**فصل دوم**

# 2-1 مقدمه

در بخش اول این فصل ابتدا به مرور مفهومی مباحث مربوط به بازنمایی تفاوت های جنسیتی در سینما خواهیم پرداخت و با ارائه تعاریف کلی مفاهیم مربوط به بازنمایی، نشانه‌شناسی و جنسیت را معرفی می‌کنیم.

سپس با بررسی پژوهش‌های پیشین مربوط به حوزه زنان و سینما، به مرور تجربی می‌پردازیم. بازنمایی سینمای زنان موضوع پایان نامه های رشته های علوم اجتماعی و رشته پژوهش هنر قرار گرفته است. اما موضوع خاص تفاوت های جنسیتی کمتر لحاظ گردیده است. مطالعه پژوهش‌های مربوط به بازنمایی سینمایی مسائل زنان بسیار اهمیت دارد. بررسی جهت‌گیری کلی سینما و برساخت اجتماعی آن از واقعیات حوزه زنان راه‌ گشای پژوهش پیش‌ رو خواهد بود.

در بخش دوم، به مرور نظری می‌پردازیم. نظریات مربوط به بازنمایی و نشانه‌شناسی و نظریه فمنیستی فیلم و نظریات مطالعات فرهنگی درباره مطالعات فمنیستی مفصلاً تشریح می‌شوند تا ضمن معرفی این نظریات چارچوب مفهومی تحقیق نیز مشخص شود.

در بخش پایانی این فصل با معرفی چارچوب مفهومی، مسیر مطالعه و نظریات مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل نشانه‌شناختی بازنمایی آثار سینمایی مشخص خواهند شد.

# 2-2 مرور مفهومی

## 2-2-1 بازنمایی

ساده­ترین تعبیر از بازنمایی که برگرفته از واژه­نامه آکسفورد است این مفهوم را چنین تعریف می­کند: «عمل نمایش دادن کسی یا چیزی به شیوه­ای خاص». اما تعریفی پیچیده از این مفهوم که توسط کریس بارکر و از منظر مطالعات فرهنگی بیان شده، بیان می کند: «بازنمایی مجموعه­ای از فرآیندهاست که از طریق آن، اعمال معنادار، یک شئی یا رفتار در دنیای واقعی را توصیف یا معنا می­کنند. از این­رو، بازنمایی عمل نمادپردازانه است که دنیای مورد نظر مستقلی را انعکاس می­دهد» (بارکر، 2004: 177).

"بازنمایی" یکی از مفاهیم بنیادی در مطالعات رسانه‌ای است. کلمه ای که معانی احتمالی متفاوتی را به همراه دارد. بازنمایی راه و روشی است که از آن طریق، رسانه‌ها حوادث و واقعیت‌ها را نشان می‌دهند. از نظر "ریچارد دایر"[[1]](#footnote-1) مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از:

«ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان ها، اشیاء، اشخاص، هویت های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد»(Dayer,2005,P.18).

تعریف بازنمایی:

 فرهنگ لغات مطالعات رسانه‌ای و ارتباطی بازنمایی را اینگونه تعریف می‌کند:

 کارکرد اساسی و بنیادین رسانه‌ها عبارتست از بازنمایی واقعیتهای جهان خارج برای مخاطبان واغلب دانش و شناخت ما از جهان بوسیله رسانه‌ها ایجاد می‌شود و درک ما از واقعیت بواسطه و به میانجی‌گری روزنامه‌ها، تلویزیون، تبلیغات و فیلمهای سینمایی و ... شکل می‌گیرد. رسانه‌ها جهان را برای ما تصویر می‌کنند. رسانه‌ها این هدف را با انتخاب و تفسیر خود در کسوت دروازبانی و بوسیله عواملی انجام می‌دهند که از ایدئولوژی اشباع هستند... آنچه ما به مثابه یک مخاطب از آفریقا و آفریقایی ها، صرب ها و آلبانیایی تبارها، اعراب و مسلمانان و ... می دانیم ناشی از تجربه مواجهه با گزارش ها و تصاویری است که بواسطه رسانه‌ها به ما ارایه شده‌است. بنابراین مطالعه بازنمایی رسانه‌ای در مطالعات رسانه‌ای، ارتباطی و فرهنگی بسیار مهم و محوری است. از آنجائی که نمی‌توان جهان را با تمام پیچیدگی‌های بیشمار آن به تصویر کشید، ارزشهای خبری، فشارهای پروپاگاندایی، تهییج، تقابل (که ما را از دیگران جدا می‌سازد) یا تحمیل معنا در قالب مجموعه‌ای از پیچیدگی‌های [فنی و محتوایی] ارایه می‌دهند. براین اساس بازنمایی عنصری محوری در ارایه تعریف [از واقعیت] است (Watson and Hill, 2006: 248)

 بازنمایی، تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. به این معنی که معنا از طریق نشانه‎‌ها، به ویژه زبان تولید می‌شود. زبان سازنده‌ی معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و صرفا واسطه‌ای خنثی و بی‌طرف برای صورت‌بندی معانی و معرفت درباره‌ی جهان نیست. فرایند تولید معنا از طریق زبان را رویه‌های دلالت می‌نامند. لذا آن‌چه واقعیت نامیده می‌شود خارج از فرایند بازنمایی نیست. البته این بدان معنا نیست که هیچ جهان مادی واقعی وجود ندارد، بلکه مهم معنایی است که به جهان مادی داده می‌شود. استوارت هال می‌گوید:« هیچ‌چیز معنا‌‌داری خارج از گفتمان وجود ندارد؛ و مطالعات رسانه‌ای وظیفه‌اش سنجش شکافت میان واقعیت و بازنمایی نیست بلکه تلاش برای شناخت این نکته است که معانی به چه نحوی از طریق رویه‌ها و صورت‌بندی‌های گفتمانی تولید می‌شود. از دیدگاه هال، ما جهان را از طریق بازنمایی می‌سازیم و بازسازی می‌کنیم». (کالورت و لوییز، 2002: 200)

استورات هال بازنمایی را به همراه تولید، مصرف، هویت و مقررات، بخشی از چرخه فرهنگ می‌داند. او بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای گفتن چیزی معنادار یا برای نمایش دادن جهان معنادار به افراد دیگر تعریف می‌کند. بازنمایی بخشی اساسی از فرایندی است که به تولید معنا و مبادله آن میان اعضای یک فرهنگ می‌پرداد و شامل استفاده از زبان، نشانه‌ها و ایماژ‌هایی می‌شود که به بازنمایی می‌پردازد. (هال و جالی، 1997: 15)

هال استدلال می‌کند واقعیت به نحو معنا‌داری وجود ندارد و بازنمایی یکی از شیوه‌های کلیدی تولید معناست. معنا صریح یا شفاف نیست و از طریق بازنمایی در گذر زمان، یک دست باقی نمی‌ماند. معنا بی‌ثبات یا لغزنده است و همیشه قرار ملاقاتش با حقیقت مطلق را به تاخیر می‌اندازد، همیشه برای هم‌طنین شدن با موقعیت‌های جدید مورد مذاکره قرار می‌گیرد و تغییر می‌یابد، اغلب مورد مجادله بوده و هر ازگاهی به شدت بر سر آن جنگ شده است... معانی به شدت در رابطه با قدرت ثبت و حک می شوند. (مهدی زاده،1387: 16)

به عبارت دیگر بازنمایی یکی از کارکرد‌های فرهنگی است که معنا را تولید می‌کند. تأکید بر کردار‌های فرهنگی در این‌جا بدین معنی است که مشارکت کنندگان در یک فرهنگ هستند که به افراد، ابژه‌ها و حوادث معنا می‌بخشند. چیز‌ها فی‌نفسه دارای معنا نیستند. بنابراین معنای
 چیز‌ها ، محصول چگونگی بازنمایی آن‌هاست و فرهنگ، تفسیر معنادار چیز‌هاست. معنایی که محصول بازنمایی افراد از آن‌هاست و بازنمایی به عملکرد تأثیرگزار چیز‌ها برای ما بستگی دارد. (هال: 1997: 1)

مطالعات فرهنگی با اتخاذ نگرشی برسازنده درباره بازنمایی باور دارد که پدیده‌ها فی‌نفسه قادر به دلالت نیستند بلکه معنای پدیده‌ها ناگریز باید از طریق واسطه فرهنگ، بازنمایی شود. بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای نیز نه امری خنثی و بی‌طرف، که آمیخته روابط و مناسبات قدرت جهت تولید و اشاعه معانی مرجح در جامعه در راستای تداوم و تقویت نابرابری‌های اجتماعی است.

اگر بپذیریم که معنا واجد ماهیتی ثابت و تضمین شده نیست بلکه از بازنمایی‌های خاص طبیعت در فرهنگ ناشی می‌شود، آن‌گاه می‌توان نتیجه گرفت که معنای هیچ‌چیز نمی‌تواند تغییر ناپذیر، غایی یا یگانه باشد. در واقع، معنای هر چیز همواره از یک زمینه بر می‌آید و مشروط به عواملی دیگر و هم‌چنین تابع مناسبات متحول‌شونده قدرت است. بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای نه امری خنثی و بی‌طرف، که آمیخته به روابط و مناسبات قدرت جهت تولید و اشاعه معانی مرجّح در جامعه در راستای تداوم و تقویت نابرابری‌های اجتماعی است. (مهدی زاده،1387: 16)

ریچارد دایر درباره بازنمایی این پرسش را مطرح می‌کند که چه کسی، کدام گروه را به چه شیوه‌ای باز می‌نمایاند. به دنبال چنین رویکردی است که موضوع رابطه میان «بازنمایی»، «قدرت» و «ایدئولوژی» پدیدار می‌شود. به این معنا که بازنمایی فرایند نمایش شفاف واقعیت از طریق رسانه‌ها نیست بلکه اساساً فرایندی است که طی آن برخی امور نمایانده می‌شوند در حالی‌که بسیاری از امور مسکوت می‌مانند؛ در واقع آن‌چه بازنمایی می‌شود، احتمالاً با منافع عده خاصی گره خورده است. (دایر به نقل از استریناتی، 1380)

در اندیشه‌های پست‌مدرنیستی و آن‌چه رولان بارت بر آن تأکید دارد، «چگونه» واجد اهمیت است و نه «چه». به بیان دیگر چگونگی امور واجد اهمیت است، نه آن‌چه در اندیشه‌های اومانیستی و فضل‌فروشانه بورژوازی در پیوند با «چیستی» می‌گذرد. اما در گرماگرم مجادلات میان «چه» و «چگونه»، آن‌چه مغفول می‌ماند، «چراییِ» بازنمایی و یا به تعبیری سیاستِ بازنمایی است. چرا که یک نوع بازنمایی در یک لحظه خاص تاریخی و در پیوند با شخص، مضمون، نژاد، جنسیت و یا طبقه خاص پذیرفتنی است و در مواقع دیگر ممنوع شمرده می‌شود. رولان بارت همیشه بر چگونگی بازنمایی تأکید می‌ورزید و با این تمرکز، به نوعی متنی کردن و شکل تازه‌ای از سیاست اشاره داشت.

به طور کلی می‌توان گفت که در دایره فرهنگی و اندیشگی امروز، بازنمایی زنان، اقلیت‌های نژادی و دیگر گروه‌های سرکوب شده و به حاشیه رانده، مضمون نقد و نظر‌های گوناگون بوده است. این نظریات قایل به این است که بازنمایی به هیچ وجه نمی‌تواند طبیعی و خنثی و مستقل از واقعیت‌های بیرونی باشد و همیشه از سوی کد‌های فرهنگی موجود و از پیش‌بوده ساخته و پرداخته می‌شود. (قره باغی، 1383: 41)

. به عبارت دیگر، بازنمایی فرآیندی است که به وسیله آن، اعضای یک فرهنگ، از زبان برای تولید معنا استفاده می‌کنند. در نتیجه، معنا، همیشه از فرهنگی به فزهنگ دیگر و از زمانی به زمان دیگر تغییر می‌کند. به این علت که معنی در حال تحول است و رمزگان‌ها بیشتر به صورت قراردادهای اجتماعی عمل می‌کنند تا به صورت قوانین ثابت و غیر قابل نقض. (هال:1997)

به طور خلاصه می توان گفت بازنمائی فرایندی است که رسانه ها از طریق آن «جهان واقعی» را به ما نمایش می دهند، به عبارتی فاصله گرفتن از حقیقت و معیار و نشان دادن آن به شکلی دیگر و در برخی مواقع حتی نشان دادن به شکل وارونه.

## 2-2-1-1 استراتژی‌های بازنمایی

**کلیشه سازی**

 Stereotype از واژه یونانی Stereo به معنای جامد و سفت و سخت مشتق شده‌است. کلیشه‌ها در واقع ایده ها و فرضیاتی هستند در حال جریان درباره گروههای خاصی از افراد. کلیشه‌ها به مانند دو روی یک سکه عمل می‌کنند؛ آنها از یک سو به طبقه بندی گروهها می‌پردازند و از سوی دیگر به ارزیابی آنها اقدام می‌کنند. بنابرین کلیشه‌ها در بر گیرنده سویه ای ارزشی هستند که قضاوتی جهت دار را در بر دارند. گرچه کلیشه‌ها به دو شکل مثبت و منفی دیده می‌شوند اما اغلب آنها دارای بار منفی هستند و سعی می‌کنند از مجرای موضوعاتی سهل الوصول ادراکی از موقعیت یک گروه را فراهم آورند که به شکل قطعی و مشخصی، تفاوت های موجود در بین گروهها را برجسته سازند. این امر در حالی از خلال فرایند های کلیشه‌سازی تحقق می یابد که از طیف وسیعی از تفاوت ها در بین گروههای مد نظر چشم پوشی می‌شود و کلیشه‌ها از خلال فرایند های ساده‌سازی سعی در یکدست سازی این تفاوت ها دارند.

 در حالت کلی کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن جهان مادی و جهان ایده ها در راستای ایجاد معنا، طبقه بندی می‌شود تا مفهومی از جهان شکل گیرد که منطبق با باورهای ایدئولوژیکی باشد که در پسِ پشتِ کلیشه‌ها قرار گرفته اند.

 هال کلیشه‌سازی را کنشی معنا سازانه میداند و معتقد‌‌است "اساساً برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی ها هستیم" (Hall, 1997:257 ). هال در بیان دیدگاه خود در باره کلیشه‌سازی به مقاله «ریچارد دایر» با عنوان «کلیشه‌سازی» اشاره می‌کند. دایر در این مقاله به تفاوت مهمی اشاره می‌کند که میان دو اصطالاح طبقه بندی و کلیشه‌سازی وجود دارد. از منظر دایر، بدون استفاده از طبقه بندی ها امکان معنادهی به جهان بسیار دشوار است (گرچه ناممکن نیست)، چرا که مفاهیم یا طبقه بندی های موجود در ذهن است که با انطباق آنها با مفاهیم عام، امکان درک و مواجهه با جهان ممکن می‌شود. مبنای نظری بحث دایر، مفهوم طبقه بندی آلفرد شوتز است. بنابراین و در حالت کلی، هال (1997) سه تفاوت بنیادین میان طبقه بندی و کلیشه‌سازی را اینگونه بر می شمرد:

 اولاً کلیشه‌ها تفاوت ها را تقلیل داده، ذاتی، طبیعی و نهایتاً تثبیت می‌کنند، ثانیاً با بسط یک استراتژی منفک سازی و شکافِ طبیعی و قابل قبول را از آنچه که غیر طبیعی و غیر قابل قبول است تفکیک می‌کنند ... ثالثاً کلیشه‌ها از نابرابری های قدرت حمایت می‌کنند. قدرت همواره در مقابل فرودستان و گروههای طرد شده قرار می‌گیرد (Ibid: 258).

 بنابراین کلیشه‌ها نگهدارنده نظم اجتماعی و نمادین اند و بسیار سفت و سخت تر از طبقه بندی ها عمل می‌کنند. از منظر فوکویی، کلیشه‌ها بر مبنای گفتمان های دانش / قدرت شکل می‌گیرند و عمل می‌کنند. همان گونه که قبلاً نیز ذکر شد، قدرت در اینجا در معنای محدود آن و در اصطلاحاتی همچون قدرت اقتصادی و اجبار فیزیکی عمل نمی‌کند بلکه شکلی نمادین دارد که با طرد آئینی همراه است.

 تئو ون دایک بر مبنای پژوهش هایی که در اواخر دهه نود در زمینه گفتمان های مختلف و بازتولید نژادپرستی انجام داده است معتقد‌‌است که "تعصبات و کلیشه‌ها بر تمامی فرایندهای پردازش اطلاعات یعنی خواندن، فهم و به خاطر سپردن گفتمان اثر می گذارد" (ون دایک، 1382 :298). بنابراین هر آنچه در فرایند پردازش اطلاعات دخیل است می تواند ابزار کلیشه‌سازی باشد؛ از تاثیرات تکنولوژیک گرفته تا ساختارهای روانشناختی افراد. رسانه‌ها به عنوان میانجی انتقال اطلاعات از فرایند تولید کلیشه‌ها مستثنی نیستند. آنها کلیشه‌ها را می سازند، تقویت می‌کنند، بازتولید می‌کنند و حتی به اضمحلال می کشند.

 سینما هم به مثابه رسانه ای مهم در جهان معاصر در امر کلیشه‌سازی دخیل است. در دنیای سینما، ابتدا کلیشه‌ها برای کمک به ادراک روایت از سوی مخاطب شکل گرفتند. از سوی دیگر کلیشه‌ها سبب ایجاز در روایت سینمایی می‌شوند. آنها تحت تاثیر عوامل زمینه ای نیز هستند. بنابراین"کلیشه‌ها به تبعیت از تغییر بافت سیاسی- فرهنگی تغییر می‌کنند" (هیوارد، 1381: 270). به عنوان نمونه، بازنمایی کمونیسم در سینمای هالیوود دهه های 1950 تا 1990 طیفی را تشکلیل می‌دهد که از کمونیسم به مثابه تهدید (یعنی نیرویی بیگانه که می بایست شکست داده شود) تا نظام بی کفایت و فاسدی که محکوم به شکست است در نظر گرفته شده‌است. از سوی دیگر کلیشه‌ها در بازنمایی تیپ ها و هنجارها بکار گرفته می‌شود و از آنجایی که "محصولاتی اجتماعی- فرهنگی هستند که شکل هنجاری به خود می‌گیرند، [پس] می بایست در مناسبت با نژاد، جنسیت، تمایلات جنسی، سن، طبقه و ژانر مورد بررسی قرار گیرند"(هیوارد، 1381: 270)

**طبیعی سازی**

 طبیعی سازی به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکاراً طبیعی هستند. طبیعی سازی دارای کارکردی ایدئولوژیک است. در فیلم و تلویزیون، دنیا به صورت طبیعی به شکل دنیایی سفید، بورژوازی و پدرسالار نشان داده می‌شود و بر این اساس طبیعی سازی وظیفه تقویت ایدئولوژی مسلط را بر عهده می‌گیرد. گفتمان های طبیعی ساز چنان عمل می‌کنند که نابرابری های طبقاتی، نژادی و جنسیتی بصورت عادی بازنمایی می‌شوند. "تصویر زن به شکل موجود درجه دوم و ابژه نگاه خیره مرد نشان داده می‌شود. (هیوارد، 1381: 204).

 مفهوم طبیعی سازی در آثار رولان بارت ذیل عنوان اسطوره سازی به گویاترین شکل ممکن مطرح شده‌است. بارت اسطوره را نوعی گفتار می‌داند که صرفاً محدود به گفتار شفاهی نیست. "این گفتار مشتمل بر شیوه هایی از نوشتار و بازنمایی ها؛ نه فقط گفتمان نوشتاری بلکه همچنین عکاسی و سینما و گزارش و ورزش و نمایش ها و تبلیغات نیز شامل آن می‌شود و تمامی اینها می تواند در خدمت پشتیبانی از گفتار اسطوره قرار گیرد" (بارت، 1380: 86). باید توجه داشت که در اسطوره دو مضمون [دال و مدلول] کاملاً آشکار هستند؛ "یکی پشت دیگری پنهان نشده‌است ... اسطوره چیزی را پنهان نمی‌کند؛ کارکرد اسطوره تحریف کردن و مخدوش کردن است نه ناپدید کردن" (بارت، 1380: 97). در این روند است که اسطوره دست به «طبیعی سازی» می زند و اینگونه است که اسطوره شکل می‌گیرد: "اسطوره تاریخ را به طبیعت بدل می‌کند ... اسطوره گفتاری است که به شیوه مفرط موجه جلوه داده می‌شود" (بارت، 1380: 105). به عبارت دیگر، اسطوره ها عقل سلیم را که امر تاریخی است به گونه ای عرضه می‌کنند که انگار چیزی طبیعی است. این امر بی شک نوعی سوء استفاده ایدئولوژیک است.

 بارت اسطوره را «گفتاری سیاست زدوده» می‌داند چرا که "طبیعی جلوه دادن پدیده های تاریخی هدفی ندارد جز سیاست زدایی" (اباذری،1380: 145). حاصل کار از بین رفتن عمل سیاسی در معنای واقعی کلمه، تبدیل علم انسانی به علم طبیعی و نهایتاً جایگزینی گزارش به جای تبیین است.

 برای بارت اسطوره ها به عملکرد ایدئولوژیک «طبیعی‌سازی» کمک می کنند تا واکنش های فرهنگی به اموری کاملاً «طبیعی»، «عادی»، «خودآگاه» و مطابق با «عقل سلیم» به نظر برسند. "طبیعی سازی، بازنمودهای ایدئولوژیک خاص را بصورت عقل سلیم در می آورد و بدین وسیله آنها را غیر شفاف می‌کند، یعنی به عنوان ایدئولوژی به آنها نگاه نمی‌شود" (فرکلاف، 1379: 50)

## 2-2-2 نشانه شناسی

«نشانه شناسی» اصطلاحي است كه در زبان فارسي معادل دو اصطلاح مختلف، اما هم‌معنا، به کار می‌رود. هم معادل واژه «semiology» است که زبان‌شناس سوئیسی، فردینان دوسوسور آن را به کار می‌برد؛ و هم معادل واژه «semiotics» در نظریه فیلسوف آمریکایی چارلز سندرس پیرس. گرچه باید توجه داشت که نشانه‌شناسی مورد‌نظر این دو نفر کاملا یکسان نیست، اما مبانی هر دو از مباحث کلیدی در نشانه‌شناسی هستند.

از دید سوسور، نشانه‌ کلیتی است ناشی از پیوند بین دال و مدلول. رابطه‌ی بین دال و مدلول را اصطلاحاً «دلالت» می‌نامند. نشانه حاصل انطباق این دو عنصر، یعنی دال و مدلول است. نشانه همیشه دو رو دارد. دال بدون مدلول، یا به عبارتی دالی که به هیچ مفهومی دلالت نکند، صدایی گنگ بیش نیست و مدلولی که هیچ صورتی (دالی) برای دلالت بر آن وجود نداشته باشد امکان ندارد، قابل دریافت و شناخت نیست. (سوسور به نقل از سجودی، 1390: 13)

سوسور معتقد است، « نشانه‌ی زبانی رابطه‌ی بین یک چیز و یک نام نیست، بلکه رابطه‌ای است بین یک مفهوم و یک الگوی صوتی. الگوی صوتی به واقع از نوع صوت نیست؛ زیرا صوت چیزی مادی (فیزیکی) است. الگوی صوتی پنداشت روان‌شناختی شنونده از صوت است آن‌گونه که از طریق حواس دریافت می‌کند. این الگوی صوتی را فقط از آن جهت می‌توان «مادی» تلقی کرد که بازنمود دریافت‌‌های حسی ما هستند. بنابراین، الگوی صوتی را می‌توان از آن عنصر دیگری که در نشانه‌ی زبانی در پیوند با آن است بازشناخت. این عنصر دیگر عموماً از نوع انتزاعی‌تر است: «مفهوم». (سجودی، 1390: 14) از دید سوسور، فرایند انتخاب یک صوت خاص برای متصل کردن آن به یک ایده‌ی خاص کاملاً اختیاری‌است. (سوسور به نقل از چندلر، 1387: 52)

پیرس استدلال می‌کند که مفسران خود باید به نشانه‌ها معنا بخشند. به نظر او، نشانه چیزی است که «به چشم کسی، از بعد خاصی، یا دامنه معینی به جای چیز دیگری می‌نشیند.» این با نظر سوسور در مورد کارکرد نشانه مغایر بود. پیرس معناشناسی را مهم می‌دانست، آن‌گونه که او تعبیر می‌کرد: «این جهان سرشار از نشانه‌هاست، هرچند که منحصراً از آن‌ها تشکیل نشده باشد.» هرچه را انجام می‌دهیم، می‌توان پیامی، یا به قول پیرس نشانه‌ای تلقی کرد. (آسابرگر، 1383: 29 )

## 2-2-3 جنسیت

امروزه این تفکر که "جنسیت " افراد منشا زيست شناختي ندارند و جامعه بشري آنها را شكل مي دهد و بر افراد تحميل مي كند ، در انديشه جامعه شناختي پذيرفته شده و بسط يافته است. به گونه اي كه شاخه هاي متعدد جامعه شناسي در حال حاضر به عنوان يكي از الويت هاي مهم خود مباحث جنسيتي را دركانون طرح هاي پژوهشي قرار داده اند ) گيدنز،١٣٧٤؛گرت ، ١٣٧٩ ؛ فريدمن ، ١٣٨١ ؛ جكسون و اسكات ، ٢٠٠٢ ) . جنسيت ، برحسب تعريف به آن جنبه از تفاوت هاي مرد و زن مربوط ميشود كه از لحاظ فرهنگي و اجتماعي شكل ميگيرد ( مارشال ، ١٩٩٨ ). از این نظر جنسیت از "جنس"که بر تفاوت های زیستی زنان و مردان اطلاق می گردد،تمییز داده شده می شود.در واقع جنسیت با "همبستگی های فرهنگی استقرار یافته پیرامون "جنس" ارتباط دارد.(گافمن210:1997)

رسانه جمعی با بازنمایی الگوهای هنجاری حاکم بر زندگی اجتماعی در قالب اجرای نمایش گونه ،عملا نقش بر سازنده و بازتولید کننده ی این هنجارها را در زندگی اجتماعی امروزی عهده دار است.آنها با ارئه تصویری خاص از مناسبات دو جنس ،می توانند نقش مهمی در نهادینه شدن چهارچوب مفهومی آن تصویر خاص داشته باشند.از این نظر رسانه های جمعی می توانند به صورت ابزاری سیاسی درآیند تا در دست یک گروه،طبقه(همچون طبقه جنسی) قشر یا صاحبان اندیشه و مرام خاص ،به وسیله ی سو استفاده و آزار دیگران بدل شوند. در میان رسانه های جمعی شناخته شده،سینما به عنوان یک هنر برتر نسبت به دیگر هنرها و نیز به خاطر امکانات ویژه اش برای نمایش مناسبات مربوط با جنسیت ،همچون یک نمونه ایده آل برای تحقیق در باب نابرابری ها و تفاوت های جنسیتی خود را به ما نشان می دهند(استریناتی 121:1380 ،بنیامین،1936)

فرهنگ جنسیتی از مفاهیمی است که به شیوه های مختلفی نمایش داده می شود.سینما را می توان ابزاری قوی برای نمایش و ساخت و برساخت فرهنگ جنسیتی دانست.سینما به عنوان یک رسانه عمومی می تواند تاثیر مهمی بر فرهنگ جنسیتی بگذارد به همین دلیل نقش تولید محتوای آن بسیار مهم است چون با تولید انبوه و جذاب هم می تواند کلیشه های جنسیتی سنتی را به نفع گروهی خاص تولید کند و هم می تواند با انتقاد از سرکوب جنسیتی موجب آگاهی مفید برای توده اجتماع باشد.

بازنمایی های رسانه ای از این لحاظ مهم هستند که شناخت و باور عمومی را شکل می دهند .اگرچه ارتباط بازنمایی با زندگی و تجربه مردم در جهان اجتماعی ، پیچیده است، اما بازنمایی ها برای مردم دارای پیامد های واقعی است . ریچارد دایر بر این نکته تاکید می کند که « نحوه ی برخورد با گروه های اجتماعی در بازنمایی فرهنگی ، بخشی از این نکته است که با آنها در زندگی واقعی به چه نحو برخورد شود .» (Giles & Middleton, 1999:59)

فمنیست ها معتقدند که توصیف زن در آثار مردانه ،بوسیله مردان و با ابزار های زبانی مردسالار صورت می گیرد به همین دلیل زنان خود را با میانجیگری زبانی مردانه می شناسند.از این رو فهم و زنان از خود فهم اصیلی نیست.از نظر فمنیست های ایرانی، زنان در تاریخ ادبیات فارسی حاشیه نشین بوده اند .پیدا ترین حضور زن در شعر فارسی حضور مادرانه اوست که آن هم در آغاز شعر فارسی نمودی نداشته و به تدریج در آثار متاخرین نمود داشته است.(امامی :1385 )

 منتقدین فمینیست بر این باور بودند که بهبودبخشی و افزایش بازنمایی زنان در رسانه، منجر به تغییر اجتماعی خواهد شد. *(والترز، 1995: 36)* گرچه رهیافت تصاویر زنان بر اساس قواعد سنتی پژوهش­ در رشته­ی ارتباطات پیش می­رفت، سیاست­های جنبش را نیز مد نظر داشت. با مستندسازی تفوق جنسی در تصاویر رسانه­ای، فمینیست­ها توانستند دست به آگاهی­سازی بزنند و با افزایش آگاهی نسبت به نابرابری فرهنگی، بر رسانه­ها برای تغییر فشار وارد کنند. *(والترز، 1995: 37)* این یک قدم بسیار مهم بود، چرا که این اصل که تفوق جنسی در فرهنگ عمومی شیوع دارد –و حتی این باور که تفوق جنسی امری غلط است- هنوز جای بحث داشت. با این حال که در ابتدا بر سر آن­که مطالعات فرهنگی پروژه­ای حیاتی برای فمینیسم است، توافق وجود داشت، اما عدم توافق در مورد آن­که در تحلیل چه سمت­وسویی باید مورد توجه قرار گیرد به سرعت سربرافراشت.( The hand book of sociology of gender)

# 2-3 مرور تجربی

**تحقیقات داخلی**

در بُعد بازنمایی تحقیقات مختلفی صورت گرفته است .از نظر جامعه شناسی فرهنگی و مطالعات فرهنگی هر مفهوم ، گروه یا رخداد اجتماعی قابل بررسی و بازنمایی است و هر اثری قابلیت تفسیر و واکاوی دارد.درباره مسائل زنان و جنبه های پروبلماتیک آنها روش نشانه شناسی از روش های کارآمد این نوع مطالعه است .

در این نوع مطالعه یا یک مفهوم در آثار متفاوت بررسی می شود و یا مجموع آثار سینماگری خاص یا مجموعه آثار یک مولف مورد تحلیل قرار می گیرد.

1. سینما و تغییرات فرهنگی در ایران بعد از دوم خرداد 1376: شکل گیری سینمای زن و تغییرات مضامین

«مسعود زندی» در پایان نامه کارشناسی ارشد خود در رشته علوم ارتباطات دانشگاه تهران با استفاده از نظریه جامعه شناسی «جورج هواکو» به بررسی تغییرات و عوامل ساختاری موثر بر شکل گیری سینمای زن بعد از دوم خرداد 76 پرداخته است. در واقع او به دنبال پاسخ به این سوال بوده است که عوامل ساختاری موثر بر شکل گیری موج فیلم کدام‌اند و این عامل چگونه باعث تفاوت در بازنمایی زن در سینمای ایران و به ویژه سینمای بعد از دوم خرداد می‌‌شود. فرضیه کلی تحقیق وی چنین تعریف شده است که بین شرایط ساختاری و تغییر در بازنمایی زنان و مضامین فیلم، رابطه معناداری وجود دارد. او بعد از طرح نظریات مختلف در زمینه بررسی مسائل زنان به بازنمایی زنان در سینمای پس از انقلاب پرداخته و آن را به سه دوره تقسیم کرده است.

دوره اول، دوره جنگ و دهه 60 است. در این دوره به دلیل این‌که جنگ مفهومی ذاتاً مردانه است، زنان جایگاهی در فیلم‌های جنگی ندارند. در این سال‌ها زنان به ندرت در نقش‌های اصلی تصویر می‌شوند و در صورت حضور در فیلم‌ها بیشتر تصویری از زن سنتی عرضه می‌شود که در محیطی روستایی زندگی می‌کند.در مجموع زن ها در این دوره مورد بازنمایی قرار نگرفته اند.

دوره دوم، موسوم به سازندگی یعنی فاصله زمانی 1368 تا 1375 است. به نظر او، شکل گیری جشنواره‌ها در این دوره مهم‌ترین عاملی است که باعث ایجاد رقابت در سینمای ایران می‌شود. فیلم سازان در این دوره به ابعاد مختلفی از زن و مسائل او می‌پردازند.هر چند که در ابتدای جشنواره ها برای جایزه دادن به هنر زنان در سینما امتناع وجود داشته است.

دوره سوم دوره اصلاحات است (1376 به بعد) در این دوره علاوه بر کارگردانان زن بسیاری از کارگردان مرد که قبلاً فیلم‌های جنگی می‌ساختند، موضوعات زنان را درون‌مایه فیلم‌‌های خود قرار می‌دهند. او معتقد است بازنمایی زن در سینمای بعد از 1376 به دنبال فراهم شدن چهار عامل ساختاری – بر طبق نظریه جورج هواکو- از سینمای قبل از خود متفاوت است. در پایان با تحلیل محتوای کمی و بررسی 16 فیلم پرفروش در دو دوره قبل و بعد از دوم خرداد 1376 به نحوه بازنمایی زنان در این فیلم‌ها پرداخته و به این نتایج رسیده است که زنان نقش اصلی فیلم‌های پیش از 1376 ، دارای مهارت‌های سنتی چون گل‌دوزی و خیاطی و ... بهره‌گیری کمتر از محصولات فرهنگی، تحصیلات سطح پایین و ابتدایی، زمان حضور کمتر در فیلم‌ها، تسلیم پذیری در مقابل کنش‌های مردانه، باور‌ها و اعتقادات خرافی و سنتی و موارد دیگری هستند. این گونه سینمایی با بازنمایی سنتی زنان منطبق است. از سوی دیگر در سینمای بعد از سال 1376، شاهد بازنمایی متفاوتی از زنان در سینمای ایران هستیم که دارای ویژگی‌هایی چون داشتن مهارت‌‌های مدرن مثل رانندگی، استفاده از کامپیوتر، بهره گیری بالا از محصولات فرهنگی، حضور بیشتر زنان در فیلم‌ها، داشتن تحصیلات دانشگاهی و مشاغل مرکزی، پوشش مدرن و شیک، استفاده از مضامین علمی در دیالوگ‌ها و مراجعه به معیار‌های قانونی هنگام برخورد با مشکلات و موانع و موارد دیگر هستند. این گونه سینمایی با بازنمایی زن مدرن منطبق است.

او در جمع بندی بیان می کند که چهار عامل در شکل گیری سینمای زن تاثیر داشته اند.1- کادری از عوامل فیلم سازی 2-شکل گیری صنعت سینما 3- ایدئولوژی موافق در صنعت فیلم 4- ایدئولوژی موافق در فضای سیاسی

**2- زنان در سینمای ایران**

1. آ

«مهدی سلطانی» در پژوهشی به بررسی چگونگی بازنمایی زنان در فیلم‌های ایرانی دهه 40 تا 70 و تحلیل تغییرات به وجود آمده در آن پرداخته است. چارچوب نظری این تحقیق، نظریه ستمگری جنسیتی است. بر طبق این نظریه، زنان در قید و بند، تابعیت، تحمیل، سوء استفاده و بدرفتاری مردان به سر می‌برند. نویسنده برای تحلیل فیلم‌ها از روش تحقیقی کیفی به عنوان روش اصلی و روش استادی به عنوان روش مکمل ،استفاده کرده است و معتقد است در این روش، فیلم با توجه به معانی ضمنی و پیامی که در بر دارد تحلیل می‌شود. در این تحقیق، یازده فیلم با توجه به داشتن شخصیت اصلی زن و پرفروش بودن آن انتخاب شده اند. فرضیه نویسنده در این مطالعه این است که نگرش نسبت به زنان در فیلم‌های سینمای ایران در طول چند دهه گذشته از یک نگرش پدرسالار به سوی نوعی نگرش فمینیستی تغییر یافته است.

به نظر نویسنده دهه 40 را باید دهه استیلای تفکر سنتی و پدرسالارانه به زنان در سینما دانست. سکس و خشونت جزیی از روایت‌‌های فیلم‌های این دوره‌اند. زنان همیشه در فیلم‌‌های این دوره، در موقعیت‌های درجه دوم و تابع مرد تصویر و موجوداتی با شخصیت‌های بی‌‌‌ثبات، وابسته، احساساتی و فاقد قدرت نشان داده می‌شوند.

