

بازنمایی اسلام و ایران در رسانه‌های غرب

نوشته
عبدالله بیجرانلو*

چکیده

در این مقاله تحول در بازنمایی رسانه‌های اسلام و ایران در رسانه‌های تصویری غرب در طول دهه‌های اخیر، به‌ویژه در ابتدای هزاره جدید، تجزیه و تحلیل می‌شود و تلاش شده است نکات و مسائل اساسی در محصولات این رسانه‌ها در بازنمایی ایران و اسلام، تبیین شوند. در این میان بازنمایی اسلام پس از حوادث یازده سپتامبر سال ۲۰۰۱ میلادی و بازنمایی ایران، پس از تسخیر سفارت آمریکا در ایران، به عنوان موضوعاتی اساسی و مورد تمرکز فعالیت رسانه‌های غرب و به‌طور خاص، بررسی و راهبردهای رسانه‌های اتخاذ شده در این زمینه‌ها نیز تشریح شده است. برای این منظور، آثار مختلف رسانه‌های شامل فیلم‌های سینمایی، فیلم‌های مستند و فیلم‌های کوتاه متعددی، معرفی و تحلیل شده است.

کلید واژه: رسانه، بازنمایی، ایران و اسلام

مقدمه

در سه دهه گذشته تحولات بسیاری در زمینه ارتباطات رسانه‌های رخ داده است. شبکه‌های ماهواره‌ای گسترش روزافزونی پیدا کرده و دسترسی صاحبان رسانه‌ها به مخاطبان سهل‌تر شده است.

در سه دهه اخیر در سرتاسر جهان، انفجار ارتباطات به وقوع پیوسته که تلویزیون سردمدار آن بوده است. در آمریکا که بیش از هر جا گرایش به تلویزیون دیده می‌شود، در اواخر دهه ۱۹۸۰، تلویزیون هر دقیقه و از هر کانال ۳۶۰۰ تصویر را نشان می‌دهد. براساس گزارش نیلسن، در هر خانواده آمریکایی به طور میانگین هفت ساعت در روز تلویزیون روشن بود و هر

فرد بالغ به طور متوسط روزانه چهارونیم ساعت به تماشای تلویزیون می‌نشیند (کاستلز، ۱۳۸۰).

از طرف دیگر پیشرفت‌ها در عرصه فناوری اطلاعات نیز باعث بروز پدیده‌ها و تحولات جدیدی در فضای رسانه و ارتباطات رسانه‌ای شد. در پایان دهه ۱۹۹۰ میلادی شنیدن یا دیدن برنامه‌های رادیو تلویزیون از طریق اینترنت امکان پذیر شد. شبکه‌های ماهواره‌ای نیز پخش جهانی را سرعت بخشیدند و کمبود کیفیت پخش اینترنتی را جبران کردند (میرعابدینی، ۱۳۸۶: ۴۲).

رادیو و تلویزیون، امروز متفاوت از گذشته، در واقع مجموعه‌ای از رسانه‌ها، چند رسانه‌ای‌ها و فناوری‌های جدیدند که به سبب داشتن توان پاسخگویی به نیازهای تولید خبر، اطلاعات و پیام، با هدف آگاهی‌بخشی، ایجاد سرگرمی و گذران فراغت، از راه تولید برنامه‌های گوناگون به وسیله‌ای ضروری و حتی حیاتی برای زندگی تبدیل شده‌اند که بدون دسترسی به آن‌ها تقریباً زندگی غیرقابل تصور است (میرعابدینی، ۱۳۸۶: ۲۲).

در کنار رسانه قدرتمند تلویزیون، سینما به عنوان یک هنر- فناوری - صنعت همچنان از مخاطبان و طرفداران خاص خود برخوردار است، حتی تلویزیون همچنان مصرف‌کننده تولیدات سینما است. بسیاری از فیلم‌های سینمایی در شبکه‌های تلویزیونی جهان برای این شبکه‌ها مخاطب جذب می‌کنند و حتی شبکه‌های تلویزیونی متعددی به‌طور خاص برای نمایش فیلم‌های سینمایی ایجاد شده است.

تحول در محتوای رسانه‌ها

به موازات تحولاتی که در زمینه‌های سخت‌افزاری ارتباطات جمعی رخ داده است، در جنبه‌های نرم‌افزاری و محتوای ارائه شده در رسانه‌ها نیز تغییرات چشمگیر و بسیار منظمی رخ داده است که به‌طور خلاصه می‌توان گفت دیپلماسی رسانه‌ای و فرهنگی به‌شدت در خدمت راهبردهای سیاسی و حتی در برخی دوره‌ها راهبردهای نظامی قرار گرفته است. نمونه مشهود این موضوع را در حوادث مربوط به یازده سپتامبر، افغانستان و عراق شاهد بودیم که پیش از وقوع این حوادث، در جریان آن‌ها و نیز پس از وقوع، رسانه‌ها به ویژه سینما و تلویزیون، چگونه به موازات خط نظامی و سیاسی غالب در این فضا حرکت کردند.

بعد از یازده سپتامبر، نیاز به تسخیر قلوب و اذهان مردم خارجی، در ذهن سیاسی آمریکاییان ظاهر شد، به گونه‌ای که به مثابه پدیده‌ای جدید خود را نشان داد، در صورتی که در عمل، فعالیت‌های اطلاعاتی خارجی، یک بخش انتقادی برانگیز راهبرد جنگی آمریکا از زمان انقلاب این کشور بود. با این حال، سابقه تاریخی آمریکا، یک الگوی ایستایی و حرکت را آشکار می‌سازد که در پیوند با مباحث بازاریابی شده نمایان می‌شود. مباحثی که از توقف و حرکت میان جنگ و صلح حاصل شده و پنهان مانده است. برجسته‌ترین مبحث این است که

فعالیت‌های اطلاع‌رسانی مورد حمایت دولت، "تبلیغات متقلبانه" یا "دیپلماسی عمومی" مستدل و صحیح‌اند. حتی در طول [به اصطلاح] جنگ علیه تروریسم، تبلیغات و دیپلماسی عمومی، به جای نگرسته‌شدن به‌مثابه دو ابزار اقطاع، به منزله عوامل قابل جایگزینی یکدیگر مورد توجه بودند. با این حال، طبق برخی نظرسنجی‌ها در جهان، دیپلماسی عمومی آمریکا پس از یازده سپتامبر، بیش از آن که متحدساز باشد، دشمن‌تراش بود (کمالی‌پور، ۱۳۸۶: ۲۷۷).

