



# بازنمایی مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا

علی حاجی محمدی





بازنمایی مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا



# بازنمایی مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا

نویسنده

علی حاجی محمدی



سرشناسه	: حاجی محمدی، علی، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: بازنمایی مسلمانان و ایران در ویلاک‌های خیری آمریکا/ پدیدآور علی حاجی محمدی.
مشخصات نشر	: تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری	: ۱۶۷ص.
شابک	: ۳۵۰۰۰ ریال: ۲-۷۷-۵۸۱۸-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: مسلمانان -- ویلاک‌ها -- نمونه پژوهی
موضوع	: ایرانیان -- ویلاک‌ها -- نمونه پژوهی
موضوع	: ویلاک‌ها -- ایالات متحده -- نمونه پژوهی
شناسه افزوده	: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۲ ب ۲ ح ۶۲۴ / ۱۱ BP
رده‌بندی دیویی	: ۲۹۷/۰۲۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۳۴۸۹۳۲



### بازنمایی مسلمانان و ایران در ویلاک‌های خیری آمریکا

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
 نویسنده: علی حاجی محمدی  
 ویراستار: امیرحمزه احمدی شیرخانی  
 طراح جلد: سیده راضیه یاسینی  
 صفحه‌آرا: حسین آذری  
 شابک: ۲-۷۷-۵۸۱۸-۶۰۰-۹۷۸  
 شمارگان: ویژه مخاطبان خاص  
 نوبت چاپ: اول - آذر ۱۳۹۲  
 قیمت: ۲۵۰۰۰ ریال  
 چاپخانه: شرکت چاپ و نشر

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر(عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
 صندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن ۸۸۹۱۹۱۷۷ دورنگار ۸۸۸۹۳۰۷۶ Email: Nashr@riac.ac.ir

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷.....	سخن ناشر.....
۹.....	پیشگفتار.....
<b>فصل اول - کلیات</b>	
۱۹.....	مقدمه.....
۲۶.....	بررسی موضوع.....
<b>فصل دوم - پیشینه</b>	
۳۷.....	مقدمه.....
<b>فصل سوم - چارچوب مفهومی و نظری</b>	
۶۱.....	مقدمه.....
۶۶.....	چارچوب نظری.....
۸۱.....	چارچوب‌ها و نظریه چارچوب‌بندی.....
۸۹.....	نظریه و نقد بلاغی.....
۹۴.....	ترسیم مدل نظری.....
<b>فصل چهارم - روش‌شناسی</b>	
۹۹.....	مقدمه.....
۱۰۲.....	شیوه نمونه‌گیری و تعداد نمونه.....

### فصل پنجم - بررسی یافته‌ها

۱۱۳	بخش اول - تحلیل چارچوب‌های بازنمایی ایران .....
۱۲۰	چارچوب‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و بدون چارچوب .....
۱۲۲	تحلیل چارچوب‌ها .....
۱۲۳	چارچوب سیاسی .....
۱۲۶	فراچارچوب و بسته تحلیلی .....
۱۲۸	چارچوب اقتصادی .....
۱۳۱	فراچارچوب و بسته تحلیلی .....
۱۳۳	چارچوب اجتماعی - فرهنگی .....
۱۳۵	فراچارچوب و بسته تحلیلی .....
۱۳۷	بخش دوم - تحلیل کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان .....

### فصل ششم - جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

۱۵۳	مقدمه .....
۱۶۲	منابع و مأخذ .....

## سخن ناشر

بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد. با انحراف فرهنگ، هرچند جامعه از بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوچ و میان‌تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد (امام خمینی(ره)، صحیفه نور، ج ۱۵: ۱۶).

رشد و توسعه اقتصادی یا سیاسی بدون توجه به ارزش‌های والای فرهنگی می‌تواند موجبات سستی و اغوجاج در اصول اعتقادی و ملی جامعه را فراهم آورد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با انجام تحقیقات و پروژه‌های پژوهشی و نیز برگزاری نشست‌های علمی با اصحاب علم و فرهنگ و ارائه نتایج حاصل در قالب «گزارش پژوهش» یا «کتاب»، تلاش خود را مصروف گسترش ارزش‌های اصیل فرهنگی می‌کند. امید است با بهره‌گیری از توان علمی پژوهشگران بتوان گام مؤثری در برنامه‌ریزی جامع توسعه کشور برداشت.

اثر حاضر، نتیجه پژوهشی است با عنوان *بازنمایی مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا* که توسط علی حاجی‌محمدی با نظارت دکتر سید محمد مهدی‌زاده انجام شده و در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.





### پیشگفتار

فناوری ارتباطی و رسانه‌ای در تمامی ابعاد زندگی روزمره نفوذ کرده‌اند و افراد و محققان علاقه‌مند به شکل‌گیری سیاست و فرهنگ باید از نقش مهم حوزه‌های عمومی جدید و گفتمان‌های تسهیل‌شده به‌وسیله این فناوری‌ها آگاه باشند (کلنر، ۱۹۹۷). در دهه‌های گذشته، تحولات سریع در فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و ظهور فضای مجازی با تغییر کلیه سطوح ارتباطی، الگوهای رایج استفاده از رسانه و دورنمای رسانه‌ای، فضا و محیط رسانه‌ای جدیدی را شکل داده است که قابل قیاس با دوره‌های قبل نیست. در این فضای جدید، علاوه بر رسانه‌های جریان اصلی، رسانه‌ها و فضاهای دیگری در پوشش رسانه‌ای و ارتباطات نقش‌آفرینی می‌کنند که باید مورد توجه قرار گیرند.

در قرن بیست و یکم، نسل جدید فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و ظهور فضای مجازی منجر به رشد فناوری‌های تعامل اجتماعی شد که امروز به تمامی ابعاد زندگی مردم در سراسر جهان وارد شده‌اند. فناوری‌های تعامل اجتماعی، ابزارها و فناوری‌های اینترنتی و فنون طراحی هستند که به شروع، اشتراک و حفظ

فعالیت‌های تعاملی و مشارکتی به شکل آنلاین کمک می‌کنند به طوری که تک‌تک افراد اجتماع، در تولید، توزیع و مصرف رسانه‌ای سهیم می‌شوند (شرودر، ۲۰۱۱). این فناوری‌ها با افزودن جنبه مشارکتی و تعاملی قوی به محیط اجتماعی، عادات جمع‌آوری اطلاعات و ارتباطات را تغییر داده‌اند.

توسعه فناوری‌های تعامل اجتماعی با چشم‌انداز بزرگ شبکه جهانی وب به‌عنوان ایجاد محیط اجتماعی به‌جای محیط فنی اتفاق افتاد و برای فهم تغییر پارادایم در نحوه مشارکت کاربران در محتوای آنلاین و اشتراک‌گذاری، وب ۲ معرفی شد. هر چند نمی‌توان جدایی کاملی بین تمامی نسل‌های وب ۱، ۲ و ۳ قائل شد اما برخلاف وب ۱ که کاربر، حداقل تعامل را دارد، تولیدکننده اطلاعات، محتوا را روی وب می‌گذارد و گروه‌های مصرف‌کننده اطلاعات یا محتوا به آن مراجعه می‌کنند (تعداد محدودی تولیدکننده محتوا در برابر تعداد نامحدودی مخاطب)، در وب ۲، کاربران از مصرف‌کننده مطلق اطلاعات فراتر رفته و به مشارکت جدی در تولید محتوای رسانه‌ها می‌پردازند و نیز امکان اظهارنظر در همان فضا و در مورد محتوای تولیدشده، فراهم می‌شود. هدف در نسل دوم رسانه‌ها که به رسانه‌های اجتماعی معروف هستند علاوه بر توانمندسازی کاربران، بازتولید خود در فضای رسانه است. علی‌رغم تعاریف زیاد درباره رسانه‌های اجتماعی، تأکید بسیاری از آنها بر ایجاد و تبادل محتوا به‌وسیله کاربر است (دومووا، ۲۰۱۱). با قدرتمندی فناوری‌های جدید تعامل اجتماعی (نرم‌افزار اجتماعی خدمات یا فرایندهای کاربر)، رسانه‌های اجتماعی به‌طور روزافزون، محیط و فضای رسانه‌ای جدید را اشغال کرده‌اند. نمونه شناخته‌شده و فراگیر رسانه‌های اجتماعی به شکل جهانی، وبلاگ است که رشد بسیار قابل توجهی را از زمان پیدایش خود تجربه کرده و تأثیرهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مختلفی بر جوامع گذاشته است.

منشأ بلاگ‌ها به‌عنوان یک نظام ارتباطی به تاریخ شکل‌گیری گروه‌های یوزنت<sup>۱</sup> و سیستم‌های تابلو اعلانات (بولتن برد) دهه ۱۹۸۰ و اولین اجتماعات شبکه جهانی وب دهه ۹۰ برمی‌گردد. وبلاگ‌های متنوع به‌دلیل داشتن ویژگی اجتماعی بودن از مظاهر وب ۲ محسوب می‌شوند. نظرسنجی‌های مختلف در سراسر جهان نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی به‌سرعت در حال رشد هستند و خواندن و نوشتن وبلاگ، رایج‌ترین فعالیت‌های رسانه‌های اجتماعی همراه با مدیریت پروفایل‌های شخصی، بازدید از صفحات شبکه اجتماعی دوستان، ارسال و خواندن پیام‌های کوتاه، اشتراک‌گذاری عکس‌ها و تماشا و آپلود کلیپ‌های ویدئویی بوده است. بر همین اساس، میزبان محبوب خدمات وبلاگ؛ یعنی بلاگر یا بلاگسپات<sup>۲</sup> بر اساس معیارهای سایت الکسا<sup>۳</sup> (مهم‌ترین سایت بررسی و مقایسه وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها بر اساس معیارهای مختلف) بعد از گوگل، فیس‌بوک، یوتیوب و یاهو، پربازدیدترین سایت در جهان محسوب می‌شود.

ساختار بلاغی، ارتباطی و نقش‌های مشارکتی و نیز تغییر و تحولات پیوسته فناوری‌های مربوط به وبلاگ‌ها، طبقه‌بندی وبلاگ‌ها را با مشکل مواجه می‌سازد؛ اما محققان، برخی طبقه‌بندی‌هایی از وبلاگ‌ها ارائه کرده‌اند: وبلاگ عمومی (دسترسی خصوصی یا محدود)، وبلاگ‌های تک نویسنده و چند نویسنده یا وبلاگ‌های جمعی، بر اساس مالکیت (شخصی، سازمانی یا شرکت‌های بزرگ)، بر اساس سبک (ورزشی، سیاسی، تعلیمی، نظامی، قانون، وقایع جاری، مد، خبری و غیره)، بر اساس چند رسانه‌ای (عکاسی، ویدئویی و صدا) و بر اساس پلتفرم (موبلاگ‌ها) (لتی، ۲۰۱۱)؛ اما برخی وبلاگ‌ها وجود دارند که ژانرهای مختلف و

---

1. USENET

2. [blogspot.com](http://blogspot.com)

3. <http://www.alexa.com>

فرعی وبلاگ‌ها را با هم ترکیب می‌کنند. ژانر در اینجا به معنای عمل و کردار اجتماعی است که دربردارنده روابط رایج و مرسوم بین طرف‌های ارتباطی است و باعث فهم دو طرف در فرایند ارتباطات می‌شود؛ بنابراین ژانر در وبلاگ‌ها نه تنها در متن آشکار می‌شود بلکه دانشی است که کاربران باید برای تفسیر، فعالیت و کنشگری در درون یک بافت ارتباطی مشخص داشته باشند (سوالز، ۲۰۰۴). فرکلاف بیان می‌کند: «تغییر در ژانرها به معنی ترکیب ژانرهای مختلف با یکدیگر است. ژانرهای جدید از ترکیب ژانرهای موجود و رایج، توسعه پیدا می‌کنند» (۲۰۰۳: ۶۶). یکی از ویژگی‌های ذاتی ژانرها، تعامل پیوسته آنها با یکدیگر است. لومبورگ (۲۰۰۹) بر جنبه‌های مختلف وبلاگ به‌عنوان یک کردار و عمل اجتماعی تأکید می‌کند. این جنبه‌ها، وبلاگ را به‌عنوان ژانری مشخص می‌کند که دارای ویژگی خوداظهاری یک نویسنده شخصی (اغلب موارد) در یک سبک نوشتاری غیررسمی، فعالیت و انجام آسان، دارای ویژگی‌های تعاملی، پویا و غیر هم‌زمان و مداوم است. ظهور وبلاگ‌نویسی در دنیا و ارائه صداهایی غیر از گفتمان جریان اصلی برای بیان و اشاعه دیدگاه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، بحث اصلی شکل‌گیری رسانه‌ای با مختصات دیگر در فرایند ارتباطات است. بر همین اساس، نویسندگانی مثل هووارد (۲۰۰۳) و گیلومر (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که وبلاگ‌ها نشانه‌ای از آغاز کار رسانه‌های شهروندی و جایگزین است که به شهروندان معمولی فرصتی می‌دهد به‌نوبه خود در فرایند تشکیل خبر مشارکت کنند و به نوعی رها از تشکیلات مرسوم رسانه‌ای، روزنامه‌نگاری وبلاگ را تشکیل دهند. گیلومر استدلال می‌کند که این عمل شهروندان، ظرفیت دموکراتیک کردن حوزه مسلط رسانه‌ای امروز را از طریق اشاعه خبر و تبدیل خبر رسمی به بحث و گفتگو یا زبان وبلاگی (عاملی، ۱۳۸۶) بالا می‌برد

بنابراین، وبلاگ‌ها به‌عنوان یک رسانه عمومی، دیگر بیان خاطرات شخصی نیستند بلکه به‌عنوان یک رسانه جدید علاوه بر ایجاد یک جامعه مجازی در ابعاد جهانی، نقش‌های واقعی فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مختلفی در جوامع دارند. همچنین وبلاگ‌ها، یکی از مهم‌ترین فضاها ایجاد شده در فضای مجازی برای تجربه‌هایی از قبیل بازنمایی ارزش‌ها می‌باشند. از این رو، وبلاگ‌ها در حیات کوتاه‌مدت خود به یکی از مهم‌ترین و بحث‌انگیزترین رسانه و فضای فرهنگی در جهان و به‌ویژه در غرب تبدیل شده‌اند و باید همانند سایر فضاها فرهنگی و رسانه‌ها، ابعاد آشکار و پنهان آنها مورد تحلیل و ارزیابی‌های متعدد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی قرار گیرد.

با تنوع و وسعت زیاد وبلاگ‌ها، پویایی و واکنش سریع آنها به تغییرات فناوری‌های ارتباطی، اطلاعاتی و اجتماعی و رشد شتابان استفاده از آن در عرصه‌های مختلف، چگونه می‌توان از وبلاگ‌ها استفاده کرد و آنها را مورد مطالعه علمی قرار داد؟ قبلاً مطرح شد که وبلاگ یکی از نمودهای برجسته نسل وب ۲ است که در آن، تعداد زیادی کاربر در فرایند تولید، مدیریت و توزیع محتوا مشارکت می‌کنند و عملاً، حجم زیادی محتوا تولید می‌شود که طبقه‌بندی و استفاده بهینه آن برای بسیاری از افراد مشکل می‌شود. در چنین شرایطی، فضای مجازی و به‌تبع آن، فضای وبلاگ‌ها نیازمند سرورهایی هوشمند است تا بتوان اطلاعات را طبقه‌بندی و تلخیص شده در اختیار کاربر قرار داد. از این رو، وب ۳ معرفی شد تا با ارزش‌گذاری بر اطلاعات، آنها را برای استفاده افراد مختلف در زمان‌ها و مکان‌های متفاوت و در شرایط گوناگون، مهیا سازد.

به‌دلیل رشد روزافزون وبلاگ‌نویسی در غرب و به‌ویژه آمریکا و استفاده آن در تمامی عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، موتورهای جستجوی

وبلاگ‌ها<sup>۱</sup> یا وبلاگ‌های خبری ظهور کردند. این نوع وبلاگ‌ها که به‌نوعی جمع‌آوری‌کننده<sup>۲</sup> خبر وبلاگ‌ها هستند، اخبار مختلف وبلاگ‌ها را طبقه‌بندی می‌کنند و نیز دارای فوروم<sup>۳</sup> هستند که امکان شکل‌گیری گفتمان عمومی پیرامون یک مسئله خاص را فراهم می‌سازند. این نوع وبلاگ‌ها، برای جستجوی انواع موضوعات در وبلاگ‌ها استفاده می‌شوند و افراد مختلف به‌ویژه آمریکایی‌ها برای آگاهی از وبلاگ‌ها، اطلاعات موجود و آگاهی از به‌روزرسانی وبلاگ‌ها به‌جای استفاده از موتورهای جستجوی عمومی مثل گوگل، یاهو و سایر موتورهای جستجو، از این وبلاگ‌ها استفاده می‌کنند (بارلو، ۲۰۰۸)

امروزه برای مطالعه و تحلیل وبلاگ‌ها در محیط‌های آکادمیک، مناسب‌ترین روش، استفاده از این نوع موتورهای جستجو است و بیشتر تحقیقات در مورد وبلاگ‌ها در آمریکا از آنها بهره گرفته‌اند. به‌طور کلی، این موتورهای جستجو برای مطالعه موضوعی وبلاگ‌ها و اهداف عملی، ابزارهای مختلف و مفیدی در اختیار می‌گذارند که می‌توان از طریق آنها، به‌طور یکجا، اخبار، مطالب، پست‌ها و کامنت‌های مربوط به موضوعات مختلف در وبلاگ‌های مشهور و تأثیرگذار را مشاهده و مطالعه کرد (کوئین و لامبل، ۲۰۰۸). این وبلاگ‌های خبری در جامعه آمریکا تبدیل به منبع اصلی خبر برای شهروندان شده‌اند و تجربه و فضای جدیدی از بازنمایی ارزش‌ها هستند (بارلو، ۲۰۰۸). مطالعه بازنمایی ایران و مسلمانان در چنین فضاهایی می‌تواند ابعاد تازه‌ای به مطالعات انجام‌شده بیفزاید و زوایای دیگری از سیاست بازنمایی غرب و به‌ویژه آمریکا را آشکار سازد. در این نوشتار با رویکرد

---

1. blog search engines  
2. blog aggregator  
3. forum

انتقادی، نحوه‌ی بازنمایی و تصویرپردازی ایران و مسلمانان در وبلاگ‌های خبری آمریکایی با استفاده از سنت‌های نظری مختلف با رویکرد بین‌رشته‌ای، مورد مطالعه و ارزیابی قرار گرفته است.

اکنون به مناسبت انتشار کتاب، فرصت را مغتنم شمرده و مراتب امتنان فراوان خودم را از محضر همه استادان ارجمند گروه علوم ارتباطات دانشگاه تهران اعلام می‌دارم که در مقاطع مختلف تحصیلات تکمیلی، همواره مشوق من در کارهای علمی و پژوهشی بوده‌اند و این اثر را مدیون همه آنها می‌دانم. همچنین، بر خود فرض می‌دانم مراتب سپاس و قدردانی خود را از جناب آقای دکتر سید محمد مهدی‌زاده ابراز نمایم که زحمت نظارت این کتاب را بر عهده داشتند و با صبر و حوصله فراوان به مطالعه این نوشتار پرداخته و کاستی‌ها و نواقص آنرا یادآوری نمودند. همچنین از کمک دوست عزیز و دیرینه خود، جناب آقای دکتر عبدالله بیچرانلو در طول اجرای تحقیق و همراهی‌اش، تشکر و قدردانی می‌کنم.

از همکاران عزیز و گران‌قدر پژوهشکده هنر و رسانه پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و سرکار خانم شفیغ‌خانی نهایت سپاسگزاری را دارم که با کمک آنها امکان کار و تلاش در فضای کاملاً مشارکتی و صمیمانه فراهم شد. در نهایت، لازم می‌دانم مراتب سپاس ویژه خود را از مسئولان پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و به‌ویژه مدیریت ارتباطات پژوهشی برای هماهنگی و چاپ این اثر ابراز دارم.

علی حاجی محمدی





# فصل اول

## کلیات



## مقدمه

نگرش ما به خود و به دیگری غیر خود، رابطه نزدیکی با یکدیگر دارد و شناخت ما از هر یک بر اساس آن دیگری است؛ لذا همیشه می‌کوشیم تا به ساختن تصویری بهتر از خود، برتری‌مان را بر دیگری ثابت کنیم یا برای اطمینان بخشی از شکوهمان، تصویری ضعیف یا زشت از غیر خودی‌ها بسازیم. بدون تردید قدرت است که در این معادله‌ها، حرف اول را خواهد زد. قدرت در برساخت خود<sup>1</sup> و دیگری<sup>2</sup> نقش اساسی دارد و در شکل‌گیری هر دو مهم و مؤثر است. بر همین اساس، از همان آغازی که غرب و اروپای مسیحی کوشید هویتی مشخص برای خویش پردازش کند، تعریف شرق به مثابه «دیگری»، ضرورت یافت و غرب تلاش کرد خود را در ساختار آن روزگار در تقابل با این «دیگری» تعریف کند. به بیان دیگر، شرق آن «دیگری» بود که غرب برای هویت‌یابی می‌بایست از آن فاصله بگیرد و این فاصله‌گیری، مستلزم شناخت این «دیگری» بود. غرب مدرن باید این

---

1. Self

2. The other

دیگری را تعریف می‌کرد تا خود را در برابر آن و در تفاوت با آن تعریف کند. در همین راستا، شرق‌شناسی<sup>۱</sup> شکل گرفت تا آغازی برای غیریت‌سازی شرق را شروع کند. البته منازعه بین غرب و شرق (که مسلمانان در این مقوله قرار می‌گیرند)، بعد از حمله مسلمانان به اسپانیا شکل گرفته و یک پویایی تاریخی است و ریشه‌های آن به قرون وسطی برمی‌گردد (درایسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵: ۱۹۳)؛ اما حتی اگر قبول کنیم که این اندیشه‌ها نسبت به شرق (و در عین حال مسلمانان) از قبل بوده است، باز تصاویر منفی و کلیشه‌ای درباره شرق از قرن هجدهم شروع شده و در اواخر قرن هجدهم شکل منظم به خود گرفته است (کریم<sup>۳</sup>، ۱۹۹۷).

با در نظر گرفتن اواخر قرن هجدهم به عنوان نقطه شروع تقریبی شرق‌شناسی، می‌توان آن را به عنوان اقدامی منسجم برای پرداختن به شرق، مورد بحث و تحلیل قرار داد و این موضوعی است که ادوارد سعید نیز بر آن صحنه گذاشته است.

ادوارد سعید، بر اساس دیدگاه‌های فوکو<sup>۴</sup> در زمینه رابطه دانش و قدرت در گفتمان مدرنیته، معتقد است؛ تبدیل شرق به دیگری غرب در چارچوب گفتمان شرق‌شناسی و در رابطه با سلسله‌مراتب قدرت میان شرق و غرب صورت گرفته است (سعید، ۱۳۷۵). در همین زمینه، رویکرد پسااستعماری<sup>۵</sup> سعید با نام استعمار نو<sup>۶</sup>، با اشاره به اشکال جدید سلطه سیاسی و فرهنگی، به روابط جدیدی میان فرهنگ‌های استعماری و مستعمره می‌پردازد. ادبیات استعماری با معرفی برخی فرهنگ‌ها به عنوان فرودست و خلق تقابلهای دوتایی والا/پست، منجر به ایجاد

---

1. Orientalism  
 2. Drayson  
 3. Karim  
 4. Michel Foucault  
 5. Post colonialism  
 6. Neocolonialism

دیدگاه‌های خاص نسبت به «دیگران» فرهنگی شده و شرق و غرب را به‌عنوان دو مقوله مجزا نشان می‌دهد (درایسون، ۲۰۰۵: ۱۹۳).

سعید از مفهوم شرق‌شناسی یا شرق‌گرایی به‌عنوان ایدئولوژی اروپامحور برای بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌ها یاد می‌کند (سعید، ۱۳۷۵ و ۱۳۷۹) و در مسائل گفتمان غرب به کرات تأکید شده است که چون خودی‌ها، دیگران را مانع تحقق خواسته‌های خود می‌دانند، کم‌کم آنها را دشمن دانسته و در نتیجه، اعمال هرگونه خشونت بر علیه آنها را جایز می‌دانند (فرکلاف، ۱۳۷۹). این «دیگری» دیگران» قبل از فروپاشی نظام سوسیالیستی شوروی و متحدانش، به آنها اطلاق می‌شد و بعد از بین رفتن این نظام و تک‌قطبی ماندن نظام سرمایه‌داری غرب، اسلام و جهان اسلام جایگزین «دیگری» در نظام ایدئولوژیک غرب شد. البته بدین معنا نیست که در مورد اسلام و مسلمانان چنین نگاهی وجود نداشت، بلکه وجه غالب دیگری نبود. انسان غربی همواره منزلتی بس رفیع برای خود تصویر و ترسیم کرد و از آن جایگاه به تعریف و بازنمایی خود پرداخت. این نگرش رایج در غرب مبتنی بر «تمایز» می‌باشد؛ تمایزی که منجر به «خودبرتری» غربی‌ها در مقابل «پست‌انگاری» دیگران می‌شود.

همان‌طور که سعید هم بدان اشاره می‌کند، این تصویر دیگری ارتباط زیادی با بازنمایی رسانه‌ای دارد و رسانه‌ها با توجه به ارزش‌های فرهنگی غالب، نقش اساسی در ترویج و طبیعی کردن نگاه به دیگری ایفا می‌کنند. در حقیقت، بین تصاویر و رسانه‌ها و ارزش‌های فرهنگی، یک ارتباط مهمی وجود دارد، به‌ویژه اگر این ارتباط درباره یک دیگری باشد که شناخت آن بیشتر به‌طور غیرمستقیم و با واسطه انجام می‌گیرد. به بیان دیگر، تصویر دیگری از طریق رسانه‌ها و بر اساس

ارزش‌های فرهنگی جامعه بازنمایی‌کننده، صورت می‌گیرد؛ اما به‌طور کلی، تعریف و محدود کردن «تصویر»<sup>۱</sup> کار چندان راحتی نیست. «تصویر را به‌عنوان بازتولیدهایی تعریف می‌کنند که معنای ثانویه دارد: تصویر ذهنی از چیزی که واقعی نیست یا در حال حاضر وجود ندارد» (گامسون<sup>۲</sup> و دیگران، ۱۹۹۲: ۳۵). مفهوم تصویر به خودی خود، بیانگر «انگاشت و پندار»<sup>۳</sup> چیزی است که تنها در ذهن بوده و فهم آن مشکل و تا حدی غیرممکن است و علوم سخت<sup>۴</sup> به‌ندرت جرئت بررسی آن‌را دارند. علی‌رغم ناملموس بودن تصورات از یک ملت یا فرهنگ دیگری، این تصورات، پیچیده بوده و نقش اجتماعی مهمی در جوامع دارند (همان). همان‌طور که جی<sup>۵</sup> گفته «ما در مسیر بازنمایی‌ها و مصرف تصاویر در حال حرکتیم» (۱۹۹۴: ۱۰). این امر، بدین معناست که برای پردازش اطلاعات و فهم پدیده‌ها، از تصاویر استفاده کرده و به‌طور مداوم آن‌را یادآوری می‌کنیم. در حقیقت، تصاویر، محیط‌های کلی را تشکیل می‌دهند که در آن، معانی به‌طور پیوسته در درون زندگی ما وارد تعامل، مذاکره و ترکیب شده و به هم می‌پیوندند. بر همین اساس، معنی‌سازی از دیگری و فرهنگ دیگری نیز شکل می‌گیرد؛ یعنی تصویر از دیگری، معنی و شناخت از دیگری را فراهم می‌سازد.

به‌دلیل حضور رسانه‌ها در زندگی مدرن، تصاویر رسانه‌ای با ظرفیت ویژه و

---

1. Image

2. Gamson

3. Imagination

۴. م. علم طبیعی به «علم سخت» (hard science) و «علم سبک» (soft science) تقسیم می‌شود. فیزیک، شیمی، زیست‌شناسی، زمین‌شناسی، انواع علوم سخت هستند و انسان‌شناسی، تاریخ، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی به‌عنوان علوم سبک خوانده می‌شوند. موافقان این تقسیم‌بندی، استدلال می‌کنند که علوم سبک از روش علمی یعنی آزمایش و تجربه (تجربه یعنی مجموع اعمال و مداخله‌هایی که انسان در واقعیت می‌کند)، استفاده نمی‌کنند؛ بلکه از شواهد روایتی و تاریخی سود می‌جویند و جمع‌آوری اطلاعات در آنها از دقت بالایی برخوردار نیست.

5. Jay

قدرت بی‌چون و چرا مورد توجه هستند و رابطه‌ای نزدیک با فرهنگ دارند؛ زیرا از طریق مواجهه با رسانه‌هاست که فرهنگ برای گسترش و انتقال خود از آنها استفاده می‌کند. در نهایت، این تصاویر از سوی جمع که به آن فرهنگ تعلق دارند، پذیرفته شده و درون آن فرهنگ خاص، جاری و رایج می‌شوند و در نگرش به دیگری نقش ایفا می‌کنند. این موضوع، دال بر اهمیت تصاویر و تصویرپردازی است که چنین روش ارزشمندی از مطالعه فرهنگ را تشکیل می‌دهد (گرابر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲). در واقع، مطالعه تصویر، روش مهمی از روش مطالعه فرهنگ است. در این مورد، دایر<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) معتقد است که:

بازنمایی‌ها، نمایش‌هایی هستند که همواره از رمزگان و قواعد صورت‌بندی‌های فرهنگی استفاده می‌کنند. چنین صورت‌بندی‌هایی، موضوعات مربوط به جنبه‌ای از واقعیت در یک مکان معین را در یک جامعه مشخص و در یک زمان خاص محدود کرده و بدان شکل می‌بخشند. صورت‌بندی‌های فرهنگی، شرایط گسترده‌ای از محدودیت و امکان را برای نمایش و بازنمایی ویژگی‌های خاص موضوعات تنظیم می‌کنند و ما مجبور به فهم چگونگی قرارگیری بازنمایی‌ها در صورت‌بندی‌های فرهنگی هستیم تا دلایل حادث شدن برخی از رویدادها را بفهمیم. بدون درک و فهم روش عمل و نقش تصاویر از لحاظ گفته، روایت، ژانر یا نمایش، فهم واقعی دلیل قرار گرفتن در آن شیوه خاص، سخت خواهد بود.

بنابراین برای فهم نحوه شکل‌گیری تصاویر و معنی پیدا کردن آنها در درون یک فرهنگ خاص و نیز فهم تطابق بین معنی و فرهنگ، فهم طیفی از امکانات و دامنه محدودیت‌های یک فرهنگ در بساخت تصویر، ضروری است. به عبارت دیگر، برای فهم اینکه چگونه فرهنگ خاصی، موضوع یا پدیده‌ای را تعریف و محدود

---

1. Graber  
2. Dyer



می‌کند، نیازمند نگاه به ارزش‌های غالب آن فرهنگ به‌عنوان یک نظام باور کلی هستیم (اسولیوان و دیگران، ۱۳۸۵؛ بیادوئین و تورسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱).

برای فهم ارزش‌ها و نقش آن در فرهنگ، تعریف ارزش‌ها ضروری است. ارزش‌ها عبارت است از داوری درباره صفات ویژه‌ی تصویری و درباره مسیرهای (رسیدن) به هدف‌ها که معمولاً با یک نگرش خاص تداعی می‌شود (اسولیوان و دیگران، ۱۳۸۵: ۴۱۷). روکیچ<sup>۲</sup> (به نقل از بیادوئین و تورسون، ۲۰۰۱) نیز ارزش‌ها را به‌عنوان نوعی باور در نظر می‌گیرد که در مرکز یک نظام باور کلی قرار گرفته‌اند و باید‌ها و نبایدهای رفتار را تعیین می‌کنند؛ در نتیجه، ارزش‌ها به‌عنوان پایه و اساس داوری، مبنای رفتار مناسب را تشکیل می‌دهند. توضیح سعید درباره نحوه ایجاد امکانات و محدودیت‌ها توسط فرهنگ، مفید است:

فرهنگ نظامی از تمایزات و ارزیابی‌هاست... نظامی از دفع و طردهاست که از بالا وضع شده است، اما در سراسر جامعه و حکومت عمل می‌کند به طوری که از طریق آن، مسائلی مثل آناشسی، بی‌نظمی، غیرعقلانی، پستی (فروستی)، سلیقه بد و غیر اخلاقی شناخته شده، سپس در بیرون فرهنگ قرار داده می‌شود و در آنجا، با قدرت دولت و نهادهای وابسته به آن حفظ و نگه داشته می‌شود (۱۹۸۳: ۱۲).

بر همین اساس، فرهنگ به‌وسیله نهادهایی مثل رسانه‌ها بازنمایی شده و طیفی از تبعیض‌ها و ارزیابی‌ها، یعنی نظامی متشکل از ارزش‌ها را ایجاد می‌کند که منجر به نوع خاصی از تصاویر و بازنمایی‌ها درباره دیگری می‌شود. برای مثال، زمانی که مقاله‌ای درباره حجاب در ایران در روزنامه آمریکایی نوشته می‌شود و سپس

---

1. Beaudoin & Thorson  
2. Rokeach

خوانندگان روزنامه آن را می‌خوانند، در آن صورت، تصویر خاصی از حجاب در ایران شکل می‌گیرد؛ این موضوع، یکی از دلایلی است که نشان می‌دهد چرا گلازر<sup>۱</sup> (۱۹۷۵) معتقد است که یک روش برای مطالعه تغییرات تصاویر و بازنمایی پیرامون یک ملت یا کشور، توجه به نگرش‌های بیان‌شده در رسانه‌هاست؛ بنابراین مطالعه رسانه‌ها و تحلیل متون می‌تواند ارزش‌های غالب یک فرهنگ و چارچوب‌های بازنمایی از دیگری را آشکار سازد.

مضاف بر این، برای اینکه ایده سعید را درک کنیم، فرایند ایجاد یک تصویر درباره دیگری محدود به استفاده از این نظام ارزشی در تمایز و ارزیابی موضوع مطالعه ما (مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا) نیست. به‌کارگیری آن متضمن تأیید دیگریت<sup>۲</sup> (غیریت) و تفاوت است. از این رو موضوع تحت بررسی و تحقیق را از حوزه خود-بازنمایی<sup>۳</sup> حذف می‌کند و مانع هویت و شناسایی نگاه به خود می‌شود. این نگاه، مهم و جالب است زیرا نه تنها تفکر وبلاگ‌نویسان و خوانندگان آمریکایی درباره ایران و مسلمانان را آشکار می‌سازد؛ بلکه تفکر نسبت به خودشان را نیز معلوم می‌سازد. در نتیجه، این انکار و نفی دیگری، تأییدی از خود است و نیز تبیینی از علت حذف یا عدم تعلق دیگری از فضای ما را فراهم می‌کند. از این رو، در مطابقت بین آنچه وبلاگ‌نویس آمریکایی از نقطه‌نظر فرهنگ و ارزش‌های تثبیت‌شده آمریکایی می‌نویسد و درجه‌ای که خواننده با نحوه ارائه و نمایش تصاویر این دیگری‌ها موافقت می‌کند (یا نه) و چگونه آنها، ایده‌هایشان از خود را با دیگری مقایسه می‌کنند؛ در مرکز بحث حاضر قرار دارد.

---

1. Glazer

2. Otherness

3. Self-representation

از سوی دیگر همان‌طور که در بالا مطرح شد، بازنمایی و تصویر از دیگری بر اساس گفتمان‌ها شکل می‌گیرد. بر اساس دیدگاه سعید که راهنمای مطالعه حاضر است، یکی از گفتمان‌های مهم و تأثیرگذار در تصویر غرب از دیگری شرق، گفتمان شرق‌شناسی است که لیتل<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در کتابش با عنوان *شرق‌شناسی آمریکایی*<sup>۲</sup>، تصاویر شرق‌شناسی و غالب شدن چنین نگرشی در سیاست خارجی آمریکا و دیدگاه‌های عمومی نسبت به مسلمانان و اعراب، تقویت و تشدید این نگرش‌ها و تصاویر از سوی رسانه‌ها را توضیح می‌دهد.

بر اساس همین گفتمان شرق‌شناسی، رسانه‌های غربی و به‌ویژه رسانه‌های آمریکایی به بازنمایی منفی و کلیشه‌ای از شرق، به‌ویژه مسلمانان دست می‌زنند؛ افکار عمومی را شکل می‌دهند و حتی گاهی با هژمونی رسانه‌ای خویش، اتفاق‌های جهان شرق را معکوس جلوه می‌دهند.

### بررسی موضوع

بازنمایی رسانه‌ها از اسلام و مسلمانان و در عین حال ایران، بر اساس کلیشه‌های شرق‌شناسی در رسانه‌های مختلف و در برنامه‌ها و ژانرهای گوناگون انجام شده است. در سال‌های اخیر، محققان، مطالعاتی درباره پوشش خبری و دریافت اخبار درباره مسلمانان انجام داده‌اند. کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان در رسانه‌های خبری، اولین بار به‌وسیله ادوارد سعید در کتاب *پوشش خبری/اسلام* انجام گرفت. سعید نشان می‌دهد که پوشش رسانه‌ای ایران بعد از انقلاب، مثالی از رواج بازنمایی شرق‌شناسی از اسلام و مسلمانان است. به شیوه مشابه، مک آلیستر<sup>۳</sup> (۲۰۰۱: ۲۷۵)

---

1. Little  
2. American Orientalism  
3. McAlister

تأکید می‌کند که خطر «اسلام» و «تروریسم»، منطق فرهنگی سیاست خارجی آمریکا از زمان وقایع انقلاب ایران در سال ۱۹۷۹ بوده است. بعد از انقلاب اسلامی ایران، احساس ضدایرانی نیز در ایالات متحده به‌طور گسترده به بازنمایی‌های خاورمیانه عرب کشیده شد که در دهه ۱۹۷۰ غالب بود.

محققان دیگری مثل سردار<sup>۱</sup> (۱۹۹۹)، کریم (۱۹۹۶) و لیتل (۲۰۰۴) نشان می‌دهند که شرق‌شناسی، ایدئولوژی مسلط در روابط غرب با جهان اسلام است و این مسئله در نگاه غربی‌ها و پوشش رسانه‌های غربی مشهود است. پوشش پیوسته مسلمانان به‌عنوان تروریست، محور شرارت، جانی و خشن، بی‌رحم، قاتل و برهم‌زننده صلح جهانی و... و معرفی مردان مسلمان به‌عنوان نماد خشونت و زنان مسلمان به‌عنوان مطیع، حاکی از کلیشه‌های شرق‌شناسانه از مسلمانان و در عین حال ایران به‌عنوان یک کشور مسلمان است. با توجه به اینکه امروز، رسانه‌ها جهانی شده‌اند، مطالعه این کلیشه‌ها برای فهم دیدگاه‌ها و ارزش‌های حاکم بر تصویر از دیگری، مهم و ضروری است؛ زیرا فهم عمومی نسبت به گروه یا دولت یا ملت و فرهنگ دیگری را شکل می‌دهند (فورسیچ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰).

