

## بازنمایی عناصر فرهنگ مردم در مجموعه‌های تلویزیونی سیما

فاطمه عظیمی فرد

مدیر واحد فرهنگ مردم مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما ( نویسنده مسئول)  
f.azimifard@irib.ir

پذیرش مقاله ۹۴/۰۸/۱۴

دریافت مقاله: ۹۴/۰۲/۰۳

فصلنامه تخصصی

پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری

شاپا چاپی: ۱۷۰۹-۲۵۳۸

دوره اول، سال دوم، شماره ۴، پاییز ۱۳۹۵

چکیده: فرهنگ مردم (فولکلور)، حوزه‌های گسترده‌ای از زندگی چون آداب و رسوم، آیین‌ها، دین، هنر و دانش، و ادبیات را دربرمی‌گیرد که سنت‌های مادی، رفتاری و گفتاری فرهنگ عامه را شکل می‌دهند. فرهنگ مردم پدیده‌ای پویاست که به طور دائم در حال تحول است و بخشی از هویت فردی و جمعی را بازنمایی می‌کند. هویت هم در شکل و هم در محتوا در بستری از تعاملات اجتماعی معنا می‌یابد. رسانه‌های گروهی اغلب به شیوه‌ای غیرمستقیم اما فراگیر، اطلاعات بسیاری را درباره ملت‌ها به مخاطبان منتقل می‌کنند که زندگی روزمره آنها را زیر نفوذ خود قرار می‌دهد. رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون، یکی از عواملی هستند که شناخت عناصر هویتی را ممکن می‌سازند. بدین ترتیب، در دوران معاصر، افراد، هویت‌های خود را با تصاویر و عناوینی شکل می‌دهند که به صورت بازتابی از صنایع فرهنگی و رسانه‌ای اخذ کرده‌اند. در مقاله حاضر، تلاش شده است نحوه بازنمایی عناصر فرهنگ مردم اعم از مادی، رفتاری و گفتاری در مجموعه‌های تلویزیونی سیما بررسی شود. از این‌رو، دو مجموعه شاخص تلویزیونی در پناه تو (۱۳۷۳) و تکیه بر باد (۱۳۹۱) که در سه دهه اخیر پخش شده، انتخاب و نحوه بازنمایی عناصر فرهنگ مردم به روش نشانه‌شناسی در قسمت‌های منتخب آنها بررسی شده‌است. نتایج نشان می‌دهد، نوع و نحوه نمایش عناصر فرهنگ مردم در مجموعه‌های بررسی شده در طول زمان تغییر یافته است.

واژگان کلیدی: بازنمایی، فرهنگ مردم، مجموعه‌های تلویزیونی.

## مقدمه

تولیدات رسانه‌های جمعی، ویژگی‌های متمایز و خاصی دارند؛ این تولیدات را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از مفاهیمی در نظر گرفت که به شکلی نظام‌مند عمل می‌کنند و قابلیت بررسی دارند. مک لوهان<sup>۱</sup> از نخستین افرادی بود که اعلام کرد؛ تأثیر تلویزیون از مطالبی که منتقل می‌کند، بسیار بیشتر است. تلویزیون از نظر نشانه‌شناسی، متنی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. این متن، جامعه وسیعی از مخاطبان را از مسائل مربوط به امور جاری آگاه می‌سازد. رسانه تلویزیون، کارکردهای گوناگونی دارد. وجوه اطلاع‌رسانی، آموزشی، سرگرمی، هنری و تبلیغاتی از جمله کارکردهای بنیادین و تصویرسازی، بازنمایی، برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی و گفتمان‌سازی نیز در زمره دیگر کارکردهای این رسانه هستند. (دانسی، ۱۳۸۷، ۲۲۵) دانسی معتقد است:

*مطالعه تلویزیون برای درک نظام‌های دلالتی امروزی به نیازی بنیادین تبدیل شده است. تلویزیون شکلی از سواد خاص خود را ایجاد کرده است که افراد بیشتری را در مقایسه با هر رسانه دیگر، آن هم به دلیل ماهیت دیداری-شنیداری‌اش در هر مقطعی از تاریخ، آگاه و درگیر می‌سازد.*

در میان انواع برنامه‌های تلویزیونی، سریال‌ها از جمله متونی هستند که در آنها معانی و دلالت‌ها، رمزگذاری شده‌اند. در ایران همچون دیگر کشورهای جهان، سریال‌های تلویزیونی بخش عمده‌ای از ژانر نمایش را به خود اختصاص می‌دهند. سریال‌ها که مخاطبان گسترده‌ای را از هر قشری به خود جلب می‌کنند، جزئی از فرهنگ ایران و برآمده از جامعه ایرانی هستند. از این‌رو، بررسی آنها در حوزه علوم اجتماعی حائز اهمیت است (نک. سورین و ناکفارد، ۱۳۸۱).

هارولد لاسول<sup>۲</sup> برای رسانه‌ها سه کارکرد اساسی را ذکر کرده است (سورین و تانکار، ۱۳۸۱)؛ نظارت بر محیط، همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث فرهنگی از یک نسل به نسل دیگر. کارکرد همبستگی رسانه‌ها می‌تواند برای ایجاد همگرایی و ایجاد انسجام اجتماعی و ملی به کار گرفته شود. همچنین رسانه‌ها از طریق انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارها، بنیان تجربه مشترک و انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند. به عبارتی رسانه‌ها با استمرار جریان اجتماعی شدن به جذب افراد در جامعه کمک می‌کنند و با نمایش و عرضه جامعه‌ای که فرد می‌تواند خود را با آن هم‌هویت ساخته و معرفی نماید، می‌توانند احساس از خودبیگانگی یا بی‌ریشه بودن او را کاهش دهند و یا از بین ببرند (سورین و تانکار، ۱۳۸۱، ۴۵۲-۴۵۰).

هویت را در دو حوزه "شکلی" یعنی اسناد، ابنیه‌ها، لباس، پرچم، محدوده جغرافیایی ... و نیز "محتوایی" یعنی افتخارات، احساسات، ادراکات، آرمان‌ها، حافظه تاریخی و مظاهر فرهنگی همچون

1. M. McLuhan

2. H. Lasswell

زبان، دین، آداب و رسوم، ارزش‌ها و غیره می‌توان مشاهده کرد. در حوزه فردی هم با تولد، سندی که اصطلاحاً «شناسنامه» نامیده می‌شود، برای فرد صادر می‌گردد که مؤلفه‌هایی از هویت او را مشخص می‌کند (محرمی، ۱۳۸۶، ۶۷). بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند؛ این علایم و نمادها، مؤلفه مهم احساس هویت ملی در میان افراد هستند و بازنمایی‌های عینی را از گروه ملی فراهم می‌آورند.

واقعیت فرهنگی عصر حاضر، حکایت از گسترش هویت‌های فراگیر و فرهنگ‌های فراملی، فراملی و حتی جهانی دارد. چنان‌که مطالعات اخیر انجام شده بر روی جوانان ایران، حاکی از این است که جوانان ضمن حفظ عناصری از هویت‌های خاص گرایانه (مانند تعلق به محله، محدوده‌های همسایگی، شهر محل تولد) همزمان تعلق خود را به جامعه جهانی ابراز می‌کنند؛ به این ترتیب، از وفاداری عمیق به هویت ملی یا سرزمینی در می‌گذرند (ذکایی، الف ۱۳۸۵؛ همچنین ذکایی، ب ۵۸). بیشتر نظریه‌پردازانی که به تأثیرات رسانه‌ها معتقدند، هویت جمعی و فردی را از اصلی‌ترین حوزه‌های تأثیر-گذاری رسانه‌ها می‌دانند (میرفخرایی، ۱۳۸۵). به واقع باید گفت، «مجموعه ادبیات، هنر، دانش، دین، آفرینش‌ها و در یک کلام فرهنگ هر جامعه را می‌توان به دو بخش یا حوزه کلی تقسیم کرد؛ یکی حوزه رسمی و دوم حوزه غیررسمی که باید آن را فولکلور نامید».

