی از سوگواری و یادبود را منتقل می‌کنند، درحالی‌که در سطح ضمنی، رسانه‌ها به تفسیرهای پیچیده‌تری مانند ایثار و تأثیر عاطفی عاشورا پرداخته و در سطح ایدئولوژیک، پیام‌های جهانی مانند مبارزه با ظلم و دفاع از عدالت را مطرح می‌کنند. همچنین، رسانه‌ها از طراحی‌های مدرن و افکت‌های بصری برای جذاب‌تر کردن پیام

عاشورا استفاده می‌کنند و با بهره‌گیری از موسیقی، صدا و روایت‌های تاریخی، مفاهیم عاشورا را به شیوه‌ای ملموس و عاطفی به مخاطبان منتقل می‌کنند. این تحلیل نشان می‌دهد که رسانه‌ها با ترکیب دال‌ها و مدلول‌ها در سطوح مختلف معنایی، نقش کلیدی در بازنمایی و تفسیر حماسه عاشورا ایفا کرده و آن را به شیوه‌ای مؤثر و متناسب با دنیای امروز ارائه می‌دهند.

کاربرد فرم و تقلیل آن به ابزارها و تمهیدات تضمین‌کننده عملکرد مؤثر در بازنمایی اجتماعی حماسه عاشورا

تحلیل نشانه‌شناسی حماسه عاشورا در رسانه‌های دیجیتال، به‌ویژه در ۷۸ تصویر و ویدئو از اینستاگرام، نشان می‌دهد که رسانه‌ها از فرم‌ها و تمهیدات مختلفی برای بازنمایی این حماسه استفاده می‌کنند که هرکدام نقش مهمی در انتقال پیام عاشورا دارند. نمادهای مذهبی مانند پرچم، علم و تکیه، رنگ‌های سیاه، قرمز و سبز و فرم‌های زبانی مانند نوحه‌ها و اشعار مذهبی مدلول‌های اصلی سوگواری، شهادت و امید را منتقل می‌کنند. تصاویر روایی، نمایش شخصیت‌های عاشورا و استفاده از تکنیک‌های داستان‌گویی نیز حس حضور در واقعه را تقویت می‌کند. همچنین، نمایش فضاهای جمعی مانند دسته‌های عزاداری و استفاده از گرافیک دیجیتال برای جذب مخاطبان جوان، تلفیق سنت و مدرنیته را در رسانه‌ها نشان می‌دهد. فرم‌های چندحسی که صدا، تصویر و موسیقی را ترکیب می‌کنند، تجربه‌ای تأثیرگذارتر ارائه می‌دهند، درحالی‌که فرم‌های مینیمالیستی و تصاویر از زنان و کودکان، پیام‌های عاطفی و ایثاری را تقویت می‌کنند. درنهایت، رسانه‌ها با استفاده از هشتک‌ها و مقایسه‌های جهانی، پیام عاشورا را به عنوان یک الگوی مبارزه با ظلم و دفاع از عدالت جهانی به مخاطبان منتقل می‌کنند.

جمع‌بندی

چارچوب نشانه‌شناسی فردیناند دو سوسور که نشانه را به عنوان رابطه‌ای دوجهی بین دال (شکل مادی) و مدلول (مفهوم ارجاعی) تعریف می‌کند، ابزار قدرتمندی برای تحلیل نمادهای بصری حماسه عاشورا در تصاویر و ویدئوهای اینستاگرام ارائه می‌دهد، همان‌طور که در پژوهش «بررسی حماسه عاشورا به مثابه رسانه با تأکید بر مؤلفه‌های تصویری» بررسی

شده است. این تحلیل بر نمادهایی مانند گهواره حضرت علی اصغر (علیه السلام)، اسب بی سوار و رنگ قرمز تمرکز دارد و دال و مدلول هر یک را مشخص می‌کند، نوع دلالت را به عنوان قراردادی و اجتماعی شناسایی کرده و اثبات می‌کند که رابطه بین دال و مدلول اختیاری است و هیچ پیوند ذاتی بین آن‌ها وجود ندارد. سوسور تأکید دارد که نشانه‌ها در یک نظام نشانه‌ای که او آن را «زبان» می‌نامد، معنا می‌یابند و این معنا از طریق قراردادهای اجتماعی شکل می‌گیرد، نه از ویژگی‌های ذاتی اشیا. این چارچوب به ما امکان می‌دهد تا درک کنیم چگونه نمادهای عاشورایی در رسانه‌های دیجیتال به عنوان حاملان معانی عمیق فرهنگی و مذهبی عمل می‌کنند.

