چگونگی بازنمایی مردم افغانستان در سینمای ایران بر اساس آرای استوارت‌هال[۱]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۴/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۷/۲۵

سحر زائری امیرانی[۲]، فرشاد عسگری کیا[۳]، یوسف خجیر[۴]

چکیده

ازآنجایی‌که فیلم یک بازنمایی است که دلالت‌های گوناگون را هم تولید و هم بازتولید می‌کند، ناگزیر با مسائل گوناگونی چون سیاست، اقتصاد، فرهنگ و... ارتباط تنگاتنگی دارد. این پژوهش در نظر دارد که ابتدا مفهوم بازنمایی را در حوزه قدرت، فرهنگ و زبان شرح دهد و بعد با استفاده از نظریات استوارت‌هال و استراتژی‌های کاربردی او به بررسی چگونگی بازنمایی مردم افغانستان در سینمای بعد از انقلاب اسلامی ایران بپردازد. با کمک الگوهای مختص به استوارت‌هال و روش تحلیل سازه کیت سلبی و ران کادوری سعی می‌شود تا شخصیت‌های افغان که در هر فیلم به‌عنوان نقش اصلی ظاهرشده‌اند، مورد بررسی قرار گیرند و از طریق استراتژی‌های بازنمایی کلیشه‌سازی، طبیعی‌سازی و برجسته‌سازی، فیلم‌ها تحلیل و واکاوی می‌شوند. بر اساس سؤال اصلی پژوهش؛ در خصوص چگونگی بازنمایی مردم افغانستان در سینمای ایران، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که افغان‌ها در سیر تاریخی فیلم‌های بررسی‌شده پس از انقلاب اسلامی ایران ابتدا فردی مهاجر، خانواده گرا، محافظه‌کار، مطیع، ساده و سخت‌کوش هستند که توان مالی، جایگاه فرهنگی و طبقه اجتماعی پایینی دارند. با گذشت سال‌ها و طی دهه‌های پس از انقلاب، آن‌ها رفته‌رفته در ایران رشد پیداکرده و می‌توانند شرایط مالی خود را ارتقا دهند، با مردم ایران تشکیل خانواده دهند، در دانشگاه درس بخوانند، حتی از ایران نیز مهاجرت کنند.

کلیدواژگان: بازنمایی، افغانستان، ایران، کلیشه‌سازی، برجسته‌سازی، طبیعی‌سازی

---

۱. مقالهٔ حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارندهٔ اول تحت عنوان «بازنمایی مردم افغانستان در سینمای ایران با تکیه‌بر آرای استوارت‌هال» «است که به راهنمایی نگارندهٔ دوم و مشاوره نگارنده سوم در بهمن ماه سال ۱۳۹۸ در دانشکده هنر دانشگاه سوره دفاع شده است.

۲. کارشناسی ارشد سینما، دانشکده هنر، دانشگاه سوره، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
Email: saharamordad@gmail.com

۳. استادیار، دانشکده هنر، دانشگاه سوره، تهران، ایران
Email: asgarikia@soore.ac.ir

۴. استادیار، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران
Email: khojir@gmail.com

مقدمه

ازآنجاکه رسانه تأثیر بسیاری درزمینه بازنمایی دارد باید گفت «فیلم، یک نظام بازنمایی است که دلالت‌های فرهنگی را هم تولید و هم بازتولید می‌کند» (هیوارد، ۱۳۸۸: ۱۹۸) با توجه به این مسئله که مردم افغانستان چه به‌عنوان مهاجر در داخل کشور و چه به‌عنوان همسایه در خارج از کشور زندگی می‌کنند، زندگی در کنار آن‌ها یکی از مباحث انکارناپذیر در مطالعات جامعه‌شناختی سینمای ایران به‌حساب می‌آید؛ اما متأسفانه تاکنون پژوهشی مستقل درباره چگونگی پرداختن سینمای ایران به مردم افغان به نگارش درنیامده است و این نقصان می‌تواند فقر اطلاعات در این زمینه را به همراه داشته باشد؛ چراکه بازنمایی رسانه رابطه متقابلی با باور عمومی دارد.

تحقیق حاضر با بررسی چگونگی بازنمایی افغان‌ها در سینمای ایران و تبیین و تشریح عوامل دخیل در این بازنمایی می‌پردازد و می‌تواند زمینه‌ساز پژوهش‌های آتی برای اصلاح باور عمومی در برساخت‌های فرهنگی باشد. این مطالعه ابعاد مختلف بازنمایی مردم افغان در سینمای ایران و ابعاد گوناگون تأثیرگذاری و تأثیرپذیری این دو حوزه را از یکدیگر و سایر عناصر اثرگذار را مشخص می‌کند. بدون تردید فهم این موضوع علاوه بر شناختی که از وضعیت افغان‌ها برای مردم ایران ایجاد می‌کند، می‌تواند در اصلاح بازنمایی‌های سینمایی و اجتماعی مؤثر باشد.