در تحقیق حاضر تلاش شده است به پرسش‌های زیر پاسخ داده شود:

- ۱- عناصر فرهنگ مردم به‌عنوان بُعد فرهنگی هویت ملی در دو سریال ایرانی تولید شده در سه دهه اخیر در رسانه ملی چگونه و از طریق کدام رمزگان‌ها بازنمایی شده است؟
- ۲- کدام‌یک از عناصر فرهنگ مردم در سریال‌های ایرانی بیشتر بازنمایی شده است؟

### پیشینه پژوهش

در زمینه‌های مختلف هویت و تحلیل متون رسانه‌ای پژوهش‌های گسترده‌ای صورت گرفته است. هوارث<sup>۱</sup> نیز در مقاله «هویت از چشم چه کسی؟ نقش بازنمایی در برساخت هویت<sup>۲</sup>» (۲۰۰۲)، به بررسی تأثیر بازنمایی‌ها و برداشت دیگران بر برساخت هویت پرداخته است. در مرحله نخست، با ۴۴ دانش‌آموز در قالب ۷ گروه کانونی<sup>۳</sup> مصاحبه صورت گرفته است و در مرحله دوم، از خلال مصاحبه‌ها، راهبردهایی که نوجوانان برای پرورش هویت‌های اجتماعی مثبت و عزت نفس به کار برده‌اند، استخراج شده است. نتایج پژوهش، اهمیت بازنمایی و برداشت دیگران را در برساخت هویت برجسته ساخته است.

اسدی و دیگران (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «هویت فرهنگی در مجموعه‌های تلویزیونی ایرانی؛

1. C. Howarth

2. Identity in Whose Eyes? The Role of Representation in Identity Construction

3. Focus Group

مطالعه موردی مجموعه تلویزیونی خط‌شکن» به موضوع هویت فرهنگی در محتوای روایی مجموعه‌های تلویزیونی به روش نشانه‌شناسی پرداخته‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد، هویت دینی به‌عنوان هویت فرهنگی پایه و برتر در این مجموعه رمزگذاری شده است.

مریم حسینی انجدانی و همکاران (۱۳۸۸) درباره نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران نقش تلویزیون، رایانه، کتاب‌ها و مجلات غیردرسی و ماهواره را بررسی کرده و نشان داده‌اند میزان استفاده از رادیو-تلویزیون و رایانه، رشد هویت ملی و شناخت علایم و نمادهای ملی را پیش‌بینی می‌کند. این موضوع درباره کتاب و مجلات غیردرسی نیز صدق می‌کند.

رساله دکتری ساعی (۱۳۸۹) با عنوان «تلویزیون و هویت ملی؛ بازنمایی مؤلفه‌های هویت ملی در سریال‌های تاریخی درجه الف تلویزیونی در سه دهه بعد از انقلاب اسلامی ایران»، نخستین پژوهشی است که در ایران مؤلفه‌های هویت ملی را در سریال‌های تلویزیونی تاریخی بررسی کرده است. این پژوهش به روش تحلیل محتوا انجام شده است و نتایج آن نشان می‌دهد که قدرت سیاسی، اصلی‌ترین مرجع هویت‌سازی ملی در رسانه است و نقش بنیادین در بازنمایی مؤلفه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تاریخی و مدرن هویت ملی در سریال‌ها داشته است.

قنبری برزیان و جعفرزاده پور (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «قدرت هویت ملی در میان ایرانیان» به بررسی برخی از ابعاد هویت ملی (شامل بُعد سرزمینی، فرهنگی و بعد زبانی) و تبیین وضعیت موجود هویت ملی ایرانیان پرداخته‌اند. این پژوهش به روش پیمایشی در شهر تهران انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد، احساس تعلق به جامعه ملی در پاسخگویان در حد بسیار بالایی بوده است. هم‌چنین در مقایسه بین سه بعد مورد بررسی، تعلق به بعد زبانی هویت ملی کمترین میزان را در مطالعه داشته است.

امام راد (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «ملاحظات هویتی در برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران» با بررسی سریال‌های تلویزیونی، سیاست‌گذاری هویتی در رسانه ملی را ارزیابی کرده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد از میان عناصر ملی، اسلامی، قومی و مدرن، تأکید رسانه ملی تنها بر مؤلفه اسلامی هویت است.

مزیدی و امام راد (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر رسانه‌ها بر هویت» به تفسیر گیدنز<sup>۱</sup> از هویت اشاره کرده‌اند. مطابق این تعبیر، هویت، آگاهی هر شخص، واحد، گروه، جامعه یا ملت از خود است. به اعتقاد نویسندگان؛ هویت، وجه تمایز من با دیگری و ما با دیگران است. اما پرسش اینجاست که مرجع تشخیص تمایز کیست؟ اگر بپذیریم که دیگران مرجع تشخیص هویت فرد (یا گروه) اند، در این صورت دیگران اجازه می‌یابند طبق دیدگاه‌های خود، به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی هویتی برای آن فرد (یا

1. A. Giddens

گروه) پردازند. از نظر رویکردهای اجتماعی پساساختارگرا، هویت مفهومی یگانه نیست. آنها از هویت‌های چندگانه و چندلایه‌ای سخن به میان می‌آورند. (جی دان، ۱۳۸۵، ۵۱)

نیازی و شفائی مقدم (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی؛ مطالعه موردی شهر کاشان» به روش پیمایش نشان دادند که بین محتوای برنامه‌های تلویزیون، ماهواره و اینترنت و میزان گرایش به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

## مبانی نظری

### هویت ملی

قبل از پرداختن به تعریف هویت ملی، لازم است هویت را تعریف کنیم. هویت؛ روایتی است که فرد یا گروه در مورد خود دارند و در پاسخ به پرسش‌هایی همچون «من کیستم (یا ما کیستیم)» و «چه انتظاراتی از من (یا ما) می‌رود» ارائه می‌شود. هویت به‌مثابه چیستی و کیستی انسان‌ها از نیازهای طبیعی انسان و شناخته شدن ناشی می‌شود. بدین ترتیب، «وقتی سخن از ما پیش می‌آید، بحث هویت مطرح می‌گردد. مرز ما از دیگران با خطوط ترسیم‌شده توسط هویت ما روشن می‌گردد» (زاهد، ۱۳۸۴، ۱۲۹)

این مفهوم در رشته‌های علمی مختلف و نحله‌های فکری متفاوت مورد توجه بوده است. در شکل‌گیری هویت جمعی یک کشور ابعاد گسترده‌ای از جمله وابستگی جغرافیایی، دینی، نژادی، فرهنگی و زبانی، اخلاقی و اجتماعی دخیل هستند.

