

بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم‌های ایرانی تحسین‌شده در جشنواره‌های بین‌المللی

غلامرضا محمدی مهر* - عبدالله بیجرانلو**

چکیده

در این مقاله چگونگی تصویرپردازی از مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی در فیلم‌های ایرانی برنده‌شده در جشنواره‌های بین‌المللی بررسی شده است. روش بررسی، تحلیل محتوایست و جامعه آماری، ۲۰ فیلم بلند داستانی را شامل می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد در دو فیلم بادکنک سفید و باد ما را خواهد برد، مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی پررنگ‌تر بازنمایی شده و در سایر فیلم‌ها، نمایش این مؤلفه‌ها، کم‌رنگ‌تر بوده است. همچنین بر اساس یافته‌ها، موضوع‌های بکر و متفاوت بودن داستان‌ها و مضامین، مهم‌ترین ویژگی این فیلم‌ها و احتمالاً زمینه‌ساز موفقیت بین‌المللی آنها بوده است.

واژه‌های کلیدی

سینمای ایران، فیلم، جشنواره‌های بین‌المللی، فرهنگ ایرانی - اسلامی، بازنمایی و تحلیل محتوا

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۶/۲۰

r43mehr@yahoo.com
Bikaranlou@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۵/۰۸

* پژوهشگر ارشد مرکز تحقیقات صدا و سیما
** استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

❖
سال پانزدهم، شماره بیست و ششم، تابستان ۱۳۹۳
❖
مقدمه

حضور بین‌المللی سینمای ایران، به سال‌های پیش از انقلاب اسلامی بازمی‌گردد، زمانی که اولین بار در سال ۱۳۳۷، فیلم *شب‌نشینی در جهنم*، در جشنواره برلین به نمایش درآمد (عبدالله‌زاده، ۱۳۷۷: ۲۹).

حضور جهانی فیلم‌های ایرانی در ۲۰ ساله پیش از انقلاب ادامه یافت و چند جایزه هم نصیب سینمای ایران کرد؛ ولی حضور چشمگیر این سینما در سال‌های پس از انقلاب رقم خورد. اوج این حضور را در دهه ۱۹۹۰ م. شاهدیم. به‌طوری‌که «بیش از ۴ هزار و ۵۰۰ حضور جهانی سینمایی ایران در این دهه و دریافت چیزی نزدیک به ۲۸۰ جایزه، نشان از این توجه فزاینده فیلم‌های ایرانی است» (همان: ۳۰).

در این خصوص، برخی صاحب‌نظران، فیلم‌های برنده جایزه از جشنواره‌های جهانی را با عبارت «فرهنگی» مشخص می‌کنند و این فیلم‌ها را در مقابل سینمای تجاری قرار می‌دهند (لطفی، ۱۳۸۸: ۱۴۴).

در مقابل، گروهی دیگر معتقدند سینما نقش تعیین‌کننده در معرفی کشورمان ندارد و فقط نقش معرفی سینمای ما را دارد (فارابی، ۱۳۶۹: ۱۹۹). بر اساس این نگاه، آشنایی با فرهنگ مردم ایران، بیش از اینکه حاصل نمایش فیلم‌های ایرانی در آن سوی آنها باشد، از طریق سایر مجاری ارتباطی انجام می‌شود. این نظرها تاکنون بررسی پژوهشی نشده‌اند.

از طرف دیگر مسئله‌ای جدی در خصوص سینمای ایران مطرح است که به‌نحوی از دو رویکرد یادشده به فیلم‌های برنده‌شده در جشنواره‌های بین‌المللی ریشه می‌گیرد. برخی از صاحب‌نظران معتقدند جوایزی که نصیب فیلم‌های مذکور می‌شود به‌دلیل تصویر خاصی بوده که از ایران و فرهنگ آن بازنمایی شده که اغلب تصویری سیاه از ایران است و با رویکردهای شرق‌شناسانه غرب به ایران تناسب دارد، ازاین‌رو موردپسند جشنواره‌های غربی قرار می‌گیرد. در مقابل، گروهی دیگر معتقدند که توجه جشنواره‌ها به فیلم‌های ایرانی به‌دلیل رویکرد متمایز سینمای ایران به موضوع‌های گوناگون از جمله فرهنگ مردم ایران

بازنمایی فرهنگ ایران در ... ❖ ۱۵۷

است. گرچه روشن است که داوری‌های جشنواره‌ها بر اساس شاخص‌های گوناگون حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای از جمله سیاسی صورت می‌گیرد.

از این رو، بررسی حاضر در پی پاسخ به این سؤال است که در فیلم‌های ایرانی برنده‌شده، تا چه حد به بازنمایی فرهنگ ایرانی - اسلامی پرداخته شده؟ و موفقیت فیلم‌های ایرانی تا چه حد مرهون بازنمایی فرهنگ ایرانی - اسلامی بوده است؟

سینما و بازنمایی فرهنگ

سینما از نافذترین رسانه‌های بازنمایی فرهنگ است. در چارچوب مرزهای ملی، می‌توان از این طریق داشته‌های فرهنگی یک نسل را به نسلی دیگر، منتقل و فرایند جامعه‌پذیری را تسهیل کرد. در ارتباطات بین فرهنگی هم، ملت‌ها از این دریچه می‌توانند نظاره‌گر آداب و رسوم، ارزش‌ها، افکار، آمال و ... جوامع دیگر باشند. در واقع «سینما پیش از اینکه صنعت یا هنر باشد، فرهنگ است» (معززی‌نیا، ۱۳۸۸: ۲۳۰). از این منظر، فیلم‌های ایرانی که در جشنواره‌های بین‌المللی به نمایش درمی‌آیند، فارغ از جنبه‌های فنی و زیبایی‌شناسانه (همان: ۲۳۱) به بازنمایی از جامعه ایران و از جمله فرهنگ آن می‌پردازند.

ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگ

اگر جامعه را شمار زیادی از افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها بدانیم که در قلمروی عمومی یکسانی زندگی می‌کنند و از یک فرهنگ برخوردارند، آنگاه فرهنگ، شیوه‌هایی از زندگی است که در طول زمان به اعضای جامعه انتقال داده می‌شوند و جامعه را نگه می‌دارند (Turow, 2009: 25). از دید تیلور «فرهنگ یا تمدن، کلیت در هم تافته‌ای است شامل دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات، آداب و رسوم و هرگونه توانایی و عادت‌هایی که آدمی همچون عضوی از جامعه به دست می‌آورد» (آشوری، ۱۳۷۹: ۴۷). در تعریفی دیگر، «فرهنگ، شیوه ویژه‌ای از زندگی قلمداد می‌شود که ارزش‌ها، سنت‌ها، باورها، اهداف مادی و سرزمینی آن را شکل می‌دهند و نظام بوم‌شناختی پیچیده و پویایی از مردم، اشیاء، جهان‌بینی‌ها، کنش‌ها و

شرایطی به شمار می‌آید که در ارتباطات روزمره و اندرکنش اجتماعی، دگرگونی می‌یابد» (لال، ۱۳۷۹: ۹۹ و ۲۱۴).