پیشینه پژوهش

هرچند موضوع مورد بررسی دارای تازگی هست و طی جستجو در آرشیو سایت پژوهشکده علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایران داک) و پایگاه مجلات تخصصی نور (نورمگز)، برای موضوع این پژوهش ـ بازنمایی مردم افغانستان در سینمای ایران با تکیه‌بر آرای استوارت‌هال ـ پیشینه مؤثری یافت نشد اما چندین مورد پایان‌نامه و تحقیق که محور کارشان به موضوع پژوهش کنونی نزدیک بود مشاهده شد که از بین آن‌ها به شرح یک مورد بسنده می‌شود.

ـ توکلی، زهره (۱۳۸۹). «تحول بازنمائی تصویر عراقی‌ها در سینمای دفاع مقدس» علوم اجتماعی، دانشگاه صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران.

نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق، مؤید این موضوع است که ابزارهای بازنمایی عراقی‌ها در فیلم‌های دفاع مقدس به مثابه دیگری، طی سه دهه ۶۰، ۷۰ و ۸۰ تغییرات قابل‌توجهی پیداکرده است: در دهه ۶۰، سینماگران بیشتر از رمزگان کلامی، در دهه ۷۰ بیشتر از رمزگان اجتماعی و در دهه ۸۰، بیشتر از رمزگان فنی بهره گرفته‌اند. هم‌چنین، در دهه ۶۰ تصویر عراقی‌ها متکی بر اثرات هجوم عراقی‌ها، به‌صورت تصویر ذهنی از انسان‌هایی با مشخصاتی چون "بی‌رحم"، "خانه‌خراب"، "بی‌شرف" و متجاوز ارائه شده است. در دهه ۷۰ با تصویر انسان‌های کودن، چاق و صدای زمخت مواجه هستیم و در دهه ۸۰، این تصویر دگرگون شده و با هم‌مسلکان مسلمان و برادر که به اجبار وارد جنگ شده‌اند، مواجه می‌شویم.

مبانی نظری

بازنمایی

می‌توان گفت بازنمایی یکی از مهم‌ترین مفاهیم در رابطه با مطالعات فرهنگی و علوم ارتباطات خصوصاً در سده اخیر به‌واسطه سینما و تلویزیون و تبلیغات به‌حساب می‌آید. درواقع بازنمایی حکم یک میانجی بین مردم و رسانه را دارد. بازنمایی با زبان، نشانه و تصاویر رابطه مستقیمی دارد؛ یعنی با استفاده از زبان برای بیان چیزهایی معنادار درباره جهان یا نمایاندن جهان به دیگران چه به‌صورت مثبت و چه منفی نقش خود را ایفا می‌کند. با وجود این از طریق بازنمایی است که معنا تولید و در بین اعضای یک فرهنگ مبادله می‌شود. «بازنمایی همان تولید معنای مفاهیم موجود در ذهن‌های ما از طریق زبان است. پیوند میان مفاهیم و زبان است که ما را قادر می‌سازد به جهان واقعی اشیا، انسان‌ها، رویدادها، یا درواقع جهان‌های تخیلی اشیا، انسان‌ها، یا رویدادهای خیالی اشاره‌کنیم.» (هال، ۱۳۹۶، ۳۵)

استوارت‌هال و نظریه بازنمایی

استورات‌هال یکی از مهم‌ترین افراد در حوزه مطالعات فرهنگی است که مرکز مطالعات فرهنگی بیرمنگام را مدیریت می‌کرد. او تحت نگره مارکسیسم به‌عنوان شخصیت اصلی جنبش نوپای چپ‌نو فعالیت داشت. در یک نگاه کلی آثار استوارت‌هال در مطالعات فرهنگی را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:

۱. مطالعه تلویزیون (اواسط دهه ۱۹۷۰)
۲. مطالعه پوپولیسم اقتدارگرای تاچری (اواخر دهه ۱۹۸۰)
۳. پروژه چند فرهنگ‌گرایی (اواخر دهه ۱۹۹۰ و بعدازآن) (سروی زرگر، ۱۳۸۸: ۱۴۹)

در دوره دوم‌هال به‌جای انعکاس ساده معانی به مخاطب، به مسائل مربوط به ایدئولوژی و بازنمایی و به چگونگی بازنمایی در رسانه پرداخته است که بعدازآن به یکی از مسائل بنیادین در مطالعات فرهنگی تبدیل شد. از دیدهال بازنمایی یعنی