استوارت هال<sup>۱</sup> دسته‌بندی سه‌گانه‌ای را از رویکردهایی که در خصوص هویت وجود دارد، ارائه کرده است؛ رویکرد مدرن (روشنگری) به فردگرایی و عقلانیت اشاره دارد؛ در رویکردهای روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی کارکردگرا (به‌طور خاص، نظریه کنش متقابل نمادین<sup>۲</sup>)، علاوه بر خود فرد، روابط او با دیگران اهمیت پیدا می‌کند (به‌واسطه بازتابندگی). بر این اساس، فرد قادر می‌شود نگرش دیگری را نسبت به خود درک کند، خود را با فرایند مذکور سازگار سازد و فرایند ناشی از هر عمل اجتماعی را بر حسب سازگاری‌اش با آن تعدیل کند (ریتزر و گودمن، ۱۳۹۰، ۳۰۹). رویکرد پست‌مدرن به چندگانگی هویت‌ها و برساخته بودن آنها معطوف است. بر اساس رویکرد پست‌مدرن، هویت‌ها هیچ‌گاه کامل نمی‌شوند؛ بلکه همواره در فرآیند<sup>۳</sup> «شدن» و شکل‌پذیرفتن<sup>۴</sup> هستند (هال، ۱۳۸۲، ۳۲۰). بدین ترتیب، «هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است» (زاهد، ۱۳۸۴، ۱۳۱)

1. S. Hall  
2. Social Interaction  
3. In process  
4. formation

هویت ملی از جمله مفاهیمی است که همگام با تحولات سیاسی-اجتماعی، در معرض تغییر بوده است. «بحث هویت ملی در ایران، تاریخی بس پیچیده، دشوار و ناهمساز دارد. دگرگونی‌ها، تعارض‌ها و تضادها و همچنین افت‌وخیزهای مداوم، مانع از ارائه روایت یکدست، سراسر، ساده و بی‌مسئله آن می‌گردد. دلایل این وضع، متعدد و متنوع است و شامل عناصر، عوامل و جریان‌های متعدد و متغیر است» (کچوئیان، ۱۳۸۷، ۱۵)

هویت ملی را می‌توان فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی درخصوص خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق و خاستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش-های مهم از هویت تاریخی خود تعریف کرد. بدین ترتیب، هویت ملی که مجموعه‌ای از نشانه‌ها و آثار مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است، سبب تفاوت جوامع با هم می‌شود. هویت ملی، اصلی‌ترین حلقه ارتباطی بین هویت‌های خاص محلی و هویت‌های عام فراملی است. هویت‌های فراملی نیز بر تکمیل و بازتولید هویت ملی مؤثر هستند (مزیدی و امام‌راد، ۱۳۹۰، ۱۶۲-۱۶۱).

در تمامی تعاریف مربوط به هویت ملی بر ویژگی‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و تاریخی یک ملت تأکید شده است. پژوهشگران دسته‌بندی‌های مختلفی برای مؤلفه‌های هویت ملی ارائه کرده‌اند. حاجیانی (۱۳۸۸) هویت ملی را در قالب سه مؤلفه کلان عناصر اصلی ملیت ایرانی (اجتماع، فرهنگ و دولت)، هویت مدنی و شهروندی و هویت ناسیونالیستی ارائه می‌دهد. ساعی (۱۳۸۹) هویت ملی را در پنج بُعد اجتماعی (خصلت‌های اجتماعی ایرانیان، انسجام اجتماعی)، فرهنگی (رسوم و سنن ملی، هنرهای ملی و بومی، مفاخر و شخصیت‌های فرهنگی، زبان و ادبیات ملی و باورها و ارزش‌های دینی)، تاریخی (شخصیت-های تاریخ‌ساز، وقایع تاریخی، مکان‌ها و بناهای تاریخی)، جغرافیایی و سرزمینی (سرزمین و جغرافیای ایران، میراث سیاسی، نمادهای سیاسی ملی) و مدرن (ارزش‌های مدرن، آزادی‌خواهی، تکثرگرایی، تجددگرایی در سبک زندگی) تقسیم می‌کند.

در پژوهش حاضر تلاش شده است مؤلفه‌های بُعد فرهنگی هویت در سریال‌های مورد نظر بررسی شوند.

## بازنمایی

بازنمایی را «معناسازی از طریق به کارگیری نشانه‌ها و مفاهیم» یا «استفاده از یک چیز به جای چیز دیگر با هدف انتقال معنی» تعریف می‌کنند (میلنر، ۱۳۸۵، ۳۳۳). بازنمایی را باید ساختار رسانه‌ای و زبانی واقعیت دانست. بازنمایی، نه انعکاس و بازتاب معنای پدیده‌ها در جهان خارج که تولید و ساختار معنا براساس چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. از آنجا که رسانه‌ها، فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان جدید هستند، می‌توان محتوای آنها را منبع قدرتمندی در

فهم جهان اجتماعی دانست. بازنمایی‌های رسانه‌ای از این لحاظ اهمیت دارد که شناخت و باور عمومی را شکل می‌دهد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ۹).

در حقیقت بازنمایی معنی‌سازی از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. نشانه‌ها، از جمله نشانه‌های زبانی، معنی تولید می‌کنند. فرایند تولید معنی از طریق زبان را رویه‌های دلالت می‌نامند؛ لذا آنچه واقعیت نامیده می‌شود، خارج از فرایند «بازنمایی» نیست. البته این بدان معنی نیست که هیچ جهان مادی واقعی‌ای وجود ندارد، بلکه مهم معنایی است که به جهان مادی داده می‌شود (فرقانی، احمدی، ۱۳۹۰).

درباره چگونگی بازنمایی جهان، سه نظریه وجود دارد: الف) نظریه بازتابی که زبان را ابزاری می‌داند برای انتقال معنای موجود در پدیده‌ها. ب) نظریه نیت‌مندی که معنی را همان چیزی می‌داند که گوینده یا خالق معنی قصد گفتنش را دارد. در این نظریه "کلمات" آن معنایی را دارند که گوینده می‌خواهد، داشته باشند (هال، ۲۰۰۳، ۲۴). رویکرد سوم که رویکرد برساخت‌گرایی است، معنی کشف نمی‌شود بلکه تولید و برساخته می‌شود. در این رهیافت معنی برساخته نظام‌های بازنمایی است (همان، ۱۰). نشانه‌شناسی یکی از شاخه‌های رویکرد سوم است.

بازنمایی‌های رسانه‌ای از این لحاظ مهم هستند که شناخت و باور عمومی را شکل می‌دهند. بازنمایی رسانه‌ای معناسازی، خنثی و بی‌طرف نیست، چرا که هرگونه بازنمایی ریشه در گفتمان و ایدئولوژی دارد که از آن منظر بازنمایی صورت می‌گیرد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ۹-۱۰).

ون‌دایک (۱۳۸۰، ۱۷) با اشاره به نقش رسانه‌ها در بازنمایی می‌نویسد: «پذیرش جنگ با کشوری مانند عراق یا نبرد علیه تروریسم، پیش از آن که به مشروعیت و توجیه بستگی داشته باشد، به روش بازنمایی دشمن و رفتار او در رسانه‌ها وابسته است». در حقیقت نشانه‌شناسی، مطالعه بازنمایی و فرایندهای آن است.

بازنمایی رسانه‌ای با دو راهبرد کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی صورت می‌گیرد. کلیشه‌ای کردن شخصیت‌ها عبارت است از تقلیل دادن، ذاتی کردن، آشنا کردن و تثبیت «تفاوت» و مرزهای بین خود و دیگری. هال کلیشه‌سازی را کنشی معناسازانه می‌داند و معتقد است که «برای درک چگونگی عمل بازنمایی در اساس نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم» (هال، ۱۹۹۷، ۲۵۷).

رسانه‌ها با ارائه تصویر غلطی از حضور یا سلطه واقعی گروه مورد نظر، نمایش محدود و ثابت و پایدار رفتار گروهی خاص و مشروعیت‌زدایی از گروه‌های مختلف را کلیشه‌سازی می‌کنند.

