

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١١٢٩٥٤



دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات

بازنمایی فرهنگ های محلی در تلویزیون ایران؛ تحلیل گفتمان انتقادی  
فرهنگ لری در سریال تلویزیونی باران بهاری

میرحسین آذری

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر محمد علی هرمزی زاده

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر عبدالله گیویان

تأیید شده در تاریخ ۱۳۸۶

تأیید شده در تاریخ ۱۳۸۷ / ۱۱ / ۱  
تأیید شده در تاریخ ۱۳۸۷ / ۱۱ / ۱

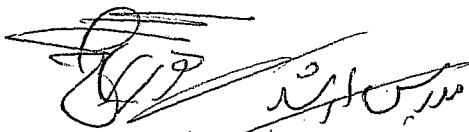

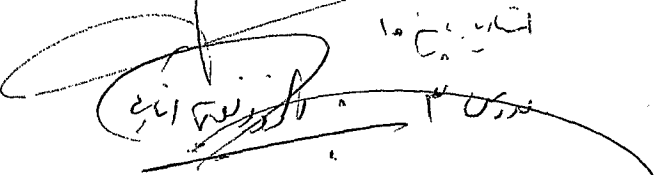
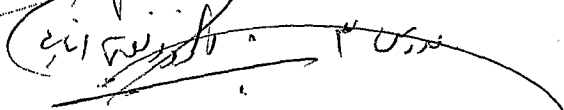
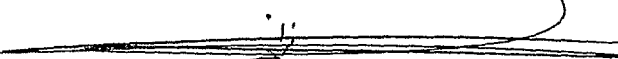
۱۳۸۷ / ۱۱ / ۱

۱۱۲۹۵۴

بسمه تعالی

تائیدیه اعضای هیأت داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیئت داوران نسخه نهایی پایان نامه آقای میرحسین آذری تحت عنوان: "بازنمایی فرهنگ های محلی در تلویزیون ایران؛ تحلیل گفتمان انتقادی فرهنگ لری در سریال تلویزیونی باران بهاری" را از نظر فرم و محتوی بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کنند.

اعضای هیأت داوران	نام و نام خانوادگی	رتبه علمی	امضاء
۱- استاد راهنما	محمد علی هرمزی زاده	استاد	
۲- استاد مشاور	عبدالله گیویان	استاد	
۳- استاد داور	ناصر باهنر	استاد	
۴- استاد داور	داود نعمتی انارکی	استاد	
۵- نماینده اداره تحصیلات تکمیلی	امیر حسین فراهانی		

## آیین نامه چاپ پایان نامه دانشجویان دانشکده صدا و سیما

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه تحصیلی دانشجویان دانشکده صدا و سیما، مبین بخشی از فعالیتهای علمی-پژوهشی دانشکده است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشکده، دانش آموختگان این دانشکده نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به معاونت پژوهشی دانشکده اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

« کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده در رشته علوم ارتباطات (با گرایش تحقیق در ارتباطات) است که در سال ۱۳۸۶ در گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما به راهنمایی جناب آقای دکتر محمد علی هرمزی زاده و مشاوره جناب آقای دکتر عبدالله گیویان دفاع گردیده است»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشکده، تعداد یک درصد از شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به معاونت پژوهشی دانشکده اهدا کند. دانشکده می تواند مازاد نیاز خود را در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشکده صدا و سیما تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشکده می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشکده حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب میر حسن آذری دانشجوی رشته علوم ارتباطات با گرایش تحقیق در ارتباطات مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

میر حسن آذری تاریخ و امضاء:  
۱۳۸۷/۱/۱۸

## تشکر و قدردانی

در آغاز سخن وظیفه خود می دانم از راهنمای های ارزشمند و بی دریغ اساتید بزرگوارم جناب آقای دکتر هرمزی زاده و جناب آقای دکتر گیویان تشکر نمایم.

همچنین از شورای نظارت بر سازمان صدا و سیما به جهت اینکه نسخه ای از سریال مورد تحلیل را در اختیار بنده گذاشتند و نیز از جناب آقای مهدی ادیبان و دوستان ارجمندم قاسم امینی، فائق حسینی و پویژه از محمد سروی عزیز کمال قدردانی و تشکر را دارم.