نخست، گهواره حضرت علی اصغر (علیه السلام) به عنوان یک دال بصری در تصاویر و ویدئوهای اینستاگرام بررسی می‌شود. این گهواره، چه به صورت یک شیء واقعی در مراسم عزاداری، چه به صورت گرافیکی در پویانمایی‌ها یا تصاویر دیجیتال، دالی است که در نظام نشانه‌ای شیعی ظاهر می‌شود. مدلول آن، مظلومیت، شهادت بی‌گناه و تراژدی عاشورا است، به‌ویژه به شهادت طفل شش ماهه امام حسین (علیه السلام) اشاره دارد که نمادی از اوج ظلم دشمنان در کربلا است. وقتی مخاطبان شیعی گهواره را در پست‌های اینستاگرام می‌بینند، به سرعت آن را با داستان علی اصغر و احساسات عمیق غم و همدردی مرتبط می‌کنند؛ اما این ارتباط ذاتی نیست؛ گهواره به خودی خود صرفاً یک شیء چوبی یا فلزی است و بدون بافت فرهنگی شیعی، ممکن است صرفاً یک تخت کودک یا حتی یک شیء بی معنا تلقی شود. دلالت گهواره کاملاً اجتماعی و قراردادی است، زیرا جامعه شیعی طی قرن‌ها این شیء را به عنوان نمادی از مظلومیت و فداکاری در عاشورا پذیرفته است. برای اثبات نبود رابطه ذاتی، می‌توان به فرهنگ‌های دیگر اشاره کرد که گهواره در آن‌ها صرفاً نمادی از تولد یا مراقبت از کودک است، بدون بار عاطفی یا مذهبی. حتی در فرهنگ شیعی، اگر جامعه به جای گهواره، شیء دیگری مانند پارچه‌ای خاص را برای یادبود علی اصغر انتخاب می‌کرد، همان معنا منتقل می‌شد. این انعطاف‌پذیری نشان می‌دهد که معنای گهواره به نظام نشانه‌ای و قراردادهای اجتماعی وابسته است، نه به ویژگی‌های فیزیکی آن.

دومین نماد، اسب بی سوار است که به عنوان دالی بصری در تصاویر عاشورایی اینستاگرام، از نقاشی‌های سنتی تا پویانمایی‌های سه بعدی، برجسته است. اسب بی سوار مدلول بازگشت اسب امام حسین (علیه السلام)، ذوالجناح، به خیمه‌ها پس از شهادت او را تداعی می‌کند که نمادی از وفاداری، فقدان و شهادت است. این تصویر در نظام نشانه‌ای شیعی، احساسات عمیقی از غم و احترام به قهرمانی امام را برمی‌انگیزد؛ اما رابطه بین اسب بی سوار (دال) و این معانی (مدلول) اختیاری است. اسب به خودی خود حیوانی است که در فرهنگ‌های دیگر ممکن است نماد قدرت، سرعت یا حتی جنگ باشد، بدون هیچ ارتباطی با عزاداری. برای مثال، در فرهنگ‌های غربی، اسب بدون سوار ممکن است به یک گاوچران گمشده اشاره کند و در فرهنگ‌های بومی آمریکا، معانی متفاوتی دارد. در نظام شیعی، این دال از طریق قراردادهای تاریخی و فرهنگی با داستان ذوالجناح پیوند خورده است. مفهوم «تفاوت» سوسور در اینجا کلیدی است: اسب بی سوار در مقابل اسب با سوار (نماد پیروزی یا حضور) معنا می‌یابد و این تمایز در نظام نشانه‌ای عاشورا، معنای فقدان را تقویت می‌کند. اگر جامعه شیعی نماد دیگری، مانند خیمه خالی را برای این داستان انتخاب کرده بود، همان معنا منتقل می‌شد که اختیاری بودن رابطه را نشان می‌دهد.

