

هویت فرهنگی در مجموعه‌های تلویزیونی ایرانی مطالعه موردی: بررسی مجموعه تلویزیونی خط‌شکن

ناصر اسدی[✉]، دکتر سیدمحمد مهدی‌زاده*، دکتر سیدوحید عقیلی**

چکیده

در پژوهش حاضر که به بررسی موضوع هویت فرهنگی در محتوای روایی مجموعه‌های تلویزیونی ایرانی پرداخته است، هویت، به سطوح و انواع فردی و جمعی و هویت جمعی، خود به هویت‌های قومی، ملی، دینی و مدرن تقسیم می‌شود. از آنجا که هویت فرهنگی، در اصل برساخته‌ای از تعامل و پیوند بین مؤلفه‌های گفته شده در ساختار اجتماعی است، کلیه مفاهیم یاد شده را دربر می‌گیرد. این مفهوم در قالب نظریه کاشت گربنز، به عنوان الگویی معنایی مطرح است که از طریق مجموعه‌های نمایشی تلویزیون، بازنمایی و به مخاطبان القا می‌شود.

برای بررسی موضوع پژوهش، مجموعه تلویزیونی «خط‌شکن» به روش هدف‌مند انتخاب شده است. از کل ۲۲ قسمت این مجموعه، ۱۴ قسمت و ۱۶ صحنه (به عنوان کوچک‌ترین واحد تحلیل) به روش تحلیل نشانه‌شناختی، مورد بررسی قرار گرفته است. نشانه‌ها و رمزهای موجود در قسمت‌ها و صحنه‌های انتخاب شده که دارای مضامین هویت فرهنگی هستند، بر اساس روش تحلیل جان فیسک، در سه سطح رمزگان واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی، تحلیل و ارزیابی شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در این مجموعه تلویزیونی هویت دینی، به عنوان هویت فرهنگی پایه و برتر بازنمایی شده است. در مقابل، هویت ملی و مدرن نیز به عنوان سطوحی از هویت فرهنگی با بار ارزشی پایین به نمایش درآمده است.

واژگان کلیدی: بازنمایی، نشانه‌شناختی، هویت دینی، هویت فرهنگی، هویت مدرن، هویت ملی

Email: mehr337@yahoo.com

✉ کارشناس ارشد ارتباطات

* دکترای ارتباطات، استادیار دانشگاه علامه طباطبایی، ** دکترای ارتباطات، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات

تاریخ دریافت: ۸۷/۱۲/۱۷ تجدیدنظر: ۸۸/۳/۲۰ پذیرش نهایی: ۸۷/۵/۲۴

مقدمه

هویت، همواره از پرسش‌های مهم و اساسی افراد و جوامع بوده است. از آنجا که هویت فرهنگی، مجموعه‌ای از ارزش‌های پویاست، این عناصر و ارزش‌ها باید با شرایط زمان انطباق داشته باشند تا در مسیر تکامل قرار گیرند. به این معنا که فرهنگ بازسازی و به‌روز شود.

به واسطه تعاملات و ارتباطات است که افراد و جوامع به هویت‌های فردی، محلی و ملی خود رجوع می‌کنند تا در برابر دیگران شناخته شوند. در این میان، برخی از مؤلفه‌های هویت فرهنگی بر اثر تعاملات اجتماعی و ارتباطات دچار تغییر و دگرگونی شده‌اند و به گونه‌ای هویت فرهنگی را استحاله می‌کنند. ارتباطات فردی و سستی، تأثیر کمتری بر هویت فرهنگی و دگرگونی‌های آن دارند. در مقابل، ارتباطات جمعی که از طریق رسانه‌هایی چون تلویزیون جریان می‌یابند، تأثیری به مراتب بیشتر بر هویت فرهنگی و دگرگونی‌های احتمالی آن به جا می‌گذارند. از این‌رو، بررسی تلویزیون و محتوای آن، به شناخت هر چه بیشتر این نقش مهم رسانه‌ای در شناساندن و تأثیرات احتمالی بر فرهنگ و هویت فرهنگی جامعه، کمک خواهد کرد.

با توجه به مطالعات و سوابقی که در زمینه هویت و بحران آن در کشور ما وجود دارد، به نظر می‌رسد تاکنون کمترین توجه به مسئله هویت ملی و بحران‌های پیش رو معطوف شده است. در بیشتر پژوهش‌هایی که در این زمینه انجام شده است، مدرنیته و بویژه هویت ملی که بخش مهمی از هویت فرهنگی ما را تشکیل می‌دهند، در موضع ضعف، گزارش شده‌اند و این نشان از بی‌توجهی به مقوله هویت، در تمامی ابعاد آن دارد. با توجه به اینکه هویت مدرن نیز نوعی از هویت را در تاریخ معاصر به افراد و جامعه بخشیده است و این نوع هویت، در واقع ره‌آوردی از غرب و فناوری‌های مدرن آن است و نمی‌توان آن را برساخته‌ای از فرهنگ و سنت بومی مملکت دانست، لازم است به بحران‌های هویتی در تاریخ معاصر و جامعه امروز که تعامل بیشتری با بیرون مرزهای جغرافیایی دارد، توجه بیشتری شود. توجه به مدرنیته و محصول آن (هویت مدرن)، آن گونه که در فرایندهای سیاسی و نظامی تاریخ معاصر پیداست، «نتیجه ضروریات بیرونی بوده است نه تحولات داخلی؛ از این‌رو، توجه به وجه مادی مدرنیته بر وجه اندیشگی آن تقدم داشته و بعدها به تدریج گسترش یافته است» (قیصری به نقل از اشرفی، ۱۳۸۰، ص ۱۵). با

این حال لازم است با نگاهی واقع‌بینانه به آن توجه شود باید آنچه را مثبت ارزیابی می‌شود، بومی کنیم و در فرهنگ خود بپذیریم و بقیه را واگذاریم. وقتی سخن از بحران هویت به میان می‌آید، منظور، بحران در معرفت و ساختارهای هویتی و فرهنگی است. این بحران، اولین و مهم‌ترین بحران بنیادی است که به چگونگی نیل جامعه به هویتی مشترک مربوط می‌شود. مردم در دولت ملی باید به سرزمین و باورهای خویش نوعی علاقه وفادارانه داشته باشند و گام‌های خود را در جهت ارتقای این هویت مشترک، برنامه‌ریزی و تنظیم کنند. در غیر این صورت، دچار خلا معنا و بلا تکلیفی می‌شوند و تفاوت میان آنها گسترش می‌یابد (سیف‌زاده به نقل از رهبری، ۱۳۸۰، ص ۵۸).

تلویزیون به عنوان فراگیرترین رسانه، می‌تواند مهم‌ترین نقش را در ایجاد یا رفع بحران هویت فرهنگی ایفا کند. آنچه رسانه تلویزیون با سامان‌دهی فنی خود القا می‌کند، ایده (ایدئولوژی) جهانی است که پیوسته قابل رویت، تقسیم‌پذیری و قرائت شدن در تصاویر است. رسانه تلویزیون، ایدئولوژی قدرت مطلق از نظام خواندن را بر جهانی القا می‌کند که تبدیل به نظامی از نشانه‌ها شده است. تصاویر تلویزیونی خود را به صورت فرازبان^۱ یک دنیای غایب ارائه می‌کنند. همان گونه که کوچک‌ترین کالای فنی و ریزترین ابزار، نوید تصور فنی جهانی^۲ را می‌دهد، تصاویر- نشانه‌ها نیز اثبات‌گر وجود تخیلی فراگیر از جهان هستند، اثبات‌گر حضور واقعیت در درون تصویر که می‌تواند خاطره واقعیت و واحد رمزگشایی جهانی آن واقعیت تلقی شود (بودریار، ترجمه احمدزاده، ۱۳۸۰، ص ۱۱۵).

اما به نظر می‌رسد که تلویزیون، به عنوان رسانه ملی، توجه کمی را به مسئله هویت فرهنگی نشان داده و یا اگر گاه به مقوله هویت پرداخته، عملکرد چندان مطالبی نداشته است. پژوهش حاضر، تا حدودی به بررسی این موضوع می‌پردازد و در صدد پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر است:

۱. عناصر و مؤلفه‌های هویت فرهنگی در مجموعه‌های تلویزیونی چگونه بازنمایی

می‌شوند؟

۲. آیا این مجموعه‌ها با نگاه آسیب‌شناسانه به نقاط ضعف هویت فرهنگی و عوامل چالش‌های موجود می‌پردازد؟
۳. آیا واقعیات ملموس جامعه را از نظر هویت فرهنگی می‌توان در مجموعه‌های تلویزیونی ایرانی مشاهده کرد؟

مبانی نظری تحقیق

الف) تعریف هویت

هویت به دلیل اینکه «رابطه‌ای مستقیم با تفسیر و بازتفسیر انسان‌ها دارد» (غرایاق زندی، ۱۳۸۴، ص ۵۰)، در گذر زمان مشمول تحول و دگرگونی می‌شود. زیرا افراد و جوامع در زمان‌ها و مکان‌های متفاوت تعریف متفاوتی از خود و دیگران دارند. در تعریف هویت، دو دیدگاه جوهرگرا و سازه‌گرا وجود دارد. دیدگاه اول، هویت را پدیده‌ای زیستی-طبیعی می‌داند و دیدگاه دوم، آن را نوعی سازه اجتماعی تلقی می‌کند. به عبارت دیگر، در تعاریف و نظریه‌پردازی‌های مربوط به هویت، به دو رویکرد ایستا (مادی‌گرایانه یا جبرگرایی) که به‌طور عمده ریشه در خاک و زادبوم فرد و جامعه دارد و با گذشت زمان تقریباً دارای ثبات است، و پویا (سازه‌انگاران) که در صورت تحقق خواسته‌های متغیر یک جامعه، به ظهور می‌رسد و عامل تشابه و تمایز افراد آن جامعه با خود و دیگران می‌شود، قائل شده‌اند.

