

## نظریه «بازنمایی» و انگاره‌های معنایی گفتمان رسانه‌ای آمریکا از اسلام و ایران

رضا سلیمانی\*

محمدجواد هراتی\*\*

### چکیده

رویکرد «ساخت‌گرایانه بازنمایی» به عنوان یکی از رویکرد های نظریه «بازنمایی» نقش محوری در حوزه رسانه ای آمریکا دارد. بر اساس این رویکرد، از آنجا که رسانه‌ها به ساخته شدن «نظام‌های یادآوری‌کننده تعاریف» کمک می‌کنند، بازنمایی‌های رسانه‌ای در شکل دادن به نگرش‌های عمومی نسبت به «دیگران» (دشمنان) تأثیرگذار هستند و ذهنیت و دانش عمومی یک جامعه یا گفتمان را بر اساس تصویر یا انگاره‌ای که خود برمی‌سازند در قبال غیر یا غیرخودی تولید و توزیع می‌نمایند. ایالات متحده، برای بیش از سه دهه است که شکل‌گیری موج جدید اسلام‌گرایی بعد از انقلاب اسلامی را که محوریت و مرجعیت آن را ج.ا.ا. بر عهده داشته، با وقایع ایران پیوند زده اند. به این ترتیب، در منظر تحلیلگران، استراتژیست‌ها و مقامات آمریکایی ایران‌هراسی و اسلام‌هراسی به گونه غیرقابل تفکیکی در ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر مورد تعریف و تفسیر قرار گرفتند. مقاله حاضر در تلاش است تا از رهگذر نظریه «بازنمایی سوگیرانه» به تبیین یکی از مهم ترین ابزارهای سیاست خارجی آمریکا در موضوع اسلام و هراسی و ایران هراسی بپردازد. نگارندگان بر این باورند که رسانه‌های آمریکایی، نقش محوری و تعیین کننده در «بازنمایی سوگیرانه» از چهره اسلام سیاسی و جمهوری اسلامی ایران دارند.

**کلیدواژه‌ها:** اسلام‌هراسی، ایران‌هراسی، کلیشه‌سازی، بازنمایی منفی، رسانه‌ها، ایالات متحده آمریکا

\* استادیار دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول) r.soleimani1980@gmail.com

\*\* دانشیار دانشگاه بوعلی سینا mjharaty@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۴/۷/۱۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۱/۲

## ۱. مقدمه

بر خلاف رهیافتهای تئوریک موجود درباره نقش آفرینی رسانه به مثابه رکن چهارم دموکراسی و به عنوان تکمله سه رکن دیگر دموکراسی یعنی قوای سه گانه مقننه، اجرایی و قضاییه که البته مفروضاً می‌بایست مزین به اصل تفکیک قوان نیز باشند، تجربه عملی حاکی از آن است که رسانه‌ها، پیش و بیش از آنکه به رسالت اصلی خود مبنی بر تسهیل چرخش آزاد اطلاعات، شفاف سازی جریان قدرت و ثروت در جامعه و نیز اصل پاسخگویی و مسئولیت پذیری بازیگران حکومتی-دولتی وفادار و متعهد باشند، عمدتاً «بر دستکاری افکاری عمومی» (manipulation of public opinion) به عنوان یک امر به اصطلاح حرفه‌ای اهتمام می‌ورزند. به این ترتیب فراتر از «بازتاب» (Reflection) معنا، ساخت و شکل دهی یا دست کم هدایت معنا در متن و بطن گفتمان رسانه‌ای ارزش و اعتباری فزاینده مییابد و رسالت رسانه از حاملیت اخبار و اطلاعات به دخل و تصرف در انتخاب، چینش و نوع انتقال آنها تغییر ماهیت پیدا میکند.

در چنین شرایطی با در نظر گرفتن رسانه‌ها به عنوان گسترده‌ترین و اثرگذارترین این نهادها در جهان امروز، با ساخت و تولید معنا به شکل‌گیری دانش و معرفت ما درباره جهان و نیز قضاوت درباره گروه‌های خودی و غیرخودی (غیر/بیگانه) کمک می‌کنند، آن‌گاه باید رسانه‌ها را سازنده محیط نمادینی دانست که بنا بر سویه‌ها و رویکردهای سیاسی ساختارهای پشتیبان قدرت دانش ما را درباره «بیگانه» شکل داده و تحکیم می‌بخشند. به دیگر سخن، رسانه‌ها در واقع حلقه واسطه میان ساختارهای قدرت در یک طرف و دانش موجود درباره ثنویت خودی (در اینجا آمریکایی‌ها) و دشمن (در اینجا اسلام و نظام جمهوری اسلامی ایران) در طرف دیگر هستند. به تعبیر «میشل مورگان» و «جیمز شاناهان»، رسانه‌ها به عنوان فراگیرترین و متداول‌ترین قصه‌گو و راوی در «کاشت» ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها و باورهای مشترک در یک زبان و گفتمان نقشی بنیادین دارند (Morgan & Shanahan, 1997: 124). از این روست که در این نوشتار رسانه‌ها (اعم از نوشتاری-خبری مانند روزنامه‌ها و تصویری اعم از مستندهای تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی) به عنوان یکی از ابزارهای اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی در مرکز توجه نگارندگان قرار گرفته است. بر اساس این تلقی، جهانی که رسانه‌ها آن را «ترسیم» می‌کنند یک مجموعه سازمان‌یافته فرهنگی از

«مقولات/مفاهیم کلی» است که این مقوله‌سازی/دسته‌بندی کلی مفاهیم و پدیده‌ها بر اساس یک فرایند ایدئولوژیک و ساخت و پرداخت کلیشه‌های ذهنی دیکته شده به سرانجام می‌رسد. پرسش اصلی این مقاله آن است معناسازی رسانه ای از تصویر ایران و اسلام به عنوان دو دگر (Other) اصلی - که همواره در سویه منفی معانی و اوبژه های رسانه های غربی قرار می‌گیرد - چگونه در یک پروسه رسانه زده و فارغ از ارتباط ضروری با واقعیت صورت و سرانجام می‌گیرد. فرض این نوشتار آن است که معناسازی سیاسی از ماهیت ایران و اسلام به گونه ای بر کارکرد و رسالت سنتی غرب (چرخش آزاد و منصفانه اطلاعات و اخبار) چیره شده است که مجال و مفردی برای ارائه تصویر واقعی و خالی از قضاوت ارزشی در جهت منفی انگاری از این دو اوبژه باقی نمیگذارد.

## ۲. چارچوب نظری

چارچوب نظریه این نوشتار بر مبنای رویکرد برساختی استوارت هال به «نظریه بازنمایی» (representativetheory) استوار شده است. بر اساس رویکرد استوارت هال، سه برداشت اصلی و متفاوت از بازنمایی رسانه‌ای وجود دارد:

- نظریه‌های بازتابی (The reflective Theories): رویکرد بازتابی بر این باور است که کارکرد زبان مانند یک آئینه، بازتاب معنای صحیح و دقیقاً منطبق با جهان است؛
- نظریه‌های تعمدی (The Intentional Theories): در این رویکرد، «کلمات» معنایی را که واقعا مولف قصد انتقال آن را دارد، با خود حمل می‌کنند؛
- نظریه‌های برساختی (The Constructive Theories): بر اساس این رویکرد، ما معانی را می‌سازیم و این عمل را به واسطه نظام‌های بازنمایی مفاهیم و نشانه‌ها انجام می‌دهیم. (Hall, 1997: 24-25)

هال با پذیرش رویکرد سوم یعنی رویکرد برساخت‌گرایانه بازنمایی، این بحث را مطرح می‌کند که: «رسانه‌ها واقعیت را بازتاب نمی‌دهند بلکه آن را به صورت رمز و نشانه در می‌آورند و به صورت نمادین و نه مبتنی بر واقعیت انعکاس می‌دهند» (Ibid: 72). در این چارچوب به باور «این دورو» از آنجا که رسانه‌ها به ساخته شدن «نظام‌های یادآوری‌کننده تعاریف» کمک می‌کنند، بازنمایی‌های رسانه‌ای در شکل دادن به نگرش‌های عمومی نسبت به «دیگران» (دشمنان)

تأثیرگذار هستند و ذهنیت و دانش عمومی یک جامعه یا گفتمان را بر اساس تصویر یا انگاره‌ای که خود برمی‌سازند در قبال غیر یا غیرخودی تولید و توزیع می‌نمایند (Devereux, 2003: 116). همچنین به تعبیر «مایرا مک‌دانالد»: «باید روشن شود که آنچه که به عنوان حاشیه [یا دیگری] معرفی می‌شود در اصل حاشیه‌ای نیست بلکه تأثیرات سازنده خود بازنمایی است.» (MacDonald, 2003: 12)

