

سیمای ایران در مستندهای تلویزیونی غرب

نویسنده

دکتر عبدالله بیچرانلو

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	بیچرانلو، عبدالله، ۱۳۵۹.
عنوان و نام پدیدآور	سیمای ایران در مستندهای تلویزیونی غرب؛ عبدالله بیچرانلو.
مشخصات نشر	تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۲۴۱ص.
شابک	۱۰۰۰۰۰ ریال: ۳-۸۳-۵۸۱۸-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
موضوع	ایران در برنامه‌های مستند تلویزیونی
موضوع	تلویزیون -- ایالات متحده -- برنامه‌های مستند -- تاریخ و نقد
موضوع	تلویزیون -- انگلستان -- برنامه‌های مستند -- تاریخ و نقد
موضوع	تلویزیون -- فرانسه -- برنامه‌های مستند -- تاریخ و نقد
شناسه افزوده	پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۳ ۹ب۴ / PN ۱۹۹۲/۸
رده‌بندی دیویی	۷۹۱/۴۵
شماره کتابشناسی ملی	۳۴۵۲۵۸۴



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

سیمای ایران در مستندهای تلویزیونی غرب

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

نویسنده: دکتر عبدالله بیچرانلو

ویراستار ادبی: عاطفه تاجیک

طراح جلد: دکتر سیده راضیه یاسینی

صفحه‌آرا: حسین آذری

نوبت چاپ: اول - اردیبهشت ۱۳۹۳

شابک: ۳-۸۳-۵۸۱۸-۶۰۰-۹۷۸

شمارگان: ۲۰۰ نسخه

قیمت: ۱۰۰۰۰۰ ریال

چاپخانه: پیمان نواندیش

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

در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پانین‌تر از میدان ولی‌عصر (همچ)، خیابان دمشق، شماره ۹؛ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

صندوق پستی ۶۴۷۲ - ۱۴۱۵۵ تلفن: ۸۸۹۱۹۱۷۷ دورنگار: ۸۸۹۳۰۷۶ Email: nashr@ricac.ac.ir

این کتاب، نتیجه طرح پژوهشی است که در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

و با نظارت دکتر علی صباغیان انجام شده است.

فهرست مطالب

۱۱	سخن ناشر.....
۱۳	پیشگفتار.....

فصل اول - رسانه‌ها و بازنمایی

۲۳	مقدمه.....
۲۷	زبان، بازنمایانده واقعیت.....
۳۰	استوارت هال و نظریه بازنمایی.....
۳۲	شرق‌شناسی.....
۳۷	شرق‌شناسی رسانه‌ای.....

فصل دوم - سیمای ایران در مستندها

۴۳	مقدمه.....
۴۵	سفر به انتهای زمین، مردمانی از آتش.....
۵۵	سفر انقلابی به ایران.....
۷۶	تایوها (زهره و منوچهر).....
۹۸	حراج کلیه ایرانی.....
۱۱۲	ایران، خطرناک‌ترین ملت؟.....
۱۲۹	جنگجویان خدا.....
۱۶۰	راقه درون ایران.....
۱۸۴	روزی روزگاری ایران.....
۲۰۴	دوجنسی‌ها در ایران یا «مثل دیگران باش».....
۳۱۱	ایران‌بوم.....

فصل سوم - نتایج و پیشنهادها

۲۲۹	مقدمه
۲۳۰	نتایج
۲۳۲	تصویر ایران در مستندها
۲۳۳	تصویر ایرانیان در مستندها
۲۳۶	پیشنهادهای
۲۴۱	منابع و مأخذ

www.ketab.ir

سخن ناشر

بی شک 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 و 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^(ع)، صحیفه نور، ج ۱۵: ۱۶).

رشد و توسعه اقتصادی یا سیاسی بدون توجه به ارزش‌های والای فرهنگی می‌تواند موجبات سستی و اعوجاج 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 سیمای ایران در مستندهای تلویزیونی غرب که توسط دکتر عبدالله بیچرانلو با نظارت دکتر علی صباغیان و ارزیابی دکتر محمدهادی همایون در پژوهشکده هنر و رسانه انجام شده و در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.

