به نام هستی بخش

تاملی بر بازنمود تصویری گفتمان ناسیونالیسم در ایران دورة قاجار
(مطالعة موردی تصاویر روزنامه‌های قاجاری به عنوان متون فرهنگی دورة تجددخواهی)

Abstract:

Although the roots of the thought and emotion embedded in the term "nationalism" are indebted to ancient ethnic nationalism, nationalism is considered a completely modern phenomenon that arose from the American and French revolutions in the eighteenth century and aligned with events such as the printing industry, religious reform, the industrial revolution, and the emergence of the nation-state. Therefore, there is a strong connection between nationalism and modern developments. To explore nationalism as a modern phenomenon in Europe and to study its discursive processes within the political structures of Middle Eastern countries, one must delve into the history of the intellectual, economic, and military encounters of these countries with Europe. Accordingly, the emergence of the discourse of nationalism in Iran can also be seen as a result of the simultaneous familiarity and increased interaction with the modern Western world and the events that stemmed from it. The serious connection between Iran and Europe, and consequently the Iranian quest for modernity, began during the Qajar era and resulted in numerous outcomes and productions of various texts aimed at generating meaning in verbal, written, and visual forms. Various studies have been conducted to identify and reinterpret these texts; however, this article intends to examine the early roots of the discourse of modern Iranian nationalism from a visual perspective, identifying the initial signs in the representation of nationalist thought and the relationship between the text (artwork), power, and society.

The formation of the discourse of modern nationalism as a political phenomenon, along with the familiarity with the printing industry and its visual achievements—both of which are dependent on modern transformations—arose during this period and, due to their simultaneity, influenced each other. Accordingly, this article aims to trace the visual presence of the nationalism discourse and to answer the question: what is the role of visual achievements based on the printing industry in the visual production of nationalism in Iran? In response to this question, the formation and function of modern nationalist thought and the process of its discursive development within the context of its related codes will first be explored. Then, through a descriptive-analytical method, the signs present in the visual achievements of the modern printing industry's entry into Iran will be examined. Additionally, a discourse semiotic approach will analyze images from several newspapers from the early and late Qajar period, as newspaper production is considered the most prominent manifestation of the printing industry's entry into Iran and a cultural product of the spirit of modernity in this country. In this context, discourse semiotics, focusing on the concepts within the network of codes of nationalism discourse, can interpret the motifs, visual symbols, and their applications in the mentioned visual media, ultimately reaching their semantic roots. The findings indicate that changes in the discursive thoughts of Iranian nationalism have also transformed its visual representation, such that in the selected newspapers of this period, the visual perspective has shifted from political (court) nationalism to popular nationalism.

Keywords: Nationalism, Discursive Semiotics, Printing Industry, Newspaper, Qajar.

چکیده

ارتباط جدیِ بین ایران با اروپا و در پی آن تجددخواهی ایرانی از دوران قاجار آغاز شد و دستاوردهای مختلفی را به همراه داشت. شکل‌گیری گفتمان ناسیونالیسم نوین به عنوان امر سیاسی و نیز آشنایی با صنعت چاپ و دستاوردهای تصویری آن، که هر دو ارتباط قوی با تحولات مدرن دارند، در این دوران سر برآوردند و به تَبَع همزمانی‌شان، بر روی یکدیگر تأثیر نهادند. بر این اساس، مقالهٔ حاضر با هدف ریشه‌یابی حضور دیداری گفتمان ناسیونالیسم، پاسخگوی این پرسش است که نقشِ دستاوردهای تصویری مبتنی بر صنعت چاپ در تولید دیداری ناسیونالیسم در ایران چیست؟ این مقاله به روش توصیفی-تحلیلی، پس از بررسی تحولات پیرامونی اندیشهٔ ناسیونالیسم، روایت تاریخیِ شکل‌گیری و گفتمانی شدن آن را در ایران، مورد مطالعه قرار داده است و با توجه به این‌که ریشه‌یابی دیداری گفتمان ناسیونالیسم، وابسته به متون و نشانه‌های تصویری هستند که در بستر این گفتمان معنا می‌شوند، با رویکرد *نشانه‌شناسی گفتمانی* به تحلیل تصاویر تعدادی از روزنامه‌های اوایل و اواخر دوران قاجار پرداخته است، زیرا روزنامه بارزترین نمود ورود صنعت چاپ به ایران محسوب می‌شود. نتیجه چنین حاصل آورد که تغییر در اندیشه‌های گفتمانی ناسیونالیسم ایرانی، بازنمود دیداری آن را نیز متحول کرده، چنان‌که در این روزنامه‌ها، نگرش تصویری از ناسیونالیسم سیاسی (درباری) به ناسیونالیسم مردمی مبدل گردیده است.

واژگان کلیدی: ، ناسیونالیسم، نشانه‌شناسی گفتمانی، صنعت چاپ، روزنامه، قاجار.

مقدمه و طرح مسئله

اگرچه ریشهٔ اندیشه و احساس نهفته در اصطلاح «ناسیونالیسم» (ملی‌گرایی) وام‌دار قومیت‌گرایی باستانی است، اما ناسیونالیسم پدیده‌ای کاملاً مدرن محسوب می‌شود که ایدهٔ آن از انقلاب آمریکا و فرانسه در قرن هجدهم میلادی برخاست (ماتیل، ۱۳۸۳، ۲۲۸) و با رخدادهایی مانند صنعت چاپ، اصلاح دینی، انقلاب صنعتی و ظهور دولت ملی، همسو شد. بنابراین میان ناسیونالیسم و تحولات مدرن ارتباطی قوی وجود دارد و برای جستجوی ناسیونالیسم به عنوان پدیده‌ای مدرن در اروپا و مطالعهٔ

فرایندهای گفتمانی آن در ساختار سیاسی کشورهای خاورمیانه، باید به سراغ تاریخِ برخورد فکری، اقتصادی و نظامی این کشورها با اروپا رفت. بر این اساس می‌توان زایش گفتمان ناسیونالیسم در ایران را نیز نتیجهٔ همزمانی آشنایی و تعامل بیشتر با دنیای نوین غرب و رویدادهای حاصل از آن دانست.

گفتمان ناسیونالیسم مدرن در ایران و تداوم این گفتمان، همانند دیگر کشورها، پیامدها و تولیدات فراوانی از متون مختلف برای تولید معنا در قالب گفتاری، نوشتاری و دیداری، به همراه داشت؛ که تا کنون مطالعات گوناگونی در شناسایی و بازخوانی این متون انجام پذیرفته است، اما مقالهٔ حاضر قصد دارد با در نظر گرفتن ریشه‌های آغازین گفتمان ناسیونالیسم مدرن ایرانی، از دریچهٔ دیداری (بصری)[1] به شناسایی نخستین نشانه‌ها در تصویر کردنِ اندیشهٔ ناسیونالیسم و رابطهٔ بین متن(اثر هنری)، قدرت و جامعه بپردازد. باید در نظر داشت که آشنایی ایرانیان با تحولات مدرن، در بارزترین نمود ابزاری‌اش در فرهنگ بصری، ورود صنعت چاپ به ایران و تولید محصولاتی مانند روزنامه است که از نخستین رسانه‌های مدرن، برآمده از علوم و فنون مغرب زمین هستند و وجه دیداری تازه‌ای را به همراه دارند؛ بنابراین این پرسش ایجاد می‌گردد که چگونه دستاوردهای تصویری مبتنی بر صنعت چاپ، گفتمان ناسیونالیسم مدرن ایرانی را در تولیدات خود به تصویر می‌کشاند؟ در پاسخ به این پرسش، ابتدا باید شکل‌گیری و کارکرد اندیشهٔ ناسیونالیسم نوین و روند گفتمانی شدن این اندیشه در بستر رمزگان‌های[2] وابسته به آن، جستجو شود و سپس برای شناسایی مصداق دیداری گفتمان ناسیونالیسم، نشانه‌های موجود در دستاوردهای تصویری ورود صنعت مدرن (چاپ) به ایران مورد خوانش قرار گیرد. در این راستا مقالهٔ حاضر، فرایند ذکر شده را در بستر تحلیل *نشانه‌شناسی گفتمانی*، به انجام می‌رساند. زیراکه این تحلیل با تمرکز بر مفاهیم موجود در شبکهٔ رمزگانیِ گفتمان ناسیونالیسم، می‌تواند انواع نشانه‌های موجود و نوع کاربرد آن‌ها در رسانه‌های دیداریِ ذکر شده، را مورد خوانش قرار دهد و در نهایت به ریشه‌های معنایی آن‌ها، دست یابد.

در این مقاله توجه به ارتباط بینانشانه‌ای و بینامتنی و همچنین لایه‌های مختلف نوشتاری و تصویری درون این متونِ صنعتی مورد اهمیت است. در واقع نشانه‌شناسی گفتمانی کمک می‌کند تا با آگاهی از رمزگان‌های تولید شده در بستر زندگی فرهنگی-اجتماعیِ یک دورهٔ تاریخی، بتوان کاربرد رسانه‌ای، نشانه‌ای و رمزگذاری شدهٔ نقوش مختلفِ رسانه‌های چاپی را در گفتمان ناسیونالیسم، رمزگشایی نمود.

روش پژوهش

روش این پژوهش، توصیفی-تحلیلی و گردآوری اطلاعات در آن به صورت مطالعات کتابخانه‌ای صورت گرفته است. بنابراین معرفی متون مرتبط با موضوع پژوهش و تحلیل آن‌ها، به طور کلی در شرح مختصری از تاریخ اندیشهٔ ناسیونالیسم نوین و به طور ویژه در شرح تاریخی رویدادهای سیاسی-اجتماعی ایران، شناسایی و مورد بررسی قرار می‌گیرند. همچنین با توجه به هدف ریشه‌یابی تصویری این موضوع، بازهٔ زمانی مورد نظر، از ارتباط ایران و اروپا در دوران قاجار تا دوران مشروطه‌خواهی در ایران را پوشش می‌دهد. قابل ذکر است که در شرح تاریخی این مقاله از تاریخ‌های خورشیدی و میلادی استفاده شده تا تطبیق رویدادها در ایران و اروپا، برای مخاطبان آسان‌تر گردد.

پیشینهٔ پژوهش

بر خلاف منابع بسیاری که در ارتباط با گفتمان ناسیونالیسیم ایرانی در دسترس است، تمرکز بر وجه دیداریِ این گفتمان با تاکید بر مطالعات جزییات موجود در نقشمایه‌های دوره‌های خاصی از تاریخ ایران که نمایندهٔ جرقه‌های تصویری اندیشه‌های ناسیونالیستی در رسانه‌های زمان خود بوده، همچنان مهجور مانده است. سه نمونه مقالهٔ یافت شده در این زمینه، عبارت‌اند از:

«ژانر نقاشی مکان‌نگار (امر هنری) در اواخر دورهٔ قاجار و اوایل پهلوی و رابطهٔ آن با گفتمان ناسیونالیسم (امر سیاسی) تحلیلی مبتنی بر مفاهیم «میانجی» و «کلیت» در روش نظری لوکاچ» (۱۳۹۷)، نوشتهٔ خیزران اسماعیل‌زاده و پریسا شادقزوینی، در فصلنامهٔ کیمیای هنر (مشخصات تکمیلی در بخش منابع). این مقاله تلاش دارد تا با پرداختن به نقاشی‌های مکان‌نگارانهٔ دو سفرنامه با عنوان *نامهٔ خسروان* و *آثار عجم*،

ارتباط میان ژانر مکان‌نگار و مسئلهٔ ناسیونالیسم (به عنوان یک کلیت معنادار) را با توجه به مفهوم وطن و به تصویر درآوردن این مفهوم، ثابت نماید. از دید نویسندگان این مقاله، مکان‌نگاری و منظره‌نگاری، نه تنها تصویر مناظر طبیعی و ساختمان‌ها، که تصاویر وطن هستند و در ارتباط با سنتی نوپا توجه به مکان در آن اهمیتی خاص و در پیوند با هویت ملی دارند و از همین رو می‌توانند ذیل گفتمان کلی ناسیونالیسم دیده شوند.

همچنین لیلا مرندی، میترا معنوی‌راد و فرهاد ساسانی در مقالهٔ «بررسی تکوین هویت ایرانی در گرافیک معاصر ایران با رویکرد تحلیل گفتمان (مطالعهٔ موردی: توجه به هنر ایران باستان در پوسترهای فرهنگی دهه‌های ۴۰و۵۰ شمسی)» (۱۳۹٤)، در نامهٔ هنرهای تجسمی و کاربردی (مشخصات تکمیلی در بخش منابع)، استفاده از عناصر بصری آثار هنری مربوط به ایران باستان در پوسترهای فرهنگی این دو دهه را به عنوان کرداری هویت بخش معرفی کرده‌اند و با بهره‌گیری از نظریهٔ گفتمان و روش تحلیل گفتمان ارنستو لاکلا و شانتال موف، توجه به هنر ایران باستان در پوسترهای فرهنگی دهه‌های ۴۰و۵۰، به ویژه پوسترهای جشنواره‌ای، را درون چارچوب‌های گفتمان هویتی مسلط این دوره یعنی «گفتمان ملی‌گرایی» یا به تعبیر این مقاله «گفتمان ایرانیت»، که باستانگرایی بخش مهمی از آن است، تعبیر و تبیین نموده‌اند.