سومین نماد، رنگ قرمز است که به عنوان دالی بصری در پرچم‌ها، آسمان غروب، یا لباس‌ها در تصاویر عاشورایی ظاهر می‌شود. مدلول آن، خون، شهادت و فداکاری است، به‌ویژه به خون‌های ریخته‌شده در کربلا اشاره دارد. این رنگ در تصاویر اینستاگرام، چه در گرافیک‌های دیجیتال یا فیلم‌های مراسم، احساسات عمیقی از ایثار و مقاومت را برمی‌انگیزد؛ اما این ارتباط نیز اجتماعی و قراردادی است. رنگ قرمز به خودی خود هیچ معنای ذاتی ندارد؛ در فرهنگ‌های دیگر ممکن است نماد عشق (در غرب)، شادی (در چین)، یا خطر باشد. در نظام نشانه‌ای شیعی، قرمز از طریق قراردادهای فرهنگی با خون شهدا پیوند خورده است. برای اثبات نبود رابطه ذاتی، می‌توان به این نکته اشاره کرد که در برخی فرهنگ‌های اسلامی، رنگ‌های دیگر مانند سفید برای عزاداری استفاده می‌شوند. حتی در خود فرهنگ شیعی، اگر سبز یا سیاه برای شهادت انتخاب شده بود، همان معنا منتقل می‌شد. در تصاویر مدرن اینستاگرام، قرمز گاهی با شعارهای معاصر

مانند «عدالت خواهی» ترکیب می‌شود که مدلول‌های جدیدی به آن اضافه می‌کند و نشان‌دهنده وابستگی معنا به قراردادهای اجتماعی جاری است.

این نمادها در نظام نشانه‌ای عاشورا از طریق روابط هم‌نشینی^۱ و جانشینی^۲ معنا می‌یابند. در هم‌نشینی، گهواره کنار پرچم سیاه، اسب بی‌سوار کنار آسمان قرمز، یا قرمز در کنار نوحه‌ها قرار می‌گیرد و ترکیبی از معانی عاطفی و مذهبی را تقویت می‌کند. در جانشینی، گهواره می‌تواند با پارچه‌ای عزاداری، اسب بی‌سوار با خیمه خالی، یا قرمز با سیاه جایگزین شود، اما معانی مشابهی را منتقل کند. این انعطاف‌پذیری نشانه‌ای دیگر از نبود رابطه ذاتی است. سوسور همچنین به تحلیل هم‌زمانی و درزمانی اشاره می‌کند؛ در تحلیل هم‌زمانی، این نمادها در فرهنگ کنونی شیعه بررسی می‌شوند و در تحلیل درزمانی، تحول آن‌ها از متون تاریخی تا رسانه‌های دیجیتال ردیابی می‌شود. برای مثال، گهواره در متون قدیمی به صورت توصیفی بود، اما در اینستاگرام به شکل گرافیک‌های سه بعدی ظاهر می‌شود که نشان‌دهنده تحول معنایی در بستر اجتماعی است.

تحلیل نشانه‌شناختی ۷۸ تصویر و ویدئوی اینستاگرام مرتبط با حماسه عاشورا نشان می‌دهد که نمادهای گهواره حضرت علی اصغر (علیه السلام)، اسب بی‌سوار و رنگ قرمز در سطوح معنایی چندگانه عمل می‌کنند و معانی آن‌ها از قراردادهای اجتماعی در نظام نشانه‌ای شیعی نشئت می‌گیرد، نه از رابطه‌ای ذاتی بین دال و مدلول. بر اساس نظریه سوسور که نشانه را رابطه‌ای اختیاری بین دال (شکل مادی) و مدلول (مفهوم) تعریف می‌کند، این نمادها در سطح آشکار معانی واضحی را منتقل می‌کنند: گهواره مظلومیت و شهادت طفل بی‌گناه را، اسب بی‌سوار فقدان و وفاداری ذوالجناح به امام حسین (علیه السلام) را و رنگ قرمز خون و شهادت را تداعی می‌کنند. در سطح ضمنی، این دال‌ها احساساتی عمیق مانند همدردی، غم و وفاداری به آرمان‌های عاشورا را برمی‌انگیزند و در سطح ایدئولوژیک، به مفاهیم جهانی مانند مقاومت در برابر ظلم، عدالت خواهی و هویت جمعی شیعی اشاره دارند. این چندلایگی معنایی نشان‌دهنده قدرت این نمادها در رسانه‌های دیجیتال است، اما منشأ این معانی قراردادهای اجتماعی است، نه پیوندی

