

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رسانه‌ها و بازنمایی

www.ketab.ir

# رسانه‌ها و بازنمایی

سید محمد مهدی زاده

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها

۱۳۸۷

سرشناسه: مهدی زاده، محمد، ۱۳۴۶-  
عنوان و نام پدیدآور: رسانه‌ها و بازنمایی / محمد مهدی زاده  
مشخصات نشر: تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات  
و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۷.  
مشخصات ظاهری: ۱۸۱ ص.  
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۳۴-۱۲-۹  
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا  
پادداشت: کتابنامه: ص. ۱۸۳-۱۸۵  
موضوع: رسانه‌های گروهی - تأثیر.  
موضوع: رسانه‌های گروهی و افکار عمومی.  
موضوع: رسانه‌های گروهی و زنان.  
شناسه افزوده: ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.  
رده‌بندی کنگره: ۱۳۸۷، ۹۷۸/۹۶۴/۹۹۳۴  
رده‌بندی دیویی: ۲۰۲/۲۳۳  
شماره کتابشناسی ملی: ۱۱۹۲۵۰۹



دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

رسانه‌ها و بازنمایی

سید محمد مهدی زاده

طرح جلد: احمد رضا دالوند

چاپ اول: ۱۳۸۷، شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه، قیمت: ۲۰۰۰ تومان

لیتوگرافی، چاپ و صحافی:

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۳۴-۱۲-۹ ISBN: 978-964-9934-12-9

نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، شماره ۱۳

تلفن: ۸۸۷۳۷۳۲۸، ۴۱۲-۸۸۷۳۰۴۷۳، فون نویس: ۰۴۷۷-۸۸۷۳

www.rasaneh.org

c-eil: info@rasaneh.org

## فهرست مطالب

۹	مقدمه
۱۵	۱. بازنمایی
۲۲	زبان و بازنمایی
۲۹	گفتمان و بازنمایی
۳۵	ایدئولوژی و بازنمایی
۴۵	ایدئولوژی، زبان و قدرت
۵۰	بازنمایی رسانه‌های: رسانه، گفتمان و قدرت
۶۵	۲. گفتمان استعماری غرب: سیاست بازنمایی شرق
۷۶	صورت‌بندی گفتمانی - تاریخی شرق‌شناسی
۹۱	بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌ها
۱۱۹	۳. گفتمان پدرسالاری: بازنمایی جنسیت
۱۲۴	جنسیت و بازنمایی
۱۲۶	بازنمایی زنان در رسانه‌ها
۱۲۷	بازنمایی زنان در تبلیغات تجاری
۱۴۳	هرزمنگاری و بازنمایی نژاد زنان
۱۴۷	۴. گفتمان نژادپرستی: بازنمایی نژاد
۱۵۰	نژاد و بازنمایی
۱۵۱	بازنمایی سیاه‌پوستان در رسانه‌ها
۱۶۴	ابهامات موجود در بازنمایی نژاد
۱۶۹	نتیجه
۱۷۳	واژگان و اصطلاحات فارسی - انگلیسی
۱۷۹	منابع

## مقدمه

رسانه‌ها بر شناخت و درک عموم از جهان تأثیر می‌گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند؛ زیرا رسانه‌ها واسطه و میانجی بین آگاهی‌های فردی و ساختارهای گسترده‌تر اجتماعی و سازنده معنا هستند. رسانه‌ها همچون آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی‌کنند، بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تأثیر می‌گذارند. بر این اساس، بازنمایی، ساخت رسانه‌ای واقعیت است. این نحوه نگرش در خصوص نسبت رسانه‌ها و واقعیت، ناشی از تحول در فهم و برداشتی است که از زبان تحت‌عنوان "چرخش زبان‌شناختی" در غرب رخ داده است که طی آن، زبان نه امری شفاف برای انعکاس معنا و واقعیت، که سازنده واقعیت و معنا است. "معنا" امری آشکار در واقعیت که در زبان یا رسانه منعکس می‌شود، نیست، بلکه حاصل روابط ساختمند در زبان است. به این معنی که پدیده‌ها دارای معنای ذاتی نیستند، بلکه معنا حاصل روابط، به ویژه روابط تقابلی است. "سیاهی" معنا ندارد مگر آنکه آن را در برابر "سفیدی" قرار دهیم. لذاست که بازنمایی را باید ساخت رسانه‌ای و زبانی واقعیت دانست. بازنمایی نه انعکاس و بازتاب معنای پدیده‌ها در جهان خارج، که تولید و ساخت معنا بر اساس چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. از