در سال‌های اخیر، محققان مطالعاتی درباره نحوه بازنمایی از ایران و ایرانیان و مسلمانان از طریق زبان در گفتمان‌های مختلف انجام داده‌اند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۴؛ سروری‌زرگر، ۱۳۸۷؛ غفاری، ۱۳۸۸؛ بیچرانلو، ۱۳۸۹؛ کشیشیان<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰؛ پیر نجم‌الدین و دیگران، ۱۳۸۹؛ غیثیان، ۱۳۸۸؛ اکوانی، ۱۳۹۱؛ سعید، ۱۹۸۱؛ مک آلیستر، ۲۰۰۱؛ مرسکین<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷) و تصویرپردازی منفی از مسلمانان، ایران و ایرانیان

---

1. Sardar  
2. Fürsich  
3. Keshishian  
4. Merskin

را به روش‌های مختلف در رسانه‌ها و برنامه‌های مختلف نشان داده‌اند؛ اما با ظهور فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی هم‌زمان و فضای مجازی، فضای ارتباطی جدیدی شکل گرفت که می‌توان آن را پایه‌گذار نوعی «ارتباطات فیزیکی - مجازی» دانست. با توسعه فضای اجتماعی، ما از یک جهان تک‌فضایی به یک جهان دو فضایی شده وارد شده‌ایم که بر بنیان‌های صنعتی و فناورانه استوار است و در پرتو آن «جهان ارتباطات هم‌زمان» و «جهان دیجیتال شده» و همچنین «جهان گسترده و فراگیر دستگاه‌های ارتباطی رایانه‌ای» معنا پیدا می‌کند (عاملی، ۱۳۹۰). در واقع، فراگیری اینترنت و فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، موجب ظهور فضای مجازی در کنار جهان واقعی شده که این امر معادلات و الگوهای ارتباطات سنتی، تولید، انتقال و مصرف اطلاعات را به هم زده و موجب تغییر در آن شده است.

چنین فضایی که به‌عنوان «واقعیت مجازی» یکپارچه (ویلسون و پترسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۴۵۰) در نظر گرفته می‌شود، از ویژگی‌هایی چون بی‌مکانی، فرازمان بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت - ملت‌ها، از معرفت‌شناسی تغییر شکل یافته پست‌مدرن برخوردار بودن، قابل دسترسی بودن هم‌زمان، روی فضا بودن و برخورداری از فضاها، فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و همین‌طور آزادی از هویت بدنی و جنسی جدید برخوردار است (عاملی، ۱۳۸۲). باکاردجیوا<sup>۲</sup> از این فضا به‌عنوان فناوری روزمره، عاملیت فردی، جامعه و فضای عمومی جدید نام می‌برد (۲۰۰۶: ۷۶-۷۳). در چنین فضایی، افراد به دور از محدودیت‌های روان‌شناسانه، فیزیکی و سیاسی، قادر به تعامل هستند و با استفاده از ابزارهای این فضا می‌توانند مطالب و اطلاعات خویش را تولید و اشاعه دهند.

---

1. Wilson & Peterson  
2. Bakardjieva

در حقیقت، با ظهور فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی هم‌زمان و فضای مجازی، فضاهای ارتباطی جدیدی شکل گرفته است که تجربه جدیدی از بازنمایی ارزش‌ها هستند و مطالعه بازنمایی ایران در چنین فضاهایی می‌تواند ابعاد تازه‌ای به مطالعات انجام‌شده بیفزاید و زوایای دیگری از سیاست بازنمایی غرب را آشکار سازد.

وبلاگ‌ها به‌عنوان رسانه‌های نوین با توسعه فضای مجازی در جهان دو فضایی شده، تحولات مختلفی پیدا کرده‌اند به‌طوری‌که دیگر بیان خاطرات شخصی نیستند؛ بلکه به‌عنوان یک رسانه، نقش‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مختلفی در جوامع دارند (هااس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). منظور از رسانه بودن وبلاگ‌ها کاملاً روشن است؛ رسانه‌های نوینی که محتواهای مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را منتقل می‌سازند. علاوه بر محتواهای یادشده، وبلاگ‌ها یکی از مهم‌ترین فضاهای ایجادشده در فضای مجازی برای تجربه‌هایی از قبیل بازنمایی ارزش‌ها در دهه اخیر هستند. فضا در جهان مجازی وبلاگ‌ها، نظیر فضا در جهان واقعی، یک تولید «اجتماعی» قلمداد می‌شود که اثرات و نتایج واقعی دارند.

همان‌طور که در بالا ذکر شد، قبل از ظهور وبلاگ به‌عنوان فناوری نوین، سعید (۱۹۸۱) و مرسکین (۲۰۰۵) و دیگران معتقد بودند که رسانه‌های خبری آمریکا، کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان و ایران را در تلویزیون و روزنامه‌ها اشاعه می‌دهند و به‌طور پیوسته در جهت همیشگی کردن آن قدم برمی‌دارند. از آنجایی که مطالعات اولیه در مورد کلیشه‌های رسانه‌ای (به‌ویژه شرق‌شناسی) از مسلمانان، بیشتر در مورد اخبار و به‌ویژه در تلویزیون، روزنامه‌ها و مجله‌ها انجام شده، لازم است مطالعاتی نیز در حوزه وبلاگ به‌عنوان یک رسانه نوین تأثیرگذار در جهان

---

1. Haas

غرب، برای تحلیل کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان و بازنمایی ایران (و ایرانیان) انجام گیرد؛ زیرا وبلاگ‌ها به‌عنوان رسانه‌ای نوین، با توسعه فضای مجازی، تحولات مختلفی پیدا کرده‌اند و فضاهای جدیدی برای بازنمایی گفتمان عمومی و تصویرپردازی از دیگری در جهان غرب و به‌ویژه آمریکا گشوده‌اند؛ زیرا به نویسندگان و نیز خوانندگان این اجازه را می‌دهند تا با اشتراک‌گذاری عقاید و مشاهده‌ها به‌طور آشکارا و فارغ از هر نوع محدودیت سیاسی و ساختاری، در گفتمان عمومی مشارکت و فعالیت کنند و چه بسا بهتر از هر شیوه دیگری، گفتمان عمومی نسبت به یک موضوع خاص را نشان دهند (هیرینگ<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۰۴) و این مسئله زمانی مهم خواهد بود که وبلاگ‌های خبری<sup>۲</sup> مدنظر باشد؛ زیرا این وبلاگ‌ها، ظرفیت‌های مختلفی برای مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها باز می‌کنند که می‌تواند پایه و دانش عمومی را تشکیل و گسترش دهد.

حال سؤال این است که با توجه به مشخصات و ویژگی‌های خاص وبلاگ‌ها، آیا وبلاگ‌ها به‌عنوان فناوری‌های نوین (و در عین حال، رسانه‌های نوین) با ویژگی‌ها و مشخصاتی که دارند، در جهت تولید و بازتولید یا تقویت ارزش‌های غربی و کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان و ایران هستند یا نه؟ طبق نظر گرین<sup>۳</sup> (۲۰۰۷)، روی هم رفته در ایالات متحده، ۷۰ میلیون وبلاگ ایجاد شده و احتمال می‌رود در سال‌های بعد، این رقم افزایش بیشتری داشته باشد. افزایش سریع وبلاگ‌نویسی به‌عنوان شکلی از ارتباطات عمومی در جامعه غربی و به‌ویژه آمریکا،

1. Herring

۲. وبلاگ‌هایی هستند که اخبار وبلاگ‌های مختلف آمریکا را گردآوری و طبقه‌بندی می‌کنند و نیز دارای فورومی هستند که امکان شکل‌گیری گفتمان عمومی پیرامون یک مسئله خاص را فراهم می‌سازد. این وبلاگ‌ها در جامعه آمریکا تبدیل به یکی از منابع اصلی خبر شده‌اند.

3. Green

دلیل منطقی برای این تحقیق است تا وبلاگ‌ها را برای تعیین و شناسایی کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در گفتمان عمومی و رایج مطالعه کند؛ چرا که این نوع وبلاگ‌ها در بسیاری از کشورهای غربی خصوصاً آمریکا، تبدیل به منبع خبری اصلی برای بسیاری از جماعت‌ها و گروه‌های اجتماعی شده‌اند و نمایانگر ارزش‌های رایج و غالب فرهنگی و اجتماعی جامعه و تحولات آن هستند و دارای اخبار ارزشمندی هستند و به خوانندگان همیشگی و اتفاقی و حتی رسانه‌های جریان اصلی، اطلاعات زیادی درباره فرهنگ خودی و دیگری می‌دهند؛ از این‌رو، تبدیل به منبع مهمی از اطلاعات و دانش درباره سایر ملت‌ها، فرهنگ‌ها و مذاهب در فضای بین‌المللی شده‌اند.

این وبلاگ‌ها، اطلاعات زیادی درباره مسلمانان (و ایران) دارند و این امر زمانی آشکار می‌شود که وبلاگ‌هایی در مورد مسلمانان در موتورهای جستجو پیدا کنیم. محققان عبارت «وبلاگ (بلاگ) درباره مسلمانان»<sup>۱</sup> را در گوگل تایپ کردند و بیش از ۵ میلیون و ۱۱۰ هزار نتیجه<sup>۲</sup> حاصل و مشاهده شد که برخی نویسندگان، کلیشه‌هایی از مسلمانان (و در عین حال، ایرانیان) را آشکارا یا به صورت تلویحی در نوشته‌های خود یا در کامنت‌های وبلاگ‌ها و فوروم‌ها بیان کرده‌اند. از نظر محقق، مطالعه این اطلاعات برای مطالعه ارزشمند و مهم است. خوانش نوشته‌ها (پست‌ها) و اظهارنظرها (کامنت‌ها) نسبت به آن نوشته‌ها و فوروم‌ها، باعث طرح این سؤال از سوی پژوهشگر شد که وبلاگ‌های خبری آمریکا به‌عنوان فناوری جدید (به بیان بهتر، به‌عنوان رسانه و فضای جدید) از چه ارزش‌ها و چارچوب‌هایی برای

---

1. We(blogs) on Muslims

۲. این جستجو در تاریخ چهارشنبه ۱۲ مهر ۱۳۸۹ انجام شده است.



تصویرسازی از ایران و ایرانیان به‌عنوان فرهنگ دیگر استفاده می‌کنند؟ این وبلاگ‌ها چه نقشی در اشاعه، بازتولید و همیشگی کردن کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان (و به‌تبع آن از ایران) دارند؟

بنابراین مطالعه عناصر تعیین‌کننده چارچوب بازنمایی ایران و کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان (و در عین حال، ایرانیان) در گفتمان عمومی وبلاگ‌های آمریکا ضروری و مهم است. همان‌طور که در بالا ذکر شد، مطالعه‌ای در مورد چارچوب بازنمایی ایران و کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در وبلاگ‌ها انجام نشده است و این دلیل مهمی برای انجام بررسی است. به‌دلیل گسترش رو به رشد وبلاگ‌نویسی به‌عنوان شکلی از ارتباطات عمومی در جهان و به‌ویژه در آمریکا، مطالعه چارچوب‌های تشکیل‌دهنده بازنمایی و کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان و ایران در گفتمان وبلاگ‌های آمریکایی، عقلانی و ضروری است.

این نوشتار با مطرح کردن سؤال‌های زیر، رویکرد سیستماتیک و انتقادی را برای بررسی عملکرد وبلاگ‌های خبری آمریکایی در ارتباط با بازنمایی ایران و کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان در وبلاگ‌ها اتخاذ می‌کند:

۱. چگونه بازنمایی‌های رسانه‌ای از ایران و مسلمانان در این وبلاگ‌ها با ارزش‌های مربوط به فرهنگ خاص، در آمریکا تولید شده و از فرایندهای معناسازی زبان حاصل می‌شود؟

۲. این وبلاگ‌ها از چه ارزش‌ها و چارچوب‌هایی برای تصویرسازی از ایران و ایرانیان به‌عنوان فرهنگ دیگر، استفاده می‌کنند؟

۳. کلیشه‌های اصلی و غالب شرق‌شناسی شکل‌گرفته مسلمانان در این وبلاگ‌ها

کدامند؟

۴. چه خوشه‌های معنایی، این کلیشه‌ها را حمایت و تقویت می‌کنند؟  
فهم چارچوب‌های بازنمایی‌کننده ایران و کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در وبلاگ‌های خبری آمریکا معلوم می‌کند که آیا این وبلاگ‌ها، ظرفیت‌های جدیدی برای شکل‌گیری نگاه منطقی به دیگری به نام ایران و مسلمانان بوده یا فضای جدیدی برای ادامه و تقویت نگاه‌های کلیشه‌ای و غالب غربی به ایران و مسلمانان است.  
تنها به کمک بررسی‌های علمی است که می‌توان به داوری درستی درباره وبلاگ‌ها و بازنمایی ایران و مسلمانان در گفتمان رسانه‌ای رسید. بررسی علمی وبلاگ‌ها نیازمند بررسی‌های میان‌رشته‌ای است؛ تنها با تفکری میان‌رشته‌ای و یاری علوم مختلف می‌توان به شناخت عمیق و تا حد ممکن درست از وبلاگ‌ها دست یافت.



**فصل دوم**

**پیشینه**



### مقدمه

بررسی و شناخت پیشینه بازنمایی کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان و ایران در رسانه‌ها یا سایر محصولات فرهنگی غربی، نحوه اشاعه این کلیشه‌ها را مشخص می‌کند و فهم بهتری از این موضوع به ما می‌دهد. همچنین جدید بودن نسبی نوشتار حاضر را مشخص می‌کند؛ زیرا اکثر تحقیقات صورت‌گرفته در ایران، درباره بازنمایی ایران و مسلمانان در رسانه‌های غربی، بر بازنمایی آنها در مطبوعات یا رسانه‌های تصویری متمرکز بوده‌اند.

مجموع پژوهش‌هایی که درباره بازنمایی ایران و مسلمانان انجام شده است، اندک هستند. در زیر به برخی از تحقیقات انجام‌گرفته اشاره می‌شود که تا حدودی به موضوع این کتاب مرتبط هستند.

ادوارد سعید، مسئله کلیشه‌های شرق‌شناسانه مسلمانان عرب را در کتاب *سلام رسانه‌ها* (۱۳۷۹) مورد بررسی قرار داد. سعید بیان می‌کند که «ایده‌های شرق‌شناسانه درباره مسلمانان» تا حدی مسئول گسترش و همیشگی کردن کلیشه‌های شرق‌شناسانه مسلمانان عرب در مطالعات پژوهشی و رسانه‌هاست (سعید، ۱۹۸۱).

بر اساس دیدگاه او، رسانه‌ها و کارشناسان آمریکایی و غربی تعیین می‌کنند که ما نسبت به بقیه جهان و دیگران چه اندیشه‌ای داشته باشیم. امروزه آنچه در گفتمان غالب رسانه‌های آمریکایی و غربی درباره اندیشه یا منش یا مذهب یک مسلمان گفته می‌شود، ابدأ در مورد یک آفریقایی، یهودی، آسیایی و سایر اهالی مشرق‌زمین گفته نمی‌شود. او کارهای اولیه محققان غربی و نحوه پوشش خبری رسانه‌ها از مسلمانان را در ایالات متحده نقد کرد. دیدگاه‌های سعید برای مطالعه این بررسی مهم است؛ زیرا معتقد است کلیشه‌های شرق‌شناسانه توسط رسانه‌ها همیشگی می‌شوند. مفهوم سعید از شرق‌شناسی، فهمی از نحوه نگاه غرب به شرق را نشان داد. رویکرد سعید راهنمای شناسایی این کلیشه‌های شرق‌شناسانه به‌عنوان اطلاعات گفتمانی در این مطالعه خواهد بود.

البته، فهم روشنی از اینکه چرا کلیشه‌ها در اشاعه اطلاعات مهم هستند، باید مطرح شود. گورهام<sup>۱</sup> که موضوع کلیشه‌های رسانه‌ها را بررسی کرد، بیان می‌کند که «کلیشه‌ها به‌خاطر آنچه آنها انجام می‌دهند و آنچه آنها معنا دارند، مهم هستند» (۱۹۹۹: ۲۳۰). مرسکین از ایده گورهام حمایت می‌کند و معتقد است اهمیت کلیشه‌ها در معنای آنهاست؛ زیرا «زمانی که یک شخص به‌عنوان یک بیرونی، بر ساخته می‌شود، این شخص دیگر، تفکر به‌عنوان یک بشر نیست بلکه بیرونی ترسناک و تهدیدکننده یک انسان در شکل انسانی است» (۲۰۰۵: ۱۲۵). بر همین اساس، کلیشه‌های قرار گرفته در رسانه‌ها درباره مسلمانان، می‌تواند خطرناک باشد؛ زیرا به عموم مردم درباره مسلمانان آگاهی می‌دهند و عقیده شکل گرفته عموم درباره مسلمانان اگر منفی باشد، می‌تواند منجر به عکس‌العمل سیاسی و واکنش شدید به اجتماع مسلمانان در کشورهای غربی شود.

---

1. Gorham

کریم، تحلیل گفتمان انتقادی را برای تحلیل گفتمان‌های مختلف غربی دربارهٔ مسلمانان به‌کار گرفت تا شناخت غرب از مسلمانان را در چهار مقولهٔ «خشونت، شهوت، حرص و بربریت» نشان دهد. این مطالعه نشان داد که کلیشه‌های شرق‌شناسی از اسلام و مسلمانان به نفع آنها نیست زیرا «ایماژهای مرکزی و اصلی اسلام [در] سرتاسر سیاره انتقال و سرایت کرده است و بر شیوهٔ فهم و درک صدها میلیون مصرف‌کنندهٔ رسانه‌ها از مسلمانان تأثیر می‌گذارد» (۱۹۹۷: ۱۷۷). به‌علاوه، این تصاویر ادامه پیدا می‌کنند؛ چرا که غرب قدرتمند است و در موقعیتی قرار دارد که می‌تواند از نظر اقتصادی، نظامی و روانی به مسلمانان آسیب برساند. این مطالعه نیز مهم است؛ زیرا نشان داد که گفتمان غرب سعی می‌کند کلیشه‌های شرق‌شناسانه از مسلمانان را در گفتمان عمومی همیشگی کند. همچنین، این مطالعه مطرح می‌کند که غرب، قدرت جلوگیری و ممانعت از این کلیشه‌های شرق‌شناسانه را دارد و می‌تواند مسلمانان را در تصاویر مثبت‌تری نمایان و برجسته سازد. کریم (۱۹۹۶) در تحقیق دیگری به این موضوع توجه می‌کند که چگونه رسانه‌های فراملی کشورهای غربی، به حمایت از روایتی جهانی از اسلام می‌پردازند که شرق اسلامی را به‌منزلهٔ رقیب اصلی غرب، بازسازی می‌کند. کریم بیان می‌کند که در دورهٔ بعد از جنگ سرد، روایت‌های رسانه‌ای، اسلام را به‌عنوان سرچشمهٔ بی‌ثباتی کشورهای جهان سوم و تخطی علیه نظم جدید جهانی، نمایش می‌دهند. کریم، تکرار تصاویر شرق‌شناسی از اسلام و مسلمانان را در رسانه‌های غربی، نشان می‌دهد و بیان می‌کند، تصویر اسلام به‌مثابه تهدید، به گفتمان مسلط جهانی تبدیل شده است.

مطالعهٔ کشیشیان (۲۰۰۰) با استفاده از نظریهٔ تفسیری و تجربهٔ شرح حال، نحوهٔ تأثیرپذیری زندگی خویش و سایر ایرانیان مقیم آمریکا را در زمان اشغال سفارت



آمریکا در چهار نوامبر ۱۹۸۹ نشان می‌دهد. کشیشیان (۲۰۰۰) بیان کرد که رسانه‌ها نقش مهمی در کلیشه‌سازی مسلمانان ایرانی در تلویزیون (رسانه تأثیرگذار در آن زمان) داشتند. مضاف بر این، مطالعه کشیشیان نشان داد که در آن زمان نقش آفرینی و عمل در جامعه آمریکا برای ایرانیان سخت و مشکل شد. به‌عنوان مثال، کشیشیان از سوی اداره مهاجرت آمریکا تبعید شد. طبق دیدگاه کشیشیان (۲۰۰۰)، همکاران او اظهارنظرهای نژادپرستانه را در اداره بیان کردند و در صورت عدم رهایی گروگان‌ها، تهدید به اعمال خشونت بار علیه ایرانیان کردند. سایر ایرانیان در آمریکا نیز از تمایز نژادی و واکنش شدید آمریکایی‌ها آسیب دیدند. به‌عنوان مثال، در ایالات متحده «یک زن مورد تجاوز قرار گرفت... و تعدادی از مردان مورد ضرب و شتم قرار گرفتند زیرا ایرانی بودند» (کشیشیان، ۲۰۰۰: ۱۰۱). این مطالعه نیز مهم است؛ چرا که نشان داد اگر شهروندان غربی، کلیشه‌ها را جدی بگیرند، می‌تواند زندگی مسلمانان را در آمریکا و غرب تحت الشعاع قرار دهد، بنابراین کلیشه‌های رسانه‌ای از مسلمانان، خطرناک هستند.

مرسکین تحلیل متنی را در مورد چهار سخنرانی دلیو بوش در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۷ انجام داد. او معتقد بود که سخنرانی‌های بوش با برساخت مسلمانان عرب به‌عنوان دشمن عموم آمریکا، به همیشگی کردن کلیشه‌های منفی از مسلمانان عرب کمک کرد. هدف مطالعه او، «نشان دادن نحوه تصویرپردازی‌های دشمنان عرب در فرهنگ مردم‌پسند و به‌کارگیری آنها از سوی رسانه‌ها بود که دولت بوش بسیج کرده بود و برای عموم مورد قبول واقع شده بود» (۲۰۰۵: ۱۲۲). یافته‌های او آشکار ساخت که در واقع، سخنان بوش «ریشه در پیوندهای قوی مفهوم کلی از دشمن» نسبت به مسلمانان عرب دارد. مطالعه او نیز از این حیث حیاتی است که به کلیشه‌های مسلمانان در بافت سیاسی

آمریکا می‌پردازد و ساختارهای دولت را در ایالات متحده مشخص کرد که به همیشگی کردن این کلیشه‌ها در رسانه‌ها کمک می‌کنند.

کلیشه‌های رسانه‌ها از مسلمانان به سایر جوامع غربی مثل بریتانیا نیز کشیده شده است. احمد<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) عکس‌العمل و پاسخ‌های مسلمانان بریتانیا بعد از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ را مورد مطالعه قرار داد. هدف اصلی او بررسی نحوه‌ی بازنمایی مسلمانان در رسانه‌های بریتانیا بعد از آن اتفاق، بود. او ترکیبی از نظریه‌ی انتقادی و تفسیری را برای تحلیل به‌کار گرفت و سعی داشت چگونگی تأثیر سوگیری‌های رسانه‌ای بر جامعه‌ی مسلمان را درک کند. بعد از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان از زمینه‌های نژادی مختلف، الگوهای تماشای دو شبکه‌ی تلویزیونی (بی.بی.سی و شبکه‌ی چهار) را مطالعه کرد. برای اخبار آن‌لاین، بی.بی.سی نیوز آن‌لاین و گاردین آن‌لاین و از روزنامه‌ها و مجله‌های چاپی، ایندپندنت، نیو استیتزمن، اکونومیست، داون، دیلی جانگ، کیو- نیوز، مازلم نیوز و کرسنت اینتر ناسیونال<sup>۲</sup> استفاده شد. برای افرادی که تلویزیون ماهواره‌ای داشتند، منابع شبکه بی.بی.سی نیوز ۲۴، سی.ان.اسکای نیوز، تی.وی ۵ (فرانسه)، پرایم تی.وی (پاکستان)، الجزیره، آی.آر.آی. بی (ایران) و کانال دیجیتال آری<sup>۳</sup> استفاده شدند که به زبان اردو، انگلیسی و بنگلادشی پخش می‌شدند. او بدین نتیجه رسید که مشارکت‌کنندگان، به منابع خبری جایگزین مثل شبکه‌ی الجزیره و سایر شبکه‌های مسلمان روی آورده‌اند. دولت نیز به دلیل دستکاری پوشش خبری در جهت پوشش تصاویر منفی از مسلمانان متهم شد. همچنین اینترنت به‌عنوان منبع قابل اطمینان پوشش خبری عمل کرد؛ چراکه روزنامه‌نگاران

---

1. Ahmad

2. Independent, The New Statesman, The Economist, Dawn, The Daily Jang, Q-News, The Muslims News and Crescent International

3. BBC News24, CNN, Sky News, TV5 (France), Prime TV (Pakistan), Al-Jazeera, IRIB (Iran), and ARY Digital

برای بیان دیدگاه‌های خویش محدودیتی نداشتند و آزادانه عقاید خویش را بیان می‌کردند. پاسخ‌دهندگان، تلویزیون قطری الجزیره را به‌عنوان یک شبکه گزارش خبری عربی معتبر و موثق در نظر گرفتند؛ زیرا حقایق را به‌درستی گزارش می‌داد. مطالعه احمد نیز به این کتاب مرتبط است؛ چراکه کلیشه‌های رسانه‌ای از مسلمانان را در بریتانیا به‌عنوان پدیده اجتماعی تشخیص داد.

هارب و بیسایسو<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) یک مطالعه مشابه انجام دادند. آنها واکنش مسلمانان عرب به حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و نحوه بازنمایی رسانه‌ها از مسلمانان عرب در اخبار مربوط به آنها را در کاردیف و ولز بررسی نموده و اخبار بریتانیا و خبرهای جایگزین را از الجزیره و نیز موضوعات هویت قومی را در بین اجتماع مسلمانان عرب مطالعه کردند. همچنین در این تحقیق، نحوه پیش‌داوری و قضاوت اجتماع مسلمانان عرب و چگونگی پیدا کردن راه‌حل برای مدیریت محیط دشمنی و خصمانه، مورد بررسی قرار گرفت.

محققان با ۲۱ مشارکت‌کننده، هشت خانواده عرب مسلمان و دو زن عرب مسلمان بریتانیایی در کاردیف مصاحبه کردند. به این نتیجه رسیدند که رسانه‌ها، نژادگرایی و کلیشه‌ها را در گزارش‌های خبری، درباره مسلمانان عرب، تقویت می‌کنند و این موضوع، اخبار را بیشتر احساساتی می‌کند. همچنین با سوگیری در پوشش اخبار بریتانیا، پاسخ‌دهندگان نشان دادند که علاقه خود به اخبار غربی را از دست داده‌اند و منابع جایگزین دیگر پیدا کرده‌اند که اسلام را به‌عنوان تهدید بریتانیا نشان نمی‌داد. شبکه‌های خبری که در ماهواره بیشتر تماشا می‌شدند، الجزیره، ابوظبی تی. وی، المنار و میدل‌ایست برودکستینگ (شرکت پخش خاورمیانه<sup>۲</sup>) بودند. پاسخ‌دهندگان به اخبار،

1. Harb & Bessaiso

2. Al-Jazeera, Abu Dhabi TV, Al Manar, and Middle East Broadcasting Corporation (MBC)

بیشتر از طریق تلویزیون دسترسی داشتند؛ زیرا معتقد بودند که «تلویزیون، اخبار درباره خاورمیانه را درون یک چارچوب گسترده فراهم کرد، اخبار با تصاویری تقویت شدند که آنها احساس کردند، نمی‌توانند اخبار را از رسانه‌های دیگر مثل رادیو یا روزنامه‌ها به‌دست بیاورند» (هارب و بیسایسو، ۲۰۰۶: ۱۶۸). این مطالعه هم مربوط به این کتاب است؛ زیرا دیدگاه سعید، مرسکین و احمد را تکرار و تصریح کرد که کلیشه‌های شرق‌شناسانه مسلمانان در بریتانیا و ایالات متحده از سوی رسانه‌های خبری، اشاعه و همیشگی می‌شود و این موضوعی است که نیازمند تغییر است.

همچنین، صنعت سرگرمی، خصوصاً سینمای هالیوود نیز در همیشگی کردن کلیشه‌های مسلمانان عرب، مقصر بوده و در این زمینه نقش‌آفرینی کرده است. شاهین<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) نگاه انتقادی به نحوه پوشش مسلمانان عرب داشت. طبق دیدگاه شاهین (۲۰۰۳)، سینمای آمریکا به‌دلیل مخاطب انبوه و گسترده جهانی و محلی، مسئول دائمی کردن کلیشه‌ها در اذهان بینندگان است.

شاهین (۲۰۰۳) علاوه بر معرفی فیلم‌ها، نظریه انتقادی را در تحلیل فیلم‌های هالیوود استفاده کرد که مسلمانان عرب را به شکل منفی نمایش می‌دادند و با استفاده از تحلیل محتوای بیش از ۹۰۰ فیلم آمریکایی که مسلمانان عرب را بازنمایی می‌کردند، تحلیل کرد. نویسنده به‌دنبال نحوه نمایش و شخصیت‌پردازی مسلمانان عرب در فیلم‌ها بود. بر اساس یافته‌ها، شاهین به این نتیجه رسید که فیلم‌سازان، مردان مسلمان عرب را به‌عنوان پست، زناکار، قاتل، آدم‌دزد، تروریست، شر و شیوخ و ارباب برده‌ها و زنان مسلمان عرب را به‌عنوان بردگان، شهوانی، شیطانی، رقصان خاورمیانه و فاحشه‌ها نشان داد. شاهین بیان می‌کند که یکی از دلایل نشان دادن این

---

1. Shaheen

کلیشه‌ها از مسلمانان این است که برخی از تولیدکنندگان فیلم‌ها «علاقه‌مند به پیگیری برنامه‌های سیاسی یا شخصی هستند و مایلند نفرت و تنفر نسبت به مسلمانان را اشاعه دهند و همیشگی کنند» (۲۰۰۳: ۱۸۹). او اشاره می‌کند که هالیوود در دوره‌های مختلف، با توجه به اهداف خاص، سعی در عمومی‌سازی این کلیشه‌ها نموده و متناسب با شرایط، کشورهای خاصی را مدنظر قرار داده است. فیلمی بر اساس کتاب مزبور ساخته و به نمایش گذاشته شد. این مطالعه برای این تحقیق ضروری بود؛ زیرا بر خلاف تحقیقات در گزارش‌های خبری و مطبوعات، جزء معدود تحقیقاتی بود که ساختارهای کلیشه‌های شرق‌شناسانه را در صنعت سرگرمی آشکار کرد.

ویلکینز و داوینینگ<sup>۱</sup> فیلم محاصره<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) را تحلیل کردند تا مشخص کنند، چگونه «بازنمایی‌های رسانه‌ای تروریسم، به‌عنوان ابزاری برای گفتمان شرق‌شناسی، عمل می‌کند» (۲۰۰۲: ۴۱۹). مطالعه بر شخصیت‌سازی فیلم از اعراب، عرب‌های آمریکایی، مسلمانان و اسلام تأکید داشت (همان).

آن دو، نظریه انتقادی را برای تحلیل فیلم محاصره به‌عنوان تولید متنی صنعت فرهنگی سرمایه‌داری در خاورمیانه استفاده کردند (همان: ۴۲۰). هر دو محقق بر اساس نقد فیلم، محتواها، ساختار روایی و ابعاد ژانری، روش تحلیل متنی را برای تحلیل فیلم محاصره استفاده کردند و تصویری نامتوازن از مسلمانان عرب را در سینما یافتند که مسلمانان عرب را در فیلم‌ها به‌عنوان تروریست‌ها و به شکل کلیشه‌ای نشان داده‌اند. این مطالعه هم مرتبط با این نوشتار حاضر است زیرا نشان داد چگونه اجتماع عرب به فیلم واکنش نشان می‌دهند و چگونه تصاویر منفی مسلمانان در تلویزیون می‌تواند یک گروه (اجتماع مسلمانان عرب) را شیطانی نشان دهد.

---

1. Wilkins & Downing  
2. The Siege

بعد از بحث کلیشه‌های شرق‌شناسانه مسلمانان عرب در تلویزیون، بازنمایی مسلمانان در رسانه‌های چاپی هم مهم است. ناکوس و رینا<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) معتقدند کلیشه‌های شرق‌شناسانه مسلمانان از طریق اخبار چارچوب‌بندی می‌شوند. این محققان، تحلیل متن را برای تحلیل روزنامه‌های ایالات متحده درباره مسلمانان قبل و بعد از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به کار گرفتند تا مطالعه کنند «آیا اخبار آمریکایی علیه مسلمانان آمریکایی سوگیری دارند و اگر چنین مسئله‌ای صادق است، این کار را در چه شیوه‌ها و روش‌هایی انجام می‌دهند؟» (۲۰۰۳: ۱۳۳). این محققان معتقد بودند که:

چارچوب‌بندی اخبار همراه با مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و پیش‌فرض‌های سنتی از گروه‌های مسلط جامعه، رسانه‌های خبری کلیشه‌هایی را بیان می‌کنند که بر طیف گسترده‌ای از دریافت‌های عمومی و تفکر درباره نژاد، قومیت و مذهب تأثیر می‌گذارد (همان: ۱۳۶).

آنها نیویورک‌تایمز، نیویورک‌پست، دیلی نیوز و یواس ای تودی<sup>۲</sup> را تحلیل کردند. این روزنامه‌ها بدین خاطر انتخاب شدند که مشهورتر از بقیه روزنامه‌ها بودند. یافته‌های آنها نشان داد که «پوشش نسبتاً محدود و کلیشه‌ای در دوره قبل از ۱۱ سپتامبر به یک بازنمایی خبری گسترده‌تر، فراگیر و کلیشه‌ای تغییر یافته است» (همان: ۱۵۱ - ۱۵۰). این مطالعه برای این کتاب مهم بود زیرا موضوع چارچوب‌بندی رسانه‌ای پوشش خبری درباره مسلمانان را مورد بررسی قرار داد. همچنین، مفهومی را تأیید کرد که چارچوب‌های خبری، نحوه نگرش عموم به مسلمانان را نشان داد. نتیجه نشان داد که اگر رسانه‌های خبری، خبرهای کمتر احساساتی گزارش کنند، می‌توانند شیوه‌های درک مسلمانان را تغییر دهند. مطالعه ناکوس و رینا (۲۰۰۳)، دیدگاهی مثبت به پوشش خبری رسانه‌ای ارائه می‌کند.

---

1. Nacos & Reyna

2. New York Times, New York Post, Daily News and USA Today

پول<sup>۱</sup> (۲۰۰۲ - ۲۰۰۰) نیز چندین مطالعه تحلیل محتوا در مورد نحوه پوشش اسلام در روزنامه‌های بریتانیا انجام داده است. او بدین نتیجه رسید که تعداد معدودی از چارچوب‌ها برای بازنمایی مسلمانان بریتانیا در مطبوعات وجود دارد و معتقد است علی‌رغم وجود نوعی هماهنگی نسبی در مضمون‌های مربوط به اسلام در مطبوعات اصلی، هماهنگی کلی در مطبوعات وجود ندارد (۲۰۰۰: ۱۷۵). کارهای او به تصویر اخبار پیوسته و مداوم منفی مسلمانان در مطبوعات توجه کرد. در حالی که پوشش در مطبوعات لیبرال نسبت به روزنامه‌های محافظه‌کار، نسبتاً بهتر بود، اما روی هم رفته، اکثریت اخبار منفی بود (همان). او بیان می‌کند:

هر چند پوشش اسلام در بریتانیا در حال افزایش است، اما تنها یک قسمت کوچکی از پوشش کلی از اسلام را تشکیل می‌دهد. این امر نشان می‌دهد که «اسلام» بیشتر به‌عنوان یک پدیده خارجی تفسیر شده است. با این که اسلام برجستگی بیشتری نسبت به هر مذهب سستی در شرق دارد، اما پوشش اسلام تنها قسمتی از پوشش کلی اخبار است (همان: ۲۴۷).

علی الکحطانی<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) در تحقیق خویش با استفاده از تحلیل محتوای تطبیقی، انواع تصاویر شکل‌گرفته در دو روزنامه برجسته آمریکایی، واشنگتن‌پست و نیویورک‌تایمز را در شش ماه بعد از ۱۱ سپتامبر مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌های ارتباط جمعی آمریکا، دیدگاه متعادل از اسلام، اعراب یا مسلمانان نشان نمی‌دهند. در حقیقت، تصاویر، بیشتر منفی هستند تا مثبت و می‌توان تصاویر بازنمایی شده را در چارچوب سه مضمون کلی؛ خشونت، مذهب و سیاسی/ فرهنگی گروه‌بندی کرد. تفاوت معنی‌داری در کیفیت تصاویر بین دو روزنامه دیده

1. Poole

2. Ali Al-Kahtani

نشد و این وضعیت در شش ماه چندان تفاوتی نکرد.

راشا محمد<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) تصاویر مسلط پوشش رسانه‌های خبری آن‌لاین از اعراب و مسلمانان را بررسی کرد. گزارش‌های خبری و ویدئویی آن‌لاین منتشرشده در وبسایت‌های ای.بی.سی، ان.بی.سی و سی.بی.سی تحلیل شدند تا تصاویر اعراب و مسلمانان مشخص شود. هدف تحلیل محتوا، مطالعه نحوه چارچوب‌بندی عرب و مسلمان مرد و زن در درون گفتمان بصری و نوشتاری اخبار شبکه آن‌لاین بود تا مشخص کند آیا این تحقیق روندهای عامه از پوشش آن گروه‌ها را تکرار می‌کند یا نه. نتایج نشان می‌دهد که مسلمانان و اعراب به‌طور پیوسته با جنگ، درگیری، رادیکالیسم، تروریسم و خشونت تداعی می‌شدند و زنان مسلمان و عرب در پوشش خبری نبودند و هر زمان هم که نشان داده شدند، یا قربانی یا هدف خشونت سایر اعراب و مسلمانان بودند.

دینا ابراهیم<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در مقاله خویش، چارچوب‌های بصری و زبانی استفاده‌شده برای توصیف اسلام در درون و بیرون آمریکا را در اخبار شبکه آمریکایی قبل از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ مطالعه می‌کند. در این تحقیق، نحوه تأکید و حذف برخی جنبه‌های مذهبی و همسازی دقیق چارچوب‌های اسلام با ایدئولوژی مقامات رسمی مورد بحث قرار گرفته است. او بعد از تحلیل اخبار برگزیده بدین نتیجه رسید که پوشش عینی و واقع‌بینانه از اسلام یک اسطوره است نه در آمریکا بلکه در سراسر جهان.

شیسلر<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، روش‌های بازنمایی مسلمانان و اعراب در بازی‌های ویدئویی را مورد مطالعه قرار داده است. چگونه اعراب یا «دیگری» مسلمان در ژانرهای مختلف

---

1. Rasha Mohammad

2. Dina Ibrahim

3. Sisler



بازی‌های ویدئویی اروپایی و آمریکایی برساخته شده است. در درون این بازی‌ها، چگونه هویت‌های مختلف قومی و مذهبی جهان اسلام به صورت یکسان ارائه شده و درون مجموعه‌ای از گونه‌شناسی‌های اجتماعی درون چارچوب گسترده تروریسم و دشمنی برساخته می‌شود. بر همین اساس، رویه‌های کلان بازنمایی دیجیتال غرب را با بازی‌های ویدئویی منتخب تولیدشده در جهان عرب مقایسه می‌کند. در بازی‌های ویدئویی منتخب تولیدشده در جهان عرب، مؤلفان، آگاهانه کلیشه‌های اعراب را در دو سبک کاملاً متفاوت و منحصر به فرد، واژگون و بازسازی کرده‌اند. در نتیجه‌گیری، او بیان می‌کند که سیاست «جدی» بازنمایی بر صنعت بازی‌های ویدئویی مسلط شده است. این تحقیق از این لحاظ اهمیت دارد که الگوهای ساده‌شده بازنمایی غرب از طریق این بازی‌ها را مورد توجه قرار می‌دهیم.

علی (۲۰۰۹) در تحقیق خود، پوشش و تصویر ۱۲ کشور مسلمان را در مجله‌های نخبه‌نیوزویک و تایم بین سال‌های ۱۹۹۱ تا ۲۰۰۱ بررسی کرد. در این ارتباط، ۱۲ کشور مسلمان بر اساس ماهیت روابط آنها با آمریکا در سه مقوله طبقه‌بندی شدند. در هر مقوله، چهار کشور گنجانده شدند:

۱. متحدان آمریکا (مصر، اردن، عربستان و ترکیه)؛
۲. دشمنان آمریکا (افغانستان، عراق، ایران و لیبی)؛
۳. کشورهای بی طرف (بنگلادش، اندونزی، مالزی و پاکستان).