به عقیده هال در مسیر بازنمایی، دو استراتژی توسط رسانه‌ها در دستور کار قرار می‌گیرند: «کلیشه‌سازی» (stereotyping) و «طبیعی‌سازی» یا «بدیهی‌نمایی». کلیشه‌سازی یک پدیده را در حد چند خصیصه یا ویژگی ساده تقلیل می‌دهد. در حقیقت، کلیشه‌سازی تعداد اندکی از خصیصه‌های ساده، پایدار، به سادگی قابل فهم و البته منفی را در یک پدیده را در نظر می‌گیرد و همه چیز درباره آن پدیده را به آن خصیصه‌ها تقلیل می‌دهد و آن صفات را اغراق‌آمیز و ساده ساخته و ثابت و ابدی می‌پندارد. (Hall, 2003: 258) کلیشه‌سازی همچنین با اتخاذ راهبرد تقسیم کردن، ویژگی‌های بهنجار و قابل قبول را از نابهنجار و غیرقابل پذیرش جدا می‌سازد و سپس هر چیزی را در درون بهنجار و قابل قبول ننگجد و متفاوت و ضد با خود باشد طرد می‌کند. کلیشه به طور نمادین، مرزها را مشخص می‌سازد و هر چیزی را که به «ما» تعلق ندارد طرد و نفی می‌نماید. در یک کلام، کلیشه‌سازی نوعی مرز نمادین میان خودی/غیرخودی و دوست/دشمن ترسیم و تصویر می‌کند (Ibid). به این ترتیب، کلیشه‌سازی نه به مثابه معنایی غیرواقعی و ساده‌لوحانه از یک پدیده بل به منزله ساده‌سازی (simpilication) یک پدیده و موضوع پیچیده، چندلایه و چندخصیصه‌ای برای فهم‌پذیر و باورپذیر شدن ویژگی‌های واقعا موجود آن است. از این رو، «کلیشه‌سازی» یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گفتمان‌سازی یا بازنمایی رسانه‌ای است که با هدف تقلیل دادن، ذاتی و تثبیت کردن مرزهای بین خودی و دشمن به مدد تنزل یک هویت/موجودیت به چند ویژگی ساده، فراگیر، مبالغه‌آمیز و البته معمولا منفی صورت می‌پذیرد (Ibid). مهم‌ترین نتیجه چنین کلیشه‌سازی‌ای ایجاد و تعمیق نوعی قطب‌بندی و تفکیک رادیکال میان خودی (به عنوان مظهر خوبی‌ها، بهنجارها و...) و غیرخودی/دشمن (به عنوان مظهر زشتی‌ها و پلشتی‌ها، نابهنجاری‌ها، سیاهی‌ها و...) است. به دیگر سخن، کلیشه به طور نمادین هر چیزی را که به «ما» تعلق ندارد طرد می‌نماید و به عنوان «دگر» خود تعریف و تحدید می‌کند. کلیشه‌سازی یک نوع مرز نمادین را میان «مای نرمال» (مای آمریکایی

و متمدن) و «آنان منحرف» (آنان مسلمان و ایرانی) ترسیم می‌کند و با پیوند زدن و ساده‌سازی همه «ما»هایی که نرمال و طبیعی هستند در مقابل همه «آنها»یی که خطاکار و نابهنجار هستند خود را بر ذهن مخاطب تلقین و تحمیل می‌نماید. همان‌گونه که «مارس داگلاس» استدلال می‌کند در روند کلیشه‌سازی ثنویت‌ساز، «همه چیزهایی که خارج از محدوده باشند آلوده، خطرناک و «تابو» فرض می‌شوند.» (Ibid)

### ۳. روش تحقیق و نمونه‌گیری

بدیهی است بر مبنای روش تحلیل گفتمان که این مقاله در پیش گرفته است، منطق نمونه‌گیری از داده‌های رسانه‌های آمریکا نه بر اساس رویکردهای کمی علی‌الخصوص روش استقراء کامل یا ناقص (نمونه‌گیری تصادفی از همه یا بخش قابل توجهی از جمعیت و دامنه آماری یک مجموعه برای رسیدن به یک قاعده کلی)، بل بر اساس رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی است که معتقد است هیچ انتخابی بدون پیش‌فرض صورت نمی‌گیرد و این پیش‌فرض‌ها هستند که منطق‌گزینش فکت‌های رسانه‌های مزبور در این رویکرد، بر خلاف نمونه‌گیری درگزینش و بررسی رسانه‌های مزبور در این رویکرد، برخلاف نمونه‌گیری‌های کمی است. در تحقیقات کمی تاکید می‌شود تا نمونه‌گیری هرچه بیشتر جنبه احتمالی و تصادفی داشته باشد تا از این طریق نمونه به عنوان نماینده جامعه مورد مطالعه انتخاب گردد و امکان تعمیم نتایج فراهم آید. اما در تحقیقات کیفی از جمله تحلیل گفتمان انتقادی، به عنوان روش کار این تحقیق، هر فرد و موضوع آزمودنی ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد خود را دارد و امکان انتخاب تصادفی (بدون پیش‌فرض) و تعمیم نتایج منتفی است. در مواردی هم که نیت تعمیم نتایج وجود داشته باشد، این نیت از رهگذر بررسی سوژه‌ها و موارد «نوعی» (typical) برآورده می‌شود. در حقیقت، در روش پژوهشی کیفی تحلیل گفتمان انتقادی اغلب به نمونه‌های کم بسنده می‌شود.

ون دایک، از نظریه‌پردازان برجسته این روش بر این باور است در تحلیل انتقادی گفتمان انتخاب نمونه‌های زیاد منتفی است و این انتخاب نمونه نیز صرفاً برای به دست دادن شواهد برای تئوری است. بر همین اساس، شیوه نمونه‌گیری در این مقاله «نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند» است. در این روش، پژوهشگر بر اساس

اطلاعات و شناخت قبلی از جامعه آماری و با عنایت به هدف‌های خاصش از پژوهش، داوری شخصی خود را برای انتخاب نمونه به کار می‌گیرد. در نمونه‌گیری هدفمند، نمونه بر اساس تعداد و دامنه آماری خاصی انتخاب نمی‌شود بلکه قضاوت‌های پژوهشگر بر اساس اطلاعات قبلی او مبنای انتخاب نمونه است. (چاواو نچیماس، ۱۳۸۱: ۲۶۴)

#### ۴. سابقه تاریخی اسلام‌هراسی

هرچند برخی با تاکید بر اسلام‌هراسی به عنوان پدیده‌ای معاصر، تاکید می‌کنند که اسلام‌هراسی از سال‌های آخر قرن بیستم و به‌ویژه در کشورهای اروپایی بروز یافته است، اما از نظر برخی چون ضیاءالدین سردار مطرح می‌کنند که جلوه‌های معاصر اسلام‌هراسی چیزی بیش از ضدیت تاریخی با اسلام و مسلمانان نیست. از نظر او: «اسلام‌هراسی و پیش‌داوری علیه مسلمانان سابقه تاریخی طولانی دارد و در وجدان تاریخی غرب جای گرفته است.» (Sadar 1995:17). «کارن آرمسترانگ» هم بیان می‌کند که از دوران جنگ‌های صلیبی یک تصویر به شدت مخدوش از اسلام و بنابراین اسلام‌هراسی رواج پیدا کرد. (Armstrong, 2010:3) بر اساس رویکرد آرمسترانگ و با توجه به شواهد تاریخی، می‌توان گفت که ریشه ضدیت با اسلام و اسلام‌هراسی به نخستین سال‌های تعامل اسلام و دنیای مسیحی و به طور خاص به دوره جنگ‌های صلیبی باز می‌گردد. در واقع، مهم‌ترین برخورد و تقابل دنیای اسلام با اروپا در قرون میانه (قرون ۱۲ و ۱۳) را جنگ‌های صلیبی می‌نامند که طی آن مسلمانان و مسیحیان بارها بر سر بیت‌المقدس با یکدیگر جنگیدند. میلتن ادواردز مطرح می‌کند که اسلام‌هراسی یک روند تاریخی همواره ثابت و حاضر از دوران جنگ‌های صلیبی تاکنون بوده است. از نظر او این حقیقت را می‌توان از طریق روایت‌های متعارض جاری میان اسلام و غرب مشاهده نمود (Edwards, 2002:32) با این وصف، در مقیاس تاریخچه مدرن پدیده اسلام‌هراسی می‌توان گفت، در حالیکه برخی معتقدند این اصطلاح احتمالاً اولین بار توسط «آلفونس دیته» و «سلیمان بن ابراهیم» در شرح حالی که در سال ۱۹۱۸ از زندگی پیامبر اکرم (ص) نوشتند به کار گرفته شده، برخی دیگر برآنند که این واژه نخستین بار در مجله آمریکایی این‌سایت (Insight) در سال ۱۹۹۱، منعکس شد. برخی دیگر نیز بر آنند که اصطلاح اسلام‌هراسی به گزارش «کمیسیون مسلمانان بریتانیا و اسلام‌هراسی»

