



رسانه‌ها و بازنمایی

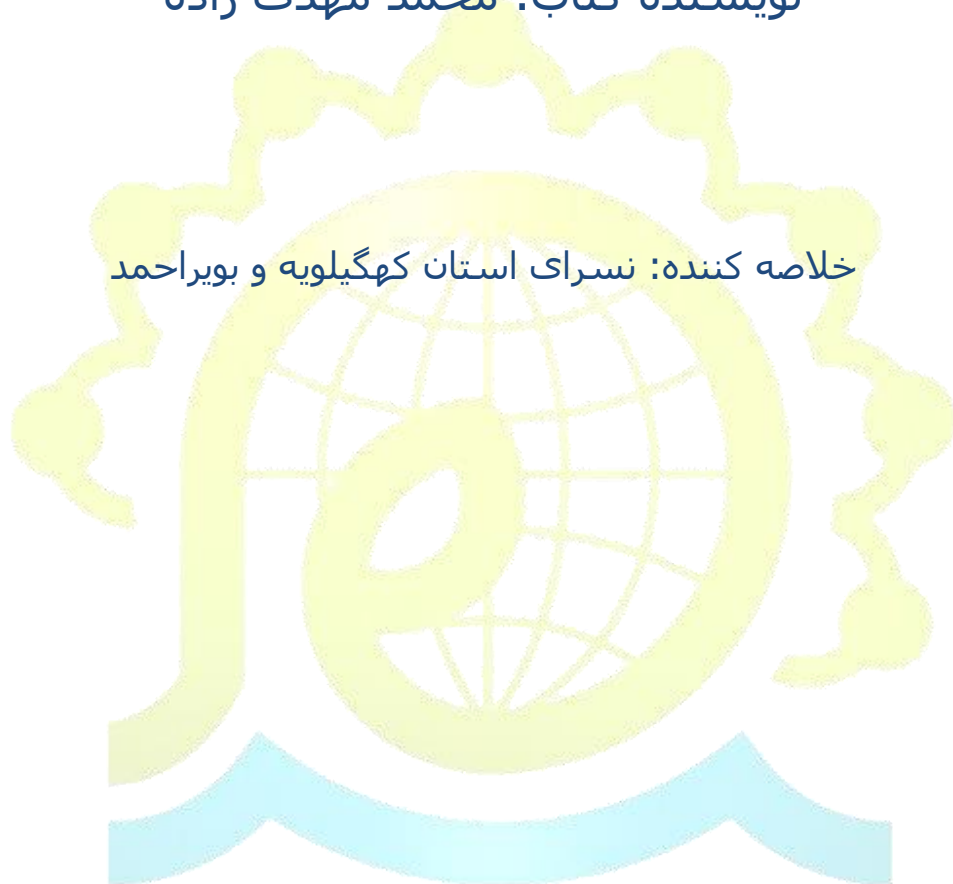
سید محمد مهدی زاده

مقاله‌ها و توسعه رسانه‌ها

خلاصه کتاب: رسانه‌ها و بازنمایی

نویسنده کتاب: محمد مهدی زاده

خلاصه کننده: نسرای استان کهگیلویه و بویراحمد



نهضت سواد رسانه‌ای انقلاب اسلامی

Contents

۳	فهرست
۵	رسانه‌ها و بازنمایی
۹	زبان و بازنمایی
۱۲	گفتمان و بازنمایی
۱۴	ایدئولوژی و بازنمایی
۱۶	ایدئولوژی، زبان و قدرت
۱۸	بازنمایی رسانه‌ای: رسانه، گفتمان و قدرت
۲۲	گفتمان استعماری غرب: سیاست بازنمایی شرق
۲۶	صورت بندی گفتمانی-تاریخی شرق شناسی
۳۱	بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌ها
۳۴	بنیادگرایی و رادیکالیسم
۳۶	خشونت و تروریست
۳۸	حرص و شهوت
۳۸	سرکوب زنان
۴۱	گفتمان پدرسالاری: بازنمایی جنسیت
۴۳	جنسیت و بازنمایی
۴۴	بازنمایی زنان در رسانه‌ها
۴۸	بازنمایی زمان در تبلیغات تجاری
۵۱	لرزه نگاری و بازنمایی
۵۲	گفتمان نژادپرستی: بازنمایی نژاد



نهضت سواد رسانه‌ای انقلاب اسلام

رسانه‌ها و بازنمایی

رسانه‌ها بر شناخت و درک عمومی 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 تحت عنوان "چرخش زبان شناختی" در غرب رخ داده است، که طی آن زبان، نه امری شفاف برای انعکاس معنا و واقعیت، که سازنده واقعیت و معناست.

"معنا" امری آشکا 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 مقابل" سفیدی قرار دهیم. لذا 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 آن جایی که رسانه‌ها فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان جدیدند، می‌توان محتوای آن‌ها را منبع قدرتمندی دربارهٔ جهان اجتماعی دانست. بازنمایی‌های رسانه‌ای از این جهت مهم هستند که شناخت و باوری عمومی را شکل می‌دهند. بازنمایی رسانه‌ای معنا سازی خنثی و بی طرف نیست، چرا که هر گونه بازنمایی ریشه در گفتمان و ایدئولوژی دارد که از آن منظر بازنمایی صورت می‌گیرد.

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 بر اساس بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود.

معانی و بازنمایی رسانه‌ای اگرچه بر ساخته‌ای 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 در آید "طبیعی سازی" است.

طبیعی سازی نه امری طبیعی، که محصول و فرآورده ای اجتماعی و فرهنگی است. چنین است که خصوصیات و ویژگی‌هایی که برای مسلمانان، سیاه پوستان و زنان در رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های غرب بر شمرده می‌شود، ویژگی‌های و خصلت‌های ذاتی و طبیعی فرض می‌شود که البته این خصلت‌ها نه طبیعی که طبیعی سازی یعنی بر ساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است.

گفتمان‌ها و ایدئولوژی‌های، با تفکیک و تمایز "خود" و "دیگری" با غیر سازی و نسبت دادن ویژگی‌های (منفی) به "دیگری"، خود را به صورت مثبت تعریف می‌کنند. به مدد رسانه‌ها، این گونه بازنمایی‌های شرق شناسانه بسط و گسترش و پیچیدگی‌های بیشتری یافته است. بر اساس گفتمان پدر سالاریف دو گانه زن/مرد، مردان را موجوداتی عقلانی، و منطقی و قوی، و در مقابل زنان را موجوداتی احساسی، عاطفی و ضعیف بازنمایی می‌کند. گفتمان پدر سالاری کلیشه‌هایی از زنان می‌سازد که نظام تقسیم کار جنسیتی را باز تولید و حفظ کند و در سلسله مراتب قدرت، زنان را در موقعیت فرودستی مردان را در موقعیت فرا دستی نشانند.

بازنمایی‌های و معناسازی‌های رسانه‌ای، امری ذاتی و طبیعی نیست بلکه بر ساخته‌ای اجتماعی، فرهنگی، زبانی و گفتمانی است.

"بازنمایی" تولید معنا از طریق گفتمانی است به این معنی که معنا از طریق نشانه‌ها به ویژه زبان تولید می‌شود. زبان سازنده معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و صرفاً واسطه‌ای خنثی و بی طرف برای صورت بندی معانی و معرفت درباره جهان نیست. فرآیند تولید معنا از طریق زبان را رویه‌های دلالت می‌نامند. لذا آنچه واقعیت نامیده می‌شود خارج از فرایند بازنمایی نیست البته این بدان معنا نیست که هیچ جهان مادی واقعی وجود ندارد، بلکه مهم معنای است که به جهان مادی داده می‌شود. بازنمایی از طریق فرآیندهای توصیف و مفهوم سازی و

جایگزین سازی معنای آن چرا بازنمایی شده است بر می‌سازد. بازنمای فرهنگی و رسانه‌ای نه امری خنثی و بیطرف، که آمیخته به روابط و مناسبات قدرت جهت تولید و اشاعه معانی مرجع در جامعه در راستای تداوم و تقویت نابرابریهای اجتماعی است. بازنمایی‌ها در بافت معانی مثل عقل سلیم تولید و توزیع می‌شوند. اما این وضعیت تحت اداره و کنترل یک نظام قدرت است که به بعضی از معانی مشروعیت می‌بخشد و به بعضی دیگر خیر. بنابراین بعضی از ایده‌ها و معانی مسلط و بقیه کنار نهاده می‌شوند. سلطه مردان سفیدپوست طبقه متوسط فعال در صنایع رسانه‌ای موجب می‌شود که بعضی از ایده‌ها، ارزش‌ها و دیدگاه‌های مربوط به جهان به عنوان عقل سلیم یا طبیعی عرضه شود. به عبارت دیگر آنچه ارائه می‌شود حقیقت نیست بلکه بازنمایی حقیقت مورد نظر مردان طبقه متوسط سفیدپوست فعال در صنایع رسانه‌ای است. از این لحاظ که می‌توان بازنمایی و ایدئولوژیک دانست بنابراین شناخت بازنمایی ما را به سوی کند و کاو پیرامون قدرت و ایدئولوژی می‌کشاند بازنمایی تابع روندهای دلالت است به این معنا که حقیقت به هیچ وجه بر بازنمایی‌ها پیشی ندارد، بلکه توسط آن ساخته می‌شود.

اندیشمندان فمینیست و پسا استعماری انسجام نظام گفتمانی را صرفاً آثار قدرت و سلطه می‌دانند نه چیز دیگری، بدین ترتیب، این اندیشمندان مفهوم "سیاست بازنمایی" را توصیه می‌کنند. سیاست بازنمایی روابط قدرت در روندهای دلالت و بازنمایی را بررسی می‌کند در این سیاست یک پرسش راهبردی دو بخشی اهمیت دارد: بازنمایی‌ها چه کسانی حاکم می‌شود؟ چه کسی امکان بازنمایی حقیقت را دارد؟ پرسش را طور دیگری مطرح می‌کنیم. چه کسانی باید به سکوت کشانده شود تا این بازنمایی‌ها غالب شوند؟ صدای چه کسانی باید قطع شوند تا آنها غالب شوند؟ سیاست بازنمایی بر آثار مادی قدرت گفتمانی تاکید دارد. یکی از راهبردهای سیاست بازنمایی کلیشه سازی است که مردم را تا حد چند خصیصه یا ویژگی ساده تقلیل می‌دهد. "کلیشه" عبارت است از تنزل انسان‌ها به مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی مبالغه‌آمیز و معمولاً منفی. در نتیجه کلیشه‌ای شخصیت‌ها عبارت است از تقلیل دادن، ذاتی کردن، آشنا کردن و تثبیت "تفاوت" و از طریق کارکرد قدرت قدرت مرزهای میان "بهنجار" و "نکبت بار"، "ما" و "آنها" را مشخص کردند.

دایر استدلال می‌کند که "ما همیشه چیزها را با مقوله‌های گسترده می‌فهمیم، بنابراین، برای مثال افراد را تا حدودی از طریق نقش‌هایی که اجرا می‌کنند می‌شناسیم و نیز اینکه آیا کودک، جوان، کارگر و غیره است. کلیشه سازی تعداد اندکی از ویژگی‌های ساده پایدار و به سادگی قابل فهم در یک شخص را در نظر می‌گیرد و همه چیز درباره آن فرد را به آن ویژگی‌ها تغییر می‌دهد و آن صفحات را اغراق آمیز و ساده می‌سازد و ثابت و ابدی می‌پندارد. بنابراین، کلیشه سازی تفاوت را "ذاتی" و "طبیعی" و "ثابت" فرض می‌کند.

کلیشه سازی همچنین با اتخاذ راهبرد تقسیم کردن ویژگی‌های قابل قبول را از ناپه‌نچار و غیرقابل پذیرش جدا می‌سازد، سپس هر چیزی را که در درون به‌نچار و قابل قبول نگنجد و متفاوت باشد طرد می‌کند. به طور نمادین مرزها را مشخص می‌سازد و حتی چیزی را که به ما تعلق ندارد ترد می‌نماید کلیشه سازی یک نوع مرض نمادین را میان "نرمال" و "منحرف" و قابل قبول، غیر قابل قبول، "ما و دیگری" معین می‌سازد. کلیشه سازی در جای شکل می‌گیرد که نابرابری‌های آشکار و ناموجه قدرت وجود دارد. قدرت: معمولاً گروه‌های فرودست و طرد شده را هدف می‌گیرد. طبق دیدگاه دایر یکی از جنبه‌های قدرت همانا قوم مداری است.

فوکو، کلیشه سازی را نوعی بازی قدرت / معرفت می‌نامد. کلیشه سازی، مردم را که به نرم‌ها یا هنجارها طبقه‌بندی و افراد طرد شده را به عنوان "دیگری" یا "غیر خودی" فرض می‌کند. یکی از ابزارها و منابع فراگیر و تاثیرگذار کلیشه سازی و شکل گیری افکار کلیشه‌ای در جهان "رسانه‌ها" هستند کلیشه سازی در رسانه‌ها به سه شیوه صورت می‌گیرد:

۱. در شیوه اول: رسانه‌ها تصویر غلطی از حضور یا سلطه واقعی گروه مورد نظر عرضه می‌کنند این کار از چند طریق انجام می‌گیرد. الف. توجهی به حضور مؤثر آن گروه برای مثال کمرنگ بودن حضور زنان در رسانه‌ها ب. پررنگ کردن حضور یک گروه خاص در عرصه‌ای خاص، مثل تأکید مکرر بر حضور و نقش زنان در تبلیغ لوازم آرایش و آشپزی.

۲. شیوه دوم نمایش محدود و ثابت و پایدار رفتار گروهی خاص است. برای مثال جوانان سیاهپوست در نمایش‌های تلویزیونی به عنوان افراد خلافکار یا خشن معرفی می‌شود.

۳. شیوه سوم مشروعیت زدایی از گروه یا گروه‌های مختلف از خلال مقایسه آنها با تصویر آرمانی نحوه رفتار آدم‌هاست.

در ساخت کلیشه‌های فرهنگی، نژادی و جنسیتی در روند بازنمایی و تولید معنا، زبان نقش مؤثر و کلیدی دارد و همین امر پرداختن به نسبت زبان و بازنمایی را ضروری می‌سازد

زبان و بازنمایی

زبان گنجینه مهم معانی و ارزش‌های فرهنگی است و همچون یک نظام بازنمایی عمل می‌کند. به عبارتی زبان به واسطه بازنمایی در فرآیند تولید معنا نقش کلیدی در هر گونه صورت بندی اجتماعی و فرهنگی دارد؛ چرا که تولید و توزیع معنا از طریق زبان صورت می‌گیرد. به واسطه اهمیت زبان در فرایند بازنمایی است که کنترل و نظارت بر عقاید و رفتارهای دیگران از طریق ساختن و شکل دادن معانی میسر می‌گردد و در این میان زبان رسانه و با سطح ممتازی است که معنا از طریق آن تولید و توزیع می‌شود. بنابراین زبان را می‌توان "رویه دلالت" نامید.

اگر معنا نتیجه قراردادهای زبانی، فرهنگی، اجتماعی و نه چیز ثابتی در طبیعت است، در آن صورت معنا را هرگز نمی‌توان ثابت و قطعی فرض کرد. بدین معنی که معنا در ذات چیزها وجود ندارد. معنا ساخت و تولید می‌شود. معنا حاصل و نتیجه یک رویه دلالت است ساختارگرایان که وجوه مختلف زندگی را نمود و بازتولید ساختارهای پنهان و ناآگاه می‌دانند استدلال می‌کنند. که در مثلاً چراغ سر چهارراه‌ها آنچه دلالت می‌کند و حامل معناست خود رنگ یا حتی مفهوم یا واژه آن نیست، بلکه تفاوت میان رنگ قرمز و سبز است که دلالت می‌کند. اگر ما نتوانیم میان رنگ‌های قرمز و سبز تمایز قائل شویم نمی‌توانیم یکی را به معنای توقف و دیگری را به معنای حرکت درج کنیم.

معنای لفظ به وسیله واقعیت مادی و بیرونی ایجاد نمی‌شود و واژگان در رابطه با یکدیگر معنا پیدا می‌کند و در جهان خارج ما به ازای حتمی ندارند. به سخن دیگر معنا محصول رابطه و تمایز است تمایزی در درون مجموعه‌ای از تقابل‌ها و تغایرها، بنابراین زبان منعکس کننده واقعیت از پیش موجود نیست، بلکه فهم ما از واقعیت را سازمان می‌دهد یا می‌سازد.

در خصوص نحوه بازنمایی از طریق زبان سه رهیافت وجود دارد: "بازتابی"، "عمدی" و "برساخت گرایي".