در دهه 50 مضامین پدرسالارانه هم‌چون دهه 40 در فیلم‌ها تداوم می‌یابد. با این تفاوت که داستان‌ها مدرن‌تر می‌شوند و ساختار روایی فیلم‌ها، اشکال جدیدتری می‌یابند. بر خلاف دهه 40 که فیلم‌ها بیشتر در محیط‌های سنتی هم‌چون خانه ، محله یا روستا اتفاق می‌افتد، در دهه 50 بیشتر فیلم‌ها در محیط مدرن خیابان و شهر روایت می‌شوند. سلطانی معتقد است که در این دوره درون‌مایه فیلم‌ها، تثبیت روابط پدرسالارانه در قالب الگوی جنس زنانگی و مردانگی است. الگوهایی که به زن به عنوان ابزار برآوردن نیاز‌های مردان نگاه می‌کند. الگو‌هایی که به زن به عنوان ابزار برآوردن نیاز‌های مردان نگاه می‌کند و او را به شکل عروسک و ابژه جنسی به تصویر می‌کشد.

در دهه 60 ، زن هم‌چون غباری از سینمای ایران محو می‌شود و محدودیت‌های سختی برای حضور زنان در فیلم‌ها اعمال می‌گردد. در این میان ژانر سینمای جنگ بنا بر ماهیت مردانه آن، محمل مناسبی برای حذف زنان بود، ارزش‌های مادری، همسر خوب وبودن و فداکاری در حق همس از سوی زنان، مضامینی هستند که در این دوره مکرر به تصویر کشیده می‌شوند.

در واقع در سینمای این دوره، بیشتر تصویر اسطوره ای از همکاری بین دو جنس که شدیدا گرفتار شرایط بد جنگ هستند، نشان داده می‌شود و سعی می‌کند فداکاری زنان را به تصویر بکشد.

نویسنده در تحلیل دهه 70، آن را به دو دوره قبل از خرداد 1376 و پس از آن تقسیم می‌کند. به نظر وی در این دوره است که زنان، نقش‌های عمده‌ای در فیلم‌ها بر عهده می‌گیرند. آن‌ها برای کسب هویت تلاش می‌کنند که مظاهر آن را می‌توان در کشمکش با شوهران در سر مسایل مشترک، تلاش برای کسب استقلال اقتصادی و زیر سوال بردن ارزش‌های سنتی پذیرفته شده درباره زنان و وضایف آن‌ها در خانواده دید. زنان در این دوره جای پایی برای خود باز می‌کنند. از رویکرد نظری، فیلم‌های این دوره علیرغم این‌که نقد‌های اساسی به پدرسالاری وارد می‌کنند، اما هرگز به تقابل کامل با آن‌ها نمی‌انجامد و فقط در حد دیدگاه برابری طلبانه باقی می‌ماند. اما در نیمه دوم دهه 70، همراه با آزاد شدن جو و تغییر وضع جامعه در جهت احقاق حقوق زنان، موقعیت برای طرح مسائل و مشکلات زنان پیش می‍‌‌آید. به نظر وی در این دوره اسطوره زنانگی و مردانگی می‌شکند. زن با اعتراض خود میل به دگرگونی جهان پیدا می‌کند. در اخر می‌توان گفت که از جمله محاسن این تحقیق، داشتن رویکرد نظری مشخص برای تحلیل تغییرات سینمای زنان در ایران و ارائه تصویر طبقه‌بندی شده‌ای از سینمای ایران در دوره‌های نختلف و نحوه بازنمایی زن در این دوره‌ها است. اما ضعف اساسی این تحقیق مشخص نبودن روش تحلیل است. در واقع نویسنده تعیین نکرده که از کدام روش تحلیل محتوای کیفی استفاده کرده است و فقط به تعریف کلی از آن پرداخته است. از این نظر کار وی چندان علمی و دقیق نیست و شاخص مبنایی برای تحلیل فیلم‌ها به دست نمی‌دهد.

**3-بازنمایی مشاغل زن در سینمای ایران**

«هلن همتی» در پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، با استفاده از نظریات فیلم فمینیستی «لورا مالوی» و «کلر جانستن» به بررسی و تحلیل محتوای نقش‌های زنان در سینمای ایران از سال 1359 تا بعد از انقلاب، در پنج مرحله پرداخته است. همتی با تحلیل محتوای فیلم‌ها . مطالعات اسنادی به نتایج جالبی درباره فیلم‌های این دوره رسیده است.

وی معتقد است در دوره اول (1326-1309) به دنبال سیاست کشف حجاب رضاخان، از زنان برای ترویج کشف حجاب در فیلم‌ها استفاده می‌شد. ضمناً در این دوره نوعی تاکید بر ناسیونالیسم ایرانی در فیلم‌ها مد نظر قرار گرفت. در دوره دوم (1338-1327) بیشتر از نقش‌های زنان در سینمای هند، مصر، آمریکا کلیشه‌سازی و کپی‌برداری می‌شد و مشاغل زنان بیشتر خوانندگی در کافه و کاباره، نظافت‌چی، مستخدمی، کلفتی و رقاصگی بود و به‌ندرت زنانی که دارای شان اجتماعی هستند را در فیلم‌ها شاهد هستیم. در دوره سوم (1348-1339) شروع ستاره‌سازی در سینمای ایران با ورود «فردین» است. زنان این فیلم‌ها پرسوناژ‌هایی آسیب‌دیده، روسپی، کاباره‌گرد، خیابانی، جیب‌بر، قاچاقچی و روستایی فریب‌خورده بودند که در فیلم های فارسی ظاهر می‌شدند.

در دوره چهارم (1357-1349) موج نو در سینمای ایران با فیلم «قیصر» به نویسندگی و کارگردانی «مسعود کیمیایی» آغاز می‌شود و این دوره رونق فیلمهای جاهلی است. نقش این سینما در حذف زنان مهم است. این فیلم‌ها عنصر کنش گری را از زن‌ها گرفته و از وی در حد بها و دستاویز نزاع‌های فیلم یا ضد‌قهرمان استفاده می‌کنند. این فیلم‌ها چهره‌های مظلوم و عاجزی از زن ایرانی عرضه می‌کنند، زنانی خانه‌نشین که چشم‌هایشان خیره به در خانه است.

در دوره پنجم (1375-1358) تعداد پرسوناژ‌ زن شاغل افت قابل توجهی می‌یابد. نوع مشاغل، اندک است و زنان آسب‌دیده اجتماعی (رقاصه، خواننده، روسپی) حذف می‌شوند. تنها مواردی نادر مثل فیلم‌های مادیان (علی ژکان)، ریحانه (رییسیان)، نرگس(بنی اعتماد) و باشو غریبه کوچک(بیضایی) است که زنان نقش واقعی دارند و در دیگر فیلم‌ها اکثراً دنباله‌رو سینمای دوران قبلی هستند. نویسنده در خاتمه یادآور می‌شود که زنان هنوز در فیلم‌ها، نقش‌هایی متفاوت با واقعیت اجتماعی دارند و همیشه غایب، در حاشیه و ابزاری فرض می‌شوند.همچنین آمار های ارائه شده در این تحقیق جالب توجه است.

**4- بازنمایی زن در آثار سینمایی رخشان بنی اعتماد: نقد فمینیستی رسانه ای آثار**

«ملکه صدیقی خویدلی» در پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران، از یکسو به بررسی بازنمایی زن در آثار سینمایی رخشان بنی اعتماد، یکی از کارگردانان زن سینمای ایران و از سوی دیگر بررسی تاثیر عامل جنسیت فیلم‌ساز بر این بازنمایی پرداخته است.

با بررسی تحولات اجتماعی و نقش آن در سینمای زن مشخص گردید که شرایط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هر دوره یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار بر نحوه بارنمایی زن در سینماست. به طوری که شاهد سه دوره متفاوت در سینمای ایران (دوره جنگ، سازندگی، اصلاحات) و سه نوع بازنمایی متفاوت از زن هستیم.

در بخش دوم تحقیق با استفاده از روش تحلیل متن و تکنیک نشانه شناسی، آثار سینمایی رخشان بنی اعتماد مورد تحلیل قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که فیم‌ساز به طرح مشکلات طبقاتی مخصوصاً مسایل طبقه فرو‌دست پرداخته است. از سوی دیگر شاهد بازنمایی متفاوتی از زن در آثار این فیلم‌‌ساز هستیم. در دوره اول و در فاصله زمانی 1368-1367 زنان به صورت کلیشه‌ای و محدود به نمایش درآمده‌اند. در فاصله سال‌های 1379-1370 شاهد بازنمایی متفاوتی از زن در سینمای بنی اعتماد هستیم. وی در فیلم‌های «نرگس»، «بانوی اردیبهشت» و «زیر پوست شهر» زن‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد و ضمن طرح مشکلات آن‌ها تصویر جدید از زن با ویژگی‌هایی چون استقلال، پشتکار و مسئولیت به نمایش می‌گذارد.

در این بین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که علی‌رغم این‌که در سال‌های 1373-1370 شرایط جامعه برای حضور زنان در سینما چندان فراهم نیست، این کارگردان با ساخت دو فیلم نرگس و روسری آبی، تصویر جدیدی از زن ارائه می‌دهد.

در این تحقیق نشان داده می‌شود که جنسیت فیلم‌ساز و زن بودن وی در نحوه بازنمایی زن تاثیرگذار است و افزایش حضور زنان در سینما و افزایش محصولات رسانه‌ای زنان می‌تواند گام موثری در جهت طرح مشکلات زنان و بازنمایی واقع بینانه‌تری از آنان در رسانه باشد.هرچند که رخشان بنی اعتماد در طی سال های کار حرفه ای فرار و نشیب هایی داشته و در آثار اولیه او زن کلیشه ای به تصویر کشیده شده و در آثار بعدی ما شاهد تجربه های زنانه هستیم.

**5- رابطه ی میان جنسیت کارگردان و نوع جنسیت پردازی در سینما**

در تحقیق « راورد راد و فتح آبادی » رابطه ی میان جنسیت کارگردان و نوع جنسیت پردازی در سینما در دوره اصلاحات ارزیابی شده است.سه فیلم از سه کارگردانان زن و سه فیلم از کارگردانان مرد به روش نشانه شناسی واکاوی گردیده است. بر اساس نظریات توانمند سازی زنان- منابع و عاملیت و دستاورد ها شخصیت اول زن همه ی فیلم ها تحلیل شده است. یافته هاي این پژوهش حاکی از آن است که زنانِ نقش اول در فیلم هاي بررسی شده با معیارهاي توانمندسازي، عمدتاً توانمندي بالایی نداشته اند و اغلب به صورت قربانی و شکستخورده به نمایش گذاشته شده اند و تفاوت چندانی بین کارگردانهاي زن و مرد در نوع شخصیت پردازي زن نقش اول فیلم ها وجود ندارد.قدرت عاملیت و نفوذپذیری زن ها و دستاوردهای آنها ضعیف نشان داده شده است.

بازنمایی زن در نقش هاي قربانی و ناتوان موجب طبیعی سازي وضعیت موجود زنان می شود و در نتیجه

تغییر تلقی می شود و همین موضوع در زنان اثرات منفی می گذارد. تنها وجود شخصیت پردازي منطقی در فیلم ها به زنان کمک نمی کند بلکه منطقی بودن و قوي بودن شخصیت ها به طور همزمان است که به شرط موفقیت زن در پایان فیلم می تواند اثرات مطلوب روي مخاطب بگذارد.البته نگارنده معتقد است که " این بدان معنا نیست که تمام فیلم ها باید زنان قوي و موفق را به نمایش بگذارند، اما ایجاد اعتدال در این زمینه لازم است زیرا در حال حاضر عکس این موضوع صادق است. با توجه به اینکه رسانه ها این ظرفیت را دارند که در جهت بهبود موقعیت زنان تأثیرگذار باشند و در واقع انگیزه مثبت تلاش و تکاپو را در زنان ایجاد کنند تا آنها با اعتماد به نفس و عزت نفس بیشتر به دنبال پیروزي در صحنه هاي زندگی باشند، پس چگونگی شخصیت پردازي زنان مهم است." این نه جنسیت کارگردان، که شخصیت پردازي مطلوب از زنان در فیلم است که می تواند به عنوان یک استراتژي فرهنگی اثرات مثبتی در جامعه داشته و موجب شکل گیري انتظارات اجتماعی متناسب تري از زنان شود که مستلزم توانمندي هاي بالا در آنها باشد."

1. **بررسی چگونگی بازنمایی زنان در سینمای ایران**

« سید ابوالفضل رسولی » در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با تحلیل محتوای بیست فیلم سینمایی در دو دوره ده ساله (1375-1366) و (1385-1376) سعی در مقایسه تطبیقی نحوه بازنمایی زنان در سینمای ایران داشته است. پژوهشگر در پایان به دو شکل متفاوت بازنمایی زنان در دو دسته فیلم‌های سینمایی مورد بررسی دست پیدا می‌کند که آن‌ها را تحت عناوین «بازنمایی قالبی» (نگاه مردسالارانه به زنان) و «بازنمایی فمینیستی» (نگاه جانب‌دارانه به زنان) نام‌گذاری می‌کند. نتایج تحلیل محتوای بیست فیلم مورد بررسی نشان داد که با رونق گرفتن مباحث فمینیستی رسانه‌ای مانند بحث «قنای نمادین» نحوه نمایش زنان در سینمای ایران نیز متأثر از رویکرد فمینیستی دستخوش تحول شده و آن تصورات قالبی پیشین در مورد نان در فیلم‌های سینمایی دوره دوم دگرگون شده است. در شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن دوره شرایط مطلوب برای تکوین سینمای زن‌محور در ایران با بروز یک سری دگرگونی‌های عمده از جمله تغییر گفتمان سیاسی، تسامح فرهنگی، کاهش ممیزی، افزایش عوامل انسانی زن در حوزه فیلم‌سازی و بازیگری، اعمال حمایت از فیلم‌نامه‌های با محوریت مسائل زنان، رونق گرفتن اندیشه‌های فمینیستی در سطح جامعه و تأثیرپذیری فیلم‌سازان ایرانی از ایده‌های فمینیستی در ساخت، فیلم مهیا شد.

**تحقیقات خارجی**

1- اثر مشهور «جـك شاهين» با عنوان «عرب هاي بد سيـنما: چـگونه هاليوود يـك قـوم را بـدنــام مي كند»

‌ با مطالعه بر روي 900 فيلم آمريكايي، در این تحقیق که به روش تحلیل محتوا انجام شده است نشان می دهد «تصاویر روی پرده های عریض سینما و تلویزیون بیش از صد سال است که در حال ساختن تصاویر کلیشه ای و باورهای قالبی از اعراب هستند‌ »(Shaheen,2003: 171)

اثر شاهین نماینده رویکردی است که چگونگی ساخته شدن کلیشه های رسانه ای را مورد توجه قرار داده است .او کلیشه های ساخته شده در هالیوود درباره اعراب را نمونه مستقیمی ناشی از "تضاد میان اعراب و اسرائیل " می داند (Shaheen,2003:190) حاصل عملکرد صد ساله هالیوود هدایت اذهان مخاطبین به این نکته بوده است که اعراب مسلمان و تمام مسلمانان عرب هستند. شاهین در این باره اشاره می کند که در « حقیقت ، اکثریت 1.1 میلیارد نفری مسلمانان جهان اندونزیایی، هندی و مالزیایی هستند و فقط 12 درصد از مسلمانان عرب هستندShaheen,2003,174) ) در نتیجه کلیشه سازی و ساده سازی تفاوت ها ، مسلمانان به اعراب محمدود شده اند. از سوی دیگر سعی شده است اعراب به شکل اقوامی بی عاطفه ،بی رحم، وحشی ،عقب مانده ،غیر متعهد . متعصب های مذهبی نشان داده شوند که نسبت به مسیحیان و یهودیان دارای تنفری ریشه ای هستند و درصدد کسب قدرت و ثروت جهانی هستند تا به امیال جنسی خود پاسخ دهند.

2-پژوهش توماس و کالانان( 1982) با عنوان تخصیص خوشبختی: خانواده های تلویزیونی و طبقه اجتماعی

این پژوهش برنامه های داستانی تلویزیون را به خاطر اشاعه اسطوره «فقیر شاد» به نقد می کشد. آنها از طریق تجزیه و تحلیل سریال های تلویزیونی ای بی سی ، و سی بی اس، نتیجه گیری می کنندکه برنامه های داستانی مثل «والتون ها و خانه کوچک روی چمنزار» همگی یک نوع جهان بینی را اشاعه می دهند که بیانگر این نکته است که: پول به وضوح خوشبختی نمی آورد...در واقع فقر نسبی[خوشبختی] می آورد .

توماس و کالانان استدلال می کنند که شخصیت های فقیرتر در این برنامه ها به عنوان شخصیت های «خوب» یا « درستکار» به تصویر کشیده شدند . در بیشتر موارد فقرا شاهد حلو فصل مشکلاتشان بودند و در پایان برنامه به سعادت دست می یافتند. (Thomas,1982: 184-90)

3- گولد و همکارانش در پژوهش «نسخه تحریف شده ی فقر در تلویزیون» (1981)، نحوه به تصویر کشیدن زندگی طبقه کارگر در برنامه های تلویزیونی امریکا در ساعات پر بیننده را بررسی و تحلیل کرده اند . آنان به این نتیجه رسیده اند:

 شبکه های تلویزیونی امریکا با توصیف و تصویر فقر در خلال پخش برنامه ها در پربیننده ترین اوقات، نسخه ای احساساتی از محرومیت اقتصادی را به نمایش می گذارند که مشکلات و رنج را حذف می کند یا کمرنگ نشان می دهد و در عین حال به منافع ظاهری و فرضی شیوه ی زندگی سخت و دشوار، حالت آرمانی و ایدئال می بخشد . مردم کارگر و فقیر که در برنامه های تلویزیونی شادتر از اعضای طبقات متوسط و بالا به تصویر کشیده می شوند ، به ندرت علیه سرنوشت [شوم] اقتصادی خود یا علیه نظام موجود مبارزه می کنند(Gould,1981:309-14)

# 2-4 مرور نظری

در این بخش ابتدا با مروری بر مهم‌ترین نظریات در باب بازنمایی تلاش خواهیم کرد تا به چارچوب مفهومی این پژوهش دست پیدا کنیم. سپس به شرح نظریات حوزه نشانه‌شناسی خواهیم پرداخت تا به وسیله آن‌ها بتوانیم مفاهیم معنایی بازنمایی شده توسط رسانه‌ها، به خصوص سینما را دریابیم.

نظریات بازنمایی به طور کلی و ارتباط آن با مفاهیم، زبان، گفتمان و ایدئولوژی را بررسی و به شرح دیدگاه اندیشمندان حوزه بازنمایی خواهیم پرداخت. دیدگاه ساختارگرایان در خصوص بازنمایی تحلیل خواهد شد و به شرح برساخت رسانه‌ای از واقعیت می‌پردازیم**.**

## 2-4-1 نظریه بازنمایی

علائم و نشانه‌های زبانی و رسانه‌یی که بازنمایی به واسطه آن‌ها صورت می‌گیرد معصوم و بی‌طرف نیست، بلکه بر گفتمان و مناسبات و روابط قدرت دلالت می‌کنند. بازنمایی را «تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و زبان» تعریف می‌کنند. جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌‌ها از جهان واقع، به طرز قوی بر ادراکات و کنش مخاطبان تاثیر می‌گذارد، زیرا فرض بر این است که این بازنمایی‌ها عین واقعیت است. (مهدی زاده،1387: 127-126) افلاطون معتقد است که بازنمایی جهانی از توهمات به‌وجود می‌آورد که از «امر واقع» فاصله دارد. بر‌خلاف افلاطون، ارسطو به بازنمایی به عنوان واسطه یا کانالی می‌نگرد که انسان از طریق آن به «امر واقع» نزدیک می‌شود. (مهدی زاده،1387: 127)

بازنمایی به گفته هال، بخش اصلی فرایندی است که از طریق آن، معنا تولید و میان اعضای یک فرهنگ، مبادله می‌شود. این امر مستلزم استفاده از زبان، نشانه‌ها و تصاویر است که نماینده و بازنمود چیز‌هاست. اما مطمئناً فرآیند ساده و روراستی نیست در این‌جا دو فرآیند یعنی دو نظام بازنمایی وجود دارد:

اولین نظام، نظامی است که به وسیله آن همه نوع اشیاء افراد و رویداد‌ها با یک سری از مفاهیم و بازنمایی‌های ذهنی، ارتباط پیدا می‌کنند. (هال به نقل از کوبلی، 1388) در همین مرحله اول باید در نظر داشته باشیم که معنی وابسته به نظام مفاهیم و تصاویری است که در افکار ما شکل گرفته‌اند و می‌توانند نشانه یا بازنمایی جهان باشند و به ما توانایی دهند تا به آن‌چه در سر داریم، اشاره کنیم. (کوبلی، 1388)

دومین نظام بازنمایی، زبان است (وقتی می‌گوییم که به یک فرهنگ تعلق داریم، به این دلیل است که ما جهان را به شیوه‌های مشابهی تفسیر می‌کنیم). (هال، 1997) به این دلیل است که برخی موارد «فرهنگ» را «معانی مشترک یا نقشه‌های ذهنی مشترک» می‌نامند. البته، یک نقشه مفهومی مشترک به تنهایی کافی نیست و ما باید بتوانیم معانی و مفاهیم را بازنمایی یا مبادله کنیم و تنها زمانی می‌توانیم این کار را انجام دهیم که به یک زبان مشترک دسترسی داشته باشیم. نقشه مفهومی مشترک ما باید به یک زبان مشترک ترجمه شود تا آن‌گاه ما بتوانیم مفاهیم و ایده‌های خود را به واژگان نوشتاری، صداهای گفتاری و تصاویر دیداری، ربط دهیم.(کوبلی، 1388)

دو نظام بازنمایی مرتبط با هم، در قالب فرآیند معنی‌سازی در فرهنگ قرار دارند. اولین نظام به ما توانایی معنی بخشیدن به جهان را به وسیله برساخت یک سری از زنجیره‌ها یا تناظر‌های دوسویه میان چیزها - آدمیان ، اشیا، رویداد‌ها، ایده‌های انتزاعی و ...- و نظام مفاهیم و نقشه‌های مفهمومی ما می‌دهد. نظام دوم وابسته است به برساخت یک سری از تناظر‌ها میان نقشه‌ مفهومی ماو نشانه‌هایی که در زبان‌های مختلف سازمان می‌یابند و خود، نشانه آن مفاهیم یا بازنمایی کننده آن‌ها هستند. (کوبلی، 1388)

رابطه بین چیز‌ها، مفاهیم و نشانه‌ها در پس تولید معنا در زبان، نهفته است. فرآیندی را که این سه عامل را با یکدیگر پیوند می‌دهد، بازنمایی نام دارد. معنا تنها از طریق قرارداد‌های فرهنگی و اجتماعی ما تعیین می‌شود. ما می‌توانیم توافق کنیم که کلمات به نحوی معناهای متفاوتی را برسانند و این قرارداد‌ها در طول زمان تغییر می‌کنند. (هال،1997: 19)

استورات هال با دیدی مشابه رابطه بین سیاست و بازنمایی را مورد بحث قرار می‌دهد و معتقد است که موضوعات معانی ثابتی ندارند ولی به هر جهت معانی توسط انسان‌ها ساخته می‌شود، به‌ویژه آن‌هایی که در حوزه فرهنگ فعالیت می‌کنند و در واقع آن‌ها هستند که باعث می‌شوند مواردی اهمیت یافته و یا دارای معنی شوند، در خصوص بازنمایی رسانه‌ای از جهان واقعیت می‌توان موارد زیر را برشمرد:

یک. بر اساس مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای، بازنمایی عین واقعیت نیست، حتی اگر خوانندگان و مخاطبان گاهی اوقات ممکن است وسوسه شوند بر اساس بازنمایی رسانه‌ها از واقعیت، قضاوت و داوری نمایند. بازنمایی – حتی فیلم‌های مستند- نتیجه فرایندی گزینشی است که همواره جنبه‌های خاصی از واقعیت را برجسته می‌کند و جنبه‌های دیگر را نادیده می‌گیرد.

دو. تلاش رسانه‌ها مصروف بازتاب (انعکاس) جهان «واقعی» نمی‌شود. رسانه‌ها ذاتاً جهان واقعیت را بازنمایی می‌کنند، زیرا بدون شکاف میان واقعیت و انگاره رسانه‌ای، «ژانر رسانه‌ای» بی معنا خواهد بود.

سه. در عصری که جامعه‌شناسان به «ساخت اجتماعی واقعیت» باور دارند و پست مدرنیست‌ها با ادعای معرفت عینی و اصل واقعیت، چالش می‌کنند، مفهوم «واقعی» زیر سوال است. ساختارگرایان اجتماعی مدعی‌اند که بازنمایی واقعیت، عین واقعیت و حقیقت نیست؛ زیرا بازنمایی، یک موضوع و رویداد را چارچوب گذاری می‌کند و از یک واقعیت چند بعدی و چند وجهی، عناصری را برمی‌‌گزیند و عناصری را وا می‌نهد. (هال،1997: 21)

در واقع هیچ یک از بازنمایی‌ها نمی‌توانند تجلی عینی واقعیت باشند و آن را کاملاً «درست» و یا «واقعی» انتقال دهند، چرا که این بازنمایی‌ها اجباراً موضوعی را انتخاب کرده و مؤلفه‌هایی را از واقعیتی چند وجهی اضافه یا کم می‌کنند.

در عمل بازنمایی دو مرحله وجود دارد که باید به آن‌ها توجه داشت: رمزگذاری و رمزگشایی. اطلاعاتی که برای مخاطبان در رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند، باید در درجه اول رمزگذاری شوند. رمزگذاری بازنمود افکار و رویداد‌های جهان خارج به روشی است که مخاطبان توانایی رمزگشایی آن‌را داشته باشند. مخاطبان باید نشانه را به منظور دریافت معنی متن رسانه، فرا بگیرند، فرآیند رمزگشایی توسط مخاطب بسیار طبیعی به نظر می‌رسد. (راینر و دیگران: 2001: 66)

## 2-4-1-1 از تقلید تا بازنمایی

 در دنیای فلسفه، نسبت میان اصل/ فرع، صدق/ کذب و حقیقی یا مصنوع از پیچیده‌ترین مباحث میان متفکران بوده است. از نقطه آغاز تفکر یونانی در قرنها قبل از میلاد مسیح تا عصر روشنگری و نهایتاً دنیای امروزی، تلاش برای بیان نحوه و چگونگی ارتباط میان این دوگانه‌ها در دل مطالعات متفکران حوزه علوم انسانی قرارداشته است. بارزترین عرصه تجلی منازعات و بحث‌ها حول محور این موضوعات، در دنیای فلسفه بوقوع پیوسته است که بنا به ماهیت بین رشته ای بودن علوم انسانی، در سایر حوزه‌های مطالعاتی و پژوهشی نیز تاثیرات خود را برجای گذاشته است از افلاطون تا کانت و از نیچه تا فلاسفه معاصری چون هابرماس، صورتبندی‌های مختلف و گاه متضادی در این حوزه‌ ارایه شده‌است.

 در برداشت فلسفی در دوره‌های زمانی مختلف، واقعیت و بیان آن با استفاده از میانجی‌هایی محقق می‌شود که گاهی اینهمانی (در نظام جادو و در اصطلاح مایمتیک)، بازتاب ذهنی (در نگاه کانتی) و استفاده از زبان (که امروزه دیدگاههای متکثرتری را به خود گرفته‌است) برخی از این مواردند. می‌توان به لیست میانجی‌های فوق، عنصر دیگری نیز اضافه کرد که در ذیل مفهوم کلی «رسانه‌های جمعی» شکل ‌گرفته‌است. رسانه‌های جمعی مجرا و میانجی بیان واقعیت (جهان خارج) اند. اینکه این رسانه‌ها تا چه میزان قادر به بیان واقعیت اند و چه امکاناتی برای بیان آن ایجاد می‌کنند در کنار موانع و نواقص فرمی و محتوایی آنها در بیان جهان بیرون، بحث قابل توجهی را در حوزه رسانه‌ها دامن زده است. در حوزه رسانه‌ها از واژه «بازنمایی» برای بیان ویژگی رسانه‌ای عرضه تصویری از جهان استفاده می‌شود.

 نخستین مفهوم در بسط مفهومی دوگانه‌های فوق در نگاه متفکران یونان باستان و ذیل اصطلاح «مایمیسس»[[2]](#footnote-2) یا تقلید (محاکات) شکل گرفته‌است. "غایت این نوع رفتار، نزدیکی و قرابت ذهن و عین و ایجاد شباهت میان آن دو است؛ بدین معنا که ذهن (سوژه) می‌کوشد از طریق تقلید با موضوع (ابژه) خود، ارتباطی [یک به یک] و بری از سلطه و خشونت ایجاد کند" (فرهادپور، 1375 :265).

 بنابراین در رفتار مایمتیک یا تقلیدی، همه توجهات به خود موضوع معطوف است. مفهوم مایمسیس برای نخستین بار در دیدگاههای افلاطون و ارسطو به عنوان مفهومی کلیدی مطرح شد و آنان با استفاده از این مفهوم به بحث درباره هنر و بویژه در حوزه شعر و ادبیات پرداخته اند. در دیدگاه ارسطو کار هنرمند، محاکات یعنی حکایت کردن طبیعت است و این بدان معناست که هنرمند می‌بایست حقیقت طبیعت را در اثر هنری خود بیان کند. چنین نگاهی به جهان در نظام جادو ریشه دارد که در نمونه‌های بازمانده ازآن دوره، در قالب نقاشی های دیواری دوره دیرینه حک شده‌است. "نقاشی‌ها به واقع نوعی ابزار یا تله ی جادویی برای به دام انداختن جانوران بوده‌اند چرا که برای آدمیان آن دوره، نقاشی یا تصویر هم بازنمایی و هم خود چیزهای بازنموده شده بودند"(فرهادپور، 1375:266) که در اندازه‌های واقعی در دیوارهای غار ثبت شده‌اند. قصد و اراده موجود در پسِ پشتِ این نقاشی‌ها اشاره، نمادپردازی یا جعل واقعیت نیست، بلکه یک بازنمایی ناتورالیستی از طبیعت مدنظر خالق اثر است.

با ظهور «جان‌گرایی»[[3]](#footnote-3) واقعیت انتزاعی و ذهنی می‌شود. بارزترین عرضه تجلی چنین تحول در خط هیروگلیف و خطوط قراردادی مشابه آن دیده می‌شود. در این خط "به عوض بازتولید ابژه یا موضوع، آن را نشانی می‌دادند" (فرهادپور، 1375: 267- 266) با ظهور خط الفبا و نظام نشانه‌های نمادین اشکال انتزاعی‌تری از رابطه میان سوژه و ابژه پدیدار شده‌است .

 مطابق دیدگاه افلاطون (در خلال نگارش رساله معروف جمهوری)، "عالمی که ما بطور معمول تجربه می کنیم توهم یا مجموعه ای از نمونه های صرف نظیر بازتاب هایی درآینه یا سایه هایی بر دیوار است و عالم واقعی، عالم مُثل است" (هرست هاوس، 1384: 28) در دیدگاه افلاطون و بعدها در فلاسفه‌ای مانند کانت، واقعیت به دو جهانِ پدیداری (ظاهری) و جهان واقعی (درورای قلمرو تجربه بشری) تقسیم‌بندی می‌شود. در افلاطون این دوگانه‌ها در قالب جهان پدیداری[[4]](#footnote-4) و جهان مُثل[[5]](#footnote-5) و در کانت با دوگانة فنومن (جهان واقعیت پدیداری) و نومن (واقعیت اصیل یا شییء در خود) متبلور می‌شود .

 به همین ترتیب، **درسنت نظریه انتقادی، تئودور آدورنو نشان می‌دهد که "مفهوم" امری سلطه‌گر است چرا که ابژه همواره چیزی بیشتر از سوژه با خود حمل می‌کند و باز مازاد ابژه بر سوژه انطباق کامل مفهومی این دو را ناممکن می‌کند. چنین تضادی در زبان شناسی نیز رسوب کرده‌است چرا که همواره « معنا [[6]](#footnote-6)» بیشتر از« دلالت [[7]](#footnote-7)» است و مازادی میان دال و مدلول وجود دارد که دالها قادر به پوشش تمام مدلول‌ها نیستند. (فرهادپور، 1375: 262)**

 بعد از کانت مهمترین تحول در مفاهیم اصل/ فرع در نوشته‌های نیچه ‌پدیدار می‌شود. مقاله درخشان «در باب حقیقت و دروغ به مفهومی غیراخلاقی» که ماحصل تدریس فلسفه ماقبل افلاطون در سال 1873 توسط نیچه است بارقه های اولیه آنچه را که در قرن بیستم با عنوان «چرخش زبانی» در آثار لودویک ویتگنشتاین و هایدگر دیده ‌می‌شود، با خود به همراه دارد. نیچه در این مقاله از سه استعاره بنیادینی صحبت می‌کند که از خلال آنها آدمی دچار توهمی می‌شود که خود را مالک «حقیقت» بپندارد. نیچه نشان می‌دهد در قدم اول محرکی عصبی به یک تصویر انتقال می‌یابد و بدین ترتیب نخستین استعاره شکل می‌گیرد. آنگاه این تصویر به نوبه خود به صوت بدل می‌شود و دومین استعاره پدیدار می‌شود. در مرحله بعدی مفاهیم شکل می‌گیرند و این امر از طریق "برابر دانستن چیزهای نابرابر ناشی می‌شود. مسلم است که هیچ برگی با برگ دیگری یکسان نیست" (نیچه، 1382: 164-163). نیچه بر مبنای مکانیسم این استعاره‌ها به نتیجه بنیادینی می‌رسد که بعدها در زبانشناسی ، نقش مهمی ایفا می‌کند. نیچه در جواب سؤال "پس حقیقت چیست؟ " در کسوت یک فیلسوفِ زبان جواب می‌دهد: سپاه متحرکی از استعاره‌ها، مجازهای مرسل و انواع و اقسام قیاس به نفس بشری؛ در یک کلام مجموعه‌ای از روابط بشری که به نحوی شاعرانه و سخنورانه تشدید و دگرگون و آرایش شده‌اند و اکنون پس از کاربرد طولانی و مداوم درنظر آدمیان امری ثابت، قانونی می‌نمایند . (همان : 167) مسیری که با نیچه شروع شده‌است در قرن بیستم و زمانی که تلاشهای فرگه و راسل در ایجاد نوعی زبان منطقی و نمادین برای بیان بدون دستکاری واقعیت به شکست می‌انجامد در ویتگنشتاین به حد نهایی خود می‌رسد. ویتگنشتاین در دو اثر مهم خود یعنی رساله منطقی- فلسفی و پژوهشهای فلسفی سعی می‌کند جایگاه زبان را در ارتباط با واقعیت مشخص کند و سعی می‌کند به این سؤال بنیادین پاسخ دهد که آیا زبان به عنوان عاملی خنثی، صرفاً نقش بیانگری واقعیت را بر عهده دارد و یا اینکه خود نیز بر واقعیت تأثیرگذار است؟ او در رساله منطقی- فلسفی نظریه «تصویری زبان» را مطرح می‌کند که بر مبنای آن "گزاره، تصویر واقعیت... یا به عبارت دیگر الگویی از واقعیت است" (خالقی، 1382: 85). در این عبارت ویتگنشتاین زبان را تصویر امر واقع می‌داند اما او در دوره دوم فعالیت فکری خود که در پژوهشهای فلسفی متجلی می‌شود با طرح نظریه «بازی های زبانی» به برداشتی جدید از رابطه زبانی به امر واقع می‌رسد. به باور ویتگنشتاین «من» بیرون از حوزه زبان قرار ندارد و بر این اساس، ویتگنشتاین در نگاهی جدید و بدیع، زبان را نه پدیده‌ای تک بعدی و منفعل بلکه مجموعه پیچیده‌ای از بازی های زبانی گوناگون در نظر گرفته‌ است که در نهایت ویژگی مهم آن " نوعی درهم تنیدگی ارگانیک با زندگی روزمره محسوب می‌شود و این خود منجر به تفکیک‌ ناپذیری «من» و «جهان» می‌شود" (خالقی، 1382: 106). بنابراین ویتگنشتاین که در دوره اول شناخت واقعیت را در چارچوب زبان محقق می‌پندارد در پژوهشهای فلسفی اعتبار زبان برای بیان واقعیت را زیر سؤال می‌برد و زبان را به بازی های زبانی فرو می‌کاهد که بنابر بافتها و موقعیتهای زبانی دارای قواعد مختلف و متکثری است.