هافستد^۱ چهار مفهوم را برای نشان دادن سطوح فرهنگ، مشخص می‌سازد: نمادها، قهرمانان و شخصیت‌ها، شعائر، مناسک و ارزش‌ها که این چهار نشانگر مانند پوسته‌های متداخل یک پیاز هستند که در آن نمادها، بیرونی‌ترین و ارزش‌ها، درونی‌ترین تجلی‌های یک فرهنگ به حساب می‌آیند.

در این مدل، بیرونی‌ترین سطح را نمادها و الگوها تشکیل می‌دهند که عبارت از: کلمه‌ها، ژست‌ها، تصاویر، اشیای فرهنگی، کلمه‌های زبان (ملی و تخصصی)، شیوه لباس پوشیدن، پرچم‌ها، نمادهای موقعیتی و... بوده و حامل معنای خاصی هستند که تنها به وسیله آنانی که متعلق به آن فرهنگ هستند قابل درک است. در این سطح، پدیده‌های تازه به صورت نمادهای جدید به آسانی ایجاد شده و نمادهای کهنه ناپدید می‌شوند. سطح بعدی را قهرمانان تشکیل می‌دهند که افرادی هستند زنده یا مرده، واقعی یا خیالی با مشخصاتی که در یک فرهنگ به شدت مورد تحسین بوده و مدل‌های رفتاری یک فرهنگ را تشکیل می‌دهند. مناسک و شعائر که در سطح بعدی قرار می‌گیرند، فعالیت‌های جمعی هستند که اگرچه از نظر فنی در رسیدن به مقاصد مطلوب زائد به نظر می‌رسند؛ اما از نظر اجتماعی در محدوده یک فرهنگ، اساسی و مهم هستند. نمادها، قهرمانان و شعائر را می‌توان تحت عنوان «اعمال» دسته‌بندی کرد که برای ناظر بیرونی قابل رؤیت هستند، اگرچه مفهوم فرهنگی آنها غیرقابل رویت بوده و تنها به وسیله افراد خودی قابل تفسیر است؛ اما هسته فرهنگ به وسیله ارزش‌ها شکل می‌گیرد (موحدی، ۱۳۸۳: ۶۸-۶۷).

دهشیری، ابعاد فرهنگ را در دو بخش هسته و پوسته فرهنگ قرار داده است:

این دو بخش از شش لایه مجزا و در عین حال مرتبط با یکدیگر تشکیل شده‌اند.

سه لایه نخست، هسته فرهنگ و سه لایه بعد، پوسته آن را تشکیل می‌دهند. لایه

نخست (باورها)، به معنای نظام جهان‌بینی، اعتقادات و نوع نگرش به خدا، انسان و جهان است. لایه دوم (ارزش‌ها)، به معنای بایدها و نبایدهاست. لایه سوم (هنجارها)، به معنای الگوهای رفتاری برآمده از ارزش‌هاست. لایه چهارم (نمادها و اسطوره‌ها)، شامل سرود، پرچم، مشاهیر و شخصیت‌های علمی و فرهنگی یک کشور است. لایه پنجم (آیین‌ها و آداب و رسوم)، رفتارهای اجتماعی را شکل می‌دهد و منجر به جامعه‌پذیری و درونی کردن عادت‌ها و علائق اجتماعی می‌شود. لایه ششم را فناوری‌ها، مهارت‌ها و نوآوری‌ها تشکیل می‌دهند و ناظر بر محیط و فضای نوینی هستند که فرهنگ عمومی در بستر آن شکل می‌گیرد و مظهر تعامل و تبادل کنش‌های اجتماعی و الگوهای ارتباطی به‌شمار می‌آید (۱۳۸۸: ۱۸۲-۱۸۱).

عناصر و مؤلفه‌های فرهنگ ایران

شمس، عناصر اصلی فرهنگ ایران را به شرح زیر می‌داند:

۱. زبان‌های ایرانی، به‌خصوص زبان پارسی که از شاخصه‌های اصلی فرهنگ ایرانی است؛
۲. آداب و رسوم و اعیاد ملی از جمله نوروز، شب یلدا و تقویم هجری شمسی؛
۳. ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای از جمله رستم و اساطیر تمثیلی همچون دیو، سیمرغ و...؛
۴. معماری و هنر ایرانی؛
۵. تنوع قومی؛
۶. دین اسلام و به‌خصوص مذهب تشیع و همچنین دین‌ها و آیین‌های دیگر مانند: زرتشتی، مهرپرستی و غیره (۱۳۸۸: ۹۳-۸۷).

به نظر عنایت، عناصر فرهنگ ایران را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱. زبان فارسی که مهم‌ترین شاخصه فرهنگ ایران است؛
۲. اعیاد ملی به‌ویژه نوروز و شب یلدا؛
۳. شخصیت‌های اسطوره‌ای از جمله رستم؛
۴. اساطیر تمثیلی همچون: دیو، سیمرغ و...؛
۵. علم و هنر؛
۶. معماری ایرانی؛
۷. دین اسلام و به‌خصوص مذهب تشیع (۱۳۸۷: ۲۳).