در پژوهشی دیگر با عنوان «بازنمایی هویت ملی ایران در طراحی گرافیک با تاکید بر عنصر جهانی شدن»، سپیده ملکی و مصطفی اسدالله‌ی و فاطمه شاهرودی (۱۳۹۵)، در فصلنامهٔ مطالعات ملی (مشخصات تکمیلی در بخش منابع)، سعی در آشکار ساختن سویهٔ توجه طراحی گرافیک ایران در چالش میان بازنمایی هویت ملی و یا فرهنگ همگون جهانی داشته‌اند. آنها در مقالهٔ خود دوسالانه‌های گرافیک را به عنوان مهم‌ترین رویداد این عرصه بیان می‌کنند و با روش تحلیل کیفی متن و به کمک فن نشانه‌شناسی لایه‌ای به تحلیل متون پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که طراحی گرافیک ایران بر بازنمایی مولفه‌های هویت ملی در مقابل آنچه تنها دلالتگر فرهنگ جهانی است، تفوق یافته است.

چارچوب نظری پژوهش

ریشه‌یابی دیداری گفتمان ناسیونالیسم، وابسته به متون و نشانه‌های دیداری هستند که در بستر این گفتمان بازتعریف و معنا شده‌اند. بنابراین رویکرد *نشانه‌شناسی گفتمانی*[۳] برای خوانش مقالهٔ حاضر، به دو دلیل انتخاب شده است. یک: این

رویکرد در خوانش متون، علاوه بر وجه همزمانی به وجه تاریخی یعنی در زمانی و البته بستر فرهنگی که متون در آن شکل گرفته‌اند، توجه ویژه دارد و بنابراین با مطالعة روند شکل-گیری و تحولات تاریخی اندیشة ناسیونالیسم ایرانی همسو است. دو: روابط قدرت، مناسبات اجتماعی و شیوه‌های تولید و توزیع متون و نهادهای درگیر (مثلاً دستگاه‌های نظارتی، ارگان‌های حمایت کننده و...) در تحلیل نشانه‌شناسی گفتمانی مورد توجه قرار می‌گیرد که این امر نیز با تحلیل نشانه‌های دیداری حاصل از اندیشة ناسیونالیسم ارتباط مستقیم دارد.

تعریف گفتمان[۴] در نشانه‌شناسی گفتمانی همان تعریفی است که ارنستو لاکلو و شانتال موف[۵] در آنچه نظریة گفتمان نامیده می‌شود، بیان می‌کنند. «ایدة کلی نظریه گفتمان این است که پدیده‌های اجتماعی هرگز تام و تمام نیستند. معانی هیچگاه نمی‌توانند برای همیشه تثبیت شوند و این امر راه را برای کشمکش‌های همیشگی اجتماعی بر سر تعاریف جامعه و هویت باز می‌گذارد که خود تاثیرات اجتماعی به همراه دارد» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹، ۵۳). همچنین از دیدگاه لاکلا و موف گفتمان « جهان اجتماعی را در قالب معنا می‌سازد. این ساختن از طریق زبان که ماهیتی بی‌ثبات دارد انجام می‌شود. زبان، هم در ایجاد واقعیت و هم در بازنمایی آن نقش اساسی دارد. دسترسی به واقعیت تنها از طریق زبان ممکن است و هیچ واقعیت پیشینی و از قبل تعیین شده‌ای وجود ندارد». (مقدمی، ۱۳۹۰، ۹۳).

اما آنچه در نشانه‌شناسی گفتمانی مورد توجه قرار می‌گیرد تاکید بر گفتمان در متون غیر کلامی است، به طوری که در نشانه‌شناسی گفتمانی، گفتمان صرفاً محصول عملیات زبانی نیست و همة حوزه‌های نشانه‌ای از جمله تصویر، رمزگان‌هایی چون ژست، حرکت، مکان، اشیا، لباس و غیره را در برمی‌گیرد. بر این اساس در تحلیل کنش‌های دیداریِ حاصل از گفتمان ناسیونالیسم ایرانی، رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی می‌تواند با تکیه بر وجه تاریخی و بافت اجتماعی به بازشناسی متون تولید شده در این زمینه و معنا بخشی به نشانه‌های تشکیل دهندة این متون، بپردازد. در حقیقت، نشانه‌شناسی گفتمانی، متن‌ها را در روابط بینامتنی، در چارچوب‌های گفتمانی، در بسترهای تاریخی و فرهنگی و در مناسبات اجتماعی بررسی می‌کند. نگاه گفتمانی می‌تواند نشان

دهد که تلاش از طریق کدام فرایند، معنای نشانه‌ها را تثبیت می‌کند و کدام فرایند موجب تبدیل برخی از موارد تثبیت معنا به چنان امر معمولی می‌شود که پدیده‌ای طبیعی بشمار آیند. بنابراین در کشاکش معنایی که در طول تاریخ یک گفتمان بر نشانه‌ها تحمیل می‌شود، برخي نشانه‌هاي معنايي (دال‌ها) برجسته-سازي و برخي به حاشيه رانده مي‌شوند (سجودی، ۱۳۹۳، ۱۳-۱٤ و مریدی، ۱۳۹۷، ۲۵) و متون دیداری نیز حول معانی تولید شده به ساخت نشانه‌هاي بصري مي‌پردازند.

همچنین از آنجایی که آگاهی و شناخت انسان از جهان و خودش محصول، دستگاه‌ها، نظام‌ها و یا ساختارهای معناسازی به نام گفتمان هستند، در نشانه‌شناسی از منظر گفتمانی می‌توان گفتمان را امری تاریخی در نظر گرفت، به این مفهوم که با گذر زمان و ایجاد تحولات در ساختارها و نظام‌های سازندهٔ مذکور، گفتمان نیز دچار دگرگونی و واسازی می‌گردد. در حقیقت گفتمان‌ها روش-های بخصوص معنا دادن به جهان هستند که تکثّر آن‌ها باعث به وجود آمدن چالش‌های گفتمانی و جدال بر سر معنا و چگونگی فهم جهان می‌شود. گفتمان‌ها در نظام‌های نشانه‌ای به عمل می‌آیند و به عنوان سامانه‌های متفاوتی از دانش با تکیه بر کشمکش‌های اجتماعی و رمزگان‌های متفاوت در بافت‌های خاص تاریخی و اجتماعی فعال می‌شوند. از سویی هر گفتمان به افراد اجتماعِ وابسته به آن، هویّت می‌بخشد و کنش‌های اجتماعی آن‌ها را تعریف می‌کند و از دیگر سو هر گفتمان بر اساس متونی که بر آن گفتمان بنا شده‌اند، بازساخته می‌شوند. در حقیقت گفتمان‌ها در یک جامعه، هم فهم افراد از واقعیت، هم تصوری را که از هویت خودشان دارند را شکل می‌دهند (سجودی، ۱۳۹۳، ۱٤ و میلز، ۱۳۸۲، ۲٤). بنابراین وابستگی دو سویهٔ گفتمان و جامعه که همسو با دو مفهوم ناسیونالیسم و ملت در مطالعات مدرنیستی است، بر این مهم تکیه دارد که «فرد بدون توجه به آن چه از ملت معنا می‌کند نمی‌تواند راجع به ناسیونالیسم بحث کند» (Barrington، ۱۹۹۷، ۷۱۲).

نشانه‌شناسی گفتمانی به عنوان یک انتخاب مناسب برای تحلیل متون غیرکلامی از ادبیات مرسوم نشانه‌شناسانه، اما در بستر گفتمانی بهره می‌برد و به بررسی چگونگی تولید و تفسیر معنا در متون مختلف می‌پردازد. بنابراین به جز مفهوم گفتمان،

مفاهیم کلیدی دیگر در نشانه‌شناسی گفتمانی عبارت‌اند از، *نشانه*: یک واحد معنادار است که به عنوان «اشاره‌گر» بر چیزی جز خودش تفسیر می‌شود. نشانه‌ها می‌توانند کلمات، تصاویر، اشیاء، رفتارها و غیره باشند که در بستر متن معنا می‌شوند. *معنا*: مفهومی که یک نشانه به آن اشاره دارد را می‌توان در حیطهٔ معنا قرار داد. معنا می‌تواند دلالتی (معنای صریح) یا ضمنی (معنای ضمنی یا فرهنگی) داشته باشد. *متن*: نظامی از نشانه‌هاست که در ارجاع به قراردادهای یک ژانر و در یک رسانهٔ ارتباطی خاص تولید و تفسیر می‌شود (چندلر، ۱۳۸۷، ۳۴۲ و ۳۴۷).

نشانه‌شناسی گفتمانی با استفاده از ابزارهای مختلف تحلیل، مانند تحلیل ساختاری، تحلیل معنایی، تحلیل گفتمانی و تحلیل ایدئولوژیک، به بررسی نشانه‌ها، نمادها و ساختارهای موجود در متون می‌پردازد و هدفش از این تحلیل، کشف الگوها، روابط و معناهای پنهان در آن‌ها است.

شرحی بر ناسیونالیسم و مطالعات پیرامون آن

درک کلی تاریخ انسان در دو سدهٔ اخیر، بدون درک اصطلاح «ملت» و واژه‌ها و ترکیبات مرتبط با آن ممکن نیست، زیراکه این مفهوم، بیان کنندهٔ امر مهمی در مناسبات انسان‌ها است (Hobsbawm، ۲۰۰۴، ۱). جستجوی ریشه‌شناسی واژهٔ ملت، ما را به لغت لاتین natio، به معنی«محل تولد فرد» می‌رساند. در عرف، این لغت به گروهی از مردم اطلاق می‌شود که به خاطر یکسان بودن محل تولدشان، به یکدیگر تعلق خاطر دارند (اوزکریملی، ۱۳۹۸، ۲۹)، همچنین اصطلاح ناسیونال و ناسیونالیسم نیز از این ریشه گرفته[۷] شده است. الکساندر ماتیل در دایره المعارف[۸] ناسیونالیسم می‌نویسد: «وقتی از ناسیونالیسم در عصر مدرن بحث به میان می‌آید، منظور یک نهضت اندیشه و عمل است که به دنبال ایجاد یا تقویت احساس ملی در بین مردم است (ماتیل، ۱۳۸۳، ۲۲۸).

از زمان پیدایش ناسیونالسیم و جنبش‌های ملی‌گرایانه، اختلاف نظرهاي زیادي دربارهٔ معناي ناسیونالیسم، علل پیدایش و ارتباط آن با ملت و مدرنیسم وجود داشته است. براساس مطالعات فراوانی که توسط اندیشمندانِ مختلف، روی این پدیده صورت

گرفته است، پارادایم‌هایی چون ازلی باوران، ابدی باوری ملت-ها، سمبولیسم قومی و مدرنیست‌ها و حتی تحلیل‌های پست مدرن که ظهور نظم جدید پساملی سیاست هویت و فرهنگ[۹] جهانی را مطرح می‌کند، دیدگاه‌های متفاوتی را در مفهوم سازی ناسیونالیسم بیان نموده‌اند. اگرچه در نوشته‌ی حاضر شرح همه‌ی این پارادایم-ها امکان‌پذیر نیست اما از آنجایی که نظریه‌پردازان در دو پارادایم کلی یعنی، کهن‌گرایی (ازلی‌انگاری)[۱۰] و نوگرایی-(مدرنیسم)[۱۱] بیشترین نظریه‌ها را در ارتباط با ناسیونالیسم ارائه داده‌اند، به شرح مختصری از این دو پرداخته می‌شود.

کهن‌گرایی برای نخستین بار در اندیشه‌های فیلسوف آلمانی هِردر[۱۲] (۱۷۷٦-۱۷٤٤)، به عنوان یکی از اندیشمندان اولیة ناسیونالیسم، در اواخر قرن هجدهم مطرح شد، پارادایم کهن-گرایی اساس ملت را «ارگانیسمی با خصلت ثابت و زایل نشدنی می‌دید که از بدو تولد بر ضمیر اعضای خود نقش می‌بست و آنان هرگز نمی‌توانستند خود را از آن رها سازند» (اسمیت،۱٤۰۲، ۲۸۲). همچنین این دیدگاه به ناسیونالیسم از زاویة کسانی که می-خواهند علمی به این پدیده بنگرند نیز قابل پیگیری است؛ چنانکه حاتم قادری[۱۳] برای مقدمة کتاب مشهور «ناسیونالیسم در ایران» که توسط ریچارد کاتم[۱٤] در سال ۱۹٦٤ نوشته شده است، با شرحی بر پیدایش و پدیداری ناسیونالیسم به این نکته اشاره دارد که علم‌گرایان «سعی به توجیه و توضیح ارتباطات و همسانی میان ذریّگری نیوتن و ناسیونالیسم که ذره‌های به هم پیوسته انسان‌ها در قالب ملت‌ها در جغرافیای کره ارض است، دارند. این تحلیل موقعی وزن و اعتبار واقعی خویش را به نمایش می‌گذارد که به تاثیر گسترده فیزیک و کیهان شناسی نیوتن... و جایگزینی آن با فیزیک کیهان‌شناسیِ قبل از آن توجه شود» (کاتم، ۱۳۹٦، ٤).