"طبیعی‌سازی" فرایندی است که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به گونه‌ای عرضه می‌شوند که گویی موردی طبیعی هستند. طبیعی‌سازی به شکل ضمنی، کارکردی ایدئولوژیک

دارد. بارت<sup>۱</sup> سازوکار اسطوره را طبیعی جلوه دادن امور تاریخی معرفی می‌کند؛ «اسطوره تاریخ را به طبیعت بدل می‌کند [...]، اسطوره گفتاری است که به شیوه مفراط موجه جلوه داده می‌شود» (بارت، ۱۳۸۰، ۱۰۵)

## روش پژوهش

اگر علم و دانش را در طول تاریخ بر اساس ویژگی‌های آن و دارندگان به سه دسته تقسیم کنیم، دسته اول دوره حکیمان چندرشته‌دان و یا دوره «پیشاروش‌گرایی» است. در این دوره افراد کمی به‌طور حرفه‌ای در پی علم و دانش بودند و اغلب چندرشته‌دان بودند. دوره دوم، دوره متخصصان تک‌رشته‌دان یا دوره «روش‌گرایی» است. در این دوره که با پیشرفت علم همراه است، دانشمندان بر رشته‌ای خاص تمرکز می‌کردند و ژرف‌اندیشانه و موشکافانه آن را می‌کاویدند. اما دوره سوم، دوره علامه‌های متخصص چندرشته‌شناس است. این دوره، دوره «پساروش‌گرایی» یا به عبارتی دیگر، دوره «فراروش‌گرایی» یا «ابرووش‌گرایی» است. در این دوره نیاز به همگرایی رشته‌های مختلف است. دانشمندان نیازمندند که ناگزیر در یک رشته یا شاخه خاصی متخصص باشند و در عین حال از دیگر رشته‌ها نیز بی‌اطلاع نباشند. در این دوره با راهکارهای میان‌رشته‌ای و چندرشته‌ای روبه‌رو می‌شویم. نشانه‌شناسی نیز با بسیاری از دیگر رشته‌ها در تعامل است و از این‌رو، رویکردی چندرشته‌ای دارد. (ساسانی، ۱۳۸۹، ۸۱-۷۹)

در پژوهش حاضر از روش نشانه‌شناسی به‌عنوان یکی از ابزارهای مناسب برای تحلیل متون رسانه‌ای-تصویری استفاده شده است. این روش امکان تحلیل متن و رمزگشایی نشانه‌های متنی را محقق می‌سازد. در این پژوهش، رمزگان‌هایی که بُعد فرهنگی هویت ملی را تشکیل می‌دهند، از جمله رسوم و سنن ملی و نوع بازخورد به آنها (مثبت و منفی)، فولکلور ایرانی (ضرب‌المثل‌ها و کنایه‌ها، تصنیف‌ها و ترانه‌ها)، هنرهای بومی و ملی (موسیقی، صنایع دستی، معماری، نقاشی، خوشنویسی، نگارگری)، مفاخر و شخصیت‌های فرهنگی (دانشمندان، شاعران، روشنفکران)، اسطوره‌ها (ملی و اسلامی)، نوع کاربرد زبان (محاوره، گویش‌ها و لهجه‌های مختلف)، پرداختن به ادبیات ملی (کهن و معاصر)، پرداختن به باورها و ارزش‌ها و سنن دینی (آیین‌ها و مناسک) بررسی شده‌اند. برای تحلیل رمزگان‌ها در ساختار سریال‌های تلویزیونی، این مقاله از رویکرد ج. فیسک<sup>۲</sup> (۱۳۸۰) بهره برده است. فیسک برای مطالعه تلویزیون این الگو را در مقاله «فرهنگ تلویزیون» ارائه کرده است. به اعتقاد فیسک، معنا در تلویزیون بر اساس سه سطح رمزگان اجتماعی (واقعیت)، فنی (بازنمایی) و ایدئولوژی

1. R. Barthes

2. J. Fiske

به وجود می‌آید. در این پژوهش دو سطح رمزگان واقعیت (اجتماعی) و ایدئولوژی با توجه به شخصیت‌های اصلی هر مجموعه بررسی می‌شود. رمزگان اجتماعی، سطح آشکارتری در تحلیل نشانه‌شناختی است و خود از زیررمزگان‌های متنوعی تشکیل شده است. به اعتقاد فیسک افراد از رمزگان اجتماعی، برای نمایاندن هویت خود به دیگران بهره می‌گیرند. شیوه سخن گفتن، پوشش، آرایش مو و چهره، محیط بومی و مالکیت در این حوزه قرار می‌گیرند. در سطح دوم تلاش شده است، ارتباط بین رمزگان‌های اجتماعی در چارچوب رمزگان‌های ایدئولوژیک بررسی شود. در نهایت، پیام‌نهایی متن در سطح رمزگان ایدئولوژیک رمزگشایی می‌شود.

جامعه‌آماری این تحقیق را دو مجموعه تلویزیونی در پناه تو (۱۳۷۳) و تکیه بر باد (۱۳۹۱) که در سه دهه اخیر از تلویزیون پخش شده و از جمله مجموعه‌های پرمخاطب بوده‌اند، تشکیل می‌دهند. از هر سریال دو قسمت به شکل تصادفی، یک قسمت از ابتدا و یک قسمت از انتهای سریال، انتخاب شده است. قسمت‌ها به گونه‌ای انتخاب شده‌است که نمایی از کل سریال را نشان دهد و داده‌های آنها قابل اتکا باشد. قسمت‌های شش و بیست و چهار سریال بیست و شش قسمتی در پناه تو به کارگردانی حمید لبخنده، قسمت‌های شش و بیست و دو سریال بیست و شش قسمتی تکیه بر باد به کارگردانی محمود معظمی، جامعه‌آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند. واحد تحلیل در این پژوهش، خط سریال<sup>۱</sup> است.

## یافته‌ها

### ۱- مجموعه در پناه تو

#### ۱-۱ شخصیت‌های داستان: دلالت‌های صریح و ضمنی

مجموعه در پناه تو در تاریخچه سریال‌سازی تلویزیون نقطه عطفی محسوب می‌شود. در این سریال پرمخاطب اولین بار موضوع عشق و روابط عاطفی پیش از ازدواج در قالب داستانی جذاب و مثلثی عشقی، به تصویر کشیده شد. مریم افشار (لعیا زنگنه) دانشجوی رشته طراحی صنعتی دانشگاه تهران و تنها فرزند خانواده‌ای از طبقه متوسط و فرهنگی، پدر ایرج افشار (شغل دولتی) و مادر آریتا لاجینی (خانه‌دار) است. مریم دختری با شخصیت محکم و باوقار و جذاب تصویر می‌شود که همزمان مورد توجه سه تن از همکلاسی‌هایش رامین (رامین پرچمی)، محمد منصوری (حسن جوهرچی) و پارسا (پارسا پیروزفر) قرار دارد که البته داستان نفر سوم در سریال به دلایلی حذف می‌شود.

مریم به خواستگاری رامین (رامین پرچمی) از طریق محمد منصوری پاسخ مثبت می‌دهد؛ اما خانواده رامین که از قبل، سیمین (سحر ذکریا)، دختر عموی رامین را برایش نامزد کرده بودند، تمایلی به این

1. serial line

ازدواج ندارند. این زندگی مشترک با دخالت‌های مادر رامین و البته ضعف و بی‌ثباتی شخصیت رامین دوامی نمی‌یابد و بعد از فراز و فرودهای بسیار، مریم به خواستگاری محمد پاسخ مثبت می‌دهد. برعکس رامین، محمد شخصیتی مذهبی، با اخلاق و مثبت دارد.