نظریه هویت

طبق این نظریه، هویت، نتیجه تعاملات نمادین است. در این نظریه، روابط بین افراد و جامعه بر اساس نقش‌های آنها بیان می‌شود. از این دیدگاه، نقش، به عملکردهایی فردی اشاره دارد که در یک موقعیت خاص اجتماعی ایفا می‌شوند. این نظریه، خود را به عنوان مفهومی برساخته از ارتباطات و نه فرایند ارتباطات، می‌نگرد. به عبارت دیگر، نظریه ارتباطی هویت، نقشی را توضیح می‌دهد که هویت از آن پدید می‌آید (نه اینکه ابزاری برای بیان هویت باشد). افراد بشر سعی دارند خود را مطابق عرف و هنجارهای جامعه‌ای که در آن زندگی

می‌کنند، تعریف کنند. کنش متقابل از این حیث بر جایگاه فرد در جامعه تأکید دارد. به عبارت دیگر، آنان به نوعی از هویت شخصی اعتقاد دارند که برخاسته از جامعه است.

ب) هویت اجتماعی

این نظریه در نگاه اول، به هویت، به عنوان محصولی از گروه‌بندی اجتماعی، توجه دارد. گروه‌های اجتماعی همچون قوم، جنس و وابستگی‌های سیاسی بخش‌هایی از ساختار اجتماع هستند. افراد به گروه‌های مختلف اجتماعی تعلق دارند و هویت‌هایشان را بر اساس عضویت در گروه‌های اجتماعی شکل می‌دهند. از این دیدگاه، هویت اجتماعی در واقع برساخته‌ای از هویت‌های فردی است که هر کدام در جامعه نقشی را ایفا می‌کنند (هشت^۱ و دیگران، ۱۹۹۳).

ج) نظریه مقوله‌بندی

هویت در این نظریه، بر اساس احساس تعلق تعریف می‌شود. به این معنی که فرد، آنچه را به آن تعلق دارد، به عنوان درون‌گروه و مقوله مثبت و آنچه را به آن متعلق نیست، با عنوان برون‌گروه می‌شناسد.

در نظریه هویت اجتماعی، شخص، تنها یک «خودشخصی^۲» ندارد، بلکه دارای چندین خود است که با چرخه‌های عضویت گروهی همخوانی دارد. در این زمینه سه عامل شناخت، ارزشگذاری و احساس، واسطه‌های تعیین تعلق افراد در مقوله‌های اجتماعی است.

د) نظریه‌های هویت فرهنگی

در خصوص فرهنگ، تعاریف مختلفی ارائه شده است؛ فرهنگ، مجموعه‌ای از ارزش‌هاست که در یک جامعه یا ملت وجود دارد و طرز فکر، بینش، عقیده، باورها، رفتار و شیوه زندگی مردم را منعکس می‌کند. منظور از فرهنگ عمومی، همان ارزش‌های مشترکی است که در جامعه فراگیر است. این ارزش‌ها در حوزه‌های تفکر،

1. Hecht

2. personal self

اندیشه، عقیده، باورها، جنبه‌های ساختاری و همچنین جنبه‌های علمی مانند رفتار و شیوه زندگی انسان‌ها قرار دارند و دارای دو ویژگی جمعی و تحول‌پذیری هستند (دانیل^۱، به نقل از اشرفی، ۱۳۸۰).

مفهوم خرده‌فرهنگ‌ها را نیز باید در دو حوزه جغرافیا و جامعه‌شناسی دریافت. در جامعه‌شناسی، منظور از خرده‌فرهنگ، گروه‌های اجتماعی است. زمانی که این خرده‌فرهنگ‌ها با هم ترکیب می‌شوند، فرهنگی جمعی را شکل می‌دهند که خصلت‌های مشترک عمومی دارند خصلت‌هایی که می‌توانند در وحدت و وفاق ملی نقش خاصی ایفا کنند (ستاری، ۱۳۸۰، ص ۱۰۸).

در ایران وفاداری به دولت ملی، تاریخ مشترک، زبان فارسی، دین اسلام و برخی آداب و سنن مشترک ملی (مانند نوروز) مؤلفه‌های اساسی هویت ملی را تشکیل می‌دهند. اما هویت فرهنگی مجموعه‌ای وسیع از زبان‌ها و لهجه‌های متفاوت، مشتمل بر آذری، کردی، عربی، لری و ... را شامل می‌شود و از نظر مذهبی دو گرایش عمده شیعه و سنی و چند اقلیت مذهبی دیگر را دربر می‌گیرد (معظم‌پور، ۱۳۸۰، ص ۳۶).

۱. نظریه‌های هویت ملی

هویت ملی، اصول و بنیان‌های مشترک و دیرپای مردم یک سرزمین را که برگرد آن وحدت پیدا می‌کنند، نشان می‌دهد. در مورد منشا و مبانی هویت ملی، دیدگاه‌های متعددی وجود دارد که آنها را می‌توان در سه دسته زیر بیان کرد (گروه آموزشی علوم اجتماعی استان اصفهان، ۱۳۸۷):

الف) نظریه‌های ازلی‌انگاری قومی. خصیصه مشترک این نظریه‌ها، اعتقاد به قدمت و طبیعی بودن ملت‌هاست.

ب) نظریه‌های مدرن. بر اساس این نظریه‌ها، هویت ملی، محصول فرایندهای مدرنی نظیر سرمایه‌داری، صنعتی شدن، ظهور دیوان‌سالاری و دولت دیوان‌سالار، شهرنشینی و جداانگاری دین از دنیا است.

ج) نظریه بینابین. طبق این نظریه، هویت ملی بر بنیان ارزش‌ها و میراث فرهنگی

1. Daniel

دوره‌های پیشامدرن شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر، احساسات و پیوندهای اولیه قومی است که به هویت ملی معاصر می‌انجامد.

۲. نظریه‌های هویت دینی

نظریه هویت و مقوله‌بندی به گونه‌ای است که می‌توان از هر مقوله‌ای که گروهی اجتماعی را دربر می‌گیرد، هویتی متمایز از دیگر گروه‌ها ساخت. این پویایی نظری، ابزار مناسبی به دست می‌دهد تا دین را به عنوان یک مقوله و پیروان آن را به عنوان یک گروه مشخص دسته‌بندی کند. آن‌گاه گروه مورد نظر به لحاظ ویژگی دین پذیرفته شده، هویت مستقلی نسبت به گروه‌های دیگر خواهد داشت.

۳. نظریه‌های هویت مدرن و پست‌مدرن

مدرنیته، خاستگاه و خالق گونه‌ای تازگی است که از زمان حال، در برابر گذشته و سنت به دفاع برمی‌خیزد. به بیان دیگر، می‌توان گفت مدرنیته هرگونه استمرار و تداوم تاریخی را نفی می‌کند. وبر^۱ مدرنیته را فرایند تعمیم‌یافته و همگانی عقلانی شدن، حصول عقلانیت، فرایند افسون‌زدایی و رهایی از توهمات می‌داند (به نقل از اطهری مریان، ۱۳۷۹، ص ۱۳۲). هویتی که در این فرایند شکل می‌گیرد، ارزش‌های سنتی را محصول توهمات می‌داند و تلاش خود را بر بازتعریف فرهنگ بر اساس محور عقلانیت می‌نهد. دیدگاه مدرنیته با آنکه بر مفاهیمی چون تغییر، عقل‌گرایی، انسان‌محوری، آزادی و تساهل تأکید می‌کند، اما در عمل خود تبدیل به گونه‌ای ایدئولوژی متصلب شده است که هیچ‌گونه رواداری نسبت به اندیشه‌های مخالف را ندارد. به همین دلیل، در حوزه مدرنیته نیز امکان تبادل فرهنگی وجود ندارد یا دست‌کم بسیار ضعیف است. به همین دلیل، مدرنیست‌ها نمی‌توانند هیچ رابطه‌ی برابری را در عرصه فرهنگی تحمل کنند زیرا آنان خود را از لحاظ فرهنگی برتر و فراتر می‌دانند و سعی می‌کنند بر کلیه تمدن‌های جهانی چیره شوند (اطهری مریان، ۱۳۷۹، ص ۱۳۹). اینجاست که پست‌مدرنیته به عنوان حرکتی اعتراض‌آمیز ظهور می‌کند.

1. Weber

در نظریه‌های هانتینگتون^۱ و فوکویاما^۲، برای تبادل فرهنگی جایی وجود ندارد زیرا اصل بر دشمنی و تضاد است. تنها عرصه‌ای که امکان تبادل فرهنگی در آن میسر می‌نماید، پست‌مدرنیته است؛ زیرا این اندیشه باور دارد که با انکار بازنمایی و زدودن رابطه سوژه و ابژه و نیز از بین رفتن اندیشه حقیقت‌طلب مطلق، راه برای گفتگو و تبادل، گشوده می‌شود. در اندیشه پست‌مدرن، جایی برای ارائه روایت‌های کلان یا فراروایت نیست. تکیه اصلی این تفکر، بر بومی‌سازی است. پست‌مدرنیته معتقد است هیچ حقیقتی وجود ندارد؛ از این رو، عده‌ای پست‌مدرنیته را در قالب نوعی بحران تفسیر می‌کنند؛ بحران فراروایت‌ها، بحران مشروعیت، بحران ارزش، بحران غایت‌مندی و بحران فراگفتمان (اطهری مریان، ۱۳۷۹، ص ۱۳۶).

از ویژگی‌های دیگر هویت فرهنگی از دیدگاه پست‌مدرنیته، می‌توان به «از میان رفتن مرزهای فرهنگی» اشاره کرد. در این رویکرد عناصر فرهنگی مانند گذشته، دیگر به زمان و مکان و حتی نژاد و قوم خاص محدود نمی‌شود. به عبارتی، پویایی و تفرد بیشتری در آن به چشم می‌خورد. همچنین در این رویکرد، همان گونه که بودریار نیز بیان می‌کند، تصاویری که رسانه‌ها پخش می‌کنند، حکم الگوی واقعیت را برای شهروندان دارند. شهروندان بر همین اساس دنیا را می‌شناسند و نسبت به پدیده‌ها و موضوعات گوناگون به قضاوت می‌نشینند (هیل^۳، ترجمه دهنوی، ۱۳۸۱).