(The Commission on British Muslims and Islamophobia (CBMI) در سال ۱۹۹۶، برمی‌گردد. این کمیسیون که وابسته به موسسه رانیمد تراست که بزرگترین موسسه مبلغ برابری نژادی در انگلیس است، گزارشی را تحت عنوان «اسلام‌هراسی: چالشی برای همه ما» منتشر نمود. اغلب در تعریف اسلام‌هراسی، تعریف ارائه شده از سوی همین کمیسیون مطرح می‌گردد که اسلام‌هراسی را «وحشت یا تنفر از اسلام و نتیجتاً هراس یا تنفر از همه یا اغلب مسلمانان» تعریف کرده است. (Runnymede Trust, 1997:37) گزارش مزبور تاکید می‌کند که اسلام‌هراسی از نگرش‌هایی ریشه می‌گیرد که تصویری را از اسلام ارائه می‌دهند از قبیل: ایستا و بدون تحول؛ بیگانه؛ آیین غیرعقلانی و بدوی؛ حامی خشونت و تروریسم و ... (Ibid) به طور خلاصه، اسلام‌هراسی به مثابه امری مدرن در غرب چهار موج را پشت سر گذاشته است:

موج اول، مشخصاً از دهه ۱۹۸۰، شکل گرفت و ریشه آن به پیروزی انقلاب اسلامی ایران و پیامدهای گسترده آن در جهان اسلام باز می‌گشت. بیم از بیداری اسلامی مسلمانان، واکنش‌های غرب علی‌الخصوص ایالات متحده آمریکا را در قالب اسلام‌ستیزی به همراه داشت. به عبارتی، چرایی عملیاتی شدن اسلام‌هراسی در موج اول، به موضوعاتی چون پیروزی انقلاب اسلامی و رشد و از سرگیری جریان‌های اسلام‌گرا در جهان اسلام دانست. در چنین شرایطی انتشار کتاب موهن سلمان رشدی در اواخر دهه ۱۹۸۰ را می‌توان اوج موج اول اسلام و ایران‌هراسی در تقابل با موج اسلام‌گرایی تحت تاثیر انقلاب اسلامی قلمداد نمود. با فروپاشی شوروی و حذف تهدید کمونیسم، تلاش شد خلأ وجود دشمن برای پیشبرد برنامه‌های غرب سرمایه‌داری با اسلام و اسلام‌گرایی به عنوان تهدید جدید پر شود و در این راستا، اسلام‌ستیزی و اسلام‌هراسی در ابعاد دیگری همچون علمی و فرهنگی نیز بروز یافت؛

موج دوم، با فروپاشی بلوک شرق و شوروی مطابق دیدگاه‌های محافظه‌کارانه افرادی چون لئو اشتراوس مبنی بر وجود یک دشمن واقعی یا فرضی به عنوان یکی از راهبردهای سیاست خارجه ایالات متحده پروژه اسلام‌هراسی مورد اهتمام و توجه بازیگران سلطه‌گر قرار گرفت. در همین راستا، مراکز تصمیم‌ساز ایالات متحده سعی کردند برای پر کردن خلأ بیگانه‌هراسی، خطر اسلام را جایگزین خطر کمونیسم نمایند. از این رو در فاز جدید، راهبرد اسلام‌هراسی را از مجاری صرف

تبلیغاتی خارج کرده و به آن زیرساخت به اصطلاح علمی و فرهنگی دادند. در این رابطه و در سال ۱۹۹۳، تئوری برخورد تمدن‌ها از سوی «ساموئل هانتینگتون» مطرح گردید. به این ترتیب، موج دوم اسلام‌هراسی را می‌توان مشخصاً به بعد از حادثه ۱۱ سپتامبر مرتبط دانست. تحت تاثیر موج دوم، فضایی رادیکال و حاد از تقابل میان اسلام و غرب نمایان و تشدید شد. موج دوم اسلام‌هراسی، تعصب علیه مسلمانان را گسترش داد و متأثر از حادثه ۱۱ سپتامبر و تبلیغات رسانه‌ای، رفتارهای نابهنجار علیه مسلمانان به خصوص در اروپا در قالب تبعیض، خشونت و آزار و اذیت شکل گرفت. این موج همچنین تفکر اسلام‌هراسی را در بین نخبه‌گان و افکار عمومی غرب منتشر ساخت؛

موج سوم اسلام‌هراسی معاصر که همچنان به شدت متأثر از حادثه ۱۱ سپتامبر و تهدیدانگاری اسلام است، از هراس اروپایی‌ها از رشد روزافزون اسلام و شمار مسلمانان در اروپا و پیش‌بینی‌ها در مورد غلبه جمعیتی مسلمانان در برخی نقاط اروپا تا پایان قرن بیست‌ویکم نشأت گرفت. این موج از سال ۲۰۰۵ با انتشار کاریکاتورهای موهن و اهانت‌آمیز به ساحت مقدس پیامبر اکرم (ص) توسط رسانه‌های دانمارک و سرایت آن به رسانه‌های دیگر در اروپا آغاز شد. در همین چارچوب، ساخت فیلم فتنه توسط گرت ویلدرز، نماینده پارلمان هلند، اظهارات پاپ بندیکت شانزدهم در خصوص اسلام به عنوان دین زور و شمشیر، اظهارات موهن رود پاسلی، کشیش آمریکایی و چاپ مجدد کاریکاتورهای موهن صورت گرفت. در واقع، این موج هتاکانه‌تر و پیچیده‌تر طراحی و اجرا شده است و در قالب آن اقداماتی چون اهانت و تحقیر و تمسخر اسلام و مسلمانان صورت می‌گیرد. همچنین در سطوح رسمی تلاش‌های زیادی در قالب قانون‌گذاری علیه مظاهر دینی مسلمانان، تصمیمات ضد‌مهاجرتی، محدود کردن نهادهای اسلامی و امامان جماعت و تلاش جهت ارائه الگویی غربی و اروپایی از اسلام صورت گرفته است. دامنه این موج در غرب همچنان ادامه پیدا کرده است.

به طور خلاصه، اصطلاح «اسلام‌هراسی» (Islamophobia) بعد از حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به طور گسترده مورد استفاده قرار گرفت. تلاش‌هایی برای تعریف اسلام‌هراسی صورت گرفته است و با توجه به سرشت متکثر و جلوه‌های متنوع آن نمی‌توان تعریف واحدی از آن ارائه نمود. همچنان‌که «مارسل ماوسن» می‌گوید: اسلام‌هراسی تمام اشکال و انواع متفاوت گفتمانی و زبانی و عملی را در بر می‌گیرد



که همگی از یک هسته ایدئولوژیک یکسان نشأت می‌گیرند که همانا یک «هراس غیرمنطقی از اسلام» است. (Cesari, 2006:6) هراس غیرمنطقی مزبور، حاکی از نوعی تصور بدبینانه و نفرت از اسلام و مسلمانان است که به بروز رفتارهای تبعیض‌آمیز و آزاردهنده علیه آنها منجر می‌شود.

## ۵. بازنمایی اسلام سیاسی و ایران در رسانه‌های آمریکا

### ۱-۵. بازنمایی اسلام سیاسی

در گفتمان بازنمایی رسانه‌های آمریکا، اسلام به‌ویژه اسلام سیاسی به عنوان خطر و تهدیدی برای جوامع غربی معرفی می‌شود؛ مسلمانان به عنوان متحجر، بنیادگرا، افراطی و جنگ‌طلب به تصویر کشیده می‌شوند و جنبش‌های احیاءگرای اسلامی از جمله انقلاب اسلامی ایران و نظام ج.ا.ا تحت عناوینی مانند حرکت‌های تروریستی و تروریسم دولتی نام‌گذاری می‌شوند. در «بازنمایی کلیشه‌ای» (stereotyped representation) مزبور، جنبش‌ها و حرکت‌های یاد شده به مثابه یک تهدید و چالش نظامی - امنیتی برای غرب، به ویژه برای آمریکا ترسیم و تصویر می‌شوند. اکبر احمد در کتاب خود تحت عنوان «پست‌مدرنیسم و اسلام»، با اشاره به تناقض‌های عمده در پیکره تمدن حاضر غرب، بدترین جنبه آن را نخوت در برابر غیرخودی‌ها و بیگانگان می‌داند که به هیچ وجه نمی‌تواند هویت مخالف را در بطن و متن خود بپذیرد و بگنجاند. از دید وی، اسلامی بودن برای ارباب رسانه‌های آمریکایی، آنگ نمایان و مستمسک بسیار موثری به شمار می‌آید. در این رسانه‌ها، مساجد و روحانیون بدون لحظه‌ای درنگ، تأمل و تفکیک میان بنیادگرایان در یک سو و نیروها و جنبش‌های اسلامی میانه‌رو و عقل‌گرا مانند پدیده انقلاب اسلامی و ج.ا.ا در سوی دیگر به مثابه نمادی از «خشونت» و «بنیادگرایی» و «آمریکاستیز» ترسیم و تصویر می‌شوند تا از این رهگذر، رویارویی و مخالفت با آن توجیه‌پذیر شود. به دیگر سخن، گفتمان رسانه‌های آمریکایی به گونه‌ای انعقاد می‌یابد که در نظام و سازوکار بازنمایی خود، کلیشه رادیکالیسم و تروریست سایه خود را بر حدود یک میلیارد مسلمان جهان می‌گستراند و از این جهت این مجموعه عظیم و متلون و متکثر را با همه تفاوت‌ها در استراتژی‌های مبارزاتی آنها با آمریکا یکسان و یکدست معرفی و ارائه می‌کند. به تعبیر اکبر احمد، تصویرسازی منفی غرب از افراط‌گرایی به راحتی به کل جماعت مسلمانان در سراسر جهان تسری می‌یابد (

