

خوانش مهاجران افغانستانی ساکن ایران از بازنمایی آن‌ها در تلویزیون ایران

عبدالله بیچرانلو*، آزاده طاهری**

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۱۹)

چکیده

هدف از این پژوهش، مطالعه خوانش مخاطبان مهاجر افغانستانی ساکن ایران از برنامه‌های تلویزیون جمهوری اسلامی ایران درباره افغانستان و مهاجران افغانستانی است. برای این منظور از رویکرد تحلیل دریافت بهره گرفته شده است. روش پژوهش، کیفی است و داده‌های تحقیق ضمن مصاحبه عمیق با ۱۸ نفر از مهاجران افغانستانی گردآوری شده است. بر اساس تحلیل مصاحبه‌ها، مهاجران از نحوه بازنمایی تلویزیون ایران از آنها تا دهه ۱۳۹۰ رضایت نداشته‌اند. در خوانش مقاومتی مصاحبه‌شوندگان از برنامه‌های مذکور، افغانستان و مهاجران افغانستانی همچنان در اغلب برنامه‌های تلویزیونی، به‌ویژه در اخبار و سریال‌ها بازنمایی منفی می‌شوند که از نظر آنها بسیار ناخوشایند است. همچنین بر اساس خوانش مذاکره‌ای مصاحبه‌شوندگان، مهاجران افغانستانی در تلویزیون ایران تا پیش از دهه ۱۳۹۰، کژنمایی یا کم‌نمایی شده است، اما در دهه اخیر، به دلیل تمرکز تلویزیون ایران در دهه ۱۳۹۰ بر گردان فاطمیون متشکل از مهاجران افغانستانی و نیز افزایش مهاجرت قشر تحصیل کرده افغانستانی به اروپا، در کنار افزایش تنوع و تعداد رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، بازنمایی منفی صورت گرفته از آنها در تلویزیون ایران روند معکوسی یافته و تصویر افغانستانی‌ها بهبود یافته است. همچنین، یافته‌ها از عدم رضایت نسبی مهاجران افغانستانی از برخی برنامه‌های تلویزیون ایران در مورد افغانستان و مهاجران افغانستانی، به‌ویژه اخبار و سریال‌های تلویزیونی حکایت دارد.

کلیدواژه‌ها: خوانش مخاطبان، بازنمایی، مهاجران افغانستانی، مخاطبان تلویزیون، تلویزیون ایران.

* استادیار ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول).

E-mail: bikaranlou@ut.ac.ir

** کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران.

E-mail: aza.taheri@gmail.com

مقدمه

مهاجرت یا کوچ کردن همواره یکی از راه‌هایی بوده است که به انسان در تلاش خود برای سازگاری با محیط و فائق آمدن بر دشواری‌های پیش رویش کمک کرده است. جریان مهاجرت همواره به مثابه یک شیوه تنظیم زیست خود با چالش‌ها و تلاطم‌های محیط زندگی تلقی شده است، اما در دوره حاضر، سایر آثار مثبت و منفی آن آشکارتر شده است. مهاجرت را به شیوه‌های مختلفی می‌توان طبقه‌بندی کرد؛ از جمله در بسیط‌ترین نوع طبقه‌بندی، آن را به مهاجرت‌های داخلی و بین‌المللی تقسیم کرد. مهاجرت بین‌المللی به حرکت جمعیت به خارج از مرزهای جغرافیایی بین‌المللی اشاره دارد (ماهر، ۱۳۷۳: ۲۲۱).

مهاجرت بین‌المللی افغانستانی‌ها سه موج را در برمی‌گیرد: موج اول، مهاجرت گسترده افغانستانی‌ها در سال ۱۹۷۹ برای فرار از جنگ، به دنبال لشکرکشی اتحاد جماهیر شوروی به بهانه حمایت از جمهوری دموکراتیک افغانستان رخ داد. ایران و پاکستان دو مقصد اصلی این پناهندگان بودند که بر مبنای ویژگی‌های قومی و مذهبی، یکی از این دو کشور را برای دور ماندن از جنگ برگزیدند. هیچ‌یک از کشورهای مهاجرپذیر و حتی خود پناهندگان هرگز فکر نمی‌کردند دوره بی‌ثباتی در افغانستان آن قدر ادامه یابد که اقامتی بیش از سه دهه‌ای را برای آنها رقم زند (سجادپور و سوسفی، ۱۳۹۵: ۲). موج دوم مهاجرت با شروع جنگ داخلی افغانستان به پیش‌قراولی فرماندهان مجاهد دوران جنگ با شوروی آغاز شد و با روی کار آمدن حکومت طالبان ادامه یافت؛ و در نهایت، موج سوم مهاجرت، در سال‌های اخیر، به علت نابسامانی‌ها و بی‌ثباتی‌های سیاسی، امنیتی و اقتصادی در افغانستان شکل گرفت که به‌ویژه با واکنش اتحادیه اروپا برای کنترل جمعیت مهاجر به سمت اروپا روبه‌رو گردید. نتیجه سه موج مهاجرت در نزدیک به چهار دهه جنگ و نابسامانی در افغانستان، مهاجرت و پناهندگی چند میلیون نفر از مردم این کشور به کشورهای مختلف به‌ویژه دو کشور همسایه خود، ایران و پاکستان بوده است. در حال حاضر، بر اساس نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران در مجموع ۱۵۸۳۹۷۹ تبعه افغانستان در ایران زندگی می‌کنند که از این تعداد، ۸۴۵۲۶۷ نفر، مرد و ۷۳۸۷۱۲ نفر، زن هستند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

یکی از سازوکارهای تقویت جامعه‌پذیری مهاجران، در هر جامعه‌ای، بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی از جمله تلویزیون است. رسانه‌های جمعی، توجه مردم را به معیارهای رفتار قابل قبول در

جامعه و نحوه سخن گفتن درباره آن‌ها جلب می‌کنند؛ برای نمونه، بازنمایی ارتباطات اجتماعی از جمله چگونگی بازنمایی مهاجران مقیم یک کشور در رسانه‌های جمعی باعث می‌شود که مخاطبان، به خوانشی از وضعیت آنها در جامعه خود برسند. رسانه‌ها با سازوکارهای گوناگون، هنجارها و ناهنجارها را مشخص می‌کنند. رسانه‌های جمعی باعث می‌شوند افراد به ادراکی از خود و ارتباط یا عدم ارتباط با دیگران برسند (تورو^۱، ۲۰۰۹). در این میان، تلویزیون به مثابه رسانه جمعی، جایگاهی ویژه داشته است. تماشای تلویزیون در اشکال مختلف معمول و نوین (ایترنتی) بخش زیادی از اوقات فراغت مخاطبان را به خود اختصاص داده است. گسترش پوشش و نفوذ تلویزیون در میان گروه‌های مخاطب باعث شده است تا متخصصان حوزه‌های گوناگون، به ویژه صاحب‌نظران علوم اجتماعی و رفتاری، پژوهش‌های گسترده‌ای در این خصوص انجام دهند و به دنبال کشف قواعد حاکم بر رابطه تلویزیون و مخاطب باشند (رضایی بایندر، ۱۳۸۱). اگرچه الگوی تماشای تلویزیون و الگوی ترجیح دادن برنامه‌ها به یکدیگر، به ویژگی‌های شخصی، خانوادگی و اجتماعی بینندگان بستگی دارد، ولی در بسیاری موارد، مردم به طور گزینشی، تماشای یک نوع برنامه خاص را به تماشای سایر برنامه‌ها ترجیح می‌دهند یا به برخی مجموعه‌های تلویزیونی خاص گرایش بیش‌تری دارند (بیابانگرد، ۱۳۸۰).

حدود چهار دهه از مهاجرت افغانستانی‌ها به ایران می‌گذرد و در این مدت، تلویزیون ایران در برنامه‌های گوناگون به تصویرپردازی از مهاجران افغانستانی پرداخته است. علاوه بر پوشش خبری رویدادهای افغانستان در بخش‌های مختلف خبری، از برنامه‌های تلویزیونی که در طول چهار دهه گذشته، به نحوی مهاجران افغانستانی در آنها به نمایش گذاشته شده‌اند، می‌توان به سریال‌های تلویزیونی «چهارخونه»، «خانه به دوش» و «شیوع» و نیز برنامه‌های «شما که غریبه نیستید» و «وطن‌دار» اشاره کرد. در برنامه «شما که غریبه نیستید» هر هفته به مدت ۱۵ دقیقه برنامه‌های فرهنگی، هنری، ورزشی، علمی و اجتماعی مهاجران افغانستانی در ایران در شبکه خبر پوشش داده شد. همچنین در برنامه «وطن‌دار» با حضور نخبگان و مشاهیر شناخته‌شده افغانستانی و ایرانی، بخش‌هایی از زندگی مهاجران افغانستانی در ایران و مهاجرانی که به افغانستان بازگشته‌اند، در شبکه افق صدا و سیما به نمایش درآمد.