## چکیده

تنوع فرهنگی و قومی ویژگی بارز جامعه ایران است و این ویژگی رسالت خاصی را بر عهده سازمان صدا و سیما و بویژه تلویزیون می‌گذارد. با این نگاه پایان نامه حاضر به دنبال بررسی بازنمایی فرهنگهای محلی در تلویزیون کشور، بر اساس مطالعه موردی سریال تلویزیونی باران بهاری است. این نوشته در ابتدا سیاست‌های اصلی برای مدیریت تنوع فرهنگی را در قالب دو گفتمان کلی "همانند سازی" و "پذیرش و حمایت از تنوع فرهنگی" از هم متمایز می‌کند و به دلایل مختلف گفتمان نخست را ناصحیح دانسته و از گفتمان دوم دفاع می‌نماید. در قسمت بعد به رابطه بین رسانه‌ها و تنوع فرهنگی می‌پردازد و در ابتدا از مفهوم ایدئولوژی و کارکردهای آن و بخصوص از مفهوم "استیضاح" آلتوسر بهره‌جسته و در ادامه به مفهوم بازنمایی پرداخته و در این ارتباط سه نظریه "بازتابی"، "ارادی" و "برساختی" ارائه شده توسط استوارت هال را مطرح نموده و در پی آن به موضوع کلیشه‌سازی و خصوصیات آن می‌پردازد. ساخت واقعیت، هویت و ویژگیهای آن و برساختی بودن هویت ملی مباحث بعدی را تشکیل می‌دهند. توضیح وضعیت اجمالی تنوع فرهنگی در ایران، قسمت انتهایی بحث تئوریک را تشکیل می‌دهد. در قسمت روش تحقیق با توجه به ویژگی کلامی و تصویری بودن سریال به مثابه متن به رابطه بین تحلیل گفتمان انتقادی و نشانه‌شناسی می‌پردازد و این دو را دارای همپوشانی‌های زیادی می‌داند. بر این اساس با استفاده از مقوله‌هایی خاص برگرفته از روش تحلیل گفتمان انتقادی بخصوص رویکردهای فرکلان و ون دایک و مقوله‌های نشانه‌شناختی به تحلیل سریال می‌پردازد. نتایج نوشته حاضر در سه سطح توصیف، تفسیر و تبیین ارائه شده‌اند. در سطح توصیف به ذکر مقوله‌ها و دلالت‌های موجود در هر سکانس پرداخته شده و نشان داده می‌شود که مهمترین و پر تعدادترین مقوله موجود در متن "وجهیت" (تقابل و یا قطب بندی) است که عنصری مهم در تحلیل ساختارگرایی به شمار می‌رود. سطح تفسیر به ذکر کلیشه‌های موجود در این متن می‌پردازد. این سریال، فرهنگ محلی لری و اعضای متعلق به آن را با کلیشه‌هایی چون ساده بودن، بی سواد و یا کم سواد بودن، فقیر و تهیدست و نیازمند دستگیری بودن، وضعیت ظاهری و پوشش نامناسب، عطف و نداشتن هر گونه رفتار خلاف اخلاق بازنمایی می‌کند. در قسمت تبیین به عنوان سطحی که رابطه بین متن و فرامتن (گفتمان و ساختارها و روابط اجتماعی و قدرت) را مورد بررسی قرار می‌دهد، سریال باران بهاری را نیز به عنوان سطح خردی از گفتمان مغایر با حمایت از تنوع فرهنگی و بازتولید آن دانسته و آن را در راستای گفتمان سازمان صدا و سیما در جهتی مغایر با گفتمان پذیرش و حمایت از تنوع فرهنگی می‌داند.

کلمات کلیدی: تنوع فرهنگی، گفتمان همانندسازی، گفتمان حمایت از تنوع فرهنگی، ایدئولوژی، استیضاح، بازنمایی، کلیشه سازی، ساخت واقعیت، روش تحلیل گفتمان انتقادی.