اما برخلاف کهن‌گرایان که «ملت را اجتماعي فرهنگي، ديرينه، ريشه‌دار، ارگانيك، يكپارچه، كيفي، مبتني بر تبار تاريخي و ايجادشده توسط مردم مي‌دانند، مدرنيست‌ها آن را اجتماعي-سياسي، جديد، خلق شده، مكانيكي، تقسيم شده، مبتني بر منابع مدرن، ساختة نخبگان و مبتني بر تقويت ارتباطات تلقي مي‌كنند ... [به بيان كلي] درحالي كه كهن‌گرايان سعي داشتند هم ملت و هم ملي‌گرايي را در زمان‌هاي گذشته جست وجو كنند، نوگرايان

هر دو را حاصل مدرنیته و تحولات عصر جدید قلمداد می‌کردند» (فاضلی و خلیل طهماسبی، ۱۳۹۵، ۷۰۰ و ۷۰۶).

ناسیونالیسم به عنوان یکی از مکتب‌های سیاسی اثرگذار در دوران جدید شناخته می‌شود و شاید هیچ ایدئولوژی سیاسی در دنیای جدید به اندازهٔ آن تأثیرگذار بر جوامع نبوده است. بنابراین بر اساس این رویکرد، ناسیونالیسم مقدم بر ملت‌هاست، به این معنا که ملت‌ها، ناسیونالیسم را نمی‌سازند بلکه ناسیونالیسم به ملت‌ها تحت تاثیر خود، شکل می‌دهد. همچنین با هر درکی از ناسیونالیسم، باید به این نکته توجه داشت که ناسیونالیسم بیش از همه چیز به سیاست و قدرت مرتبط است و نیز با فرایند مدرن‌سازی که با تحول در تقسیم کار و تحول دولت مدرن محقق می‌شود، همسو است. *ارنست گلنر*[۱۵] (۱۹۹۵-۱۹۲۵) از مهمترین نظریه‌پردازان ناسیونالیسم در نیمه دوم قرن بیستم میلادی بر این عقیده است که ناسیونالیسم، اصلی سیاسی است که در این اصل، واحد ملی و سیاسی باید بر هم منطبق باشند و این خصیصهٔ عصر مدرن است. گلنر می‌کوشد براساس رابطهٔ قدرت و فرهنگ، ظهور ناسیونالیسم در دوران جدید را چنین شرح دهد که اساس ناسیونالیسم ضرورت فرهنگ مشترک برای حفظ نظم صنعتی است؛ چرا که جامعهٔ صنعتی بر پایهٔ اندیشهٔ رشد ابدی استوار گردیده و به همین دلیل آموزش عمومی و آموزش تخصصی در آن ضروری است و این آموزش پر هزینه، تنها از دست دولت بر می‌آید و اینجاست که دولت با فرهنگ ارتباط می‌یابد. بر این اساس، ناسیونالیسم محصول سازماندهی جامعهٔ صنعتی است و قدرتمندی آن به دلیل مشروعیت‌یابی‌اش از واحدهای سیاسی در عصر مدرن است (گلنر، ۱۳۸۸، ۵ و رنجبر، ۱۳۸٤، ۱٦۰).

بنابراین باید توجه داشت که با وجود تاکید بر اندیشه‌ی تجددخواهی و ابزارهای صنعتی (در اینجا تکیه بر چاپ) از بین دو پارادایم کلی کهن‌گرایی (ازلی‌انگاری) و نوگرایی (مدرنیسم) در ارتباط با نظریه‌های ناسیونالیسم، رویکرد این بحث بیشتر سوق به زاویه‌ی دید نوگرایان دارد.

ناسیونالیسم در ایران

اگرچه به تصور برخی از نظریه‌پردازان «حتی پیش از پیدایش ناسیونالیسم در اروپا عناصر سازندهٔ آن در ایران وجود داشته و پروردهٔ عناصری چون تصور ایران زمین، زبان و کیش مشترک و فرهنگ فکری مشترک ایرانیان در سیر تاریخ و پیدایش نهضت‌های مختلف دینی و سیاسی نقشی داشته‌اند» (بیگدلو، ۱۴۸۰، ۸۶)، اما نباید فراموش کرد که پدیدهٔ ناسیونالیسم نوین یک مفهوم مدرن، با الزامات خاص خود است که به طور آشکارتر در فرایند تحولات سال‌های پایانی سدهٔ هجدهم در اروپا زاده شد و در قرن نوزدهم به دوران شکوفایی و گسترش‌اش دست یافت؛ بنابراین پیگیری روند پیدایش ناسیونالیسم نوین در دیگر کشورها به برخورد فکری، اقتصادی و نظامی با اروپا، باز می‌گردد.

چنان‌که شرح آن گذشت، پرداختن به ناسیونالیسم با تعریف ملت آغاز شد، بنابراین در شرح ناسیونالیسم نوین ایرانی نیز باید به سابقه‌ای پرداخت که ریشه‌های مفهوم جدید ملت را برای ایران حاصل نمود؛ فریدون آدمیت معتقد است که «عوامل تاریخی و اجتماعی خاصی در سدهٔ گذشته [نوزدهم] به کار افتاد که نیروی انگیزش و روان تازه‌ای به ملیت ایران داد و ایدئولوژی ملی جدید را ساخت» (آدمیت، ۱۳۴۹، ۱۱۴). مهم‌ترین این عوامل تاریخی و اجتماعیِ سدهٔ نوزدهم میلادی در ایران رویارویی ایران سنتی با تجدد است که محصول واکنش به توسعه‌طلبی کشورهای مهاجم خارجی محسوب می‌گردد و به صورت نخبه گرایانه و ابتدایی در میان برخی دولتمردان و روشنفکران ایرانی و در قالب سیاست‌ها و اندیشه‌های نوگرایانه تبلور یافت (میرزایی، ۱۳۹۰، ۶۹).

البته باید توجه داشت که نخستین آشنایي ایرانیان با مدنیّت غربي نه از سر نیاز بلکه در زمان اقتدار صفویه و برای آشنایی و بیشتر، تعاملات اقتصادی رخ می‌دهد، در واقع ارتباط ایران و اروپا از طریق گروه‌های سیاسی و بازرگانی و همچنین آمد و رفت جهانگردان و هنرمندان اروپایی به ایران، به ویژه در دوران حکومت شاه عباس اول بود. اگرچه با وجود «آشنایی اولیهٔ ایرانِ دورهٔ صفوي با غرب متمدن، معدود جنبه‌هایي از دانش و هنر غربي مورد توجه قرار گرفت، این توجهِ اندك به علم جدید و دستاوردهاي آن نیز عاري از هر گونه تفکر عمیق در باب ماهیّت و تأثیرات شگرف آن بر زندگي ایرانیان بود. بدین ترتیب

تا حاکمیت قاجار رویکردي جدی در این راستا انجام نپذیرفت و این برخورد، تا پیش از دورهٔ قاجار، به دلیل فقدان عمق و غنای کافی، منشاءِ اثر در خور توجهی نگردید» (اکبری و شناسی-آذری، ۱۳۸۷، ۸).

اما هنگامی که فتحعلی‌شاه، به عنوان دومین پادشاه قاجاری در سال ۱۱۷۷خورشیدی (۱۷۹۸میلادی) به حکومت رسید، اروپا روند تحولات اساسی خود در زمینه‌های سیاسی، علمی، اجتماعی و... را طی می‌نمود، در صورتی که فتحعلی‌شاه و درباریانش نسبت به اوضاع و احوال اروپا و جهان در بی‌خبری کامل به سر می‌بردند؛ تا اینکه نخستین حملهٔ روس‌ها به ایران - در سال‌های ۱۱۸۲ تا ۱۱۹۲خورشیدی (۱۸۰۴ تا ۱۸۱۳ میلادی) - که منجر به از دست رفتن اراضی بزرگی از ایران گردید، ضعف کارآیی نظام سیاسی ایران را در برابر پیشرفت‌های دنیاي نو، از جمله علوم جدید نمایان نمود.

در این جنگ که روس‌ها با فنون جنگی و فناوری برترشان به پیروزی رسیدند، غرور مردم سخت جریحه‌دار شد و در اینجا بود که نوعی کشف دردناک «دیگری» اروپایی، اندک اندک راه را برای پیدایش آنچه که بعدها *تجددخواهی*[۱۶] در ایران نام گرفت، هموار ساخت. این رویداد، نخستین رویارویی نظام سنتی ایران با بخشی از دستاوردهای تمدن جدید غرب به شمار می‌آمد که روسیه از آن بهره‌مند بود و ضعف و ناتوانی ایران در این رویارویی مایهٔ نگرانی شاهزادگان خوشخیال قاجاری، درباریان، تیولداران، روشنفکران، روحانیان و صوفیان آن دوره گردید (ضیا ابراهیمی، ۱۳۹۸، ۳۲ تا ۳۹). می‌توان عباس میرزا را در شمار نخستین ایرانیانی محسوب کرد که گذار از "میهن دوستی" کهن به سوی "ناسیونالیسم" نوین، در پی جستجویی درباره چرایی شکست ایرانیان از روس‌ها، ذهنیت و رفتار او را در بر گرفت (قادری و میرزایی، ۱۳۹۰، ۸۰)، گفتهٔ عباس میرزا خطاب به ژوبر فرستادهٔ ناپلئون سندی است بر وجود نگرانی عمیق نسبت به رویارویی با تجدد غربی: « نمی‌دانم این قدرتی که شما اروپایی‌ها را به ما مسلط کرده چیست؟ و موجب ضعف ما و ترقی شما چه؟ شما در قشون و جنگیدن و فتح کردن و به کار بردن تمام قوای عقلیه متبحرید. و حال آن که ما در ضعف و شغب غوطه‌ور و به ندرت آتیه را در نظر می‌گیریم مگر جمعیت و حاصلخیزی زمین در مشرق از اروپا کمتر است، یا آفتاب که قبل از رسیدن به شما به ما می‌تابد تاثیرات مفیدش در سر ما کمتر از سر شماست ما یا خدایی که مراحمش بر جمیع ذرات عالم یکسان است، خواسته که شما بر ما

برتری دهد؟ گمان نمی‌کنم. اجنبی حرف بزن! بگو چه باید بکنم تا ایرانیان را هوشیار نمایم» (حائری، ۱۳۶۷، ۳۰۸).

در واقع شکست در جنگ با روس‌ها، ایران را در «آستانه» (به نقل از سید جواد طباطبایی) قرار داد و پس از آن دگرگونی‌های فراگیری در حیاط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایران ایجاد شد، «انسجام وجوه متفاوت عناصر تاریخی و فرهنگی ایران و وحدت آن، که از ویژگی‌های دوران قدیم بود بر هم خورد و در هماهنگی آن عناصر که به دنبال بحران در آگاهی زمان ویژه خود را داشتند، خللی به وجود آمد» (طباطبایی، ۱۳۸۶، ۳۳). بنابراین توجه دولتمردان و روشنفکران آن زمان بر ضرورت تغییر و تحول در ایران، از سویی بر جنبهٔ عملی و بُعد نظامی متمرکز شد و از دیگر سو الگوهای جدیدی که در برخورد با غرب بر حکمرانان جلوه‌گر نمود، رفته رفته اساس ساختار حکومت را زیر سوال برد و مقدمات ظهور تغییرات زیربنایی در حوزهٔ دیوان‌سالاری را پدید آورد (دهنوی، ۱۳۸۲، ۹).

