

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



دانشگاه علم و فرهنگ

گروه مطالعات فرهنگی

بازنمایی هویت مشترک فرهنگی فارسی زبانان در تلویزیون فارسی بی بی سی

(مطالعه موردی برنامه های فرهنگی وارتباطی درسال ۱۳۸۸)

پایان نامه کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی

سمیه السادات بخیرنیا

استاد راهنما

دکتر هادی خانیکی

۱۳۸۹

چکیده

رادیو، تلویزیون، فیلم و سایر محصولات فرهنگ رسانه‌ای، متونی را تولید می‌کنند که هویت‌های ما، برداشت ما از خویشتن، تصور ما از مرد یا زن بودن، ادراک ما از طبقه، قومیت و نژاد، ملیت، جنسیت و «ما» و «آنها» را می‌سازند. افزایش چشمگیر تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در سال‌های گذشته و وارد شدن رسانه‌ی نامداری چون بی بی سی در این میدان، لزوم توجه به این پدیده را بیشتر می‌کند. شعار محوری تلویزیون بی بی سی فارسی در میان برنامه‌ها «تصویرگر پیوندها»ست، بر همین اساس این تحقیق در پی آن بوده است تا چگونگی بازنمایی این پیوند هویت فارسی زبانان در تلویزیون فارسی بی بی سی را مورد بررسی قرار دهد و به این منظور تعداد یازده برنامه در دسترس این تلویزیون در خلال سال ۱۳۸۸ تحلیل گفتمان شده است. این یازده برنامه سمت و سویی متفاوت داشته اند اما نتیجه تحلیل گفتمان آنها این شد که هویت فرهنگی فارسی زبانان که در تلویزیون فارسی بی بی سی بازنمایی می‌شود، بر پایه مولفه‌های ایرانی و مدرن هویت ایرانیان قرار دارد. به این ترتیب می‌توان گفت بی بی سی با برجسته سازی این دو مولفه و به حاشیه راندن مولفه اسلامی هویت ایرانیان که با تکیه بر ارزش‌های سکولار می‌باشد، این بازنمایی را انجام می‌دهد. هویت بازنمایی شده، ترکیبی ظریف و پیچیده از امر خاص و محلی با امر عام و جهانی است.

واژگان کلیدی: اسلام سیاسی، بی بی سی، بازنمایی، خاص گرایی فرهنگی، سکولاریسم، عام گرایی فرهنگی، هویت ایرانی،

هویت دینی، هویت مدرن

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات
۱	۱-۱- طرح مساله
۳	۲-۱- ضرورت و اهمیت موضوع
۵	۳-۱- پیشینه پژوهش
۵	۴-۱- اهداف پژوهش
۶	۵-۱- پرسش های اصلی پژوهش
۶	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق
۷	۱-۲- هویت و سیر تحول رویکردهای هویتی
۷	۱-۱-۲- مفهوم هویت
۸	۲-۱-۲- رویکردهای هویتی
۱۱	۳-۱-۲- هویت ملی و قومی
۱۴	۴-۱-۲- هویت ایرانی، اجزای آن و حوزه تمدن ایرانی
۲۰	۵-۱-۲- بحران هویت
۲۲	۶-۱-۲- بازسازی هویت
۲۶	۲-۲- رسانه و حدود تاثیرگذاری آن

۲۶	۱-۲-۲- ارتباطات و فرهنگ
۲۸	۲-۲-۲- چيستی و چگونگی تاثیرگذاري ارتباطات
۳۱	۳-۲-۲- هويت فرهنگي و تأثير تلویزیون
۳۷	۴-۲-۲- بی بی سی و سیر تحول رسانه ای آن
۴۷	۳-۲- چارچوب مفهومی
۵۳	فصل سوم: روش شناسی
۵۳	۱-۳- مبانی روش شناختی پژوهش
۵۳	۱-۱-۳- نظریه گفتمان
۵۴	۲-۱-۳- مکاتب گوناگون تحلیل گفتمان
۶۲	۲-۳- روش انجام تحقیق و ابزار گردآوری اطلاعات
۶۲	۳-۳- جامعه آماری و تعداد نمونه و روش نمونه گیری
۶۴	فصل چهارم: یافته ها
۶۷	۱-۴- تحلیل گفتمان متن اول (برنامه به عبارت دیگر: گفت و گو با مهناز افخمی)
۷۷	۲-۴- تحلیل گفتمان متن دوم (برنامه به عبارت دیگر: گفت و گو با عبدالکریم سروش)
۹۰	۳-۴- تحلیل گفتمان متن سوم (برنامه به عبارت دیگر: گفت و گو با نرگس کلهر)
۱۰۲	۴-۴- تحلیل گفتمان متن چهارم (برنامه امروزی ها: منشور جهانی حقوق بشر)
۱۱۱	۵-۴- تحلیل گفتمان متن پنجم (برنامه امروزی ها: آرزوی بازیگری)

۱۲۲	۴-۶- تحلیل گفتمان متن ششم (برنامه نوبت شما: جداسازی جنسیتی)
۱۳۵	۴-۷- تحلیل گفتمان متن هفتم (برنامه نوبت شما: فرزندخواندگی)
۱۴۲	۴-۸- تحلیل گفتمان متن هشتم (برنامه نوبت شما: طلاق)
۱۴۷	۴-۹- تحلیل گفتمان متون نهم، دهم و یازدهم (سه میان برنامه)
۱۵۱	فصل پنجم: جمع بندی و نتیجه گیری
۱۵۱	۵-۱- جمع بندی و نتیجه گیری
۱۵۳	۵-۲- تنگناها
۱۵۴	۵-۳- پیشنهادات
۱۵۵	فهرست منابع