پیشگفتار

از اواسط دهه ۱۹۸۰، صنعت تلویزیون تحولات شگرفی را تجربه کرده است؛ تجربه‌ای که بر رشد و توسعه شبکه‌های تلویزیونی، به‌ویژه شبکه‌های خبری بین‌المللی مؤثر بوده است. درحقیقت، برخی زمینه‌ها باعث تحول در صنعت تلویزیون و جهانی شدن آن شد و در نتیجه، رفته‌رفته زمینه توسعه این گونه تلویزیون‌ها را هموار کرد:

- سقوط بلوک شرق و سوسیالیسم؛

- تحول دائم اقتصاد جهانی شده؛

- تحولات فناوریانه.

محتوای اصلی شبکه‌های بین‌المللی را برنامه‌های سیاسی، همچون خبر و تفسیر خبر تشکیل می‌دهد، اما درعین حال، بسط دیدگاه‌های طرفدار گسترش نرم‌خبر و به‌طورکلی، برنامه‌های ملایمی که مباحث زمخت سیاسی در لایه‌های زیرین آن قرار می‌گیرند، باعث شد به تدریج این گروه از برنامه‌ها، بخش مهمی از جدول پخش

شبکه‌های تلویزیونی متمرکز بر خبر و برنامه‌های سیاسی را تشکیل دهند. تلویزیون‌هایی مانند سی‌ان‌ان،^۱ بی‌بی‌سی،^۲ فاکس‌نیوز،^۳ فرانس ۲۴،^۴ الجزیره،^۵ العربیه،^۶ یورونیوز،^۷ راشا تودی^۸ (روسیا الیوم)، سی‌سی‌تی‌وی^۹ و بسیاری شبکه‌های خبری دیگر در زمره تلویزیون‌های بین‌المللی خبری به‌شمار می‌روند. اغلب این تلویزیون‌ها که بر مخاطب بیرون از مرزهای کشور متبوع خود متمرکزند، کوشیده‌اند با تأسیس شبکه‌های گوناگون به زبان‌های مهم بین‌المللی مانند انگلیسی و عربی یا به زبان مخاطبانی که در سیاست خارجی کشورشان جایگاه مهمی دارند (برای مثال، مخاطبان فارسی‌زبان برای انگلیس یا مخاطبان ترک‌زبان برای آمریکا) با این مخاطبان ارتباطی اثربخش برقرار کنند و در نقش بازوانی برای نظام دیپلماسی کشور حامی مالی یا تأسیس‌کننده این شبکه‌ها عمل کنند. همان‌طور که ویلکینز اشاره کرده است:

گذشته از رابطه غیرمستقیم بین تصاویر رسانه‌ای و سیاست خارجی، که در افکار عمومی مطرح می‌شود، حلقه‌های ارتباط مستقیم بین تولید فرهنگ عامه‌پسند و سیاست خارجی به‌وضوح قابل مشاهده است. تویی میلر^{۱۱} و دیگران (۲۰۰۷)، به روابط کاری تاریخی بین سیاست‌مداران واشینگتن و تولیدکنندگان هالیوود با عنوان «واشوود»^{۱۲} اشاره می‌کند. برای مثال، کارکنان کاخ سفید، دیداری با کارگردانان، بازیگران و نویسندگان هالیوود داشتند تا علائق یکسان در زمینه ترویج ارزش‌های ایدئولوژیک مشترک در جهان پس از ۱۱ سپتامبر را دریابند. لوئیس،^{۱۳} ماکسول^{۱۴} و میلر (۲۰۰۲) این رابطه را از منظر

1. CNN
2. BBC
3. Fox News
4. France 24
5. Aljazeera
6. Alarabiya
7. Euro News
8. Russia Today
9. CCTV
10. Toby Miller

۱۱. Washwood: ترکیبی است از کلمه‌های واشینگتن و هالیوود.

12. Lewis
13. Maxwell

اتکای نسبی صنعت فیلم به کمک دولت در اعطای یارانه به تولید و توزیع شرح می‌دهند و معتقدند این وابستگی با هدف دولت برای راه‌اندازی تبلیغاتی اقناع‌کننده در میان افکار عمومی سازگار است (7: 2009).