استفاده از زبان برای گفتن چیزهایی معنادار درباره جهان یا نمایاندن جهان به دیگران. «بازنمایی بخش اصلی فرایندی است که به‌واسطه آن فرایند معنا تولید و میان اعضای یک فرهنگ مبادله می‌شود. بازنمایی عبارت است از کاربرد زبان، نشانه‌ها و تصاویر که نماینده یا معرف چیزها هستند.»(هال، ۱۳۹۶، ۳۱) البته دیدگاه‌هال نسبت به بازنمایی بسیار وسیع‌تر است و به مؤلفه‌های زیادی در این باب پرداخته است. هال (۱۹۹۷) هنگامی که از فرآیندهای بازنمایی بحث می‌کند و اصطلاح "نظام بازنمایی" را برای توضیح نظام مفهومی مورد نظر خویش جعل می‌کند از ۲ مرحله صحبت می‌کند:

۱. «نظامی مشتمل بر تمام گونه‌های موضوعات، افراد و حوادث که به‌واسطه مجموعه‌ای که آن را "بازنمایی ذهنی" می‌نامیم، اشکال مختلفی از مفاهیم را سازمان‌دهی، دسته‌بندی و طبقه‌بندی می‌کنیم و به‌واسطه چنین نظام طبقه‌بندی می‌توان بین هواپیما و پرنده (باوجوداینکه هر دو در آسمان پرواز می‌کنند) تفاوت قائل شد.

۲. در یک مرحله بالاتر، ما این مفاهیم را با یکدیگر به اشتراک می‌گذاریم و به‌اصطلاح 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 به‌نظام بازنمایی دیگری سوق می‌دهد که همانا نظام "بازنمایی زبانی" است.» (سروی زرگر، ۱۳۸۹)

برای شفاف‌سازی این رابطه، تعداد قابل توجهی نظریه‌های مختلف درباره زبان و بازنمایی موجود است. به همین خاطر واجب است که به رهیافت‌های اصلی‌هال در نظریه‌های بازنمایی پرداخته شود:

۱. «رهیافت بازتابی[5] که ادعا می‌کند معنا در تصور یا رویداد موجود در جهان نهفته است و کار زبان این است که مانند آینه معنایی راستین را چنان‌که در جهان واقع وجود دارد بازتاباند.» (هال، ۱۳۹۶، ۴۷)

۲. «رهیافت نیت گرا[6]، درباره بازنمایی استدلال می‌کند که این گوینده یا مؤلف است که معنای منحصر خود را از طریق زبان بر جهان تحمیل می‌کند. لغات همان معنایی را می‌دهند که مؤلف می‌خواهد. همه ما، به‌عنوان فرد، زبان را برای بیان یا انتقال چیزهایی به کار می‌بریم که مختص یا منحصر به خودمان، یعنی منحصر به نحوه نگاهمان به جهان است.» (هال، ۱۳۹۶، ۴۹)

هال بر این باور است که چنین امکانی به این معنا است که انسان‌ها می‌توانند خود را در قالب زبان‌های کاملاً خصوصی بیان کنند، ولی گوهر زبان ارتباط است و ارتباط هم به قراردادهای زبانی و رمزهای مشترک وابسته است. زبان یک نظام کاملاً اجتماعی است، یعنی افکار خصوصی افراد در یک جامعه باید با دیگر معانی لغات یا تصاویر موجود در زبان به توافق دست یابد؛ و این‌ها همان لغات یا تصاویری هستند که هنگام استفاده از نظام زبانی، ناگزیر به کار می‌روند.

۳. رهیافت سازه انگار[7]، به منزله ویژگی اجتماعی بودن زبان پذیرفته می‌شود. این رهیافت بیان می‌دارد که نه خود چیزها و نه کاربران زبان در شکل فردی، نمی‌توانند معنا را در زبان تعیین و تبیین کنند. چیزها به خودی خود معنا ندارند، بلکه افراد جامعه با استفاده از نظام‌های بازنمایی ـ یعنی مفاهیم و نشانه‌ها ـ معنا می‌سازند. به همین دلیل است که این دیدگاه را نسبت به ماهیت معنا در زبان رهیافت سازه انگار می‌نامند. (هال، ۱۳۹۶، ۵۰)

مطابق این رهیافت، نباید جهان مادی را که چیزها و انسان‌ها در آن وجود دارند با اعمال و فرآیندهای نمادین که بازنمایی، معنا و زبان به‌واسطه آن‌ها تحقق می‌یابد یکسان پنداشت و در هم آمیخت. سازه‌انگاران وجود جهان مادی را نادیده نمی‌گیرند؛ به نظر آن‌ها، مسئله این است که جهان مادی حامل معنا نیست، بلکه نظام زبانی یا هر نظامی که بشر برای بیان یا بازنمایی مفاهیم به کار می‌برد، حامل معناست. (هال، ۱۳۹۶، ۵۰)

استراتژی‌های بازنمایی

کلیشه‌سازی[8]