در دیدگاه پست‌مدرن، «به جای نگاه کل‌گرایانه به فرهنگ، نگاهی تلفیقی و آمیخته از فرهنگ ارائه می‌شود که معتقد است آمیختن و بریکولاژ^۴، ویژگی‌های اصلی فرهنگ هستند. بریکولاژ گزینش و تلفیق عناصر فرهنگی مختلف است که منجر به برساخته شدن هویت جدیدی می‌شود (کوثری و دیگران، ۱۳۸۳، ص ۱۴۲).

هویت فرهنگی کشور

کشور ایران با سابقه تاریخی کهن و با اقوام گوناگون، همواره از هویت فرهنگی متنوع و پویایی برخوردار بوده است. تقریباً در تمام دوران‌هایی که با چالش فرهنگی روبه‌رو

1. Huntington

2. Fukuyama

3. Hill

4. bricolage

بوده‌ایم، آثاری از افراط و تفریط را در بخشی از هویت فرهنگی مشاهده کرده‌ایم. گاهی، توجه صرف به دین، گاهی، رویکرد ناسیونالیستی و گاهی غربزدگی که از عوامل اصلی تداوم بحران بوده‌اند. با توجه به این سوگیری‌های مختلف، باید گفت در سایه داشتن تعاملی دوسویه است که می‌توان به تعادلی بین مؤلفه‌های هویتی دست یافت، آن هم در شرایطی که تفسیری پویا و روزآمد، نسبت به عناصر فرهنگی ارائه شود.

رسانه‌ها و هویت فرهنگی

هویت نتیجه فرایند ارتباطات است. جنسن^۱ می‌گوید: «تلویزیون می‌تواند منبعی برای شکل‌گیری هویت اجتماعی یا مشروعیت خود باشد زیرا صحنه‌ای را برای (نمایش) تعلقات اجتماعی، خرده‌فرهنگی یا فرامین سیاسی، فراهم می‌کند» (به نقل از واتسون^۲، ۲۰۰۲، ص ۷۵۲).

علاوه بر اینکه هویت‌ها از طریق ارتباطات رسانه‌ای شکل می‌گیرند و مشروعیت می‌یابند، رسانه‌ها به عنوان ابزار ارتباطات جمعی می‌توانند عاملی برای ایجاد بحران و مشکلات هویتی باشند. از همین روست که: رشد رسانه‌های بین‌المللی و گسترش فرهنگ رسانه‌ای پست‌مدرن، باعث پیدایش عصاره‌ای فرهنگی می‌شود که از درون هویت‌های فرهنگی گسترده (در سطح بین‌المللی) بیرون می‌آید (ون دن بلاک^۳، ۲۰۰۱، ص ۵۳).

بازنمایی و هویت فرهنگی

بازنمایی را باید ساخت رسانه‌ای و زیبایی واقعیت دانست. بازنمایی، نه انعکاس و بازتاب معنای پدیده‌ها در جهان خارج که تولید و ساخت معنا بر اساس 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 معنی قدرت‌مندی درباره جهان اجتماعی دانست. بازنمایی‌های رسانه‌ای از این لحاظ اهمیت دارند که شناخت و باور عمومی را شکل می‌دهند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۹).

1. Jensen

2. Watson

3. Van Den Bluck

راهبردهایی چون طبیعی‌سازی و کلیشه‌سازی ابزارهایی هستند که رسانه‌ها به واسطه آنها مفاهیم جامعه را بازتولید می‌کنند. بازنمایی، فرایندی است که نشانه‌های معنایی جامعه را در قالب ساختارهای ایدئولوژی و به‌طور معمول، موافق با مناسبات قدرت حاکم، بازتولید و توزیع می‌کند. «زبان رسانه، واسطه ممتازی است که معنا از طریق آن تولید و توزیع می‌شود» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۲۲). از این رو، مفاهیم تولید شده، به واسطه زبان و با رهیافت بر ساخت‌گرایی به بار می‌نشینند. در این رهیافت، اشیا و رویدادها به خودی خود معنا ندارند بلکه این رسانه‌ها هستند که به آنها معنا می‌دهند. از آنجا که این فرایند، با رویکرد نشانه‌شناختی و گفتمانی انجام می‌گیرد، با روش تحلیل کیفی متون در ساختار فرهنگی و ایدئولوژی حاکم، می‌توان به مفاهیم آشکار و پنهان روند بازنمایی (چگونگی تولید معنا و اثرات آن)، دست یافت. از مهم‌ترین کارکردهای بازنمایی، بازتولید ایدئولوژی است در حالی که خود بازنمایی در قالب ایدئولوژی حاکم انجام می‌پذیرد.

در ارتباطات، نظریه کاشت به عنوان یکی از نظریه‌های قابل توجه در آثار درازمدت رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ای را به‌مثابه محیطی می‌نگرد که انسان در آن زندگی و خود و دیگران را تعریف می‌کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۵۰).

کاشت همان چیزی است که یک فرهنگ انجام می‌دهد. زیرا فرهنگ، رسانه اصلی است که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند و می‌آموزند. رسانه‌ها به عنوان فراگیرترین و متداول‌ترین قصه‌گو، در کاشت ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها و باورهای مشترک، نقش بنیادین دارند (مورگان^۱ به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۵۱). همچنین رسانه‌ها تمایل دارند قرائت یا تفسیر مرجح از واقعیات اجتماعی را در امتداد پیش‌فرض‌های فرهنگی مرتبط با روایت قدرت بر حسب جنسیت، نژاد، فرهنگ و ... عرضه کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۵۲).

از بین رسانه‌ها، تلویزیون فراگیرترین و متداول‌ترین رسانه‌ای است که بهتر می‌تواند مفاهیم مورد نظر خود را در ذهن مخاطبان کشت کند. «تلویزیون برنامه‌هایی آکنده از معانی نهفته پخش می‌کند و می‌کوشد با مهار این معانی، آنها را به معنایی یگانه‌تر و

مرجح‌تر تبدیل کند، معنایی که کارکرد جهان‌بینی غالب را داشته باشد) (فیسک^۱، ترجمه برومند، ۱۳۸۰، ص ۱۲۵). این مفاهیم در قالب رمزها و نشانه‌هایی تولید و توزیع می‌شوند که به‌طور عمده در ساختار فرهنگی جامعه رواج دارند.

پژوهش حاضر بر اساس رویکرد پژوهشی «دریافت» یا به عبارت دیگر «سنت فرهنگی و تحلیل دریافت» که با چهره‌ای انتقادی بر استفاده از رسانه به مثابه بازتابی از یک زمینه اجتماعی- فرهنگی تأکید می‌کند، به بررسی نشانه‌های معنایی پرداخته است. برای این بررسی لازم است ابتدا مشخص کنیم که شاخص‌های هویت فرهنگی، کدامند. به دلیل پویایی و تنوع زیاد عناصر فرهنگی و دیدگاه‌های گوناگون لازم است با یک جمع‌بندی، به‌طور اجمال به این موضوع اشاره شود.

برخی، ویژگی‌های هویت را شامل زبان، دین، نژاد، تاریخ، فرهنگ، جغرافیا، معماری و ... تعریف کرده‌اند. بر اساس تعریفی دیگر: «هویت مجموعه‌ای است از ویژگی‌ها، وابستگی‌ها و پیوندهای عاطفی، تاریخی، جغرافیایی، فرهنگی، قومی و حماسی که زندگی افراد گروه را دربر می‌گیرد» (عیوضی، ۱۳۸۰، ص ۱۸۰). موارد ذکر شده را می‌توان در کنار تقسیم‌بندی (گیرو، ترجمه نبوی، ۱۳۸۰، ص ۱۲۷) تا حدودی کامل‌تر کرد:

الف) نشانه‌های هویت:

۱. آرم‌ها، پرچم‌ها، توت‌م‌ها و غیره که تعلقات خانوادگی و ملی فرد را تعیین می‌کنند.
۲. لباس که نشانه تعلقات گروهی است؛ از جمله گروه‌های اجتماعی، سازمانی، شغلی، فرهنگی و قومی
۳. نشان‌ها و مدال‌ها^۲
۴. خال‌کوبی‌ها، آرایش‌ها، مدل‌های مو و غیره
۵. نام‌ها و لقب‌ها که ساده‌ترین نشانه‌های هویت هستند.
۶. شاخص‌ها که عناصر اجتماعی شده‌اند. مانند نحوه پلاک‌بندی ساختمان‌ها یا علائم تجاری
۷. نشانه‌های آداب و معاشرت مانند: لحن کلام، سلام و خداحافظی، توهین،

1. Fiske

2. decorations

اطوار پژوهی (مطالعه حرکات)، فاصله پژوهی، خوراک، هدایا، مبلمان، حیوانات خانگی و غیره.

ب) **رمزگان‌ها:** آیین‌ها، جشن‌ها، مراسم، میثاق‌ها، رمزگان‌های ادب و بازی‌ها، که می‌توان آنها را به چهار نوع اصلی تقسیم کرد: میثاق‌ها که کارکردشان برقراری ارتباط میان افراد است، آیین‌ها که در آنها فرستنده گروه است، بازی‌ها- خصوصی و فردی یا عمومی و جمعی- که بازنمودهای یک موقعیت اجتماعی‌اند و مدها که اشکال سبک پرداخته و فردی‌شده رمزگان‌ها هستند.

روش‌شناسی و نمونه‌گیری تحقیق

«نشانه‌شناسی، از قدرت بازشناسی و تحلیل روابط معنادار، در قلمرو وسیعی از فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی برخوردار است» (ادگار^۱ به نقل از کوثری، ۱۳۸۲، ص ۱۴). همچنین «این روش در صدد است ماهیت نظام‌های نشانه‌ای را که از قواعد دستور زبان و نحو فراتر می‌رود و معانی پیچیده، پنهان و وابسته به فرهنگ متون را تنظیم می‌کند، دریابد» (مک کوئیل^۲، ترجمه اجلالی، ۱۳۸۲، ص ۲۶۶). از این‌رو، در پژوهش حاضر، از همین روش استفاده کرده است. البته از آنجا که مفسران، خود باید به نشانه‌ها معنا ببخشند، از این‌رو، تضمینی نیست که مفاهیم کشف شده، استنباط مطلق از متن مورد بررسی باشد و جز آن را نتوان برداشت کرد، بلکه ممکن است ساختار فرهنگی و اجتماعی متفاوت و نگاه متنوع مفسران، باعث برداشت‌های به نسبت متفاوتی از متن در دست پژوهش شود (آسابرگر^۳، ترجمه اجلالی، ۱۳۷۹).