۱	فصل یکم؛ کلیات تحقیق .....
۲	۱-۱- طرح مسأله .....
۳	۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق .....
۶	۱-۳- اهداف تحقیق .....
۶	۱-۴- سؤالات تحقیق .....
۶	۱-۵- روایت اجمالی سریال باران بهاری .....
۸	فصل دوم: مروری بر پیشینه تحقیق .....
۹	۲-۱- تحقیقات پیشین .....
۹	۲-۱-۱- تحقیقات داخلی .....
۱۲	۲-۱-۲- تحقیقات خارجی .....
۱۶	۲-۲- مبانی و چارچوب نظری .....
۱۶	۲-۲-۱- تنوع فرهنگی .....
۱۶	۲-۲-۲- سیاست های مربوط به تنوع فرهنگی .....
۱۹	۲-۲-۲-۱- گفتمان همانندسازی .....
۲۱	۲-۲-۲-۱-۱- تبعیض و بی عدالتی فرهنگی .....
۲۴	۲-۲-۲-۲- گروههای خاموش .....
۲۴	۲-۲-۲-۲- گفتمان پذیرش و حمایت از تنوع فرهنگی .....
۲۸	۲-۲-۲-۲-۱- تنوع زبانی .....
	۲-۲-۲-۲-۲- انتقادات مربوط به گفتمان حمایت از تنوع
۳۲	فرهنگی و پاسخ به آنها .....
۳۲	۲-۲-۲-۲-۲-۱- تضعیف وحدت و همبستگی ملی .....
۳۳	۲-۲-۲-۲-۲-۱-۱- وحدت در عین کثرت .....
۳۶	۲-۲-۲-۲-۲-۲- نسبی گرایی فرهنگی .....
۳۸	۲-۲-۲-۲-۲-۳- حقوق فرهنگی .....



۳۹	..... ۲-۲-۳- رسانه ها و تنوع فرهنگی
۴۳	..... ۲-۲-۴- ایدئولوژی
۴۵	..... ۲-۲-۴-۱- کارکردهای ایدئولوژی
۴۸	..... ۲-۲-۴-۲- استیضاح
۴۹	..... ۲-۲-۵- جنبش های فرهنگی و اعتراض به سیاستهای بازنمایی در غرب .
۵۰	..... ۲-۲-۶- بازنمایی رسانه ای
۵۳	..... ۲-۲-۶-۱- نظریه های بازنمایی
۵۴	..... ۲-۲-۷- کلیشه و کلیشه سازی
۵۹	..... ۲-۲-۸- ساخت واقعیت
۶۳	..... ۲-۲-۹- هویت و ویژگیهای آن
۶۶	..... ۲-۲-۱۰- ساخت هویت ملی
۷۰	..... ۲-۲-۱۱- تنوع فرهنگی در ایران
۷۳	..... فصل سوم؛ روش تحقیق
۷۴	..... ۳-۱- روش تحقیق
۷۸	..... ۳-۲- مدل فر کلاف برای تحلیل گفتمان انتقادی
۷۹	..... ۳-۳- مدل ون دایک
۸۰	..... ۳-۴- رمزگان برنامه های تلویزیون
۸۳	..... ۳-۵- فرضیه های تحقیق
۸۳	..... ۳-۶- تعریف مفاهیم و مقوله ها
۹۰	..... ۳-۷- روش نمونه گیری و واحد تحلیل
۹۰	..... ۳-۸- اعتبار و پایایی
۹۱	..... فصل چهارم؛ یافته های تحقیق
۹۲	..... ۴-۱- سطح توصیف
۱۰۷	..... ۴-۲- تفسیر
۱۰۸	..... ۴-۳- تبیین
۱۱۲	..... فصل پنجم؛ نتیجه گیری و پیشنهادها
۱۱۳	..... ۵-۱- نتیجه گیری
۱۱۶	..... ۵-۲- پیشنهادها

فهرست منابع و مآخذ ..... ۱۱۸

چکیده انگلیسی ..... (۱۹۵)

فصل اول:

کلیات تحقیق

## ۱-۱- طرح مساله

ایران، کشوری با تنوع فرهنگی بسیار گسترده است. وجود اقوام، مذاهب و زبانها و آداب و رسوم مختلف شواهدی بر این ادعا هستند. بنابراین اصل وجودی واقعیت تنوع فرهنگی امری بدیهی و غیر قابل انکار است و در کنار آن، لزوم سیاستگذاری و مدیریت فرهنگی (و بالطبع سیاسی، اقتصادی و اجتماعی) صحیح، از جنبه های مختلفی چون پاسداری از میراث متنوع فرهنگی، حفظ وحدت و انسجام ملی، جلوگیری از واگرایی گروههای مختلف قومی و فرهنگی، جلوگیری از بروز نارضایتی ها و ناآرامی ها و نظایر آن، اجتناب ناپذیر است. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در اصول ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵ و ۱۹ به وضعیت تنوع فرهنگی در کشور و حقوق گروههای فرهنگی در این زمینه تاکید نموده است. بدیهی است که نهادها و سازمانهای متعددی در این عرصه تاثیر گذار بوده و هر کدام بنا به حوزه وظایف و اختیارات خود عهده دار کارکردهایی هستند. از سوی دیگر می توان گفت در هر جامعه ای نوع سیاستگذاری و وضع قوانین در سطح کلان نشان دهنده نوع ایدئولوژی و گفتمان حاکم بر عرصه فرهنگ و مدیریت فرهنگی آن جامعه بوده و در سطوح پایین، عملکرد هر کدام از نهادها و سازمانها نشانگر جایگاه و نقش آنها در این عرصه است. در این میان سازمانهای رسانه ای بنا به قدرت و ویژگیهایی که دارند از اهمیتی فوق العاده برخوردار بوده و هنگامی که مالکیت و خط مشی مربوط به آنها دولتی باشد اهمیت و حساسیت مذکور مضاعف خواهد بود. رسانه های هر کشوری بویژه نوع دولتی آنها، نشان از نوع رفتار و دیدگاه قدرت و ایدئولوژی حاکم بر آنها در ارتباط با فرهنگهای محلی موجود در آن هستند که از طریق تحلیل گفتمان رسانه ای می توان بدین امر پی برد. رسانه ها معمولاً بنا به روابط قدرت با گروههای مختلف اجتماعی، رفتاری متفاوت در پیش می گیرند. بدین جهت نوع نگاه رسانه ها به گروههای جنسی، سنی، نژادی، قومی، زبانی و همانند آنها همواره از جمله حوزه های برجسته مطالعات رسانه ای بوده و ذیل مفاهیمی چون مالکیت رسانه ای، محتوا و گفتمان رسانه ای، تاثیر محتوای آنها بر مخاطبان و دریافت (خوانش و یا رمزگشایی) مخاطبان از متون رسانه ای مورد بررسی قرار گرفته اند. می توان ادعا کرد که در زمینه محتوا و گفتمان رسانه ای، کلیدی ترین مفهومی که به رابطه بین رسانه ها و گروههای اجتماعی مختلف از جمله فرهنگهای محلی (قومی، مذهبی، زبانی و امثالهم) می پردازد،

مفهوم « بازنمایی » است. بازنمایی مفهومی پیچیده، متغیر و دارای سطوح مختلف بوده و با مفاهیمی چون قدرت، ایدئولوژی، واقعیت، هویت و همانند آنها در ارتباطی تنگاتنگ است. طبیعی است نوع، چگونگی و سطح (سیاست های) بازنمایی رسانه ها از فرهنگ های محلی بنا به دلایل گوناگون، متفاوت خواهد بود و هنگامی که نگاه به این بازنمایی فرامتنی باشد میدان دید، گسترده و عوامل تاثیر گذار در آن متعدد خواهند بود.