در حقیقت باید به این مهم اشاره نمود که «جوامعی مانند ایران در صد و اندی سال پیش و حتی پیشتر، مدت‌های مدیدی بود که دیگر حالت خلاقیت و تولید اندیشه و تاسیسات متناسب با آن که به نوبه خود می‌تواند انگیزه و محرک اندیشه گردند را از دست داده بودند برخی نیز اصولاً فاقد چنین پیشینه‌ای بودند. این جوامع در برخورد با تحولات سریع و بنیانی غرب که امواج آن جهان را پیاپی در بر می‌گرفت چشم می‌گشودند و چاره‌ای جز این‌که به توجیه موقعیت خود و مسیری که باید در پیش بگیرند، نداشتند» (کاتم، ۱۳۹۶، ۱۰). بنابراین فشارهای ناشی از این دوران، چنان ایرانیان را به چالش طلبید که نخبگان ایرانی از اوایل سده نوزدهم میلادی به اصلاحات تن دادند و همچنان‌که به گفتهٔ فریدون آدمیت «دربار ولیعهد در تبریز مهم‌تر از دربار شاه در تهران به شمار می‌رفت» (آدمیت، ۱۳۷۸، ۶۲) اصلاح طلبان پیشگام در این مسیر نظیر عباس میرزا، قائم مقام و امیرکبیر، همه از آذربایجان یعنی خط مقدم جبهه با روسیه آمدند و به همین دلیل حتی ریچارد کاتم تبریز را به عنوان کانون ناسیونالیسم ایرانی معرفی می‌کند. بنابراین طبق چنین چشم اندازی، ناسیونالیسم ایرانی خود جزئی از طرح کلی‌تر تجدد و ترقی ایران حسوب می‌شود (قادری و میرزایی، ۱۳۹۰، ۷۹-۷۸).

بنا بر تحولات ذکر شده که فرایند آغازین جنبش تجددخواهی ایران را رقم زد، حاصل برانگیخته شدن حس وطن دوستی ایرانیان در برابر «دیگریِ» مترقی و قدرتمند بود که سرآغازی بر پیدایش زمینه های گفتمان ناسیونالیسم مدرن در ایران گردید. بنابراین ناسیونالیسم مدرن ایرانی که از اواخر قاجار شکل گرفت، «برداشت رایج میان نخبگان ایرانی درباره دو معقوله تجدد و ملیت در این دوره [است زیراکه از] همین دوره سازمان‌های سیاسی توانستند اقتدار خود را به میزان فزاینده‌ای موثر کنند. بدین ترتیب تا حدی از همبستگی‌های قدیم مذهبی به همبستگی‌های ملی انجام گردید» (قادری و میرزایی، ۱۳۹۰، ۷۹). بنابراین باید به این مهم تاکید داشت که ناسیونالیسم اولیه (مرتبط با اوایل سدهٔ نوزدهم در ایران) که با هدف توجیه حقانیت حاکمیت و تحریک روحیّهٔ وطن‌پرستی برای مقابله با تهدیدهای نظامی متعدد خارجی آغاز گردید، در قالب گفتمانی سیاسی از سوی حاکمیت (دربار) معرفی شد.

به جز اندیشه‌ها و عملکرد عباس میرزا به عنوان یکی از تاثیرگذاران تولید و ترویج اندیشهٔ ناسیونالیسم نوین ایرانی، می‌توان از دیگر کارگزاران و روشنفکرانی نام برد که در فاصلهٔ بین رویارویی نظامی ایرانیان با روس‌ها تا جنبش مشروطه بر گسترش این اندیشه تاثیرات شگرفی نهادند، افرادی مانند امیرکبیر که فریدون آدمیت در مورد او می‌نویسد: شخصیت امیرکبیر از چند جنبه اهمیت دارد، یکی اینکه نمایندهٔ ناسیونالیسم ایرانی است در برخورد با استعمار سیاسی و اقتصادی اروپایی. دیگر این‌که نمایندهٔ اصلاح سازمان سیاسی است و اصلاحگر اخلاق مدنی و سوم این‌که مروج دانش و فرهنگ و صنعت جدید غربی است (آدمیت، ۱۳۷۸، ۲۱۵). همچنین روشنفکرانی نظیر فتحعلی آخوندزاده، ملکم‌خان، آقاخان کرمانی، یوسف‌خان مستشارالدوله و تالبوف تبریزی همراه با برخی افراد دیگر در این دوران گذار تاثیرگذار بود، که مسلماً پرداختن به هر یک از آن‌ها در این مجال نمی‌گنجد، اما آنچه مهم است، اندیشه‌های اصلاح‌طلبانه و به تَبَع آن ناسیونالیسم نوین ابتدا در دستگاه دولت شکل می‌گیرد و سپس با تکیه بر اندیشه‌های افرادی از این دست به آگاهی ملی تبدیل می‌شود و به سوی مشروطه‌خواهی سوق می‌یابد.

بنابراین در سال‌های پایانی حکومت قاجار، همزمان با رواج اندیشهٔ مشروطه‌خواهی، ناسیونالیسم با رویکردی چند وجهی ظهور یافت و «از درون خاکستری‌های شریفترین امیدها و آرمان‌های هرچه خوشباورانهٔ انقلاب مشروطه... گرایش‌های مختلف ناسیونالیسم نوین ایرانی آفریده شد» (کاتوزیان، ۱۳۸۲، ۱۱۰). ادوارد براوان نیز به عنوان نخستین نویسنده‌ای که خوانشی ناسیونالیستی از مشروطهٔ ایرانی داشت، «در کتاب انقلاب ایران ۱۹۰۵-۱۹۰۹ نوشت: ایرانیان در طول مبارزهٔ خود برای نظام مشروطه، آگاهانه برای موجودیت خویش به عنوان یک ملت نیز جنگیده‌اند و از این حیث به حق می‌توان حزب مشروطه‌خواهان یا عامیون را حزب ناسیونالیست نامید» (ضیا ابراهیمی، ۱۳۹۶، ۲۵۲). بنابراین گفتمان ناسیونالیسم ایرانی که در فرایند تجددخواهی ایرانی از درون حاکمیت سر برآورده بود، در برخورد با مشروطه به عنوان نوعی حرکت ملیّت خواهانه، به گفتمانی ملی (مردمی) تبدیل گردید.

در این دوران، نخستین رویارویی مستقیم فرهنگ سنتی-اسلامی با فرهنگ غربی در ایران جدید به وقوع پیوست که سبب ایجاد زمینه‌های ظهور هویتی تازه بر اساس هویتخواهی متناسب با مقتضیات دنیای نوین گردید. همچنین اگرچه تدوین نخستین قانون اساسی (یا به تعبیری نظام‌نامه حقوق ملت) دستاورد مهم مشروطه به شمار می‌آمد اما پیدایش خودِ ایدهٔ «ملت» که وابسته به اندیشهٔ ناسیونالیسم است، مهم‌تر بود، زیراکه ناسیونالیسم ایدهٔ ملت را شکل می‌دهد و ملت ایده‌های مرتبط با ناسیونالیسم را توسعه می‌بخشد (میرزایی، ۱۳۹۵، ۱۷۳و۱۸۰).

به سوی ناسیونالیسم دیداری (تاریخ و تحلیل)

با توجه به اینکه ناسیونالیسم نوین یک امر مدرن و در عین حال یک امر سیاسی نیز محسوب می‌شود، چنانکه اشاره شد، در جهت سرآغازِ مصداق دیداری این اندیشه، باید نخستین محصولات تصویری که در نتیجهٔ ارتباط با اروپاییان و با حمایت گفتمان مسلط قدرت، در ایران شکل می‌گیرد، مورد توجه قرار داد. در این بخش مشخص خواهد شد که خوانش تصاویر روزنامه‌ها به عنوان متون فرهنگی دوران تجددخواهی می‌توانند به سوی ناسیونالیسم دیداری راهبر باشند، بنابراین در دو برههٔ زمانی، یعنی سال‌های

آغازین تولید این محصول (به ویژه در دورهٔ سلطنت ناصرالدین شاه قاجار) و نیز در سال‌های بروز جنبش مشروطه (یعنی از اواخر سلطنت مظفرالدین شاه قاجار) که در واقع دوران شکل‌گیری و گسترش اندیشهٔ ناسیونالیسم نوین ایرانی هستند، به آن‌ها پرداخته می‌شود.

- نخستین روزنامه‌های دورهٔ قاجار

در دورهٔ فتحعلی‌شاه بود که به همت ولیعهدش عباس میرزا گام نخست در شناخت ایرانیان از اروپا و فراگیری علوم به ویژه علوم نظامی، برداشته شد و طی دو مرحله در سال‌های ۱۱۸۹ و ۱۱۹۴خورشیدی (۱۸۱۰ تا ۱۸۱۵میلادی)، یعنی تنها حدود هفت سال پس از آغاز نخستین جنگ ایران و روس، گروهی از جوانان ایرانی برای تحصیل به انگلستان فرستاده شدند؛ در بین این دانشجویان بود که میرزا صالح شیرازی، علاوه بر تحصیل[۸] و آموختن زبان انگلیسی و فرانسه، «فنون چاپ [سنگی یا لیتوگرافی]، تهیهٔ حروف و حکاکی و نحوهٔ ساختن مرکب چاپ را فراگرفت، در زمینهٔ روزنامه‌نگاری نیز مطالعه و تحقیق کرد، در اواخر اقامت خود در لندن از طریق همان استادی که فنون چاپ را به او آموخته بود، یک دستگاه ماشین چاپ کوچک با لوازم خریداری نمود» (کریمیان، ۱۳۷۷، ۶) و با خود به ایران آورد.[۲] این اقدام -که در واقع تحت حمایت قدرت مسلط یعنی حکومت قاجار انجام گرفت-، تولید یک متن فرهنگیِ نو به نام «روزنامه» را برای جامعهٔ ایران به ارمغان آورد، به طوری که دریچه‌ای تازه در تولید و انتشار اندیشه‌های نوین آن دوران به صورت نوشتاری و اندک اندک با طراحی سرلوح و افزودن تصویر به این روزنامه‌ها در قالب لایه‌های دیداری، گشود. نخستین روزنامهٔ ایران که با عنوان *کاغذ اخبار* شناخته می‌شود و در ترجمهٔ کلمه به کلمهٔ *Newspaper* است، توسط خود میرزا صالح شیرازی نه در حکومت فتحعلی-شاه بلکه در ۱۲۱۵خورشیدی (۱۸۳۶میلادی) و به فرمان محمدشاه قاجار، منتشر شد[۲۱] و این آغازی برای تولید و رواج روزنامه و روزنامه‌نگاری در ایران بود. تصویر ۱

تصویر ۱. کاغذ اخبار ماه ذیقعده و ذیحجه ۱۲۵۲ قمری (۱۲۱۵ خورشیدی) – (مأخذ: (https://www.bbc.com/persian/iran-features-53565678

روزنامه، نخستین محصول دیداری و فرهنگی است که در این دوران تجددخواهی ایرانی با حمایت مادی و محتوایی قدرت وقت، پا به عرصه می‌گذارد. طبق آنچه بیان شد رابطهٔ ناسیونالیسم ایرانی به عنوان امری سیاسی با تجدد و قدرت در ارتباط بود، بنابراین نمایش قدرت سیاسی خود بخشی از این ناسیونالیسم محسوب می‌گردید که در روزنامه، نوشته‌ها و تصاویری که در آن به چاپ می‌رسیدند وجهة دیداری خود را عرضه می‌کردند. البته در ابتدا روزنامه‌ها در دایرهٔ محدود حکومتی(درباری) تولید و عرضه می‌شوند، اما اندک اندک اکثر باسوادان و قشر فرهیخته و در گام‌های بعدی همهٔ مردمان کشور را مخاطب خود قرار می‌دهد؛ طی شدن این روند، نشان از بروز تجربه‌های متفاوت سیاسی و اجتماعی در ارتباط با اهمیت دادن به «ملت» و به تَبَع آن مفهوم ناسیونالیسم، در مسیر نهضت تجددخواهانهٔ ایران است. بنابراین تصاویرِ نخستین روزنامه‌ها که محصولات تولید شده از ورود صنعت چاپ (سنگی یا لیتوگرافی) به ایران هستند و بررسی روند تحولات محتوایی و شکلی آن‌ها که تحت تاثیر کنش‌های سیاسی روز تا سال‌های بروز اندیشهٔ مشروطه‌خواهی تغییر می‌یابد، ریشه-یابی نخستین نشانه‌های دیداری گفتمان ناسیونالیسم و دگرگونی-های تصویری آن را در متون روزنامه‌ها حاصل می‌نماید.

همچنین باید به این نکته اشاره کرد که در سال‌های نخستین ورود چاپ به ایران، این صنعت تحت پشتیبانی حکومت، به جز روزنامه، کتاب‌هایی را نیز منتشر می‌کرد، اما اغلبِ کتاب‌ها به دلیل محدودیت فنی، تعداد صفحات زیادی که نسبت به روزنامه‌ها

داشتند و حتی محتوای آن‌ها -که قرآن و دیگر رساله‌های مذهبی، آغازگر کتاب‌های چاپی بودند-، بدون تصویر منتشر می‌شدند. البته کتاب‌هایی که در سال‌های بعد نیز مصور شدند شاید در برخی از آن‌ها به دلیل این‌که بیشتر، دارای موضوعات داستانی، حماسی و... از ادبیات کهن ایران بودند، اشاراتی ضمنی به مفاهیم ناسیونالیسم دیده شود، اما نسبت به روزنامه‌ها که وابسته به رویدادهای زمانهٔ خود بودند، کمتر می‌توانستند دلالتگر امور سیاسی، شرایط اجتماعی و در نتیجه، تولیدگر گفتمان ناسیونالیسم آن دوران باشند؛ بنابراین، نقش اصلی در رواج دیداری ناسیونالیسم به طور عمده برعهدهٔ روزنامه‌ها بوده است.