احمد، ۱۳۸۰: ۹۱). یا به تعبیر دیگر: «کلی‌بافی‌های مغرضانه درباره اسلام به آخرین فرم تحقیر یک فرهنگ خارجی در غرب مبدل شده است.» (Mac Donald, 2003: 151)

این تصویرسازی‌های منفی عمدتاً به مدد زبان رسانه‌ای آمریکا حاصل می‌شود. رسانه‌های آمریکایی به برساخته شدن انگاره یا تصویری از اسلام کمک می‌کنند که مخاطبان‌شان را نسبت به این دین مشکوک، مظنون و بدبین می‌سازند. عموم رسانه‌های آمریکایی از طریق تلویزیون، فیلم‌های سینمایی در هالیوود، مجلات تصویری، رادیوها، داستان‌ها و تصاویر فکاهی (کاریکاتورها)، اطلاعات و در واقع کلیشه‌های نادرستی از اسلام و اسلام سیاسی به دست می‌دهند. (Akel, 2002: 1) گفتمان بازنمایی رسانه‌های آمریکایی از واژگانی مانند «شیعه»، «آیت‌الله» و «جهاد» - که از مجموعه واژگان و مفاهیم اسلامی مشتق شده‌اند - چنان به نفع خود استفاده کرده و آنها را مصادره به مطلوب نموده است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم بیانگر جنگی جهانی از جانب اسلام سیاسی علیه پیشرفت و تمدن جهانی باشند. (احمد، پیشین) مروری اجمالی و بدون وقفه عمیق به برخی عناوین روزنامه‌ها و مجلات آمریکایی و نیز مطالب برخی مؤسسات پژوهشی غربی نشان می‌دهد که نوعی گرایش غلیظ و شدید برای ایجاد و تعمیق یک ثنویت میان «ما»ی به اصطلاح متمدن، پیشرفته و عقلانی آمریکایی و «آنها»ی اسلامی، خشونت‌طلب، عقب‌مانده و نیازمند به اصلاح و تغییر وجود دارد. به عنوان نمونه، در مجلات خبری معروف غربی مانند تایم، اکونومیست، نیوزویک، یو.اس. نیوز و... تیرها و عناوینی مانند بر حذر بودن از مذهب استالینیست‌ها، طرف سیاه اسلام، آمریکا در مقابل اسلام، تهدید اسلامی و باید از اسلام بترسیم، حاکی از وجود گرایش مزبور در میان هفته‌نامه‌ها و مجلات خبری غربی دارد. در مقاله‌ای از مجله تایم ذیل عنوان طرف سیاه اسلام آمده است: «این طرف سیاه اسلام است که چهره‌اش را در خشونت و تروریسم برای ساقط کردن مدرنیزاسیون نشان می‌دهد.» (سعید، ۱۳۷۹: ۱۲۳)

جمع‌بندی «بُد خلیف»، از تصویرسازی منفی از چهره اسلام در آمریکا، کار را راحت‌تر می‌کند. وی در مقاله پژوهشی‌ای تحت عنوان تحریف اسلام و مسلمانان در گفتمان آکادمیک آمریکا تصویرسازی منفی آمریکا از مردم مشرق زمین و مسلمان را که مبتنی بر غیریت‌سازی و دوانگاری متضاد است، چنین شرح می‌دهد: «بخشی از نگرش متکبرانه و خو پسندانه، بر تضاد تصنعی و ساختگی مبتنی است: بر

خلاف انسان غربی که عقل‌گراست، انسان غیرغربی همیشه دارای ذهن شرقی و احساسی است و با داد و فریاد، چیزی را اظهار می‌دارد. در این نگرش متکبرانه مسلمانان نوعاً غیر عقلانی، وحشی، خشن و متعصب معرفی می‌شوند؛ یعنی شیخ تهدیدآمیزی که قادر به تحمیل ضرر و زیان زیاد بر جامعه هستند» (1998: 281, Khleif)

در این میان، در بین مطالعات انجام‌شده درباره چگونگی بازنمایی اعراب و مسلمان در رسانه‌های سرگرم‌کننده آمریکا، اثر برجسته «جک شاهین»، استاد ارتباطات دانشگاه الینوس به عنوان شاخص‌ترین اثر در این حوزه شناخته می‌شود. شاهین در این اثر که در سال ۲۰۰۳ با عنوان «اعراب همواره بد: چگونه هالیوود به مردم بهتان می‌زند»، منتشر شده است، تصویر اعراب مسلمان را در ۹۰۰ فیلم هالیوودی بررسی کرده است. او در این تحقیق که به روش تحلیل محتوا انجام شده نشان می‌دهد «تصاویر روی پرده‌های عریض سینما و تلویزیون بیش از صد سال است که در حال ساختن تصاویر کلیشه‌ای و باورهای قالبی از اعراب مسلمان هستند.» (Shaheen, 2003: 171)

اثر شاهین نماینده رویکردی است که چگونگی ساخته شدن کلیشه‌های رسانه‌ای را مورد توجه قرار داده است. حاصل عملکرد صدساله هالیوود، هدایت اذهان مخاطبان به این نکته بوده که اعراب در وهله اول مسلمان‌اند و در وهله دوم تمام مسلمانان، عرب هستند. شاهین در این باره اشاره می‌کند «در حقیقت، اکثریت ۱/۱ میلیارد نفری مسلمانان جهان اندونزیایی، هندی و مالزیایی هستند و فقط ۱۲ درصد از مسلمانان، عرب هستند» (Ibid: 174). او اشاره می‌کند در دوره‌های مختلف زمانی، سعی در تعمیم این کلیشه‌ها به کشورهای خاص مدنظر هالیوود بوده است.

## ۵-۲. بازنمایی ایران انقلابی

مشابه اصطلاح اسلام‌هراسی، منظور از ایران‌هراسی، ارائه چهره‌ای غیرواقعی از ایران در غرب علی‌الخصوص در ایالات متحده آمریکا است. بر خلاف مسئله اسلام‌هراسی که ریشه‌های عمیق تاریخی دارد و طی دهه‌های گذشته (پس از ۱۱ سپتامبر) تشدید شده اما سابقه ایران‌هراسی به چند دهه اخیر، یعنی بعد از وقوع انقلاب اسلامی در ایران بر می‌گردد. در این بخش با در نظر گرفتن ایران‌هراسی به

عنوان بخش از گفتمان غیریت‌سازانه و دگرسازانه آمریکا در برخورد با شرق، خاورمیانه و در اینجا مشخصاً جمهوری اسلامی ایران، و نیز با عنایت به جنبه‌های سیاسی بازنمایی در عرصه رسانه‌ها (که ذکر آن در بخش اسلام‌هراسی نیز رفت)، بر آنیم تا به تصویرسازی منفی از ایران بعد از انقلاب اسلامی در آمریکا اهتمام ورزیم. به دیگر سخن، تا پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، به دلیل هم‌پیمانی شاه ایران با آمریکا، ایران در مسیر تبلیغات منفی غرب نبود و حتی در رسانه‌های این کشور سعی می‌شد ایران، کشوری مترقی و روبه 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 زمانیکه سیاست‌های حکومت ایران با ارزش‌های نظام لیبرال در تعارض یا تراحم نبود، ایران در ردیف کشورهای مترقی 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. بر این اساس، وقوع انقلاب اسلامی ایران و علی‌الخصوص ماجرای گروگان‌گیری ۱۳ آبان ۱۳۵۸ که بعدها به انقلاب دوم (و از حیث پیامدهای بین‌المللی، انقلابی به مراتب تاثیرگذارتر از انقلاب اول) معروف شد، منجر به آغاز یک جنگ گفتمانی- رسانه‌ای طولانی و نفس‌گیر میان ج.ا.ا و ایالات متحده آمریکا شده است که هنوز هم ادامه دارد. دشمنی میان تهران و واشنگتن و پوشش خصومت‌آمیز از انقلاب اسلامی، به ارائه تصویری از ایران در متن‌های بازنمایی آمریکا (از جمله متن/زبان رسانه‌ای) انجامید که محورهای اصلی و برجسته آن همواره عبارت بوده اند از: نفرت، تروریسم، تعصب، عقب‌ماندگی، بی‌قانونی و فقدان احترام به زندگی و آزادی انسانی.