در این تحقیق، بر اساس نظریه و مدل هرمن و چامسکی، شش فرضیه مطرح شد و مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد تصویر همه کشورهای مسلمان، در نیوزویک و تایم در مقایسه با تصاویر مثبت، بیشتر منفی بود. همچنین، زبان مقاله‌های دو مجله بسیار تحریک‌آمیز بوده است و فعل‌هایی با درجه‌های بیشترین

برای نشان دادن تصویر تحریف‌شدهٔ اسلام، مسلمانان و جهان مسلمان استفاده شده است. واژگانی مثل رادیکالیسم، افراط‌گرایی، نظامی، کوه‌فکری، بنیادگرایی، تروریست و خشونت به سه واژهٔ مسلمان، اسلام و اسلامی متصل شده بود. همچنین تأیید شد که رسانه‌های نخبهٔ آمریکا در خدمت اهداف سیاست خارجی آمریکا هستند؛ به عبارت دیگر، عملکرد رسانه‌های اصلی آمریکا از سوی نظام ارتباطات سیاسی دولت اداره می‌شوند و طبق اولویت‌هایی ارائه‌شده از سوی کاخ سفید، پنتاگون یا وزارت امور خارجه عمل می‌کنند.

کتاب فاروقی<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) با عنوان *مسلمانان و تصاویر رسانه‌ای*<sup>۲</sup> استدلال می‌کند که پوشش منفی اسلام فقط مختص جوامع غربی نیست، زیرا در هند هم اتفاق می‌افتد، کشوری که تا حدی جمعیت مسلمان دارد. برخی از مقاله‌های این کتاب، بازنمایی و پوشش مسلمانان را در فیلم‌ها، رسانه‌های چاپی انگلیسی و رسانه‌های چاپی اردو مورد بحث قرار داده‌اند. نتیجهٔ کلی این مطالعات، بیانگر انگاره‌سازی منفی رسانه‌های هندی از مسلمانان است.

مایدول اسلام<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) تصویر مسلمانان هندی را در سینمای بالیوود از منظر انتقادی مورد بررسی قرار می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد سینمای هند با برساخت‌های اسطوره‌ای خاص خودش، مسلمانان را در مقایسه با دیگر مردم هند، به طرز نادرستی به‌عنوان شخصیت‌های فئودال غیرمدرن یا ضدملی، تروریست، پست یا شخصیت‌های ضداجتماعی به تصور کشیده است. همچنین، می‌توان مسئلهٔ «مسلمانان غایب»<sup>۴</sup> را به شکل فزاینده در فیلم‌های بالیوود مشاهده کرد. با اینکه مسلمانان به‌طور متناوب در

---

1. Farouqi  
2. Muslims and Media Images  
3. Maidul Islam  
4. Missing Muslim

روی صحنه ظاهر شده‌اند، اما فیلم‌های کمتری وجود دارد که شخصیت اصلی آن، مسلمان باشد. البته تعداد انگشت‌شماری از فیلم‌ها وجود دارد تا موضوعات زندگی روزمره و مشکلات فقر، محرومیت، حذف، بیکاری و بی‌سوادی مسلمانان هندی را نشان دهد که از سوی چندین تحقیق ذکر شده بود.

حمید مولانا (۱۳۷۵) در مطالعه «رسانه‌ها و انگاره‌سازی» در بررسی انگاره‌سازی رسانه‌های غربی از جهان اسلام، دو مورد از رویدادهای مرتبط با جهان اسلام را که در رسانه‌های غربی پوشش داده شده است مورد بررسی قرار می‌دهد. دو رویداد فوق عبارت‌اند از: جنگ بوسنی و جنگ خلیج فارس؛ مولانا انگاره‌سازی رسانه‌های غربی در جنگ بوسنی را مبتنی بر مفهوم بسط «نسل‌کشی» در رسانه‌های جمعی می‌داند که تداومی‌گر عصر نازی‌ها است. مولانا در بررسی پوشش رسانه‌ای جنگ خلیج فارس می‌گوید: «در این دوره به رغم اینکه حجم بسیار بالایی از اخبار وجود داشت اما همه خبرها بر روی آنتن نمی‌رفت» (۱۳۷۵: ۱۳). او سه دلیل عمده در بی‌طرف نبودن رسانه‌ها در موارد مشابه برمی‌شمارد که عبارت‌اند از:

۱. رسانه‌ها معمولاً تمایل به پیروی از هنجارهای دولت‌ها و به‌ویژه ابرقدرت‌ها دارند؛
۲. تبلیغات به پیش‌شرط هدایت افکار عمومی در کشمکش‌های بین‌المللی تبدیل شده است؛

۳. شمار نهادهای دموکراتیک سنتی کاهش یافته است.

در نهایت، مولانا نتیجه می‌گیرد که انگاره‌سازی‌های صورت‌گرفته از جهان اسلام در رسانه‌های غربی ناشی از این امر است که آنها اطلاع دقیق و درستی از جهان اسلام ندارند.

تزا میرفخرایی (۱۳۸۰) در مقاله‌ای با عنوان: «تحلیل گفتمان رسانه‌های غربی در

پی حادثه ۱۱ سپتامبر: گفتمان نفرت» که به روش تحلیل گفتمان انجام شده است به بررسی تصاویر تلویزیونی پخش شده پس از حادثه ۱۱ سپتامبر می‌پردازد و عملکرد رسانه‌ای تلویزیون پس از انفجار برج‌های دوقلو به ترتیب مشتمل بر: احساس ناتوانی (اولین معنای غالب بر تصاویر تلویزیونی)، ترسیم تصویر دشمن (مرحله دوم)، تعادل و در نهایت فرایند تکاملی مباحث در طول دوره خبر معرفی می‌کند. در این تحقیق از نظر زمانی به یک دوره خاص (پس از حادثه ۱۱ سپتامبر) پرداخته شده و عملکرد تلویزیون مورد بررسی قرار گرفته است. این تحقیق هم، از این منظر مهم است که رسانه تصویری تلویزیون را مورد بررسی قرار داده است.

محمد مهدی‌زاده (۱۳۸۴) در رساله دکتری با عنوان «بازنمایی ایران در مطبوعات غرب: تحلیل انتقادی گفتمان «نیویورک‌تایمز»، «گاردین»، «لوموند» و «دی‌ولت» ۲۰۰۰-۱۹۹۷ م»، تصویر ایران را در چهار روزنامه مذکور بررسی نموده است. این تحقیق با استفاده از روش تحلیل گفتمان انتقادی به دنبال پاسخگویی به این سؤال بوده است که ایران در روزنامه‌های نیویورک‌تایمز، گاردین، لوموند و دی‌ولت، چگونه بازنمایی شده و ایدئولوژی و گفتمان ژرف و پنهان تأثیرگذار بر عمل رسانه‌های مورد بررسی در انگاره‌سازی از ایران چیست؟ بررسی یافته‌ها نشان می‌دهد که «روزنامه‌های مورد بررسی بر اساس انگاره‌ها و کلیشه‌های شرق‌شناسانه، ایران را به‌عنوان کشوری «تروریست» و «بنیادگرا» بازنمایی می‌کنند و با بهره‌گیری از انواع تمهیدهای گفتمانی و عملیات رتوریک، به بازتولید ایدئولوژی و گفتمان شرق‌شناسی می‌پردازند. به‌کارگیری واژگان و مفاهیم دارای بار معنایی منفی تروریسم، بنیادگرایی، اسلام‌گرایی، تهدید، خطر، تندروی، افراط‌گرایی، دیکتاتوری و سرکوب، فقدان دموکراسی، مفاهیم استعاره‌ای و کنایه‌آمیز برای کوچک شمردن «دیگر شرقی»، حسن‌تعبیرها برای ارزش‌گذاری مثبت

کنش‌ها و عقاید «ما» (غرب)، اغراق و بزرگ‌نمایی کنش‌ها و عقاید منفی «آنها» و کنش‌ها و عقاید مثبت «ما»، ناگفته گذاشتن رفتارها و کنش‌های مثبت «آنها» و کنش‌ها و رفتارهای منفی «ما»، قطب‌بندی افراطی و ایدئولوژیک برای تنقیح و نامطلوب‌زدایی و «دیگری»، از جمله این تمهیدهای گفتمانی و عملیات رتوریک است که در متن به چشم می‌خورد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۳: ۲۴۳)؛ بنابراین طبق این تحقیق، ایدئولوژی و گفتمان شرق‌شناسی، منبع و چارچوب بازنمایی ایران در چهار روزنامه مذکور است. تحقیق مهدی‌زاده عمدتاً بر متون مکتوب (مطبوعات) متمرکز است و با روش تحلیل گفتمان صورت گرفته است. همچنین، مروری بر ادبیات تحقیقی پیرامون موضوع بازنمایی ایران و اسلام در غرب بوده که از این منظر باارزش است.

غیاثیان (۱۳۸۶) نیز «بازنمایی اسلام در نشریه‌های آمریکا و انگلیس قبل و بعد از یازدهم سپتامبر در چارچوب تحلیل گفتمان» را بررسی کرده است. او در این پژوهش، از روزنامه‌های «گاردین» و «دیلی تلگراف» از انگلیس و مجله‌های «تایم» و «نیوزویک» از آمریکا، پس از حادثه ۱۱ سپتامبر، بر پایه مدل بازنمایی کنش/کنشگران اجتماعی ون‌لیوون، به‌عنوان یکی از رویکردهای تحلیل گفتمان استفاده کرده است (غیاثیان، ۱۳۸۶). نتایج بررسی او نشان می‌دهد که بازنمایی مسلمانان قبل و بعد از یازدهم سپتامبر به صورت تحقیرآمیز بوده، با این تفاوت که پس از یازدهم سپتامبر این شیوه بازنمایی کمی شدت یافته است. تمامی ۸۰ مقاله بررسی شده به نوعی مسلمانان را تهدید به حساب آوردند. بازنمایی به‌گونه‌ای شکل گرفته است که موجب می‌شود، خواننده موضعی منفی نسبت به همه مسلمانان و نسبت به مکتب اسلام به‌طور کل اتخاذ کند. در واقع، مقاله‌های مورد بررسی با برجسته کردن موضوع‌ها و محورها و حذف مسائلی چون تأکید بر خوی عطف و

مهربانی در اسلام، تاریخ علم و هنر در شرق، پیشرفت‌های علمی کنونی شرقی‌ها، جایگاه زن مسلمان از دید قرآن و اشاره به آزادی‌های زنان مسلمان در سایر کشورهای اسلامی، عامدانه دست به گزینش اخبار می‌زنند و هدفشان بازنمایی منفی اسلام است و در راستای همان تفکر شرق‌شناسی صورت گرفته است. بازنمایی که نشریه‌های مورد بررسی از اسلام دست دادند، بازنمایی واقعی و کاملی از اسلام نکرده‌اند بلکه با انتخاب اقلیتی دیکتاتور و تندرو چون طالبان، این گروه را به‌عنوان یک میلیارد مسلمان در جهان معرفی کرده‌اند. این تحقیق از این منظر قابل توجه است که بازنمایی اسلام و مسلمانان را قبل و بعد از ۱۱ سپتامبر مورد بحث قرار داده و از روش‌های تحلیل گفتمان خرد مبتنی بر نشانه‌شناسی اجتماعی، بهره گرفته است. البته مقاله‌های دیگری از این محقق در نشریه‌ها چاپ شده است که مستخرج از پایان‌نامه بودند، بر همین اساس از ذکر آنها خودداری می‌شود.

سروی زرگر (۱۳۸۷) با استفاده از رویکردهای نشانه‌شناسی و تحلیل انتقادی گفتمان، تحقیقی با عنوان «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود: نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان انتقادی» انجام داده است. همچنین مقاله‌ای در این زمینه از سوی او منتشر شده که بر گرفته از پایان‌نامه است. بررسی فیلم‌های ساخته‌شده درباره ایران در سینمای هالیوود نشان می‌دهد که ایران در سینمای معاصر هالیوود (به شکل قابل تأملی) همراه با سوگیری‌ها و اعمال‌نظرها به تصویر کشیده شده است. نتایج به‌دست آمده از تحقیق، تصویری کلی از «ما» و «دیگری» ارائه می‌کند به‌طوری‌که ایران، فرودست غرب نشان داده شده است. همچنین کلیت فیلم‌ها درباره ایران، شکلی از نژادپرستی جدید<sup>۱</sup> فرهنگی است که در آن «دیگری» به سطح ابژه‌های

---

1. Neo-racism

رسانه‌ای فرو کاسته می‌شود که هر گونه کنشی در مقابل آنها مجاز است. این شکل جدید از نژادپرستی با مفهوم اسلام‌هراسی مقارن است. به‌طور کلی، هالیوود به‌مثابه دستگاه ایدئولوژیک آمریکا، بر مبنای مفهوم هژمونی عمل می‌کند و هالیوود برای اقناع مخاطب و اعمال دیدگاه خود به آنها در قالب صنعت فرهنگ‌سازی سینما، به عملی هژمونیک دست می‌زند. بازنمایی‌های کج و معوج از ایران در این متون، با استفاده از تکنیک‌ها و استودیوهای پیشرفته هر چه بیشتر قابل باورتر می‌شوند و این امر امکان ارائه کنش‌های ضد هژمونیک مخاطبان را با دشواری همراه می‌کند گرچه این امکان همواره قابلیت تحقق دارد. این تحقیق از این نظر اهمیت دارد که با نگاه انتقادی به بازنمایی ایران از منظر نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان انتقادی پرداخته است. روش و رویکرد تحقیق، وجه متمایز این تحقیق از تحقیقات قبلی است.

بازنمایی ایران و اسلام در رسانه‌های غرب، مقاله‌ای است که بیچرانلو (۱۳۸۸) نوشته است. این نوشته عمدتاً بر روی مستندها و فیلم‌های کوتاه ساخته‌شده درباره ایران که در رسانه‌های تصویری غرب پخش شده‌اند، متمرکز شده و در آن برخی راهبردهای رسانه‌ای اتخاذشده توسط این رسانه‌ها در قبال ایران و اسلام بررسی شده است (بیچرانلو، ۱۳۸۸: ۷۹).

همچنین، بیچرانلو (۱۳۹۱)، تحقیقی با عنوان *بازنمایی ایران و اسلام در هالیوود* با بهره‌گیری از روش نشانه‌شناسی انجام داده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هالیوود در کنار ساخت فیلم‌های دارای ژانرهای متنوع تجاری و نیز سرگرمی‌سازی که یکی از شئون سینما است، کارکرد سیاسی داشته و همواره به‌عنوان ابزاری ایدئولوژیک مورد بهره‌برداری سیاسی نیز قرار گرفته است. سینما گرچه تولیدکننده تصویر و باز تولیدکننده حوادث و رویدادهای جهان واقعی است، اما بیش از هر

چیزی مصرف‌کننده نظریه‌های متفکران و نظریه‌پردازان فرهنگی، سیاسی و حتی اقتصادی است و آنچه هالیوود از ایران و اسلام به ما می‌نمایاند، نگاه متفکران و نظریه‌پردازان غرب و به‌طور خاص، آمریکا به ایران است. این تحقیق به دلیل بررسی روند تحولات بازنمایی ایران در فیلم‌های برجسته و قابل توجه، مهم و ارزشمند است و می‌تواند روشی برای تحلیل فیلم‌های مربوط به ایران در سینمای غرب باشد که روندی ادامه‌دار است.

عاملی، در کتاب *استعمار مجازی آمریکا* (۱۳۸۹) به بررسی، توصیف و تحلیل شیوه‌های جدید نفوذ و سلطه آمریکا از طریق ابزارهای نوین ارتباطی و فضای مجازی پرداخته است. او در مقدمه به دو فضایی شدن قدرت و قدرت نرم در فضای مجازی می‌پردازد و طی آن مفهوم قدرت، قدرت نرم و قدرت سخت، قدرت نرم و فضای مجازی، راهبرد و ابزار این قدرت و اعمال قدرت نرم از طریق امپراتوری‌های مجازی را بررسی می‌کند. او با تأکید بر اینکه استعمار دوره‌های متفاوتی را پشت سر گذاشته است، بر این موضوع صحنه می‌گذارد که در دوره استعمار نو، فرهنگ و اندیشه ملت‌ها استعمار شد و با روش‌های مختلف برای عقب نگه داشتن کشورها از طریق سیاست‌های اقتصادی و فرهنگی تلاش شد. در دوره استعمار مجازی، آمریکا قله‌دار فضای سلطه و استعمار بوده است. از آنجا که هدف استعمار در درجه اول، مسخ فکری فرد و جامعه مستعمره بوده است، در استعمار مجازی که از سازوکارهای قدرت نرم استفاده می‌شود، هدف اصلی از بین بردن استقلال رأی کاربران فضای مجازی و عضویت آنها در جامعه فرهنگی آمریکاست. از فضای مجازی به‌عنوان محیطی برای استعمار و کاهش استقلال رأی کاربران و عضویت دادن آنها در فرهنگ آمریکایی، استفاده ابزاری صورت گرفته است. از



دیدگاه نویسنده، یاهو، ام اس ان، گوگل، فیس بوک، توئیتر، ویکی پدیا، یوتیوب و همچنین آی ام دی بی از جمله هشت امپراتوری مجازی مورد مطالعه هستند که هر یک به تنهایی قدرت نرم قابل توجهی برای گردانندگان آن و کشور آمریکا ایجاد کرده است. این سازوکارهای مجازی همه در یک سطح نیستند و حوزه کار و مأموریت متفاوت و بعضاً مشترک دارند.

هدف این کتاب، نشان دادن قدرت شکل دهی این امپراتوری ها به فضای غالب سیاسی، فرهنگی و اقتصادی فضای مجازی است. هشت امپراتوری ذکر شده همگی آمریکایی هستند و به طور طبیعی تفکر غالب این کشور را دنبال می کنند. همچنین عاملی (۱۳۸۹) در انتهای مباحث خود نتیجه گیری می کند که فرهنگ تبلیغ شده در این امپراتوری ها در برخی حوزه ها در تباین و در برخی دیگر در تضاد با دین و فرهنگ کشورهای هم چون ایران است.

اکوانی (۱۳۹۱) در مقاله ای با عنوان «زبان و هویت در میدان رسانه ای غرب: ایران به مثابه دیگری»، با تکیه بر متغیر واسط زبان، به بررسی رابطه میدان گفتمانی رسانه ای غرب و گفتمان خود - دیگر ساز شرق شناسی در ارتباط با ایران می پردازد. با بهره آزدانه از مفاهیم نظریه زبانی بوردیو و نیز تحلیل گفتمان انتقادی بدین نتیجه رسیده است که میدان گفتمانی رسانه در غرب متأثر از میدان گفتمانی سیاسی بوده و سوژه رسانه ای غرب نه سوژه ای خود مختار بلکه محصور گفتمان غالب در این جوامع در مورد ایران پسانقلاب است. بررسی نمونه هایی از متن های سرمقاله های نشریه ها و مستندهای سیاسی برجسته رسانه های غربی نشان می دهد، میدان رسانه ای همسو با میدان سیاسی، زبانی برجسته سازی شده را باز تولید و منتشر می کند و مفاهیم و گزاره های آن همان «بازار زبانی» گفتمان ریشه دار شرق شناسی را

از رهگذر مفصل‌بندی دال‌های جدیدی چون تروریسم، سلاح هسته‌ای، غیر دموکراتیک بودن و... بازتولید می‌کند.

صفاوردی (۱۳۸۹) در مقاله «بازنمایی حجاب زن مسلمان در رسانه‌های غربی (جنبه‌های حقوقی و سیاسی)»، به بررسی بازنمایی رسانه‌های غربی از حجاب زن مسلمان از جنبه حقوقی و سیاسی پرداخته است. مسئله مهم در بازنمایی واقعیت توسط رسانه‌ها این است که یک رسانه هیچ‌گاه ابزار خشتی و یک میانجی بی‌طرف در ارائه تصویر به حساب نمی‌آید. رسانه متکی به زبان و معناست و زبان و معنا نیز در چارچوب گفت‌وگو، همواره متکی بر قدرت است؛ لذا بازنمایی حوادث توسط رسانه‌ها، بدون در نظر گرفتن جنبه اخلاقی آن سوگیری ایدئولوژیک دارد و در راستای تضعیف یا تثبیت قدرت و گفت‌وگو ویژه‌ای گام برمی‌دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد در کلیشه‌سازی رسانه‌ای غرب نسبت به حجاب، شخصیت زن مسلمان محجبه به‌عنوان نماد ضد حقوق زن و سیاسی منفی جلوه داده می‌شود. این تحقیق به دلیل بررسی بازنمایی بر اساس جنبه‌های حقوقی و سیاسی، مهم و قابل توجه است.

مطالعه و مرور ادبیات کلیشه‌های شرق‌شناسانه از مسلمانان و ایران، خصوصاً تحلیل متون و دریافت مخاطب نسبت به کلیشه‌ها بر خروجی رسانه‌ها، نشان داد که شرق‌شناسی اکنون یک واقعیت است. شرق‌شناسی ادعا می‌کند زمینه بنیادینی در جامعه غربی وجود دارد تا شرق را به‌عنوان «عقب‌افتاده» و «شرقی» ببیند (سعید، ۱۹۷۹ و ۱۹۸۱؛ پول، ۲۰۰۲؛ حافظ، ۲۰۰۰). پوشش منفی گسترده در رسانه‌ها می‌تواند منجر به یک بحران هویتی برای مسلمانان شود که آنها بین «غربی» بودن و «مسلمان» بودن خود دچار شک و تردید شوند (فاروکی، ۲۰۰۹).

روی هم رفته ادبیات موجود در خصوص پوشش مسلمانان و ایران در رسانه‌ها

نشان می‌دهد که در مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها، تحقیقی در مورد بازنمایی و پوشش مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های غربی و به‌ویژه آمریکایی صورت نگرفته است. بدین لحاظ، این تحقیق از این جهت مهم و با اهمیت است و در این حوزه اولین پژوهش محسوب می‌شود و می‌تواند مقدمه‌ای برای تحقیقات بعدی در این زمینه باشد. وبلاگ‌های خبری به‌عنوان یکی از منابع اصلی خبری و نیز نگرش جوامع، امروزه نقش مختلفی در پوشش مسائل دارند. در این پژوهش، با وبلاگ‌های خبری روبرو هستیم که بیشتر به‌عنوان نماینده این نوع وبلاگ‌ها و تجمیع اخبار وبلاگ‌ها در فضای مجازی هستند. کتاب حاضر رویکرد روشی خاص برای تحلیل وبلاگ‌ها استفاده خواهد کرد تا بتواند پاسخ مناسبی به سؤال‌های تحقیق بدهد. نتایج این تحقیق به سایر محققان که می‌خواهند در مورد کلیشه‌های رسانه‌ای کار کنند کمک خواهد نمود و موضوع جدیدی از گفتمان عمومی در وبلاگ‌ها ارائه می‌کند.

**فصل سوم**

**چارچوب مفهومی و نظری**



### مقدمه

با توجه به موضوع کتاب حاضر که به بازنمایی مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکایی است، در این قسمت از کتاب، نخست، برای توضیح بیشتر و ابهام‌زدایی، به بررسی و تعریف مفاهیم پرداخته می‌شود و سپس، رویکرد نظری در این کتاب مورد بحث قرار می‌گیرد.

با توجه به چندگانگی اهداف و سؤال‌ها که در بخش اول کتاب ذکر شد، نیازمند ترکیبی از رویکردهای مختلف در پرداختن به سؤال‌ها هستیم تا اهداف مختلف مورد نظر را برآورده سازیم. در این کتاب، محوریت شرق‌شناسی (شرق‌شناسی نوین) بوده و سایر نظریه‌ها دور آن می‌چرخند. در حقیقت، در بخش نظری با اتخاذ این روش، سعی می‌شود قرائتی از دیدگاه‌های مطرح‌شده فراهم کرده و از اشکال مختلف تفکر در این حیطه‌ها، سخن به میان آوریم تا در نهایت، با ایجاد تعادل در میان رویکردهای فکری به مدل نظری این کتاب دست یابیم.

بر این اساس، شرق‌شناسی (و شرق‌شناسی نوین) به‌عنوان محور چارچوب نظری،

مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ سپس نظریه چارچوب‌بندی در کنار نظریه شرق‌شناسی ارائه می‌شود و در نهایت سومین رویکرد نظری با عنوان نقد و نظریه بلاغی مطرح خواهد شد تا این نظریه‌ها را در حوزه مطالعه وبلاگ‌های خبری به‌کار بندد؛ بنابراین، این نوشتار در فضای مشترک این حوزه‌ها به جستجوی ایده‌هایی می‌پردازد که با یکدیگر هم‌پوشانی دارند و ابزارهای لازم برای بسط فضای نظری و تحلیلی فراهم می‌کنند.

نخست، برای فهم بهتر چارچوب و رویکرد نظری در این کتاب، توضیح مفاهیم ضروری است تا مشخص شود مفاهیم اصلی مورد استفاده، چه دلالت‌های مفهومی دارند. مهم‌ترین مفاهیم، وبلاگ و کلیشه‌ها هستند.

**وبلاگ:** اصطلاح بلاگ، ادغام وب و لاگ است که در سال ۱۹۹۹ از سوی پیتر مرهولز ابداع شد. هویت<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) معتقد است که بلاگ‌ها به‌عنوان یک مجرای ارتباطی برای نویسندگان عمل می‌کنند تا دیدگاه‌هایشان را به اشتراک بگذارند و آنها شکلی از رسانه‌های خودرأی هستند، عموماً لینک‌هایی به سایر سایت‌ها یا به خبرهای خاص درباره تجارت، سیاست یا حوادث فرهنگی، همراه با مجموعه‌ای از تفاسیر دارند. از سوی دیگر، عنوان وبلاگ، اغلب به وب‌سایت‌هایی اشاره دارد که حاوی نوشته‌های تاریخ‌دار پشت سرهم با هدف فردی و اجتماعی است. وبلاگ‌ها حوزه‌هایی چون نوشتن خاطره‌ها، ابراز دغدغه‌ها، گفتن تجربه‌ها و اظهارنظرهای شخصی تا خبرهای حرفه‌ای و جدی را در برمی‌گیرند و شامل هایپرلینک‌هایی (فرامتن‌ها) به سایر سایت‌ها بوده و انتقال اطلاعات به‌طور سریع و کوتاه‌مدت را امکان‌پذیر می‌سازد.

برخی از نویسندگان (رینگولد<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲ و گیل‌مور<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴) بیان می‌کنند که

---

1. Hewitt  
2. Rheingold  
3. Gillmor

ابزارهای ارتباطی نظیر وبلاگ‌ها، نشانه‌ای از آغاز کار رسانه‌های شهروندی و جایگزین است که به شهروندان معمولی فرصتی می‌دهد که به‌نوبه خود در فرایند تشکیل خبر مشارکت کنند و به‌نوعی رها از تشکیلات مرسوم رسانه‌ای، روزنامه‌نگاری و بلاگی را تشکیل دهند. گیل‌مور استدلال می‌کند که این عمل شهروندان، ظرفیت دموکراتیک کردن حوزه مسلط رسانه‌ای امروز را از طریق اشاعه خبر و تبدیل خبر رسمی به بحث و گفتگو یا زبان و بلاگی (عاملی، ۱۳۸۶) را بالا می‌برد. ویژگی چنین عمل ارتباطی آن است که به تکمیل چرخه خبر کمک می‌کند. واحد مطالب در وبلاگ، «پست» یا مطلب است و قسمت نظرهای رسیده که معمولاً پایین مطلب قرار دارد، در واقع پاسخ خواننده به یک مطلب است. نظر رسیده به‌عنوان روش ساده و مؤثری برای وبلاگر است که تعامل با سایر خوانندگان داشته باشد؛ بنابراین وبلاگ‌ها همانند سایر رسانه‌ها واجد ویژگی‌های متمایزی هستند و این مشخصات اهمیت آنها را روشن می‌سازد.

در بین وبلاگ‌ها، وبلاگ‌هایی هستند که اخبار و مطالب وبلاگ‌های مهم و تأثیرگذار بر افکار عمومی را جمع و طبقه‌بندی می‌کنند (موتور جستجوی وبلاگ‌ها) و نیز دارای فورومی هستند که امکان شکل‌گیری گفتمان عمومی پیرامون یک مسئله خاص را فراهم می‌سازد. در بسیاری از مواقع، این وبلاگ‌ها در آمریکا تبدیل به منبع اصلی خبر برای شهروندان شده‌اند. امروزه برای مطالعه، بررسی و تحلیل بهتر و کارآمد وبلاگ‌ها در محیط‌های آکادمیک از این وبلاگ‌ها استفاده می‌شود. موتورهای جستجوی وبلاگ‌ها (بلاگ‌ها) برای جستجوی انواع موضوعات در وبلاگ‌ها استفاده می‌شوند. این موتورهای جستجو برای مطالعه موضوعی وبلاگ‌ها و اهداف عملی، ابزارهای مختلف و مفیدی در اختیار محققان فضای مجازی



می‌گذارند که می‌توان از طریق آنها به‌طور یکجا، اخبار، مطالب، پست‌ها و کامنت‌های مربوط به موضوعات مختلف در وبلاگ‌های مشهور و تأثیرگذار و بحث‌های فوروم‌ها را یکجا مشاهده و مطالعه کرد.

**کلیشه‌ها:** همان‌طور که قبلاً بحث شد، به‌دلیل نبود تحقیق در کلیشه‌های شرق‌شناسی در وبلاگ‌ها، محقق به‌دنبال تحلیل مطالب و نوشته‌ها در وبلاگ‌ها است که در حال حاضر به شکل روزافزون، جزئی از ارتباطات عمومی محسوب می‌شوند. کلیشه‌ها، مجموعه‌ی تعمیم بیش از حد و مفرط صفات یا ویژگی‌ها هستند که به همه‌ی اعضای گروه نسبت داده می‌شوند (مرسکین، ۲۰۰۵: ۱۲۴). گورهام بیان می‌کند که «کلیشه‌ها اغلب ارائه و نمایش‌های تکراری از گروه‌های اجتماعی به شیوه‌های خاص در رسانه‌ها هستند که تا حدی مسئول نحوه‌ی تفکر اعضای مخاطب درباره‌ی افراد درباره‌ی گروه‌ها هستند» (۱۹۹۹: ۲۳۰). در واقع، کلیشه‌ها یکی از استراتژی‌های بازنمایی هستند. لیپمن،<sup>۱</sup> کلیشه‌ها را به‌عنوان «پیش‌پندارها»<sup>۲</sup> تعریف می‌کند که تصویر کاملی از جهان نیستند؛ اما تصویری از یک جهان ممکن هستند که پذیرفته‌ایم (۱۹۴۶: ۹۵). از نظر نگارنده، کلیشه‌ها، باورها و عقایدی هستند که تصور می‌شود همه‌ی اعضای یک گروه در مجموعه‌ی یکسانی از ویژگی‌ها مشترکند. کلیشه‌ها، بازنمایی‌های ساده‌ی گروه‌های اجتماعی هستند که هر نوع تنوع و گوناگونی بین اعضای گروه مشابه را نادیده می‌گیرند.

در اغلب موارد، کلیشه‌ها منفی و محدودکننده هستند و دلالت بر تعمیم دارند. برای هر کسی تعمیم‌دادن اتفاق می‌افتد زیرا اطلاعات زیادی برای افراد جهش

---

1. Lippmann  
2. Preconceptions

پردازش وجود دارد؛ ما چیزها را مقوله‌بندی کرده و تعمیم‌های یکسانی می‌دهیم تا زیادی اطلاعات را مدیریت کنیم. در واقع، با مقوله‌بندی (طبقه‌بندی) و تعمیم افراد به درون گروه‌ها، استنباط‌هایی دربارهٔ دیگران، شخصیت‌ها و رفتارها به دست می‌آوریم (نلسون،<sup>۱</sup> ۲۰۰۹). برای ما بسیار راحت می‌باشد که مقوله‌هایی مثل «فرهنگ غرب» یا «فرهنگ شرق» را پردازش کنیم تا اینکه گروه‌های فرعی خیلی کوچک در درون هر کدام از این فرهنگ‌ها را توضیح دهیم. با این حال، وقتی ما تعمیم‌های اغراق‌شده یا کلی را می‌دهیم - برای مثال به یک گروه خاص یا ملت خاص با اعمال مشخص - می‌گوییم «همهٔ مردم»، در این صورت فرایند کلیشه‌سازی اتفاق می‌افتد. ذکر این نکته ضروری است که مقوله‌بندی (طبقه‌بندی) با کلیشه‌سازی متفاوت می‌باشد. هال،<sup>۲</sup> سه تفاوت اساسی بین مقوله‌بندی و کلیشه‌سازی مطرح می‌کند که می‌تواند در دریافت و درک کلیشه‌ها کمک کند:

- کلیشه‌ها، تفاوت‌ها را تقلیل داده، ذاتی، طبیعی و دست آخر تثبیت می‌کنند،
- با بسط یک استراتژی، تفکیک‌سازی و شکاف طبیعی و قابل قبول از آنچه که غیرطبیعی و غیرقابل قبول است جدا می‌کنند.
- کلیشه‌ها، از نابرابری‌های قدرت حمایت می‌کنند. قدرت همواره در مقابل فرودستان و گروه‌های طردشده قرار می‌گیرد (۱۹۹۷: ۲۵۷).

درحقیقت، کلیشه‌ها عموماً روابط قدرت، تنش‌ها و تعارض‌های زیربنایی را بازنمایی می‌کنند. در یک کلام، تصورات کلیشه‌ای، هدفشان این است که عموماً گروه‌های مردم را از پاره‌ای جهات، یکسان تعریف و شناسایی کنند - به‌عنوان کسانی که به ارزش‌های خاص پایبندند، با هدف‌های یکسان برانگیخته می‌شوند،

---

1. Nelson  
2. Hall

شخصیت و ترکیب مشترکی دارند. بدین طریق، در سازمان‌دهی گفتمان هژمونیک، نقش اصلی و محوری بر عهده می‌گیرند.

بنابراین، فهم نحوهٔ برساخت تصویر مسلمانان و ایران و شناسایی کلیشه‌ها از سوی رسانه و استفادهٔ آنها در وبلاگ‌ها با توجه به پارادایم تحقیق، به این مطالعه در شناخت چارچوب‌ها و ویژگی‌های کلیشه‌های شرق‌شناسی در گفتمان عمومی وبلاگ کمک خواهد کرد.

### چارچوب نظری

این مطالعه، چارچوب نظری انتقادی را برای مطالعهٔ بازنمایی ایران و مسلمانان به‌کار می‌گیرد. کار نظریه‌پرداز پسااستعماری، ادوارد سعید (۱۹۷۹)، دربارهٔ بازنمایی‌های رسانه‌ای از اسلام و دریافت‌های غربی از مسلمانان، بنیان اصلی برای مطالعهٔ حاضر از مفهوم شرق‌شناسی است. تجربه‌های سعید از تحلیل پژوهشی چند سالهٔ او از بازنمایی فرهنگی اسلام، جهان غرب و ایالات متحده آمریکا به‌عنوان یک ملت خاص در غرب نشئت گرفت و شرق‌شناسی را در سه بخش تعریف کرد.

۱. او بیان کرد که «شرق‌شناسی، یک شیوهٔ مواجهه با شرق است که بر اساس مکان خاص شرق در تجربهٔ غربی اروپایی بنا شده است» (سعید، ۱۹۷۹: ۱). تجربهٔ اروپایی با دنیای شرق به زمانی برمی‌گردد که غرب یا اروپا، آفریقا، خاورمیانه و آسیا را مستعمره کرد. ۲. شرق‌شناسی، مطالعهٔ شرق از سوی محققان غربی است، از این‌رو، سعید بیان می‌کند که «شرق‌شناسی، سبکی از تفکر مبتنی بر تمایز هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی شکل‌گرفته میان «مشرق‌زمین<sup>۱</sup>» و «مغرب‌زمین<sup>۲</sup>»

---

1. The Orient  
2. The Occident

است (همان: ۲). ۳. در نهایت، شرق‌شناسی «یک سبک غربی برای غلبه و سلطه، بازسازی و داشتن قدرت و اقتدار بر مشرق‌زمین» است (همان: ۳). همچنین سعید شرق‌شناسی را «به‌عنوان یک جغرافیای خیالی و در عین حال به‌شدت دوقطبی تعریف کرد که جهان را به دو قسمت نامساوی تقسیم می‌کند، قسمت «بزرگ‌تر و متفاوت» را مشرق‌زمین نامید، دیگری را به‌عنوان جهان «ما» و مغرب‌زمین یا غرب نام نهاد (۱۹۸۱: ۴). سعید، انسان شرقی را به‌عنوان کسی از مشرق‌زمین و انسان غربی را از مغرب‌زمین، به‌ویژه از اروپا و ایالات‌متحده آمریکا، تعریف کرد.

سعید، پژوهشی گسترده درباره‌ی گفتمان فلسفی - اجتماعی غرب درباره‌ی شرق به‌طور کلی و اسلام به‌طور اخص انجام داد. وی در نوشته‌های گوناگون خویش و به‌ویژه شرق‌شناسی (۱۹۷۸) کوشید تا شیوه‌ی نگرش غربیان پیرامون شرق را با تکیه بر تحلیل متون معتبر موجود، مورد بررسی قرار دهد. از نظر او، شرق‌شناسی عبارت است از حوزه‌ی تحقیقاتی که با به‌کارگیری روش‌های رایج غربی درصدد فهم و شناخت شرق بود. ادوارد سعید در کتاب شرق‌شناسی کوشید تا ثابت نماید که قسمت عمده‌ی تحقیقات غربیان در مورد شرق و به‌ویژه اسلام، ریشه در گونه‌ای پیش‌داوری و قوم‌مداری دارد. به تعبیر او، از قرن هفدهم و به‌خصوص هجدهم با ظهور فلسفه‌ی روشن‌اندیشی گفتمان مسلط غربی، بر پایه‌ی این پیش‌داوری بنا شده بود که فرهنگ غرب دارای ماهیتی استعلایی و سایر فرهنگ‌ها به نسبت دوری از محور غرب در حاشیه‌ی تمدن امروزی قرار می‌گیرند. به بیان دیگر، شرق و مظاهر گوناگون آن از جمله اسلام در تقابل با غرب، دیگری فرهنگ غربی به‌شمار می‌روند.