باتوجه به جمعیت بیش از ۱/۵ میلیون نفری مهاجران افغانستانی ساکن ایران، بخشی از

مخاطبان تلویزیون ایران را مخاطبان افغانستانی مقیم ایران تشکیل می‌دهد. این مخاطبان، سال‌های متمادی در ایران زندگی کرده‌اند؛ به نحوی که نزدیک دو نسل از آنها به‌طور کامل در ایران به دنیا آمده و رشد یافته‌اند و در این مدت، در معرض تولیدات رسانه‌های جمعی ایران، به‌ویژه تلویزیون قرار داشته‌اند. از این رو، مطالعه خوانش مخاطبان مهاجر افغانستانی از برنامه‌های تلویزیونی و سیاست گفتمانی ایران در قبال مهاجران افغانستانی که به شیوه‌های گوناگون بر ساخته شده است، حائز اهمیت است. نوع بازنمایی صورت گرفته از افغانستان و مهاجران افغانستانی در برنامه‌های تلویزیونی و در مرحله بعد، دریافت و خوانش مهاجران یادشده از این برنامه‌ها در نوع مواجهه آنها با جامعه ایران، در نوع تلقی آنها از جایگاه خودشان در میان مردم ایران و نیز در واگرایی آنها از مردم و جامعه ایران یا هم‌گرایی با آنها نقشی جدی ایفا می‌کند. همچنین باتوجه به این که تلویزیون در ایران، ماهیت خدمت عمومی دارد و بازنمایاننده گفتمان غالب و رسمی است، خوانش مهاجران از بازنمایی تلویزیونی در مورد افغانستان و خودشان، از بُعد دیگری اهمیت پیدا می‌کند و در دریافت آنها از سیاست‌های عمومی و رسمی کشور در قبال مهاجران، از اهمیت فراوانی برخوردار است.

مهاجران افغانستانی به مثابه مخاطبان تلویزیون ایران از برنامه‌های متعدد تلویزیونی که در ژانرهای مختلف خبر، سریال داستانی، مستند و تاک‌شو در خصوص افغانستان و این مهاجران پخش شده است، خوانش‌های متمایزی در مقایسه با مخاطبان ایرانی از این برنامه‌ها دارند. براین اساس، در این مطالعه در پی فهم خوانش مخاطبان افغانستانی از نحوه بازنمایی آنها در تلویزیون ایران هستیم و این که در نگاه آنها چه جنبه‌هایی از زندگی و فرهنگ مهاجران افغانستانی در این برنامه‌ها بازنمایی شده است. پرسش تحقیق این است که افغانستانی‌های ساکن ایران در مواجهه با برنامه‌های تلویزیون ایران که به بازنمایی افغانستان و مهاجران افغانستانی پرداخته‌اند، چه خوانشی از این برنامه‌ها دارند؟

مبانی نظری

در این مطالعه، رویکرد تحلیل دریافت، که از رویکردهای مهم در مطالعات فرهنگی به‌شمار می‌رود، مبنای اصلی تحلیل نگرش مهاجران افغانستانی به برنامه‌های تلویزیونی در خصوص افغانستان و مهاجران افغانستانی قرار گرفته است. «در مطالعات فرهنگی مخاطبان و رسانه‌ها در

چارچوب ساختارهای گفتمانی و ایدئولوژیک قدرت قرار می‌گیرند» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۲۴). در رویکرد تحلیل دریافت، مخاطبان فعال و عوامل تولید معنا در نظر گرفته می‌شوند. مخاطبان فعال، مخاطبانی هستند که باتوجه به شرایط و مجموعه ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی توانایی معناسازی و درک متون رسانه‌ای و مقاومت در برابر معانی مسلط یا مرجح پیام را دارند. تحلیل دریافت، از روش‌های کیفی و مردم‌نگارانه در مطالعات مربوط به مخاطب و رهیافت مطالعات فرهنگی تأثیر گرفته است که ضمن در نظر گرفتن محتوای رسانه‌ای به مثابه متن، معنا را نه امر پیشینی‌ای می‌داند که در فرایند ارتباط منتقل می‌شود بلکه نتیجه تعامل مخاطب با متن در جریان مصرف متن در نظر می‌گیرد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹). این رویکرد بر این اصل استوار است که مخاطبان هنگامی که در برابر پیام‌های رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرند، متناسب با زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی خود، فعالانه متون رسانه‌ای را دریافت می‌کنند. بر اساس این دیدگاه، متون رسانه‌ای از قابلیت چندمعنایی بهره‌مندند و افراد بر اساس زمینه‌های شناختی، اجتماعی و هویتی خود، معنای خاصی از این متون دریافت می‌کنند. استوارت هال^۱ می‌نویسد: رمزگشایی‌های یک گفتمان تلویزیونی می‌تواند در قالب سه موضع فرضی بر ساخته شوند (دورینگ^۲، ۱۳۷۸، مهدی‌زاده، ۱۳۸۴ و ۱۳۸۹). براین اساس، سه موضع فرضی را می‌توان مشخص کرد که رمزگشایی‌های یک گفتمان تلویزیونی ممکن است در آن‌ها بر ساخته شود:

۱. موضع مسلط-هژمونیک: هنگامی که بیننده معنای ضمنی را به شکلی کامل و صریح مثلاً از یک برنامه خبری یا رویدادهای جاری در تلویزیون می‌گیرد و پیام را بر مبنای رمز مرجحی رمزگشایی می‌کند که در چارچوب آن رمزگذاری شده است، در چارچوب رمز مسلط عمل می‌کند.
۲. موضع یا رمز مذاکره‌ای (توافقی): رمزگشایی در درون این گونه از رمز، متضمن آمیزه‌ای از عناصر سازگار و مخالف است: مشروعیت تعاریف هژمونیک را برای ایجاد دلالت‌های بزرگ (انتزاعی) به رسمیت می‌شناسد، اما در سطحی محدودتر و وضعیتی (یعنی در موقعیت خاص) قواعد زیرین خود را وضع می‌کند. به بیان دیگر، با استثنائات بر قاعده عمل می‌کند. با وجودی که موقعیت ممتاز تعاریف مسلط از رویدادها را می‌پذیرد، این حق را برای خود حفظ می‌کند که آن‌ها را در وضعیت محلی و مواضع مادی‌تر خود، به شکلی که بیشتر مورد توافق باشد، به کار

1. Hall

2. During

بندد. این گونه از ایدئولوژی مسلط مبتنی بر توافق، با تناقض‌هایی همراه است، اما این تناقض‌ها تنها در برخی موارد خاص کاملاً آشکار می‌گردند. رمزهای مورد توافق از طریق آنچه می‌توانیم منطق‌های خاص یا وضعیتی بنامیم، عمل می‌کنند.

۳. موضع یا رمز مقاومتی: ممکن است بیننده‌ای زیر و بم‌های صریح و ضمنی یک گفتمان را کاملاً بفهمد، اما رمز پیام را به‌شکلی عام اما متضاد بگشاید. او تمامیت پیام را در رمز مرجح می‌شکند تا بار دیگر در یک چارچوب بدیل ذهنی به آن تمامیت بخشد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹).

الگوی هال بر کنش متقابل میان مخاطب و متن و همچنین چارچوب اجتماعی‌ای که در آن چنین تعاملی صورت می‌گیرد، تأکید دارد. تأثیر تلاش فکری هال این بود که نشان داد از محتوای رسانه‌ای می‌توان برداشت‌های مختلف و حتی متضاد داشت. او برخلاف نظریه «استفاده و رضامندی» فقط بر استفاده مخاطب از رسانه تمرکز نکرد، بلکه نشان داد که چگونه زمینه‌های متفاوت اجتماعی و پس‌زمینه و سابقه هر فرد ممکن است به برداشت فردی متفاوتی منجر شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹).

دریافت و تولید معنا را نمی‌توان از زمینه‌های خاص حدوث‌شان جدا کرد و آن‌گاه به معنای محض پیام دست یافت. نظریه دریافت بر آن است که نه تنها اهمیت تجربه مخاطبان، بلکه معنای اقتباس شده از محتوای رسانه‌ها نیز تا حد زیادی به تصورات، تجارب و موقعیت اجتماعی یکایک مخاطبان بستگی دارد. مخاطبان، معانی ارائه‌شده در متون رسانه‌ای را بر اساس نگرش‌ها و آرزوهای خود «رمزگشایی» می‌کنند؛ هرچند این کار در چارچوب نسبتاً مشابهی صورت می‌گیرد (کاظمی و حاج‌محمدحسینی، ۱۳۹۴: ۷).