چنین نگاهی به زبان مثابه ابزار بیان واقعیت که وفاداری چندانی به یک روایت ثابت را برنمی‌تابد در آثار زبانشناس سوئیسی فردیناند دو سوسور دیده می‌شود. او که با کتاب «دوره زبانشناسی عمومی» در سالهای 1907 تا 1911 یکی از بنیانگذاران ساختگرایی نام گرفته‌است، زبان را نظامی از نشانه‌ها می‌دانست که ارتباط میان دال و مدلول از نگاه ذات گرایانه اش گسسته شده و ویژگی «اختیاری»[[8]](#footnote-8) یا قراردادی بودن آنرا به امری نسبی بدل کرده بود. مهمترین نتیجه حاصل از این ایده سوسوری عبارتست از "شکل‌گیری نگاه صورتگرا[[9]](#footnote-9) به زبان که دیدگاه جوهری[[10]](#footnote-10) به آن را کنار می‌گذارد" (کالر، 1379: 50). چنین دیدگاهی به زبان بعدها و در نگاه پساساختگرایانی مانند دریدا دچار تحولات بیشتری می‌شود که هرچه بیشتر انتزاعی تر می‌شود و جستجوی معنا به کنکاش برای یافتن معادل لغوی واژه ای در فرهنگ لغت تشبیه می‌شود که هیچ پایانی را نمی‌توان برای آن تصوّر کرد. در حد نهایی این رویکرد و در نگاه پسامدرن، معنا به شکل بنیادینی مرکز زدوده می‌شود و نیل به آن نه تنها امری محال بلکه امری بیهوده تلقی می‌شود.

## 2-4-1-2 نظریه رمزگذاری و رمزگشایی استورات هال

استورات هال از بنیان‌گذاران «مکتب مطالعات فرهنگی» است و از سال 1968 تا 1979 مدیریت مرکز مطالعات فرهنگی بیرمنگام را به عهده داشته است. او با استفاده از نظریه‌های مکتب فرانکفورت و اندیشه افرادی مثل گرامشی و آلتوسر به کارکرد رسانه‌ها در اشاعه و طبیعی‌سازی پیام‌های ایدئولوژیک باور دارد؛ اما بر خلاف نظریه پردازان مکتب فرانکفورت، نقش فعال و خلاق‌تری را برای انسان‌ها در نظر گرفته است. (بهرامی کمیل، 1391: 109)

هال الگوی کلاسیک ارتباطات (فرستنده- پیام گیرنده) را برای رفع نیاز نظریه انتقادی اقتباس کرده، استدلال می‌کند که نوعی ساختار پیچیده سلطه در این فرایند دخیل است. ملاحظات اجتماعی، اقتصادی، ایدئولوژیکی و فنی، برنامه‌ها و مقاصد تولیدکنندگان رسانه‌ها را شکل می‌دهند، لیکن این‌ها باید به کمک زبان عادی و انبوهی از نماد‌های رایج به صورت پیامی قابل درک ترجمه شوند (رمزگذاری)؛ در عین حال بینندگان باید معنای پیام را بفهمند (رمزگشایی). هال می‌گوید تضمینی برای تقارن میان معانی محقق شده توسط رمزگذاران و رمزگشایان وجود ندارد. (بهرامی کمیل به نقل از اسمیت، 1391: 110)

استورات هال در مقاله رمزگذاری/ رمزگشایی گفتمان تلویزیونی، بر این نکته تأکید می‌کند که فرایند ارتباط، از لحظه تولید پیام تا لحظه دریافت پیام از سوی مخاطب، باید به عنوان یک کلیت در نظر گرفته شود. هال استدلال می‌کند که امکان استنباط بیش از یک برداشت یا قرائت از متون رسانه‌ای وجود دارد؛ یعنی میان پیامی که به وسیله فرستنده رمزگذاری می‌شود و آن‌چه از سوی مخاطب رمزگشایی می‌شود، لزوماً انطباق یا همانندی وجود ندارد. (مهدی زاده، 1389: 214)

هال با اصلاح نظریه ساختارگرایانه ایدئولوژی در تحلیل کارکرد‌های فرهنگی و اجتماعی رسانه‌ها، آلتوسر را به خاطر نادیده گرفتن امکان مخالفت یا چالش در برابر ایدئولوژی حاکم، مورد انتقاد قرار می‌دهد. وی ایدئولوژی را به معنای گفتمانی و به عنوان مجموعه‌ای از ایده‌ها، معانی، تصورات و باور‌ها تعریف می‌کند. (مهدی زاده، 1389: 214) هال «معنا» را یک فرایند گفتمانی می‌داند که در درون نظام زبان، آن‌چه که مجموعه رمز‌ها می‌داند، عمل می‌کند و مملؤ از دلالت‌های ایدئولوژیک است. هال برای فهم فرایند معناسازی رسانه‌ها که با ساخت معنا آن‌را به مخاطبان انتقال می‌دهند، از روش نشانه‌شناسی استفاده می‌کند. (لافی به نقل از مهدی زاده، 1389: 214)

هال، نظریه نشانه‌شناسی ساخت معنا را به الگوی تولید و دریافت رسانه‌ای تحت عنوان الگوی رمگذاری/ رمزگشایی بسط می‌دهد. الگوی هال، برخلاف رویکرد رفتارگرایی در ارتباطات، تقارن مستقیم و سر راست بین معنای مورد نظر فرستنده و چگونگی تفسیر آن معنا به وسیله دریافت کننده را رد می‌کند. به عبارتی، رمز‌های رمزگذار و رمزگشا الزاماً هم‌سان نیستند. (مهدی زاده، 1389: 214)

هال معتقد است: «رمزگذاری می‌تواند رمزگشایی را عرضه کند، اما نمی‌تواند آن‌را تجویز یا تضمین کند. تأثیر رمزگذاری این است که بخشی از مرز‌ها و عواملی را که رمزگشایی در درون آن عمل می‌کند، برسازد. مگر آن‌که به شدت تحریف شده باشند. اگر هیچ مرزی وجود نداشت، مخاطبان می‌توانستند به سهولت هر چه را دوست دارند در هر پیامی بخوانند.» (هال به نقل از بهرامی کمیل، 1391: 111)

هال در مقاله رمگذاری/ رمزگشایی می‌نویسد: «سه موضع فرضی را می‌توان مشخص کرد که رمزگشایی‌های یک گفتمان تلویزیونی می‌تواند در آن‌ها بر ساخته شود:

نخستین موضع فرضی، موضع مسلط-هژمونیک است. هنگامی که بیننده معنای ضمنی را به شکلی کامل و صریح مثلاً از یک برنامه خبری یا رویدادهای جاری در تلویزیون می‌گیرد و پیام را بر مبنای رمز مرجحی رمزگشایی می‌کند که در چارچوب آن رمزگذاری شده است، می‌توانیم بگوییم بیننده، در چارچوب رمز مسلط عمل می‌کند.

دومین موضع مشخص، موضع یا رمز مورد توافق است. احتمالاً اکثر مخاطبان آن‌چه را که به شکل مسلط تعریف می‌شود و به‌طور حرفه‌ای معنا می‌یابد، به خوبی می‌فهمند، اما تعاریف مسلط دقیقاً به این دلیل هژمونیک است که تعاریفی از وضعیت‌ها و رویداد‌ها را ارائه می‌کند که در «موضع مسلط» است. تعاریف مسلط به شکلی صریح یا ضمنی، مسائل را در چشم‌اندازی وسیع قرار می‌دهد.

سومین موضع فرضی این‌که، ممکن است بیننده‌ای زیر و بم‌های صریح و ضمنی یک گفتمان را کاملاً بفهمد اما رمز پیام را به شکلی عام اما متضاد بگشاید. او تمامیت پیام را در رمز مرجح می‌شکند تا بار دیگر در یک چارچوب بدیل ذهنی به آن تمامیت بخشد. مصداق آن بیننده‌ای است که به مناظره‌ای درباره نیاز به تحدید دستمزد‌ها گوش می‌دهد؛ او هر جا اشاره‌ای به «منافع ملی» می‌شود، آن‌را به عنوان «منافع طبقاتی» قرائت می‌کند. او آن‌چه می‌توان رمزگشایی متضاد نامید، عمل می‌کند. در این‌جا «سیاست تعیین معنا» یا به بیان دیگر، مبارزه در گفتمان، شکل می‌گیرد. (هال به نقل از مهدی زاده ،1389: 215)

هال تحت تأثیر نشانه‌شناسانی چون پیرس و بارت معتقد است، هیچ ارتباط ضروری بین نشانه و معنای آن یا میان رمزگذاری و رمزگشایی وجود ندارد. ( بهرامی کمیل، 1391: 110) هال حوزه نشانه‌ها و به طور کلی حوزه فرهنگ را مطرح می‌کند. طبق این ایده، گروه‌ها و فرهنگ‌ها برای تعیین هویت آن‌ها در حال رقابت و مبارزه هستند. روشن است که در این مبارزه، رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی نقش بسیار با اهمیتی دارند؛ اما مهم‌تر از رسانه‌ها، کنشگران و عاملانی هستند که پیام‌های این رسانه‌ها را تولید و تفسیر می‌کنند. رویکرد نشانه‌شناسانه هال ریشه در فلسفه پراگماتیستی دارد و این بنیان فلسفی به نسبیت‌گرایی منجر می‌شود که در آن معنا، نیت و برداشت کنشگران اهمیت پیدا می‌کند. (بهرامی کمیل، 1391: 111)

کمک مهم هال به مطالعات مخاطب در الگوی رمزگذاری/ رمزگشایی، تغییر جهت از تحلیل متن به تحلیل روابط پیچیده و پویای متن با خواننده یا بیننده است. معنا در فرایند مبادله میان خواننده یا بیننده و متن، و برداشت‌هایی که از این مبادله برای مخاطب حاصل می‌گردد، خلق می‌شود. (تایلور و ویلیس به نقل از مهدی زاده ، 1389: 217)

در نهایت باید گفت، به عقیده هال معانی ناب و استعلایی وجود ندارد، اما صاحبان رسانه‌ها نیز نمی‌توانند هر معنایی را که می‌خواهند برای پیام‌هایشان در نظر بگیرند؛ زیرا همه افراد در امر معنادهی نقش دارند. او معتقد است که دیگر نباید دنبال معنای غایی نشانه یا مدلول نهایی بود؛ زیرا کنش‌گران توده منفعل و بی تفاوت نیستند. پس به طور خلاصه به نظر هال، مخاطبان این توانایی را دارند که در فرایند معنادهی یعنی در تعریف نماد‌ها و پیام‌ها فعالانه شرکت کنند. (بهرامی کمیل،1391: 111)

## 2-4-1-3 بازنمایی و نظریه استوارت هال

کریس روژک تاریخ تحولات مطالعات فرهنگی (از سال 1964) را شامل چهار برهه می‌داند و معتقد‌‌است این چهاربرهه دارای خاصیت فرایندی است و بین چهاربرهه همپوشانی وجود دارد. این چهاربرهه عبارتنداز:

1- برهه ملی- عمومی (1984- 1956)

2- برهه متنی- بازنمایی (1995-1958)

3- برهه جهانی- پساذاتگرایی (...-1980)

4- برهه حکومتی- سیاسی (...-1985)

ترکیب واژگانی ملی- عمومی برای اولین بار در آثار آنتونیوگرامشی آمده است. او این واژه را برای تأکید بر اهمیت فرهنگی و سیاست در مقابل درک عوامانه مارکسیستی از جبرگرایی اقتصادی مطرح کرده‌است. برهه اول منتج از مارکسیسم، متدولوژی اجتماعی کلاسیک و فسلفه قاره‌ای است که برای کاوش در سؤالات حوزه جوانان و خرده فرهنگ های عام از این دیدگاهها استفاده می‌کند.

در برهه دوم تحلیلهای ادبی، بررسی فرهنگ عامه، زندگی روزمره، رسانه و فیلم، شکل جدی‌تری به خود می‌گیرد.  روژک معتقد‌‌است که در این دوره نقش فرهنگی رمزگان متنی و معانی منتج از متون، بسیار مهم و قابل توجه شدند و فرهنگ توده‌ای که به شکل فزاینده‌ای بازنمایی از جهان در قالبهای ادبی و سایر متون روایی را تحقق بخشید در مطالعات فرهنگی و با روش نشانه شناسی مورد توجه قرار گرفت. (روژک، 2007: 40) بی شک این دوره از فعالیت های مرکز مطالعات فرهنگی بیرمنگام بیش از همه وامدار آثار و نوشته های استوارت هال است.

هال شاخص‌ترین چهره مطالعات فرهنگی است که با رجوع به نظریه «هژمونی» گرامشی به احیاء نگاه انتقادی گرامشی به فرهنگ می‌پردازد. در یک نگاه کلی آثار هال در مطالعات فرهنگی را می‌توان به سه دوره تقسیم‌بندی کرد:

1- مطالعه تلویزیون (اواسط دهه 1970)

2- مطالعه پوپولیسم اقتدار گرای تاچری (اواخر دهه 1980)

3- پروژه چند فرهنگ گرایی (اواخر دهه 1990 و بعد از آن)

دوره دوم مبتنی بر شکل گیری ایده های هال دربارة ایدئولوژی و بازنمایی است و نوشته ها و آثار هال دربارة بازنمایی و اهمیت آن در فرهنگ رسانه محور امروزی، این مفهوم را به یکی از بنیادی‌ترین مسائل حوزه مطالعات فرهنگی مبدل کرده‌است.

هال بازنمایی را بخشی از چرخه فرهنگ میداند و معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد و سپس در ادامه بحث خود، به بسط ابعاد مختلف ایده بازنمایی (که مشتمل بر مفاهیم معنا، زبان و فرهنگ است) می‌پردازد و از خلال تحلیل های خود نگاهی جدید به مفهوم بازنمایی را شکل می‌دهد. مفهومی که به گفته خود هال فرایندی «ساده و سرراست» نیست.

 هال برای بیان چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ سعی می‌کند برداشت های متفاوت از بازنمایی را در یک طبقه‌بندی نظری کلی بیان کند. ازاین منظر، نظریه‌های بازنمایی در سه دسته کلی قرار می‌گیرند.

1- نظریه های بازتابی [[11]](#footnote-11)

2- نظریه های تعمدی[[12]](#footnote-12)

3- نظریه های برساختی[[13]](#footnote-13)

 در نگاه بازتابی، ادعا براین است که زبان به شکل ساده ای بازتابی از معنایی است که از قبل در جهان خارجی وجود دارد. در نگاه تعمدی یا ارجاعی گفته می‌شود که زبان صرفاً بیان کننده چیزی است که نویسنده یا نقاش قصد بیان آن را دارد. نگاه برساختی به بازنمایی مدعی است که معنا «در» و «بوسیله» زبان ساخته می‌شود.

 هال با استفاده از دیدگاه نشانه شناسی منتج از آرای سوسور و نگاه گفتمانی برگرفته از دیدگاههای میشل فوکو نشان می‌دهد که بازنمایی دارای ویژگی‌های برساختی است. برساختی بودن بازنمایی برای استوارت هال از خلال نگاه به زبان به مثابه رسانه ی محوری در چرخه فرهنگ شکل می‌گیرد که معانی بوسیلة آن در چرخه فرهنگ، تولید و چرخش می‌یابند.

بنابراین هال (1997) زمانی که از فرایندهای بازنمایی صحبت می‌کند و اصطلاح «نظام بازنمایی» را برای بیان نظام مفهومی خود جعل می‌کند از 2 مرحله صحبت می‌کند:

1- نظامی مشتمل برتمام گونه‌های موضوعات، افراد و حوادث که بواسطه مجموعه‌ای که آنرا "بازنمایی ذهنی" می‌نامیم، اشکال مختلفی از مفاهیم را سازماندهی، دسته بندی و طبقه‌بندی می‌کنیم و بواسطه چنین نظام طبقه‌بندی می‌توان بین هواپیما و پرنده (با وجود اینکه هر دو در آسمان پرواز می‌کنند) تفاوت قائل شد.

2- در یک مرحله بالاتر، ما این مفاهیم را با یکدیگر به اشتراک می‌گذاریم و به اصطلاح معانی فرهنگی مشترکی را می‌سازیم تا تفسیری واحد نسبت به جهان را به اشتراک بگذاریم. بنابراین صرف وجود مفاهیم کافی نیست و ما نیاز به مبادله و بیان معانی و مفاهیم داریم و این امر ما را به نظام بازنمایی دیگری سوق می‌دهد که همانا نظام «بازنمایی زبانی» است. (Hall,1997: 18)

 برای هال، زبان در مفهوم عام آن مطرح است و طیف وسیعی مشتمل برزبان نوشتاری، گفتاری، تصاویر بصری، زبان علائم حرکتی، زبان مُد، لباس، غذا و... را در بر می‌گیرد. هال خود در این باره می‌گوید: "آنچه من به عنوان زبان مورد بحث قرار می‌دهم برمبنای تمام نظریه‌های معنا شناختی استوار است که بعد از «چرخش زبانی» در علوم اجتماعی و مسائل فرهنگی مورد توجه قرار گرفته‌است" (Hall, 1997:19).

 براین اساس هال در درون نظام زبان از سه گانة مفاهیم، اشیاء و نشانه ها یاد می‌کند و معتقد‌‌است مجموعه‌ای از فرایندها، این سه مقوله را به یکدیگر مرتبط می‌کند. هال این فرایند را «بازنمایی» می‌نامد و براساس چنین ایده‌ای معتقد‌‌است که معنا برساخته نظام‌های بازنمایی است. بر مبنای چنین نگاهی به زبان و در مرکزیت قرار گرفتن مسئله زبان برای هال، می‌توان نظریه‌های بازنمایی را به شکل مجددی بازخوانی کرد. براین اساس، رویکرد بازتابی معتقد‌‌است که کارکرد زبان مانند یک آئینه، بازتاب معنای صحیح و دقیقاً منطبق از جهان است. این دیدگاه هم ارز با نگاه یونانی‌ها به هنر و زبان تحت عنوان واژه «مایمیسیس» است. آنها اشعار هومر را تقلید مستقیم از حوادث حماسی می‌دانستند. هال دراین باره معتقد‌‌است که به عنوان مثال، تصویر بصری دو بُعدی از گل رز یک نشانه است و نباید آنرا با گیاه واقعی یکسان دانست و نمی‌توان کلمة «رُز» را هم ارز آنچه در واقعیت بصورت یک گیاه وجود دارد، دانست و درعین حال هم "باید توجه داشته‌باشیم که با گل واقعی که در باغچه می‌روید نمی توان تفکر را پیش برد و عرصه تفکر نیازمند انتزاعات نشانه‌ای است" (Hall, 1997: 24-25).

 هال رویکرد دوم به بازنمایی که آنرا رویکرد تعمدی (یا ارجاعی) می‌نامد اینگونه تشریح می‌کند: دراین دیدگاه، «کلمات» معنایی را که مؤلف قصد آنرا دارد، با خود حمل می‌کنند، اما این دیدگاه دارای کاستی‌هایی است. ما نمی‌توانیم تنها منبع منحصر بفرد و یکّه معنا در ساحت زبان باشیم؛ چرا که این رویکرد زبان را به یک بازی تماماً خصوصی بدل می‌کند و این در حالی است که زبان نظامی سراسر اجتماعی است (Hall, 1997:25).

 هال رویکرد سوم را منطبق با ویژگی عمومی و اجتماعی زبان می‌داند. برمبنای این رویکرد، چیزها هیچ معنای خودبسنده‌ای ندارند بلکه ما، معانی را می‌سازیم و این عمل را بواسطه نظامهای بازنمایی مفاهیم و نشانه‌ها انجام می‌دهیم. برساختگرایی، وجود جهان مادی را نفی نمی‌کند ولی معتقد‌‌است که آنچه معنا را حمل می‌کند جهان مادی نیست بلکه نظام زبانی یا نظامی که ما برای بیان مفاهیم از آنها استفاده می‌کنیم ، حمل کنندة معنا هستند و این کنشگران اجتماعی اند که نظام مفهومی فرهنگ خود و نظام زبان شناختی و سایر نظامهای بازنمایی را برای ساخت معنا مورد استفاده قرار می‌دهند تا جهانی معنادار و در ارتباط با دیگران را بسازند. براساس دید‌گاه برساختی نباید جهان مادی را که حاوی چیزها و افراد هستند با کنش‌های نمادین و فرایندهای بازنمایی، معناسازی و عمل زبانی مغشوش کرد چرا که معنا نه به کیفیت مادی نشانه‌ها، بلکه به کارکردهای نمادین نشانه‌ها بستگی دارد.(Ibid: 27)

 در رویکرد برساختی آنچه مورد توجه قرار می‌گیرد فرارفتنِ از دیدگاه ساختارگرایی است که میراثِ سوسوری زبان شناختی متکی برآن است. سوسور در مجموعه مفاهیمی که در درس‌های زبان شناسی عمومی مطرح کرده است بر دوگانه لانگ (نظام زبان) و پارول (زبان در کاربرد) اشاره می‌کند. آنچه ازاین مفهوم سازی سوسوری در بازنمایی برساخت گرایانه مورد استفاده قرار می‌گیرد نگاه لانگ‌ گونه به زبان است که همان بخش اجتماعیِ زبان است. پارول به فرد اجازه می‌دهد که «چه» بگوید اما لانگ بنا به ماهیت عام خود به او اجازه نمی‌دهد که «هرگونه» که بخواهد آنرا به زبان آورد (بگوید). این نکته‌ای است که هال از زبان شناسی سوسوری اخذ می‌کند: زبان امری اجتماعی است و زبان فردی و خصوصی امری محال است.

 نگاه سوسوری به زبان شناسی و در شکل عام‌تر ان به نشانه شناسی از دیدگاه هال دارای کاستی‌هایی است که هال علیرغم اینکه دیدگاه بر ساخت‌گرایی به زبان و بازنمایی را تحت تأثیر زبان شناسی سوسوری استوار کرده‌است آنها را به شکل زیر بیان می‌کند:

1- سوسور به چگونگی ارتباط میان دال و مدلول اشاره نمی‌کند

2- سوسور به سویه های صوری (فرمال) زبان توجه می‌کند و زبان به مثابه پنجره‌ای به جهان را نادیده می‌گیرد

3- نگاه سوسور به زبان مبتنی بررؤیای علمی بودن است. زبان گرچه قاعده مند است ولی نظامی بسته نیست و نمی توان آنرا برعناصر فرمال آن تقلیل داد. (Hall, 1997: 34-35).

 این سه نقد هال را به سه متفکر دیگر ارجاع می‌دهد: پیرس، فوکو و دریدا. برخلاف سوسور که چگونگی ارتباط میان دال و مدلول را بیان نمی‌کند، پیرس در نظام نشانه شناسی خود به کرات از ارجاعات صحبت می‌کند و بدین ترتیب به شکل جدی‌تری ارتباط میان دال و مدلول (که البته در نظام نشانه شناختی پیرسی از سه‌گانه نمود، موضوع و تفسیر استفاده می‌شود) را بسط می‌دهد. گرچه آنچه سوسور با عنوان دلالت مطرح کرده‌است شامل معنا و ارجاع می‌شود با این حال، توجه بیشتر او به خود دال و مدلول است تا به چگونگی ارتباط آن.

 نقد دوّم به طور ضمنی اشاره به مسئله «قدرت» در زبان دارد. نگاه غیر فرمال به زبان، آنرا نظامی خنثی نمی‌بینید بلکه زبان را نظامی می‌پندارد که قدرت در خلال آن جریان می‌یابد و این مسئله‌ای است که در دیدگاه سوسوری مورد اغفال واقع شده‌است. نهایتاً اینکه نگاه بسته سوسوری به نظام زبان، هال را به دیدگاه دریدایی به زبان رهنمون می‌کند، جایی که زبان دارای ویژگی تعویقی است و معنا با لغزش از دالی به دالی دیگر به تعویق می‌افتد و به نظامی باز مبدل می‌شود.

 هال نمونه برجسته‌ای از آثاری را که بری از این کاستی‌های نشانه شناختی به مطالعه متون مختلف فرهنگی- اجتماعی پرداخته است، در آثار رولان بارت می‌یابد. در آثار بارت زبان در معنای عام آن در لباس و غذا نیز متبلور می‌شود و اسطوره شناسی‌های بارت نظام تحلیلی بدیعی پیش می‌کشد که بر مبنای دلالت‌های ضمنی و صریح، رویکردی در نشانه شناسی پی‌ریزی می‌کند که کارایی بالایی برای تحلیل چگونگی انتقال معنا و بازنمایی‌های بصری حاصل می‌کند که صرفاً به کارکرد واژه‌ها به عنوان نشانه های زبانی توجه نمی‌کند بلکه مدل زبانی را در گستره وسیع‌تری از مجموعه کنش‌های فرهنگی بکار می‌گیرد.

 **هال (1997) به گواه آثار بارت می‌گوید:**

آنگونه که مشاهده می‌شود، پروژه علم معنا مکرراً به رویکردی غیرقابل دفاع تبدیل شده‌است. معناسازی و بازنمایی به شدت به بخش تفسیری علوم انسانی و فرهنگی گرایش یافته است که در آن، موضوعِ سوژه، اجتماع و فرهنگ با رویکرد پوزیتوسیتی قابل جوابگویی نیست (Ibid:42). هال با اتخاذ چنین دیدگاهی به آرای دریدا نزدیک می‌شود که معتقد‌‌است هرنوشته ای، همواره نوشته های دیگر را به دنبال خود می‌آورد و بر این اساس تعویق و تفاوت معنایی هرگز نمی‌تواند تماماً در درون نظام دوتایی به هدف خود برسد.

 بنابرین مطالعات فرهنگی به مانند سایر روش‌های تحلیل کیفی به «چرخه معنایی» متمرکز می‌شود که شکل بارز آن را در تحلیل‌های هرمنوتیکی (تأویل‌گرا) و تفسیری می‌توان سراغ گرفت. بنابراین مطالعات فرهنگی تحت تأثیر آثار دریدا (1979) و لاکلاو و موفه[[14]](#footnote-14) (1985) به این نتیجه می‌رسد که طبقه، نژاد، جنسیت، ملیت و جز آن، معنای جوهری و ذاتی خود را از دست داده‌اند. در آثار این متفکران نشان‌ داده می‌شود که هیچ چیزی بیرون از گفتمان وجود ندارد. هویت، قدرت و معنا به شکل مجموعه‌ای از عناصر و مفاهیم فهمیده می‌شود. از این منظر، معنا هرگز تثبیت نمی‌شود و همواره متناقض است چرا که حضور یک معنا همواره بر مبنای بینا‌متنیت و غیاب سایر معانی شکل می‌گیرد. "حضور همواره بر طراحی و تدبیر استوار است که در این معنا، قدرت در پس تثبیت آن قرارمی‌گیرد"(Rojek, 2007: 58).

 هال معتقد‌‌است نگاه صرفِ نشانه شناختی، فرایندهای بازنمایی را صرفاً به زبان محدود می‌کند و آنرا به نظامی بسته فرو می‌کاهد که بواسطه ایستا بودن مورد تهدید جدی قرار می‌گیرد. اما گسترش و بسط بازنمایی در معنای متأخر آن که مبتنی برایده فوکویی- دریدایی است، آن را به "منبعی برای تولید دانش اجتماعی بدل می‌کند که سیستمی باز و مرتبط با کنش‌های اجتماعی و مسئله قدرت است" (Hall, 1997:42).

## 2-4-1-4 گفتمان و بازنمایی

 استورات هال گفتمان را این‌گونه معرفی می‌کند: گفتمان‌ها راه‌های ارجاع به یک چیز یا برساختن دانش در مورد یک ­­­­­موضوع یا عمل خاص هستند: مجموعه یا شکلی از باور‌ها، تصاویر یا اعمال که روش‌های صحبت کردن درباره اشکال دانش را مسیر کرده و آن‌ها را به یک موضوع خاص، فعالیت اجتماعی یا سازمان در جامعه هدایت می‌کنند. این اشکال گفتمانی –همان‌طور که شناخته شده‌اند- این‌گونه تعریف می‌شوند: هر آن‌چه که برای قاعده‌سازی‌ها و اعمال ما در ارتباط با یک موضوع ویژه یا مکان فعالیت اجتماعی مناسب است یا نیست. گفتمان‌ها به این می‌پردازند که زبان چگونه در زمینه‌های مختلف و به طرق مختلف استفاده می‌شود که روابط و ادراک‌های متفاوتی ایجاد می‌کند. (وب، 2009: 56)

فوکو می‌گوید که در هر دوره‌ای جهان‌بینی مشخص با ساختار ذهنی خاصی وجود دارد که طبیعت دانش آن دوره را تعیین می‌کند. فوکو خصوصیت دانش هر عصر مشخص را «معرفت» یا صورت‌بندی گفتمانی» می‌نامد. هر عصر یا دوره‌ای منحصر به فرد است و با عصر یا دوره‌های دیگر قابل مقایسه نیست و غیر ممکن است که مردم یک دوره مانند دوره دیگر فکر کنند. بر خلاف اعتقاد عامه، فوکو معتقد است که مردم مسئول ایجاد شرایط گفتمان نیستند. بر عکس، گفتمان دیدگاه فرد را در صحنه جهان مشخص می‌کند. (لیتل جان به نقل از بهرامی کمیل، 1391: 176-175)

تنها شاید بتوان گفت، برخی افراد زودتر از دیگران شرایط گفتمانی را درک کرده و با همان زبان سخن می‌گویند و به مرور موجب شیوع و بر ملا شدن گفتمان جدید می‌شوند، نه این که بانی و مسبب ایجاد آن باشند. (بهرامی کمیل، 1391: 176)

از منظر فوکویی آن‌گونه که در مطالعات فرهنگی در بریتانیا تکوین یافته است می‌توان گفت بازنمایی همیشه در یک گفتمان صورت می‌پذیرد و گفتمان تعیین می‌کند که درباره یک «متن» خاص چه می‌توان گفت و چه نمی‌توان گفت. لازم به ذکر است که این گفته به معنای انکار واقعیت عمیقاً مادی جهان پیرامون ما نیست، بلکه هدف اصرار بر این موضوع است که جهان صرفاً در چارچوب گفتمان معنادار می‌شود و معنا در انواع گفتمان ساخته می‌شود. (مهدی زاده، 1387: 29)

هرچند گفتمان نمی‌تواند به یک معنای واحد قناعت کند، چون تاریخ پیچیده‌ای داشته و نظریه‌پردازان مختلف به طرق مختلف آن را به کار می‌گیرند. چنان‌که میشل فوکو می‌گوید: «من فکر می‌کنم که به جای فروکاستن گام به گام معنای کاملاً رنگارنگ واژه گفتمان، در واقع به معانی آن افزوده‌ام؛ آن‌را گاهی حیطه کلی همه گزاره‌ها یا احکام تلقی کرده‌ام، گاهی به عنوان مجموعه قابل تمایزی از احکام و گاهی به مثابه رویه ضابطه‌مندی که شماری از احکام را توضیح می‌دهد.» (میلز به نقل از بهرامی کمیل، 1391: 172)

قدرت یکی از عناصر کلیدی مباحث فوکو، به‌خصوص گفتمان است. می‌توان گفت یکی از پیش‌فرض‌های تمایز گفتمان‌ها، کشف روابط قدرت و دانش و تشخیص پیامد‌های آن در تولید ابژه‌های جدید است. ظهور قدرت، تولید دانش و ابژه‌سازی همگی در درون گفتمان‌ها صورت می‌گیرد. قدرت در نظریه فوکو، مولد و خلاق است؛ زیرا می‌تواند ذهن‌ها و بدن‌های مطیع ایجاد کند. قدرت این‌کار را با تکیه بر یک نظام دانش انجام می‌دهد. چنین نظام دانشی در ادبیات فوکو گفتمان نامیده می‌شود. گفتمان حوزه معنی‌داری است که شرایطی را برای تجربه، اندیشه و عمل فراهم می‌آورد. در یک گفتمان برخی گزاره‌ها اجازه طرح شدن پیدا کرده و با حقیقت یکسان پنداشته می‌شوند؛ در حالی‌که گزاره‌های دیگر حذف و طرد می‌شوند. (بهرامی کمیل، 1391: 198)

به نظر می‌رسد که فوکو، به این موضوع که قدرت چگونه عمل می‌کند، علاقه بیشتری داشته باشد تا به منافع خاصی که در خدمت قدرت است. در نتیجه، دید وی در باب قدرت، بسیار متفاوت از نگاه برآمده از سنت مارکسیستی است. در وهله نخست، هیچ جنبه طبقاتی خاصی در آن وجود ندارد؛ به عبارت دیگر، مقصود فوکو آن نبود که نشان دهد چگونه تقسیم‌بندی‌های طبقاتی، درصدد حفظ سلطه‌شان بودند. دوم، فوکو به این امر علاقه‌مند بود که چگونه قدرت در ساختار‌های روزمره تنظیم و نظارت که بر کردار‌های فرهنگی و نه معانی فرهنگی تأثیر می‌گذارند، پراکنده می‌شود. سوم، این شکل قدرت، ساختار متمرکز سرکوب‌گری نیست که از سوی یک مجموعه آشکار منافع عمل کند، بلکه هم‌چنین شامل امکانات بالقوه (یقیناً پنهان) مولد و توان‌بخش و حتی رهایی‌بخش است. (ترنر، 1388: 124)

این دیدگاه فوکو که هیچ چیزی خارجی از گفتمان وجود ندارد به این معنا نیست که او هستیِ مادی واقعی در جهان را نفی می‌کند بلکه فوکو معتقد ‌‌است که هیچ چیزی خارجی از حیطه گفتمان «معنادار» نیست. هال این دیده فوکویی را که اشیاء و کنش‌ها صرفاً در درون گفتمان معنا می‌یابند وموضوعاتِ دانش می‌شوند در دلِ نظریه «برساختی» معنا و بازنمایی می‌داند. (مهدی زاده: 30)

چکیده نظر فوکو این است که سوژه توسط گفتمان خلق می‌شود. به نظر فوکو، تصور سوژه‌ای که قبل از زبان وجود داشته و منبع معنا باشد. توهمی بیش نیست. حتی از این فراتر می‌توان گفت، همه افکار و اعمال سوژه‌ها در حیطه گفتمان‌ها شکل می‌گیرند. بنابراین دستیابی به حیطه غیر گفتمانی یا واقعیتی فراگفتمانی، امکان‌پذیر نیست. گفتمان‌ها محصول انتخاب و کنش خردمندانه کنشگران نیستند، بلکه بر عکس سوژه‌ها مخلوق گفتمان‌ها هستند. (بهرامی کمیل، 1391: 208)

موضع که فوکو معتقد است انسان و نهاد‌ها اشیاء و ایده‌ها را خلق می‌کنند و همین است که واقعیت را برای ما برمی‌سازد، مورد انتقاد برخی قرار گرفته‌است؛ چون از آن چنین برمی‌آید که هیچ‌چیز غیر گفتمانی بیرون از گفتمان وجود ندارد؛ اما فوکو انکار نمی‌کند که واقعیتی وجود دارد که پیش از انسان‌ها بوده است. وی بر خلاف آن‌چه برخی منتقدانش ادعا کرده‌اند، مادیت رویداد‌ها و تجربه را رد نمی‌کند، او صرفاً می‌گوید که تنها راه درک واقعیت، از گفتمان و ساختار‌های گفتمانی می‌گذرد. ما در فرایند ادراک، تجربه و رویداد‌ها را مطابق ساختار‌هایی که در دسترس ما هستند، رده بندی می‌کنیم و در جریان تفسیر، استحکام و هنجاربندی‌ای به این ساختارها می‌بخشیم که اندیشیدن در بیرون از آن اغلب دشوار است. فوکو بر خلاف آن‌چه برخی متفکران مارکسیست در صورت‌بندی مفهوم ایدئولوژی اعلام کرده‌اند، معتقد نیست که این ساختارها صرفاً اختراع نهاد‌ها و گروه‌های قدرت‌مند است، او هم‌چنین نمی‌گوید که این ساختارها صرفاً ساختار‌هایی انتزاعی و دل‌‌بخواهی هستند، بلکه به باور او نیروی به‌هم پیوسته‌ای از فشار‌های نهادی و فرهنگی، همراه با ساختار درونی یا ذاتی گفتمان وجود دارد که همیشه از نقشه‌ها و امیال نهاد‌ها یا قدرت‌مندان فراتر می‌رود.‌ (میلز به نقل از مهدی زاده، 1387: 32-33)

هال با تأکید برسودمندی نظریه فوکویی در شکل‌بندی نظریه بازنمایی برساخت‌گرا، دو نقد مهم بر ایدة فوکویی گفتمان وارد می‌کند. هال معتقد‌‌است اولاً فوکو به میزان بسیار زیادی در گفتمان فرو می‌رود و ثانیاً فوکو با اغراق در نقش گفتمان گاهی در نسبیت مطلق می‌غلتد. او می‌گوید: «فوکو با رویکرد تاریخی از گفتمان علمی تلاش می‌کند تا قواعد گفتمان بنیادین و پایه را توضیح داده و تولید و انتقال آنان را به فرایند‌های وسیع‌تر اجتماعی و سیاسی مرتبط سازد. به بیان دیگر فوکو در پی یافتن پاسخی برای این پرسش بود که چه شرایطی در هر زمانه خاص موجب می‌شود، گونه‌های خاص از گفتار‌ها به کار برده شوند و رواج یابند. در عوض بسیاری دیگر از عبارات و اظهاراتی که هم از نظر قواعد دستور زبان و هم از حیث اصول منطقی صحیح‌اند، مورد استفاده قرار نگیرند و مغفول واقع شوند.» (بهرامی کمیل، 1391: 174)

## 2-4-1-5 ایدئولوژی و بازنمایی

تیم اوسولیوان و همکارانش ایدئولوژی را به عنوان عمل ، بازتولید روابط اجتماعی نابرابر در فضای معنا و گفتمان تعریف می‌کنند. اما ایدئولوژی چیزی فراتر از بازتولید روابط اجتماعی نابرابر است، ایدئولوژی هم‌چنین مسئله کدگذاری واقعیت است به نحوی که ایده‌ها چنان تبدیل به ایدئولوژی شوند که طبیعی و بدیهی به نظر برسند. مسأله فقط فریب مردم یا اجبار آن‌ها به انجام یک کار نیست بلکه تلقین این مساله است که فقط یک واقعیت وجود دارد و حتی فکر کردن به واقعیت‌های دیگر امکان ندارد. (وب 2009: 117)

ایدئولوژی به عنوان یک اصطلاح نظری ریشه در مارکسیسم دارد. ایدئولوژی گفتمانی است که به یک ملت یا جامعه معنی اعطا می‌کند و از آن‌جا که بازتابی است از نحوه دلالتمند شدن یک ملت، هم‌سویی تنگاتنگی با اسطوره دارد. از این‌رو ایدئولوژی در فصل مشترک زبان و سازمان سیاسی قرار می‌گیرد. این نظامی از ایده‌هاست که جامعه را توضیح می‌دهد، معنی یا توجیه می‌کند. اما معنی کردن چنان‌چه کارل مارکس می‌گوید، عمدتاً قلمرو طبقات حاکم است که حق حاکمیت خود را حق طبیعی می‌دانند. بدین ترتیب، با باور مارکس، ایدئولوژی عبارت است از رویه بازتولید مناسبات اجتماعی نابرابر. مارکس از همین نادرست‌نمایی استفاده کرد تا بگوید که ایدئولوژی یک آگاهی کاذب است. مارکس می‌گوید، طبقات زیر دست، اگر بپذیرند که موقعیت آن‌ها یک موقعیت طبیعی است، به عبارت دیگر اگر ایدئولوژی حاکم را که زیر دست بودن آن‌ها را توجیه می‌کند بپذیرند، هم‌سو با این آگاهی کاذب عمل کرده‌اند. (هیوارد، 1382: 12)

مطالعات فرهنگی، خاصه با اقتباس این ایده آلتوسر که «دستگاه‌های ایدئولوژیک» (مثلاً قانون، خانواده و آموزش) درست به مانند شرایط اقتصادی، اهمیت دارند، تأکید کرد که فرهنگ نه وابسته صرف روابط اقتصادی است و نه مستقل از آن، بلکه، به گفته آلتوسر، نیرو‌های (اقتصادی سیاسی و فرهنگی) تعیین کننده زیادی در کار اند که در رقابت و تضاد با هم، وحدت پیچیده جامعه را بر می‌سازند. (ترنر، 1388: 112)

آلتوسر از شبکه تعیین‌هایی سخن می‌گوید که در نقاط مختلف و برای افراد متفاوت به گونه‌ای متفاوت ترکیب‌بندی می‌شوند و نظارتی تمام عیار یا تعیین کننده بر تجربه اجتماعی اعمال می‌کنند.