در راه رهیافت بازتابی، چنین تصور می‌شود که معنا در شعر، شخص، ایده یا رویداد در جهان واقعی وجود دارد و زبان همانند آینه عمل می‌کند تا معنای واقعی را به همان گونه که در جهان وجود دارد بازتاب دهد. رهیافت تعمدی استدلال می‌کند که این مؤلف است که معنای منحصر به فرد خود را از طریق زبان تحمیل می‌کند واژه‌ها همان معنا را می‌دهد که نویسنده یا گویند مدنظر داشته است. سومین رهیافت، ماهیت اجتماعی و عمومی زبان را به رسمیت می‌شناسد. این رهیافت باور دارد که اشیا و رویدادها به خودی خود و نیز کاربران زبان به تنهایی نمی‌تواند معنا در زمان را تثبیت کنند زیرا اشیا با رویدادها معنا ندارد. ما معنا را با استفاده از نظام‌های بازنمایی می‌سازیم و از این رو با آن رهیافت "برساخت گرایي" می‌گویند. این رهیافت جهان مادی نیست که حاوی و ناقل معناست بلکه این سیستم زبان است که ما برای ارائه مفاهیم خود استفاده می‌کنیم.

فوکو از زبان به گفتمان تغییر جهت داد، او زبان را مطالعه نکرد و در عوض به مطالعه گفتمان به عنوان یک نظام بازنمایی پرداخت. معمولاً واژه گفتمان به عنوان یک مفهوم زبانی مورد استفاده قرار گرفته است. فوکو به گفتمان معنای متفاوتی بخشید آنچه نظر او را جلب کرد همان قواعد و رویه‌های هستند که گزاره‌های معناداری تولید می‌کند و گفتمان دوران‌های تاریخی متفاوت را نظم می‌بخشد. منظور فوکو از گفتمان مجموعه‌ای از گزاره‌ها یا عبارت است که زبانی را- شیوه‌هایی را برای ارائه دانش- درباره یک مضمون خاص در یک دوره تاریخی معین به وجود می‌آورد. گفتمان تولید دانش از طریق زبان است اما از آنجا که همه رویه‌های اجتماعی معنا بوجود می‌آورند و معانی هم به هر آنچه ما انجام می‌دهیم شکل می‌دهند و بر آن نحوه عملکرد یا رفتار تأثیر می‌گذارند پس رویه‌ها

دارای یک جنبه گفتمانی هستند. شایان ذکر است که مفهوم گفتمان در این کاربرد صرفاً یک مفهوم زبانی نیست، بلکه درباره زبان و رویه است و تلاش می‌کند به تمایز میان آنچه آنان می‌گویند انجام می‌دهد فائق آید.

فوکو استدلال می‌کند، که گفتمان، همان موضوع را می‌سازد، آبره‌های دانش را تعریف و تولید می‌کند، و نحوه گفتگوی معنادار در بارهٔ یک مضمون و دلیل و برهان تراشیدند برای آن را تعیین می‌کند. گفتمان همچنین بر نحوی که ایده‌ها به صورت رویه یا عمل در می‌آیند و برای تنظیم رفتار و عملکرد دیگران به کار گرفته می‌شوند، تأثیر می‌گذارد؛ درست به همان گونه که شیوه‌های صحبت کردن متفاوت درباره یک مضمون را تحت سلطه خود درمی‌آورد. گفتمان شیوه‌ای قابل قبول و روش قابل فهم برای صحبت کردن، نوشتن یا نحوی که افراد خود را معرفی می‌کنند، نیز هست. در نتیجه مانع از آن می‌شود که ما به شیوه‌های دیگر درباره آن موضوع تولید دانش کنیم و یا دست‌کم شیوه تولید دانش درباره آن موضوع را محدود می‌سازد.

بنا به استدلال فوکو، گفتمان هرگز شامل یک عبارت یک متن یک کنش یا یک منبع نمی‌شود. گفتمان همسانی که مشخصه نحوه تفکر یا وضعیت دانش در هر مقطع زمانی است. فوکو بر خلاف نشان شناسان بیشتر به تولید دانش و معنا توجه داشت و این کار را نه از طریق زبان بلکه از طریق گفتمان دنبال می‌کرد. به گفته فوکو هیچی در خارج از گفتمان معنا ندارد. گفتمان درباره این نکته نیست که چیزها یا اشیا وجود دارند بلکه درباره این نکته است که معنا از کجا می‌آید؟ این ایده که چیزها یا اشیای فیزیکی و رفتارها وجود دارند اما درون گفتمان، معنا دار می‌شوند، و به آبره‌های دانش مبدل می‌شوند، در واقع قانون نظریهٔ ساختارگرایانه معنا و بازنمایی است.

پس این گفتمان‌ها نه خود چیزها یا اشیا هستند که دانش تولید می‌کنند. سوژه‌های مانند دیوانگی، مجازات و جنسیت فقط به طور معنادار درون گفتمانی که درباره آنها وجود دارد موجودیت دارند. بنابراین برای مطالعه گفتمان دیوانگی، مجازات یا جنسیت باید عناصر زیر در نظر گرفته شود: ۱. گزاره‌ها یا عبارتی دربارهٔ "دیوانگی"، "مجازات" و "جنسیت" که به ما دانش معینی درباره این چیزها می‌دهد.

۲. قوائدی که شیوه‌های معین صحبت کردن درباره این مضامین را تجویز می‌کند و سایر شیوه‌ها را حذف و ترد می‌کند.

۳. سوژه‌هایی که به گونه‌هایی مظهر گفتمان مرد دیوانه، زن هیستری، افراد جانی و ... است.

۴. دانش مربوط به این موضوع چگونه به اقتدار دست می‌یابد، بدین معنا که گویی حاوی حقیقت درباره آن موضوع است. و حقیقت مطالب را در یک دوره تاریخی می‌سازد.

۵. تصدیق این نکته که یک گفتمان متفاوت در یک دوره تاریخی بعد سر بر خواهد آورد و گفتمان موجود را تکمیل خواهد کرد و یک نوع صورت بندی گفتمانی جدید بوجود خواهد آورد.

بنا به گفته فوکو آن چه را که ما فکر می‌کنیم در یک دوره‌ای درباره موضوعی مثل جنایت میدانیم، در واقع روی شیوه‌ای که ما مجرمان را نظارت و کنترل و مجازات می‌کنید تأثیر می‌گذارد. دانش در خلاء عمل نمی‌کند، دانش را باید از طریق تکنولوژی‌های معین استراتژی‌های کاربردی، در موقعیت‌های ویژه، در بافت‌های تاریخی و رژیم‌های نهادی به کار بست.

گفتمان و بازنمایی

گفتمان شیوه خاص بازنمای خود و دیگری در رابطه بین آنهاست، یک گفتمان مجموعه‌ای از عبارت است از چه زبانی برای صحبت کردن درباره نوع خاصی از دانش درباره یک موضوع ارائه می‌کند یک گفتمان حاوی یک عبارت نیست بلکه شامل عبارات متعددی که با هم در کارند تا به شکل بدهند و آن را "صورت بندی" گفتمان می‌نامند. عبارات جستجو یکدیگرند عبارت دلالت بر یک ارتباط با کلیه عبارات دیگر دارد بازنمای همیشه در یک گفتمان صورت می‌پذیرد و گفتمان تأیید می‌کند که درباره یک متن خاص که می‌توان گفت و حتی می‌توان گفت این گفتمان به معنای انکار واقعیت عمیق‌ترین مادی جهان پیرامون ما نیست بلکه هدف اصرار بر این موضوع است که جهان صرفاً در چارچوب گفتمان معنادار می‌شود و معنا در انواع گفتمان ساخته می‌شود. ما باید بپذیریم که قدرت دانش و معرفت می‌سازد آن قدرت و آن دانش مستقیماً یکدیگر را تأیید می‌کنند و دلالت بر هم دارند و اینکه رابطه

قدرت بدون برقراری سرشت در پیوسته یک حوزه از دانش و معرفت وجود ندارد و نیز دانشی که روابط قدرت را مفروض نداد، و آنها را برپا نکند و به رسمیت نشناسد وجود ندارد. در گفتمان است که قدرت و دانش به هم پیوند می‌خورند. گفتمان یک نوع زبان و یک نظام بازنمایی است که از لحاظ سیاسی و اجتماعی بسط می‌یابد تا مجموعه‌ای منسجم از معانی را درباره یکی حیطه موضوعی مهم به وجود آورد و توزیع کند. در اندیشه فوکو و دانش و حقیقت از طریق گفتمان تولید می‌شود هیچ نوع حقیقت از پیش موجود است.

بازنمایی‌ها، فقط در درون گفتمان معنا دار می‌شوند، گفتمان گزاره‌ها، انگاره‌ها، کردارها، و نهادهایی است که یک مجموعه دانش خاصی را نشان می‌دهد. یکی از وظایف تحلیلگر گفتمان اسن است که کندوکاو پیرامون این مسئله بپردازد که گفتمان‌ها به چه نحو شکل گرفته اند و برای ایجاد و حفظ روابط قدرت، به چه نحو عمل می‌کنند. و نیز گفتمان مسلط در کجا و به چگونه مورد چالش قرار می‌گیرند؟

بنابراین گفتمان نوعی کنش اجتماعی است که احتمال دارد از ایدئولوژی مسلط طرفداری و یا به مخالفت با آن بپردازد. به عنوان مثال یک نوع گفتمان خاص جنسیت هم در زمینه معنا بخشیدن به یک برنامه تلویزیون فعالیت دارد و هم در رابطه با دادن طیف خاصی از معانی به جنسیت در خانواده، محیط کار و مدرسه.

نخستین چیزی که باید مد نظر داشته باشیم این است که از نظر فوکو گفتمان باعث می‌شود که حوزه دید شخص محدود شود و شخص طیف بزرگی از پدیده‌ها را از جرگه پدیده‌هایی که واقعی تلقی می‌شوند یا شایان توجه هستند و یا حتی وجود دارند کنار بگذارد، از این رو تعیین حدود یک حوزه نخستین مرحله در تأسیس مجموعه‌ای از رویه‌های گفتمانی است.

فوکو می‌گوید:

دانش از طریق گفتمان تولید می‌شود و به نحو تفکیک ناپذیری با شیوه‌های عملکرد قدرت مرتبط است، چنان چه در قرن نوزدهم و هجدهم، روابط قدرت میان مردم سفید و سیاه که سیاه پوستان نماد "فروستی" و بردگی و سفید پوستان نماد "فرداستی" و مالکیت بودند، به عنوان نظم طبیعی امور بازنمایی شدند. و در نتیجه هر گونه بحث

مربوط به این روابط را تعطیل کردند. سیاه‌ها ذاتاً افرادی تنبل و بدوی بودند و این امر به تابعیت جسم و کار، منزل و تفریح و محیط آنان به قدرت و اقتدار افراد سفید پوست است مشروعیت می‌بخشد.

ایدئولوژی و بازنمایی

ایدئولوژی اغلب به شیوه‌هایی اشاره دارد که در آن نشانه‌ها، معانی و ارزش‌ها کمک می‌کنند تا قدرت اجتماعی مسلط باز تولید گردد؛ اما ایدئولوژی در عین حال می‌تواند بر هر ترکیب مهمی میان گفتمان و منافع سیاسی نیز دلالت داشته باشد.

طراحی ایدئولوژی‌ها همچون "نظام‌های بازنمایی" به این معناست که به ماهیت ذاتاً گفتمانی و نشانه‌شناختی آن‌ها اذعان می‌شود. نظام‌های بازنمایی، نظام‌های معنایی‌ای هستند، که ما از رهگذر آن، جهان را برای خود و دیگران، بازنمایی می‌کنیم. این طراحی می‌پذیرد که معرفت ایدئولوژی، نتیجه عملکردهای مشخص است؛ یعنی عملکردهایی که در تولید معنا درگیر هستند.

ایدئولوژی نحوه بازنمایی روابط انسان‌ها با شرایط هستی واقعی در سطح مفاهیم، معانی و تصورات است. ایدئولوژی دارای کار ویژه اساسی "سوژه‌سازی" است. جان فیسک در خصوص سوژه‌سازی ایدئولوژی می‌نویسد که:

طبیعت فرد را به وجود آورده است، اما سوژه محصول فرهنگ است. نظریه‌های فردیت بر تفاوت‌های میان مردم تمرکز دارد و این تفاوت‌ها را طبیعی می‌داند. متقابلاً، نظریه‌های مربوط به سوژه، مربوط به تجربه‌های مشترک مردم در هر جامعه است و این تجربه‌ها را ثمربخش‌ترین روش توضیح اینکه چه کسی هستیم می‌داند. پس، سوژه، برخاسته‌ای اجتماعی است، نه طبیعی، نظریه ایدئولوژی بر نقشی که رسانه‌های جمعی و زبان در بر ساختن دائمی سوژه بازی می‌کنند. تاکید می‌کند. یعنی باز تولید دائمی ایدئولوژی در مردم.

تامپسون، ایدئولوژی را از لحاظ شیوه‌هایی که طی آن‌ها معنای برانگیخته از سوی صور نمادین به خدمت استقرار و استمرار روابط سلطه در می‌آید، مفهوم سازی می‌کند:

استقرار از این لحاظ که معنا می‌تواند فعالانه روابط سلطه را تولید و نهادینه کند؛ و استمرار بدین لحاظ که معنا می‌تواند به خدمت حفظ و بازتولید روابط سلطه از طریق فرایند جاری تولید و دریافت صور نمادین در آید. تامپسون پنج شیوه و روال کلی را که ایدئولوژی از طریق آن‌ها عمل می‌کند، چنین بر می‌شمارد؛ مشروعیت، ریا، وحدت، چند پارگی و شیء وارگی.

به نظر وین دایک، عمده بار معنایی ایدئولوژی در زبان، از طریق شناخت اجتماعی یعنی باورها و ارزش‌های مشترک اجتماعی شکل می‌گیرد.

عناصر تشکیل دهنده نظریه وین دایک عبارت‌اند از: کارکردهای اجتماعی، ساختارهای شناختی، و بیان و باز تولید گفتمانی.

وین دایک که عمده مطالعات و پژوهش‌های بر روی موضوع تبعیض نژادی در رسانه‌ها متمرکز است، بازنمایی رسانه‌ها، و گروه‌های اکثریت و سفید پوست، از اقلیت‌های قومی، نژادی و مهاجران را متأثر از ساختار اجتماعی نا برابر در جامعه، روابط قدرت، و سلطه و ایدئولوژی تبعیض نژادی می‌داند، زیرا این ایدئولوژی است که اساس و بنیاد بازنمایی‌های مشترک اجتماعی را تشکیل می‌دهد، و به واسطه "شناخت اجتماعی" مجموعه‌ای از باورها و اذهان مشترک اجتماعی که به صورت عقل سلیم درآمده است — در گفتمان و متون رسانه‌ای تولید و باز تولید می‌شود.

وین دایک با اذعان به اینکه، ایدئولوژی‌ها قرنطینه شناختی قدرت هستند، تاکید می‌کند، معیار اعتبار ایدئولوژی صدق آن نیست، بلکه کارایی اجتماعی آن است:

ایدئولوژی باید به بهترین نحوی، در جهت تأمین منافع کلیت گروه عمل کنند. البته به این ترتیب، ایدئولوژی‌ها فارغ از کذب و صدقشان آن چه را گروه‌ها، معمولاً باورهای صادق می‌پندارند، کنترل و تعیین می‌کنند. ایدئولوژی‌ها تنها دانش را کنترل نمی‌کنند، بلکه خصوصاً نظام باورهای ارزشی، مشترک در میان گروه‌ها، در مورد مسائل اجتماعی را نیز تحت کنترل خود دارند. ایدئولوژی‌ها باورهای ذهنی هستند که اساس شناخت اجتماعی، یعنی دانش و

نگرش‌های مشترک میان همه اعضای یک گروه را می‌سازند. یعنی آنکه در کنار کارکرد اجتماعی هماهنگ کننده آنها در سازمان دهی باورها کارکرد شناختی نیز دارند. در یک سطح بسیار کلی اندیشه، ایدئولوژی‌ها به مردم می‌گویند که "موضع" آنها چیست و در مورد موضوعات اجتماعی چه نظری باید داشته باشند.

ایدئولوژی تا حدودی یک مجموعه خود بسنده است و به طریقی ساخته و پرداخته و به کار گرفته می‌شود که حتی الامکان اعمال و شناخت های اجتماعی گروه را در جهت تأمین منافع جمعیان ها به کار بندد. بنابراین، ایدئولوژی‌های گروه‌های مسلط شکل گیری بازنمایی‌های اجتماعی صورت بندی مدل‌ها و تولید کنش و گفتمان اعضای گروه را به نحوی تحت نظر دارند که گروه مسلط قدرت خود را از دست ندهد و استیلای خود را استمرار بخشد.

لذا ایدئولوژی امری خنثی و شناختی بی طرفانه از جهان نیست، بلکه نوعی دانش و چارچوب شناخت در پیوند با روابط و مناسبات قدرت در جامعه و ساری و جاری در زبان است.