بنابراین، رمزگان متن سریال که همان نظام نشانه‌های حامل مفاهیم است، با رویکرد بررسی هویت فرهنگی و در چارچوب نظریه کاشت مورد مطالعه قرار گرفته است. در این روش، متن روایی در سه سطح واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی که مقوله‌های تحقیق را تشکیل می‌دهند، مورد تحلیل قرار گرفته است. هر یک از این سه سطح که در واقع مقوله‌های تحقیق را تشکیل می‌دهند به‌طور خلاصه به شرح زیر تعریف می‌شوند:

1. Edgar

2. McQuail

3. Asa Berger

سطح نخست: واقعیت

ظاهر، لباس، چهره‌پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سر و دست، صدا و غیره. این رمزهای اجتماعی را رمزهای فنی به کمک دستگاه‌های الکترونیکی رمزگذاری می‌کنند.

سطح دوم: بازنمایی

دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صدابرداری که رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند و رمزهای اخیر نیز بازنمایی عناصری دیگر را شکل می‌دهند، از قبیل: روایت، کشمکش، شخصیت، گفتگو، زمان و مکان، انتخاب نقش‌آفرینان و غیره.

سطح سوم: ایدئولوژی

رمزهای ایدئولوژی، عناصر فوق را در مقوله‌های «انسجام» و «مقبولیت اجتماعی» قرار می‌دهند. برخی از رمزهای اجتماعی عبارتند از: فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی، سرمایه‌داری، بنیادگرایی، سنت‌گرایی و غیره. در هر فرهنگ، آنچه واقعیت تلقی می‌شود، محصول رمزگان همان فرهنگ است. بنابراین، «واقعیت» همواره از قبل رمزگذاری شده است و «واقعیت محض» وجود ندارد. اگر این واقعیت رمزگذاری شده، از تلویزیون به نمایش گذاشته شود، رمزهای فنی و عرف‌های بازنمایی تلویزیون بر آن تأثیر می‌گذارند تا آن برنامه، به لحاظ فنی، قابل پخش باشد و متن فرهنگی مناسبی برای بینندگان فراهم کند. برای تشریح رمزگان سطح دوم (بازنمایی) از تبیین عملکرد ابزار فنی رمزگذاری و بیان نقش‌هایی که در ساخت روایت تصویری ایفا کرده‌اند، استفاده می‌شود:

نقش دوربین

انتخاب زاویه مناسب و به‌کارگیری حالت کانونی عمیق در تصویربرداری، باعث می‌شود بیننده به صحنه اشراف داشته باشد و به همین دلیل، آن را به‌طور کامل دریابد. بیننده، به‌طور عمده به این دلیل از واقع‌نمایی تلویزیون لذت می‌برد که احساس می‌کند همه چیز را می‌داند. به‌طور معمول در تلویزیون، فاصله دوربین از نمای متوسط تا نمای نزدیک است و این نوع نماها باعث ارتباط راحت و دوستانه بیننده با شخصیت‌های فیلم می‌شود.

تدوین

از نمونه‌های این رمزگان می‌توان به مدت زمان اختصاص یافته به هر یک از شخصیت‌های داستان و همچنین انتقال و جابه‌جایی تصاویر اشاره کرد.

موسیقی متن

منظور انواع اصوات و صداهای غیرکلامی است که در صحنه‌های گوناگون روایت تصویری، مفاهیم خاصی را تولید می‌کنند. البته موسیقی، خود به دو بخش موسیقی متن و فیلمنامه‌ای تقسیم می‌شود.

انتخاب بازیگران

بازیگرانی که نقش مردان یا زنان قهرمان یا تبهکار و یا نقش‌های فرعی فیلم را بازی می‌کنند، اشخاصی واقعی هستند که پیش از این حضورشان از طریق رمزهای اجتماعی به نحوی رمزگذاری شده است. اما این بازیگران همچنین شخصیت‌هایی در رسانه‌ها هستند که برای بینندگان وجود بین متنی دارند و معانی حضورشان نیز بین متنی است. آنها نه تنها باقیمانده نقش‌های دیگر را که بازی کرده‌اند با خود به همراه دارند، بلکه معانی را نیز از متن‌های دیگر می‌آورند.

زمان و مکان صحنه‌ها و لباس بازیگران

تفاوت‌های جسمانی در رمزهای اجتماعی زمان و مکان صحنه‌ها و لباس بازیگران، نشان‌دهنده رمزهای ایدئولوژیک طبقه اجتماعی، دلاوری و تبهکاری، اخلاق و جذابیت است. این رمزهای انتزاعی ایدئولوژیک، به صورت مجموعه‌ای از رمزهای اجتماعی عینی در یکدیگر ادغام می‌شوند و عینیت تفاوت‌های رمزهای اجتماعی، تضمینی برای حقیقی و طبیعی بودن رمزهای ایدئولوژیک است.

چهره‌پردازی

ادغام رمزهای ایدئولوژیک اخلاق، جذابیت، قهرمانی یا تبهکاری و متراکم شدن آنها در یک رمز اجتماعی عینی را همچنین در نحوه چهره‌پردازی، ریش و سبیل، کوتاهی و بلندی موی سر و ... می‌توان مشاهده کرد.

شیوه رفتار

شیوه رفتار بازیگران امری است که در چارچوب ایدئولوژی حاکم می‌گنجد. عرف‌ها و هنجارهای جامعه می‌تواند ملاکی برای تحلیل این گونه رفتارها باشد.

گفتگو

با استفاده از گفتگوهای متن فیلم که بین شخصیت‌های مثبت و منفی در می‌گیرد، بیننده می‌تواند با شخصیت‌های مثبت، همدلی و همذات‌پنداری و نسبت به شخصیت‌های منفی، ابراز خصومت و دشمنی کند.

رمزهای ایدئولوژیک

این رمزها و نیز رمزهای تلویزیونی که برای انتقال آنها به بیننده مورد استفاده قرار می‌گیرند، کاملاً در رمزهای ایدئولوژیک جای گرفته‌اند که خود حکم نشانه را دارند. اگر همان روش ایدئولوژیک را به منظور رمزگشایی اختیار کنیم که در رمزگذاری به کار می‌رود، فیلم مورد تحلیل را از دریچه چشم کسی خواهیم دید که تابع ایدئولوژی حاکم است و به تقویت آن می‌اندیشد. جایگاه قرائت یک متن یا فیلم، نقطه‌ای است که مجموعه رمزهای تلویزیونی، اجتماعی و ایدئولوژیک جمع می‌شوند تا معنای منسجم و یکپارچه‌ای را در متن ایجاد کنند. زمانی که معنای یک مجموعه تلویزیونی را به این شیوه درمی‌یابیم، خود تسلیم روشی ایدئولوژیک می‌شویم، یعنی ایدئولوژی غالب را حفظ می‌کنیم و بر حق می‌شماریم، پاداشمان نیز این است که بی‌هیچ دغدغه‌ای خصوصیات آشنای فیلم را تشخیص دهیم و به آنها بسنده کنیم.

در پژوهش حاضر، مجموعه تلویزیونی «خط‌شکن» (پخش شده از شبکه تهران) را به روش نمونه‌گیری هدف‌مند انتخاب کرده‌ایم و موضوع بازنمایی هویت فرهنگی را در آن مورد بررسی قرار داده‌ایم. برای این منظور، کل مجموعه را که شامل بیست‌ودو قسمت است، در نظر گرفته‌ایم و آن‌گاه، قسمت‌ها و صحنه‌هایی (۱۴ قسمت و ۱۶ صحنه) را که موضوع مورد پژوهش در آن به تصویر کشیده شده است، بازبینی و تحلیل کرده‌ایم. از آنجا که برای تحلیل هر متن روایی، به‌طور معمول کوچک‌ترین واحد تحلیل در نظر گرفته می‌شود، در این پژوهش نیز از همین روش استفاده شده است.

صحنه (سکانس)، جایگاهی میان کوچک‌ترین واحد روایی فیلم (نما) و کل فیلم دارد. در هر سکانس باید «وحدت زمان» حفظ شود زیرا هر سکانس در حکم پیگیری «یک واحد معنایی» است. اما «وحدت مکان» شرط ضروری یک سکانس نیست (احمدی، ۱۳۸۷، ص ۲۴۰).

تعمیم در تحلیل‌های کیفی و کمی، معانی متفاوت دارد. تعمیم تجربی یا آماری، به ظرفیت پژوهش کیفی برای کار بست مقولات از پیش تعیین شده، در مجموعه‌ای از مواد تجربی اشاره دارد که از این طریق به اعتبار بیرونی می‌انجامد. دو شاخص اصلی سنجش روایی تحلیل گفتمان عبارتند از: نظم و انسجام تحقیق و ارزیابی سودمندی مقوله‌ها و متغیرها. اما محاسبه قابلیت اعتماد مبتنی بر عدد و رقم در تحلیل‌های کیفی غیرممکن و حتی غیرضروری است (سروی زرگر، ۱۳۸۷، ص ۹۴).

شرح مختصری از داستان

سریال «خط‌شکن» که به سفارش ستاد امر به معروف و نهی از منکر نیروی مقاومت بسیج ساخته شده است، دارای مضمونی اجتماعی است و داستان خانواده‌ای مرفه و از هم گسیخته را روایت می‌کند. کورش کبیری، فرزند ارشد عتیقه‌فروشی به نام جاوید و خواننده‌ای تازه‌کار است که قصد دارد مجوز پخش اولین آلبوم خود را بگیرد، اما به دلایلی، مجوز به او داده نمی‌شود. وی که جوانی سرکش و شهرت‌طلب است، تصمیم می‌گیرد به همراه همسرش نازنین به امریکا برود. جاوید که مخالف است، سعی می‌کند نظر او را تغییر دهد و به همین دلیل نه تنها به او کمک مالی نمی‌کند، بلکه سعی دارد او را از همسرش، جدا کند. او در این راه دست به برخی کارهای غیرمنطقی هم می‌زند؛ از جمله اینکه نقشه می‌کشد با جاسازی موادمخدر در خانه کوروش او را به دام بیندازد و ...