سازمان صدا و سیما و بویژه تلویزیون سراسری به عنوان گسترده ترین رسانه موجود در کشور از توان فوق العاده ای در بازنمایی فرهنگ های محلی و تصویر سازی از آنها برخوردار است. اگرچه بازنمایی فرهنگ های مذکور در تلویزیون همواره با انتقادات مکرری روبرو بوده است، اما به جرات می توان گفت بازنمایی فرهنگ های محلی در رادیو و تلویزیون کشور ما از جمله حوزه های مغفول مطالعات رسانه ای است. برآستی عملکرد رسانه ای با چنین گستره عظیم پوشش، در جامعه ای با گستره وسیع تنوع فرهنگی چگونه است؟ و فرهنگ های محلی متعدد در تلویزیون سراسری ما، چگونه بازنمایی می شوند؟ سوالاتی که همراه با بسیاری از سوالات دیگر (و در عین حال مرتبط بهم) باید مورد بررسی جدی قرار گیرند. اما آنچه که در این پژوهش و در حد مطالعه ای موردی، مورد بررسی قرار می گیرد، سریال تلویزیونی « باران بهاری » است که در سال ۱۳۸۵ از تلویزیون کشورمان پخش شده است. اما قبل از آن و بنا به ضرورت بحث، مفاهیم تنوع فرهنگی و وضعیت آن در ایران، انواع گفتمان های مربوط به مدیریت تنوع فرهنگی، بازنمایی و عوامل مرتبط با آن همانند ایدئولوژی، انواع بازنمایی، کلیشه و کلیشه سازی، ساخت واقعیت، ساخت هویت و غیره مورد بررسی قرار می گیرند.

## ۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق

شاید در نگاه اول، بحث در مورد فرهنگ های محلی و تاکید بر اهمیت آن در دورانی که صحبت از « فردی شدن»<sup>۱</sup>، رهایی فرهنگی و سیالیت هویت هاست، نوعی واپس گرایی به نظر برسد. فردی شدن، بدین مفهوم که عوامل ساختار بخش سنتی مانند طبقه، جنسیت، قومیت و زبان روز به روز

---

۱- «فردی شدن» (Individualization) مفهومی از جامعه شناس آلمانی الریش بک (Ulrich Beck) است. بک این مفهوم را در نظریه «جامعه بیم زده» و «مدرنیزاسیون تاملی» به کار می برد. فردی شدن در این نظریه به معنای این الزام در مدرنیته متاخر است که افراد در غیاب یقینها و هنجارهای سنتی ثابت و الزام آور و ظهور شیوه های جدید زندگی که به طور مداوم در معرض تغییر است، باید خود زندگینامه خود را خلق کنند. بک فردی شدن را نتیجه فرایندهای مدرنیزاسیون می داند که مستلزم کاهش تاثیر نهادهای ساخت مند کننده سنتی جامعه در شکل گیری هویت شخصی است (نقل از لاپتن، ۱۳۸۰، ص ۳۰۳)

اهمیت شان را از دست می‌دهند و مردم به طور فزاینده‌ای بر مبنای علایق و منافع فردی دست به انتخاب فردی می‌زنند.

اما بنا به گفته گیبینز و ریمر<sup>۱</sup> مشکل بحث درباره فرایند فزاینده «فردی شدن» این است که چنین استدلالی معمولاً این نکته را نادیده می‌گیرد که هویت فردی مبتنی بر بنیاد اجتماعی است و اینکه مردم در دوران رهایی فرهنگی، هنوز موجوداتی اجتماعی هستند. حتی می‌توان استدلال کرد که بویژه در دوران رهایی فرهنگی است که مردم موجوداتی اجتماعی می‌شوند (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۴، ص ۱۱۰). مردم در مفهوم بسیار ساده‌ای که از سوی بک و دیگران از «فردی شدن» ارائه می‌شود، «فردی» نشده‌اند و اما این به آن معنا نیست که مسائل تغییر نکرده‌اند... امروز افراد از حق انتخابهای بیشتری برخوردارند و زندگی ناهمگون‌تر از قبل است اما نباید در این زمینه اغراق کرد چرا که به عنوان مثال امکان انتخاب بین فعالیت‌های ورزشی از قبل بیشتر شده است، اما این انتخاب‌ها هنوز، به مواردی چون جنسیت و قومیت و مذهب وابسته هستند (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۴، صص ۱۱۳-۱۱۱). و برخلاف پیش‌بینی اولیه مبنی بر زوال وفاداری‌های قومی به عنوان نتیجه فرایند صنعتی شدن، هیچ‌گونه نمودی دال بر تضعیف این وفاداریها مشاهده نمی‌شود (مارجر، ۱۳۷۷، ص ۱۷۴).