از نظر آشنا و روحانی مؤلفه‌های هویت فرهنگی به شرح زیر است:

۱. زبان که خود به دو حوزه نوشتاری و گفتاری تقسیم می‌شود؛

۲. دیانت که دو حوزه دین اسلام و حوزه جزئی تر (تشیع) را دربر می گیرد؛
۳. نظام اجتماعی که شامل پنج خرده نظام آموزشی، خانوادگی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی - حقوقی است؛
۴. تاریخ و حافظه تاریخی که در دو حوزه میراث معنوی و مادی قرار می گیرند. میراث معنوی شامل زبان، هنرهای نمایشی، آیین ها، مناسک و غیره است و میراث مادی شهرها، بناها، اشیاء و غیره را دربر می گیرد؛
۵. جغرافیای فرهنگی که می توان آنرا در پنج حوزه کاربردی مورد تحلیل قرار داد:
الف. ناحیه فرهنگی؛ ب. پخش فرهنگی؛ ج. بوم شناسی فرهنگی؛ د. درهم تنیدگی فرهنگی؛ ه. چشم انداز فرهنگی (۱۳۸۹: ۱۷۹-۱۶۹).
- به اعتقاد آزادارمکی، فرهنگ ایرانی با صفاتی چون دین داری، خانواده گرایی، دولت ایرانی، فرهنگ شیعی، انطباق پذیری با شرایط جدید و تجربه طولانی در جنگ و بحران های اجتماعی قابل تعریف است (۱۳۸۶: ۱۰۴).
- در جدول (۱) به اختصار متغیرها و مقوله هایی که در بررسی بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم های سینمایی، مورد نظر قرار گرفته اند، ارائه شده است.

جدول ۱. متغیرها و مقوله ها

مقوله ها	نام متغیر
<p>۱. جشن ها و اعیاد ملی شامل آمادگی برای ورود به سال نو؛</p> <p>۲. جشن ها و مراسم خانوادگی شامل رقص و شادی، حنابندان، عروسی و خواستگاری؛</p> <p>۳. سرگرمی ها شامل بازی های محلی و معرکه مارگیری؛</p> <p>۴. سایر شامل پختن یا آش نذری دادن، سوغاتی دادن، شستشوی مزار فوت شدگان با گلاب و مراسم عزاداری برای میت؛</p> <p>۵. بدون آداب و رسوم.</p>	آداب و رسوم و سنت های ایرانی
<p>۱. در صحنه دیده می شود: این نمادها شامل ماهی تزئینی و سبزه عید نوروز، خنجه عقد و عروسی، حاجی فیروز، سازودهل زدن، حجله فوت شدگان و وسایل ورزشی زورخانه؛</p> <p>۲. در صحنه دیده نمی شود: هیچ کدام از نمادها، در صحنه دیده نشده است.</p>	نمادها و نشانه های مرتبط با آداب و رسوم

ادامه جدول ۱. متغیرها و مقوله‌ها

نام متغیر	مقوله‌ها
فرهنگ عامه ^۱ (عمومی - همگانی) و ضرب‌المثل ایرانی	۱. ضرب‌المثل‌ها و کنایه‌ها؛ ۲. افسانه‌ها و داستان‌های عامیانه شامل داستان لیلی و میجنون؛ ۳. تصنیف و ترانه‌های عامیانه؛ ۴. بدون فرهنگ عامه و ضرب‌المثل.
صنایع دستی ایرانی	۱. در صحنه دیده می‌شود: شامل آئینه و شمعدان، اسفند چشم‌نظر، لاله (چراغ)، فال، فرش ابریشم، ترمه، چراغ گردسوز و خوشنویسی؛ ۲. در صحنه دیده نمی‌شود: هیچ‌کدام از صنایع دستی ایرانی در صحنه دیده نشده است.
باورهای سنتی و عامیانه ایرانی	۱. در صحنه ارائه شده است: شامل هنگام سال تحویل، هر حالتی که داشته باشی تا آخر سال همان حال را داری و خوردن تخم کبوتر برای زبان باز کردن؛ ۲. در صحنه ارائه نشده است: باورهای سنتی و عامیانه در صحنه ارائه نشده است.
نوع اشعار خوانده شده	۱. آثار ادبی کهن؛ ۲. آثار ادبی معاصر.
مفاخر فرهنگ ایران	۱. دانشمندان و فیلسوفان؛ ۲. شاعران و هنرمندان؛ ۳. روشنفکران و اندیشمندان؛ ۴. ورزشکاران و قهرمانان؛ ۵. ارائه نمی‌شود.
نمادهای ملی	۱. پرچم ایران؛ ۲. نمادهای دفاع مقدس شامل پلاک رزمنده شهید؛ ۳. در صحنه ارائه نمی‌شود.
اسطوره‌های ملی	۱. ایران باستان؛ ۲. ایران معاصر؛ ۳. انقلاب اسلامی.
ارزش‌های اخلاقی	۱. محبت و مهربانی؛ ۲. ایثار و فداکاری؛ ۳. سخاوت؛ ۴. عفو و گذشت؛ ۵. کمک به دیگران؛ ۶. درستکاری، تلاش و سخت‌کوشی، غرور، جوانمردی، عشق و فداکاری، پاک‌ی و نجابت، تواضع، شجاعت، مراعات حال دیگران، خوش خلقی، انصاف و دلسوزی؛ ۱۰. در صحنه ارائه نمی‌شود.
ضد ارزش‌های اخلاقی	۱. دروغ‌گویی؛ ۲. تحقیر دیگران؛ ۳. خیانت؛ ۴. بی‌خلی؛ ۵. خشونت؛ ۶. طمع به ناموس دیگران؛ ۷. سایر شامل ریاکاری، خساست، حق‌کشی، خلف‌وعده، گوشه و کنایه زدن، مشروب‌خوری، هتاک‌ی، خرده‌گیری بیش از حد، بی‌انصافی، بی‌وفایی و شانه از زیر بار مسئولیت خالی کردن؛ ۸. در صحنه ارائه نمی‌شود.
ارزش‌ها و باورهای اسلامی	۱. در صحنه ارائه شده است: شامل خدا ارحم الراحمین است؛ با دست خودتان، خود را به هلاکت نیندازید؛ خدا عین خیر و بزرگ و بلندمرتبه است. ۲. در صحنه ارائه نمی‌شود.
عمل به احکام و هنجارهای اسلامی	۱. در صحنه دیده می‌شود: شامل شکرگزاری، خواندن دعای جوشن کبیر، نماز خواندن، وضو گرفتن، دعا کردن و قرائت قرآن. ۲. در صحنه دیده نمی‌شود.