بازنمایی اسلام پس از یازده سپتامبر

در این میان، اسلام به‌صورت بسیار هدفمند، برنامه‌ریزی شده و مکرر هدف تبلیغات رسانه‌ای قرار گرفت. فیلم‌ها و مستندهای زیادی در سه دهه گذشته علیه اسلام و ایران ساخته شده است. از جمله این محصولات رسانه‌ای که در مورد اسلام ساخته شده است عبارت‌اند از:

۱. "ملک خداوند" (به کارگردانی، ریدلی اسکات. موضوع قدس و مسئله فلسطین را به گونه‌ای مطرح می‌کند که در آن راه حل مسئله فلسطین، صلح با رژیم صهیونیستی قلمداد می‌شود).
۲. "مرگ یک رئیس‌جمهور" (مسلمانان به ترور رئیس‌جمهور آمریکا متهم می‌شوند).
۳. "کنستانتین"، (در این فیلم، مامون که همان محمد است، پسر شیطان یا دجال است).
۴. "برادری ترور" (حوادث یازده سپتامبر ۲۰۰۱ در آمریکا را بهانه قرار داده است تا موضوع جهاد و به تعبیر سازندگان آن، تروریسم در میان مسلمانان را بررسی کند).
۵. "دغدغه - جنگ اسلام رادیکال علیه غرب" (این فیلم تلاش کرده است با بهانه قرار دادن حوادث یازده سپتامبر ۲۰۰۱ در آمریکا، مارس ۲۰۰۴ در اسپانیا و بمب‌گذاری اوت ۲۰۰۵ در لندن، در اذهان مخاطبان غربی، خطر اسلام جهادی را برجسته کند). این مستند نمونه‌ای از صدها فیلم و برنامه تلویزیونی است که بعد از سال ۲۰۰۱ علیه اسلام ساخته شد و به بازنمایی "ما" یعنی آمریکایی‌ها و "دیگران"، عمدتاً مسلمانان، پرداختند.
۶. "فتنه" (در این فیلم کوتاه هلندی، که اعتراضات جهانی مسلمانان را برانگیخت، تلاش شده بود بین حوادث خشونت‌بار در غرب و اعتقادات مسلمانان در خصوص جهاد ارتباط برقرار کند، به‌ویژه از طریق ارجاع دادن به آیاتی از قرآن مجید که درباره جهاد نازل شده است. هدف اصلی فیلم، تقویت اسلام‌هراسی در غرب و ایجاد نگرانی وحشت از گسترش اسلام در غرب به‌ویژه در هلند بود.

در اینجا مجال پرداختن به همه فیلم‌هایی که تصویری جعلی و دروغین از مسلمانان در رسانه‌های غرب ارائه کرده است وجود ندارد، از این‌رو صرفاً یکی از مهم‌ترین‌شان یعنی فیلم کوتاه "تسلیم" که پخش آن در هلند باعث برانگیخته شدن خشم مسلمانان اروپا و دیگر نقاط جهان شد، به‌طور اجمالی معرفی می‌شود. این فیلم، در واقع مونولوگی است که به اصطلاح یک

زن مسلمان (که نقش آن را زنی آفریقایی تبار به نام هرشی علی بازی کرده است) با خدا دارد. این زن چنین می‌گوید: خداوندا من در حالی با تو سخن می‌گویم که براساس آیات تو بنده‌ای گنهکارم. تو در کتاب خود گفته‌ای زن و مردی که زنا کنند باید صد تازیانه بخورند و در این مجازات، هیچ بخششی روا نیست، زیرا تو به صراحت به چنین مجازاتی امر کرده‌ای. هرکس به روز قیامت ایمان داشته باشد باید به این قانون تن دهد و جمعی از مؤمنان نیز باید بر آن شاهد باشند. دو سال قبل روزی به بازار رفتم و در آنجا با رحمان آشنا شدم. او زیباترین مردی بود که من در تمام عمرم دیده بودم. پس از آن هیچ‌گاه چهره او از خاطر من محو نشد تا آنجا که تصور می‌کردم حضور همزمان من و او در بازار، اتفاقی ساده نبوده است.

او در ادامه با اشاره به عشق خود به رحمان، از ازدواج خود با مردی به نام عزیز به اصرار پدرش اشاره می‌کند و می‌گوید: پدرم گفت او مردی ثروتمند است و می‌تواند تو را خوشبخت کند. سپس وی به بی‌علاقه بودنش به شوهر و متهم شدن از جانب شوهر به خیانت و دانمأ مشقت و لگدکوب شدن توسط شوهرش اشاره می‌کند و می‌گوید: خداوندا تو به من دستور دادی حس مادرانه را در خود تقویت کنم و خطا نکنم و من همین کار را انجام دادم. من هرگز اجازه ندادم نامحرم مرا ببیند، هرگز. زیورآلاتم را بر هیچ نامحرمی آشکار نکردم، هرگز پاهایم را به زمین نکوبیدم تا خلخال‌هایم صدا نکنند و هرگز جز در مواقع ضروری از خانه خارج نشدم و برای آن از پدرم اجازه گرفتم، همان‌طور که تو می‌خواستی. اما اکنون احساس می‌کنم دوست دارم باد بر موهایم بوزد، دوست دارم در کنار ساحل، آفتاب به‌طور مستقیم بر پوستم بتابد و از همه مهم‌تر، دوست دارم به نقاط مختلف دنیا سفر کنم و جاهای مختلف و انسان‌های متفاوت را ببینم، ولی می‌دانم این هرگز امکان ندارد چون تو مرا برای این آفریده‌ای که مادر باشم و این خواسته تو است. بنابراین من تمام بدنم را از سر تا پا می‌پوشانم جز وقتی که در خانه‌ام و با نزدیکان زندگی می‌کنم. او در ادامه با اشاره به قصد عمویش برای تعرض به او، رو به خدا آورده و چنین می‌گوید: خداوندا تو در کتابت از ما خواسته‌ای به تو ایمان داشته باشیم و به سوی تو رو آوریم. تو به همه وعده دادی که اگر به تو رو آورند صاحب همه چیز می‌شوند. من هیچ چیز ندارم، با وجود این به تو رو می‌کنم. اکنون من از تو می‌خواهم مرا نجات دهی. من هنوز همان‌طور که تو خواسته‌ای، حجاب کامل دارم. در این مونولوگ که همراه با موسیقی تند و بسیار برانگیزنده خوانده می‌شود، تلاش شده است با اشاره به نام دین "اسلام"، تسلیم کورکورانه و نگاه متحجرانه و مرتجعانه را به عنوان "تسلیم" در برابر خداوند — از دید مسلمانان — قلمداد کند. در واقع این فیلم، به‌گونه‌ای جهان‌پدیداری زن مسلمان را بیان می‌کند که گویی او کنیز یا خدمتکاری جنسی در خدمت شوهر هرزه‌ای است که او علاقه قلبی به شوهرش ندارد، اما صرفاً به خاطر دستور اسلام باید کورکورانه مطیع باشد.