آنجایی که رسانه‌ها فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان جدیدند، می‌توان محتوای آنها را منبع معنی‌قدرتمندی درباره جهان اجتماعی دانست. بازنمایی‌های رسانه‌ای از این لحاظ مهم هستند که شناخت و باور عمومی را شکل می‌دهند. با توجه به نسبت گفتمان و بازنمایی، محتوای رسانه‌ای، بازنمایی روابط قدرت نابرابر (نژادی، جنسیتی، فرهنگی...) در جهان است. بنابراین، بازنمایی رسانه‌ای معناسازی خنثی و بی‌طرف نیست، چراکه هرگونه بازنمایی ریشه در گفتمان و ایدئولوژی‌ای دارد که از آن منظر بازنمایی صورت می‌گیرد. چنان‌که مثلاً گفتمان نژادپرستی، اقلیت‌های نژادی را به شیوه‌ای بازنمایی می‌کند و معنایی از آنها برمی‌سازد که آن گفتمان و متعاقباً مناسبات و روابط فرادستی و فرودستی نژادی را بازتولید و حفظ کند. گفتمان چارچوب و نظام معرفتی است که از طریق زبان اعمال می‌شود. گفتمان ترکیب دانش و قدرت است. به عبارتی گفتمان نوعی از دانش و معرفت را تولید می‌کند که به کار استقرار و استمرار مناسبات قدرت بیاید. هر دانشی برخاسته از مناسبات قدرت و در عین حال گسترش و تثبیت آن مناسبات است. چنان‌که گفتمان استعماری غرب که مبتنی بر مناسبات قدرت میان غرب و شرق است، نوعی دانش را در قالب شرق‌شناسی تولید می‌کند تا شرقی‌ها و به‌ویژه مسلمانان را به گونه‌ای بازنمایی کند و از آنان معنایی‌ای بسازد که در خدمت آن روابط و مناسبات قدرت باشد. لذاست که متفکرانی چون استوارت هال، مفهوم "سیاست بازنمایی" را به کار می‌گیرند: سیاست بازنمایی، روابط قدرت در روند دلالت و بازنمایی را توضیح می‌دهد. یعنی دلالت و معناسازی متأثر از روابط قدرت و متقابلاً تأثیرگذار بر آن روابط است.

واقعیت براساس بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. هیچ امر فرازبانی، فراگفتمانی و فراتاریخی وجود ندارد که به نحو عینی و شفاف انعکاس یابد؛ بلکه هرگونه فهم و شناختی از واقعیت،

امری است که در زبان و گفتمان ساخته می‌شود. معنا نه اکتشافی طبیعی، که برساخته‌ای اجتماعی است. معانی و بازنمایی رسانه‌ای اگرچه برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است، اما ایدئولوژی و گفتمان سعی می‌کند آن معانی و بازنمایی را امری "طبیعی" و فراگفتمانی و فرازبانی جلوه دهد. به عبارتی، یکی از استراتژی‌هایی که در ایدئولوژی و گفتمان به کار گرفته می‌شود تا در قالب عقل سلیم درآید، "طبیعی‌سازی" است. طبیعی‌سازی نه امری طبیعی، که محصول و فرآورده‌ای اجتماعی و فرهنگی است. چنین است که خصوصیات و ویژگی‌هایی که برای مسلمانان، سیاه‌پوستان و زنان در رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های غرب برشمرده می‌شود، ویژگی‌ها و خصلت‌های ذاتی و طبیعی فرض می‌شود که البته این خصلت‌ها نه طبیعی که طبیعی‌سازی یعنی برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گفتمان و ایدئولوژی، قطب‌بندی و دوانگاری است، به این صورت که گفتمان‌ها و ایدئولوژی‌ها، با تفکیک و تمایز "خود" و "دیگری" با غیرسازی و نسبت دادن ویژگی‌های (منفی) به "دیگری"، "خود" را به صورت مثبت تعریف می‌کنند. هویت و معنای "خود"، نه امری ذاتی و طبیعی، بلکه ناشی از تقابلی است که با "دیگری" صورت می‌گیرد. چنان‌که غرب به لحاظ گفتمانی و تاریخی برای اثبات و تعریف خود، شرق را به لحاظ فرهنگی و سیاسی ساخت و اختراع کرد. «شرق کشف نشد بلکه ساخته شد».