کلیشه در لغت‌نامه دهخدا در اصطلاح چاپ، در حکم تصویر

5. The reflective Theories
6. The Intentinal Theories
7. The Constructive Theories
8. Stereotype

یا نوشته‌ای که بر فلز یا چوب حک کنند و آن را برای چاپ کردن کتاب، مجله و غیره بکار برند استفاده‌شده است. این اصطلاح در ساده‌ترین حالت بر ویژگی‌هایی ثابت و تکراری دلالت می‌کند. اولین بار اصطلاح کلیشه‌سازی در مباحث فرهنگی توسط والتر لیپمن[9] به کار برده شد. هدف لیپمن آشکارساختن این موضوع بود که تصورات ثابت و برساخته درباره اشخاص معروف، یا تصورات قالبی در مورد موضوعاتی ویژه، در رسانه‌های ارتباط جمعی با چه ابزارهایی ایجاد می‌شوند و چرا اکثر مردم این تصورات را به مثابه حقیقتی مسلم و خدشه‌ناپذیر در نظر می‌گیرند. بنا به توضیحی که لیپمن بیان می‌کند، کلیشه‌های فرهنگی دو خصوصیت مهم دارند: نخست این‌که تغییر دادن آن‌ها کاری آسان و پیش پاافتاده نیست و دوم این‌که در اکثر مواقع معنایی با بار منفی را به ذهن متبادر می‌کنند. (پاینده، ۱۳۹۶: ۱۷۵)

در بیان کلی، کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن جهان ملموسات و جهان ایده‌های افلاطونی در امتداد تولید معنا، طبقه‌بندی می‌شوند تا مفهومی از جهان شکل بگیرد که منطبق با باورهای ایدئولوژیک باشد؛ باورهایی که بنیادهای شکل‌گیری کلیشه‌ها را تشکیل داده‌اند. هال کلیشه‌سازی را عملی معناسازانه[10] می‌داند و اعتقاد دارد: «اساساً برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم»(Hall, 1997: 257) در ادامه درجایی دیگرهال سه تفاوت بنیادین بین طبقه‌بندی و کلیشه‌سازی را شرح می‌دهد:

«اولاً کلیشه‌ها تفاوت‌ها را تقلیل داده، ذاتی، طبیعی و نهایتاً تثبیت می‌کنند، ثانیاً با بسط یک استراتژی، منفک‌سازی و شکاف طبیعی و قابل‌قبول را ازآنچه غیرطبیعی و غیرقابل‌قبول است، تفکیک می‌کنند. ثالثاً کلیشه‌ها از نابرابری‌های قدرت حمایت می‌کنند. قدرت همواره در مقابل فرودستان و گروه‌های طردشده قرار می‌گیرد. بنابراین کلیشه‌ها نگهدارنده نظم اجتماعی و نمادین هستند و بسیار سفت و سخت‌تر از طبقه‌بندی‌ها عمل می‌کنند.» (سروی زرگر، ۱۳۸۹)

سینما هم به منزله رسانه‌ای فراگیر در امر کلیشه‌سازی دخیل است. در جهان سینما، کلیشه‌ها برای کمک به فهم روایت و ایجاز در روایت کاربرد فراوان دارند. به‌گونه‌ای که به گفته سوزان هیوارد «کلیشه‌ها به تبعیت از تغییر بافت سیاسی فرهنگی تغییر می‌کنند. از سوی دیگر کلیشه‌ها در بازنمایی تیپ‌ها و هنجارها بکار گرفته می‌شود و ازآنجایی‌که محصولاتی اجتماعی فرهنگی هستند که شکل هنجاری به خود می‌گیرند، می‌بایست در مناسبت با نژاد، جنسیت، تمایلات جنسی، سن، طبقه و ژانر مورد بررسی قرار گیرند.»(هیوارد، ۱۳۸۸، ۲۷۰)

طبیعی‌سازی

دومین استراتژی‌هال مبحث طبیعی‌سازی است. طبیعی‌سازی درواقع طبیعی نشان دادن مسائل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و...است درحالی‌که حتی می‌توان گفت طبیعی نیستند؛ باید خاطرنشان کرد که به خاطر کارکرد ایدئولوژیک است که طبیعی نشان داده می‌شوند. یکی از دیدگاه‌های بااهمیت در ارتباط با طبیعی‌سازی دیدگاه رولان بارت است که بر گِرد مفهوم اسطوره و دال و مدلول می‌گردد. «یکی پشت دیگری پنهان نشده است. اسطوره چیزی را پنهان نمی‌کند؛ کارکرد اسطوره تحریف کردن و مخدوش کردن است نه ناپدید کردن» (بارت، ۱۳۸۰، ۹۷) درست در همین نقطه است که اسطوره به طبیعی‌سازی روی می‌آورد. «اسطوره تاریخ را به طبیعت بدل می‌کند... اسطوره گفتاری است که به شیوه مفرط موجه جلوه داده می‌شود.» (بارت، ۱۳۸۰، ۱۰۵) درواقع قدرت اسطوره‌ها در این‌جا آشکار می‌شود که تاریخ را امری بدیهی جلوه می‌دهند. به این ترتیب دیگر کسی به رمزگشایی و آشکار ساختن معنای اسطوره‌ها نیازی احساس نمی‌کند.