ادامه مسیر شرق‌شناسی

ادوارد سعید در کتاب پرورش خبری اسلام در غرب برخی ریشه‌های نگاه ستیزه‌جویانه رسانه‌های غرب به اسلام و ایران را موشکافی کرده است. او معتقد است دست‌کم از اواخر قرن هجدهم تا به امروز، واکنش جدید غربیان در قبال اسلام، تحت سیطره نوعی تفکر ساده شده قرار داشته است که هنوز هم می‌تواند به نام "شرق‌شناسی" خوانده شود. مبنای کلی تفکر شرق‌شناسانه نوعی جغرافیای تخیلی و با وجود این، به نحو وحشتناکی قطب‌بندی شده است که جهان را به دو بخش غیرمساوی تقسیم می‌کند: بخش بزرگ و "متفاوت" آن به نام "مشرق زمین" خوانده می‌شود و آن دیگری که همچنین تحت عنوان جهان "ما" نیز خوانده می‌شود، نام مغرب زمین یا "غرب" را به روی خود دارد. سرنوشت خاص اسلام در قالب ساختار عمومی شرق‌شناسی این بوده که اول از همه به صورت یکپارچه و یکدست دیده شود و سپس اینکه خصومت و ترسی خاص را ایجاد کند. البته دلایل مذهبی، روان‌شناختی و سیاسی متعددی برای این امر وجود دارد؛ اما همه این دلایل از این احساس و معنا سرچشمه می‌گیرد که تا آنجا که به مغرب زمین مربوط است، اسلام نه تنها نمایش‌گر رقیبی گریزناپذیر است بلکه همچنین معارضی جدید برای مسیحیت به حساب می‌آید. در طول عمده دوران قرون وسطی و در طول سال‌های اول رنسانس در اروپا، اعتقاد همگانی بر این بود که اسلام یک دین شیطانی ارتدادگونه، بدعت‌آمیز و توأم با ابهام و تیرگی است. برای مسیحیان، این موضوع اهمیت داشت که حضرت محمد (ص) را پیامبری باطل و دروغین بدانند، کسی که بذر اختلاف و ناسازگاری می‌پاشید. حتی این گونه نگرش به حضرت محمد (ص) صرفاً در سطح اعتقادی محدود نمانده بود بلکه رویدادهای حقیقی در عالم واقعی، اسلام را به صورت نیروی سیاسی قابل ملاحظه‌ای در آورده بود. حتی هنگامی که جهان اسلام به دوره‌ای از زوال و اروپا به دوره‌ای از ترقی و تعالی وارد شده بود، هنوز ترس از "دین محمدی" پابرجا بود. جهان اسلام از همه ادیان غیرمسیحی به اروپا نزدیک‌تر بود. در مورد سایر تمدن‌های بزرگ مشرق زمین — از جمله هندوستان و چین — چنین تصور می‌شد که آن‌ها شکست خورده و دور هستند و لذا منشأ نگرانی دائمی نیستند. این تنها اسلام بود که به نظر می‌رسید هرگز به‌طور کامل تحت سلطه و تسلیم غرب درنیامده است. پس از افزایش چشمگیر بهای نفت در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی چنین به نظر می‌رسید که جهان اسلام بار دیگر در آستانه فتوحات اولیه خویش است، به نظر می‌آمد که کل غرب دستخوش لرزه شده است.

بازنمایی ایران و ایرانیان

در سال ۱۹۷۹ میلادی، ایران صحنه اصلی را از آن خود کرد و موجب شد تا آمریکایی‌ها دچار هیجان و اضطرابی فزاینده شوند. ملتی توانسته بود با چنین فاصله جغرافیایی و تفاوت با آمریکا بدین شدت آمریکا را درگیر سازد. هرگز آمریکایی‌ها چنین فلج، و در جهت اقدام و جلوگیری

از وقوع حوادث دراماتیک بیایی، چنین فاقد قدرت نبوده‌اند و هرگز در همه این ماجراها نتوانسته‌اند ایران را از ذهن خویش بیرون کنند، چرا که این کشور در سطوح مختلف با مزاحمتی گستاخانه به ساحت زندگی ایشان تخطی می‌کرده است. نظام جدیدی که خود را اسلامی می‌نامید و به نظر می‌رسید حکومتی مردمی و ضدامپریالیستی باشد، در شرف تولد بود. تصویر آیت‌الله خمینی وسایل ارتباط جمعی را قبضه کرده بود، که البته چیز زیادی از وی بیان نمی‌کردند الا اینکه وی سخت دل و لجوج، قدرتمند و عمیقاً از دست آمریکا عصبانی است (سعید، ۱۳۷۸: ۴۴-۴۷).

در واقع، گرچه نگاه رسانه‌های غرب به ویژه آمریکا همواره به مسلمانان، نگاهی ناشی از همان سوگیری بوده است که ادوارد سعید به‌دقت آن را تجزیه و تحلیل کرده و ریشه‌های تاریخی و روان‌شناختی آن را ذکر کرده است، اما تا پیروزی انقلاب اسلامی، به دلیل هم پیمانی شاه ایران با آمریکا، ایران در مسیر تبلیغات منفی غرب نبود و حتی در رسانه‌های این کشور سعی می‌شد ایران کشوری مرفی و رو به جلو متفاوت با دیگر کشورهای منطقه جلوه کند. اما با وقوع انقلاب اسلامی در ایران، پرداخت رسانه‌ای غرب به ایران نیز کاملاً شکل دیگری پیدا کرد. به عبارت دیگر، تا زمانی که سیاست‌های حکومت ایران با ارزش‌های نظام لیبرال در تعارض یا تراحم نبود، ایران در ردیف کشورهای مرفی و رو به پیشرفت و تحول معرفی می‌شد. همان اتفاقی که اکنون در خصوص برخی پادشاهی‌ها یا حکومت‌های مادام‌العمر خاورمیانه و شمال آفریقا انجام می‌شود.

تسخیر سفارت آمریکا، موضوعی جذاب برای رسانه‌های غرب

یکی از موضوعاتی که از سال‌های اولیه انقلاب اسلامی، در فضای سینمایی و رسانه‌ای، بسیار مورد توجه بوده، موضوع تسخیر لانه جاسوسی آمریکا توسط دانشجویان پیرو خط امام (ره) است که در فضای سینمای غرب، فیلم‌هایی مانند "محاصره" و "عقاب‌ها" درباره آن ساخته شده است. به‌علاوه در مستندهایی مانند "ایران، خطرناک‌ترین ملت" و "سفر انقلابی به ایران" به تفصیل به آن پرداخته شده است و هرگاه رسانه‌های آمریکایی اراده کرده‌اند که تأثیرگذاری بیشتری بر مخاطبان خود در جهت برانگیختن آن‌ها بر ضد ایران داشته باشند، این موضوع را به‌عنوان داغی قدیمی بر پیکر سیاستمداران آمریکا مطرح و تلاش کرده‌اند از این طریق همدلی مخاطبان را نیز به‌دست آورند.

ادوارد سعید، استاد فقید دانشگاه کلمبیا (فلسطینی‌الاصیل)، در کتاب فرهنگ و امپریالیسم ضمن اشاره به تأثیرگذاری دیپلماسی سیاسی بر دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای و در نتیجه به خدمت گرفته شدن رسانه‌ها در این فضا می‌گوید: برای مثال در بحران گروگان‌گیری ایران، سرنگون‌ساختن پرواز شماره ۰۰۷ هواپیمایی کره، ماجرای آشیل لانورا، جنگ‌های لیبی، پاناما و عراق همچون "اسم شب"، "هزار و یکشب" به مثابه طرحی غیرقابل بحث تا آخرین جزئیاتش،

ناگهان افکار عمومی از سوی رسانه‌ها و پوشش‌های حیرت‌آور (مطبوعاتی) اشباع می‌شود. به این ترتیب، این واقعیت است که ساخته می‌شود. آدورنو می‌گوید: محو کامل جنگ توسط اطلاعات، تبلیغات، تفسیرها، همراه با فیلمبرداران خط اول جبهه و خبرنگاران جنگی که با مرگی قهرمانانه می‌میرند، معجزه‌آسا است از دستکاری‌های هوشمندانه در افکار عمومی و کارهای غفلت افکن: تمام این‌ها نشان دیگری است برای تحقیر واقعیت، خلتی میان انسان و سرنوشت او که در همین خلأ سرنوشت واقعی او نهفته است. گویی سفالینه‌های زمخت وقایع است که جای واقعیت را گرفته. انسان‌ها تبدیل به نقش‌هایی گذرا در یک فیلم مستند هیولایی شده‌اند (سعید، ۱۳۸۲: ۴۶۲-۴۶۳).