باید توجه داشت پیشرفت فناوریهای ارتباطاتی و سست شدن مرزهای جغرافیایی، ارتقای سطح آگاهی‌های عمومی و نیز شناخت مردم نسبت به هویت‌های فردی و اجتماعی خود، امکان درک بهتر مناسبات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و احیاناً ظلم‌ها، ستم‌ها و تبعیض‌های موجود در روابط بین اقوام، امکان برقراری روابط فرامرزی با اقوام و گروه‌های هم‌ریشه و هم‌تبار، نقش و تاثیر مداخله جویانه بازیگران منطقه‌ای و بین‌المللی و... از جمله عواملی هستند که در شرایط کنونی بیش از پیش بر اهمیت و حساسیت مسائل قومی و فرهنگ‌های محلی افزوده است. نگاهی بسیار اجمالی بر آمار تعارضات قومی و فرهنگی نشان‌دهنده اهمیت موضوع است:

در جهان نزدیک به ۱۰۰۰۰ قوم متمایز در مرزهای حدود ۲۰ کشور همزیستی می‌کنند) دکویار (کمیسون جهانی فرهنگ و توسعه)، ۱۳۷۷، ص ۵۰). تنها ۲۰ عضو از صد و هشتاد و پنج<sup>۲</sup> عضو سازمان ملل را کشورهایی با جمعیت یک‌دست تشکیل می‌دهند. بقیه کشورها دارای جمعیت‌های ناهمگونند که باید به ترتیبی رابطه بین اقلیت‌ها و کل جامعه را اداره کنند (ورستر، ۱۳۸۴، ص ۱۵). بین سالهای ۱۹۴۵ و ۱۹۷۰ کشمکش‌های قومی ۱۰ میلیون تلفات داشت و از میان ۱۰۸ رویارویی مسلحانه در بین سالهای ۱۹۸۹ و ۱۹۹۸ صد و یک برخورد بین گروه‌های اقلیت که در همان کشور زندگی می‌کردند، روی داده است (پرل موتر، ۱۳۸۴، ص ۲۴). پطروس گالی، دبیرکل

<sup>۱</sup> Gibbins & Reimer

<sup>۲</sup> - باید توجه داشت که آمار مذکور اکنون افزایش یافته است.

وقت سازمان ملل در نهم نوامبر ۱۹۹۳ هشدار داد که امنیت جهانی به علت گسترش منازعات قومی پس از پایان جنگ سرد در معرض تهدید است. او در گزارش خود اعلام نمود که از پایان جنگ جهانی دوم تا سال ۱۹۹۳، ۱۲۷ جنگ رخ داده که بیشتر آنها مبتنی بر اختلافات قومی بوده است و اکثر جوامع در جغرافیای مختلف جهانی از پیامدهای چنین خشونت‌هایی در امان نبوده‌اند (بنی هاشمی، ۱۳۸۲، ص ۶۶۲).

بنابراین امروزه، سیاستگذاری‌های صحیح فرهنگی در مورد تنوع فرهنگی از مهمترین مسائل پیش روی دولت‌هاست. گیبینز و ریمر با بیان اینکه چالش‌های فراوری حکمرانی در حال تغییر هستند، مهمترین آنها را تعدد فرهنگ‌ها در درون جوامع و مدیریت خطر در میان آنها می‌دانند<sup>۱</sup> (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۴، ص ۲۱۴). آنها تأکید می‌کنند به دلایل زیادی قید و بندهای فرهنگی و ایدئولوژیک بین دولت و شهروند در حال سست شدن هستند و پیوندهای جدید، متنوع و از نوع ناپایدار، در حال جایگزینی آن قید و بندها هستند از این لحاظ نقش رسانه‌ها را نباید دست کم گرفت (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۴، ص ۱۶۷).