پیشینه تحقیق

محققان متعددی به مطالعه خوانش و دریافت مخاطبان از محتوای برنامه‌های تلویزیونی، به‌ویژه برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای پرداخته‌اند که در ادامه، برخی از آنها معرفی شده است. خواجه‌وند احمدی (۱۳۹۰) در تحلیلی بر نحوه خوانش جوانان از شبکه ماهواره‌ای فارسی‌وان، به خوانش جمعی از جوانان تهرانی به‌عنوان تفسیرگرانی فعال از سریال‌های تلویزیونی ماهواره‌ای پرداخته است. علینقیان (۱۳۹۰) تفسیر و برداشت زنان تهرانی، از سریال ویکتوریا بر اساس زمینه‌های فرهنگی اجتماعی زیست‌بوم آنها را مطالعه کرده است. کریمی و

مهدی‌زاده (۱۳۹۲) به مطالعه نقش رسانه‌های فرامرزی به مثابه مروجان فرهنگ عامه‌پسند با استفاده از مصاحبه عمیق و مشاهده پرداخته‌اند. برای این منظور، با رویکرد تحلیل دریافت، به توصیف رمزگشایی مخاطبان جوان مریوان از این گونه سریال‌ها در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد افراد مختلف بر اساس ویژگی‌های فردی و همچنین زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی خود، به شخصیت‌های خاصی علاقه نشان می‌دهند و با آنها احساس هم‌ذات‌پنداری می‌کنند. منتظر قائم و کاوند (۱۳۹۳) در پژوهشی به دنبال پاسخگویی به این پرسش بوده است که جوانان تهرانی مخاطب شبکه‌های سیاسی و تفریحی ماهواره‌ای فارسی‌زبان چگونه به خوانش پیام‌های ارتباطی این شبکه‌ها می‌پردازند و چه نوع خوانشی از این پیام‌ها دارند. این مطالعه نشان می‌دهد که پیشینه فرهنگی و هویتی مخاطبان مورد مطالعه در نحوه پذیرش و دریافت پیام‌ها بسیار مؤثر است. رحمانی فیروزجاء (۱۳۹۴) در پژوهشی به خوانش و رمزگشایی مخاطبان زن از فیلم‌های عامه‌پسند شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، با روش پیمایش و مصاحبه اکتشافی و حجم نمونه ۴۰۰ نفر از زنان ساری پرداخته است. نتایج پژوهش مذکور نشان داد که زنان با هم‌ذات‌پنداری با بازیگران سریال‌ها، بازنمایی هویت زنانه، گریز از واقعیت و بازنمایی گذشته، از فیلم‌ها رمزگشایی می‌کنند. حسینی انجدانی (۱۳۹۴) به مطالعه نحوه تفسیر و رمزگشایی زنان تهرانی از سریال «کلاه پهلوی» با استفاده از روش مصاحبه گروه متمرکز پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد تفاوت‌هایی در واکنش مخاطبان به این سریال وجود دارد و آنان دریافت‌کنندگان منفعل پیام‌های سریال نبوده‌اند. زنان، بسته به ویژگی‌ها و وضعیت زندگی خود به منابع اطلاعاتی و گفتمانی گوناگون دسترسی دارند و به نحو متفاوتی با پیام‌های تلویزیونی مواجه می‌شوند؛ چنان‌که برخی از شرکت‌کنندگان، گفتمان سنت‌گرایی را پیام مرجح سریال دانسته‌اند و در چارچوب آن به بحث و گفتگو پرداخته‌اند و تعدادی نیز بر اساس تجارب خود، بعضی از مؤلفه‌های هر دو گفتمان سنت‌گرایی و تجددگرایی را پذیرفته‌اند و از برخی انتقاد کرده‌اند.

درخصوص موضوع مطالعه، تحقیقاتی نیز در خارج از کشور انجام شده است؛ ازجمله ژائو^۱ (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان «درک سوء تفاهم با استفاده از نظریه رضامندی و خشنودی: چرا مخاطبان چینی فیلم‌های آمریکایی تماشا می‌کنند؟» با پنج گروه متمرکز مصاحبه کرده است. اکثر

مصاحبه‌شوندگان از بومیان چینی که حداقل یک ماه در آمریکا زندگی کرده‌اند، انتخاب شده‌اند که از دلایل تماشای فیلم‌های آمریکایی برای چینی‌ها، توجه به نیاز آنها در فیلم بوده است. از جذابیت‌های فیلم‌های آمریکایی برای مخاطبان چینی که در خود آمریکا زندگی می‌کرده‌اند یا در چین؛ کسب اطلاعات در مورد فرهنگ آمریکا، یادگیری زبان انگلیسی، و گذراندن اوقات فراغت بوده است. به‌طورکلی، باوجوداینکه درخصوص موضوع خوانش مخاطبان از برنامه‌های تلویزیونی و نیز موضوع مهاجرت، تحقیقات متعددی انجام شده است اما پیش‌تر به موضوع خوانش مهاجران افغانستانی ساکن ایران از برنامه‌های تلویزیون ایران، پرداخته نشده است.

روش تحقیق و داده‌ها

روش تحقیق در این مطالعه، روش کیفی و با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق است. در این تحقیق، از روش نمونه‌گیری هدفمند، که گاهی آن را نمونه‌گیری قضاوتی نیز می‌نامند، استفاده شده است. «در روش نمونه‌گیری هدفمند، پژوهشگر از تخصص یا دانش خاص خود درباره برخی گروه‌ها برای انتخاب موضوعاتی که نمایان‌گر آن‌ها باشد، استفاده می‌کند» (سفیری، ۱۳۸۷: ۵۹). ویژگی‌های اصلی در تعیین مصاحبه‌شوندگان، حضور نسبتاً طولانی در ایران (حداقل ۱۵ سال) و آشنایی کافی با برنامه‌های تلویزیون ایران ازجمله، برنامه‌های بازنماینده مهاجران افغانستانی و در عین حال برخورداری از حداقلی از توانمندی‌های شناختی در فهم و تحلیل برنامه‌های تلویزیونی بوده است. براین‌اساس، با ۱۸ نفر از مهاجران افغانستانی ساکن ایران که دسترسی به آنها با روش گلوله برفی حاصل شده، مصاحبه صورت گرفته است. مصاحبه‌ها تا دستیابی به اشباع اطلاعاتی و نظری صورت گرفته است. مشخصات مهاجران افغانستانی مصاحبه‌شده که در بازه سنی ۲۰ تا ۴۳ ساله هستند در جدول ۱ ذکر شده است. داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌های صورت گرفته، تحلیل مضمون شده و مهمترین مضامین استخراج شده، در بخش تحلیل یافته‌ها ارائه شده‌اند. در تحلیل داده‌ها، پس از مرتب‌سازی و طبقه‌بندی داده‌ها، ابتدا از طریق کدگذاری باز که «کدگذاری آغازین و بی‌محدودیت داده‌هاست» (اشتراوس^۱، ۱۹۸۷، به نقل از لندلف^۲ و تیلور^۳، ۱۳۸۰: ۲۷۸)، مصاحبه‌های پیاده شده، کدگذاری و ۲۶ مضمون

1. Strauss
2. Lindlof
3. Taylor

پایه‌ای شناسایی شدند. در مرحله بعد با کدگذاری محوری و گزینشی، مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر استخراج و سپس تفسیر و تنقیح شدند.

جدول ۱: مشخصات مهاجران افغانستانی مصاحبه‌شده

ردیف	نام	سن	میزان تحصیلات	وضعیت تأهل	وضعیت اشتغال	محل سکونت
۱	مجتبی	۲۷	دانشجوی دکترای مهندسی کشاورزی	مجرد	کارمند سفارت افغانستان	کرج
۲	مهدی	۲۹	کارشناسی ارشد مهندسی کامپیوتر	متأهل	مدرس دانشگاه، برنامه‌نویس	اصفهان
۳	حسین	۲۴	دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی	مجرد	دانشجو	تهران
۴	نسیمه	۳۶	لیسانس معارف اسلامی	متأهل	خانه‌دار، بازاریاب، خیاط	اصفهان
۵	فاطمه	۲۷	کارشناسی ارشد مهندسی عمران	مجرد	دانشجو	کرج
۶	محمد مهدی	۴۳	لیسانس حقوق	متأهل	خطاط و خوشنویس	تهران
۷	رقیه	۳۸	ابتدایی	متأهل	خانه‌دار و خیاط	اصفهان
۸	جواد	۲۸	لیسانس مهندسی برق کنترل	مجرد	تزئینات سنگ	اصفهان
۹	سکینه	۲۹	کارشناسی ارشد مهندسی عمران	مجرد	-	تهران
۱۰	علیرضا	۲۶	لیسانس مدیریت بازرگانی	مجرد	مجری سیستم آبیاری گلخانه مسئول کمیته صنایع دستی	اصفهان
۱۱	فاطمه	۴۰	لیسانس حقوق	متأهل	مهاجران در اداره اتباع، مدیر مدرسه خودگردان	تهران
۱۲	صادق	۳۱	لیسانس مدیریت بازرگانی	متأهل	آزاد	اصفهان
۱۳	مرضیه	۲۱	لیسانس حقوق	مجرد	معلم	تهران
۱۴	محمد	۳۱	دیپلم	مجرد	شاغل در زمینه دکوراسیون چوبی	تهران
۱۵	عادل	۲۹	لیسانس مهندسی کامپیوتر (نرم‌افزار)	متأهل	معلم	تهران
۱۶	علی	۲۷	دیپلم	متأهل	آزاد	اصفهان
۱۷	سمیه	۲۶	ابتدایی	متأهل	خانه‌دار و خیاط	اصفهان
۱۸	اسماء	۲۰	لیسانس علوم سیاسی	مجرد	دانشجو	تهران

یافته‌ها

در این قسمت، به یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های انجام شده با مهاجران پرداخته و خوانش آنها از برنامه‌های تلویزیون ایران در خصوص افغانستان و افغانستانی‌ها تحلیل شده است.