و درنهایت ازآنجاکه مبحث این پژوهش در حوزه سینماست با ارجاع به این حوزه آشنا باید گفت که نقش طبیعی‌سازی در سینما از این قرار است که: «طبیعی‌سازی فرآیندی است که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکارا طبیعی هستند. بدین‌ترتیب طبیعی‌سازی دارای کارکرد ایدئولوژیک است. پس وظیفه‌دار تقویت ایدئولوژی مسلط است. گفتمان طبیعی‌سازی چنان عمل می‌کند که نابرابری طبقاتی، نژادی و جنسیتی به صورتی عادی بازنمایی شود.» (هیوارد، ۱۳۸۸: ۲۰۴) پس همان‌طور که ذکر شد طبیعی‌سازی با مباحثی چون اسطوره‌سازی و در پی آن ایدئولوژی و بسترهای تاریخی و فرهنگی رابطه مستقیمی دارد که به‌عنوان یک ابزار مورد استفاده قرار می‌گیرد.

برجسته‌سازی[11]

در مفهوم برجسته‌سازی و نظریه آن باید گفت که مراد از

9. Walter Lippmann
10. Signifing
11. Agenda-setting

برجسته‌سازی در رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، به‌خصوص در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را پیدا می‌کنند که توجه توده مردم را به مجموعه‌ای از امور و مسائل محدود و معین معطوف سازند و از امور و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل این فرایند به این نتیجه منتهی می‌شود که برخی از مسائل ویژه توسط بسیاری از مردم در حوزه عمومی و مکان‌های متنوعی در جامعه و خارج از قلمرو رسانه‌ها مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند، درحالی‌که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود. (سولیوان، هارتلی، ساندرز و فیسک،۱۳۸۵: ۲۶)

سطوح گوناگونی در نظریه برجسته‌سازی رسانه‌ها مطرح‌شده است که به سه سطح مهم آنها در حد عنوان اشاره می‌شود: الف: سطح اول برجسته‌سازی: در این سطح، رسانه‌ها، ذهن مخاطبان را هدایت می‌کنند که به چه فکر کنند. ب: سطح دوم برجسته‌سازی: در این سطح، رسانه‌ها به مردم می‌گویند در مورد موضوعی به خصوص چگونه فکر کنند. ج: سطح سوم که برجسته‌سازی میان رسانه‌ای است و مثال بارز این نوع برجسته‌سازی، تأثیر اینترنت و فضای مجازی بر رسانه‌های سنتی است (ایرانی‌پور ۱۳۸۸: ۸۷) که در دوران اخیر روند این نفوذ در حال گسترش و توسعه بی‌حد و مرزی است تا آنجا که پیش‌بینی می‌شود به محو کامل رسانه‌های سنتی بیانجامد.

روش‌شناسی و منطق اجرایی پژوهش

این پژوهش بر اساس روشی از نوع توصیفی ـ تحلیلی با استفاده از نظریه بازنمایی استوارت‌هال اجرا شده است. ازآنجاکه در یک فیلم تمامی رمزها اهمیت فراوانی دارد به همین خاطر با استفاده از تحلیل سازه (میزانسن، رمزهای فنی) کیت سلبی و ران کادوری در کتاب راهنمای بررسی تلویزیون به همراه استراتژی‌های استوارت‌هال، شخصیت افغان در ۸ فیلم برجسته ایرانی موردبررسی قرار گرفته است. ازاین‌رو با تأکید بر الگوی تحلیلی در این تحقیق، افغان‌هایی که در فیلم به‌عنوان شخصیت اصلی حضور دارند از طریق نشانه‌شناسی بررسی‌شده‌اند و باید اشاره کرد که فیلم‌ها از بازه زمانی سینمای بعد از انقلاب اسلامی ایران به بعد انتخاب‌شده اند.

تحلیل سازه به روش کیت سلبی و ران کادوری

روش کیت سلبی و ران کادوری در کتاب راهنمای بررسی تلویزیون این امکان را فراهم می‌کند تا برای درک و تحلیل هر چه‌بهتر و نقد این فیلم‌ها با تکیه‌بر اطلاعات فنی و ضروری، به آن‌ها پرداخته شود. سلبی و کادوری پنج مرحله را شامل «سازه»، «مخاطب»، «روایت»، «رده‌بندی» و «عوامل تولید» برای تحلیل یک متن رسانه‌ای پیشنهاد می‌کنند. آن‌ها دو سطح کلی «میزانسن» و «رمزهای فنی» را برای تحلیل سازه که نخستین مرحله از مراحل پنج‌گانه است انتخاب می‌کنند. با توجه به روش کیت سلبی و ران کادوری باید ذکر کرد به‌غیراز مبحث سازه، برای بررسی هر فیلم نیاز به شش گام مهم فرعی است. (سلبی و کادوری، ۱۳۸۰، ۹۹-۱۱۶)

گام اول: بعد از مشاهده فیلم الگو یا ساختاری در آن شناسایی می‌شود.