ایدئولوژی، زبان و قدرت

نسبت ایدئولوژی و زبان، همانان نسبت قدرت و زبان در مناسبات اجتماعی بر اساس روابط نژادی، جنسیتی، طبقاتی و.. است. به عبارتی هر صورت بندی ایدئولوژیک- گفتمانی، نوعی جامعه زبانی است که هنجارهای گفتمانی ویژه خود را دارد. فرا دستی و فرو دستی نهایتاً ریشه در روابطی دارد که بر اساس آن ما و دیگران به لحاظ زبان شناختی تعریف می‌شویم؛ روابطی که در آن، جایگاه ما را واژه‌ها، در رابطه با واژه‌های دیگر تعیین می‌کنند. هستی ما، هویت ما، و ذهن ما از طریق گفتمان و زبان شکل می‌گیرد. "ما چیزی هستیم که گفته می‌شویم".

زبان شناس انتقادی، نرمن فرکلاف در کتاب تحلیل انتقادی گفتمان ضمن پرداختن به روابط نابرابر اجتماعی و کاربرد زبان سعی می‌کند اهمیت زبان را در تولید، حفظ و تغییر روابط اجتماعی نشان دهد؛ و اینکه چگونه زبان، زمینه ساز تسلط و استعمار گروهی بر گروهی دیگر می‌شود. زبان شناسان انتقادی، از جمله فرکلاف، بر خلاف بسیاری از زبان شناسان اجتماعی، نه تنها به توضیح یا پیوند جامعه و زبان بسنده نمی‌کنند، بلکه زبان را به مثابه

شکلی از کنترل اجتماعی در نظر می‌گیرند. از نظر آنان، زبان در خدمت تقویت و تحکیم سازمان‌هایی است که به آن شکل می‌دهند و برای وسیله قرار دادن مردم و نگه داشتن نشان در نقش‌ها و جایگاه‌های مطمئن مورد استفاده قرار می‌گیرند.

زبان شناسی انتقادی نه تنها شرح پیام‌های ایدئولوژیک در درون متن است بلکه، نقد ساختارها و اهداف اجتماعی است که زبان را آکنده از معانی اجتماعی کرده است.

فرکلاف با اذعان اینکه زبان به اشکال مختلف و در سطوح متفاوت حامل ایدئولوژیک است معتقد است که ایدئولوژی هم در ساختارهای زبانی نهفته است که حاصل رخداد‌های گذشته و شرایط وقوع رخداد‌های جاری است، و هم در رخداد‌های زبانی. چرا که رخدادها ساختارهای مشروط کننده خود را باز تولید می‌کنند و آن‌ها را تغییر می‌دهند.

فرکلاف به دو بعد از رابطه میان قدرت و زبان اشاره می‌کند: ۱. قدرت در زبان، ۲. قدرت پشت زبان.

قدرت در زبان: زبان خود فضای تحقق رابطه^۱ قدرت است. در واقع ما با قوای سر و کار داریم که با قوای گفتاری مندرج شده‌اند. و در نتیجه آن، میان کنشگران اجتماعی رابطه قدرت برقرار می‌شود. فرکلاف کنترل یا ایجاد محدودیت برای طرف ضعیف را در سه وجه گفتار مطالعه می‌کند: الف مضامین، به این معنا که چه چیزی گفته می‌شود. ب. روابط: یعنی چه الگویی از روابط اجتماعی در گفتار درج می‌شود، و ج. فاعلان به این معنا که افراد، کدام "موقعیت‌های فاعلی" را به خود اختصاص می‌دهند.

به این ترتیب، وی بر این باور است که قدرت در زبان در جریان تعاملات زبانی روزمره بر حسب مضامینی که عرضه می‌کند و روابطی که در آن مندرج است و سرانجام به واسطه موقعیت‌های فاعلی که می‌آفریند، موجب کنترل فرد فاقد قدرت توسط فرد صاحب قدرت می‌شود. به قول فرکلاف هر نظام اجتماعی حاوی گفتارهایی است که به واسطه دانش‌ها و اعتقادات روابط اجتماعی و هویت‌های اجتماعی صاحبان قدرت را به کنترل فاقدان قدرت توانا می‌سازد.

۲. قدرت پشت زبان: قدرت پشت زبان به کردارها، فضای کالبدی، سیاستها و اطوار افراد صاحب قدرت مربوط می‌شود. و بدون این مناسبات، زبان نمی‌تواند چنان ارتباط مطلوبی را با قدرت برقرار کند.

بنابراین گفتمان‌ها که شامل زبان هم هستند حقیقت را درباره جهان به ما نمی‌گویند، بلکه مجموعه اطلاعات خود را از روابط قدرت مسلط و همچنین نوعی عقل سلیم که همانان استراتژی طبیعی سازی است، جمع آوری می‌کنند.

در جهان امروز، رسانه‌ها هستند که با ساخت و تولید معنا به شکل گیری دانش و معرفت‌ها درباره جهان و نیز قضاوت و ارزیابی از گروه‌های نژادی، جنسی و ... کمک می‌کنند.

بازنمایی رسانه‌ای: رسانه، گفتمان و قدرت

رسانه‌ها فراگیرترین و موثرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع دانش و معرفت در مقایسه با سایر نهادهای آگاهی و شناخت در جهان جدید هستند و با داشتن ویژگی‌هایی چون انتشار انواع دانش و معرفت چه لاجرم بر عهده گرفتن وظایف دیگر نهادهای معرفتی منجر می‌شود، فعالیت در یک سپهر عمومی که آنها را در دسترس همه اعضای جامعه به صورت باز، داوطلبانه و کم هزینه قرار می‌دهد و نیز اثر گذاری بر تعداد بیشتری از افراد به اختصاص زمان بیشتری از آنها به خود، حدود و ثغور محیط نمادینی که در آن زندگی می‌کنیم را تعیین می‌کنند. لذا رسانه‌ها را باید سازنده محیط نمادینی دانست که تأثیر عمده آن‌ها شکل گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف است.

در ارتباطات نظریه کاشت، به عنوان یکی از نظریه‌های قابل توجه در آثار درازمدت رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ای را به مثابه محیطی می‌نگرد که انسان در آن زندگی و خود و دیگران را تعریف می‌کند باورها و پیش فرض‌هایش درباره واقعیات اجتماعی را بسط می‌دهد و حفظ می‌کند. نظریه کاشت تأثیر عمده رسانه‌ها را در فرهنگ پذیری می‌داند و نه ترغیب.

رسانه‌ها نگرش‌ها و ارزش‌هایی را که از قبل در فرهنگ وجود دارد پرورش می‌دهند و این ارزش‌ها را در بین اعضای یک فرهنگ حفظ و تکثیر می‌کنند. جهانی که رسانه‌ها آن را ترسیم می‌کنند - همانند جهانی که ما احساس و

در آن زندگی می‌کنیم - یک مجموعه سازمان یافته فرهنگی از "مقوله" یا "مفاهیم کلی" است ما جهان را از طریق مغول سازی پدیده‌ها یا دسته‌بندی مفاهیم، اداره می‌کنیم و به آن معنا می‌بخشیم.

محتوای رسانه‌ها منبع معنی قدرتمندی درباره جهان اجتماعی است؛ چرا که جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانی از "دیگران" به طرز قوی بر ادراک‌ها و کنش‌های مخاطبان آنها از کسانی که بازنمایی می‌شوند تأثیر می‌گذارد و این بازنمایی‌ها عین واقعیت پنداشته می‌شود.

بعضی از متفکران "عمل رسانه‌ها" به عنوان عامل هژمونی و سلطه را همانند عمل "رؤیا" می‌دانند، یعنی عمل رسانه‌ها بازنمایی امور پنهان و نهفته یا باورها و ایدئولوژی‌ها و گفتمان‌هاست. اما به منظور حفظ و تأمین اجماع تظاهرات به انتخاب "آزاد" فعالیت‌هایش را پوشیده نگه می‌دارد و یا ارزش‌ها و ساختارهای بنیادین را پنهان می‌سازد. ساختارهای بنیادین همانند ایدئولوژی‌ها و گفتمان‌هاست که پنهان می‌ماند و درست و صحیح فرض می‌شود. به بیان دیگر هبدایج؛ آن‌ها در گفتار روزمره در قالب و عقل سلیم، اشاعه می‌یابد.

در خصوص نسبت رسانه‌ها و قدرت، می‌توان سه گونه مفهوم سازی کرد: ۱. قدرت ناشی از دسترسی به منابع و امکانات رسانه‌ای ۲. قدرت ناشی از دسترسی به خود رسانه ۳. قدرت گفتمانی.

قدرت ناشی از دسترسی به منابع و امکانات رسانه‌ای. این شکل از قدرت رسانه‌ها، قدرت حاصل از دسترسی آنها به ذخایر و امکانات است. این شکل قدرت، نماینده قدرت چانه زنی شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای در معاملات خود با دولت و نهادهای دیگر است.

۲. قدرت ناشی از دسترسی به خود رسانه‌ها. یکی دیگر از مفاهیم مهم در نسبت رسانه‌ها و قدرت مفهوم دسترسی است قدرت عموماً بر دسترسی ویژه به منابع ارزشمند اجتماعی استوار است بنابراین نفوذ در وسایل ارتباط جمعی و هدایت آن یکی از شرایط حیاتی قدرت اجتماعی در جوامع معاصر است. بر این اساس معمولاً مردم عادی فقط به گفتگوی روزمره با اعضای خانواده و دوستان یا همکاران خود دسترسی فعال و هدایت شده دارند اگرچه مردم عادی از رسانه‌های خبری استفاده می‌کنند. اما هیچ نفوذی در محتوای اخبار ندارند و عاملان اصلی در تهیه

گزارش‌های خبری نیستند، صاحبان قدرت کم و بیش به بسیاری از متون و گفت و گو ها دسترسی دارند؛ لذا میزان یا نوع دسترسی به رسانه‌ها معمولاً معیاری برای سنجش قدرت گروه‌های یا صاحب قدرت محسوب می‌گردد. اعمال قدرت ناشی از دسترسی به رسانه‌ها حاکی از اعمال و قدرتی است که با آن صاحبان منافع یا دارندگان هویت‌های خاص تأیید یا برعکس طرد می‌شوند.

۳. قدرت گفتمانی. گزاره *دانستن، توانستن* است، پیوند میان رسانه‌ها و قدرت را به بارزترین وجه ای بیان می‌کند شیوه اعمال قدرت رسانی به گونه‌ای است که برای گفتمان‌های خاصی، ارجحیت و اهمیت خاصی قائل می‌شود و از وقایع جهان خارج از فهم و درک خاص تولید می‌کند اعمال قدرت گفتمانی حاکی از شیوه عملی است که با آن در مردم عادی یک احساس مشترک بوجود می‌آید.

تا وقتی که رسانه‌ها مسئول تولید توزیع و اشاعه ایده‌ها و ترویج تصاویر و انگاره‌های خاصی در جامعه هستند و تا زمانی که افکار و اعمال مردم را از این ایده‌ها شکل می‌دهند، آن‌ها یا رسانه‌ها حاوی و اعمال کننده قدرت گفتمانی در جامعه هستند.

چهار صورت بندی در خصوص نسبت رسانه‌ها و دنیای واقعی وجود دارد که عبارتند از:

۱. رسانه‌ها واقعیت را بازتاب می‌دهند؛

۲. رسانه‌ها واقعیت را بازنمایی می‌کنند؛

۳. رسانه‌ها به طور گفتمانی عمل می‌کنند؛

۴. رسانه‌ها وانمودها یا شبیه‌سازی‌های عرضه می‌کنند؛

به استثنای مورد اولی، همه گزاره‌ها از حمایت همیشگی منتقدین رسانه‌ای برخوردارند. یکی از ایده‌های بنیادین مطالعات انتقادی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها نمی‌توانند بازتاب ساده‌ای از جهان واقعی عرضه کنند، در مقابل تحلیلگران رسانه‌ای از مفهوم بازنمایی حمایت می‌کنند.

استوارت هال او معتقد است که رسانه‌ها به رویدادهایی که در جهان به وقوع می‌پیوندند معنا می‌دهد او می‌گوید رسانه‌ها واقعیت را تعریف می‌کنند و به جای آن که فقط معناهای موجود را منتقل کنند از خلال گزینش و عرضه و سپس بازتولید و صورت بندی مجدد آن روی داد برای آن‌ها معنا می‌آفرینند رسانه‌ها با تکیه بر قدرتی که دارند تصمیم می‌گیرند که به هر رویدادی چه معنایی ببخشند.

هنگامی که رابطه میان "خود" و "دیگری" توسط انگاره‌های متضاد شکل بگیرد، عده کمی منکر خواهند شد که این بازنمایی و ادراک طرف قدرتمندتر است که به واقعیت "خود" و "دیگری" شکل می‌دهد. همانطور که لیکافو جانسون اشاره می‌کند "مردم قدرتمند استعمار ه‌های شان را تحمیل می‌کنند". و قدرت در مجموع توانمندی یک فرد یا یک گروه در ایجاد تغییر در رفتار فرد یا گروه دیگری است که معمولاً این کار را به نفع خویش انجام می‌دهد.

رسانه‌ها در تولید باز تولید و توزیع گفتمان‌ها جهت شکل دادن به تصورات و عموم یا به عبارتی ساخت رژیم‌های حقیقت که بیانگر پیوند دانش و قدرت در مناسبات اجتماعی است و نقش کلیدی دارند.

هیچ گونه روابط قدرتی وجود ندارد که فاقد ساخت هماهنگ

یک حوزه دانش باشد و یا هیچ دانشی وجود ندارد که همزمان روابط قدرت به وجود نیاورد یا آن را بدیهی فرض نکند قدرت و دانش به نحوی مستقیم مستلزم یکدیگرند هیچ مناسبات قدرت ای وجود ندارد مگر این که متناظر با آن مناسبات حوزه‌ای از دانش نیز تشکیل شود از دانشی مستلزم این است که همزمان مناسبات قدرت نیز شکل بگیرد.

ما باید بپذیریم که قدرت دانش و معرفت می‌سازد آن قدرت و آن دانش مستقیماً یکی دیگر را تأیید می‌کنند و دلالت بر هم دارند و اینکه روابط قدرت بدون تشکیل به هم پیوسته یک حوزه از دانش و معرفت وجود ندارد و نیز دانشی چه روابط قدرت را مفروض نداند و آنها را برپا نکند و به رسمیت نشناسد وجود ندارد گفتمانی که در غرب برای سخن گفتن درباره "دیگران" جهان پدید آمده است نمی‌تواند خارج از قدرت عمل کند.

در نگاه فوکو رسانه‌ها مکانیسم یا دستگاه‌های هستند که قدرت گفتمان از طریق آنها اعمال می‌شود بر این اساس روابط قدرت بیشتر در قالب زبان نوع خبر انواع ساختار شیوه‌های دیدن و در چه مسائلی که عناصر سازنده گفتمان هستند متجلی می‌شود تا در افراد یا سازمان‌ها.

گفتمان‌ها نظام‌های دانش و سازنده معنا هستند که در فرایند بازنمایی بر اساس روابط قدرت بر حسب فرهنگ جنسیت و نژاد با حذف و طرد دیگری و منزلت بخشیدن به خود به استقرار و استمرار روابط و مناسبات نابرابر اجتماعی کمک می‌کنند گفتمان نقطه‌ای است که در آن دانش و قدرت به هم پیوند می‌خورند.

گفتمان استعماری غرب به ویژه شرق شناسی، شرطی‌ها و مسلمانان را به عنوان دیگر غرب گفتمان پدرسالاری زنان را به عنوان دیگر مرد و گفتمان نژادپرستی سیاه پوستان را به عنوان دیگر سفید پوستان بازنمایی می‌کند و رسانه‌ها به عنوان مهمترین نهاد تولید و اشاعه نظام گفتمانی و بازنمایی با ساختن معانی و تصورات ذهنی ما هرگونه روابط و مناسب فرادستان و فرودستان را مشروعیت می‌بخشد و آن‌ها را در چشم مصرف کنندگان رسانه‌ای طبیعی جلوه می‌دهد.

گفتمان استعماری غرب: سیاست بازنمایی شرق

ظهور اندیشه غرب کانون توجه نهضت روشنگری بود. نهضت روشنگری یک موضوع کاملاً اروپایی بود T چنین تصور می‌شد که جامعه اروپایی پیشرفته‌ترین نوع جامعه روی زمین و انسان اروپایی اوج پیشرفت انسانی بود؛ این نهضت، غرب را محصول فشارهای عمدتاً داخلی تاریخ و شکل‌گیری اروپا در نظر می‌گرفت. وقتی اندیشه غربی ایجاد شد خود شروع به تولید کرد. این مفهوم تأثیر واقعی داشت مردم را قادر ساخت چیزهای مشخصی را بشناسند و به شیوه‌های خاصی در مورد آنها صحبت کنند اندیشه غرب دانش تولید کرد، این مفهوم هم عامل سازماندهی در یک نظام روابط جهانی قدرت شد و هم مفهوم یا واژه سازمان دهنده در یک شیوه کلی تفکر و سخن گفتن. "هال"

در نگاه هال "ظهور قلب یک داستان جهانی نیز هست، همانگونه که رابرتز می‌گوید تاریخ مدرن را می‌توان به صورت رویکردی تعریف کرد که به عصر تسلط بر می‌گردد.