ادوارد سعید در کتاب پوشش خبری اسلام در غرب این طور نوشته است:

بی‌درنگ پس از اشغال سفارت ایران بخش اعظمی از برنامه‌های اخبار شبانه در آمریکا را به خود اختصاص داد. تا چندین ماه متوالی، کانال تلویزیونی ای‌بی‌سی در آخر شب‌ها برنامه مخصوصی را به نام "آمریکا در گروگان" پخش می‌کرد، و گزارش مک‌نیل / لهرر در کانال بی‌بی‌سی نیز برنامه‌های زیادی را به این بحران اختصاص داد. ماها نیز والتز کرانکیت به برنامه خود تحت عنوان "اوضاع این طوری است" تذکره‌ای اضافه می‌کرد که تا آن روز چند روز است که گروگان‌ها در اسارت بوده‌اند؛ روز دویست و هفتم از این قبیل. هودینگ کارتر، سخنگوی وزارت خارجه آمریکا در عرض دو هفته به شهرتی همانند ستارگان سینما رسید... آنچه بحران ایران را مناسبت خوبی برای مطالعه و بررسی عملکرد وسایل ارتباط جمعی می‌سازد دقیقاً همان چیزی است که آن را به گونه قابل فهمی، برای این همه از آمریکاییان عذاب‌آور ساخته بود: یکی طول مدیریت بحران و دیگری این حقیقت آنچه ایران به صورت نماد آن درآمده بود، نمایشگر کل رابطه آمریکا با جهان اسلام تلقی می‌شد (سعید، ۱۳۷۸: ۱۶۰).

در واقع، سال‌ها پس از این حادثه همچنان در مستندهای مختلف مربوط به ایران این موضوع گنجانده می‌شود و این اقدام نه تنها از جانب آمریکایی‌ها بلکه از جانب مستدسازان دیگر کشورها همچون انگلیس نیز دنبال شده است که این موضوع نیاز به بررسی دارد، یعنی هم تأکید بسیار بر روی تسخیر لانه جاسوسی و نیز هماهنگی رسانه‌های غرب در پوشش و یادآوری این موضوع.

اما گذشته از مورد خاص تسخیر لانه جاسوسی، در سال‌های اخیر شاهد برجسته‌تر شدن تصویر ایران و ایرانی در رسانه‌های غرب و به‌طور خاص در سینمای هالیوود بوده‌ایم، تصویری که نزد اغلب ایرانیان ناخوشایند، غیرمنصفانه، اغراق‌آمیز، خدشه‌دار و کلیشه‌ای جلوه کرده و نزد اغلب مخاطبان به‌ویژه مخاطبان غربی تهدیدآمیز، افراط‌گرایانه، مشارکت‌گریز و آشفته بوده است.

آنچه مستندهای تلویزیونی، اخبار و گزارش‌های خبری، کلیپ‌های تبلیغاتی، گفت‌وگوها و میزگردهای رادیو-تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی از ایران و ایرانی ساکن در ایران بازنمایی کرده‌اند اغلب حاکی از خشونت‌گرایی و جنگ‌طلبی ایرانیان، افراط‌گرایی دینی، حمایت از تروریسم، ارتجاع و عقب‌ماندگی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران و در مقابل شفقت و دلسوزی، همدردی و همدلی غربی‌ها و مشارکت‌جویی و صمیمیت و سخاوت آن‌ها بوده است. با مروری بر آثار رسانه‌ای عرضه شده درباره ایران و ایرانی در رسانه‌های غربی می‌توان به این نتیجه رسید که در تصویرپردازی و بازنمایی ایران و ایرانی در این رسانه‌ها، راهبردهای رسانه‌ای خاصی پیگیری می‌شود.

اما این گونه بازنمایی و تصویرپردازی از ایران، محدود به سال‌های اخیر نمی‌شود بلکه برخی تحولات جهانی همچون حوادث مربوط به یازده سپتامبر و نیز تحولات گسترده در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات، باعث تشدید و بارزتر شدن آن شده است.

از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی ایران، به علت ماهیت ضداستعماری و ضدامپریالیستی این انقلاب، نگاه غرب به ایران در مقایسه با پیش از انقلاب بسیار تغییر کرد و در نتیجه رسانه‌های غرب نیز به تبعیت از سیاست‌های حاکم بر آن‌ها، رویکرد متفاوتی به ایران در مقایسه با گذشته اتخاذ کردند که در آثاری که درباره ایران عرضه کرده‌اند مشهود بوده است. فیلم‌های سینمایی و مستندهای بسیار زیادی از این رسانه‌ها در خصوص ایران پخش شده است، که در این نوشتار امکان بررسی همه آن‌ها وجود ندارد فقط ضمن بر شمردن رویکرد کلی به ایران در این رسانه‌ها، فضای کلی برخی از آن‌ها ترسیم می‌شود.

از مهم‌ترین فیلم‌های ساخته شده درباره ایران، فیلم سینمایی *گروگانگیری (محاصره)* در خصوص تسخیر سفارت آمریکا توسط دانشجویان پیرو خط امام بود که ساخت و پرداخت بسیار ضعیفی داشت، به گونه‌ای که بین ایران و کشورهای عربی تفاوت قائل نشده بودند. اما در آن مقطع، که دانشجویان ایرانی را بسیار خشن و غیرعادی به نمایش می‌گذاشت، تأثیرگذار بود. *"بدون دخترم هرگز"* فیلم برجسته - دیگری بود که چهره‌ای خشن و مرتجع از زن و مرد ایرانی به نمایش گذاشت. *"بدون دخترم هرگز"* که به زندگی بتی محمودی، همسر دکتر محمودی در ایران می‌پرداخت، نیز ضعف‌هایی جدی داشت از جمله صحنه‌پردازی بسیار ضعیف خیابان‌های تهران، نمایش نماز جماعت غلط و برخی اشکالات دیگر که این فیلم نیز در آن مقطع به مدد تبلیغات رسانه‌ای و سیاسی گسترده در نوع خود تأثیرگذار بود. البته بعدها یک کارگردان ایرانی‌الاصل به نام *"کوروس"* در فنلاند، فیلمی با عنوان *"بدون دخترم"* ساخت که در این فیلم تمنای دکتر محمودی برای رسیدن به دخترش مهتاب - که بتی محمودی او را از ایران به آمریکا برده بود - به تصویر کشید. در این فیلم تلاش شده بود تا تصویری واقع‌گرایانه از ماجرای مربوط به دکتر محمودی ارائه شود. همچنین فیلم‌های *"مریم"* و *"خانه‌ای از شن و مه"* نیز به نوبه خود در ارائه تصویری خشن و غیرقابل تحمل از ایرانیان بی‌تأثیر نبودند. اما در