ادامه جدول ۱. متغیرها و مقوله‌ها

مقوله‌ها	نام متغیر
۱. نمادها و نشانه‌های اسلامی: شامل مساجد، قرآن، گردن‌بند وان یکاده، سجاده و ...؛ ۲. نمادها و نشانه‌های شیعی: شامل تمثال ائمه اطهار ^(ع) ، امامزاده‌ها، جانماز و مهر و سجاده، سقاخانه، نذری امام رضا ^(ع) ، زنجیرزنی، نوحه‌خوانی و مراسم عمامه‌گذاری طلبه‌ها؛ ۳. ارائه نمی‌شود.	نمادها و نشانه‌های اسلامی - شیعی

نظریهٔ بازنمایی

مفهوم «بازنمایی» به بحث‌های مربوط به نمایش واقعیت ارتباط پیدا می‌کند زیرا سعی بسیاری از متون رسانه‌ای بر این است که واقعی به نظر برسند. اما آنچه ما نزد خود واقعی می‌پنداریم خارج از بازنمایی وجود ندارد. آنچه برای مثال، در بحث حاضر، در فیلم‌های سینمایی ایرانی تحسین شده در جشنواره‌های بین‌المللی از فرهنگ ایران، ارائه شده را نمی‌توان نمایش آینه‌گون فرهنگ جامعهٔ ایران دانست؛ بلکه یک تفسیر و برساخت فیلم‌ساز به وسیلهٔ رسانهٔ سینماست. همان‌طور که استوارت هال^۱ (۱۹۹۷)، توضیح می‌دهد، منظور از «زبان»، زبان انگلیسی، چینی و غیره نیست بلکه زبان به معنای جامع مدنظر است یعنی زبان بدن، نوشتار، گفتار، تصویر، موسیقی، اعداد و غیره. بازنمایی به‌مثابه نماینده بودن چیزی به‌جای دیگری است و می‌تواند در کلام و نوشتار به همان شیوهٔ تصاویر متحرک اتفاق بیفتد (ربیعی، ۱۳۸۷: ۴۴). ما به نحوهٔ بازنمایی چیزها به آنها معنا می‌دهیم، به‌صورت کلمه‌هایی که برای آنها به‌کار می‌بریم و داستان‌هایی که دربارهٔ آنها نقل می‌کنیم، تصاویری که از آنها ایجاد می‌کنیم، عواطفی که به آنها نسبت می‌دهیم، روش‌های طبقه‌بندی که برای آنها به‌کار می‌بریم و با این کار در مورد آنها مفهوم‌سازی یا ارزش‌هایی برای آنها تعیین می‌کنیم (صوفی، ۱۳۸۸: ۱۹). همهٔ فرایندهای یادشده به‌دلیل ویژگی‌های خاصی است که در ذات زبان وجود دارد «زبان به‌مثابه مجرای تولید و توزیع معنا، نقش مهمی در هرگونه صورت‌بندی

1. Stuart Hall

اجتماعی و فرهنگی دارد. به سبب اهمیت زبان در فرایند بازنمایی است که نظارت بر عقاید و رفتارهای دیگران، از طریق ساختن و شکل دادن معنا میسر می‌شود» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۲). کارکرد سینما نیز به منزله رسانه‌ای که از زبان برای ارتباط با مخاطبانی انبوه بهره می‌گیرد، در همین راستا ارزیابی می‌شود و «باید درباره بازنمایی پیشرفته سینما گفت: این بازنمایی پرسش‌هایی پیش می‌کشد در باب اینکه ناخودآگاه (که توسط نظم غالب شکل گرفته است) از چه راه‌هایی شیوه‌های دیدن و لذت مستتر در نگاه کردن را ساختار می‌دهد» (مالوی، ۱۳۸۲: ۷۳).

رویکردهای نظری به بازنمایی

هال بر این باور است که درباره بازنمایی سه رویکرد نظری مطرح است: بازتابی،^۱ ارادی،^۲ برساخت‌گرا.^۳ در بازنمایی انعکاسی، اعتقاد بر این است که معنا در خود ابژه، شخص، ایده یا رویداد موجود در جهان واقعی قرار دارد و زبان مانند آینه فقط به انعکاس معنای آنچه در جهان واقع قرار دارد، می‌پردازد. بازنمایی ارادی، نقش تولید معنا را فقط به فرستنده می‌دهد. طبق این رویکرد، «نویسنده یا گوینده است که معنای منحصر به فرد خود را از طریق زبان به جهان تحمیل می‌کند و کلمه‌ها، دقیقاً همان معنایی را می‌رسانند که مدنظر اوست» (Hall, 1997:24). اما رویکرد برساخت‌گرا، به «مشخصه اجتماعی و عمومی زبان احترام می‌گذارد. طبق این رویکرد، ما با استفاده از نظام‌های بازنمایی، یعنی نظام مفاهیم و نظام زبان به برساخت معنا همت می‌گماریم» (همان: ۲۵). بر مبنای این رویکرد، ما معنای را می‌سازیم و این عمل را به واسطه نظام‌های بازنمایی مفاهیم و نشانه‌ها انجام می‌دهیم (گیویان و سروی، ۱۳۸۸: ۱۵). بر اساس رویکرد برساخت‌گرایی،^۴ رسانه‌ها واقعیت‌های اجتماعی را منعکس نمی‌کنند، بلکه واقعیت‌های اجتماعی در قالب ساختار روایی آنها خلق می‌شوند.

1. Reflexive
2. Intentional
3. Constructionist
4. Construction Theory

رسانه‌ها از طریق آنچه بودریار، «فراواقعیت»^۱ می‌خواند، به‌دنبال خلق واقعیت‌های جدیدی هستند. در این فرایند، رسانه‌ها از طریق نوعی سازوکار جانشینی، به‌جای «واقعیت»، امر واقعی جدیدی را می‌نشانند که به‌طور کامل بر اساس ترکیب عناصر رمزگان تولید می‌شود. از نظر بودریار، در این فرایند، فراواقعیت، قدرت واقعیت را پیدا می‌کند (۱۳۸۹: ۱۹۴).

نظریه جدید بازنمایی از دیدگاه‌های فوکو الهام می‌گیرد. در این رویکرد، بازنمایی‌های رسانه‌ای با «مناسبات متحول‌شونده قدرت» (استوری، ۱۳۸۶: ۲۴) پیوند می‌خورد. در اینجا، دانش و قدرت به هم پیوند می‌خورند. آن کسانی که به‌سبب برخورداری از قدرت، به طریقی گفتمانی می‌توانند شیوه‌های خودشان را برای شناخت جهان اشاعه دهند، انگاره‌های غالب برای شناخت جهان را ایجاد می‌کنند و همین انگاره‌ها موجد «رژیم‌های حقیقت» می‌شوند (فوکو، به نقل از استوری، ۱۳۸۶: ۲۴). نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی، بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای را نه امری خنثی که آمیخته با روابط قدرت برای تولید و اشاعه معانی مرجح در جامعه در راستای تداوم نابرابری‌های اجتماعی تلقی (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۶) و بر همین اساس، بازنمایی را عقیدتی تصور می‌کنند.