با ارجاع به رویکرد زبان شناسانه می‌توان دریافت که در زبان‌شناسی ساخت گرا "معنا" نه امری ذاتی بلکه مبتنی بر روابط میان دال و مدلول در یک رابطه ساختمند به ویژه تقابل و تمایز است. بنابراین معنای "سیاهی" در رابطه با جفت تقابلی خود یعنی "سفیدی" قابل فهم است، در دیدگاه سوسور کلمات سیاهی و سفیدی به خودی خود واجد معنا نیستند، درک تفاوت بین سیاهی و سفیدی هست که امکان معنادار شدن این کلمات را فراهم می‌آورد.

بسیاری از روانشناسان و روانکاوان معتقدند که یک کودک که ابتدا یاد می‌گیرد که خودش را به عنوان یک "من" مجزا و واحد با تشخیص جدایی خودش - تفاوتش - از دیگران بفهمد. با این قیاس فرهنگ‌های ملی وقتی احساس قوی هویت می‌کنند که خودشان را در مقایسه با فرهنگ‌های دیگر قرار می‌دهند، بنابراین درک غرب از خودش - هویتش - نه تنها به وسیله فرآیندهای داخلی که به تدریج کشورهای اروپای غربی را در نوع متمایزی از جامعه قالب ریزی کردند، بلکه همچنین از طریق درک اروپا از تفاوت با دنیاهای دیگر شکل گرفت، اینکه چگونه خود را در رابطه با دیگران معرفی کند در واقع تفاوت‌ها اغلب به طور غیر محسوس بر یکدیگر سایه می‌افکند، دیگران در شکل دادن به اندیشه غرب و یک معنای غربی از هویت نقش اساسی ایفا کردند. اروپای غربی‌ها اغلب اروپای شرقی‌ها را به صورت وحشی در نظر می‌گرفتند و در سراسر غرب زن غربی نازلتر از مرد گرگی در نظر گرفته می‌شد.

بعضی از استراتژی‌های گفتمانی "غرب و دیگران" بدین قرار است:

۱. آرمانی کردن؛

۲. فرافکنی خیالپردازی‌های مربوط به اشتیاق و انحطاط؛

۳. ناتوانی در به رسمیت شناختن و محترم شمردن تفاوت؛

۴. گرایش به تحمیل کردن مقوله‌ها و هنجارهای اروپایی و گرایش به دیدن تفاوت از رهگذر شیوه‌های درک و بازنمایی غرب؛

بر اساس این استراتژی‌ها جملگی از رهگذر فرایند موضوع کلیشه سازی تشکیل شده بودند، کلیشه توصیف یک سویه است که از جمع شدن تفاوت‌های پیچیده در تصویر یک بعدی ناشی می‌شود. هال* با اذعان به اینکه تقابل‌های "اصیل غیر اصیل" و "با فرهنگ بی فرهنگ" به صورت بندی‌های گفتمانی یکسانی تعلق دارد گفتمان "غرب" و "دیگران" را تحت تأثیر تفکر روشنگری می‌داند، چرا که روشنگری چارچوب تصوراتی را فراهم کرد که در صفحه اجتماعی روشنگری در آن بالید. "هال" با اشاره به ضرورت وجود دیگری برای شکل‌گیری روشنگری غربی می‌نویسد:

غرب، بدون دیگران قادر نخواهد بود خود را به مناظره تاریخی بشر بشناساند و بنمایاند. تصویر "دیگری" که به حاشیه جهان مفهومی رانده شده بود و به منزله ضد مطلق و نفی هر چیزی که غرب مظهر آن بود بار دیگر ساخته شده بود. "دیگری" سویه "تاریک" بود فراموش شده سرکوب و نفی شده؛ تصویر معکوس روشنگری و مدرنیته.

هومی بابا "کلیشه را نوعی راهبرد گفتمانی و شکلی از معرفت و شناسایی هویت شناسی می‌داند چه بین آنچه همیشه در مکان است و هم اکنون شناخته شده است و چیزی که باید به طرز نگران کننده تکرار شود در نوسان است.

هویت استعماری بیش از هر چیزی از طریق منطق دوانگاری محروم سازی عمل می‌کند، همانطور که فرانتس فانون می‌گوید جهان استعماری جهانی است "دوپاره" استعمار شدگان نه تنها از نظر فیزیکی و سرزمینی از فضاهای اروپایی حذف شده‌اند و نه تنها از نظر حقوق و امتیازات دچار محرومیت هستند، بلکه از نظر اندیشه و اخلاق نیز مشمول قاعده حذف شده‌اند.

سوژه استعمار شده در تخیل کشورهای غربی به عنوان دیگری ساخته می‌شود. از این رو استعمار شده تا آنجا که ممکن است از دایره شمول ارزش‌های متمدن اروپایی خارج می‌شود. دوارد سعید: "من با این فرض آغاز کرده‌ام که شرق یک مثال ایستا و طبیعی نیست بلکه شرق ساخته شده است یا همان طور که قبلاً گفته‌ام شرقی شده است. در

تخیل استعماری استعمار شده فقط یک دیگری که به خارج از محدوده‌های تمدن کنار زده شده باشد نیست بلکه استعمار شده به عنوان دیگری تولید شده است به عنوان یک نفس مطلق به عنوان دورترین نقطه افق.

مثلاً برده برداران استعمارگر قرن ۱۸ مطلق بودن این تفاوت را به وضوح پذیرفته بودند. انسان سیاه‌پوست موجودی نیست که فقط طبیعت و ماهیت اش متفاوت از طبیعت و ماهیت اروپاییان باشد و برعکس آنان است.

شهروند تنها از طریق نفی و حذف استعمار شدگان است که به "خود" واقعی خویش دست می‌یابد. استعمارگر، استعمار شده را به عنوان نفی تولید می‌کند و از این رهگذر هویت منفی استعمار شدن می‌شود تا خود اثباتی استعمارگر ساخته شود.

تفسیر دیالکتیکی آشکار می‌سازد چه استعمار و بازنمایی‌های استعمار گرایانه مبتنی بر مبارزه خشنی است که باید پی در پی تشدید و نوسازی شود خود اروپایی به خشونت و برخورد با دیگران نیازمند است تا هم به قدرت خویش دست یابد و هم خودش را به طور مداوم بازسازی و تجدید سازمان می‌کند وضعیت جنگی عمومی شده که همواره بازنمایی‌های استعماری را در بر دارد عرضی یا حتی ناخواسته نیست خشونت شالوده ضروری خود استعمار است سید من خشونت را یکی از ویژگی‌های استعمار می‌داند که گونه‌های متفاوتی دارد خشونتی که استعمارگر بر بدن استعمار شدگان اعمال می‌کند مانند زندانی کردن، شکنجه، ضرب و جرح، گرسنگی دادن و دریغ داشتن محل سکونت و مراقبت‌های پزشکی شایسته از فرد. خشونت نیز وجود دارد که با دریغ کردن آزادی، شرافت و احترام به خویشتن قلب و ذهن استعمار شدگان وارد می‌شود. همچنین سلطه استعماری به خارج کردن و انهدام فرهنگ بومی استعمار شده می‌پردازد تاریخ آنان نابود و سرکوب می‌شود سنت‌ها و رسوم آنان تحقیر و تملسخر می‌شود آن‌ها را وا می‌دارند تا فرهنگ استعمارگران را بپذیرند و باورها و ارزشهای شان به بهانه ابتدایی و واپس گرا بودن کنار گذاشته می‌شود.

گفتمان استعماری و صرفاً به مجموعه‌ای از متن‌ها با مضامین مشابه بیشتر به مجموعه‌ای از رویه‌ها و قواعد اشاره دارد که آن متن‌ها و سازمان روش شناختی اندیشه را شالوده آن متن‌هاست تولید می‌کنند.

صورت بندی گفتمانی-تاریخی شرق شناسی

پیش از آنکه دوران استعمار اروپایی وجود داشته باشد باید ایده "اروپا" با این تصور که فضای اجتماعی جغرافیایی‌ای وجود دارد که در تقابل با "شرق"، "غرب" خوانده می‌شود، وجود داشته باشد. علاوه بر این در اروپا و غرب باید برتر و منادی پیشرفت و توسعه قلمداد شود و به عکس شرق باید فرودست و به لحاظ اجتماعی عقب مانده و عاجز از پیشرفت و ترقی تصور شود غالباً فرودستی شرق در غار بن شادی و جنسیتی در شده بود انسان شرقی فردی به لحاظ نژادی ابتدایی و در پیوند با خصایص کلیشه‌ای زنان همانند انفعال تزلزل کودک وار جی و زینتی بودن تصور می‌شد.

سعید این شبکه از گفتمان‌ها، بازنمایی‌ها، دانش‌ها و باورهای کمی را که این تقسیم بندی نمادین جهانی را به وجود آورده است شهر شناسی می‌نامد. در شرق شناسی ویژگی‌های گفتمانی آن بخش از دانش را توضیح می‌دهد که در قرن نوزدهم توسط محققان تعلیم دیده سفرنامه نویسان شاعران و رمان نویسان پدید آمد دانشی که عملاً شرق ایران به عنوان جامعه و فرهنگی که بر اساس شرایط خود عمل می‌کند، همچون مخزنی برای دانش غربی ساخت شب در ارتباط با غرب ساخته و بر حسب تفاوتی که با غرب دارد تعریف شد.

سعید توصیفی که از این کشورهای استعمار شده ارائه می‌شد به گونه‌ای بود که آنها را خوار جلوه می‌داد و آنها را به عنوان تصویری منفی به عنوان غیر یا دیگر می‌ساختند تا تصویری مثبت و متمدن از جامعه غرب ارائه شود. این بازنمایی‌ها عمدتاً در انطباق باکال بهای گفتمانی خاصی ساختار یافتند که در طول زمان انکشاف یافته بودند اما از طریق کاربرد و آشنا بودن خود را برخوردار از ارزش صدق می‌کردند. هر متن جدیدی که درباره شرق نوشته شد تصاویر و شیوه‌های اندیشیدن کلیشه‌ای به خصوصی را تقویت می‌کرد.

تن‌های استعماری در عین حال که کشورهای استعمار شده را در گذشته دور قرار می‌دهند از زمان گرامری خاصی استفاده می‌کنند که فابین نام آن را زمانه‌ها رقم نگارانه نهاد است یادآور می‌شود که زمان حال علامتی است که یک

گفتمان را به عنوان زبان یک ناظر مشخص می‌کند. سعید همچنین می‌گوید که کشورهای استعمار شده به عنوان امر منفی تعریف می‌شده‌اند مردمان بومی به صورت موجودات تنبل و ناتوان و فاسد ای توصیف می‌شدند که ساختمان‌های آنها کثیف بود و فرهنگشان صورت در حال زوالی از شکوه گذشته. این منفی بافی یکی از شاخص‌های گفتمانی نوشتارهایی است که در بافت استعماری تولید شده‌اند ساختارهای گفتمانی قابل دسترس برای نویسندگان را می‌سازند تا آنها در چارچوب آن دانش و گزارش‌های واقعی تولید کنند نمونه‌ای نخستین از این نوع تصویرسازی منفی توسط ویلیام دمپیر در کتاب سفر کاپیتان دم پیر در کره خاکی از ساکنان نیو هلند چنین است:

ساکنان این کشور مفلوک‌ترین مردم جهان هستند آنها دراز و لاغرند با دستها و پاها دراز و کوچک سرهای بزرگ پیشانی‌های گرد و ابروهای برجسته دارند پلک‌های شمیم بسته است تا مگس‌ها وارد چشم‌هایشان نشوند دماغ کوفته‌های گنده لب‌های قلوه‌ای افتضاح و دهان گشاد دارند صورت هاشان کشیده است سگ یکی از جنبه‌های خیلی ناخوشایندشان این است که هیچ ویژگی جذابی در صورت آنها نیست.

خصلت منفی این توصیف بیش از حد اغراق آمیز است به نظر می‌رسد تنها ویژگی‌هایی در گزارش آمده است که می‌تواند در چارچوب این نظام رده بندی دانشجو را بگیرد. این دیدگاه منفی از یک کشور دیگر از سوی دیگر نیروهای اقتصادی و اجتماعی مورد تأیید قرار گرفته است به علاوه این ساختارهای خود از طریق این بازنمایی‌ها تشکیل شده‌اند بدین طریق از نظر ادوارد سعید این بازنمایی‌ها نقش مهمی در حفظ و تحکیم سلطه استعماری بازی می‌کنند.

سعید در مطالعات مربوط به تصویر کلیشه اروپاییان از شرق می‌نویسد: شرق‌شناسی بدون آنچه کشورهای شرق را آن گونه که هستند بازتاب دهد گفتمانی است که فرهنگ اروپایی توانست شرق را از لحاظ سیاسی جامعه شناسی نظامی ایدئولوژیکی علمی و تخیلی در دوران پس از روشنگری اداره و کنترل و حتی تولید نمایند.

سعید از راه بررسی نوشته‌های پژوهشگران بایگانی‌های دیپلماتیک سفر نامه‌ها و آثار ادبی نشان می‌دهد که چگونه اروپاییان در دوران پس از عصر روشنگری نخست شرق را بگونه ای نوشتاری تصاحب کردند یده دارد که این

تقاضا از طریق گفتمان تفاوت که او آن را "شرق‌شناسی" می‌داند امکان‌پذیر شد به گفته سعید شرق شناسی به عنوان مجموعه‌ای از دانش و نظام بازنمایی توانست شرق را همچون "دیگر تمدنی" خاموش اروپا تصور کند.

ظهارنظرها و مواضع شناسانه معاصر مطبوعات و ذهن عوام را پر کرده‌اند برای مثال در مورد عرب‌ها این طور تصور می‌شود شترسواران تروریست و شهوت پرستی هستند که به دماغ‌های خود حلقه‌های آویزان می‌کنند مستربت بی کلام و ناحق آنها نیز توهین و هتک حرمتی به تمدن واقعی است.

سعید نمونه‌هایی از بازنمایی اعراب و مسلمانان در گفتمان شرق شناسی را چنین بیان می‌کند:

پس از جنگ ۱۹۷۳ اعراب و اسرائیل و اعراب در همه‌جا چهره‌های تهدیدآمیزتر از قبل پیدا کردند کارتون‌های ساخته شد که یک شیخ عرب را پشت بستی از نفت نشان می‌داد در هر صورت این عرب‌ها بودند: بینی‌های تیز قلاب گونه آنها نگاه خیره و سبیل‌هایی که بر چهره داشتند یادآوری این مطلب بودند که سامیها علت همه مشکلات ما هستند که البته این مسائل مورد بحث در این قضیه خاص - همان کمبود نفت بود کینه و عداوت همگانی که نسبت به جهودها وجود داشت کم کم به آرامی به صورت اعراب منتقل شد چهره مربوطه اساساً یکی بود.

بنابر این اگر عرب در مرکز توجه آمریکاییان جایگاهی را اظهار می‌کند به خاطر دارا بودن یک ارزش منفی است به منزله برهم زنده حیاط و وجود اسرائیل و غرب دیده می‌شود و یا با دیگری از همان و چه و نگرش به عنوان مانع عظیمی در راه ایجاد اسرائیل در سال ۱۹۴۸ میلادی. اگر قرار است این عرب تاریخی داشته باشد این همان تاریخی است که از ناحیه سنت شرق‌شناسی و بعد از سنت صهیونیستی به وی داده شده و یا از او گرفته شده است: چون اختلاف مطلب جزیی است لامارتین و صهیونیست‌های نخستین را همچون بیابانی خالی از سکنه می‌دیدند که در انتظار شکوفایی است؛ ساکنین ای هم که در سرزمین فلسطین سکنی داشتند هم بدوی‌های بی ربط ای سرزمین شدند که هیچ ادعای حقیقی بر آن سرزمین نداشتند و در نتیجه فاقد هویت واقعی فرهنگی و یا ملی بودند. بدین ترتیب اکنون فرد عرب همچون سایه پنداشته می‌شد که مثل سگ به دنبال جهودها می‌دوید در آن سایه است که به

دلیل اینکه هم عرب و هم جهود سامی‌های شرقی بودند هر آنچه عدم اعتماد سنتی و مخفی غریبانه نسبت به شرقی‌ها وجود داشت گنجانیده می‌شد

در فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی نیز فرد عرب معمولاً با هرزگی و شهوت پرستی و یا نادرستی صفا کامی متهم می‌شود چهره او همچون فرد تباه و زیاده از حد شهوت رانی تصور می‌شود که این آنچه بازیکی قادر به انجام توطئه‌ها و دسیسه‌های پنهانی است اساساً آدم سادیست (آزارگر)، خیانت پیشه و پس است. اگر بخواهید به نقش سنتی عربها در فیلم‌های سینمایی به پردازید معمولاً وی را در قالب یک تاجر برده شترسوار، صراف به آدم رذل و پرزرق و برقی می‌بینید.