ادوارد سعید چهار مؤلفه‌ی عمده در تبیین شرق‌شناسی رایج در غرب به شرح زیر

برشمرد:

۱. شرق‌شناسی، محدوده تحقیقاتی خاصی را در برمی‌گیرد؛
  ۲. شرق‌شناسی مبنای فعالیت خویش را بر پایه دگرسانی معرفتی، وجودی و ارزشی غرب در تقابل با شرق استوار کرده؛
  ۳. به‌طور کلی شرق‌شناسی، رهیافتی است غربی که آماج اصلی خویش را بازسازی مفهوم شرق از لحاظ وجودی، معرفتی، ارزشی و هنری و سرانجام بسط و گسترش سلطه بر این خورده‌ها قرار داده است؛
  ۴. سعید مدعی است که وقتی شرق‌شناسان غربی از شرق سخن می‌گویند، توجه آنها به مکان و موضعی خاص معطوف نبوده؛ بلکه می‌کوشند تا قلمرویی که در طیف معرفت‌شناختی آنها می‌گنجد، به نام شرق اعتبار نمایند. از این‌رو، از نظر آنها، شرق یک مفهوم طبیعی نبوده؛ بلکه ساخته و مصنوعی است که در غرب و برای غرب تکوین یافته است.
- طبق گفته سعید (۱۹۷۹)، سلطه غرب و به‌ویژه حذف مسلمان عرب در جامعه آمریکا، یک مسئله و مشکل بود. هدف او، آگاهی‌بخشی به افرادی است که درباره امور مسلمانان عرب آگاه نیستند. او در پی تغییر شیوه‌ای است که محققان و رسانه‌ها به عموم درباره مسلمانان عرب گزارش و آگاهی می‌دهند. در انجام چنین امری، سعید (۱۹۷۹) محققان را تشویق می‌کند تا شیوه استعماری مطالعه شرق را به یک شیوه مدرن‌تر از طریق تحقیق و استدلال عینی تغییر دهند.
- سعید در کتاب شرق‌شناسی (به نقل از عضدانلو، ۱۳۸۳) با یاری گرفتن از اندیشه متفکرانی همچون فوکو و گرامشی، آمریت دانش غرب نسبت به شرق و نیز قدرتی را که غرب به شرق تحمیل کرده است به چالش می‌کشد. ادوارد سعید مجموعه نوشته‌های خود را در مورد شرق به‌عنوان یک گفتمان بررسی می‌کند. فوکو، ابزاری

برای توصیف ارتباط بین دانش و قدرت مسلط بر شرق در اختیار سعید قرار داد و گرامشی، مفهوم تفوق یا برتری را در اختیار او نهاد. مفهوم شرق در اندیشه سعید، دلالت بر یک سیستم ارائه و معرفی دارد که چارچوب آن را نیروهای سیاسی ساخته‌اند. در نزد وی، هستی شرق، ساخته غرب، در ارتباط با غرب و برای غرب است. شرق تصویری از یک دیگری بیگانه و عقب‌افتاده در برابر غرب پیشرفته است.

شرق یک بخش کامل‌کننده تمدن مادی و فرهنگ اروپاست و شرق‌شناسی، ارائه‌دهنده و بازگوکننده آن بخش - چه از نظر فرهنگی و چه از نظر ایدئولوژی - به‌مثابه شیوه‌ای از گفتمان با حمایت از سازمان‌ها، تعبیرها، آموزه‌ها و واژگان پژوهش‌ها، حتی دیوان‌سالاری و شیوه‌های استعماری - است (سعید، ۱۳۷۵). از نظر سعید، شرق یک حقیقت و واقعیت بی‌جان و بی‌حرکت در طبیعت نیست. شرق، یک فکر، زبان و تصویری دارد که مردم آن به‌دلیل پویایی انسانی آن را می‌سازند و نمی‌شود آن را محدود به مکان و جای خاصی کرد. به اعتقاد وی، شرق‌شناسی بسیار بیش از آنچه به‌عنوان یک موضوع وعظ و سخنرانی در مورد شرق باشد، نشانه‌بازرسی از اعمال قدرت اروپایی - اتلانتیک بر شرق محسوب می‌شود. ادوارد سعید می‌گوید:

*من شرق‌شناسی را به‌عنوان تبادل پویا بین مؤلفان مختلف و مجموعه‌ای  
عظیم از ملاحظات سیاسی که توسط امپراتوری بزرگ انگلستان، فرانسه و  
آمریکا شکل گرفته و در قلمرو فکری و تخیلی آن نوشته‌های مرتبط به این  
رشته به وجود آمده است، مطالعه می‌کنم (۱۳۷۵: ۳۶).*

از نظر سعید (۱۳۷۵)، یک ویژگی مهم گفتمان شرق‌شناسی، اتکای آن به زبان دوگانه<sup>۱</sup> است و تقسیم جهان به مقوله‌های دوگانه، مبتنی بر دیدگاه ساختارگرایانه در

زبان (ایزدی و سقای بی‌ریا، ۲۰۰۷)؛ بنابراین، شرق‌شناسی به‌منزلهٔ یک سبکِ فکری و جهان‌بینی دوگانه‌ساز است که بر «یک تفاوت‌گذاری هستی‌شناختی و معرفت‌شناسی» میان آنچه شرق و غرب نامیده می‌شود، بنا شده است. سردار (۱۹۹۹: ۱۳) مطرح می‌کند که چنین دوگانگی «در تعیین هویت غرب از خود، نیرویی حیاتی است» (به نقل از ایزدی و سقای بی‌ریا، ۲۰۰۷). از یک نقطه‌نظر، شرق‌شناسی یک تمایز<sup>۱</sup> است و آمده تا دلالت‌گر ایدئولوژی توجیه‌کننده و موجه‌کنندهٔ امپریالیسم غربی برای غلبهٔ غرب بر شرق یا مشرق‌زمین باشد.

همچنین سعید معتقد است، شرق‌شناسی از گفتمانی ذات‌گرا استفاده می‌کند که خصصت‌ها و ویژگی‌های مشیتی را به شرق و جهان اسلام تعمیم می‌دهد. او نویسندگان، رمان‌نویسان، روزنامه‌نگاران، فیلسوفان، نظریه‌پردازان سیاسی، تاریخ‌دانان، اقتصاددانان و دست‌اندرکاران امپراتوری بریتانیا را به‌منزلهٔ شرق‌شناسانی که تمایز اصلی غربی/شرقی را به‌عنوان شالودهٔ کارهایشان دربارهٔ شرق پذیرفته‌اند، مورد بررسی قرار می‌دهد.

تقسیم جهان به مقوله‌های دوگانه، مبتنی بر دیدگاه ساختارگرایانه در زبان است. سوسور، اصل ساختاری جهان‌شمول در تمام زبان‌های بشری را مبتنی بر همین دوگانه‌ها می‌داند. زبان به‌عنوان یک کلیت و به‌مثابه یک ساخت اجتماعی دیده می‌شود که متشکل از معانی نسبت داده‌شده به اشیاء و رابطهٔ اشیاء با متضادشان است؛ مانند سیاه در مقابل سفید، مرد در مقابل زن و نظایر این. بنابراین یک نظام دوگانه‌ساز، شکل‌گیری زبان را محقق می‌کند. روایت‌های خبری عمدتاً بر اساس نشانه‌های دوگانهٔ متضاد بنا می‌شوند و واقعیت را به «فکت‌های گسستهٔ دوگانه» تقلیل می‌دهند (ایزدی و سقای بی‌ریا، ۲۰۰۷).

ادوارد سعید (۱۳۷۵) اظهار می‌کند که فرایند شکل‌گیری هویت و حفظ آن در هر فرهنگ در گرو وجود «همزادِ دیگر، متفاوت و در حال رقابت» است. بر همین اساس، در فرایند بازنمایی غرب از خود، شرق‌شناسی به‌عنوان همزاد غرب ساخته می‌شود. واژگان دوگانه شرق‌شناسی عبارت‌اند از شرق در مقابل غرب، خودکامگی در مقابل دموکراسی، قساوت در مقابل رفتار منصفانه، بی‌خردی در مقابل خردمندی و حيله‌گری در مقابل اعتماد. بدین ترتیب با تثبیت مطلق معنای شرق، شرق‌شناسی همچون گفتمان فوکویبی از قدرت و سلطه، کارکرد می‌یابد.

به‌نظر سعید، شرق‌شناسی مجموعه‌ای از ایده‌های جزم‌گرایانه، مانند اعتقاد به وجود تفاوت‌های مطلق و نظام‌مند بین غرب توسعه‌یافته، انسانی و برتر و شرق ناهنجار، توسعه‌نیافته و فرودست است. یکی دیگر از این باورهای جزمی، ترجیح درک انتزاعی از شرق نسبت به شواهد واقعی از شرق مدرن است. لایه جزم‌گرایانه دیگر، ابتدایی، همگون و عاجز تصور کردن شرق و دیگری ترسناک بودن آن است (سیدمن، ۱۳۸۶: ۳۴۸-۳۴۷).

از یک نقطه‌نظر، شرق‌شناسی یک تمایز است. از نظر سعید (۱۹۸۱)، اصطلاح تمایز به روشی اشاره می‌کند که غرب بر شرق یا مشرق‌زمین غلبه پیدا می‌کند. او بیان کرد که تمایز غرب علیه مسلمانان به‌دلیل ارتباط آنها با اسلام و اعمال آن است. او یادآوری می‌کند که تمایز در آمریکا نسبت به کشورهای دیگر، رایج‌تر است و دلیل این تمایز به‌دلیل عدم توانایی آمریکا در پذیرفتن این امر است که آنها در کنترل همه جنبه‌های جهانی، به‌ویژه اسلام نیستند. از این‌رو، سعید (۱۹۸۱: ۱۴) بیان می‌کند که در ایالات متحده، اسلام عمدتاً برای کنگره در روابط خارجی یک مسئله تهدید نظامی و امنیتی با ملت‌ها و فرهنگ‌های مختلفی است که ایالات متحده با آنها ارتباط دارد.



البته اسطوره‌های تهدیدهای اسلامی، قسمتی از سازوکار رتوریک نزع سیاسی افرادی است که می‌خواهند در قدرت بمانند یا آن‌را به‌دست بیاورند (هالییدی،<sup>۱</sup> ۲۰۰۳: ۶). وی معتقد است که اختلاف با جهان اسلام، یک نیاز درونی جامعه غربی برای تهدید و در عین حال غلبه و سلطه بر دیگری است (همان)، در حالی که هیپلر<sup>۲</sup> معتقد است که یکی از نقش‌های اصلی «تهدید اسلامی»، ارائه یک توجیه برای بودجه‌های نظامی و سیاست خارجی است:

*وقتی در مورد اسلام صحبت می‌شود، سیاسیون غربی بیشتر همانند «کنشگران عقلانی» عمل می‌کنند در حالی که وسایل ارتباط جمعی، یک خوانش پنهان و بیشتر همیشگی را آشکار می‌سازد تا ترس مخاطبانشان را ایجاد یا عمیق کنند (۲۰۰۰: ۷۴).*

تصاویر «دشمن ادعایی»<sup>۳</sup> در صورت لزوم، برای ایجاد پیش‌نیازهای سیاسی- روان‌شناختی جهت توجیه کنش نظامی استفاده شده است (همان). هر دو جنگ افغانستان و جنگ در عراق ۲۰۰۳، تأییدی بر ادعای هیپلر است.

مک آلیستر (۲۰۰۱) دیدگاه سعید را تأیید می‌کند که بعد از قضیه ۱۹۷۹ ایران، «اسلام» و «تروریسم» دو تصویر غالب بودند که ایالات متحده را تهدید کرد (۲۰۰۱: ۲۷۵). سعید معتقد بود که اسلام، تهدیدی برای ایالات متحده است زیرا نمی‌توانند فعالیت‌های مسلمانان را به شکل محلی و جهانی کنترل کنند. از نظر سعید:

*غربی‌ها معتقدند که اسلام گرفتار مذهب، توحش و عقب‌ماندگی شده است؛ بنابراین، غرب مدرن، بزرگ‌تر از مجموع همه قسمت‌های دیگر جهان، «غربی» در هویت فرهنگی‌اش دارای شرایط عالی و در عین حال*

---

1. Halliday  
2. Hippler  
3. Alleged enemy

همیشگی است؛ در طرف دیگر، جهان اسلام، چیزی بیشتر از خود اسلام نیست، قابل تقلیل به تعداد کوچکی از ویژگی‌ها و مشخصات غیر قابل تغییر است، علی‌رغم ظاهر شرایط و تجارب متنوع که در سطح همانند غرب فراوان دیده می‌شود (۱۹۸۱: ۱۱-۱۰).

طبق نظر سعید (۱۹۸۱)، فرضیه‌های برتری غرب بر اسلام، مسلمانان را بیشتر در یک وضع نامساعد در پوشش رسانه‌ای ایالات متحده نگه می‌دارد و روزنامه‌ها و مجله‌ها، پوشش خبری مثبتی در مورد اسلام ندارند و وقتی مسلمانان در اخبار یا رسانه‌ها دیده می‌شوند، بیشتر به‌عنوان تروریست یا پیروان سرکش حضرت محمد<sup>(ص)</sup> به تصویر کشیده می‌شوند که یک نگاه کلیشه‌ای و شرق‌شناسی است. این کلیشه‌های شرق‌شناسی برای مسلمانان، مشکل و مسئله‌ساز هستند؛ زیرا آنها بر نحوه دریافت غرب از مسلمانان از طریق رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند.

شرق‌شناسی یک برساخت از طریق مجموعه اعمال گفتمانی درباره شرق از سوی غرب است که از طریق گفتمان اقتدار، خودش را به‌عنوان اقتدارگرای دیگری غرب، یعنی شرق تعریف کرد که در آن، شرق به‌عنوان منفعل، ایستا، غیرقابل تغییر و احساساتی به تصویر کشیده شده است. این کلیشه‌ها درباره شرق، مداخله‌های غرب و حضور ادامه‌دار در شرق را مشروعیت می‌بخشد. این شیوه غربی ورود/براندازی ساختارها و جایگزینی آنها، کنترل و سلطه بر شرق/مستعمره است. این گفتمان، نخواست و نمی‌خواهد شرق را ترک و رها کند. در خوانش سعید، این جنبه‌ها، جنبه‌های سیاسی شرق‌شناسی و به‌عنوان خدمتکار استعمارگرایی است. به بیان دیگر، از نظر سعید، شرق‌شناسی به‌عنوان ابزاری از استعمارگرایی است که گفتمانش، شرق را ایجاد کرد.

بیالیو و رابرتز<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) معتقدند که شرق‌شناسی، یک گفتمان بود که با واکنش‌ها، سازگاری و منازعه‌های افرادی چارچوب‌بندی شد که به‌عنوان ابژه‌های آن برساخته شدند. گفتمان شرق‌شناسی با مفهوم قدرت و برتری ترتیب یافته و در ابتدا برای تسهیل مأموریت استعمارگری قسمتی از غرب فرمول‌بندی و از طریق تنوع گسترده‌ای از گفتمان‌ها و سیاست‌ها همیشگی شد. اهمیت چنین برساختی این است که مفاهیم دیگری را ایجاد می‌کند. در حقیقت، مفهوم شرق از سوی شرق شناسان ایجاد شده و بیشتر برای آنها معنادار است نه برای مردم شرقی.

برای فهم بهتر، شرق‌شناسی و شرق‌شناسی جدید، توضیح استعمارگرایی لازم است. استعمارگرایی خودش را در استراتژی‌های ظریف و پیچیده چندگانه بنا کرده و وابسته به شرایط بود (سمیعی، ۲۰۱۰) و پروژه‌های استعماری و استراتژی‌های آن، بسیار ماهرانه، پنهان و پیچیده بودند و استعمارگرایان یک پارادایم مشخصی نداشتند. استراتژی‌ها و اعمال گفتمانیشان، از قاره‌ای به قاره دیگر، از کشوری به کشور دیگر و حتی در درون یک کشور و از منطقه‌ای به منطقه دیگر مختلف بود. غرب، کنشگر و شرق، واکنشگر منفعل بود. غرب، تماشاگر، حاکم (قاضی) و ناظر و داور هر جنبه رفتار شرقی است. در این محکمه و دادگاه، قضاوت حق مسلم و قطعی است.

مثل استعمارگرایی، استعمارگرایی نوین<sup>۲</sup>، یک واقعیت است. تنها، اشکال و ظواهر استعمارگرایی تغییر یافته و فرایندهای استثمار، بسیار پیچیده است (بوتیسی<sup>۳</sup> و دیگران، ۲۰۰۶) و این فرایند همچنان ادامه‌دار است. استعمارگرایی نوین به‌طور آشکارا و غیرمستقیم، منابع طبیعی، اقتصادی، انسانی و فکری را از طریق نهادهایش

---

1. Beaulieu and Roberts

2. Neo-colonialism

3. Bottici

استثمار می‌کند. از این‌رو، استعمارگرایی نوین مورد توجه شرق‌شناسی نوین<sup>۱</sup> است. شرق‌شناسی نوین، دلالت بر گفتمانی درباره شرق به طریق دیگر از طریق اعمال گفتمانی و برساختی جدید و نسخه نوینی از مفهوم شرق‌شناسی است.

بعد از بحث درباره کار سعید از قرن هجدهم، این مطالعه، کار نظریه‌پردازان انتقادی اخیر را نیز مورد بحث قرار می‌دهد که مفهوم سعید (۱۹۷۹) از شرق‌شناسی را تأیید می‌کنند. در واقع، این تفکرهای جدید، مفهوم شرق‌شناسی جدید را تشکیل می‌دهند که برساختی جدید و نسخه نوینی از مفهوم شرق‌شناسی است و قدرت تفسیر و تبیین زیادی نسبت به دیدگاه‌های کلاسیک در بررسی رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه‌های نوین فراهم می‌کند. در همین زمینه، مک آلیستر معتقد است: «بعد از جنگ جهانی دوم، شرایط سیاسی و فرهنگی در ایالات متحده، یک مدل پساشرق‌شناسی<sup>۲</sup> بازنمایی خاورمیانه برای مخاطبان آمریکایی تولید کرد» (۲۰۰۱: ۴۰). مفهوم مک آلیستر از پساشرق‌شناسی این است که شرق‌شناسی همچنان در روابط ایالات متحده با خاورمیانه در شکل جدید به‌نام «حاکمیت خیراندیشانه»<sup>۳</sup> وجود دارد که مک آلیستر بدان شرق‌شناسی نوین<sup>۴</sup> می‌گوید. از نظر وی، شرق‌شناسی نوین «برساخت جدید و اقتدار جهانی خیراندیشانه ارتباط ایالات متحده با خاورمیانه است» (همان: ۸۱). همچنان‌که واژه خیراندیشانه به معنای خیرخواه و مهربان است، مک آلیستر بیان می‌کند که ایالات متحده، رابطه‌اش را با خاورمیانه به‌عنوان کنش و عملی از مهربانی یا خیراندیشی در نظر می‌گیرد. با این وجود، وی معتقد است که به‌جای خیراندیش بودن ایالات متحده نسبت به خاورمیانه، ما شاهد

---

1. Neo-orientalism  
2. Post-Orientalist  
3. Benevolent supremacy  
4. Neo-orientalism

نسخه و نوع نوینی از شرق‌شناسی هستیم که در شکل ماهرانه دوباره بر این امر تأکید می‌کند که تفاوت‌های فرهنگی ثابت باید سازمان قدرت سیاسی را تشکیل دهند (همان: ۲۶۹). از سوی دیگر، از نظر او، اگر نگاه دقیق و موشکافانه به رابطه ایالات متحده با خاورمیانه بیندازیم شباهت زیادی به تحلیل سعید (۱۹۷۹) از امپریالیسم اروپا در خاورمیانه دارد.

به‌علاوه، مارکوس<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) دیدگاه مک آلیستر را تأیید می‌کند که شرق‌شناسی نوین هست و در یک شکل ظریف و ماهرانه عمل می‌کند. از سوی دیگر، او معتقد است که جهانی‌شدن<sup>۲</sup>، یک شکل جدیدی از شرق‌شناسی است. طبق نظر مارکوس، سعید «شرق‌شناسی را به‌عنوان دیدگاه هژمونیک در غرب برای پستی شرق تعریف کرد» (۲۰۰۴: ۸۰۹) و این موضوع با ایده مارکوس برابر است که «جهان‌گرایی<sup>۳</sup> یک استعاره هژمونیک است که از طریق آن، فرایند جهانی‌شدن ارائه می‌شود» (همان: ۸۱۰). مارکوس، جهانی‌شدن را به شکل زیر تعریف می‌کند:

*بین‌المللی شدن بیشتر سرمایه و به‌کارگیری پیشرفت‌های مهم ارتباطات و فناوری حمل و نقل، با نتایج مشخص در روابط فرهنگی - سیاسی داخلی و بین‌المللی، تغییرات در توازن سرمایه/کار، فرایندهای کاری، نقش‌های دولت ملی، الگوهای شهری (همان).*

طبق دیدگاه مارکوس، جهانی‌شدن بر اساس اصول هژمونیک یکسان عمل می‌کند که شرق‌شناسی عمل می‌کرد و «اگر ما هشت کشور بزرگ صنعتی را با مغرب‌زمین و جهان سوم را با شرق جایگزین کنیم، می‌توان نگاه سعید را با توجه به نقش‌های متفاوت نژادگرایی، پوشش جغرافیایی و تحریف فرهنگی اعمال کرد»

---

1. Marcuse  
2. Globalization  
3. Globalism

(همان). همانند مک آلیستر، مارکوس معتقد است که شرق‌شناسی در شکل جدیدش از جهان‌گرایی، از زمان استعمارگرایی تغییر نیافته اما در بعد سیاسی، اجتماعی و اقتصادی غرب از جهان سوم، دقیق و ماهرانه شده است. مارکوس این دلایل را با گفتن عبارت زیر به روشنی توضیح می‌دهد:

*کمک اصلی و واقعی سعید، مستند کردن سوگیری‌ها و کلیشه‌های استعماری آشکار نیست بلکه طرح بسیار ماهرانه و فراگیر و هژمونیک استعمارگرایی در زبان، استعاره‌ها، گفتمان و تولید فرهنگی زمانشان بود (همان: ۸۱۲).*

مطالعات مارکوس و مک آلیستر به این مطالعه مرتبط هستند؛ زیرا هر دو محقق با ارجاع به کارهای سعید در قرن هجدهم، ایده‌ها و خوانش‌های جدیدی از شرق‌شناسی در قرن جدید مطرح کردند.

چگونه می‌توان تحقیقات و دیدگاه‌های شرق‌شناسی را مدیریت یا حل کرد؟ مارکوس بیان می‌کند «محققان، حمایت سعید از عدالت اجتماعی و تلاش برای یک جهان انسانی را ادامه دهند» (همان: ۸۱۶). سعید (۱۹۸۱) خودش معتقد بود که محققان در مطالعه اسلام بیشتر حساس باشند؛ زیرا امروزه جهان اسلام به شکل منفی تعریف شده و غرب در این زمینه اصرار می‌کند و این تنش، چارچوبی شکل می‌دهد که به شدت دانش اسلام را محدود می‌کند. بر این اساس، محققان باید از تحقیق استعماری قبلی شرق به رویکرد مدرن‌تری از تحقیق و بررسی شرق حرکت کنند؛ زیرا تفکر و تجربه مدرن به ما آموزش داده تا آنچه درگیر بازنمایی است، در مطالعه دیگری، در تفکر نژادی، در پذیرش غیرانتقادی و بدون تأمل قدرت و ایده‌های مقتدر، در نقش اجتماعی - سیاسی روشنفکران، در ارزش زیاد یک آگاهی انتقادی شک‌آمیز حساس باشند (۱۹۸۱).

این بحث‌ها به این مطالعه مرتبط هستند؛ زیرا اهمیت تحلیل سعید از کلیشه‌های شرق‌شناسی در رسانه را توضیح می‌دهد که پایه و راهنمای نظری این کتاب است. به‌علاوه، هم مک آلیستر (۲۰۰۱) و کار مارکوس (۲۰۰۴) وجود ادامه‌دار شرق‌شناسی را در قرن بیست و یکم به شکل نوین نشان داده و تأیید می‌کنند.

در واقع، شرق‌شناسی، شیوه و روش یا گفتمانی است که بر پایه تمایزی هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی میان شرق و غرب قرار دارد. با این توضیح، شرق‌شناسی، گفتمانی است غربی و غیریت‌ساز با هدف هویت‌بخشی به غرب از طریق تعریف آن در تقابل با شرق و بر اساس «تفاوت»، «تمایز» و نیز «فاصله گرفتن» از آن. تقابل‌های درون‌گفتمانی مدرنیته، در راستای شناخت امور بر اساس متضادش (تقابل‌های دوتایی) ایجاب می‌کند که برای شناخت «خودغربی» یک «دیگری شرقی» ساخته و همه‌ناشایستگی‌ها به آن منتسب شود. سعید بیان می‌کند که دستگاه‌های تولید دانش در عصر استعمار، به خدمت قدرت درآمدند و مکتب «شرق‌شناسی» دانشی است در خدمت تولید قدرت غرب و آشنایی آنان با شرق در دوران استعمار. از نظر ادوارد سعید، این گفتمان، نظامی فکری است که قدرت‌های حاکم با آن، ساحت‌های دانش و حقیقت ایجاد می‌کنند؛ فرهنگ‌ها، ادیان، اقوام، نژادها و طبقات اجتماعی به‌واسطه این کنش‌ها و کارکردهای گفتمانی، بازنمایی می‌شوند. کنش‌ها و کارکردهای گفتمانی با روابط قدرت در هم تنیده‌اند.

در این پژوهش، شرق‌شناسی به‌مثابه یک گفتمان در نظر گرفته می‌شود؛ زیرا اگر آن‌را به‌منزله گفتمان در نظر بگیریم، هیچ‌گاه نخواهیم توانست آن شاخه‌های بسیار منظمی را درک کنیم که از طریق آنها غرب و فرهنگ غربی توانست در حوزه‌های سیاسی، جامعه‌شناختی، عقیدتی، علمی و... شرق را بازشناسی و حتی بازآفرینی و

آنرا از نو به عنوان یک موضوع بازانديشی کند. شرق‌شناسی بدین ترتیب، شیوه و روش یا گفتمانی است غربی که بر پایه تمایزی هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی میان شرق و غرب قرار دارد.

در مجموع می‌توان به این نکته اشاره کرد که ادوارد سعید با استفاده از بحث گفتمان و تحلیل این گفتمان‌ها درصدد بیان این مسئله است که چگونه اروپا، شرق را به لحاظ سیاسی، اقتصادی، جامعه‌شناختی، علمی و ایدئولوژیک، مدیریت و حتی تولید می‌کند. تحلیل او نشانگر تقابلی است که در عمل گفتمانی بین دو فرهنگ شرق و غرب به وجود آمده است. در واقع هر گفتمان، دو جهت مثبت و منفی دارد که جهت مثبت آن، خودی است و جهت منفی آن‌را، دیگری تشکیل می‌دهد و در عمل گفتمانی، این دو در تقابل با یکدیگر قرار می‌گیرند؛ خودی‌ها با قدرتی که جامعه به آنها می‌دهد درصدد نفی دیگری و غلبه بر او برمی‌آیند. شرق‌شناسی بدین ترتیب، شیوه و روش یا گفتمانی است غربی که بر پایه تمایزی هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی میان شرق و غرب قرار دارد؛ یعنی گفتمانی است غربی و غیریت‌ساز با هدف هویت‌بخشی به غرب از طریق تعریف آن در تقابل با شرق و بر اساس «تفاوت» و «تمایز» از آن. در اینجا توجه به نقش زبان در بازنمایی، بسیار درخور توجه است، اینکه حقیقتی در خارج نیست مگر آنچه از طریق گفتمان بازنمایی می‌شود.

بازنمایی، تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. به این معنی که «معنا» از طریق نشانه‌ها، به‌ویژه زبان تولید می‌شود. زبان، سازنده معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و صرفاً واسطه‌ای خنثی و بی‌طرف برای صورت‌بندی معانی و معرفت درباره جهان نیست.

در رسانه‌های غرب، کلیشه‌های متعددی از مسلمانان ارائه شده‌اند، به گونه‌ای که



ذکر نام اسلام و مسلمانان، اکنون با این کلیشه‌ها عجین شده است و اذهان غربی‌ها به صورت خودکار، در هنگام تصور و یادآوری مسلمان، این کلیشه‌ها را نیز تجسم می‌کنند. کلیشه‌سازی رسانه‌های غرب از شرق به ویژه خاورمیانه، به حال حاضر محدود نمی‌شود. در طول حداقل دو قرن گذشته، در غرب، فرایندی تدریجی در خصوص بازنمایی شرق، رخ داده و همواره کلیشه‌هایی از شرقی‌ها و به طور خاص، ایرانیان و مسلمانان در غرب ارائه شده است که با واقعیات فرهنگی و اجتماعی زیستی آنها متفاوت و گاه متنافر بوده است.

بر اساس رویکرد شرق‌شناسی سعید و شرق‌شناسی نوین در این کتاب سعی خواهد شد، دید روشن‌تری برای تحلیل نمونه‌ها فراهم شود و نحوه تقویت و بازتولید نظام گفتمانی حاکم و غالب شرق‌شناسی و اشاعه آن را در گفتمان وبلاگ‌های خبری آمریکایی نشان دهد. همان‌طور که قبلاً بیان شد، هدف این مطالعه، شناسایی استانداردها، شرایط و ارزش‌ها از سوی فرهنگ آمریکایی است به ویژه زمانی که این تلاقی، روایت‌های متمایزی درباره دیگری ایجاد می‌کند؛ اما از یک سو این عمل مشکل است و از سوی دیگر، هدف این نوشتار از همه مهم‌تر، متون، یعنی متون و نوشته‌های وبلاگ‌هاست؛ بنابراین، به کارگیری رویکرد مناسب ضروری است تا همبستگی بین متون و نقش آنها به عنوان ابزارهای فرهنگی و دیدگاه‌های خاص در مورد ایران و به تبع آن مسلمانان را امکان‌پذیر سازد. همچنین توضیح شناسایی نحوه بیان آن دیدگاه‌ها در متون ضروری است.

در نهایت، شرق‌شناسی به عنوان پایه اساسی چارچوب نظری عمل خواهد کرد و با توجه به آن، نظریه چارچوب‌بندی برای مطالعه نحوه تصویرپردازی ایران و تحلیل بلاغی برای مطالعه بازنمایی کلیشه‌ای مسلمانان، ابزار تحلیلی برای این تحلیل را فراهم می‌کنند.

### چارچوب‌ها و نظریه چارچوب‌بندی

به نظر محققان، نظریه چارچوب‌بندی<sup>۱</sup> با مفاهیم چارچوب‌بندی (چارچوب‌سازی) و چارچوب‌ها<sup>۲</sup> برای مطالعه، رویکرد نظری - تجربی<sup>۳</sup> مناسبی است که از طریق آن می‌توان نحوه تصویرپردازی ایران را در وبلاگ‌ها تحلیل کرد. مفهوم چارچوب و چارچوب‌بندی به‌طور گسترده در تحقیقات رسانه‌ای از دیدگاه رشته‌های مختلف در علوم اجتماعی استفاده شده است. گامسون<sup>۴</sup> چارچوب را «یک انگاره سازمان‌دهنده ضمنی می‌داند که بحث عمومی را شکل می‌دهد و تحت تأثیر قرار می‌دهد. این انگاره سازمان‌دهنده با تأکید بر اینکه چه چیزی مهم و مربوط است و چه چیزی نیست، به تفکر ما درباره موضوعات مختلف، ساخت می‌دهد» (۱۹۹۲: ۳). البته اهمیت چارچوب‌های خاص، تا حدودی به جامعه پیرامونی و فرهنگ سیاسی آن وابسته است (اشترومیک<sup>۵</sup> و دیگران، ۲۰۰۸: ۱۱۸).

چارچوب‌بندی به فرایند «گزینش و برجستگی»<sup>۶</sup> اشاره می‌کند؛ چارچوب‌بندی، به معنی انتخاب جنبه‌هایی از یک واقعیت ادراک‌شده و برجسته‌تر کردن این جنبه‌ها به نحوی است که از یک مسئله، تعریف، تفسیر علی و ارزیابی اخلاقی خاصی ارائه و نیز راه‌حل متناسب با آن پیشنهاد شود (انتمن، ۱۹۹۳: ۵۲). گیتلین<sup>۷</sup> (۲۰۰۳) با اشاره به نحوه قرار گرفتن چارچوب‌ها در متون رسانه‌ها، چارچوب‌ها را الگوهای پایدار و مستحکم شناختی، تفسیری و طرز ارائه متن رسانه‌ای می‌داند که از طریق

---

1. Framing theory

2. Framing and frames

۳. در واقع، قابلیت انطباق و سازگاری و استفاده گسترده آن در طیفی از رشته‌های مختلف، بحث‌های متفاوت و جالبی را به وجود آورده

که در یک سو، برخی بدان انتقاد می‌کنند و از سوی دیگر، آن را تجلیل و تشویق می‌کنند. برای اطلاعات بیشتر به مقاله زیر مراجعه کنید:

Paul D'Angelo (2002) "News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman", *Journal of Communication* 52.4.

4. Gimson

5. Strömbäck

6. Selection and salience

7. Gitlin

گزینش، تأکید و کنار گذاشتن مسائل از سوی دست‌اندرکاران نمادهای سازمان‌دهنده گفتمان (چه کلامی و چه بصری) به شکل منظمی به مخاطبان ارائه می‌شود. چارچوب‌ها، روزنامه‌نگاران را قادر می‌سازد تا میزان زیادی از اطلاعات را به سرعت پردازش کرده و به عنوان اطلاعات تشخیص دهند و به مقوله‌های شناختی نسبت داده و برای تقویت مؤثر بر مخاطبان طبقه‌بندی کنند.

با توجه به این مسئله، ایده چارچوب‌بندی، فراسوی مسئله گزینشگری است و بنیادی‌ترین بحث درباره چارچوب‌بندی این است که رسانه‌ها به سادگی فراهم‌آورنده اطلاعاتی از رویدادها و موضوعات خاص نیستند؛ بلکه آنها فراهم‌آورنده دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرات خاصی برای ما هستند. این امر، رویدادها و موضوعات را در زمینه‌های خاصی قرار می‌دهد و مخاطبان را ترغیب می‌کند تا موضوع را از طرق خاصی ادراک کنند؛ بنابراین رسانه‌ها صرفاً انتخاب‌کننده رویدادهای مورد پوشش قرار گرفته نیستند؛ بلکه آنها چارچوب‌های تفسیری را به همراه پوشش رسانه‌ای ارائه می‌کنند که موضوع مدنظر در این چارچوب فهمیده می‌شود. اصطلاح «چارچوب» در مطالعات ارتباطاتی، ریشه در آراء گافمن<sup>۱</sup> (۱۹۷۴) دارد که آن را «الگوها یا طرح‌واره‌های تفسیری» نامید و افراد را قادر می‌سازد تا رویدادهای زندگی و جهان پیرامونشان را «تعیین، درک و شناسایی کنند». گامسون (۱۹۹۲) معتقد است، چارچوب‌ها در تحلیل گفتمان رسانه‌ای همان نقشی را ایفا می‌کنند که طرح‌واره‌ها در روان‌شناسی شناختی دارند؛ یعنی به عنوان قوانین سازمان‌یافته مرکزی عمل می‌کنند که مجموعه‌ای از نمادها را به هم پیوند داده و معنا می‌بخشند. گافمن (۱۹۷۴) به ما یادآوری می‌کند که این مسائل، عاملی برای

---

1. Goffman

«جایگزینی، ادراک، شناخت و برچسب زدن» اطلاعات توسط مخاطبان می‌شود. آلتاید و اشنایدر<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) از اصطلاحات «چارچوب» و «فرا مضمون»<sup>۲</sup> در رابطه‌ای تبادلی با هم استفاده می‌کنند. مک کامبز و قائم<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) معتقدند، چارچوب‌بندی یک نوع برجسته‌سازی سطح دوم است که به طیفی از رویدادها معنا می‌بخشد. گامسون و مدیگلیانی<sup>۴</sup> (۱۹۸۷: ۱۴۳) چارچوب‌بندی را «ایده‌ها یا خطوط داستانی سازمان‌یافته اصلی» تعریف می‌کنند که «به طیفی از رویدادهای مشخص معنا می‌بخشد و بین آنها ارتباط برقرار می‌کند. چارچوب تعیین می‌کند که مناقشه یا نزاع بر سر چیست و ماهیت موضوع چیست». گافمن (۱۹۷۴) نیز چارچوب را به‌عنوان مجموعه‌ای خاص از پیش‌نگری‌ها تعریف کرد که برای ساختِ معنی از وضعیت اجتماعی به‌کار می‌روند. رسانه‌ها به‌طور فعالانه‌ای، چارچوب‌هایی را ایجاد می‌کنند که خوانندگان یا بینندگان آنها از این چارچوب‌ها برای تفسیر و بحث درباره‌ی رویدادها استفاده می‌کنند. چارچوب خبری «پنجره‌ای رو به جهان» هستند، که افراد از طریق آنها خودشان و دیگران را می‌شناسند و معنایی را به‌دور از اتفاق‌های روزمره در جهان کسب می‌کنند. از نظر انتمن<sup>۵</sup>، چارچوب شامل «گزینش» و «برجسته‌سازی» است. وی می‌گوید «چارچوب‌بندی کردن، انتخاب بعضی از ابعاد واقعیت ادراک‌شده و برجسته‌سازی بیشتر آن در یک متن ارتباطی است، به شیوه‌ای که بتوان تعریف مسئله به‌نحو خاص، تفسیر و استدلال، قضاوت اخلاقی و توصیه‌ی عملی را گسترش داد» (۱۹۹۳: ۵۲). انتمن چارچوب را همچنین از طریق وجود یا عدم وجود واژگان کلیدی خاص، منابع اطلاعاتی و جمله‌هایی که حامل موضوع

---

1. Altheide & Schneider  
2. Supertheme  
3. McCombs & Ghanem  
4. Gamson & Modigliani  
5. Entman

ویژه‌ای هستند شناسایی می‌کند و معتقد است، چارچوب معمولاً کلیشه (تفکر قالبی) یا طرح‌واره نیز معنی می‌دهد. از سوی دیگر، ارتباط تنگاتنگی بین چارچوب رسانه‌ای و افکار عمومی وجود دارد؛ زیرا قدرتمندترین عناصر در شکل‌دهی به افکار عمومی به‌شمار می‌روند (آلتاید و اشنایدر، ۲۰۱۲). همچنین چارچوب‌بندی رسانه‌ای بر دریافت‌های سیاست و نگرش‌ها تأثیر می‌گذارد (گیتلین، ۲۰۰۳؛ هرتوق و مک لئود<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱) و نخبگان سیاسی و رسانه‌ها از چنین چارچوب‌هایی برای انعکاس تصویر یا توصیفی خاص از یک موضوع بهره می‌گیرند. این رویکرد در بررسی و مطالعه خبر مناسب است؛ زیرا بر عوامل بالقوه - مثلاً دیدگاه‌های روزنامه‌نگار یا ایدئولوژی‌ها - که به‌طور عمدی یا غیرعمدی بر تولید اخبار تأثیر می‌گذارد، تأکید می‌کنند. در حقیقت، چارچوب‌ها، اصولی را سازمان‌دهی می‌کنند که از نظر اجتماعی مشترک هستند و به‌طور نمادین بر جهان اجتماعی تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی، چارچوب‌ها در دو سطح عمل می‌کنند، سطح شناختی - چارچوب‌ها، الگوهای ذهنی یا طرح‌واره‌هایی را ارائه می‌کنند که در پردازش اطلاعات/ دانش یا رمزگذاری کمک می‌کنند و یک سطح آن، متنی یا گفتمانی است - چارچوب‌ها در روشی عمل می‌کنند و ظاهر می‌شوند که اطلاعات از طریق کاربرد / انتخاب واقعی زبان و / یا گفتمان تقویت می‌شوند. شیفل<sup>۲</sup> (به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۹) نیز با ارائه یک الگوی فرایندی درباره اثر چارچوب‌بندی‌ها به دو نوع چارچوب اشاره می‌کند: نخست، «چارچوب‌های فردی (دریافت‌کنندگان) که در سطح شناختی عمل می‌کنند» و دوم «چارچوب‌های رسانه‌ای که در سطح متنی عمل می‌کنند». توضیح و تبیین بیشتر مفهوم، هم از نظر شناختی و از بعد گفتمانی نه‌تنها از مطالعه محققان

---

1. Hertog & McLeod  
2. Scheufele

مختلف نشئت گرفته که برای توضیح پیچیدگی‌ها و جزئیات تلاش کرده‌اند، بلکه از تلاش‌های پیوسته بررسی بیشتر کاربردهای نظری و تجربی آن ناشی شده است. مثلاً، انتمن ارتباط و سودمندی مفهوم چارچوب‌بندی برای مطالعه فرهنگ را روشن ساخته است. زمانی که توضیح می‌دهد «... چارچوب‌ها حداقل چهار جایگاه در فرایند ارتباطات دارند: ارتباط‌گر، متن، گیرنده و فرهنگ» (۱۹۹۳: ۵۳).