از طرف دیگر، پیشرفت در عرصه فناوری اطلاعات نیز باعث بروز پدیده‌ها و تحولات جدید در فضای رسانه و ارتباطات رسانه‌ای شد. در پایان دهه ۱۹۹۰ میلادی، دیدن برنامه‌های تلویزیون از طریق اینترنت امکان‌پذیر شد. شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای نیز پخش جهانی را سرعت بخشیدند و کمبود کیفیت پخش اینترنتی را جبران کردند (میرعابدینی، ۱۳۸۷: ۴۲).

با این تغییرات در عرصه فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای، شاهد تحولات شگرف ساخت‌افزایی و به موازات آن، انقلاب نرم‌افزاری و محتوایی بوده‌ایم؛ به این معنا که بسترسازی و فراهم‌شدن زیرساخت‌های فناورانه، باعث شده است رسانه‌داران و رسانه‌گردانان، از این فناوری‌ها در اشکال و محتواهای گوناگون بهره‌های نوینی ببرند. به این معنا که هر رسانه یا به عبارت دقیق‌تر، جریان رسانه‌ای با رویکردی خاص و در جهت تقویت گفتمانی خاص یا تضعیف گفتمانی دیگر فعالیت کرده‌اند در این بین، با شکل‌گیری گفتمان برآمده از دل انقلاب اسلامی ایران، رفته‌رفته فضای رسانه‌ای پر حجمی پیرامون آن شکل گرفت که جریان غالب رسانه‌ای در عرصه بین‌الملل، نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری آن داشته و نوعی تقابل رسانه‌ای را در برابر گفتمان انقلاب اسلامی ایران دامن زده است.

در طول بیش از سه دهه از پیروزی انقلاب اسلامی، تقابل جریان رسانه‌ای غالب با کشورمان در عرصه بین‌الملل پیوسته تداوم داشته است و به ندرت در بازنمایی رسانه‌ای صورت گرفته از ایران و ایرانیان در رسانه‌هایی که ذیل یا همسو با این جریان فعالیت کرده‌اند، نشانه‌هایی مشاهده شده است که مؤید یا تقویت‌کننده گفتمان انقلاب اسلامی باشد. درواقع، اکنون تصویرپردازی منفی از ایران و ایرانیان در رسانه‌های جریان غالب بین‌المللی، به امری روزمره، عادی و بسیار پریسامد تبدیل شده است.

در سال‌های اخیر، شاهد برجسته‌تر شدن تصویر ایرانیان و مسلمانان در رسانه‌های غرب و به‌طور خاص، در سیمای هالیوود و سریال‌های تلویزیونی بوده‌ایم؛ تصویری که نزد اغلب ایرانیان و مسلمانان، ناخوشایند جلوه کرده و نزد اغلب مخاطبان، به‌ویژه مخاطبان غربی، تهدیدآمیز بوده است.

در سال‌های اخیر، با تشدید ترویج اسلام‌هراسی در رسانه‌های غرب، تمرکز بر ایران، که در جهان اسلام موردی خاص به‌شمار می‌رود، نیز افزایش یافته است و می‌توان گفت ایران‌هراسی از طریق این رسانه‌ها به‌صورت گسترده اشاعه داده می‌شود. افزون بر فیلم‌های سیمایی، همچون *اسکندر*، ۳۰۰، *شبی با پادشاه*، *برخورد* (تصادف)، *ارباب آرزو* و *آرگو* که در آنها به انحای مختلف، از ایرانیان چهره‌ای ناپسند به نمایش درآمده است، در بسیاری از فیلم‌های سینمایی دیگر، مانند خودی نیز ایرانیان در حاشیه فیلم‌ها به تصویر کشیده شده‌اند. همچنین، مستندهای بسیاری نیز، از شبکه‌های مختلف تلویزیونی پخش شده‌اند که بر افکار عمومی جهانیان درباره ایرانیان تأثیر چشمگیری داشته‌اند. در این میان، نقش شبکه‌های تلویزیونی خبری بسیار پررنگ و اثرگذار بوده است. با اوج‌گیری فعالیت این شبکه‌ها در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست‌ویکم و با تقویت تقابل سیاسی میان غرب و ایران در دهه اخیر، تصویر ایران و ایرانیان در شبکه‌های تلویزیونی خبری غرب، پرتکرارتر شده است، به‌نحوی که موضوع‌های مربوط به ایران، ارزش پوشش خبری بسیار بالایی داشته است و در اغلب موارد، موضوع‌ها با رویکرد تمرکز بر ارزش خبری «برخورد» پوشش داده شده‌اند، به‌نحوی که تقابل ایران و غرب در این رویدادها بسیار مشهود و شایان توجه بوده است. از این‌رو، به‌تدریج تصویری از ایران و ایرانیان شکل گرفته که از طرفی، نزد اغلب ایرانیان، ناخوشایند، خدشه‌دار و کلیشه‌ای جلوه کرده و نزد اغلب مخاطبان، به‌ویژه مخاطبان غربی، تهدیدآمیز، افراط‌گرایانه، مشارکت‌گریز و آشفته بوده است.