وی می‌افزاید: لوئیس در پروژه خود برای برملا ساختن، لاغر و نحیف ساختن و بالاخره بی اعتبار کردن اعراب و اسلام، چنان سرگرم و راغب گشته است که حتی نیروهایی که وی به عنوان یک محقق صاحب نظر و مورخ در خود دارد نیز نمی‌تواند جلودار او شوند. به عنوان مثال "وی فصلی را تحت عنوان "قیام اسلام" در کتابی که در سال ۱۹۶۴ میلادی به چاپ رسانید و سپس همان مطلب را ۱۲ سال بعد در مدرسه مجله بررسی‌ها و با عنوان جدید "بازگشت اسلام" چاپ نمود. که تنها برای این که مناسب جای جدید چاپ آن باشد مختصر آن را تغییر داد. البته بین "قیام طغیان" و سپس "بازگشت" تغییری در جهت منفی به چشم می‌خورد. تغییری که بدان طریق لوئیس می‌خواست آخرین دسته از خوانندگان و مستمعین خود شرح دهد که به چه دلیل است که مسلمانان یا اعراب هنوز حاضر نیستند مثل آدم آرام بنشینند و تسلط اسرائیل بر کل خاورمیانه را بپذیرند.

لوئیس در این جهت پیش می‌رود که ادعا کند اسلام پدیده غیرمنطقی و گله وار است که بر انبوه مسلمانان از طریق احساسات، غرایض و تنفرات ناسنجیده حکومت می‌کند. تمام نکته این بازنمایی در این است که مستمعین به اندازه کافی ترسانده شوند تا هرگز حتی به اندازه یک وجب هم در مقابل اسلام و مسلمانان کوتاه نیایند، بنابر نظریه لوئیس نه اسلام و نه مسلمانان هیچکدام قابلیت رشد و تکامل ندارند آنها صرفاً همان گونه که هستند وجود دارند و در این حضور و وجود نیز به خاطر آنچه در ذاتشان است که همانا تنفر و کینه قدیمی نسبت به مسیحیان و یهودیان می‌باشد، باید همواره تحت کنترل و نظارت قرار داشته باشند.

مریم جمیله نویسنده پاکستانی "در کتاب اسلام و شرق شناسی با مطالعه آثار ۶ نفر از شرق شناسان نتیجه می‌گیرد که: شرق‌شناسی یک مطالعه عینی و بی‌طرفانه اسلام و فرهنگ اسلامی توسط دانشمندان صادق در سنت علمی نیست، بلکه یک توطئه و تبانی سازمانی شده بر اساس سنت داروینیسیم است، که برای تحریک جوانان شرق به شورش علیه ایمان و اعتقاد و تحقیر میراث کهن تاریخ و فرهنگ اسلامی طراحی شده است.

ویژگی‌های گفتمان شرق شناسی را می‌توان چنین خلاصه کرد:

۱. سنت کلاسیک مطالعه یک منطقه با ابزارهای زبانی و نوشتاری.
۲. مبتنی بر مکان خاص شرق در تجربیات اروپای غربی است.
۳. سبک فراگیر اندیشه و تاریخی که به عهد باستان می‌گردد و مبتنی بر تمایز معرفت شناختی و هستی شناختی بین غرب و شرق است.
۴. یک سبک غربی برای تسلط تجدید ساختار و داشتن اقتدار بر شرق است.
۵. یک کتابخانه یا آرشیو اطلاعات به اصطلاح معتبر است.
۶. یک نظام بازنمایی شرق در دانش و آگاهی و امپراتوری غربی است.
۷. نهاد یک پارچه غربی در مواجهه و رویارویی با شرق است.

در نتیجه این نوع نگاه به شرق به عنوان آبره ای تجربی که وجود دارد نیست؛ بلکه شرق به صورتی که شرقی شده آبره گفتمان اروپایی است. پس، شرق حداقل آنگونه که ما از طریق پروژه شرق‌شناسی می‌فهمیم فرایند ابداع گفتمان است که در اروپا ساخته شده و دوباره به شرق صادر شده است، بازنمایی همزمان شکلی از ساختن و حذف کردن است.

در اندیشه سعید، اسلام هسته اصلی گفتمان و ایدئولوژی شرقی شناسی امروز است، به سرنوشت یا فرجام خواص آن در چارچوب ساختار آن به شرق شناسی همیشه به این صورت نگاه می‌شود که گویی در وهله اول یک چیز یک پارچه است سپس با دشمنی و وحشت ویژه‌ای به آن نگاه می‌شود، یکی از منابع گسترده و فراگیر باز تولید و اشاعه گفتمان شرق شناسی و انگاره سازی های منفی از اسلام و مسلمانان رسانه‌ها هستند که به عنوان حلقه و ساختارهای کلان اجتماعی و گفتمانی و آگهی‌های فردی عمل می‌کنند.

بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌ها

در غرب رسانه‌ها اسلام را به عنوان خطر و تهدیدی برای جوامع غربی و مسلمانان را به عنوان متحجر بنیاد گرا، افراطی و جنگ طلب به تصویر می‌کشند و جنبش‌های احیای اسلامی را تحت عناوین سازمانهای تروریستی و بنیادگرایا نام گذاری می‌کنند. در بازنمای جهان اسلام از طریق کلیشه‌های شرق شناسانه، اسلام یک نوع تهدید و یا چالش نظامی و امنیتی برای غرب محسوب می‌شود.

به لحاظ تاریخی رسانه‌های جمعی در طول دهه ۱۹۷۰ و بعد از آن با استفاده از تفکر کلیشی و قوم مدارانه شرق شناسان مسلمانان را عموماً به شکل شیوخ خودخواه نفتی و انقلابیون معرفی کردند.

در خلال این دهه جهان اسلام به عرصه تبلیغات شدید رویدادهای نامتعارف از نگاه غربی‌ها تبدیل شد و به دلیل بحران‌ها و کشمکش‌های بی شمارش در کانون توجه غربی‌ها قرار گرفت. چون بسیاری از رویدادهای مهم که دارای ارزش خبری بودند در جهان اسلام رخ می‌داد. روزنامه‌نگاران و پژوهشگران شرق‌شناس را واداشت که از رسانه‌ها در جهت ادامه افکار منفی درباره جهان اسلام استفاده کامل نمایند. از آن جایی که اطلاعات درباره فرهنگ اسلامی همراه با رویدادهای مهم و دارای ارزش خبری ارائه می‌شد، فرهنگ اسلامی بر حسب اوضاع جغرافیایی مورد توصیف قرار می‌گرفت و تصور برتری و هژمونی غربی را همواره به اذهان القا می‌کرد. همانطور که سعید بیان می‌کند توجه کارشناسان و دانشگاهیان بحران مدار به اسلام در این دوره شدید گردید، علت این امروقوق رویدادهای

حساس جهانی مانند بحران‌های نفتی جنگ داخلی در لبنان و انقلاب ایران بود. جای شگفتی نیست که جهان اسلام در غرب در چارچوب تعصب و منافع سیاسی مورد بحث قرار گرفته است به همین دلیل موشکافی وسیع برای متخصصان خود خوانده درباره جهان اسلام بر جای می‌ماند، که با فرضیات و ذهنیات ساخته ذهنشان آن را پر کنند.

رسانه‌های غربی همواره در اثبات برتری فرهنگ غربی و ویژگی‌های آن از جمله دموکراسی سرمایه‌داری و سکولاریسم نقش مهمی ایفا کرده‌اند. بازیگران عمده صحنه رسانه‌ها از قدرت خود برای تأثیرگذاری بر افکار جامعه درباره فرهنگ‌های کشورهای دیگر به ویژه آن فرهنگ‌های که جامعه غربی وسیله‌ای برای دسترسی به اطلاعات دیگر در آنها ندارد کاملاً آگاهان. در ضمن رسانه‌های غربی می‌دانند که از توانایی تأثیرگذاری بر سیاست خارجی آن گونه که در مورد سقوط کمونیسم در اتحاد شوروی عمل شد نیز برخوردارند. بدون تردید بخش اعظم رسانه‌ها بر این باور هستند که توانایی کمک به فتح هر فرهنگی که تمدن غربی را تهدید می‌کند دارند، در نتیجه آنچه توسط جامعه غربی به عنوان تهدید اساسی بعدی برای فرهنگ غربی تلقی می‌شود یعنی فرهنگ اسلامی کمک خواهند کرد.

اکبر احمد با اشاره به تناقض‌های عمده و اساسی در پیکره تمدن معاصر غرب، بدترین جنبه آن را نژادپرستی و نخوت در برابر "غیر خودی‌ها و "بیگانگان" می‌داند که به هیچ وجه نمی‌تواند افراد معاند با اصالت‌های مخالف را در بطن خود تحمل کند. از دید وی اسلامی بودن برای ارباب رسانه‌های غربی نمایان و متمسک بسیار موثری به شمار می‌آید. مردم مغرب زمین مساجد و روحانیون را بدون لحظه‌ای تأمل نمادی از بنیادگرایی اسلامی تلقی می‌کنند صحنه تظاهرات پس از مراسم نماز جمعه یا مرد ریش دار و جوانی که تفنگ در دست دارد که جملگی تصویری از مسلمانان متعصب را منعکس می‌کند.

یکی از تحریف‌های آشکار دین اسلام در غرب این است که بر خلاف تنوعات داخلی این دین اسلام به صورت دینی یکپارچه و نقطه مقابل تمدن غرب به تصویر کشیده می‌شود تا رویارویی و مخالفت با آن توجیه پذیر شود وحشت غرب از اسلام که افسانه‌ها و اسطوره‌های باستانی به آن دامن زده‌اند از دهه ۱۹۸۰ به بعد در اثر یک سری از تحولات به شدت احیا شده است در این فرایند اسلام به نظام اعتقادی یکپارچه تبدیل شده است و به تنوع‌های داخلی یا انواع بافت‌هایی که در آنها عمل می‌شود توجه نمی‌شود. با توجه به تعبیر دوگانه و مضاعف دارد در مقابل

یک نوع اعتقاد مذهبی مخالف بلکه علیه خود تمدن غرب قرار گرفته است و به عنوان کنایه‌ای برای وحشیگری، سرکوب و عقبگرد به سوی دوران تاریک قرون وسطا معرفی می‌شود. همانطور که ادوارد سعید گفته است کلی بافی های مغرضانه در باره اسلام به آخرین فرم تحقیر قابل قبول یک فرهنگ خارجی در غرب مبدل شده است.

در کتاب‌های درسی آلمان در اکثر کتاب‌های تعلیمات دینی واژه اسلام به غلط و یا نارسا تعبیر شده است اکثر نویسندگان این کتابها به جای توحید و توضیح تفاوت آن با شرک فقط جنبه‌ای از صفات الهی یعنی مشیت الهی را انتخاب می‌کنند و شرح می‌دهند. بنا بر این اسلام به معنی عبادت خدا و یا حتی عبادت خالصانه خدا شکر خدا و تسلیم آزادانه یعنی آن طور که مسلمانان را می‌فهمند و بیان نمی‌شود.

کتاب‌های تعلیمات دینی به طور کلی اسلام را فقط به عنوان دینی که انجام دستورات آن بدون رغبت و از روی اجبار صورت می‌گیرد معرفی می‌کنند. نویسندگان کتابهای درسی توجه چندانی به اصل درون نگری ندارند و احساس بنیادی روحانی اسلام را به کلی از نظر دور نگه می‌دارند، آنان جهاد موقعیت زن در اسلام انسان شناسی و علم اخلاق جامعه اسلامی و سیاست را با نظایر آنها در جهان را مقایسه می‌کنند و خار جلوه می‌دهند.

هال گالیور در مقاله‌ای با عنوان "بربرهای جدید رها در ایران" در آتلانتا کانستیتوشن وی با اشاره به تسخیر سفارت آمریکا در ایران می‌نویسد ((در ایران گروگان‌ها منحصر به گروگان‌های دانشجویان نیستند بلکه همه مردم ایران گروگان‌اند)) در نوشته‌های روزنامه نگاران غرب ایران سوزانی از خشم ترس و بیزاری است انقلاب اسلامی به تصویر کشیده می‌شود در مقاله ری موزلی در شیکاگو با عنوان مردمی که مردن را نوعی افتخار می‌دانند علی الاصول آدم‌های متهجری هستند. شوق شهادت و عطش خونخواهی برای انتقام به ویژه در میان مسلمانان شیعه ایران زبازند است.

روزنامه واشنگتن پست در یکی از شماره‌های خود می‌نویسد ((اگر گاهی شاه از سر قساوت و سنگدلی و اندکی شکنجه دست می‌بازید می‌شود این را در چارچوب سنت تاریخی شکنجه در ایران درباره‌اش بحث کرد)) این جمله

تلویحاً بدان معناست که چون ایرانیان اغلب شکنجه می‌شدند هر گونه کوشش در تغییر این سرنوشت محتوم خیانت به تاریخ آنان است اگر نگوییم خیانت به سرشت و ذات آنهاست.

جی. وی. ویلا نیلام پژوهش امام خمینی و شاه تحریفهای در انگاره‌هایشان که مبتنی بر بررسی و تحلیل نیویورک تایمز و تایمز ایندیا است می‌نویسد: امام خمینی از ابتدا به عنوان فرد فناتیک، سرسخت غیرمنطقی و پیشرفت بازنمایی شد که مصمم بود همه دستاوردهای دوران نوسازی شاه را نابود سازد و پدرکشتگی شخصی و نه ملاحظات اجتماعی انسان دوستانه برای رفاه مردم ایران به عنوان مبنای موضع ضد شاهی معرفی شد.

فالک در مقاله‌ای تحت عنوان اعتماد به خمینی نوشت که بخشی از سردرگمی در آمریکا درباره انقلاب ایران ناشی از ویژگی‌های خمینی بود او بیش از هر رهبر جهان سومی دیگر حساب شده وحشتناک به تصویر کشیده شده بود. واژه‌ها و عبارات کلیدی که از سوی روزنامه‌ها مورد بررسی قرار گرفته بودند چنین بود: پیر ضد مدرن فاقد توانایی برای اداره مملکت سازش ناپذیر سرسخت متعلق به دوران تاریک و تیره بیگانه ستیز فاشیست مذهبی فناتیک تشنه خون ضد یهود مرتجع مارکسیست اسلامی ضد آمریکایی دویهلو مبهم وصف ناپذیر نماد طوقیان ضد زن مرموز و شخصی انعطاف ناپذیر.

کلیشه‌های عمده از اسلام و مسلمانان که در رسانه‌های غرب به طور متناوب مورد استفاده قرار می‌گیرد چنین است "بنیادگرایی" و "رادیکالیسم"، "خشونت و تروریسم"، "حرص و شهوت" و "سرکوب زنان".

بنیادگرایی و رادیکالیسم

یکی از برداشت‌های غیر قابل اعتماد در کار کارشناسان مسائل خاورمیانه و جهان اسلام که اغلب بدان اشاره می‌کنند واژه بنیادگرایی است که بیشتر اوقات به صورت خودکار با اسلام یکی پنداشته می‌شود. در حالی که از رابطه آن با مسیحیت یهودی و بودایی گری چشم پوشی می‌گردد. بدیهی است و ربط دادن عالما و عامداً اسلام برای خواننده معمولی شکی باقی نمی‌گذارد بنیادگرایی و اسلام هر دو یکی است تقلیل مذهب اسلام به تعدادی از احکام و گزاره‌های کلی و تعمیم‌هایی درباره اعتقادات و بنیان گذار آن و سپس هر کنش منفی را به اسلام نسبت دادن

–خسونت، ابتدایی بودنک تبار گرایی و ویژگی‌های تهاجمی– اسلام را امری ایستا و نمود می‌کند و این همه بدون این که تعریف دقیقی از بنیادگرایی رادیکالیسم و تندروی ارائه شود صورت می‌گیرد.

"بنیادگرایی اسلامی"، ر رادیکال اسلامی"، تروریست اسلامی و غیره عموماً به صورت تعریف نشده توسط ناظران شمال (غرب) به کار برده می‌شود. اغلب آنها حدود یک میلیارد مسلمان جهان را موجودیتی یکپارچه تلقی می‌کنند. در عناوین خبری روزنامه‌ها "مسلمان" و "اسلام" به صورت مترادف بنیادگرا به کار برده می‌شوند مثلاً گفته می‌شود مسلمانان در حمام خون مالزی با پلیس ضد خورد کردند. «پلیس مصر، نزاع با مسلمانان»، «مسلمانان الجزایر در صدد کسب قدرت»، و «آشوبگران اسلامی خواستار آزادی فعالان دستگیر شده» (سعید).