مکانیسمی که فرایند تعیین چند جانبه از طریق آن عمل می‌کند، مکانیسم ایدئولوژی است. در صورت‌بندی مارکسیستی اولیه، ایدئولوژی به عنوان نوعی حجاب بر چشمان طبقه کارگر تلقی می‌شد، یعنی هم‌چون فیلتری که روابط «واقعی» آن‌ها را با جهان پیرامون پنهان می‌کرد. کارکرد ایدئولوژی، تولید نوعی آگاهی کاذب در مورد خود و رابطه فرد با تاریخ بود. اثر آلتوسر، حاکی از گسستی قاطع از این نحوه مفهوم‌پردازی درباره «ایدئولوژی» بود. دقیقاً هم‌چون سوسور که معتقد بود، زبان نه دسترسی ما به «واقعیت» بلکه دسترسی ما به «برداشتی» از واقعیت را امکان‌پذیر می‌سازد، آلتوسر نیز ایدئولوژی را نه کاذب بلکه چاچوبی مفهومی می‌داند که آدم‌ها از طریق آن، تجربه را تفسیر و معنا می‌کنند و شرایطی مادی را که خود را در آن می‌یابند، می‌زیند. (هال به نقل از ترنر، 1388: 113)

بنابر تأکید آلتوسر، ایدئولوژی را نه فقط در عرصه زبان و بازنمایی بلکه در اشکال مادی‌اش نیز (نهاد‌ها و کردار‌های اجتماعی‌یی که ما از طریق آن‌ها به زندگی‌مان سازمان می‌دهیم و آن را می‌زی‌ایم) باید مورد بررسی قرار داد. (ترنر، 1388: 114)

جان فیسک روشن می‌سازد که چگونه دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت (رسانه، نظام قانون، نظام آموزشی و نظام سیاسی) با پایه‌گذاری و مشروع‌سازی هنجار‌های اجتماعی، به اهداف ایدئولوژیکی خود دست می‌یابند: «این هنجار‌ها در طرز کار هر روزه‌ی دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت تحقق می‌یابند. هر یک از این نهاد‌ها نسبتاً خود مختارند و هیچ نسبت آشکاری میان این نهاد‌ها (برای مثال نظام قانونی ارتباط آشکار با نظام مدرسه یا رسانه ندارد) وجود ندارد، لیکن آن‌ها جمعی عمل ایدئولوژیک مشابهی را به اجرا در می‌آورند. آن‌ها جملگی پدرسالارند؛ همگی مرتبط با کسب و حفظ ثروت‌اند؛ جملگی به فرد گرایی و رقابت میان افراد تأکید دارند. (فیسک به نقل از ترنر، 1388: 114)

آلتوسر می‌گوید در ایدئولوژی سوژه‌ها نیز رابطه خود با شرایط زندگی را که (به عنوان وحی منزل) برایشان ارائه شده، برای خود توجیه می‌کنند. به عبارت دیگر آن‌ها از طریق تبانی و هم‌سویی با ایدئولوژی باعث می‌شوند، ایدئولوژی جا بیفتد. این رضایت چرا حاصل می‌شود؟ به دلیل طبیعتِ اطمینان بخش هویت ملی. ملت-دولت به مردم حسی از هویت، شأن و غرور می‌دهد. دولت، دولت آن‌هاست، هیئت حاکمه، هیئت حاکمه خود آن‌هاست نه حکم‌رانانی خارجی. بدین ترتیب، ایدئولوژی یک ضرورت است و توسط سوژه یا اتباع تولید می‌شود. از این رو جامعه، ایدئولوژی را مادی می‌سازد و سوژه‌ها با اتباع نیز همین کار را می‌کنند. (هیوراد، 1388: 13)

بنابراین ایدئولوژی نحوه بازنمایی روابط انسان‌ها با شرایط هستی واقعی در سطح مفاهیم، معانی و تصورات است. ایدئولوژی دارای کار ویژه اساسی «سوژه‌سازی» است. هر ایدئولوژی از چشم‌انداز علائق خود «سوژه‌ای» از انسان‌ها می‌سازد که «ابژه» آن ایدئولوژی ‌می‌شود. (مهدی زاده، 1387: 37)

جان فیسک در خصوص سوژه‌سازی ایدئولوژی می‌نویسد: «طبیعت، فرد را به‌وجود آورده است.اما سوژه محصول فرهنگ است. نظریه‌های فردیت ، بر تفاوت‌های بین مردم تمرکز دارد و این تفاوت‌ها را طبیعی می‌داند. متقابلاً، نظریه‌‌های مربوط به سوژه، معطوف به تجربه‌های مشترک مردم در هر جامعه است و این تجربه‌ها را ثمربخش‌ترین روش توضیح این‌‌که (فکر می‌کنیم) چه کسی هستیم، می‌داند. پس، سوژه برساخته‌ای اجتماعی است، نه طبیعی. نظریه ایدئولوژی بر نقشی که رسانه‌های جمعی و زبان در برساختن دائمی سوژه بازی می‌کنند، تأکید می‌کند؛ یعنی بازتولید دائمی ایدئولوژی در مردم.» (فیسک به نقل از مهدی‌زاده، 1387: 37)

تامپسون از پنج شیوه کلی که از طریق آن‌ها ایدئولوژی اعمال می‌شود، نام می‌برد. مشروعیت، ریا، وحدت، یک‌پارچگی و چیزوارگی همان شیوه‌های کلی مد نظر تامپسون است. هر کدام از این شیوه‌ها به وسیله چند راهبرد قابل اجرا است. او درباره شیوه چیزوارگی و راهبرد‌های آن می‌گوید. «شگرد پنجم ایدئولوژی چیزوارگی یا مادی کردن است: روابط سلطه می‌تواند از طریق جلوه دادن یک وضع موقت تاریخی به صورت یک وضع دائمی، طبیعی و خارج از محدوده زمان، استقرار یابد. فرایند‌ها به مثابه چیز‌ها (اشیاء) یا رویداد‌های نیمه- طبیعی مجسم می‌شوند، به‌طوری که منش اجتماعی و تاریخیآن‌ها تحت‌الشعاع قرار گرفته یا فراموش می‌شود. پس ایدئولوژی به عنوان چیزوارگی متضمن حذف، پیچیده کردن یا مشوش ساختن منش اجتماعی و تاریخی پدیده‌های اجتماعی- تاریخی است... این شیوه می‌تواند به وسیله راهبرد طبیعی‌سازی در قالب صور نمادین بیان شود. با وضعی که مخلوق اجتماعی و تاریخی است ممکن است به مثابه یک رویداد طبیعی یا نتیجه غیر قابل اجتناب ویژگی‌های طبیعی برخورد شود، به‌طوری که مثلاً تقسیم نهادینه کار بین مردان و زنان ممکن است به عنوان محصول ویژگی‌های طبیعی و تفاوت‌هایی بین دو جنس تصویر شود. ایدئولوی به عنوان چیزوارگی می‌تواند از راه دستوری و نحوی مثل اصالت بخشیدن به اسم و مفعولی کردن بیان شود. اصالت بخشیدن به اسم هنگامی نمایان می‌شود که جمله‌ها یا بخش‌هایی از جمله، توصیفات کنش و شرکت کنندگان درگیر در آن‌ها به صورت اسم در می‌آیند. اصالت دادن به اسم و مفعولی کردن توجه شنونده یا خواننده را به هزینه دیگران به موضوع‌های خاصی معطوف می‌کنند. این دو ابزار دستوری، کنشگران و عامل کنش را حدف کرده و فرایندهایی را به مثابه چیز‌ها یا رویداد‌ها عرضه می‌کنند که در غیاب فاعلی که آن‌ها به وجود می‌آورد، به وقوع می‌پیوندند. (تامپسون به نقل از بهرامی کمیل، 1391: 217)

تامپسون فقط یک معیار منفی را به عنوان ویژگی بیان‌گر ایدئولوژی در نظر می‌گیرد و آن معیار، روابط مستقر و مستمر سلطه است. وی تأکید می‌کند که مسئله، صحیح یا غلط بودن صور نمادین نیست، بلکه شیوه‌هایی است که طی آن، این صور در شرایط خاص، به خدمت استقرار و استمرار روابط سلطه در می‌آیند. ایدئولوژی براساس این دریافت، طبیعت تفوق طلب دارد؛ بدین معنا که لزوماً در خدمت استقرار و استمرار روابط سلطه است. (مهدی زاده، 1387: 37)

ون‌دایک بر این باور است که بین ساختارهای گفتمان و ساختارهای اجتماعی رابطة مستقیمی وجود ندارد و آنها همیشه به‌واسطه شناخت فردی و اجتماعی به یکدیگر مرتبط می‌شوند و شناخت، حلقه گمشده بسیاری از مطالعات زبان‌شناسی انتقادی و تحلیل گفتمان انتقادی است. از این‌رو، او «مثلث جامعه ـ شناخت ـ گفتمان» را ارائه می‌دهد. در عین‌حال که ون‌دایک به شناخت اهمیت زیادی می‌دهد، معتقد است به دلیل اینکه اساساً ماهیت گفتمان، کلامی است؛ نیازمند پایه صرفاً زبان‌شناختی نیز هست. در مثلث ون‌دایک گفتمان در مفهوم گسترده، به رویداد ارتباطی اطلاق می‌شود که شامل تعاملات گفتاری، متن نوشتاری، حرکات بدن، تصاویر و سایر دلالت‌های نشانه‌شناختی است. منظور از شناخت در این‌جا شناخت فردی و اجتماعی، باورها، اهداف و ارزش‌یابی‌ها، احساسات و سایر ساختارهای ذهنی یا حافظه، بازنمایی‌ها یا فرایندهای مرتبط با گفتمان و تعامل است؛ و بالاخره جامعه، هم تعاملات رودررو و موقعیتی خرد محلی را در بر می‌گیرد و هم ساختارهای کلان سیاسی، اجتماعی، جهانی که براساس گروه و روابط گروهی (چون سلطه و نابرابری) تعریف می‌شوند مانند جنبش‌ها، نهادها، سازمان‌ها، فرایندهای اجتماعی، نظام‌های سیاسی و ویژگی‌های انتزاعی‌تر جوامع و فرهنگ‌ها را. (غیاثیان،1387)

به نظر ون دایک، عمدهِ بار معنایی ایدئولوژی در زبان، از طریق «شناخت اجتماعی» یعنی باور‌ها و ارزش‌های مشترک اجتماعی شکل می‌گیرد. شناخت اجتماعی واسطه و میانجی بین سطوح خرد و کلان جامعه، بین گفتمان و عمل و بین فرد و گروه است. شناخت اجتماعی، اگرچه در اذهان افراد شکل می‌گیرد، با وجود این سرشتی اجتماعی دارد زیرا با اعضای گروه آمیخته و عجین است و کنش و تعامل اجتماعی را کنترل می‌کند و شالوده سازمان اجتماعی و فرهنگی جامعه را به‌عنوان یک کل شکل می‌دهد. (مهدی زاده، 1387: 39) عناصر تشکیل دهنده نظریه ایدئولوژی ون دایک عبارت‌اند از: «کارکرد‌های اجتماعی»، «ساختار‌های شناختی» و «بیان و باتولید گفتمانی». (مهدی زاده، 1387: 40)

به عقیدة ون‌دایک «ایدئولوژی‌ها، باورهای بنیادین هر گروه و اعضای آن هستند.» و همین صورت‌های بنیادین شناخت اجتماعی است که تعیین‌کننده هویت گروه است. بر همین اساس او طرح‌واره‌ای ایدئولوژیک برای هر گروه در نظر می‌گیرد که شامل بخش‌های زیر است:

* معیار عضویت: چه کسی متعلق به گروه است و چه کسی نیست؟
* فعالیت‌های شاخص: ما به عنوان اعضای گروه چه کارهایی انجام میدهیم؟
* اهداف کلی: هدف ما از کارهایی که می‌کنیم چیست؟ چرا این‌کارها را می‌کنیم؟
* هنجارها و ارزش‌ها: چه چیزی خوب و چه چیزی بد است؟
* جایگاه: گروه ما چه نوع ارتباطی با دیگران دارد؟
* منابع: چه کسی به منابع گروه ما دسترسی دارد؟

اعضای گروه‌های اجتماعی نیز در راستای همین طرح‌وارة ایدئولوژیکی به قطب‌بندی میان خودشان به عنوان «گروه خودی» و دیگران به عنوان «گروه غیرخودی» می‌پردازند و به هنگام صحبت، از ضمایر «ما» و «آنها»استفاده می‌کنند. در همین رابطه ون‌‌دایک مربعی ایدئولوژیکی پیشنهاد می‌کند، که اضلاع آن عبارت‌اند از:

1. تأکید بر نکات مثبت ما
2. تأکید بر نکات منفی آنها
3. رفع تأکید از نکات منفی ما
4. رفع تأکید از نکات مثبت آنها (ون دایک به نقل از غیاثیان، 1387)

هال در مقالة «نمایش دیگری» به مفهوم بنیادین «دیگری» به عنوان یکی دیگر از مفاهیم بنیادین در بازنمایی اشاره می‌کند. هال بحث خود را با این سؤال آغاز می‌کند که ما چگونه مردم و مکانهایی که به وضوح «متفاوت» از ما هستند را نمایش می‌دهیم و چرا تفاوت، مفهومی مناقشه انگیز در بازنمایی است؟ او در جواب به این سؤالات به پراکتیس‌های بازنمایی در فرهنگ عامه به عنوان عرصه بروز تفاوت‌ها معطوف می‌شود و ردپای استراتژی‌های بازنمایی از قبیل طبیعی‌سازی و کلیشه‌سازی را در گزارش‌های روزنامه‌ها درباره مهاجران و سیاهپوستان، منازعات نژادی، جنایتهای شهری و فیلمها و مجلات مورد بررسی قرارمی‌دهد.

بازنمایی موضوعی پیچیده است بویژه زمانی که با «تفاوت» ها سروکار داشته‌باشیم با احساسات، نگرش‌ها، عواطف، ترس و اضطراب در بیننده همراه است که در سطوح عمیق‌تری از آن‌چه ما به عنوان «عرف عام» می‌نامیم می‌تواند عمل کند (هال، 1997: 225)

از منظر گرامشی، عرف عام به امر روزمره گره می‌خورد و امری تکه پاره و غیر منسجم است که مدام در حال تغییر و تحول است. اما نکته مهم این است که شکل‌گیری «عرف عام» به واسطه برخی نهادها شکل می‌گیرد که مبتنی بر دوگانه دانش/ قدرت خود به جهت دهی، تغییر شکل و تحمیل خواسته های خود در قالب عرف عام می‌پردازند.

هال بدین ترتیب بازنمایی را به عرف عام گره می زند و بنا به ویژگی سیال بودن معنا در کشمکش تفاوت‌های موجود در بین سوژه‌های اجتماعی به نتیجه در خور توجهی می‌رسد. تلاش برای تثبیت معنا در نتیجة عمل بازنمایی محقق می‌شود که سعی می‌شود پای معانی بالقوة متفاوتی به یک متن کشیده شود و به یکی از معانی ارجحیت داده شود. (هال، 1997: 224) هال این معنای حاصل از بازنمایی را «معنای مرجح» می‌نامد. او معتقد‌‌است یکی از روشهای رایج در ارجحیت بخشیدن به یک معنا استفاده از بازنمایی‌ دوگانه هایی مانند خوب / بد، متمدن/ بدوی، زشت/ جذاب و... است.

هال با به کارگیری ایده فوکویی «رژیم های حقیقت» به ایده «رژیم بازنمایی» می‌رسد. هرتصویری معنای خاص خود را به همراه دارد اما در سطحی گسترده‌تر وقتی به بررسی چگونگی بازنمایی «تفاوت» و «غیریت» در یک فرهنگ خاص، و در هر دوره زمانی بپردازیم می‌توانیم پراکسیس‌های بازنمایی مشابه و تصاویر تکراری را تشخیص دهیم که از متنی به متن دیگر و از بازنمایی به بازنمایی دیگر متفاوت است. این انباشت معنا در بین متون مختلف که از تصویری به تصویر دیگر ارجاع می‌دهد یا بوسیله خوانش معنای بدیلی از خوانش بافت و زمینه تصاویر دیگر حاصل می‌شود همان بین‌المتونیت است. بر این مبنا، می‌توان تمام تصاویر آماده نمایش و تأثیرات بصری از آنچه که «تفاوت» در یک لحظه تاریخی را بازنمایی می‌کند، با عنوان کلی «یک رژیم بازنمایی» مطرح کرد. (هال به نقل از زاد قناد: 92)

## 2-4-1-6 از زبان به گفتمان؛ نگاه فوکویی به بازنمایی

 روژک معتقد‌‌است که در برهه چهارم مطالعات فرهنگی، اندیشه‌های میشل فوکو در مرکزیت مباحث قرارمی‌گیرد. (Rojek, 2007: 61). فوکو سوال از بازنمایی را با نهادهای سیاسی، اشکال مختلف زندگی اجتماعی و نظامهای ممنوعیت و اجبار مرتبط می‌کند. فوکو از تحلیل متنی- بازنمایی فاصله‌گرفته و به سمت تاریخ، قدرت، دانش و معضلات مرتبط با عدالت اجتماعی و دولت فرا می‌رود. روژک روش کار فوکو ( تبارشناسی دانش و قدرت) و تأثیر آنها در تولید حقیقت را اینگونه تعریف می‌کند: "تبارشناسی در اینجا به معنای نظامهای بازنمایی و اهدافی است که نسخه‌هایی از فرهنگ را خلق می‌کند و آنها را به درجه حقیقت ارتقا می‌دهد" (Rojek, 2007: 62).

 مهمترین تفاوت میان فوکو و دیدگاه نشانه شناختی، نگاه گفتمانی فوکو است. او به جای زبان از گفتمان به مثابه یک نظام بازنمایی استفاده می‌کند. بنابراین مفهوم «گفتمان» از منظر فوکو، صرفاً یک مفهوم «زبان شناختی» نیست بلکه "گفتمان فوکویی تلاشی است برای فائق آمدن به تمایز سنتی زبان و پراکسیس" (Hall, 1997:44). او معتقد‌‌است که معنا و اشکال معنایی درون گفتمان ساخته می‌شوند بنابراین فوکو نیز دارای رویکرد برساخت‌گرایی است اما برخلاف سوسور، توجه خود را به تولید دانش و معنی از خلال گفتمان معطوف می‌کند نه بواسطه زبان.

 این دیدگاه فوکو که هیچ چیزی خارجی از گفتمان وجود ندارد به این معنا نیست که او هستیِ مادی واقعی در جهان را نفی می‌کند بلکه فوکو معتقد‌‌است که هیچ چیزی خارجی از حیطه گفتمان «معنادار» نیست. هال این دیده فوکویی را که اشیاء و کنش‌ها صرفاً در درون گفتمان معنا می‌یابند وموضوعاتِ دانش می‌شوند در دلِ نظریه «برساختی» معنا و بازنمایی می‌داند.

 هال در بررسی اجمالی در آثار فوکو، مؤلفه‌های موجود دربارة سوژه‌ها و موضوعاتی مانند دیوانگی، تنبیه و جنسیت در دیدگاه فوکویی را در شش دسته زیر قرار می‌دهد:

1- گزاره‌ها یا احکامی درباره این موضوعات که شکل خاصی از دانش دربارة این موضوعات را ارایه می‌دهند.

2- قواعدی که روش‌های خاص صحبت کردن درباره این گزاره‌ها را تعیین می‌کنند و مشخص می‌کنند در یک دوره تاریخی خاص، چه چیزهایی "قابل بیان" و چه چیزهایی "غیرقابل بیان" اند.

3- سوژه‌هایی مانند دیوانه، زن هیستریک، جنایتکار و فرد منحرف که به گفتمان شکل می‌دهند و این هدف (شکل گیری سوژه) بوسیله دانش و روش‌های برساختی ِ اقتدار در زمانهای مختلف آنچه که از سوژه انتظار می‌رود را مشخص می‌کند.

4- این دانش متضمن معنای برساختیِ «حقیقت» درباره آن موضوع و وابسته به برهه تاریخی خاص است.

5- کنش‌های درون نهادها در ارتباط با سوژه‌ها (درمان پزشکی برای دیوانه، تنبیه برای گناهکار و انضباط برای منحرف جنسی) که نقش آنها قاعده‌مند سازی و سازماندهی سوژه‌ها یا دیده‌های نهادی است.

6- گفتمان‌های جدیدِ مرتبط با قدرت و سلسله مراتب و حقیقت جدید برای تنظیم کنترل‌های اجتماعی در مسیرهای جدید شکل می‌گیرد و جانشینی گفتمان متقدم می‌شود.

 در تمام شش نکته فوق، مفهوم "تاریخ" به شکل بارزی متجلی است. فوکو با استفاده از مفاهیم گفتمان، بازنمایی، دانش، حقیقت در یک مجموعة تاریخی از نگاه غیر تاریخی نشانه شناسی می‌گسلد و نشان می‌دهد که در هر دوره زمانی، گفتمان اشکالِ خاصی از دانش، ابژه، سوژه و پراکتیس را تولید می‌کند که متفاوت از دوره‌های دیگر است. فوکو معتقد‌‌است هیچ‌ الزامی برای تداوم این دوره‌ها وجود ندارد. ibid: 45))

 بطور کلی اگر بخواهیم دیدگاه فوکو و سودمندی آن برای نظریه بازنمایی برساخت‌گرا را خلاصه کنیم باید بگوئیم که فوکو نیز مانند نشانه شناسان نقش مهم و محوری برای بازنمایی قایل است لیکن سعی می‌کند تمام عناصر و مؤلفه‌هایی که در بازنمایی نقش دارند تحت لوای «گفتمان» مورد کنکاش قراردهد. بنابراین او تعریفی بسیار گسترده‌تر از «زبان» برای گفتمان قائل می‌شود و آنرا در بافتی تاریخی مورد بررسی قرار می‌دهد.

 فوکو دیدگاه گفتمانی خود را درباره سوژه نیز بکار می‌بندد. سوسور نقش سوژه را از مسئله بازنمایی حذف کرده بود. او معتقد بود که زبان با ما صحبت می‌کند. اما فوکو از چنین دیدگاه خنثی فراتر می‌رود و معتقد‌‌است که سوژه در درون یک گفتمان ساخته می‌شود؛ چنین سوژه‌ای (سوژه گفتمان) نمی‌تواند خارج از گفتمان باشد، بلکه موضوع گفتمان است.

 یکی از محوری ترین مفاهیم مرتبط با بازنمایی ، هویت یابی فرهنگی است. بر این اساس بازنمایی ها فرایندهایی فرهنگی اند که سبب شکل گیری و تثبیت هویت های فردی و جمعی می‌شوند. بر اساس این نگاه به بازنمایی و فرایندهای سوژه شدگی است که «وودوارد»[[15]](#footnote-15) بازنمایی ها را پراکتیس های معنایی و نظامهای نمادینی می‌داند که "از خلال آنها، موقعیت های سوژه شدگی شکل می‌گیرند" ((woodward,1997:14 متون ابزاری برای برساختن هویت های فرهنگی اند. هال تاکید می‌کند که "هویت ها در درون گفتمان، بازنمایی ها و تفاوت ها ساخته می‌شود"(Hall, 1997, p.24).

 نکته دیگر این است که نهادها و ساختارهای اجتماعی امکان کنترل بسیاری از سویه های بازنمایی را دارند. این نهادها و ساختارها، محمل پدید آمدن بازنمایی ها در کسوت نشانه ها، نمادها و سبک های هنری اند و آنها را به شکل مستقیم یا غیر مستقیم تحت نظارت خود قرار می‌دهند. به عنوان مثال، در فیلم های سینمایی، انتخاب سبک خاص هنری می تواند آثار هنری یک نظام خاص بازنمایی را برای مخاطبان مهمتر و جذاب تر از موارد مشابه جلوه دهد و بالعکس. در این میان، تفسیر بازنمایی ها ابزاری برای نشان دادن دلالت های ایدئولوژیک و ارزشی است که پسِ پشتِ متون پنهان اند.

 به طور کلی در مطالعات فرهنگی، بازنمایی را به عنوان یکی از مهمترین مسائل پیش روی خود مورد مطالعه قرارمی‌دهد. اما نکته‌ای که روژک نیز به درستی بدان اشاره می‌کند این است که نگاه مطالعات فرهنگی به مفهوم بازنمایی، نگاهی چندوجهی است و آنرا به زبان هال می بایست در «ترکیب ‌بندی» با سایر مفاهیم مانند سیاست، قدرت، امر عامه پسند، ایدئولوژی و بازتولید قرار داد. بر این اساس است که نمی‌توان مرزبندی‌های دقیق و قاطعی میان آنان قائل شد.

 عرف عام مفهوم دیگری است که در بررسی نظری و مفهومی بازنمایی می بایست مورد توجه قرار گیرد. هال این مفهوم را از گرامشی اخذ می‌کند و آنرا به یکی از محوری‌ترین مباحث مطالعات فرهنگی بدل می‌کند. در جامعه‌شناسی گرامشی، عرف عام به دانش مورد توافق بین یک گروه یا طبقه خاصی از افراد اطلاق می‌شود که سبب ایجاد دیدگاهی مشترک در بین آن افراد می‌شود و "از آنجایی که این دانش شکل کج و معوجی [ از واقعیت] هستند و بوسیله نهادهای مبتنی بر زور و [قدرت] شکل می‌گیرند، مترادف و هم ارز با عقل جمعی[[16]](#footnote-16) نیستند" (Rojek, 2003: 113). از منظر گرامشی، عرف عام به امر روزمره گره می‌خورد و امری تکه پاره و غیر منسجم است که مدام در حال تغییر و تحول است. اما نکته مهم این است که شکل‌گیری «عرف عام» بواسطه برخی نهادها شکل می‌گیرد که مبتنی بر دوگانه دانش/ قدرت خود به جهت دهی، تغییر شکل و تحمیل خواسته های خود در قالب عرف عام می‌پردازند.

 هال بدین ترتیب بازنمایی را به عرف عام گره می زند و بنا به ویژگی سیّال بودن معنا در کشمکش تفاوتهای موجود در بین سوژه‌های اجتماعی به نتیجة در خور توجهی می‌رسد. "تلاش برای تثبیت معنا در نتیجة عمل بازنمایی محقق می‌شود که سعی می‌شود پای معانی بالقوة متفاوتی به یک متن کشیده شود و به یکی از معانی ارجحیت داده شود" (Hall, 1997: 228). هال این معنای حاصل از بازنمایی را «معنای مرجح» می‌نامد. او معتقد‌‌است یکی از روشهای رایج در ارجحیت بخشیدن به یک معنا استفاده از بازنمایی‌ دوگانه هایی مانند خوب / بد، متمدن/ بدوی، زشت/ جذاب و... است. هال در خوانش صفحه اول مجله «سان دی تایمز» از مسابقه فینال دوی 100 مترِ مردان دونده سیاهپوست را در نتیجة این نظام دوگانه (مردمی که به هرنحوی از انحاء به شکل معنی‌داری با اکثریت (ما) متفاوتند) و تحت عنوان «آنها» در مقابل «ما» تحلیل می‌کند. هال با بکارگیری ایده فوکویی «رژیم های حقیقت» به ایده «رژیم بازنمایی» می‌رسد. هرتصویری معنای خاص خود را به همراه دارد اما در سطحی گسترده‌تر وقتی به بررسی چگونگی بازنمایی «تفاوت» و «غیریت» در یک فرهنگ خاص، و در هر دوره زمانی بپردازیم می‌توانیم پراکسیس‌های بازنمایی مشابه و تصاویر تکراری را تشخیص دهیم که از متنی به متن دیگر و از بازنمایی به بازنمایی دیگر متفاوت است. این انباشت معنا در بین متون مختلف که از تصویری به تصویر دیگر ارجاع می‌دهد یا بوسیله خوانش معنای بدیلی از خوانش بافت و زمینه تصاویر دیگر حاصل می‌شود همان بینامتنیت است. بر این مبنا، می‌توان تمام تصاویر آماده نمایش و تأثیرات بصری از آنچه که «تفاوت» در یک لحظه تاریخی را بازنمایی می‌کند، با عنوان کلی «یک رژیم بازنمایی» مطرح کرد.

# 2-4-2 استراتژی‌های بازنمایی

## 2-4-2-1 کلیشه سازی

 Stereotype از واژه یونانی Stereo به معنای جامد و سفت و سخت مشتق شده‌است. کلیشه در اصل اصطلاحی مربوط به دوره صنعت چاپ است که در اشاره به یک صفحه چاپی بدست آمده از نمونه چاپی متحرک بکار می رود که برای افزایش شمارگان نسخه چاپی مورد استفاده قرار می گرفت. این اصطلاح در ساده ترین حالت بر ویژگی هایی ثابت و تکراری دلالت می‌کند.

در مطالعات فرهنگی، مقصود از کلیشه‌سازی عبارت است از ایجاد و اشاعه عقاید قالبی. اصطلاح «کلیشه‌سازی» را نخستین بار والتر لیپمن walter lippman در کتاب عقاید عمومی مطرح کرد. هدف لیپمن پرتوافشانی بر این بود رسانه‌های همگانی چگونه ایماژ‌های ثابت و تنگ‌نظرانه درباره اشخاص، یا تصورات قالبی در خصوص موضوعاتی خاص، ایجاد می‌کنند. از نظر لیپمن هر کلیشه‌ای دو ویژگی مهم دارد: نخست این‌که به سهولت نمی‌توان آن را تغییر داد و دوم این‌که واجد بار معنایی منفی است. (پاینده، 1385: 208)

در حالت کلی کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن جهان مادی و جهان ایده‌ها در راستای ایجاد معنا، طبقه‌بندی می‌شود تا مفهومی از جهان شکل گیرد که منطبق با باورهای ایدئولوژیکی باشد که در پس کلیشه‌ها قرار گرفته‌اند.

هال کلیشه‌سازی را کنشی معنا سازانه می‌داند و معتقد‌‌است: «اساساً برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم». (هال، 1997 : 256) هال در بیان دیدگاه خود در باره کلیشه‌سازی به مقاله «ریچارد دایر» با عنوان «کلیشه‌سازی» اشاره می‌کند. دایر در این مقاله به تفاوت مهمی اشاره می‌کند که میان دو اصطلاح طبقه‌بندی و کلیشه‌سازی وجود دارد. از منظر دایر، بدون استفاده از طبقه بندی ها امکان معنادهی به جهان بسیار دشوار است، (گرچه ناممکن نیست) چرا که مفاهیم یا طبقه‌بندی‌های موجود در ذهن است که با انطباق آنها با مفاهیم عام، امکان درک و مواجهه با جهان ممکن می‌شود. مبنای نظری بحث دایر، مفهوم طبقه بندی آلفرد شوتز است.

کلیشه‌سازی مردم را تا حد چند خصیصه یا ویژگی ساده تقلیل می‌دهد. کلیشه عبارت است از تنزل انسان‌ها به مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی مبالغه‌آمیز و معمولاً منفی. در نتیجه کلیشه‌ای کردن شخصیت‌ها عبارت است از تقلیل دادن، ذاتی کردن، آشنا کردن و تثبیت «تفاوت» و از طریق کارکرد قدرت، مرزهای میان «به‌هنجار»، «نکبت‌بار»، «ما» و«آن‌ها» را مشخص کردن. (مهدی‌زاده، 1387: 19)

آن‌چه که کلیشه‌ها انجام می‌دهند این است که گروهی از مردم را با اطلاق برخی کیفیت‌ها یا ویژگی‌هایی که ممکن است در بخش اندکی از آن‌ها وجود داشته باشد، به کل گروه تعمیم می‌دهند. این ویژگی‌ها اغلب در فرایند کلیشه‌سازی با اغراق و غلو همراه اند. (راینر و دیگران، 2001: 67)

کلیشه‌سازی همواره میان‌بری سودمند برای تولید‌کنندگان رسانه‌ها جهت بازتولید و بازنمایی گروه‌های انسانی در رسانه‌هاست. کلیشه‌سازی به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد، تا اطلاعات پیچیده و کثیری را در یک ویژگی خلاصه کنند، این ویژگی با آن‌که جنبه همگانی ندارد، ولی به راحتی می‌توان از طریق آن با گروه‌ها رابطه برقرار کرد. به عنوان مثال، شخصیت‌های فرعی در فیلم‌ها اغلب به صورت کلیشه‌ای بازنمایی می‌شوند.