گام دوم: سکانس افتتاحیه را تحلیل کرده و اگر موضوع روشن نشد، سکانسی از اوایل فیلم تحلیل می‌شود که یکی، دو شخصیت اصلی در آن حضورداشته باشند.

گام سوم: سکانس دوم از فیلم برای تحلیل انتخاب می‌شود.

گام چهارم: سکانس سوم از فیلم برای تحلیل انتخاب می‌شود.

گام پنجم: سکانس چهارم از فیلم برای تحلیل انتخاب می‌شود.

گام ششم: در این مرحله به موضوعات مرتبط با جنبه مهم روایت در متن رسانه توجه می‌شود؛ زیرا وقتی به تحلیل قسمتی از یک مجموعه پرداخته می‌شود باید نوع ساختار روایی آن را شناخت.

گام‌های عملیاتی تحلیل سکانس‌ها

باوجود این برای بررسی بازنمایی افغان‌ها در هر فیلم ابتدا شناسنامه فیلم‌ها بررسی شده و برای درک بهتر داستان فیلم مورد مطالعه قرار گرفت. در ادامه ۴ سکانسی که بر اساس ۶ گام مذکور انتخاب‌شده؛ جدا از هم بعد از ذکر خلاصه صحنه در پوشش جدولی حول محور سازه (میزانسن، رمزهای فنی) بررسی‌شده اند. میزانسن شامل مواردی چون صحنه‌پردازی، وسایل صحنه، رمزهای ارتباط غیرکلامی و رمزهای لباس است و رمزهای فنی شامل اندازه نما، زاویه دوربین، نوع عدسی، ترکیب‌بندی، وضوح، رمزهای نورپردازی، رمزهای سینمایی است که با در نظر گرفتن چگونگی آن‌ها از دلالت پنهان آن‌ها پرده برداشته شد.

الگوی استوارت‌هال

همان‌طور که در سطور پیشین ذکر شدهال در نظریه بازتاب تحت عنوان سه رهیافت (بازتابی، نیت گرا و سازه انگار) و با استفاده از کلیشه‌سازی، طبیعی‌سازی و برجسته‌سازی به

بازنمایی می‌پردازد. برای ارائه روش ابتدا از رمزهای مختلف و کاربردی‌ای که معمولاً در هر بازنمایی مهم تلقی می‌شوند استفاده‌شده و آن‌ها جدا از یکدیگر برای هر سکانس شرح داده شدند. این رمزها شامل موارد زیر هستند:

- ظاهر
- چهره‌پردازی
- گفتار
- صدا و موسیقی
- تدوین
- شخصیت
- گفتگو
- زمان
- نقش‌آفرینان

سپس از این رمزها به همراه رمزهایی که در بخش تحلیل سازه کیت سلبی و ران کادوری معرفی شده‌اند، در جدولی شامل مواردی نظیر کلیشه‌سازی؛ برجسته‌سازی. طبیعی‌سازی برای کشف و معنا استفاده‌شده است.

معرفی اجمالی جامعه آماری

در ابتدا بالغ بر ۲۶ فیلم به منزله جامعه آماری پژوهش یافت شد که افغان‌ها را در قالب شخصیت اصلی، فرعی و یا حتی در یک سکانس نشان می‌داد. ازآنجایی‌که مفهوم بازنمایی به تولید و بازتولید یک جریان مرتبط است و ایرانی‌ها بیشتر با افغان‌های ساکن ایران ارتباط دارند، به همین دلیل فیلم‌های: گل‌چهره، خاک و مرجان، آخرین ملکه زمین، سفر قندهار، مزار شریف، عروس افغان و پنج عصر که داستان آنها در ایران نمی‌گذرد، حذف گردید. سپس فیلم‌هایی نظیر بهشت جای دیگری است، سیمای زنی در دوردست، مجنون لیلی، من، ابد و یک روز، آتش‌بس و... که افغان‌ها را در نقش فرعی و یا فقط در یک سکانس نشان می‌داد، حذف شد.