البته این بدان معنی نیست که همه جایگاه‌ها به‌طور یکسان شکل گرفته‌اند. ارتباط‌گر، گیرنده و متن ممکن است محل تمرکز یا ائتلاف چارچوب‌هایی باشد که اگر این محل تمرکزها با چارچوب‌های مشترک و رایج پر شود که از سوی فرهنگ ارائه شده است آنها می‌توانند ارتباط برقرار کنند. عمومیت چارچوب‌ها نسبت به همه حوزه‌ها این است که بین آنها ارتباط را امکان‌پذیر می‌سازند و این چیزی است که استفاده چارچوب‌ها برای ترسیم فرهنگ را توجیه می‌کند. به‌عبارت دیگر، چارچوب‌ها ارتباط و پیوند بین متون و فرهنگ را فراهم می‌کنند زیرا فرهنگ مجموعه چارچوب‌های عمدتاً بیان‌شده و تحقق‌پذیر تجربی چارچوب‌های عمومی ارائه‌شده در گفتمان و تفکر اغلب مردم در یک گروه‌بندی اجتماعی است (انتمن، ۱۹۹۳). فاولر<sup>۱</sup> نکته مشابهی را بیان می‌کند، وقتی او تأیید می‌کند که: اخبار بازنمایی جهان در زبان است؛ زیرا زبان یک رمز نشانه‌شناختی است، آن در اصل، ساختاری از ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی بر هر آنچه بازنمایی شده، تحمیل می‌کند؛ بنابراین اخبار الزاماً مثل هر گفتمانی، به‌طور مفهومی از چیزی که درباره آن صحبت می‌کند الگوسازی می‌کند (۱۹۹۱: ۴). این امر بیانگر آن است که فرهنگ تجلی چارچوب‌های مشترک است که در هر یک از مکان‌های دیگر بازتولید شده است و در نهایت، فرهنگ چیزی است که

---

1. Fowler

ارتباط بین همه آنها را امکان‌پذیر می‌سازد. به‌طور ساده، فرهنگ جزء مهم و کلیدی از چارچوب‌هاست که اینها در ارتباط‌گیر، گیرنده یا متن هستند.

موضوع اصلی در اینجا این است که متون (نوشته‌های وبلاگ‌های خبری آمریکا)، چارچوب‌های رایج و عمومی می‌باشند که نشان و اثری از فرهنگ آمریکایی دارند. در نتیجه، اگر فرهنگ در بیان چارچوب‌های مشترک باشد، در آن‌صورت تحلیل چارچوب‌ها، بنیانی برای نحوه بیان فرهنگ در متون و فهم آن از سوی ارتباط‌گیران (نویسندگان متون وبلاگ‌ها) و گیرندگان (خوانندگان وبلاگ‌ها) ارائه می‌کند.

انتمن توضیح می‌دهد که چارچوب‌های عمومی و رایج در متون قرار گرفته «...» و با حضور یا غیبت واژگان‌های اصلی مشخص، عبارت‌های موجود (معمولی)، تصاویر کلیشه‌ای، منابع اطلاعاتی و جمله‌هایی آشکار می‌شود که از نظر مفهومی خوشه‌های حقایق یا قضاوت‌ها را فراهم می‌کنند» (همان: ۵۳).

همان‌طور که در بالا بحث شد، فرایند محض «انتخاب، تأکید، ارائه و نمایش» تبعیت از یک‌سری استانداردها و شرایط را پیش‌فرض می‌گیرد که حاکی از ارزش‌های در حال جریان است. در مورد رسانه‌ها، به‌دلیل اینکه چارچوب رسانه‌ای (تمایز شیفل بین چارچوب‌های فردی و رسانه‌ای) در متون رسانه‌ای قرار گرفته‌اند، می‌توانند ابزارها و تمهیدات مفیدی برای ترسیم استانداردها و شرایط یکسان باشند؛ زیرا نشانگر استفاده ما از متون رسانه‌ای و کل فضای ایدئولوژیک جامعه‌اند (دانگلو و کوئپرز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰).

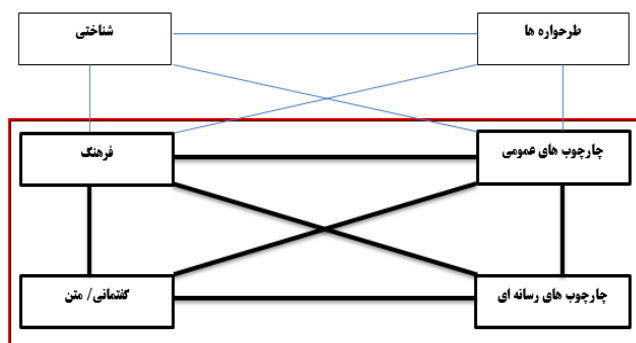
همان‌طور که شادسون<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) توضیح داده، رویکرد فرهنگی، رویکرد مناسبی است، زیرا تحلیل فرهنگی خبر بر نیروی محدودکننده سنت‌های فرهنگی گسترده و

---

1. D'Angelo

2. Schudson

نظام‌های نمادین، فارغ از ساختار سازمان اقتصادی یا ویژگی جریان رایج شغلی تأکید می‌کند. بدیهی است که اینها مفاهیم اساسی هستند زیرا استفاده ما از متون رسانه‌ای و کل فضای ایدئولوژیک جامعه را نشان می‌دهند. همچنین، شاخصی از نحوه تحلیل تجربی را ارائه می‌کنند. نمودار (۱) نشان‌دهنده طرح کلی و به هم پیوستگی موقعیت برخی از اصطلاحات به شکل نمودار و نمایانگر حوزه تأکید نوشتار با توجه به اهداف است.



نمودار ۱. چارچوب‌ها، گفتمان و فرهنگ

همان‌طور که در طرح کلی نمودار (۱) آمده است، در بالا سطح شناختی وجود دارد که در آن، چارچوب‌ها به عنوان طرح‌واره‌ها یا ساختارهایی عمل می‌کند که اطلاعات را پردازش، سازمان‌دهی و ذخیره می‌کنند که مطابق با چارچوب‌های فردی شیفل (۲۰۰۴) است. در پایین، سطح گفتمانی است که چارچوب‌ها در متون قرار گرفته‌اند، یعنی چارچوب‌های رسانه‌ای شیفل که موضوع مورد نظر ما، یعنی متون و مقاله‌های وبلاگ‌هاست.

به‌طور قابل ملاحظه‌ای، هر دو سطح به فرهنگ پیوند خورده و از طریق فرهنگ با همدیگر ارتباط برقرار می‌کنند که دارای نظامی از ارزش‌هاست. از طرفی، فرهنگ



در جایگاه خویش به چارچوب‌های عمومی پیوند خورده که انتمن اشاره می‌کند و به‌عنوان چارچوب‌های فردی یا رسانه‌ای درک می‌شود. حوزه‌ی احاطه‌شده در مربع، تأکید پژوهش را نشان می‌دهد. به‌عبارت دیگر، بحث‌های ما در سطح گفتمانی است که ما را با چارچوب‌های رسانه‌ای درگیر می‌کند که در مقاله‌ها و نوشته‌های وبلاگ‌ها مطرح شده است. همچنین این مدل، نحوه‌ی ایجاد چارچوب‌ها از طریق فرهنگ و ارزش‌ها را نشان می‌دهد. در این مدل، فرهنگ به‌عنوان آستانه و سرحد بین سطح شناختی و گفتمانی، ترکیبی از دو یا نوعی حد فاصل و تعامل است که هر دو سطح را به هم پیوند داده و در یک ردیف قرار می‌دهد و معنی و انسجام بین این دو و از همه مهم‌تر، ارتباط با چارچوب‌های عمومی را فراهم می‌کند.

بنیادی‌ترین بحث درباره‌ی چارچوب‌بندی این است که رسانه‌ها به سادگی فراهم‌آورنده‌ی اطلاعاتی از رویدادها و موضوعات خاص نیستند؛ بلکه آنها فراهم‌آورنده‌ی دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرات خاصی برای ما هستند. این امر، رویدادها و موضوعات را در زمینه‌های خاصی قرار می‌دهد و مخاطبان را ترغیب می‌کند تا موضوع را از طرق خاصی ادراک کنند؛ بنابراین رسانه‌ها صرفاً انتخاب‌کننده‌ی رویدادهای مورد پوشش قرار گرفته نیستند؛ بلکه آنها چارچوب‌های تفسیری را به همراه پوشش رسانه‌ای ارائه می‌کنند.

به‌طور خلاصه، در این کتاب، ما بر متون به‌عنوان ابزاری از فهم بهتر چگونگی ارتباط بین فرهنگ - گفتمان تأکید می‌کنیم؛ زیرا در محوریت سطح گفتمان، یعنی، متون می‌مانیم و عمده‌ی ارتباط‌گیر و گیرنده را همانند مدل انتمن حذف می‌کنیم؛ زیرا چنین سطحی، تحقیق دیگری را می‌طلبد و از حوزه‌ی هدف این نوشتار خارج است؛ بنابراین چارچوب‌های رسانه‌ای و نقش آنها را به‌عنوان بسته و ابزار تفسیری تحلیل می‌کنیم که برای تقویت مجموعه‌ی نگرش‌ها یا قضاوت‌ها به خوانندگان استفاده

می‌شود. با این هدف، چارچوب‌های خاصی را به‌عنوان یک روش برای ترسیم خوشه‌ای از موضوعات، ایده‌ها و تصاویر ترکیب‌بندی می‌کنیم که بحث‌هایی را دربارهٔ ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا ارائه می‌کنند. در حقیقت، در ترکیب و ارائهٔ چارچوب‌ها به‌دنبال انتخاب ارزش‌هایی هستیم که وبلاگ‌نویسان آمریکایی در بساخت تصاویر و روایت‌ها دربارهٔ ایران (و ملت ایران) استفاده می‌کنند. در حقیقت، نوشته‌های وبلاگ‌ها را به‌عنوان شیوه‌هایی برای ارزیابی عمومیت و استمرار همیشگی ایده‌ها در فرهنگ آمریکا در نظر گرفتیم. به‌طور خلاصه، چارچوب‌ها مجموعه‌ای از اصول را فراهم می‌کند که شناسایی آنها می‌تواند روش جایگزین برای شناسایی فرهنگ آمریکا باشد.

رویکرد چارچوب‌ها که در مطالعهٔ رسانه‌ها بیشتر استفاده می‌شود، دارای ابزارهای تحلیلی مفید و سودمندی برای فهم بازنمایی ایران در وبلاگ‌های آمریکایی فراهم می‌کند که از سوی محققان بسیاری گسترش پیدا کرده است. در فصل بعد، ابزارهای تحلیلی این رویکرد توضیح داده می‌شود.

### نظریه و نقد بلاغی

در بالا مطرح شد که یکی از نظریاتی که دارای ابزارهای تحلیلی مناسب در بررسی رسانه‌هاست، نظریه و نقد بلاغی<sup>۱</sup> است. به‌کارگیری نقد و تحلیل بلاغی برای تحلیل اعمال ارتباطی مناسب بوده و در تحقیقات ارتباطی مورد استفاده قرار گرفته است. در این نوع تحلیل، یک متن یا یک منبع مشخص مورد تحلیل قرار می‌گیرد و متن ممکن است نوشتاری یا هر نوع منبع ارتباطی دیگر باشد. در تحلیل بلاغی نه‌تنها محتوا، بلکه

هدف و ساختار آن مورد مطالعه قرار می‌گیرد (کوپیروز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). نگاه بلاغی به نحوه شکل‌گیری واکنش‌های فردی (یا جمعی) از سوی زبان و تصویر و نیز تأثیرگذاری آن می‌پردازد (فوس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴). از نظر داوکینز<sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، تحلیل بلاغی قادر به تحقیق و بررسی رابطه‌های بین نمادها و محیط‌های نمادین حول آنهاست زیرا «نمادها ابزارهای برساخت اجتماعی و بازسازی» هستند.

برای فهم اهمیت کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان به عنوان یک موضوع مهم در وبلاگ‌های خبری آمریکا به کارگیری رویکرد تحلیل‌های بلاغی مناسب است. دیدگاه بلاغی استفاده رسانه‌ای «کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان» با توجه به گستردگی این موضوع، فهم بهتری از چالش‌های ناشی از تأثیر این موضوع و پیامدهای اصلی شناخت را فراهم می‌سازد. در حقیقت، نظریه و نقد بلاغی ابزارهای ضروری برای دست یافتن به دیدگاه‌های تعریف‌کننده کلیشه‌های شرق‌شناسی به دست می‌دهد. تأکید تحلیل بلاغی بر این است که چگونه مردم از طریق استفاده از نمادها بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و کنش‌ها و احساسات و دیدگاه‌های متفاوت را درباره یک موضوع حساس شکل می‌دهند.

تحلیل بلاغی دارای روش‌ها و ابزارهای تحلیلی زبانی در بررسی و مطالعه اعمال ارتباطی است. یکی از این روش‌ها، تحلیل خوشه است که از سوی بورک<sup>۴</sup> (۱۹۶۹) مطرح شده و از سوی دیگران توسعه یافته است. تحلیل خوشه بورک یکی از ابزارهای روش‌شناختی در نظریه زبان است. این روش خاص بورک، علاوه بر ارائه شیوه عینی تعیین روابط بین موضوعات اصلی سخنگو، دیدگاه جدیدی به

---

1. Kuypers  
2. Foss  
3. Dawkins  
4. Burke

منتقدان نقد بلاغی فراهم می‌کند که می‌خواهند انگیزه‌های ناخودآگاه و ویژگی‌های بیشتر سخنگو را کشف کنند (جاسینسکی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱).

از نظر بورک (۱۹۷۳)، خوشه‌ها به‌طور ناخودآگاه، ارزش‌هایی را به تصویر می‌کشند که یک سخنور برای ارتباط یک تصویر یا واژگان با دیگری استفاده می‌کند. خوشه‌ها ممکن است شامل واژگان، نمادها، برچسب‌ها یا سایر ابزارهای بلاغی باشد. یک منتقد ممکن است تصورات شخصی را با همدیگر در خوشه‌ها ترکیب کند تا یک نیروی انگیزاننده یا ایدئولوژیک را آشکار سازد. در حقیقت، منتقد واژگان‌ها، عبارات و خوشه‌ها (خوشه‌بندی)های مرتبط را برای شناسایی موضوع مورد نظر در کل پوشش رسانه‌ای کشف خواهد کرد.

واژه خوشه‌بندی در تحلیل خوشه به انواع کنش‌ها، تصاویر و رفتارهایی اشاره می‌کند که با مفاهیمی که از طریق اصطلاح اصلی (واژگان‌های غالب، تکرار شونده و مهم متن مورد نظر) درباره یک موضوع مشخص بیان می‌شود هماهنگی و مطابقت پیدا می‌کنند. بورک ادعا می‌کند، یک ارتباط‌گر، فهم خویش از موضوع را آگاهانه یا ناآگاهانه از طریق گزینش واژگان بیان می‌کند. زمانی که شخص در جهت شکل‌دهی نگرش‌ها یا غلبه و نفوذ در دیگران تلاش می‌کند، تصمیمی آگاهانه برای به‌کارگیری واژگان در یک گفتمان نوشتاری می‌گیرد تا به اهدافش برسد. با این وجود، به‌طور ناخودآگاه زمانی که یک ارتباط‌گر واژه‌ای را به‌طور عمدی یا بی‌اختیار انتخاب می‌کند، «انعکاس، انتخاب و انحراف واقعیت» را شکل می‌دهد (فوس، ۲۰۰۴) و این نحوه نگرش ارتباط‌گر به جهان و نحوه تفسیر اوست. معانی و دلالت‌های ضمنی که از طریق واژگان مربوط به مفاهیم اصلی انتقال پیدا می‌کنند، با استخراج اصطلاحات

---

1. Jasinski

اصلی و خوشه‌های واژگانی مرتبط آشکار می‌شود. با ترسیم واژگان خوشه‌بندی شده حول اصطلاحات اصلی، تحلیل خوشه بررسی عمیق معانی واژگان انتخاب شده از سوی نویسنده را امکان‌پذیر می‌کند؛ چگونه متون «ارزش‌های فرهنگی را می‌سازند و حمایت می‌کنند» (هاینز و لی،<sup>۱</sup> ۱۹۹۸) و از این‌رو، جهان‌بینی و نظام ارزشی سخنور آشکار می‌شود.

هر چند بسیاری از محققان بلاغی از بورک در تحلیل متن یک سخنگو استفاده کردند، اما با توسعه مفهومی و روشی آن نشان داد که تحلیل خوشه برای تحلیل چند متقابل کاربرد دارد. برای مثال، هاینز و لی، یک رویکرد روش‌شناختی مشابه در تحلیل خوشه به کار بردند. مطالعه آنها توانایی گسترده تحلیل خوشه یک متن بلاغی از یک گفتگوی شخصی به یک متن گسترده چندگانه و چندپاره را نشان داد.

طبق نظر بورک، «با ترسیم خوشه‌ها، سرخ‌هایی از عناصر و عوامل مهم طبقه‌بندی شده در ترکیبات نمادین به دست می‌آید. در این روش، منتقد بهتر می‌تواند سازمان‌دهی مفاهیم مرتبط با سخنور را فهم کند که اغلب جزء چارچوب نسبتاً نامشخص اهداف یک گفتمان است» (۱۹۳۷: ۳۷). طبق نظر سونجا ک. فوس<sup>۲</sup>، این روش «به منتقد کمک می‌کند تا جهان‌بینی سخنور و انگیزه او را کشف کند. در این روش، معانی که نمادهای اصلی برای سخنور دارند، با ترسیم نمادهایی کشف می‌شوند که حول آن نمادهای اصلی در متن بلاغی خوشه‌بندی می‌شوند» (فوس، ۱۹۸۹: ۳۶۷)؛ بنابراین نمادهای توجیه‌کننده ثانویه، زمینه و بافتی برای نماد اصلی جهت توسعه یک رابطه معنادار ارتباطی و تداعی معنایی فراهم می‌کنند. اهمیت این

---

1. Heinz and Lee  
2. Sonja K. Foss

ارتباط بیشتر با مفهوم «پرده‌های اصطلاح‌گرایانه»<sup>۱</sup> بورک توضیح داده شده است. این مفهوم، مجموعه‌ای از نمادهاست که تبدیل به یک پرده یا شبکه‌ای از فهم شده که جهان را برای ما مفهوم‌سازی می‌کنند. در اینجا بورک نظریه‌ها و انتقادهای بلاغی را راه درک رابطه بین زبان و ایدئولوژی می‌داند. از نظر بورک، زبان واقعیت را منعکس نمی‌کند؛ بلکه به گزینش واقعیت و نیز انحراف واقعیت کمک می‌کند. در حقیقت، مثل هر نظام پیچیده (نظیر سیستم ایمنی بدن، اکوسیستم یا یک کامپیوتر مدرن)، واژگان‌ها به همدیگر پیوند می‌خورند و نظامی را شکل می‌دهند. پیوند واژگان‌ها به همدیگر، فیلترها یا پرده‌هایی را شکل می‌دهند که اجازه دیدن در یک روش خاص و مانع دیدن در روش‌های جایگزین دیگر را می‌دهد. مثل فیلتر قرمز رنگ که اجازه دیدن برخی رنگ‌ها را می‌دهد و مانع دیدن برخی رنگ‌های دیگر می‌شود. بورک گفت: «حتی اگر هر پرده، اصطلاحی مشخص، انعکاس واقعیت باشد، با هر ماهیتی، باید گزینشی از واقعیت و تا حدی، به‌عنوان یک انحراف واقعیت باشد» (۱۹۶۸: ۳). در حقیقت، یک پرده اصطلاحی، یک جهان معنی است زیرا «روش مشخصی برای دیدن و روشی از ندیدن» به ما می‌بخشد (همان، ۱۹۶۶: ۴).

بورک (۱۹۷۳) در تحقیقات خویش پیشنهاد کرده که هر اثر سخنور با «خوشه‌های متداعی»<sup>۲</sup> حاوی واژگان و اصطلاحاتی است که بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و می‌توان با استفاده از تحلیل خوشه، آنها را توضیح داد. طبق نظر بورک، وقتی هر شکلی از بلاغت را با استفاده از «خوشه‌های متداعی» تحلیل می‌کنیم، محقق باید «هر آنچه در این خوشه‌ها با همدیگر مطابق هستند پیدا کند - چه نوعی

---

1. Terministic screens  
2. Associational clusters

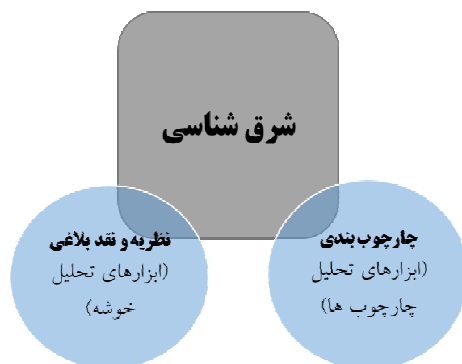
از کنش‌ها، تصاویر، شخصیت‌ها و موقعیت‌ها با مفاهیم قهرمانی، شرارت، دل‌داری و ناامیدی همسو و مطابقت دارد» (۱۹۷۳: ۲۰)؛ بنابراین تحلیل خوشه متداعی‌کننده یک ابزار نقد بلاغی است که عموماً برای آشکارسازی جهان‌بینی یا ایدئولوژی یک عمل ارتباطی در گفتمان به‌کار می‌آید. در بالا گفته شد، از نظر بورک، قدم اول برای بررسی یک متن، یافتن مطابقت یک چیز یا یک موضوع با یک چیز یا موضوع دیگر در گفتمان است (۱۹۷۳).

تحلیل خوشه به‌عنوان یک روش بلاغی می‌تواند در بررسی نگاه و احساس درباره مسلمانان و کلیشه‌ها کمک کرده و تنش‌ها و انگیزه‌ها را نشان دهد. درحالی‌که بورک، یک روش خاص برای تحلیل خوشه مطرح نکرده است، اما بسیاری از محققان در حوزه مطالعات ارتباطی ادعا می‌کنند که محقق باید اصطلاحات اصلی را شناسایی، روابط خوشه‌ها حول اصطلاحات اصلی را تعیین و در نهایت یک تحلیل انتقادی با اصطلاحات اصلی انجام دهد (جاسینسکی، ۲۰۱۱). هاینز و لی (۱۹۹۸) معتقدند که «با آشکارکردن خوشه‌های مرتبط، منتقدان می‌توانند برتری ارزش‌های فرهنگی خاص را آشکار کنند. ارزش‌ها، فهم جامعه از موضوعات خاص یا احساسات را نشان می‌دهند. این مطالعه، از طریق تحلیل خوشه، می‌تواند واقعیت‌های نمادین ایجادشده و برساخته شده در ترکیب‌بندی کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان (و در عین حال، ایران) را در وبلاگ خبری آمریکایی ترسیم کند که برگرفته از ارزش‌های حاکم و مسلط غربی و آمریکایی است.

### ترسیم مدل نظری

در این کتاب، شرق‌شناسی (و شرق‌شناسی نوین) به‌عنوان محور چارچوب نظری مورد بررسی قرار گرفت؛ سپس نظریه چارچوب‌بندی و نظریه بلاغی در کنار

نظریه شرق‌شناسی ارائه شد تا ضمن ترسیم فضای مشترک، ظرفیت‌های تحلیلی آنها را برای تحلیل متون و بلاگ ارائه کند. می‌توان چارچوب مفهومی و نظری نوشتار حاضر را در شکل (۱) نشان داد:



شکل ۱. مدل نظری

ذکر این نکته ضروری است که ابزارها و ظرفیت‌های تحلیل هر کدام از این رویکردها در بخش‌های بعدی کتاب به‌طور مفصل توضیح داده خواهد شد.





## فصل چهارم

### روش شناسی



### مقدمه

در این فصل به رویکرد روش‌شناختی کتاب پرداخته می‌شود. در فصول پیشین، ادبیات و چارچوب نظری و مفهومی که می‌تواند در مسیر این بررسی راهگشا باشد، ارائه شد.

برای بررسی پدیده‌های مختلف، روش‌های مختلفی به کار گرفته می‌شود اما به‌طور کلی دو رویکرد در بررسی پدیده‌ها وجود دارد که شامل رویکردهای کیفی و کمی است. برای درک و فهم بهتر این روش‌ها لازم است توضیحات مقدماتی ارائه شود. در فضای فکری پست‌مدرن، مدافعان پست‌مدرنیسم از پایان عصر روایت‌ها و نظریه‌های کلان سخن به میان می‌آورند. به اعتقاد آنان اکنون به روایت‌های محلی، موقت و محدود نیازمندیم؛ چراکه تغییرات اجتماعی و در نتیجه تنوع زیست جهان‌ها باعث متکثر شدن سبک‌های زندگی و الگوهای تفسیر شده است. به همین دلیل، لیوتار<sup>۱</sup> (۱۹۸۴) هر کوشش نظری در جهت یافتن اصل یا اصول کلی حاکم

---

1. Lyotard

بر همهٔ فعالیت‌های بشری و همهٔ روابط اجتماعی (به قول خود او همهٔ انواع گوناگون «بازی‌های زبانی»<sup>۱</sup>) را روایت بزرگ می‌شمارد و به گمان او در جهان پست‌مدرن، به دلیل گوناگونی ماهوی بازی‌های زبانی جایی برای اصل یا اصول کلی حاکم بر همهٔ آنها نیست. به طور کلی در ادبیات روش‌شناختی، سه جنبش یا پارادایم را می‌توان در نظر گرفت که عبارت‌اند از: پارادایم کمی، کیفی و ترکیبی (تلفیقی از کمی و کیفی).

آنچه از گفته‌های لیوتار برمی‌آید، جنبش دوم قادر به پرسش‌های عصر حاضر نیست یا به عبارت بهتر، تبیین کاملی از مطالعهٔ پدیدهٔ مورد نظر به دست نمی‌دهد. روش‌های پوزیتیویستی (کمی) به واسطهٔ گوناگونی موضوعات و زمینه‌های اجتماعی متفاوت عصر حاضر، دیگر پاسخگو نیستند؛ چراکه پژوهش‌های کمی تنها به شرح و توصیف روابط علت و معلولی بسنده می‌کنند و صحبت از تعمیم‌های کلی می‌کنند؛ بنابراین نیازمند روش (روش‌هایی) کیفی هستیم که بتواند به این مسائل پاسخگو باشد. روش‌های تلفیقی با توجه به جامعهٔ آماری و نیز شرایط تحقیق و بافت تحقیق به کار گرفته می‌شود.

در تحقیقات اجتماعی بر اساس «نوع و ماهیت داده‌های تحقیق»، دو دسته تحقیقات کمی و کیفی موجود می‌باشند (از کیا و آستانه، ۱۳۸۲) که هر کدام ویژگی‌ها و مشخصات خاص خود را دارند. تحقیقات رسانه‌ای نیز واجد چنین ویژگی است و از دو روش کیفی و کمی و گاهی با توجه به هدف و شرایط تحقیق از روش ترکیبی (تلفیقی) در پژوهش بهره می‌برد. ترکیب رویکردهای کمی و کیفی درک بهتری از موضوع تحقیق (نسبت به کارگیری جداگانهٔ رویکردها) به دست می‌دهد و نقایص کاربرد جداگانهٔ شیوه‌های کمی و کیفی را جبران می‌کنند (کرسول و پلانوکلاک، ۱۳۸۷). بنابراین در این کتاب، از دو رویکرد کمی و کیفی در سطح کلان و خرد استفاده خواهد شد.

---

1. Language games

به دلیل اینکه نوشتار حاضر درصدد بررسی مطالب (پست‌ها) و پاسخ‌های مختلف (کامنت‌ها) نسبت به یک موضوع (بازنمایی مسلمانان و ایران) در وبلاگ‌های خبری آمریکایی و تحلیلی است، در محل اول، از روش تحلیل چارچوب برای تحلیل همه نوشته و اخبار مربوط به ایران استفاده خواهد کرد. در مرحله دوم، برای فهم وجود کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در گفتمان وبلاگ به‌عنوان یک فناوری جدید، همانند رسانه‌های ارتباط جمعی، تحلیل خوشه‌<sup>۱</sup> نوشته‌های پربیننده انجام خواهد شد؛ به‌عبارت دیگر، در بین نوشته‌ها و فوروم‌ها که دارای بیشترین کامنت و اظهارنظر هستند و درباره مسلمانان می‌باشند، انتخاب و تحلیل خوشه خواهند شد.

بنیادی‌ترین بحث درباره چارچوب‌بندی این است که رسانه‌ها به سادگی فراهم‌آورنده اطلاعاتی از رویدادها و موضوعات خاص نیستند؛ بلکه آنها فراهم‌آورنده دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرات خاصی برای ما هستند. این امر، رویدادها و موضوعات را در زمینه‌های خاصی قرار می‌دهد و مخاطبان را ترغیب می‌کند تا موضوع را از طرق خاصی ادراک کنند؛ بنابراین رسانه‌ها صرفاً انتخاب‌کننده رویدادهای مورد پوشش قرار گرفته نیستند؛ بلکه آنها چارچوب‌های تفسیری را به همراه پوشش رسانه‌ای ارائه می‌کنند. این رویکرد که در مطالعه رسانه‌ها بیشتر استفاده می‌شود، دارای ابزارهای تحلیلی مفید و سودمندی برای فهم بازنمایی ایران در وبلاگ‌های آمریکایی فراهم می‌کند که از سوی محققان بسیاری گسترش پیدا کرده است. روش چارچوب‌بندی معمولاً در درون روش‌های کمی مطالعه پدیده‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرد؛ اما این نوشتار علاوه بر روش معمول چارچوب‌بندی، رویکرد تحلیلی و تفسیری بدان خواهد بخشید. رویکردهای

مختلف که به‌طور دقیق در قسمت‌های بعدی توضیح داده خواهد شد.

تحلیل خوشه، روشی مربوط به تحلیل گفتمان، شاخه‌ای از علم معانی بیان<sup>۱</sup> (فن خطابه) است که به‌طور گسترده در تحقیقات رسانه‌ای مورد استفاده قرار گرفته‌است. روشی است که به‌وسیله بورک (۱۹۷۳) مطرح و توسط فوس (۱۹۹۶) و دیگران گسترش پیدا کرد. این روش به منتقد کمک می‌کند تا جهان‌بینی سخنور<sup>۲</sup> را دریافت کند. در معانی بیان، نمادها حول نماد اصلی جمع شده و معانی را می‌سازند. در این روش، با ترسیم نمادهایی که حول نمادهای اصلی در متن معانی بیان (نوشته یا گفتار سخنور) شکل می‌گیرند، معانی نمادهای اصلی کشف می‌شود.

لازم به ذکر است که تحلیل خوشه، نوعی روش تحقیق کیفی است نه روش کمی و ابزارهای تحلیلی خاص خودش را داراست و در بین سایر روش‌ها، تشابه‌هایی با روش تحلیل محتوای کیفی دارد. تفاوت آن با تحلیل محتوای کیفی این است که در روش تحلیل خوشه، خوشه‌های تداعی‌کننده و مرتبط وجود دارد و تحلیل انتقادی یافته‌ها امکان‌پذیر است. در تشخیص خوشه‌ها، محقق در جستجوی عبارت‌ها یا واژگان‌هایی است که حاوی ارجاعاتی مربوط به اصطلاحات اصلی و کلیدی شناخته‌شده هستند. خوشه‌هایی که آشکار می‌شوند به محققان این اجازه را می‌دهند تا نحوه تفکر و احساس پاسخ‌دهندگان درباره مسلمانان را تشخیص دهند.

### شیوه نمونه‌گیری و تعداد نمونه

وبلاگ‌های خبری انگلیسی‌زبان آمریکا در سال ۲۰۱۰ جامعه مورد تحقیق این مطالعه را تشکیل می‌دهند تا نظرات جدید و نوینی از دیدگاه شرق‌شناسی از

---

1. Rhetoric  
2. Rhetor

مسلمانان و ایران و نحوه بازنمایی در این وبلاگ‌ها را روشن سازد؛ اما چه وبلاگ‌هایی انتخاب می‌شوند و نحوه انتخاب وبلاگ‌ها چگونه است؟ گزارش شده است که در هر ثانیه یک وبلاگ جدید ایجاد می‌شود و این امر انتخاب نمونه وبلاگ برای تحلیل را مشکل می‌کند.

برای حل این مشکل، بر وبلاگ‌های خبری تمرکز خواهیم کرد که در جامعه آمریکا تبدیل به منبع اصلی خبر برای شهروندان شده‌اند، نه وبلاگ‌های شخصی و نه چندان تأثیرگذار در افکار عمومی. این وبلاگ‌های خبری، خبرهای وبلاگ‌ها و اخبار را طبقه‌بندی می‌کنند و نیز دارای فورومی هستند که امکان شکل‌گیری گفتمان عمومی پیرامون یک مسئله خاص را فراهم می‌سازند. این نوع وبلاگ‌ها که به نوعی جمع‌آوری‌کننده<sup>۱</sup> خبر وبلاگ‌ها یا موتورهای جستجوی وبلاگ‌ها<sup>۲</sup> هستند، امروزه برای مطالعه، بررسی و تحلیل وبلاگ‌ها در محیط‌های آکادمیک مناسب‌ترین روش می‌باشند و بیشتر تحقیقات در مورد وبلاگ‌ها از آنها بهره گرفته‌اند. موتورهای جستجوی وبلاگ‌ها (بلاگ‌ها) برای جستجوی انواع موضوعات در وبلاگ‌ها استفاده می‌شوند. افراد مختلف به‌ویژه آمریکایی‌ها برای آگاهی از وبلاگ‌ها، اطلاعات موجود و آگاهی از به‌روزرسانی وبلاگ‌ها از این وبلاگ‌ها (موتورهای جستجوی وبلاگ‌ها) به جای استفاده از موتورهای جستجوی عمومی مثل گوگل، یاهو و سایر موتورهای جستجو استفاده می‌کنند؛ زیرا سیستم جستجوی آنها از مکانیسم‌های پینک<sup>۳</sup> پیروی می‌کند که پلتفرم وبلاگ فراهم می‌کند و فیدهای آر.اس.اس / اتم نیز برای به‌روزرسانی داده‌های جستجو استفاده می‌شود. به‌طور کلی، این موتورهای

---

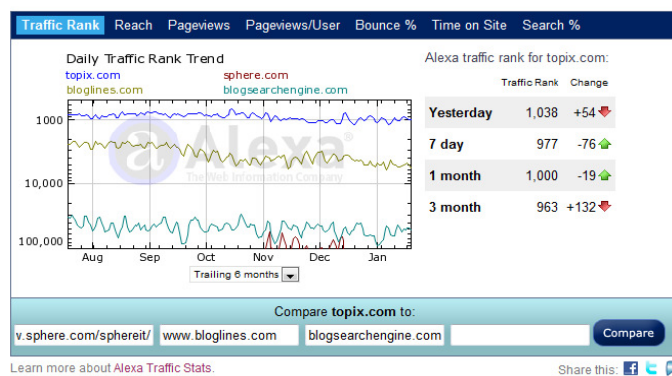
1. Blog aggregator  
2. Blog search engines  
3. Ping



جستجو برای مطالعه موضوعی وبلاگ‌ها و اهداف عملی، ابزارهای مختلف و مفیدی در اختیار می‌گذارند که می‌توان از طریق آنها به‌طور یکجا، اخبار، مطالب، پست‌ها و کامنت‌های مربوط به موضوعات مختلف در وبلاگ‌های مشهور و تأثیرگذار را مشاهده و مطالعه کرد. در بین ۱۰ موتور جستجوی وبلاگ‌ها، مهم‌ترین وبلاگ‌های خبری (موتورهای جستجوکننده وبلاگ‌ها) عبارت‌اند از:

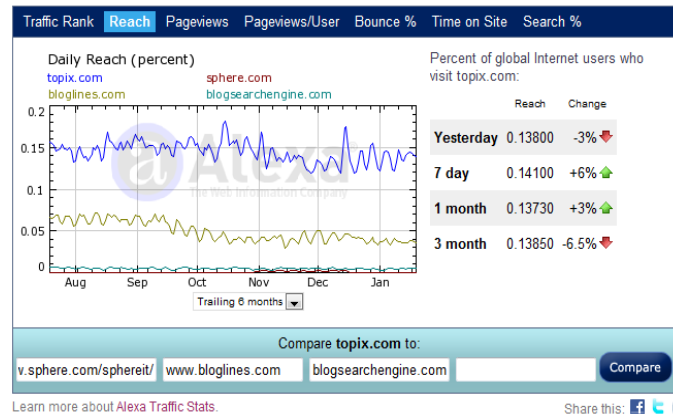
- Bloglines (www.bloglines.com)
- Topix.net (www.topix.net), (www.topix.com), (www.blog.topix.com)
- http://www.blogsearchengine.com/
- http://www.sphere.com/sphereit/

با توجه به اینکه این وبسایت‌ها (موتورهای جستجو) ویژگی‌های مشترک و متفاوتی دارند، در مرحله بعد برای انتخاب یک موتور جستجو از بین آنها از سایت الکسا استفاده شد. مقایسه روند میزان مبادله اطلاعات روزانه، دسترسی به سایت و بازدید از صفحات بر اساس معیارهای سایت الکسا (مهم‌ترین سایت بررسی و مقایسه وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها بر اساس معیارهای مختلف) چهار وبلاگ خبری (به‌عنوان موتور جستجوی وبلاگ) را در شش ماه گذشته نشان می‌دهد که توضیحات آنها در نمودار (۲) آمده است:



نمودار ۲. مقایسه میزان مبادله اطلاعات در طول زمان

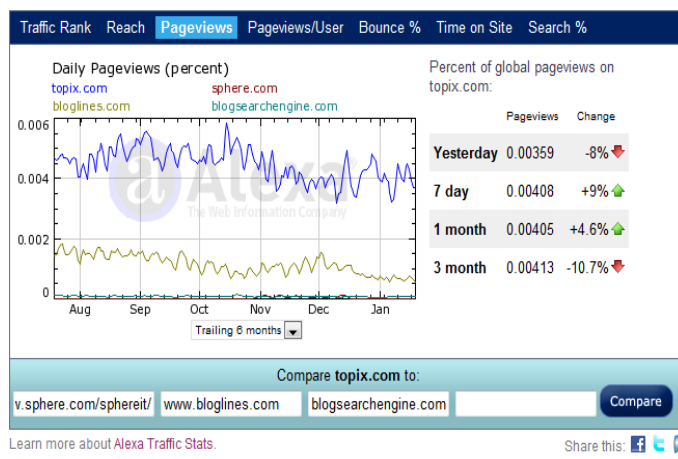
نمودار (۲) تحلیل اطلاعات مربوط به هر چهار وبلاگ خبری (موتورهای جستجوکننده وبلاگ‌ها) را از نظر میزان مبادله اطلاعات نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، میزان مبادله اطلاعات وبلاگ خبری تاپیکس<sup>۱</sup> در مقایسه با سه تای دیگر در شش ماه گذشته بیشتر بوده، این وبلاگ خبری بر خلاف وبلاگ‌های دیگر، روند نسبتاً ثابتی داشته است.



نمودار ۳. مقایسه میزان دسترسی و استفاده از وبلاگ‌ها در طول زمان

نمودار (۳) میزان دسترسی و استفاده از وبلاگ‌ها در طول زمان را نشان می‌دهد. وبلاگ خبری تاپیکس هر چند در طول شش ماه افت و خیز داشته است، اما با این حال در مقایسه با سایت‌های دیگر، میزان دسترسی و استفاده از این وبلاگ خبری در طول شش ماه بیشتر است.