فصل اول

کلیات

۱ ۴ - طرح مساله

بی بی سی^۱ به معنی بنگاه سخن پراکنی بریتانیا قدیمی ترین و بزرگترین بنگاه پخش در سرتاسر جهان است. فعالیت اصلی بی بی سی تولید برنامه و سرویس های خبری است. شعار بی بی سی این است: «هر ملت باید با صلح و آرامش با ملتی دیگر صحبت کند» [۱]. شبکه های رادیویی بی بی سی به زبان های مختلف بیش از هفتاد سال است که در مناطق گوناگون فرهنگی جهان پرنفوذ و تاثیرگذار بوده اند. با گسترش دامنه فعالیت های این رسانه در قالب تلویزیون، ضریب و دامنه این نفوذ بیشتر شده است. خبرگزاری فرانسه^۲ در گزارشی از راه اندازی تلویزیون فارسی بی بی سی با اشاره به فعالیت رادیوی فارسی بی بی سی از سال ۱۳۱۹ هجری خورشیدی (۱۹۴۰ میلادی) و ۷۰۰ هزار نفر کاربر پایگاه وب فارسی بی بی سی نوشت: «راه اندازی شبکه تلویزیونی فارسی زبان، بخشی از استراتژی بلندمدت بی بی سی است تا رسانه ای مناسب برای هر بخش و منطقه از جهان داشته باشد.» بنابراین گزارش، جمعیت ۱۰۰ میلیون نفری فارسی زبان در منطقه که ۷۰ میلیون نفر از آنها در ایران، ۲۰ میلیون تن در افغانستان و ۱۰ میلیون نفر بقیه در تاجیکستان و آسیای مرکزی زندگی می کنند، مورد توجه قرار گرفته اند [۲].

واقعیت های ارتباطی، نظیر «قرار گرفتن مخاطبان ملی در برابر رسانه های فراملی»، «آسانی دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات^۳»، «رقابت های جدید رسانه ها در عرصه بین المللی برای دسترسی به مخاطب» و «کاربرد اصول و شیوه های حرفه ای در اطلاع رسانی»، در کنار تاثیرگذاری عوامل سیاسی و محدودیت ها در درون مرزهای ملی برای جذب بیننده، شنونده و خواننده در سطح بین المللی، موجب شده اند که جلب افکار عمومی در محیط های ملی و گسترش دایره اثربخشی رسانه، از راهبردهای شبکه های فراملی مثل بی بی سی به حساب آیند. در واقع این گونه شبکه ها برای محیط هایی برنامه پخش می کنند که در آنجا مخاطب داشته باشند، رقابت های بین المللی وجود داشته باشد، بخواهند در آنجا بر افکار عمومی اثر بگذارند و از آن طریق تغییری در سلوک و رفتار اجتماعی و سیاسی آن جوامع ایجاد کنند [۳].

¹ BBC: British Broadcasting Corporation

² AFP

³ ICT: information and Communication Technology

با توجه به این مباحث، به نظر می‌رسد که تلویزیون بی بی سی مخاطبان فارسی زبان را در سه کشور ایران، افغانستان، تاجیکستان و در واقع فارسی زبانان را در تمامی نقاط جهان جامعه هدف قرار داده و در فرآیند این هدف گذاری و برنامه سازی، شعار اولیه و اساسی «تصویرگری پیوندها» را برگزیده است. تصاویری که معمولاً در توصیف عنوان «تلویزیون فارسی بی بی سی، تصویرگر پیوندها» در بی بی سی به کار می‌روند، بر دو پیوند قابل تشخیص متمرکز هستند:

۱ - پیوند میان فارسی زبانان در کشورهای ایران، افغانستان و تاجیکستان

۲ - پیوند میان تمامی اقوام، ملل و نژادهای بشری در همه جای جهان

این دو پیوند را می‌توان در قالب دو ویژگی از «هویت فرهنگی»^۱ مورد مطالعه قرار داد: نخست در قالب «خاص گرایی فرهنگی»^۲ و دوم در قالب «عام گرایی فرهنگی»^۳. این دو ویژگی اگرچه متناقض و غیرقابل جمع به نظر می‌رسند، اما بخشی از واقعیت جهان امروز را نشان می‌دهند. جهانی که از یکسو در دهه های اخیر درگیر امواج نیرومند و گسترده جهانی شدن^۴ و نیل به مشترکات عام جهانی بوده و از سوی دیگر انواع خاص گرایی دینی، ملی، قومی، نژادی، ... در آن رشد کرده است. فرآیند جهانی شدن به واسطه عوامل و سازو کارهایی نظیر شبکه های جدید و رسانه های جمعی و تاثیرگذاری آنها بر فرهنگ و ساختارهای اجتماعی، مفهوم جدیدی از هویت و معنا را در جوامع مختلف جهان پدید می‌آورد که خاص گرایی فرهنگی یکی از جلوه های آن است [۴].

بحران هویت و معنا^۵ که صورتی از این پدیده است زندگی اجتماعی را به شکلی جدی مختل می‌کند و افراد و گروه ها ناچار هستند که این بحران را به نحوی حل کرده و پشت سر بگذارند. بی گمان بازآفرینی هویت^۶ یکی از راه های انجام این مهم است. با توجه به تضعیف و تخریب عوامل و منابع سنتی هویت ساز و پدیدار شدن منابع و سازوکارهای جدید در این فرآیند که رسانه های جمعی از مهم ترین آنهاست، مطالعه این منابع جدید ضروری به نظر می‌آید. بر این اساس در حوزه تمدنی کهنی که در تقسیم بندی های تمدنی به حوزه تمدنی ایرانی شهرت دارد و از جمله مشخصه های بارز آن محوریت زبان فارسی است، می‌توان نسبت میان این هویت مشترک فرهنگی و رسانه فراملی بی بی سی را مورد مطالعه قرار داد. در واقع موضوع اصلی پژوهش این است که هویت مشترک فرهنگی فارسی زبانان و نقش تلویزیون فارسی بی بی سی را در بازنمایی آن توصیف و تبیین کند.