همچنین ترویج می‌شود که اکثر مسلمانان خرافاتی، بنیادگرا، افراطی یا جنگ طلب می‌باشند یا به زودی این گونه خواهند شد. در رسانه‌های غربی احیاگران اسلامی همواره به صورت یک مقوله گسترده از مسلمانان گروه بندی می‌شوند که برچسب و جنگ طرف یا بنیادگرایان تروریست به آنان زده می‌شود. معرفی احیاگری اسلامی به عنوان بنیادگرایی و رادیکالیسم کاملاً از قصور دست‌اندرکاران رسانه‌ها که نمی‌خواهند جامعه اسلامی را بشناسند و آن را به عنوان شیوه‌ای معتبر از زندگی برای مسلمانان تشخیص دهند، ناشی شده است. شگفت آور نیست که در نتیجه گزارش‌ها و افکار منفی بسیار زیادی که توسط رسانه‌ها درباره بنیادگرایی اسلامی پخش می‌شود جامعه غربی به این باور رسیده باشد که احیاگری اسلامی و در مفهوم کلی‌تر فرهنگ اسلامی تهدیدی واقعی برای دوام و بقای دموکراسی است.

به خاطر انگار سازی رسانه‌های جمعی بیشتر جوامع غربی مسلمان آن را افراطی فرض می‌کنند نیویورک تایمز در ستون هفته‌ای که گذشت در سال ۱۹۹۶ می‌نویسد اسلام یکی از داغ‌ترین و ناگوارترین بحث‌های آکادمی که امروز است که یادآور بحث قدیم چگونگی سازماندهی و یکپارچگی خطر شدید کمونیسم می‌باشد. نویسنده مقاله به خواننده هشدار می‌دهد که اسلام را همچون خطر سبز تصور کند که منافع غرب را به مخاطره انداخته است.

غیرمسلمانان می‌پندارند که در پشت آن ظاهر آرام یک مسلمان یک روحانی مجنون وجود دارد که برای خود نماید تلاش می‌کند هر چه زودتر و مؤثرتر بتوان او را بر جای خود نشاند بهتر خواهد بود.

آکل معتقد است اینگونه کلیشه سازی ها در باره اسلام در فرهنگ غرب امری جدیدی نیست و ریشه آن به ۱۴۰۰ سال قبل برمیگردد وی می‌افزاید امروز غرب با درک و فهم غیر واقعی از اسلام و تاریخ آن یک به اصطلاح دشمن را شناسایی کرده است.

این گونه برداشت‌های مردم غرب درباره اسلام و مسلمانان عمدتاً نشأت گرفته‌اند رسانه‌هاست رسانه‌ها به ساختن انگاره‌ای از اسلام کمک می‌کنند که مخاطبان‌شان را نسبت به این دین مشکوک و مظنون می‌سازند. علوم غربی‌ها اغلب از طریق تلویزیون فیلم‌های سینمایی مجلات رادیوها و داستان‌های فکاهی خنده آور در روزنامه‌ها اطلاعات غلطی درباره اسلام به دست می‌آورند.

خشونت و تروریسم

یکی از کلیشه‌های رایج رسانه‌ای در غرب که اسلام و مسلمانان را به عنوان تهدیدی برای غرب و صلح و آرامش جهانی معرفی می‌کند کلیشه خشونت و تروریسم است که القاکننده ترس و وحشت غیر منطقی از مسلمانان به عنوان تروریست‌های خویریزی است چه بیرحمانه دیگران را به هلاکت می‌رسانند و منطقی جز خشونت نمی‌شناسند. سعید به شواهدی از این دست چنین اشاره می‌کند:

در رسانه‌های غرب درباره تهدید مرگ از طرف مسلمانان عملیات انتحاری اسلامی به انبار باروت اسلامی مطالب زیادی به چشم می‌خورد. در خبر دیگری که عملاً منعکس کننده تاریخ قرن هفتم میلادی یعنی زمانی که اسلام تا ظهور کرده بود چنین آمده است: گسترش اسلام احتمالاً کشورهای عربی را دچار تحول خواهد کرد.

گفتمان غالب شمال (غرب) درباره اسلام و خشونت آمیخته در آن موجب ذهنیت سازی راجع به تروریسم اسلامی می‌شود تصویر تثبیت شده مسلمانان به عنوان کسانی که فطرت تن مستعد خشونت‌اند و این ذهنیت که معمولاً

کشورهای جنوب و شرق علیه یکدیگر و چه علیه منافع شمال یا غرب دست به خشونت می‌زنند در کنار هم باعث شد که تروریسم اسلامی به عنوان پدیده منحصر به فرد شکل بگیرد.

در مقاله‌ای درباره دستگیری یک هواپیما رو با لبنان به دست هیئت تحقیق فدرال چنین آمده بود: به گفته یکی از مقامات مسئول فواز مسلمانی پایبند است که گفته می‌شود طراح اصلی هواپیماربایی ۳۰ ساعته دو سال پیش بود و قصد داشت که مقدار زیادی از مواد مخدر را برای فروش خریداری کند. این شخص مسلمان پایبند خوانده شد که در کار هواپیما ربایی و قاچاق مواد مخدر بود از این مطلب چنین برداشت می‌شود که پایبندی به دین اسلام شامل مشارکت در فعالیت‌های انحرافی نیز هست نویسنده احساس نمی‌کرد که لازم است پیوندهای تلویحی را توجیه کند زیرا نوشتن عبارت تروریست مسلمان حتی چنین ابهامی را نیز برطرف می‌سازد.

سانه‌های غرب معمولاً تروریسم اسلامی را به مفهوم جهاد ربطی می‌دهند. گفتمان غرب از کلماتی چون "شیعه"، "آیت الله" و جهاد که از مجموع واژگان اسلامی مشتق شده‌اند چنان به نفع خود استفاده کرده است که به طور تلویحی بیانگر جنگ جهانی علیه پیشرفت باشند. رسانه‌های زرد چین القا می‌کنند که علت مبارزه و نبرد مسلمانان چین خورده ستیزانه شان با سکولاریسم عصر حاضر است. سکولاریسم کلویس با فخر و مباهات می‌گوید مال "ما" و فقط مال "ما" است.

این دیدگاه اسلام مذهبی خشن و غیر منطقی است و مردم را به خشونت علیه اسرائیل سوق می‌دهد دیدگاهی است که در واقع موضوع را از جایگاه حقیقی خود دور می‌سازد و مانند آنچه که در رسانه‌ها می‌آید مانع فهم هر گونه زمینه انسانی و قابل درک بهتری می‌شود.

وقتی می‌گویند ایران پشتیبان رزمندگان شیعه است قصدشان این است که با مقاومت مردمی که سرزمینشان اشغال شده است را هم غیر انسانی و هم نا مشروع جلوه دهند. در برنامه‌های تلویزیونی، غرب با تصویر مسلمانان به عنوان افراد تروریست و وحشی و بدوی مواجه هستیم که بدون ندامت و پشتیبانی انسانهای بیگناه را به هلاکت می‌رسانند و هیچ اطلاعاتی ارائه نمی‌شود که چرا بعضی از سازمانهای اسلامی دست به چنین اقدامات خشونت آمیز

می‌زنند. حاصل این نوع تصویرسازی‌ها این است که مردم عادی و مخاطبین این نوع برنامه‌ها این برچسب‌ها و عنوان‌ها که به مسلمانان نسبت داده می‌شود را قبول می‌کنند و به رسمیت می‌شناسند و در نتیجه فوراً تصاویر منفی از اسلام در اذهان نقش می‌بندد.

حرص و شهوت

در گفتمان غربی، مردان عرب به عنوان افرادی طماع و فریبکار و مستعد خشونت و وحشیانه و زنان شرقی به عنوان افرادی اسراسر آمیز و به لحاظ جنسی وسوسه انگیز معرفی می‌شوند. مطبوعات عامه پسند نیز به این کلیشه‌ها به ویژه در اشکال گرافیکی تداوم می‌بخشند.

جک شاهین می‌نویسد: تلویزیون میل به آن دارد که به چهار کلیشه عمده دربارهٔ اعراب تداوم بخشد؛ آن‌ها به طرز باور نکردنی ثروت مند، وحشی، بدون فرهنگ، و شهوت ران هستند و از اقدامات تروریستی لذت می‌برند. این تصاویر و انگاره‌ها مبنای بیشن‌های غرب دربارهٔ اعراب و مسلمانان از قرون وسطی بوده است.

سرکوب زنان

اسلام در تلویزیون، فیلم‌ها، کتاب‌ها و روزنامه‌ها و مجلات غربی به عنوان مذهبی عقب مانده، و وحشی، ناعادلانه و سرکوب گر و فراتر از همه این‌ها به عنوان سرکوب‌ترین مذهب نسبت به زنان معرفی می‌شود. رسانه‌ها به گونه‌های متفاوت تصویر نادرستی از اسلام ارائه می‌دهند و در نتیجه این وضعیت است که عدم تفاهم و خصومت میان اسلام پیروانش با غرب گسترش می‌یابد.

در گفتمان رسانه‌ای، سرکوب زنان از طریق بازنمایی حجاب به عنوان نماد کلیدی ساکت سازی و شخصیت زدایی زنان برجسته می‌شود. برای فرهنگ‌های غربی فقدان آزادی جسمی و جنسی برای زنان در فرهنگ اسلامی به نماد سرکوب گسترده آزادی‌های انسانی تعبیر شده است.

حجاب مظهر اعتقاد و باور به ارزش دینی و نیز نماد مقاومت در برابر فرهنگ مروج برهنگی است. حجاب در بازنمایی‌های رسانه‌های غربی، به نماد سرکوب زنان مسلمان تعبیر شده است.

رنا کیانی می‌نویسد: حجاب یکی از موضوع‌های جنجال برانگیز در رسانه‌های غرب می‌باشد. تصاویر منفی که پیرامون شیوهٔ زندگی اسلامی ساخته و پخش می‌شود بر اذهان بسیاری از همکاران غیر اسلامی من در دانشگاه، تأثیر گذاشته است؛ به گونه‌ای که از صحبت‌های آنان چنین استنباط می‌شود که من به دلیل اجباری که از سوی جامعه‌ام تحمیل می‌شود، حجاب دارم. وقتی من دربارهٔ دلایل واقعی حجاب خود صحبت می‌کنم و اینکه من از مذهب دیگری به اسلام گرویده‌ام، بسیاری از آنان متعجب می‌شوند. آنچه که دربارهٔ اسلام به آنان ارائه می‌شود درواقع عقاید و افکار سردرگم تولید کنندگان منفرد و روزنامه نگارانی است که بسیاری از آنان تحقیقات خو را با اهداف و ایده‌های از پیش مفروض آغاز می‌کنند.

زنان سراسر خاور میانه در عکس‌ها و تصاویر منتشر شده در مطبوعات غرب، بیشتر برای انعکاس نمای فرهنگی این منطقه به کار گرفته می‌شوند. تا انعکاس اخبار و گزارش‌های آن. آن‌ها به صورت انسان‌هایی دور از دسترس، بدون مشارکت در امور اجتماعی، فاقد هویت، و ناگاه به جایگاه حقوق انسانی خود به تصویر کشیده می‌شوند. این نما و چشم انداز فرهنگی ریشه در نگاه و اندیشه‌ای دارد که در چارچوب تاریخ شرق شناسی و نقش جنسیتی آن تعبیه شده است. نگاه غربی‌ها به زنان خاورمیانه به گونه‌ای است تا بتوانند در خدمت تاکید و تشدید تفاوت‌ها و تمایزهای بین شرق و غرب قرار گیرد. این نگاه از طریق مطبوعات آمریکا موجب استمار دیدگاه‌های منفی و تعصب آمیز می‌گردد.

بازنمایی زنان ایران نیز نوعی گفتمان قدرت اما در عین حال سطحی، ساده انگارانه، تمثیلی و پایدار است. این گفتمان همراه با رویه‌های روزنامه نگارانهٔ حرفه‌ای و الزامات مؤسسات رسانه‌ای آمریکایی (که منفعت اصلی‌ترین آنهاست)، از طریق دوپاره کردن و کلیشه سازی، نوعی نظم سلسله مراتبی و باور را تحمیل می‌کند. در نتیجه برای مصرف کنندگان رسانه‌های آمریکایی، زنان ایرانی موجوداتی منفعل، مظلوم و ستم دیده‌ای به تصویر کشیده می‌شوند که تخیلات شهوانیت یافته‌شان را پنهان و سرکوب می‌کنند.

در رسانه‌های آمریکایی، زنان ایرانی محصور در خانه یا محصور در چادر به تصویر کشیده می‌شوند که دلالت دارد بر اینکه آن‌ها یا جزو اسلام‌گرایان مبارز هستند و یا موجوداتی قابل‌ترحم. زنان ایرانی در واقع (برای رسانه‌های آمریکایی) نشانه و نماد کشور ایران هستند.

نظرسنجی در فرانسه صورت گرفت که در آن این سؤال پرسیده شده بود «به نظر شما، امروزه کدام یک از کشورها برای فرانسه تهدید بزرگتری محسوب می‌شود؟» پاسخ‌ها حاکی از نگرانی‌های مشابهی بود. در پاسخ، ۲۵ درصد ایران، ۲۱ درصد شوروی، و ۱۴ درصد به طور کلی کشورهای عربی را نام بردند. بیش از نیمی از پاسخگویان، و یا به بیان دقیق‌تر، ۵۷ درصد معتقد بودند که یک یا دو کشور مسلمان خطرناک‌ترین تهدیدات علیه فرانسه به شمار می‌رود.

چارچوب شرق‌شناسی معرفی "خود" و بازنمایی "دیگری"

چارچوب‌های معرفی "خود" (غرب) چارچوب‌های بازنمایی "دیگری"

توسعه و نوگرا عقب ماندگی و تحجر

تساهل و بردباری تعصب و خشونت

صلح طلبی شرارت و جنگ طلبی

عقلانیت و مسئولیت‌شناسی جنون و تندروی

قربانی تروریسم مروج تروریسم

آزادی زنان سرکوب زن

در این مقایسه، هر چیزی که به طور عام بد و نامطلوب تصور می شود در توصیف منفی "دیگری" به کار می رود که به عنوان قطب ناهق معرفی می شود.

"تروریسم" و "بنیادگرایی اسلامی" کلیشه های شمایل انگارانه اصلی هستند که توسط رسانه های غرب به کرات مورد استفاده قرار می گیرند. این دو کلیشه اسلام و مسلمانان را به عنوان تهدید علیه صلح، دموکراسی، سکولاریسم و مدرنیسم معرفی می کنند.

گفتمان پدرسالاری: بازنمایی جنسیت

یکی از مفاهیم کلیدی در نظریه پردازی فمینیسم مفهوم پدرسالاری یا مردسالاری است این اصطلاح به معنی سلطه به وسیله پدران است این تعریف مهمترین بخش ایده فمینیسم را روشن می سازد که بر اساس آن ارزش ها و نهادها و فعالیت های نظام پدرسالار منعکس کننده تجربه ها ارزش ها و علایق مردان به عنوان یک گروه و حافظه حق انحصاری آنان است. این در حالی است که نظام پدرسالاری به طور همزمان تجربه ها ارزش ها و علایق زنان را نادیده می گیرد و یا تحقیر می کند. پدرسالاری نظامی کلی از ساختارها و فعالیت هایی است که نابرابری را به این تجربه ها مسئولیت ها پایگاه ها و فرصت های گروه های مختلف جامعه به ویژه زنان و مردان مورد تاکید قرار می دهد انتقادهای فمینیسم از پدرسالاری ها و ارزشهای پدرسالارانه، فرد فرد مردان را مورد حمله قرار نمی دهد بلکه از نظامی که منعکس کننده دیدگاه ها و علایق مردان به عنوان یک گروه است انتقاد می کند و آن نظامی است که ابتدا به وسیله مردانی که روزگاری در فرهنگ غرب در زندگی عمومی سلطه داشتند ایجاد شد.

پدرسالاری به لحاظ تاریخی و فرهنگی در اشکال بسیار متنوعی نمود یافته است به این خاطر پدرسالار محسوب می شوند که به تفکیک و تمایز گذاری جنسی طائل بوده اند و زنان را به اتکای نهادهای اجتماعی و سیاسی سرکوب کردند. این جوامع در کل برای مردان نسبت به زنان اولویت قائل شده اند و ضامن دسترسی بیشتر به یکجانبه مردان بر ذخائر مادی و غیرمادی زنان بوده اند این جوامع برای مردان و مردانگی ارزش بسیار بیش از زنان و زنانگی کائل

شده‌اند و نظام‌های گفتمانی و نمادین آنها سوژگی و دیدگاه‌های مردانه را محوریت داده‌اند وزن آن را به عنوان دیگری و ابژه جنسی انگاشتند.

فمینیسم رادیکال، پدرسالاری را حاکمیت مطلق و جهانی مردان بر زنان می‌دانند در حالی فمینیسم سوسیالیستی آن را یک عامل توضیحی مهم تلقی و به سایر نظام‌های استعماری مانند طبقه نژاد نیز توجه می‌کند فمینیسم رادیکال معتقد است که چون که رسانه‌های جمعی به دست مالکان و تولیدکنندگان مرد کنترل می‌شوند بنابراین از منافع جامعه پدرسالاری دفاع می‌کنند.