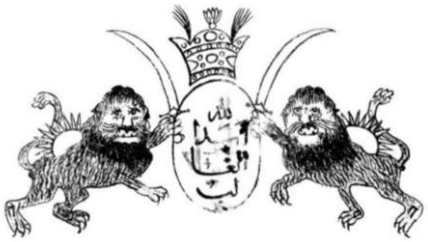
اگرچه ورود صنعت چاپ (سنگی یا لیتوگرافی) به ایران در حکومت فتحعلی‌شاه قاجار صورت گرفت اما در دوره‌های بعد، به ویژه زمان ناصرالدین‌شاه و مظفرالدین‌شاه و در دوران اوج آن یعنی مشروطهٔ ایرانی بود که کاربرد آن متداول شد. به طوری که پس از روزنامهٔ *کاغذ اخبار*، اولین روزنامهٔ دوره‌ای *اخبار وقایع* در ۱۲۱۶خورشیدی (۱۸۳۷میلادی) منتشر و سه سال دوام داشت، تا اینکه «چهارده سال پس از آن در دورهٔ [ناصرالدین‌شاه،] میرزا تقی‌خان امیرکبیر روزنامهٔ *وقایع اتفاقیه* را که عمری طولانی‌تر و اخباری جامع‌تر داشت منتشر کرد و از آن پس هر از گاه روزنامهٔ جدیدی منتشر می‌شد» (تناولی،۱۳۹۶، ۱۰۹). از لحاظ دیداری آنچه که از نخستین روزنامه‌های این دوران به طور پیوسته و مشترک دیده می‌شود، تصویر شیرِ شمشیر به دست با خورشیدی بر پشتش است که به عنوان علامت دولت ایران در بالای صفحهٔ اول روزنامه‌های دورهٔ قاجار دیده می‌شود.

نقش شیر و خورشید از دوران پس از اسلام، با قدمتی طولانی به قول روایت‌های ادبی در درفش پادشاهان کاربرد داشته اما سند صریح تاریخی که دربارهٔ نخستین استفاده از این دو نقش با یکدیگر است، چند سکه متعلق به دورهٔ سلجوقی است[۲۲] و سپس، با فاصلهٔ چندین قرن بار دیگر در سکه‌های مفرغی و مُهرهای اواخر دورهٔ صفویه[۲۳] و نیز سکه‌های نقرهٔ دورهٔ قاجار دیده می‌شود و در سکه‌های محمد شاه قاجار شمشیری به دست شیر اضافه می‌شود (مینوی، ۱۳۵۲، ۳۵۳ تا ۳۷۰). همچنین این تصویر از زمان محمدشاه قاجار [برابر با ۱۸۳۶ میلادی] به پیروی از دولت‌های اروپایی

که هر کدام نشانهٔ ویژه‌ای داشتند، به طور رسمی به عنوان نشانهٔ دولت ایران اعلام گردید و در واقع این فرایند از نخستین گام‌های مهم در جهت گرایش به سوی مفاهیمی چون دولت و ملت در دوران جدید بود. همچنین تحول تصویری که در آن حاصل شد این بود که تصویر شیر در آن تا قبل از دورهٔ محمدشاه، بی‌یال بود اما به واسطهٔ ارتباط با اروپا و پیروی از نقوش شیر اروپایی، تصویر شیر، یال‌دار شد. همچنین از نیمهٔ دوم سلطنت ناصرالدین-شاه، نشانهٔ *شیر، شمشیر و خورشید* به عنوان علامت رسمی دولت ایران، علاوه بر سرلوحهٔ روزنامه‌ها در مکاتبات دولتی به صورت مُهر یا چاپ شده و حتی در بالای ورودی ساختمان‌های دولتی نیز دیده شد (افشارمهاجر، ۱۳۸۴، ۸۸ و ۱۳۸۵، ۱۶).

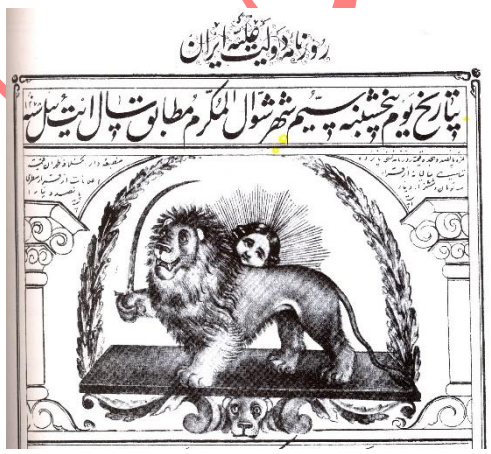
بنابراین تصویر *شیر، شمشیر و خورشید* را می‌توان از نخستین نشانه‌های نمادین دانست که به واسطهٔ گفتمان ناسیونالیسم به عنوان امری سیاسی و متأثر از مناسبات مغرب زمین، ابتدا بر روی پرچم و سپس در روزنامه‌های دوران قاجار، منتشر شد. در حقیقت آغاز تولید و رواج روزنامه و روزنامه‌نگاری در این دوران، به مثابهٔ تولید متنی نو از تصویر و نوشتار در گفتمان ناسیونالیسم است که خودِ این متن از لایه‌های مختلف معنایی تشکیل شده و کاربرد نشانهٔ نمادین *شیر، شمشیر و خورشید*، برگرفته از پرچم ایران، لایه‌ای بصری از متن است که با ارجاع به یک نماد رسمی و کهن حکومتی (و به معنای هژمونیک شدهٔ آن، نماد ملی) از مجرایی دیداری بر گفتمان ناسیونالیسم دوران، دلالت می‌کند.

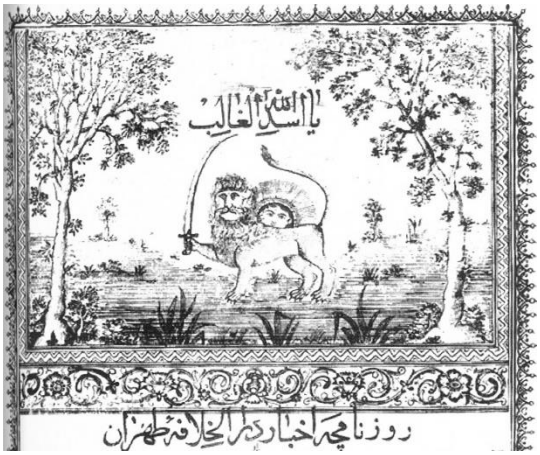
در شکل (۲) سرلوح قدیمی‌ترین نسخهٔ شناسایی شدهٔ روزنامهٔ کاغذ اخبار دیده می‌شوند که در وسطِ شمشیرهای دو شیرِ به ظاهر متقارن عبارت «یا اسدالله الغالب» (از القاب علی بن ابیطالب) و در بالای آن نقش تاج شاهی قرار داد که استعاره‌ای از تسلط حکومت پادشاهی با تاکید بر مذهب تشیع در ایران را بر این رسانهٔ نوظهور جلوه می‌دهد. بنابراین سرلوح‌ها از ابتدا به عنوان لایه‌ای دیداری در همنشینی با لایه‌های نوشتاری روزنامه‌ها، دارای کارکرد فعال نشانگی در تاکید بر گفتمان‌های مسلط دوران خود بوده‌اند.



تصویر ۲. سرلوح قدیمی‌ترین نسخهٔ شناسایی شدهٔ کاغذ اخبار، ذیقعده ۱۲۵۲ قمری (۱۲۱۵ خورشیدی) – (مأخذ: https://www.bbc.com/persian/iran-features-53565678)

به مرور، نقوشی به فضای اطرافِ *شیر، شمشیر و خورشید*، افزوده شد که اغلب برگرفته از نقوش گیاهی بودند و جنبهٔ تزیینی داشتند. برای مثال در استفاده از طرح دو شاخهٔ زیتون و یا دو درخت که در سرلوح برخی از روزنامه‌ها به حالت متقارن، دیده می‌شوند، اگرچه می‌توان دلالت‌هایی ضمنی را بر شمرد که در همنشینی آن‌ها با نشان *شیر، شمشیر و خورشید* مفاهیمی در ارتباط با جاودانگی، صلح و... را بازنمایی می‌کند اما به نظر می‌آید این نوع استفادهٔ تزیینی از نقوش گیاهی و یا ستون‌ها و سرستون‌های اروپایی در سرلوح روزنامه‌های این دوره، توجیه نمادینی نداشته و تنها جنبهٔ تزیینی آن مورد توجه باشند و بر این نکته تاکید دارد که اگرچه فرهنگ تصویری ایرانی برای بازنمود ناسیونالیسم از یک نماد کهن بهره می‌گیرد اما با توجه به اندیشهٔ تجددخواهی حاکم در ارتباط با غرب، کاربرد نقوش اروپایی (در استفاده از نگاه واقع‌گرا و موتیف‌های اروپایی) در مصداق‌های بصری ناسیونالیسم ایرانی -که خود امری مدرن به حساب می‌آید- بدیهی می‌نماید؛ تصویر ۳.





آماده انتشار

تصویر ۳. نقوش گیاهی و تزیینی به صورت طبیعت‌گرایانه در فضای اطراف تصویر شیر، شمشیر و خورشید، سمت راست: سرلوح روزنامهٔ *وقایع اتفاقیه*، سمت چپ: سرلوح روزنامهٔ *دولت علیهٔ ایران* – (مأخذ: تناولی، ۱۳۹۶، ۲۳).

آرام آرام حکومت قاجار ساختارهای سنتی را با نفوذ اندیشه‌های سیاسی مدرن تغییر داد و در راستای تحکیم خود از دستاوردهای مدرن برای ترقیب حس وطن‌پرستانه و تولید نشانه‌ای قدرت بهره برد. به این معنا که با ایجاد تحولاتی اساسی در وجهٔ دیداری روزنامه‌ها بازنمودی از قدرت را ایجاد نمود که به طور مستقیم ریشه در گفتمان ناسیونالیسم سیاسی (درباری) این دوران داشت. از دورهٔ ناصرالدین شاه و با افزون شدن امکانات صنعت چاپ و افراد متخصص در این زمینه، تحولات اساسی در تولید و ترویج وجوه دیداری روزنامه‌های قاجار روی داد که بخش بزرگی از این تحولات با نام شناخته شدهٔ صنیع‌الملک (ابوالحسن ثانی غفاری) پیوند دارد. او را نخستین هنرمند ایرانی می‌دانند که در اروپا (کشور ایتالیا) آموزش دید و در آنجا به رونگاری از آثار هنرمندان دورهٔ رنسانس و آشنایی با فن چاپ سنگی پرداخت و پس از بازگشت به ایران در کنار دیگر فعالیت‌هایش، از سوی ناصرالدین‌شاه مسئولیت طبع (چاپ) روزنامهٔ مصور در ایران به او سپرده شد. بنابراین صنیع‌الملک کار خود را به ترتیب در روزنامهٔ *وقایع اتفاقیه*، روزنامهٔ *وقایع* و روزنامهٔ *دولت علیهٔ ایران* که در اصل نام‌های گوناگون یک روزنامه بودند، آغاز کرد و به اصطلاح امروز، مدیریت هنری و اجرایی متون تصویری این روزنامه را بر عهده داشت (پاکباز، ۱۳۸۴، ۱۵۸و اثنی‌عشری، ۱۳۹۷، ۱۲۵). این رویداد سرآغاز همکاری هنرمند نقاش با رسانهٔ دیداری جدیدی به نام روزنامه است که در قالب فن چاپ و همراه با تولید کتاب‌های چاپی، کنار نقاشی ایرانی که سابقه‌ای کهن در وابستگی به گفتمان مسلط قدرت در طول قرن‌ها داشت، قرار می‌گیرد و به بازتولید گفتمان‌های دوران خود و به ویژه در راستای پیوند با فنون جدید، به تولید دیداری ناسیونالیسم با آثاری متفاوت از محصولات هنری دوره‌های قبل، می‌پردازد.