۱ ۴ - ضرورت و اهمیت موضوع

فرآیند جهانی شدن و ظهور جامعه اطلاعاتی به معنای پیدایش وضعیتی است که در آن اگرچه هنوز از جمله بازیگران اصلی صحنه بین الملل دولت ها هستند، ولی به هر رو از قدرت متعارف نهاد دولت در سطوح ملی و

¹ Cultural Identity

² Cultural Particularism

³ Cultural Universalism

⁴ Globalization

⁵ Meaning

⁶ Identity

بین‌المللی کاسته شده و صورت‌بندی‌های عام و خاص قدرت به نحو روزافزونی در اشکال اجتماعی و فرهنگی تبلور یافته است. به عبارت دیگر نهادهای فروتر از دولت مثل نهادهای مدنی و نهادهای فراتر از دولت مثل رسانه‌های فراملی و نهادهای بین‌المللی در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی تاثیرگذارتر شده‌اند و مقوله «افکار عمومی» و میدان اثربخشی آن اهمیت بیشتری یافته است. در این میان، شکل‌گیری شبکه‌های ارتباطی جهانی می‌تواند به معنای کاسته شدن توان عرصه رسمی سیاسی در شکل دادن به صورت‌بندی‌های هویت‌ساز در سطوح اجتماعی و فرهنگی قلمداد شود.

از آنجا که فرآیند جهانی شدن و گسترش دامنه رسانه‌های نو در برابر هیچ حد و مرزی باز نمی‌ایستد، مفهوم هویت که ناشی از آن است نیز به قلمرو خاصی محدود نمی‌شود، از این رو می‌توان گفت که امروزه تقریباً همه جوامع جهان بحران هویت و بازآفرینی آن را در صورت‌های مختلف کم و بیش تجربه می‌کنند. چالش‌های هویتی و بازآفرینی هویت نه تنها فراگیر و محدودیت‌ناپذیر است، بلکه انواع و وجوه گوناگونی دارد که از میان آنها در این تحقیق، دو گونه کلی بازآفرینی خاص گرایانه و عام‌گرایانه هویت مد نظر قرار گرفته است. عام‌گرایی اساساً معطوف است به اصول، ارزش‌ها و معیارهایی که درباره همه مردم و در همه جا معتبر باشد. عام‌گرایی فرهنگی رهیافت فرهنگ‌ها، افراد و گروه‌هایی است که بنا به علل و عواملی حفظ فضاهای بسته فرهنگی را ناممکن و یا حتی زیان‌بار می‌دانند و با تکیه بر گفت و گو، ارتباط و تعامل به بازسازی هویتی خود می‌پردازند. در چارچوب این رهیافت مناسب‌ترین راه زندگی در فضای جهانی که مرکب از فرهنگ‌ها و جریان‌های مختلف است، دست‌یابی به تلفیق و ترکیبی ظریف و پیچیده از فرهنگ خاص و عام، یا محلی و جهانی و نه جستجوی فرهنگ و هویت «تاب» است. در مقابل این رویکرد، خاص‌گرایی فرهنگی را می‌توان توسل به عناصر هویت‌بخش فرهنگی خاص دانست که در آن بر اثربخشی شیوه‌ها، اعمال و ایده‌های یک گروه یا جماعت معین تاکید می‌شود. ذات‌باوری و نبود باور به تحمل و همزیستی و پلورالیسم فرهنگی، از ویژگی‌های خاص‌گرایی فرهنگی است. در جهان معاصر، خاص‌گرایی به صورت‌های مختلف بروز دارد و در حوزه‌های مختلف دینی، زبانی، و قومی و جوامع توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته شکل می‌گیرند [۵].

در جوامع سنتی عوامل مختلف دست به دست هم می‌دادند تا خلوص و اصالت هویت را حفظ کنند. منابع هویتی جدید و بدیل نه تنها بسیار اندک بودند و یا حتی وجود نداشتند بلکه در صورت وجود، توسل به آنها غیرمجاز و نامشروع بود. ولی فرآیند ارتباطات جهان‌گستر و جهانی شدن با رفع این قبیل موانع، بستر مناسبی برای بازتولید هویت‌های ترکیبی و پیوندی فراهم کرده است. به این ترتیب هویت‌هایی که به دست جریان‌ها و نهادهای متنوع و با بهره‌گیری از منابع فراوان و گوناگون هویت در جامعه جهانی ساخته می‌شوند، دارای ویژگی‌هایی چون سیالیت، تغییر، تکثر و پیوندی یا ترکیبی بودن می‌باشند. در این خصوص از دوگونه پیوند و ترکیب می‌توان سخن گفت. در مواردی منظور از هویت‌های ترکیبی، هویت‌هایی است که منابع و عناصر تشکیل‌دهنده آنها به فرهنگ‌های ملی، قومی و یا مذهبی متفاوتی تعلق دارند اما در یک رویکرد کلی واحد سنتی قرار می‌گیرند. افراد و گروه‌هایی که دست‌کم با دو فرهنگ زندگی می‌کنند ولی وفادار به سنت یا تعلقات منطقه‌ای هستند، از این دست بشمار می‌آیند. در مواردی هم هویت‌های ترکیبی محصول ترکیب ظریف و پیچیده امر عام و امر خاص در سطح جهانی هستند. این‌گونه هویت‌ها در شرایطی ساخته می‌شوند که فرد یا گروه در عین توسل به منابع محلی هویت، به اصول و ارزش‌های عام جهانی نیز پایبند باشد.

از آنجا که ساختن اجتماعی هویت همواره در بستر روابط قدرت صورت می پذیرد، سه صورت و منشا متمایز برای برساختن هویت به ترتیب زیر وجود دارد:

- هویت مشروعیت بخش: این نوع هویت توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می شود تا سلطه آنها را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی کند.
- هویت مقاومت: این هویت به دست کنشگرانی ایجاد می شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطبق سلطه بی ارزش دانسته می شود و یا داغ ننگ بر آن زده می شود.
- هویت برنامه دار: هنگامی که کنشگران اجتماعی با استفاده از هرگونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترس هویت جدیدی می سازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف می کند و به این ترتیب در پی تغییر شکل کل ساخت اجتماعی هستند، این نوع هویت تحقق می یابد.