1. Syntagmatic

2. Paradigmatic

ذاتی. برای اثبات اختیاری بودن رابطه دال و مدلول، می‌توان به گهواره اشاره کرد: این شیء چوبی یا فلزی به خودی خود هیچ معنای مذهبی ندارد و در فرهنگ‌های دیگر صرفاً تخت کودک است، اما در نظام شیعی به مظلومیت علی اصغر پیوند خورده است. اگر جامعه شیعی پارچه‌ای خاص را برای این منظور انتخاب می‌کرد، همان معنا منتقل می‌شد. اسب بی‌سوار نیز در فرهنگ‌های دیگر ممکن است نماد قدرت یا گمشده‌ای غیرمذهبی باشد، اما در عاشورا از طریق داستان ذوالجناح معنای فقدان می‌یابد. رنگ قرمز هم در فرهنگ‌های غربی عشق یا در چین شادی را نشان می‌دهد، درحالی‌که در عاشورا با خون شهدا مرتبط است. این تفاوت‌ها تأیید می‌کند که معانی این دال‌ها به نظام نشانه‌ای شیعی وابسته است. حتی در خود فرهنگ شیعی، نمادهای جایگزین مانند علم‌های عزاداری یا لباس سیاه معانی مشابهی دارند که وابستگی به قراردادهای نشان می‌دهد. مقایسه با فرهنگ‌های دیگر، مانند هندوئیسم که سفید را برای عزاداری به کار می‌برد یا سنت‌های بومی با رنگ آبی، اختیاری بودن این رابطه را تقویت می‌کند. در اینستاگرام، این دال‌ها با گرافیک‌های مدرن و هشتک‌های جهانی مانند «عدالت» ترکیب می‌شوند و معانی جدیدی مانند مقاومت جهانی را منتقل می‌کنند که تحول معنایی آن‌ها را نشان می‌دهد. این انعطاف‌پذیری تأیید می‌کند که هیچ رابطه ذاتی بین دال و مدلول وجود ندارد، بلکه معنا از طریق توافقات اجتماعی در نظام نشانه‌ای عاشورا شکل می‌گیرد. این تحلیل نه تنها توانایی نظریه سوسور را در تبیین نشانه‌های فرهنگی نشان می‌دهد، بلکه نقش رسانه‌های دیجیتال را در بازآفرینی و جهانی‌سازی پیام عاشورا برجسته می‌کند، جایی که گهواره، اسب بی‌سوار و رنگ قرمز به عنوان دال‌های قدرتمند، ارزش‌های مذهبی و اجتماعی را به مخاطبان متنوع منتقل می‌کنند.

نتیجه‌گیری

بازنمایی رسانه‌ای حماسه عاشورا، به‌ویژه در بستر رسانه‌های دیجیتال نظیر اینستاگرام، تنها تکرار یک خاطره تاریخی یا اجرای یک آیین مذهبی نیست؛ بلکه تبدیل به یک بستر راهبردی برای بازسازی هویت دینی، حفظ انسجام اجتماعی و ارتقای مقاومت فرهنگی در برابر تهاجمات نرم و جنگ شناختی شده است. یافته‌های این پژوهش، با بهره‌گیری از دو رویکرد مکمل تحلیل مضمون و نشانه‌شناسی، نشان دادند که مؤلفه‌های بصری عاشورایی

در رسانه‌ها - اعم از رنگ‌ها، نمادها، اشیای آیینی، صحنه‌ها و سبک‌های روایی - نه تنها توانایی برانگیختن احساسات مخاطب را دارند، بلکه حامل پیام‌هایی هستند که می‌توانند مقاومت نرم و بازدارندگی فرهنگی را در سطح فردی، جمعی و حتی ملی فعال سازند.