سال‌های اخیر با تشدید ترویج "اسلام هراسی" در رسانه‌های غرب، تمرکز بر روی ایران که مورد خاصی در جهان اسلام به شمار می‌رود نیز افزایش یافته است و می‌توان گفت «ایران هراسی» به‌طور گسترده‌ای از طریق این رسانه‌ها اشاعه داده می‌شود. علاوه بر فیلم‌های سینمایی همچون "اسکندر"، "سبصدا"، "شبی با پادشاه" و "برخورد"، "اریاب آرزو" و... که در آن‌ها به انتحای مختلف به‌طور مستقیم، چهره‌ای ناپسند از ایرانیان به نمایش درآمده است، در بسیاری از فیلم‌های سینمایی دیگر همچون "خودی" نیز ایرانیان در حاشیه فیلم‌ها به تصویر کشیده شده‌اند و گاهی شاهد دیالوگ‌های فارسی در فیلم‌ها یا اشاره‌هایی به ایران هستیم.

بازنمایی تلویزیونی ایران در غرب

علاوه بر بسیاری از فیلم‌های سینمایی، مستندهای زیادی نیز از شبکه‌های مختلف تلویزیونی پخش شده‌اند که تأثیر چشمگیری بر افکار عمومی جهانیان در خصوص ایرانیان داشته است، از جمله این مستندها می‌توان به مستند "سفر به انتهای زمین"، اپیزود مربوط به ایران، اشاره کرد. این مستند با حضور دیوید آدامز، عکاس و خبرنگار، ساخته شده که یک قسمت از یک مجموعه است. در قسمت‌های دیگر این مجموعه که از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۲ ساخته شد، دیوید آدامز با حضور در کشورهای افغانستان، پاکستان، لیبی، سودان، کامبوج و پرو و... اوضاع اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی این کشورها را به تصویر کشیده و اغلب، بخش‌هایی از تاریخ این کشورها نیز مرور شده است. این مجموعه به‌طور مکرر از شبکه‌های ماهواره‌ای همچون دیسکاوری، شبکه ترافل و پی‌بی‌اس، پخش شده است. در مجموعه سفر به انتهای زمین، که عمدتاً کشورهای مسلمان را به تصویر کشیده است، با مهارت و تبحر چهره مطلوب رسانه‌های غرب از این کشورها به نمایش درآمده است.

نشانه‌های زیادی در اپیزود مربوط به ایران وجود دارد که نشان می‌دهد سازندگان آن به دنبال ارائه تصویری منفی و کریه از ایران و ایرانی بوده‌اند:

- عبور آدامز از یکی از خیابان‌های تهران به صورت خیلی کم‌دلی و به همراه موسیقی متناسب و القای قانون‌گریزی و نظم‌ناپذیری ایرانیان.
- القای وجود فشار و خفقان برای زنان.
- در کنار هم قرار دادن آتش با هر عنصری از هویت ایرانی و ایران همچون تصویر آتش و تخت‌جمشید، تصویر آتش و شهر اصفهان و... و القای آتش‌پرستی ایرانیان.
- ارائه چهره خشن از افراد مختلف ایرانی با نمای نزدیک گرفتن از چهره افراد همچون راننده کامیون، مرشد در زورخانه و... .
- بیان داستان حسن صباح و قلعه الموت و القای تروریست بودن ایرانیان از طریق مرور زندگی حسن صباح که با بازسازی برخی حوادث تلاش شده است بیان شود که ایرانیان مبدع تروریسم در جهان بوده‌اند.

● القای اسرارآمیز و رازآلود بودن نقاط مختلف ایران که نتیجهٔ این بحث، القای ترس و وحشت به مخاطبان خواهد بود که در صورت سفر به ایران یا تعامل با ایرانیان، خطرهای شما را تهدید خواهد کرد.

● معرفی زورخانه به عنوان مکانی برای پرورش سربازان (تبدیل افراد بی‌سواد و توسعه‌نیافته به سرباز) که با فضاسازی در فیلم، القای پرورش تروریست در زورخانه‌ها صورت می‌گیرد.

● القای عقب‌ماندگی ایرانیان با استفاده از عنصر شتر، نشان دادن چوپان‌ها و مردمان روستایی ساده و القای توسعه‌نیافتگی و رشد نایافتگی روستاها و شهرهای ایران در طول چند قرن گذشته (با بیان اینکه از زمان سفر مارکو پولو تاکنون، ایران چندان تغییر نکرده است).

مستند "درون ایران، خطرناک‌ترین ملت"

در ابتدای این مستند، صدای بوش بر روی تصاویری از مردم ایران قرار داده شده که خطاب به مردم ایران می‌گوید: از منابع طبیعی کشور شما برای ساخت اسلحه استفاده می‌شود. در ادامه موشک‌های ساخت ایران به نمایش درمی‌آید که ادعا می‌شود در جنگ رژیم صهیونیستی و لبنان، علیه رژیم صهیونیستی استفاده شده‌اند. در همین نقطه است که به مخاطبان هشدار داده می‌شود، چه اتفاقی خواهد افتاد اگر روزی کلاهک‌های هسته‌ای بر روی این موشک‌ها قرار گیرد و آمریکا را هدف قرار دهند؟

تد کابل که یکی از مشهورترین مجریان تلویزیونی آمریکا است در این مستند ادعاهای زیادی را علیه ایران مطرح می‌کند و تلاش می‌کند که ادعاهای بوش در مورد اینکه "ایران کشوری خطرناک است" را با ارائه شواهدی رسانه‌ای — که مجموعه‌ای از اتهامات بی‌اساس و دروغ‌های همیشگی مطرح شده علیه کشورمان است — به اثبات برساند. از جمله موارد مطرح شده، انفجار پایگاه نیروهای آمریکایی در لبنان است که بی‌مناسبت، بر ارتباط داشتن عوامل آن با کشورمان تأکید می‌شود. همچنین کشته‌شدن نظامیان رژیم صهیونیستی در لبنان توسط نیروهای استشهادی لبنان — که در داخل خاک خود و به‌ناچار به عملیات استشهادی برای دفاع از وطنشان متوسل شده‌اند — به علت ارتباط حزب‌الله با ایران، از اتهامات دیگری است که به کشورمان وارد می‌شود. کشته‌شدن نیروهای آمریکایی در عربستان در پایگاه الخیر که القاعده مسئولیت آن را پذیرفت و نیز کشته‌شدن نیروهای آمریکایی از دیگر اتهامات بی‌اساسی است که علیه کشورمان مطرح می‌شود.

همچون اغلب مستندهایی که علیه ایران نوین ساخته شده است، مروری بر روابط ایران و آمریکا در قبل و بعد از انقلاب صورت می‌گیرد و موضوع گروگانگیری جاسوسان آمریکایی در ایران مطرح می‌شود که نشان می‌دهد آمریکایی‌ها هنوز از این موضوع خاطرات تلخی دارند و هیچ‌گاه تسلی پیدا نکرده‌اند. همچون دیگر مستندها، در این مستند نیز شاهدیم که زورخانه، به عنوان محل پرورش تروریست‌ها معرفی می‌شود. لازم به توضیح است که این موضوع مکرراً در

رسانه‌های غربی مورد تأکید قرار گرفته و خود این نشان از اهمیت زورخانه دارد که دشمن بر آن متمرکز شده است.