مریم، دختری مقتدر نشان داده می‌شود که علی‌رغم پایبندی به سنت و مذهب، امروزی و تحصیلکرده و شاغل است. مریم با خصلت‌های مثبتی مثل داشتن پشتکار، خونگرمی، شجاعت و پایبندی به سنت‌ها و اصول خانواده تصویر شده است. وی که معتقد به باورها و ارزش‌های دینی است، ادبیات مناسبی دارد. در خانه ویلایی و سنتی مریم نیز انواع نشانه‌های مذهبی و ملی (شمایل حضرت علی (ع)، تابلوهای هنری، ظروف سفالی و مسی، فرش، چراغ گردسوز) دیده می‌شود.

محمد منصوری، جوان مذهبی و مستقلی است که همواره مورد توجه اطرافیانش است و خانواده آرامی دارد. مادر (ثریا قاسمی، خانه‌دار) همواره از برادر دیگر محمد که در جنگ شهید شده است، یاد می‌کند و عکس‌های متعدد پسر از دست رفته در خانه دیده می‌شود. خانه این خانواده نیز پر است از نشانه‌های مذهبی و ایرانی (قرآن روی طاقچه، آینه و چراغ، فرش، تابلوهای مذهبی و تابلوهای خطاطی شعر). محمد فردی با خصلت‌های مثبت فراوان از جمله از خودگذشتگی تصویر می‌شود.

اما در سوی دیگر، رامین قرار دارد؛ جوانی امروزی که شخصیتی متزلزل دارد. وی که بر خلاف نظر مادر، همسرش را برگزیده است، نمی‌تواند رابطه مادرشوهر و عروس را بهبود بخشد و در نهایت پس از فهمیدن نازایی همسر، تسلیم خواسته مادر می‌شود. تزلزل شخصیتی رامین در نحوه صحبت و رفتار وی با خجالتی بودن به خوبی رمزگذاری شده است. (تصویر ۱)

از میان مؤلفه‌های مختلف، بعد فرهنگی هویت ملی، پایبندی به رسوم و سنن را به خوبی در این مجموعه می‌توان دید. مراحل ازدواج سنتی از خواستگاری با واسطه تا ازدواج به خوبی در سریال نمایان است. در کل سریال، پایبندی به سنت نیز با القای مثبت همراه است. عناصر فولکلور ایرانی نیز به خوبی در کلام شخصیت‌های داستان اعم از پیر و جوان جانمایی شده است (مانند هر که بامش بیش برفش بیشتر، و سکه یه پول شدن). به لحاظ معماری نیز خانه‌های شخصیت‌های اصلی مجموعه، همگی جزو خانه‌های سنتی هستند (تصویر ۲).

یکی از انتقادهایی که به رسانه در حوزه سریال‌های تلویزیونی مطرح شده است، عدم تطابق محتوای نمایش داده شده، با ارزش‌ها و هنجارهای عرفی و مذهبی است. با توجه به آن که بخش قابل توجهی از روابط شخصیت‌ها در سریال‌های تلویزیونی به روابط خانوادگی اختصاص دارد، نمی‌توان به راحتی از کنار آثار نامطلوبی که این سریال‌ها می‌توانند بر خانواده‌ها داشته باشند، گذشت. اما در مجموعه در پناه تو که متعلق به نیمه اول دهه هفتاد است، الگوی رابطه نسلی تفاهمی که متکی بر الگوهای رفتاری و هنجارهای سنتی است، حاکمیت دارد. آزاد ارمکی و همکاران (۱۳۹۲، ۸۵) روابط بین‌نسلی را در قالب

سه رویکرد «تفاهمی»، «تفاوتی» و «تعارضی» دسته‌بندی می‌کنند. در رابطه تفاهمی، نسل‌های پیر و جوان خانواده با وحدت و همدلی در کنار یکدیگر بسر می‌برند و تفاوت بنیادین نگرشی و هویتی در آنها دیده نمی‌شود. در رابطه نسلی تفاوتی، نسل جوان، میانسال و سالمند به اقتضای سن خود خواسته‌های متفاوتی دارند، اما در مبانی فرهنگی ارزش‌ها، هنجارها و باورها با یکدیگر تفاهم دارند. در این رویکرد، ارزش‌ها تغییر کرده است اما به علت تشابه در مبانی، تغییرات شکل تعارضی ندارد؛ مثل شباهت در اعتقادات و مبانی دینی بین دو نسل و تفاوت در انجام مناسک دینی. اما در رابطه نسلی تعارضی، افکار، اندیشه‌ها، خواسته‌ها و رفتار یک نسل در تعارض با نسل دیگر قرار می‌گیرد. در رویکرد این سریال، فرزندان تابع والدین هستند. انتخاب فرزندان با تأیید والدین مشروعیت می‌یابد. حتی رامین نیز تلاش می‌کند، خانواده را به انتخاب خود متقاعد سازد.

پیوند سنت با خانواده دلالت‌مند است و مدلولی اجتماعی دارد که همان حضور و نظارت بیشتر خانواده در تصمیم‌گیری‌های فرزندان در قالب سنت پیشین است. در لایه‌های معنایی عمیق‌تر، این پیوند مدلول ایدئولوژیک «طبیعی» و مشروع نشان دادن این حضور و نظارت فراگیر است. بدین ترتیب، رابطه دیالکتیکی بین خانواده و سنت برقرار می‌گردد. سنت به قدرت خانواده مشروعیت می‌بخشد و خانواده نیز حافظ تداوم سنت است (همان، ۸۷). پیام پنهان رسانه‌ای از روابط بین نسلی تفاهمی، حفظ سنت و ادامه آن است.

در خانواده محمد، در کنار حفظ سنت‌ها از برادر شهید محمد نیز یاد می‌شود. دیالوگ‌های مادر و فرزند از دست داده و تصاویر فرزند، یادآور گفتمان دفاع مقدس و انقلاب اسلامی است (عظیمی فرد، ۱۳۹۳).

در این سریال از منظر سنت‌های مادی، خانه‌هایی با شکل سنتی نمایش داده شده‌اند. در کلیه خانه‌ها آثاری از هنر ایرانی (اعم از خط نوشته، فرش، اشیاء سنتی مانند آینه چراغ و ...) دیده می‌شود. پوشش افراد نیز عمدتاً پوشش سنتی است و کمتر مظاهر پوشش مدرن دیده می‌شود. از نظر سنت‌های گفتاری نیز شاهد کاربرد بسیاری از نشانه‌های ادبیات شفاهی در کلام شخصیت‌های مسن و جوان مجموعه هستیم. به لحاظ رفتاری نیز چون روابط تفاهمی به نمایش درآمده است، نشانه‌های رفتار پایبند به سنت در همه شخصیت‌ها دیده می‌شود (تصویر ۳).

## ۲- مجموعه تکیه بر باد

### ۱-۲ شخصیت‌های داستان: دلالت‌های صریح و ضمنی

مجموعه تکیه بر باد ماجرای دختری به نام عاطفه (افسانه پاکرو) به نمایش درآمده که برای تحصیل در رشته حقوق از شیراز به تهران آمده است و تصمیم می‌گیرد با نادر محسنیان (مهدی فخیم‌زاده) که

هم‌سن پدرش و صاحب شرکت دارویی است، ازدواج کند. خانواده عاطفه که خانواده‌ای سنتی و مذهبی هستند، به شدت با این ازدواج مخالفت می‌کنند. عاطفه برادری به نام مهدی (اشکان خطیبی) دارد.

خانواده عاطفه در شیراز (البته به جز همسر خواهر بزرگ‌تر عاطفه، نرگس، که تحت تأثیر ظواهر زندگی مادی قرار گرفته است و البته در انتها متحول می‌شود) و دوستانشان (خانواده فاطمه) همگی خوب مطلق‌اند. در مقابل شخصیت‌هایی که در تهران هستند، از جمله نادر و ناصر محسنیان، شهاب (پسر محسنیان) و دوستانشان، همگی در قطب شر قرار می‌گیرند. زیرمزمگان‌هایی که برای شخصیت‌ها تعیین شده است، مبین تفکیک خیر و شر هستند.