هریک از فرآیندهای هویت سازی، به نتیجه متفاوتی در ایجاد جامعه می انجامد. هویت مشروعیت بخش جامعه مدنی ایجاد می کند. نوع دوم هویت سازی، یعنی هویت مقاومت، منجر به ایجاد جماعت ها^۱، یا به تعبیر اتریونی^۲، اجتماعات^۳ می شود. سومین فرایند ساختن هویت، یعنی هویت برنامه دار، به ایجاد سوژه می انجامد. در اینجا، ساختن هویت، پروژه یا برنامه ای برای یک زندگی متفاوت است که هرچند ممکن است مبتنی بر یک هویت تحت ستم باشد، اما در جهت دگرگونی جامعه به منزله استمرار برنامه این هویت گسترش یافته است. این پرسش که انواع مختلف هویت ها چگونه و به دست چه کسی ساخته می شوند و چه پیامدهایی دارند، نمی تواند به صورت کلی و انتزاعی مورد بحث قرار گیرد بلکه امری است مربوط به متن و زمینه اجتماعی و سیاست های مربوط به هویت را باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد[۶].

در جهانی که هویت ها بدین گونه دستخوش تغییر و بازسازی مدامند، برای ایفای نقش در عرصه فرهنگ و داشتن تاثیر در این فرآیند، شناخت رسانه های فارسی زبان فراملی، اهداف و سازوکار عمل آنها ضروری می نماید و بدون این شناخت هرگونه مواجهه ای در تاریکی است. تلویزیون فارسی بی بی سی به اعتبار سابقه و دایره تاثیرگذاری در حوزه تمدن ایرانی، گستره مخاطبان و کارکردهای رسانه ای حرفه ای، در این میان حائز اهمیت ویژه ای است. بنابراین دست اندرکاران عرصه فرهنگ و سیاست باید در پی شناخت آثار آن در برساختن هویت های فرهنگی باشند و روشن است که پژوهش هایی از این دست می توانند در سیاستگذاری و برنامه ریزی های فرهنگی تاثیرگذار باشند.

۱ ۴ - پیشینه تحقیق

با توجه به جدید بودن این رسانه، تحقیقات زیادی در مورد آن انجام نگرفته و بیشتر مطالب منتشر شده در قالب مقاله و گزارش است. عنوان یکی از این گزارش ها که توسط دفتر مطالعات سیاسی مرکز پژوهش ها انجام

¹ . communes

² . Etzioni

³ .communities

شده است، «براندازی نرم و تاسیس تلویزیون های فارسی زبان - مطالعه موردی بی بی سی» می باشد. بر اساس نتیجه گیری این گزارش، شبکه بی بی سی فارسی در صدد است با تکنیک های نوین رسانه ای از روش القای غیرمستقیم و در پوشش برنامه های تحلیلی با مشی اجتماعی و نه سیاسی سود جسته تا از این رهگذر مخاطبان و حامیانی از دل طبقات مختلف اجتماعی برای خود پیدا کند تا در نهایت اهداف بلند مدت وکلان خود در قبال جامعه ایرانی را پیش ببرد. این گزارش در جهت ارائه راهکار می نویسد: رسانه مقوله ای است با کارکردی که می تواند به عنوان ابزاری در خدمت پروژه های نرم ضدامنیتی مانند براندازی نرم در کشورهای اسلامی و جهان سوم قرار گیرد. بر این مبنا برخورد با این مقوله نیز می باید از جنس نرم باشد.

۴ ۱ - اهداف پژوهش

هدف مقدماتی این تحقیق مطالعه نقش ارتباطات و رسانه های جدید در تحول مفهوم هویت است که با مطالعه و طبقه بندی نظریه های فرهنگی و اجتماعی، پیرامون هویت و رسانه به انجام خواهد رسید . بر آن پایه، هدف اصلی این پژوهش توصیف و تبیین سازوکار برساختن هویت ترکیبی در تلویزیون فارسی بی بی سی است، تا با بررسی نحوه بازنمایی این رسانه از هویت مشترک فرهنگی پارسی زبانان مکانیزم های تاثیرگذاری و نحوه عمل این رسانه را در قالب برنامه های خاص فرهنگی روشن سازد .

۵ ۱ - پرسش اصلی پژوهش

پرسش اصلی این پژوهش بنابر مقدمات پیشین به شرح زیر است :

« هویت فرهنگی که تلویزیون فارسی بی بی سی عرضه می کند چه ویژگی هایی دارد و چگونه بازنمایی می شود؟ »

جهت یافتن پاسخی مناسب، تعدادی از برنامه های فرهنگی و ارتباطی تلویزیون فارسی بی بی سی، شامل برنامه های "نوبت شما"، "امروزی ها"، "به عبارت دیگر" و میان برنامه ها، تحلیل گفتمان خواهند شد. برنامه های نامبرده برنامه ها و میان برنامه هایی است که در سال ۱۳۸۸ از این کانال پخش شده و دارای جنبه های مشهود فرهنگی است.

تلاش برای یافتن پاسخ این پرسش ها، نخست نیازمند فهم معنای هویت و عوامل موثر در شکل گیری و تحول آن، و نیز مفهوم هویت ایرانی و مولفه های آن می باشد. و بعد از آن مستلزم شناخت رسانه ها، نقش آنها در جهان امروز و چگونگی تاثیرگذاری بر مخاطبان است. بدین جهت، در فصل دوم این تحقیق مفاهیم مربوط به این مقوله ها در حد امکان بررسی می شود.