بر مبنای چارچوب یادشده، بازنمایی صورت‌گرفته از فرهنگ و جامعه ایران در فیلم‌های سینمایی برنده‌شده در جشنواره‌های بین‌المللی، روایتی است که سازندگان این فیلم‌ها از فرهنگ ایران ارائه کرده‌اند و هر یک از فیلم‌سازان روایت برساخته خود را بر اساس رویکردی که به این فرهنگ داشته، به تصویر کشیده است. از این‌رو، این بررسی به‌دنبال بررسی روایت برساخته این فیلم‌ها از فرهنگ ایران است.

روش بررسی

این بررسی با روش تحلیل محتوا انجام شده و برای واحد ثبت، هم از واحد صحنه و هم از واحد فیلم استفاده شده است. واحدهای تحلیل نیز شامل صحنه، فیلم و مدت هستند. در اندازه‌گیری بیشتر متغیرها، از صحنه به‌عنوان واحد ثبت استفاده شده است. صحنه،

بازنمایی فرهنگ ایران در ... ❖ ۱۶۵

بخشی از یک فیلم روایی است که حسی از کشش تداومی ایجاد می‌کند که در زمان و مکان متداوم اتفاق می‌افتد (فیلیس، ۱۳۸۸: ۱۳۰). گاه تشخیص یک صحنه مشکل می‌شود، مانند صحنه‌های تعقیب (کینگزبرگ، ۱۳۷۹: ۷۳۷) یا صحنه‌های رفت و آمد بین مکان‌های مختلف. ایدما^۲ در این باره می‌نویسد: «گاهی تشخیص صحنه از فصل دشوار و سلیقه‌ای است. با این حال، این موضوع، لطمه‌ای به تحلیل‌ها وارد نمی‌کند، چراکه به تبعیت از ایدما، در صورت لزوم، صحنه و فصل می‌توانند با هم تحلیل شوند» (2001:189). با توجه به این تعاریف، در این بررسی، مقصود از صحنه، عمدتاً وحدت زمانی و مکانی نماهاست. در مواردی هم که بین صحنه‌ها و مکان‌ها رفت و آمد صورت می‌گیرد و وحدت مکانی را نقض می‌کند، این رفت و آمدها و محل‌های مرتبط، یک صحنه در نظر گرفته شده‌اند. البته در این موارد، همواره وحدت موضوعی مدنظر بوده است. براین اساس، ۷۹۷ صحنه تشخیص داده شد و مبنای درصدگیری قرار گرفت.

واحد تحلیل

علاوه بر فیلم و صحنه، مدت زمان (ثانیه و دقیقه) هم به‌عنوان واحد تحلیل قرار گرفت. در این بررسی، ۱۶۰ صحنه (تقریباً ۲۰ درصد) از جامعه آماری انتخاب و با در نظر گرفتن ۹ متغیر، دو بار کدگذاری شدند. میزان مشابهت دو کدگذاری رقم ۹۲ درصد را نشان می‌دهد. از آنجا که در محاسبه پایایی، میزان مشابهت باید بیش از ۷۰ درصد باشد (بدیعی، ۱۳۷۵: ۲۷-۲۵)، کدگذاری این بررسی قابل اعتماد بوده است.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری، تمام فیلم‌های ایرانی است که از سه جشنواره مهم رقابتی (ضیایی و علمداری، ۱۳۸۵: ۴) یعنی کن، برلین و ونیز موفق به دریافت جایزه شده‌اند.^۳ در این

1. Location
2. Iedeama

۳. در زمان اجرای این بررسی، فیلم *جدایی نادر از سیمین* که در جشنواره‌های مختلف جهانی، موفق به دریافت جایزه شد، در مرحله تولید بود.

بررسی، حجم نمونه برابر با جامعه آماری است. فیلم‌هایی که در حجم نمونه قرار گرفته‌اند، در جدول (۲) معرفی شده‌اند. فیلم‌های پنج عصر و سگ‌های ولگرد به‌علت فیلم‌برداری در افغانستان، فیلم لاک‌پشت‌ها هم پرواز می‌کنند. به‌علت فیلم‌برداری در کردستان عراق و فیلم زنان بدون مردان به‌علت تاریخی بودن در حجم نمونه گنجانده نشده‌اند. دسترسی به فیلم ماهی نیز میسر نشد.

❖ سال پانزدهم، شماره بیست و ششم، تابستان ۱۳۹۳

جدول ۲. اطلاعات فیلم‌شناختی فیلم‌ها

سال دریافت جایزه	سال تولید	کارگردان	نام فیلم
۲۰۰۰	۱۳۷۷	حسن یکتاپناه	جمعه
۱۹۹۱	۱۳۶۸	مسعود کیمیایی	دندان مار
۱۹۹۹	۱۳۷۰	داریوش مهرجویی	بانو
۱۹۹۵	۱۳۷۲	ابوالفضل جلیلی	دت یعنی دختر
۱۹۹۵	۱۳۷۳	جعفر پناهی	بادکنک سفید
۱۹۹۷	۱۳۷۶	عباس کیارستمی	طعم گیلاس
۱۹۹۵	۱۳۷۶	کمال تبریزی	مهر مادری
۲۰۰۰	۱۳۷۷	رسول صدرعاملی	دختری با کفش‌های کتانی
۱۹۹۹	۱۳۷۸	عباس کیارستمی	باد ما را خواهد برد
۲۰۰۰	۱۳۷۸	بهمن قبادی	زمانی برای مستی اسب‌ها
۲۰۰۱	۱۳۷۸	بهمن فرمان‌آرا	بوی کافور، عطر یاس
۲۰۰۰	۱۳۷۸	سمیرا مخملباف	تخته سیاه
۲۰۰۰	۱۳۷۸	جعفر پناهی	دایره
۲۰۰۰	۱۳۷۹	مرضیه مشکینی	روزی که زن شدم
۲۰۰۱	۱۳۷۹	سیدرضا میرکریمی	زیر نور ماه
۲۰۰۳	۱۳۸۲	جعفر پناهی	طلای سرخ
۲۰۰۶	۱۳۸۴	جعفر پناهی	آفساید
۲۰۰۸	۱۳۸۶	مجید مجیدی	آواز گنجشک‌ها
۲۰۰۹	۱۳۸۷	اصغر فرهادی	درباره الی
۲۰۰۹	۱۳۸۸	بهمن قبادی	کسی از گریه‌های ایرانی خبر ندارد

یافته‌ها

جدول (۳) نوع پوشش شخصیت اصلی مرد در فیلم‌ها را نشان می‌دهد. بر این اساس، پوشش شخصیت اصلی مرد در ۶۹/۵ درصد فیلم‌ها، مدرن و شهری بود و در ۱۴/۴ درصد پوشش سنتی و روستایی داشته‌اند. چنانچه پوشش مذهبی (۸/۷ درصد) به این رقم اضافه شود، جمع پوشش سنتی و مذهبی شخصیت اصلی مرد، به بیش از ۲۰ درصد می‌رسد. در ۵ درصد از فیلم‌ها نیز شخصیت اصلی پوشش کارگری داشته است.

