



درس ۵

از بازنمایی تا کلیشه

در درس قبل، از شما خواسته شد به حداقل سه مورد از برنامه‌های تلویزیونی (فیلم‌ها، مجموعه‌های تلویزیونی، تبلیغات و مستندات داخلی و خارجی) در حال پخش دقت کنید. **تعداد، ترکیب و نقش اعضای خانواده، چگونگی روابط خانوادگی و تعداد فرزندان** را تحلیل کنید. این جلسه تحلیل خود را در کلاس ارائه و با دیگر هم‌کلاسی‌ها مقایسه کنید.

گفت‌وگوی کلاسی



آیا شباهت و تفاوتی بین یافته‌ها مشاهده می‌کنید؟ هر یک از موارد زیر در رسانه‌ها چگونه نمایش داده می‌شود؟

- تعداد اعضای خانواده
- ترکیب اعضای خانواده
- نقش اعضا در خانواده
- روابط بین اعضای خانواده

کلیشه سازی

اگر رسانه یا رسانه‌ها در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار بورزند و در طول زمان و به اشکال مختلف آن را تکرار نمایند، می‌توانند آن بازنمایی را به «کلیشه» تبدیل کنند. به بیان دیگر، رسانه، راه‌های مجسم کردن برخی گروه‌ها، هویت‌ها و موقعیت‌ها را به ما می‌آموزد. زمانی که این تصورات با مردم ارتباط پیدا کند، با عنوان کلیشه تعریف می‌شود. کلیشه‌سازی نوعی بازنمایی است که در آن، هر بار به یاد یک مفهوم، شخص یا گروه می‌افتیم، بلافاصله کلیشه ساخته شده توسط رسانه‌ها در ذهن ما می‌آید و در قضاوت و تصمیم‌گیری‌های ما نسبت به افراد و اتفاقات پیرامون مان تأثیر می‌گذارد. با شنیدن عبارات زیر چه مفاهیمی در ذهن شما تداعی می‌شود؟

■ لوازم صوتی و تصویری ژاپنی

■ خودروهای سواری آلمانی

■ اجناس چینی

در سال‌های اخیر شاهد بوده‌ایم که گاهی مشاغل و یا گروه‌های مختلف به صدا و سیما نسبت به نمایش برخی فیلم‌ها اعتراض کرده‌اند؛ مثلاً جامعه پزشکی از مجموعه‌ای تلویزیونی که آنها را افرادی پول‌پرست به تصویر کشیده بود، انتقاد، و در عمل، از ادامه تولید آن جلوگیری کردند. آنها نگران بودند که با نمایش آن مجموعه، کلیشه‌ای منفی از پزشکان در ذهن مردم جای بگیرد.



زمانی که یک شرکت تولیدکننده تلفن همراه با مشاهده انفجار باتری‌ها در محصولی از شرکت که در سطح وسیع توزیع شده، دستور جمع‌آوری آن محصول را می‌دهد، با این کار سعی می‌کند محبوبیت محصولات و کلیشه مثبت نام تجاری خود را، با جمع‌آوری محصولات معیوب، نزد مخاطبان حفظ کند.

گفت‌وگوی کلاسی



با توجه به بررسی و مطالعه‌ای که در مورد بازنمایی رسانه‌ها در موضوع خانواده کرده‌اید، اینک بگوئید کدام یک از گزاره‌های زیر توسط رسانه‌ها در مورد خانواده، نقش‌های خانوادگی و فضای خانه، به کلیشه تبدیل شده است. دلایل و شواهد خود را ذکر، و مواردی نیز به آن اضافه کنید.

■ پدر به عنوان شخصیتی دلسوز که در کشاکش حوادث خانواده، نقش سپر بلا و سنگ زیرین آسیاب را بر عهده دارد.

■ پدر به عنوان شخصیتی دیکتاتور که بدون علم و آگاهی، دائماً حرف زور می‌زند.

■ مادر به عنوان فردی مهربان و فداکار که پناهگاه و محور عاطفی برای همه اعضای خانواده است.

■ محیط خانه همراه با میلمان و گفت‌وگو و دیدن تلویزیون، همراه با نشستن روی مبل و استفاده از میز ناهارخوری.

■ آشپزخانه باز در محیط خانه در مقابل آشپزخانه جدا و دور از چشم میهمانان.

■ فضای خانه روستایی یعنی فضاهای باز با رنگ سبز و زندگی در دل طبیعت.

انواع کلیشه‌سازی

همان‌طور که مفهوم بازنمایی به خودی خود، نه مثبت است، نه منفی، کلیشه‌سازی و کلیشه‌ها نیز مستقلاً نمی‌توانند مورد قضاوت قرار گیرند.

کلیشه‌های مثبت احترام، ارزش و محبوبیتی غیرواقعی و بر پایه‌ای غیرمنطقی برای عده‌ای، بدون دلیلی خاص به وجود می‌آورند؛ به‌طور مثال قضاوت مثبت پیرامون افراد بر پایه نوع لباس یا شکل ظاهری آنها.

یکی از نمونه‌های منفی کلیشه‌سازی، بازنمایی اعتیاد در رسانه‌ها است. معمولاً از معتادان، کلیشه‌ای به صورت افرادی کثیف، بیمار، لاغر، در حال افتادن در جوی آب یا کنار خیابان با فقر مالی و خانواده‌ای

نابسامان در رسانه‌ها بازنمایی می‌شود، در حالی که در بخش مرفه جامعه و افراد به ظاهر تمیز و ثروتمند نیز با گسترش پدیدهٔ سیاه‌اعتیاد روبه‌رو هستیم؛ ولی از آنجا که بخش مهمی از رسانه‌ها، احساس مسئولیت اجتماعی می‌کنند در بازنمایی معتادان می‌کوشند جاذبه‌ای حتی حاشیه‌ای و اندک نیز برای نسل جدید و جامعه ایجاد نکنند. رسانه‌ها در بازنمایی، مرحلهٔ آخر اعتیاد را نشان می‌دهند.

تکرار و تعمیم

هرچند کلیشه‌سازی فرایندی دائمی در ذهن است ولی رسانه‌ها با فن «تکرار» باعث تقویت ایجاد کلیشه می‌شوند. این تکرار باعث می‌شود گیرنده پیام به‌طور ناخودآگاه به «تعمیم» نادرستی دست بزنند و به عبارت دیگر هدف اصلی رسانه‌ها در کلیشه‌سازی همین تعمیم‌ها در ذهن مخاطب است. مثلاً همهٔ ایرانی‌ها یا پزشکان، یک‌گونه نیستند؛ ولی رسانه‌ها با تکرار و ایجاد تعمیم در ذهن مخاطب، همهٔ اعضای هر جمع را به یک‌گونه در ذهن گیرندگان پیام، قالب می‌زنند.

اینها دو تصویر از فیلم ضد ایرانی «۳۰۰» است که چهره‌های ایرانیان را به عنوان افرادی وحشی و خون‌ریز به تصویر کشیده است. اگر چهره‌های به تصویر کشیده شده در این فیلم یا فیلم‌هایی مانند آرگو، اسکندر کبیر و ... آن‌چنان در ذهن مخاطبان تعمیم داده شود که به عنوان نمایندهٔ ایرانیان معرفی شود، کلیشهٔ مورد نظر ساخته شده و سازندگان فیلم در تخریب چهرهٔ ایرانیان به هدف خود رسیده‌اند.



بازنمایی سپاهیان ایرانی در فیلم ۳۰۰



بازنمایی خشایار شاه در فیلم ۳۰۰

شاید به نظر برسد که بازی‌های ویدئویی از این قاعده پیروی نمی‌کنند، اما با کمی دقت بر ویژگی‌های قهرمانان و ضدقهرمانان، روند بازی و عوامل امتیازآور، تکرار ویژگی‌ها، رفتارها و سبک زندگی در بازی‌های ویدئویی قابل مشاهده است. کلیشه‌سازی در مجموعه‌های تلویزیونی نیز از این قاعده پیروی می‌کند.



به نظر شما، چه کلیشه‌ای از ایرانیان در ذهن مردم جهان توسط رسانه‌ها شکل گرفته است؟ شما چه نمونه‌هایی از کلیشه‌سازی ایران، ایرانیان و مسلمانان در صنعت سینمای جهان سراغ دارید؟



■ حال فیلم «معرفی ایران» را ببینید. در این فیلم، ایران و ایرانی چگونه بازنمایی شده است؟ به نظر شما چگونه می‌توان این‌گونه بازنمایی‌ها را در ذهن مردم جهان به کلیشه ذهنی آنها از ایرانیان تبدیل کرد؟

■ آیا در ذهن شما، کلیشه‌ای از مردم ژاپن یا چین یا امریکا وجود دارد؟ اگر آری، در مورد علّت‌ها و چگونگی تشکیل آن و همچنین میزان واقعی بودنش در کلاس گفت‌و‌گو کنید. می‌توانید این گفت‌و‌گو را به سایر ملّت‌ها نیز توسعه دهید.

■ فیلم‌های «زود قضاوت نکن» و «باب اسفنجی» را مشاهده کنید. به نظر شما تأثیر جنایات وهابیت و گروهک‌های تکفیری مانند داعش در بازنمایی از اسلام در جهان چگونه بوده است. آیا این تصویر، به کلیشه‌ای برای بازنمایی اسلام تبدیل شده است؟ آیا ایجاد کلیشه به منظور نمایش قساوت و خون‌ریزی و ترور، برای وهابیت و داعش، درست است؟





یکی از دو فعالیت زیر را انجام دهید.

■ با تمرکز بر رسانه‌های اطرافتان چند کلیشه ساخته شده توسط رسانه‌ها را پیدا کنید و پیامدهای پذیرفتن آن کلیشه‌ها را بنویسید. در این میان مشخص کنید کدام یک از این کلیشه‌ها بار ارزشی مثبت دارد.

.....

.....

.....

■ بررسی کنید که چه رابطه‌ای بین دو مفهوم کلیشه و نام تجاری (برند) وجود دارد.

.....

.....

.....



- ۱ کلیشه‌سازی وقتی موفقیت‌آمیز خواهد بود که راه رسیدن اطلاعات به مخاطبان به کلیشه‌ساز منحصر شود؛ یعنی تصویر دیگری توسط منبع دیگری به گیرنده پیام منتقل نشود.
 - ۲ گروه‌های سیاسی با برجسته کردن رفتار منفی یک عضو گروه مقابل و تکرار آن به شکل‌های مختلف، آن رفتار را به همه اعضای گروه رقیب تعمیم می‌دهند و برای معرفی گروه سیاسی رقیب خود، آن رفتار را کلیشه می‌کنند.
- به نظر شما جایگاه تفکر و ذهن هوشمند در چنین وضعیتی چه می‌تواند باشد؟