کوروش که از نقشه‌های مختلف پدرش آگاه می‌شود، طرح دزدی از مغازه او را با همکاری تعدادی از دوستانش می‌ریزد. در میان محتویات گاوصندوق، کیفی می‌یابد که حاوی نقشه گنج است. آنان نقشه را به کمک نقشه‌خوان، کشف رمز می‌کنند و طی برنامه‌ای مفصل، به گنج مورد نظر دست می‌یابند. به موازات همه این وقایع، ماموران نیروی انتظامی به دنبال سارقان هستند و در نهایت هم آنان را دستگیر می‌کنند و ناکام می‌گذارند.

حاج قاسم (سیدمهدی هاشمی) نیز که شخصیت حامل پیام‌های ارزشی روایت است، نماد هویت فرهنگی مقبول جامعه محسوب می‌شود. او در قسمت‌های مختلف روایت، ایفای نقش مثبت را بر عهده می‌گیرد و در نهایت، ضامن آزادی افراد دستگیر شده می‌شود و خود بر اثر جراحات شیمیایی دوران جنگ به شهادت می‌رسد.

نکته‌ای که در تحلیل این مجموعه تلویزیونی باید مدنظر قرار گیرد، تحلیل بین‌متنی‌ای است که در مورد شخصیت‌های اصلی داستان یعنی جاوید و کوروش باید صورت گیرد. پیش از هر چیز باید یادآور شد که کوروش (حامد کمیلی) همان الیاسی است که در سریال اغما نقش‌آفرینی کرده است. دقت در حالات و رفتار و در کل، شخصیت‌پردازی او نشان می‌دهد که الیاس را با خود به این مجموعه تلویزیونی آورده است. همچنین در مورد جاوید که شخصیت او نیز شبیه شخصیت شوکت در سریال نرگس است. از سوی دیگر، حاج قاسم (سیدمهدی هاشمی) نیز با همان نقش بسیجی و شوخ‌طبعی همیشگی، در این مجموعه ایفای نقش می‌کند و گویی همه پیام‌های روایی خود را در اینجا نیز به همراه آورده است.

این موضوع خود می‌تواند در القای پیام و اثرگذاری بیشتر آن تأثیر داشته باشد. بیننده‌ای که با شخصیت‌های قبلی آشناست، با تداعی این ویژگی‌ها، از شخصیت‌های جدید انتظار همان کارهایی را دارد که در نقش‌های پیشین آنان دیده است. از این رو، این مجموعه تلویزیونی تا پایان، تأثیر مضاعفی به لحاظ شخصیت‌ها بر مخاطب به جا می‌گذارد.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های حاصل از این بررسی در دو دسته کلی تقابل هویت دینی و ملی و بازنمایی جنسیت و نژاد تشریح شده است:

۱. تقابل هویت دینی و ملی

اولین و مشخص‌ترین نشانه به‌کار رفته در فیلم را می‌توان نامگذاری شخصیت‌ها در نظر گرفت که به همراه برخی نشانه‌های دیگر در زیر تشریح می‌شود:

جاوید کبیری، پدر خانواده: مردی پولدار، صاحب مال و املاک فراوان اما

بی‌احساس و بی‌عاطفه. فردی که معیار همه ارزیابی‌هایش پول و مادیات است. خشک و خودرأی، معتقد به فرهنگ مردسالاری یا پدرسالاری است و برای کسب موقعیت برتر خود و خانواده‌اش، بدون باور به هنجارهای اخلاقی و مذهبی، دست به هر کاری می‌زند.

مهشید، مادر خانواده: اگر چه به دلیل برخوردار بودن از احساسات مادری و زنانه، به هنجارهای اخلاقی مورد پذیرش همگان نزدیک‌تر است، به هر حال همسر جاوید و مادر کوروش و کمند است که از فرهنگ خانوادگی خاص خود برخوردارند و دارای هویتی است که هنجارهای مقبول جامعه در او کم‌رنگ است.

کمند کبیری، دختر جاوید: او که به دانشگاه نیز راه یافته است، از لحاظ عقلی و شعور اجتماعی همچنان در دوران کودکی و خیال‌پردازی‌های خود سیر می‌کند. پیوسته در حال استفاده از اتاق‌های گفتگوی اینترنت، تلفن زدن و ... است و درکی بسیار پایین، مزاح‌گونه و مبتذل از زندگی دارد.

کوروش کبیری، پسر جاوید: برتری‌طلبی، خودرأیی، پول دوستی و ... را از پدر به ارث برده و تا اندازه‌ای نیز در برخی صفات از او پیشی گرفته است. فردی است که حتی به همان ارزش‌های سنتی که گاه مورد قبول جاوید نیز هست، اعتقادی ندارد. فردی با فرهنگ مردسالاری و بی‌اعتقاد به ارزش‌های ملی و مذهبی که با وجود اشتغال به کار هنری، از عواطف و احساسات لطیف انسانی بهره چندانی نبرده است.

بهزاد کبیری، برادر جاوید: او نیز که مانند برادر خود ثروتمند است، اگر چه کمی بیشتر به ارزش‌های سنتی و خانوادگی پایبند است، به هنگام حفظ منافع ابایی ندارد که هنجارهای انسانی را زیر پا بگذارد.

آرزو کبیری، دختر بهزاد: وی پس از ازدواج به ترکیه مهاجرت می‌کند و در پی آمال و آرزوهای خیالی، در خارج متوجه می‌شود زن دوم شوهرش است. زندگی‌اش از هم می‌پاشد و به ایران برمی‌گردد.

شاهین، پادوی جاوید: شاگرد ناوایی که به واسطه حمایت جاوید (البته با سرکوفت و تحقیر بسیار) موقعیت بهتری در زندگی کسب کرده است. هنگامی که شاکله زندگی جاوید از هم می‌پاشد، بر اثر استعداد ذاتی و با تجربه‌ای که در کنار جاوید کسب کرده، خوی تبهکاری‌اش بروز می‌کند و در نیرنگ و نارو زدن از دیگران جلو می‌افتد.

رستم (یادآور اسطوره بزرگ ایرانی)، عموی شاهین و فردی خلافاکار که در

بیغوله‌ای زندگی می‌کند و نقشه‌خوانی بلد است. ورزیده و خطرناک به نظر می‌رسد اما ترس او در حدی است که با یک تهدید ساده مامور نیروی انتظامی، وحشت‌زده می‌شود و لب به اعتراف می‌گشاید.

فرزین، پژمان، چاوشی، کیانوش، سیامک و ... از شرکا، دوستان و آشنایان جاوید کبیری و خانواده وی، همگی خلافکار، قاچاقچی عتیقه و دارای صفات رذیله‌ای هستند که شاخص تمایز آنان از اشخاص معتقد به هنجارهای فرهنگی مورد قبول عامه است. در این بین، تنها مجید، نام عربی دارد که آن هم با لقب رابین‌هود (قهرمانی که از زورگویان پول می‌گرفت و به فقرا می‌داد) بار ارزشی مثبتی را یدک می‌کشد.

در مورد شخصیت‌پردازی مجید رابین‌هود، به عنوان قهرمانی که در برابر شخصیت‌های منفی (با نام ایرانی اصیل) قرار می‌گیرد، می‌توان گفت ارزشی نهفته در رابین‌هود، شاید برای تطهیربخشی از رفتارهای ناهنجار و ضدفرهنگی وی رمزگذاری شده باشد. اما نکته اساسی این است که رابین‌هود یعنی قهرمانی که پول ستمگران را می‌دزدیده تا به افراد فقیر بدهد، قرن‌ها پس از عیاران مهرپرست ایرانی این کار را انجام می‌داده است.

در مقابل، حاج قاسم، استاد دانشگاه و جانباز شیمیایی، بسیار معتقد به ارزش‌های اخلاقی و مذهبی است حتی به قیمت از دست دادن جان خود حاضر نیست حقوق دیگران را ضایع کند همچنان که سلمان پسر او، دانشجوی ممتاز و موفق در دیگر مشغله‌های زندگی نیز همچون پدر مومن و معتقد به مبانی مذهبی و اخلاقی است و دوستان و آشنایان دیگر آنان نیز کم‌وبیش همین گونه‌اند.

سرایدار جاوید نیز بابا مسلم خوانده می‌شود. او با وجود آنکه سرایداری بیش نیست، با چهره‌ای کاملاً موجه و متعارف جامعه اسلامی، فردی با خدا و مومن می‌نماید. فردی آرام و خوش‌قلب که با دیدن وی احساس آرامش به انسان دست می‌دهد.

به این ترتیب آنچه در نگاه اول قابل مشاهده و درک است، ایرانی بودن نام شخصیت‌های منفی داستان است. از همه مهم‌تر اینکه شخصیت اصلی و منفی که محور داستان را شکل می‌دهد، کوروش کبیری است. با توجه به کاشت مؤلفه‌های فرهنگی که از طریق محتوای رسانه‌ای در ذهن مخاطبان جای می‌گیرد، آیا می‌توان برای چنین تضاد و تقابلی، توجیه و تفسیر مناسب یافت؟

جاوید در کار تجارت طلا و جواهر و عتیقه‌جات است. نگاه او به پدیده‌ها نیز بازاری و بر اساس ارزشگذاری ریالی است و به دلیل موقعیت و شرایط برتر مادی، از طبقات بالای جامعه به‌شمار می‌رود. همه اینها به نوعی، بیانگر تأثیر مدرنیته بر زندگی و هویت این افراد است. اما آنچه در روایت داستان شاهدیم، سرگردانی و نوسان او و خانواده‌اش بین سنت و مدرنیته است.

در بیشتر نماهایی که از منزل جاوید نشان داده می‌شود، گیرنده ماهواره همواره روشن است؛ و جالب‌تر اینکه هیچ کس توجهی به تلویزیون ندارد. این موضوع بیانگر نوعی تزلزل و سرگردانی هویت در عین رفاه‌زدگی است. تقریباً در همه گفتگوهایی که بین پدر و پسر در می‌گیرد، مادر هیچ نقشی ندارد و کاملاً منفعل و تماشاگر صرف است. اگر هم صحبتی داشته باشد، با پرخاش جاوید سرکوب می‌شود. این موضوع نیز نشانه‌ای از حاکمیت روحیه مردسالاری است که آن هم در واقع، نوعی تردید بین سنت و مدرنیته به‌شمار می‌رود.