انگاره‌های رسانه‌ای به شکل‌گیری دیدگاه ما راجع به جهان و ارزش‌های اساسی ما کمک می‌کنند: آنچه که ما آن را خوب یا بد، مثبت یا منفی، خیر و شر ارزیابی می‌کنیم. پیام‌های رسانه‌ای، نمادها، اسطوره‌ها و در کل منابع لازم جهت ایجاد یک فرهنگ مشترک را فراهم آورده و بستری لازم جهت ورود افراد به این فرهنگ را ایجاد می‌کنند. رسانه‌ها به دلیل قدرتی که دارند در صورت مدیریت صحیح می‌توانند همسو با نهادهای دیگر به همگرایی و همبستگی ملی کمک نمایند و جریان ارتباطات میان فرهنگی<sup>۲</sup> را تسهیل نمایند. اما اگر بر آنها مدیریت مناسبی اعمال نشود خواسته یا ناخواسته گروه یا گروه‌هایی را بر دیگران رجحان داده و در راستای طرد و حذف آنها، کژنمایی، کلیشه‌سازی، تخریب تنوع فرهنگی عمل نموده و در نهایت به خیزش تعارضات و بحران‌های فرهنگی و قومی و سست شدن پایه‌های وحدت ملی و انسجام اجتماعی منجر خواهند شد.

محققان تأکید می‌کنند که تحقیق در مورد روابط رسانه‌ها و اقلیت‌ها، امری ضروری است چرا که رسانه‌ها نقش بسیار مهم و حیاتی در ایجاد هویت‌های اجتماعی دارند (Mahtani, 2001, P.2). رسانه‌های گروهی می‌توانند دنیا را به شیوه‌ای خاص به نمایش بگذارند؛ و چون راه‌های متفاوت و متضادی برای شناساندن جهان وجود دارد، اینکه چه چیزی و یا چه کسی حذف می‌شود و مسائل،

۱- هرچند منظور آنها بیشتر جوامع مهاجر پذیر غربی است، اما در مورد جوامعی با ساختار بومی تنوع فرهنگی در کشورهایی چون ایران نیز، چندان بی ربط نیست.

۲- ارتباطات میان فرهنگی هنگامی ظهور می‌کند که مردمانی با فرهنگ یا پاره فرهنگ‌های هویتی متفاوت، با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. ارتباط میان قوم‌ها نمونه‌ای از چنین ارتباطی است (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۱۹).

مردم، حوادث و روابط چگونگی به نمایش در می‌آیند، بسیار مهم است (مک کوئین، ۱۳۸۴، ص ۲۰۹ به نقل از هال). در واقع ایجاد چنین هویت‌هایی تنها یک جنبه از عملکرد رسانه هاست و بررسی نوع بازنمایی فرهنگ‌های محلی در یک رسانه جمعی همانند تلویزیون نشان دهنده ایدئولوژی غالب بر آن، گفتمان غالب رسانه‌ای، شیوه بازنمایی و پیش‌بینی برآیند عملکرد رسانه مورد نظر در راستای حفظ تنوع فرهنگی و یا احیاناً تخریب آن خواهد بود.

### ۳-۱- اهداف تحقیق

- ۱- بررسی اجمالی موضوع تنوع فرهنگی و طرح دیدگاه‌های مختلف در این خصوص
- ۲- بررسی میزان حضور مولفه‌های فرهنگ محلی قوم لر در سریال تلویزیونی باران بهاری
- ۳- بررسی چگونگی بازنمایی فرهنگ محلی لر به عنوان شاخصی از تنوع فرهنگی موجود در کشور، در سریال تلویزیونی باران بهاری

### ۴-۱- سوالات تحقیق

- ۱- سریال باران بهاری فرهنگ محلی قوم لر را چگونه بازنمایی می‌کند؟
- ۲- آیا می‌توان گفت که فرهنگ خاصی از سوی این سریال ترویج می‌شود؟