اثر اجتناب ناپذیر کلیشه‌ها این است که افراد را صفات انسانی فرض می‌کند. این مسئله از طریق نفی طبیعت پیچیده روانی افراد و تقلیل آن‌ها به چند ویژگی شخصیتی کلی و رایج صورت می‌گیرد. (راینر و دیگران، 2001: 69)

جنبه دیگر نگران کننده کلیشه‌ها، به حاشیه رانده شدن بعضی از گروه‌های جامعه است که از ارزش تمام گروه‌ها در جامعه کاسته می‌شود. به علاوه کلیشه‌ها علل رفتار کلیشه‌ای را نادیده می‌گیرند و گروه‌هایی به وجود می‌آورند که قربانی مشکلات گسترده داخل جامعه می‌شوند. برای مثال، کلیشه اقلیت‌های قومی که همه باهم در خواب‌گاه‌های شلوغ و همگانی زندگی می‌کنند، می‌تواند این‌گونه نشان داده شود که دلیل این مسأله، انتخاب خود آن‌هاست، نه محرومیت‌های اقتصادی و اجتماعی. (راینر و دیگران، 2001: 69)

از طریق کاربرد کلیشه‌های بازنمایی شده می‌توان به بازتاب روابط قدرت در داخل جامعه پی برد. قدرت همیشه گرایش به مطیع کردن گروه‌هایی خاص دارد. (راینر و دیگران، 2001: 69) می‌توان گفت کلیشه‌سازی در جایی شکل می‌گیرد که نابرابری‌های آشکار و ناموجه قدرت وجود دارد. قدرت، معمولاً گروه‌های فرودست و طرد شده را هدف می‌گیرد. (مهدی‌زاده، 1387: 21)

فوکو کلیشه‌سازی را نوعی بازی قدرت/دانش می‌نامد. کلیشه‌سازی، مردم را طبق نُرم‌ها (هنجار‌ها) طبقه‌بندی و افراد طرد شده را به عنوان «دیگری» یا غیر خودی فرض می‌کند. کلیشه‌سازی شیوه مرسوم گروه‌های حاکم است که تلاش می‌کنند، به کل جامعه طبق دیدگاه خود، نظام ارزشی خود و احساسات و ایدئولوژی خود شکل دهند. این جهان، آن‌قدر برای گروه‌های حاکم خوب است که آن‌را به همان‌گونه که برایشان به نظر می‌رسد، برای همگان طبیعی و اجتناب ناپذیر می‌سازد. (مهدی‌زاده، 1387: 21)

تئون ون دایک بر مبنای پژوهش هایی که در اواخر دهه نود در زمینه گفتمان های مختلف و بازتولید نژادپرستی انجام داده است معتقد‌‌است که تعصبات و کلیشه‌ها بر تمامی فرایندهای پردازش اطلاعات یعنی خواندن، فهم و به خاطر سپردن گفتمان اثر می گذارد. (ون دایک، 1382: 298)

در مجموع کلیشه‌سازی در رسانه‌ها به سه شیوه صورت می‌گیرد:

1. در شیوه اول، رسانه‌ها، تصویر غلطی از حضور یا سلطه واقعی گروه مورد نظر عرضه می‌کنند.این کار از چند طریق انجام می‌گیرد: الف. بی‌توجهی به حضور مؤثر آن گروه، برای مثال، کم‌رنگ بودن زنان در رسانه‌ها.

ب. پررنگ کردن حضور یک گروه خاص در عرصه‌ای خاص. مثل تأکید مکرر بر حضور زنان در تبلیغات لوازم آرایش و آشپزی.

1. شیوه دوم، نمایش محدود و ثابت و پایدار رفتار گروه‎‌های خاص است. برای مثال، جوانان سیاه پوست در نمایش‌های تلویزیونی به عنوان افراد خلاف‌کار یا خشن معرفی می‌شوند.
2. شیوه سوم، مشروعیت‌زدایی از گروه یا گروه‌های مختلف از خلال مقایسه آن‌ها با تصور آرمانی نحوه رفتار آدم‌هاست.(مهدی‌زاده، 1387: 21)

## 2-4-2-2 طبیعی سازی

طبیعی سازی به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی  به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکاراً طبیعی هستند. طبیعی سازی دارای کارکردی ایدئولوژیک است. در فیلم و تلویزیون، دنیا به صورت طبیعی به شکل دنیایی سفید، بورژوازی و پدرسالار نشان داده می‌شود و بر این اساس طبیعی سازی وظیفه تقویت ایدئولوژی مسلط را بر عهده می‌گیرد. گفتمان های طبیعی ساز چنان عمل می‌کنند که نابرابری‌های طبقاتی، نژادی و جنسیتی بصورت عادی بازنمایی می‌شوند. (هیوارد، 1381: 205-204)

مفهوم طبیعی سازی در آثار رولان بارت ذیل عنوان اسطوره سازی به گویاترین شکل ممکن مطرح شده‌است. بارت اسطوره را نوعی گفتار می‌داند که صرفاً محدود به گفتار شفاهی نیست. این گفتار مشتمل بر شیوه هایی از نوشتار و بازنمایی ها؛ نه فقط گفتمان نوشتاری بلکه همچنین عکاسی و سینما و گزارش و ورزش و نمایش ها و تبلیغات نیز شامل آن می‌شود و تمامی اینها می تواند در خدمت پشتیبانی از گفتار «اسطوره» قرار گیرد. (بارت، 1380: 86)

باید توجه داشت که در اسطوره دو مضمون (دال و مدلول) کاملاً آشکار هستند؛ یکی پشت دیگری پنهان نشده‌است ... اسطوره چیزی را پنهان نمی‌کند؛ کارکرد اسطوره تحریف کردن و مخدوش کردن است نه ناپدید کردن. (بارت، 1380: 97) در این روند است که اسطوره دست به «طبیعی سازی» می زند و این‌گونه است که اسطوره شکل می‌گیرد: «اسطوره تاریخ را به طبیعت بدل می‌کند ... اسطوره گفتاری است که به شیوه مفرط موجه جلوه داده می‌شود». (بارت، 1380: 105) به عبارت دیگر، اسطوره ها عقل سلیم را که امر تاریخی است به گونه‌ای عرضه می‌کنند که انگار چیزی طبیعی است. این امر بی شک نوعی سوء استفاده ایدئولوژیک است.

فرکلاف می‌گوید: «از خصایص یک صورت‌بندی ایدئولوژیک- گفتمانی مسلط، توان آن در طبیعی کردن ایدئولوژی‌هاست، یعنی می‌تواند برای ایدئولوژی‌ها به عنوان موردی از عقل سلیم غیر ایدئولوژیک مقبولیت کسب کند.» (فرکلاف به نقل از بهرامی کمیل، 1391: 181)

## 2-4-2-3 طرد

 بحث مهم دیگر کم‌بازنمایی گروه‌های اقلیت در رسانه‌است. قطعاً بازنمایی تلویزیون از اقلیت‌های قومی و جامعه هم‌جنس‌گرایان در سال‌های اخیر افزایش یافته است. اگرچه بعضی معتقدند، این امر ظاهرسازی محض است و افزایش حضور چنین گروه‌هایی بیشتر از این‌که تلاشی واقعی برای برقراری تعادل و توازن باشد، توهم بازنمایی عادلانه‎‌تر است. به عنوان مثال، می‌توان به غیبت نسبی معلولین جسمی در رسانه‌ها اشاره کرد، آن‌ها فقط در متونی که مخاطبان هدف آن، خود معلولین باشند، حضور پیدا می‌کنند. معلولین عمدتاً به صورت منفی در رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند. آن‌ها در فیلم‌ها به صورت افراد خطرناک و شرور نمایش داده‌می‌شوند که قصد صدمه زدن به افراد سالم را دارند. (راینر و دیگران، 2001: 70)

# 2-4- 3 نظریه فیلم کلاسیک

 نظریه فیلم کلاسیک به دوره‌ای تاریخی از نظریه‌های سینمایی اطلاق می‌شود که از آغاز پیدایش سینما تا دهه 1960، یعنی شکل‌گیری نشانه‌شناسی فیلم، تداوم داشت. این دوره از دو مقطع مهم و در عین حال بسیار متعارض و متضاد تشکیل شده است. نخست، فرمالیستها که نویسندگانی مثل رودلف آرنهایم آلمانی و سرگئی آیزنشتاین در زمره آن قرار می‌گیرند و سپس رئالیستها و نویسندگانی مثل آندره بازن و زیگفرید کراکائر . البته در این دو دوره نویسندگان دیگری هم بودند که آثارشان قابل بحث و بررسی است، اما بدون شک دامنه نفوذ و تأثیر هیچ‌کدامشان به اندازه این چهار نام نیست.

## 2-4-3-1 فرمالیستها

 در سالهای اولیه پیدایش سینما باور عمومی این بود که سینما هنری عمیقاً وابسته به عکاسی است؛ بخصوص اهل تئاتر که پیدایش سینما را تهدیدی جدّی برای خود می‌پنداشتند، با توسل به این ایده که سینما توانی جز بازآفرینی و بازتولید مکانیکی واقعیت ندارد به آن می‌تاختند و آن را هنری فاقد اصالت و فرایند خلاّقه می‌پنداشتند. مخالفان، با اتکا به طبقه‌بندی نشانه‌شناس امریکایی، پیرس، که عکس را نشانه‌ای نمایه‌ای و شمایلی[[17]](#footnote-17) می‌شمرد، تصویر سینمایی را واجد همین دو کیفیت می‌دانستند و از آن به این نتیجه می‌رسیدند که سینما رسانه‌ای است در خدمت ضبط و ثبت واقعیت.

نخستین مقطع نظریه فیلم کلاسیک؛ فرمالیسم، کوششی برای رفع این اتهام بود که سینما رسانه‌ای است برای ثبت و ضبط بی‌پرده واقعیت. اگرچه این کوشش با توفیق چندانی قرین نبود.

 رودلف آرنهایم آلمانی نخستین نظریه‌پرداز موثر و نافذ این گروه است که در اوایل دهه 1930 با نگارش کتاب هنر فیلم، قصد ردّ این سوءِتفاهم را می‌کند. او برخلاف مخالفان، سینما را مقیّد به واقعیت پیش پا افتاده روزمرّه نمی‌داند. آرنهایم در این کتاب نشان می‌دهد که فیلم تجربه‌ای کاملاً متفاوت با تجربه زندگی روزمره به ما منتقل می‌کند. به زعم او تجربه زندگی روزمره ما را درگیر تجربه جهان سه‌بُعدی می‌کند، درحالی‌که تجربه فیلمی، تجربه‌ای دو بُعدی است .آیزنشتاین دیگر نظریه‌پرداز تأثیرگذار فرمالیست، آرائی در باب اهمیت و توان مونتاژ داشت. او به خاطر دانش نظری و عملی فوق‌العاده‌اش، تأثیری به مراتب گسترده‌تر و ماندگارتر از آرنهایم بر نظریه فیلم گذاشت. به زعم او مونتاژ توالی صرفِ نماها نیست: «مونتاژ به معنای قرار دادن یک نما پس از نمای دیگر نیست. هر نما دارای ارزش و معنای مستقل هم نیست. هنر مونتاژ از کنار هم قرار دادن نماها، معنایی را خلق می‌کند که کل زنجیره نماها و تک تک آنها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.» از نظر آیزنشتاین، مونتاژ پایه و اساس سینماست: «نماها واجد ارزش مستقل نیستند، بلکه اثر متقابل نماها (از طریق مونتاژ) است که مفهوم سینمایی را به وجود می‌آورد.» (همان:سه)

 پیوند آرنهایم و آیزنشتاین از این جهت بود که هر دو معتقد بودند تماشای فیلم تجربهای متفاوت و مستقل از واقعیت ارائه می‌دهد؛ ضمن این‌که فرمالیسم بدوی آرای آنها به نوعی فرایند خلاقه تقلیل یافته بود. یعنی فرمالیسم نزد آنها، همان نیروی خلاقه‌ای شمرده می‌شد که کارگردان در ساختن فیلمش باید به آن توسل جوید، تا بتواند تجربه‌ای متفاوت از زندگی روزمره ارائه کند. اگرچه آیزنشتاین مجدّانه و مصرّانه حکم می‌کرد که این تجربه حاصل هنر مونتاژ است[[18]](#footnote-18)؛ و این همان حکمی است که رئالیستها با زیر سوال بردن آن کار خود را آغاز کردند.

## 2-4-3-2 رئالیست ها

 مقطع دوم نظریه فیلم کلاسیک که در دهه 1950 به جریان مسلط نقد فیلم تبدیل شد، با آندره بازن فرانسوی و زیگفرید کراکائر آلمانی آغاز می‌شود. برخلاف فرمالیسم خام و جزمی گروه نخست که برای اثبات خلاقه بودن فرایند فیلمسازی و طرد ایده بازتولید مکانیکی سینما، خطی پُر رنگ میان واقعیت و فیلم می‌کشد، رئالیستها، اعتبار و اهمیت سینما را حاصل همین نزدیکی و خویشاوندی با «واقعیت» قلمداد می‌کردند.

 آندره بازن که بدون تردید تأثیرگذارترین نظریه‌پرداز ـ منتقد فیلم همه دوران است درکتاب سینما چیست؟ مستقیماً علاقه‌اش به واقعیت طبیعی را در فیلم نشان می‌دهد. البته این تصور که بازن سینما را بازآفرینی صرف و مکانیکی واقعیت قلمداد می‌کند، خام‌دستانه و ساده انگاشتن آرای اوست؛ هرچند که او در برخی از نوشته‌هایش چنین گزکی به دست منتقدانش می‌دهد. بازن بر مشخصه نمایه‌ای تصویر سینمایی تأکید داشت و آن را ذاتیِ تصویر ضبط شده می‌دانست. بازن سینما را هنری که از قدرت بازنمایی واقعیت برخوردار است می‌شمرد. او تقابلهایی دوتایی را ترتیب داده که می‌توان به شکل زیر خلاصه کرد:

توهّم / طبیعت

شخصی / غیر شخصی

تئاتر / سینما

مونتاژ / عمق میدان و برداشت بلند

تفسیر یگانه / ابهام

 او شق دوم این تقابلها را به عنوان گزینه سینمای موردعلاقه‌اش برمی‌گزید.(همان:پنچ) رئالیسم از آن جهت نزد بازن از ارزش والایی برخوردار بود که به تماشاگر این امکان را می‌داد تا فعالانه در تفسیر فیلم شرکت کند. به تعبیر بازن، سبک مونتاژ آیزنشتاین، راه را بر هر تفسیری می‌بست. «در این سبک مونتاژی، فیلمساز با خلق دنیای شخصی‌اش راه را بر مشارکت فعال تماشاگر سد می‌کند. تماشاگر به گونه‌ای منفعل شاهد معانی‌ای خواهد بود که کارگردان عرضه می‌کند.»(همان) بازن معتقد بود که مونتاژِ دیالکتیکی مورد توجه آیزنشتاین، معنای فیلم را از پیش تعیین کرده است. در این سبک، نماها در خدمتِ بیان این معنا هستند و تحت استیلای مونتاژ قرار می‌گیرند. بازن در برابر مونتاژ دیالکتیکی که آیزنشتاین آن را پایه و اساسِ مفهوم سینما برمی‌شمرد، مفهوم میزانسن را به عنوان نقطه اتکای فیلم مطرح کرد. به تعبیر او میزانسن برخلاف مونتاژ، که مفهومی بسته و واحد است، مفهومی باز و متکثّر است که به چندمعنایی می‌انجامد.

 بازن عمیقاً تحت تأثیر سارتر و اگزیستانسیالیسم رایج در دهه 1950 بود. جمله مشهور او که «وجودِ سینما مقدّم بر ماهیت آن است» بدون تردید یادآور جمله مشهور سارتر بود که «وجود مقدّم بر ماهیت است». اصطلاحات رایج در نوشته‌های بازن (اصالت، رهایی، تقدیر) اصطلاحاتی بود که سارتر در آن زمان باب کرده بود.(همان)

 از سوی دیگر دفاع پُر شور بازن از رئالیسم یادآور رولان بارت هم هست؛ بخصوص که نوشته‌های هر دو در باب رئالیسم سینمایی و ادبی تقریباً در یک دوره در فرانسه چاپ و منتشر شد. با این حال تفاوتی اساسی میان درک بازن از رئالیسم و نوشته‌های بارت درباره آن وجود دارد که باعث می‌شود برخلاف بارت، نوشته‌های بازن در قلمرو نظریه معاصر جای نگیرد. به زعم بازن، فیلم رسانه‌ای است که ثبت و ضبط واقعیت را به شکلی موثق و معتبر ارائه می‌کند و از این جهت است که واجد اصالت است. درحالی‌که نزد بارت، متن رئالیستی همان جهان واقعی موجود نیست و به همین دلیل نباید کامیابی متن رئالیستی را با مفاهیمی همچون صحت، اعتبار و اصالت سنجید. این تفاوت دیدگاه بخصوص در نوشته‌های آن دو درباره آیزنشتاین نمود چشمگیری دارد.[[19]](#footnote-19)

 اهمیت بازن و نظریاتش تنها محدود به توجه افراطی‌اش به رئالیسم نمی‌شود. دفاع پُر شور او از جایگاه کارگردان در مقام موءلف نهایی اثر ــ اصطلاحی که او بسیار دوست داشت و آن را همچون واژه‌ای مقدس به شاگردانش منتقل کرد ــ بعدها منجر به گسترش آن و نظریه موءلف شد. مقاله کلیدی او «خط‌مشی موءلفان» راهبردهای اساسی نظریه موءلف را ارائه می‌کند: «موءلف بزرگ شخصی است که موءلفه‌های شخصی و موردعلاقه‌اش را از یک فیلم به فیلم دیگر بسط و گسترش دهد و آن را تکرار کند.» و از همه مهمتر این حکم جنجال‌برانگیز او که «بدترین فیلم یک موءلف حقیقی از بهترین فیلم یک کارگردان متوسط بهتر است.[[20]](#footnote-20) »

 علاوه بر بازن، زیگفرید کراکائر دیگر نظریه‌پرداز رئالیست این دوره است. او نیز همچون بازن واقعیت بیرونی را مبدأ موضوع مورد بحث خود قرار می‌دهد و سینما را موظف به ثبت آن می‌داند. نکته جالب این است که علی‌رغم تقارن زمانی و موضوعی آرای بازن و کراکائر، هیچ‌کدام نظریه‌های یکدیگر را نخوانده بودند. کراکائر نیز همانند بازن ستایشگر نئورئالیسم ایتالیا بود .کراکائر آرزو می‌کرد که سینما بتواند طبیعت دست‌نخورده را به همان صورت حفظ کند. او معتقد بود که سینما نخستین هنری است که می‌تواند واقعیت را بدون پایمال کردنِ ماهیتِ آن ضبط و ثبت کند. درحالی‌که دیگر هنرها، مثل نقاشی، برای ثبت واقعیت مجبور به دخل و تصرف در آن‌اند. کراکائر بزرگترین هنرمندان را کسانی می‌شمرد که طبیعت را در همان شکل خامَش تسخیر می‌کنند: «سینما به خاطر توان بالقوه‌اش در افشای واقعیت هنری درخور ستایش است.».(همان: هفت)

 به زعم کراکائر قاب سینمایی واجد واقعیتی فراتر از حاشیه‌ها و لبه پرده سینماست؛ آنچه بر پرده سینما جاری نیست نیز بخشی از قاب است. این بخش از آرای او امروزه در بحث حضور / غیاب در مباحث پست‌مدرنیستی سینما بسیار تکرار شده است.

 تفاوت فرمالیستها و رئالیستها در مشترک بودن فرض اولیه‌شان ریشه داشت، یعنی این‌که فرمالیستها سینما را تا آن حد می‌ستودند که چیزی بیش از «بازتولید مکانیکیِ سست و ضعیفِ زندگی واقعی» باشد. از سوی دیگر رئالیستها سینما را تا جایی قبول داشتند که «بازتولید مکانیکی در ساخت چیزی که انسان هیچ نقشی در آن نداشته باشد وفادار بماند». هر دو سینما را با این فرض اولیه که بازتولید مکانیکی است داوری می‌کردند؛ حالا این بازتولید یا متقاعدکننده است یا سست و باورنکردنی. هر دو رویکرد این باور را که میان تصویر سینمایی و واقعیت بیرونی ارتباطی نشانه‌ای از نوع نمایه‌ای و شمایلی است، پذیرفته بودند.

## 2-4-3-3 نظریه فیلم معاصر

 نظریه فیلم معاصر در دهه 1960 و با شکاف در مفهوم ناتورالیستی موجود در نظریه فیلم کلاسیک آغاز شد؛ به تعبیری دقیقتر، با گسست از این مفهوم که «هر متن ادبی و هنری تقلیدی است از واقعیت و میزان کامیابی آن نیز به میزان موفقیت در بازنمایی یا بازتولید آن وابسته است.» البته این گسست یک دهه پیشتر در حوزه نظریه ادبی رخ داده بود؛ هنگامی که رولان بارت کتاب درجه صفر نوشتار را در سال 1953 منتشر کرد ــ کتابی که به زعم برخی شارحان نظریه فیلم تأثیر عظیمی بر نظریه فیلم معاصر گذاشت. بارت در این کتاب به نکته‌ای اشاره می‌کند که یک دهه بعدتر راهگشای نظریه فیلم معاصر شد: «منظور از نوشتار رئالیستی، نسخه‌برداری صرف از واقعیت بیرونی نیست، بلکه نوشتن به شیوه‌ای است که جلوه و تأثیری از امر واقع را منتقل کند» . کوششهای نظریه فیلم معاصر در دهه آغازین شکل‌گیری، بسط این مفهوم در قالب نظریه فیلم بود. به نظر می‌رسید معبر لازم برای خروج از نظریه فیلم کلاسیک و افکار و ایده‌های ناتورالیستی آن به وجود آمده بود.( ارغنون شماره 23 : یک)

 نظریه فیلم معاصر هنگامی به وجود آمد که از این سفسطه ناتورالیستی نظریه فیلم کلاسیک جدا شد. به عبارتی دیگر در پرتو رویگردانی از واقعیت و عطف توجه به وجه زبانی سینما امکان پذیرفت ؛ یعنی زمانی که فیلم را یک زبانِ دلالت‌زا شمرد، نه ابزاری برای بازآفرینی مکانیکی و درست زمانی که نظریه های کلان چرخشی زبان شناسانه را هدف قرار داده بودند، نظریه فیلم نیز سمت و سویی تازه به خود گرفت و این نقطه عزیمت اولیه قطعاً حاصل برخورد روانکاوی، نشانه‌شناسی و مارکسیسم است. تداخل این سه نظریه مهم در دهه 1960 باعث ظهور نشانه‌شناسی فیلم به عنوان نخستین مدخل نظریه فیلم معاصر شد.

 نشانه شناسی فیلم با الهام از روش شناسی ساختارگرا در صدد برآمد نشان دهد که فیلم ها چگونه از طریق نظام نشانه ای که می آفرینند ؛ با تماشاگر ارتباط برقرار کرده و مفاهیمی را به وی منتقل می کنند. نشانه شناسی می کوشید زيبايي‌شناسي سينما را به عنوان بخشي از علم عمومي نشانه‌ها قرار داده، به بحث‌هاي پيشين پيرامون زبان فيلم که عمدتاً نحيف و نارسا بود، شأن علمي ببخشد. از اين‌رو پرسش‌هايي نظير اينکه آيا سينما زبان است؟ و آيا مانند زبان مطابق با دستور خاصي است؟ سرلوحه فعاليت‌هاي نشانه‌شناسان قرار گرفت.

 هيوارد در کتابش «مفاهيم کليدي در مطالعات سينمايي» خاطرنشان کرده، در آغاز دهه 70 نظريه‌پردازان فيلم که عمدتاً نشانه‌شناس بودند، با هدف فراخ‌کردن چارچوب نظري مطالعاتشان به روان‌کاوي روي آوردند. رابرت استم از اين حرکت به عنوان نشانه‌شناسي دوم ياد مي‌کند. به اعتقاد وي در حالي که نشانه شناسي اوليه به نسبت دادن توليد معنا به رمزگان‌هاي فعال در متن فيلم پرداخته و به تماشاگر هيچ توجهي نکرده بود، نشانه شناسي دوم با تکيه بر روانکاوي به بررسي جايگاه تماشاگر در مقام يک سوژه نشست.(هیوارد به نقل از استم،1383: 19)

 در اواخر دهه 80 رويکرد ديگري در نظريه فيلم شکل گرفت که آشکارا بناي مخالفت با گرايش روان‌کاوي را در سر مي‌پروراند. درحالي‌که روان‌کاوي، تماشاي فيلم را فعاليتي غيرعقلاني مي‌پنداشت که طي آن تماشاگر در برابر آن‌چه بر پرده مي‌بيند منفعل و بي‌دفاع است (آپاراتوس سينمايي)، نظريه جديد که به نظريه‌شناختي معروف است، تأکيد مي‌کرد که تماشاگر در جريان تماشاي فيلم آگاه و فعال است.

# 2-4-4 نظریات نشانه‌شناسی

## 2-4-4-1 سوسور و نشانه‌شناسی

فردینان دوسوسور که از او به عنوان پدر زبان‌شناسی نوین یاد می‌شود، به مطالعه زندگی و حیات نشانه‌ها در بطن زندگی اجتماعی می‌پردازد. در ابتدای کار، بین زبان (Longue) و گفتار (Parole) یعنی بین زبان به عنوان مجموعه‌ای از علائم مشخص و وابسته به‌هم که نظام قوانین بر آن‌ها حاکم می‌شود. (زبان به عنوان امر ارتباط تحقق یافته بین انسان‌ها) تمایز قائل است. سوسور، ساختار زیرین قوانین و رمزگان را بخش اجتماعی زبان می‌دانست. بخشی که به علت ماهیت محدود و بسته آن، با دقت شبه قانونی علمی می‌‌توانست مورد مطالعه قرار گیرد. وی بخش دوم زبان را – عمل گفتن فردی یا گفتار – به عنوان سطح زبان در نظر گرفت. سوسور معقتد بود نویسنده درباره این‌که چه بگوید، تصمیم می‌گیرد، اما نمی‌تواند تصمیم بگیرد، از این زبان استفاده کند یا نکند. (هال:1997)

از دیدگاه سوسور، زبان دستگاهی است از نشانه‌ها که بیان کننده افکارند و از این ‌رو با خط، الفبای کر و لال‌ها، آیین‌های نمادین، شیوه‌های ادای ادب و احترام، علائم نظامی و غیره سنجش‌پذیر است. هرچند فقط زبان، مهم‌ترین این دستگاه‌هاست. به این ترتیب می‌توان دانشی را در نظر گرفت که به بررسی نقش نشانه‌ها در زندگی جامعه می‌پردازد. (کالر، 1379: 105)

سوسور الگوی «دو وجهی» یا دو قسمتی از نشانه ارائه می‌کند. از دید او نشانه تشکیل شده‌است از:

* دال، تصویر صوتی
* مدلول، مفهومی که دال به آن دلالت می‌کند، یا تصویر مفهومی.

در الگوی سوسوری، مدلول هم سازه‌ای ذهنی است. «مرجع» یا آن‌طور که معمولاً گفته می‌شود «مصداق» در الگوی سوسوری از نشانه جایی ندارد؛ ارجاع به اشیای موجود در جهان خارج جایی در نظام زبان و فرایند دلالت از دیدگاه سوسور ندارد. مدلول برابر چیزی مادی در جهان خارج نیست، بلکه یک مقوله‌ی مفهومی ذهنی است. نشانه‌ها به مفاهیم دلالت می‌کنند و نه به چیز‌ها و وقتی درباره‌ی چیز‌ها صحبت می‌کنیم، در سطح مقوله‌های مفهومی آن «چیز‌ها» با هم ارتباط برقرار می‌کنیم. پس از دید سوسور نشانه به کلی «غیر مادی» است و این ویژگی غیر مادی بودن معمولاً در شرح‌های سردستی و سطحی‌ای که از سوسور ارائه شده نادیده گرفته می‌شود. (سجودی، 1390: 15)

در نظر سوسور نشانه‌ها فقط به‌عنوان بخشی از یک نظام قراردادی، کلی و انتزاعی معنا می‌یابند. تصور او از معنا به طور محض ساختاری و نسبی‌ است، نه ارجاعی: اولویت به روابط داده شده‌است نه به اشیا. هیچ نشانه‌ای به خودی خود دریافت نمی‌گردد، بلکه در ارتباط با دیگر نشانه‌ها فهم می‌شود. هم دال و هم مدلول صرفاً به طور نسبی و در ارتباط با یکدیگر وجود دارند.(چندلر، 1387: 47-46)

نشانه دارای ارزشی «مطلق» که مستقل از بافت آن باشد، نیست. نشانه چیزی بیش از مجموع اجزا خود دارد. در حالی که معنا یا مدلول وابسته به رابطه میان دو جز نشانه‌است. آن‌چه که سوسور «ارزش» نشانه می‌داند، وابسته به روابطه‌اش با دیگر نشانه‌های درون نظام است. (چندلر، 1387: 49-48)

با این که دال توسط کاربران به عنوان چیزی که بر مدلول «اشاره دارد» در نظر گرفته می‌شود، نشانه‌شناسان سوسوری عقیده دارند رابطه‌ای ذاتی، مستقیم و بدیهی میان دال و مدلول وجود ندارد. سوسور بر اختیاری بودن نشانه و به ویژه اختیاری بودن رابطه میان دال و مدلول تأکید داشت. (چندلر به نقل از سوسور، 1387: 51) تمرکز سوسور بر نشانه‌ی زبانی بود و زبان را مهم‌ترین نظام نشانه‌شناسی می‌دانست؛ برای او ماهیت اختیاری نشانه اولین اصل زبان است. (چندلر، 1387: 51) زبان‌ها در ارجاعشان به یک مصداق یکسان متفاوت‌اند. هیچ دال خاصی به طور «طبیعی» برای یک مدلول خاص متناسب‌تر از دیگری نیست.( چندلر، 1387: 52)

باید به این نکته توجه داشت که در حالی‌که رابطه‌ی میان دال‌ها و مدلول‌هایشان به شکلی هستی‌شناسانه اختیاری است (به سخن فلسفی اگرچه آن‌چه «سیاه» می‌نامیم «سفید» نام داشت و برعکس هیچ تغییری در هستی آن‌ها و «در نظم چیز‌ها» به وجود نمی‌آمد) اما نمی‌توان گفت نظام‌های دلالتی به طور جامعه‌شناختی و تاریخی نیز اختیاری‌اند. زبان‌های طبیعی برعکس زبان‌‌های ابداعی مثل مورس به شکلی کاملاً اختیاری به وجود نیامده‌اند. طبیعت اختیاری نشانه آن‌را ‌از نظر اجتماعی «خنثی» یا از نظر مادی «شفاف» نمی‌سازد. برای مثال در فرهنگ غربی «سفید» در میان دال‌ها از نقشی ویژه برخوردار است. (دایر به نقل از چندلر، 1387: 58) حتی در مورد رنگ‌های چراغ راهنما باید گفت انتخاب رنگ قرمز برای فرمان ایست کاملاً اختیاری نبوده است، چون به نظر می‌رسد ارتباط‌هایی با وجود خطر داشته باشد. (چندلر، 1387: 58)

سوسور به این نکته اشاره می‌کند که اگرچه « به نظر می‌رسد دال کاملاً آزادانه انتخاب می‌شود» از دیدگاه مجموعه‌ای از زبان‌شناسان «دال بیشتر تحمیل می‌شود تا به‌طور آزادانه انتخاب شود.» زیرا «زبان همیشه از گذشته به ما ارث می‌رسد» و کاربران «بدون هیچ انتخابی آن‌را می‌پذیرند.» (سوسر به نقل از چندلر، 1387: 58) اصل اختیاری بودن به این معنی نیست که می‌توان هر دالی را به هر مدلولی نسبت داد. رابطه‌ی بین دال و مدلول موضوع انتخاب فردی نیست؛ اگر این‌طور بود ارتباط کاملاً مختل می‌شد. «افراد قدرت تغییر نشانه را در یک اجتماع زبانی ندارند.» (چندلر، 1387: 58)

به اعتقاد سوسور، بقای هر ابزار بیانی که در یک اجتماع پذیرفته می‌شود به خاطر عادات جمعی یا یک قرارداد است، بدین ترتیب آن ابزار تبدیل به امری مشترک می‌شود. (چندلر، 1387: 60)

به هر حال، با وجود این‌که نشانه‌های قرار دادی صرف مثل کلمات کاملاً مستقل از مورد ارجاعی‌شان هستند، میزان استقلال دیگر نشانه‌ها که کمتر قراردادی باشند از مرجع‌شان کمتر است. با این وجود، چون ماهیت اختیاری نشانه‌های زبانی بدیهی است، آن‌هایی که الگوی سوسوری را پذیرفته‌اند سعی می‌کنند، از این فرض اشتباه اجتناب کنند که نشانه‌هایی که برای کاربرانشان طبیعی به نظر می‌رسند، معنایی ذاتی دارند و برای فهم آن‌ها نیازی به هیچ‌گونه توضیحی نیست. (کالر، 1379: 5)

سوسور تأکید داشت که معنا از تمایز‌های میان دال‌ها ناشی می‌شود؛ این تمایز‌ها خود بر دو نوع‌اند: همنشینی (چگونگی قرارگرفتن عناصر کنار هم) و جانشینی (چگونگی جایگزینی عناصر به جای هم). (چندلر، 1387: 127) روابط همنشینی امکاناتی برای ترکیب‌اند اما روابط جانشینی شامل مقایسه میان عناصر و قائل شدن تمایز بین آن‌ها می‌باشد. هم‌نشینی به روابط درون متنی به دیگر دال‌ها که در متن وجود دارند مربوط است، در حالی‌که جانشینی به روابط بینامتنی، به دال‌هایی ارجاع پیدا می‌کند که در متن غایب هستند. ارزش یک نشانه توسط هردوی این‌ روابط تعیین می‌شود. (چندلر، 1387: 127)

به این ترتیب نشانه‌شناسی سوسوری با تأکید بر ویژگی‌ اختیاری بودن نشانه‌ها و ارزش و نقش تمایزدهنده نشانه‌ها در درون نظام زبان و نیز رابطه همنشینی و جانشینی نشانه‌ها عملاً شالوده «نشانه‌شناسی آینده» را پی‌ریزی کرد.

اما انتقادی که به سوسور وارد می‌کنند این است که سوسور به جنبه‌های رسمی زبان (شیوه‌ای که زبان واقعا عمل می‌کند) توجه می‌کند، اما با این حال توجه سوسور به زبان ممکن است، بسیار منحصربه‌فرد باشد. توجه زیاد به جنبه‌های رسمی زبان، عدم توجه به ویژگی‌های تعاملی و محاوره‌ای زبان را در پی دارد.

##  2-4-4-2 پیرس و نشانه‌شناسی

تقریباً در همان دورانی که سوسور الگوی خود را از نشانه‌، نشانه‌سازی و روش‌شناسی ساختارگرا را تدوین می‌کرد، در آن سوی اقیانوس اطلس چارلز ساندر پیرس، مشغول تدوین الگوی خود از نشانه، نشانه‌شناسی و طبقه‌بندی انواع نشانه بود. بر خلاف الگوی سوسوری نشانه که قالب «دوگانه خودبسنده» را داراست، پیرس الگویی سه وجهی را معرفی کرد:

* نمود: شکلی که نشانه به خود می‌گیرد که لزوماً مادی نیست.
* تفسیر: که نه تفسیرگر بلکه ادراکی است که توسط نشانه به وجود می‌آید.
* موضوع: چیزی که نشانه به آن ارجاع دارد.

پیرس برهم‌کنش میان نمود، موضوع و تفسیر را فرایند «نشانگی» می‌نامد. در الگوی پیرس چراغ راهنمایی که فرمان «ایست» را نشان دهد نشانه‌ای است، شامل: نور قرمز چراغ راهنما در یک چهارراه (نمود)؛ توقف وسایل نقلیه (موضوع) و این فکر که چراغ قرمز نشان می‌دهد که وسایل نقلیه باید بایستند (تفسیر).