عاطفه (شخصیت اصلی) از بعد فرهنگی به جای پایبندی به رسوم، هنجارگریز است و نشانه‌ای از پایبندی به باورها و ارزش‌ها در وی دیده نمی‌شود و حتی برعکس، به شدت علاقمند به تجددگرایی و آزادی است. تمایز پوشش عاطفه در تهران با شیراز با سه معیار رنگ، شکل و نقش به‌خوبی نشانه‌گذاری شده است. در پایان قصه نیز تحول شخصیتی عاطفه با تغییر پوشاک و تبدیل به «خودی» شدن صورت می‌گیرد؛ در حالی که در تهران عاطفه در قیاس با اعضا خانواده «یکی از آنها نیست» (تصویر ۴).

کلیه زیرمزمگان‌های نادر محسنیان، همسر عاطفه، اعم از پوشاک (لباس‌های رنگی نامناسب سن، کلاه شاپو) و آرایش (موهای رنگ شده و ریش پروفوسوری) و نحوه راه رفتن قدرت‌گرایانه، مظاهری از فرد غیرسنتی را نشان می‌دهد. در بُعد فرهنگی هویت ملی نکته مثبتی در مورد نادر دیده نمی‌شود. دفتر کار و خانه‌اش خالی از هنر ملی و بومی است. در مقابل، نمادهایی از هنرهای غربی (مجسمه، پارکت) دیده می‌شود. این شخصیت نیز خالی از هر گونه باور و ارزش دینی نمایش داده می‌شود. ادبیات وی شخصیت منفی‌اش را تقویت می‌کند.

حسین تراب‌نژاد، پدر (فرامرز قریب‌یان) یا عموی واقعی عاطفه دادستان است و در طول داستان با پی گیری پرونده‌ای قضایی، درگیر خلاف‌کاری‌های داماد خود می‌شود. رمزگذاری‌های پدر، اعم از رمزگان پوشاک (کت و شلوار تیره)، رمزگان آرایش (موهای جوگندمی با ته‌ریش و انگشتر عقیق)، رمزگان اجتماعی (خصلت‌های مثبتی چون همدلی، تعصب، قناعت و ساده‌زیستی، اتناق وی در شیراز ساده و بدون تخت و پر از نشانه‌های مذهبی و هنر ملی است. در دفتر کارش نیز، قرآن، پرچم ایران و تابلوهای شعر و عکس حافظیه جای‌نمایی شده است)، رمزگان فرهنگی (پایبندی به رسوم، اهل ادبیات و معتقد به باورها و ارزش‌های دینی) همگی مبین شخصیت مثبت وی است. در خانه آقای تراب‌نژاد، نمادهای دینی (قرآن) و ایرانی (فرش، تابلوهای خاتم، نقاشی‌های ایرانی و آینه چراغ) زیادی به چشم می‌خورد (تصویر ۵).

برادر عاطفه، مهدی، پزشک (با محاسن) جوانی است که به شدت معتقد به باورها و ارزش‌های دینی و بی‌توجه به زندگی مدرن رمزگذاری شده است (عظیمی فرد، ۱۳۹۳)، (تصویر ۶).

این مجموعه تلویزیونی از ابتدا بر مبنای تعارض خیر و شر به شدت قطبی شده شکل گرفته است. بنابراین، شخصیت‌های وابسته به خیر و شر، بدون هیچ پیچیدگی از ابتدا مشخص هستند. در تصویر ۸ و ۷ نمایی از خانه عاطفه در شیراز و در تهران نشان داده شده است (تصویر ۸ و ۷). اصلی‌ترین شکل بازنمایی شکاف نسلی و روابط نسلی تعارضی در سریال‌های ایرانی، با منطبق دوگانه-ی اجتماعی «سنت و مدرن» صورت می‌پذیرد. زمانی که پارادایم‌های جامعه، به ویژه پارادایم‌های معرفتی آن، متکثر شود، بعد از فرایند تغییر، انقطاع و سپس تعارض نسلی صورت می‌گیرد؛ تعارضی که همیشه با خوب‌نمایی از اندیشه نسل اول (سنت) و بدنمایی اندیشه نسل دوم (مدرن) همراه است. مهم‌ترین تعارض‌های نسلی در تصمیم‌های کلیدی مثل ازدواج نمایان می‌گردد (آزاد ارمکی و همکاران، ۱۳۹۲، ۹۰) در این مجموعه نیز روابط نسلی تعارضی در حادث‌ترین شکل آن به نمایش درآمده است. این نحوه بازنمایی بر آسیب‌پذیری جوانان، در نتیجه دور شدن از سنت، تأکید دارد. در این گفتمان برخلاف گفتمان دهه‌های پیشین، مذهب و سنت برابر قلمداد می‌شود. فرد؛ مذهبی به معنای سنتی است و برخلاف آن غیرمذهبی‌ها مخالف سنت نشان داده می‌شوند. در این مجموعه مفاهیم «خود» و «دیگری» نه تعاملی و مبتنی بر گفت و گو، بلکه قطبی شده است.

در نمودار زیر دو سریال به لحاظ کاربرد عناصر فولکلور ایرانی اعم از ضرب‌المثل و کنایه باهم مقایسه شده‌اند.

همانطور که نمودار (۱) نشان می‌دهد، میزان کاربرد ضرب‌المثل و کنایه در سریال تکیه بر باد در مقایسه با در پناه تو نزدیک به پنجاه درصد کاهش یافته است. نکته قابل توجه دیگر این‌که ضرب‌المثل‌ها و کنایه‌های به کار رفته در سریال تکیه بر باد بیشتر با القای معنای منفی همراه بوده است (مانند: چوب چیزی را خوردن و کارد بخوره به شکمت).

### نتیجه‌گیری

امروزه، فناوری‌های ارتباطی، بستر خلق پیکربندی افراد به‌شمار می‌روند. این فناوری‌ها، به تغییرات اجتماعی و فردی، سرعت و عمقی منحصر به فرد بخشیده است و با فراهم آوردن امکان پیدایش جامعه شبکه‌ای، افراد و جوامع را در قالب‌ها و هویت‌های تازه قرار داده است (کاستلز، ۱۳۸۰، ۳۰). به نظر گیبینز<sup>۱</sup>، عمل رسانه‌ها در هویت‌سازی، به مثابه تبادل نظر فرهنگی است. از طریق رسانه‌ها است که مردم انگیزه پیدا می‌کنند، و درباره این موضوع که چه کسی بشوند، فکر کنند. تجربه، مصرف کالاها و محصولات زیباشناختی و فرهنگی رسانه‌ها، امکانات ویژه‌ای را برای خوداندیشی فراهم می‌کنند (تاجیک، ۱۳۸۷، ۷۷). بین شکل‌گیری هویت و رسانه‌ها رابطه برقرار است. برخی معتقدند این ارتباط

1. J. Gibbins

یک سو به است و افراد در برابر رسانه‌ها منفعل هستند؛ برخی نیز معتقدند، هویت در اثر رسانه‌ها ترکیبی، گزینشی و فعال می‌شود.

می‌توان گفت در دوران معاصر، افراد هویت‌های خود را با تصاویر و موضوع‌هایی شکل می‌دهند که به صورت بازتابی از صنایع فرهنگی و رسانه‌ای اخذ کرده‌اند، و امکان کثرتی از تفسیرهای خودسرانه و دلبخواهی فراهم می‌شود (توکلی، ۱۳۹۲، ۳۴).