گهواره حضرت علی اصغر (علیه السلام) به عنوان نماد مظلومیت کودک بی‌گناه در برابر قساوت، اسب بی‌سوار ذوالجناح به عنوان نشانه فقدان و قهرمانی، رنگ سرخ به عنوان دال شهادت و خون، یا پرچم‌های سیاه به عنوان نشانه سوگواری و تعهد، همه و همه نشانه‌هایی هستند که در نظام فرهنگی شیعه معنا یافته‌اند و در فضای رسانه‌ای امروز، بازتعریف و بازکاربرد شده‌اند. این نمادها، بسته به شیوه ارائه، می‌توانند مفاهیم اخلاقی، احساسی، فرهنگی و ایدئولوژیک را به صورت هم‌زمان منتقل کنند. تحلیل نظری نشان می‌دهد که این نشانه‌ها در سطوح مختلف معنا (سطح آشکار، ضمنی و ایدئولوژیک) عمل می‌کنند و رمزگذاری درست آن‌ها، نقشی تعیین‌کننده در کیفیت تأثیرگذاری آن‌ها دارد.

نکته مهم آن است که بازتابی‌های عاشورایی، اگر در چارچوب روایتی هدفمند و شناخت محور قرار گیرند، می‌توانند نقش دفاعی و بازدارنده جدی در برابر پروژه‌های تخریبی رسانه‌های معارض ایفا کنند. در شرایطی که رسانه‌های معاند با بهره‌گیری از تکنیک‌های جنگ شناختی، درصدد تحریف مفاهیم بنیادین مذهبی، تقلیل باورها به سطح خرافه، یا بی‌اثر کردن سوگ عاشورا هستند، بازتابی هنرمندانه و هوشمندانه این مفاهیم در شبکه‌های اجتماعی، پاسخی فرهنگی و غیرمستقیم اما قدرتمند است. چنین رویکردی دقیقاً در چارچوب پدافند غیرعامل فرهنگی قرار می‌گیرد؛ چراکه بدون درگیری مستقیم یا اعمال محدودیت فیزیکی، از طریق زبان نماد، ذهن مخاطب را مسلح می‌کند. این پژوهش همچنین نشان داد که تأثیرگذاری پیام‌های عاشورایی، صرفاً به محتوا محدود نیست؛ بلکه فرم، ساختار رسانه‌ای، زیبایی‌شناسی گرافیکی، صدا، افکت، هشتک و نوع روایت نیز در این انتقال معنا نقش ایفا می‌کنند. رسانه‌های دیجیتال، در قیاس با رسانه‌های سنتی، بُعد مشارکتی و چندوجهی به بازتابی عاشورا بخشیده‌اند. کاربران دیگر صرفاً مصرف‌کننده نیستند، بلکه خود در تولید، بازنشر، تفسیر و بازتعریف محتوا نقش دارند. این امر هم فرصت است و هم تهدید؛ از یک سو می‌توان عاشورا را به صورت خودجوش و غیررسمی گسترش داد؛ از سوی دیگر، در نبود سواد رسانه‌ای و نشانه‌شناسی، تحریف و سوء برداشت نیز گسترش می‌یابد.

بنابراین، مدیریت فرهنگی بر این حوزه، به معنای سانسور یا جهت‌دهی صلب نیست؛ بلکه به معنای طراحی و هدایت هوشمندانه معناست. سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید بر تربیت نیروهای فرهنگی مسلط بر نشانه‌شناسی، طراحی گرافیک با هویت بومی و روایتگری خلاقانه تأکید کند. باید از تک‌گویی کلیشه‌ای به سمت روایت مشارکتی هوشمندانه حرکت کرد؛ روایتی که ضمن حفظ اصالت و تقدس عاشورا، آن را به زبان امروز برای نسل امروز قابل درک، قابل باور و قابل دفاع سازد.