1. www.topix.com



نمودار ۴. مقایسه تعداد صفحات بازدید شده در طول زمان

همان‌طور که نمودار (۴) نشان می‌دهد، در طول زمان شش ماه، اختلاف چندانی در تعداد صفحات به‌طور نسبی دیده می‌شود و در فاصله بین ماه اکتبر و نوامبر بیشترین بازدید صفحات را داشته است و در مقایسه با سایر وبلاگ‌ها، بازدید صفحات این وبلاگ به مراتب بیشتر از سایر وبلاگ‌های خبری است و قابل قیاس با آنها نیست.

به‌طور کلی، تحلیل نمودارها بر اساس معیارهای سایت الکسا نشان داد که سایت [www.topix.com](http://www.topix.com) از هر لحاظ نسبت به سایت‌های دیگر برتر است. بر همین اساس، این وبلاگ خبری برای تحلیل انتخاب شد.

از آنجایی که هدف در این کتاب، تحلیل بازنمایی ایران و مسلمانان در وبلاگ خبری مورد نظر است، برای انتخاب متون از نمونه‌گیری هدفمند یا نظری<sup>۱</sup> استفاده شد (فلیک، ۱۳۸۷: ۱۳۸). در این شیوه، نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط بودن موردها با تحقیق و به روش قضاوتی و راهبردی، نه معرف بودن، انجام می‌گیرد؛ بنابراین با جستجوی کلمه **Iran** در

1. Theoretical or Purposive Sampling

این وبلاگ، نمونه‌های مختلفی پیرامون این موضوع پیدا شد که در مرحله اول، همه مطالب (پست‌های) مربوط به ایران در محدوده زمانی سال ۲۰۱۰ انتخاب شده و با ابزارهای تحلیل چارچوب‌ها، چارچوب‌های بازنمایی ایران تحلیل می‌شود؛ سپس در مرحله دوم با هدف شناسایی و تحلیل کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان، اصطلاح Muslim(s) در مطالب و فوروم‌های وبلاگ مورد نظر جستجو شد و در این بین نوشته‌ها و فوروم‌ها که دارای بیشترین کامنت و اظهارنظر درباره مسلمانان بود، انتخاب شد؛ چراکه اهمیت آن مطلب بیشتر بوده و توانسته افراد مختلفی را به سوی خود جلب کند و نوعی گفت‌وگو عمومی را نسبت به آن موضوع در وبلاگ شکل بدهد. بر همین اساس، فوروم موضوعی «چرا آمریکایی‌ها از مسلمانان متنفر هستند» و نوشته‌های پیرامون آن، متون ارزشمندی برای تحلیل بود. از این رو، برای تحلیل کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان انتخاب شد.



## **فصل پنجم**

### **بررسی یافته‌ها**



در این فصل که در دو بخش تدوین شده است، در مرحله اول، همه مطالب (پست‌های) مربوط به بازنمایی ایران در متن برگزیده با استفاده از ابزارهای تحلیل چارچوب‌ها، تحلیل می‌شوند؛ سپس در بخش دوم، کلیشه‌های شرق‌شناسی متن و فوروم مورد نظر که دارای بیشترین کامنت و اظهارنظر درباره مسلمانان است با استفاده از ابزارهای تحلیل خوشه، تحلیل خواهد شد.





## بخش اول

### تحلیل چارچوب های بازنمایی ایران

همان طور که در بخش نظری توضیح داده شد، فرهنگ در معانی مشترک و رایج است که با متون رسانه‌ای انتقال می‌یابد و با ابزارهای چارچوب‌بندی نحوی، مضمونی و رتوریکی مثل مفاهیم اصلی، عبارت‌های معمولی یا پیچیده، تصاویر کلیشه‌ای، استعاره‌ها، ابزارهای نمادین و خوشه‌های تقویت‌کننده مضمونی نگرش‌ها یا قضاوت‌ها، بیان می‌شود. از این رو به صورت نسبی، شناسایی چارچوب‌های عمومی بیان‌شده از سوی گفتمان خاص وبلاگ‌ها در جایگاه خویش، منجر به شناسایی بُعد فرهنگی متون می‌شود؛ زیرا تحلیل چارچوب، بیشتر تحلیل قلمرو فرهنگی و یکی از روش‌های تفسیر معانی در متون رسانه‌ای رمزگذاری شده است تا تحلیل محتوا (ون گروپ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷؛ دومینگو و هینونن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸).

در این مرحله، تمرکز بر روی واحد تجربی چارچوب‌هاست که به‌عنوان پایه نظام کدگذاری استفاده می‌شود تا از طریق آنها، نوشته‌ها و مقاله‌های مرتبط با موضوع کدگذاری شوند. از این رو، برای مطالعه چارچوب‌های مختلف در متون خبری و جمع‌آوری اطلاعات لازم، نیازمند رویکرد (رویکردهایی) هستیم که

---

1. Van Gorp  
2. Domingo & Heinonen

سیستماتیک و تجربی باشند. از نظر هرتوق و مک لئود (۲۰۰۳)، مرتبه اول در تحلیل چارچوب، شناخت مفاهیم اصلی است که چارچوب‌های مختلف را تشکیل می‌دهند. مرحله دوم در تحلیل چارچوب، شناخت روایت اصلی متن است. بین روش‌های مختلف در تحلیل چارچوب‌ها، تانکارد<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) سه نوع رویکرد مختلف را برای مطالعه چارچوب‌ها به شکل تجربی ارائه می‌کند که هر کدام از آنها می‌توانند با توجه به شرایط تحقیق استفاده شوند:

۱. رویکرد «بسته رسانه‌ای»<sup>۲</sup>، مفهومی که واژگان کلیدی و زبان عمومی را نشان می‌دهد که به شناخت چارچوبی خاص کمک می‌کند؛
  ۲. رویکرد «مفهوم چند بُعدی»<sup>۳</sup>، که عناصر یا ابعاد مختلف اخبار تشکیل‌دهنده چارچوب رسانه را بررسی می‌کند؛ این مفهوم متغیرهای سستی ارائه خبر را ترکیب می‌کند؛
  ۳. رویکرد «لیست چارچوب‌ها»<sup>۴</sup> که بر نحوه تصویرپردازی یک موضوع در خبر از طریق شناخت سازوکارهای چارچوب‌بندی استفاده‌شده در کل متن، تأکید می‌کند. در این رویکرد، مرحله اصلی منجر به شناخت و تشخیص فهرستی از چارچوب‌ها می‌شود. در این رویکرد، چارچوب‌های آشکارسازی طیفی از چارچوب‌های احتمالی و ممکن، قرار دادن چارچوب‌های احتمالی مختلف در یک فهرست آشکار، توسعه واژگان اصلی، عبارت‌های اصلی، نمادها برای کمک به کشف هر چارچوب و رمزگذاری محتوا به مقوله‌ها، مد نظر قرار می‌گیرد.
- رویکرد لیست چارچوب‌ها، اصطلاحات را از طریق بررسی محتوای رسانه آشکار می‌سازد. از آنجایی که هدف مطالعه، بررسی کل متن و بلاگ مورد نظر و

---

1. Tankard  
 2. Media package  
 3. Multidimensional concept  
 4. listof frames

شناخت نحوه سازوکارهای چارچوب‌بندی ایران است، رویکرد لیست چارچوب‌ها برای جمع‌آوری و بررسی تجربی متن وبلاگ استفاده شده است. چنین رویکردی به‌عنوان ابزار استخراج نتایج پیوسته از کدگذاران مختلف در تحلیل کمی مقوله‌های خبری توسعه یافت. هر چند این روش، معیار قوی برای هماهنگی بین کدگذاران مختلف ارائه نمی‌کند، اما در نحوه شناخت چارچوب‌ها و طراحی ابزاری برای شناخت و تحلیل چارچوب از سوی یک کدگذار یا رسیدن به اجماع کدگذاران با زمینه‌های یکسان، مفید و سودمند است. سازمان‌دهی اصول رویکرد لیست چارچوب‌ها شامل تدوین فهرستی از چارچوب‌های ممکن برای یک بُعد محتوای خبری و جمع‌آوری مشخصات و فهرست‌بندی شاخص‌ها برای هر لیست چارچوب است (تانکارد و دیگران، ۲۰۰۳: ۶). این لیست، کدگذاران را قادر می‌سازد تا از طریق شناخت تعدادی از شاخص‌های متعلق به یک چارچوب، مقوله‌های خبری را مشخص و بدان نسبت دهند. توصیه تانکارد و دیگران، این بود که فهرست باید به‌طور قیاسی از طریق نگاه به نمونه‌ای از مقاله‌ها (تقریباً ۲۰ مقاله) تعیین شود نه با حکم و اجازه محقق؛ بنابراین، مرحله اول تلاش برای شناسایی لیستی از چارچوب‌ها برای حوزه‌ای خاص، گردآوری تقریباً ۲۰ مقاله در مورد موضوع علاقه است (همان)؛ اما در این نوشتار، برای جمع‌آوری و شناخت لیست چارچوب‌های نوشته‌ها و مقاله‌های وبلاگ‌ها، ۱۰۰ مقاله و نوشته وبلاگ را بررسی کردیم تا چارچوب و شاخص‌های مربوطه را استخراج کنیم. برای رسیدن به اجماع و اشباع نظری بین کدگذاران، دو بحث متمرکز گروهی را ترتیب دادیم تا به داوری و شناخت جامع‌تری از چارچوب‌ها و شاخص‌های آنها برسیم. بررسی مقاله‌های بیشتر از سوی چندین محقق و بحث گروهی متمرکز باعث افزایش اعتبار تحقیق در این قسمت شده است.

همان‌طور که در بخش قبل اشاره شد، در این قسمت از تحلیل، تمامی اخبار، مقاله‌ها و نوشته‌هایی که مربوط به ایران است در محدوده زمانی سال ۲۰۱۰ مورد تحلیل قرار می‌گیرند. چارچوب‌ها به‌عنوان واحد تحقیق و پایه نظام کدگذاری استفاده شده‌اند تا از طریق آنها، نوشته‌ها و مقاله‌های مرتبط با موضوع، کدگذاری شوند. برای هدف بررسی حاضر، ما رویکرد چارچوب‌های رسانه‌ای شیفل را برای تفکیک آنها از چارچوب‌های فردی (چارچوب‌هایی که افراد برای پردازش اطلاعات استفاده می‌کنند) استفاده می‌کنیم. در واقع، چارچوب‌ها به‌عنوان واحدهای موضوعی تعریف شده‌اند که شامل یکسری موضوعات و موضوعات فرعی بوده و روی هم رفته به‌عنوان مجموعه تحلیل کلی عمل می‌کنند.

آنچه از نگاه به متون و اخبار منتشرشده در وبلاگ خبری و گروه‌بندی موضوعات و موضوعات فرعی حاصل شد، گروه‌های بسیار گسترده از موضوعات بود؛ اما با بحث‌های متمرکز متناسب با هدف، به درجه مشخصی از اجماع و تأیید رسیدیم که در نهایت، به شناخت چارچوب‌های کلی‌تر و در نهایت به سه چارچوب منتهی شد (جدول ۱):

۱. چارچوب سیاسی؛
۲. چارچوب اقتصادی؛
۳. چارچوب فرهنگی - اجتماعی.

سه چارچوب بزرگ و از نظر موضوعی متمایز، پاسخی به ملاحظه‌های روش‌شناختی و نظری مختلف است. از یک‌سو، ما نیازمند مقوله‌بندی اخبار و نوشته‌های وبلاگ‌ها هستیم تا تعداد زیادی از آنها را تحت هر مقوله، گروه‌بندی کنیم تا اینکه تحلیل را به‌عنوان جریان کارآمد حفظ کنیم. همچنین، به دلیل ماهیت

تحقیق، بررسی تعداد زیادی از مقاله‌ها و نوشته‌های این سایت بزرگ، ویژگی‌های عمومی را نشان می‌دهد که تحلیل آنها می‌تواند دیدگاه‌های کلی درباره عملکرد چارچوب‌ها و تعامل آنها و ایجاد روایت درباره ایران را توسعه دهد. از سوی دیگر، محدود کردن آنها به حوزه‌های خاص (سیاست، اقتصاد و جامعه) علی‌رغم ویژگی عمومی‌شان، شناسایی تعداد کمتری از موضوعات مربوط به هر حوزه خاص را امکان‌پذیر می‌سازد و از این طریق، تحلیل واحدهای بسیار پراکنده حوزه خاص، تسهیل می‌شود.

محقق بر این باور است که این حوزه‌ها و چارچوب‌های رایج در متون و نوشته‌های وبلاگ‌های خبری برگرفته از نگرش‌ها و حوزه‌های کلی فرهنگ آمریکایی است؛ به بیان دیگر، این چارچوب‌ها در فرهنگ آمریکایی از پیش موجود بوده و وبلاگ‌نویسان با توجه به حوزه‌های خاص، آنها را پردازش و در گفتمان وبلاگ‌ها بازتولید می‌کنند.

رویکرد لیست چارچوب تانکارد و دیگران (۲۰۰۳) برای تحلیل استفاده خواهد شد. روش آنها به‌عنوان ابزار استخراج نتایج پیوسته از کدگذاران مختلف در تحلیل کمی مقوله‌های خبری توسعه یافت و بعدها مورد آزمایش و استفاده محققان مختلف قرار گرفت. هر چند آنها به این نتیجه رسیدند که رویکردشان معیاری قوی برای هماهنگی بین کدگذاران مختلف ارائه نمی‌کند، اما فرضیه اصلی آنها درباره نحوه شناخت چارچوب‌ها و طراحی ابزاری برای شناخت و تحلیل چارچوب از سوی یک کدگذار یا رسیدن به اجماع کدگذاران با زمینه‌های یکسان، مفید و سودمند است. از این رو، متناسب با هدف، به درجه مشخصی از اجماع و تأیید رسیدیم. لازم به ذکر است تفاوت در اهداف، شیوه تحلیل و نحوه رسیدن به اجماع می‌تواند، شناخت چارچوب را از این تحقیق متمایز کند.

چارچوب‌های اصلی بازنمایی ایران و مراتب آنها در جدول (۱) آمده است. در این جدول، چارچوب‌ها از راست به چپ عمل می‌کنند، از چارچوب مرتبه ۳ یعنی، فهرستی از موضوعات فرعی نسبتاً فراگیر به فهرست موضوعات عمومی‌تر یا چارچوب مرتبه ۲ به لیستی از سه موضوع اصلی یا چارچوب مرتبه ۱ حرکت می‌کند. شناخت چارچوب مرتبه ۳ و ۲ بر اساس سازوکارهای چارچوب‌بندی تیترا، لیدها و جمله‌های پایانی و نتیجه‌گیری و شرح‌عکس‌ها<sup>۱</sup> صورت گرفت (تانکارد، ۲۰۰۳). از این‌رو، شناخت یک‌سری از موضوعات فرعی در درون یک مقاله یا اخبار و بلاگ، آن‌را در یک مقوله موضوعی مشخص قرار می‌دهد که متعلق به یکی از سه چارچوب گسترده است. از این‌رو، هر مقاله و نوشته به چارچوب (چارچوب‌ها) مطابقت داده شده و به آنها نسبت داده می‌شود. مقاله‌هایی که نمی‌توان در هر کدام از این چارچوب‌های کلی قرار داد، در یک مقوله دیگری به نام «بدون چارچوب» قرار می‌گیرند. این مقوله، شامل مقاله‌هایی است که به‌طور آشکارا، ایران و ایرانیان (یا موضوعات مربوط به ایران) را بحث نکرده بودند.

جدول ۱. چارچوب‌های اصلی بازنمایی ایران و مراتب آنها

چارچوب مرتبه ۱	چارچوب مرتبه ۲	چارچوب مرتبه ۳	خبر / مقاله / نوشته
۱. چارچوب سیاسی	۲. سیاست داخلی	۳. نهادهای سیاسی	دولت ایران یا هر یک از ابعاد آن، سیاست‌ها، احزاب سیاسی ایران
		۳. کنشگران سیاسی	رئیس جمهوری ایران، مجلس، سیاسیون یا رهبران
		۳. سیاست‌های داخلی	سیاست داخلی ایران، اصلاحات، انتخابات، شرایط سیاسی
	۲. سیاست خارجی	۳. روابط خارجی	روابط با آمریکای لاتین، آمریکای شمالی، آمریکای مرکزی، اروپا، آفریقا، آسیا، خاورمیانه

1. Headlines, Leads, Concluding Statements and Photo Captions

ادامه جدول ۱. چارچوب‌های اصلی بازتابی ایران و مراتب آنها

چارچوب مرتبه ۱	چارچوب مرتبه ۲	چارچوب مرتبه ۳	خبر / مقاله / نوشته
۱. چارچوب سیاسی	۲. سیاست خارجی	۳. سازمان‌های بین‌المللی	ایران در ارتباط با نهادهای بین‌المللی: سازمان ملل، آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، اتحادیه بین‌المجالس و سازمان‌های بین‌المللی دیگر
		۳. کنشگران سیاسی بین‌المللی	مقامات رسمی، سفیران، رایزنان فرهنگی، سخنگویان
۱. چارچوب اقتصادی	۲. بخش اقتصادی	۳. نفت	نفت و محصولات جانبی، قیمت‌ها، سطوح تولید، ذخیره، کاهش، اوپک
		۳. کشاورزی	تولیدات کشاورزی و محصولات آنها، کشاورزان، مالکیت
		۳. صنعت، تجارت و مالی	صنایع عمومی و خصوصی (صنعتی، ساختمان، خدمات، معدن)، تجارت
		۳. بانکداری	بانک‌ها و نظام بانکی
	۲. عملکرد اقتصادی	۳. بدهی	بدهی‌ها، تأمین مالی، صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی
		۳. اقتصاد	استخدام، میزان رشد، تورم، رکود، فقر، تولید ناخالص داخلی، درآمد سرانه، ارز، مالیات، نرخ بهره و سود، موازنه تجاری، سرمایه‌گذاری، واردات / صادرات
		۴. تجارت بین‌المللی	سازمان تجارت جهانی، توافقنامه‌های بین‌المللی تجارت
۱. چارچوب اجتماعی - فرهنگی	۲. جامعه	۳. طبقه	طبقه اجتماعی، ترکیب اجتماعی، شکاف‌های اجتماعی
		۳. نژاد	نژاد یا ملیت، ترکیب نژادی، روابط نژادی، گروه‌های قومی، جهان‌شهر گرایی
		۳. مذهب	مذهب، عقاید یا وابستگی‌های مذهبی
		۳. استانداردهای زندگی	کیفیت زندگی، بهداشت، جرم، آموزش

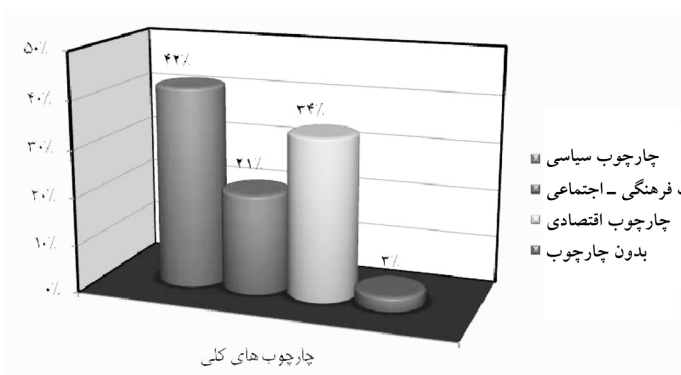


ادامهٔ جدول ۱. چارچوب‌های اصلی بازنمایی ایران و مراتب آنها

چارچوب مرتبه ۱	چارچوب مرتبه ۲	چارچوب مرتبه ۳	خبر / مقاله / نوشته
۱. چارچوب اجتماعی - فرهنگی		۳. حقوق بشر	حقوق شهروندان، سیاسیون و گروه‌های مختلف جامعه
		۳. زیرساخت‌ها	جاده، فرودگاه، ایستگاه‌های اتوبوس، خدمات عمومی، مسکن
	۲. فرهنگ	۳. مردم، سبک زندگی و ارزش‌ها	ایرانی‌ها، ویژگی‌ها و خصوصیات آنها، خصوصیات اخلاقی، عادات، رسوم، ارزش‌ها
		۳. تولیدات فرهنگی	موسیقی، غذا، فولکلور، نقاشی، معماری، تئاتر، فیلم، تلویزیون
		۳. وابستگی‌ها و پیوند	ناسیونالیسم، جانب‌داری
		۳. تاریخ	سنت، رویدادها و شخصیت‌های تاریخی، تاریخ معاصر

### چارچوب‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و بدون چارچوب

قبل از اینکه چارچوب‌های وبلاگ‌ها و موضوعات آنها را به‌طور جداگانه و با موضوعات فرعی و با جزئیات دقیق تحلیل کنیم، باید چارچوب‌های کلی و درصد هر کدام از آنها را بررسی کنیم تا مشخص شود کدام چارچوب نسبت به سایر چارچوب‌ها، بیشترین توجه وبلاگ‌نویسان آمریکایی نسبت به ایران را به خود جلب کرده است؟



نمودار ۵. چارچوب‌های بازنمایی ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا

همان‌طور که نمودار (۵) نشان می‌دهد چارچوب سیاسی ۴۲ درصد از چارچوب‌های کلی را تشکیل می‌دهد، بعد از آن، چارچوب اقتصادی با ۳۴ درصد، چارچوب اجتماعی - فرهنگی ۲۱ درصد و بدون چارچوب ۳ درصد از کل چارچوب‌ها را به خود اختصاص دادند.

دلایل علاقه به سیاست‌های ایران در این وبلاگ‌ها چیست یا چه چیزی باعث شده سیاست‌های ایران، بیش از هر موضوع دیگر، موضوع مورد علاقه نویسنده و خواننده وبلاگ آمریکایی واقع شود؟ یک دلیل آن مربوط به فرمت و شکل خود وبلاگ‌های خبری است. گرابر<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) معتقد است در رسانه‌های خبری، تحلیل و اطلاعات سیاسی در مقایسه با سایر موضوعات بیشتر است. در وبلاگ‌های خبری هم بنا به طبیعت خود خبر، موضوعات سیاسی بیشتر از سایر موضوعات وبلاگ خبری آمریکاست. از طرف دیگر به دلیل ویژگی تعاملی وبلاگ و امکان بازخورد و اظهارنظر فوری، موضوعات سیاسی به دلیل حساسیت بیشتر، توجه بیشتری از خوانندگان را به خود جلب می‌کند. از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین دلایل برای این موضوع ارتباط ایران و آمریکا در بستر تاریخی و به‌ویژه بعد از انقلاب اسلامی است که روندی پر فراز و نشیب از گسترش همه‌جانبه روابط دیپلماتیک بین این دو کشور و محوریت آمریکا در تمامی برنامه‌های رژیم پهلوی و در نتیجه، ایجاد زمینه‌های تسلط بیش از پیش آمریکا بر ایران در تمامی زمینه‌ها، قطع رابطه بین این دو پس از انقلاب اسلامی و تقابل آشکار آنها در سه دهه گذشته را طی کرده است؛ بنابراین، اهمیت بیشتر به چارچوب سیاسی در وبلاگ‌های آمریکایی برگرفته از سیاست آشکار خصمانه آمریکا در قبال ایران از یک‌سو و از سوی دیگر بازنمایی منفی رسانه‌های آمریکایی در طول دهه‌های

---

1. Graber

مختلف از مسلمانان و ایران به اشکال مختلف، است. ایران و سیاست‌های داخلی و خارجی آن از هر نظر برای آمریکا مهم و استراتژیک بوده و در اکثر رسانه‌ها از جمله سینمای هالیوود، موضوع بسیاری از تحلیل‌ها و بازنمایی‌ها بوده و این روند به وبلاگ‌های خبری آمریکایی هم تسری پیدا کرده است.

یک دلیل دیگر این موضوع به مسئله انرژی هسته‌ای ایران برمی‌گردد که آمریکا آن را یک خطر بالقوه برای خود و اسرائیل می‌پندارد و از راه‌های مختلف سعی کرده انرژی هسته‌ای ایران را به یک موضوع سیاسی و امنیتی تبدیل کند و آن را خطری برای همه مردم آمریکا و حتی جهان القا کند؛ اما برای تبیین بیشتر این موضوع باید به چارچوب‌های مرتبه سوم و ارتباط بین این موضوعات خاص نگاهی بیندازیم تا ساختار کلی موضوعات را تعیین کنیم.

### تحلیل چارچوب‌ها

در این قسمت با به‌کارگیری چارچوب‌ها به‌عنوان واحدهای تحلیل، انواع چارچوب‌ها و مصداق‌های مربوطه به‌طور مجزا مورد بررسی قرار خواهد گرفت. برای اینکه تحلیل چارچوب‌ها بیشتر توصیفی نشود و به سمت تحلیلی و تفسیری حرکت کند، در هر مرحله از توصیف برای برساخت تصویر درباره ایران از سوی وبلاگ‌های خبری، یک تحلیل فرهنگی با عناصر ارزشی را اضافه خواهیم کرد تا لایه‌ها و پیچیدگی‌های قرار گرفته در فرایند برساخت تصویر از ایران شناسایی شود. از این‌رو، با استفاده از فرا چارچوب<sup>۱</sup> یا چارچوب کلان به‌عنوان ترکیب مجموعه ارزش‌های فرهنگی و پیوند بین عناصر چارچوب از حوزه‌های مختلف، روایت‌های پیچیده و

---

1. Meta frames

آشکار و عناصر مختلف در درون یک ابزار تفسیری و تحلیلی ادغام شدند.

### چارچوب سیاسی

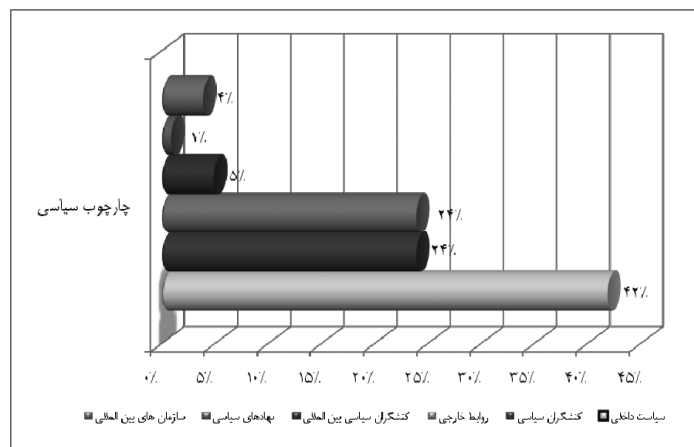
همان‌طور که در نمودار (۶) دیده می‌شود این چارچوب، موضوعات مربوط به سیاست‌های کشور مثل نهادها و کنشگران سیاسی، سیاست خارجی، روندهای سیاسی و سایر جنبه‌های مربوط به زندگی سیاسی را دربر گرفته است. در نگاه انتمن (۲۰۰۴)، این چارچوب بر «آنچه در متون خبری از نظر سیاسی مهم است» است، تأکید می‌کند. به‌طور کلی، بررسی وبلاگ‌ها در دوره زمانی تحقیق نشان داد که نوشته‌های وبلاگ‌ها به‌طور پیوسته از چارچوب سیاسی استفاده می‌کنند و این موضوع، علاقه زیاد آنها به سیاست‌های ایران، هم در بعد داخلی و خارجی را آشکار می‌سازد. به‌طور کلی در طی دوره تحلیل، وبلاگ خبری مورد تحلیل به‌طور پیوسته یک علاقه نسبتاً ثابتی به سیاست ایران داشتند که به‌طور قابل ملاحظه‌ای بعد از انتخابات ۱۳۸۸ افزایش یافته بود.

به دلیل اینکه اخبار یک عملکرد فرهنگی است، می‌تواند منجر به بازنمایی مشخصی از جهان شود؛ بنابراین می‌توان توضیح داد که چرا وبلاگ‌های خبری آمریکایی به حوزه خاصی از یک دیگری (ایران و ایرانیان) توجه و تأکید می‌کنند. تحلیل گسترده‌ای از نمونه‌های تحقیق در مورد زندگی سیاسی ایران، شواهد کاملی درباره توزیع موضوعات مرجح آنها ارائه می‌کند. همچنین نگرش غالب این وبلاگ‌ها را به موضوعات و ارزش‌های رایج فرهنگی آمریکا نسبت به ایران نشان می‌دهد و می‌تواند به ترجیح یک چارچوب خاص و دلیل تفسیرهای مشخصی از حوادث و رایج و عادی شدن آنها کمک کند.

نمودار (۶) نشان می‌دهد که بیشتر بحث درباره موضوعات چارچوب سیاسی، سیاست‌های داخلی ایران با ۴۲ درصد و بعد از آن کنشگران سیاسی و روابط

خارجی است. چنین توزیع موضوعی نشانگر این است که چه حوزه‌هایی بیشتر مورد تأکید این وبلاگ‌ها و نوع تصویر از ایران است که در نهایت از طریق این انتخاب، بیان شده است. بنابراین، نگاه به ارزش‌های پنهان این موضوعات است که می‌توان بهتر فهمید چرا آنها واجد ارزش خبری و ارائه در وبلاگ‌ها خبری را دارند؟

در درون موضوعات فراوان سیاست‌های داخلی، بحث دموکراسی بیشترین موضوع را به شکل مستقیم و غیرمستقیم به خود اختصاص داد. در حقیقت، دموکراسی در هر کشوری که برگرفته از اراده مردم آن کشور و طیفی بوده و مبتنی بر نظام سیاسی حاکم است در برابر ضد دموکراسی مطرح شده بود؛ بنابراین دموکراسی یعنی دموکراسی آمریکایی و هر دموکراسی دیگر، غیر یا ضددموکراسی است و از این طریق نظام سیاسی ایران را زیر سؤال بردند. در حقیقت، مردم‌سالاری دینی که برگرفته از ارزش‌های انقلاب اسلامی و اراده مردمی است، از نظر ارزش‌های آمریکایی که در وبلاگ‌های خبری، غالب است، دموکراسی به‌شمار نمی‌رود؛ یعنی، سیستم نظام حاکم خود، دموکراسی و نظام‌های حکومتی مغایر با لیبرال‌دموکراسی، غیردموکراسی یا ضددموکراسی است.



نمودار ۶. چارچوب سیاسی بازنمایی ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا

موضوع دیگری که مورد توجه وبلاگ‌نویسان خبری در سیاست داخلی ایران بود، سؤال‌هایی درباره کارایی، اثربخشی و پایداری نهادهای سیاسی بود و این هم به نوعی به ارزش قبلی برمی‌گردد؛ به طوری که دموکراسی پایدار و کارآمد نتیجه پایداری و کارآمدی نهادهای سیاسی است و این ارزش مهم و غالب در جامعه آمریکاست. اشارات متون درباره نهادهای سیاسی ایرانی در وبلاگ‌ها، دال بر بی‌کفایتی و عدم کارایی و محدودیت فعالیت نهادهای سیاسی در ایران است؛ بنابراین پایداری و کارایی نهادهای سیاسی آمریکایی در برابر عدم پایداری و ناکارآمدی نهادهای سیاسی ایران مطرح شده است. در مورد کنشگران سیاسی، رئیس جمهور وقت ایران، محمود احمدی‌نژاد و سخنرانی‌های او بیشترین توجه وبلاگ‌نویسان خبری را به خود اختصاص داده بود و در بردارنده طیفی از ارزیابی یا ارزش‌های منفی (ضد ارزش) بود.

مطالب و نوشته‌ها در مورد سیاست خارجی ایران بیشتر تأکید بر روابط ایران با آمریکای لاتین و به‌ویژه ونزوئلا و بولیوی بود. توجه به این امر که رابطه نزدیک ایران با این کشورها به چند سال گذشته برمی‌گردد. ایران به‌عنوان یکی از راهبردهای اصلی سیاست خارجی خود در دولت‌های نهم و دهم، به دنبال گسترش روابط با کشورهای آمریکای لاتین بوده است و متون وبلاگ بر این موضوع دلالت داشتند که ایران با رابطه مالی و نظامی خویش، در صدد نفوذ مثبت در این منطقه راهبردی است. ایران با این روابط در حال سازمان‌دهی توطئه‌ای برای به راه انداختن جنگی نامتقارن علیه امنیت آمریکا از منطقه آمریکای لاتین است. مجاورت جغرافیایی این کشورها با آمریکا و مخالفت سرسخت ایران و برخی از این کشورها با آمریکا و خطر امنیت آمریکا، عامل اصلی توجه وبلاگ‌نویسان خبری آمریکا به

سیاست خارجی ایران بوده است. در حقیقت، در این وبلاگ‌ها، ایران برهم‌زننده آرامش منطقه و امنیت آن معرفی شده است.

همچنین مطابق ارزش‌های حاکم در فرهنگ آمریکایی، هر نظام سیاسی که حمایت‌کننده علایق و اقدام‌های آمریکا باشد، دوست و هر نظام سیاسی که منتقد یا مخالف علایق و اقدام‌های آمریکا باشد، دشمن تلقی می‌شود. نظام ایران نیز به همین دلیل در این نوشته‌ها و اخبار، دشمن تلقی شده است. در واقع، هر نظام سیاسی که از این ویژگی برخوردار نباشد، دشمن آمریکاست. ارزش‌های ارائه‌شده در نوشته‌ها و مقاله‌های وبلاگ‌های خبری آمریکایی، نشان‌دهنده توالی و پویایی تعامل بین آنها و نیز تمایل‌ها یا روندهای خاصی است که در تعریف و تصویر از ایران و نظام سیاسی آن بازنموده شده است.

#### فرا چارچوب و بسته تحلیلی

به‌طور کلی با توجه به مباحث بالا، چارچوب تضاد<sup>۱</sup> را می‌توان به‌عنوان چارچوب کلان و غالب پوشش خبری ایران در چارچوب سیاسی یافت که اغلب پوشش خبری ایران در این وبلاگ‌ها در مسائل سیاسی بر این اساس چارچوب‌بندی می‌شوند. این چارچوب‌بندی به‌گونه‌ای است که ارتباط همه آنها با یکدیگر، متقابل و دو طرفه است؛ یعنی کشور دموکرات، نهادهای پایدار و کارآمد و نظام سیاسی آن طرفدار آمریکاست. چنین چارچوب‌بندی را می‌توان در جدول (۲) به شکل نظام‌مند نشان داد:

جدول ۲. چارچوب تضاد به‌منزله چارچوب کلان

ارزش	مؤلفه‌های چارچوب	چارچوب
+	دموکراسی آمریکا	دموکراسی ضد دموکراسی
-	مردم‌سالاری دینی	
+	پایداری و کارآمدی نهادهای سیاسی آمریکا	پایداری نهاد سیاسی نهاد سیاسی ناکارآمد
-	عدم پایداری و ناکارآمدی نهادهای سیاسی ایران	
+	کشورهای دوست و طرف‌دار آمریکا	نظام سیاسی و حکومت حامی ارزش‌ها، اعمال و علایق آمریکا نظام سیاسی متقدم، مخالف علایق و ارزش‌های آمریکا؛ با ما یا علیه ما (خود و دیگری)
-	ایران دشمن آمریکا	

برای فهم بهتر و مستندسازی بحث‌های بالا، نمونه‌هایی از اخبار و متون آمده است:

1. "I guess there is no true perception in the west about Iran because Iran is not democratic country and hasnot legitimate president, respectful human rights and freedom of expression".

2. "Iran regim frightens Iraninan elite and makes us nervous about the future of this country. Iran should prevent this action and act based on democratic approach".

3. "There exist a surprising number of people who seem to think that Iran really is a democracy. After all, they appear to have real elections and even real-sounding election campaigns in Iran.Unfortunately they have quite missed the central point. These elections just are quite similar theater as the elections that were held in the communist states of the old".

4. "Who is fighting among themselves huh? Isreal is united. She has many big brothers in America and Europe. Muslims are fighting among themselves because they are stupid. At first we thought bin laden was most stupid, but now mahmoud ahmadinejad has over taken laden's position. We thought Iraq really had weapons of mass destructon and the military capabilities were excellent. We found that their soldiers weren't that good. Iran is no better than Iraq. Stupid ahmadinejad does not know what he is talking about. "He deserves to go and meet the virgins as promised in his stupid religion".

5. "We should go ahead now and send this guy to his reward of 72 virgins. One sniper's bullet is certainly a lot less expensive than another war and God, in His omniscience, will be able to justly reward Mr. Ahmadinejad, one way or the other".

6. "Ayatollahs have never really loved America because they are the enemy of America and west .they think values of the Islam and Iran are better than west values.So, Iranian is our enemy".

7. "95% of Americans see that it's far morfe beneficial to be allies and



*friends with Iran that it is to be puppets and servants of Israel. Americans are finally waking up, they see that the US has basically trash talked Iran for almost 3 decades, just like the US did with Cuba. But these countries are countries of peace and prosperity while Israel is the terrorist state....”*

8. *“There would be no possibility of a normal relationship between the United States and a nondemocratic Islamic republic of Iran”.*

9. *“Iran’s political parasites remain autocratic and detached from the citizenry and virtually no one has been jailed for corruption”.*

10. *“Some considers the Islamic Republic of Iran to be non-democratic, oppressive and its government not ‘sane’ .....“I think there is also substantial evidence to suggest that Iran is helping mine uranium in Venezuela and that financial institutions in Venezuela have funneled money to Iran’s nuclear program. In December, a Venezuelan diplomat posted in Miami was implicated in a foiled Iranian cyber attack on the United States; if true, it is especially alarming because security experts regard the cyber arena as an area in which the playing field between Tehran and Washington is most even. The Venezuela-Iran alliance does pose a threat to U.S. security. But it’s probably a manageable one”.*

### چارچوب اقتصادی

«چارچوب اقتصادی»، شامل موضوعات مربوط به نفت، کشاورزی، صنعت، تجارت و مالی، بانکداری، بدهی، اقتصاد، تجارت بین‌المللی، سازمان تجارت جهانی، توافقنامه‌های بین‌المللی تجارت و تجارت بین‌المللی است. به‌طور گسترده، چارچوب اقتصادی در طی دوره‌ی زمانی تحلیل، کلاً ۳۴ درصد چارچوب‌های متون و نوشته‌های وبلاگ‌ها را به خود اختصاص داد که بعد از چارچوب سیاسی، مورد توجه وبلاگ‌نویسان خبری آمریکایی است. این روند را می‌توان به این واقعیت نسبت داد که نفت و مناطق نفت‌خیز برای آمریکا و کشورهای غربی، مهم و استراتژیک است و برای همه‌ی مردم آمریکا و اقتصاد آن تأثیرگذار است. ایران در منطقه‌ی خاورمیانه به‌عنوان منطقه‌ی مهم منابع سوخت و تولیدکننده‌ی نفت و گاز در دنیا قرار گرفته و عضو کشورهای اصلی صادرکننده‌ی نفت و گاز در دنیاست. همچنین ایران یکی از کشورهای مخالف آمریکا و تأثیرگذار در

این منطقه است که همواره مانع نفوذ، گسترش و سلطه آمریکا است. این عوامل بیانگر دلایل علاقه به اقتصاد ایرانی و توجه پیوسته به چارچوب اقتصادی در وبلاگ‌های خبری آمریکایی در زمان تحلیل (نه به اندازه چارچوب سیاسی) بوده است.

با توجه به موضوعات مورد بحث در چارچوب اقتصادی، بررسی موضوعات بیشتر مباحث در وبلاگ‌ها نشان می‌دهد که علاقه مهم وبلاگ‌ها بر نقش ایران به‌عنوان کشور تولیدکننده نفت است و ۳۷ درصد کل مقاله‌ها و نوشته‌های وبلاگ‌ها بود. دو موضوع مورد بحث مهم دیگر در چارچوب اقتصادی، اقتصاد ایران و بدهی خارجی ایران است که هر دو تقریباً به موضوع نفت مربوط‌اند. از این‌رو، نفت، اقتصاد و بدهی خارجی روی‌هم‌رفته، بیشترین حوزه مورد علاقه وبلاگ‌های آمریکایی را در چارچوب اقتصادی تشکیل می‌دهند. از یک‌سو، نفت بیشترین عنصر و کالای ضروری سرمایه‌داری است و آمریکا هم بیشترین واردکننده و دریافت‌کننده نفت در دنیاست و به منابع انرژی بسیاری نیاز دارد و از سوی دیگر، نفت، اساس اقتصاد ایران است، طبیعی است که بیشترین توجه وبلاگ‌های آمریکا را به خود جلب کند.