بنابراین ورود هنرمندان نقاش به فن چاپ و کسب مهارت در این رشته، سرآغازی بود تا تصاویر نقش‌بسته در روزنامه‌ها و برخی از کتاب‌های مصور چاپی به عنوان لایه‌هایی از متون تولید شده با حمایت مادی و محتوایی حکومت، به گونه‌ای قوی‌تر به

بازتولید گفتمان ناسیونالیسمی حکومت در قالب ترکیبی از متون نوشتاری و دیداری بپردازد. چنان‌که شاخص‌ترین فعالیت بصری صنیع‌الملک در حوزهٔ مطبوعات که می‌توان آن را برساختی دیداری از گفتمان ناسیونالیسم سیاسی (درباری) آن دوران به شمار آورد، طراحی‌هایی است که او از چهرهٔ سران حکومتی و با شیوه‌ای مختص به چاپ سنگی، برای انتشار در روزنامهٔ *دولت علیهٔ ایران*، طراحی و چاپ کرد. به طوری که در هر شماره از این روزنامه چهرهٔ یک و یا چند تن از سران حکومت، تصویر و معرفی می‌شدند؛ ابداع این روندِ بصری که بعدها به ویژه در روزنامه‌های *شرف* و *شرافت* توسط دیگر هنرمندان[۲۴] این حوزه، ادامه یافت، دلالتگر نمایشی از تصویر و تسلط قدرت سیاسی بود. در آن زمان که به دلیل نبود وسایل ارتباطی، مردم کشور از اخبار و افراد حکومتی بی‌خبر بودند، انتشار این روزنامه‌ها و محتوای نوشتاری و دیداری آن‌ها، شیوه‌ای نو و محصولی صنعتی، برگرفته از روند تجددخواهی محسوب می‌شد. براساس رابطهٔ قدرت و فرهنگ در گفتمان ناسیونالیسم این دوران که امری سیاسی و در انحصار حاکمیت بود با هدف ثبات و تداوم، سعی داشت تا برای مردم کشور - و حتی رجال کشورهای دیگری که با ایران در آمد و شد بودند - ، نمایشی از تقویت جایگاه و اعتبار حکومت را با تصاویر فاخر از سران آشکار سازد. تصویری این افراد به واسطهٔ آرایش سر و صورت، ژست، پوشاک(شامل جنس پارچه، نقوش موجود بر آن، مدل و...) و حتی لوازم جانبی در پوشش آن‌ها(شامل نوع سرپوش، کمربند، عصا، پلاک‌ها و مدال‌های روی لباس، انگشتر، شمشیر و...) هر کدام به تنهایی دارای ارزش‌های نشانه‌ای مختلف و کارکردهای دلالتی و فرهنگی هستند که با تکیه به وجه در زمانی و تاریخی، لایه‌ای از لایه‌های معنایی این نشانه‌های دیداری را به خود اختصاص داده‌اند و با ذکر نام و القاب حکومتی که برای هر تصویر ذکر می‌گردد وجه شمایلی را قوت می‌بخشد و در مجموع همنشینی لایه‌های دیداری و نوشتاری، تمایز اجتماعی را در این افراد بازتولید می‌نماید، تصویر ۴، ۵ و ۶.

تصویر ۴. ارزشگذاری نشانه‌ای در پوشاک فاخر توسط لایه‌های گوناگون بصری برای دلالت بر قدرت سیاسی، تصویر سمت راست: اثر صنیع‌الملک، شمارهٔ ۴۹۲ روزنامهٔ دولت علیه ایران و تصویر سمت چپ: اثر مصورالملک، روزنامهٔ شرافت – (مأخذ: افشارمهاجر، ۱۳۸۴، ۷۴).

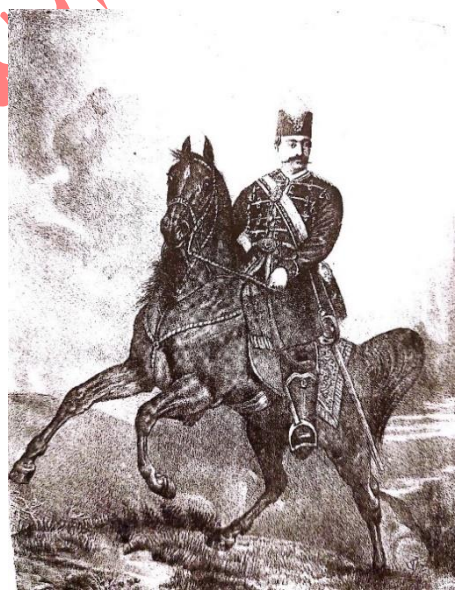
تصویر ۵. نظم سیاسی و مقتدارانه همراه با پوشاک فاخر و نگاه‌های خیره برای نمایش مجلس خلعتپوشان دو شاهزادهٔ قاجاری، شمارهٔ ۴۹۱ روزنامهٔ دولت علیه ایران، سال ۱۲۳۹ خورشیدی– (مأخذ: ذکا، ۱۳۸۲، ۶۷).

تصویر ۶. دو تصویر از ناصرالدین شاه و مظفرالدین شاه در لباس رسمی پادشاهی و ژست مقتدرانه، سمت راست (ناصرالدین شاه): شمارهٔ اول روزنامهٔ شرف، ۱۲۶۱ خورشیدی و سمت چپ (مظفرالدین شاه): شمارهٔ اول روزنامهٔ شرافت، ۱۲۷۵ خورشیدی – (مأخذ: افشارمهاجر، ۱۳۸۴، ۷۴).

تصاویر چنین روزنامه‌های مصوری، با تمام ویژگی‌هایی که گفته شد در کنار اخبار و مطالب موجود در آن‌ها و همچنین نوع صفحه‌آرایی و چینش نوشته و تصویر، طراحی سرلوح و... همه دلالتگر بروز رویکردی نو در فن و فرهنگ ایران تجددخواه است، رویکردی که در ارتباط با قدرت، محصولی است از گفتمان ناسیونالیسم درباری و طراحی از شخصیت‌های حکومتی کنشی دیداری از این اندیشه، که به ضرورت ایجاد آگاهی و فرهنگ مشترک جهت نمایش قدرت، در رشد آن به عمل درمی‌آمد.

برای مثال بر روی جلد شمارهٔ دوازدهم روزنامهٔ شرف ناصرالدین شاه سوار بر اسب چاپ سنگی شده است که به گفتهٔ کامران افشارمهاجر در کتاب هنرمند ایرانی و مدرنیسم، این تصویر با الهام از تابلوی معروف «ناپلئون در حال عبور از آلپ» با همین ترکیب‌بندی اثر «ژاک لویی داوید»[۲۵] کشیده شده که در آن ناپلئون بناپارت سوار بر اسبی در حال حرکت قرار گرفته و احتمالاً نقاش به تقاضای خود شاه، او را در وضعیتی مشابه ناپلئون، طراحی کرده است (افشارمهاجر، ۱۳۸۴، ۱۱۱). از آنجایی که سیاست‌ها و کشورگشایی‌های ناپلئون مستقیم و غیرمستقیم، نقشی کلیدی در گسترش و تحکیم ایده‌های

ناسیونالیسم مدرن در سراسر اروپا داشت، علاقهٔ ناصرالدین شاه به بازنمایی تصویرش در هیبتی شبیه به ناپلئون، جالب توجه است. البته این علاقه، بخشی از شیفتگی کلی او به غرب و شخصیت‌های برجسته تاریخی اروپا بود؛ اما ناصرالدین‌شاه که در دوران طولانی سلطنت خود با فرهنگ، هنر و سیاست اروپایی آشنا شد، ناپلئون را به عنوان یک چهره کاریزماتیک و نمادی از رهبری بزرگ و پر قدرت و افتخار برای کشور فرانسه می‌ستود و حتی گاهی خود را با او مقایسه می‌کرد و تلاش داشت اصلاحات نظامی ناپلئون را الگو در سیاست خود قرار دهد[۲۶] در واقع سفارش این تصویر برای روزنامه، توسط ناصرالدین شاه می‌تواند در ضمن این‌که دلالتگر مشروعیت‌بخشی به حکومت است، سعی دارد همچنان که ناپلئون را به عنوان رهبر فرانسه، نمادی از قدرت، اراده و اتحاد ملی می‌دانند بر جایگاه ناصرالدین شاه نیز به عنوان نماد ملی ایران تاکید کند؛ تصویر ۷.



تصویر ۷. سمت راست: تصویر ناصرالدین شاه بر روی جلد شمارهٔ دوازدهم روزنامهٔ شرف، اثر ابوتراب غفاری – (ماخذ: افشارمهاجر، ۱۳۸۴، ۱۲۱) و سمت چپ: تابلوی معروف «ناپلئون در حال عبور از آلپ» اثر ژاک لویی داوید – (مأخذ: (https://www.parsstock.ir/pic-599633

- روزنامه‌ها در دورهٔ مشروطه‌خواهی

اگرچه مخاطبان اصلی نخستین روزنامه‌های قاجار از طبقهٔ بالای اجتماع، به ویژه در ابتدا درباریان و سپس ثروتمندان و

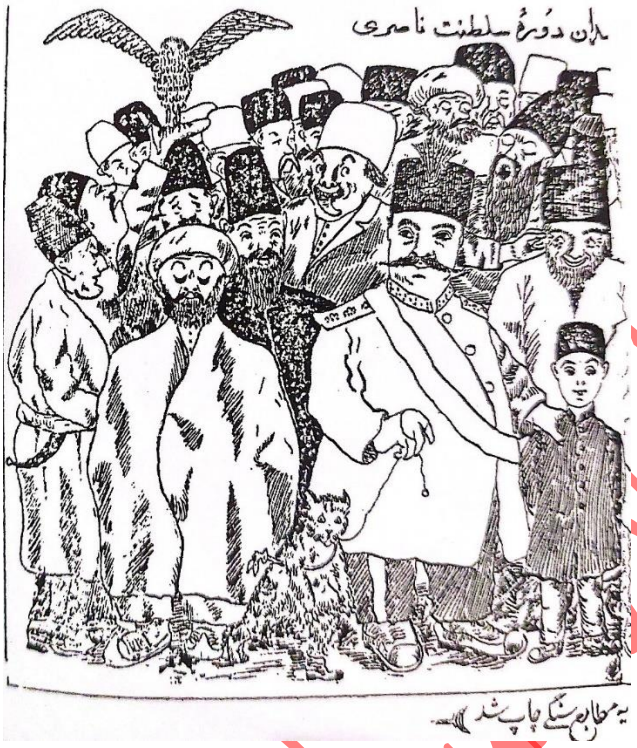
روشنفکران تحصیل‌کرده و روزنامه‌خوان بودند؛ اما آنچه مسلم است به مرور شرح این روزنامه‌ها دهان به دهان در بین مردم می‌گشت - چنانکه کلنل کاساکوفسکی در خاطرات خود اشاره به قهوه‌خانه‌ای دارد که هنگام ورود به آن می‌بیند فردی باسواد برای بی‌سوادان روزنامه می‌خواند - همچنین بعدها با تأسیس دارالفنون (۱۲۳۱خورشیدی-۱۸۵۲میلادی) به عنوان نخستین مدرسهٔ غیرمذهبی کشور، امکان بیشتری برای آشنایی ایرانیان با آموزش و علوم و فنون اروپایی فراهم آمد و در سال‌های بعد با روی کار آمدن مشروطهٔ ایرانی و اندیشهٔ آموزش همگانی، گذر از مکتبخانه‌ها به مدارس و در پی افزایش باسوادان در کشور، توجه به روزنامه‌نگاری نیز دو چندان شد. حتی دوران انقلاب مشروطه (آذرماه ۱۲۸۴ تا مردادماه ۱۲۸۵خورشیدی، ۱۹۰۷-۱۹۰۵میلادی) که خود حاصل گفتمان ناسیونالیسم در فرایند تجدد سیاسی ایران بود، روزنامه را به عنوان اصلی‌ترین ابزار آگاهی به مردم قرار داده بود که انتخاب و گسترش این متن فرهنگی در بین مردم، نشانه‌ای از تحول فکری در ایران محسوب می‌شد که خود بسترساز تغییرات اساسی در مصادیق تصویری گفتمان ناسیونالیسم گردید.