فیلم بای‌سیکل‌ران به علت اهمیت فراوان آن از این‌جهت که برای اولین بار به بازنمایی مردم افغان در سینمای ایران به‌عنوان شخصیت اول می‌پردازد در این لیست باقی ماند. درنهایت ۸ فیلم برجسته برای تحلیل در رساله انتخاب گردید که در آن‌ها شخصیت‌های افغان همگی نقش اصلی را به عهده دارند. لیست موجود به شرح ذیر است:

- بای‌سیکل‌ران
- جمعه
- باران
- دلبران
- حیران
- چند مترمکعب عشق
- شنل
- رفتن

یافته‌های تحقیق

در این بخش به تحلیل داده‌هایی که از طریق روش نشانه‌شناسی هال، سلبی و کادوری به دست آمده، پرداخته‌شده است. از طرفی هنگام بررسی داده‌ها اشتراکات و تفاوت‌هایی در چگونگی بازنمایی مردم افغان در سینمای ایران وجود دارد که در جدول زیر این موارد ارائه شده است. آنچه در این قسمت اهمیت دارد دست‌یابی به تحلیل مواردی است که در یافتن چگونگی بازنمایی افغان در سینمای ایران، یاری رسانده است. بر اساس یافته‌ها موارد کلیشه‌ای و برجسته موجود در هر فیلم از قرار زیر است:

□ جدول بررسی شخصیت فیلم‌ها بر اساس کلیشه‌سازی و برجسته‌سازی استوارت‌هال

نام فیلم	بای سیکل ران	جمعه	دلبران	باران	حیران	چند مترمکعب عشق	شنل	رفتن
سال تولید	۱۳۶۷	۱۳۷۸	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۷	۱۳۹۲	۱۳۹۵	۱۳۹۷
نام شخصیت	نسیم	جمعه	کعیم	باران	حیران	مرونا	صحرا	فرشته/ نبی
جنسیت	مرد	مرد	مرد (نوجوان)	زن (نوجوان)	مرد	زن	زن	زن/ مرد
شغل	ندارد	کارگر طویله	کارگر قهوه‌خانه	کارگر ساختمان	خیاط	خانه‌دار	پرستار	خیاط/ ندارد
خانه	ندارد	مستأجر است	مستأجر است	مستأجر است	مستأجر است	مستأجر است	دارد	دارد/ ندارد
لباس	کهنه محلی	کهنه	کهنه	کهنه محلی	کهنه	کهنه	نو و شیک	کهنه
حق تحصیل	ندارد	ندارد	ندارد	ندارد	دارد	_	دارد	دارد/ _
وسیله نقلیه شخصی	ندارد	دوچرخه	ندارد	ندارد	دوچرخه	ندارد	ماشین	ندارد
ازدواج با ایرانی	_	عاشق می‌شود ولی نمی‌تواند	_	عاشق می‌شود ولی نمی‌تواند	ناموفق	نافرجام	موفق	_
محافظه‌کار	است	است	است	است	است	است	نیست	نیست/ نیست
خانواده گرا و مردسالار	است	است	است	است	است	است	نیست	است/ است
نژادپرستی ایرانی‌ها	دیده می‌شود	دیده می‌شود	دیده می‌شود	دیده می‌شود	دیده می‌شود	دیده می‌شود	دیده می‌شود	دیده می‌شود

نتیجه‌گیری

در تمام سال‌هایی که سینمای ایران به موضوع مردم کشور همسایه، افغانستان پرداخته نمایش این مردم در این فیلم‌ها با تصویر مهاجری جنگ‌زده عجین بوده و تصویر فرهنگی مردم ایران از قوم افغان را تحت‌الشعاع قرار داده است. با تحلیل تمامی داده‌های موجود، سیر تحولی در بازنمایی افغان‌ها از بدو ورودشان به ایران تاکنون در مسیری رو به پیشرفت در عرصه توفیقات فردی و اجتماعی همراه بوده است.

از اواسط دهه شصت شمسی افغان‌ها به‌صورت کلیشه‌ای به‌عنوان شهروند درجه دومی دیده می‌شوند که حکم دیگری و غریبه را برای مردم ایران دارند. آن‌ها افرادی با توان مالی و طبقه اجتماعی و هم‌چنین جایگاه فرهنگی پایین هستند که برای آن‌ها بی‌پناهی، بیکاری، لباس نامناسب و حتی مریضی را به بار آورده است. البته شخصیت افغان در جهت بدتر نشدن شرایط موجود در قبال یک شخصیت ایرانی که با تفاخر و دیدگاه نژادپرستانه رفتار می‌کند؛ مطیع، قانع و حتی محافظه‌کارانه برخورد می‌کند تا حدی که مظلومیت نیز به یکی از صفات اصلی شخصیت‌های افغان بدل می‌شود. تلاش فرد افغان به منظور حفظ کانون خانواده حتی این فرصت را از او سلب می‌کند که به ادامه تحصیل یا تهیه یک وسیله نقلیه فکر کند.