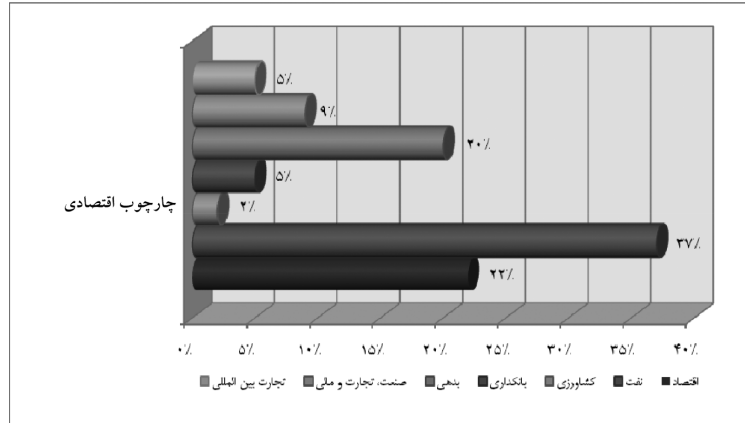
بحث نفت به‌عنوان جزئی از چارچوب اقتصادی، یک موضوع پروبلماتیک در این وبلاگ‌ها بود؛ زیرا بیشتر بحث درباره نفت در این وبلاگ‌ها از منظر مسائل سیاسی و فرهنگی مطرح بود تا از منظر اقتصادی. این عامل شاید به نقشی که نفت به‌عنوان یک منبع راهبردی در منطقه خلیج فارس و در ارتباط با آمریکا ایفا می‌کند، برگردد. همچنین، وبلاگ‌ها بیان کرده‌اند که جامعه ایرانی برای ارتباط بین بخش‌های مختلف، کاملاً وابسته به نفت است. همچنین ارتباط بین بدهی خارجی ایران و نیز درآمدهای هنگفت ناشی از نفت را مطرح کردند که با وجود درآمدهای بیشتر نفت، ایران دارای بدهی خارجی است و این را به مسائل سیاسی ارتباط می‌دهند تا

موضوعات اقتصادی. در حقیقت، دولت به دلیل نادیده گرفتن سایر حوزه‌های اقتصادی و عدم توانایی در بخش‌های تولیدی دیگر و نیز توسعه نامتوازن سایر بخش‌ها، به‌عنوان یک مدیر ناکارآمد در نظر گرفته شده است.

در مورد اوپک به‌عنوان یک موضوع در وبلاگ خبری آمریکا، مطالب زیادی مطرح نشده بود؛ زیرا ایران در دهه ۱۹۷۰ به شکل‌گیری چنین سازمانی کمک کرد و آمریکا هم به شکل سنتی با چنین سازمانی مخالف بوده و هست، بنابراین همان‌طور که انتظار می‌رفت، وبلاگ‌های خبری آمریکا بدان نپرداخته‌اند (یا حداقل در ارتباط ایران با اوپک). گاهی موضوعات به مخالفت بین اعضای اوپک به‌ویژه اعضای تأثیرگذار در تعیین قیمت نفت و استراتژی‌های سازمانی تأکید داشت که معنادار نبود.

با وجود این، ارتباط بین موضوعات مهم در چارچوب اقتصادی، به بحث ارزش‌ها برای توضیح بهتر بازنمایی یک کشور در کشور دیگر کمک می‌کند. به‌عبارت دیگر، این بازنمایی از ارزش‌های حاکم نشئت می‌گیرد. البته موضوعات در چارچوب اقتصادی خیلی به هم مرتبط هستند که ارتباط آنها را به ارزش‌ها سخت‌تر می‌کند. بحث در مورد نفت، اقتصاد یا بدهی خارجی را می‌توان به سه ارزش دوگانه دسته‌بندی کرد. بحث در مورد نفت را می‌توان از طریق دوگانه فقیر/ غنی مورد بحث قرار داد که چگونه دولت ایران با کاهش یا افزایش نفت، فقیر یا غنی می‌شود. همچنین می‌توان از طریق دوگانه بازار آزاد/ تمرکز قدرت اقتصادی در دولت مرکزی مورد بحث قرار داد که در آن بحران اقتصادی به‌عنوان مشکل دولت در وابستگی بیش از اندازه آن به اقتصاد نفتی دیده شده است. دوگانگی دیگر در این مورد، دوگانگی مدیریت/ سوءمدیریت است که در آن دولت ایران به‌عنوان ناکارآمد در مدیریت بحران نفت یا عدم توانایی در اقتصاد غیرنفتی و تنوع محصولات تولیدی است. بر همین اساس، با فهم چگونگی ارتباط این سه

موضوع به هر کدام از این ارزش‌ها، نحوهٔ برساخت اخبار در چارچوب اقتصادی پیرامون ایران بهتر درک می‌شود.



نمودار ۷. چارچوب اقتصادی بازنمایی ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا

### فراچارچوب و بستهٔ تحلیلی

به‌طور کلی با توجه به مباحث بالا، چارچوب حاضر و غایب<sup>۱</sup> را می‌توان به‌عنوان چارچوب کلان و غالب پوشش خبری ایران در چارچوب اقتصادی یافت که اغلب پوشش خبری ایران در این وبلاگ‌ها در مسائل اقتصادی بر این اساس چارچوب‌بندی می‌شوند. این چارچوب‌بندی به‌گونه‌ای است که ارتباط همهٔ آنها با یکدیگر و با چارچوب‌بندی سیاسی است؛ یعنی کشور دموکرات با نهادهای پایدار و کارآمد و نظام سیاسی طرف‌دار آمریکا، مدیریت کارآمد اقتصادی با اقتصاد آزاد و در نتیجه غنی و وابستگی کمتر به نفت و تولیدات نفتی است. چنین چارچوب‌بندی را می‌توان در جدول (۳) به‌طور خلاصه نشان داد:

1 . presence/ absence

جدول ۳. چارچوب دوگانه حاضر و غایب به‌مثابه چارچوب کلان

ارزش	مؤلفه‌های چارچوب	چارچوب
-	افزایش قیمت نفت و افزایش بدهی خارجی و وابستگی	غنی
-	کاهش قیمت نفت، سوءمدیریت نفت و وابستگی	فقیر
+	عدم وابستگی به نفت و توانایی در اقتصاد غیرنفتی و سایر حوزه‌های اقتصادی	مدیریت کارآمد
-	دولت ایران ناتوان در اقتصاد غیرنفتی و مدیریت سایر بخش‌های تولیدی و در نتیجه توسعه نامتوازن اقتصادی	سوءتدبیر و مدیریت ناکارآمد
+	اقتصاد مولد با فعالیت بخش خصوصی و خارجی	بازار آزاد
-	اقتصاد غیرمولد و وابسته به نفت دولت ایران	تمرکز دولت مرکزی بر اقتصاد

برای فهم بهتر و مستندسازی بحث‌های بالا، نمونه‌هایی از اخبار و متون آمده است:

1. "... economist and political analyst say structural problem in Iranian economy pose threats to its long-term stability. Important among them is the fact that Iran has failed to diversity its economic base beyond oil production".
2. "Iranian's capital-intensive oil industry cannot provide the needed number of jobs either and its agricultural development program is in industry".
3. "Iran exhibit the kind of state management and party control more often associated with Soviet Bloc nations..."
4. "... financially troubled nation..."
5. "... this poor but oil-rich nation..."
6. "... the Iranian economy remains seriously depend on oil revenues, with problem 95 percent of all budget and all exports..."
7. "Middle East's most affluent nation..."
8. "...a government depending on shrinking oil revenues..."
9. "... debt-ridden Iran..."
10. "...Iran, a country rich with oil money..."
11. "... [Iran] a nation that depends on oil for %95 of its export earnings and more than %70 of government spending..."
12. "... one of the largest debtor in the world ..."
13. "The ild industry, which provides most of the money spent by wealthy government..."
14. "Like other nations in Middle East, Iran without the oil has taken on a debt load it cannot handle under current economic condition"
15. "Iran's economy would collapse if not for the monopoly, which provides 80 pecernt of country's export revenues. Completely owned by the state, the company provides funds to meet essential obligations, including military salaries".

### چارچوب اجتماعی - فرهنگی

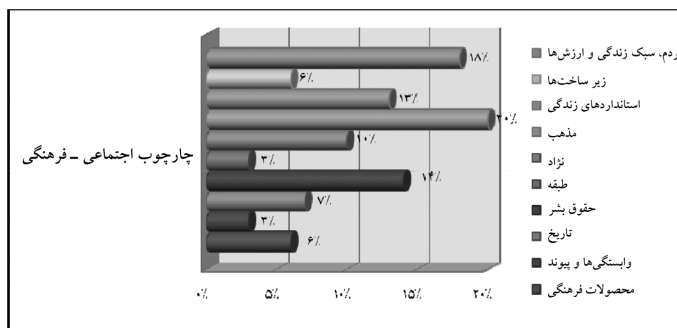
چارچوب اجتماعی - فرهنگی، موضوعات مربوط به فرهنگ و جامعه ایران را دربر گرفته و به‌طور کلی شامل دیدگاه‌ها، باورها و خصوصیات اخلاقی است که ارزش‌های اصلی و عمده ملت را تشکیل می‌دهند. موضوعات در چارچوب اجتماعی - فرهنگی شامل جنبه‌های مربوط به زندگی فرهنگی کشور مثل مردم، ترکیب اجتماعی و نژادی، تولیدات و محصولات فرهنگی است؛ بنابراین، این چارچوب بر نحوه فهم ایران از سوی آمریکایی‌ها در موضوع اجتماعی - فرهنگی (یا عدم درک) تأکید می‌کند و در پی بررسی ایده‌ها در مورد این دیگری (ایران) و اساس فرهنگی و اجتماعی آن است. از طریق این پیوندهای اجتماعی - فرهنگی، به روشی اشاره می‌کنیم که در آن، وبلاگ‌های خبری آمریکا از فرهنگ به‌عنوان یک چارچوب تفسیری استفاده می‌کنند تا درباره ایران صحبت کنند؛ بنابراین، درباره ارتباط بین چارچوب اجتماعی - فرهنگی و ارزش‌های آمریکا بحث می‌کنیم که در دریافت‌های دیگری و خود، نقش مهمی دارند.

چارچوب اجتماعی - فرهنگی که ۲۱ درصد همه چارچوب‌های استفاده‌شده در وبلاگ‌های خبری آمریکا را تشکیل می‌دهند در مقایسه با چارچوب‌های قبلی درصد کمی دارد. به‌طور کلی، چرا فرهنگ و جامعه ایرانی توجه کمتری از وبلاگ‌های خبری آمریکا را تشکیل می‌دهد؟ به‌نظر می‌رسد به این دلیل که فرهنگ ایرانی یک فرهنگ بیگانه، ناآشنا و خارجی برای مردم آمریکاست و نسبت به سیاست و مقوله اقتصادی توجه کمتری از آنها را به خود جلب کرده است و نیازمند تحلیل یا اظهار نظر گسترده نیست. نزدیکی و مجاورت فرهنگی، موضوع مهمی در این زمینه است. شاید تعداد کم مقاله و نوشته در مورد فرهنگ و جامعه ایرانی به این موضوع برگردد که استفاده از چارچوب اقتصاد و سیاسی، عملاً با تبیین‌های

فرهنگی و اجتماعی صورت گرفته است. در حقیقت، این ۲۱ درصد تعداد مقاله‌ها با اتخاذ موضع فرهنگی در بحث پیرامون جنبه‌های مختلف جامعه ایرانی است.

با توجه به موارد اشاره شده، بیشتر موضوعات مربوط به این چارچوب، موضوعات جهانی هستند. این موضوعات شامل مواردی نظیر نژاد/ قومیت، طبقه، مذهب، ارزش‌ها و سبک زندگی و به‌طور خاص ویژگی‌های جامعه ایران و تجربه‌ها و تغییرهای اجتماعی است. تعداد کمی از این نوشته‌ها دربرگیرنده آموزش، تاریخ و هنرهای ایران هستند.

فهرست موضوعات در این چارچوب تا حدی طولانی‌تر از موارد چارچوب سیاسی و اقتصادی است. با این وجود، تحلیل موضوعات نشان می‌دهد که علی‌رغم تنوع موضوعات، نوشته‌ها حول مجموعه کوچکی از موضوعات خوشه‌بندی می‌شوند. نوشته‌ها درباره موضوعات به ترتیب بیشتر شامل: استانداردهای زندگی، طبقه یا نژاد بود. از این رو، بسیاری از موضوعات در درون یک طیف محدودی از موضوعات مثل ثروت و فقر، برابری یا ناهمخوانی، وفاق و تفرقه و نظم و بی‌نظمی قرار گرفتند. این مجموعه موضوعات دقیقاً مربوط به ارزش‌های مرتبط با چارچوب اجتماعی - فرهنگی است که در وبلاگ‌های خبری آمریکا مورد استفاده قرار گرفته بود. ارزش‌هایی که در بحث جامعه ایران در این وبلاگ‌ها نقش ایفا کردند، می‌توان همانند ارزش‌های مربوط به چارچوب‌های قبلی، در دوگانه‌های متضاد توضیح داد. در این چارچوب، ایران یک کشور ثروتمند و غنی به تصویر کشیده شده که در آن فاصله طبقاتی بیشتر است و این موضوع در گروه‌های نژادی و قومی بیشتر دیده می‌شود؛ اما ثروت و دارایی بیش از اندازه ایران، اجازه این رفتار فرهنگی منفی را نمی‌دهد. به‌طور کلی، جامعه ایران یک جامعه شکست‌خورده است که در آن بی‌نظمی بین گروه‌های مختلف نژادی و قومی بالاست. همچنین جامعه ایران به شدت آسیب‌پذیر و وفاق بین فرهنگ‌های مختلف پایین است.



نمودار ۸. چارچوب اجتماعی- فرهنگی بازنمایی ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا

### فراچارچوب و بسته تحلیلی

به‌طور کلی با توجه به مباحث بالا، چارچوب مسئولیت اجتماعی<sup>۱</sup> را می‌توان به‌عنوان چارچوب کلان و غالب پوشش خبری ایران، در چارچوب اجتماعی - فرهنگی یافت که اغلب پوشش خبری ایران در این وبلاگ‌ها در مسائل اجتماعی و فرهنگی بر این اساس چارچوب‌بندی می‌شوند. چارچوب مسئولیت اجتماعی بر مسئولیت دولت بر اشخاص، نهادها و حقوق اجتماعی و فرهنگی آنها تأکید می‌کند. چنین چارچوب‌بندی را می‌توان در جدول (۴) به‌طور خلاصه نشان داد:

جدول ۴. چارچوب مسئولیت اجتماعی به‌منزله چارچوب کلان

ارزش	مؤلفه‌های چارچوب	چارچوب
+	افزایش قیمت نفت و فراوانی ثروت عمومی	فراوانی ثروت اجتماعی
-	افزایش قیمت نفت، سوءمدیریت و در نتیجه فقر در ایران	فقر
+	توجه به همه گروه‌های اجتماعی و برابری حقوق اجتماعی	برابری
-	رفتار فرهنگی و اجتماعی منفی و در نتیجه فاصله طبقاتی زیاد بین گروه‌ها و قومیت‌ها در ایران	نابرابری
+	توجه برابر به حقوق فرهنگی و اجتماعی در یک جامعه چند فرهنگی به فرهنگ‌های مختلف و در نتیجه وفاق اجتماعی	وفاق
-	عدم توجه ایران به فرهنگ‌های مختلف و در نتیجه شکاف و جدایی فرهنگی	تفرقه

1. Responsibility Frame



ادامه جدول ۴. چارچوب مسئولیت اجتماعی به منزله چارچوب کلان

ارزش	مؤلفه‌های چارچوب	چارچوب
+	جامعه موفق و دموکرات و دارای نظم و انضباط اجتماعی و فرهنگی	نظم
-	جامعه ایران شکست‌خورده و بدون نظم و انضباط اجتماعی و فرهنگی	بی‌نظمی

برای فهم بهتر و مستندسازی بحث‌های بالا، نمونه‌هایی از اخبار و متون آمده است:

1. "...this oil-dependent country has seen its living standards steadily eroded..."
2. "... a country that, despite its vast oil reserves, has seen the quality of life for the majority of its citizens plummet..."
3. "... in Iran, eight out of 10 Iranians live in poverty..."
4. "... an estimated 75 percent of the nation's 73 million people live in poverty."
5. "... a nation in which more than 80 percent of the population lives at or below the poverty level..."
6. "... nearly 80 percent of the population lives under the poverty line..."
7. "... a country rich in oil but where more than half the 70 million people lives in poverty".
8. "Iran is a country that has forgotten how to create wealth. It only knows how to distribute it".
9. "Despite a lack of improvement in inequality, poverty has declined steadily in the last ten years in Iran...."
10. "National estimates of the percentage of the population falling below the poverty line are based on surveys of sub-groups, with the results weighted by the number of people in each group".
11. Ahmadinejad was elected four years ago on a promise to bring social revolution to Iran, and his manner of rules has generated friction between the country's privileged class and the poor majority he has targeted with his populist program".
12. "... the polarization between rich and poor that divides this country..."
13. "In a society as deeply by class, geography and race as modern Iran, Iequality is dominant..."
14. "For decades, oil earning provided enough wealth to improve the social welfare of broad mass of the population, but this condition is reducing after Ahmadinejad..."

## بخش دوم

### تحلیل کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان

همان‌طور که در فصول بالاتر مطرح شد، این نوشتار درصدد بررسی ترمینولوژی خاص پاسخ‌ها و پست‌های مختلف ارائه‌شده متون وبلاگ خبری آمریکاست که ۱. مربوط به مسلمانان است و ۲. دارای بیشترین پست و اظهار نظر در بین نوشته‌ها بوده و نشانگر اهمیت آن برای مخاطبان است. روش تحلیلی مناسب برای فهم کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در گفتمان عمومی این وبلاگ خبری برگرفته از تحلیل بلاغی به شیوه تحلیل خوشه است.

روش نقد بلاغی تحلیل خوشه به‌عنوان یک ابزار کشف روابط نمادین مهم در درون زبان و به‌عنوان تمهیدی برای تعیین و فهم معنی پشت اصطلاحات خاص و نفوذ آن در درون اثر یک سخنور استفاده شده است.

این روش، از تحلیل یک متن یک نویسنده تا مجموعه نویسندگان/ سخنگویان کاربرد دارد. همان‌طور که استاروستا<sup>۱</sup> (۱۹۷۱) مطرح کرده، این روش توانایی تحلیل استدلال‌های مشابه نویسندگان/ سخنوران جمعی را دارد و می‌تواند وضعیت و موقعیت یا ارزش‌ها/ باورهای سخنوران را شناسایی کند و به فهم یک

---

1. Starosta

حالت و موضع جمعی در مورد یک موضوع اجتماعی مهم و ایدئولوژی‌های اساسی آن کمک کند. بر همین اساس، با استفاده از ابزارهای تحلیلی این روش می‌توان باورها و ارزش‌های عمومی را استخراج، خوشه‌بندی و تفسیر کرد. ابزارهای تحلیلی و تکنیک‌هایی که در این نوشتار برای تحلیل خوشه استفاده خواهد شد، توسط بورک (۱۹۷۳) و سونجا ک. فوس (۲۰۰۴، ۱۹۹۶)<sup>۱</sup> توسعه یافته است.

فوس (۱۹۹۶: ۶۴) چهار مرحله را برای انجام تحلیل خوشه مطرح می‌کند، این چهار مرحله عبارت‌اند از: تنظیم و طرح سؤال‌ها و گزینش متن، تعیین واحد تحلیل، تحلیل متن و نوشتن انتقادی. قبلاً، سؤال‌ها در این زمینه مطرح شد و متن انتخابی برای تحلیل: «چرا آمریکایی‌ها از مسلمانان متنفرند؟» انتخاب شد. روی هم رفته، پاسخ‌ها و اظهارنظر در وبلاگ به این متن ۲۴۸ مورد بوده و بیشتر آنها دارای میانگین ۱۸۰۰ کلمه بودند. همه پاسخ‌های مربوط به این متن در محدوده زمانی سال ۲۰۱۰ انتخاب شدند.

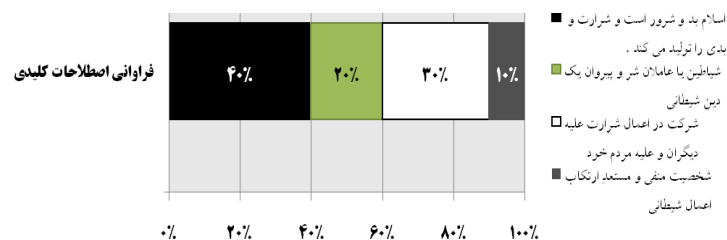
واحد‌های تحلیل برای مطالعه حاضر، اصطلاحات اصلی هستند که به همراه واژگان، تحلیل اصلی و عمده را شکل می‌دهند که آنها را تقویت می‌کنند. مطابق دیدگاه بورک (۱۹۷۳) و فوس (۲۰۰۴)، مرحله تحلیل متن، شامل سه مرحله شناسایی اصطلاحات اصلی در متون، ترسیم اصطلاحاتی که حول اصطلاحات اصلی خوشه‌بندی می‌شوند، کشف الگوهای در خوشه‌های حول اصطلاحات اصلی برای تعیین معانی اصطلاحات اصلی و نام‌گذاری انگیزه سخنان بر اساس معنای اصطلاحات اصلی است.

بنابراین در فرایند تحلیل، قدم اول انتخاب اصطلاحات اصلی و کلیدی (عموماً، اصطلاحات اصلی برای درک و مقوله‌بندی بهتر نباید بیشتر از پنج یا شش اصطلاح باشد) و کشف دلالت و معنای اصطلاحات است. فوس (۲۰۰۴) دو شیوه برای

شناخت اصطلاحات اصلی مطرح کرده است: فراوانی و شدت<sup>۱</sup>. فراوانی به حضور تکراری واژگان خاص در متن اشاره می‌کند که بیانگر تأکید عمدی ارتباط سخنور یا تکرار یک ایده در فرایند تفکر سخنور هنگام نوشتن و گفتن است. معیار شدت برای انتخاب آن واژگانی به کار می‌رود که درجه قوی از احساس یا الزام را نشان می‌دهند به طوری که حذف آن به طرز معنی‌داری، ماهیت متن و مقصود سخنور را تغییر می‌دهد. هر چند فراوانی، اغلب نقطه آغازین مفید و سودمندی برای فهم شکل و ترکیب گفتمان متن است، اما شدت اصطلاحات و واژگان از نظر ارزشی مهم و اساسی‌تر از فراوانی است و در این کتاب، نقش مهمی دارد.

با توجه به بررسی بلاغی متن مورد نظر وبلاگ خبری درباره کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان، اصطلاحات کلیدی شناسایی شدند که به‌عنوان پایه و اساس اجرای تحلیل خوشه عمل خواهند کرد:

- شیاطین یا عاملان شر و پیروان یک دین شیطانی؛
- شخصیت منفی و مستعد ارتکاب اعمال شیطانی؛
- شرکت در اعمال شرارت علیه دیگران و علیه مردم خود؛
- اسلام، بد و شرور است و شرارت و بدی را تولید می‌کند.



بعد از مشخص شدن اصطلاحات اصلی، واژگان حول هر اصطلاح اصلی ثبت می‌شوند و واژگانی که به نحوی ارتباط نزدیک و پیوندهای معنایی مختلف مثل مطابق و همسویی یا روابط علت - معلولی دارند، خوشه‌بندی می‌شوند. از طریق این خوشه‌های متداعی، واژگان در یک ردیف قرار می‌گیرند و رابطه تلویحی و ضمنی با اصطلاحات اصلی شکل گرفته و «ساختار انگیزه<sup>۱</sup>» اساسی اصطلاحات اصلی از این طریق آشکار می‌شود (بورک، ۱۹۷۳). وقتی واژگان حول یک اصطلاح اصلی خوشه‌بندی می‌شوند و دربردارنده تضاد هستند، معانی تضاد آنها از دیگر خوشه‌ها، می‌تواند نشانگر یک تضاد، تنش یا برخی پریشانی یا ابهام در قسمتی از متن سخنور باشد. از آنجایی که خوانش اولیه پاسخ‌ها، شناسایی اصطلاحات اصلی را امکان‌پذیر ساخت، محقق، متون پاسخ‌ها را با جستجوی واژگان یا عبارت‌هایی تحلیل کرد که حول (و توضیح بیشتر معنی) اصطلاحات اصلی خوشه‌بندی شدند. این واژگان، مربوط به اصطلاحات اصلی بوده و حاوی ارجاع‌ها و اشاره‌های مرتبط با اصطلاحات اصلی بوده و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. در واقع، این چهار اصطلاح کلیدی، ارزش‌های اصلی و تضادهای درون این وبلاگ خبری را نشان می‌دهند. بعد از شناسایی اصطلاحات کلیدی، کشف و مقوله‌بندی خوشه‌های مربوط به اصطلاحات اصلی و حمایت‌کننده آنها، شناسایی و طبقه‌بندی شدند. اصطلاحات کلیدی به همراه خوشه‌های مرتبط عبارت‌اند از:

۱. شیاطین یا عاملان شر و پیروان یک دین شیطانی: وحشی‌ها، افراط‌گرایان، تروریست‌ها، جنگجویان، مجرمان، آدم‌خواران، کافران و ملحدان؛
۲. شخصیت منفی و مستعد ارتکاب اعمال شیطانی: منفور، پدوفیل‌ها<sup>۲</sup>،

#### 1. Structure of Motivation

۲. پدوفیلی (به انگلیسی: Pedophilia) به‌عنوان یک تشخیص پزشکی، معمولاً به‌عنوان یک اختلال روانی و ناهنجاری شخصیتی یا رفتاری در بزرگسالان و نوجوانان (افراد ۱۶ سال و بالاتر) تعریف می‌شود که مشخصه‌های آن علاقه جنسی اولیه شخص بزرگسال به کودکان بالغ باشد (معمولاً سن ۱۳ سال و جوان‌تر؛ هرچند تعریف شروع از بلوغ ممکن است متفاوت باشد).

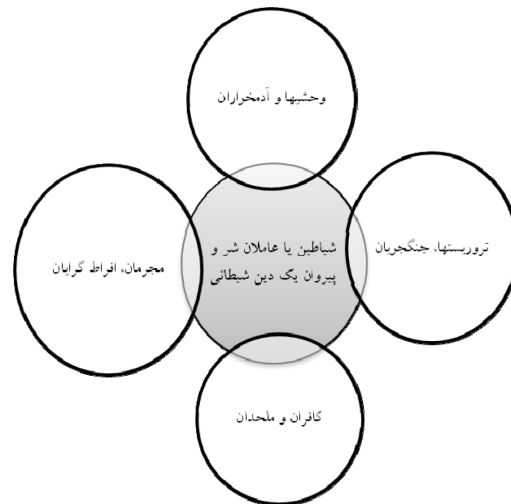
جنگ‌سالاران، بربری‌ها، بدجنس‌ها، دروغ‌گویان، افراد غیرقابل اعتماد، افراد شرمسار؛ ۳. شرکت در اعمال شرارت علیه دیگران و علیه مردم خود: خیانت (به کشور)، سوءاستفاده و فریب، قاتلان خودکش، کشتار جمعی سایر مسلمانان، اعمال وحشیانه بر علیه افراد بی‌گناه، تحمیل قتل و خشونت، استثمار و ظلم، در جستجوی غلبه و سلطه بر آمریکا؛ ۴. اسلام، بد و شرور است و شرارت و بدی را تولید می‌کند: محمد نخبه‌سالار بود، اسلام دین بی‌معنی، عبث و دروغ است، تعدی بر زنان، فاسد، غیرمنطقی و غیرعقلانی، آزارگرایانه (سادیسیتیک)، متعصب، ناخوشایند، تربیت و تولید وحشی‌ها و تروریست‌ها. بعد از انتخاب و تشخیص اصطلاحات اصلی و خوشه‌های مرتبط، این بخش از مطالعه، اصطلاحات اصلی و خوشه‌های مرتبط را ترسیم می‌کند تا معنی و پیوند خوشه‌های مرتبط و اصطلاحات اصلی را نشان دهد. برای نشان دادن آنها باید مقوله‌های اصلی مشخص و طبقه‌بندی شود. در این مرحله، سه اصل (فوس، ۲۰۰۴) برای طبقه‌بندی مقوله‌های اصلی استفاده شده است:

- چه چیزی معادل چه چیزی است؟
  - چه چیزی در مقابل چیز دیگر است؟
  - و چه چیزی از طریق چیزی به چیزی دیگر ارتباط برقرار می‌کند؟
- بر این اساس، چهار مقوله اصلی که پاسخ‌دهندگان برای توصیف مسلمانان به‌کار گرفتند، شناسایی شد و هر مقوله دو مجموعه اصطلاح اصلی داشت. هر مضمون، طبق دلالت معنایی، اصطلاحات کلیدی را مقوله‌بندی کرد. به‌عنوان نمونه، توصیف‌کننده هویت، یک موضوع کلی و عمومی است که با اصطلاحات کلیدی تعریف شد: شیاطین یا شر ظالمان و پیروان یک دین شیطانی. در حقیقت، مضمون‌ها به‌عنوان یک چتر و سایبان برای اصطلاحات کلیدی و خوشه‌های مرتبط

عمل کردند. این مقوله‌ها و اصطلاحات اصلی‌شان، توصیف‌گرهایی برای موضوعات اصلی زیر هستند:

۱. توصیف‌گرهای هویت، از جمله شیاطین یا عاملان شر و پیروان یک دین شیطانی؛
۲. توصیف‌گرهای شخصیت، با اصطلاحات کلیدی، شخصیت منفی و مستعد ارتکاب اعمال شیطانی؛
۳. توصیف‌گرهای فعالیت با اصطلاحات کلیدی که در اعمال شرارت علیه دیگران و علیه مردم خود شرکت می‌کنند؛
۴. توصیف‌گرهای دین اسلام با اصطلاحات کلیدی، اسلام، بد و شرور است و شرارت و بدی را تولید می‌کند.

در مطالعه حاضر، شکل خاصی برای شناخت و ترسیم اصطلاحات اصلی و خوشه‌های مرتبط استفاده شده است. شکل‌ها، هر مقوله را با چهار مجموعه اصطلاحات و خوشه‌های مرتبط حول هر اصطلاحات اصلی نشان می‌دهند. این شکل از ارائه بدین خاطر انتخاب شده است که به‌طور مؤثر نحوه عمل تحلیل خوشه‌ها را در یک معنای بلاغی نشان دهد. در واقع، چنین روشی به فهم روشن نحوه ارتباط و وابستگی واژگان با یکدیگر و نحوه تأثیرگذاری بر همدیگر کمک مؤثری می‌کند. در شکل (۲)، ترسیم کلیشه‌های شرق‌شناسی در متن و خوشه‌های مرتبط تقویت‌کننده کلیشه‌ها و نحوه پیوند و ارتباط آنها با اصطلاحات اصلی، نشان داده شده است. به‌دلیل ویژگی و طبیعت خاص تحلیل خوشه، امکان آوردن مثال‌های مختلف از متن در داخل تحلیل امکان‌پذیر نیست؛ اما برای مستند کردن و اعتباربخشی به بررسی و یافته‌ها، بعد از ترسیم کلیشه‌های شرق‌شناسی، نمونه‌هایی از متون آمده است.

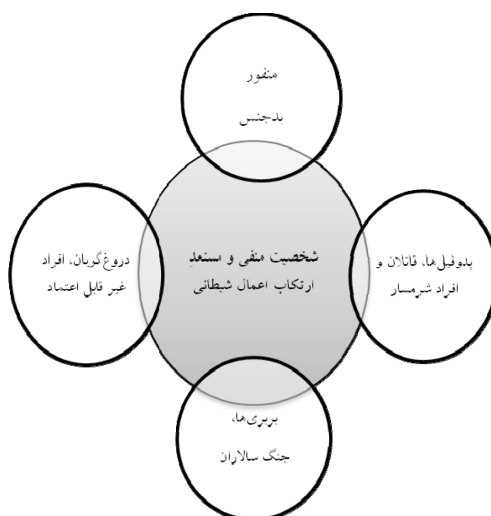


شکل ۲. توصیف‌گران هویت

توصیف‌گران مضمونی هویت، دو اصطلاح اصلی را تشکیل می‌دادند: مسلمانان شیاطین یا عاملان شر و پیروان یک دین شیطانی هستند. خوشه‌های مرتبط که این اصطلاحات را حمایت و تقویت می‌کنند، وحشی‌ها، افراط‌گرایان، تروریست‌ها، جنگجویان، مجرمان، آدم‌خواران، کافران و ملحدان هستند. خوشه‌های مرتبط، اصطلاحات کلیدی را تقویت می‌کنند؛ زیرا نحوه پاسخ‌دهندگان نسبت به مسلمانان را بر اساس هویتشان نشان می‌دهد. در زیر، برخی توصیف‌گران هویت و ترسیم اصطلاحات اصلی و خوشه‌های مرتبط آمده است:

1. *Mohammed had none of the traits of a saint or prophet. Mohammed is a Hardcore Criminal*
2. *Because they are followers of an evil religion*
3. *... Muslims infected with a disease of cannibals and savages*
4. *Muslims bullies to other races and religions and this is serious question!?*
5. *All Muslims are not terrorists and extremists but they involved in many terrorist operations. most extremist's terrorists are Muslims in the world*

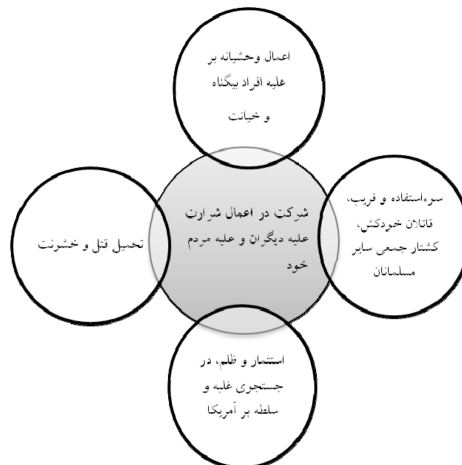




شکل ۳. توصیف‌گران شخصیت

توصیف‌گران مضمونی شخصیت، دو اصطلاح اصلی را تشکیل می‌دهند: مسلمانان، شخصیت‌های منفی داشته و مستعد ارتکاب اعمال شیطانی هستند. خوشه‌های مرتبط، منفور، بدوفیل‌ها، جنگ‌سالاران، بربری‌ها، بدجنس‌ها، دروغ‌گویان، افراد غیرقابل اعتماد و افراد شرمسار هستند. به علاوه، خوشه‌ها دلالت اصطلاحات اصلی و ویژگی‌های مسلمانان را بر اساس پاسخ‌ها در وبلاگ توضیح می‌دهند. در زیر، برخی توصیف‌گران شخصیت آمده است:

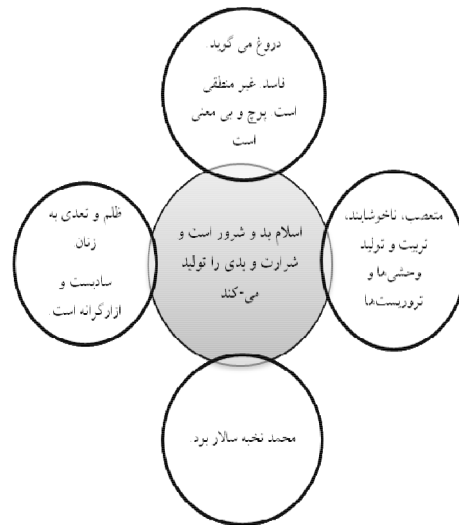
1. Mohammed had none of the traits of a saint or prophet. Mohammed is a Hardcore Criminal, a narcissist, a misogynist, a rapist, a **pedophile**...
2. It is only evil and mentally sick people who follow Mohammed, the False Prophet and **Pedophile** and evil criminal.
3. Islam is a **warlord's** religion and Muslims also...
4. Not all Muslims are **barbarians**, but, most Muslims support Islamic **barbarism**
5. It sounds harsh, but sadly Muhammad was all these things. A very **terrible criminal and liar**
6. Because Muslims are **hateful and rude** and Islam is a religion of **hate**
7. My Christian brothers, today I am **ashamed** of being a Muslim
8. **Untrustworthy** and more violent than any other groups in the West or perhaps in the world...



شکل ۴. توصیف‌گران فعالیت

توصیف‌گران مضمونی، فعالیت دو اصطلاح کلیدی را شامل می‌شوند: شرکت در اعمال شرارت علیه دیگران و علیه مردم خود. خوشه‌های مرتبط شامل خیانت (به کشور)، سوءاستفاده و فریب، قاتلان خودکشی، کشتار جمعی سایر مسلمانان، اعمال وحشیانه بر علیه افراد بی‌گناه، تحمیل قتل و خشونت، استثمار و ظلم، در جستجوی غلبه و سلطه بر آمریکا هستند. همچنین، خوشه‌های مرتبط نحوه دریافت مسلمانان در زمینه فعالیت‌های جهانی، به‌ویژه در ارتباط با تروریسم را توضیح می‌دهند. در زیر به برخی از توصیف‌گرهای فعالیت اشاره می‌شود:

1. *They bring violence and bloodshed everywhere they go.*
2. *They smile and laugh when they kill innocent people and when they kill their own family members in "honour killings"! They smile and laugh like demons, because they are possessed with pure evil! Most of the victims are Muslims themselves*
3. *shiite and sunni Muslims killing each other and hating each other. So Muslims hate each other and kill each other*
4. *Due to high immigration and birthrates, the forewarning declares, Muslims from the Middle East and Africa will soon dominate much, if not all, of USA*
5. *Not All Muslims Are Suicide Killers - But All Suicide Killers Are Muslims*



شکل ۵. توصیف‌گران اسلام

توصیف‌گران مضمونی اسلام، دو اصطلاح اصلی را تشکیل می‌دادند: اسلام، بد و شرور است و شرارت و بدی را تولید می‌کند. خوشه‌های مرتبط شامل اسلام دین بی‌معنی، عبث و دروغ، غیرمنطقی، غیرعقلانی و فاسد است. همچنین، اسلام مذهب آزارگرانه (سادیستیک) است که بر زنان ظلم می‌کند، متعصب، ناخوشایند بوده و حضرت محمد<sup>(ص)</sup> نخبه‌سالار است. این خوشه‌ها دیدگاه مربوط به نحوه پاسخ و اظهارنظر نسبت به موضوع اسلام و اعمال آنرا نشان می‌دهند. در زیر به برخی از توصیف‌گرهای اسلام اشاره می‌شود:

1. *there is not defending him or denying it. DUH! ISLAM is a **FRAUD!***
2. *muslims are fine as long as they don't come here. In this country they are **useless and potentially dangerous***
3. *Islam is a **stupid religion***
4. ***Muslim women** are one of the most **oppressed** people in the world.*
5. *Muslims **don't** go by any sort of **logic***
6. *Islam is based on the words of a renowned **liar**.*
7. *all Muslims, not me! Mohammed was not a messenger of God, he was a messenger of the **Devil**, and the **Qur'an** contain **Satanic and evil verses**.*

8. *Muslims are dictators, treating people like their slaves and terrorist! They kill their own children instead of allowing them their liberal freedom. Islam is the religion of the Devil and Muslims are the Devils evil people who do the work of the Devil.*

9. *Islam is a sadistic religion that oppresses women, breeds fanatics and savages*

10. *Mohammed was an elitist.*

11. *A religion of corruption, stupidity, absurdity*

نتایج بیانگر این است که اصطلاحات اصلی به یکدیگر مرتبط هستند و خوشه‌های مرتبط، فهمی از نحوه دریافت مسلمانان از سوی پاسخ‌دهندگان آمریکایی را نشان دادند. این نتیجه، مفهوم بورک را تأیید می‌کند که واژگان یا زبان دارای دلالت‌های معنایی است و بر اساس خوشه واژگانی به یکدیگر وابسته‌اند. همه چهار اصطلاح اصلی به همدیگر پیوند داده شدند؛ زیرا این کلیشه‌ها، تصاویر اسلام به‌عنوان یک مذهب، محدودیت سیاسی و تبعیت مسلمانان به اسلام را پوشش دادند. در عین حال، به‌طور هم‌زمان همدیگر را تقویت می‌کنند؛ زیرا عمل مسلمانان را در چشمان پاسخ‌دهندگان توضیح می‌دهند. به‌عنوان مثال، اگر مسلمانان عاملان شر هستند که یک مذهب شیطانی را تبعیت می‌کنند، در آن صورت، مستعد ارتکاب اعمال شیطانی به کل دنیا و سایر مسلمانان خواهند بود و در حالی که اسلام را به‌عنوان یک دین عمل ترویج می‌کنند، عملاً در اعمال شرور شرکت می‌کنند. در واقع، این کلیشه‌های شرق‌شناسی همدیگر را تقویت می‌کنند؛ زیرا همه به یک تفسیر واحدی از مسلمانان و اسلام پیوند می‌یابند. کلیشه‌های شرق‌شناسی به اصطلاحات اصلی مختلف تقسیم‌بندی و تفکیک شدند تا لایه و زنجیره‌های مختلف نحوه توصیف مسلمانان در وبلاگ‌ها را توضیح دهند. به‌علاوه، یافته‌ها در خوشه‌ها، کلیشه‌های شرق‌شناسی را نشان داد؛ زیرا شبیه کلیشه‌های شرق‌شناسی هستند که به‌وسیله محققان قبلی و رسانه‌ها برای توصیف شرق در قرن هجدهم و بعد از آن، استفاده شده بود.