در سطح راهبردی، عاشورا را می‌توان به عنوان یک منبع بازدارندگی نرم در مقابل تهدیدات فکری، روانی و رسانه‌ای دشمن تعریف کرد. اگر حماسه کربلا را به عنوان الگویی از کنش کنترلی در برابر ظلم، استبداد و تحریف بدانیم، بازتابی رسانه‌ای آن نیز می‌تواند به مثابه الگوی کنش فرهنگی بازدارنده در برابر جنگ روایت‌ها عمل کند. همان‌طور که در میدان نظامی، سامانه‌های دفاعی برای مهار تهدیدات فیزیکی طراحی می‌شوند، در میدان نبرد رسانه‌ای نیز نمادها و نشانه‌های فرهنگی باید با مهندسی دقیق، تبدیل به سپرهای معنایی و امنیت روانی جامعه شوند.

عاشورا از این منظر، صرفاً یک آیین سنتی نیست، بلکه یک «الگوی راهبردی مقاومت نرم» است که هم حافظ معناست، هم فعال‌کننده وجدان جمعی. اگر بازتابی آن در رسانه‌ها به درستی مدیریت، تبیین و بازسازی شود، می‌تواند مهم‌ترین تکیه‌گاه پدافند غیرعامل فرهنگی در دوران نبرد روایت‌ها باشد.

پیشنهادهای

بر اساس نتایج و یافته‌های تحقیق، پیشنهادهایی به منظور بهبود بازتابی عاشورا در رسانه‌های دیجیتال ارائه می‌شود:

۱. تولید محتوای تصویری باکیفیت و طراحی‌های گرافیکی مدرن، محتوای جذاب و متناسب با نسل‌های جدید ایجاد می‌کند. این رویکرد ارتباط مؤثری با مخاطبان جوان برقرار کرده و پیام عاشورا را به زبانی قابل فهم منتقل می‌کند. بهره‌گیری از فناوری‌هایی مانند واقعیت افزوده، تجربه بصری را غنی‌تر کرده و تأثیر پیام‌های مذهبی و فرهنگی را افزایش می‌دهد.

۲. ترکیب نمادهای سنتی عاشورا مانند پرچم سیاه و گهواره با گرافیک‌های پیشرفته و پویانمایی‌های سه بعدی، جذابیت بصری را برای جوانان افزایش می‌دهد. این تلفیق، ضمن حفظ اصالت فرهنگی، پیام عاشورا را به صورت پویا ارائه کرده و مفاهیم عمیق آن را به نسل‌های مختلف منتقل می‌کند.
۳. تولید محتوا با مسئولیت اخلاقی و استفاده از منابع معتبر و مشاوره کارشناسان مذهبی، از تحریف پیام‌های عاشورا جلوگیری می‌کند. این رویکرد تصاویر و ویدئوها را با مفاهیم اصیل عاشورا هم‌راستا کرده، از سوء تفاهم‌ها می‌کاهد و درک صحیحی از این حماسه را ترویج می‌دهد.
۴. بهره‌گیری از جلوه‌های ویژه بصری، موسیقی و تصاویر باکیفیت، احساسات مخاطبان را تحریک می‌کند. ویدئوهای چندحسی با ترکیب نوحه و روایت‌های تاریخی، تجربه‌ای عاطفی ایجاد کرده و پیام عاشورا را در ذهن مخاطب حک می‌کند. این تکنیک‌ها تأثیرگذاری محتوا را در فضای دیجیتال تقویت می‌کنند.
۵. توجه به ارتباط معنایی بین دال‌ها (نمادها و رنگ‌ها) و مدلول‌ها (مفاهیم مذهبی) در طراحی تصاویر، ارتباط عمیقی با مخاطب برقرار می‌کند. انتخاب دقیق نمادها، مانند قرمز برای شهادت، پیام عاشورا را مستحکم کرده و هویت فرهنگی شیعی را در رسانه‌های دیجیتال تثبیت می‌کند.
۶. به‌روزرسانی سبک‌های تصویری با تصاویر مستند، گرافیک‌های مینیمالیستی و داستان‌گویی بصری، جذابیت را افزایش می‌دهد. این به‌روزرسانی ارتباط مستمر با مخاطبان جوان را تضمین کرده و پیام عاشورا را به شکلی مؤثر و پویا به نسل‌های مختلف منتقل می‌کند.
۷. استفاده از نقد و تحلیل‌های تصویری با همکاری کارشناسان رسانه و نشانه‌شناسی، تحریف‌ها را شناسایی و کیفیت محتوا را بهبود می‌بخشد. این رویکرد تأثیر مثبت تصاویر عاشورایی را تقویت کرده و از سوء تفاهم‌ها در انتقال پیام‌های این حماسه جلوگیری می‌کند.