مهمترین برنامه‌های تلویزیونی مورد توجه مهاجران افغانستانی در ایران

بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته در این تحقیق، در میان برنامه‌های پخش شده در مورد مهاجران افغانستانی در ایران، برنامه‌های «وطن‌دار»، و سریال‌های «شیوع»، «چهارخونه» و «خانه‌به‌دوش»، برنامه‌هایی بوده‌اند که بیشتر از دیگر برنامه‌های تلویزیون، توجه و حساسیت مهاجران افغانستانی را برانگیخته است. همچنین در سؤال از مصاحبه‌شوندگان، اخبار پخش شده از تلویزیون ایران در خصوص افغانستان و مهاجران، به‌طور کلی، و نه با تمرکز بر یک رویداد خاص، طرح شد.

کم‌نمایی مهاجران افغانستانی در تلویزیون ایران

باتوجه به مطالعه انجام شده، مصاحبه‌شوندگان اعتقاد دارند که حضور مهاجران افغانستانی در تلویزیون ایران، در طول سه دهه ۱۳۶۰، ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ کم‌رنگ بوده است و در این رسانه، بیشتر روی مسائل بی‌اهمیت یا کم‌اهمیت مربوط به این مهاجران تمرکز شده است؛ صادق ۳۱ ساله می‌گوید: «به نظر من با این تعداد بالای مهاجران، پوشش تلویزیونی بسیار کم است. اینها اصلاً نمی‌خواهند به مهاجران بپردازند تا اصلاً به چشم مردم ایران نیایند. اینها فکر می‌کنند حضور مهاجران خوشایند نیست و رغبت به نشان دادن مهاجران هم ندارند».

خوانش مقاومتی مهاجران از اخبار و سریال‌های تلویزیون ایران

مصاحبه‌شوندگان اعتقاد دارند که بازنمایی صورت گرفته از مهاجران افغانستانی در تلویزیون ایران در دهه‌های ۱۳۶۰، ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰، عمدتاً بازنمایی منفی بوده است و با واقعیت زندگی آنها و نیز جامعه افغانستان تناسبی نداشته است. با توجه به مطالعه انجام شده، تمام مصاحبه‌شوندگان اعتقاد دارند قشر مهاجر افغانستانی همچنان در اغلب برنامه‌های تلویزیونی، به‌ویژه در اخبار و نیز سریال‌های تلویزیونی به‌صورت منفی نمایش داده می‌شوند و این موضوع، از نظر آنها بسیار ناخوشایند است. به‌طوری‌که، فاطمه، ۲۷ ساله، می‌گوید: «خیلی بد نمایش می‌دهند. افتضاح است. بیشتر توسری خور و بی‌سواد نمایش می‌دهند».

مخاطبان ریشه این رژیم بازنمایی از افغانستان و افغانستانی‌ها را در ایدئولوژی و گفتمان جاری در تلویزیون ایران می‌دانند. در نگاه این مخاطبان، پررنگ‌ترین بخش ایدئولوژی مذکور، سیاست‌های ضدآمریکایی حکومت ایران است که سعی دارد با ایجاد غیریت در برابر آمریکایی‌ها، اتحاد اقوام ایرانی را استحکام بخشد. بازنمایی مثبت تلویزیون ایران از مدافعان حرم، طلاب و دانشجویان افغانستانی مقیم ایران، تنها به دلیل این که مؤید گفتمان رسمی و غالب حاکم بر ایران تلقی می‌شوند، صورت می‌گیرد. مصاحبه‌شوندگان معتقدند در این بین، ویژگی‌های برتر تاریخی، تنوع و تکثر فرهنگی و اجتماعی جاری در افغانستان نادیده گرفته می‌شود. حسین، ۲۴ ساله، در این باره می‌گوید: «می‌خواهند با ایجاد یک غیریت با افغانستانی‌ها اتحاد اقوام خود را بیشتر نمایش دهند. اگر نمایش هم خوب باشد باز هم در تأیید فرهنگ ایرانی و منافع خود است. مثلاً پوشش راهپیمایی ضدآمریکایی در افغانستان یا انفجار در مرکز تبیان که همسو با ایدئولوژی ایرانیان است».

همچنین سکینه، ۲۹ ساله، می‌گوید: «در تلویزیون ایران همیشه خرابه‌ها و اتفاقات بد افغانستان به نمایش گذاشته می‌شود و ناامیدی را پررنگ‌تر می‌کند. به طوری که ایرانی‌ها هم افغانستان را نماد جنگ، غم، ناراحتی و ویرانی می‌دانند که اینها ناخودآگاه در همه ذهنیت بد ایجاد می‌کند. مثلاً بدخشان، پنج شیر، کابل نو که بسیار زیبا و حتی زیباتر از بعضی از نقاط ایران هستند اصلاً به تصویر کشیده نشده است».

محمد، ۳۱ ساله، به تأثیرات ناخوشایند این بازنمایی بر رفتار مردم ایران اشاره می‌کند: «بیشتر به صورت کارگر و قشر پایین جامعه نمایش داده می‌شوند. به نظر من رفتار بد بعضی از ایرانی‌ها با ما ناشی از تبلیغات و اثرات بد تلویزیون و ناآگاهی آنها از مردم افغانستان است.» به باور مجتبی ۲۷ ساله: «باتوجه به دوری چندین دهه‌ای روشنفکران و دولتمردان ایران از جامعه مهاجران افغان، بی‌توجهی به این قشر، ایجاد نوعی دیگری‌سازی از مهاجران به عنوان غیرایرانی به جای نگاه انسانی، شناخت و درک جامعه ایران از افغانستانی‌های مهاجر با آن که چند دهه همزیستی داشته‌اند؛ کاملاً محدود، بسته و سطحی باقی مانده است؛ چون همیشه نگاه بالا به پایین و ناچیزانگارانه بوده و باعث شده هیچ تلاشی برای درک متقابل صورت نگیرد. برعکس، در طرف دیگر، جامعه مهاجر افغان با تمام زوایا و پستی و بلندی‌ها و همه ابعاد جامعه ایرانی به اجبار خو گرفته و شناخت پیدا کرده است. حالا در این بستر، انتظار بالایی از جانب جامعه مهاجر افغان

وجود دارد و از طرفی، جانب ایرانی درک صحیحی از جامعه افغان ندارد؛ مسلماً تصویرسازی کاملاً ابتدایی ایجاد می‌شود و مسائل سطحی‌نگری می‌شوند.

تمام افراد شرکت‌کننده در مصاحبه از تصاویر نمایش داده شده مربوط به افغانستانی‌ها در برنامه‌های خبری احساس ناخوشایندی داشتند و معتقد بودند تصاویر جنگ و خشونت به صورت هدفدار پخش می‌گردند تا مهاجران را نسبت به کشورشان ناامیدتر کنند. به‌طور مثال، عادل، ۲۹ ساله، معتقد است: «اگرچه واقعیت هم مثبت است و هم منفی اما اخبار رسانه‌های ایران بر روی جنبه‌های منفی تأکید دارند. مثلاً از مخترعان افغانستان هیچ خبری به گوش نمی‌رسد اما اگر مسئله‌ای ناجور از افغان‌ها باشد آن را خیلی برجسته به نمایش می‌گذارند». از دید علی ۲۷ ساله: «اخبار بسیار بد است. اغلب اوقات احساس افسردگی می‌کنم. چون بیشتر از جنگ، قاجاق انسان و کشته شدن هم‌وطنانم صحبت می‌کنند». حسین، ۲۴ ساله، هم معتقد است: «به‌عنوان دانشجوی هیچ اعتقادی به اخبار ایران ندارم. آنها هدفمند داده‌های وحشت از افغانستان را جمع‌آوری می‌کنند تا من اصلاً به فکر برگشتن به افغانستان نباشم. یا بزرگ‌نمایی و یا کوچک‌نمایی می‌کنند». جواد، ۲۸ ساله می‌گوید: «همیشه اخبار بد منعکس می‌شود به‌جز موارد خاص که اخبار خوب منتشر می‌شود. مثلاً خود من بارها و بارها اخبار قاجاق هم‌وطنانم را دیده‌ام که یک خودرو ۱۷ نفر افغانی را حمل کرده. جز خرد کردن شخصیت مهاجران هیچ معنی دیگری ندارد که این تصویر مشخص را هر ساله تکراری پخش کنند. درست است که در بعضی موارد حضور مهاجران باعث بی‌نظمی شده است؛ اما از طرف دیگر، به خصوص از نظر اقتصادی باعث فوایدی برای ایران شده است که به‌هیچ‌وجه پوشش داده نمی‌شود».

فاطمه، ۴۰ ساله، معتقد است که اخبار وضعیت افغانستان را ناامیدانه نمایش می‌دهند و دلیل آن، دولت ضعیف افغانستان معرفی می‌شود. او می‌گوید: «تحراری، جنگ و خشونت ناراحت‌کننده است. من که می‌خواهم برنامه‌ریزی کنم تا به افغانستان برگردم زمانی که این اخبار را می‌بینم، ناامید می‌شوم و از دست دولت خودمان خشمگین می‌شوم. شاید تقصیر امنیتی است که نداریم. هر عملی عکس‌العملی دارد. ای کاش به هنرمند، نخبگان، آثار باستانی و هنری افغانستان که بی‌نظیر است پرداخته شود که نمی‌شود».