با گسترش اندیشهٔ مشروطه‌خواهی، روزنامه که به عنوان ابزاری بصری در راستای اندیشه‌های ناسیونالیسمی، برای قدرت حاکم عمل می‌کرد با تغییر نگرش ناسیونالیسم در افکار روشنفکران و اکثریت جامعه، ایده‌ها و تصاویر روزنامه‌ها نیز متغیر گردید. در واقع روزنامه از یک رسانهٔ صرفاً حکومتی با سرلوحی برگرفته از نشانهٔ رسمی دولت ایران و نیز نوشتاری تحت نظارتِ دربار و تصاویری از سران حکومت، به رسانه‌ای ملی (مردمی) تبدیل شد. به طوری که دوران انقلاب مشروطه «تحولات چشمگیری در روزنامه‌نگاری ایران به وجود آورد و روزنامه‌های ملی رو به وفور و روزنامه‌های دولتی رو به کاستی گذاشتند. مطابق آمار موجود طی دوران پنجاه‌سالهٔ ناصری تعداد روزنامه‌ها به سی عنوان می‌رسید. حال آن‌که در دورهٔ سیزده‌سالهٔ مظفری از پنجاه عنوان گذشت» (تناولی، ۱۳۹۶، ۱۱۰). در دوره مشروطه، بیداری افکار و اندیشه‌های عمومی به سرعت اوج گرفت و روزنامه‌ها، به‌عنوان نمادهای دموکراسی سهم مهمی در این بیداری داشتند به طوری که پس از صدور فرمان مشروطیت، علاوه

بر تهران در بسیاری از شهرستان‌های ایران نیز اخبار ملی و محلی را از طریق روزنامه‌ها دریافت می‌کردند و این حاصل گسترش بیش از پیش و هژمونیک شدهٔ تجددخواهی در ایران و رابطهٔ تنگاتنگ اندیشهٔ مشروطه‌خواهی با گفتمان ناسیونالیسم ایرانی بود. بنابراین در بستر چنین رویکردی در اندیشهٔ مشروطه‌خواهی و به دنبال گسترش انتشار و مخاطبان روزنامه‌های دوران مشروطه و تغییر وجههٔ آن‌ها از حکومتی به ملی، تغییرات محتوایی از جنبهٔ نوشتاری و نیز دیداری، در روزنامه‌ها رخ نمود و تغییراتی بنیادی حاصل شد.

به طوری که در روزنامه‌های مشروطه تصاویر عامیانه با مضامین مختلف سیاسی و اجتماعی بسیار رواج یافت و به فراخور رویدادها، نگاهی طنزگونه در محتوای نوشتاری و به ویژه دیداری آن‌ها افزوده شد، تا جایی که ظهور و رشد کاریکاتور در ایران را می‌توان از پیامدهای انقلاب مشروطه دانست. «با در نظر گرفتن موقعیت آن زمان و درصد زیاد بی‌سوادان، هیچ وسیلهٔ ارتباطی نمی‌توانست بهتر از کاریکاتور بین مردم رسوخ کند و همه‌گیر شود. [البته این شیوهٔ طراحی را تحصیل‌کرده‌ها و فرنگ رفته‌ها در نمونه‌های روزنامه‌های غربی دیده بودند و به این لحنِ تصویری آشنا بودند اما] طی دوران مشروطه‌خواهی و پس از آن، کاریکاتور را وسیله‌ای بُرّا برای بیان افکار عمومی و دردهای متعدد جامعه یافتند و بخشی از روزنامه‌های خود را به کاریکاتور اختصاص دادند» (تناولی، ۱۳۹۶، ۱۳۱)؛ تصویر ۸، ۹ و ۱۰.

نمادهای اشتراک هنرهای زیبا



تصویر ۸. کاریکاتور استبدادیان و مشروطه‌خواهان در شمارهٔ سوم روزنامه میزان، نشان از تغییرات فکری در جامعهٔ ایران دارد- (مأخذ: تناولی، ۱۳۹۶، ۱۳۶).

تصویر ۹. سمت راست: کاریکاتور رجال قاجاری در روزنامهٔ آذربایجان، سمت چپ: کاریکاتور روس و انگلیس و سلاطین ممالک آسیا در روزنامهٔ کشکول، هر دو به مسائل روز کشور اشاره دارند، سال ۱۲۸۶ خورشیدی- (مأخذ: تناولی، ۱۳۹۶، ۵۲).

تصویر ۱۰. کاریکاتور «زنده باد ملت ایران، نابود باد خائن وطن» در شمارهٔ هفده آذربایجان که اشاره‌ای مستقیم به ناسیونالیسم در دوران مشروطه دارد، سال ۱۲۸۵ خورشیدی- (مأخذ: تناولی، ۱۳۹۶، ۱۳۹).

بنابراین لایه‌های تصویری روزنامه‌های دوران مشروطه را می‌توان چنین تحلیل نمود که حجم انبوه انتشار روزنامه‌های این دوران با رواج تصاویر عامه‌پسند (و به نوعی عامه‌فهم) با طراحی ساده مواجه است و دیگر از مهارت در پرداز و طراحی‌های دقیق برای چهره‌سازی و نشان دادن جزییات لباس و ژست‌های فاخر، آن‌چنان که در روزنامه‌های دولتی دورهٔ ناصرالدین‌شاه و مظفرالدین‌شاه مرسوم بود خبری نیست. همچنین سرلوح‌های روزنامه‌های دوران مشروطه از طراحی متنوعی برخوردار شدند. به طوری که نشانهٔ *شیر، شمشیر و خورشید* که در سرلوح همهٔ روزنامه‌های دولتی دوران ناصرالدین‌شاه و مظفرالدین‌شاه غالب بود «جای خود را به انواع سرلوح‌های دیگر دادند. این سرلوح‌ها گاه ساده و عاری از تزیینات و متشکل از خط نستعلیق یا نسخ بودند... [اما] برخی از سرلوح‌های معنادار و انقلابی نیز کاربرد داشتند و نمادهایی چون درگیری خیر و شر، مانند فرشته علیه شیطان یا شیری خروشان برای خلاصی از اژدها یا فرشته‌ای بالدار روی چرخ یک توپ ارتشی عنوان روزنامه را همراهی می‌کرد» (تناولی، ۱۳۹۶، ۱۱۰) که به طور ضمنی دال بر جنبه‌های انقلابی آن دوران بودند و با نشانه‌های نمادین، حمایت از خود در برابر دیگری را جلوه می‌دادند. همچنین تصویرسازی این سرلوح‌ها و نقش‌پردازی از حیوانات، فرشتگان و... رویکردی اروپایی داشت

که خود دلالتگر ارتباط بیشتر با اروپا است که در راستای آن، موجبات تأثیرپذیری از فرهنگ بصری اروپایی را نیز حاصل نمود، فرهنگی که رفته‌رفته بر سلیقة عامة مردم ایران تأثیر گذاشت و گرایش عوام را به سوی شیوه‌های نقشپردازی وابسته به آن‌ها جلب نمود؛ تصویر ۱۱.[۲۸]

تصویر ۱۱. سمت راست: سرلوح روزنامة آزادی- ۱۳۰۲ خورشیدی، سمت چپ: روزنامة صبح ستاره- ۱۳۰۴ خورشیدی - (مأخذ: تناولی، ۱۳۹۶، ۴۵).

با گسترش گفتمان ناسیونالیسم ایرانی در وجوه مختلف و تغییر در تولید و بازتولید اندیشه‌های گفتمانی آن که محصول برخورد با رویدادهای مختلف سیاسی، اجتماعی و... است - و گفتمان ناسیونالیسم را در طول زمان به گفتمان‌های ناسیونالیسم تبدیل می‌کند - باعث شد که این‌بار مفهوم ناسیونالیسم از محدود ماندن در سطح دولتی و اقتدار حکومتی، در پی اندیشة مشروطیت با تاکید بر «مردم» به معنای ضمنی دموکراتیک و میهن‌پرستانة آن، به سطح ملی و مردم‌باوری گرایش یابد. در همین راستا ناسیونالیسم دیداری نیز با توجه به شبکة رمزگانی تولید شده در فرایند تجدد سیاسی و مشروطة ایرانی دچار تغییر گردید و در بستر بافت سیاسی و اجتماعی جامعه به تولید لایه‌های دیداری روزنامه‌ها (به عنوان مهمترین محصول فرهنگی و مردمی آن دوران) پرداخت.

نتیجه

با توجه به شرح تاریخی و روش تحلیلی که در ریشه‌یابی دیداری گفتمان ناسیونالیسم ایرانی در این مقاله انجام

پذیرفت، می‌توان نتیجه گرفت که در پی شکل‌گیری اندیشهٔ تجددخواهی در ایران و تغییر در ساختارهای سنتی حکومت دوران قاجار، گفتمان ناسیونالیسم به عنوان امر سیاسی که ارتباطی قوی با تحولات مدرن دارد، خود را از دریچهٔ تصویر، در روزنامه‌ها نمایان نمود. زیراکه روزنامه‌ها دستاوردهای نوظهوری از ورود صنعتی مدرن، یعنی چاپ سنگی (لیتوگرافی)، در ایران بودند که تحت حمایت مادی و محتوایی قدرت مسلط، تولید می‌شدند. همچنین فرایند بررسی تصاویر روزنامه‌های دوران قاجار نگرشی دوگانه و حتی متضاد را نشان می‌دهد که حاصل تفاوت گفتمانی ناسیونالیسم در اوایل و اواخر این دوران است. به طوری که در سال‌های نخستین شکل‌گیری اندیشهٔ ناسیونالیسم، حکومت قاجار در ترغیب حس وطن‌دوستی برای تحکیم خود، با ایجاد تحولاتی اساسی در وجهٔ دیداری روزنامه‌ها بازنمودی از قدرت را ایجاد نمود که به طور مستقیم ریشه در گفتمان ناسیونالیسم سیاسی (درباری) این دوران داشت. مصداق تصویری این گفتمان را می‌توان در سرلوح‌های روزنامه‌ها با تکیه بر نماد *شیر*، *شمشیر و خورشید* و نیز در تصویرسازی‌های فاخر از چهرهٔ سران حکومتی مشاهده نمود. اما رواج اندیشهٔ مشروطه‌خواهی در اواخر دوران قاجار، تغییر نگرش تازه‌ای را در اندیشهٔ ناسیونالیسم حاصل کرد و گفتمان ناسیونالیسم نه در انحصار دربار بلکه به گونه‌ای دیگر و با رویکردی چند وجهی ظهور یافت و در ارتباط با نوعی حرکت ملیت‌خواهانه به گفتمانی ملی (مردمی) مبدل شد، که نمود تصویری آن در روزنامه‌های جنبش مشروطه با تکیه بر تصاویر عامه‌پسند و همراه با مضامین مختلف سیاسی و اجتماعی دیده می‌شود.

در حقیقت شکل‌گیری و تداوم ناسیونالیسم ایرانی همچون دیگر کشورها در دنیای مدرن، آن را به یک روش تفکر و تبدیل به گفتمانی نمود که با نهادهای قدرت در ارتباط بود و در عمل می‌توانست مسائل، تولیدات و پیامدهای فراوانی در وجوه مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و هنری را در قالب نوشتار، گفتار و متون دیداری، داشته باشد. بنابراین با توجه به یافته‌های دیداری گفتمان مذکور در دستاوردهای صنعت چاپ که در ابتدایی‌ترین بازنمود خود در قالب روزنامه‌ها ظهور یافت را می‌توان نخستین متن‌های فرهنگ دیداری دانست که در انتقال تصویریِ

گفتمان ناسیونالیسم ایرانی، ابتدا توسط نهادهای قدرت و سپس با رویکردی مردمی بر دیگر متون پیشی دارند.

آماده انتشار هنرهای زیبا

پی‌نوشت

۱. Visuality
۲. Codes
۳. Discursive semiotics
۴. Discourse
۵. Ernesto Laclau و همسرش Chantal Mouffe از طلایه‌داران مکتب تحلیل گفتمان.
۶. Nation
۷. National & Nationalism ، به معنای ملی و ملی‌گرایی.
۸. Alexander Motyl
۹. بر اساس پنج پارادایم ناسیونالیسم که آنتونی اسمیت در کتاب «ناسیونالیسم و مدرنیسم» از آن‌ها یاد می‌کند.
۱۰. Primordial
۱۱. Modernism
۱۲. Johann Gottfried von Herder
۱۳. پژوهشگر و استاد علوم سیاسی، عضو بازنشستهٔ هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس.
۱۴. Richard W Cottam استاد و پژوهشگر دانشگاه پتیسبورگ و از ایران‌شناسان برجستهٔ آمریکایی.
۱۵. Ernest Gellner
۱۶. دگرگونی‌هایی که در اقتصاد، اجتماع و فرهنگ به منظور انطباق با شرایط نوین زندگی اجتماعی در جهان، انجام می‌پذیرد.
۱۷. اصطلاح «آستانه» از دیدگاه سید جواد طباطبایی برای شرح این برههٔ زمانی در کتاب ، مکتب تبریز و مبانی تجددخواهی اخذ شده است.
۱۸. دربارهٔ اعزام این دانشجویان روایت‌های جسته گریخته زیاد است، ولی درستتر از همهٔ آن‌ها سفرنامهٔ خود میرزا صالح است که به خط خود به صورت وقایع روزانه تاریخ حرکتش به سمت روسیه از مسیر تبریز را جمعه دهم جمادی‌الاخر ۱۲۳۰ قمری (۱۱۹۴ خورشیدی) اعلام می‌کند (کریمیان، ۱۳۷۷: ۵).

[۱۹]. قبل از چاپ سنگی عباس میرزا نخستین چاپخانه را در حدود سال ۱۱۹۰ خورشیدی در تبریز دایر می‌کند که دارای حروف متحرک سربی بوده است (افشارمهاجر، ۱۳۸۴: ۷۱) و در آن کتاب‌های محدودی به چاپ می‌رسد.