جدول ۳. توزیع تعداد صحنه فیلم‌ها به تفکیک پوشش شخصیت اصلی مرد

نوع پوشش	فراوانی	درصد
مدرن و شهری	۳۳۷	۶۹/۵
سنتی و روستایی	۷۰	۱۴/۴
کارگری	۳۶	۷/۴
مذهبی	۴۲	۸/۷
جمع	۴۸۵	۱۰۰

جدول (۴) نوع پوشش شخصیت اصلی زن را نشان می‌دهد. بر اساس یافته‌ها، پوشش ۸۹/۷ درصد شخصیت اصلی زن در فیلم‌ها، پوشش مدرن و شهری (مانتو و روسری) و در ۷/۴ درصد، پوشش سنتی شهری و روستایی (چادر و لباس‌های محلی) بوده است.

جدول ۴. توزیع تعداد صحنه فیلم‌ها به تفکیک پوشش شخصیت اصلی زن

نوع پوشش	فراوانی	درصد
مدرن و شهری	۲۸۰	۸۹/۷
سنتی و روستایی	۲۳	۷/۴
سنتی و شهری	۹	۲/۹
جمع	۳۱۲	۱۰۰

جدول (۵) میزان و انواع آداب و رسوم ایرانی در فیلم‌های مورد بررسی را نشان می‌دهد. بر این اساس، در ۹۷/۷ درصد از صحنه‌ها، آداب و رسوم ایرانی دیده نشده و تنها

در ۲/۳ درصد، آداب و رسوم سنتی ایرانی، به نمایش درآمده است. این آداب و رسوم شامل جشن‌ها و اعیاد ملی (۰/۸ درصد)، جشن‌ها و مراسم خانوادگی (۰/۶ درصد) و بازی و سرگرمی (۰/۴ درصد) است.

جدول ۵. توزیع فراوانی صحنه فیلم‌ها به تفکیک آداب و رسوم ایرانی

درصد	فراوانی	آداب و رسوم
۰/۸	۶	جشن‌ها و اعیاد ملی
۰/۶	۵	جشن‌ها و مراسم خانوادگی
۰/۴	۳	بازی و سرگرمی
۰/۵	۴	سایر ^۱
۹۷/۷	۷۷۹	بدون آداب و رسوم
۱۰۰	۷۹۷	جمع

در جدول (۶) نمادها و نشانه‌های مرتبط با آداب و رسوم ایرانی، ارائه شده است. بر این اساس، در ۹۸/۲ درصد از صحنه‌ها نماد و نشانه‌ای از آداب و رسوم ایرانی به نمایش درنیامده و تنها در ۱/۸ درصد، این نمادها دیده شده است.

جدول ۶. توزیع فراوانی صحنه فیلم‌ها به تفکیک نمادها و نشانه‌های

مرتبط با آداب و رسوم ایرانی

درصد	فراوانی	نمادها و نشانه‌ها
۱/۸	۱۴	در صحنه دیده می‌شود.
۹۸/۲	۷۸۳	در صحنه دیده نمی‌شود.
۱۰۰	۷۹۷	جمع

جدول (۷) آیین‌ها و مراسم اسلامی - شیعی در فیلم‌ها را نشان می‌دهد. بر این اساس، در ۹۶/۷ درصد صحنه‌ها، آیین‌ها و مراسم اسلامی - شیعی دیده نمی‌شود و تنها در ۳/۳ درصد، این مراسم و آیین‌ها ارائه شده است. در ۱/۵ درصد صحنه‌ها، آیین‌های اسلامی و در ۱/۸ درصد، آیین‌های شیعی دیده می‌شود.

۱. شامل پختن یا آوردن آش نذری، سوغاتی دادن و ... بوده است.

جدول ۷. توزیع فراوانی صحنه فیلم‌ها به تفکیک آیین‌ها و مراسم

درصد	فراوانی	آیین‌ها و مراسم
۱/۵	۱۲	آیین‌ها و مراسم اسلامی
۱/۸	۱۴	آیین‌ها و مراسم شیعی
۹۶/۷	۷۷۱	بدون آیین و مراسم
۱۰۰	۷۹۷	جمع

جدول (۸) میزان عمل به احکام و مناسک اسلامی در فیلم‌ها را نشان می‌دهد. یافته‌ها حاکی است که در ۹۷/۹ درصد صحنه فیلم‌ها، عمل به احکام و مناسک اسلامی دیده نمی‌شود و تنها در ۲/۱ درصد به این احکام و مناسک عمل شده است.

جدول ۸. توزیع فراوانی صحنه فیلم‌ها به تفکیک احکام و مناسک اسلامی

درصد	فراوانی	احکام و مناسک اسلامی
۲/۱	۱۷	در صحنه ارائه می‌شود.
۹۷/۹	۷۸۰	در صحنه ارائه نمی‌شود.
۱۰۰	۷۹۷	جمع

جدول (۹) میزان نمادها و نشانه‌های اسلامی- شیعی در فیلم‌ها را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج، در ۹۶/۷ درصد صحنه‌ها، این نمادها دیده نمی‌شود و تنها در ۳/۲ درصد صحنه‌ها، این نمادها ارائه شده است.

جدول ۹. توزیع فراوانی صحنه فیلم‌ها به تفکیک نمادها و

نشانه‌های اسلامی - شیعی

درصد	فراوانی	نمادها
۱/۶	۱۳	نمادها و نشانه‌های اسلامی
۱/۶	۱۳	نمادها و نشانه‌های شیعی
۹۶/۷	۷۷۱	ارائه نمی‌شود.
۱۰۰	۷۹۷	جمع

جدول (۱۰) موضوع کلی هر فیلم را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود تکرار موضوع در فیلم‌ها مشاهده نمی‌شود.