براساس گفتمان استعماری، شرقی‌ها و به‌ویژه مسلمانان همواره به‌عنوان "دگر" یا غیرخودی غرب به تصویر کشیده شده‌اند. در سفرنامه‌ها، داستان‌سرایی‌ها و متون ادبی غربیان شرقی‌ها وحشی، غیرتمدن، بی‌بهره از خرد، عقب‌مانده و موجوداتی شهوانی و خشن و نیز سرزمین‌های شرقی به عنوان نقاط تاریک و ناشناخته تعریف شده‌اند که باید شناسایی، کشف و کنترل شوند. در مقابل، غربی‌ها متمدن، پیشرفته، مدرن و موجوداتی خردورز معرفی شده و می‌شوند که رسالت تاریخی تمدن‌گستری را بر

دوش دارند! امروزه به مدد رسانه‌ها، این‌گونه بازنمایی‌های شرق‌شناسانه بسط و گسترش و پیچیدگی‌های بیشتری یافته است.

همچنین براساس گفتمان پدرسالاری، دوگانه مرد/زن، مردان را موجوداتی عقلانی، منطقی و قوی و در مقابل، زنان را موجوداتی احساسی، عاطفی و ضعیف بازنمایی می‌کند. گفتمان پدرسالاری کلیشه‌هایی از زنان می‌سازد که نظام تقسیم کار جنسیتی را بازتولید و حفظ کند و در سلسله مراتب قدرت، زنان را در موقعیت فرودستی و مردان را در موقعیت فرادستی نشانند.

این گفتمان از تفاوت‌های طبیعی دو جنس زن و مرد، معانی‌ای اجتماعی و فرهنگی می‌سازد و براساس آن معانی، زنان و مردان را به نحو خاص و متمایزی تعریف می‌کند: مردان را عقلانی و زنان را احساسی.

اگرچه "جنس" بیانگر تفاوت‌های فیزیکی و زیست‌شناختی دو جنس است، اما "جنسیت" بر ساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است که بر روابط و مناسبات نابرابر جنسیتی دلالت می‌کند.

براین اساس گفتمان نژادپرستی نیز، اقلیت‌های نژادی و قومی را در قالب کلیشه‌های نژادپرستانه بازنمایی می‌کند و با برشمردن ویژگی‌ها و خصلت‌های منفی برای آنها به‌ویژه نژاد سیاه، سفیدپوستان را واجد همه خصلت‌هایی معرفی می‌کند که سیاهپوستان فاقد آن هستند. اگرچه تفاوت رنگ پوست امری طبیعی است، اما سفیدبودن و سیاه بودن، به لحاظ فرهنگی و اجتماعی به گونه‌ای تعریف می‌شود که براساس آن، سفیدپوست انسانی باهوش، عاقل و متمدن و در مقابل سیاهپوست انسانی کُندذهن، خشن و عقب‌مانده معرفی می‌شود. نژادپرستی نه دانشی خشک و بی‌طرفانه، بلکه ایدئولوژی و گفتمانی است که ریشه در روابط و مناسبات نابرابر نژادی دارد و در عین حال آن روابط و مناسبات را بازتولید و حفظ می‌کند. کتاب حاضر پس از طرح مباحث نظری در خصوص بازنمایی و نسبت زبان، گفتمان و ایدئولوژی با بازنمایی و نهایتاً بازنمایی



رسانه‌ای، به سه حیطة بازنمایی یعنی بازنمایی مذهب، بازنمایی جنسیت و بازنمایی نژاد می‌پردازد. فرض بنیادین این نوشته این است که بازنمایی‌ها و معناسازی‌های رسانه‌ای، امری ذاتی و طبیعی نیست، بلکه برساخته‌ای اجتماعی، فرهنگی، زبانی و گفتمانی است. بازنمایی، مبتنی بر گفتمانی است که مولد نوع خاصی از دانش و معرفت است و بر آن اساس، مبادرت به تولید معنا می‌کند. چنان‌که گفتمان استعماری غرب، شرقی‌ها و مسلمانان را، گفتمان پدرسالاری، زنان را و گفتمان نژادپرستی، سیاه‌پوستان را به نحو خاصی بازنمایی می‌کند. علائم و نشانه‌های زبانی و رسانه‌ای که بازنمایی به‌واسطه آنها صورت می‌گیرد معصوم و بی‌طرف نیستند بلکه بر گفتمان و مناسبات و روابط قدرت دلالت می‌کنند. رویه‌های دلالت، همان رویه‌های قدرت است.

از همکار بزرگوار آقای شعبانعلی بهرامپور مدیر محترم دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها که امکان انتشار این اثر را فراهم کرده‌اند و نیز خانم فاطمه کیهان به‌خاطر قبول زحمت و ویرایش متن و آماده‌سازی آن برای چاپ و خانم‌ها آمنه اسکافی و فاطمه حبیبی برای حروفچینی متن، تقدیر و تشکر می‌کنم.

سیدمحمد مهدی‌زاده

دی ماه ۱۳۸۶