۲. بازنمایی جنسیت و نژاد

در حوزه هویت فرهنگی و نظریه بازنمایی، دو مطلب مهم دیگر نیز وجود دارد که در مجموعه تلویزیونی خط‌شکن تصاویری از آن را شاهدیم: تبعیض جنسیتی و نژادپرستی. در کشور ما، به دلیل ویژگی‌های خاص اقوام مختلفی که در نهایت ملتی به نام ایران و ایرانی را تشکیل می‌دهند، استفاده از واژه نژادپرستی و بررسی تبعیض‌های آن در این قالب، شاید چندان مناسب و گویا نباشد، اما به دلیل گوناگونی اقوامی که در این مرز و بوم زندگی می‌کنند، طبیعی است که آداب و رسوم مختلف و در سطح کلان جامعه، خرده‌فرهنگ‌های بسیاری داشته باشیم. نگاه به این خرده‌فرهنگ‌ها، در بازنمایی روایت‌های تلویزیونی از آن جهت مهم است که گستردگی و نفوذ تلویزیون و توان بالقوه فرهنگ‌سازی آن، انکارناپذیر می‌نماید و به همین دلیل انتظار می‌رود که در این زمینه، برخورد منصفانه‌ای با ساخت و نمایش تصاویر خرده‌فرهنگ‌ها صورت گیرد.

اگر حجمی قابل اعتنا یا به قول کمی‌گرایان، معنادار از شخصیت‌های مثبت و غیر طنزگونه، از لهجه‌های مختلف مردمی استفاده کنند، می‌توان نتیجه گرفت که لهجه‌ها و گویش‌ها و هویت‌های مختلف مردمی به شکلی مثبت به تصویر کشیده شده‌اند، در غیر

این صورت به نظر می‌رسد که دیدگاهی محافظه‌کارانه و تمرکزگرایانه بر رسانه‌های شفاهی ایران حاکم است (میرفخرایی، ۱۳۸۵، ص ۷۷). یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد مجموعه تلویزیونی خط‌شکن اگر چه فقط در ارتباط با یکی از اقوام، تصاویری را نشان می‌دهد، در همین یک مورد نیز به دلیل اینکه شخصیت‌پردازی و لهجه خرده‌فرهنگی به نسبت طنزگونه است، نگاهی سطح پایین را (با توجه به رمزگان عینی، فنی و ایدئولوژی) در روایت داستان ارائه می‌کند.

اما در مورد مسائل جنسیتی و تبعیض‌های احتمالی که مورد بحث نظریه‌بازنمایی بوده است نیز همین روی کرد جنسیتی، در تصاویر بسیاری که از هویت اجتماعی و فرهنگی زن مشاهده می‌شود، وجود دارد. همچنان که در هر دو نوع زندگی این دو خانواده که به نسبت سنتی و مذهبی است و از دین برداشتی انقلابی، با مفاهیم جدید آن دارد و دیگری به واسطه وضعیت اقتصادی و موقعیت اجتماعی، تقریباً دچار استحاله هویتی و فرهنگی شده و در نتیجه رنگ و بوی مدرن به خود گرفته است، تبعیض جنسیتی را مشاهده می‌کنیم. تنها تفاوتی که بین آنها وجود دارد این است که روابط یکی در هاله‌ای از مفاهیم مذهبی تعریف می‌شود و دیگری غیرمذهبی است. تقسیم وظایف نیز در هر دو، با اندکی تفاوت، با رویکرد جنسیتی و سنتی صورت گرفته است. بنا بر سیر روایی داستان مجموعه، هدف از مفاهیم برساخته شده، برجسته کردن هویت مذهبی در برابر دیگر عناصر فرهنگی است، از این‌رو، شاخص‌های دینی در یک ستون و شاخص‌های ملی و مدرن در ستونی دیگر، در جدول ۱ تقسیم‌بندی شده‌اند:

جدول ۱- تقابل شاخص‌های هویت دینی در برابر هویت ملی و مدرن

شاخص‌ها	هویت دینی	هویت ملی و مدرن
خودرو، خانه و اثاث منزل	خانه اجاره‌ای، خودرو و لوازم معمولی ایرانی	خانه شخصی مجلل، لوازم تجملی ایرانی و خارجی
شغل و سطح درآمد	دولتی، فرهنگی یا درآمد متوسط پایین	تجارت، قانونی یا قاچاق با درآمد بسیار بالا
غذا و سبک غذا خوردن	سنتی، همراه خانواده	سنتی و غیره، اغلب جداگانه در رستوران
آرایش صورت	ریش (مردان)، باحجاب (زنان)	بدون ریش (مردان)، بی‌حجاب (زنان)
نام و لقب	از فرهنگ دینی	از فرهنگ ملی و غیره
لباس و مدل مو	ساده، غیررسمی و معمولی	رسمی (گاه با نشانه‌های غربی) و زل زده
لحن کلام، سلام و خداحافظی	محترمانه، مطابق عرف	غیرمحترمانه
اطوار پژوهی و تکیه کلام	مبتنی بر آموزه‌های مذهبی	مبتنی بر آموزه‌های کوچه بازاری و مدرن
هاله رنگی	سبز	زرد و قرمز
تابلوه‌ها و تزئینات	معمولی با نشانه‌های دینی و انقلابی	نقاشی‌های سبک غربی
نوع مطالعات	مطالب مذهبی	مطالب انتقادی مذهبی
اوقات فراغت	اضافه‌کاری	بازی رایانه‌ای، چت و ...
تعامل با خانواده و دوستان	حقیقی، با حسن ظن، فداکارانه	اعتباری، با سوءظن، منفعت‌طلبانه
روابط اجتماعی	متواضعانه و سازگار	برتری‌طلب و ناسازگار
توتم‌ها، افتخارات و علقه‌ها	ارزش‌های مذهبی و انقلابی	ارزش‌های مدرن و مادی
برخورد با نیازمندان	دستگیری از آنان	دستگیری (در صورت نداشتن زیان)، بی‌تفاوت
تربیت فرزندان	متعادل، مؤمن، کوشا، موفق	نامتعادل، بی‌اعتقاد، گاه بی‌تلاش، ناموفق
نگاه نژادی و جنسیتی	اعتقاد به برابری	اعتقاد به تبعیض
وحدت‌گرایی	جمع‌گرا	فردی / جمع‌گرا
اعتقادات نظری و عملی دینی	معتقد به هر دو	بی‌اعتقاد (یا کمی اعتقاد نظری)
قانون‌مندی	قانون‌گرا	قانون‌گریز
رابطه دین و حکومت	اعتقاد به حکومت دینی	اعتقاد به سکولاریته

شاخص‌های عینی هویت فرهنگی

شاخص‌های ذهنی هویت فرهنگی

نتیجه‌گیری

فن «مایه‌کوبی» اسطوره حاکم بر کل مجموعه روایت است. در طول داستان، نگاه مادی خانواده جاوید و نزدیکان او به زندگی و دنیا به عنوان عامل اصلی مشکلات اجتماعی و فرهنگی، مطرح شده است و چنان که از تحلیل روایت برمی‌آید، مشکلات خانوادگی و تربیتی شخصیت‌های منفی داستان، به‌طور عمده به همین نحوه نگرش به زندگی و بویژه خلا هویت دینی برمی‌گردد. اما علل و عوامل ریشه‌ای که به سردرگمی افرادی چون نازنین و کوروش منجر می‌شود، و همچنین ریشه معضلاتی که به خلافکار شدن مجید و ... می‌انجامد، مورد توجه قرار نگرفته است. فن مایه‌کوبی روشی برای توجیه مشکلات و بیان مفاهیم و الگوهای مورد نظر رمزگذار در مجموعه است.

با توجه به برجسته کردن عناصر دینی هویت، در شخصیت حاج قاسم از یک‌سو و برجسته کردن عناصر ملی در شخصیت کوروش و اطرافیان او از سوی رمزگذار، و نیز با توجه به تقابل و تضادی که بین این دو مؤلفه هویتی ایجاد شده است، می‌توان نتیجه گرفت که رمزگذار، تلاش خود را بر این نهاده است که مؤلفه‌های ملی هویت را در موقعیتی پایین و درست در مقابل ارزش‌های دینی قرار دهد زیرا تقریباً در هیچ یک از صحنه‌های مجموعه، نشانه‌های هویت ملی را در جایگاه ارزشی نمی‌بینیم.

با تحلیل شرایط حاکم بر جنگ، این نکته به اثبات می‌رسد که کشور، تنها با بهره‌مندی از عنصر هویت اسلامی و ملی خود، توانسته است در مقاومت هشت ساله، رو در روی تهدیدهای ویرانگر بیرونی ایستادگی کند. این تحلیل با توجه به وضعیت نظام بین‌الملل و روحیه متخاصم این نظام علیه انقلاب اسلامی و نیز بررسی میزان توانمندی ابزارهای اقتصادی و نظامی کشور در سطوح سخت‌افزاری، کاملاً واقعی به نظر می‌رسد (ولی‌پور، ۱۳۸۴، ص ۱۲۰). بنابراین نمی‌توان جایگاه ملیت را در هویت فرهنگی کشور نادیده انگاشت.