سریال‌های تلویزیونی در دوره‌های تاریخی مختلف، متأثر از شرایط اجتماعی حاکم، تا حدودی واقعیت را بازنمایی می‌کنند. این نوع ژانر تلویزیونی در جهان امروز، به‌عنوان متنی فراگیر و گسترده، رسانه‌ای برای انتقال معانی و دلالت‌هایی در نظر گرفته می‌شود که «رمزگذار» در اثرش آن را برای مخاطب خود قرارداده است (خالق پناه و شریفی ساعی، ۱۳۸۹، ۱۰) ساخت سریال‌های تلویزیونی حوزه‌ای از فرایند فرهنگ‌سازی و انتقال معنا در سطح کلان است. اگر بخواهیم سریال‌های تلویزیونی را با اصطلاحی توصیف کنیم که در مطالعات فرهنگی در زمره پرکاربردترین اصطلاحات تلقی می‌شوند، باید بگوییم که این سریال‌ها به وجودآورنده نوعی گفتمان هستند؛ گفتمان نیز فرهنگ را می‌سازد (همان).

در بازنمایی عناصر فرهنگ مردم، به‌عنوان بُعد فرهنگی هویت ملی در مجموعه‌های بررسی‌شده، برخی رویکردها مشابه و برخی متفاوت دیده شد. شخصیت‌های مثبت، پوشش و آرایشی ساده و سنتی (محمد، مهدی، مریم، فاطمه) و شخصیت‌های منفی و نیمه‌منفی پوشش و آرایشی مدرن (رامین، نادر و عاطفه) دارند. همچنین شخصیت‌های مثبت؛ رفتار مذهبی، زندگی ساده و خانواده‌های منسجمی دارند، اما شخصیت‌های منفی رفتار غیرمذهبی و خانواده‌های گسسته و سبک زندگی تجددگرا دارند.

پوشش به‌مثابه نوعی رفتار یا یک نشانه، متأثر از ارزش‌های فرهنگی افراد است و در عین حال تحولات اجتماعی دوره‌های مختلف تاریخی را نشان می‌دهد. بررسی سیر تحول پوشش زنان در این دو مجموعه، حاکی از تداوم پوشش چادر در خانواده‌های سنتی و گرایش به مانتو در خانواده‌های مدرن است. در این مجموعه‌ها شخصیت‌های منفی مدرن دارند و بُعد فرهنگی هویت ملی در شخصیت‌های مثبت برجسته می‌شود. تفاوتی که در این مجموعه‌ها دیده می‌شود، در نحوه نمایش گفتمان‌های غالب است. در مجموعه در پناه تو، افراد مثبت نیز دچار اشتباه می‌شوند و توان اشتباه خود را می‌پردازند. در تکیه بر باد شخصیت‌ها به‌شدت قطبی شده‌اند و در نتیجه تمامی رمزگان‌ها اعم از پوشاک، معماری (فضای سنتی غالب در خانواده‌های عاطفه و فاطمه در شیراز)، لوازم و اثاثیه در خدمت تولید خود و دیگری قرار دارد.

به لحاظ کاربرد عناصر فرهنگ عامه در ادبیات شفاهی، شاهد کاهش کاربرد این عناصر در مجموعه تکیه بر باد هستیم. همچنین میزان کاربرد مضامین منفی ادبیات شفاهی نیز افزایش یافته است. بنابراین، از میان مؤلفه‌های فرهنگی هویت ملی، مؤلفه‌های مادی و رفتاری در مقایسه با مؤلفه‌های

گفتاری بیشتر جانمایی شده‌اند.

همچنین روابط نسلی تفاهمی، خوب‌نمایی شده در دهه‌های هفتاد در دهه نود جای خود را به روابط نسلی تعارضی می‌دهد که به شدت بدنمایی شده است. تغییر به‌طور طبیعی در زندگی روزمره، در روابط اجتماعی و در خانواده که یک نهاد اجتماعی است، صورت می‌گیرد. این تغییرات در زوایای مختلف از مصرف گرفته تا ارزش‌ها نمایان می‌شود و نمی‌توان آنها را نادیده گرفت. رسانه ملی به‌عنوان یک نهاد مولد گفتمان می‌تواند به جای تأکید بر تضاد سنت و مدرنیته، طیفی از گفتمان‌ها را بدون قطبی شدن عرضه کند.

باید گفت در مجموع در هر دو سریال، مؤلفه‌های فرهنگ مردم بسیار اندک و محدود جانمایی شده است. این درحالی است که دریای غنی آداب و رسوم، آیین‌ها، ادبیات شفاهی و ... بستر بسیار مناسبی برای عرضه تصویری هستند. بسیاری از ارزش‌های اصیل فرهنگ عامه می‌تواند در تولیدات تلویزیونی از جمله سریال‌ها جانمایی شود. برای نمونه فرهنگ گفتاری، حاوی ارزش‌های فراوانی است که می‌توان از آن در دیالوگ‌نویسی‌ها بهره گرفت. در بسیاری از موارد ترس از افتادن به ورطه خرافات موجب شده است تا به اشتباه از فرهنگ مردم فاصله گرفته شود. این در حالی است که نمایش به‌عنوان قالبی پرمخاطب، بستر مناسبی برای ارائه وجوه اشتراک ایرانیان و عرضه سنت‌های گفتاری، رفتاری و مادی اقوام مختلف است. فرهنگ مردم از شاخص‌های هویت ملی است. امروزه بحران هویت، خطری جدی است و یکی از راه‌های مقابله با گفتمان غالب، حفظ تکثر و گفتمان‌های بومی عنوان می‌شود. البته این امر نیازمند مشارکت نهادهای مولد گفتمان همچون رسانه ملی است.

## منابع

- آزاد ارمکی، تقی؛ ایثاری، مریم و شریفی ساعی، محمدحسین (۱۳۹۲). تحلیل نحوه بازنمایی خانواده در سریال‌های ایرانی. تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما.
- اسدی، ناصر و مهدی‌زاده، محمد و عقیلی، وحید (۱۳۸۸). «هویت فرهنگی در مجموعه‌های تلویزیونی ایرانی؛ مطالعه موردی مجموعه تلویزیونی خط‌شکن» پژوهش‌های ارتباطی. شماره ۵۸. صص. ۱۸۴-۱۵۳.
- امام راد، محمدجواد (۱۳۹۰). «ملاحظات هویتی در برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی (بررسی موردی سریال‌های تلویزیونی سال ۸۷-۱۳۸۶)»: رسانه و هویت (شماره ۸۴). معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی مرکز تحقیقات استراتژیک. صص. ۳۸-۱۱.
- بارت، رولان. (۱۳۸۰). «سطوره در زمانه حاضر» ترجمه یوسف اباذری. فصلنامه ارغنون. شماره ۱۸. تهران، انتشارات وزارت ارشاد. صص. ۱۳۶-۸۶.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۷). «رسانه‌ها و بحران در عصر فراواقعیت (با تأکید بر بحران هویت)». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. شماره ۵۶. صص. ۹۴-۶۹.
- توکلی، عاصفه (۱۳۹۲). هویت دینی ایرانیان خارج از کشور تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی تهران، مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- حسینی انجدانی، مریم. زهرا درویزه. زهره خسروی. مه سیما پورشهریاری (۱۳۸۸). «نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران» فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ۲ (۵۸). صص. ۶۴-۳۹.
- خالق‌پناه، کمال و شریفی ساعی، محمد (۱۳۸۹). تحلیل نشانه‌شناختی نقش‌های خانوادگی در سریال‌های پربیننده تلویزیون. مرکز تحقیقات صداوسیما.
- دانیسی، مارسل (۱۳۸۸). نشانه‌شناسی رسانه‌ها میرانی و بهزاد دوران (مترجم). تهران، نشر آنیسه‌نما و نشر چاپار. چاپ اول.
- ذکائی، محمدسعید (الف ۱۳۸۵). «جوانان، جهانی شدن و مهاجرت‌های بین‌المللی (پژوهشی در میان نخبگان جوان)» جامعه‌شناسی ایران. ۷ (۲). صص. ۵۷-۴۱.
- \_\_\_\_\_ (ب ۱۳۸۵). جوانان، "جهانی شدن و مهاجرت‌های بین‌المللی (پژوهشی در میان نخبگان جوان)" جامعه‌شناسی ایران. ۷ (۲).
- ریترز، جورج و گودمن، داگلاس (۱۳۹۰). «نظریه جامعه‌شناسی مدرن» ترجمه خلیل میرزایی و عباس لطفی‌زاده. تهران، جامعه‌شناسان.
- زاهد، سعید (۱۳۸۴). «هویت ملی ایرانیان» فصلنامه راهبرد یاس. سال اول. شماره چهارم. صص. ۱۳۸-۱۲۹.
- ساعی، منصور (۱۳۸۹). «تلویزیون و هویت ملی؛ بازنمایی مؤلفه‌های هویت ملی در سریال‌های تاریخی درجه الف تلویزیونی در سه دهه بعد از انقلاب اسلامی ایران» پایان‌نامه دکتری رشته علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه علامه طباطبایی. دانشکده علوم اجتماعی.
- ساسانی، فرهاد. (۱۳۸۹). معناکاوی به‌سوی نشانه‌شناسی اجتماعی. تهران، علم، چاپ اول.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات تهران، دانشگاه تهران.
- عظیمی فرد، فاطمه (۱۳۹۳). بازنمایی عناصر هویتی در مجموعه‌های تلویزیونی رسانه ملی. همایش قدرت ملی در آیین هنرهای نمایشی. تهران، دانشگاه هنر.
- فرقانی، محمدمهدی و احمدی، علی (۱۳۹۰). «تصویرسازی فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های