منابع

- ادراکی، صدیقه، (۱۴۰۰)، تحلیل سوگ نگاره حماسه عاشورا در نقاشی‌های معاصر کودکان با تکیه بر رویکرد فرهنگ دیداری، نخستین همایش ملی تجلی آئین‌های عاشورا در هنر ایرانی، کرمان.
- خدابخشی، سمیه، (۱۳۹۶)، نگاهی به علم و درفش از نمادهای تصویری عزاداری صفوی، اولین کنفرانس ملی نمادشناسی در هنر ایران با محوریت هنرهای بومی، بجنورد.
- روحانی، حمیدرضا و صدیقیان، محبوبه، (۱۳۹۶)، روایت تصویری عاشورا در نسخ چاپ سنگی، دومین کنفرانس بین‌المللی مطالعات اجتماعی فرهنگی و پژوهش دینی، رشت.
- زارعی، پروانه، (۱۳۹۵)، درس‌ها و عبرت‌های حماسه عاشورا در جهان امروز، دومین سمینار پژوهشی هندسه معرفت دینی با موضوع حماسه و عرفان، کرمانشاه، دومین سمینار پژوهشی هندسه معرفت دینی با موضوع حماسه و عرفان.
- زمانیان، پویا و کسیری، مهری، (۱۴۰۰)، مقایسه عکس‌های عاشورا در عهد قاجار با عهد پهلوی، نخستین همایش ملی تجلی آئین‌های عاشورا در هنر ایرانی، کرمان.
- سنگریان، حسین و صادقی، عادل، (۱۴۰۰)، چگونگی بازتابی نمادهای عاشورایی در سریال مختارنامه، فصلنامه مطالعات دینی رسانه، دوره: ۳، شماره: ۹.
- کاهیرده، نسیم و بهار، مهری، (۱۳۸۹)، تحلیل گونه‌های گفتمانی متأثر از محتوای مناسک عاشورا (از خلال تحلیل گفتمان نشریات مرتبط با موضوع عاشورا)، دوفصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، دوره: ۵، شماره: ۵.
- محمدی مهر، غلامرضا و محمدی بحرانی، سید احمد، (۱۳۹۹)، محرم در قاب تلویزیون: تحلیل محتوای ویژه برنامه‌های تلویزیونی محرم در سال، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره: ۲۷، شماره: ۱۰۴.
- مزیدی شرف‌آبادی، مجید و کلاه‌کج، منصور و ذکاوت، سحر، (۱۴۰۰)، تحلیل بازتابی واقعه کربلا در آثار نقاشی استاد حبیب‌الله صادقی، نخستین همایش ملی تجلی آئین‌های عاشورا در هنر ایرانی، کرمان.
- هاشمی، شهناز، (۱۳۹۴)، بازتابی تأثیر رسانه‌ها، اولین همایش ملی علوم و فناوری‌های نوین ایران، تهران.
- Al-Zaman, M. S. (2022). Social mediatization of religion: islamic videos on YouTube. Heliyon, 8(3).
- Babel, A. M. (2025). A Semiotic Approach to Social Meaning in Language. Journal of Sociolinguistics.
- Christou, P. A. (2024). Thematic Analysis through Artificial Intelligence (AI). The Qualitative Report, 29(2), 560-576.
- Hashmi, U. M., Rashid, R. A., & Ahmad, M. K. (2021). The representation of Islam within social media: A systematic review. Information, Communication & Society, 24(13), 1962-1981.
- Lagopoulos, A. P., & Boklund-Lagopoulou, K. (2020). Theory and methodology

of semiotics: The tradition of Ferdinand de Saussure (Vol. 28). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

- Yakin, H. S. M., & Totu, A. (2014). The semiotic perspectives of Peirce and Saussure: A brief comparative study. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 155, 4-8.