فصل دوم

مبانی نظری تحقیق

برای یافتن پاسخ هایی متناسب با پرسش های این پژوهش، در این فصل ابتدا مفهوم هویت و رویکردهای متفاوت به آن در بخش یکم مورد مطالعه قرار گیرد تا روشن شود که از چه مقوله ای سخن به میان می آید. در این روند با توضیح هویت ملی و قومی و به دنبال آن هویت ایرانی، تلاش می کنیم تا خود را به مخاطب تلویزیون فارسی بی بی سی نزدیک کنیم و با شناسایی عناصر سازنده هویت این مخاطبان، زمینه تأثیرپذیری مشخص

گردد. آشنایی با بحران هویت ناشی از پدیده جهانی شدن و ورود به عصر اطلاعات و همچنین نیاز انسان و جامعه جدید به بازسازی هویت های دستخوش تغییر، یاریگر ما در فهم علل این تاثیر و تاثر خواهد بود. در بخش دوم با پرداختن به رسانه و حدود تاثیرگذاری آن بر اساس نظریه های ارتباطی، و نیز شناسایی رسانه بی بی سی به عنوان عاملی که در پی تاثیرگذاری بر مخاطب فارسی زبان خود است، تلاش می کنیم تا چارچوب مفهومی تحقیق را در بخش سوم روشن تر سازیم.

۲-۱- هویت و سیر تحول رویکردهای هویتی

۲ + + - مفهوم هویت

اگرچه مطالعه و کند و کاو پیرامون هویت یعنی پاسخ به پرسش «من کیستم؟» سابقه ای دیرینه داشته و در آثار اندیشمندان گذشته مشهود است اما این موضوع در ابعاد اجتماعی آن یکی از اساسی ترین مباحث عصر مدرن و فرا مدرن می باشد. به همین سبب بسیاری از صاحب نظران معتقدند هویت به عنوان یک پدیده سیاسی و اجتماعی محصول عصر جدید و به عنوان یک مفهوم علمی از ساخته های تازه علوم اجتماعی است که در نیمه دوم قرن کنونی به جای مفهوم خلق و خوی فردی و جمعی رواج یافته است.

البته علی رغم اینکه پرسش از ذات و ماهیت انسان و نیز نسبت او با دیگران گوهر اصلی اندیشه انسان در طول حیات روانی، فکری و تمدنی او بوده اما این مساله واحد در زمانهای مختلف با نگرشهای متفاوتی تبیین شده و دچار تغییر و تحولات زیادی شده است.

به لحاظ مفهومی، واژه هویت به دو معنای ظاهراً متناقض به کار می رود: (۱) همسانی و یکنواختی مطلق (۲) تمایز گرچه دو معنای نام برده متناقض و متضاد به نظر می آیند، ولی در اصل به دو جنبه اصلی و مکمل هویت معطوف هستند. این ادعا که چیزی یا فردی هویت ویژه ای دارد، بدین معناست که این چیز یا فرد مانند دیگر وجودهای دارای آن هویت است و در عین حال چونان چیز یا فردی متمایز، هویت و خاصیتی دارد. به بیان روشن تر، هویت یعنی کیفیت یکسان بودن در ذات، ترکیب و ماهیت و نیز یکسان بودن در هر زمان و همه شرایط. در هر حال

هویت داشتن یعنی یگانه بودن، ولی از دو جنبه متفاوت: همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن در گذر زمان [۷].

از نظر طبقه بندی، هویت عمدتاً در دو وجه «فردی» و «اجتماعی» قرار می‌گیرد. احساس هویت فردی به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد، ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. در واقع، شکل‌گیری هویت فردی در فرایند اجتماعی شدن ریشه دارد. خویشاوندی و قومیت جز هویت‌های اولیه‌ای هستند که در مراحل بعدی زندگی از هویت‌های دیگر مستحکم‌تر و در برابر دگرگونی انعطاف‌ناپذیرتر می‌شوند. هویت مستلزم خودآگاهی به این امر است که چی هستی؟ کی و کجا هستی؟ بنابراین هویت هیچگاه امری یکجانبه نیست. بلکه حاصل یک فرایند و دستاوردی عملی است.

هویت اجتماعی نه تنها ارتباط اجتماعی را امکان‌پذیر می‌کند، بلکه به زندگی افراد هم معنا می‌دهد. هویت نه تنها فرآیندی برای خودشناسی کنشگران اجتماعی است، بلکه معنا سازی نیز به واسطه آن صورت می‌گیرد. از این رو برخی نظریه پردازان در تعریف و مفهوم بندی هویت بر این کار ویژه تاکید دارند. مثلاً مانوئل کاستلز هویت را همچون «فرآیند ساخته شدن معنا بر پایه یک ویژگی فرهنگی یا یک دسته ویژگی‌های فرهنگی که بر دیگر منابع معنا برتری دارند»، تعریف می‌کند. به نظر او همان گونه که نقش‌ها کارکردها را سازمان می‌دهند، هویت‌ها هم معنا را سازمان می‌دهند [۸].

۲ + ۴ - رویکردهای هویتی

مبحث هویت، در حوزه علوم اجتماعی، یکی از اساسی‌ترین و بدیع‌ترین مباحث شمرده می‌شود. بدین ترتیب، تلاش‌های دامنه‌دار و پیگیری که برای مفهوم سازی و نظریه پردازی هویت صورت گرفته در قالب سه رویکرد نظری قابل تشخیص است: رویکرد گوهرگرا، رویکرد سازه‌گرا و رویکردهای جدید :

الف) رویکرد گوهرگرا:

این رویکرد گوهرگرایانه به یک معنی، رویکردی فلسفی است. لاک و دکارت را چهره‌های مشهور رویکرد جوهرگرایانه باید دانست [۹]. رویکرد گوهرگرایانه، در بنیاد، به وجود هسته سخت و پایداری در هویت انسانی اعتقاد دارد. این هسته سخت، خصوصیتی را به نحو ذاتی در هویت انسانی، پدید می‌آورد. هر فرد-در رویکرد فردگرایانه- و هر جماعتی-در رویکرد جماعت‌گرایانه- دارای هسته هویتی سختی است که هویت او را پدید می‌آورد، قوام می‌بخشد و از توالی تاریخی برخوردار می‌سازد. با ظهور «ملت» و پیدایش دیدگاه‌های همبستگی ملی، نظریه‌ای تحت عنوان «خلق و خوی ملی» یا «کاراکتر ملی»^۱ به وجود آمد که به نوعی از زیرساخت جوهرگرایانه برخوردار بود. بر پایه این نظریه، خلق و خوی ملی مجموعه یکپارچه‌ای از منابع ملی، سنن ملی و آرزوها و آرمان‌های ملی است که به سبب اهمیت خاص در زندگی ملت‌ها، تصور از هر ملت را -هم در ذهن افراد آن ملت و هم در ذهن ملل دیگر- شکل می‌دهد [۱۰].