بخشی از یافته‌های یک تحقیق پیمایشی با موضوع تاثیرپذیری افکار عمومی آمریکا و ایران از رسانه‌ها و با هدف بررسی کلیدواژه‌های ذهنی دانشجویان و اساتید چندین دانشگاه آمریکا و حتی در مورد شهروندان آمریکایی درباره ج.ا.ا و تاثیرپذیری آنها از بازنمایی‌های منفی از ایران در رسانه‌های آمریکایی پس از وقایع یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ نشان می‌دهد که با شنیدن نام ایران برای نخستین بار، به ترتیب سه واژه نفت (۱۷/۶۴٪)؛ جنگ/تروریسم و بحران گروگان‌گیری (هر دو با ۱۴/۷٪) و سلاح هسته‌ای و سلاح‌های کشتار جمعی (۱۰/۲۹٪) از بیشترین فراوانی برخوردار هستند. (ربیعی و احمدزاده نامور، ۱۳۸۷: ۵۱-۵۲) در چنین فضای سنگینی

که چهره ج.ا.ا را به عنوان چهره‌ای سیاه و خطرناک بازنمایی می‌کند، بررسی چند مقاله قابل تامل به نظر می‌رسد. «هال گالیور» در مقاله‌ای با عنوان «بربرهای جدید، رها در ایران» در مؤسسه آتلانتای آمریکا، با اشاره به تسخیر سفارت آمریکا در ایران در ۱۳ آبان ۱۳۵۸ می‌نویسد: «در ایران، گروگان‌ها منحصر به گروگان‌های دانشجویان نیستند بلکه همه مردم ایران گروگان‌اند». (سعید، ۱۳۷۹: ۱۷۹) در نوشته‌های روزنامه‌نگاران غرب، ایران کوره سوزانی از خشم، ترس و بی‌زاری از انقلاب اسلامی به تصویر کشیده می‌شود. به عنوان نمونه، در مقاله «ری موزلی» با عنوان «انقلاب ایران در چنگ اطاعت کورکورانه و عدم تساهل» در شیکاگو تریبون آمده است: «مردمی که مردن را نوعی افتخار می‌دانند، علی‌الخصوص آدم‌های متحجری هستند، شوق شهادت و عطش خون‌خواهی برای انتقام، به ویژه در میان مسلمانان شیعه ایرانی زبازد است». (سعید، ۱۳۷۹: ۱۸۱)

تصویرپردازی منفی و غیرواقعی از انقلاب و ج.ا.ا، گاه به مدد ارائه چهره‌ای مخدوش از امام خمینی (ره) در برخی از نشریات آمریکایی صورت می‌گرفت. یکی از نویسندگان غربی به نام «جی. ویلانیلام» در پژوهشی تحت عنوان «خمینی و شاه: تحریف‌هایی در انگاره‌شان» که مبتنی بر بررسی و تحلیل نشریه معروف نیویورک تایمز است، می‌نویسد: «خمینی از ابتدا به عنوان فرد فناتیک، سرسخت، غیرمنطقی و ضد پیشرفت بازنمایی شد که مصمم بود تا همه دستاوردهای دوران نوسازی شاه را نابود سازد». (Vilaniyam, 1989:122) این تصویرسازی افراطی از کارگزاران اصلی گفتمان انقلاب و ج.ا.ا به حدی منفی بوده که برخی مانند «ریچارد فالک» در مقاله‌ای با عنوان «اعتماد به خمینی» می‌نویسد: «بخشی از سردرگمی در آمریکا درباره انقلاب ایران، ناشی از ترسیم ویژگی‌های خمینی بود؛ او بیش از هر رهبر جهان سومی دیگر به طور حساب شده، وحشتناک به تصویر کشیده شده بود». (Ibid) عنوان منفی و غیرسازنده دیگری مانند رهبر مذهبی ریش سفید، تکیده و سرسخت، فرد فناتیک پیر که سرنوشت متزلزل ایران در دستان لاغر و شکننده اوست (Ibid:124-125)، از جمله تصویرهای منفی‌ای است که در رسانه‌های آمریکایی بازتاب داشته است. به طور خیلی خلاصه واژه‌ها و عبارات کلیدی‌ای که بر اساس پژوهش «ویلانیلام» در نیویورک تایمز در توصیف امام خمینی (ره) در اوایل پیروزی انقلاب اسلامی به کار رفته است عبارتند از: پیر، قرون وسطایی، ضد مدرن، فاقد توانایی برای اداره مملکت، مستبد، سازش‌ناپذیر، سرسخت، متعلق به

دوران تاریک و تیره، بیگانه‌ستیز، فاشیست مذهبی، فناتیک، تشنه خون، ضدیهود، مرتجع، مارکسیست اسلامی، مرموز، ضدزن، کینه‌توز و شخصی انعطاف‌ناپذیر (Ibid:122-127).

## ۶. برخی چند مصداق اسلام/ایران هراسی

### ۱-۶. شبکه تلویزیونی فاکس (فاکس نیوز)

شبکه فاکس نیوز، شعبه ای رسانه‌ای و جدید از شرکت «فاکس مالتی مدیا» (Fax Multi Media) است که در اکتبر ۱۹۹۶ آغاز به کار کرد و در آگوست ۲۰۰۳ بیش از ۸۰ میلیون مشترک را در سراسر ایالات متحده بدست آورد. این شبکه نیز همچون شبکه‌های مهم خبری هر چند مدعی حفظ اصول بی‌طرفی و استقلال و پرهیز از هرگونه پیش‌داوری در امر اطلاع‌رسانی است؛ و هر چند، «راجرز آیلز»، رئیس وقت شبکه فاکس نیوز، رمز موفقیت شبکه خود را پرهیز از شعارهای سیاسی می‌دانست، اما مخاطبان مسلمان شبکه فاکس نیوز معتقدند که این شبکه ضداسلامی‌ترین شبکه تلویزیونی جهان است. فاکس نیوز همچنین متهم شده است که در برنامه‌های خود عمدتاً از کارشناسان ضداسلامی استفاده می‌کند و بدون آن که نظر مخالفی را در برابرشان قرار دهد، به آنان اجازه می‌دهد تا در خصوص عقاید کاملاً دروغ، نادرست و ضداسلامی خویش به طور یکجانبه مانور داده و سخنرانی کنند. در چنین برنامه‌هایی خصوصاً در روزها و هفته‌های اول بعد از حوادث ۱۱ سپتامبر به ظاهر کارشناسانی با استفاده از فضای تبلیغاتی ضداسلامی پس از حملات، نسبت‌های ناروایی به ساحت مقدس پیامبر اکرم (ص) داده اند که خشم بسیاری از محافل اسلامی آمریکا را برانگیخت. اما هیچ یک از مسئولان شبکه تلویزیونی فاکس نیوز به آن وقعی ننهادند. مجریان فاکس نیوز از جمله «سین هینتی» و «بیل اریلی» غالباً میزبان میهمانانی هستند که دیدگاه‌هایشان در خصوص اسلام بسیار شنیع و موهن است. «ابراهیم هوپر» در پایان می‌گوید: «فاکس نیوز به پایگاهی از ترس و نفرت بدل شده که مسلمانان و اعراب آمریکا و سایر نقاط جهان را هدف قرار داده است.» (سروش، شماره ۱۰۹۹)

بر این اساس، شناخت الگوها و ترفندهای اسلام‌هراسی در این شبکه می‌تواند به نحو مشخصی رویکرد رسانه‌های وابسته به نومحافظه‌کاران آمریکا را به اسلام معرفی کند. کلیشه‌سازی از نمادها و موضوع‌های مرتبط با اسلام و مسلمانان، از

جمله راهبردهای بازنمایی این رسانه در روند اسلام‌هراسی است. به دلیل اوج گرفتن این رویکرد در روزهای پیش و پس از سالگرد حوادث یازدهم سپتامبر، مطالب و خبرهای مربوط به تابستان ۱۳۸۹ و بر اساس گزارش واحد مرکزی خبر از تولیدات پخش شده فاکس‌نیوز به صورت نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است. مهمترین کلیشه‌های مورد تاکید و تصریح این شبکه از اسلام و مسلمانان عبارتند از: *مسلمانان به مثابه تهدید علیه امنیت ملی آمریکا؛ اسلام به عنوان دین مروج خشونت؛ عدم تساهل در برابر مخالفان دینی؛ ناقض حقوق بشر؛ مسجد به عنوان نماد تقابل تروریست‌ها با آمریکا* (کمال‌چیرانی، ۱۳۸۹: ۸؛ مجیدی، ۱۳۸۹: ۸۴)