روزی روزگاری ایران

«روزی، روزگاری ایران»، ساخته کوین سیم، مستند بسیار خوش‌ساخت دیگری است که مجله تایمز آن را یک فیلم جاده‌ای فوق‌العاده و دارای نگاهی عمیق توصیف کرد. این فیلم ۲۲ فوریه ۲۰۰۷ (سوم اسفند ۱۳۸۵) از شبکه ۴ انگلیس پخش شد و با عنوان «زیارت کربلا» یک زاویه تازه؛ در تاریخ ۲۶ مارس ۲۰۰۷ (۶ فروردین ۱۳۸۶) از شبکه پی‌بی‌اس آمریکا پخش شد و جالب توجه اینکه با فاصله کمی نیز از شبکه العربیه پخش شد. در این مستند تلاش شده است دو موضوع برای مخاطب روشن شود: یکی ماجرای عاشورا و قیام امام حسین(ع) و دوم، موضوع غیبت امام دوازدهم شیعیان(عج) که این دو موضوع با تفصیل زیادی شرح داده می‌شود و در ادامه پیوند انقلاب ایران با این دو موضوع و در نهایت اینکه ایران هسته‌ای با پیشینه تاریخی و ایدئولوژی خاص متأثر از قیام امام حسین(ع) و امید آن به قیام امام عصر(عج) برای جهان غرب به‌ویژه آمریکا، خطری بسیار جدی است، تبیین می‌شود.

با طرح این دو موضوع اساسی (عاشورا و ظهور امام عصر) از تاریخ شیعه و اهمیت آن نزد شیعیان تلاش شده به مخاطبان گفته شود که این دو موضوع به چه میزان بر افکار و اعمال ایرانیان امروز که شیعه هستند، تأثیرگذار است. از سویی ماجرای بسیار ترازیک در گذشته رخ داده است و از سوی دیگر اعتقاد به انتقام‌گیری از خون سید الشهداء با ظهور امام غایب بین ایرانیان عمیق و جاری است.

این مستند علاوه بر اینکه سفری زمینی و جغرافیایی را از ایران به عراق و بازگشت به ایران به تصویر کشیده است، سفری زمانی به تاریخ نیز دارد. این مستند در اواخر تابستان ۱۳۸۵ و در آستانه نیمه شعبان از تهران شروع می‌شود و همراه با یک کاروان سفری به کربلا می‌کند و این سفر را توصیف و تصویر می‌کند.

اما در کنار این موضوعات، با در کنار هم قرار گرفتن تکه‌تکه‌های یک پازل در مورد معمای بحران امنیت عراق، سرانجام به مخاطبان القاء می‌شود که در ماجراهای تروریستی و انفجارهای عراق، ایرانیان نقش دارند. در بخشی از مستند با طرح موضوع انفجارهای عراق، چند گزاره در کنار هم چیده و نتیجه‌گیری می‌شود که ایران باعث ناامنی در عراق است. چنین گفته شده: شبه نظامیان سنی در نجف، بمب منفجر کردند و شبه‌نظامیان شیعه سنی‌ها را کشتند. سنی‌ها شیعیان را سرزنش می‌کنند. شیعیان سنی‌ها را و هر دو طرف، آمریکایی‌ها را سرزنش می‌کنند و مقصر می‌دانند و آمریکایی‌ها ایرانی‌ها را سرزنش می‌کنند. به علاوه، در این فیلم متبحرانه موضوع برنامه هسته‌ای کشورمان، تهدیدی امنیتی برای منطقه خاورمیانه جلوه داده می‌شود، موضوعی که با القای گسترده از سوی رسانه‌های آمریکایی و بسیاری از رسانه‌های اروپایی، گاهی اوقات

از زبان برخی رسانه‌های خاورمیانه نیز شنیده می‌شود. اما سرانجام در این مستند، نتیجه‌گیری می‌شود که راه حل برخورد با ایران از جانب غرب، نظامی نیست و باید با ایران برخورد فرهنگی صورت گیرد و از طریق ترویج فرهنگ غرب در ایران، مردم ایران به سوی غرب متمایل شوند تا دست از آرمان‌ها و گرایش‌های فرهنگی خود بردارند. در واقع، ترویج همان ارزش‌های لیبرال مانند نگهداری سگ در منزل و بی‌حجابی زنان به عنوان نمونه‌هایی از این ارزش‌ها به تصویر درآمده‌اند.

در این مستند نیز همچون بسیاری از مستندهای دیگر موضوع زورخانه و ورزشکاران زورخانه‌ای مورد تمرکز قرار گرفته‌اند و به نوعی زورخانه، تهدیدی برای غرب معرفی می‌شود. چون به عبارت راوی فیلم: فداییان حسین در زورخانه پرورش پیدا می‌کنند.

سفر انقلابی به ایران

مستند دیگری که در این مجال می‌توان به طور خلاصه معرفی کرد "سفر انقلابی به ایران" است. در این مستند کریستین امانپور، خبرنگار شبکه سی‌ان‌ان، راوی و به عبارتی بازیگر آن است.

سفر امانپور به ایران در سال ۱۳۷۹ به کشورمان در آستانه برگزاری انتخابات دوره ششم مجلس شورای اسلامی انجام شده است. امانپور در این سفر، به فضاهای مختلفی سر می‌زند. وی تلاش می‌کند مخاطب در نهایت از گفت‌وگو و روایت از این فضاها به سیاهی و خفقان در ایران برسد. او نشان می‌دهد که جوانان در اجرای موسیقی دلخواه‌شان با مانع مواجه‌اند، زنان به‌رغم میل‌شان باید حجاب داشته باشند و این زنان ایرانی را بسیار آزار می‌دهد. دانشجویان از وضع کشور ناراضی‌اند و در این بین به سراغ برخی شخصیت‌ها از دو جناح حاکم بر کشور نیز می‌رود تا نظرشان را درباره حجاب بپرسد، اما فضای مصاحبه را دستکاری می‌کند. مثلاً در مصاحبه با مرحوم موحدی ساوجی، تلاش می‌شود چهره‌ای خشن از او نشان داده شود که این کار از طریق زاویه دوربین و بازی با نور (کم کردن نور و خشن شدن چهره مصاحبه‌شونده در تاریکی) صورت می‌گیرد. همچنین امانپور به خانه بدری خود در دوره قبل از پیروزی انقلاب می‌رود و با حالتی اندوهگین به بینندگان نشان می‌دهد که اینجا چه منزل با شکوهی بوده و اکنون به چه وضع فلاکت‌باری تبدیل شده است و این خانه در واقع حالتی نمادین دارد و می‌خواهد ثابت کند که کل کشور، ایران، این‌گونه شده است. در تمام فیلم مکرر رنگ سیاه را می‌بینیم، حتی در صحبت از آقای خاتمی، رئیس‌جمهور وقت ایران، او در یک مراسم عزاداری امام حسین (ع) با لباس سیاه نشان داده می‌شود که متناسب با همان فضای خفقان ترسیم شده امانپور است. از مجموعه مستندهایی که نوعی بیوگرافی محسوب می‌شوند می‌توان به مستند "آخرین شاه ایران"، اشاره کرد.