الگوی پیرس از نشانه شامل موضوع یا مصداق است که چنین چیزی مستقیماً در الگوی سوسور وجود ندارد. نمود در معنا شبیه دال سوسوری است و تفسیر معنایی شبیه مدلول دارد. البته کیفیت تفسیر بی‌شباهت به مدلول است: زیرا خود یک نشانه در ذهن تفسیرگر است. در نظر پیرس «یک نشانه، خطاب به کسی است، یعنی در ذهن آن فرد نشانه‌ای معادل یا شاید یک نشانه‌ی بسط یافته به وجود می‌آورد که ما آن‌را تفسیر نشانه‌ می‌‌نامیم. (چندلر،1387: 61-60) در جایی دیگر پیرس می‌افزاید: «معنای یک بازنمود ممکن است چیزی نباشد جز یک بازنمود دیگر». تأکید پیرس بر«نشانگی» به عنوان یک فرایند بود که به روشنی در تباین یا تأکید هم‌زمانی سوسور بر ساختار قرار داشت. (پیرس به نقل از چندلر، 1387: 62)

پیرس استدلال می‌کند که مفسران خود باید به نشانه‌ها معنا بخشند. به نظر او، نشانه چیزی است که «به چشم کسی، از بعد معنای یک نشانه در داخل آن جاسازی نشده بلکه از تفسیر آن ناشی می‌شود. تفاوتی ندارد که یک الگوی دوگانه را بپذیریم یا الگویی سه‌گانه را. به هر حال نقش تفسیرگر باید به حساب آید چه در یک الگوی نشانه‌ای باشد و چه به عنوان بخشی ضروری در فرایند نشانگی. در واقع هیچ‌گاه نمی‌توان کاربران نشانه‌ها را از نشانه‌ها و از ارجاعات نشانه‌ها جدا کرد. (اسلس به نقل از سجودی، 1387: 24)

یکی از موارد طبقه‌بندی نشانه‌ها که هنوز به طور گسترده‌ای در مطالعات نشانه‌شناختی به آن ارجاع می‌شود، طبقه‌بندی سه‌گانه‌ای است که ‌پیرس ارائه کرده است. پیرس خود این طبقه‌بندی را بنیادی‌ترین تقسیم‌بندی نشانه‌ها می‌داند. هاوکس در این مورد می‌گوید، طبقه‌بندی پیرس کمتر طبقه‌بندی «انواع متمایز نشانه» است و بیشتر «منش‌های متفاوت» رابطه‌ی بین نشانه و موضوع (ابژه) را از هم متمایز می‌کند.( هاوکس به نقل از سجودی، 1387: 25)

پیرس می‌نویسد: سه نوع نشانه وجود دارد؛ نخست شمایل‌ها؛ که تصوراتی از چیز‌هایی را که می‌نماید صرفاً از طریق تقلید تصویری آن‌ها به دست می‌دهند. در این نشانه‌ها رابطه نشانه و موضوعش مبتنی بر تشابه است. یعنی نشانه از برخی جهات شبیه موضوعش است. برای مثال می‌توان از عکس، ماکت، استعاره و ... نام برد. ‌دوم نمایه‌ها؛ که از طریق ارتباط فیزیکی با چیزها، به آنان دلالت می‌کنند. نشانه‌های طبیعی، نشانگان پزشکی، مواردی چون نمای ویدئویی، تلویزیونی یا صدای ظبط شده روی نوار را می‌توان نشانه های نمایه‌ای دانست.‌ سوم، نمادها یا نشانه‌های عام، که از طریق کاربرد با معناهایشان پیوند یافته‌‌‌اند. بیشتر واژه‌ها از این نوع‌اند. در نمادها نشانه مشابه موضوعش نیست بلکه براساس رابطه‌ای دل‌بخواهی یا کاملاً قراردادی به موضوع دلالت میکند، به عبارت دیگر این رابطه‌‌ها را باید یاد گرفت، از جمله نشانه‌های نمادین می‌توان به زبان به طور عام، علامت‌های رمزی مرس و ... اشاره کرد.‌ (سجودی، 1387: 25)

##  2-4-4-3 نشانه‌شناسی ساختارگرای بارت

رولان بارت بیش از هر چیز یک نشانه‌شناس ساختارگراست. او نیز هم‌چون سایر ساختارگرایان به دنبال کشف قواعد زیربنای زندگی اجتماعی است. برای بارت این قواعد در حضور «اسطوره‌ها» در پس امور روزمره زندگی معنا می‌یابد. (هارلند، 1380: 81) از نظر بارت زندگی اجتماعی حامل منابع عظیمی از نشانه‌هاست که اشاره به قواعد زیربنایی زندگی فرهنگی دارند و با تحلیل این نشانه‌ها می‌توان به معنای زیرینشان پی برد. بدین‌ترتیب برای بارت، در زندگی اجتماعی آن‌چیزی که «بیان می‌شود» حائز اهمیت بود، نه آن‌چیز‌هایی که ممکن است وجود داشته باشند و معنای خودبه‌خودی اشیاء در واقع در انتخاب ما در نظامی نشانه‌ای پیش از آن‌که ارجاع به خودشان داشته باشند، به چیز دیگری اشاره دارند و این خصلت و ماهیت نشانه است. برای مثال در زندگی امروز آمریکایی «استیک» قطعه گوشتی است که تنها به خاطر خودش یعنی به جهت آثار غذایی‌ای که دارد حائز اهمیت نیست، بلکه معنای فرهنگی یافته است و به قول بارت استیک نشانه‌ای است از قدرت، سلامت و قبراق بودن، این قطعه گوشت معنای فرهنگی دارد. (هارلند، 1380: 81-82)

بارت با تكيه بر دستاوردهاي زبان‌شناختي سوسور مهم‌ترین نظريه در حوزه نشانه‌ها را تدوين نمود. در نگاه بارت نشانه‌شناسي به طور عمده عبارت است، از شكلي از دلالت و معناي صريح.

در نظام نشانه‏شناسانه بارت، دال، معنا - شکل meaning-form خوانده مى‏شود. مدلول، مفهوم (concept) نامیده مى‏شود و به نشانه، دلالت (signification) اطلاق می‌گردد. بنابراین بارت فرمول مشهور سوسور یعنى دال/مدلول/نشانه را به این فرمول تبدیل مى‏کند: معنا - شکل/مفهوم/دلالت. در این‌جا باید توجه کرد که نشانه نظام اول ، به دال نظام دوم بدل مى‏شود، دالى که خود متشکل از معنا و شکل است. مفهوم همان جایگاهى را در فرمول دوم دارد که مدلول در فرمول اول و نسبت دلالت ‏با نشانه نیز از همین قاعده تبعیت مى‏کند. به همین روش مى‏توان تا بى‏نهایت جلو رفت، یعنى از نظام نشانه‏شناسانه مرتبه اول (الگوى سوسور) شروع کرد و مدام پیش رفت تا به نظام نشانه‏شناسانه n رسید. (اباذری، 1377)

بارت الگوي سوسوري را به تنهایی ناقص و فقط در برگيرنده معناي صريح مي‌داند كه از معناي ضمني نشانه ها غافل مانده است. معناي اشياء و ابزارها در پاره اي موارد متضمن مراتب و شئون معنا شناختي و دلالتهاي انتزاعي وسيع و پيچيده‌اي است كه به روند هاي فرهنگي وابسته است. (ضميران، 1382 :15)

بنابراين هر واژه اي علاوه بر معناي تحت اللفظي و صريح، خود يك معناي ضمني نيز دارد كه هر دو در رابطه دال و مدلول پديدار مي‌شود كه باعث تمايز دو نوع مدلول از هم مي شود؛ مدلول صريح و مدلول ضمني، معنا شامل هر دوي آنها مي‌شود كه در بافت و زمينه تعيين مي‌شود.

نشانه خود مي‌تواند به دلالت كننده تازه‌ايي براي نشانه تبديل شود. بارت اين دلالت را نشانه مرتبه دوم مي‌داند. چنين نشانه‌اي خود به ارزش‌هاي فرهنگي تازه‌اي دلالت دارد كه به ميانجي تازه‌اي براي نشانه كه تداعي كننده جنبه‌هاي التزام فرهنگي است، تبديل مي‌شود. لباس در مرحله اول به عنوان پوشاكي براي محافظت از سرما به كار مي‌رود، اما در مرحله بعد همين لباس بر پايگاه و موقعيت فرد در جامعه دلالت مي‌كند كه مي‌تواند براي تشخيص جنبه‌هاي اجتماعي نظم اجتماعي، مثل تفاوت‌هاي مقامي به كار رود. در اين‌جاست كه نشانه مذبور داراي معناي ضمني مي‌شود.

در شكل گيري معناي ضمني عواملي چون طبقه، سن، جنسيت و... دخالت دارند. بارت معتقد است فقط در سطوحي بالا‌تر از سطح معناي صريح است كه مي‌توان به سطح رمزگان معني ضمني دست يافت. وي مي‌گويد: «معناي صريح نخستين معني نيست، بلكه وانمود مي‌كند كه چنين است. بر اساس اين وهم، معناي صريح در واقع چيزي بيش از آخرين معناي ضمني نيست.» (سجودي، 1390 :102) طبق اين ديدگاه معناي صريح به واقع خود نيز معناي ضمني ديگري است و معناي صريح ديگر معناي طبيعي نخواهد داشت بلكه طي فرايند طبيعي شدگي به معناي صريح تبديل مي‌شود كه باعث به وجود آمدن توهم يك معناي ناب حقيقي براي نشانه‌ها مي‌شود.

در نتيجه اين تحليل نمي‌توان در عمل هيچ مرز قاطعي بين دو گونه معني كشيد و معني هميشه با قضاوت ارزشي همراه است. در اين‌جا عبارت معناي صريح فقط اشاره به اجماعي همگاني دارد نه معناي حقيقي ناب.

در تحليل هاي بارت از نشانه ها، دلالت هاي ضمني و صريح نشانه‌ها در واقع به صورت سطوح باز نمود يا سطوح معني تحليل مي شوند. بارت مي گويد: ديگر نمي توان به سادگي دال را از مدلول، امر ايدئولوژيك را از امر حقيقي جدا كرد. (سجودي، 139: 103) دال و مدلول بودن در اين نگاه به سطح عملكرد و تحليل بستگي دارد و آن‌چه كه در يك سطح مدلول است ممكن است در سطح ديگري به دال تبديل شود بنابراين دال ها شناورند.

چندلر در اين مورد مي‌نويسد: تغيير شكل دال در عين حفظ همان مدلول عامل توليد معناهاي ضمني بسياري است. تغيير در سبك يا لحن مي‌تواند معناي ضمني بسياري را به دنبال داشته باشد. (چندلر به نقل ازسجودي، 1390 :108) از آن‌جا كه معناي صريح و ضمني هر دو متأثر از تنوعات اجتماعي فرهنگي و تاريخي است، دلالت ضمني نيز حاصل عملكرد همين هاست كه در طول زمان تغيير مي‌كند.

بارت در مقاله «اسطوره در زمان» حاضر از یک نظام دلالت‌گر فزاینده‌ای بحث می‌کند که در آن معانی اجتماعی، خود را به نشانه‌ها مرتبط می‌کنند، دقیقاً بدان‌گونه که معانی ضمنی خودشان را به یک کلمه ضمیمه می‌کنند. این نشانه‌ها به لحاظ فرهنگ غنی، خود در زنجیره‌ی دلالت پیچیدگی فزاینده و ویژگی فرهنگی، به دال نشانه‌ی بعدی بدل می‌شود. (ترنر، 1388: 107)

دلبستگی و علاقه خاص بارت در «اسطوره در زمانه حاضر» به شیوه‌ای است که تداعی‌های فرهنگی و معرفت اجتماعی، خودشان را به مدلول‌ها منضم می‌کنند. او این پیوست و افزوده‌ها را «اسطوره» می‌نامد. لیکن نه بدان معنا که آن‌ها لزوماً نادرست‌اند بلکه بدان معنا که عملکرد آن‌ها مانند اسطوره‌های جوامع بدوی‌تر، «توضیح» جهان ما برای ما هستند. (ترنر، 1388: 107)

ما معمولاً اسطوره‌ها را با افسانه‌های کلاسیک در مورد خدایان و قهرمانان مربوط می‌دانیم. لوی استروس مردم‌شناس، اسطوره‌ها را واسطه‌ای میان طبیعت و فرهنگ می‌دانست. برای بارت اسطوره‌ها ایدئولوژی غالب زمان ما هستند. (فیسک و هارلی به نقل از چندلر: 1387:216)

عامه باور‌هایی را اسطوره می‌دانند که واقعیت ندارند، اما نشانه‌شناسان این واژه را الزاماً به این معنی به‌کار نمی‌برند. اسطوره‌ها بیان‌گر و سازمان‌دهنده شیوه‌های مشترک مفهوم سازی از چیزی در درون یک فرهنگ هستند. (سجودی، 1390: 87)

 نشانه‌ها و رمزگان توسط اسطوره‌ها تولید می‌شوند و در مقابل به بقای آن‌ها کمک می‌کنند. برای بارت اسطوره‌ها به عملکرد ایدئولوژیک طبیعی‌سازی کمک می‌کنند. (بارت به نقل از چندلر: 1387 : 216) عملکرد آن‌ها طبیعی ساختنِ واکنش‌های فرهنگی به عبارت دیگر، غالب ساختن رفتار‌ها، باور‌ها و ارزش‌های فرهنگی و تاریخی که کاملاً «طبیعی»، «عادی»، «خودآگاه»، «همیشگی» و مطابق «عقل سلیم» به نظر می‌آیند. و بنابراین عینی و «حقیقی» به‌نظر جلوه دادن آن‌ها در مقابل «بودن چیز‌ها» است. به نظر بارت اسطوره‌ها به تمایل ایدئولوژیک در نظام سرمایه‌داری کمک می‌کنند. او می‌گوید: «ایدئولوژی سرمایه‌داری فرهنگ را به سوی طبیعت سوق میدهد.»‌ (بارت به نقل از چندلر، 1387: 217)

بارت در باب نشانه به آثار ویژه آن‌ها پرداخته است که مهم‌ترین آن‌ها از این قراراند:

یک. اثرجانشینی: یکی از بحث‌های جذاب بارت که می‌تواند در تحقیقات اجتماعی و مطالعات فرهنگی کاربرد ویژه‌ای داشته باشد، بحث او پیرامون «اثر جانشینی» نشانه‌هاست. او از ایده‌های پساساختارگرایی الهام می‌گیرد و عنوان می‌کند که در یک نظام زبانی، یا نظام فرهنگی که هم‌چون زبان آرایش یافته است، می‌توانیم شاهد «بازی دال‌ها» باشیم. از نظر بارت می‌توانیم در لانگ(نظام زبان) از دالی به دال دیگر رجعت کنیم. برای مثال از استیک به سلامت و قدرت، بارت استدلال می‌کند که این نوعی جانشینی، مانند جانشینی‌ای است که براساس آن واژه‌ای که در یک گفتار (پارول) به‌خصوص بیان شده‌است (مثل استیک)، مقوله‌ای کلی خود را در زبان (لانگ) فرا می‌خواند و بر‌می‌انگیزد.(مثل سلامت و قدرت). (هارلند، 1380: 83) به عبارت دیگر، از منظر بارت، نشانه‌ها ماهیتاً و به‌طور بالقوه چند معنایی هستند و می‌توانند بر معنای گوناگونی دلالت کنند. نشانه‌شناسی با معنای عمیقی سر و کار دارد. بارت خود از معنای سطح اول و سطح دو سخن می‌گوید. به‌نظر بارت اسطوره یا ایدئولوژی عمدتاً در سطح معانی درجه دوم (ضمنی) و با آگاهی عمل می‌کند که متون یا کردارهای فرهنگی به‌بار می‌آورند، اما به هر حال باید دانست که معنا ذاتی نیست، بلکه محصول نظام نشانه‌هاست. مردم به عنوان مصرف‌کنندگان اسطوره‌ها معنای برآمده از نظام نشانه را معنای واقعی امور می‌گیرند. (بشریه، 1378: 79-78)

برای بارت مهم آن است که این جانشین مانند رابطه‌ای نیست که به موجب آن یک دال (استیک) به چیزی کاملاً متفاوت از خود به مفهوم مدلول یا انگاره گوشت ارجاع می‌کند، بلکه جانشینی از حال و هوای استیک به استیک‌بودگی، یعنی قدرت و سلامت ارجاع می‌یابد. (هارلند، 1380: 83)

دو. اثر هاله‌ای: بدین ترتیب با در نظر گرفتن اثر جانشینی در یک نظام فرهنگی که هم‌چون نظامی زبانی تصور شده‌است که در آن نشانه‌های فرهنگی می‌توانند ارجاع کننده معنا در درون نظام فرهنگی باشند، بارت از «اثر هاله‌ای سخن می‌گوید. اثر هاله‌ای درون جامعه زاده می‌شود و اشاره به معنا و مفهومی دارد که اشیاء در زندگی اجتماعی پیدا می‌کنند، بی آن‌که ذاتاً دارای چنین معنایی باشند. برای مثال می‌توانیم از اتومبیل مدل بالا که می‌تواند هاله‌ای از خوشبختی و قدرت را به نمایش بگذراند، به همین ترتیب لباس، وسایل خانه، خود خانه، تحصیلات و ... می‌توانند در بردارنده هاله‌هایی از خوشبختی، سعادت، قدرت و موفقیت باشند. بنا به تحلیل بارتی، انسان‌ها در زندگی اجتماعی بر مبنای چنین هاله‌هایی زندگی می‌کنند و تحت تأثیر این نشانه‌های اجتماعی هستند که هر کدام به آرزو‌ها و آرمان‌هایی فراتر از خود اشاره و ارجاع دارند. (هارلند، 1380: 87)

رولان بارت با تحلیل نشانه‌شناختی خویش در واقع می‌کوشد ایدئولوژی نهفته در پس اساطیر به عنوان فرهنگ را بر ملا سازد و معتقد است، اسطوره‌های فرهنگ توده‌ای امروز در خدمت تأمین منافع بورژوازی است. (بشریه، 1378: 79)

شیوه تحلیل بارتی نشان می‌دهد که ما ممکن است به طور پیشین یا پسین تحت سلطه چیزی قرار بگیریم، «هاله» و «ایده‌ها» ممکن است، پیشاپیش تعیین کننده حتی بی‌واسطه‌ترین علائق ما باشند. (بشریه، 1378: 86)

خلاصه نظریات بارت این است که هر نشانه‌ای علاوه بر معنای اولیه، دارای معنای ثانویه نیز هست و اسطوره زمانی آغاز می‌شود که این معنای ثانویه به عنوان چیزی طبیعی جلوه‌گر شود، نه چیزی مصنوعی و گذرا. خود بارت سعی می‌کند با توسل به عکس سرباز سیاه‌پوستی که به پرچم فرانسه با احترام سلام می‌دهد، این امر را روشن سازد. از نظر بارت معنای اولیه این عکس روشن است. سربازی به پرچم میهنش سلام می‌دهد. اما در معنای ثانویه آن است که اسطوره بودن این عکس نمایان می‌شود. هدف از این عکس آن است که نشان دهد، در فرانسه انسان‌های سیاه و سفید تفاوتی با یکدیگر ندارند، در حالی‌که واقعیت ضد آن است. بارت شگرد‌هایی که بر مبنای آن اسطوره ساخته می‌شود، چنین بر می‌شمرد: مایه‌کوبی، محرومیت از تاریخ، شبیه‌سازی، این همان‌گویی، نه این و نه آن نگری، کمی کردن کیفیت و گزارش. (اباذری، 1380)

## 2-4-4-4 اکو و نشانه‌شناسی پساساختارگرا

اکو معتقد است که نشانه‌شناسی نباید مفهوم «نشانه» را به کارکرد‌های بسیار محدود آن در نظامی انتزاعی محدود کند. او برای آن‌که بتواند تعریفی عملی از نشانه ارائه دهد که با برداشتی که از نشانه‌شناسی دارد (یعنی علمی که با کل فرهنگ انسانی سر و کار دارد) انطباق داشته باشد، لازم است، شرحی از ساختار نشانه در نظریه رمزگان ارائه کند و در همان حال نشانه را از الگویی صرفاً زبان‌شناختی برهاند. (سجودی، 1390: 32) وقتی رمزگان عناصر نظام انتقال دهنده را به عناصر نظام انتقال داده شده تخصیص می‌دهد، اولی به بیان دومی و دومی به محتوای اولی بدل می‌شوند. نقش نشانه‌ای زمانی پدید می‌آید که بیانی با محتوایی مرتبط می‌شود، و هر دو عناصری که به این ترتیب به‌هم پیوند خورده‌اند، «عوامل نقشی» چنین پیوند‌هایی هستند. (سجودی، 1390: 32) اکو به کلی نشانه را به مفهوم کلاسیک آن نفی می‌کند و از وجود پدیده‌ای پویاتر، و هم‌چنین ناایستا و گذرا به‌ نام «نقش نشانه‌ای» سخن می‌گوید. (سجودی، 1390: 35)

اکو بر فرایند خلق معنا به این صورت می‌نگرد: رمز‌ها و ریزرمز‌ها در چارچوب کلی دلالت‌های فرهنگی به پیام تحمیل می‌شوند. همین دلالت‌های فرهنگی هستند که مایملک گیرنده پیام، یعنی مواضع ایدئولوژیکی، اخلاقی، مذهبی، نگرش‌‌های روانی، سلیقه و نظام‌های ارزشی او را تشکیل می‌دهد. (آسابرگر، 1383: 49)

اکو چنین می‌گوید: اگر بتوان از نشانه‌ها برای گفتن حقیقت استفاده کرد، می‌توان از آن‌ها برای دروغ گفتن هم استفاده کرد. چراکه اگر نتوان چیزی را برای دروغ گفتن به‌کار گرفت، از آن نمی‌توان برای گفتن حقیقت هم استفاده کرد. اصلاً نمی‌توان از آن برای گفتن چیزی استفاده کرد. (بشیریه، 1379: 76)

امبرتو اکو زبان را آن‌چیزی که می‌داند که در طول حیات بشری، قدرت در آن تثبیت می‌شود. وی با اذعان به این‌که زبان یقیناً نوعی الگوی قدرت هست، می‌نویسد: «زبان که عالی‌ترین دستگاه نشانه‌شناختی یا نظام نمونه‌ساز اولیه است، الگویی است برای دیگر نظام‌های نشانه‌شناختی که در فرهنگ‌های مختلف به عنوان ابزار قدرت و معرفت مستقر می‌شوند. (اکو به نقل از مهدی زاده، 1387 : 46)

اکو سه‌گونه از حامل‌های نشانه را فهرست کرده‌است و قابل توجه است که تمایز میان آن‌ها نسبتاً به شکل مادی‌شان وابسته است:

* نشانه‌هایی که در شمار فراوانی از موراد (کاملاً مثل هم) وجود دارند. (مانند یک کلمه چاپ شده یا تعدادی از یک مدل ماشین با رنگ یکسان)
* نشانه‌هایی که بر طبق یک نوع ساخته شده‌اند اما از نظر موردی دارای کیفیتی قطعی از یکتایی مادی هستند. (مانند یک کلمه که کسی بر زبان می‌آورد یا می‌نویسد)
* نشانه‌هایی که فقط یک مورد در نوعشان وجود دارد یا نشانه‌هایی که از نظر نوع و مورد یکسان‌اند. (مانند یک نقاشی رنگ روغن خاص یا لباس عروسی پرنسس دیانا) (اکو به نقل از چندلر، 1387: 82)

# 2-5 جنسیت ، نظریه های فمنیستی و مطالعات فرهنگی

## 2-5-1 جنسیت و رسانه

تحليل مناسبات جنسيتي در قلمرو فرهنگ يكي از اصلي ترين طرح هاي پژوهشي در نظريه فمنيستي معاصر بوده است . فمينيستها با تحليل فرهنگ كوشيده اند مناسباتي را تشخيص دهند كه از طريق آنها ارزش ها و هنجار هاي مردسالارانه درجامعه باز توليد شده و تداوم مي يابد . در اين ميان رسانه هاي جمعي به عنوان يكي از مهم ترين منابع توليد فرهنگ در جوامع مدرن ، همواره مورد نقد و تحليل فمنيستي قرار گرفته است . پژوهشگران فمنيست با تكيه بر مفاهيم ابزار تحليلي نظري ، وضيعت زنان در جامعه را مورد مطالعه قرار داده و تلاش كرده اند مناسبات جنسيتي پدرسالارانه در اين محصولات فرهنگي را به نقد بكشند. از نظر فمنسيت ها فرهنگ عامه و رسانه هاي توده اي معمولا زنان به عنوان ابژه یا موجودات ابزاری و حاشیه ای بازنمایی می شوند در حالیکه این بازنمایی ربطي به زندگي پيچيده زنان ندارد. همچنين به نظر آنها در فرهنگ توده هاي ، زنان به عنوان مخاطبين و شنوندگان و بينندگان فرآورده هاي فرهنگي ناديده گرفته ميشوند.بدین سان زنان هم در نظریه های فرهنگي و هم درفرهنگ توده اي بعنوان مقوله اي اجتماعي ناديده گرفته شده و به حاشيه رانده مي شوند. يكي از نقد هاي عمده فمنيست نسبت به فرهنگ رسانه اي و توده اي ، درباره غياب گفتماني زنان در تولید فرهنگي است. استدلال كلي فمنيسم در نقد رسانه هاي جمعي را مي توان در انديشه ، فناي نمادين زنان خلاصه كرد. به نظر فمنيست ها ، سازندگان فرهنگ توده اي ، علايق و نقش زنان را در توليد فرهنگي را ناديده گرفته اند و زن را از عرصه فرهنگ غايب شمرده يا صرفا به بازنمايي وي به عنوان موجودي تابع در نقشهاي جنسي پرداخته اند. ( بشيريه،١٣٧٩: ١١٤)

تصوير فرهنگي زنان در در رسانه هاي جمعي از نظر فمنيست ها در جهت حمايت و تقسيم كار جنسي و تقويت مفاهيم پذيرفته شده درباره زنانگي و مردانگي به كار ميرود. رسانه ها با فناي نمادين زنان به ما مي گويد كه زنان بايد در نقش همسر ، مادر ، كدبانو و غيره ظاهر شوند و در يك جامعه پدر سالار ، سرنوشت زنان به جز اين نيست . باز توليد فرهنگي نحوه ايفاي اين نقش ها را به زنان مي آموزد و سعي مي كند آنها را در نظر زنان طبيعي جلوه دهد ( استريناتي ، ١٣٨٠ : ٢٤٢)

از نظر فمينيست ها چنين تصويري از زنان در رسانه هاي جمعي ، داراي وجهه اي ايدئولوژيك براي تداوم مناسبات مرد سالارانه بوده است . تاكمن ، فناي نمادين زنان در
 رسانه هاي جمعي را در ارتباط با فرضيه بازتاب مي داند . بر اساس اين فرضيه رسا نه هاي جمعي ارزش هاي حاكم در يك جامعه را منعكس ميكنند . اين ارزش ها نه به اجتماع واقعي، بلكه  به باز توليد نمادين اجتماع ، يعني به شكلي كه ميل دارد خود را ببيند مربوط هستند. تاكمن معتقد است كه اگر موضوعي به اين صورت متجلي نشود ،  فناي نمادين صورت ميگيرد(همان: ٢٤٣) .بنابراين در عمل اين فرايند كلي به اين معناست كه مردان و زنان در رسانه هاي جمعي ، به صورتي باز نمايي شده اند كه با نقش هاي كليشه اي فرهنگي كه در جهت بازسازي نقش هاي جنسيتي سنتي بكار مي رود ، سازگاري دارند. معمولا مردان به صورت انسان هايي مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر به تصوير كشيده ميشود و نقش هاي متنوع و مهمي را كه موفقيت در آنها مستلزم مهارت حرفه اي ، كفايت ، منطق و قدرت است، ايفا ميكنند.در مقابل زنان معمولا تابع، منفعل ، تسليم و كم اهميت هستند و در مشاغل فرعي و كسل كننده اي كه جنسيت شان ، عواطفشان و عدم پيچيدگي شان به آنها تحمل كرده است ، ظاهر ميشوند. رسانه ها با نشان دادن مردان و زنان به اين صورت بر ماهيت نقش هاي جنسي و عدم برابري جنسي صحه ميگذارند ( همان : ٢٤٦)

بدين گونه فمنيست ها مدعي مي شوند رسانه هاي جمعي نقش باز نمايي كليشه ها يا تصورات قالبي جنسيتي را به عهده ميگيرند.يكي از نقاط قطعي در باره صفات يا خصيصه هاي مربوط به كليشه ها تصورات قالبي اين است كه براي صفاتي كه به مردان منسوب ميشود، بيش از صفاتي كه به زنان نسبت مي دهند اهميت قائل مي شوند. قدرت، استقلال و تمايل پذيري در برابر ضعف ، زود باوري و تاثيرپذيري غالبا مثبت تلقي مي شوند. اين تفاوت ها با صفات زنانه و مردانه تداعي شده است، ممكن است تا حد زيادي به نوعي بر چسب مربوط باشد كه به برخي خصوصيات زده مي شود.شيوه اطلاق معاني روان شناختي به برخي از رفتارهاي خاص تا حدي تعيين ميكند كه اين رفتار ها تا چه حد مثبت يا منفي پنداشته ميشود(كولومبورگ ، ١٣٨٧ :٢٩-٢٨) ؛ براي مثال بررسي ها نشان داده است كه تصوير زن و مرد در تلويزيون به شدت كليشه اي است ، مردان بيشتر با اعتماد بنفس ، خشن و ستيزه جوي اند ، حال آنكه زنان ضعيف و وابسته اند و ظاهري جذاب دارند. دوركين و اختر پي بردند زنان فقط در ١٤ درصد از برنامه هاي اول شب نقش اول را بازي ميكنند. در اين شرايط در اين شرايط هم اغلب كمتر از سي سال دارند و نقششان محدود است : مادر ، زن خانه دار ، پرستار و منشي . زنان را به ندرت در تلاش براي تلفيق ازدواج و شغل و حرفه خود ميبينيم .( گرت ، ١٣٨٠: ٤٨ ) به اين ترتيب فمنيستها هم چنان كه نا برابري جنسيتي و فرودستي در سطح جامعه را مورد نقد و سوال قرار مي دهند ، در سطح فرهنگ عامه نيز مناسبات ناعادلانه ، غيرمنصفانه و استثمارگرانه ميان و مردان را رد می كنند و خواهان تصويري برابرطلبانه و مثبت از زنان و روابط با مردان در رسانه هاي جمعي ميشوند. چنين تحليل هايي كه رويكرد فمنيسم ليبرال متكي است خواهان كنار گذاشتن مناسبات سنتي پدر سالارانه  و بر آمدن مناسبات برابرطلبانه ميان زنان و مردان در قلمرو فرهنگ و توليدات فرهنگي هستند. ارزش هايي كه در قالب زنجيره بزرگي از تمايلات دو قطبي همچون طبيعت  / فرهنگ ، بدن / ذهن ، احساس / عقل ، هيجان / منفعت ، خاص/عام ، واقعي انتزاعي و دنياي خانه / دنياي كار و سياست (مک لاين ، ١٩٩٩: ٣٢٧ )ارائه مي شود.

## 2-5-2 نظريه هاي فمنيستي فيلم

تحليل مناسبات و نحوه حضور زنان در فيلم هاي سينمايي ، بخشي از كوشش فمينيسم براي  برملا كردن شرايط پدر سالارانه و تحقق برابري جنسيتي بوده است . نظريه هاي فمنيستي فيلم در مرحله اول پیدایش خود با تکیه بر رویکرد لیبرال به دنبال پاسخ ایم سوال مهم بودند که آیا تصویری که فلان فیلم از زن ارائه مي كند وضعيت واقعي او را در جامعه اي كه فيلم در آن ساخته شده است ، منعكس مي كند ، يا آنكه فيلم به تحريف واقعيت پرداخته و اگر اين گونه است ، تصوير زن چگونه در آن بازنمايي شده است؟ در مراحل بعدي ، مسائل ديگري در كانون توجه نظريه پردازان فمينيست فيلم قرار گرفتند و رويكرد هاي نشانه شناختي و ساخت گرايانه مطرح شدند . با اين حال ، هدف مشترك تمام نظريه هاي فمينيسي فيلم ، "شناخت شرايطي است كه رسانه سينما از رهگذر آن براي زنان در عرصه اجتماعي ، جايگاه ناعادلانه اي رقم مي زند و مي كوشد به اين جايگاه استمرار بخشد "( کازه بين ، ١٣٨٢ :97 )

مالوي با در نظر گرفتن "سینما به عنوان یک سیستم بازنمایی پیشرفته "در جستجوی تبیین شیوه ای بودند كه از طريق آن فيلم ، تعبير مستقيم و به لحاظ اجتماعي تثبيت شده اي از تفاوت جنسي را بازتاب مي دهد و حتي از آن بهره برداري مي كند ؛ تفاوت جنسي كه تصاوير ، راه هاي شهواني كردن و منظره ( موضوع نگاه ) را تحت نظارت دارد ( مالوي ، ١٣٨٢ : ٧١ )

مالي هاسكل در راستاي پروژه پژوهش هاي فمنيستي سينما ، مفهوم " ژانر مردانه "را براي توصيف آن گونه فيلم هايي ابداع كرده است كه در آنها روحيه " مردسالارانه" حاكم است و زنان در آنها معمولا موجوداتي درجه دو و تابع مرد به تصوير كشيده مي شوند . در اين گونه فيلم ها ، دل مشغولي اصلي ، " روح مرد ، رستگاري او "و نه زن است . اين حق انحصاري مرد است كه مسير از ظلمت تا نور را طي كند ، مسيري كه حركت اصلي داستان را شكل مي دهد . مرد است كه به تباهي كشيده مي شود و روحش در معرض آسيب قرار ميگيرد . زنها آن قدر قابل نيستند تا بتوانند با شيطان و فرشتگان دست و پنجه نرم كنند . آنها موجودات ساده اي هستند كه از پيش تعيين شده اند( هاسكل ، ١٣٨١ : ١٠٧ )

از نظر هاسكل ، زني در فيلم ژانر مردانه به تصوير در مي آيند چنين ويژگي هايي دارد : به خاطر همسر و فرزند از كار و علايق خود مي گذرد ؛ خود را موجودي مي پندارد منفعل و اسير احساسات و غرايز كه بايد به خدمت ديگران در آيد ، يعني براي خود خصوصياتي قائل است كه او را از برخورد فعالانه و عقلاني با جهان بيرون از خانه باز مي دارد (كازه بيه ، ١٣٨٢ : ٩٧)

## 2-5-2-1 تحلیل های پساساختارگرایی و نظریه ی فیلم

هنوز از آغاز رهیافتِ «تصویرِ زنان» چندان نگذشته بود که انتقادها به این دیدگاه آغاز شد. مطالعات فیلم از توجه به اصول زیبایی­شناختی در فُرم، به سمت یک نگاه به شدت سیاسی­زده از روانکاوی و نشانه­شناسی تغییر مسیر داد. بسیاری از فمینیست­های پژوهشگرِ فیلم به این نتیجه رسیدندکه فهرست­کردنِ تصاویر زنان برای بررسیِ زن­ستیزی روش مناسبی نیست؛ چرا که ناتوان از تحلیلِ ساختارهای عمیقِ نهادینه­شده در فرآیندِ دلالتِ دیداری[[21]](#footnote-21) است. تنها تمرکز بر ظاهرِ خارجیِ یک تصویر -چه آن تصویر حقیقتا زن باشد یا خیر، و چه آن زن غیرسنتی باشد یا خیر،...- بسیار ساده­انگارانه است و اندیشمندانِ رهیافت تصاویر زنان با این کار از اهمیتِ آن­که تصاویر چگونه عمل می­کنند، غافل می­مانند.

 منتقدین رهیافت تصاویر زنان، از این منظر که زنان تا چه حد به خوبی بازنمایی شده­اند فاصله گرفتند، چرا که باور داشتند آن­چه­که تصویرِ «مثبت» یا « منفی» را می­­­سازد هیچ­گاه به­خودیِ­خود قابل درک نیست و تصاویر هرگز قادر نیستند که واقعیت را به طور کاملا شفاف بازتاب دهند. این گروه از فمینیست­ها به جای ادعای دانستنِ چیستیِ زن و یا این­که آیا زن به درستی بازنمایی شده است یا خیر، به ارزیابی این موضوع نشستند که «زن» در فرآیند دلالت (رابطه بین دال و مدلول) چگونه ساخته و پرداخته شده است. با بهره­برداری از روش­های پساساختارگرایان، که به «نظریه­ی صحنه»[[22]](#footnote-22) شناخته شده بود، منتقدین رهیافت تصاویر زنان یک مفهوم نظری را برای توضیح وضع بازنمایی زنان تحت مردسالاری، ارائه نمودند: مفهوم نگاه مردانه[[23]](#footnote-23). نسخه­ی فمینیستیِ «نظریه صحنه» به خوبی در مقاله­ی «لذت دیداری و سینمای روایی»[[24]](#footnote-24) از لورا مالوِی (1975) شرح داده شده است. این مقاله یک خوانشِ پساساختارگرایانه از فرآیندهای روان­شناختی­ای که در «متن واقع­گرای کلاسیک»[[25]](#footnote-25) -که در اینجا منظور جریان اصلیِ دِرام­های هالیوودی است- رخ می­دهد، ارائه می­نماید. مالوی یک تِز جنجال­برانگیز ارائه داد مبنی بر آن­که تمام نگاه­ها به فیلم مردانه است؛ بدین معنا که متن فیلم واقع­گرای کلاسیک، نوعی عکس­العمل روانی در تماشاچی برمی­انگیزد که حول یک روان مردانه­ی مردسالارانه شکل گرفته است.