آنچه مستندهای تلویزیونی، اخبار و گزارش‌های خبری، گفتگوها و میزگردهای شبکه‌های تلویزیونی از ایران و ایرانیان بازنمایی کرده‌اند، در مجموع، نوعی انسجام و یکپارچگی داشته است و در هم‌نشینی با یکدیگر، دربارهٔ سیاست، اقتصاد، اجتماع و فرهنگ حاکم بر ایران در برابر دیدگان انبوهی از مخاطبان در کشورهای مختلف متنی یک‌دست قرار داده که تداعی نامطلوبی از ایران داشته است. نگاهی اجمالی به تصویر ارائه‌شده از ایران در شبکه‌های تلویزیونی جریان غالب رسانه‌ای غرب، حاکی از این است که در تصویرپردازی و بازنمایی ایران و ایرانی در این رسانه‌ها، رویکردهای خاصی پیگیری می‌شود و گفتمان ویژه‌ای حاکم است.

با در نظر داشتن مباحث یادشده، کتاب پیش رو کوشیده است به سؤال‌های ذیل پاسخ دهد:

- برجسته‌ترین مستندهای تلویزیونی ساخته‌شده دربارهٔ ایران و ایرانیان کدام‌اند؟
- ایران و ایرانیان در مستندهای تلویزیونی منتخب (با تمرکز بر شبکه‌های تلویزیونی آمریکا، انگلیس و فرانسه) چگونه بازنمایی شده‌اند؟

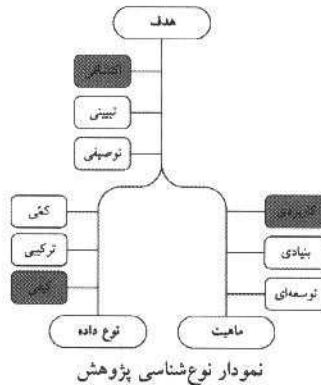
- انگاره‌های ارائه‌شده دربارهٔ ایران و ایرانیان در مستندهای تلویزیونی منتخب چیست؟

- چه مضامین، نشانه‌ها، عناصر و پیام‌های مشترکی در این مستندهای تلویزیونی

دیده می‌شوند؟

می‌توان اثر پیش رو را پژوهشی کاربردی دانست؛ چراکه از نتایج حاصل از تحلیل مستندهای تلویزیونی بررسی‌شده می‌توان در جهت برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری رسانه‌ای در قبال این گونه تولیدات رسانه‌های غرب دربارهٔ کشورمان بهره گرفت. همچنین، می‌توان این مطالعه را براساس هدف، از نوع اکتشافی دانست که در جریان آن، پژوهشگر با مطالعهٔ متون، تحلیل محتوای کیفی و تحلیل نشانه‌شناختی شماری از مستندهای پخش‌شده از تلویزیون غرب، در پی کشف و شناخت بازنمایی صورت گرفته از ایران و ایرانیان در این مستندهاست.