در دهه هفتاد باوجود اینکه او هنوز در سطح پایینی از جایگاه اجتماعی و فرهنگی و مالی قرار دارد که ناشی از مناسبات او با ایرانیان متفاخر و نژادپرستی است اما حالا فرصت این را پیداکرده که کار کند، سرپناهی داشته باشد، لباس بهتری نسبتاً به گذشته بر تن کند و حتی عاشق یک دختر ایرانی شود و جسورانه به او ابراز علاقه کند. برای اولین بار حضور نوجوانان و زن‌های افغان به‌صورت کاملاً برجسته در فیلم‌ها می‌شود که برای حفظ کانون خانواده، زندگی بهتر و امید به تحصیل، کارگری می‌کنند. شخصیت افغان حالا حتی فرصت پیداکرده که دوچرخه‌ای برای خود تهیه کند که برای تردد او از مکانی به مکانی دیگر مثمر ثمر واقع شود و با تمام گفته‌های موجود، از محافظه‌کاری او اندکی کم شده و در بعضی از موقعیت‌ها معترض است.

در دهه هشتاد رگه‌های تفاخر و نژادپرستی ایرانی‌ها کمتر دیده می‌شود و شخصیت افغان حالا فرصت این را پیداکرده که به‌جای کارگری ساختمان، در کارگاه خیاطی کار کند یا با ایرانی تشکیل خانواده دهد و حتی در دانشگاه به‌عنوان دانشجوی ممتاز حضور پیدا کند.

در دهه نود باوجود اینکه هنوز شخصیت‌ها متعلق به خانواده‌های سنتی و مردسالار هستند و رگه‌هایی از تفاخر و نژادپرستی از سوی ایرانی‌ها دیده می‌شود اما شخصیت افغان سعی می‌کند مستقل و فردگرا باشد که با اعتراض به نابرابری‌های موجود و دفاع از حق خود بتواند به خواسته‌هایش نظیر عشق، ثروت، خانه و اتومبیل مناسب، تحصیلات دانشگاهی، شغلی آبرومند و درنهایت زندگی بهتر دست یابد. این برجسته‌سازی‌ها به گونه ایست که حالا شخصیت ایرانی نیز برای تحقق آرزوهای شخصیت افغان از تمام قوای خود استفاده می‌کند. درواقع این امر نشان می‌دهد که کارگردانان ایرانی که فیلم‌هایی بر محور شخصیت افغان ساخته‌اند طی گذر از دهه‌های بعد از انقلاب به تدریج شخصیت افغان را از سطح مظلوم و محکوم در شرایط و اوضاع اجتماعی ایران به سطح مقبول و مؤثر ارتقا داده‌اند؛ به‌گونه‌ای که شخصیت افغان و ایرانی در فیلم‌های دهه نود هم‌سطح یکدیگر قرار می‌گیرند و حتی می‌توان گفت افغان‌ها دیگر راضی به زندگی در ایران نیستند و از ایران نیز مهاجرت می‌کنند.

درواقع باید گفت در دهه نود دیگر کلیشه‌های تکراری از شخصیت افغان تغییر کرده، کنار گذاشته شده و فرد افغان کم‌کم به شخصیت برجسته‌ای تبدیل می‌شود که حتی گاهی توانسته به جایگاه بالایی در اجتماع برسد و اگر تفاخر و نژادپرستی‌ای از سوی ایرانی‌ها دیده می‌شود متعلق به یک شخصیت کم‌شعور یا مغرض است که در فیلم تقبیح می‌شود و چنین کنشی قابل تعمیم به کل جامعه نیست.

منابع فارسی

- ایرانی، پور (۱۳۸۸) *برجسته‌سازی*. تهران:کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۳.
- پاینده، حسین (۱۳۹۶) *نقد ادبی و دموکراسی*. تهران: نیلوفر.
- سروی زرگر، مهدی (۱۳۸۸) *بررسی بازنمایی ایران در سینمای‌هالیوود*. تهران: تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۴.
- سروی زرگر،، مهدی (۱۳۸۹) نظریه بازنمایی در مطالعات فرهنگی (ki-ankiani.com)
- سلبی، کیت/ کادوری، ران (۱۳۸۰) *راهنمای بررسی تلویزیون*. مترجم: علی عامری مهابادی، تهران: سروش.
- هال، استوارت (۱۳۹۶) *معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی*. مترجم: احمد

گل محمدی، تهران: نی
– هال، استوارت (۱۳۹۴) *درباره مطالعات فرهنگی*. مترجم: جمال محمدی، تهران: چشمه
– هال، استوارت (۱۳۹۶) *درآمدی بر فهم جامعهٔ مدرن*. مترجم: محمد نبوی، تهران: آگه
– هیوارد، سوزان (۱۳۸۸) *مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی*. مترجم: فتاح محمدی، تهران: هزاره سوم
- H, Stuart (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Stage, London