آنچه در روایت مجموعه، به عنوان نشانه‌ها و عناصر هویت فرهنگی بازنمایی شده است، بیشتر در مضامین گفتاری و گفتمان نهفته است. ما، در این مجموعه با نشانه‌های عینی و بخصوص شخصیت‌پردازی بازیگران، به عنوان مؤلفه‌هایی از هویت فرهنگی خود مواجه هستیم. اما اگر بخواهیم توجهی دقیق‌تر به نشانه‌ها و شاخص‌های هویت فرهنگی داشته باشیم، خواهیم دید که در بین سه سطح مورد بررسی (ملی، دینی و

مدرن)، این هویت و فرهنگ دینی است که از نقش ارزشی و مثبت برخوردار است و در مقابل، هویت ملی و مدرن را با بار ارزشی کمتر می‌بینیم. مضمون اصلی این مجموعه اجتماعی است، اما به دلیل آنکه نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی و هویتی را نیز به‌طور به نسبت گسترده‌ای مورد مذاقه قرار داده است، ارائه راهکار برای حل مشکلات، به مسائل فرهنگی نیز می‌انجامد. آنجا که حاج قاسم برای بیان ارزش‌های مثبت و ارائه راهکار حل مشکلات، ایفای نقش می‌کند، در واقع نقاط ضعف هویتی و فرهنگی را که به دلایل گوناگون به چالش کشیده شده است، نشان می‌دهد و با رفتار و گفتار خود به حل آنها همت می‌گمارد. البته در اینجا نیز چشم‌پوشی سازندگان سریال را به مسائلی که از اهمیت بالایی نیز برخوردارند، شاهدیم. برای نمونه، فروش آثار فرهنگی که تحت تأثیر نگرش خاص سازندگان، مورد بی‌توجهی قرار گرفته است.

سکه‌های مورد بحث در روایت داستان، از آثار فرهنگ و هویت فرهنگی کشور هستند که بی‌توجهی آشکار سازندگان مجموعه را در پرداختن به موضوع کشف و فروش آنها به وضوح شاهدیم. این بی‌توجهی در حالی است که موضوع کشف سکه‌ها، از موضوعات محوری داستان نیز هست و همین موضوع در ذهن مخاطب کشت می‌شود. مخاطب طی مواجهه با روایت مجموعه، بویژه صحنه‌های پایانی که تمام‌کننده پیام‌های اخلاقی و اجتماعی است، در ذهن خود فرودستی ارزش‌های ملی و در نهایت، بخش مهم هویت خود را می‌پروراند. با وجود آنکه بیشترین زمان مجموعه را موضوع محوری سکه‌های دفن‌شده و تلاش برای کشف و در نهایت فروش آنها را تشکیل می‌دهد، نسبت به قبیح شمردن این امر (فروش آثار فرهنگی) و حتی چندوچون سرنوشت این سکه‌ها، هیچ توجهی نشان داده نمی‌شود.

«فرهنگ هنگامی پویاست که بتواند به چالش‌های هویتی ایجاد شده از طریق فرایند دردناک توسعه در روایات رسانه‌ای امروز پاسخ دهد ... تنها راه بقای هویت‌ها و فرهنگ‌های موجود در جهان سوم، ارائه پاسخ‌های مناسب به اعضا، با استفاده از شیوه‌های مناسب، یعنی روایات رسانه‌ای است (میرفخرایی، ۱۳۸۴، ص ۲۱۳). اما در روایت این مجموعه به نظر نمی‌رسد پاسخ قانع‌کننده‌ای به چالش‌های فرهنگی و هویتی موجود ارائه شده باشد.

از این رو در صحنه‌های مختلف روایت مورد بررسی، عنصر واقع‌بینی، کمترین نقش را دارد و آن چنان که باید و شاید به واقعیت‌های ملموس جامعه توجهی نشده است. درست است که بر اثر ورود مدرنیته، جامعه به چالش‌های فرهنگی و اجتماعی مبتلا می‌شود، اما این امر موضوعی تک بعدی نیست، بلکه مسئله‌ای است که از ابعاد گوناگون روان‌شناسی فردی و اجتماعی، ابعاد فرهنگی، اقتصادی و ... باید مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. در این بین آنچه بیشتر اهمیت دارد، آسیب‌شناسی معضلات فرهنگی جامعه است. ما در این سریال کمترین توجه را به علل و عوامل اصلی چالش‌های فرهنگی مشاهده می‌کنیم.

پیشنهادها

نقش فرهنگ‌سازان و نخبگان در زمینه مسائل فرهنگی، بسیار مهم است زیرا آنان هستند که ذائقه فرهنگی و رویکردهای جدید را می‌آفرینند و در بازسازی و کمال می‌توانند نقش عمده‌ای ایفا کنند. صداوسیما و به‌طور کلی، رسانه‌ها، می‌توانند بسیاری از مسائل فرهنگی را پوشش دهند. با تولید و پخش یک فیلم یا مجموعه نمایشی، می‌توان باوری را تغییر داد. صداوسیما به عنوان رسانه ملی و «دانشگاه عمومی»، باید در زمینه تربیت و آموزش مردم بویژه جوانان نهایت دقت و وسواس را به خرج دهد. واضح است که رسانه‌ها و در رأس همه تلویزیون، مهم‌ترین توان و مسئولیت را در زمینه آموزش و اطلاع‌رسانی بر عهده دارند و با پخش برنامه‌های نمایشی و آموزنده، مهم‌ترین نقش را در ایجاد یا تغییر نگرش و رفتار شهروندان ایفا می‌کنند. به همین ترتیب، سازندگان محصولات فرهنگی، در زمینه هویت فرهنگی لازم است، به منظور تقویت و روزآمد شدن باورهای فرهنگی از نظر ملی، مذهبی و در برخی موارد ارزش‌های مورد تأیید مدرنیته، تدابیری بیندیشند و با نمایش سریال‌ها و فیلم‌های مفید و مناسب با تقویت و رشد این باورها، هویت فرهنگی کلان جامعه را مستحکم‌تر کنند. بی‌تردید رسانه‌ای شفاهی چون تلویزیون تأثیر به مراتب بیشتری نسبت به رسانه‌های مکتوب خواهد داشت. و این امر حساسیت و انتظار از دست‌اندرکاران آن را بیشتر می‌کند. به همین دلیل و با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود تولیدکنندگان محتواهای روایی تلویزیون، در تولیدات خود به موارد زیر توجه کنند:

۱. از آنجا که تولیدات نمایشی تلویزیون، حاصل کار نویسندگان داستان و فیلم‌نامه است، بیش و پیش از هر چیز، مصالح و ارزش‌های جامعه را در داستان خود باید مدنظر قرار دهند.
۲. مسائل فرهنگی و اجتماعی و در کل، موضوعاتی که به نگرش و باورهای جامعه مربوط می‌شوند، از چنان ظرافتی برخوردارند که دقت در همه جوانب را می‌طلبد. مشکلات فرهنگی را باید با زبان فرهنگ پاسخ گفت، در غیر این صورت، جز سردرگمی و پیچیدگی بیشتر حاصلی در پی نخواهد داشت.
۳. از آنجا که الگوهای مفهومی سازندگان برنامه‌های تلویزیونی، بیشترین نفوذ و تأثیرگذاری را در جامعه دارد، این افراد مسئولیت به مراتب سنگین‌تری در تولیدات خود بر عهده دارند تا به دور از سوگیری و تبعیض، محتوای برنامه‌ها را در قالب ارزش‌های واقعی جامعه ارائه کنند.
۴. امروزه جوامع در عصر فناوری و اطلاعات زندگی می‌کنند. مخاطب امروز را نمی‌توان همچون گذشته، فاقد اطلاعات و پذیرنده صرف تلقی کرد. دسترسی به محتواهای رسانه‌ای داخلی و خارجی از تنوع و گستردگی زیادی برخوردار است. بنابراین برای جلوگیری از ناهنجاری‌های فرهنگی و اجتماعی، لازم است سازندگان برنامه‌های تلویزیونی با واقع‌بینی به تمامی ابعاد فرهنگی (ملی، دینی و مدرنیته) توجه منصفانه داشته باشند تا مخاطبان را بیش از پیش جذب کرده و الگوهای مورد پسند عامه را با توجه به نیازهای روز عرضه نمایند.
۵. همان گونه که از نتایج پژوهش‌های مرتبط پیشین و یافته‌های این پژوهش برمی‌آید، در زمینه هویت فرهنگی، بیشترین توجه، معطوف به هویت دینی و مذهبی بوده است. این موضوع اگر موجب موضع‌گیری منفی مخاطبان در برابر الگوهای القایی به آنان نشود، دست‌کم، به تک‌بعدی شدن آنان در برابر تعاریف ارائه شده از هویت خود و جامعه منجر خواهد شد؛ که در هر صورت به ایجاد و تقویت بحران‌های فرهنگی و هویتی کمک خواهد کرد. از این‌رو، در تولیدات برنامه‌های تلویزیونی لازم است تمامی ارزش‌های فرهنگی مدنظر قرار گیرند.
۶. به یمن پیشرفت رسانه‌های سایبر و دستگاه‌های چندرسانه‌ای، آحاد مردم و بویژه زنان در معرض این گونه منابع اطلاع‌رسانی و سرگرمی قرار گرفته‌اند و خواه ناخواه

مخاطبانی در برابر مفاهیم القایی این رسانه‌ها به‌شمار می‌روند. برای روشنگری و معرفی ارزش‌های بومی، نمی‌توان تک‌بعدی و کلیشه‌ای برخورد کرد. با مخاطبان امروزی باید به زبان روز، با منطق و به دور از دستورالعمل‌های سفارشی سخن گفت. در غیر این صورت، سردرگمی، دلزدگی و در نهایت، گریز به سوی دیگر رسانه‌ها را شاهد خواهیم بود.

۷. ایران، کشوری با غنای فرهنگی کم‌نظیر و کهنی است که طی هزاران سال، از بطن اقوام و طایفه‌های گوناگون، هویت فرهنگی ما را به گونه‌ای یکپارچه شکل داده است. سازندگان برنامه‌های تلویزیونی باید نسبت به تمامی خرده‌فرهنگ‌های موجود در کشور موضعی منصفانه و برابر داشته باشند، به گونه‌ای که با تقویت محتوا و بار ارزشی برنامه‌های خود درباره هنجارهای خرده‌فرهنگ‌ها، نه تنها در مسیر جذب بیشتر مخاطبان گام نهند، بلکه تلاش خود را در راه اتحاد و انسجام ملی صرف کنند.

۸. دین و مذهب نیز در ایران متنوع است. در دوره‌های بحرانی، همچون جنگ و ... تمامی مردم با هر فرقه و مذهبی، در راه حفظ کیان میهن خود گام برداشته‌اند؛ از این رو، توجه به ادیان و مذاهب دیگر نیز عاملی است که به پربار شدن برنامه‌ها و جذب مخاطبان بیشتر و نیز ارج نهادن به باورهای آنان منجر خواهد شد و در نهایت موجبات انسجام و اتحاد مردمی را در سطح کلان کشور فراهم خواهد کرد.