در این مستند به بررسی حضور محمدرضا پهلوی در ایران به عنوان آخرین شاه ایران پرداخته شده است. ضمن بررسی به حکومت رسیدن رضاخان و مروری بر زندگی او و حضور محمدرضا پهلوی در کنار او از کودکی بررسی شده است. در بررسی زندگی رضاشاه به کشف حجاب و گذاشتن کلاه پهلوی بر سر زنان و نیز نگاه او به غرب به عنوان الگو اشاره شده است. همچنین گفته می‌شود محمدرضا پهلوی در زمان زندگی رضاخان فردی به شدت منزوی بوده است. ازدواج محمدرضا با فوزیه، تبعید شدن رضاخان، اعلام محمدرضا به عنوان شاه، فعالیت سیاسی احزاب، جدایی فوزیه از محمدرضا و ازدواج ثریا اسفندیاری با او، بازگرداندن جسد رضاشاه به ایران، مقایسهٔ دائم محمدرضا با پدرش، نخست‌وزیری دکتر محمد مصدق و موضوع ملی شدن صنعت نفت، کودتای ۲۸ مرداد توسط آمریکا بی‌ها و مزدوران آن در زمان آیزنهاور، فرار شاه به رُم و بازگشت او به ایران بعد از کودتا، ازدواج محمدرضا با فرح دیبا و تولد یک پسر از او، تأسیس ساواک، اعلام انقلاب سفید، مبارزه امام خمینی (ره) و دیگر روحانیون و مردم با حکومت پهلوی، سرکوب مردم توسط حکومت پهلوی، تبعید امام به نجف، برگزاری جشن‌های ۲۵۰۰ ساله، شکنجه و آزار دادن مبارزان توسط ساواک، سفر شاه به آمریکا و دیدار با ریچارد نیکسون و اعلام شاه به عنوان دوست خوب آمریکا، ابتلای شاه به سرطان و پنهان کردن آن، از جمله مسائلی هستند که در این مستند به آن پرداخته شده است.

در ادامه سال‌های پایانی حکومت محمدرضا پهلوی و مبارزات ملت ایران تا سقوط شاه و فرار او از کشور، مرور شده است. در واقع تلاش شده تا علت سقوط محمدرضا پهلوی، بررسی شود و در این میان گرچه گاه از روحانیت شیعه با عبارات منفی استفاده می‌شود اما در مجموع بی‌لیاقتی و ضعف محمدرضا و حکومت او و نیز تبعیت او از غرب، به‌ویژه بعد از کودتای ۲۸ مرداد، که شاه با حمایت آمریکا بی‌ها به حکومت برگردانده شد، در مستند برای مخاطب آگاه روشن است. البته خانواده شاه (فرح و پسرش) تلاش می‌کنند ضعف‌ها و سیاست‌های غلط محمدرضا را توجیه کنند.

کلیه‌های ایرانی برای فروش

مستند دیگری که در سیاه‌نمایی از ایران برجسته بود اما در کشورمان مورد توجه قرار نگرفت، مستند «کلیه‌های ایرانی برای فروش» است. در این فیلم حدوداً ۴۰ دقیقه‌ای، که از شبکه بی‌بی‌سی انگلیس پخش شده است، فردی به نام نیما سروستانی — که البته به این نام شهرت دارد — کارگردان فیلم داستان چند ایرانی نیازمند را به تصویر کشیده است که برای رفع مشکلات مالی خود حاضر به فروش یک کلیهٔ خود شده‌اند و در طرف مقابل، ایرانیان نیازمندی که برای حفظ سلامت خود باید کلیه بخرند به تصویر کشیده شده‌اند:

- مهرزاد و همسرش برای اینکه پول اجاره مسکن را نداشتند، همسرش برای فروش کلیه او اقدام کرده اما چون حمله بوده، امکان دریافت کلیه‌اش نبوده است.
- سهیلا دختری ۲۷ ساله است که چون حقوق او، هزینه‌های خانواده اش را تأمین نمی‌کند، نتوانسته است بدهی خود را پس بدهد و اگر تا دو هفته دیگر موفق نشود باید به زندان برود.
- مهرداد علاوه بر اینکه خودش برای فروش کلیه اقدام می‌کند، زن حامله‌اش نیز سقط‌جنین می‌کند تا با فروش کلیه خود و همسرش بتوانند هزینه‌هایشان را تأمین کنند و بسیاری افراد دیگر که هر یک مشکلات خاص خودشان را دارند. در این فیلم، مراجعه‌کنندگان به "انجمن حمایت از بیماران کلیوی"، دائم ناراحت و عصبانی‌اند، با آنان بد برخورد می‌شود. به‌ندرت افرادی که به آنجا مراجعه می‌کنند، امیدوار و خوشحال خارج می‌شوند. کارهای مردم بسیار طول می‌کشد. بی‌نظمی و بوروکراسی بیداد می‌کند و ...

در پایان فیلم هم راوی می‌گوید در ایران، ۷۵ درصد اهدا کنندگان کلیه هنوز زنده‌اند. آنچه در این فیلم به تصویر کشیده شده، تصویری سیاه از وضع اجتماعی و اقتصادی مردم ایران است که به علت مشکلات مالی حتی حاضر به فروش کلیه‌های خود نیز هستند. جان افراد بسیار بی‌ارزش، زندگی، بسیار ناامید کننده و انسان‌ها افرادی از همه‌جا رانده و مانده، تصویر شده‌اند که این فیلم از مصادیق مستندهایی است که غربی‌ها بسیار خواهان آن هستند چون برای اثبات ناکارآمدی حکومت جمهوری اسلامی ایران و سیاه و وخیم نشان دادن وضع مردم در ایران، کارساز است. از این رو شبکه بی‌بی‌سی انگلیس فیلم را خریداری و پخش کرده و در برخی تلویزیون‌های دیگر اروپایی نیز پخش شده است. فیلم به لحاظ ساختار بسیار ضعیف است و نکته خاصی ندارد، اما در سیاه‌نمایی به لحاظ اینکه بر روی مشکلات قشری خاص — هرچند بسیار محدود — از جامعه دست گذاشته تا حدودی موفق بوده است.

از دیگر مستندهای ساخته شده درباره ایران می‌توان به مستند مربوط به فوتبال که از شبکه ۴ انگلیس پخش شد، اشاره کرد که در آن حضور تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی فوتبال در فرانسه به تصویر کشیده شده بود و مستندهای "محافظان آیت الله"، "راقه درون ایران"، "رازهای هسته‌ای ایران"، "تغییر جنسیت در ایران"، "جنگجویان خدا"، "سفر به محور شرارت"، "ایپیزود مربوط به ایران"، "آیت‌الله خمینی، غیرمحرمانه"، "تابوها" یا "زهره و منوچهر"، "ایران و غرب"، پخش شده از شبکه بی بی سی، "ایران، صد سال جنگ"، پخش شده از آرته فرانسه و بسیاری گزارش‌ها و مستندهای دیگر که ذکر همه آنها در این نوشتار نمی‌گنجد.