البته می‌توان پژوهش‌ها را از نظر نوع داده‌ها، به دو نوع کمی و کیفی تقسیم کرد که نوشتار حاضر، از این حیث، در زمره پژوهش‌های کیفی به‌شمار می‌رود.



جامعه بررسی‌شده ما را مستندهای تلویزیونی تولید و پخش‌شده از شبکه‌های تلویزیونی غربی تشکیل می‌دهند که از میان آنها، ۱۰ مستند تلویزیونی، که بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۱ ساخته شده‌اند، با روش نمونه‌گیری هدفمند، «که گاهی آنرا نمونه‌گیری قضاوتی نیز می‌نامند» (سفیری، ۱۳۸۷: ۵۹)، برای تحلیل انتخاب شده‌اند. گفتنی است که بررسی بر روی مستندهایی متمرکز شده که رویکرد فرهنگی - اجتماعی در آنها غالب است؛ به‌گونه‌ای که مضامین سیاسی طرح‌شده در آنها نیز از منظری فرهنگی - اجتماعی مورد توجه قرار گرفته و به‌رغم اینکه در همه این مستندها اهداف سیاسی دنبال شده است، اما زمینه و بافت طرح موضوع در آنها اغلب فرهنگی و اجتماعی بوده است و دست‌مایه و مضمونی فرهنگی یا اجتماعی دارند. درحقیقت، در کتاب پیش رو، مهم‌ترین مستندهای ساخته‌شده درباره ایران، که رویکردی فرهنگی - اجتماعی دارند، بررسی شده‌اند. از نگاه محقق، در مستندی مانند *جنگجویان خدا*، اگرچه موضوع نهراسیدن از مرگ، جهاد یا به اصطلاح غربی‌ها، جنگ مقدس بررسی شده است و موضوع با تحولات سیاسی معاصر در جهان اسلام و به‌طور خاص، ایران گره خورده است، اما به‌علت

اینکه بنیانی که در این مستند هدف قرار گرفته، فرهنگی است و درحقیقت، دین اسلام و به‌طور خاص، موضوع شهادت و استشهاد، دست‌مایه اصلی این مستند است، در زمره مستندهای مهمی قرار گرفته است که قابلیت بررسی داشتند. از جهت قالب نیز تلاش شد به مستندهایی که رویکرد مستندگرایانه بیشتری دارند، توجه شود. برای مثال، *ایران، مسئله نیست*^۱ به این علت از فهرست مستندهای منتخب کنار گذاشته شد؛ زیرا عمده زمان آن‌را مصاحبه تشکیل می‌دهد و بر گفتار صرف مصاحبه‌شوندگان متکی است.

شاخص دیگری که در بررسی مستندها مدنظر بوده، نیمه‌بلند یا بلند بودن آنها از جهت زمانی بوده است تا ارزش تحلیلی بیشتری داشته باشند. از این رو، کمترین مدت مستندهای بررسی‌شده، ۵۱ دقیقه و بیشترین زمان، ۱۲۰ دقیقه است. بنابراین، مستندی مانند *ایران، پایتخت جراحی بینی در جهان*^۲ یا *مستند درون هم‌جنس‌گرایی مخفیانه در ایران*^۳ با وجود اینکه مضمونی اجتماعی - فرهنگی دارند، به جهت کوتاه بودن بررسی نشدند.

همچنین، با تحدید کشورهای پخش‌کننده این مستندها به کشورهای آمریکا، انگلیس و فرانسه که اصلی‌ترین کشورهای غربی صاحب رسانه به‌شمار می‌روند، درباره این مستندها نوعی قضاوت و گزینش صورت گرفته است. همچنین، مستندهایی برای بررسی انتخاب شده‌اند که از شبکه‌های پربیننده‌ای مانند سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی، دیسکاوری، بی‌بی‌اس یا آرته پخش شده‌اند یا برخی از مستندها، مانند *تابوها و دوجسیتی‌ها در ایران* در جشنواره‌های گوناگون فیلم در غرب مورد توجه و تحسین قرار گرفته‌اند.

1. *Iran is not the Problem*

2. *Iran the Capital of Nose Job?*

3. *Inside Iran's Secret Gay*