مرضیه، ۲۱ ساله، معتقد است: «اخبار تصویر خوبی از افغانستان ارائه نمی‌کنند و بیشتر جنگ و ویرانی را نمایش می‌دهند که باعث دل‌سرد شدن ما از آینده کشورمان می‌شود. احساس می‌کنم

بیشتر دلسوزی است، اما در صورتی می‌تواند رضایت‌بخش باشد که از چیزهایی که افغانستان با جنگ از دست داده است را هم به نمایش بگذارند».

از دید مجتبی، ۲۷ ساله، رسانه‌ها در کلیشه‌های ذهنی ایرانیان مؤثر و مقصرد و نگاه رسانه‌های ایران به مهاجران، تک‌بعدی است. او می‌گوید: «از کلیشه‌های جامعه ایران، باور به این مسأله است که مهاجران افغانستانی، نرخ جرم و جنایت را افزایش داده‌اند، اما این ادعا چندان معتبر نیست. بر اساس آمار سال ۱۳۹۲، تعداد زندانیان ایران حدود ۲۲۸ هزار نفر اعلام شده و حدود ۶ هزار نفر از آنها غیرایرانیان هستند و از این تعداد ۵ هزار نفر افغانستانی هستند. آیا این عدد در قیاس با جمعیت بیش از یک و نیم میلیونی آنها نگران‌کننده به نظر می‌رسد؟ ذهن ایرانیان، مملو از باورهای نادرست و ساختگی درباره مهاجران افغانستانی است که همگی با تبلیغات گسترده رسانه‌های خبری ایران با هدف داشتن مشتری یا ببیننده یا به نوعی به گردن غیرانداختن گناهان شکل گرفته است. از انداختن علت بیماری و با به مهاجران افغان تا خفاش شب و غیره. از نحوه ادای کلمه افغان تا طرز نوشتن خبر مرتبط با افغان‌ها. حتی این قدر اபیدمی شده که وقتی می‌خواهند از افغان‌ها خوب هم بگویند به طرزی می‌گویند که از افغانیت خود خجالت بکشی».

مصاحبه‌شوندگان بازنمایی سریال‌های تلویزیونی ایران از افغانستانی‌ها را ناخوشایند می‌دانستند و معتقد بودند این سریال‌ها بر طنزپردازی‌های نادرست متمرکزند که باعث بروز مشکلات زیادی برای آنها در ایران شده و با واقعیات اجتماعی و فرهنگی زندگی آنها فاصله زیادی دارد. از برآیند نظرات آنها می‌توان دریافت که آنها معتقدند تلویزیون ایران در بازنمایی از افغانستانی‌ها به‌ویژه مهاجران در سریال‌های تلویزیونی، به کلیشه‌سازی از این قشر پرداخته و این کلیشه‌سازی، پیامدهای تلخ و منفی در زندگی آنها در ایران داشته است. بنا به تعریف لیپمن، کلیشه‌های فرهنگی دو ویژگی مهم دارند: نخست این‌که تغییر دادن آن‌ها کاری سهل نیست و دوم این‌که معنایی منفی را القاء می‌کنند (پاینده، ۱۳۹۴: ۱۷۵). به‌طور کلی، کلیشه‌سازی، فرایندی است که بر اساس آن، جهان مادی و جهان ایده‌ها در راستای ایجاد معنا، طبقه‌بندی می‌شود تا مفهومی از جهان شکل گیرد که منطبق با باورهای ایدئولوژیکی باشد که در پس کلیشه‌ها قرار گرفته‌اند. هال کلیشه‌سازی را کنشی معناسازانه^۱ می‌داند و معتقد است اساساً برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند مطالعه عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم (هال، ۱۹۹۷: ۲۵۷).

در خصوص کلیشه‌سازی از افغانستانی‌ها در تلویزیون ایران، عادل، ۲۹ ساله، می‌گوید: «طرز نمایش بسیار دردناک است و واقعیت نیست. لهجه واقعی ما را نمی‌گویند. از نقش‌ها راضی نیستیم. بدترین نقش‌ها را به افغان‌ها می‌دهند. افغان‌ها فقط سرایدار و باغبان هستند. همچنین اسم‌های خیلی بد مثل ایام هفته می‌گذارند؛ یعنی ما غیر از این اسم‌ها اسم دیگری نداریم؟». حسین، ۲۴ ساله، معتقد است: «افغان‌ها را بسیار طنز می‌کنند که نوعی تهدید حساب شود. به نوعی آنها را جایگزین سایر اقوام ایرانی در طنز می‌کنند تا وحدت خود را حفظ کنند. طنزی که جنبه انسانی ندارد، جنبه توهین دارد، نتیجه‌اش این می‌شود که لهجه دری افغانستانی‌ها که واقعیت هم ندارد مورد تمسخر ایرانیان در کوچه و بازار شود». علیرضا، ۲۶ ساله، می‌گوید: «افغانستانی‌ها در سریال‌های تلویزیونی قشر آسیب‌پذیر جامعه معرفی می‌شوند و حکایت ارباب و رعیتی به صورت شفاف نشان داده می‌شود».

کلیشه‌سازی در قالب کارگر (بنا) و سرایدار، و نیز کلیشه‌سازی از لهجه، گویش و اسامی افغانستانی‌ها در سریال‌ها برای مصاحبه‌شوندگان ناخوشایند بوده است. آنها معتقدند در بازنمایی تلویزیون ایران از افغانستان، ظرفیت‌های فرهنگی و ادبی و نیز پیشینه بزرگ تاریخی خراسان قدیم که افغانستان امروز بخشی از آن است در نظر گرفته نمی‌شود.

فاطمه، ۲۷ ساله، می‌گوید: «همیشه افغان‌ها در سریال‌ها مثل احمق‌ها دیده می‌شوند؛ ساده و گیج. از بس که در سریال‌ها افغانی‌ها را کارگر معرفی کرده‌اند. تاجایی که استاد کارشناسی‌ام به من می‌گفت: پدرت بنایی می‌کند؟! به نظر من حتی اگر نقش کوتاهی می‌دهند، جایگاه بهتری داشته باشند؛ حداقل در یک سریال. دلیلش این می‌تواند باشد که خودمان، خودمان را کوچک کرده‌ایم. مثلاً جدای از نقشی که ایرانی‌ها به جای افغانی‌ها بازی می‌کنند، افغان‌ها در این نقش‌ها شرکت نکنند. چون مردم عامه بیشتر این سریال‌ها را می‌بینند و افراد نخبه جامعه، فرصت و شاید علاقه‌ای به دیدن این سریال‌ها ندارند».

محمد، ۳۱ ساله: «در سریال‌های تلویزیونی، لهجه دری را زیر سؤال می‌برند. ۱۳ سال در افغانستان بوده‌ام و هیچ جایی آن نشنیده‌ام که بگویند: چکار مگنی؟! ولی به دلیل بازنمایی بد در سریال‌ها ورد زبان ایرانیان شده است و همواره به تمسخر گرفته می‌شود. نگاه مردم ایران به ما از بالا است حتی در سریال‌هایشان. نمی‌گویم نقش قهرمان به افغان‌ها بدهند، ولی لااقل اگر نقش سرایدار می‌دهند حداقل یک سرایدار خوب و صادق را بدهند، نه یک سرایدار تحقیرآمیز». از

دید مرضیه، ۲۱ ساله: «خیلی بی‌رحمی می‌کنند. به تمسخر می‌گیرند تا برای ایرانیان طنز شود. این همه اسم با معنی و زیبا در افغانستان هست، چرا همیشه ایام هفته ۱۹» و نیز محمدمهدی، ۴۳ ساله: «تاریخچه، ادبیات و عرفان افغانستان به عنوان خراسان بزرگ اصلاً به نمایش گذاشته نمی‌شود... با اینکه افغانستان از پرچمداران ادبیات فارسی است به نمایش گذاشته نمی‌شود. بیشتر پوسته را نمایش می‌دهند».

از نگاه مجتبی، ۲۷ ساله: «در مورد این تصویرسازی و سطح پایین و محقرانه آن نیاز به توضیحی نیست. هرچند گاهی از روی قصد و نیتی هم نیست اما ضربه‌ای که می‌زند بسیار برای جامعه مهاجر و نسل‌های بعدی آنها کشنده است و باید به این مسائل رسیدگی شود و نوع نگاه اصلاح شود و اهمیت موضوع درک شود. انتظار دارم مهاجران در هر طبقه و شکل و اجتماعی در سریال‌ها حضور داشته باشند. مخالف خنده و شادی و یا استفاده از ویژگی‌های خاص هر قومی برای شادی و یا اصلاح آن نیستم، ولی وقتی این نگاه عادلانه است که همزمان در سریال دیگری هم به ارزش‌های این جامعه پرداخته شود و شخصیت‌هایی از این قومیت با سطح بالای شخصیتی ارائه شوند تا مخاطب دچار کج‌فهمی و سوء برداشت نشود. هر جا نیاز به یک شخصیت سطح پایین است آن را باید مهاجر افغانی پر کند و یا هر جا که قصد کنایه‌زدن به ارزش‌های این هویت است؛ آنان را بازپچه فیلم قرار می‌دهند».