استریناتی پدر سالاری رابطه اجتماعی می‌داند که در آن مردان بر زنان حاکم‌اند آنها را استثمار می‌کنند و بر آنها ستم روا می‌دارند به پدر سالاری به عنوان یک مفهوم رابطه نابرابر بین مرد و زن را تعریف می‌کند اگرچه باید این حقیقت را نیز در نظر گرفت که تمام زنان یا مردان به طور مساوی از موقعیت برتر یا پست‌تر برخوردار نیستند و سایر ساختارهای نابرابری مانند طبقات اجتماعی و نژاد را نیز باید در نظر گرفت.

مفهوم پدرسالاری به رابطه قدرت نابرابر بین مردان و زنان مربوط می‌شود و یکی از مهمترین عواملی است که ماهیت بازنمایی زنان و مردان را در فرهنگ عامه و اینکه آنها به این بازنمایی که واکنشی نشان می‌دهند تعیین می‌کند. در طول تاریخ همواره گفتمانی مردانه بر فرهنگ غرب- که به تجربه‌ها ارزش‌ها و علایق مردان برتری می‌دهد- تسلط داشته است همه ما با مفاهیمی نظیر خانه دار بودن مادر شدن و میل مادری آشنا هستیم اما واژه‌های موازی اندکی برای توصیف مشارکت مردان در زندگی خانوادگی در اختیار داریم واژه‌هایی نظیر شوهر خانه دار و غریز پدرانه در فرهنگ واژه‌ها وجود ندارند و کاملاً تازه هستند پژوهش‌ها نشان می‌دهند زنان عموماً وابسته به هم سازگار با روابط دارای حس همکاری، مساوات طلب و سرانجام علاقه‌مند به نتیجه در فرآیندها هستند در مقابل جهت گیری های مردانه بر استقلال رقابت و کنترل تاکید دارد.

گفتمان پدرسالار این دانشی حقیقی درباره تفاوت‌های طبیعی زنان و مردان بر ساختی فرهنگی و اجتماعی است که نوع خاصی از دانش و معانی مبتنی بر تبعیض جنسیتی را تولید می‌کند و ضمن توصیف مردان و زنان با صفات و

ویژگی‌های متضاد چون عقل در برابر احساس و استقلال در برابر وابستگی مردان را در موقعیت برتر و زنان را در موقعیت فرو می‌نشاند.

بنابراین اگر جنس امری طبیعی و مبتنی بر تفاوت‌های طبیعی زنان و مردان است اما جنسیت مبتنی بر ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی و نوعی نظام بازنمایی در چارچوب گفتمان پدرسالاری است جنسیت نوعی بازنمای فرهنگی و رسانه‌ای است.

جنسیت و بازنمایی

بر اساس اندیشه پساساختارگرا تمامی بازنمایی‌ها نتیجه ساخته‌ای فرهنگی و نه بازتاب‌هایی از یک دنیای واقعی است لذا مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای بر این نکته متمرکز شده‌اند که چگونه بازنمایی‌ها در بافت قدرت اجتماعی ایجاد می‌شوند و پیامدهای روابط جنسیتی- و به ویژه زنان- می‌تواند باشد.

بارکر تمرکز مطالعات را بر پایه کفایت بازنمایی بلکه بر پایه سیاست بازنمایی می‌داند که در آن حاشیه‌نشینی و مطیع بودن زنان که عبارت است از تأثیر اصلی بازنمایی که به دست خود انسان‌ها ایجاد می‌شود. آنچه قدرت را به افراد در این نظم نمادین منتقل می‌کند نه آلت مردان بلکه نماد نرینگی است. برای پسر بچه‌ها نرینگی، نماینده قدرت است که این امر به علت مذکر بودنش است هویت دختر بچه به وسیله پسر بچه و خودش از طریق آن که کمبود دارد ساخته می‌شود فمینیسم رادیکال و لیبرال، جنسیت را نتیجه اجتناب ناپذیر تفاوت‌های جنسی می‌دانند که از دو انگاری قواعد فراگیر رفتاری ویژگی‌ها و ارزش‌ها که در زنان و مردان یافت می‌شود تشکیل شده است زنانگی با اتوبوس سنجیدگی همکاری جمعی سازگاری و غیره عجیب است. مردانگی عکس این است منطق کارآمدی رقابت فردگرایی و غیره. جامعه رویهمرفته انتظار دارد مردان گستاخ و زنان محدود باشند مردان مستقل باشند و زنان روابط خود را بر این اساس منطبق کنند مردان پرید و زنان ضعیف باشند مردم آگاه و فعال و زنان پاکدامن و نکته بین

باشند مردان بر احساسات خود کنترل داشته باشند و زنان عاطفی و پر احساس باشند این انتظارات کلی جامعه نمونه ماهیت فرهنگی جنسیت است.

این پیش فرض‌ها و پیش داوری‌های فرهنگی و اجتماعی زنان را به نحو خاصی در رسانه‌ها بازنمایی می‌کند و از این طریق افکار و اندیشه‌های قالبی و کلیشه‌ای را تداوم می‌بخشد فمینیست‌ها بر این باورند که رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون با ساخت و ارائه ایماژهای اصلی از زنانگی و مردانگی فعالانه در گفتمان نمادین جنسیت که ریشه در روابط قدرت دارد سهیم هستند.

بازنمایی زنان در رسانه‌ها

محتوای رسانه‌ای در شکل دادن به بیمه شاه و ادراک‌ها درباره مرد یا زن نقش مهمی ایفا می‌کند. با توجه به اهمیت بازنمایی بسیاری از آثار و نوشته‌های فرهنگی فمینیستی نیز درباره بازنمای جنسیت و درباره زنان است در وهله اول تلاش شده بود تا تأثیر زنان در فرهنگ و به ویژه در ادبیات شرح داده شود تأثیری که با حذف آنان از کانون کارهای خوب، همراه شد. این تلاش شامل بررسی انواع بازنمایی‌های زنان نیز می‌شد که توسط مردان ساخته شده بود همه این‌ها حاکی از این است که نظریه سیاست‌های جنسیتی اصلی‌ترین و مرکزی‌ترین نکته در پروژه بازنمایی است. تاچمن نیز ادعای می‌کند تلویزیون به طور نمادین زنان را نادیده می‌گیرد و به حاشیه می‌راند و با نشان دادن اکثریت قاطع خود کننده مردان در همه انواع برنامه‌های تلویزیونی در واقع به جامعه می‌گوید که زنان آن‌قدرها هم مهم نیستند تلویزیون تنها به ما می‌گوید که زنان جز در مقام کدبانو و مادر چندان هم سرشان به تنش نمی‌ارزد بلکه با به تصویر کشیدن زنان به عنوان افرادی بی کفایت و فرود هست که همیشه دست بست در خدمت مردان هستند آن را به طور نمادین خار و خفیف می‌کنند.

ابود کردن و فنا سازی نمادین زنان در رسانه‌ها نه تنها شامل عدم توجه و نادیده گرفتن آن‌ها می‌شود بلکه این گرایش در رسانه‌ها وجود دارد که آن تعداد اندک زنانی را که تصویرشان در رسانه‌ها بازتاب می‌یابد تحقیر کنند و به

صورت قربانی نشان دهند در رسانه‌های آمریکا شخصیت‌های زن که عکس آنها در مطبوعات این کشور چاپ می‌شود بیشتر قربانیان تجاوزات و حملات و یا زنانی هستند که در مصیبت‌های ناشی از امور اجتماعی و احساسات و عواطف فردی گرفتار آمده‌اند در حالی که اکثر عکس مردان مربوط به مقامات فعالان و سرمایه‌گذاران جامعه است قربانیان و آسیب پذیر آن به طور قطع زنان هستند بررسی‌هایشان می‌دهد که زنان ۵ بار بیشتر از مردان به عنوان قربانی به تصویر کشیده شده‌اند عکس‌هایی که از زنان در مطبوعات درد می‌شود متعلق به انسانهای فعال نیست فعال در این معنی کسانی هستند که به طور عمدی و آگاهانه می‌پوشند تا توجه رسانه‌ها را به خود جلب کنند و یا به دلیل موقعیت شغلی و حرفه‌ای‌شان. رسانه‌ها خود به سراغ آنها می‌روند.

در حالی که عکس زنان در رسانه‌ها به عنوان قربانیان حوادث و رویدادها می‌آید عکس مردان به عنوان وضع کنندگان و قوانین و هنجارها و یا زیر پا گذاران آن و پدید آورنده رویدادها در رسانه‌ها بازتاب می‌یابد. بنابراین در عمل این فرآیند کلی به این معنی است که مردان و زنان در رسانه‌های جمعی به صورتی بازنمایی می‌شوند که با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی در جهت بازسازی نقش‌های جنسی سنتی به کار می‌روند سازگاری دارد.

رسانه‌ها با فنا سازی نمادین زنان به ما می‌گویند که زنان باید در نقش همسر مادر و کدبانو و غیر ظاهر شوند و در یک جامعه پدرسالارانه سرنوشت زنان به جز این نیست بازتولید فرهنگی نحوه ایفای این نقش‌ها را به زنان می‌آموزد و سعی می‌کند آنها را در نظر زنان طبیعی جلوه دهد.

استریناتی می‌افزاید: به تصویر کشیدن عدم کفایت از طریق بدنام کردن قربانی کردن و ناچیز به حساب آوردن زنان صورت می‌گیرد وقتی زنان در تلویزیون درگیر خشونت می‌شوند بر خلاف مردان آنها به احتمال زیاد در نقش قربانی ظاهر می‌شوند تا مهاجم. نکته‌ای که اهمیت دارد این است که الگوی فعالیت‌های زنان در خشونت‌های تلویزیونی نشان دهنده تأیید زنان متأهل و محکومیت زنان مجرد و شاغل است. بنا سازی نمادین زنان در پیام‌های بازرگانی تلویزیون نیز منعکس می‌شود.

عبدی می‌افزاید: زن ساخته نثریات زنان در مدار بسته میان آشپزی و آرایش و لباس و زیبای اندام حرکت می‌کند اما مشکلات و خواسته‌های زنان در جهان غرب بسیار بزرگتر از آن است که چنین حقی شود بلکه اگر زن از این قفس رها گردد می‌دادند مانند مادرانی که فرزندان گرانبهای دختر و پسر خود را در راه آرمان فلسطین به آسانی فدا می‌کنند. پرسش مهم این است که آیا رسانه‌های زنان چهره واقعی زن عرب را باز می‌نمایانند یا آن را مخدوش می‌کنند پرسش مهم دیگر این است که ماهیت کسب و کار ارائه شده در محتوای نثریات زنان چیست.

در نمایش‌های تلویزیونی زن یا ابزار تولد کودک است و یا وسیله وابسته به مرد است بدون او چیزی نیست و منزلت و ابهت خود را در وابستگی به او می‌یابد زن انسانی فرو دست است و سر به فرمان است چه به لحاظ روانی و چه به لحاظ اجتماعی.

زن نمایش تلویزیونی به حوزه سیاست نیز اهتمام ای ندارد بلکه سرگرم خود و امور منزل است به مشکلات جامعه توجهی نمی‌کند.

بازنمایی‌های تلویزیونی زنان خوب را حساس و رام و در مقابل زنان بد را شورشی مستقل و خودخواه نشان می‌دهد در این نمایش‌ها شخصیت‌های اصلی در موارد بیشتر این مرد هستند تا زن مردان در مشاغل متنوع‌ترین نمایش داده می‌شوند و زنان به طور عمده در نقش خانه دار انتخاب می‌شوند.

ویژگی‌های مردان و ویژگی‌های زنان

خودمحوری از خودگذشتگی

مستقل وابسته

دارای اعتماد به نفس نگران و مضطرب

جست و جوی موقعیت در جهان وسیع تعریف جهان از طریق مرجعیت خانوادگی

عقلانی و زیرک احساسی و عاطفی

از نظر آندره میشل، کلیشه‌های جنسیتی را در چهار دسته کلی می‌توان جای داد:

۱. نقش‌های مختلف در درون خانواده: مادر نقش ترسانی خانوادگی و وابسته به همسر را برعهده دارد و پدر نقش نان‌آور و تکیه گاه را.

۲. خصوصیات شخصیتی: پسران و مردان خلاق تصمیم‌گیر و فعال هستند اما دختران وابسته و منفعل.

۳. نقش‌های اجتماعی و سیاسی: زنان اگر هم در سطوح اجتماعی فعال باشند و در سطوح کوچک و محلی فعالند اما مردان دارای مسئولیت رهبر سیاسی هستند.

۴. نقش حرفه‌ای: مشاغل به دو بخش زنانه و مردانه تقسیم شده‌اند زنان منشی یا پرستار دارند و مردان کارفرما یا پزشک.

یکی از عرصه‌های دیگر که در آن بازنمایی متفاوت زنان و مردان مورد توجه و نقد صاحب نظران فمینیست قرارگرفته عرصه ورزش است چرا که ورزش علاوه بر اینکه نوعی فعالیت فیزیکی و بدنی است قلمرو بازتولید و مرجع سازی ویژگی‌های جسمانی مردانه و لذا برتری جویی مردان بر زنان نیز است در ورزش ویژگی‌های فیزیکی مردان در قدرت مردانه و در مقابل ویژگی‌های جسمانی بدن زنان بر اطاعت از آسیب پذیری و ضعف زنانه دلالت می‌کند به عبارتی تفاوت‌های فیزیکی و زیست‌شناختی دوجنس مرد و زن با تفسیرهای فیزیکی فرهنگی انتظارات نقش‌های جنسیتی مرتبط است بنابراین برش نهادی جنسیت گرایانه و دارای جهت‌گیری مردانه است ورزش نماد طبیعی سازی قدرت مردان و برتری‌شان بر زنان است در ورزش هویت مردانه ارزش‌ها و ویژگی‌های فعالیت قدرت پرخاشگری و نیروی عضلانی و در مقابل هویت زنانه ویژگیهای انفعال ضعف نسبی مهربانی و ظرافت را شامل می‌شود.

بازنمایی زمان در تبلیغات تجاری

یکی از شاخه‌های اصلی فرهنگ عامه که توجه صهیونیست‌ها را به خود جلب کرده است تبلیغات و بازنمایی زنان در آنهاست. دایر به مطالعه‌ای که در سال ۱۹۸۱ انجام شده و ۱۷۰ پیام بازرگانی را در بر گرفته است اشاره می‌کند و می‌گوید: این مطالعه به این نتیجه رسیده است که ۶۶ درصد از شخصیت‌های اصلی در پیام‌های بازرگانی مردان بوده‌اند یا صدای گوینده صدای مرد بوده است در تمام پیام‌ها مردان مستقل هستند و زنان وابسته تصویر مردان عمدتاً آنها را موجوداتی کاردان و مختلف نشان داده است مردانی که برخوردی منطقی با آگاهانه نسبت به محصول مورد نظر داشته‌اند. زنان اغلب مصرف کننده این محصولات بوده‌اند این شخصیت‌های اصلی که در داخل منزل نشان داده شده‌اند ۷۳٪ زن بودند و در بین کسانی که بدون هیچ توضیحی یک محصول را تبلیغ می‌کردند ۶۳ درصد زن بودند... در مورد پیام‌هایی که صدای گوینده روی تصویر داشتند محصولات بهداشتی در ۸۳ درصد از موارد با صدای مردان و محصولات غذایی با صدای زنان تبلیغ شده‌اند. این آمار با آمار به دست آمده در بررسی محتوای تلویزیون آمریکا سازگاری دارد پیام‌های بازرگانی تلویزیون‌های نقش‌های جنسی را نشان می‌دهند و طبق اظهار بعضی از پژوهشگران از جمله دایر این قالب‌ها به دفعات تکرار شوند و یادگیری قالب‌های نقش‌های جنسی با سهولت انجام می‌شود.

بنابراین، دایر نتیجه می‌گیرد:

وضعیت زنان در تبلیغات درست همان وضعیتی است که تاچمن آن را زنا سازی نمادین زنان خوانده است. به عبارت دیگر پیام‌های بازرگانی ارزش‌های اجتماعی حاکم را منعکس می‌کنند زنان مهم نیستند مگر در خانه و حتی در خانه نیز مردان دانا در هستند و این نکته‌ای است که از صدای گوینده مرد در تبلیغ محصولات زنان نتیجه گیری می‌شود.

پژوهش دکتر عواطف عبدالرحمان در سال ۱۹۹۴ انجام شده است نشان می‌دهد رسانه‌ها تحولات مربوط به وضعیت و محیط زنان را نادیده می‌گیرند، به ارزش مشارکت سیاسی و کار حرفه‌ای زن بی توجه هستند در ریشه کن کردن بی سوادی کوشش اندکی دارند و مشکلات بخش بزرگی از زنان را در مناطق فقیرنشین نادیده می‌گیرند.