 برای فهم این­که مالوی چگونه به این نتیجه­گیری رسیده است باید روندِ توسعه­ی نظریه­ی فمینیستیِ فیلم را از درون ساختارگرایی و روانکاوی، دنبال نماییم. بدین جهت باید کار زبان­شناسِ معروف فردیناند دو سوسور (1966)، یعنی تحلیل ساختارگرایانه­ی فرهنگ از طریق تشخیص دادن قواعد یک متنِ موجود، را مد نظر قرار دهیم. ساختارگرایی تأکید دارد که «کارکرد زبان آن نیست که یک واقعیتِ از پیش موجود را بازتاب دهد، بلکه کارکردش آن است که دسترسیِ ما به واقعیت را شکل داده و بسازد.» *(اِستورِی، 1993: 55)* بنابراین، یک مطالعه­ی ساختارگرایانه از فرهنگ، از مطالعه­ی قواعد آن -یعنی هر دو بخش زبان­شناسی و منطقیِ آن- جدایی­ناپذیر است. ساختارگرایی، قواعد را درگیرِ یکسری تقابل­های دوگانه[[26]](#footnote-26) مانند طبیعت/فرهنگ، زنانه/مردانه و... می­داند که بر اساس آن­ها مفاهیم شکل می­گیرند. خوانش­های ساختارگرایانه بسیار مطلق هستند، چرا که مفروض می­دارند که تنها یک معنای مشخص برای یک متن وجود دارد واین معنا به طور کامل برای منتقد قابل استخراج است. *(زایتِر، 1992: 63)*

 از طرف دیگر، پساساختارگرایی به قطعیت و ثابت­بودنِ معنا معتقد نیست و بر سیّالیتِ[[27]](#footnote-27) آن تأکید دارد. در ترکیب پساساختارگرایی و روان­کاوی در مطالعات فیلم، کار ژاک لاکان (1977) بسیار حائز اهمیت است. هویت، خود محصول و فرآیند زبان است. برای مثال لاکان مرحله اودیپیِ رشد روانی را – که در آن کودک خود را از مادرش تشخیص می­دهد- به فراگیریِ زبان مرتبط می­کند –یعنی من من هستم، نه تو. در مرحله­ی پیش اودیپی، کودک قادر به تشخیص مرزهای خود از مادرش نیست. از بین­رفتن آن ارتباط تنگاتنگ با مرجع اصلیِ لذت، یعنی مادر، نمایانگر یک فقدان عمیق است، همان­طور که در فرض زبان نیز بازتاب دارد –چرا که گفتن هر چیز همواره شامل سرکوب جنبه­ای از خلاف آن است. از این منظر، هویت یک تخیل ضروری است، یک موقعیت روایی که دائما اصرارمی­ورزد تا یک کلِّ همواره شکننده و تخیلی را شکل دهد. اما این فقدان -یعنی جدایی از مادرکه ناخودآگاهِ انسان در تلاش برای اثبات «خود»[[28]](#footnote-28) آن­را حذف می­کند، یا همان ناتوانیِ زبان در ترجمان واقعیت- همچنان وهمواره حاضر است.

 بر اساس باور لاکان، هسته­های هویت ما مبناهای فردی و خصوصی نیستند، بلکه ساختارهای اجتماعی و زبان­شناختی هستند. همان­طور که ساختارگرایان ساختِ فرهنگ را بر اساس منطق زبان­شناختی توضیح می­دهند، پساساختارگرایان ساختِ «خود» را بر اساس همان منطقِ فرهنگی توجیه می­کنند. ایشان باور دارند که پایه­های روانیِ ما در زبان ریشه دارند و زبان نیز در فرهنگ ریشه دارد؛ از این­رو پساساختارگرایان رابطه بین ساختارهای روانی، متنی و فرهنگی را تعقیب می­کنند. در چارچوب این نظریه است که مالوی ادعای «نگاه مردانه» را مطرح نمود. مالوی بر این باور بود که سینما -به دلیل سلطه­ی مردانه بر صنعت سینما- حول نیازهای روانیِ مردان به گونه­ای شکل گرفته که برای زنان زیان­بار است. بر اساس باور لاکان که شکل­گیریِ فرهنگی را بازتاب و پاسخی به شکل­­گیری روانی می­داند، مالوی ادعا می­کند که تمام موقعیت­های تماشاگر مردانه شده­اند، بنابراین هر آن­کس که فیلمی می­بیند در نگاه مردانه گرفتار می­شود. این مردانه­سازی با توسل به دو لذت دیداریِ مختلف در فیلم صورت می­پذیرد: دیدزدن جنسی[[29]](#footnote-29) (یا چشم­چرانی) و شئ­­پرستی جنسی[[30]](#footnote-30) (یا ترجیح جنسی).

 دیدزدن جنسی، یا تماشاگری جنسی[[31]](#footnote-31)، بر اساس طبیعتِ تجربه­ی نگاه­کردن شکل گرفته است. روشنایی پرده­ی سینما و در مقابل تاریکی سالن، این موقعیت را برای تماشاگر به وجود می­آورد که خود را در حالِ جاسوسیِ بازیگران تصور کند. با این تحلیل، تواناییِ نگا­ه­کردن با قدرت فرهنگی پیوند می­خورد و این واقعیت که بازیگرانِ فیلم نمی­دانند تحت نظر هستند - از آنجا که هیچ­گاه مستقیم در دوربین نگاه نمی­کنند - به احساس قدرت تماشاچی می­افزاید. فیلم­ها لذت شئ­پرستیِ جنسی را نیز در بر دارند، یعنی به شعف­آمدنِ تماشاگر با تمرکز بر بدنِ زنان. بدن زنان در فیلم­ها برای جلب نگاه دوربین، بازیگران مرد و تماشاچیان به عنوان شئ جنسی به کار برده می­شود.

 مالوی این لذت­ها را به نیازهای روانِ مردان نسبت می­دهد. دوربین، بیننده­ی مرد را مخاطب قرار می­دهد، گویی که فیلم از دیدِ او و برای او ساخته شده است. با توجه به دیدگاه مالوی و جان بِرگِر جامعه­شناس (1972)، عمل نگاه­کردن در فرهنگ غرب، نمایانگر و دربردارنده­ی قدرت مردانه است. مردان با توجه به قابلیت­شان در دیدزدنِ زنان، به عنوان مرد تعریف می­شوند؛ اما در مقابل، زنان تا حدودی بر اساس عدم قابلیتِ­شان در دیدزدن به عنوان فرودست تعریف شده­اند، یعنی با شئ­شدگی­شان. از آنجایی که شئ­سازیِ جنسی و دیدزدن جنسی در درجه اول به عنوان مکانیسم­های اصلیِ فرونشاندنِ هراسِ اختگی[[32]](#footnote-32) به کار می­آیند، پس تماشاگر مرد فرض شده است. چه با جاسوسی -از دیدِ جنسی- در زندگیِ زن، و چه با در نظرگرفتنِ بدن زن به عنوان اُبژه­ی جنسی و محور نگاه، در روانشناسی فیلم زن تنها می­تواند فقدان را بازنمایی کند.

 البته مردان نیز این فقدان را تجربه می­کنند –یعنی عدم کفایت زبان و جدایی از مادر که قبلا به آن اشاره شد- اما مردان آن­را به زنان فرافکنی می­کنند؛ یعنی کسانی که هم بازنماکننده­ی فقدان فالوس (اختگی)، و هم به طور همزمان، بازنماکننده­ی خود فالوس (شئ­ جنسی) هستند. به اعتقاد مالوی، همه­ی آن­چه که فیلم به زنان ارائه می­کند، پذیرشِ خودآزارانه­ی نگاه مردانه است –یعنی از طریق هویت­سازی با بازیگرانِ زن در فیلم. مردانِ درون فیلم، مردان پشت دوربین فیلمبرداری و مردان تماشاچی، همگی تجسمِ «نگاه­کردن» و نشانگر نگاه مردانه هستند.؛ حال آن­که زنانِ درون فیلم و زنان تماشاچی، تنها مظهرِ «برای دیده­شدن»[[33]](#footnote-33) هستند.

 چنین درکی از طبیعتِ جنسیتیِ لذت­بردن از فیلم، بسیار برای فمینیست­ها مفید واقع شده است. استفاده­ی مالوی از روان­کاوی، نه­تنها به خوبی توضیح می­دهد که چرا سینما وادارکننده به باوری خاص است؛ بلکه مهم­تر از آن، تبیین می­کند که چرا مردان، زنان را تبدیل به شئ می­کنند. *(اِسمِلیک، 1995: 69)* بنابراین، فمینیست­های پساساختارگرا به جای آن­که زنان را به عنوان یک گروه طبیعی که تنها در فیلم به اشتباه بازنمایی شده­اند، در نظر گیرند؛ زنان را به عنوان گروهی مد نظر می­گیرند که اساسا با بازنمایی تعریف و ساخته شده­اند. این فمینیست­ها، زنانگی را به عنوان تفاوت بیولوژیک از مردان باور ندارند؛ بلکه آن­را نتیجه­ی روانیِ سلطه­ی مردانه می­دانند. بر اساس چنین تحلیل­های روان­کاوانه­ای –فمینیسم، نشانه­شناسی و سینما- آن اِسملیک توضیح می­دهد که چرا دلالت (فرآیند معناسازی) در فهم فرودستی زنان بسیار حائز اهمیت است:

«داستان­گفتن در هر فرهنگی، یکی از راه­های بازتولید سوژگی است. ساختار هر داستان، از تمایلِ سوژه­ی آن (قهرمان داستان)، نشأت می­گیرد. ساختارهای روایت با تمایل اودیپی تعریف می­شوند: یعنی تمایل به دانستن منشأ و انتها. تمایل جنسی عمیقا با تمایل به کسب دانش در پیوند است، یعنی با جستجوی حقیقت. تمایل به حل معما، یک میل مردانه به جهت کمال­جویی[[34]](#footnote-34) است، چرا که سوژه­ی زنانه خودِ معما است. «زن» خود سوال است («زن چه می­خواهد؟»)، بنابراین نه می­تواند پرسشگر باشد و نه می­تواند تمایل خود را بفهماند.» *(1995: 74-73)*

مشکل زنان فقط این نیست که مردان آنان را تبدیل به شئ می­کنند و سپس این شئ­شدگی در متون فرهنگی بازنمایی می­شود؛ بلکه مشکل دیگر این است که امریه­های روانی[[35]](#footnote-35)­ای که در ابتدا این متون را به وجود می­آورند، توسط خود زنان تحکیم و بازتولید می­گردند. عمیق­ترین خواسته­های ناخودآگاه ما به روش­های مردسالارانه ساختاربندی می­شوند، در نتیجه آن­چه ما، به عنوان زنان و مردان، می­خواهیم و فکرمی­کنیم که خواهیم بود، چنان شکل گرفته­اند که بسیار به ضرر زنان است.

 نقدهای پساساختارگرایانه­ی روان­کاوانه، در دهه­ی هفتاد و حتی بیش­تر در دهه­ی هشتاد، گفتمان مسلط در مطالعات فمینیستیِ فیلم بود. این گفتمان برای فمینیست­ها ادبیاتی را فراهم آورد که با استفاده از آن توانستند ساختارهای روانی­ای که متون فرهنگی و زن­ستیزی از طریق آن­ها عمل می­کنند، مورد کنکاش قرار دهند؛ رهیافتی که بیش­تر به جزئیات متون توجه داشت تا به تصاویر زنان. از آغاز مطالعات رسانه­ایِ فمینیستی، فمینیست­ها کاملا دسته­بندی شدند، هم بر سر آن­که چگونه باید تصاویر زنان را مطالعه کرد، وهم بر سر این­که «تصاویر» و «زنان» ماهیتا چه هستند و یا این­که اساسا هدف نقد فرهنگیِ فمینیستی چه باید باشد. رویکردهای متفاوت علوم اجتماعیِ اثبات­گرا و ساختارگرا، نظریه­ی صحنه و رهیافت تصاویر زنان، استراتژی­های کاملا متضادی برای مطالعات جنسیتی ارائه می­کنند که رسیدن به توافق بر سر آن­ها، محال به نظر می­رسد و مناظره­های بی­پایانی بر سرِ این تقسیم­بندی­ها وجود داشته است.

## 2-5-3 مکتب بیرمنگام

درون مطالعات فرهنگی نیز، مناظرات سختی پیرامون جنسیت و ساختارگرایی[[36]](#footnote-36) وجود داشت که توافقی بر سر آن حاصل نمی­شد. فمینیست­ها با ورود به مطالعات فرهنگی، تعهد خود به مطالعه­ی تجربه­ی زیسته­ی زنان را نیز به این حوزه وارد کردند. در آغاز دهه­ی هفتاد، گروهی از فمینیست­ها به مرکز مطالعات فرهنگی معاصر بیرمنگام پیوستند -از جمله آنجلا مک­رابی، شارلوت برانزدون، رزالیند کووارد و دروتی هابسون- و اصرار ورزیدند که پژوهشگران این مرکز، جنسیت را محور تحلیل­های خود قرار دهند. (برانزدون، 1996) این فشار آن­چنان تأثیرگذار و زیروروکننده بود که استوارت هال(1992) به آن برچسب «انقطاع[[37]](#footnote-37)» زد، روندی که در آن فمینیست­ها به معنای واقعیِ کلمه «مطالعات فرهنگی را اشغال کردند». این تمایل به مستندسازیِ تجربه­ی فرهنگیِ زنان، موضوعی که قبلا نادیده گرفته شده بود یا بی­ارزش قلمداد می­شد، به همان اندازه­ی نظریه­ی پیش­گفته­ی «نگاه مردانه»، پیامدهای مهمی برای مطالعات فرهنگیِ فمینیستی به همراه داشت. در شورش مقابل این باور که زنان در دریافتِ فرهنگی[[38]](#footnote-38) مشارکت فعالانه­ای ندارند، شاخه­ی جدیدی از مطالعات فرهنگی فمینیستی شکل گرفت.

 پیش از آن، این رشته در سلطه­ی مطالعه­ی خرده­فرهنگ­های مردانه بود. به حاشیه رانده­شدنِ زنان در مطالعات فرهنگی تا حدی به وجود دودلی نسبت به مؤنث­بودگی[[39]](#footnote-39) در این رشته باز می­گردد، امری که مواجهه با آن بارها در طول تاریخ مطالعات فرهنگی صورت گرفته است؛ چنان­که فرهنگ عامه خود مؤنث در نظر گرفته می­شده است. (جوی­ریچ، 1996؛ مادلِسکی، 1968)کمبود مطالعات روی دختران و زنان را همچنین می­توان به اصالت مارکسیستیِ مطالعات فرهنگی نسبت داد. پژوهشگرانِ این حوزه، با کنار گذاشتن متغیرهایی چون نژاد، جنسیت و هویت جنسی، «طبقه» را در مرکزیت مطالعات خود قرار دادند و به روی «مدل­های مقاومت مردم» متمرکز شدند؛ مدل­هایی که عموما عاملینِ مذکر را دربرمی­گیرند. (جوی­ریچ، 1996: 13) محققین علوم اجتماعی تا مدت­های مدیدی، زنان و دختران را تنها به عنوان طبقه­ی سهم­بر از مردان –یعنی پدران و همسران- در نظر می­گرفتند. در اکثر موارد، مردانی که مطالعات فرهنگیِ مارکسیستی دست زده­اند، مردان را به عنوان طبقه­ی خالص و غیرجنسیتی، و زنان را به عنوان طبقه­ی غیرمستقیم وو تحت تأثیر جنسیت در نظر گرفته­اند. علاوه­ بر نادیده­گرفتنِ خرده­فرهنگ زنان، مک­رابی (1981) متوجه شد که پژوهشگرانِ مذکر غالبا خرده­فرهنگی را که مورد مطالعه قرار داده­اند، مشکل­دار تفسیر نموده­اند. ایشان به دلیل فقدانِ تحلیل نابرابری جنسیتی، و همزادپنداریِ بیش از حد با سوژه­هایشان، غالبا جنبه­های سرکوب­گرِ مردانگی را نقد نکرده و آن ­را به عنوان مقابله با ارزش­های فرهنگِ مسلط ارزشمند دانسته­اند –مواردی چون اعتیاد به الکل و خشونت. در نقدِ کارِ دیک هِبدیج و پُل ویلیس، مک­رابی اشاره می­کند که نباید خرده­­فرهنگ مردانه -که زنان را سرکوب می­کند-به عنوان مقابله با ارزش­های فرهنگ مسلط در نظر گرفته شود.

## 2-5-4 مطالعه­ی مخاطبین

در دهه­ی هشتاد، مطالعات فمینیستی مخاطبان، هم در درونِ و هم به طور موازی با، جریان مطالعات فرهنگی در زمینه­ی بررسی «دریافت فرهنگ» شروع به رشد کرد. مطالعات فرهنگی از تفاسیر محدود معنا –که از ویژگی­های ساختارگرایی است- فاصله گرفت و به سمت یک برداشتِ سیال­تر از تأثیرِ ایدئولوژی بر فرهنگ گام برداشت. دو مفهومِ «هژمونی» (تفوق فرهنگی) آنتونیو گرامشی و «مفصل­بندی[[40]](#footnote-40)» اِرنِستو لاکلو، زیربنای این تغییرِ جهت نظری را تشکیل می­دهند. مفهوم هژمونی گرامشی (1971) توضیح می­دهد که چرا توده­ها (کارگران) قیام نمی­کنند و استثمار اقتصادی خود را به چالش نمی­کشند. این رهیافت بیان می­داردکه طبقه­ی نخبگان نه از طریق تحمیل ایدئولوژی بر توده­ها، بلکه از طریق مصالحه و جلب موافقتِ[[41]](#footnote-41) آنان بر ایشان حکومت می­کنند. وقتی که طبقه­ی کارگر پیام­های فرهنگی­ای را که بر طبق منافعِ سرکوب­گرانِ ایشان شکل گرفته است می­پذیرند، احتمال آن­که شورش کنند بسیار کم است. مستلزمه­ی نظریه­ی هژمونی دوری­گزیدن از باور مارکسیستی زیرساخت و روساخت است؛ زیرا که همه­ی جنبه­های فرهنگ به طور کامل بازتاب­دهنده­ی نیازهای ساختار اقتصادی­ای که از آن حاصل شده­اند، نیستند. برخی باورها بر ضد ساختار هستند و برخی دیگر اساسا اثری ندارند –حداقل در خدمت به سرمایه­داری بی­اثرند. فرهنگ، سیّال، متضاد و محلی برای جدل است.

 لاکلو (1977) مفهوم مفصل­بندی را که ابتدا توسط گرامشی و آلتوسر مطرح شده است، بسط می­دهد تا توضیح دهد که چگونه شکل­گیری فرهنگی و اقتصادی به طور نسبتا مستقلی صورت می­پذیرند و چگونه نخبگان، فرهنگ را برای ابقای هژمونی خود به کار می­گیرند. مفهوم مفصل­بندی لاکلو، ایدئولوژی را نه به عنوان بازنماییِ اشتباه از واقعیت، بلکه به عنوان رابطی بین تجربه­ی مردم از واقعیت و تفسیرشان از آن در نظر می­گیرد. طبقه­ی حاکم، هژمونی را نه با تحمیل یک رویکرد جهان­شمولِ واحد به طبقه کارگر، بلکه با مفصل­بندیِ یک رابطه بین شرایط اقتصادی-اجتماعی و فلسفه طبقه حاکم، حفظ می­کند. به طور خلاصه، نخبگان «مشکلِ» موجود در جامعه را طوری تعریف می­کنند که تضادها را به حداقل برساند و با فهم متعارفِ طبقه­ی کارگر جور در آید. *(اِسلَک، 1996)* این نظریه ارزش­های فرهنگی را با ساختارهای اقتصادی-سیاسی پیوند می­دهد، اما نه با یک روشِ از پیش تعیین­شده. ایدئولوژی و تجربه دائما در تضاد هستند –هم درونی، و هم با یکدیگر. بنابراین، باید به طور مداوم باز مفصل­بندی شوند تا طبقه­ی حاکم بتواند مسلط باقی بماند. *(هال، 1996: 44-43)*

 اندیشمندان مطالعات فرهنگی از نظریات گرامشی و لاکلو استفاده می­کنند تا نشان دهند معنای فرهنگی یک چیزِ ثابتِ از پیش معین در درون ساختار اقتصادی یا متون نیست، بلکه یک فرآیند است. آنان به بررسیِ نحوه­ی استفاده­ی مردم از متون می­پردازند و مطرح می­کنند که این عملِ «دریافت» است که معنا را به وجود می­آورد. در یکی از تحقیقات اولیه­ی بسیار بااهمیت در حوزه­ی مطالعه­ی مخاطب، دیوید مورلی (1980) مدل «کدگذاری/کدشکنیِ» هال در دریافت رسانه توسط تماشاچیان تلویزیون را مورد آزمون قرار داد. بر اساس مدل مفصل­بندی *(اِسلک، 1996)*، هال (1980) بحث می­کند که معنا در دلِ تولید، توزیع و دریافت متون جای دارد. مطالعه­ی مخاطب مورلی بر اساس یک تحقیقِ تحلیل متن قبلی *(برانزدون و مورلی، 1978)* که روی برنامه­ی تلویزیونیِ ملّیِ[[42]](#footnote-42) «مجله­ی خبریِ بریتانیا» صورت پذیرفته بود، انجام گرفت؛ آن تحقیق نشان داده بود که چگونه خوانش­های مرجَّح[[43]](#footnote-43) و هژمونیک در آن برنامه از طریق فهم متعارف و روزمره کدگذاری شده بودند تا از ایدئولوژیِ مسلط حمایت کنند. با این وجود، مورلی در تحقیق دوم، یعنی تحلیل کدشکنیِ متن چندان موفق نبود؛ چرا که خود صادقانه اعتراف کرد که تفسیرهای بینندگان از این برنامه­ی تلویزیونی، در همه­ی موارد و به طور کامل، آن طور که او پیش­بینی می­کرد با موقعیت طبقاتی­شان، تطابق نداشته است. در واقع، او دریافت که خوانش­های بینندگان دائما میان «مرجّح»، «مورد بحث[[44]](#footnote-44)» و «مقاومت» در رفت­وآمد است؛ به طوری که غالبا از مرزهای فرضیِ طبقه­ی ایشان، عبور می­کند. مورلی (1992) چنین نتیجه گرفت که مدل کدشکنیِ دقیق­تری برای توضیح فرآیند دیدن لازم است و باید متغیرهایی همچون نژاد و جنسیت، بیش­تر مورد توجه قرار گیرند؛ چرا که فردی که از جنبه­ای (مثلا طبقاتی) فرودست محسوب می­شود و در نتیجه تا حدودی امکان دارد که مقاومت نشان دهد و خوانشی در تقابل با هژمونی ارائه نماید، ممکن است از جنبه­ای دیگر از سلطه­ی اجتماعی برخوردار باشد (مثلا با توجه به نژاد یا جنسیت خود).

 با وجود آن­که مطالعه­ی مورلی در سطح ملی کم­تر از آن­چه آرزویش را می­کرد موفق بود، اما باعث حرکتی اساسی از ساختارگرایی به سمت درکی سیال­تر و خواننده-محور از فرهنگ شد. پژوهشگران مطالعات فرهنگی، به جای کنکاش در معنای متن، به دنبال پاسخ این سوال­ها رفتند: مخاطبان با متن چه می­کنند؟ پذیرش در سطح کلان چه تأثیری بر فرهنگ می­گذارد؟ همزمان با این تغییر، یکسری مناظرات مرتبط با این موضوع در میان فمینیست­ها نیز در جریان بود که تمرکزِ آن بر زنان تماشاچی و مصرف­کننده­ی فرهنگ قرار داشت. در عکس­العمل به آن­چه برخی انعطاف­ناپذیری و ذات­باوریِ نظریه­ی نگاه مردانه می­دانستند که هیچ فضایی برای توجه به امکان وجود نگاهی زنانه باقی نمی­گذاشت، گروهی از فمینیست­ها از این منظر که تنها در پی توضیح اسارت زن در متن بود دوری گزیدند تا به مطالعه­ی زنانِ واقعی در مقام بینندگان/خوانندگان/مفسران فرهنگ بپردازند.

 کتاب «خواندن عاشقانه­ها: زنان، مردسالاری و ادبیات عامه­پسند»[[45]](#footnote-45) از جانیس رادوِی (1984) احتمالا اثرگذارترین مطالعه­ی فمینیستیِ دریافت در دهه­ی هشتاد است. رادوِی بر اساس مشاهداتش از کنش متقابل بین جمعی از خوانندگان رمان­های عاشقانه، به علاوه­ی تحلیل­های خود او از آن رمان­­ها، به این نتیجه رسید که آن­چه زنان از رمان به دست می­آورند، کاملا پیچیده است. از یک طرف، محتوای رمان­ها غالبا زن­ستیز و تأییدکننده­ی همان روابط جنسیتی مرسوم است که زنان را تشویق می­کند تا بی­تفاوتی یا حتی خشونت مردان را به ناله­هایی ناامیدانه برای تقاضای تحمل و عشقِ بیش­تر تعبیر کنند. از طرف دیگر، خودِ عمل خواندن بیش از تنها یک فرار پس­روانه[[46]](#footnote-46) عمل می­کند. خواندن رمان همچون اعتراضی به نابرابری جنسیتیِ موجود در زندگی روزمره­ی خوانندگان عمل می­کند، چرا که ایشان به جای آن­که تمام وقتِ خود را وقف رفع نیازهای خانواده کنند، زمانی را تنها به خود اختصاص می­دهند. با اینکه رادوی قبول دارد که این خواندن به­خودیِ­خود زنان را به مقاومتِ جمعیِ فعالانه در مقابل سرکوب هدایت نمی­کند، اما باور دارد که این عمل نمایانگرِ نوعی شناخت –هر چند ناخودآگاه- نسبت به این موضوع است که ایشان لایقِ دریافتِ توجه و احترام بیش­تری از جانب مردان هستند. مطالعه­ی استفاده­ی زنان از رمان­های عاشقانه، رادوی را به نتایج کاملا متفاوتی از آن­چه که ممکن بود تنها از خوانش خود او از این متن­ها حاصل شود، رهنمون گردید.

 این تفاسیر دوجانبه­ی رادوی از مفهوم سیاسی ِ نهاییِ مطالعه­ی عاشقانه­ها برای زنان، بحرانی در میان پژوهشگران فمینیست -و در کل، میان همگیِ محققین مطالعات فرهنگی- ایجاد کرد. وقتی که ایشان آغاز به مطالعه­ی مخاطبان کردند، شاهد آن بودند که حجم بالایی از لذتِ دیدن از دریافت متن­های از نظر سیاسی پس­روانه حاصل می­شود. حال چگونه باید چنین پدیده­ای را تفسیر نمود؟ مطالعات دریافت، دوباره مباحث فمینیستی مربوط به پورنوگرافی را که مدتی مسکوت مانده بود به میان کشید و باز قضیه­ی قطب­های دوقلوی لذت و خطر مطرح گردید*. (اِسنتو، اِستَنسِل و تامسون، 1983؛ وَنس، 1984)* با تسخیر آکادمی توسط پست­مدرنیسم و ظهور پرقدرت پسافمینیسم، فمینیست­های مردم­نگار از خود پرسیدندکه حال چگونه باید احساس لذتِ گناه­آلود از مصرف فرهنگ عامه را توجیه کرد؟

## 2-5-5 پست­مدرنیسم، لذت و مقاومت

همان­طور که جنبش­های سیاسی دهه­ی هشتاد نسبت به معنای پسافمینیسم و پسامارکسیسم دچار نگرانی­های عمیقی شده بودند، در محیط آکادمیک نیز پست­مدرنیسم تبدیل به پدیده­ای گردید که حتما به مدلی باید به آن پاسخ داده می­شد. این که پست­مدرنیسم یک موقعیت تاریخی بود، یا یک مدل معماری یا آفریده­ی رسانه­ها، بستگی به نقطه­نظر فرد راوی داشت؛ به هر حال، بسیاری از رشته­های آکادمیک با این سوال دست به گریبان بودند (وهمچنان نیز هستند) که آیا نظریه­ی پست­مدرنیسم مفید است یا خطرناک؟ در مطالعات فرهنگی، اندیشمندان بر سر آن­که چگونه باید پست­مدرنیسم را در تعابیر فرهنگی به کاربرد، اختلاف نظر دارند. نظریه­ی پست­مدرنیسم در میان منتقدانی که تا آن زمان بدبینی خود نسبت به فرهنگ سرمایه­داری را به درجات مختلف ابراز داشته بودند، تنش برزگ­تری ایجاد کرد. برخی صاحب­نظران، چون فردریک جیمسون (1984)، به تلخی از پست­مدرنیسم به عنوان رشد رو به انحطاطِ سرمایه­داریِ متأخر یاد می­کنند که در آن اکثر جنبه­های زندگی به طرز یأس­آوری کالایی شده است. با این وجود، اکثر اندیشمندانی که در مورد پست­مدرنیسم نوشته­اند، اگر نگوییم که آن­را بزرگ داشته­اند، حداقل به طرز قابل توجهی سعی کرده­اند که در این­باره موضعی خنثی اتخاذ کنند.

 از مهم­ترین جنبه­های دوره­ی پست­مدرن، بر اساس گفته­های نظریه­پردازان پست­مدرن، مرتبط می­شود با حضور بیش از حد و اثرگذار رسانه­ها در زندگی روزمره، سقوط عقل روشنگری و تمرکز بر خاص­بودن. ژان فرانسوا لیوتار پایان عصر فراروایت را اعلام نمود، یعنی پایان هر گونه ادعای جهان­شمولی. (1984) بودریار ایده­ی شبیه­واره­ها را مطرح کرد، بدین معنا که فرهنگ تنها در حال بازانتشار[[47]](#footnote-47) باورهای موجود است: با مرگ اصالت[[48]](#footnote-48)، همه­چیز تنها شبیه­سازی است. (1983) میشل فوکو، مفهوم قدرت/دانش خود را در قالب «گفتمان» قرار می­دهد که بر اساس رابطه­ی مابین مادیت و زبان گسترش می­یابد و مدلی منتشرتر از قدرت، نسبت به باور مارکسیسم سنتی درباره­ی سلطه­ی بورژوازی بر توده­ها، ارائه می­کند. (1990) تمام این توسعه­های نظری، منجر به گرایش هر چه بیش­تر صاحب­نظران مطالعات فرهنگی به تمرکز بر زیبایی­شناسیِ سَبک به جای تفاسیر سیاسی از ایدئولوژی و طبیعت سیال قدرت و معنا در دهه­ی هشتاد گردید. برای اندیشمندان ادامه به تولیدِ تحلیل­های سیاسی سطح کلان، از ترس آن­که مبادا خودشان تولیدکننده­ی فراروایت شوند، غیرممکن گردید.

 برخی منتقدان متوجه شدند که مطالعات فرهنگی فی­الواقع نقاط مشترک بسیاری با پست­مدرنیسم دارد. *(چِن، 1996؛ هِبدیج، 1996)* برای مثال نظریه­ی مفصل­بندیِ لاکلو و کار متأخرتر او با شانتال مووفه در ساختارشکنی از ثبات/باور طبقه (1985)، در حالی­که در اصل مادیت[[49]](#footnote-49) و متن­محوری را به هم مرتبط می­سازد، راه را نیز برای منتقدینِ فرهنگی­ای که باور دارند ارتباط بسیار ضعیفی –البته در صورت وجود هر گونه ارتباطی- بین ساختار متون و ساختار جامعه وجود دارد، باز می­کند. (*اِسلَک، 1996؛ اِسپارکز، 1996)*

 در حالی که برخی فمینیست­ها از اثرات مخربی که در نظریه­ی پست­مدرنیسم می­بینند[[50]](#footnote-50)، داد سخن سرداده­اند *(بوردو، 1990؛ هارت­ساک، 1990 و 1996)،* گروه دیگری از ایشان از شیوه­های نوینِ تحلیلی که پست­مدرنیسم در اختیار می­گذارد استقبال نموده­اند*. (بَرِت و فیلیپس، 1992؛ باتلر، 1990؛ فلَکس، 1990)* فمینیسم در جهت شکستن فراروایت­های هویتی (مثل این باور که زنان گروهی طبیعی­اند که اعضایش منافع مشترکی دارند) پیش رفته­ است تا بر روی ویژگی­های خاصی همچون نژاد، طبقه و هویت جنسی تمرکز کند. برای بعضی از فمینیست­ها، تأکید پست­مدرنیسم بر خُردکردن[[51]](#footnote-51) و ساخت­ِ[[52]](#footnote-52) اجتماعی راهی باز کرده است تا بتوانند برای این موقعیت­های خاص نظریاتی بپرورانند، بدون آن­که مجبور شوند تفاوت­های هویتی را در دسته­بندی­های طبیعی جای دهند.

 احتمالا به دلیل آن­که نظریه­ی نگاه مردانه­ی مالوی کاملا امکان لذت­بردن زنان را نادیده گرفت، بسیاری از اندیشمندان فمینیست نسل بعد با جستجوی لذت در مقابل آن واکنش نشان دادند. یکی از متداول­ترین روش­های متن­محور، خوانش مخالف[[53]](#footnote-53) است که در آن منتقد به دنبال لحظات اغراق و تضاد درون متون سنتی می­گردد، مثل فیلم­های ملودِرام و فیلم­های هیچکاک. *(بیارز، 1991؛ مادلِسکی، 1988)* این رهیافت کاملا از فرضِ مالوی مبنی بر این­که «تنها فیلم­های آزمایشیِ فمینیستی که بسیار رادیکال تمام رسوم فیلم­سازی را زیر پا می­گذارند، می­توانند غیرسرکوب­گر باشند» فاصله می­گیرد. از این منظر، حتی فیلم­های جریان اصلی با محتوای تفوق جنسی، خود حاملِ ساختارشکنی و بی­اثرکردن پیغام خود هستند.

 همان­طور که رادوی به این نتیجه رسیدکه گرچه محتوای متون رمان­ها زن­ستیز است، اما خواندن رمان­های عاشقانه توسط زنان یک عمل مازوخیستی نیست؛ دیگر قوم­نگاران فمینیست هم دریافتندکه رابطه­ی بین متون و ارزش­های بیننده بسیار پیچیده است. برای مثال یِن اَنج (1985) طرفداران یک برنامه­ی داستانیِ شبانه­ی تلویزیون آمریکا در دهه­ی هشتاد به نام «دالاس» را، مورد بررسی قرار داد و به استفاده­ی ایشان از این سریال عامیانه[[54]](#footnote-54) توجه نمود. او یک آگهیِ نظرسنجی در روزنامه داد و نامه­های بینندگان در جواب به آن را مورد تحلیل قرار داد. وی از بین پاسخ­گویان سه دسته را شناسایی کرد که هر یک رابطه­ای متفاوت با «ایدئولوژی فرهنگ عامه»، یعنی سیستمِ ارزشی­ای که امثال چنین برنامه­های تلویزیونی ر ا آشغال می­داند، داشتند. این سه گروه عبارت بودند از عاشقان دالاس، متنفرین از دالاس و تمسخرکنندگان (کسانی که دوست داشتند آن را به استهزاء بگیرند) که همگی نوعی نگرش منفی نسبت به این برنامه نشان دادند، با این وجود همگی نیز از تماشای آن لذت می­بردند.

 اَنج از این­که از چه راه­هایی ایدئولوژی (یعنی نگرش منفی بینندگان نسبت به فرهنگ عامه) می­تواند مستقل از رفتار (یعنی به تماشای آن نشستن) عمل کند، خوانش ظریفی بدین ترتیب ارائه نمود: همان­طور که ممکن است لذت به طور نسبی مستقل از نظر سیاسی عمل کند. کورا کاپلان (1986) لذت از تماشای سریال­های کوتاهی همچون «پرندگان خوارزار» را مورد مطالعه قرار داد؛ شکسته­شدنِ تابوها در این سریال و فرارویِ آن از «واقعیت» به زنان تماشاچی این فرصت را می­داد تا آزادیِ موقتی از هنجارهای سرکوب­گر اجتماعی تجربه کنند. تماشاچیان بدون آن­که لزوما با ارزش­های پنهان در متن موافق باشند، می­توانند از آن لذت ببرند و این به دلیل نقشی است که رویاپردازی و حس طنز در دریافت و لذت­بردن ما از متن ایفا می­کنند.