خوانش مهاجران از برنامه‌های گفتگویی تلویزیون ایران

با وجود این که مصاحبه‌شوندگان در مجموع از برنامه‌های گفتگویی در مقایسه با دیگر ژانرهای تلویزیونی مانند اخبار و سریال‌های تلویزیونی رضایت دارند، اما همچنان بی‌اعتمادی درخصوص برخی از این برنامه‌ها نیز در میان آنها وجود دارد و در مورد رویکرد این برنامه‌ها ملاحظاتی دارند؛ ازجمله، استفاده ابزاری از مهاجران به نفع ایران و سیاست‌های حکومت ایران را از دلایل حضور افغانستانی‌ها در این برنامه‌ها می‌دانند. برای نمونه، عطایی، ۲۴ ساله، معتقد است: «منی‌توانم بگویم یک برنامه خوب از افغان‌ها در برنامه گفتگویی نمایش داده شده است. اگر هم پنخش کنند یک‌جوری به نفع خودشان و سیاست‌های آن‌ها است». و مجتبی، ۲۷ ساله، می‌گوید: «تاک‌شو‌ها در سطح پایینی هستند و به مسائل حیاتی نمی‌پردازند و گاهی هدف‌دار هستند و این خیلی خطرناک است، چون این بار اگر اعتماد مهاجران را با این کوتاه‌نگری‌هایشان از دست

بدهند، دیگر هیچ بازگشتی متصور نخواهد بود. من دوست دارم در همه برنامه‌ها، چه علمی، چه فرهنگی و چه خبری از جامعه مهاجران بتوانند نمایندگانی شرکت کنند و بتوانیم وارد فازهای تخصصی‌تر شویم و گسترده‌تر و پررنگ‌تر حضور یابیم.»

نسیمه، ۳۶ ساله معتقد است: «این برنامه‌ها آموزنده است و باید از کارگردانان آن تشکر کرد چون از شخصیت‌های شناخته نشده افغانستان دعوت می‌شود که حتی خود ما افغان‌ها هم از آن بی‌اطلاع بودیم و با این برنامه‌ها آنها را شناختیم. دید مردم ایران را به ما تغییر داده است. دوستان ایرانی‌ام که این برنامه‌ها را دیده‌اند، متعجب شدند که افغانستان هم چنین شخصیت‌هایی هم داشته‌اند». و رقیه، ۲۸ ساله، می‌گوید: «خوب بود، مشکلات مهاجران گفته می‌شود و اگر در عمل هم اجرا شود، بسیار خوب است. هرچند به صورت زنده پخش نمی‌شوند ولی باز هم خوب است که یکی از اثرات باز شدن گره تبدیل وضعیت دانشجویان است».

از دید صادق، ۳۱ ساله: «از این‌که نخبه‌های افغانستانی را دعوت کرده‌اند خوب و عالی بود ولی باز هم احساس می‌شود که می‌خواهند بگویند اتباع افغانستانی به دلیل استفاده از امکانات ایران به اینجا رسیده‌اند که باز به نفع خودشان کار کرده‌اند که دلیل آن بیشتر به خاطر فشارهای جامعه بین‌الملل در مهاجرت‌های اخیر آنها از ایران به اروپا است. بعد از آن شروع به پخش یک سری برنامه کردند تا بگویند وضع افغان‌ها در ایران خوب است و با امکانات ما نخبه شده‌اند». و به اعتقاد محمد، ۳۱ ساله: «فضای این‌گونه برنامه‌ها بسیار بسته و مصنوعی است. تماشاچیان طوطی‌وار نشسته‌اند و هیچ نظری نمی‌توانند بدهند. باید واقعیت را بگویند. عمداً سراغ کسانی می‌روند که موافق سیاست‌های ایران باشند و دیگر اینکه این‌گونه برنامه‌ها در شبکه‌ها و ساعات کم بیننده پخش می‌شود. نمی‌گوییم سراغ افغان‌های منتقد بروند، فقط واقعیت گفته شود و صحنه مصنوعی نباشد».

خوانش مهاجران از بازنمایی مهاجران افغانستانی در تلویزیون ایران در دهه ۱۳۹۰

همه مصاحبه‌شوندگان بر این موضوع اتفاق نظر داشته‌اند که در دهه ۱۳۹۰ حضور مهاجران افغانستانی در تلویزیون ایران پررنگ‌تر شده است. آنها دلیل این پررنگ‌تر شدن را نه در اهمیت بیشتر یافتن مهاجران افغانستانی، بلکه در سیاست‌های دولت ایران جستجو می‌کنند. به عبارت دیگر، تلویزیون ملی ایران به مثابه رسانه تقویت‌کننده گفتمان غالب سیاسی در ایران،

رویکرد مشخصی دارد و در صورتی که برنامه‌ها قابلیت گنجانده شدن در این رویکردهای مشخص را داشته باشند، قابلیت پخش پیدا می‌کند و سازوکارهای قابلیت یافتن از ایدئولوژی مشخصی پیروی می‌کنند. این ایدئولوژی مشخص شامل آمریکاستیزی و تقویت گفتمان مقاومت (با برجسته‌سازی تیپ فاطمیون و مدافعان حرم) است.

حسین، ۲۴ ساله، در این خصوص معتقد است: «برنامه‌ها یک جور ی به نفع خودشان است و در راستای ایدئولوژی آنهاست». و اسماء، ۲۰ ساله، می‌گوید: «در سال‌های اخیر مخصوصاً نسبت به ده سال قبل، هم تعداد برنامه‌ها بیشتر و هم بازنمایی بهتر شده است. این بهتر شدن بیشتر به خاطر تیپ فاطمیون و شهدای مدافع حرمی است که ما تقدیم کرده‌ایم. به نظر من اگر اول وارد جایی شویم در ابتدا مقابله زیاد می‌شود ولی کم‌کم به علت همزیستی عادی می‌شود. مثلاً برخورد ایرانیان با من و مادرم نسبت به قبل خیلی بهتر شده است». به اعتقاد مهدی، ۲۹ ساله: «در چند سال اخیر پوشش تلویزیونی از مهاجران بیشتر شده است. بیشترین برنامه‌های پخش شده از مهاجران مربوط به مدافعان حرم است». همچنین محمدمهدی، ۴۳ ساله: «در طول این سال‌ها توجه بیشتر شده است آن هم به نفع منافع کنونی ایران بوده است. نقش مدافعان حرم و گفتگوهای اخیر مهاجران در رابطه با وضعیت خود در ایران، بیشترین اهمیت را دارد». نسیمه، ۳۶ ساله: «این سه چهار سال اخیر، خیلی بیشتر شده است. مخصوصاً وقتی تیپ فاطمیون را تشکیل دادند شاید از صد درصد، هفتاد درصد به خاطر شهدای مدافع حرم باشد». مجتبی، ۲۷ ساله نیز باور مشابهی دارد: «در گذشته، توجه محدود و در حیطه مشخصی برای اهداف سطح پایین همچون سرگرمی و خنده و یا گاهی انداختن علت موضوعی به گردن قشر مهاجر بوده است. هم اکنون نگاه به سمت گروه‌های مهاجرانی رفته است که در سوریه برای اهداف خاص سیاسی در خط ایران جنگیده‌اند. در چند سال اخیر تقریباً این نوع نگاه دچار تغییر شده است و با حمایت رهبری نظام ایران و از طرفی سیاست‌های کلان امنیتی و سیاسی این کشور، رسانه ملی در تلاش است تا به نوعی این اشتباهات را جبران کنند. نهایتاً در جواب سؤال باید بگویم توجه و حضور مهاجران در رسانه‌ها، در برابر کم لطفی‌ها و بی مهری‌ها و تصویرسازی‌های خلاف واقع علیه مهاجران، بسیار ناچیز است. هرچند امیدواریم این مسیر کنونی تداوم داشته باشد و البته اصلاح گردد».

از دیگر دلایل ذکر شده در خصوص توجه به مهاجران افغانستانی در تلویزیون ایران از نظر

مصاحبه‌شدگان، افزایش مهاجرت افغانستانی‌های ساکن ایران به اروپا و نیز افزایش تنوع و تکثر رسانه‌ها از جمله رسانه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای و نیز فعال در فضای مجازی در دهه اخیر است. برای نمونه، رقیه، ۳۸ ساله، می‌گوید: «تعداد شبکه‌ها قبلاً محدود بوده است، ولی الان تعداد رسانه‌ها بیشتر شده است. دلیل دیگر اینکه نسل جدید مهاجران باسواد شده‌اند. موج مهاجرت افغان‌ها از ایران به سمت اروپا و رفتار اروپائیان با آنها باعث شده است که دولت ایران به مهاجران بیشتر توجه کنند».

طبقه‌بندی مضامین استخراج شده از خوانش مخاطبان در مصاحبه‌ها در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: طبقه‌بندی مضامین استخراج شده از خوانش مخاطبان

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه	گزاره‌ها
			- فضای برنامه‌ها بسیار بسته و مصنوعی است.
خوانش منفی و		برنامه‌های گفتگویی	۱. نمایشی بودن - تماشاچیان طوطی‌وار نشسته‌اند و هیچ نظری نمی‌توانند بدهند.
مقاومتی مهاجران بی‌اعتمادی به تلویزیون		۲. استفاده ابزاری از	- برنامه‌های گفتگویی به نفع خودشان و
افغانستانی		مهاجران	سیاست‌هایشان است.
			- نخبه‌ها به‌صورت انتخابی و موافق با دولت در
			برنامه‌های گفتگویی دعوت می‌شوند.
			- برنامه‌های مربوط به مهاجران افغان به خاطر
			شهادی مدافع حرم افزایش پیدا کرده است.
			۱. افزایش توجه به دلیل - مهاجران دارای تحصیلات عالی و رتبه‌های برتر
			شهدای تیپ فاطمیون کنکور در چند سال اخیر افزایش پیدا کرده است.
			۲. افزایش توجه به دلیل - در سال‌های اخیر جوانان و تحصیل‌کرده‌های
			افزایش پوشش مهاجران افزایش شمار قشر مهاجر (افغانستانی) زیادی از ایران به سمت اروپا
خوانش مذاکره‌ای	در تلویزیون دهه اخیر	تحصیل کرده مهاجر	مهاجرت کرده‌اند.
مهاجران افغانستانی			۳. افزایش توجه به دلیل - موج مهاجرت افغانستانی‌ها از ایران به سمت
			موج مهاجرت اروپا باعث شناخته شدن استعدادهای آنان توسط
			افغانستانی‌ها به اروپا اروپائیان شده است. این باعث شد که دولت ایران
			به مهاجران در تلویزیون بیشتر توجه کند.
			مهاجران با امکانات ایران نخبه شده‌اند.
ایدئولوژی رسانه‌ای	۱. جنگ در سوریه		- قشر مهاجر با تشکیل تیپ فاطمیون مهم شده
ایران	۲. آمریکاستیزی		است.

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه	گزاره‌ها
		۳. دیگری سازی	- آمریکا مسبب جنگ و بی‌ثباتی در افغانستان است. - اخبار مربوط به راهپیمایی‌های ضدآمریکایی در افغانستان برجسته می‌شود. - نوعی غیریت‌سازی و دیگری‌سازی نسبت به مهاجران به‌عنوان غیرایرانی به جای بعد انسانی در تلویزیون ایران بوده است. - از افغان‌ها به‌عنوان غیر در فیلم‌ها و سریال‌های خود استفاده می‌شد تا اتحاد خود را حفظ کنند.
		۱. عدم پخش برنامه‌های خوب در زمان مناسب	- برنامه‌های مربوط به مهاجران در شبکه‌ها و ساعات کم‌بیننده پخش می‌شود.
		۲. حضور کم‌رنگ مهاجران افغانستانی در است.	- برنامه‌های مربوط به مهاجران افغانستان، بسیار کم
		فقدان پوشش و برنامه‌های مختلف	- مهاجران افغانستانی، نقش‌های اصلی در فیلم‌ها و کم‌نمایی از مهاجران تلویزیون ایران
		۳. دادن نقش‌های کو تاه	- به نسبت جمعیت بالای مهاجران افغانستانی، و سطح پایین به افغان‌ها پوشش تلویزیونی آنها بسیار ناچیز است.
		در سریال‌ها و برنامه‌های داستانی	- گویا حضور مهاجران در تلویزیون خوشایند نیست و رغبتی هم به نمایش دادن آن نیست.
		۱. برجسته‌سازی جنگ و خشونت در اخبار	- ۹۹ درصد اخبار مربوط به افغانستان به جنگ و ویرانی می‌پردازد.
		۲. برجسته‌سازی مشکلات اقتصادی و فقر در افغانستان	- بارها و بارها تصویر خودروی حامل ۱۷ نفر در افغانستان نشان می‌دهند. حتی دو سال است همان یک تصویر
		۳. تمرکز رسانه‌ای بر دولت ضعیف و سیاستمداران ناکارآمد	- از شنیدن اخبار مربوط به افغانستان احساس ناکارآمدی، ناامیدی و افسردگی می‌کنم. چون کشورم افغانستان ناآرام و آینده آن مشخص نیست.
		۴. تکرار کلیشه قاجاق	- به نظر من نشان دادن صحنه‌های تکراری قاجاق انسان از افغانستان به افغانستانی‌ها معنی جز خردکردن شخصیت مهاجران ایران ندارد.
خوانش منفی و مقاومتی مهاجران افغانستانی		۱. گذاشتن اسامی	- همیشه اسامی مانند ایام هفته بر روی اشخاص
		برنامه‌های نمایشی نامتعارف روی مهاجران	نقش مهاجر افغانستانی در فیلم و سریال می‌گذارند.

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه	گزاره‌ها
	(داستانی) تلویزیون	۲. طنزسازی نامناسب - تمسخر نادرست لهجه دری در فیلم‌ها و سریال‌ها لهجه دری مهاجران باعث بازخورد آزاردهنده آن در کوچه و بازار ۳. نسبت دادن می‌شود. شخصیت‌های ساده، - آگاهی جامعه ایران از جامعه افغانستان، بسیار احمق، گیج، زشت و سطحی است. کثیف به مهاجران - همیشه نقش‌هایی مانند کارگر، سرایدار چاپلوس ۴. دادن مشاغل سطح و نگهبان به مهاجران افغانستانی در فیلم‌ها می‌هند. پایین به مهاجران - شناخت و درک جامعه ایران از افغانستانی‌های مهاجر با آنکه چند دهه همزیستی داشته‌اند کاملاً محدود، بسته و سطحی باقی مانده است.	
		۱. فقدان یا کم‌نمایی تصویر فرهنگ و تاریخ مشترک در تلویزیون ۲. فقدان هنرهای بی‌نظیر افغانستان در عدم بازنمایی یا کم‌نمایی پیشینه فرهنگی، ادبی، هنری و تاریخی افغانستان ۳. فقدان تصویر مکان‌های دیدنی افغانستان در پوشش تلویزیونی ۴. فقدان تصویر پیشینه و ظرفیت‌های ادبیات غنی افغانستان در تلویزیون	- فرهنگ اصیل، تاریخ و پیشینه افغانستان و همچنین اشتراکات فرهنگی آن با ایران نمایش داده نمی‌شود. - صنایع دستی مخصوصاً سوزندوزی و گلیم‌بافی افغانستان که در دنیا بی‌نظیر است اصلاً نمایش داده نشده است. - مکان‌های دیدنی و طبیعت بکر افغانستان نمایش داده نمی‌شود. - ادبیات غنی، ادیبان و عارفان افغانستان نشان داده نمی‌شود.
		۱. نهادینه شدن جنگ و خشونت افغانستان در افغانستان، از جمله جنگ، انتحاری، تروریسم و تغییر نگرش مهاجران و مخاطبان ایرانی در قبال ۲. نهادینه شدن عنوان افغانستانی‌ها بر اثر کارگر و بی‌سواد نسبت ۳. نهادینه شدن درک نادرست از لهجه دری در سریال‌های تلویزیونی، باعث درک غلط از لهجه مهاجران	- به‌دلیل تکرار و یکنواختی اخبار مربوط به افغانستان، از جمله جنگ، انتحاری، تروریسم و تغییر نگرش مهاجران و مخاطبان ایرانی در قبال ۲. نهادینه شدن عنوان افغانستانی‌ها بر اثر کارگر و بی‌سواد نسبت ۳. نهادینه شدن درک نادرست از لهجه دری در سریال‌های تلویزیونی، باعث درک غلط از لهجه مهاجران

بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های اولیه پس از انقلاب اسلامی و طرح گفتمان فرامرزی گسترش انقلاب، و وحدت مسلمانان، نگاه مردم دو کشور ایران و افغانستان به یکدیگر بر اساس مودت و برادری شکل گرفته بود و مردم دو کشور در دو جبهه (جنگ با مهاجمان بیگانه) در کنار هم بودند؛ اما به تدریج با رنگ باختن گفتمان مذکور و تغییر تدریجی گفتمان‌های غالب در ایران، رویکرد به مهاجران افغانستانی مقیم ایران در طول دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ نیز تغییر چشمگیری یافت. تمرکز اساسی بر ایجاد وحدت میان ایرانیان با تقویت هویت ایرانی، نوع نگاه‌ها به مهاجران افغانستانی نیز تغییر کرد و صفات «بیگانه» و «اتباع خارجی» به آنها اطلاق گردید. در نتیجه، گفتمان برساخته‌شده در ایران در طول دهه‌های یادشده، به انحای گوناگون از جمله، تولید برنامه‌های تلویزیونی به تصویرسازی کلیشه‌وار و اغلب منفی از افغانستانی‌های مهاجر مقیم ایران پرداخت. همان‌طور که باقری و افقهی (۱۳۹۹) نتیجه‌گیری کرده‌اند، سیاست کلان فرهنگی کشور عمدتاً جهان‌گرای اسلامی و به دور از مؤلفه‌های ملی‌گرایی بوده است؛ لذا مهاجران افغانستانی، خواهران و برادران مسلمان تلقی شده‌اند و از آنها استقبال شده است. تنها در مقاطعی که گفتمان‌های توسعه‌گرایی و جهان‌گرایی لیبرال، قدرت نسبی را در اختیار داشته‌اند، برخی مطالبات ملی‌گرایانه، محدودیت‌هایی را برای این مهاجران ایجاد نموده است.

به‌نظر می‌رسد در طول دهه ۱۳۹۰ بازگشت به رویکرد جهان‌گرای اسلامی در سیاست‌های کشور در قبال مهاجران رخ داده و با گسترش جنگ در سوریه و مشارکت مهاجران افغانستانی در مقابله با داعش در کنار ایرانی‌ها، بازنمایی آنها در رسانه‌های جمعی ایران از جمله تلویزیون نیز در تمایز و تقابل چشمگیر با دو دهه پیش از آن، بهبود چشمگیری یافته است.

نتایج مصاحبه‌های انجام شده با مهاجران افغانستانی مقیم ایران در خصوص روند بازنمایی مهاجران در برنامه‌های تلویزیون ایران در سه دهه گذشته، حاکی از این است که این مهاجران از کمیت و کیفیت تصویرپردازی از قشر مذکور در تلویزیون ایران در طول دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰، رضایت چندانی نداشته‌اند و بی‌اعتمادی به این رسانه در این زمینه در میان مهاجران وجود دارد. همه مصاحبه‌شوندگان معتقدند که حضور مهاجران افغانستانی در تلویزیون در گذشته، بسیار کم‌رنگ بوده است. به نظر می‌رسد نارضایتی و بی‌اعتمادی قشر مهاجر افغانستانی در ایران به تلویزیون در طول دهه‌های گذشته، به دلیل فقدان سیاست‌های چندفرهنگ‌گرا یا سیاست‌های

عام‌گرایانه اسلامی و تمرکز بر رویکردی عمدتاً خاص‌گرایانه بوده است. در چنین وضعیتی، در سیاستگذاری رسانه‌ای کشور، در قبال مهاجران افغانستانی، تنوع فرهنگی و تکثر اجتماعی ناشی از حضور این مهاجران در ایران لحاظ نشده بود و خوانش آنها از بازنمایی تلویزیونی هویت شان، تحت تأثیر این مسأله بوده است. باتوجه به این که خوانش و دریافت مهاجران از برساخت و بازنمایی رسانه‌ای هویت آنها بر همگرایی یا واگرایی اجتماعی آنها و نیز تقویت یا تضعیف انسجام اجتماعی، تأثیرگذار است، خوانش آنها حائز اهمیت فراوان است.

باوجود این، بر اساس دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، در سال‌های اخیر، حضور رزمندگان افغانستانی در سوریه، افزایش شمار تحصیل‌کردگان افغانستانی و گسترش موج مهاجرت آنها به اروپا، باعث شده است تا بعضی از برنامه‌های تلویزیون ایران، رویکرد متفاوت و لحنی مثبت در قبال مهاجران افغانستانی مقیم ایران اتخاذ کنند. از این رو، خوانش همه مصاحبه‌شوندگان نیز مؤید این موضوع بوده است که در سال‌های اخیر، برخی برنامه‌های تلویزیون ایران، بیش از گذشته به مهاجران افغانستانی پرداخته‌اند و دلیل آن را در سیاست‌های حاکم در ایران جستجو می‌کنند؛ ازجمله سیاست آمریکاستیزی، و بسط گفتمان مقاومت (برجسته‌سازی تیپ فاطمیون، متشکل از رزمندگان افغانستانی). همچنین افزایش تنوع و تکثر رسانه‌ها به‌ویژه گسترش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی و نیز شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان که زمینه شکل‌گیری فضای رسانه‌ای بسیار رقابتی را فراهم کرده، باعث نوعی بازنگری در سیاست‌های رسانه‌ای تلویزیون ایران در قبال مهاجران افغانستانی شده که از دید این مهاجران، دور نمانده است. باتوجه به این که کم‌نمایی یا بازنمایی منفی از این مهاجران، حدود دو دهه به طول انجامید، بی‌اعتمادی و ناخشنودی ناشی از آن نیز عمق یافت. از این رو، بازسازی اعتماد مهاجران افغانستانی به برساخت رسانه‌ای هویت‌شان در تلویزیون ایران نیز زمان و اقدامات متناسبی با این ناخشنودی و بی‌اعتمادی را می‌طلبد.

منابع

- باقری، شهلا و منصوره افقهی (۱۳۹۹). سیاست فرهنگی و حقوق بشر مهاجران افغانستانی در ایران، *دوفصلنامه مطالعات جمعیتی*، دوره ۶، شماره ۱۱، صص ۲۲۹-۱۹۵.
- بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۸۰). دلایل و انگیزه‌های تماشای تلویزیون، *فصلنامه پژوهش و سنجش*، دوره ۸، شماره ۲۶، صص ۱۷۷-۱۸۸.

- پاینده، حسین (۱۳۹۴). *نقد ادبی و دموکراسی*، چاپ سوم، تهران: انتشارات نیلوفر.
- حسینی انجدانی، مریم و علیرضا خوشگویان فرد (۱۳۹۴). بررسی خوانش زنان تهرانی از سریال کلاه پهلوی: فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۲، شماره ۴، صص ۷۶-۵۵.
- دورینگ، سایمون (۱۳۷۸). *مطالعات فرهنگی*، تهران: آینده‌پویان.
- رحمانی فیروزجاه، علی و سعدیه سهرابی (۱۳۹۴). خوانش و رمزگشایی مخاطبان زن از فیلم‌های عامه‌پسند شبکه‌های ماهواره‌ای (مطالعه موردی زنان شهر ساری)، *مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان (مطالعات زنان سابق)*، شماره ۴۵، صص ۲۸-۷.
- رضایی‌بایندر، محمدرضا (۱۳۸۱). جعبه جادو: بررسی تأثیر ویژگی‌های فیزیکی محیط تماشا بر ادراک مخاطب، *فصلنامه پژوهش و سنجش*، دوره ۹، شماره ۳۲، صص ۱۷۷-۱۶۴.
- سجادپور، فرزانه و ابراهیم جمالی سوسفی (۱۳۹۵). زنان افغان مهاجر و چالش‌های بازگشت به وطن (مطالعه موردی: زنان مهاجر افغان ساکن شهر مشهد)، *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، دوره ۲، شماره ۶، صص ۱۵۵-۱۳۵.
- سفیری، خدیجه (۱۳۸۷). *روش تحقیق کیفی*، تهران: پویش.
- علیقیان، شیوا (۱۳۹۰). رمزگشایی‌های زنانه از شبکه تلویزیونی فارسی وان، شناخت دلالت‌های معنایی حاکم بر قرائت مخاطبان زن از سریال ویکتوریا، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۲۰۴-۱۷۹.
- کاظمی، عباس و حاج‌محمدحسینی، محبوبه (۱۳۹۴). ایدئولوژی مقامت و مخاطب فعال: نگاهی به مطالعات خوانش در ایران، *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۸، شماره ۱، صص ۹۵-۷۱.
- کریمی، امید و سیدمحمد مهدی‌زاده (۱۳۹۲). تحلیل دریافت مخاطبان جوان شهر مریوان از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای، *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۶، شماره ۲۴، صص ۱۳۶-۱۰۷.
- لیندلف، تامس و برایان تیلور (۱۳۸۸). *روش‌های تحقیق در علوم ارتباطات*، ترجمه عبدالله گیویان، چاپ اول، تهران: همشهری.
- ماهر، فرهاد (۱۳۷۳). انواع مهاجرت و رویکردی نو در تبیین نظری آن، *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، دوره ۳، شماره ۸ (شماره ویژه جمعیت و نیروی انسانی)، صص ۲۲۶-۲۲۰.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). *نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵*.
- منتظر قائم، مهدی و رضا کاوند (۱۳۹۴). نحوه خوانش و رمزگشایی شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای؛ مطالعه موردی خوانش جوانان تهران از شبکه‌های سیاسی و تفریحی فارسی‌زبان، *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۷، شماره ۲۷، صص ۱۲۵-۱۰۷.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۴). *مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات*، چاپ اول، تهران: مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، چاپ اول، تهران: همشهری.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage. 1999.

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

Zhao, M. (2008). *Understand the misunderstanding: A study incorporating uses and gratifications theory on why Chinese film audiences see America the way they do*. Liberty University. 2008.

The Reading of Iran Residing Afghan Immigrants of Their Representation on Iranian Television

Abdollah Bicharanlou*, Azadeh Taheri**

Abstract

This research aims to study the reading of Afghan immigrants residing in Iran of their representation on the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB) programs. To study the issue, the reception analysis approach has been reviewed. The research method is qualitative and research data has been gathered through in depth interviews with 18 Afghan immigrants. Based on the analysis of the interviews, the Afghan immigrants are dissatisfied with the way of representing them in Iranian television channels up to the recent decade. Based on oppositional reading of interviewees on IRIB programs, Afghan immigrants are depicted negatively in TV news and series and they are dissatisfied with this depiction. Based on negotiation reading, the interviewees believe that their representation in Iranian television was very little and marginal or they have been misrepresented before the 2010s but the focus of Iranian television on Afghan immigrants has increased. They see the representation of Afghans has differed during recent decade because of Iranian T.V attention to the Afghan battle men who battled in Syria, and due to the increase of educated Afghans migration to Europe, besides the increasing diversity of media, especially the social media. However, the results signify the relative dissatisfaction of Afghan immigrants living in Iran with their representation in some programs of the Iranian television channel, especially T.V news and series.

Keywords: Audience Reception, Afghan Immigrants, Representation, Television Audiences, Iranian Television.

* Assistant Professor of Social Communication, Department of Communication, University of Tehran (Corresponding Author). E-mail: bikaranlou@ut.ac.ir

** M. A of Social Communication, the University of Tehran. E-mail: aza.taheri@gmail.com