#### ۶-۲. ایران‌هراسی در فیلم‌های هالیوودی

فیلم‌های هالیوود گرچه تمام صنایع فرهنگی آمریکا نیست، اما «نقش بسیار مهمی در فرهنگ تفریحی آمریکایی‌ها و کل مردم جهان دارد. امروزه فیلم‌های هالیوود در بیش از ۱۵۰ کشور جهان دیده می‌شود. (Wasko, 2003:94). آدم‌های بد و منفی خارجی سینمای آمریکا، که پیشتر، اکثر آنها را «کمونیست‌های ماشینی» تشکیل می‌دادند و بعدها هم جایشان را به «شرقی‌های خبیث» شامل چشم‌بادامی‌های ژاپنی و چینی مختل‌کننده فعالیت‌های اقتصادی آمریکا می‌دادند، این بار جا را برای ایرانی‌های انقلابی و عرب‌های خشن در چارچوب کلیشه تروریست باز می‌کردند. آمریکایی‌ها پس از وقوع انقلاب اسلامی و عمدتاً در سال‌های جنگ و حتی پس از آن، جریانی از ساخت و پردازش فیلم‌های هالیوودی را با هدف و کارکرد ارائه تصویر منفی از ایرانی‌ها پیشه خود قرار دادند که معمولاً در قالب کلیشه‌هایی مانند «خشن‌های بی‌رحم»، «ظالمان»، «متعصبان غیرمتمدن»، «تروریست‌های نادان» یا «میلیونرهای تازه به دوران رسیده» خود را نشان می‌داد. به عنوان نمونه، در مورد کلیشه اخیر می‌توان فیلم «آس و پاس در بورولی هیلز» (۱۹۸۶) را مثال زد. حضور «نیک نولتی» به نقش مرد خیابانی سرگردان در محله میلیونرهای لس‌آنجلسی، نقدی بر انحطاط اخلاقی قشر متحول آمریکایی بود اما با صحنه‌ای مربوط به یک خانواده تازه به دوران رسیده ایرانی که کسی به آن اعتنایی نمی‌کرد مسیر فیلم عوض می‌شود: ایرانی‌هایی که پول داشتند اما چون تازه به دوران رسیده بودند، تنها و منزوی بودند. پسرک ایرانی با چشمان حسرت‌باری به آمریکایی‌ها می‌نگریست و کمی محبت و ذره‌ای توجه طلب می‌کرد. این تصویر

مطایبه آمیز از ایرانی‌ها حتی درمقایسه با آنچه «جان لندیس» در «به درون شب» (۱۹۸۵) از ایرانی‌ها ساخت مهربانه‌تر بود. تروریست‌های خشن و نادان ایرانی فیلم اخیر، برای به دست آوردن مجموعه جواهراتی گرانبها، «جف گلدبام» (شخصیت آمریکایی دوست داشتنی) و «میشل فایفر» (شهروند آمریکایی معصوم) را تعقیب کردند و همه چیز را از بین بردند. ایرانی‌های به درون شب که خود لندیس نقش یکی از آنها را بازی می‌کرد، با چهره‌هایی عبوس مرتب دشنام می‌دادند و به هر بهانه‌ای طبانچه بیرون می‌کشیدند.

فیلم کارتون‌ی استودیوی دیزنی با عنوان «علاءالدین» ساخته «جان ماسکرو» در سال ۱۹۹۲ شاخص تلقی ایالات متحده آمریکا از ایران و عراق در مناسبات سیاسی مدنظر خود بود. در علاءالدین بار دیگر با تصویر آشنا و کلیشه‌ای آمریکا از شرق روبه‌رو می‌شویم: شرق افسانه‌ای و مرموز (غیرعادی) در چشم‌انداز تصاویر مربوط به مناره‌های بلند، بازار شلوغ، ملازمان ابله، سلطان ساده‌لوح و... . ایران پیش از انقلاب در این فیلم، خصوصاً ایران پس از کودتای آمریکایی ۱۳۳۲، برای ایالات متحده یک کشور «مسلمان خوب» و دوست‌داشتنی بود؛ جبهه‌ای در مقابل «مسلمانان بد» (مصری‌ها و لیبی‌آیی‌ها) و همین‌طور سدی در برابر روس‌های کمونیست. اما با سقوط شاه و سپس ماجرای گروگان‌گیری همه‌چیز وارونه شد به طوری که ایران در زمره دشمنان آمریکا قرار گرفت و سایر کشورهای عربی که با آن به مقابله برخاستند، «مسلمانان خوب» خوانده شدند. «علاءالدین» این مایه‌ها را با جزئیات بسیار مطرح می‌کند.

«بدون دخترم هرگز»، فیلم برجسته دیگری بود که چهره‌ای خشن و مترجع از زن و مرد ایرانی به نمایش می‌گذاشت. این فیلم هرچند همانند فیلم محاصره، آماتور و غیرحرفه‌ای به شمار می‌رفت، اما هراسی سراسری را به مخاطب از جامعه ایران و علی‌الخصوص حکومت به اصطلاح مترجع ایران تلقین می‌کرد. به طور خلاصه در این فیلم، ایرانی‌های مسلمان، به شدت خشن، بی‌منطق، متعصب مذهبی، بدوی و دروغگو تصویرترسیم می‌شوند و در مقابل غرب (آمریکایی‌ها)، سوژه‌های عقلانی، مورد ستم واقع شده، منطقی و کوشا نشان داده می‌شود. در این فیلم، ایرانی‌ها دارای تضادهای بنیادینی هستند که غیرقابل حل می‌نمایند. در مقابل، آمریکا آرمان‌شهری تصویر می‌شود که زندگی در جایی غیر از آن محال و غیرقابل تحمل نشان داده می‌شود. (گیویان، ۱۳۸۸: ۱۷۲) در حقیقت، «بدون دخترم هرگز»، اوج



طعنه‌های سینمای آمریکا به اوضاع ایران و ترغیب‌کننده تنش میان ج.ا.ا و ایالات متحده آمریکا به عنوان دو دگرگفتمانی علیه یکدیگر بود. این فیلم که در اسرائیل فیلم برداری می‌شد در پی القای نگرش‌های قالبی یا همان کلیشه‌ای علیه ایرانیان بود و نه تنها آنها را «تروریست‌های بمب‌گذار» و «گروگان‌گیر» نشان می‌داد بلکه به طور کلی ایرانیان را افرادی غیرمنطقی، ظالم و غیرمتمدن نمایش می‌داد.

از مهم‌ترین فیلم‌های ساخته‌شده درباره ایران، فیلم سینمایی «گروگان‌گیری» یا نام دیگر آن «محاصره» در خصوص تسخیر سفارت آمریکا توسط دانشجویان پیرو خط امام (ره) بود که هرچند ساخت و پرداخت ضعیفی داشته و به گونه‌ای آماتور به موضوع ایران و تفاوت آن با کشورهای غربی پرداخته بود، اما از این حیث که در آن مقطع، دانشجویان ایرانی را بسیار خشن و غیرعادی به نمایش می‌گذاشت، تاثیرگذار بود. (بیچرانلو، ۱۳۸۸: ۸۵)

### ۳-۶. ایران‌هراسی در مستندهای تلویزیونی

#### ۳-۶-۱. مستند «درون ایران، خطرناک‌ترین ملت»

در ابتدای این مستند، صدای جرج دبلیو بوش (بوش پسر) 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 کاپل» 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 اتهامات بی‌اساس و دروغ‌های همیشگی مطرح شده علیه کشورمان است - به اثبات برساند. از جمله موارد مطرح‌شده، انفجار پایگاه نیروهای آمریکایی در لبنان است که بر ارتباط داشتن عوامل آن با ایران تاکید می‌شود. همچنین کشته شدن نظامیان رژیم صهیونیستی در لبنان توسط نیروهای استشهادی لبنان - که در داخل خاک خود و به ناچار 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 الخبر که القاعده مسئولیت آن را پذیرفت و نیز کشته‌شدن نیروهای آمریکایی از دیگر اتهامات بی‌اساسی است که علیه کشورمان مطرح می‌شود.