۹. زبان یکی از مهم‌ترین عوامل پیوند مردم جامعه است. گویش‌ها و لهجه‌های معمول در جامعه از سرمایه‌های کهن و ارزشمند این مرز و بوم به‌شمار می‌روند. دادن نقش‌های صرفاً خنده‌دار (کمیک) به این لهجه‌ها، نگرشی سوگیرانه است که منجر به جدایی و شکاف اجتماعی خواهد شد. بنابراین برنامه‌سازان باید در تولیدات خود دارندگان این لهجه‌ها را در نقش‌های جدی نیز نمایش دهند.

۱۰. با وجود آنکه مدرنیته در یک صد سال اخیر، عاملی از عوامل بحران هویت فرهنگی مردم ما بوده است، موضع‌گیری مطلق و خصمانه نسبت به آن، منطقی و واقع‌بینانه به نظر نمی‌رسد. با توجه به پویایی مفاهیم و معانی هویت فرهنگی، نفوذ برخی عناصر مدرنیته در فرهنگ ما امری ناگزیر است. بنابراین لازم است در تولیدات تلویزیونی خود، به موازات تقبیح ارزش‌های منفی آن، ارزش‌های مثبت را بپذیریم و با بومی کردن آن در ارتقای هویت فرهنگی خود و تضمین سلامت جامعه گام برداریم.

۱۱. فرهیختگان و هنرمندان متعهد، با برخورداری از تخصص، تولیدات خود را بر

اساس واقعیت‌های جامعه شکل می‌دهند و با شناخت کافی از معضلات و انحرافات اجتماعی، تلاششان را در ارائه راه‌کارهای منطقی برای حل آنها مصروف می‌دارند. شعاری عمل کردن و نداشتن نگاه آسیب‌شناسانه به مشکلات اجتماعی و فرهنگی، هم خطر «کشت» الگوهای ناهنجار در ذهن مخاطبان را دارد و هم ممکن است با نوعی تأثیر خنثی، صرفاً عاملی برای وقت‌کشی مخاطبان باشد.

۱۲. بسیاری از جوامع امروزی به سوی تفرد پیش رفته‌اند؛ بویژه با ظهور پست‌مدرنیسم، مناسباتی چون پدرسالاری (مردسالاری) در برابر چالش جدی قرار گرفته‌اند. لذا نمی‌توان تأثیر این جریانات را در ذهن مخاطبانی که در معرض رسانه‌های گوناگون هستند، نادیده گرفت. سازندگان برنامه‌های تلویزیونی باید چگونگی برخورد با این گونه مسائل را در دستور کار خود قرار دهند. به نظر می‌رسد طرد یا پذیرش مطلق این مفاهیم نمی‌تواند منطقی و عاقلانه باشد. بنابراین لازم است بر اساس نیازهای روز جامعه و با توجه به هنجارهای آن، مفاهیم پدرسالاری (مردسالاری) و ... بازنمایی شوند.

در مجموع، امروزه تلویزیون را نمی‌توان تنها وسیله‌ای برای پرکردن اوقات فراغت دانست. بمباران اطلاعاتی و هجوم رسانه‌های خارجی، مفاهیم و الگوهای برساخته خود را به همراه می‌آورند. خواه ناخواه دسترسی به رسانه‌های متنوع و پرنفوذ غیررسمی داخلی و خارجی به راحتی امکان‌پذیر است. این امر بویژه در زمینه‌های فرهنگی و سیاسی، می‌تواند خطر ایجاد شکاف را در پی داشته باشد. از این‌رو، مسائلی از قبیل تبعیض جنسی، قومی و نژادی، دینی و مذهبی و حتی سیاسی و اقتصادی، که در دوره کنونی حساسیت بالایی دارند، باید با نگاهی منطقی و مناسب مورد مذاقه قرار گیرند و در تولیدات محتوایی تلویزیون به عنوان عامل مهمی برای حفظ و تقویت انسجام جامعه و تضمین سلامت آن در نظر گرفته شوند.

عناصر ملی همچون زبان فارسی و آداب و سنن مرسوم و پسندیده باستانی، پایه‌های اصلی هویت ایرانی را تشکیل می‌دهند. پس از آن دین و مذهب بخش مهمی از هویت فرهنگی ما را شکل داده است و در تاریخ معاصر نیز مدرنیته کم‌وبیش به عنوان مهمان ناخوانده‌ای در مؤلفه‌های فرهنگی ما نفوذ کرده است. تولیدکنندگان تلویزیونی ناچار از تولید محتوای رسانه‌ای خود بر اساس این سه عنصر فرهنگی در

کنار هم هستند؛ در غیر این صورت، هم چنان باید شاهد سردرگمی‌های هویت فرهنگی، بویژه در بین نوجوانان و جوانان باشیم.

در پایان لازم است بار دیگر بر چند نکته تأکید شود؛ نخست اینکه، امروز هویت فرهنگی ایرانیان، در وضعیتی مبهم و سطحی قرار دارد و به دلیل همین ضعف، با چالش‌های جدی مواجه است. دوم، تلاش در راه بازتعریف و تعمیق هویت فرهنگی (و تعریف آن از دیدگاه‌های نو) امری حیاتی و ضروری است. سوم، مفهوم هویت فرهنگی، جزء مقولات تجویزی و تحمیلی نیست، بلکه باید از درون جامعه بیرون بیاید و وفاق جمعی و ملی بر سر آن وجود داشته باشد. چهارم، باید عزمی ملی و سیاسی برای ارتقای آن ایجاد شود و برنامه‌ریزی کلانی برای آن صورت پذیرد. پنجم، تمامی امکانات کشور و همه ایرانیان بسیج شوند تا این مهم اتفاق بیفتد و ششم در تعریف هویت فرهنگی نوین، مفهومی ساخته شود که بیشتر جنبه پویایی و حرکت داشته باشد تا ایستایی و تقید. درواقع بیشتر بر آموزش و جا انداختن روش‌شناسی تفکر هویتی (یعنی فرایند فهم، تحلیل، ساخت، نقد و ارتقا) تأکید شود تا بر یک یا چند تعریف خاص و مشخص (به عنوان هدف و نهایت هویت).

منابع

- آسابرگر، آرتور. (۱۳۷۹). *روش‌های تحلیل رسانه‌ها* (ترجمه پرویز اجلالی). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- احمدی، بابک. (۱۳۸۷). *از نشانه‌های تصویری تا متن*. تهران: نشر مرکز.
- اشرفی، اکبر. (۱۳۸۰). *هویت فرهنگی در عصر مشروطه*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲۲ و ۲۳، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- اطهری مریان، سیدحسین. (۱۳۷۹). *تبادل فرهنگ‌ها*. فصلنامه مطالعات ملی، ۶، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- بودریار، ژان. (۱۳۸۰). *فرهنگ رسانه‌های گروهی* (ترجمه شیده احمدزاده). فصلنامه ارغنون، ۱۹، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- رهبری، مهدی. (۱۳۸۰). *بحران هویت فرهنگی در ایران معاصر*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲۲ و ۲۳، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

- ستاری، جلال. (۱۳۸۰). *هویت ملی و هویت فرهنگی*. تهران: نشر مرکز.
- سروی زرگر، محمد. (۱۳۸۷). *بررسی بازنمایی ایران در سینمای هالیوود*. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- عیوضی، محمدرحیم. (۱۳۸۰). *هویت دینی و چالش‌های آن*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲۲ و ۲۳، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- غرایق زندی، داود. (۱۳۸۴). *هویت و نوگرایی در ایران: نگاه شناخت‌شناسانه*. فصلنامه مطالعات ملی، ۲۱، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- فیسک، جان. (۱۳۸۰). *فرهنگ تلویزیون (ترجمه مژگان برومند)*. فصلنامه ارغنون، ۱۹، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۲). *نشانه‌های موسیقی پاپ*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۵، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کوثری، مسعود و دیگران. (۱۳۸۳). *جهانی شدن، هویت و بریکولاژ فرهنگی: مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی شدن*. تهران: موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- گروه آموزشی علوم اجتماعی استان اصفهان. (۱۳۸۶). *مروری بر مبانی نظری مرتبط با هویت*. بازیابی، ۲۵ مرداد از: www.mardomsalari.com/Template/News
- گیرو، پیر. (۱۳۸۰). *نشانه‌شناسی (ترجمه محمد نبوی)*. تهران: نشر آگاه.
- معظم‌پور، اسماعیل. (۱۳۸۰). *هویت فرهنگی در عصر رضاشاه*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲۲ و ۲۳، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- مقصودی، مجتبی. (۱۳۸۰). *قومیت‌ها و هویت فرهنگی ایران*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲۲ و ۲۳، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- مک کوئیل، دنیس. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی (ترجمه پرویز اجالالی)*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۷). *رسانه‌ها و بازنمایی*. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- میرفخرایی، تزا. (۱۳۸۴). *روایت رسانه‌ای و توسعه اجتماعی؛ ارتباطات و توسعه*. فصلنامه رسانه، ۶۴، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات.
- میرفخرایی، تزا. (۱۳۸۵). *زبان، رسانه و بازنمایی هویت*. فصلنامه پژوهش و سنجش، ۴۸، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

ولی‌پور زرومی، سیدحسین. (۱۳۸۴). هویت ملی و دفاع مقدس. فصلنامه مطالعات ملی، (۲)، ۲۳، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.

هیل، جان. (۱۳۸۱). پسامدرن و فیلم (ترجمه الهه دهنوی). فصلنامه ارغنون، ۲۰.

Hecht, M.L. & et al. (1993). **The Communication theory of identity.**

Colorado: NCAR.

Van den Bluck. H. (2001). Public Service Television and National Identity as a Project of Modernity: The Example of Flemish Television, **Media, Culture & Society**, V. 23 (1).

Watson, I. (2002). Irish-Language Broadcasting: History, Ideology and Identity, **Media, Culture & Society**, V. 24 (6).