همان‌طور که در شکل‌های بالا نشان داده شد، کلیشه‌های شناسایی شده در مطالعه به کلیشه‌های تاریخی از قرن هجدهم پیوند خوردند. این نشانگر نگاه غرب به شرق است و با توجه به دیدگاه‌های سعید به‌عنوان پایه و اساس مطالعه حاضر، می‌توان از یافته‌های مطالعه حاضر در این مرحله به این نتیجه رسید که تغییر چندانی صورت نگرفته است و جای شگفتی نیست که چنین تصاویری حتی در وبلاگ‌های خبری آمریکا به‌عنوان یک گفتمان عمومی ادامه پیدا می‌کند. طبق نظر هارب و بیسائو «کلیشه‌هایی که تصاویر تحریفی از اسلام و مسلمانان را تقویت و دریافت‌های منفی را ایجاد می‌کنند، زاده تفکر مدرن نیستند بلکه قسمتی از یک نظام نژادپرستی ساختگی تاریخی بازنمایی هستند و بدین خاطر، زدودن همه این کلیشه‌ها سخت است» (۲۰۰۶: ۶۶). بر اساس یافته‌های این مطالعه، کلیشه‌های شرق‌شناسی از مسلمانان، ریشه‌های تاریخی دارد و در دیالوگ‌های مختلف مثل وبلاگ‌های خبری غرب بازتولید شده‌اند و ممکن است در چنین فضای فرهنگی و اجتماعی جدید ادامه پیدا کنند، مگر اینکه به مرور زمان، سیاست‌های بازنمایی تغییر کند.

در نهایت، تحلیل خوشه، روش‌شناسی مناسبی برای این مطالعه بود زیرا تحلیل ساختار متن، کلیشه‌های شرق‌شناسی، معانی اصطلاحات کلیدی و خوشه‌های مرتبط را در زبان وبلاگ خبری مشخص کرد. به واقع، این دریافت‌ها درباره مسلمانان بر اساس دلایل و استدلال‌های عینی و معنی‌شناختی نیستند؛ بلکه بر اساس حمله‌های شخصی پاسخ‌دهندگان به مسلمانان بود و نشان می‌دهد که واکنش، پاسخ، احساس و دیدگاه خویش نسبت به مسلمانان، بسیار احساساتی بوده است؛ زیرا واژگان بسیار صریحی نسبت به مسلمانان به‌کار بردند. به‌علاوه، اصطلاحات کلیدی و خوشه‌های مرتبط به همدیگر وابسته بودند؛ زیرا آنها به کلیشه‌های شرق‌شناسی

مسلمانان اشاره کردند که از سوی پاسخ‌دهندگان مطرح شده بود. در واقع، از طریق خوشه‌ها، معنی اسلام را از طریق پیش‌داوری‌ها و دریافته‌ها در یک گفت‌وگو عمومی مثل وبلاگ خبری مشخص کردیم.



**فصل ششم**

**جمع بندی و نتیجه گیری**





### مقدمه

همان‌طور که در بخش اول ذکر شد، هدف این کتاب پاسخگویی به این سؤال اصلی است که ایران و مسلمانان چگونه در وبلاگ‌های خبری آمریکا بازنمایی شده‌اند؟ این سؤال، سؤال‌های دیگری را ذیل خود دارد که اکنون بر اساس مطالعات نظری صورت گرفته و تجزیه و تحلیل متون برگزیده، می‌توان به آنها پاسخ داد. این سؤال‌ها عبارت‌اند از:

- چگونه بازنمایی‌های رسانه‌ای از ایران و مسلمانان در این وبلاگ‌ها با ارزش‌های مربوط به فرهنگ خاص در آمریکا تولید شده و از فرایندهای معناسازی زبان حاصل می‌شود؟

- این وبلاگ‌ها از چه ارزش‌ها و چارچوب‌هایی برای تصویرسازی از ایران و ایرانیان به‌عنوان فرهنگ دیگر استفاده می‌کنند؟

- کلیشه‌های اصلی و غالب شرق‌شناسی شکل‌گرفته مسلمانان در این وبلاگ‌ها کدامند؟

- چه خوشه‌های معنایی این کلیشه‌ها را حمایت و تقویت می‌کنند؟

در فضاهای فرهنگی جدید، علاوه بر رسانه‌های خبری قدیمی، کنشگران جدیدی مثل وبلاگ‌های خبری در دنیای غرب و به‌ویژه آمریکا به‌دلیل نفوذ بیشتر در شبکه‌های جهانی، در فرایند خبری نقش مهمی دارند و در بسیاری از موارد، تبدیل به منبع مهم خبری برای بیشتر افراد جامعه شده‌اند. در بحث چارچوب‌ها مطرح شد که وبلاگ‌های خبری آمریکا می‌توانند همانند روزنامه‌ها و مجله‌های خبری آمریکا در بردارنده روایت‌ها و تصویرهایی از مناطق دوردست باشند. همچنین گفته شد که متون وبلاگ‌ها، محصولات فرهنگی هستند و واجد قضاوت‌ها، پیش‌فرض‌ها، عقاید و ارزش‌هایی هستند که از جامعه بازنمایی‌کننده نشئت می‌گیرد. از سوی دیگر، مطرح شد که تصاویری که ما از دیگری برمی‌سازیم، در سطحی دیگر، روایت‌هایی از خود می‌باشد.

در بررسی موضوعات مربوط به جنبه‌های مختلف کشور دیگر، فرهنگ به مجموعه‌ای از ارزش‌ها و باورها اشاره دارد که یک‌سری از دستورالعمل‌ها و استانداردها را به‌کار می‌گیرد و قضاوت‌های ارزشی درباره رفتار و عملکرد دیگری به ما می‌دهد. در این مفهوم، وبلاگ‌های خبری در آمریکا بیش از هر مورد دیگری می‌تواند حامل ارزش‌ها و ایده‌ها درباره دیگری مثل ایران و مسلمانان باشد زیرا برگرفته از گفتمان عمومی آمریکاست. به‌طور کلی، آنها بیان فرهنگ یک جامعه در شرایط و زمان خاص هستند و این یک رفتار معمولی و رایج است زیرا نگاه ما به جهان در خلأ اتفاق نمی‌افتد؛ بلکه از طریق مجموعه‌ای از دانش اتفاق می‌افتد که عموماً از طریق ارتباط با فرهنگ حاصل می‌شود؛ اما مشکل زمانی به‌وجود می‌آید که ارزش‌های فرهنگی به موجب اهمیت و قدرت یک ملت بر هنجار خاصی شکل می‌گیرد که دیگر ملت‌ها بر اساس آن مورد قضاوت قرار می‌گیرند و هیچ‌گونه

انحراف از آن هنجار را برنمی‌تابد و از تفاوت ارزشی و فرهنگی بیمناک می‌شود. در این شرایط، گفتمان عمومی جامعه در کنار گفتمان‌های رسمی به طرز موفقیت‌آمیزی بدان می‌پیوندد و فرهنگ دیگری را مورد قضاوت قرار می‌دهند.

در این مفهوم، همان‌طور که تحلیل چارچوب‌های بازنمایی‌کننده ایران در وبلاگ خبری نشان داد، گفتمان عمومی به طرز موفقیت‌آمیزی به گفتمان‌های رسمی پیوند خورده و از زاویه آن هنجارها، فرهنگ و جامعه ایرانی را بر اساس چارچوب‌های خاص برگرفته از ارزش‌های آمریکایی، مورد قضاوت قرار داده است. این قضاوت‌های ارزشی برای جامعه آمریکا مهم هستند؛ زیرا تا حد زیادی تصویرها و انگاره‌هایی از یک ملت را رمزگذاری می‌کنند که بر اساس آن در کل جهان عمل می‌کند. تصور اولیه از تحلیل نوشته‌ها و مقاله‌های وبلاگ‌های خبری آمریکا در مورد ایران این بود که با توجه به ماهیت وبلاگ به‌عنوان یک رسانه جدید و جایگزین، تصویرسازی آن از ایران فارغ از قدرت و نگاه‌های سوگیرانه و کلیشه‌ای باشد یا حداقل تا حدی در برخی از جنبه‌ها، بازنمایی منطقی‌تری داشته باشد؛ اما تحلیل چارچوب‌های بازنمایی‌کننده ایران نشان داد که این گفتمان عمومی همساز با گفتمان‌های رسمی جامعه آمریکا، نگاه سوگیرانه و کلیشه‌ای به ایران در جنبه‌های مختلف دارد و نمایش آنها از ایران به عموم خوانندگان، تصویر منفی بوده است؛ بنابراین این وبلاگ‌ها همانند رسانه‌های خبری دیگر، اعمال گفتمانی قدرت را نشان می‌دهند و در جهت حرکت نامتقارن و نامناسب گفتمان رسانه‌های خبری در دنیا که از شمال به سمت جنوب عمل می‌کند، فعالیت می‌کنند.

قدرت این نوع بازنمایی چنان است که دولت و ملت‌هایی مثل ایران که در پی تلاش برای طی مسیرهای جایگزین هستند، تحت حمله وبلاگ‌های خبری و

گفتمان عمومی آمریکا قرار می‌گیرند که چنین مسیری با فرهنگ و ارزش‌های آمریکایی، ناسازگار فهم و درک می‌شود. در چنین شرایطی، ملتی مثل ایران و دموکراسی حاکم، بازار و اقتصاد و مدرنیته آن در وبلاگ‌های خبری نامطلوب و تا حدی نامشروع جلوه داده می‌شود. شاید حاکمیت ایران در مقابله با هژمونی آمریکا، اتهام امپریالیسم به آمریکا یا ضدآمریکایی بودن دلایلی هستند که این رقابت و مبارزه به حوزه رسانه‌های جدید مثل وبلاگ‌های خبری که دارای خصوصیات و منطق فضای مجازی هستند، تسری پیدا کرده است. به عبارت دیگر، یک برجسته‌سازی بین رسانه‌های اتفاق افتاده است که فرایند بازنمایی رسانه‌های خبری و روزنامه‌های آمریکایی از ایران بر گفتمان عمومی وبلاگ‌های خبری آمریکا تأثیر گذاشته است.

از سوی دیگر، این بررسی به فهم روابط ایران و آمریکا در سطح گفتمان عمومی مثل وبلاگ‌های خبری کمک می‌کند که علاوه بر مقامات رسمی و رسانه‌های جریان غالب، وبلاگ‌های خبری آمریکا که امروزه به عنوان یکی از منابع خبری مهم در آمریکا (و در عین حال غرب) تبدیل شده‌اند، همان نگاه به ایران را مطرح کنند که برگرفته از ماهیت نابرابر رابطه در رسانه‌های دیگر است. در حقیقت، بازنمایی در وبلاگ‌های خبری آمریکا، نه تنها مصون از مشاجره‌ها و منازعه‌های قدرت نیستند که بین ملت‌ها اتفاق می‌افتد، بلکه حوزه‌ای را شکل می‌دهند که در نزاع‌های قدرت مشارکت می‌کنند، به طوری که وبلاگ‌های خبری، چارچوب‌ها و کلیشه‌های مختلفی برای تفسیر بافت و فضای گفتمانی در ایران به کار گرفتند. چنین چارچوب‌بندی در مورد ایران به گونه‌ای است که همه چارچوب‌ها با یکدیگر ارتباط دارند؛ یعنی کشور دموکرات با نهادهای پایدار و کارآمد و نظام سیاسی طرفدار آمریکا، مدیریت کارآمد اقتصادی با اقتصاد آزاد و در نتیجه غنی و وابستگی کمتر به نفت و تولیدات

نفی دارای اقتصاد مولد، ثروتمند و حقوق اجتماعی یکسان برای همه گروه‌های اجتماعی است. چنین جامعه‌ای، جامعه موفق است؛ زیرا این جامعه مطابق با ارزش‌های جامعه بازنمایی‌کننده، یعنی آمریکا است و از آنجایی که جامعه ایران فاقد چنین ارزش‌هایی است، جامعه موفق نیست.

از بحث‌ها و یافته‌های مرحله اول نوشتار حاضر می‌توان چنین برداشت کرد که وبلاگ‌های خبری آمریکا از کلیشه‌های مختلف برای گفتگو درباره ایران استفاده می‌کنند. از طریق استفاده از چارچوب‌ها و ارزش‌ها برای تحلیل درباره ایران، به توانایی نگاه به درون و آشکارسازی سازوکارهای برساخت تصویر و نقش ارزش‌های فرهنگی در این فرایند رسیدیم که چگونه یک گفتمان درباره اقتصاد ایران در معرض ابعاد فرهنگی دو کشور قرار می‌گیرد؟

در سطح روش‌شناختی، به‌کارگیری چارچوب‌ها به‌عنوان واحدهای تحلیل، مشکلات و محدودیت‌های خاص خود را دارد و این موضوع در این کتاب، بحث دقیق درباره انواع چارچوب‌ها و مصداق‌های مربوطه را با مشکل مواجه ساخت. با وجود این، با استفاده از فراچارچوب که ارتباط عمومی چارچوب‌ها را فراهم می‌کند، روایت‌های پیچیده و آشکار و عناصر مختلف در دورن یک ابزار تفسیری و تحلیلی ادغام شدند. همچنین این نوشتار روش‌هایی را نشان داد که می‌توان بر محدودیت‌ها غلبه کرد. همچنین چارچوب‌های مشخص که به‌طور گسترده در این کتاب و در بافت رسانه خاص و برای کشور خاص (ایران) استفاده شده بودند، برای موضوعات، کشورهای دیگر و زمان‌های خاص مناسب و قابل کاربرد نیست؛ بنابراین تنظیم یا ایجاد چارچوب‌ها باید با شرایط خاص انجام گیرد که در آن، اخبار اتفاق می‌افتند.

ما چارچوب‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی را به‌عنوان بسته تحلیلی

انتخاب کردیم. از یک سو، استفاده از چارچوب‌های زیاد تحلیل را سخت می‌کرد و از سوی دیگر، همه این چارچوب‌ها به نوعی به یکدیگر مربوط هستند. برای اینکه تحلیل چارچوب‌ها بیشتر توصیفی نشود و به سمت تحلیلی حرکت کند، در هر مرحله از توصیف برای بساخت تصویر درباره ایران از سوی وبلاگ‌های خبری، یک تحلیل فرهنگی با عناصر ارزشی را اضافه کردیم. از این رو، توانستیم لایه‌ها و پیچیدگی‌های قرار گرفته در فرایند بساخت تصویر را نشان دهیم.

در مرحله دوم، این کتاب در صدد شناخت و تحلیل کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در وبلاگ‌های خبری آمریکا بود. ۱. مشخص شد که در این وبلاگ‌ها، کلیشه‌های شرق‌شناسی وجود دارد و کلیشه‌های اصلی و غالب شرق‌شناسی شکل گرفته در این وبلاگ‌ها مشخص شدند. ۲. اصطلاحات کلیدی که در پاسخ‌ها و اظهارنظرها به‌طور مکرر مطرح شده بود، عبارت بودند از: مسلمانان شیاطین یا عاملان شر بوده و پیروان یک دین شیطانی هستند؛ مسلمانان، شخصیت منفی دارند و مستعد ارتکاب اعمال شیطانی هستند؛ مسلمانان در اعمال شرارت علیه دیگران و علیه مردم خود شرکت می‌کنند و اسلام، بد و شرور است و شرارت و بدی را تولید می‌کند. خوشه‌های مرتبط نشان داد که هنوز کلیشه‌های شرق‌شناسی در گفتمان عمومی وجود دارد و این کلیشه‌ها به کلیشه‌های تاریخی پیوند می‌یابند که در قرن هجدهم رایج بودند.

همچنان‌که در بالا مطرح شد شرق‌شناسی در زمان‌های مختلف، ابعاد و جنبه‌های دیگری پیدا می‌کند و در هر دوره‌ای کانال‌های اشاعه‌دهنده آن فرق می‌کند. در فضای نوین رسانه‌ای، همچنان نیروهای قوی بر عناصر کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در جامعه غرب تأکید می‌کنند تا در گفتمان عمومی مثل وبلاگ خبری ادامه پیدا کنند و این امر به غرب، این اجازه را می‌دهد تا به سلطه و غلبه خویش بر

شرق به شکل نوینی ادامه دهد، به طوری که نمایش آنها از مسلمانان و اسلام به عموم خوانندگان، تصویر منفی بوده و هنگام اشاره به مسلمانان به طور مکرر از کلیشه‌های شرق‌شناسی استفاده می‌کنند.

این کلیشه‌ها، نشانه‌های نژادپرستی علیه مسلمانان هستند و هنوز مسلمانان در گفتمان عمومی مثل وبلاگ‌های خبری به عنوان تروریست و دشمنان غرب و دین آنها به عنوان دین شیطانی به تصویر کشیده می‌شود. در حقیقت، تفاوت چندانی بین رسانه‌های جریان اصلی آمریکا و غرب و فضاهای نوین فرهنگی مثل وبلاگ‌های خبری در بازنمایی مسلمانان وجود ندارد. قبلاً بحث شد که جهانی شدن، شرق‌شناسی جدید است زیرا هر دو، استثمار و سلطه را توسعه داده است. در این مفهوم، عناصر کلیشه‌های شرق‌شناسی در جامعه غرب همچنان ادامه می‌کند، اما در هر دوره‌ای کانال‌های اشاعه‌دهنده آن فرق می‌کند. در دوره‌های اخیر، شرق‌شناسی از طریق ابزارهای دیگر مثل جهانی شدن ادامه پیدا کرده است به طوری که مک آلیستر (۲۰۰۱) معتقد است، شرق‌شناسی در شکل جدیدش؛ یعنی شرق‌شناسی نوین به غرب این اجازه را می‌دهد تا به سلطه و غلبه خویش بر شرق ادامه دهد. مطالعه او (۲۰۰۱) و مارکوس (۲۰۰۴) نشان داد که شرق‌شناسی همچنان در قرن کنونی ادامه می‌یابد. غرب به طور کامل شرق را از شکل استعماری‌اش رها نکرده است.

مطالعات مطرح شده در این کتاب، معتقد بودند که رسانه می‌تواند با ارائه تصاویر مثبت از مسلمانان در اخبار، تلویزیون، مجله‌ها، روزنامه‌ها و فیلم، به کلیشه‌های شرق‌شناسی در گفتمان عمومی پایان دهد. از سوی دیگر، رسانه باید درک درستی از ارتباط بین فرهنگی ایجاد کند و این ارتباط فرهنگی ایجاد نمی‌شود مگر اینکه مسلمانان و ایرانیان در فضاهای فرهنگی جدید، مشارکت فعال و جدی داشته باشند.



استفاده از ظرفیت رسانه‌های تأثیرگذار جهانی و بین‌المللی و فضاهاى فرهنگى جدید مثل فضای مجازی در شرایط و محیط رسانه‌ای جدید، یکی از اهرم‌های اصلی دیپلماسی رسانه‌ای و فرهنگی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی و ارتباط بین‌فرهنگی است که ایرانیان و مسلمانان می‌توانند برای تصویرسازی مثبت از اسلام در عرصه بین‌المللی بهره بگیرند.

در نهایت، تحلیل در دو مرحله نشان داد که وبلاگ‌های خبری آمریکایی برگرفته از ارزش‌های مسلط و حاکم آمریکایی و غربی بوده و ظرفیت‌های جدید سلطه بر جهان و در ادامه سیاست‌های استعماری فرهنگی و سیاسی نو در فضای مجازی هستند. در حقیقت، تحلیل چارچوب و کلیشه‌های شرق‌شناسی در این وبلاگ‌ها نشان داد که بازنمایی و تصویرسازی از مسلمانان و ایران محدود به رسانه‌های ارتباط جمعی غربی نیست و بر خلاف تصور، در فضاهاى فرهنگى جدید مثل وبلاگ‌های خبری آمریکا این ارزش، حاکم و جاری است و نقش مهمی در بازنمایی از دیگری و شکل‌گیری دیدگاه‌های بسیاری از مردم آمریکا در باب اسلام و بیشتر درباره مسلمانان دارند. می‌توان گفت که نه‌تنها کلیشه‌های شرق‌شناسی پنهان و آشکار مسلمانان و ایران در متن وبلاگ‌ها وجود دارد که برگرفته از ارزش‌های مسلط و حاکم آمریکایی است، بلکه تغییرات خاصی در بازنمایی مسلمانان با توجه به ویژگی‌های فضای مجازی و وبلاگ‌ها صورت نگرفته است. از این‌رو، آنها کلیشه‌های شرق‌شناسی تاریخی مسلمانان در رسانه‌های ارتباط جمعی را احیا و تقویت می‌کنند.

همان‌طور که قبلاً گفته شد، تنش بین غرب و شرق از گذشته‌های بسیار دور بوده و این تنش در رویدادهای مختلف خودش را تا الان نشان داده است؛ بنابراین، این مطالعه در تنش طولانی بین غرب و شرق قرار دارد و موضوع مهمی از

بازنمایی کلیشه‌ای غرب از مسلمانان و ایران را در یک گفتمان خاص جدید مشخص کرده است. کلیشه‌های شرق‌شناسانه پنهان و آشکار مسلمانان و ایران در گفتمان خاص وبلاگ‌های خبری آمریکا می‌تواند به تحقیقات زیاد صورت‌گرفته درباره کلیشه‌های رسانه‌ای کمک کند. اینترنت یک رسانه (چند رسانه) نوین است که هر روز بر ابعاد مختلف آن افزوده می‌شود؛ اما مطالعه حاضر بر قسمت کوچکی از این رسانه پرداخته است. هدف این کتاب، شناخت و تحلیل چارچوب‌های بازنمایی‌کننده ایران و تحلیل کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در وبلاگ‌های خبری خاص آمریکا بود، طبیعی است که نتایج این بررسی، قابل تعمیم به همه وبلاگ‌های خبری آمریکا و وبلاگ‌های مشابه نیست؛ اما مطالعه گفتمان وبلاگ‌ها به‌عنوان گفتمان عمومی می‌تواند شیوه جدیدی برای تحقیق فرهنگ آمریکا باشد؛ به‌عبارت دیگر، در این کتاب تلاش شد تا از طریق متون جدید که ساختار فرهنگی داشت، آمریکا را مطالعه کرد و نگاه آن به ایران و مسلمانان تحلیل شود. هر چند چنین مطالعه‌ای، مسیر طولانی برای دست یافتن به عناصر و شناسایی فرهنگ آمریکایی است، اما می‌تواند افقی برای شناسایی چنین فرهنگی باشد.

بدون تردید، بازنمایی ایران و مسلمانان در فضای مجازی و فضاهاى فرهنگى نو ادامه خواهد داشت؛ اما نقد و بررسی متون و شیوه‌های بازنمایی در چنین فضاهایی می‌تواند ابعاد مختلف بازنمایی و سیاست بازنمایی غرب را آشکار کند و تحقق این امر، نیازمند تحقیقات و مطالعات گسترده‌ای است که باید در محیط‌های علمی و تحقیقاتی انجام شود.

## منابع و مأخذ

- ازکیا، مصطفی و دریان آستانه، علی رضا، (۱۳۸۲). *روش‌های کاربردی تحقیقی*. تهران: کیهان.
- اکوانی، سیدحمداالله، (۱۳۹۱). «زبان و هویت در میدان رسانه‌ای غرب: ایران به‌مثابه «دیگری»»، فصلنامه *مطالعات ملی*، ۶.
- اوسولیوان، تام؛ جان هارتلی و جان فیسک، (۱۳۸۵). *مفاهیم کلیدی ارتباطات*، ترجمه میرحسن رئیس‌زاده، تهران: فصل نو.
- بیچرانلو، عبدالله، (۱۳۸۸). «بازنمایی اسلام و ایران در رسانه‌های غرب»، فصلنامه *رسانه*، ۷۷.
- بیچرانلو، عبدالله، (۱۳۹۱). *بازنمایی ایران و اسلام در هالیوود*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- پیرنجم‌الدین، حسین، سید محمد مرنندی و محمدرضا عادل، (۱۳۸۹). «گفتمان شرق‌شناسانه در بازنمایی‌های رسانه‌ای غرب از ایران»، *مجله تحقیقات فرهنگی ایران*، ۳.
- سروی‌زرگر، محمد، (۱۳۸۷). *بازنمایی ایران در سینمای هالیوود، تحلیل نشانه‌شناختی و تحلیل گفتمان ۷ فیلم*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده صدا و سیما.
- سعید، ادوارد، (۱۳۷۵). *شرق‌شناسی*، ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- سعید، ادوارد، (۱۳۷۹). *پوشش خبری اسلام در غرب*، ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- سمتی، محمد هدی، (۱۳۸۵). *عصر سی. ان. ان و هالیوود: منافع ملی، ارتباطات فراملی*، ترجمه نسرتین خاتون براهوئی، تهران: نی.
- سیدمن، استیون، (۱۳۸۶). *کشاکش آرا در جامعه شناسی*، ترجمه هادی خلیلی، تهران: نی.
- صفاوردی، سوسن، (۱۳۸۹). «بازنمایی حجاب زن مسلمان در رسانه‌های غربی (جنبه‌های حقوقی و سیاسی)»، *مطالعات راهبردی زنان*، ۴۸.
- عاملی، سعید رضا، (۱۳۹۰). *مطالعات جهانی شدن: دو فضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها*، تهران: سمت.
- عاملی، سعید رضا، (۱۳۸۹). *مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا: قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی*، تهران: امیرکبیر.

- غفاری، ستاره، (۱۳۸۸). «تصویر انقلاب اسلامی ایران، از دیدگاه مطبوعات آمریکا، بررسی نامه‌های خوانندگان به سردبیران مجله‌های تایم و نیوزویک»، فصلنامه رسانه، ۷۷.
- غیاثیان، مریم سادات، (۱۳۸۶). *بازنمایی اسلام در نشریات آمریکا و انگلیس قبل و بعد از یازدهم سپتامبر در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی*، رساله دکتری دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- غیاثیان، مریم سادات، (۱۳۸۸). «نگرش فرهنگی غرب در مورد ایران در ساخت‌های زبانی نشریات انگلیسی زبان»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۵.
- فرکلاف، نورمن، (۱۳۷۹). *تحلیل گفتمان انتقادی*، گروه مترجمان، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- فلیک، اووه، (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*، مترجم هادی جلیلی، تهران: نی.
- کرسول، جان و ویکی پلانوکلاک، (۱۳۸۷). *روش‌های تحقیق تلفیقی*، مترجمان عباس زارعی و محسن نیازی، تهران: ناامن الحجج - علم و اندیشه.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد، (۱۳۸۴). *بازنمایی ایران در چهار روزنامه نیویورک تایمز، گاردین، لوموند و دی ولت*، رساله دکتری دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد، (۱۳۹۱). *نظریه رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری.
- مولانا، حمید، (۱۳۷۵). «رسانه‌ها و انگاره‌سازی»، مترجم غلامرضا تاجیک، فصلنامه رسانه، ۲.
- میرفخرایی، تژا، (۱۳۸۰). «یک تحلیل رسانه‌ای؛ گفتمان نفرت: تحلیل گفتمان رسانه‌های غربی در پی حادثه ۱۱ سپتامبر»، فصلنامه رسانه، ۳.

- Ahmad, F. (2006). "British Muslim perceptions and opinions on news coverage of September 11". *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32(6), 961-982.
- Ali, D. (2009). *US print media and portrayal of Muslim world. A case study of newsweek and Timesd (1991-2001)* (Doctoral dissertation, Bahauddin Zakariya University, Multan). (Altheide, D. L., & Schneider, C. J. (2012). *Qualitative media analysis* (Vol. 38). Sage.
- Bakardjieva, M. (2005). *Internet society: The Internet in everyday life*. Sage.
- Beaudoin, C. E., & Thorson, E. (2001). "Value representations in foreign news". *International Communication Gazette*, 63(6), 481-503.
- Bottici, C., & Challand, B. (2006). "Rethinking Political Myth The Clash of Civilizations as a Self-Fulfilling Prophecy". *European Journal of Social Theory*, 9(3), 315-336.
- Burke, K. (1966). *Language as symbolic action: Essays on life, literature and method*. University of California Pr.
- Burke, K. (1969). *A grammar of motives*. University of California Pr.
- Burke, K. (1973). *The philosophy of literary form: Studies in symbolic action* (Vol. 266). University of California Pr.

- Burke, K. (1984). *Permanence and change: An anatomy of purpose*. University of California Pr.
- D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (Eds.). (2010). *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. Routledge.
- Dawkins, M. A. (2006). "A Rhetorical Response to Hurricane Katrina". *Space and culture*, 9(1), 12-13.
- Domingo, D., & Heinonen, A. (2008). "Weblogs and journalism". *Nordicom Review*, 29(1), 3-15.
- Drayson, E. (2005). "Penance or pornography? The Exile of King Roderick in Pedro de Corral's *Crónica sarracina*". *Al-Masaq*, 17(2), 193-203.
- Dyer, R. (1993). *The matter of images: Essays on representations*. Routledge.
- Entman, R. M. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2003). "Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11". *Political Communication*, 20(4), 415-432.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. University of Chicago Press.
- Fārūqī, A. (2009). *Muslims and media images: News versus views*. Oxford University Press.
- Foss, S. (2004). *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice*, 3rd edn. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Foss, S. K. (1996). *Rhetorical criticism*. (2nd Ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press, Inc .
- Fürsich, E. (2010). "Media and the representation of Others". *International Social Science Journal*, 61(199), 113-130.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). "Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach". *American journal of sociology*, 1-37.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). "Media images and the social construction of reality". *Annual review of sociology*, 373-393.
- Gillmor, D. (2008). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left: with a New Preface*. University of California Pr.
- Glazer, N. (1975). "From Ruth Benedict to Herman Kahn: The Postwar Japanese Image in the American Mind, Mutual Images. Ed. Akira Iriye", *Harvard Studies in American-East Asian Relations*. Cambridge, MA: Harvard UP, 138-68 .
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Gorham, B. W. (1999). "Stereotypes in the media: So what?". *Howard Journal of Communication*, 10(4), 229-247.
- Graber, D. A. (2002). *Mass media and American politics* (p. 431). Washington, DC: CQ Press.
- Green, H. (2007). "The big shots of blogdom". *Business Week*, 66.
- Haas, T. (2005). "From "Public Journalism" to the "Public's Journalism"? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs". *Journalism Studies*, 6(3), 387-396.
- Hafez, K. (Ed.). (2000). *Islam and the West in the mass media: Fragmented images in a globalizing world*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.

- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Sage.
- Halliday, F. (2003). *Islam and the myth of confrontation: Religion and politics in the Middle East*. IB Tauris Publishers.
- Harb, Z., & Bessaiso, E. (2006). "British Arab Muslim audiences and television after September 11". *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32(6), 1063-1076.
- Heinz, B., & Lee, R. (1998). "Getting down to the meat: The symbolic construction of meat consumption". *Communication Studies*, 49(1), 86-99.
- Herring, S. C., Scheidt, L. A., Kouper, I., & Wright, E. (2006). "Longitudinal content analysis of blogs: 2003-2004". *Blogging, citizenship, and the future of media*, 3-20. London: Routledge.
- Hertog, J. K., & McLeod, D. M. (2001). "A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide". *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 139-161.
- Hewitt, H. (2005). *Blog: Understanding the information reformation that's changing your world*. Thomas Nelson Inc.
- Hippler, J. (2000). "Foreign Policy, the Media, and Western Perception of the Middle East". *Islam and the West in the Mass Media, Cresskill, NJ*, 67-87.
- Howard, R. (2003). *Smart mobs: The next social revolution*. Cambridge, MA: Perseus Books.
- Ibrahim, D. (2010). "The framing of Islam on network news following the September 11th attacks". *International Communication Gazette*, 72(1), 111-125.
- Islam, M. (2007). "Imagining Indian Muslims: Looking Through the Lens of Bollywood Cinema". *Indian Journal of Human Development*, 1(2).
- Izadi, F., & Saghaye-Biria, H. (2007). "A discourse analysis of elite American newspaper editorials: The case of Iran's nuclear program". *Journal of Communication Inquiry*, 31(2), 140-165.
- Izadi, F., & Saghaye-Biria, H. (2007). "A discourse analysis of elite American newspaper editorials: The case of Iran's nuclear program". *Journal of Communication Inquiry*, 31(2), 140-165.
- Jasinski, J. (2001). "The status of theory and method in rhetorical criticism". *Western Journal of Communication (includes Communication Reports)*, 65(3), 249-270.
- Jay, G. S. (1994). "Knowledge, power, and the struggle for representation". *College English*, 56(1), 9-29.
- Karim, K. H. (1997). "The historical resilience of primary stereotypes: Core images of the Muslim other". *The language and politics of exclusion: Others in discourse*, 153-182. Thousand Oaks, CA: Sage Publication, Inc.
- Keshishian, F. (2000). "Acculturation, communication, and the US mass media: The experience of an Iranian immigrant". *Howard Journal of Communication*, 11(2), 93-106.
- Kuypers, J. A. (Ed.). (2009). *Rhetorical criticism: Perspectives in action*. Lexington Books.
- Lippmann, W. (1946). *Public opinion*. Transaction Publishers.
- Little, D. (2004). *American orientalism: the United States and the Middle East since 1945*. UNC Press.
- Lyotard, J. F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge* (Vol. 10). U of Minnesota Press.

- Marcuse, P. (2004). "Said's Orientalism: a vital contribution today". *Antipode*, 36(5), 809-817.
- McAlister, M. (2001). *Epic encounters: Culture, media, and US interests in the Middle East, 1945-2000* (Vol. 6). Univ of California Press.
- McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). "The convergence of agenda setting and framing". *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 67-81 .
- Merskin, D. (2005). "The Construction of Arabs as Enemies: Post-9/11 Discourse of George W. Bush". *Bring'Em On: Media and Politics in the Iraq War*.
- Mohamed, R. (2007). *Where are the Real Arabs and Muslims? A Content Analysis of the Portrayals of Arabs and Muslims in Online Print and Video News Reports*. California State University, Fresno.
- Nacos, B. L., & Torres-Reyna, O. (2003). "Framing Muslim-Americans before and after 9/11". *Framing terrorism: The news media, the government, and the public*, 133-157.
- Nelson, T. D. (Ed.). (2009). *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*. CRC Press.
- Poole, E. (2002). *Reporting Islam: Media Representations and British Muslims*. IB Tauris.
- Poole, E. (2006). "The effects of September 11 and the war in Iraq on British newspaper coverage". *Muslims and the news media*, 89-102.
- Richardson, J. E. (2004). *(Mis) representing Islam: The racism and rhetoric of British broadsheet newspapers* (Vol. 9). John Benjamins Publishing.
- Roberts, M. (Ed.). (2002). *Orientalism's interlocutors: Painting, architecture, photography*. Duke University Press.
- Said, E. W. (1979). *Orientalism*, New York: Vintage Books Inc .
- Said, E. W. (1981). *Covering Islam: How the media and the experts determine how we see the rest of the world*. Random House.
- Samiei, M. (2010). "Neo-Orientalism? The relationship between the West and Islam in our globalised world". *Third World Quarterly*, 31(7), 1145-1160.
- Sardar, Z. (1999). *Orientalism*. Open University Press.
- Scheufele, B. (2004). "Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique". *Communications*, 29(4), 401-428.
- Schudson, M. (2000). "The sociology of News Production Revisited (Again)". *Curran & M. Gurevitch (red.): Mass Media and Society*, 3.
- Shaheen, J. G. (2003). "Reel bad Arabs: How Hollywood vilifies a people". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 588(1), 171-193.
- Šisler, V. (2008). "Digital Arabs Representation in video games". *European Journal of Cultural Studies*, 11(2), 203-220.
- Starosta, W. (1971). *United Nations: Burkeian Construct*, A.M. thesis, Indiana University.
- Strömbäck, J., Shehata, A., & Dimitrova, D. V. (2008). "Framing the Mohammad cartoons issue A cross-cultural comparison of Swedish and US press". *Global Media and Communication*, 4(2), 117-138.
- Tankard, J. W. (2001). "The empirical approach to the study of media framing". *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 95-106.

- Van Gorp, B. (2007). "The constructionist approach to framing: Bringing culture back in". *Journal of communication*, 57(1), 60-78.
- Wilkins, K., & Downing, J. (2002). "Mediating terrorism: Text and protest in interpretations of The Siege". *Critical Studies in Media Communication*, 19(4), 419-437.
- Wilson, S. M., & Peterson, L. C. (2002). "The anthropology of online communities". *Annual review of anthropology*, 449-467.





مسلمانان و ایرانیان همواره مورد توجه وسایل ارتباط جمعی غربی بوده‌اند، اما با گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و ظهور فضای مجازی، محیط و فضاهاى فرهنگى جدیدى به وجود آمده است که نقش مهمى در تصویرسازی از فرهنگ «دیگرى» ایفا مى کنند.

در کتاب «بازنمایی مسلمانان و ایران در وبلاگ‌های خبری آمریکا»، تلاش شده است تا بازنمایی از فرهنگ «دیگرى» به نام ایرانیان و مسلمانان در وبلاگ‌های خبری آمریکا، مورد مطالعه و تحلیل علمى قرار بگیرد که امروز در جامعه آمریکا و غرب، تبدیل به منبع اصلی خبر برای شهروندان شده‌اند و بهتر از هر گفتمان دیگرى، امکان شکل‌گیری گفتمان عمومى پیرامون یک مسئله خاص را فراهم مى سازند.

مطالعه و تحلیل چنین محیط‌هایی، برای شناخت سیاست بازنمایی، سیاست‌گذاری فعال و فعالیت مؤثر در چنین فضاهاى، مفید است.