جدول ۱۰. توزیع تعداد صحنه فیلم‌ها به تفکیک موضوع

نام فیلم	موضوع	فراوانی	درصد
بادکنک سفید	تهیه ماهی تزئینی برای عید نوروز توسط یک دختر بچه	۱۶	۲
باد ما را خواهد برد	سفر به سیاه‌دره برای تهیه مستندی از مراسم تدفین و عزاداری کردها	۳۸	۴/۸
طعم گیلاس	جستجو برای یافتن فردی برای دفن قهرمان فیلم پس از خودکشی وی	۲۱	۲/۶
دت یعنی دختر	تلاش یک پسر نوجوان برای نجات خواهرش از بیماری	۵۵	۶/۹
روزی که زن شدم	ورود دختران به سن تکلیف و ضرورت چادر سر کردن	۹	۱/۱
	ممانعت از دوچرخه‌سواری زنان	۱۱	۱/۴
	دستیابی پیرزنی به آرزوهای دیرینه‌اش (مایحتاج زندگی)	۱۲	۱/۵
آواز گنجشک‌ها	تحول درونی یک کارگر پرورش شتر مرغ	۷۱	۸/۹
دختری با کفش‌های کتانی	فرار دختری نوجوان از خانه	۴۱	۵/۱
زهانی برای مستی اسب‌ها	سخت‌کوشی یک پسر نوجوان کرد که پدرش را از دست داده	۳۱	۳/۹
بانو	مشکلات شخصیتی و روانی یک زن جوان	۶۰	۷/۵
بوی کافور، عطر یاس	تحول درونی کارگردان قدیمی در جریان ساختن فیلمی درباره مراسم تدفین خود	۳۷	۴/۶
دندان مار	وضعیت اقتصادی - اجتماعی دوران جنگ تحمیلی	۴۰	۵/۱
زیر نور ماه	تغییر نظر یک طبله‌چوان درباره عمامه‌گذاری و روحانی شدن با حضور در فضای جامعه	۴۲	۵/۳
کسی از گربه‌های ایرانی خبیر نماره	تدارکات تشکیل یک گروه موسیقی زیرزمینی به منظور خروج از ایران	۵۱	۶/۴
جمعه	عشق یک کارگر افغانی به یک دختر روستایی ایرانی	۳۷	۴/۶
تخته سیاه	جستجو برای یافتن دانش‌آموز توسط معلمان آواره کرد در دوران جنگ تحمیلی	۳۹	۴/۹
مهر مادری	محبت یک نوجوان پسر به مددکار خود در کانون اصلاح و تربیت	۵۲	۶/۵

ادامه جدول ۱۰. توزیع تعداد صحنه فیلم‌ها به تفکیک موضوع

نام فیلم	موضوع	فراوانی	درصد
آفساید	ممانعت از حضور دختران نوجوان در ورزشگاه آزادی برای تماشای فوتبال مردان	۲۵	۳/۲
طلای سرخ	عوامل اجتماعی روانی منجر به سرقت مسلحانه از یک جواهرفروشی	۲۳	۲/۹
دایره	دختران، زنان فراری و فحشا	۳۰	۳/۸
دریاره الی	رفتن دختری به همراه چند خانواده به شمال برای آشنایی پیش از ازدواج با یک جوان و غرق شدن وی در دریا	۵۶	۷
	جمع	۷۹۷	۱۰۰

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

عده‌ای از کارشناسان سینمای ایران یکی از عوامل موفقیت فیلم‌های ایرانی را پرداختن به فرهنگ ایرانی می‌دانند. به نظر آنها فرهنگ ایرانی غنایی که دارد بهترین محمل شناساندن ما در آن سوی مرزهاست. به تعبیر دیگر، «هرچه فیلم، ایرانی‌تر بوده، موفق‌تر هم بوده است» (فارابی، ۱۳۷۰: ۱۷).

اما یافته‌های این بررسی نشان داد که در این فیلم‌ها:

- میزان ارائه شاخص‌های فرهنگ ایرانی یعنی آداب و رسوم، نمادهای آداب و رسوم، فرهنگ عامه و ضرب‌المثل، صنایع دستی، باورها، اشعار، مفاخر، اسطوره‌ها و نمادهای ملی، بین صفر درصد (اسطوره‌های ملی) تا ۳/۳ درصد (نمادهای ملی) است.

- به لحاظ شاخص‌های فرهنگ دینی یعنی ارزش‌ها، باورها و احکام اسلامی، نمادهای اسلامی - شیعی، نام‌ها و القاب اسلامی - شیعی و آیین‌ها و مراسم اسلامی - شیعی، میزان ارائه متغیرها بین کمتر از نیم درصد (ارزش‌ها و باورهای اسلامی) تا ۳/۳ درصد (آیین‌ها و مراسم اسلامی - شیعی)، نوسان دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در تمام فیلم‌های مورد بررسی، شاخص‌ها و متغیرهای اصلی که معرف فرهنگ ایران‌زمین هستند، در حد بسیار کم بازنمایی شده‌اند و آنچه بیشتر جلب توجه می‌کند، شاخصه‌هایی از فرهنگ

❖ قومیت‌های ایرانی و به‌ویژه هویت قوم کرد است.

لذا نظر منتقدان دربارهٔ فرهنگی بودن این فیلم‌ها رد می‌شود. بدین معنی که مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی به معنای دقیق کلمه، در حد بسیار کمی در کل این فیلم‌ها منعکس شده است و تنها دو فیلم به‌لحاظ موضوعی عمدتاً ترجمان فرهنگ ایرانی (فیلم *بادکنک سفید*) و بخش‌هایی از فرهنگ قومیتی قوم کرد (فیلم *باد ما را خواهد برد*) بوده‌اند. در فیلم *دت یعنی دختر*، بدون ارتباط موضوعی فیلم با مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی، تا حدی مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی بازنمایی شده است. به این ترتیب، بازنمایی مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی به اندازه‌ای نبوده که موفقیت فیلم‌ها یا تمام فیلم‌های ایرانی را توجیه کند. لذا به‌لحاظ مضمونی، علت توجه جشنواره‌ها را باید در عوامل دیگری جستجو کرد. یکی از منتقدان، علت اساسی توجه فرهنگی‌ها به این فیلم‌ها را وجوه موضوعی این آثار می‌داند و نه ساختار و فن آنها (عبدالله‌زاده، ۱۳۷۷: ۲۹). فرودن، منتقد سینمایی روزنامهٔ فرانسوی لوموند دربارهٔ سینمای ایران می‌گوید:

سینمای ایران برای ما نمونه‌ای موفق از شیوه‌های متفاوت در فیلم‌سازی بوده است که امکان می‌دهد از فرمول واحد شبیه‌سازی اجتناب شود. کشف سینمای ایران و دیگر سینماها برای آن است تا نشان داده شود که به‌جز فرمول مسلط هالیوودی، شیوهٔ فیلم‌سازی دیگری نیز وجود دارد (فامیلی، ۱۳۷۵: ۴۱۹-۴۱۸).