باید یادآور شد که در میان رسانه‌ها و محصولات متنوع رسانه‌ای که ذکر شد نقش سینما بسیار خاص و چشمگیر بوده و در سال‌های اخیر سینما نقشی جدی‌تر در این زمینه ایفا کرده است. باید درباره بازنمایی پیشرفته سینما گفت. این بازنمایی پرسش‌هایی پیش می‌کشد در باب

اینکه ناخودآگاه — که نظم غالب به آن شکل داده است — از چه راه‌هایی شیوه‌های دیدن و لذت مستتر در نگاه کردن را ساختار می‌دهد. سینما در چند دهه گذشته تغییر کرده است. سینما دیگر آن سیستم یک‌دست استوار بر سرمایه‌گذاری کلاسی که بهترین نمونه‌اش را در هالیوود دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۵۰ می‌دیدیم، نیست. پیشرفت‌های فناوری، شرایط تولید سینمایی را تغییر داده است. سینمای متفاوت فضایی برای تولد فیلم‌هایی فراهم آورده که هم معنای سیاسی و هم در معنای زیباشناختی رادیکال‌اند و فرضیه‌های بنیادین فیلم رسمی و رایج را به چالش می‌کشند (مالوی، ۱۳۸۲: ۷۳). در الگوی هالیوودی، منافع و قدرت آمریکا در جهان، به عنوان پیروزی خیر در مقابل شر مطرح است. هر نوع ابهامی در جهان حقیقتاً پیچیده انکار می‌شود. در عوض مبلغان اصلی آمریکا، مانند بوش و رامسفلد — در چند سال گذشته — دوگانگی‌ها را مطرح می‌کردند: «ما در مقابل آن‌ها»، «خیر در مقابل شر»، «آن‌هایی که در کنار ما هستند و آن‌هایی که علیه ما هستند» (کمالی‌پور، ۱۳۸۶: ۳۷).

نتیجه‌گیری

آنچه مهم است بررسی راهبردهای رسانه‌ای است که در رسانه‌های غرب در تصویرسازی از ایران و ایرانی دنبال شده است. به‌طور کلی رسانه‌ها دائماً تلاش می‌کنند تا ساختار ایدئولوژیکی جامعه‌ای را که در آن فعالیت می‌کنند شکل بدهند و تحت‌تأثیر قرار دهند. بنابراین، رسانه‌ها به جای آنکه به صورت منفعل به توصیف اخبار و حوادث روی داده بپردازند، فعالانه و براساس گرایش‌های ایدئولوژیک خود و منافع صاحبان قدرت دست به بازسازی مجدد آن‌ها می‌زنند. از این رو زبان رسانه، خنثی نیست و سوگیری دارد (غیثیان، ۱۳۸۶: ۲۰۷).

در مورد بازنمایی اسلام و ایران در رسانه‌های غرب نیز به‌طور اجمالی می‌توان گفت: در این زمینه همواره در این رسانه‌ها از راهبردهای ۱. اقناع مخاطب و ۲. القاء به مخاطب بهره گرفته شده است و در راهبردهای اقناع عمدتاً نگرش‌ها و باورهای مخاطبان هدف قرار گرفته و در القای احساسات و روان مخاطب که برای این منظور از شیوه‌ها و شگردهای رسانه‌ای بسیار ظریف و متعددی بهره گرفته شده است. در واقع در فنون اقناع، عمدتاً جنبه‌های تعقلی و استدلالی یک موضوع هدف قرار می‌گیرد. در القاء، جنبه‌های احساسی و عاطفی مورد تمرکز قرار می‌گیرد تا احساساتی همچون شادی، غم، ناامیدی و ... القاء شود. توسل به شوخی، توسل به مسائل جنسی و تکرار گسترده یک پیام از فنونی بوده است که از گذشته برای اقناع، استفاده می‌شده است. اما اخیراً، شاهد دورتر شدن از نظریه مکانیکی محرک — پاسخ و نزدیک شدن به دیدگاهی بوده‌ایم که نقش فعال دریافت‌کننده را تصدیق می‌کند. ریموند راموس گفته است: به نظر ما پیام‌های اقناعی می‌کوشند بر اینکه دریافت‌کننده تصمیم بگیرد چه اطلاعاتی را پردازش کند و بر چگونگی تصمیم‌گیری وی برای دریافت اطلاعات اثر بگذارند. مری جان اسمیت با

گزینش دیدگاهی مشابه گفته است: فرایند اقتناع زمانی رخ می‌دهد که افراد، معنی‌هایی را که در فضایی خاص به پیام‌ها نسبت می‌دهند، درونی کنند. این رویکرد، گاهی رویکرد داد و ستدی در مورد اقتناع خواننده شده است. این رویکرد بر انتخاب دریافت‌کننده تأکید می‌کند. یکی از نمونه رویکردهای اخیر به نظریه اقتناع، نظریه یکپارچگی اطلاعات است. نورمن اندرسون از جمله کسانی است که این نظریه را پرورانده است. در این رویکرد فرض بر این است که تغییر نگرش، نتیجه شیوه‌ای است که افراد تمام اطلاعات در دسترس و مرتبط با موضوع نگرش را ترکیب می‌کنند یا یکپارچه می‌سازند. وقتی شخصی اطلاعات جدیدی دریافت می‌کند که مرتبط با تغییر نگرش محسوب می‌شود وزن و ارزشی برای آن تعیین می‌کند. این وزن، عقیده شخص به درستی آن اطلاعات است (سورین و تانکارد، ۲۸۰-۲۷۹). در پایان باید اذعان کرد به‌رغم اینکه سی سال از انقلاب اسلامی ایران می‌گذرد و رسانه‌های غرب به‌طور پیوسته محصولات رسانه‌ای متنوعی را درباره کشورمان می‌سازند، اما شناخت دقیقی از این محصولات در کشور ما وجود ندارد.

منابع

سعید، ادوارد. پوشش خبری اسلام در غرب، ترجمه عبدالرحیم گواهی، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۸.

سعید، ادوارد. فرهنگ و امپریالیسم، ترجمه اکبر افسری، انتشارات توس، ۱۳۸۲.

غیاثیان، مریم سادات. «بازنمایی ما و آنها»، تصویر سفیدپوستان و مسلمانان در نشریات غرب پس از یازدهم سپتامبر فصلنامه رسانه، شماره ۷۲، زمستان ۱۳۸۶.

کاستلز، مانوئل. عصر اطلاعات، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، افشین، طرح نو، ۱۳۸۰.

کمالی‌پور، یحیی. جنگ، رسانه‌ها و تبلیغات، ترجمه عباس کاردان و حسن سعید کلاهی خیابان، انتشارات مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۶.

مالوی، لورا. «لذت بصری و سینمای روایی»، ترجمه فتاح محمدی، ارغنون، شماره ۲۳، زمستان ۱۳۸۲.

میرعابدینی احمد. پژوهشنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

میرعابدینی، احمد. چشم انداز تحولات رادیو و تلویزیون در ایران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۸.

ورنر، سورین و جیمز تانکارد، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۴.