### ۶-۳-۲. مستند «روزی روزگاری ایران»

«روزی، روزگاری ایران»، ساخته «کونین سیم»، مستند بسیار خوش‌ساخت دیگری است که مجله تایمز آن را یک فیلم جاده‌ای فوق‌العاده و دارای نگاه عمیق توصیف کرد. این فیلم ۲۲ فوریه ۲۰۰۷ (سوم اسفند ۱۳۸۵) از شبکه ۴ انگلیس پخش شد و با عنوان «زیارت کربلا؛ یک زاویه باز»، در تاریخ ۲۶ مارس ۲۰۰۷ (۶ فروردین ۱۳۸۶) از شبکه پی‌بی‌اس آمریکا پخش شد. در این مستند تلاش شده است دو موضوع برای مخاطب روش 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 شده و در ادامه مستند، 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، تاثیرگذار است. از سویی ماجرای بسیار تراژیک در گذشته رخ داده است و از سوی دیگر اعتقاد به انتقام‌گیری از خون سیدالشهداء با ظهور امام غائب بین ایرانیان عمیق و جاری است. 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 راه‌حل 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 نهایتاً 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 ارزش به تصویر درآمده‌اند. (بیچرانلو، پیشین: ۹۰)

### ۶-۳-۳. مستند «سفر انقلابی به ایران»

در این مستند تلویزیونی، که توسط سی‌ان‌ان ساخته شده، «کریستین امان‌پور»، مجری و خبرنگار مشهور این شبکه تلویزیونی و به عبارت دقیق‌تر راوی و 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 به رغم 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 ناراضی‌اند و در این بین به سراغ برخی شخصیت‌ها از دو جناح حاکم بر کشور 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 (کم‌کردن نور و خشن شدن چهره مصاحبه‌شونده در تاریکی) صورت می‌گیرد. همچنین امان‌پور به خانه پدری خود در دوره قبل از پیروزی انقلاب می‌رود و با حالتی اندوهگین به بینندگان نشان می‌دهد که اینجا چه منزل باشکوهی 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 یعنی ایران نیز این حالت فلاکت‌بار را پیدا کرده 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. (بیچرانلو، پیشین: ۹۰)

### ۷. ایران‌هراسی در رسانه‌های خبری (بررسی موردی روزنامه نیویورک تایمز)

در این بخش، برای فهم نحوه بازنمایی ایران در رسانه‌های آمریکایی به طور نمونه نیویورک تایمز را مورد بررسی موردی قرار داده و در این راستا، پنج مسئله «واژگان»، «استعاره»، «اغراق و بزرگ‌نمایی»، «تخفیف دادن و جابه‌جا کردن»، و «قطب‌بندی» (توصیف خود و دیگری) را ملاک بررسی قرار می‌دهیم:

### ۱-۷. واژگان

واژگان انتخاب شده در هر رسانه‌ای برای بازنمایی چهره یک کشور، بیان‌کننده ارزش‌ها و هنجارها و در واقع قضاوت ارزشی درباره آن کشور هستند. واژگان اساسی متون رسانه‌ای بررسی شده درباره ایران از جمله نیویورک تایمز عبارت بودند از: بنیادگرایی اسلامی؛ افراط‌گرایی؛ سرکوب؛ شرارت؛ کشتار؛ انتقام‌جویی؛ دیکتاتوری؛ مسابقه تسلیحاتی؛ خشونت؛ تعصب‌گرایی؛ موج تهاجم مذهبی؛ ائتلاف شوم ترور؛ عناصر متعصب؛ ایران ضعیف و خوار؛ کشور منزوی؛ اسلام‌گرایان دولتی؛ زورمندان اسلام‌گرا؛ تروریست‌های اسلامی؛ محور شرارت و... (معمدنژاد و مهدی‌زاده طالشی، ۱۳۸۶: ۲۲)

### ۲-۷. استعاره (metaphore)

در استعاره به عنوان یکی از راه‌های انتقال معنا نوعی تشبیه میان ایران یا انقلاب اسلامی با مقولات دیگری برقرار می‌شود تا مفاهیم به صورت استعاری و از راه قیاس منتقل گردد. نمونه‌های از این قبیل در فضای نیویورک تایمز عبارت است از: دعا کردیم باران بیاید، سیل آمد (تشبیه انقلاب اسلامی به سیلی ویرانگر)؛ نگرهبان خوب و بد در ایران (تشبیه جامعه ایران به پادگان یا زندان)؛ اسلام‌گرایان سهمگین و ویرانگر (تشبیه اسلام‌گرایان به طوفان سهمگین و ویرانگر)؛ انقلابیون دون‌کیشوت صفت (تشبیه انقلابیون به شوالیه‌ها جادوگران)؛ گسستن بندهای عقیدتی در ایران (تشبیه باورهای دینی و عقیدتی در ایران به ارگان‌یسمی که بندها و مفصل‌های آن در حال پاره شدن و گسستن است) و... (همان)

### ۳-۷. اغراق و بزرگ‌نمایی (hyoerbole)

بزرگ‌نمایی ضعف‌ها، مشکلات و اشتباهات «دیگران» و دشمنان و نیز اغراق و بزرگ‌نمایی در موفقیت‌ها، پیشرفت‌ها و اعمال مثبت «خود» و دوستان را اغراق و بزرگ‌نمایی می‌گویند. در حقیقت، افزایش اغراق‌آمیز کنش‌های منفی «دیگران» و کنش‌های مثبت «ما» از ابزارهای بیانی و تکنیکی تبلیغی رسانه‌ای غرب در مسیر ایران‌هراسی و اسلام‌هراسی است. در این تکنیک، ضعف‌ها، مشکلات و اشتباهات «آنها» (ایران و اسلام) و نیز موفقیت‌ها، پیشرفت‌ها و اعمال مثبت «ما» (طرف غربی) بزرگ‌نمایی می‌شود و در آن مبالغه صورت می‌گیرد. مثال‌هایی از چنین تکنیکی در

نیویورک تایمز عبارت است از: کم‌رنگ شدن کلی اندیشه و آرمان امام خمینی؛ مشکلات و سرخوردگی‌های غیرقابل حل اجتماعی در ایران؛ جمع‌ناپذیری اسلام و حکومت دینی با الزامات عصر جدید؛ خطر تهدیدآمیز هسته‌ای ایران برای غرب؛ مداخله ایران در همه ماجراهای تروریستی؛ خروج از قید اسلام‌گرایی توسط جریان اصلاحات در ایران؛ تعارض جمع‌ناپذیر اسلام و آزادی؛ تلاش آمریکا بر صلح و ثبات در خاورمیانه؛ (همان: ۲۳)

#### ۷-۴. تخفیف دادن و جابه‌جا کردن (Mitigation & Displacement)

تحقیر و ارزیابی منفی عقاید و کنش‌های «دیگران» و استفاده از واژه‌ها و مفاهیم دارای بار معنایی منفی به جای واژه‌ها و مفاهیم واجد ارزش‌گذاری مثبت، مانند کاربرد عبارت «عملیات انتحاری» به جای «عملیات شهادت‌طلبانه»، تخفیف و جابه‌جا کردن نامیده می‌شود. در این راستا، نیویورک تایمز نیز از تکنیک تخفیف برای پیگیری ایران‌هراسی و اسلام‌هراسی مدنظر خود استفاده کرده است: تخفیف انقلاب اسلامی ایران به حرکتی ساده‌لوحانه، تخفیف انقلاب به شوروش، تخفیف قیام به اغتشاش، تخفیف شهادت به کشتار بی‌معنای، تخفیف شهادت‌طلبان به بمب‌گذاران انتحاری، تخفیف جنبش‌های مقاومت در لبنان به گروه‌های تروریستی، تخفیف مقاومت مسلحانه به ترور، تخفیف اسلام‌گراها به کمونیست‌های سابق، از موارد تخفیف و جابه‌جا کردن در متون بررسی رسانه‌ای غرب علیه ایران و اسلام از جمله روزنامه «نیویورک تایمز» است. (همان)

#### ۷-۵. قطب‌بندی میان خود/دیگری (polarization)

اسلام و ایران همواره به عنوان دگر (قطب مخالف) در قطب‌بندی‌های غربی و رسانه‌ای غرب مطرح هستند. تحلیل‌گران گفتمانی، ریشه تقسیم‌بندی فوق را در نابرابر و سلطه فرد یا گروهی بر فرد یا گروه دیگر ذکر می‌کنند. به نظر این تحلیل‌گران، صرف تن دادن به تقسیم‌بندی فوق، مشروعیت بخشیدن به سلطه است. این تقسیم‌بندی‌ها عمدتاً در این موارد خلاصه می‌شوند: ما در برابر آنها؛ غرب در مقابل ایران؛ دموکراسی در مقابل اسلام‌گرایی؛ تساهل و بردباری در مقابل خشونت؛ مبارزه با تروریسم در مقابل با جهاد؛ مسیحیان در مقابل با مسلمانان؛ حاکمیت الهی در مقابل حاکمیت مردمی. (همان: ۲۷).