- تلویزیونی بین‌المللی. «فصل‌نامه پژوهش‌های ارتباطی». تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما. شماره ۶۷. صص. ۶۳-۹۰.
- فیسک، جان (۱۳۸۰). فرهنگ تلویزیون. ارغنون. ترجمه مزگان برومند. شماره ۱۹. صص. ۱۴۲-۱۲۵.
- قنبریان برزبان، علی و جعفرپور، فروزنده (۱۳۹۰). قدرت هویت ملی در میان ایرانیان. مطالعات ملی. زمستان ۱۳۹۰. ۱۲(۴) (۴۸). صص. ۳-۳۰.
- کچوئیان، حسن (۱۳۸۴). تطورات گفتمان‌های هویت ایرانی. تهران: نشر نی.
- محرمی، توحید (۱۳۸۶). هویت ایرانی/اسلامی ما در هویت در ایران. علی اکبر علیخانی، ویراستار. تهران، پژوهشگاه علوم انسانی. فرهنگ و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- مزیدی، علی محمد و امام راد، محمدجواد (۱۳۹۰). «تأثیر رسانه‌ها بر هویت». رسانه و هویت (شماره ۸۴). "معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی مرکز تحقیقات استراتژیک. صص. ۱۷۰-۱۴۹.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. "چاپ اول.
- میرفخرایی، ژا. (۱۳۸۵). «زبان، رسانه و بازنمایی هویت». فصلنامه پژوهش و سنجش. ۱۳(۴۸). صص. ۸۴-۶۹.
- میلنر، اندرو (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، ترجمه جمال محمدی (مترجم). تهران، نشر ققنوس. چاپ اول.
- نیازی، محسن و شفائی مقدم، الهام (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی؛ مطالعه موردی شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۹۰». مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال دوم. شماره اول. بهار و تابستان ۱۳۹۱. صص. ۹۹-۱۲۷.
- ون‌دایک، تئون ای. (۱۳۸۰). قدرت و رسانه‌های خبری در ارتباطات سیاسی در عمل. مهدی شفق (مترجم). تهران، سروش، چاپ اول.
- هال، استورات (۱۳۸۲). «رمزگذاری و رمزگشایی». ترجمه نیما ملک‌محمدی. مجموعه مقالات مطالعات فرهنگی. تهران، تلخون.

Hall, S. (1997). *The Question of Cultural Identity*. S.Hall, D. Held and A. McGrew (eds) *Modernity and It's Future*. Cambridge: Polity.

Hall, S. (2003). *Representation*. London: Sage Publication.

Howarth, C. (2002). Identity in Whose Eyes? *The Role of Representations in Identity Construction*. Journal for the Theory of Social Behavior. 32 (2). pp. 145-162.



تصویر ۱ - مریم، رامین و محمد (عکس، برگرفته از سریال در پناه تو، ۱۳۷۳)



تصویر ۲ - مریم در حیات آجری خانه و ملبس چادر به مشابه جلوه کلیدی حجاب اسلامی (عکس، برگرفته از سریال در پناه تو، ۱۳۷۳)



تصویر ۳ - خانه محمد منصوری با نما و چیدمانی سنتی (عکس، برگرفته از سریال در پناه تو، ۱۳۷۳)



تصویر ۴- عاطفه نمایی از شخصیت غیرسننی (عکس، مجموعه تکیه بر باد، ۱۳۹۳)



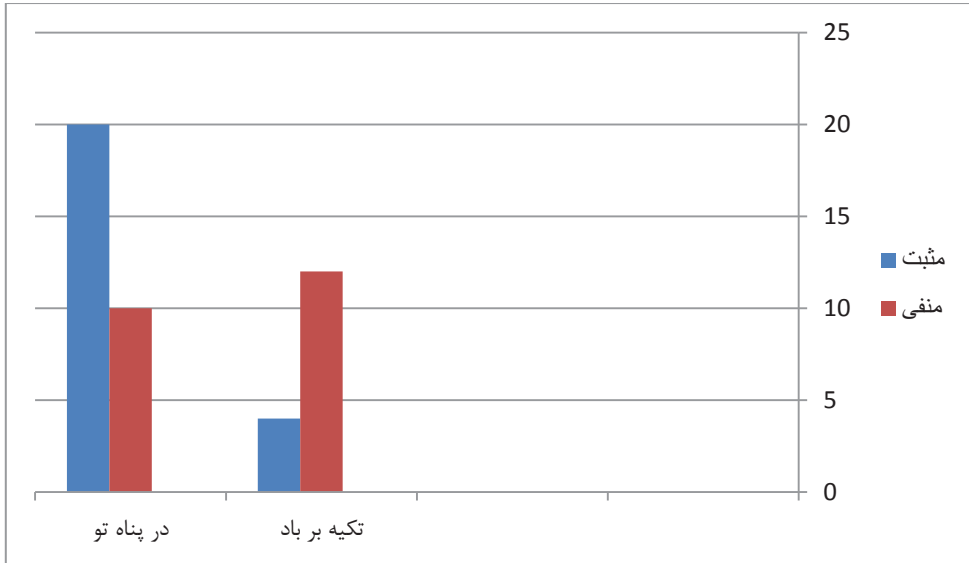
تصویر ۵- همسر و پدر عاطفه (عکس، مجموعه تکیه بر باد، ۱۳۹۳)



تصویر ۶- مهدی برادر عاطفه نمادی از شخصیت منتقد (عکس، مجموعه تکیه بر باد، ۱۳۹۳)



تصاویر ۷ و ۸- نمایی از خانه عاطفه در تهران و خانه پدری در شیراز (تعارض سنت و مدرنیته در بازنمایی خانه) (عکس، مجموعه تکیه بر باد، ۱۳۹۳)



نمودار ۱- میزان کاربرد ضرب‌المثل و کنایه در دو مجموعه