[۲۰]. میرزا صالح به گفتهٔ خود پس از سه سال و نه ماه و بیست روز یعنی در سال ۱۱۹۷ خورشیدی (۱۸۱۳ میلادی) به ایران باز می‌گردد (کریمیان، ۱۳۷۷: ۶).

[۲۱]. از مجموع پنج نسخهٔ شناسایی شده از کاغذ اخبار قدیمی‌ترین آن‌ها مربوط به ماه ذیقعده ۱۲۵۲ می‌باشد که به همراه نسخهٔ ذیحجه ۱۲۵۲ و صفر ۱۲۵۳ در اختیار بهمن امیرحسینی و نسخه‌های موجود در کتابخانه‌ی بریتانیا مربوط به ربیع الثانی ۱۲۵۳ و جمادی الاولی ۱۲۵۳ هستند... این روزنامه به شیوه‌ی چاپ سنگی و به صورت دو صفحه و تنها بر یک روی کاغذ به ابعاد تقریبی ۴۲ در ۲۷ سانتی‌متر چاپ می‌شده است (ایزدپناه، ۱۳۹۹).

[۲۲]. از این سکهٔ شیر و خورشید سلطان کیخسرو[از سلاجقهٔ روم] محدودی موجود است و تصویری از آن در دایره المعارف بریتانیا در تحت لفظ سکه‌ها و یکی هم در تاریخ ملت ارمن تالیف دمرگان گراور شده است (به نقل از مجتبی مینوی در کتاب تاریخ و فرهنگ چاپ ۱۳۵۲خورشیدی).

[۲۳].

[۲۴]. ابوتراب غفاری، موسی ممیزو مهدی مصورالملک هنرمندانی بودند که رویکرد صنیع الملک را در روزنامه‌های دیگری به نام‌های شرف و شرافت ادامه کردند.

[۲۵].داوید بین سال‌های ۱۸۰۱ تا ۱۸۰۳ میلادی پنج نسخه از این تابلو را نقاشی کرد که هر یک تفاوت‌های جزئی در رنگ ردا، رنگ اسب ، سن ناپلئون و ابعاد دارند.

[۲۶]. خاطرات و نوشته‌های به جای مانده از ناصالدین شاه این شیفتگی و الگوبرداری از ناپلئون را تصدیق می‌کنند. برای مطالعهٔ بیشتر رجوع شود به: کتاب روزنامهٔ خاطرات ناصرالدین شاه در پنج جلد به کوشش مجید عبدامین نشر سخن و همچنین سفرنامهٔ فرنگستان به کوشش امیر شیرازی و ایرج افشار نشر شرق.

[۲۷]. کلنل کاساکوفسکی فرمانده بریگارد قزاق روسیه تزاری در ایران بود که مجموعه خاطراتش ازحقایق تلخ و شیرین تاریخ دوران قاجار گردآوری و چاپ شده است. برای اطلاع بیشتر رجوع شود به: کتاب «خاطرات کلنل کاساکفسکی»، ترجمهٔ عباسقلی جلی، چاپ دوم، نشر سیمرغ: ۱۳۵۵.

[۲۸]. علاقه به طبیعت‌پردازی در آثار هنری از سلایق رایجی است که ریشه در تجددخواهی مردم (جامعه شهری) ایران در دوران مشروطه و پیروی از اصول و میثاق‌های نقاشی طبیعتگرای اروپایی دارد. در واقع گرایش به این رویکرد هنری که از محافل آکادمیک و زیر نظر هنرمندان نقاش شروع شد، رفته رفته به مردم کوچه و بازار نیز کشیده شد؛ تا جایی که بعد از گذشت سال‌ها و دگرگونی نگرش در آکادمی‌ها و نیز ایجاد تحولات گونه‌گون در عرصه‌های مختلف هنری نزد هنرمندان غربی و ایرانی، هنوز علاقه به طبیعتنگاری، از سلایق غالب مردم به شمار می‌آید (سجودی و تاکی، ۱۳۹۲: ۲۱۲).

منابع

- آدمیت، فریدون (۱۳۴۹). *اندیشه‌های میرزا فتحعلی آخوندزاده*. خوارزمی.
- آدمیت، فریدون (۱۳۷۸). *امیرکبیر و ایران*. خوارزمی.
- اثنی‌عشری، نفیسه (۱۳۹۷). واکاوی بسترهای اجتماعی موثر بر اقدامات نوگرایانهٔ صنیع الملک(پدر گرافیک مطبوعاتی ایران). نشریهٔ *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۲(۱۰)، ۱۱۵-۱۴۳. https://doi.org/10.22059/jsal.2019.269752.665680
- اسماعیل‌زاده، خیزران و شادقزوینی، پریسا (۱۳۹۷). ژانر نقاشی مکان-نگار (امر هنری) در اواخر دورهٔ قاجار و اوایل پهلوی و رابطهٔ آن با گفتمان ناسیونالیسم (امر سیاسی) تحلیلی مبتنی بر مفاهیم «میانجی» و «کلیت» در روش نظری لوکاچ. *کیمیای هنر*، ۲۸(۷)، ۵۷-۷۷. http://kimiahonar.ir/article-1-1385-fa.html

- اسمیت، آنتونی دی (۱۳۹۴). *ناسیونالیسم و مدرنیسم*. ترجمهٔ کاظم فیروزمند. نشر ثالث.
- افشارمهاجر، کامران (۱۳۸٤). *هنرمند ایرانی و مدرنیسم*. دانشگاه هنر.
- افشارمهاجر، کامران (۱۳۸۵). *گرافیک مطبوعاتی*. سمت.
- اکبری، محمدعلی و شناسی‌آذری، لاله (۱۳۸۷). نخستین آشنایی های ایرانیان با علوم جدید(عصر فتحعلی شاه قاجار). *مسکویه*، ۱۰، ۷-۳۲.
https://elmnet.ir/doc/950578-32011
- اوزکریملی، اوموت (۱۳۸۳). *نظریه های ناسیونالیسم*. ترجمهٔ محمدعلی قاسمی. تمدن ایرانی(موسسهٔ مطالعات ملی).
- اوزکریملی، اوموت (۱۳۹۸). *آخرین بحث‌ها در مورد ناسیونالیسم*. ترجمهٔ طاهر اصغرپور. نگاه معاصر.
- ایزدپناه، برنا (۱۳۹۹). *کاغذ اخبار؛ سرگذشت اولین روزنامهٔ ایران*.
https://www.bbc.com/persian/iran-features-53565678
- بیگدلو، رضا (۱۳۸۰). *باستان‌گرایی در تاریخ معاصر ایران*. نشر مرکز.
- پاکباز، رویین (۱۳۸٤). *نقاشی ایرانی*. زرین و سیمین.
- تناولی، پرویز (۱۳۹٦). *مقدمه ای بر تاریخ گرافیک در ایران*. نشر نظر.
- چندلر، دانیل (۱۳۸۷). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمهٔ مهدی پارسا. سورهٔ مهر.
- حائری، عبدالهادی (۱۳٦۷). *نخستین رویارویی اندیشه‌گران با دو رویهٔ تمدن غرب*. امیرکبیر.
- دهنوی، نظامعلی (۱۳۸۲). سازمان دیوانی و تحول آن در دورهٔ قاجار (عهد اول). نشریهٔ *گنجینهٔ اسناد*، ٤۹و۵۰، ٤-۱۵. http://noo.rs/JtGVS
- ذکا، یحیی (۱۳۸۲). *زندگی و آثار صنیع‌الملک*. مرکز نشر دانشگاهی.
- رنجبر، مقصود (۱۳۸۴). معرفی و نقد کتاب: نظریه‌های ناسیونالیسم. *نشریهٔ مطالعات ملی*، ۴(۶)، ۱۵۳-۱۶۶.
https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1735059.1384.6.24.8.8
- سجودی، فرزان (۱۳۹۳). *بازنمایی پوشاک زنان در مجموعه‌های تلویزیونی*. مرکز تحقیقات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- سجودی، فرزان (۱۳۸۷). *نشانه‌شناسی کاربردی*. نشر علم.
- سجودی، فرزان و تاکی، شادی (۱۳۹۲). گبه‌های سفارشی پدیده‌ای چند فرهنگی. نشریهٔ *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۲(۵)، ۲۰۵-۲۲۰.
https://doi.org/10.22059/jsal.2013.51460
- ضیا ابراهیمی، رضا (۱۳۹۸). *پیدایش ناسیونالیسم ایرانی نژاد و سیاست بی‌جاسازی*. ترجمهٔ حسن افشار. نشر مرکز.
- طباطبایی، سیدجواد (۱۳۸٦). *مکتب تبریز و مبانی تجددخواهی*. ستوده.
- فاضلی، حبیب‌الله و خلیل طهماسبی، نوذر (۱۳۹۵). ناسیونالیسم و مدرنیسم: مقایسهٔ دیدگاه آنتونی اسمیت (رویکرد جامعه‌شناسی تاریخی) و مکتب نوگرا. *فصلنامهٔ سیاست*، ۳(٤٦)، ۷۰۰-۷۰٦. https://doi.org/10.22059/jpq.2016.59178
- قادری، طاهره و میرزایی، سید آیت‌الله (۱۳۹۰). ناسیونالیسم ایرانی در سدهٔ نوزدهم. *نشریهٔ مطالعات جامعه‌شناختی*، ۱۸(۳۹)، ۱۰۳-۶۹.
http://noo.rs/f5XLt
- کاتم، ریچارد (۱۳۹٦). *ناسیونالیسم در ایران*. ترجمهٔ احمد تدیّن. انتشارات کویر.
- کاساکوفسکی، و.ا (۱۳۵۵). *خاطرات کلنل کاساکوفسکی*. ترجمهٔ عباسقلی جلی. نشر سیمرغ.

- کریمیان، علی (۱۳۷۷). میرزا صالح شیرازی و کاغذ اخبار، *نشریهٔ گنجینهٔ اسناد*، ۲۹و۳۰، ۵-۸. http://noo.rs/siqb6
- گلنر، ارنست (۱۳۸۸). *ناسیونالیسم*. ترجمهٔ سید محمدعلی تقوی. نشر مرکز.
- ماتیل، الکساندر (۱۳۸۳). *دایره‌المعارف ناسیونالیسم* ترجمهٔ نورالله مرادی، کامران فانی و محبوبه مرادی. وزارت خارجه.
- مرندی، لیلا؛ معنوی‌راد، میترا و ساسانی، فرهاد (۱۳۹٤). بررسی تکوین هویت ایرانی در گرافیک معاصر ایران با رویکرد تحلیل گفتمان(مطالعهٔ موردی: توجه به هنر ایران باستان در پوسترهای فرهنگی دهه‌های ٤۰و۵۰ شمسی). *نامهٔ هنرهای تجسمی و کاربردی*، ۱٦(۲٤)، ۹۱ – ۱۱۱. http://noo.rs/vtwh3
- ملکی، سپیده؛ اسداللهی، مصطفی و شاهرودی، فاطمه (۱۳۹۵). بازنمایی هویت ملی ایران در طراحی گرافیک با تاکید بر عنصر جهانی شدن. *نشریهٔ مطالعات ملی*، ۳(۷)، ۷۰ - ۸۲. http://noo.rs/o7YNU
- مریدی، محمدرضا (۱۳۹۷). *گفتمان‌های فرهنگی و جریان‌های هنری ایران*. انتشارات کتاب آبان.
- مقدمی، محمدتقی (۱۳۹۰). نظریهٔ لاکلا و موف و نقد آن. *نشریهٔ معرفت فرهنگی اجتماعی*، ۲(۲)، ۹۱-۱۲٤. http://noo.rs/oXIgm
- میرزایی، سید آیت‌الله (۱۳۹۵). ناسیونالیسم و مدرنیتهٔ سیاسی در مشروطهٔ ایرانی. *نشریهٔ جامعه شناسی تاریخی*، ۲(۸)، ۱۷۱-۱۹۵. http://noo.rs/kCafc
- میلز، سارا (۱۳۸۸). *گفتمان*. ترجمهٔ فتاح محمدی. نشر هزارهٔ سوم.
- مینوی، مجتبی (۱۳۵۲). تاریخ و فرهنگ. انتشارات خوارزمی.
- همایون کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۸۲). *اقتصاد سیاسی ایران: از مشروطیت تا پایان سلسلهٔ پهلوی*. نشر مرکز.
- یورگنسن، ماریان و فیلیپس، لوئیز (۱۳۸۹). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*. ترجمهٔ هادی جلیلی. نشر مرکز.

- Barrington, Lowell. W. (1997). Nation and Nationalism: The misuse of key concepts in political science. *Political Science and Politics*, Vol. 30, No 4, pp 712-716. https://doi.org/10.2307/420397
- Hobsbawm, E. J. (2004). *Nation and Nationalism since 1780: Programme, myth, reality*. Cambridge University Press.
- https://www.parsstock.ir/pic-599633