جدول ذیل برجسته‌ترین دوگانگی‌های مبتنی بر مفاهیم «متفاوت بودن دیگری» و «حقارت وی نسبت به غرب» را نشان می‌دهد که از تحلیل انتقادی گفتمان نیویورک تایمز آمریکا و همین‌طور برخی دیگر از روزنامه‌های معروف اروپایی مانند گاردین (انگلیس)، لوموند (فرانسه)، و دی‌ولت (آلمان) به دست آمده است (همان: ۳۰)

چارچوب‌های معرفی «خود» (غرب)	چارچوب‌های بازنمایی «دیگری» (ایران و اسلام)
قدرت	ضعف و شکست
مدرنیسم و نوگرایی	عقب‌ماندگی و بنیادگرایی
تساهل و بردباری	تعصب و خشونت
صلح‌خواهی	شرارت و کینه‌ورزی
عقلانیت و مسئولیت‌شناسی	عدم عقانیت و تندروی
در معرض یا قربانی تروریسم	مروج تروریسم، تهاجم و تهدید

## ۸. نتیجه‌گیری

گسترش پدیده اسلام‌گرایی در آمریکا و کشورهای اروپایی، چاره‌ای جز تقویت رویکرد مبتنی بر مهار اسلام‌گرایی در این کشورها باقی نگذاشته است. از طرفی، تثبیت جمهوری اسلامی ایران و اقتدار روزافزون منطقه‌ای و بین‌المللی آن و شکست سناریوهای سخت و نیمه‌سخت براندازی نظام اسلامی پس از گذشت بیش از سه دهه از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، استراتژیست‌ها و سیاست‌مداران غربی و آمریکایی را به شدت به در پیش گرفتن جنگ نرم و عملیات روانی برای تقابل با ایران اسلامی مصمم کرده است. با در نظر گرفتن این توضیح، یکی از اصلی‌ترین راهبردهای مطرح در جریان کلی بازنمایی منفی و سیاسی از دگرهای غرب، راهبرد «اسلام‌هراسی» و به تبع آن «ایران‌هراسی» است. این راهبرد از طرفی می‌تواند در چارچوب دیگری مانند دیپلماسی عمومی علی‌الخصوص دیپلماسی رسانه‌ای نیز معنادار شود. در واقع، نوع سیاست‌گذاری رسانه‌ای یکی از اصل‌ترین و کلیدی‌ترین ابزارهای مستعد برای ترویج اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی در میان افکار عمومی و نخبه‌گان فکری-اجرایی کشورهای دیگر علی‌الخصوص کشورهای نگران از گسترش اسلام‌گرایی مانند ایالات متحده آمریکا و برخی کشورهای اروپایی

است. به این ترتیب، به نظر می‌رسد، اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی بیانگر بازنمایی سوگیرانه و فارغ از ارزشهای حرفه‌ای رسانه به عنوان رکن چهارم دموکراسی و تسهیل‌کننده چرخش آزاد اطلاعات و اخبار است. در چنین فضایی است که نمیتوان مرزی مشخص میان رسانه و دیپلماسی قائل شد و رسانه‌های آمریکایی آنگونه که نشان داده‌اند به ابزارهایی در جهت ایجاد و گسترش کلیشه‌های منفی انگارانه بدل شده‌اند. در تحلیل نهایی با بهره‌ای آزاد از نظریه بازنمایی رسانه‌ای ایران، می‌توان مدعی شد که طرد رادیکال اسلام سیاسی و جمهوری اسلامی ایران به عنوان نماینده فکری عملگرایی آن در منطقه خاورمیانه و در سطح بین‌المللی، تنها به مدد ایماژها و انگاره‌هایی ممکن و مقدور خواهد بود که منفی و غیرسازنده باشد. در چنین شرایطی تکیه بر دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای متقابل و بهره‌برداری از قدرت تلقینی و اقناعی رسانه‌های جمعی برای خنثی‌سازی اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی، امری گریزناپذیر به نظر می‌رسد.

در یک کلام، در زمانه و زمینه اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی، استفاده از مزیت تصویرسازی و چهره‌سازی رسانه‌ها به منظور ارائه چهره واقعی از جمهوری اسلامی ایران و جریان اسلام‌گرایی از یک طرف و برملاء کردن چهره واقعی و بدون روتوش از آمریکا و غول‌های رسانه‌ای دنیا از طرف دیگر، می‌تواند اصلی‌ترین و موثرترین راه‌کار پیش روی مهندسیین فرهنگی و رسانه‌ای ما در برخورد با پدیده اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی ناعادلانه در کشورهای غربی علی‌الخصوص در ایالات متحده آمریکا باشد.

## منابع

- احمد، اکبر (۱۳۸۰) *پست‌مدرنیسم و اسلام*، فرهاد فرهنگ‌پور، تهران، نشر ثالث.
- ادوارد سعید (۱۳۷۹)، «اسلام رسانه‌ها»، اکبر افسری، تهران، انتشارات توس.
- ادوارد، سعید (۱۳۷۸)، *پوشش خبری اسلام در غرب*، ترجمه عبدالرحیم گواهی، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- بی نام، فاکس نیوز، «ضداسلامی‌ترین شبکه تلویزیونی جهان» ترجمه محمدرضا نوروزپور، نشریه سروش، شماره ۱۰۹۹.
- بیچرانلو، عبدالله (۱۳۸۸) «بازنمایی اسلام و ایران در رسانه‌های غرب»، *رسانه، سال بیستم*، شماره ۱، صص: ۷۹-۹۴.

- چاوا، فرانکفورد و دیوید نچیماس، *روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی*، فاضل لاریجانی و رضا فاضلی، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۸۱، چاپ اول.
- ریبعی، علی و احمدزاده نامور فرناز (۱۳۸۷)، «نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل آمریکایی‌ها و ایرانی‌ها»، *دانش سیاسی*، سال چهارم، شماره دوم، پاییز و زمستان. کمال‌چیرانی، فرشته (۱۳۸۹) نگاهی به شبکه خبری فاکس نیوز، *پایگاه خبری پارسینه*.
- گیویان، عبدالله (۱۳۸۸)، «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۸، زمستان ۱۳۸۸، صص: ۱۴۷-۱۷۷
- مجیدی، حسن (۱۳۸۹)، «گفتمان اسلام‌هراسی در آمریکا: مطالعه موردی فاکس نیوز»، *رسانه*، سال بیستم، شماره ۳، صص: ۷۱-۸۶
- معمد نژاد، کاظم و مهدی‌زاده طالشی، سید محمد (۱۳۸۶)، «تحلیل انتقادی گفتمان "نیویورک تایمز"، "گاردین"، "لوموند" و "دی‌ولت"»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۳۶.
- نقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۸)، *تاریخ دیپلماسی و روابط بین‌الملل: از پیمان وستفالی تا امروز*، تهران، قومس.
- Akel, Bassil (2002), "Stereotypes and Misconceptions: Islam and the Western Media", from: [www.islamfortoday.com](http://www.islamfortoday.com)
- Devereux, Eion (2003), *Understanding the Media*, London: Sage Publications.
- Edwards, Milton (2002), *Reasearching the Radical, the Quest for a Perspective*, London: Sage Publications.
- Hall, Stuart. (1997), *Cultural Representation and Signifying Practice*, London: Sage Publications.
- Hall, Stuart. (2003), "The Work Representation", in Stuart Hall (Eds.), *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage Publications.
- Khleif, B.Bud (1998).(Eds), "Distortion of Islam and Muslims in American Academic Discourse", in Yahya R. Kamalipour and Theresa Carilli, *Cultural Diversity and the U.S Media*, Newyork: State university of Newyork Press.
- MacDonald, Myra. (2003), *Exploring Media Discourse*, London: Arnold.
- Mac Donald, Myra (2003) "Demonizing Islam" in *Enploring Media Discourse*, London: Arnold.



- Morgan, Michael & Shanahan, James (Eds.) (1997), "Two Decades of Cultivation Research" In Brant Burlson, *Communication Yearbook*, London: Sage Publications.
- Runnymede Trust: Commission on British Muslims and Islamophobia, *Islamophobia: a challenge for us all* (1997), London: Runnymede Trust.
- Ziauddin, Sadar (1995) *Racism, Identity and Muslims in the West, in Muslim Minorities in the West*, London: Grey Seal.
- Shaheen, Jack. (2003) *Real Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*, London: Sage Publication.
- Vilani, John.V (1989), *Reporting a Revolution: the Iranian Revolution and the Nicco Debate*, London: Sage Publications.
- Wasko, J. (2003), *How Hollywood Works*, London: Sage Publication.
- Armstrong ,Karan "9/11 and Compassion: We Need It Now More Than Ever", <http://www.huffingtonpost.com/karen-armstrong>.
- Cesari, Jocelyne (2006), Muslims in Western Europe After 9/11: Why the term Islamophobia is more a -predicament than an Explanation, <http://www.libertysecurity.org/article1167.html>.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی