

تحلیل تحولات رویکرد شرق‌شناسانه در مجله نشنال جئوگرافیک

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۲۲

نوشته

زهرا مجدیدی زاده*

اعظم راودراد**

منصوره حجاری***

چکیده

نقش رسانه‌ها، در تأثیر بر افکار عمومی و وجود شکاف میان واقعیت و آنچه در رسانه‌ها نمایش داده می‌شود، موجب شده تلاش‌های گسترده‌ای برای توصیف، تبیین و ارزیابی نحوه بازنمایی پدیده‌ها و گروه‌های خاص در رسانه‌های مختلف، صورت پذیرد؛ این امر، یکی از موضوع‌های اساسی در تحلیل محتوای رسانه‌ها به‌شمار می‌رود. شرق‌شناسی ادوارد سعید و به دنبال آن پژوهش‌های متعددی که به منظور ارزیابی نحوه بازنمایی شرق در متون و رسانه‌های غربی، انجام شده، نشان می‌دهد در این رسانه‌ها، شرق، دیگری فرودست غرب به نمایش درآمده است. هدف پژوهش حاضر، تحلیل بازنمایی شرق و غرب در تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک از نخستین شماره آن تا پایان سال ۲۰۰۰ بود و در این راستا، تمام شماره‌های این نشریه، در طول این ۱۱۲ سال که دارای تصویر روی جلد بود، مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که در این نشریه، شرق با موجودیت زنانه، کودکی و سالمندی، احساسات و خرافات، فقر، سنت و فعالیت‌های آیینی و اقتصادی سطح پایین، همراه شده، این در حالی است که غرب با موجودیت مردانه، جوانی، منطق، فناوری، ثروت، مدرن و فعالیت‌های تفریحی و علمی، به تصویر کشیده شده است. بر اساس مضامین غالب حاصل از این یافته‌ها، این غرب ساخت یافته و رشد یافته است که شرق بی‌هدف، خسته و رشد نایافته را کنترل می‌کند. با وجود این و اگرچه نتایج نشان می‌دهد که رویکرد اساسی این نشریه همچنان شرق‌شناسی است؛ اما مقایسه تصاویر در دوره‌های مختلف آن، نشان‌دهنده رخ دادن تغییراتی در نحوه بازنمایی شرق در این مجله است. به این ترتیب که مشروعیت بخشی به تسلط غرب بر شرق در دوره‌های نخست، با نمایش برتری ذاتی و ماهوی غرب همراه بوده که در دوره‌های بعدی به پذیرش امکان تحول و توسعه در شرق به شرط انتقال فرهنگ و فناوری از غرب، تبدیل شده است.

کلیدواژه: بازنمایی، دیگری‌سازی، شرق‌شناسی، کلیشه، نشنال جئوگرافیک.

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

Zahra.majdizade@ut.ac.ir

** استاد تمام گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)، تهران، ایران ravadradd@ut.ac.ir

*** دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران hajjari@ut.ac.ir

مقدمه

امروزه، با یک چرخش بصری مواجه هستیم که منظور از آن تکیه بر تصاویر به جای متن، برای فهم و درک جهان است. تصاویر، چنان در زندگی ما اهمیت یافته‌اند که نه تنها بینش و فهم ما را از جهان شکل می‌دهند؛ حتی می‌توانند ما را کنترل کنند. در این میان، آنچه اهمیت دارد آن است که صرف دسترسی به تصاویر، نمی‌تواند ما را به حقیقت رهنمون کند. نظام‌های قدرت با تقسیم امر محسوس، حتی دیدن انسان‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند و تعیین می‌کنند که چه چیزهایی چگونه دیده شوند و چه چیزهایی دیده نشوند. بدین ترتیب که ما تصاویر را آن‌گونه می‌بینیم که نظام‌های قدرت می‌خواهند (میرزوف، ۲۰۰۹). تصاویر، همچنین نقش ویژه‌ای در شکل‌دهی به ارزش‌ها و باورهای انسانی دارند (کالوف و امثور، ۲۰۱۰: ۱۳). بر این اساس، رسانه‌های غربی و به‌ویژه رسانه‌های تصویری آن، با داشتن مخاطبانی از سراسر جهان، نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی جهانیان و درک و فهم آن‌ها از جهان دارند. در نتیجه، اینکه این رسانه‌ها، در مورد غیر غربی‌ها چه می‌گویند و آنها را چگونه توصیف می‌کنند، اهمیت بیشتری می‌یابد.

پیش‌تر، تحقیقات ادوارد سعید، نشان داده که متون شرق‌شناسی غرب، شرق را با برخی کلیشه‌ها و انگاره‌های منفی نمایش می‌دهند که نتیجه آن، نمایش شرق، به عنوان دیگری فرودست غرب و مشروعیت‌بخشی به سلطه و استعمار غرب بوده است. پژوهش‌های بعدی، وجود چنین کلیشه‌هایی را در رسانه‌های غربی و به‌ویژه هالیوود، تأیید کرده و نشان داده رسانه‌های غربی، یکی از منابع اصلی بازتولید و اشاعه‌گفتمان شرق‌شناسی و انگاره‌سازی‌های منفی از شرق بوده‌اند.

در این راستا، پژوهش حاضر، به دنبال آن است که نحوه‌ی بازنمایی شرق را، در مجله‌ی نشنال جئوگرافیک از نخستین شماره تا پایان سال ۲۰۰۰ مورد مطالعه قرار دهد. دلیل انتخاب این رسانه از میان سایر رسانه‌های تصویری غرب، این بود که بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص نحوه‌ی بازنمایی شرق در رسانه‌های غربی، بر هالیوود تمرکز کرده‌اند و مجله‌ها کمتر مورد توجه بوده‌اند. این در حالی است که این نشریه همواره، یکی از پرطرفدارترین نشریه‌های عامه‌پسند ایالات متحده بوده است. در سال ۲۰۱۹، بازدیدکنندگان این نشریه ۲۳/۲ میلیون نفر در جهان و ۱۴/۴ میلیون نفر در ایالات متحده بوده‌اند. همچنین تعداد بازدیدکنندگان تارنمای آن ۹۸/۸ میلیون نفر در سطح جهان و ۶۰/۵ میلیون نفر در ایالات متحده بوده‌اند. این نشریه در سال ۲۰۱۹، ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار فیسبوک و ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار اینستاگرام ۳/۰۴ میلیون مخاطب داشته است (مجله‌ی نشنال جئوگرافیک، ۲۰۱۹). در حال حاضر نیز، این نشریه به ۳۱ زبان در

سرتاسر جهان منتشر می‌شود. از این منظر، می‌توان آن را یکی از رسانه‌های تأثیرگذار بر افکار عمومی آمریکایی‌ها و سایر افراد در سطح جهان تلقی کرد. از دیگر ویژگی‌های این نشریه، این است که رویکرد اصلی آن، نمایش انسان و طبیعت است و بر خلاف بسیاری از نشریه‌های دیگر، عکس روی جلد آن به تصویر افراد شاخص و مشهور اختصاص نیافته است. بنابراین، سؤال اصلی پژوهش حاضر، این است که مجله نشنال جئوگرافیک آمریکا، چه در پیچه‌ای از شرق و غرب را به روی مخاطبان خود گشوده و در رابطه با هریک، چه چیزهایی را نمایش داده و آن را چگونه به تصویر می‌کشد؟ آیا این نشریه نیز، سعی در بازتولید کلیشه‌های رایج رسانه‌های غربی از شرق دارد؟ نحوه بازنمایی شرق و غرب در این نشریه، در طول زمان و طی یک دوره چهل ساله، چه تغییراتی داشته است؟

پیشینه تحقیق

تاکنون، مطالعات متعددی در زمینه نحوه بازنمایی غرب از شرق انجام شده که می‌توان آن‌ها را در دو دسته کلی قرار داد. دسته نخست، پژوهش‌هایی هستند که به صورت کلی، در رابطه با بازنمایی شرقی‌ها در رسانه‌های غربی اظهار نظر می‌کنند و پژوهش‌های دسته دوم، مواردی هستند که بر یک گروه خاص از شرقی‌ها و بازنمایی آن در رسانه‌های غربی متمرکز شده‌اند. در این زمینه، در ایران پژوهش‌های گسترده‌ای در خصوص نحوه بازنمایی ایران یا اسلام، به عنوان دیگری‌های غرب انجام شده که تکیه اصلی آن‌ها نیز، بر مطالعه رسانه سینما و هالیوود بوده است. در ادامه، برخی از نتایج این پژوهش‌ها مرور خواهد شد.

۱. نحوه بازنمایی شرق در رسانه‌های غربی

ادوارد سعید (۱۳۷۷)، چهار محور اصلی در بازنمایی غرب از شرق را نشان داده است: ۱. وجود اختلافات مطلق و منظم میان شرق و غرب؛ ۲. تکیه بازنمایی‌ها بر تفاسیر ذهنی غرب از شرق و نادیده گرفتن واقعیت‌ها جوامع مدرن شرقی؛ ۳. راکد بودن شرق و عدم توانایی آن برای تعیین هویت خود؛ ۴. وابستگی و فرمانبرداری شرق در برابر غرب (به نقل از فزلسفلی و میرخوشخو، ۱۳۸۹: ۹-۱۰).

لوتز و کالینز نیز، در پژوهش خود نشان داده‌اند که غرب، غیر غربی‌ها را، انسان‌های طبیعی بازنمایی می‌کند. در این تصاویر، بیشتر آن‌ها معنوی‌تر نشان داده می‌شوند و برای هماهنگی با طبیعت، لباس کمتری دارند. رسانه‌های غربی همچنین، نشان می‌دهند انسان غربی از نظر فناوری پیشرفته بوده و با طبیعت بیگانه است؛ در حالی که انسان غیر غربی از فناوری بی‌بهره بوده و یا از اشکال ساده آن استفاده می‌کند. به عقیده لوتز و کالینز، شرقی‌ها به صورت عجیب و غریب، آرمانی شده، طبیعی شده و جنسی شده به تصویر کشیده می‌شوند؛ همچنین آنها خوشحال،

نه‌چندان تنگدست، کوشا و قانع هستند (لوتز و کالینز، ۱۹۹۳: ۹۸). ترنر^۱ نشان داده است در رسانه‌های غربی، شرقی‌ها، نمایندگان عصر هماهنگی انسان و طبیعت، قدرت استبدادی، شهوترانی، غیر عقلانی و تن‌پرور، معرفی می‌شوند. همچنین در گفتمان شرق‌شناسی، شرق بیشتر موجودیتی زنانه، منفعل، مطیع و نامقبول است (ترنر، ۱۳۸۳: ۱۷۱ - ۷۶). شرق‌شناسان، ملل شرقی را با ویژگی‌هایی همچون غیرمنطقی، عقب‌ماندگی، ضد دموکراتیک، وحشی، خطرناک، بزهکار، شهوت‌پرست و تنبل، در برابر ملل غربی منطقی، عقل‌گرا، صلح‌طلب، آزادی‌خواه، فعال و کوشا نمایش داده‌اند (عباس‌زاده، ۱۳۹۰: ۲۱۴-۱۵). همچنین، نشان داده می‌شود توانایی شرقی‌ها، در نوآوری و توسعه علمی کمتر از غرب است و در این خصوص محتاج به غرب هستند (بیچرانلو، ۱۳۹۱: ۴۲).

۲. نحوه بازنمایی گروهی خاص از شرق در رسانه‌های غربی

این دسته از پژوهش‌ها نشان می‌دهند که چگونه کلیشه‌های شرق‌شناسی، در مورد برخی گروه‌های قومی، نژادی، دینی و ملی که از سوی غرب، دیگری شناخته می‌شوند، صدق می‌کند و این گروه‌ها، در رسانه‌های غربی چگونه بازنمایی شده‌اند. بیشتر پژوهش‌هایی که در ایران در این زمینه انجام شده است بر بازنمایی ایران یا اسلام در هالیوود، متمرکز شده‌اند.

برای نمونه، گیویان و سروی زرگر، با استفاده از تحلیل گفتمان انتقادی، بازنمایی ایران را در هالیوود مطالعه کرده و به نتایج مشابهی رسیده‌اند. پژوهش ایشان، تقابل‌های دوتایی میان ایران و غرب را نشان می‌دهد که در آن غرب با ویژگی‌های آرامش، قربانی تروریسم، خرد، فعال، رفاه، بی‌طرفی، آزاد، پیشرفته، شجاع و فاتح معرفی می‌شود و در نقطه مقابل آن ایران نماینده خشونت، تروریسم، بی‌خردی، انفعال، فقر، جانبداری، بردگی، عقب‌ماندگی، ترس، مغلوب بودن است (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸: ۱۷۰).

بیچرانلو، با نشانه‌شناسی بازنمایی ایرانیان در هالیوود، نشان داده هالیوود، ایران را کشوری متجاوز، مرموز، جنگ‌طلب، و زیاده‌خواه به تصویر کشیده است که همگی از کلیشه‌های رایج شرق‌شناسی هستند (بیچرانلو، ۱۳۹۱: ۶۳). برای نمونه‌ای دیگر، نادری و همکاران، از روش تحلیل محتوای کیفی برای مطالعه بازنمایی ایران در هالیوود، استفاده کرده‌اند. نتایج تحقیق آنها نیز نشان می‌دهد ایرانیان به تصویر کشیده در هالیوود، دارای ویژگی‌های منفی همچون جنگ‌طلبی، ثروت‌اندوزی، ترسو و بزدل بودن، زشتی و کزیه‌المنظر بودن، مردسالاری، برده‌داری، هرزگی و زن‌بارگی هستند (نادری و همکاران ۱۳۹۳: ۱۴۱-۴۸).

پژوهشگران ایرانی، در زمینه بازنمایی مسلمانان نیز، پژوهش‌های متعددی انجام داده‌اند. برای نمونه، غیاثیان بر نشریه‌های غربی متمرکز شده و با استفاده از روش تحلیل گفتمان و

مطالعه چهار نشریه تایم، نیوزویک، گاردین و دیلی تلگراف، نشان داده بازنمایی گروه‌های خودی در راستای مثبت‌نمایی خود و بازنمایی گروه‌های غیر خودی از جمله مسلمانان، در راستای منفی‌نمایی دیگران بوده است (غیاثیان، ۱۳۸۶: ۲۰۵). بیچرانلو نیز، در مطالعه‌ی نشانه‌شناسی بازنمایی مسلمانان در هالیوود، نشان داده مسلمانان، با ویژگی‌های خشونت، خطرناک بودن، تروریسم، بنیادگرایی، رادیکالیسم، غیر عقلانی و تندرو، به نمایش درآمده‌اند و در نقطه‌ی مقابل، غربی‌ها قربانیان بی‌گناه و معصوم تروریسم به تصویر کشیده شده‌اند که با تروریسم مبارزه می‌کنند (بیچرانلو، ۱۳۸۹: ۱۴۲ - ۴۳). مطالعه‌ی دهقان و حاجی محمدی روی وب‌نوشت‌های خبری آمریکا که در مقایسه با هالیوود، رسانه‌های جدیدتری محسوب می‌شوند نیز، استفاده از کلیشه‌های رایج شرق‌شناسی در این وب‌نوشت‌ها را نشان داده است (دهقان و حاجی محمدی، ۱۳۹۲: ۶۷).

بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌های غربی، علاوه بر پژوهشگران ایرانی، مورد توجه پژوهشگران غربی نیز بوده است. فورسیج^۱ با مروری بر تحقیق‌های برخی از پژوهشگران غربی، نشان داده شرق‌شناسی، ایدئولوژی مسلط در پوشش رسانه‌ای غربی از مسلمانان بوده است (فورسیج، ۲۰۱۰: ۱۱۶).

علاوه بر بازنمایی ایران و اسلام، تعداد زیادی از پژوهشگران غربی نیز، بر تصویرسازی رسانه‌های غربی در رابطه با مردم آفریقا، تمرکز کرده‌اند. برای مثال، ایبو^۲، نشان داده است که رسانه‌های آمریکایی، تصویری منفی از کشورهای آفریقایی به مخاطبان ارائه می‌کنند و استدلال می‌کند که این نحوه‌ی بازنمایی، فرایندی عمدی و سیستماتیک است (ایبو، ۱۹۹۲: ۱۵). والکر و رسامیمانانا^۳ معتقدند، در رسانه‌های غربی چنین نشان داده می‌شود که آفریقایی‌ها در روستاها زندگی می‌کنند، هوای آفریقا گرم و مرطوب است و ...، این در حالی است که تعداد زیادی از آفریقایی‌ها در شهرها زندگی می‌کنند، خانه‌های زیبا و تمیز دارند و برخی از مناطق در آفریقا، به‌ندرت درجه‌ی حرارت‌های بالا را تجربه می‌کنند (والکر و رسامیمانانا، ۱۹۹۳: ۵). در پژوهش‌های دیگر نیز، الگوهای مشابهی از تعمیم‌های اینچینی برای کشورهای آفریقایی دیده می‌شود. برای نمونه، پرسه^۴، نشان داده مردان آفریقایی - آمریکایی در رسانه‌ها، افرادی خشن و خطرناک و تهدیدکننده‌ی امنیت معرفی شده‌اند (پرسه، ۱۹۹۸: ۴۹).

اگرچه به دلیل گستردگی موضوع و تحقیق‌های متعدد انجام‌شده در زمینه‌ی بازنمایی شرق، نمی‌توان نتایج تمام تحقیق‌ها را در نظر گرفت؛ اما در یک جمع‌بندی و با توجه به تشابه و تکرار بسیاری از تحقیق‌هایی که مرور شد، می‌توان این ویژگی‌ها را، کلیشه‌های رایج رسانه‌های غربی

1. Fürsich
2. Ebo
3. Walker & Rasamimanana
4. Perse

در بازنمایی از شرق مطرح کرد:

- وابستگی به غرب، عقب‌ماندگی، بی‌بهره از فناوری (لوتز و کالینز، ۱۹۹۳؛ والکر و رسامیمانانا؛ ۱۹۹۳؛ سعید، ۱۳۷۷؛ ترنر، ۱۳۸۳؛ گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸؛ بیچرانلو، ۱۳۸۹)؛
- وحشی، خطرناک و جنگ طلب بودن (پرسه، ۱۹۹۸؛ سعید، ۱۳۷۷؛ گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸؛ بیچرانلو، ۱۳۸۹؛ نادری و همکاران، ۱۳۹۳)؛
- شهوت پرستی و هرزگی (سعید، ۱۳۷۷؛ ترنر، ۱۳۸۳؛ نادری و همکاران، ۱۳۹۳)؛
- ضد دموکراتیک، استبدادی، مردسالاری (سعید، ۱۳۷۷؛ ترنر، ۱۳۸۳؛ نادری و همکاران، ۱۳۹۳)؛
- داشتن موجودیتی زنانه (ترنر، ۱۳۸۳)؛
- هماهنگ با طبیعت و دارای پوشش کمتر (لوتز و کالینز، ۱۹۹۳؛ سعید، ۱۳۷۷؛ ترنر، ۱۳۸۳)؛
- معنوی، مرموز و عجیب (لوتز و کالینز، ۱۹۹۳؛ سعید، ۱۳۷۷؛ بیچرانلو، ۱۳۹۱)؛
- ترسو و بزدل (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸؛ نادری و همکاران، ۱۳۹۳)؛
- زشتی و کریه‌المنظر بودن (نادری و همکاران، ۱۳۹۳).

همچنین، برخی صفات و کلیشه‌ها مورد اختلاف بوده است:

- تنبل و تن‌پرور (سعید، ۱۳۷۷؛ ترنر، ۱۳۸۳؛ گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸) یا کوشا و قانع (لوتز و کالینز، ۱۹۹۳).
- فقر و تنگدستی (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸) یا نه‌چندان تنگدست (لوتز و کالینز، ۱۹۹۳) یا حتی ثروت اندوز (نادری و همکاران، ۱۳۹۳).

در بخش‌های بعدی، رد یا تأیید این کلیشه‌های رایج، در تصاویر روی جلد نشنال جئوگرافیک تحلیل می‌شود؛ اما بر خلاف عمده پژوهش‌های انجام‌شده، که تنها نحوه بازنمایی غرب از شرق را مبنا قرار داده‌اند، نگاه غرب نسبت به خود نیز، مورد مطالعه قرار گرفته و چگونگی ساخت غرب از خلال ایجاد تقابل‌های دوتایی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. همچنین و فراتر از آن، نحوه تعامل و ارتباط شرق و غرب (انسان شرقی و انسان غربی) در تصاویر تحلیل خواهد شد.

مبانی نظری

در این بخش، ادبیات نظری مرتبط با بازنمایی، دیگری‌سازی، شرق‌شناسی و ترافرهنگی، شرح داده می‌شود.

بازنمایی

بی‌تردید جهان، مستقل از بازنمایی‌هایی که از آن صورت می‌گیرد، وجود دارد. لیکن معنادار شدن جهان، در گرو بازنمایی آن است. پس می‌توان گفت بازنمایی، شیوه‌ای است که از طریق آن، ما واقعیت را واجد معنا می‌سازیم؛ همچنین معناهایی که دربارهٔ خودمان و دیگران و جهان پیرامون ما ایجاد می‌کنیم، از طریق بازنمایی با یکدیگر سهیم می‌شویم یا مورد مجادله قرار می‌دهیم (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۶).

این بازنمایی است که واقعیت را می‌سازد. قراردادهای نمایش واقعیت، در تصاویر هنری، همیشه مبتنی بر علم نبوده و در زمان‌ها و مکان‌های مختلف، متفاوت هستند. کارکرد اصلی فرهنگ بصری، این است که واقعیت گسترده و انبوه بیرونی را با انتخاب، تفسیر و بازنمایی قابل فهم سازد. وظیفهٔ اصلی فرهنگ بصری تلاش و درک گسترهٔ نامحدود واقعیت خارجی با انتخاب، تفسیر و نمایش واقعیت است (میرزوثقف، ۱۹۹۹: ۳۷).

در حقیقت، این کنشگران اجتماعی هستند که نظام‌های مفهومی فرهنگ خود و نظام‌های زبانی را به کار می‌برند تا معنا بسازند، جهان را معنادار کنند و دربارهٔ آن جهان، ارتباط معناداری را با دیگران برقرار کنند. بنابراین، جهان بازتاب دقیقی یا غیر دقیق در آینه زبان نیست؛ بلکه معنا در قالب زبان و از طریق نظام‌های بازنمایی گوناگون تولید می‌شود (هال، ۱۳۹۳: ۴۸-۵۵). آنچه در این میان اهمیت دارد، این است که بازنمایی‌ها، اغلب هدفمند و بر اساس یک گرایش و زمینهٔ فکری خاص، شکل می‌گیرند.

بازنمایی یکی از مفاهیم کلیدی در مطالعهٔ رسانه به‌شمار می‌رود و به ابعاد اطلاعاتی و فرااطلاعاتی تولیدات رسانه‌ای از جمله ابعاد آشکار و نمادین آن آثار اشاره دارد. بُعد بازنمایی در گسترهٔ عمومی، به پرسش‌هایی اساسی اشاره دارد، نظیر اینکه چه مطالبی باید برای انعکاس انتخاب شوند و چگونه به بینندگان عرضه شوند (دالگرن، ۱۳۸۰: ۳۰). اشکال رسانه‌ای واقعیت، شکل خاصی از بازنمایی جهان هستند که از منطق زبانی تبعیت می‌کنند. رسانه‌ها، معانی را برساخته و منتقل می‌کنند. آن‌ها، همچون نشانه‌ها، مقاصد ما را نمایندگی می‌کنند، به‌گونه‌ای که دیگران می‌توانند آن‌ها را رمزگشایی کنند، بفهمند و واکنش‌های خود را در برابر آن سامان دهند (هال، ۲۰۰۳: ۵). هال همچنین معتقد است که رسانه‌ها، نقش غیر قابل انکاری در برساخت هویت‌های قومی و نژادی دارند (هال، ۱۹۹۱: ۱۴).

برای درک بازنمایی، نیازمند فهم دقیق عملکرد کلیشه‌سازی هستیم. به عقیدهٔ هال، کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن، جهان در راستای ایجاد معنا طبقه‌بندی می‌شود تا مفهومی از جهان شکل بگیرد که منطبق بر آن دسته از باورهای ایدئولوژیکی باشد که در پس کلیشه‌ها

قرار گرفته‌اند (هال، ۱۹۹۷: ۲۵۷). کلیشه‌ها، ایده‌ها و فرضیه‌هایی درباره‌ی گروه‌های خاصی از افراد هستند، که آنها را طبقه‌بندی و ارزیابی می‌کنند. بدین ترتیب، افراد را به برخی ویژگی‌های ساده تقلیل می‌دهند و تفاوت‌ها را، برای آنها، طبیعی جلوه داده و تثبیت می‌کنند. رسانه‌ها نیز، برخی از خصوصیات را به گروه خاصی نسبت می‌دهند، به گونه‌ای که گویا این ویژگی، به طور طبیعی، به این گروه اختصاص داشته و نمی‌توان خلاف آن را تصور کرد؛ بنابراین، آن کلیشه‌ها را تثبیت و بازتولید می‌کنند. چنانچه در شرق‌شناسی نیز، تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی شرق و غرب بدیهی انگاشته می‌شود. علاوه بر متون شرق‌شناسی گذشته، امروزه نیز، در رسانه‌های غربی به‌وفور دیده می‌شود که همان کلیشه‌های رایج شرق‌شناسی، برای شرق تثبیت می‌شود.

دیگری‌سازی

دریدا^۱ معتقد است که در فرایند شکل‌گیری معنا، معنای هر چیز وابسته به ایجاد تفاوت و فاصله با "دیگری" است (به نقل از عباس‌زاده، ۱۳۹۰: ۲۰۳). شرق‌شناسی نیز، در راستای دیگری‌سازی غرب از شرق، شکل گرفته و زمانی آغاز شد که غرب تلاش کرد، هویت مستقلی را برای خود بسازد و خود را بر اساس تقابل با دیگری خود، یعنی شرق، تعریف کند. غرب، مفهوم شرق را، کشف نکرده؛ بلکه اختراع کرده و اختراع آن لازمه‌ی استعمار و مشروعیت بخشیدن به آن بوده است (میرزوف، ۱۹۹۹). بنابراین، غرب خود را بر اساس دیگری و با تأکید بر تفاوت‌های خود با دیگری تعریف می‌کند و در این تعریف، شرق تصویری از یک دیگری عقب‌مانده، در برابر غرب متمدن است.

اگر تصویر فرهنگی دوران استعمار باید برده‌داری را فراموش کند، عصر پسا استعماری ما نیز، باید به همین اندازه تلاش کند تا استعمارگری را فراموش کند. هنوز موضوع‌های کلیدی عصر استعمارگری از فرهنگ غربی پاک نشده‌اند؛ بلکه تنها جایگزین شده‌اند (همان: ۱۹۳).

میرزوف معتقد است روند بازنمایی دیگری، در آثار نمایشی آمریکایی، به سمتی می‌رود که اگر دیگری، در فرهنگ آمریکایی ذوب شده باشد، می‌تواند به عنوان دیگری نگریسته نشود. اگر مهاجران خود را با پیکربندی ایده‌آل همراه سازند، می‌توانند آمریکایی باشند و این همان مفهوم "نسبیت فرهنگی" است که میرزوف مطرح می‌کند (میرزوف، ۱۹۹۹: ۲۰۶-۲۰۷). در عصر پسامدرن، درونی کردن کنترل اجتماعی قدرت از طریق هنرهای دیداری صورت می‌گیرد. قدرت جامعه را کنترل می‌کند و این برای جامعه درونی می‌شود. تفاوت کلیدی، در سیستم مدرن دیده شدن (پانوپتیکون) این بود که مهم نبود، به طور دقیق، چه کسی افراد را تماشا می‌کرد. پانوپتیکون یک سیستم اجتماعی را برای امکان دیدن دیگران ایجاد کرد. این مدل، مدل ایده‌آل سازمان

اجتماعی مدرن، برای چیزی بود، که فوکو آن را "جامعه انضباطی" می‌نامد و حول مدارس، سربازخانه‌ها، کارخانه‌ها و زندان‌ها متمرکز شده است. کلید این سیستم تصویری، این بود که آنهایی که می‌توانستند دیده شوند، می‌توانستند کنترل هم بشوند (همان: ۵۰ - ۵۱).

میرزوف، به بحث نظم و رنگ اشاره می‌کند و می‌گوید نظمی که جامعه کنترلی برقرار کرد، حتی به رنگ هم گسترش پیدا کرد، رنگ همدلی و در نتیجه تصعید را بر می‌انگیزد؛ زیرا رنگ شباهت بیشتری به واقعیت بیرونی دارد. وی به این نکته اشاره می‌کند که خط، امری مردانه و رنگ، امری زنانه است. او در این تقسیم‌بندی، قدرت را به خط می‌دهد و رنگ را، شامل نژادهای کمتر توسعه یافته و زنان می‌داند و این نتیجه‌گیری را مطرح می‌کند، که رنگ، باید توسط خط منظم شود، همان طور که فرانسه (خط) الجزایر (رنگ) را به استعمار درآورد. بنابراین، کیفیت رسمی کاربرد رنگ، شامل برهم کنش پیچیده نژاد، جنسیت و سیاست استعماری است (همان: ۵۲ - ۵۷). این دیدگاه میرزوف، به شناسایی نحوه دیگری سازی در این پژوهش کمک می‌کند.

شرق‌شناسی

واژه شرق‌شناسی، برای نخستین بار، در سال ۱۷۷۹ در زبان انگلیسی و در ۱۷۹۹ در زبان فرانسوی به کار گرفته شد. در سال ۱۸۳۸، واژه شرق‌شناسی به صورت رسمی، در فرهنگستان فرانسه مورد استفاده قرار گرفت (سعید، ۱۳۷۸: ۹). در یک تعریف کلی، شرق‌شناسی عبارت از مجموعه تلاش‌های فکری و تحقیقاتی غرب برای شناخت شرق است. همچنین اسوندرسن^۱ شرق‌شناسی را، یک گرایش در بازنمایی غربی از شرق تعریف کرده است (اسوندرسن، ۲۰۱۸: ۶۱).

مطالعه‌های پسااستعماری، با تلاش برای روشن ساختن ارتباط میان علوم غربی و استعمار، تحقیق‌های شرق‌شناسی را مورد نقد قرار داده و در حالی که ابتدا، پژوهش‌های شرق‌شناسانه، فعالیت‌های کاملاً آکادمیک و معتبر در نظر گرفته می‌شد؛ در ادامه، انتقادهای پسااستعماری ادوارد سعید به این مطالعه‌ها، اعتبار علمی آن را زیر سؤال برد.

ادوارد سعید، این دیدگاه را، که شرق‌شناسی، فقط تلاشی برای شناخت و معرفی شرق از سوی غرب بوده، رد کرده و معتقد است که متون شرق‌شناسانه، این امکان را به غرب می‌دهد تا با تولید دانش و واقعیت، تسلط خود بر دیگری را مشروعیت و تداوم بخشند.

وی نخستین بار، در سال ۱۹۷۸، با انتشار کتاب خود، شرق‌شناسی را، یک روش گفتمانی معرفی کرد که دارای نهادهای حامی، واژگان، دانش، دکترین، بوروکراسی‌ها و سبک‌های استعماری است. به عقیده وی، گفتمان شرق‌شناسی، شرق را، یک پدیده با ویژگی‌های منظم معرفی می‌کند و مرزهای خاصی را، بر درک تماشاگر از شرق قرار می‌دهد (اسوندرسن، ۲۰۱۸: ۶۲).

سعید تأکید دارد، آنچه در شرق‌شناسی، مبنا قرار می‌گیرد، تأکید بر تفاوت‌های شرق و غرب نیست؛ بلکه تأکید بر ذاتی بودن این تفاوت‌هاست. بدین ترتیب، شرق به‌گونه‌ای غیر قابل تغییر و بدون انعطاف به تصویر کشیده می‌شود که در زمان و مکان ثابت مانده و می‌ماند و حاضر به پذیرفتن احتمال تغییر در آن نیست. پس امکان درک متقابل آن با غرب و توسعه و تحول آن به سوی تمدن، غیرممکن است.

شرق‌شناسی، قدرت غرب و ضعف شرق را، آن‌گونه بیان می‌کند، که غرب مشاهده می‌کند. چنین قوت و چنین وضعی، به همان اندازه ذاتی شرق‌شناسی است، که برای هر دیدگاهی که جهان را به تقسیم‌بندی‌های کلی بزرگ تقسیم می‌کند. موجوداتی که در یک وضعیت تنش ایجاد شده توسط تفاوت‌های بنیادی همزیستی دارند (سعید^۱، ۲۰۰۳: ۴۵).

وی، هدف از شرق‌شناسی را، حفظ قدرت و هژمونی غرب در مناطق شرقی می‌داند و معتقد است که غرب، همیشه در موقعیت قدرت قرار داشته و این موقعیت از طریق ارائه تصویری جهان‌سومی و عقب‌مانده از شرق، به مشروعیت و استعمار غربی کمک کرده است (سعید، ۲۰۰۳: ۷). دیوید اسپر اضافه می‌کند که غرب، انسان شرقی را، در ارتباط با طبیعت و در تضاد با فرهنگ و تمدن نشان می‌دهد و دیگر اینکه، بر اساس یک قانون طبیعی، سلطه بر زمین بر عهده مردم پیشرفته گذاشته شده است (نقل از عباس زاده، ۱۳۹۰: ۲۲۰). بنابراین، استعمارگری به‌واسطه صورت‌بندی‌های گفتمانی، حمایت می‌شود که نشان می‌دهند برخی از افراد نیازمند سلطه و اشکال دانش وابسته به آن هستند (سعید، ۱۳۸۳: ۱۰) و بدین ترتیب، غلبه بر طبیعت و مردم بدوی را توجیه می‌کند. بنابراین، وجه مشترک متون شرق‌شناسی، تولید دانش درباره شرق با هدف اعمال قدرت و نظارت بوده است.

در شرق‌شناسی، چنین نشان داده می‌شود که شرق، فاقد امکان سخن گفتن است و توانایی شناخت و معرفی خود را ندارد. بنابراین، این غرب است که به دلیل داشتن شناخت از گذشته و حال شرق، می‌تواند آن را بازنمایی کند. این امر همچنین موجب می‌شود، شرقی‌ها این طرز تلقی را نسبت به خود بپذیرند و مانع از مقاومت در برابر استعمار می‌شود.

میرزوف، این پذیرش استعمار و عدم مقاومت را، با استفاده از مفهوم نگاه خیره لاکان توصیف می‌کند. نگاه خیره، اشاره به احساسی است که فرد از دیده شدن خودش توسط دیگران دارد. به عقیده میرزوف، تصاویری که استعمارگران تولید می‌کنند، برای نمایش قدرت و برتری خود بوده است. آن‌ها در روایت سفرهای استعماری خود، سرزمین‌های مستعمره را از زاویه دید خود معرفی کرده‌اند؛ به بومیان چیزهای عجیب و غریبی را نسبت داده‌اند و خود را، اربابان و بومیان را، افرادی، در ذات برده معرفی کرده‌اند. در این روایت‌ها، بومیان به صورت

وحشیانی به تصویر کشیده شده‌اند که برای فرمانبرداری ساخته شده‌اند. این روایت‌ها از سوی بومیان و استعمارشوندگان نیز پذیرفته شده و آنها ذیل نگاه خیره، خود را موظف به خدمت به اربابان می‌دانستند (میرزوف، ۲۰۰۹: ۱۶۳-۶۹).

با گذشت زمان و دقیق‌تر شدن مشاهدات، تفاوت‌هایی در نحوه‌ی بازنمایی غرب از شرق ایجاد شد. بدین ترتیب که توصیف جانوران و گیاهان، آداب و رسوم، سبک زندگی و ویژگی‌های جسمانی و فکری بومیان، جایگزین برخی تصاویر کلیشه‌ای غرب از شرق شد؛ با وجود این، سعید (۱۳۷۷) معتقد است که در این نحوه‌ی بازنمایی نیز، همچنان غرب، خودی و شرقی، دیگری معرفی می‌شود. با توجه به آنچه گفته شد، در طول تاریخ، شرق‌شناسی نقش مهمی در تسلط غرب بر شرق داشته و پس از پایان دوران استعمار اولیه نیز، در استعمار نو و به منظور تسلط اقتصادی و سیاسی بر کشورها و بهره‌گرفتن از آنها، تأثیرگذار بوده است. حاصل سال‌ها تلاش شرق‌شناسانه، نادیده‌گرفته شدن واقعیت شرق و پذیرش انفعال و جایگاه فروتر آن نسبت به غرب بوده است.

ترافرنگی

منظور از ترافرنگی، نگرستن به فرهنگ‌های مختلف به صورت شبکه‌ای، و نه خطی، است. در نگاه ترافرنگی، در طول زمان فرهنگ‌ها چنان با هم درآمیخته شده‌اند که دیگر هیچ فرهنگ اصیل و ناب و وجود ندارد؛ بلکه هر فرهنگ، محصول ترکیبی از شبکه‌هاست. ترافرنگی، در برابر یکپارچگی و یکدستی فرهنگی قرار دارد. در این فرایند تقابل‌های دوتایی نقض می‌شود و با طیف‌ها مواجه ایم. ترافرنگی، بر مفهوم تغییر تأکید می‌کند، هر فرهنگی هر قدر هم باثبات باشد، ابدی نیست (میرزوف، ۱۹۹۹: ۲۴-۲۶). چنین نگاهی، در نقطه‌ی مقابل شرق‌شناسی قرار می‌گیرد. در ادامه و تحلیل یافته‌ها، از ادبیات نظری استفاده خواهد شد تا مشخص شود که بازنمایی شرق و غرب در نشنال جئوگرافیک، مبتنی بر دیگری‌سازی و شرق‌شناسی بوده، یا با پذیرش ترافرنگی همراه بوده است.

روش‌شناسی

کرپندورف^۱ تحلیل محتوا را، فنی تحقیقی برای ربط دادن داده‌ها به مضمون آن، به گونه‌ای معتبر و تکرارپذیر می‌داند. استفاده از تحلیل محتوا، برای کشف تصویر رسانه‌ای برخی گروه‌های اقلیت یا گروه‌های متمایز، رایج است. همچنین، از این روش، برای بررسی واقعیت استفاده می‌شود. بدین ترتیب که نمایش گروه، پدیده، صفت یا ویژگی خاصی در قیاس با استاندارد ارزیابی می‌شود که از زندگی واقعی به دست آمده است (به نقل از ویمر و دومینیک^۲، ۱۳۹۳: ۲۱۷).

1. Krippendorff
2. Wimmer & Dominick

رهیافت روش‌شناختی این تحقیق، بر پایه روش تحلیل محتوای پیشنهادی رز^۱ برای تحلیل تصاویر است، که ترکیبی از تحلیل محتوای کمی و کیفی است. در این روش، تأکید اصلی بر تحلیل کمی بوده؛ اما به آن اکتفا نمی‌شود و مرحله پایانی تحلیل، تفسیرهای کیفی و استخراج مضامین غالب کیفی را نیز در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر، در این روش؛ تکنیک‌هایی برای تحلیل تعداد زیادی از تصاویر ارائه می‌شود که بر دقت، اعتبار و عینیت تحلیل کمی متکی بوده و در عین حال، شامل رویه‌های کیفی مختلف نیز می‌شود. به عقیده رز، تحلیل کمی، مانع از تحلیل کیفی تصاویر نیست و تحلیل محتوا، می‌تواند شامل تفسیر کیفی باشد و برخلاف برخی تصورات، آن‌ها در تقابل با یکدیگر نیستند (رز، ۲۰۰۱: ۵۵). رز چهار مرحله را برای تحلیل محتوای تصاویر پیشنهاد می‌کند که عبارت‌اند از ۱. یافتن تصاویر مورد نظر متناسب با مسئله پژوهش؛ ۲. طراحی مقوله‌ها برای کدگذاری؛ ۳. کدگذاری تصاویر؛ ۴. تحلیل نتایج و ارتباط دادن داده‌ها به زمینه آن (همان: ۵۶-۶۶).

در این بخش، نحوه استفاده از روش مذکور و چگونگی انجام مراحل چهارگانه آن در پژوهش حاضر تشریح می‌شود.

۱. یافتن تصاویر مورد نظر متناسب با مسئله پژوهش: با توجه به سؤال تحقیق (چگونگی بازنمایی شرقی و غربی در تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک از نخستین شماره آن تا پایان سال ۲۰۰۰)، واحد تحلیل در این پژوهش، تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک بوده است. به منظور تضمین نمایندگی آن که مورد تأکید رز است (همان: ۵۷) و لزوم توجه به تمام تصاویر مرتبط با سؤال پژوهش، از نمونه‌گیری اجتناب شد و تمام شماره‌های این مجله از نخستین شماره آن که در سال ۱۸۸۸ منتشر شده بود، مورد توجه قرار گرفت. جلد این مجله تا شماره ۷۶۰ تصویر روی جلد نداشت و از شماره ۷۶۱، که در جولای ۱۹۵۹ منتشر شده، دارای تصویر شده است. با توجه به اینکه این مجله به صورت ماهانه منتشر می‌شود، تصاویر روی جلد آن از شماره ۷۶۱ تا ۱۲۶۱، که در دسامبر ۲۰۰۰ منتشر شده است، (۵۰۱ شماره) مورد تحلیل قرار گرفت.

۲. طراحی مقوله‌ها برای کدگذاری: رز معتقد است، در صورت طراحی مقوله‌ها بر اساس دغدغه‌های نظری، مقوله‌ها جنبه تفسیری بیشتری خواهند داشت (رز، ۲۰۰۱: ۵۹). بدین ترتیب، مقوله‌های کدگذاری بر اساس ادبیات نظری شرق‌شناسی بسط یافت و هر یک از تصاویر، برای هر یک از این مقوله‌های کدگذاری شدند: جنسیت، سن، حالت چهره، داشتن یا نداشتن اسلحه، نمادهای آیینی، فقر و ثروت، اندازه گروه، سنتی یا مدرن بودن، نحوه پوشش، نوع فعالیت و ارتباط با طبیعت.

1. Rose
2. representativeness
3. categories

۳. کدگذاری تصاویر: در این مرحله، هر تصویر به دقت مورد تحلیل قرار گرفت و تمام کدهای مرتبط برای آن به کار گرفته شد.

۴. تحلیل نتایج و ارتباط دادن داده‌ها به زمینه: رز برای این مرحله از تحلیل، بر ارائه گزارش‌های کمی و فراوانی‌های مهم، مقایسه فراوانی‌ها با مقادیر دیگر، و واکاوی رابطه میان مقوله‌های مختلف کدگذاری، تمرکز دارد. اگرچه تأکید بیشتر بر تحلیل کمی است؛ اما به آن اکتفا نکرده و در ادامه، توسعه تحلیل‌های پیچیده‌تر کیفی را نیز پیشنهاد می‌کند. در این مرحله، به اتصال کدهای درون یک تصویر و بافت گسترده‌تری توجه می‌شود، که تصویر در آن معنا پیدا می‌کند، و از ترکیب کدها، مضامین^۱ غالب به دست می‌آید. مضامین غالب، مضامینی هستند که پیش‌تر در مقوله‌های کدگذاری وجود نداشتند؛ اما با ترکیب و تحلیل برخی از آن‌ها حاصل می‌شوند (رز، ۲۰۰۱: ۶۳-۶۶). در بخش بعدی، یافته‌های پژوهش حاضر، متناسب با این مرحله از تحلیل محتوای پیشنهادی رز ارائه شده است. فراوانی‌های مهم ارائه شده و مقایسه فراوانی‌ها در طول زمان مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به اینکه این ۵۰۱ شماره در طول ۴۱ سال منتشر شده است، به چهار دوره ده‌ساله تقسیم شدند که دوره نخست، سال‌های ۱۹۵۹ تا ۱۹۷۰؛ دوره دوم، سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰؛ دوره سوم، سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰؛ و دوره چهارم، سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ را در بر می‌گیرد. در نهایت، تفسیر کیفی روابط بین مقوله‌ها، انجام و مضامین غالب شناسایی شده‌اند.

یافته‌های پژوهش

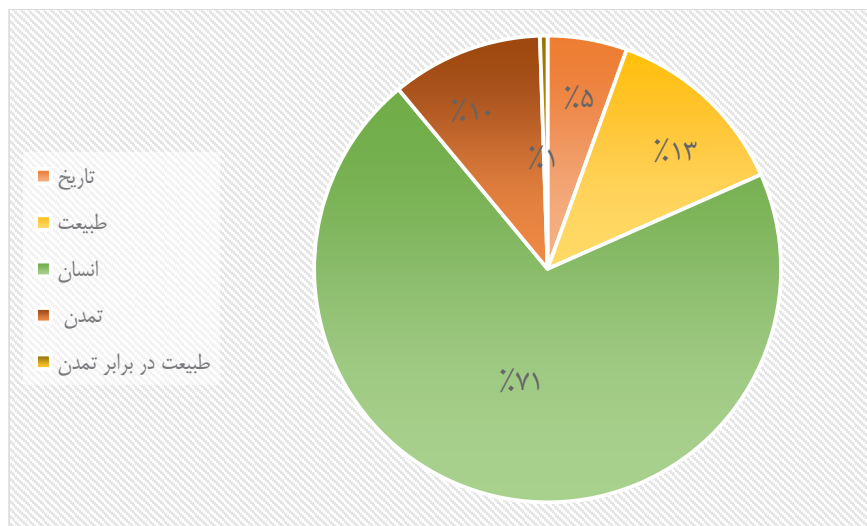
یافته‌های پژوهش، در چهار بخش ارائه شده است. ابتدا، یافته‌های حاصل از تحلیل تمام تصاویر، بر اساس سوژه بیان شده است. در ادامه، تحلیل تصاویری که سوژه اصلی آن انسان بود، بر اساس مقوله‌های مستخرج از ادبیات نظری که در بخش روش‌شناسی به آن اشاره شد، شرح داده شده؛ که بخش اصلی یافته‌ها را در بر می‌گیرد. سپس، با تفسیر کیفی روابط بین مقوله‌ها، مضامین غالب به دست آمده، در جدول نشان داده شده است. در نهایت و در بخش آخر نیز، مقایسه مقوله‌ها در طول دوره‌های مختلف انتشار مجله نشنال جئوگرافیک و تحلیل تصاویر نمایش دهنده رابطه شرق و غرب در طول زمان، بیان شده است.

الف. تحلیل داده‌ها بر اساس سوژه

در مطالعات مربوط به شرق‌شناسی، منظور از شرق، شرق جغرافیایی نبوده و مفهومی است که دیگری‌های غرب را در بر می‌گیرد. این تعریف، در این تحقیق هم مبنا قرار گرفت و بدین ترتیب، بر اساس آنچه پیش‌تر و در نتیجه تحقیق‌های گذشته به دست آمده بود، مصادیق غرب

(خود) و شرق (دیگری) مشخص شد. مناطق مشخص شده تحت عنوان غرب، شامل مناطق آمریکای شمالی، اروپا و استرالیا، در تصاویر مورد بررسی از ویژگی مشترک سفیدپوست بودن و پوشش با لباس‌های غربی برخوردار بودند. در نقطه مقابل، مناطق مشخص شده تحت عنوان شرق یا دیگری، در تصاویر نشنال جئوگرافیک، شامل آفریقا، آسیا، آمریکای جنوبی، قطب و نیز بومیان آمریکایی و استرالیایی بود که بیشتر با ویژگی‌های رنگین پوست بودن و پوشش لباس محلی متمایز شده بودند.

پس از مشخص کردن مصادیق غرب (خود) و شرق (دیگری)، تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک، بر اساس تعلق داشتن به مناطق شرقی یا غربی، کدگذاری شدند. در برخی موارد، به‌ویژه هنگامی که انسانی در تصویر حضور نداشت، تشخیص منطقه دشوار بود و بنابراین، منطقه موجود در تصویر، بر اساس مطالعه متون مرتبط با عکس، که روی جلد نشریه درج شده بود، تشخیص داده شد. از میان ۵۰۱ عکس تحلیل شده، ۱۲۰ تصویر شامل مناظری از طبیعت، حیوانات و مکان‌های تاریخی بودند که منطقه آن مشخص نشده بود. بنابراین، جلد شماره‌هایی از مجله که تعلق آن به شرق یا غرب، قابل تشخیص بود، ۳۸۱ تصویر را در بر می‌گرفت. در میان آن‌ها، ۲۰۰ تصویر به غرب و ۱۵۷ تصویر به شرق مرتبط می‌شد، ۲۴ تصویر نیز، ارتباط میان شرق و غرب را در بر می‌گرفت که برخی از آن‌ها بیانگر تعامل و برخی دیگر بیانگر تقابل بودند. در ادامه، این ۳۸۱ تصویر از منظر سوژه اصلی، کدگذاری شدند. در این مرحله، کدگذاری باز انجام شد. ابتدا مقوله‌های فرعی تر و سپس مقوله‌های اصلی به دست آمد. در نهایت، داده‌ها از منظر سوژه اصلی تصویر، به پنج دسته طبیعت، تاریخ، انسان، تمدن و طبیعت در برابر تمدن، تقسیم شدند.



نمودار ۱. فراوانی تصاویر به تفکیک نوع سوژه اصلی

همچنین جدول ۱، این آمار را به تفکیک منطقه و قاره نشان می‌دهد. لازم به ذکر است، در هر گروه، تعدادی از تصاویر از لحاظ تعلق به قاره یا کشوری خاص، غیر قابل تشخیص بوده است؛ اما با توجه به رنگ پوست و نحوه پوشش افراد، تعلق آن به شرق یا غرب مشخص شده است و در ستون منطقه و قاره، با عنوان نامشخص، تفکیک شده‌اند. چنانچه در این جدول مشاهده می‌شود، بیشترین تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک به آمریکای شمالی (۱۳۹ تصویر) تعلق داشت و پس از آن، تصاویر مربوط به قاره آسیا (۸۳ تصویر) مورد توجه بوده است. قاره اروپا، با ۵۰ تصویر و قاره آفریقا با ۳۶ تصویر، در مرتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

جدول ۱. فراوانی تصاویر به تفکیک سوژه اصلی و منطقه

خود، دیگری	قاره	تاریخ	طبیعت	انسان	تمدن	تمدن در برابر طبیعت	مجموع
غرب	امریکای شمالی	۴	۱۹	۸۴	۳۲	۰	۱۳۹
	اروپا	۴	۹	۳۳	۴	۰	۵۰
	استرالیا	۰	۱	۶	۲	۰	۹
	نامشخص	۱	۱	۴	۱	۰	۷
	مجموع تصاویر متعلق به غرب	۹	۳۰	۱۲۷	۳۹	۰	۲۰۵
شرق	آفریقا	۵	۹	۲۲	۰	۰	۳۶
	آسیا	۳	۶	۷۳	۱	۰	۸۳
	امریکای جنوبی	۲	۴	۱۶	۰	۰	۲۲
	قطب	۱	۰	۴	۰	۰	۵
	بومیان	۱	۰	۶	۰	۰	۷
	نامشخص	۰	۰	۲	۰	۰	۲
	مجموع تصاویر متعلق به شرق	۱۲	۱۹	۱۲۳	۱	۰	۱۵۵
	مجموع تصاویر ارتباط شرق و غرب	۰	۰	۱۹	۰	۲	۲۱
مجموع	۲۱	۴۹	۲۶۹	۴۰	۲	۳۸۱	

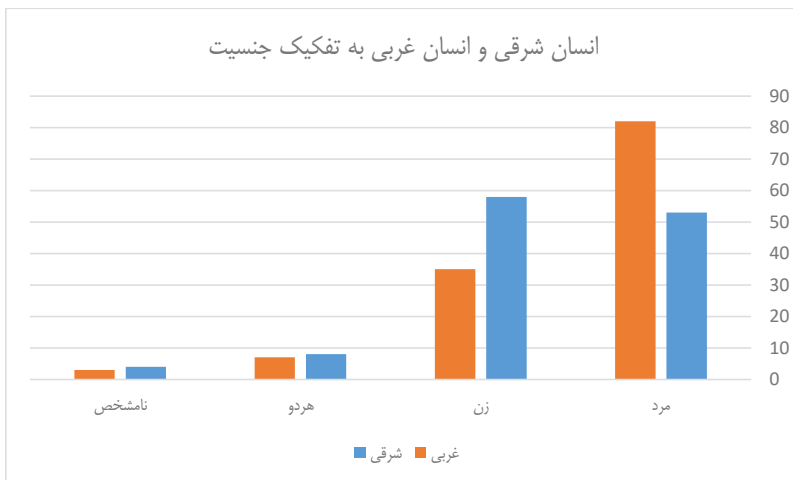
تصاویری که سوژه اصلی آن، مناظر طبیعی یا حیوانات یک منطقه بود، تحت عنوان طبیعت کدگذاری شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد، در تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک، طبیعت آمریکای شمالی (۱۹ تصویر) بیش از سایر مناطق مورد توجه بوده است. تاریخ، شامل تصاویری است که سوژه اصلی آن، بناهای تاریخی یا مجسمه‌های تاریخی آن مناطق بوده است. چنانچه در جدول ۱ مشاهده می‌شود، ۵ تصویر متعلق به تاریخ آفریقا بود و پس از آن تاریخ آمریکای شمالی (۴ تصویر)، تاریخ اروپا (۴ تصویر) و تاریخ آسیا (۳ تصویر) مورد توجه قرار گرفته است. بیشترین تصاویر روی جلد این مجله، مواردی بود که سوژه اصلی آن انسان (۲۶۹ تصویر) بوده است. انسان‌های شرقی و غربی، تقریباً به یک اندازه، مورد توجه قرار گرفته‌اند. سوژه اصلی ۱۲۷ تصویر، انسان غربی و سوژه اصلی ۱۲۳ تصویر، انسان شرقی بوده است. همچنین، به لحاظ تفکیک مناطق، انسان آمریکایی، با ۸۴ تصویر و پس از آن، انسان آسیایی، با ۷۳ تصویر بیش از سایر مناطق، در تصویر روی جلد این مجله قرار گرفته‌اند. در نهایت، می‌توان به تصاویری اشاره کرد که سوژه اصلی آن نمایش یک فناوری، یک علم یا یک شهر مدرن و پیشرفته بوده است. این موارد، با عنوان تمدن کدگذاری شده‌اند. از میان ۴۰ تصویری که سوژه اصلی آن تمدن بود، ۳۹ تصویر آن به غرب و به‌ویژه آمریکای شمالی (۳۲ تصویر) تعلق داشته است. تنها سوژه اصلی یک تصویر نشان دهنده تمدن در شرق (آسیا) بوده است. سوژه اصلی دو تصویر نیز، مقایسه تمدن و پیشرفت در غرب، با عقب‌ماندگی و بدویت در شرق بوده است.

ب. تحلیل داده‌ها بر اساس مقایسه انسان شرقی و انسان غربی

در مرحله بعد، تصاویری که سوژه اصلی آن انسان بوده است، بر اساس مقوله‌های مستخرج از ادبیات نظری، کدگذاری شده و مورد تحلیل قرار گرفتند. از میان تصاویر ۲۵۰ تصویر، متعلق به انسان شرقی یا غربی بوده است و ۱۹ تصویر، رابطه شرق و غرب را نشان می‌دادند و به صورت مجزا تحلیل شدند.

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک جنسیت

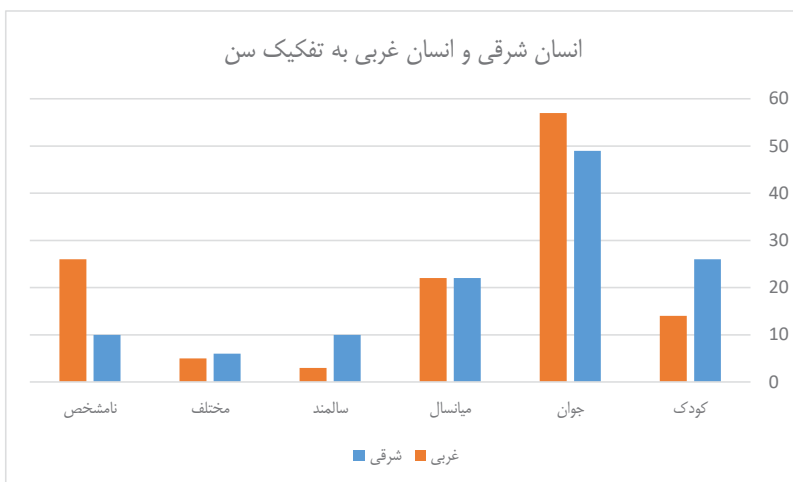
چنانچه در نمودار ۲ آمده است، در تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک، انسان غربی، بیشتر با تصویر مردان و انسان شرقی، بیشتر با تصویر زنان، نشان داده شده است. گویا، مرد بودن با غرب و زن بودن با شرق تناسب بیشتری دارد.



نمودار ۲. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک جنسیت

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک سن

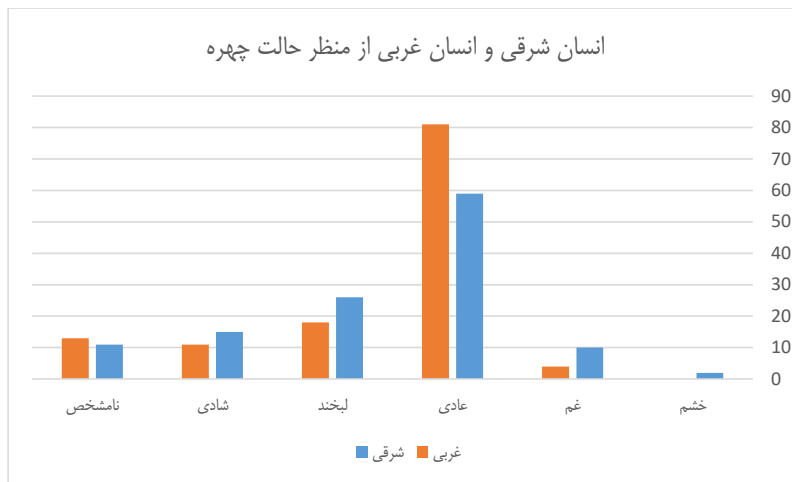
تصاویر از منظر سن، به شش دسته تقسیم شدند. چهار دسته نخست، کودکان، جوانان، میانسال‌ها و سالمندان را در بر می‌گرفت. دسته چهارم، تصاویری از افراد با سنین مختلف بود. دسته آخر نیز، شامل مواردی می‌شد که سن سوژه، به دلیل دور بودن یا پشت به دوربین بودن او، قابل تشخیص نبود. چنانچه در نمودار ۳ مشاهده می‌شود، در تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک، انسان غربی با جوان بودن و انسان شرقی با کودک بودن، پیوند خورده است.



نمودار ۳. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک سن

انسان شرقی و انسان غربی از منظر حالت چهره

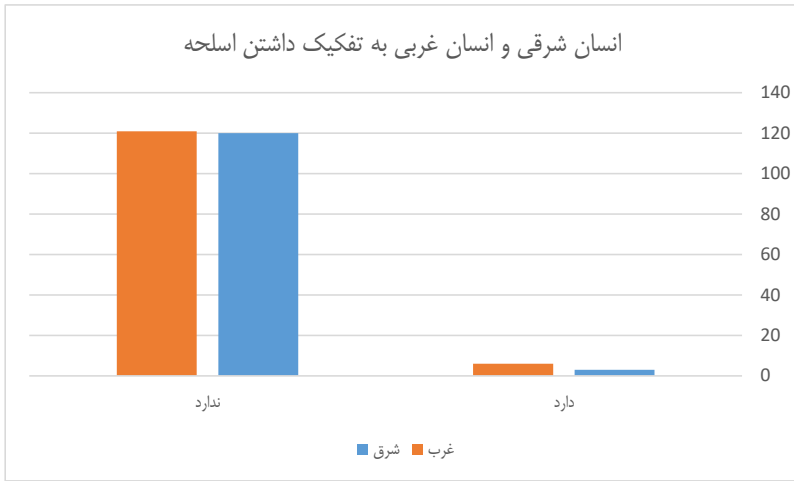
در ادامه، تصاویر از منظر حالت چهره، به شش دسته تقسیم شدند. تعدادی از تصاویر، به دلیل پشت به دوربین بودن سوژه، از لحاظ حالت چهره قابل تشخیص نبودند. در سایر موارد، چهره افراد دارای حالتی از خشم، غم، لبخند و یا شادی بود. سایر موارد هیچ‌کدام از این حالات را نداشتند و به صورت جدی یا عادی به تصویر کشیده شده بودند. تحلیل یافته‌ها، بیانگر آن است که حالت خشم تنها در چهره دو انسان شرقی وجود داشت که یکی از آنها مرد عرب و دیگری مرد آفریقایی بوده‌اند. هیچ‌یک از انسان‌های غربی، خشمگین نبودند. همچنین شرقی‌ها، به میزان بیشتری با حالتی از غم، لبخند و شادی به نمایش درآمده بودند و این در حالی است که انسان‌های غربی بیشتر جدی و عادی بوده‌اند.



نمودار ۴. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک حالت چهره

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک داشتن اسلحه

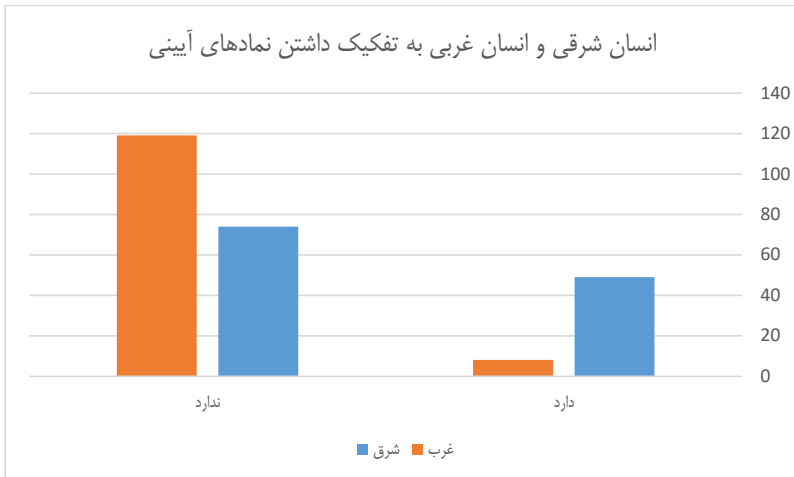
در مجموع تصاویر روی جلد این مجله، تنها ۹ تصویر وجود داشت که در آن افراد با اسلحه نمایش داده شده بودند. از میان آن‌ها ۶ انسان غربی و ۳ انسان شرقی اسلحه داشتند. رویکرد کلی این مجله برای نمایش انسان‌ها، اعم از شرقی و غربی، عدم نمایش اسلحه بوده است.



نمودار ۵. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک داشتن یا نداشتن اسلحه

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک داشتن نمادهای آیینی

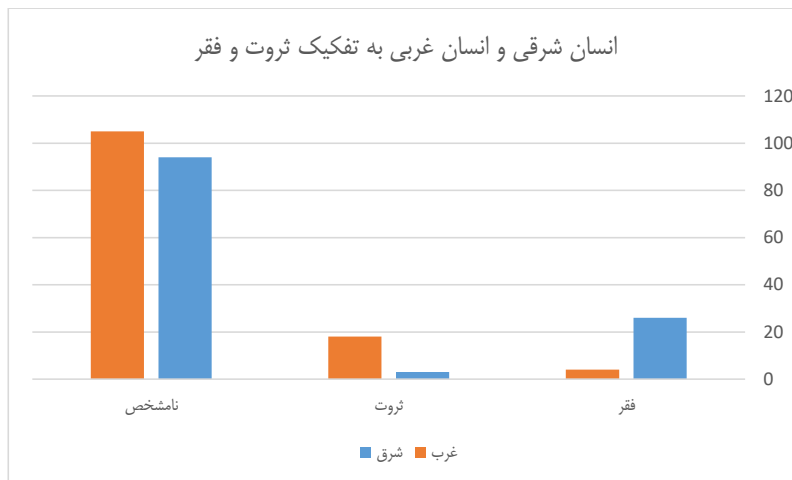
چنانچه مشاهده می‌شود، میان شرقی یا غربی بودن با داشتن یا نداشتن نمادهای آیینی، رابطه معناداری وجود دارد. بدین ترتیب، انسان شرقی به میزان بیشتری با نمادهای آیینی به تصویر کشیده شده‌اند.



نمودار ۶. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک داشتن نمادهای آیینی

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک شاخص فقر و ثروت

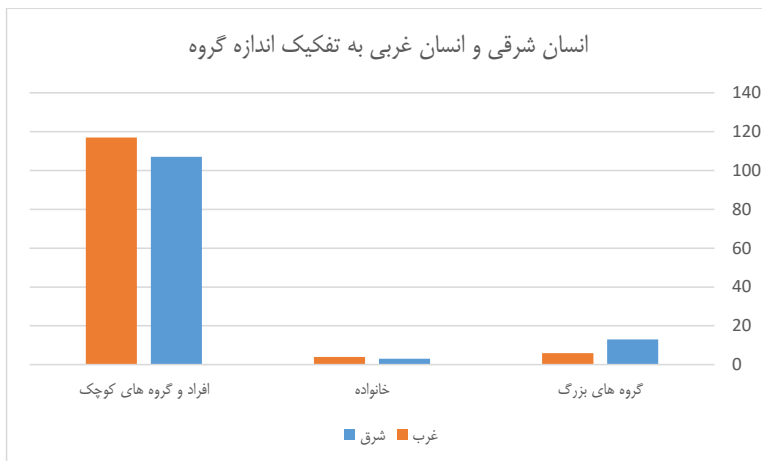
در بیشتر تصاویر، بر فقر یا ثروتمند بودن افراد تأکیدی نشده بود. تنها در ۵۱ تصویر، نشانه‌هایی از فقر یا ثروت مشاهده می‌شد که از میان آن‌ها، انسان‌های شرقی بیشتر با فقر و انسان‌های غربی بیشتر با ثروت به تصویر کشیده شده بودند. تنها در ۴ تصویر، افرادی از اروپا با فقر به نمایش درآمده بودند که مربوط به دوره‌های اخیر بوده و کارگران کارخانه‌ها و یا کودکان کار را نشان می‌دادند. همچنین، تنها ۳ تصویر، نشانه‌هایی از ثروت را در شرق نشان می‌داد که آن نیز، مربوط به دوره‌های سوم و چهارم بوده و در یکی از آن‌ها یک زن آفریقایی ثروتمند و در دو مورد دیگر نیز، یک زن هندی ثروتمند و یک مرد هندی ثروتمند نمایش داده شده بود.



نمودار ۷. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک ثروت و فقر

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک اندازه گروه

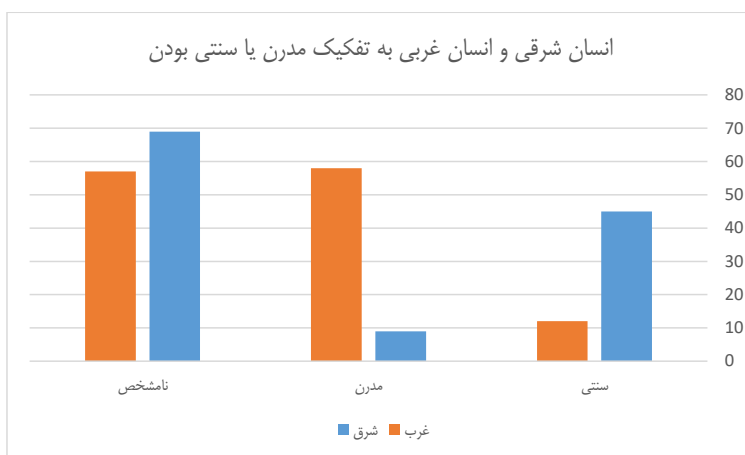
برای مشخص کردن اندازه گروه، سه دسته مجزا تشخیص داده شد. گروه نخست، شامل افراد و گروه‌های کوچک می‌شد که بیشتر به صورت انفرادی و یا حداکثر در قالب گروه‌هایی با جمعیت کمتر از ۵ نفر، در تصویر نشان داده شده بودند. تصاویری که در آن‌ها ۵ نفر یا بیشتر نشان داده شده بود، تحت عنوان گروه‌های بزرگ تشخیص داده شد. همچنین، در برخی تصاویر، شاهد نمایش گروه‌های خانوادگی بودیم که شامل حضور پدر و مادر یا یکی از آنها در کنار فرزندان می‌شد. چنانچه در نمودار ۸ مشاهده می‌شود، تفاوت معناداری میان شرق و غرب از منظر اندازه گروه مشاهده نشد و در هر دو، بیشتر تصاویر شامل افراد و گروه‌های کوچک بوده است. اما شرقی‌ها، در مقایسه با غربی‌ها، به میزان بیشتری در قالب گروه‌های بزرگ به نمایش درآمده‌اند.



نمودار ۸. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک اندازه گروه

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک سنتی یا مدرن بودن

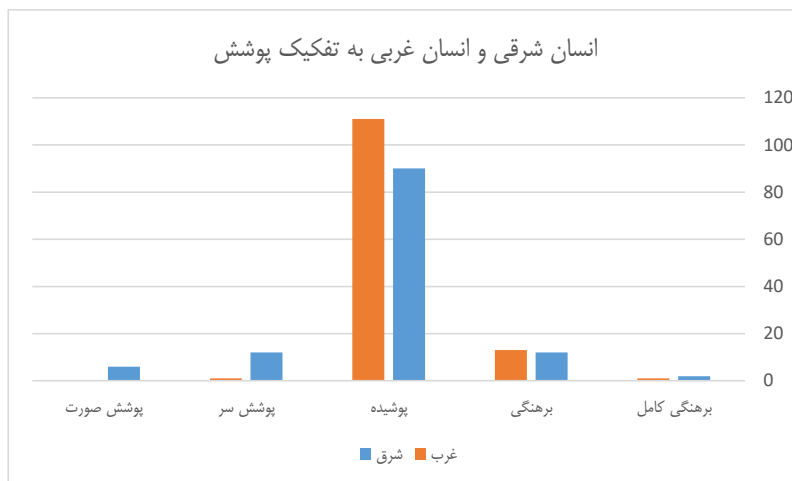
در ادامه، سنتی یا مدرن بودن افراد مورد توجه قرار گرفت. بدین ترتیب، افرادی که در محیط شهری مدرن قرار داشتند و یا از فناوری‌های مدرن استفاده می‌کردند، به عنوان مدرن و افرادی که در محیط‌های سنتی و روستایی قرار داشتند و یا از ابزارهای سنتی استفاده می‌کردند، به عنوان سنتی شناسایی شدند. در بسیاری از تصاویر، محیط روستایی یا شهری نامشخص بود و افراد نیز، ابزارهای سنتی یا مدرن نداشتند. در سایر موارد، انسان‌های غربی، به میزان بیشتری مدرن و انسان‌های شرقی، به میزان بیشتری به صورت سنتی نمایش داده شده بودند.



نمودار ۹. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک مدرن یا سنتی بودن

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک نوع پوشش

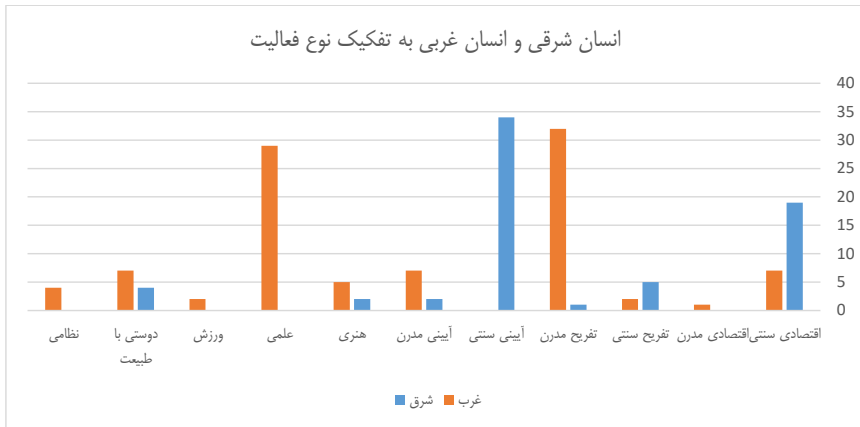
در ادامه، افراد به لحاظ میزان پوشش مورد تحلیل و مقایسه قرار گرفتند. در ۳ تصویر، افراد کاملاً برهنه بودند که از میان آن‌ها ۱ تصویر مربوط به یک زن غربی، ۱ تصویر مربوط به یک زن شرقی و ۱ تصویر هم مربوط به یک مرد شرقی بود. در ۲۵ تصویر، افراد نیمه برهنه بودند که در میان آن‌ها ۱۲ تصویر به شرقی‌ها و ۱۳ تصویر به غربی‌ها تعلق داشت. در بیشتر موارد، افراد پوشیده بودند که شامل ۹۰ انسان شرقی و ۱۱۱ انسان غربی می‌شد. در ۱۳ تصویر، شاهد پوشش سر و حجاب بودیم که از میان آن‌ها ۱۲ تصویر به انسان شرقی تعلق داشت و ۱ تصویر آن مربوط به یک مرد مسلمان آمریکایی بود که در میان اعراب حضور داشت. افراد در ۶ تصویر نیز، روبنده و پوشش صورت داشتند که همگی مربوط به انسان شرقی بود؛ بدین ترتیب که دو مرد آفریقایی، سه زن عرب و یک زن ایرانی با روبنده نمایش داده شده بودند. چنانچه مشاهده می‌شود، از منظر میزان برهنگی، تفاوت معناداری میان انسان شرقی و انسان غربی مشاهده نمی‌شود. تنها تفاوت معنادار، در استفاده تعداد اندکی از انسان‌های شرقی از پوشش سر و صورت وجود دارد.



نمودار ۱۰. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک پوشش

انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک نوع فعالیت

در ادامه، نوع فعالیت افراد مورد تحلیل قرار گرفت. در این بخش نیز، کدگذاری و مقوله‌بندی در چند مرحله انجام پذیرفت و ابتدا مقوله‌های فرعی و سپس مقوله‌های اصلی به دست آمد.



نمودار ۱۱. انسان شرقی و انسان غربی به تفکیک نوع فعالیت

جدول‌های ۲ و ۳ نیز، به ترتیب، انواع فعالیت به تفکیک مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی را برای انسان شرقی و غربی نمایش می‌دهد.

جدول ۲. انواع فعالیت به تفکیک مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی برای انسان شرقی

مجموع	فراوانی	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۱۹	۳	آب آوردن از چشمه	اقتصادی سنتی
	۱	کار در اصطبل	
	۲	فروشنده‌گی	
	۲	چوپان	
	۲	شکارچی	
	۵	صیاد	
	۱	کارگری	
	۲	کشاورزی	
	۱	هیزم شکستن	
۰	-	-	اقتصادی مدرن
۵	۲	تاب‌بازی	تفریحی سنتی
	۱	دورهمی	
	۱	شترسواری	
	۱	فرفره بازی	

۱	۱	تفریح روی یخ	تفریحی مدرن
۳۴	۳۴	اجرای آیین‌های سنتی	آیینی سنتی
۲	۱	حضور در کلیسا	آیینی جدید
	۱	جشن فارغ التحصیلی	
۲	۱	گیتار	هنری
	۱	تار	
۰	-	-	علمی (دانشمند)
۰	-	-	ورزش
۴	۴	با حیوانات	ارتباط با طبیعت
۰	-	-	نظامی

جدول ۳. انواع فعالیت به تفکیک مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی برای انسان غربی

مجموع	فراوانی	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۷	۱	شکارچی (الاسکا)	اقتصادی سنتی
	۲	کارگر کارخانه (اروپا)	
	۲	گاوچرانی (آمریکای شمالی)	
	۲	کشاورزی (آمریکای شمالی)	
۱	۱	ساخت پل	اقتصادی مدرن
۲	۱	پیاده روی (آمریکای شمالی)	تفریحی سنتی
	۱	دوره می (آمریکای شمالی)	
۳۲	۳	تفریح در آسمان	تفریحی مدرن
	۱	ساخت مجسمه آزادی با شکلات	
	۱	تفریح با دستگاه فناوری تنفس	
	۲۴	تفریح در آب	
	۱	سورتمه	
	۲	عاشقانه	
۰	-	-	آیینی سنتی

۷	۱	جشن فارغ التحصیلی	آیینی جدید
	۳	رقص مدرن	
	۱	حضور در کلیسا	
	۲	مراسم یادبود	
۵	۲	عکاسی	هنری
	۲	مدلینگ	
	۱	نقاش	
۲۹	۱۳	تحقیق در دریا	علمی (دانشمند)
	۴	تحقیق باستان‌شناسی	
	۷	تحقیق روی حیوانات	
	۵	فضانوردی	
۲	۱	بیس‌بال	ورزش
	۱	دوچرخه‌سواری	
۷	۵	دوستی با حیوانات	ارتباط با طبیعت
	۲	بازیافت زباله	
۴	۴	نظامی	نظامی

چنانچه مشاهده می‌شود، انسان غربی، بیش از هر چیز، با تفریحات مدرن (۳۲ تصویر) و سپس با فعالیت‌های علمی (۲۹ تصویر)، نمایش داده شده است. نکته جالب توجه آن است که میان تفریحات و فعالیت‌های علمی نیز، تفریح در دریا (۲۴ تصویر) و تحقیق در دریا (۱۳ تصویر) مورد تأکید بوده است. در حالی که انسان شرقی، بیشتر در حال اجرای آیین‌های سنتی (۳۴ تصویر) و یا فعالیت‌های اقتصادی سنتی و سطح پایین (۱۹ تصویر) به نمایش درآمده است. در میان آن‌ها نیز، اعراب و آفریقایی‌ها سطح نازل‌تری دارند. آب آوردن از چشمه برای اعراب و آفریقایی‌ها و چوپانی برای اعراب بوده است. در هیچ‌یک از تصاویر مربوط به انسان شرقی، فعالیتی از نوع اقتصادی مدرن و یا فعالیت علمی مشاهده نمی‌شود. تفریحات آنها، بیشتر سنتی بوده و شامل تاب‌بازی، فرفره‌بازی و یا دورهمی‌های دوستانه می‌شود و آنها از این تفریحات خوش‌حال و راضی به نظر می‌رسند. تنها در دو تصویر، شاهد مراسم آیینی مدرن برای شرقی‌ها هستیم که در یکی از آن‌ها حضور خانواده مکزیکی در کلیسا و در دیگری،

مراسم فارغ‌التحصیلی یک مرد هندی با حضور یک مرد آمریکایی نشان داده شده است. تنها یک فیلیپینی، در حال نواختن گیتار و یک هندی در حال نواختن تار نشان داده شده‌اند که فعالیت هنری محسوب می‌شود. همچنین، هیچ‌یک از شرقی‌ها، در حال فعالیت ورزشی یا نظامی، نمایش داده نشده‌اند.

انسان شرقی و انسان غربی از منظر ارتباط با طبیعت

در نهایت، تصاویر از منظر ارتباط با طبیعت مورد توجه قرار گرفت. در این تصاویر، یک انسان در حال بازی با حیوانات و یا در آغوش گرفتن آن‌هاست، همچنین افرادی را در حال خدمت و محافظت از طبیعت، همچون بازیافت زباله، نشان می‌دهند. در میان تصاویر، تفاوت معناداری میان شرق و غرب از منظر میزان ارتباط با طبیعت مشاهده نشد. با این تفاوت که نمایش محافظت و خدمت به طبیعت، مختص غربی‌ها بوده است. همچنین، مقایسه این مقوله در طول زمان معنادار بود که در بخش‌های بعدی به آن اشاره خواهد شد.

جدول ۴. تقابل‌های دوتایی برآمده از کدگذاری تصاویر بر اساس مقوله‌های اولیه

غرب	شرق
مردانه	زنانه
ثروتمند	فقیر
آزاد	اسیر
بزرگسال و جوان	کودک و سالمند
جدی بودن	احساساتی بودن
علمی و فناورانه	آیینی و خرافاتی
توانمندی نظامی	ناتوانی نظامی
دوستدار و محافظ طبیعت	هم‌رنگ و نزدیک طبیعت
فعالیت‌های اقتصادی سطح بالا	فعالیت‌های اقتصادی سطح پایین
مدرن	سنتی

به این ترتیب، غرب با ویژگی‌های آشکار در تصاویر که در ستون سمت چپ جدول ۴ (تقابلی) مشاهده می‌شود، بیشتر مدرن و شرق با ویژگی‌های آشکار در تصاویر که در ستون سمت راست جدول ۴ (تقابلی) مشاهده می‌شود، بیشتر سنتی بازنمایی شده است.

ج. مضامین غالب

در نهایت، با تفسیر کیفی روابط بین مقوله‌ها و تحلیل و ترکیب آن‌ها، چند مضمون غالب و اصلی شناسایی شد که در جدول ۵ نشان داده شده‌اند. برای نمونه، با استناد به این سخن میرزوف که خط امری مردانه و رنگ امری زنانه است و اینکه خط توسط رنگ کنترل

می‌شود، "کنترل‌شوندگی" شرق از موجودیت زنانه آن و "کنترل‌کنندگی" غرب از موجودیت مردانه‌اش به دست می‌آید، که ترکیب آن با جوان بودن غرب، در برابر کودک یا سالمند بودن شرق و نیز، توانمندی نظامی غرب، در برابر ناتوانی نظامی شرق، بیش از پیش معنادار می‌شود. به عبارت دیگر، مضمون "کنترل‌شونده" از این کدها به دست آمده است: جنسیت، سن و داشتن یا نداشتن اسلحه. با در نظر گرفتن تصاویری از شرق، که سوژه اصلی آن زنان، کودکان و سالمندان و افراد بدون اسلحه هستند، چنین نتیجه‌گیری می‌شود که شرقی‌ها کنترل‌شونده بازنمایی شده‌اند. همچنین، برای یک نمونه دیگر، با ترکیب کدهای سن و حالت چهره، می‌توان نتیجه گرفت، جوان بودن و جدی بودن غربی‌ها، استعاره از هدفمندی و سرزندگی غرب است و در نقطه مقابل آن کودکانه بودن، سالمند بودن و احساساتی بودن شرق قرار می‌گیرد که بیانگر بی‌هدفی یا خستگی شرق است.

جدول ۵. شناسایی مضامین غالب برآمده از تحلیل و ترکیب مقوله‌ها

غرب	شرق
ساخت‌یافته و رشدیافته باهوش و مطمئن توانمند هدفمند سرزنده آینده منطقی تمدن پیشرفته کنترل‌کننده فرا دست	ساخت‌نا یافته و رشدنیافته ساده‌لوح و نامطمئن ناتوان بی‌هدف خسته گذشته غیر منطقی تاریخ عقب‌مانده کنترل‌شونده فرو دست

به این ترتیب، غرب با ویژگی‌های تلویحی موجود در ستون سمت چپ جدول ۵ (تقابلی)، به عنوان فرادست و کنترل‌کننده و شرق با ویژگی‌های تلویحی موجود در سمت راست جدول ۵ (تقابلی)، به عنوان فرودست و کنترل‌شونده بر ساخت شده است.

د. مقایسه مقوله‌ها در طول زمان

یافته‌ها نشان می‌دهد، در مقوله سوژه اصلی، در حالی که انسان غربی در ده سال نخست (۱۹۵۹ تا ۱۹۷۰)، بیشتر مورد توجه بوده؛ در دوره چهارم (سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰)، انسان شرقی نسبت به انسان غربی به میزان بسیار بیشتری سوژه روی جلد این مجله قرار گرفته است. در مقوله ویژگی‌های انسان شرقی و انسان غربی در دوره‌های مختلف، در بیشتر مقوله‌ها

تشابه وجود داشت؛ اما در مقوله ارتباط با طبیعت، در حالی که در دوره‌های نخست، انسان شرقی، به میزان بیشتری در تعامل با حیوانات نمایش داده شده، در دوره سوم، انسان غربی، به میزان بیشتری در حال دوستی با حیوانات نشان داده شده و در دوره چهارم، تنها انسان‌های غربی هستند که در حال دوستی با حیوانات و یا فعالیت‌هایی برای محافظت از طبیعت نمایش داده شده‌اند.

در مقوله مقایسه رابطه شرق و غرب، تنها در دوره سوم، حضور انسان‌های شرقی در غرب مشاهده می‌شود که شامل مهاجرت به آمریکا، یا حضور سیاه‌پوستان آفریقایی در آمریکا است. در یک تصویر آن نیز، مرد سیاه‌پوستی در حال تفریح و بستنی خوردن و با حالت چهره شاد نشان داده شده است. بدین ترتیب آمریکا، به صورت سرزمینی رویایی برای شرقی‌ها به نمایش درآمده است. در یک تصویر دیگر نیز، شاهد یک زن بازمانده از مور^۱ در اسپانیا هستیم که پیروزی غربی‌ها را در برابر مسلمانان در اسپانیا یادآوری می‌کند.

سایر موارد، به حضور انسان غربی و یا فناوری غربی در شرق، اشاره دارد. در دوره اول و دوم، حضور غربی در شرق، با در آغوش گرفتن آنها و یا جنگ با آنها، نمایش داده شده است. در دوره سوم، تعامل غربی با شرقی از نوع علمی و انتقال فرهنگ و فناوری بوده است که نشان می‌دهد، نتیجه حضور غربی در شرق، آموزش انتقال فناوری، علم و فرهنگ بوده است. همچنین، این انتقال آموزش، فناوری و فرهنگ، بیشتر در تعامل غرب با کشور هند نشان داده شده است. در دوره چهارم نیز، غربی در حال آموزش به شرقی نمایش داده شده است. این تصاویر، در مجموع برتری علمی، نوع دوستی و قدرت بیشتر غرب در برابر شرق را نشان می‌دهند. نتایج این مقایسه در جدول ۶ به تفصیل بیان شده است.

جدول ۶. مقایسه نحوه بازنمایی شرق و غرب در نشنال جئوگرافیک در طول زمان

مقایسه در طول زمان	دوره اول (۱۹۵۹-۱۹۷۰)	دوره دوم (۱۹۷۱-۱۹۸۰)	دوره سوم (۱۹۸۱-۱۹۹۰)	دوره چهارم (۱۹۹۱-۲۰۰۰)
از منظر سوژه اصلی	تأکید بر انسان غربی به عنوان سوژه اصلی	تأکید به نسبت برابر بر انسان شرقی و انسان غربی	تأکید به نسبت برابر بر انسان شرقی و انسان غربی	تأکید بر انسان شرقی به عنوان سوژه اصلی
از منظر ویژگی‌های انسان شرقی و انسان غربی	تکرار کلیشه‌ها و تقابل‌های دوتایی در نمایش شرقی و غربی	تکرار کلیشه‌ها و تقابل‌های دوتایی در نمایش شرقی و غربی	تکرار کلیشه‌ها و تقابل‌های دوتایی در نمایش شرقی و غربی	تکرار کلیشه‌ها و تقابل‌های دوتایی در نمایش شرقی و غربی
	انسان شرقی در تعامل با طبیعت	انسان شرقی در تعامل با طبیعت	انسان غربی در دوستی با طبیعت	انسان غربی در دوستی و محافظت از طبیعت

۱. نام یک قوم مسلمان در اسپانیا

<p>غربی در حال آموزش شرقی</p>	<p>حضور انسان‌های شرقی در غرب (مهاجرت شرقی به غرب و نمایش غرب به عنوان سرزمینی رویایی برای شرقی؛ یادآوری پیروزی‌های گذشته غربی در برابر شرقی) انتقال فرهنگ و فناوری غرب به شرق</p>	<p>حضور انسان‌های غربی در شرق (در آغوش گرفتن و یا جنگ با شرقی توسط غربی)</p>	<p>حضور انسان‌های غربی در شرق (در آغوش گرفتن و یا جنگ با شرقی توسط غربی)</p>	<p>از منظر رابطه شرق و غرب</p>
-------------------------------	--	--	--	--------------------------------

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تغییرهایی در شیوه بازنمایی شرق و غرب، طی زمان، در تصاویر روی جلد مجله به وجود آمده است. تغییر نخست، تأکید بر نمایش انسان غربی در دوره اول و تحول آن به تأکید بیشتر بر انسان شرقی، در دوره چهارم است. تغییر دوم، تصویر شرق به صورت ایستا و دورمانده از تحول و تمدن در دو دهه اول و تصویر شرق به صورت پویا و قابل برخورداری از تحول و تمدن، در صورت پیروی از غرب، در دو دهه دوم است. در بخش نتیجه‌گیری، علاوه بر جمع‌بندی یافته‌ها، دلایل این تغییرها نیز تبیین خواهد شد.

نتیجه‌گیری

تاکنون پژوهش‌های متعددی نشان داده‌اند که بازنمایی رسانه‌های غربی، از مردمان غیر غربی با قوم‌مداری همراه بوده و این افراد، به عنوان دیگری غرب به نمایش درآمده‌اند. دیدگاه‌های ادوارد سعید در شرق‌شناسی، برای نخستین بار نشان داد که چگونه غرب با دیگری‌سازی، سلطه و استعمار خود را، بر سایر مناطق توجیه کرده و مشروعیت می‌بخشد. بعدها پژوهشگران متعددی این نتایج سعید را تأیید و نشان دادند که در رسانه‌های غربی، یک جغرافیای دوقطبی به نمایش کشیده می‌شود که در یک‌سوی آن، غرب فرادست و در سمت دیگر آن، شرق یا همان غیر غربی‌های فرودست قرار دارد. جمع‌بندی تحقیق‌هایی که تاکنون در این زمینه انجام شده، بیانگر آن است که شرق در رسانه‌های غربی، با ویژگی‌هایی همچون وابستگی به غرب، عقب‌ماندگی، وحشی بودن، شهوت‌پرستی و مرموز بودن، به نمایش درآمده است. در این پژوهش، مجله نشنال جئوگرافیک آمریکا از منظر گفتمان شرق‌شناسی مورد توجه و مبنای قرار گرفت. سؤال تحقیق حاضر، این بود که شرق و غرب، در تصاویر روی جلد این نشریه، چگونه بازنمایی شده‌اند؟ و آیا بازنمایی شرق، در این نشریه غربی، منطبق با کلیشه‌های رایج شرق‌شناسی است یا با پذیرش تفرقه‌نگاری همراه بوده است؟ نحوه بازنمایی شرق و غرب، در دوره‌های مختلف انتشار این مجله، چه تحول‌هایی را پشت سر گذاشته است؟

نخستین نتیجه تحقیق، بیانگر آن است که بسیاری از کلیشه‌های رایج شرق‌شناسی در تصاویر روی جلد این نشریه نیز، به چشم می‌خورد. یافته‌های به دست آمده از مقایسه تصویر غرب و شرق در تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک، نشان می‌دهد که در این نشریه، شرق با تاریخ، موجودیت زنانه، کودکی و سالمندی، احساسات، خرافات، فقر، سنت، فعالیت‌های آیینی و فعالیت‌های اقتصادی سطح پایین، پیوند خورده است، در حالی که غرب با تمدن، موجودیت مردانه، جوانی، منطق، علم، فناوری، ثروت، مدرنیته، تفریح و فعالیت‌های اقتصادی سطح بالا، به تصویر کشیده شده است.

بدین ترتیب، رویکرد اصلی این نشریه در نمایش شرق و غرب، تأکید بر پیشرفته بودن غرب و عقب‌ماندگی شرق بوده است. غرب، خود را نماینده تمدن و شرق را، نماینده تاریخ بازنمایی می‌کند. در این نوع نگاه است که فعالیت‌های علمی و منطقی غرب معنا پیدا می‌کند و نشانه برتری تمدن بر تاریخ می‌شود. همچنین، غرب با استفاده از مضامینی مانند فرادستی، توانمند بودن، مطمئن و هدفمند بودن، خود را متمدن و پیشرفته بازنمایی می‌کند و در مقابل، با بازنمایی شرق احساساتی، ساده لوح، نابالغ و ناتوان، آن را نامطمئن و عقب‌مانده نشان می‌دهد. در این صورت، این غرب ساخت یافته و رشد یافته است که کنترل‌کننده شرق بی‌هدف، خسته و رشدنا یافته است؛ این اتفاق در سایه درونی شدن هنرهای دیداری رخ می‌دهد. همان‌طور که میرزوف اشاره می‌کند، تصویر هنری، وسیله تفسیر جهان به شیوه دیداری است، غرب که جایگاه خود را در سلسله مراتب قدرت، برتر می‌داند؛ در سایه بازنمایی تصاویر هنری است که در صدد تثبیت این جایگاه برمی‌آید. از بنیان، ابزار حفظ قدرت برای غرب، تصاویر هستند. از طرف دیگر، اینکه در تصاویر روی جلد مجله نشنال جئوگرافیک، انسان غربی، بیشتر با تصویر مردان و انسان شرقی، بیشتر با تصویر زنان، نشان داده شده کنایه به این موضوع است که انسان شرقی یا همان نژاد کمتر توسعه یافته، در برابر انسان غربی و نژاد برتر، همچون زنی است که باید توسط مرد کنترل و منظم شود. به عبارت دیگر، نقش بالادستی و مردانه، به غرب و نقش فرودست و زنانه، به شرق، منتسب شده است.

دومین نتیجه تحقیق، اینکه که یافته‌های آن، تفاوت‌هایی با یافته‌های پژوهش‌های پیشین داشته است. اولین تفاوت، عدم استفاده از کلیشه‌های جنگ‌طلبی و برهنگی، برای انسان شرقی، در تصاویر نشنال جئوگرافیک است که دلیل آن را می‌توان در رویکرد کلی این مجله، مبتنی بر عدم نمایش برهنگی و جنگ‌طلبی جست‌وجو کرد. در تصاویر بسیار معدودی، شاهد برهنگی و استفاده از اسلحه هستیم و در این موارد نیز، مفهوم برهنگی با آزادی و استفاده از اسلحه با برتری نظامی پیوند خورده است. بنابراین، استفاده از اسلحه میان غربی‌ها، بیش از مردم شرقی مشاهده می‌شود.

تفاوت دوم، اینکه در دیدگاه سعید و اسپر غرب، انسان شرقی را در ارتباط با طبیعت و در

تضاد با فرهنگ و تمدن نشان می‌دهد، ولی در نشنال جئوگرافیک چنین کلیشه‌ای وجود ندارد. این امر را نیز، می‌توان ناشی از رویکرد کلی مجله و تغییر مفهومی دوگانه تمدن در برابر طبیعت، دانست. تحت تأثیر برنامه‌های حفاظت از حیات وحش و محیط زیست، در نگاه مجله نشنال جئوگرافیک و در سال‌های انتشار این مجله، پس از ۱۹۵۰، موضوع انسان‌ها به عنوان عامل مخرب طبیعت و محیط زیست، یک روایت برجسته بوده است. بنابراین، همان طور که کالوف و امثور (۲۰۱۰) هم اشاره کرده‌اند، نشنال جئوگرافیک در راستای حفاظت از محیط زیست، به دنبال تغییر درک مخاطبان از ارزش‌ها و باورهای انسانی، نسبت به حیوانات و طبیعت، بوده است. این موضوع، به ویژه در نحوه بازنمایی این نشریه از طبیعت، در دوره‌های سوم و چهارم، به چشم می‌خورد. در تصاویر فاقد سوژه انسانی، مخاطرات زیست‌محیطی همچون انقراض حیوانات، آتش‌سوزی و کمبود آب، تصاویری هستند که تنها در دوره‌های سوم و چهارم دیده می‌شوند. در تصاویر با سوژه انسانی نیز دوستی با طبیعت یک ارزش تلقی شده، تا جایی که حتی در تصاویر روی جلد متعلق به دوره چهارم، تنها انسان‌های غربی هستند که در حال دوستی با حیوانات و یا فعالیت‌هایی برای محافظت از طبیعت نمایش داده شده‌اند.

سومین نتیجه تحقیق، اینکه اگرچه در بازنمایی نشنال جئوگرافیک از شرق و غرب به صورت کلی، کلیشه‌های ثابتی وجود داشته است و نشان می‌دهد، همچنان که ادوارد سعید اشاره می‌کرد، شرق در نشنال جئوگرافیک نیز، یک پدیده با ویژگی‌های منظم معرفی شده است؛ اما مقایسه یافته‌ها در چهار دوره نشان می‌دهد، برخی از کلیشه‌ها در طول زمان متغیر بوده است. به این ترتیب، برخی تفاوت‌ها وجود دارد که دوره سوم و چهارم را از دوره اول و دوم متمایز کرده است. دو تغییر مهم، در مقایسه دوره‌ها دیده شده است. نخست، در حالی که در دوره اول، تأکید بر نمایش انسان غربی است؛ در دوره چهارم، انسان شرقی به میزان بسیار بیشتری نسبت به انسان غربی، سوژه روی جلد این مجله شده است. دلیل این تفاوت آن است که تصاویر منتشر شده در دوره نخست، متعلق به زمانی است که غرب تلاش می‌کرد هویت مستقلی را برای خود بسازد و خود را، بر اساس تقابل با دیگری یعنی شرق، تعریف کند. بنابراین از تصاویر برای تعریف خود و تأکید بر تفاوت‌های خود با دیگری استفاده کرده است؛ چیزی که میرزوف از آن تحت عنوان اختراع غرب یاد می‌کند. این موضوع، در حالی است که طی دوره چهارم و پس از تثبیت ماهیت غرب، تمرکز بیشتری برای شناخت شرق انجام شده است. در این دوره، انسان شرقی و آداب و رسوم و سبک زندگی آن، به میزان بسیار بیشتری نسبت به انسان غربی، به عنوان سوژه مطرح شده است؛ اگرچه مطابق دیدگاه سعید در این بازنمایی همچنان غرب به عنوان خود و شرق، دیگری معرفی می‌شود.

تغییر مهم دوم، عبور از برتری ذاتی و ماهوی و دیگری‌سازی مطلق از شرق، به پذیرش ترافرنگی، به شرط پذیرش برتری فرهنگ و تمدن غرب و اتخاذ عناصر فرهنگی آن توسط

انسان شرقی بوده است. نگاه ادوارد سعید، مبنی بر اینکه در نمایش غرب از شرق، شرق به گونه‌ای غیر قابل تغییر و بدون انعطاف به تصویر کشیده می‌شود که در زمان و مکان ثابت می‌ماند و امکان درک متقابل آن با غرب و توسعه و تحول آن به سوی تمدن، غیر ممکن است، تنها در تصاویر دوره اول و دوم صادق است. در این دو دوره (دهه ۶۰ و ۷۰)، تمرکز بر نشان دادن حضور غرب در شرق، به منظور تحقیق و تفریح و نمایش برتری فناوری و نظامی غرب بوده است. اما در دوره سوم و چهارم (دهه ۸۰ و ۹۰)، همزمان با حضور انسان شرقی در غرب و نیز حضور غربی‌ها در شرق، این بار برای آموزش مواجه هستیم. در تصاویر این دوران نیز بر برتری غرب در برابر شرق تأکید می‌شود؛ با این تفاوت که امکان و قابلیت انتقال فناوری و فرهنگ از غرب به شرق مورد توجه قرار می‌گیرد. بنابراین، تفاوت‌ها دیگر ذاتی و ماهوی قلمداد نمی‌شوند و امکان توسعه شرق، به شرط تسلیم در برابر برتری غرب و انتقال فرهنگ و فناوری غرب، به رسمیت شناخته می‌شود.

با توجه به تفسیر نتایج، ساده‌اندیشی است که همچون برخی متفکران غرب، گمان کنیم که امروزه «غربی می‌کوشد تا در میدان عینیت و علم‌گرایی و حقیقت‌گرایی و حتی همدمی و همدلی ... از هرگونه داوری ارزشی نسبت به شرق خودداری ورزد» (کمپ، ۱۳۷۲: ۱۱۸). بازنمایی غرب و شرق در نشنال جئوگرافیک، نشان می‌دهد که بسیاری از پیش‌زمینه‌های شرق‌شناسی در این نشریه، در طول زمان ثابت مانده و برخی از کلیشه‌ها نیز، به شکلی نوین احیاء شده است. امروزه نگاه‌های استعماری گذشته، با ظاهری آراسته‌تر به چشم می‌خورد که در آن برخی عناصر قدیمی حذف و برخی عناصر جدید افزوده شده است. در عین حال، تغییر رویکرد نشریه در طول زمان، دیدگاه سعید را، مبنی نمایش و برساخت ذاتی بودن تفاوت‌های شرق و غرب و غیر قابل تغییر و بدون انعطاف بودن شرق، زیر سؤال می‌برد. به عبارت دیگر، تفاوت بارز این رویکرد جدید با دیدگاه‌های قبلی، این است که در دوران جدید، شرق به شرط تسلیم در مقابل غرب، قابل تغییر است و اگر دیگری در پیکربندی ایده‌آل غرب جای بگیرد، می‌تواند دیگری نباشد.

در نهایت، باید اشاره کرد که پاسخ مناسب به شرق‌شناسی، نه برساخت یک غرب کلیشه‌ای و منفی؛ بلکه تقویت دیپلماسی رسانه‌ای و فرهنگی و به دنبال آن معرفی پیشرفت‌ها، قهرمانان و افتخارات سرزمین‌های غیر غربی برای مخاطبان جهانی خواهد بود. امروزه، این امر به دلیل قابلیت‌های متنوع فضای مجازی، امکان تولیدکنندگی مردم عادی و چندصدایی شدن، بیش از پیش امکان‌پذیر شده است. بنابراین، می‌توان از خلق تصاویر و انتشار آن در فضای مجازی، برای نمایش واقعیت‌ها و پیشرفت‌های مثبت و مقابله با کلیشه‌های منفی رسانه‌های غربی از شرق، استفاده کرد.

منابع

- بیچرانلو، عبدالله. ۱۳۸۸. "تصویرسازی و کلیشه‌سازی هالیوود از مسلمانان". فصلنامه رسانه، ۲۰(۷۹): ۱۱۵-۱۴۵.
- بیچرانلو، عبدالله. ۱۳۹۱. "بازنمایی ایران و ایرانیان در هالیوود". فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۷(۷۱): ۳۹-۶۸.
- پرسی، کمپ. ۱۳۷۲. "ما خاورشناسان نوین". ترجمه جلال ستاری. فصلنامه نامه فرهنگ، ۴(۱۲): ۱۱۸-۱۲۵.
- ترنر، برایان. ۱۳۸۳. شرق‌شناسی، پست مدرنیسم و جهانی شدن. ترجمه محمدعلی محمدی. تهران: یادآوران.
- دالگرن، پیتر. ۱۳۸۰. تلویزیون و گستره عمومی. ترجمه مهدی شفقتی. تهران: سروش.
- دهقان، علیرضا و علی حاجی محمدی. ۱۳۹۲. "فضاهای فرهنگی جدید و بازنمایی: شناخت و تحلیل انتقادی کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در وبلاگ‌های برگزیده خبری آمریکا". فصلنامه دین و ارتباطات، ۱۱(۲۳): ۶۷-۹۴.
- سعید، ادوارد. ۱۳۷۷. شرق‌شناسی. ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- سعید، ادوارد. ۱۳۷۸. پوشش خبری اسلام در غرب. ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- سعید، ادوارد. ۱۳۸۳. فرهنگ و امپریالیسم. ترجمه اکبر افسری، تهران: قومس.
- عباس‌زاده، محسن. ۱۳۹۰. "برساختگی شرق: روایت خلق دیگری از رهگذر بازنمایی". فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، دوره پنجم، شماره ۲۵: ۲۰۱-۲۳۷.
- غیاثیان، مریم‌السادات. ۱۳۸۶. "بازنمایی "ما" و "آنها": تصویر سفیدپوستان و مسلمانان در نشریات غرب پس از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱". فصلنامه رسانه، ۱۸(۴): ۲۰۵-۲۱۳.
- قرلسفلی، محمدتقی و آمنه میرخوشخو. ۱۳۸۹. "اسلام رسانه‌ای: رویکرد رسانه‌ها به اسلام در چارچوب نظریه پسااستعماری ادوارد سعید". فصلنامه رسانه، ۲۱(۲): ۵-۲۰.
- گیویان، عبدالله و محمد سرروی زرگر. ۱۳۸۸. "بازنمایی ایران در سینمای هالیوود". فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۸(۲): ۱۴۷-۱۷۷.
- مهدی‌زاده، محمد. ۱۳۸۷. رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- نادری، احمد؛ رامین چابکی؛ علی اسکندری و مجید سلیمانی. ۱۳۹۳. "بازنمایی مولفه‌های هویت فرهنگی ایرانیان در سینمای هالیوود: مورد مطالعه فیلم‌های سیصد، یک شب با پادشاه، اسکندر و سنگسار ثریا". مجله جهانی رسانه، ۹(۱): ۱۲۹-۱۵۱.
- ویمر، راجر و جوزف دومینیک. ۱۳۹۳. تحقیق در رسانه‌های جمعی. ترجمه کاووس سیدامامی. تهران: سروش و مرکز تحقیقات.
- هال، استوارت. ۱۳۹۳. معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی. ترجمه احمد گل محمدی. چاپ دوم، تهران: نشر نی.

Ebo, Bosah. 1992. *American Media and African Culture*. Westport: Praeger Publishers.

Fürsich, Elfriede. 2010 "Media and the representation of Others". *International Social Science Journal*, Vol.61, No.199.

Hall, Stuart .1991. "Race, Culture and Communications: Looking Backward and Forward at Cultural Studies". *Rethinking Marxism*, Vol.5 (1): 10-18.

Hall, Stuart .1997. *The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice*. London: Sage Publication.

Hall, Stuart. 2003. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publication.

Kalof, Linda & Amthor, Ramona. 2010. "Cultural representations of problem animals in national geographic". *Etudes Rurales*. 185(1). DOI: 10.4000/etudesrurales.9134.

- Lutz, Catherine & Collins, Jane. 1993. *Reading National Geographic*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Mirzoeff, Nicholas. 1999. *An Introduction to Visual Culture*. London: Routledge.
- Perse, Elizabeth M. 1998. "Implications of Cognitive and Affective Involvement of Channel" *Journal of Communication*. 48.
- Rose, Gillian. 2001. *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. SAGE Publications.
- Said, Edward. 2003. *Orientalism*. Penguin Classics.
- Svendsen, Amalie Due. 2018. "Representations of the East: Orientalism in Emily Eden's Travel Writing". *Leviathan: Interdisciplinary Journal in English*. No. 2: 60-70. DOI: 10.7146/lev.v0i2.104691.
- Walker, Sheila & Rasamimanana, Jennifer. 1993. "Tarzan in the Classroom: How "Educational" Films Mythologize Africa and Miseducate Americans." *Journal of Negro Education*. 62 (1): 3-23.
- www.nationalgeographic.com/mediakit/assets/img/downloads/2019/NGT_2019_Media_Kit.pdf