 مطالعه­ی تأثیرگذارِ دوروتی هابسون به روی تولیدکنندگان و بینندگانِ سریال عامیانه­ی بریتانیاییِ «راه­های متقاطع» (1982)، با جنبه­ی دیگری از لذت تماشا­کردن در زنان سروکار دارد؛ جنبه­ای که اغلب زنان بابت آن تحقیر می­شوند –یعنی این فرض که آنان شخصیت­های سریال داستانی را با افراد حقیقی اشتباه می­گیرند. هابسون بر خلاف منتقدان، به جای آن­که این ویژگی را به ناتوانیِ زنان در تمیزدادنِ رویا از حقیقت نسبت دهد، چنین استدلال می­کندکه علاقه­ی این بینندگان به شخصیت­های داستان باعث می­گردد که تعمدا واقعیت را به تعلیق درآوردند تا بتوانند کاملا با متن در سطح رویا درگیر شوند. بدین معنا که هویت­سازی با سریال داستانی یک فرآیند بسیار بااهمیت یا خیلی بی­ارزش نیست، که یا فرد -به درستی- باور داشته باشد که این داستان­ها خیالی هستند و یا ساده­انگارانه تصور کند که واقعیت دارند. این بینندگان کاملا آگاه هستندکه در حال تماشای یک فیلم مستند نیستند، با این حال سریال­های عامیانه همچنان می­توانند توجه ایشان را به شدت جلب کرده و حتی احساسات­شان را درگیر کنند. احساساتی که این تماشاچیان نشان می­دهند در پاسخ به وضعیت خیالی در زندگیِ شخصیت داستانی نیست، بلکه عکس­العملی است نسبت به موقعیت­هایی در زندگیِ شخصیِ خودشان که توسط این داستان تداعی شده­اند.

 این بینش تصحیح­گر دو باور غلط در گذشته است؛ یکی آن­که بینندگانِ سریال داستانی (یا در کل بینندگان زن) را بی­بهره از هوش و قدرت قضاوت می­داند و دیگر این باور که مخاطبان را تنها دریافت­کنندگان منفعلِ پیامِ متن در نظر می­گیرد. در مصاحبه با بینندگان دو برنامه­ی «بهترین شخصیت» و «رنگ بنفش» به ترتیب توسط اِلیزابت اِلس­وُرس (1986) و ژاکلین بودو (1988)، مشاهده گردیدکه تماشاچیان فعالانه و آرمان­گرایانه فیلم­ها را به گونه­ای بازخوانی می­کنند که برای خود لذت تماشا به وجود آوردند.

 هر دو محقق، به رابطه­ای مابین این بازخوانی­ها و جایگاه حاشیه­ایِ بینندگان در جریان اصلیِ فرهنگ آمریکایی پی بردند –مثلا سیاه­پوست یا همجنس­گرا بودن ایشان. بینندگان جنبه‌هایی از فیلم را که نشان از نژادپرستی یا هراس از همجنس­گرایی داشت، نادیده گرفته بودند و حتی در بعضی از موارد فیلمنامه را به نحوی مخالف بازنویسی کرده بودند تا پایان آن­را خوشایندتر سازند. این حاشیه­رانده­شدگان از جامعه و همچنین از تماشاچیان دیگر فیلم (چون به ندرت بازنماییِ منصفانه­ای از خود در فیلم­ها می­بینند) فیلم را به گونه­ای بازسازی می­کنند که برای­شان خوشایند باشد. محققین معاصر روی باشگاه طرفداران تحقیق می­کنند و به بررسیِ این مساله می­پردازندکه تماشاگران تا چه حد در مصرف فرهنگی نقش فعالی بر عهده می­گیرند و گروه­های طرفداری تشکیل می­دهند و متون خود را می­سازند. *(لِویس، 1990؛ پِنلی، 1992)*

 بسیاری از پژوهشگران فمینیست در مطالعات فرهنگی از این­که فضای نظریِ بازتری برای بررسی اثراتِ متون فرهنگی در اختیار دارند و مجبور نیستند تا با تعهدات سیاسی و نظریِ از پیش تعیین­شده نتیجه­گیری کنند، احساس بهتری دارند. البته گروهی از همین فمینیست­ها که روی لذت دریافت تمرکز دارند، از منتقدینِ سرسخت کارهایی هستند که بسیار غیرنقادانه و خوش­بینانه تنها به لذت تماشاکردن می­پردازند *(جوی­ریچ، 1996؛ مادلسکی، 1991؛ موریس، 1988؛ ویلیامسون، 1986)* گرچه همچنان بر سر آن­که تا چه حد بینندگان می­توانند در مقابل ایدئولوژی مقاومت کنند و یا این­که تا چه حد لذت­بردنِ ما از نظرات سیاسی­مان ناشی می­شود، اختلاف نظر وجود دارد؛ اغلب منتقدینِ فرهنگیِ فمینیست باور دارندکه لذت­بردن برای زنان همواره با میزانی از خطر همراه است. از اواخر دهه­ی هشتاد، تمام مطالعات حوزه­ی دریافت­گرایی ادغام شدند و بر زمینه­ی فرهنگی، تاریخی و «ژانرهای زنان» تمرکز کردند –همچون سریال­های عامیانه، مِلودرام­ها و کتاب­های خودیاری. *(براون، 1990؛ بیارز، 1991؛ گرَممان و مارشمِنت، 1988؛ گلِدهیل، 1987؛ پرِس، 1991؛ پریبرام، 1988؛ سیموندز، 1992، 1996؛ اِشپیگل، 1992؛ اِشپیگل و مان، 1992؛ اِستِیسی، 1994)*

## 2-5-6 مطالعات فرهنگی، مطالعات فمینیستی و جامعه­شناسی

یکی از اصلی­ترین تأثیراتی که فمینیست­ها بر مطالعه­ی فرهنگ گذاشته­اند، فهم این مساله بوده که همه­چیز جنسیتی است؛ جنسیت تنها لایه­ای از معنا نیست، بلکه در مرکزیت ساخت و تشکیل اصل معنا قرار دارد. بنابراین فمینیست­ها به جای آن­که فقط به واردکردنِ زنان به مطالعات فرهنگی بسنده کنند، به این نکته نیز توجه نمودند که چگونه فرهنگ اساسا جنسیتی است.

 مطالعات فرهنگیِ کاربردی، از نظر روشی با مطالعات فمینیستی اشتراکات فراوانی دارد. روش سنتیِ جامعه­شناسی، مشاهده­گری خارجی را در نظر می­گیرد و تصورش از افراد مورد مطالعه (موضوعات) موانع غیرقابل اعتمادی در راه کشف حقیقت است. صاحب­نظران فمینیست این سوالات را مطرح نمودند: آیا می­توان ارتباطی غیراستثمارگرانه با افراد مورد مطالعه برقرار ساخت؟ با تفسیری که خود این افراد از زندگی­شان ارائه می­کنند، چه می­توان کرد؟ چگونه می­توان فرآیند تحقیق را به گونه­ای بنانهاد که انسجام آن­چه افراد به ما می­گویند، حفظ گردد؟ در مورد باورِ مارکسیستیِ آگاهیِ کاذب که نگاهِ معمولِ جامعه­شناس به افراد مورد مطالعه را تشدید می­کند، چه باید کرد؟ *(مراجعه کنید به: اَکِر ، باری و اِسوِلد، 1996؛ فونو و کوک، 1991؛ گُرلیک، 1996؛ هاردینگ و هینتیکا، 1983؛ کِریگِر، 1991؛ اُکلی، 1981؛ رِینهارت، 1992؛ رابرتز، 1981؛ اِسمیت، 1996؛ اِستِیسی، 1988)* بسیاری از اندیشمندان فمینیست از مضامین تئوری زمینه­ای[[55]](#footnote-55) و ساخت اجتماعی واقعیت *(برگر و لاکمن، 1966؛ گلاسر و اشتراوس، 1973)* بهره گرفتند تا روش­های انعطاف­پذیر پژوهشی و برقراری ارتباط شخصی با افراد مورد مطالعه را توجیه نمایند. صاحب­نظران فمینیست نیز همچون اندیشمندان مطالعات فرهنگی، دغدغه­شان فاصله­ی باریک­تر از مویِ میان شریک­جرم­بودن[[56]](#footnote-56) و مقاومت کردن است. همچنین هر دو گروه در مورد پیونددادنِ نظریه و عمل تأمل می­کنند و سعی بر آن دارند که هر دوگانه را برای افراد غیرآکادمیک ملموس­تر سازند*. (مراجعه نمایید به نوشته­های گات­فرید، 1996)* این کنکاش­گری­ها اصالتا جامعه­شناختی هستند.

 در واقع، مطالعات فرهنگی ریشه در جامعه­شناسی دارد و از نوادگانِ چندزبانه­ی مارکسیسم، نظریه­ی وبر، مکتب فرانکفورت، کنش متقابل نمادین، روش­شناسی مردم­نگارانه، ارتباطات و مطالعات نقادانه­ی رسانه محسوب می­شود. از مفهوم­سازی هنری به عنوان محصول فرهنگی گرفته *(بِکِر، 1982؛ گریس­وُلد، 1986؛ وولف، 1981)* تا بررسی ساخت اجتماعیِ هویت *(بلومر، 1981؛ گافمن، 1959؛ گِرودین و لیندلوف، 1996)*؛ از نظریه­ی کلان زیرساخت­ها و روساخت­ها گرفته *(ویلیامز، 1967)* تا ساختارشکنی از رفتار افراد و گروه­ها در سطح خُرد *(گارفینکل، 1968)* و تا تحلیل گفتگو *(فیشر، 1993؛ میشلِر، 1986؛ مورمَن، 1988؛ ریسمَن، 1990)*، ریشه­های جامعه­شناختیِ مطالعات فرهنگی قابل مشاهده است.

 مطالعات فمینیستیِ جنسیت، همچون مطالعات فرهنگی، ممکن است به عنوان رقیبِ جریان اصلی جامعه­شناسیِ اثبات­گرایانه در نظر گرفته شود؛ از نظریه­ی انتخاب منطقی گرفته (بدین معنا که افراد در تمام تصمیم-گیری­های­شان، سود و زیان را در نظر می­گیرند) تا پژوهش کاربرد و لذت (که به دنبال توضیح تأثیر رسانه بر مصرف­کنندگان است). سونیا لیوینگستون بر این باور است که در شرایطِ حال حاضر که پژوهشگران مطالعات فرهنگی (یا مطالعات نقادانه­ی رسانه) مجددا بر مساله­ی دریافت متمرکز شده­اند و اثبات­گرایان –طرفداران سابق کاربردها و لذت­ها- تصمیم­ گرفته­اند که دوباره ادعاهای علت­ومعلولی را مورد توجه قرار دهند، ممکن است جدایی­ای که تا کنون بین روش کمی و کیفی در مطالعات جامعه­شناختی رسانه وجود داشته، برطرف گردد. کَتز (1980) مطالعات رسانه را «در جابه­جای دائمی بین مفاهیمِ قدرت رسانه و قدرت مخاطب» می­داند. با این وجود، عملکرد رسانه را نمی­توان به این دوگانه­ی ساده تقلیل داد؛ نظارت اجتماعی و ابزار آن، اقتصاد سیاسی و جزئیات متنی همگی حائز اهمیت هستند و باید به­ شمار آیند. مفهوم «الماس فرهنگیِ[[57]](#footnote-57)» وِندی گریس­وُلد (1987و 1994) یک مدل مناسب برای تفکر درباره فرهنگ ارائه می­دهد. چهار اِلِمانِ اساسی که برای فهم کامل فرهنگ مورد نیازند در چهار کنج الماس جای دارند: دنیای اجتماعی، سازنده، دریافت­کننده و اُبژه­ی فرهنگی (موضوع فرهنگی) به طوری­که تمام این کنج­ها با یکدیگر در ارتباط هستند.

 از دیدگاه مؤلفین، مفیدترین روش در مطالعات فرهنگی این است که پدیده­ی فرهنگی در بسترِ اجتماعیِ خود در نظر گرفته شود و از طریق انواع رهیافت­های منتقدانه –از تاریخ­نگاری گرفته تا روانکاوی و مردم­نگاری- و با توجه به تمامی متغیرها –از نژاد، طبقه و جنسیت گرفته تا ملّیت، سن و هویت جنسی- مورد تحلیل قرار گیرد. در عین آن­که جامعیت، بین­رشته­ای­بودن و کیفیتِ بالای اکثر کارهای مطالعات فرهنگیِ فمینیستی الهام­بخش است، اما این سوال را نیز برمی­انگیزد که ما افراد عادی[[58]](#footnote-58) تا چه حد قادریم از انجام این همه کار مطالعاتی به خوبی برآییم. با وجود این­که انجام چنین کارهای زمینه­ای بسیار دشوار است، اما برای آن­که تحلیل­های ما تحقیق­هایی سازنده در مورد سیاست­های زندگی روزمره باشد و فقط خوانش­هایی سرگرم­کننده از «مقاومت» ارائه ندهد، انجام آن­ها ضروری است.

# 2-6 چهارچوب مفهومی

در بخش‌های پیشین به تفصیل، رویکرد‌های نظری به بازنمایی تشریح شد و ارتباط میان بازنمایی و زبان، بازنمایی و گفتمان، بازنمایی و ایدئولوژی و بازنمایی و رسانه ارائه شد.

هم‌چنین نظریات نشانه‌شناسی سوسور، پیرس، بارت، اکو و الگوی رمزگذاری و رمزگشایی هال مورد بررسی قرار گرفت.

هدف از پرداختن به این مفاهیم و نظریات، مشخص کردن دیدگاه اصلی این پژوهش بود. رویکرد این تحقیق همان، رویکرد ساختارگرایانه به بازنمایی است.

در این رویکرد، اعتقاد بر این است که نه چیز‌ها به خودی خود و نه کاربران زبان، نمی‌توانند یک معنای پایدار ایجاد کنند. تنها با استفاده از نظام نشانه‌ای و مفاهیم بازنمایانه، معانی ساخته می‌شوند. به این رویکرد، رویکرد برساخت‌گرایانه و یا برساخت‌گر معنی در زبان می‌گویند و بر این اساس بازنمایی را تولید معنا از طریق زبان می‎دانند.

معنای رویکرد برساخت‌گرایی این است که معنا تولید و ساخته می‌شود و در نتیجه به بازنمایی به عنوان «فرایند شکل دهنده به سوژه‌های اجتماعی و رویداد‌های تاریخی و نه به عنوان بازتابی صرف از جهان بعد از حادث گشتن رویداد‌ها و پدیده‌ها نگریسته شده است. (هال به نقل از زادقناد، 1388: 103)

رویکرد برساخت‌گرایی به بازتولید روابط قدرت از طریق برساخت واقعیت توسط دستگاه‌های ایدئولوژیک که در اختیار گروه‌های مسلط بر جامعه است، توجه دارد. سینما نیز، به عنوان دستگاهی ایدئولوژیک به بازتولید مناسبات قدرت میان گروه‌های فرودست جامعه می‌پردازد.

سینما این کار را با تولید فیلم‌هایی با ارزش‌ها و ایده‌های مطلوب ایدئولوژی حاکم می‌کند. یک فیلم سینمایی، حاصل ترکیب یک سری عناصر، نشانه‌ها و تثبیت معنای آن‌هاست. فیلم‌ها در گفتمان غالب، می‌کوشند با استفاده از استراتژی‌هایی، این نشانه‌ها و معنای تثبیت شده را طوری جلوه دهند که مخاطب آن‌ها را طبیعی بپندارد.

نهادها و ساختارهای اجتماعی امکان کنترل بسیاری از سویه های بازنمایی را دارند. این نهادها و ساختارها، محمل پدید آمدن بازنمایی ها در کسوت نشانه‌ها، نمادها و سبک های هنری‌اند و آنها را به شکل مستقیم یا غیر مستقیم تحت نظارت خود قرار می‌دهند. سینما، با توجه به محبوبیت خود و این باور در میان مردم که رسانه‌ای نسبتاً حقیقت نماست و تصاویر دروغ نمی‌گویند، می‌تواند با استفاده از سبک‌ها و ژانر‌های متفاوت و با ارائه محتوای متنوع و گوناگون، مجرای مناسبی برای انتقال پیام‌های صریح و ضمنی به مخاطبانش به‌شمار آید و تا حدودی از میزان خوانش‌های متفاوت بکاهد و مخاطبانش را به سمت معنای مرجح سوق دهد. در این میان، تفسیر بازنمایی ها ابزاری برای نشان دادن دلالت های ایدئولوژیک و ارزشی است که پس پشت متون پنهان اند.

بازنمایی، برای توصیف عمل چینش نشانه‌ها در کنار یکدیگر، به منظور ایجاد معانی و مفاهیم و طبیعی ساختن آن‌ها به کار می‌رود. این عمل مفهوم‌سازی فرایندی کاملاً شناختی است. بنابراین در کنار بازنمایی، باید از نشانه‌شناسی برای کشف معنا استفاده کنیم.

بنابراین توضیحات، مبنای نظری پژوهش بازنمایی برساخت‌گرایانه و مبنای تحلیل، نشانه‌شناسی است. از میان نظریات نشانه‌شناسی مطرح شده، الگوی سلبی و کادوری در نشانه‌شناسی به آشکار کردن معانی رمزگذاری شده در تحقیق ما کمک بیشتری خواهد کرد. در این رمزگشایی، مشخص شدن معانی صریح و ضمنی نشانه‌های مستتر در متون سینمایی اهمیت زیادی دارند.

دلیل مقاربت نظریه نشانه‌شناسی با بازنمایی را فیسک در مقاله فرهنگ تلویزیون خود به خوبی توضیح می‌دهد. به این صورت که دو سطح از واقعیت وجود دارد، سطح اول: سطح واقعیت ارائه شده‌ای است که از ایدئولوژی و سلطه آزاد است و سطح دوم: سطح واقعیت بازنمایی شده است که با هژمونی و قدرت همراه و قرین است. بنابراین لازم است میان این دو سطح در بررسی متون رسانه‌ای تفاوت قائل شد و پس از به این سطوح به مطالعه نحوه بازنمایی واقعیت، در سینما پرداخت.

در این پژوهش برای دریافت چگونگی بازنمایی زنان در آثار سینمایی، در پی دریافت واقعیتی هستیم که در رابطه فرهنگ قدرت معنا می‌یابد و بازنمایی می‌شود.

آثار سینمایی از طریق بازنمایی ارزش‌های جامعه حاکم به تولید ایدئولوژی و معنا می‌پردازند. تنها در رمزگان فرهنگی‌مان است که می‌توانیم، واقعیتی که از پیش رمزگذاری شده را دریابیم. هرچند که واقعیت تجربی و عینی وجود داشته باشد، اما طریقه عینی برای ادراک آن وجود ندارد. در هر فرهنگی، آن‌چه واقعیت تلقی می‌شود، محصول رمزگان همان فرهنگ است. بنابراین واقعیت همواره از پیش رمزگذاری شده است. از این واقعیت رمزگذاری شده در قالب متون سینمایی به نمایش گذاشته شود، رمزهای فنی و عرف‌های بازنمایی آن به گونه‌ای خواهند بود که در بستر فرهنگی پخش شده، مناسب برای بینندگان شناخته شود.

از این رو برای دریافت این واقعیت رمزگذاری شده، رمزگشایی با استفاده از روش نشانه‌شناسی ضروری به نظر می‌رسد. برای رمزگشایی بازنمایی تفاوت های جنسیتی در سینمای ایران، نشانه‌شناسی رویکرد مناسبی است که ما را در شناخت چگونگی بازنمایی واقعیت درباره تفاوت های جنسیتی هدایت می‌کند. هدف ما از این تحلیل نشانه‌شناختی، آشکار کردن آن لایه‌های معناست که رمزگذاری شده‌اند و در ساختار رسانه‌ای سینما و در قالب متون سینمایی روایت می‌شوند.

در تحقیق حاضر با استفاده از روش نشانه‌شناسی، نحوه ی برساخت های اجتماعی در تفاوت های جنسیتی را در سینما واشکافی خواهیم کرد.

منابع **:**

1. اباذری، یوسف(1380). **رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی**، فصلنامه ارغنون، شماره 18، چاپ دوم، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارغنون ، شماره 23 : نظری فیلم
2. احمدی ،بابک (1388) **واژه نامه فلسفی مارکس**، تهران ،نشر مرکز
3. استوری، جان، **مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه**، ترجمه حسین پاینده، تهران، نشر آگه، 1385
4. استراس، آنسلم و کوربین، جولیت، **اصول روش تحقیق کیفی، نظریه مبنایی؛ رویه‌ها و شیوه‌ها،** ترجمه بیوک محمدی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، 1385
5. استراس، آنسلم و کوربین، جولیت، **اصول روش تحقیق کیفی، نظریه مبنایی؛ رویه‌ها و شیوه‌ها،** ترجمه بیوک محمدی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، 1385
6. استریناتی، دومنیک(1388). **مقدمه ای بر نظریه های فرهنگ عامه،** ترجمه ثریا پاک نظر، گام نو
7. امامي، نصر الله(1385)، **مباني و روش هاي نقد ادبي**. چاپ سوم. تهران: نشر جامي -
8. آسابرگر، آرتور، **روش‌های تحلیل رسانه**، ترجمه پرویز اجلالی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، 1379
9. اکو، امبرتو، **نشانه‌شناسی**، ترجمه پیروز ایزدی، تهران، نشر ثالث، 1387
10. بارت، رولان( 1380)**اسطوره در زمانه حاضر**،ترجمه یوسف اباذری ارغنون 18،انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
11. بازن،آندره(1376) **سینما چیست**؟" ترجمه :محمد شهبا،تهران،نشر مرکز
12. بشیریه ، حسین (1379) **نظریه های فرهنگ در قرن بیستم**. انتشارات آینده پویان
13. بهرامی کمیل نظام (1388) «**نظریه ‌رسانه‌ها جامعه شناسی ارتباطات**»،تهران، انتشارات کویر
14. پاینده ،حسین (1385) **قرائتی نقادانه از آگهی های تجاری در تلویزیون ایران** ، نشر روزنگار
15. چندلر، دانیل( 1386) **مبانی نشانه شناسی**،م مهدی پارسا ،سوره مهر
16. خالقی، احمد(1382). **قدرت، زبان، زندگی روزمره در گفتمان سیاسی معاصر**، تهران: گام نو
17. راورد راد ، اعظم و زندی ،مسعود ،1382 " **سینما و تغییرا ت فرهنگی در ایران بعد از خرداد 1376 :شکل گیری سینمای زن و مضامین آن** " پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی ، دانشگاه تهران
18. سجودی، فرزان**، نشانه‌شناسی کاربردی**، نشر علم، 1387
19. سلبی،کیت و ران کادوری 1380.**راهنمای بررسی تلویزیون**، علی عامری مهابادی، سروش.
20. ضمیران، محمد، **در آمدی بر نشانه شناسی هنر**، تهران، نشر قصه،1382
21. فرکلاف، نورمن، **تحلیل گفتمان انتقادی**، ترجمه گروه مترجمان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، 1379
22. فرهادپور، مراد(1375). **درباره مضامین و ساختارهای دیالکتیک روشنگری**، فصلنامه ارغنون، شماره 11 و 12، چاپ دوم، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
23. فلیک، اووه، **درآمدی بر تحقیق کیفی**، ترجمه هادی جلیلی، نشرنی، 1387
24. فیسک ، جان(1381) **" فرهنگ و ایدئولوژی"** مژگان برومند، فصلنامه ارغنون شماره 20
25. فيسك، جان ( ۱۳۸۶ )، **درآمدي بر مطالعات ارتباطي**، ترجمه مهدي غبرايي، مركز مطالعات و تحقيقات رسانه ها، غیاثیان، مریم، بازنمایی ما و آن‌ها، فصلنامه رسانه، شماره 1387-72
26. کابلی ، پل و لیتزا یانتس 1380 **نشانه شناسی قدم اول**، محمد نبوی ،نشر شیرازه
27. کالکر، رابرت( ۱۳۸۴ ). **فیلم، فرم و فرهنگ**، ترجمه بابک تیرابی، تهران: بنیاد سینمایی فارابی
28. کالر، جاناتان(1379). **فردیناند دو سوسور**، ترجمه کورش صفوی، تهران: انتشارات هرمس
29. کولومبورگ ،سوزان(1378) **رشد جنسیت**،ترجمه مهرناز شهر آرای،تهران: ققنوس 28- کوبلی، پل، نظریه های ارتباطات، جلد چهارم، ترجمه : گودرز میرانی، ویراستار: سعید رضا عاملی، تهران: پژوهشکده ی مطالعات فرهنگی و اجتماعی، 1387
30. کیسبی یر ، آلن ،(13) **سینما و پدیدار شناسی** ، ترجمه علاالدین طباطبایی،تهران :هنر
31. کازه بیه ،آلن ،1382،**پدیدار شناسی در سینما**،ترجمه :علاء الدین طباطبایی،تهران : هرمس
32. کولومبورگ ،سوزان ،1378 ، **رشد جنسیت**،ترجمه :نهرناز شهر آرای ،تهران :انتشارات ققنوس
33. گیدنز ، آنتونی ،1374،**جامعه شناسی** ،ترجمه منوچهر صبوری، تهران :نشر نی.
34. گرت ،استفانی ،1380 ،**جامعه شناسی جنسیت**،ترجمه کتایون بقایی، تهران : نشر دیگر
35. مارشال،کاترین و راس من ،گرجن.ب (1381) **روش تحقیق کیفی**،ترجمه دکتر علی پارساییان و دکتر سید محمد اعرابی ،تهران:دفتر پژوهش های فرهنگی
36. مالوی، لورا ،1382، "**لذت بصری و سینمای روایی**" ترجمه فتاح محمدی،فصلنامه ارغنون ،شماره 23، تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی
37. مهدی زاده ، محمد 1387. **رسانه ها و بازنمایی** ؛ دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها
38. لیندف، تامس و برایان، تیلور، **روش‌های تحقیق کیفی در ارتباطات**، عبداله گیویان، نشر همشهری، 1388
39. هال، استوارت ( ۱۳۷۸ )، **رمزگذار ي و رمزگشا يي**، در سا يمن دو رينگ (و يراستار)، مطالعات فرهنگي، حميرا مشيرزاده، انتشارات آ ينده پو يان
40. هارلند، ریچارد، **ابرساخت‌گرایی، فلسفه ساخت‌گرایی- پساساخت‌گرایی**، ترجمه فرزان سجودی، تهران، پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی، 1380
41. هیوارد، سوزان (1381) **مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی** ، فتاح محمدی، نشر هزاره ی سوم ، زنجان
42. هنسن و ديگران. (1998: 16). **به نقل از پایان نامه اجتماعات تفسیری و نقش آن بر خوانش رمان‌های زن محور**، سارا دلیریان. دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، سال 89-90
43. هاسکل،مالی،1381،"**بازیگران زن دهه 40:ز بازی تا زندگی**"،فصلنامه فارابی،دوره یازدهم ،شماره 4،شماره مسلسل 44،بنیاد سینمایی فارابی
44. همتی .هلنی ،1379"**بازنمایی مشاغل زنان در ایران** " پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر ،دانشکده هنر و معماری،دانشگاه آزاد تهران
45. هیوارد، سوزان 1381، **مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی** ، فتاح محمدی، نشر هزاره ی سوم ، زنجان
46. هرست هاوس،رزالید 1384. **بازنمایی و صدق** ، امیر نصیری فرهنگستان هنر
47. عیسا ،رز و شیلا ویتاگر، 1379 .**زندگی و هنر :سینمای نوین ایران** برگرفته از پروانه فریدی . تهران : نشر کتابسرا
48. نیچه، فردریش(1382). **در باب حقیقت و درغ به مثابه غیر اخلاقی در فلسفه، معرفت و حقیقت،** ترجمه مراد فرهادپور، تهران: انتشارات هرمس
49. Barker, Chris, **The stage dictionary of cultural studies**, stage publications, London, 2004.

50 Dyer, Richard (2005). White, in Film Theory: **Critical Concept in Media and Cultural Studies**, Volume 3, Routledge

51. Giles, Judy & Middleton Tim (1999): **Studying Culture: a practical introduction, Wiley.Blackwell.**

52. Gafman, F. (1967)”**gender advertisement, studies in the anthropology of visual communication.**

53. Hall, Stuart (۱۹۹۷). **The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice, Sage Publication.**

54. Lidchi, Henrietta ۱۹۹۷)). **The Poetics and the Politics of Exhibiting Other Cultures, In Cultural Representation and Signifying Practice, Sage Publication Rojek, Chris** (2007). Cultural Studies, Polity Press-

55. Watson, James & Hill, Anne (2006)"**Dictionary of media and communication studies, Oxford**: Hodder Arnold

56. Woodward, K (1997). **Identity and Difference: Culture, Media and Identity**, London, Sage Publications

1. 1-Richard Dyer [↑](#footnote-ref-1)
2. Mimesis [↑](#footnote-ref-2)
3. Animism [↑](#footnote-ref-3)
4. Reality [↑](#footnote-ref-4)
5. Idea [↑](#footnote-ref-5)
6. sense [↑](#footnote-ref-6)
7. reality [↑](#footnote-ref-7)
8. Arbitrary [↑](#footnote-ref-8)
9. Formal [↑](#footnote-ref-9)
10. Substantial [↑](#footnote-ref-10)
11. Reflective [↑](#footnote-ref-11)
12. Intertional [↑](#footnote-ref-12)
13. Constructive [↑](#footnote-ref-13)
14. Ernesto laclau and Chantal Mouffe [↑](#footnote-ref-14)
15. Woodward [↑](#footnote-ref-15)
16. Common sense [↑](#footnote-ref-16)
17. 17 - پیرس معتقد بود که میان نشانه و ابژه‌ای که بر آن دلالت دارد، سه نوع رابطه وجود دارد: شمایلی (Iconic) ، نمایه‌ای (Indexical) و نمادین (Symbolic) . در رابطه شمایلی، میان نشانه و ابژه رابطه‌ای تشابهی وجود دارد (یک نمودار شبیه به آن چیزی است که نشان می‌دهد)؛ در رابطه نمایه‌ای، نشانهْ رابطه‌ای علّی با ابژه‌اش دارد (دود نشانه‌ای از آتش است)؛ در رابطه نمادین، میان نشانه و ابژه رابطه‌ای اختیاری و دلبخواهی وجود دارد (واژه درخت بر اساس اختیار دلالت بر درختِ واقعی دارد). باور عمومی در آن سالها این بود که تصویر سینمایی فاقد رابطه‌ای نمادین با واقعیت است. این باوری است که نشانه‌شناس فیلم آن را رد کرد [↑](#footnote-ref-17)
18. در تاریخ سینما، هیچ فیلمسازی به اندازه آیزنشتاین اینچنین وسیع و گسترده به مباحث نظری پیرامون سینما نپرداخته است. آیزنشتاین در سالهای نخست انقلاب، فیلمساز محبوب حاکمیت بود. او بر اساس نظریات مارکسیستی‌اش در عرصه مونتاژ وظیفه بازسازی انقلاب 1917 (اکتبر) و شورشهای 1907 اودسا (رزمناو پوتمکین) را عهده‌دار شد. در دهه 1930 نیشِ اصلاحات استالینیستی نصیب او هم شد؛ بخصوص که ایوان مخوف او را تمثیلی از شخصیت استالین قلمداد کردند. به تدریج آیزنشتاین از عرصه‌های عملی سینما دفع شد و به همین دلیل به خاطر دانش نظری گسترده‌اش به مباحث نظری روی آورد. Film Form او یکی از مهمترین متون نظری در باب هنر مونتاژ است. این کتاب با عنوان شکل فیلم توسط پرتو اشراق به فارسی ترجمه شده است. [↑](#footnote-ref-18)
19. بارت و بازن دقیقاً در یک مقطع، نوشتن در باب رئالیسم را آغاز کردند. بارت با درجه صفر نوشتار، و بازن با مقالات تأثیرگذار و شورانگیزش در کایه دوسینما که در حکمِ وحی‌مُنزل برای نویسندگان جوان و مستعد کایه دو سینما (گدار، تروفو، شابرون و...) بود. او در برابر سینمای فرمالیست، سینمای روایی امریکا را عَلَم کرد (از این بابت همچنان مدیون تیزبینی او هستیم) اما در تحلیل سینمای آیزنشتاین، به اشتباه به آرای نظری خود آیزنشتاین متوسل شد. بارت یک دهه بعدتر، با نگاهی هوشمندانه سینمای آیزنشتاین را از آرای نظری او تفکیک کرد و برخلاف بازن نشان می‌دهد که نماها در فیلمهای آیزنشتاین به شکل مستقل از چه غنای معنایی و صوری درخشانی برخوردار است. مقاله «معنای سوم» بارت خط بطلانی شد بر دیدگاه سنتی و فراگیر بازن نسبت به سینمای آیزنشتاین. [↑](#footnote-ref-19)
20. بازن و نظریه مولف، تنها منتقد و اندیشه‌هایی هستند که دامنه نفوذ گسترده جهانی‌شان تا ایران هم آمده است. در طول سه چهار دهه از نقد فیلم در ایران، نظریه موءلف به اندیشه‌ای نهادینه‌شده در نگاه منتقدان و حتی سینماگران ایرانی تبدیل شده است. در طول این سالها حتی فیلمسازان ایرانی هم کوشیدند بر اساس موءلفه‌های این نظریه، فیلمهایشان را بسازند (به تعبیری ادعا کنند که همیشه در حال بسط یک مضمون هستند). با این حال نکته جالب این است که نوشته‌های بازن به شکل منسجم برای نخستین بار در سال 1377 به فارسی ترجمه شده است؛ اگرچه شبحِ ناقص و سوءفهم‌شده نوشته‌هایش چندین دهه است که دست از سر «گفتار سینمایی» در ایران برنمی‌دارد. [↑](#footnote-ref-20)
21. visual signification [↑](#footnote-ref-21)
22. Screen Theory [↑](#footnote-ref-22)
23. the male gaze [↑](#footnote-ref-23)
24. Visual Pleasure and Narrative Cinema [↑](#footnote-ref-24)
25. the classic realistic text [↑](#footnote-ref-25)
26. binary oppositions [↑](#footnote-ref-26)
27. fluidity [↑](#footnote-ref-27)
28. ego [↑](#footnote-ref-28)
29. scopophilia [↑](#footnote-ref-29)
30. fetishism [↑](#footnote-ref-30)
31. voyeurism [↑](#footnote-ref-31)
32. castration anxiety [↑](#footnote-ref-32)
33. to-be-looked-at-ness [↑](#footnote-ref-33)
34. par excellence [↑](#footnote-ref-34)
35. psychological imperatives [↑](#footnote-ref-35)
36. به دلیل محدودیت حجم نوشتار در این مقاله، بحث مربوط به تغییر جهت از فرهنگ­گرایی به سمت پساساختارگرایی در درون مطالعات فرهنگی ِبریتانیا در دهه­ی هفتاد را در اینجا حذف نمودیم. همانطور که مطالعات فمینیستی ِفیلم از مطالعه­ی زنان به عنوان یک گروه اجتماعی، فاصله گرفت تا به بررسیِ بازنمایی زنان بپردازد؛ در مطالعات فرهنگی نیز توجه از روی خرده­فرهنگ­ها به عنوان اجتماعات برداشته شد و مطالعه­ی نشانه­هایی که در این خرده­فرهنگ­ها به کار گرفته می­شدند، جایگزین آن گردید. برای کسب اطلاعات بیش­تر در این زمینه می­توانید به منابع نامبرده مراجعه نمایید: هال(1980)، گراسبرگ (1996) و اِسپارکز (1996). [↑](#footnote-ref-36)
37. interruption [↑](#footnote-ref-37)
38. cultural reception [↑](#footnote-ref-38)
39. feminity [↑](#footnote-ref-39)
40. articulation [↑](#footnote-ref-40)
41. wooing [↑](#footnote-ref-41)
42. nationwide [↑](#footnote-ref-42)
43. preferred [↑](#footnote-ref-43)
44. negotiated [↑](#footnote-ref-44)
45. Reading the Romance: women, Patriarchy, and Popular Literature [↑](#footnote-ref-45)
46. regressive [↑](#footnote-ref-46)
47. recirculate [↑](#footnote-ref-47)
48. originality [↑](#footnote-ref-48)
49. materiality [↑](#footnote-ref-49)
50. برخی صاحب­نظران فمینیست می­گویند که مطالعات فمینیستی، مطالعات پست­مدرن هستند و پست­مدرنیسم بسیاری از کارهای فمینیستی را به خود اختصاص داده است، بدون آن­که این مساله را به رسمیت بشناسد. [↑](#footnote-ref-50)
51. fragmentation [↑](#footnote-ref-51)
52. construction [↑](#footnote-ref-52)
53. reading against the grain [↑](#footnote-ref-53)
54. soap opera [↑](#footnote-ref-54)
55. grounded theory [↑](#footnote-ref-55)
56. complicity [↑](#footnote-ref-56)
57. cultural diamond [↑](#footnote-ref-57)
58. mere mortals [↑](#footnote-ref-58)