^۱ . national character

بدین ترتیب، می توان برای مثال هویت ملی هر ملتی را تا نخستین آثار بازمانده از حیات انسان در قلمرو سرزمینی مربوط بازجست. در این دیدگاه گاه به نظر میرسد هویت محصولی برساخته خواست افراد تلقی می شود و افراد تلاش می کنند بدان، مطابق میل خود، شکل دهند. اما ذات این هویت ذاتی همواره ثابت و پابرجا عمدتاً در ویژگی های برجسته مشترکی همچون زبان، صنایع دستی-هنری، و معماری تجلی می یابد. از آنجا که مفاهیم خود و هویت، مفاهیمی فرهنگ مبنا محسوب می شوند، ناسازگاری و مابینت دیدگاه های اندیشمندان ایرانی با نظریه های دانشمندان غربی (دست کم از حیث معنا و محتوا) چندان هم دور از انتظار نباید باشد. در این دیدگاه به طور بنیادین متفاوت، دست کم دو تناقض و سوء تفاهم وجود دارد. نخست آن که چیزی که جامعه ایران را استمرار می بخشد و با خود یکی می سازد و از دیگر جوامع متمایز می گرداند، هویت ایرانی نیست، فرهنگ جامعه ایران است. تناقض و سوء تفاهم دیگر و مهم تر اینکه ملیت و لاجرم هویت ملی نهادهایی مدرن و متاخر محسوب می شوند که سابقه آنها را باید از نیمه قرن هفده میلادی به این سو در فرآیند تاسیس و استقرار دولت-ملت ها جستجو کرد، حال آنکه قدمت این دو پدیده در ایران در بهترین حالت به مشروطه و یا دوره پهلوی اول باز می گردد و به قولی هنوز هم در ایران شکل نگرفته اند چه رسد به اینکه بخواهیم آن را به اعصار و قرون ماضی نسبت دهیم. به تعبیر گیدنز در جوامع سنتی و پیشامدرن، جوهره آدمی به عنوان آفریده خداوند، امری ثابت و از قبل روشن و استوار بود و انسان چنانکه هایدگر معتقد است تصویری بود که از چشم خداوند یا خدایان دیده می شد و هویت او نتیجه کارکرد یک نظام مقتدر و از پیش تعیین شده از باورهای دینی و آیینی و اسطوره ای بود [۱۱].

ب) رویکرد سازه گرا:

«سازه گرایی اجتماعی» از جمله رویکردهایی است که در مقابل گوهرگرایان شکل گرفت. این اندیشمندان معتقدند «هویت» ساخته و پرداخته ای اجتماعی است و در ظرف زمان و مکان خاص شکل گرفته و معنا می یابد.

دیانا فاس^۱ مناظرات بین گوهرگرایان و سازه گرایان را در کتاب خود مطرح ساخته است. از منظر فاس « رابطه بین این دو رویکرد رابطه جانشینی و یا رابطه «یا این یا آن» نیست. بر مبنای نظر فاس چند اصل مهم در سازه گرایی می توان مطرح ساخت :

۱ - آن چه در جهان خارج مشاهده می شود طبیعی نیست بلکه بر ساخته اجتماع است. برای نمونه مفهوم «جنسیت» در تاریخ را نباید بر مبنای تمایز طبیعی بین زن و مرد توجیه کرد، زیرا این مفهوم در ساخت اجتماعی بوجود آمده است.

۲ - مفاهیم محصول ترتیبات خاص اقتصادی و اجتماعی می باشند.

۳ - نه تنها دانش به طرز اجتماعی ساخته می شود بلکه از طریق کنش و واکنش بین افراد جامعه تداوم می یابد. بنابراین تداوم دانش بشری بیش از آن که از کارآمدی آن در برخورد با واقعیتها ناشی شده باشد، جنبه اجتماعی دارد.

۴ - بین دانش و کنش اجتماعی نسبتی وجود دارد، یعنی هر سازه اجتماعی نوع خاصی از کنش های اجتماعی را طلب می کند.

¹ Diana Fuss

مارکس^۱ در رویکردی همسو با سازه‌گرایان هویت را به مثابه یک برساخته طبقاتی مورد بحث قرار می‌دهد. از منظر وی نقطه عزیمت ما برای رسیدن به انسانهای واقعی، آنچه انسانها می‌گویند، تصور می‌کنند و تلقی می‌نمایند یا آنچه در مورد آنها می‌گویند می‌اندیشند و تصور و تلقی می‌کنند نیست، انسانها همواره با تغییر تولید مادی، موجودیت واقعی، اندیشه و محصولات اندیشه خود را تغییر می‌دهند [۱۲].

پ) رویکرد های جدید:

در دهه های اخیر، رهیافتهای و رویکردهای بسیار متفاوتی همچون رهیافت گفتمانی، پسامدرنیسم، پساساختگرایی، پساماکسیسم، روانکاوی و ... در عرصه مباحث مربوط به هویت مطرح شده اند.