پژوهشگر به نام دکتر محمد آیش مبانی را در مورد حضور زن در تبلیغات بازرگانی تلویزیون ارائه کرده است:

۱. تقارن سیمای زن با نقش‌های سنتی مانند خانه داری که در پخت و پز شستشو در بخشی از پیام‌های بازرگانی نمود می‌یابد این تبلیغات به ویژه برای شرکت‌های بین المللی تولید شوینده‌های شیمیایی و وسایل پخت غذا و نظافت خانه انجام می‌شود در یکی از این پیام‌های بازرگانی زنی نشان داده شده است که توده‌ای از لباس را در ماشین لباسشویی می‌گذارد و با مهارت پودر شوینده را روی آن می‌ریزد که خود نشان دهنده توانایی او در جداسازی لباس‌ها به مقدار پودر مورد استفاده است تبلیغات بازرگانی زن را به گونه‌ای معرفی می‌کند که به استفاده از این نوع شوینده افتخار می‌کند.

1. .. ایجاد پیوند میان زن و جاذبه‌های جنسی و اغواگری. روش شرکت‌های تبلیغاتی در جوامع غربی است که طی آن اندام سنگ به شکل نامناسبی ابزار جلب توجه مردان و زنان به طور یکسان می‌شود این گونه تبلیغات کاملاً رایج است.

طراحان تبلیغات بازرگانی تلاش می‌کنند که خاطره ذهنی از اغواگری و فتنه جویی زن تصویر شده در کنار کارهای مورد نظر به جا بگذارد.

2. ۳. شی دانستن زن. بسیاری از تبلیغات تلویزیونی از طریق ایجاد ارتباط میان زن و کالا یا خدماتی می‌کوشند زن را به مثابه شعر ارائه کنند نه تنها با تاکید بر مؤنث بودن و انسان را فراموش می‌کنند بلکه می‌کوشند او را از هر اقتداری دور کنند تا خودکالایی شود برای تبلیغ.

حسین پاینده ضمن تحلیل تبلیغات تجاری پیام‌های بازرگانی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران با رویکرد نشانه شناختی و نقد ادبی در خصوص کلیشه‌های جنسیتی در این آگهی‌ها به نتایج زیر دست می‌یابد:

۱. نقش خانه داری: در آگهی‌های تلویزیون از جمله آگهی روغن آفتاب جدید آشپزی نشانه‌ای است که با استفاده از کارکرد ادبی مجاز مرسل (از نوع جزء به کل) همه وظایف مربوط به خانه داری را القا می‌کند زیرا پختن غذا مجاورت دارد با کارهایی مانند جارو زدن اتاق‌ها اتو کردن لباس‌ها گردگیری وسایل خانه تمیز

کردن شیشه‌ها و کلیه کارهای دیگری که زنان در محور همنشینی وظایف خانه‌دار ایشان به طور معمول انجام می‌دهند.

ایماژ قالب درباره زنان در آگهی‌های تجاری تلویزیون کار در خانه است در این نمایشگاه‌ها وسایل و کالاهایی را به کار می‌برد که گفتمان آشنایی اجتماعی هویتی جنسیتی را برای آنها به وجود آورده است.

۲. نقش مادر در خانه: در فرهنگی که مادر به مسئول انجام دادن امور خانه تقلیل می‌یابد همه اعضای خانواده از پدر تا فرزندان در خصوص شسته شده بودن یا نبودن لباسهایشان طبیعت و مادر را مورد پرسش قرار می‌دهند. کلیشه دیر آشنای "مادر دلسوز تصویری از مادر ارائه می‌دهد که بر آن هویت مادر با انجام دادن کارهای خانه همسان تلقی می‌شود.

۳. طبیعی سازی تقسیم کار جنسیتی: کلیشه‌های که در آگهی‌های تجاری در باره جنس زن یا جنس مرد ساخته می‌شوند، انجام دادن برخی کارها را همخوان با ذات زنانه یا سرشت مردانه و امری طبیعی جلوه می‌دهند. اشاعه این ایماژها در پنداشت‌های جنسیتی آحاد جامعه تأثیر می‌گذارد به گونه‌ای که برای مثال تقسیم کارهای خانه بین زن و مرد از جمله و به ویژه بر اساس همین آمارها صورت می‌گیرد. به این ترتیب می‌توان گفت که کلیشه‌های جنسیتی یکی از عوامل فرهنگی تنظیم روابط بین دو جنس زن و مرد هستند.

۴. الگوپذیری دختر بچه‌ها: بنا بر گفتمان فرهنگی غالب در جامعه ما دختر بچه از اوان کودکی باید در کنار مادر در آشپزخانه حضور داشته باشد و راه و روش خانه داری را با الگوبرداری از او بیاموزد. حضور دختر بچه در آگهی‌ها به عنوان مثال آگهی رب گوجه تبرک و گوش فرا دادن مشتاقانه او به حرفهای آدمک پیش‌درآمدی بر همان رفتاری که باید در بزرگسالی به عنوان یک زن خانه دار همچون مادرش از خود بروز دهد.

فرایند همانند سازی دختر و مادر و طبیعی بودن الگوبرداری دختر از مادر را از آغاز به عنوان درون مایه خود برجسته می‌کند.

لرزه نگاری و بازنمایی

یکی از نمونه‌ها و مصادیق شیرخوارگی جنسی و استثمار زنان کلمات و تصاویر هرزه نگارانه است که زنان را به عنوان آبرزه جنسی به تصویر می‌کشد و آن را تا حد ابزار لذت طلبی و کامجویی مردان تقلیل می‌دهد. هرزه نگاری یا پورنوگرافی عبارت است از فروودستی آشکار زنان به لحاظ جنسی که به شکل تأثیر و نقش کلمات نشان داده می‌شود و همچنین یک و یا چند ویژگی زیر را در بر می‌گیرد.

۱. زنان به عنوان ابرزه‌ها اشیا و یا کالاهای جنسی به شکل انسانیت زدایی شده معرفی شوند. ۲. زنان به آبرزه های جنسی نشان داده شوند که هنگامی که مورد تجاوز جنسی قرار می‌گیرند لذت جنسی به آنان دست می‌دهد. ۳. زنان به عنوان آبرزه های جنسی نشان داده شوند که دست و پایشان را بسته‌اند تکه تکه و مثله شده‌اند سر و صورتشان زخمی شده است و یا به تن آنان آسیب رسیده است. ۴. زن درحالت فرمانبرداری زبونی و یا نمایشگری جنسی نشان داده شوند و یا اعضای بدن آنها به نمایش گذاشته شود به طوری که به این اعضا تقلیل یابند. ۵. زنان به عنوان تن فروشان طبیعی به تصویر کشیده شوند.

هرزه نگاری گاهی به صورت یک عنصر اساسی اعمال و کنترل مردان بر زنان نگریسته می‌شود و پیوند بسیار نزدیکی با خشونت جنسی و تجاوز دارد یک صورت افراطی و تقریباً تقلید مسخره از نابرابری جنسی است که زنان در آن در مقابل آبرزه های جنسی در خدمت برانگیختن و ارضای مردان هستند.

هرزه‌نگاری بیان فرهنگی غایی از نفرت از زنان تلقی و شکلی از خشونت جنسی علیه زنان در نظر گرفته می‌شود که در عین حال منبع و محصول جامعه عمیقاً زن ستیز است. آندرا دورکین در مقام یکی از نویسندگان کلیدی در این زمینه می‌گوید دلیل وجودی انگاری نفرت مردان از زنان است و دلیل وجود این نفرت هرزه‌نگاری است» نمی‌توان هرزه‌نگاری را بازنمایی صرف اوهام جنسی و یا آزاد کننده برهنگی و فعالیت

جنسی تلقی کرد. هرزه نگاری بیشتر ستایش قدرت مذکر بر زنان است البته همه اشکال بازنمایی جنسی مورد اعتراض قرار نمی گیرند.

گفتمان نژادپرستی: بازنمایی نژاد

نژادپرستی متضمن فرایند نژاد سازه‌ای است که به موجب آن روابط اجتماعی موجود میان مردم به واسطه دلالت و اهمیت ویژگی‌های زیست شناسانه و یا فرهنگی‌شان چنان ساختار می‌یابد که معرف وجود اجتماعات تفاوت یافته باشد

گروه‌های نژادی با سلسله مراتبی از ارجحیت و تابعیت مشخص می‌شوند چنین برداشتی از نژاد اساس تبعیض نژادی است که بر پایه آن طبقه بندی‌های نژادی صورت می‌گیرد و این طبقه بندی‌های نژادی سازنده قدرت و در درجه بندی اجتماعی و مادی قربانیان تبعیض نژادی‌اند نژاد پرستی را باید سیاست نهادینه شده پیش داوری‌ها و تبعیض‌ها نسبت به اقلیت‌های دانست که به واسطه رنگ پوست و دیگر اشکال تفاوت‌های فرهنگی در موقعیت فرودستی قرار گرفته‌اند امروزه رسانه‌ها در کنار دیگر نهادهای آموزشی و معرفتی با اتخاذ رویه‌های نژادپرستانه ضمن کمک به ایجاد صورت بندی گفتمانی نژادی، مناسبات نژادپرستان را حفظ و بازتولید می‌کنند و رویه‌های نژادپرستانه به ویژه از طریق بازنمایی‌های رسانه‌ای صورت می‌گیرد.

نژاد و بازنمایی

نهضت سواد رسانه‌ای انقلاب اسلام

از آنجایی که نژاد نه یک پدیده زیست شناسی و فیزیکی، بلکه روایت‌های فرهنگی است که بدن را به قالب نژاد درمی‌آورد توجه همگان به سوی عملکردهای این داستان‌های فرهنگی معطوف گشته است.

لذاست که در قلمرو مطالعات نژادی علاقه به بازنمایی دنباله نقد همیشگی دانش نژاد است. نژاد ۹۱ مغول بیولوژیکی ذاتی یا آن که یک ساختار اجتماعی است استدلال حال نژادها بیرون از بازنمایی وجود ندارند نژادها در و به وسیله نمادین ساختن در یک فرآیند چالش و برخورد قدرت سیاسی و اجتماعی شکل می‌گیرند در

انگلستان آمریکا و استرالیا صورتبندی تاریخی نژاد یکی از صور روابط قدرت فرادستی و فرودستی است. نشاطها خارج از بازنمایی وجود ندارند بلکه در درون آنها و به وسیله آنها در روندی از کشمکش قدرت سیاسی و اجتماعی شکل می‌گیرند.

بازنمایی سیاه پوستان در رسانه‌ها

در بازنمایی‌های فرهنگی و رسانه‌ای غرب تصاویری که از سیاه پوستان ارائه می‌شود تصاویری است که از مشکل و معضل. در این تصاویر، به سیاه پوستان به عنوان قربانیان تاریخ نگاه می‌شود کسانی که در طول تاریخ تاثیری فرعی داشته‌اند و همواره به آنها ابزاری و جسمانی و نه انسانی و عقلانی نگاه شده است. سیاه پوستان به گونه‌ای انسان‌های معرفی می‌شوند که تا در به درست فکرکردن یا درست عمل کردن نیستند و سعی در کارآفرینی یا نظارت بر سرنوشتشان ندارند بلکه شخصیت آنان به دست دیگران شکل می‌گیرد و یا عملکردشان تنها به هنگام واکنش نشان دادن به کار دیگران نمود پیدا می‌کند در نتیجه از دید سفیدپوستان و سیاهپوستان افرادی بیگانه‌اند و معضلی برای جامعه به حساب می‌آیند زیرا آنان در میان سفیدپوستان به عنوان نمادی از فرهنگی کثیف و بیگانه و مجرمان یا قربانیان ناخواسته فروپاشی خانواده‌ها شهرت یافته‌اند.

بازنمایی‌های موفقیت و شکست سیاهان آمریکایی در برنامه‌های داستانی و غیر داستانی تلویزیون و فرض‌هایی که آنها را سامان می‌دهد به لحاظ اجتماعی و مفاهیم تجاری حرفه‌ای و زیبایی شناختی که راهنمای تهیه کنندگان و مصرف کنندگان تلویزیون است ساخته می‌شود. این قواعد کارکنان را در گزینش به ارائه تصویرها راهنمایی می‌کند تا اطمینان حاصل شود که تصویرها به لحاظ زیبایی شناختی جذاب به لحاظ فرهنگی هدفمند به لحاظ سیاسی مشروع و به لحاظ اقتصادی سود ماندند.

حال و دیگران عنوان کرده‌اند که در پوشش خبری بزرگی روزنامه‌نگاران به اشاعه این دیدگاه پرداخته‌اند که جرائم خیابانی منحصرأ کار مردان جوان سیاهپوست است به علاوه روزنامه‌نگاران به درجه نظرهای پلیس سیاستمداران و قضات می‌پرداختند که معتقدند جرائم خیابانی رو به افزایش است و برای کاهش آنها باید

راه‌حل‌های اساسی از قبیل نظارت بیشتر پلیس و سنگین‌تر کردن محکومیت‌های یافت رسانه‌های خبری این اظهارنظرهای را به عنوان باور عمومی جامعه در خصوص افزایش جرم و جنایت و ارتباط آن با جوانان سیاه پوست می‌دهند.

در ایالات متحده آمریکا "آموس و اندی" اولین برنامه تلویزیونی درباره سیاه‌پوستان بود معروفی بود که بر اساس کلیپ‌های طنز آمیز و بعدها به نمادی برای تحقیر سیاه‌پوستان تبدیل شد در واقع صنعت تلویزیون و فیلم طولانی در نمایش تصاویر از سیاه‌پوستان دارد که از سنت مزرعه داری "سامبو" و برده وحشی گرفته شده است.

نتیجه

با توجه به نقش و کارکرد رسانه‌ها در تولید و بازتولید روابط و مناسبات قدرت از طریق رویه‌های گفتمانی و ایدئولوژیکی در کار به بازنمایی و معنا سازی از اقلیت‌های نژادی، جنسی و غیره، اتخاذ رویکردی انتقادی به بازنمایی‌های رسانه‌ای ضروری است؛ چرا که فهم و نقد رویه‌های قدرت در روند دلالت و بازنمایی در گرو داشتن موضعی سیاسی و اجتماعی به نفع فرودستان و علیه فرادستان در مناسبات اجتماعی و نیز اتخاذ رویکرد انتقادی در نظریه پردازی و پژوهش رسانه‌ای است.

پژوهشگر انتقادی با اتخاذ رویکرد و موضع ترقی خواهانه علیه همه اشکال و صور سلطه و نابرابری در قالب ایدئولوژی و گفتمان رسانه‌ای و تقابل‌ها و تعارض‌های موجود را که منشاء بازتولید و تحکیم نابرابری‌ها، تحریف و سلطه است، مورد نقد و پرسش قرار می‌دهد و با تدوین صورتی از دانش جدید ضررهای بخشی سعی در رهایی مردم از الزام‌ها و اجبارهای سیاسی و اجتماعی دارد.

نظریه انتقادی تلاش معرفت شناسانه این است که معرفت شناسی پوزیتیویستی را به خاطر تولید دانش سرکوبگرانه که قادر به توضیح تعارضات موجود در جامعه نیست به پرسش می‌گیرد و نوعی از دانش را که ذاتاً مولد روشنگری و رهایی است عرضه می‌دارد.

برای پژوهشگر انتقادی هدف اصلی پژوهش کشف توضیح و درک روابط و مناسبات قدرت است با این نگاه رسانه‌ها به مثابه منابع قدرتمند برای کنترل جامعه محسوب می‌شوند که خود تحت کنترل نخبگان اجتماعی فرهنگی و سیاسی و در یک کلمه نخبگان قدرت‌اند.

نخبگانی که از رسانه‌ها برای اشاعه ارزش‌ها باورها و دیدگاه‌های خود بهره می‌برند و از این طریق جایگاه خود را در مقابل گروه‌های فاقد قدرت حفظ می‌کنند.

اتخاذ رویکرد و نظریه انتقادی در مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای بهره‌گیری از روش‌های پژوهشی کیفی و انتقادی چون تحلیل نشانه‌شناسی و تحلیل انتقادی گفتمان متون رسانه‌ای را ضروری می‌سازد.

قدرت مستلزم کنترل است و کنترل ممکن است به عمل و شناخت مربوط باشد به این معنی چه غرور و قطب صاحب قدرت ممکن است آزادی عمل دیگران را محدود کند تا شاید بر افکارشان تأثیر بگذارد. مهار و کنترل از آن دیگران اساساً یکی از کارکردهای نوشتار و گفتار است اما باید توجه داشت که مهار و کنترل اذهان همیشه با دستکاری‌های بی‌پرده و صریح صورت نمی‌گیرد، بلکه برعکس سر که ممکن است از طریق اشکال ظریف روزمره و معمولی نوشتار و گفتار چه طبیعی و کاملاً مقبول به نظر می‌آیند اعمار و بازتولید شود از این رو تحلیل انتقادی گفتمان نیز راهبردهای گفتمانی که کنترل را مشروع می‌سازند و نظم اجتماعی سیاسی و بین‌المللی روابط نابرابر را طبیعی جلوه می‌دهند متمرکز می‌شود.

نهضت سواد رسانه‌ای انقلاب اسلام