دورپلوس، مدیر جشنوارهٔ تسالونیکي یونان نیز دلایل برقراری ارتباط تماشاگران یونانی را با آثار سینمایی ایران، متفاوت بودن این فیلم‌ها و عدم شباهت آنها با جریان رایج فیلم‌سازی در غرب می‌داند (نقد سینما، همان: ۳۱). نگاهی به فیلم‌های بررسی‌شده، دیدگاه‌های مذکور را تأیید می‌کند چراکه هیچ‌کدام از این فیلم‌ها، تکرار فیلمی دیگر و به اصطلاح نسخه‌برداری نیست و با اینکه واژهٔ «جشنواره‌ای» برای آنها انتخاب شده، ولی درون‌مایهٔ اصلی آنها، خلاقانه انتخاب شده است. مهم‌تر از آن، تفاوتی است که این فیلم‌ها با جریان مسلط فیلم‌سازی هالیوود دارند. مشهور است که در فیلم‌های هالیوود، سکس و خشونت، رمز

بازنمایی فرهنگ ایران در ... ❖ ۱۷۳

❖ سال پانزدهم، شماره بیست و ششم، تابستان ۱۳۹۳

جذابیت است؛ در حالی که بررسی صحنه‌ها نشان داد در هیچ‌کدام از این ۲۰ فیلم، چنین مضامینی دیده نشده است و جذابیت فیلم‌های ایرانی را عوامل دیگری رقم می‌زند. به نظر می‌رسد علت استقبال از این فیلم‌ها، تا حد زیادی، تفاوت و تمایز با جریان اصلی غالب بر سینما بوده است.

منابع و مأخذ

- آزاد ارمکی، تقی، (۱۳۸۶). *فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی شدن*. تهران: تمدن ایرانی.
- آشنا، حسام‌الدین و محمدرضا روحانی، (۱۳۸۹). «هویت فرهنگی ایرانیان از رویکردهای نظری تا مؤلفه‌های بنیادی». *تحقیقات فرهنگی*، شماره ۴: ۱۸۴-۱۵۷.
- آشوری، داریوش، (۱۳۷۹). *تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ*. تهران: آگاه.
- استوری، جان، (۱۳۸۶). *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*. ترجمه حسین پاینده، تهران: آگه.
- بدیعی، نعیم، (۱۳۷۵). «تجزیه و تحلیل محتوا: نحوه محاسبه ضریب قابلیت اعتماد». *تحقیق در علوم انسانی*، شماره ۱: ۳۱-۲۵.
- بودریار، ژان، (۱۳۸۹). *جامعه مصرفی*. ترجمه پیروز ایزدی، تهران: ثالث.
- دهشیری، محمدرضا، (۱۳۸۸). «رسانه و فرهنگ‌سازی». *تحقیقات فرهنگی*، شماره ۸: ۲۰۸-۱۷۹.
- ریبعی، علی و فرناز احمدزاده، (۱۳۸۷). «نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل آمریکایی‌ها و ایرانی‌ها». *دانش سیاسی*، شماره ۲، پاییز و زمستان.
- سینماگران ایرانی و حضور بین‌المللی. (۱۳۶۹). زمستان، فارابی: ۱۸۷-۱۶۹.
- شمس، مجید و نصیره امینی، (۱۳۸۸). «ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تأثیر آن در توسعه گردشگری». *جغرافیایی انسانی*، شماره ۴: ۹۳-۸۱.

بازنمایی فرهنگ ایران در ... ❖ ۱۷۵

- صوفی، محمدرشید، (۱۳۸۸). «تحلیل نشانه‌شناختی بازنمایی هویت کردی در سینمای ایران». گزارش پژوهش) مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- ضیایی، حسین و امیرمسعود علمداری، (۱۳۸۵). *جشنواره‌های جهانی*. تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- عبدالله‌زاده، علی، (۱۳۷۷). «سفر جشنواره‌ای سازان به ناکجاآباد». *نقد سینما*، شماره ۱۳: ۲۹-۳۴.
- عنایت، توفیق، (۱۳۸۷). «عناصر هویت و فرهنگ ایرانی در آثار هنر اسلامی». *کتاب ماه هنر*، شهریور.
- فامیلی، مژده، (۱۳۷۵). «استقبال فرانسویان از سینمای معاصر ایران: فرضیاتی چند». *ایران نامه*، سال چهاردهم.
- فیلیپس، ویلیام. اچ، (۱۳۸۸). *پیش‌درآمدی بر فیلم*. ترجمه فتح محمدی. تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- کینگزبرگ، آیرا، (۱۳۷۹). *فرهنگ کامل فیلم*. ترجمه رحیم قاسمیان، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی.
- گیویان، عبدالله و محمد سروی زرگر، (۱۳۸۸). «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود». *تحقیقات فرهنگی*، شماره ۸: ۱۴۷-۱۷۷.
- لال، ج، (۱۳۷۹). *رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ: رهیافتی جهانی*. ترجمه مجید نکودست. تهران: روزنامه ایران.
- لطفی، محمدرضا، (۱۳۸۸). «تأثیرات جشنواره‌های جهانی بر سینمای ایران (گفتگو با علیرضا امینی)». *نقد سینما*، تابستان.
- مالوی، لورا، (۱۳۸۲). *لس‌لت بصری و سینمای روایی*. ترجمه فتح محمدی، *ارغنون*، شماره ۲۳، زمستان.
- معزینی‌نیا، حسین، (۱۳۸۸). *سینما - جشنواره*. تهران: سروش.
- موحدی، مسعود، (۱۳۸۳). *تعمین ویژگی‌های فرهنگ ملی اسلامی*. تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.
- مهدی‌زاده، سید محمد، (۱۳۸۷). *رسانه‌ها و بازنمایی*. دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- Hall, Stuart, (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Thousand Oaks, and New Delhi: Sage/Open University Press.

Iedema, Rick, (2001). *Analysing Film and Television: a Semiotic Account of Hospital: An Unhealthy Business*, in Handbook of Visual Analysis, Edited by Theo van Leeuwen and Carey Jewitt. Sage Publication.

Turow, Joseph, (2009). *Media Today: An Introduction to Mass Communication*. Routledge.