نظریه گفتمانی^۲ بر چگونگی تولید و سامان یافتن تمایزات و کنش های گفتمانی و انکار نقش هر گونه عامل طبیعی و نیز عنصر کارگزار اجتماعی از قبل موجود در شکل گیری و تعریف هویتها تمرکز دارد. به بیان دیگر در نزد یک تحلیل گر گفتمانی، هویت در گردونه ای تنیده شده از استمرارها، عدم استمرارها، سنتها، بدعتها، تکرارها، انتزاعها و در رابطه ای برتافته از مناسبات در زمانی، هم زمانی، جانشینی، هم نشینی، سازواره، ناسازدار، عقلایی و غیرعقلایی شکل می‌گیرد. معنی‌یابی یا هویت‌یابی محصول موقعیت، منزلت و جایگاه سوژه^۳ است. معنا ساز بودن هویت بر ساختگی بودن آن دلالت می‌کند. معناسازی ماهیتی قراردادی دارد و هویت خود را در بستر گفتمانها کسب می‌نماید. البته گفتمانها خود بر ماهیت و شکل پایداری استوار نیست، لذا مرزهای هویتی همواره لرزان و منزلتها و مواضع هویتی مستمراً در ریزشند.

پساساختگرایان و پسامدرنیست ها، همچون نظریه پردازان گفتمانی و برخلاف رویکردهای گوهرگرا و سازه‌گرا که می‌کوشند هویت را امری طبیعی و ثابت جلوه دهند بر آنند که هویت امری تاریخی و متحمل است. این پدیده، همانند بسیاری پدیده های دیگر نیز محصول «زمان و تصادف» است و توسط منطق یا اصلی فرا تاریخی تعیین نمی‌شود. همین تاریخی بودن بر این امر دلالت می‌کند که هویت و معنا تغییر پذیر هستند و در این حوزه هیچ بستار(مرز) طبیعی وجود ندارد این مرز را باید ایجاد کرد تا به هویتی هر چند موقتی دست یافت. به تعبیر دریدا هر هویتی ربطی است و تصدیق یک تمایز، پیش فرض وجود هر هویت دیگر است. هیچ تحول بنیادین تاریخی وجود ندارد که در فرآیند آن هویت تمامی نیروهای درگیر تغییر نکرده باشند. یعنی در تحولات بنیادین تاریخی هویت همه نیروها تغییر می‌کند. به بیان دیگر اندیشیدن به پیروزی در سایه یک ثبات فرهنگی و هویتی مطلق امکان ندارد.

پسامدرنیسم بر آن است که هویت ضرورتاً و یا مستمراً ثابت نیست، بلکه متغیر و متحرک است و همواره در رابطه با جریاناتی که نماینده یا مخاطبشان واقع می‌شویم، از طریق نظامهای فرهنگی که ما را احاطه کرده اند، شکل و تغییر شکل می‌پذیرند این رویکرد تلاش دارد که هویت را از منظری تاریخی و نه بیولوژیکی توضیح دهد. انسان موضوع هویتهای گوناگون در زمانهای مختلف است، هویتهایی که پیرامون یک «من» منسجم نمی‌شود. لذا تعیین هویت آدمی پیوسته در حال تغییر می‌باشد. از دیدگاه پساساختگرایان هویت امری حادث، موقتی و اکتسابی (نه معین) می‌باشد. هویت را باید به صورت فرآیند دید که کردارهای گفتمانی که هویتها ی خاصی را حفظ یا رد می‌کنند، آن را بازتولید یا استحاله می‌کنند. هویتها مطلق نبوده بلکه ارتباطی و

¹ C.Marx

². discursive theory

³. subject position

نسبی هستند هر انسانی در ارتباط با چیزی دیگر معنا دار می شود و هویت همیشه در قالب تفاوت و نه چیزی ذاتی فردی خاص تعریف می گردد [۱۳].

در نظریه گفتمانی-روایی، انسان، موضوع هویت های گوناگون در زمان های گوناگون است. لذا هویت آدمی پیوسته در تغییر است و اگر احساس می کنیم از ابتدای تولد تا مرگ، از هویتی واحد برخورداریم، صرفاً از آن رو است که عادت کرده ایم داستان ها یا حکایت هایی دلخوش کننده درباره خودمان بسازیم. حال آنکه هویت مطمئن، کامل و واحد، وهمی بیش نیست. این مطلب به نحو بارزی در هویت های ملی (یا هویت های جامعه ای به عنوان عالی ترین سطح از هویت های اجتماعی در هر جامعه) مشهود است زیرا آنها طی فرآیندهای تاریخی و داستان هایی که خودمان درباره ملت می گوئیم، شکل گرفته اند [۱۴].

هویت به عنوان خودانگاره (یا هر پسوند دیگری که به آگاهی خود نسبت به خود راجع است)، به معنای اشراف بر درک خاصی از سه جزء تشکیل دهنده شخصیت یعنی زمینه های زیستی (روان-تن)، تجربیات منحصر به فرد (صفات روانی-شخصیتی) و تجربیات مشترک فرهنگی است. درکی که به ناچار منبث از گفتمان موجود، و بدان مقید است و البته تعیین یافته نیست. این آگاهی طی فرآیندهای پیوسته و دائمی رشد و اجتماعی شدن (از طریق دو سازوکار یادگیری و درونی کردن و به واسطه کانال های مربوط یعنی خانواده، رسانه ها، مدرسه، و گروه همالان) شکل می گیرد و هر لحظه از نو بر ساخته می شود [۱۵].

۲ ۴ - هویت ملی و قومی

هویت ملی و قومی از انواع هویت جمعی و به معنای احساس همبستگی عاطفی با اجتماع بزرگ ملی و قومی و احساس وفاداری به آن است. هویت ملی و قومی در کشاکش تصور «ما» از «دیگران» شکل می گیرد: ایران در برابر انیران، عجم در برابر عرب، ایران در برابر توران، تاجیک در برابر ترک [۱۶]. با آن که هویت قومی سابقه تاریخی دارد اما هویت ملی زاده عصر جدید است که ابتدا در اروپا سر برآورد و آن گاه از اواخر قرن نوزدهم به مشرق زمین و سرزمین های دیگر راه یافت. هویت ملی به عنوان مفهوم علمی از ساخته های علوم اجتماعی است که از نیمه دوم قرن بیستم میلادی به جای «خلق و خوی» و «خصیصه ملی»^۱ رو به گسترش نهاده است [۱۷].

هویت ملی و قومی، همچون دیگر پدیده های اجتماعی، مقوله ای تاریخی است که در سیر حوادث تاریخی پدیدار می شود، رشد می کند، دگرگون می شود و معانی گوناگون و متفاوت پیدا می کند. از این رو عوامل گوناگون ملیت مانند نژاد، سرزمین، دولت و تابعیت، زبان، سنن مشترک فرهنگی و ریشه های تاریخی، دین و اقتصاد هیچ کدام یا هیچ مجموعه مشخصی از آنها را نمی توان به عنوان ملاک عام برای تعریف و تمیز ملت و هویت ملی به کار برد. در مورد هر قوم یا ملت در هر دوره ای مجموعه ای از چند عامل اهمیت می یابد و سیر حوادث و مشی وقایع تاریخی آن را دگرگون می کند [۱۸].

هویت ملی هنگامی پدید آمد که ملت به معنای امروزی آن شکل گرفت. در دوران قدیم که مردم در اجتماعات کوچک محلی به سر می بردند، رابطه ایلی و طایفه ای اساس روابط اجتماعی بود و جامعه بزرگتر اگر پدید می

^۱ . national character

آمد، در حد دنیای وسیع ادیان جهانی مثل اسلام و مسیحیت بود. چنان که لفظ ملت در سرزمین های اسلامی به معنای دین و آیین و شریعت بود.

در زبان های اروپایی واژه^۱ ملت^۱ از واژه لاتین natio مشتق شده است که دلالت دارد بر مردمانی که از راه ولادت با یکدیگر نسبت دارند و از یک قوم و قبیله اند. اما در جریان شکل گیری دولت های ملی در عصر جدید گاهی سیر حوادث تاریخی مردمانی را که از اقوام گوناگون بوده اند گرد هم آورده و از آنها یک ملت به وجود آورده است. ملت هایی که آمیخته ای از اقوام و طوایف همگونند؛ گاه هم زبانند و گاه نا هم زبان؛ گاه هم دین هستند و گاه نا هم دین. و تازه آنان که هم خوان اند و یا هم زبان گاه در سرزمینی به هم پیوسته زندگی می کنند و زمانی در جاهای پراکنده، و آنان که پراکنده اند گاه خود را از یک ملت می دانند و گاه به چند ملت تعلق دارند. این دشواری و ابهام در تعریف ملت سبب پیچیدگی تعریف هویت ملی، ملیت، ملی گرای، آگاهی ملی، خصایل ملی، اراده ملی و حاکمیت ملی است که جملگی از مفهوم ملت نشات گرفته اند.

در علوم اجتماعی و انسانی نظر غالب آن است که ملت و ملیت، زبان مشترک، دین مشترک و سرزمین مشترک است بدون آن که هیچ کدام از عوامل سه گانه به تنهایی شاخص ملت و ملیت باشد [۱۹].

هویت ملی ریشه در احساس تعلق به طایفه و تیره و ایل و قوم دارد و در واقع این احساس بسیار قدیمی قومیت و ایلیت را می توان از ریشه های اصلی ملیت گرای (ناسیونالیزم) امروزی دانست. به اعتباری می توان ایلیت را به نوعی ناسیونالیزم ابتدایی تعبیر کرد، که در جریان تحولات تاریخی ابتدا خود را با جریان های سیاسی و فرهنگی فراقومی (فراایلی و فراطایفه ای) همساز کرده، آن گاه با هویت سیاسی امپراطوری و یا هویت یک دین جهانی، همچون اسلام و مسیحیت، درهم آمیخته و سپس در دوران جدید، با پیدایش دولت های ملی به گونه ای تازه در قلمرو آنها احیا شده است.

نخستین عامل در پیدایش واحدهای فراقومی تاسیس نهاد سیاسی امپراطوری بود. امپراطوری های عهد باستان هخامنشی و مصری و رومی از اجتماع اقوام و طوایف گوناگون با مذاهب و زبان ها و رسوم متفاوت تشکیل می شدند و یک واحد سیاسی و نظامی و اقتصادی را با هویت سیاسی مشترک تشکیل می دادند.

دومین عامل در پیدایش واحدهای بزرگ فراقومی، ادیان جهانی بودند، به خصوص مسیحیت و اسلام که از یک قوم و قبیله به اقوام و قبایل دیگر سرایت کردند و واحدهای بزرگ دینی را پدید آوردند و عامل هویت جمعی تازه ای شدند.

سومین عامل زبان و ادبیات مشترک میان اقوام و طوایف مختلف بود که حامل فرهنگ مشترک می شد. زبان عربی در کشورهای اسلامی عوامل زبانی و دینی را درهم آمیخت و اقوام گوناگون را به هم پیوند می داد. زبان فارسی هم بعدها که پربار و حامل آثار بزرگ ادبی و علمی شد، در سه امپراطوری بزرگ اسلامی، یعنی امپراطوری صفوی، امپراطوری عثمانی و امپراطوری گورکانیان هند، همان نقش زبان عربی در سده های میانه اسلامی را داشت و عامل هویت مشترک فرهنگی بود. زبان لاتین و دین مسیح نیز که در قرون وسطی زبان و دین مشترک همل اروپائیان بود، واحدهای محلی را که از اقوام گوناگون با زبان ها و لهجه های متفاوت بودند، به هم پیوند می داد و هویت جمعی دینی و زبانی و فرهنگی واحدی به نام جهان مسیحیت اروپایی به آنان اهدا می کرد [۲۰].

انقلاب عباسیان و ایرانی شدن خلافت اسلامی همراه با رشد شهرها و رونق تجارت و توسعه بازارها سبب برآمدن اهل قلم و صاحبان فکر و اندیشه و برخورد عقاید و آراء و تساهل فکری و شکوفایی علم و هنر و ادب و فلسفه و تاریخ نگاری در قرن های سوم و چهارم و پنجم هجری می گردد. یکی از عناصر اصلی این رشد فرهنگی تحول و تکامل

^۱. nation