### ۵-۱- روایت اجمالی سریال باران بهاری

قبل از پرداختن به روایت سریال باید اشاره کرد که سریال باران بهاری، سال ۱۳۸۵ در ۱۴ قسمت، شنبه شبها ساعت ۲۲ از شبکه یک سیما پخش شده است. اتفاقات این سریال از قسمت چهارم به بعد در دو محل تهران و لرستان روی می‌دهند (تا قسمت چهارم، اتفاقات همگی مربوط به تهران هستند) و بنابراین ما در توضیح روایت به اتفاقاتی که در تهران روی می‌دهند نمی‌پردازیم. داستان این سریال مربوط به خانواده‌ای تقریباً ثروتمند است که دو پسر به نامهای امیر خسرو و امیر هوشنگ دارند. در ادامه داستان مشخص می‌شود که امیر خسرو فرزند ناتنی بوده و پدر و مادر ناتنی اش او را در امامزاده‌ای در خرم‌آباد، هنگامی که دو ساله بوده، پیدا نموده و به فرزندپذیری قبول می‌کنند. در کل داستان امیر خسرو با شخصیتی کاملاً مثبت نشان داده می‌شود. پدر خوانده اش (مراد ربیعی) به او علاقه شدیدی دارد و به همین دلیل امیر هوشنگ به امیر خسرو حسادت می‌ورزد. بنابراین تلاش می‌کند با روشهای مختلف برادرش را (که حالا دیگر مشخص شده برادر ناتنی است) از ثروت پدرش محروم کرده و جای او را بگیرد (ربیعی، پدر خوانده امیر خسرو که صاحب



یک شرکت توزیع مواد غذایی است به خاطر علاقه و اعتمادی که به امیر خسرو دارد همه امور شرکت را به وی واگذار کرده است). اما در نهایت شکست می خورد. امیر خسرو بعد از اینکه می فهمد پسر واقعی خانواده ربیعی نیست تهران را ترک کرده و به دنبال یافتن پدر و مادر واقعیش راهی لرستان می شود. به همین دلیل او به خرم آباد آمده و در آنجا با دوستانی جدید آشنا می شود. شخصیت های اصلی داستان در منطقه لرستان عبارتند از داود و پدرش لطیف، فائزه و پدر بزرگش میرزا رسول، حاج علی، فرشید، فریبا و حجت. داود جوانی معلول است و به اصطلاح قوز دارد و نیز عقب مانده ذهنی است که به همراه پدر پیرش لطیف، خادم امامزاده بوده و زندگی بسیار فقیرانه ای دارند. فائزه نیز جوانی است که با میرزا رسول، پدر بزرگ پیر و فقیرش در روستایی نزدیک خرم آباد زندگی می کند. حاج علی فردی میانسال و پدر فرشید و فریباست که صاحب یک شرکت توزیع مواد غذایی است. فرشید و فریبا نیز هر دو جوانهایی با ظاهری ساده و با تحصیلات متوسط هستند که در شرکت پدرشان کار می کنند. همچنین حجت جوانی روستایی و با تحصیلات بسیار پایین است که در شرکت حاج علی، با حقوقی بسیار اندک مشغول کار است. امیر خسرو بعد از ورود به خرم آباد در شرکت حاج علی (به درخواست حاج علی) مشغول کار می شود اما حجت که به فریبا علاقمند است به اشتباه او را رقیب خود می پندارد و چند بار امیر خسرو را تهدید می کند که خرم آباد را ترک کند اما امیر خسرو که به دختر دیگری در تهران علاقمند است به آرامی و خونسردی با حجت رفتار می کند. در ادامه داستان امیر خسرو یک شرکت تولیدی داروهای گیاهی ایجاد می کند و داود، فائزه، میرزا رسول و چندین نفر دیگر در آن مشغول به کار می شوند او همچنین زمینه ازدواج داود با فائزه را فراهم می کند. در جریان داستان لطیف متوجه می شود که امیر خسرو فرزند گمشده اوست اما از بیان این موضوع، به خاطر فقر و تنگدستی خودش و نیز به جهت معلولیت داود، به امیر خسرو شرم دارد. لکن در نهایت، این موضوع را به امیر خسرو بیان می نماید و بدین ترتیب داستان به اتمام می رسد.

فصل دوم:

مروری بر پیشینه تحقیق

## ۱-۲- بررسی تحقیقات پیشین

### ۱-۱-۲- تحقیقات داخلی

از مجموع جستجوهای انجام گرفته چنین بر می آید که ظاهراً در کشور ما پژوهشی در زمینه نحوه بازنمایی فرهنگ های محلی (اعم از قومیت ها، مذاهب، زبانها و امثالهم) در برنامه های سازمان صدا و سیما انجام نگرفته و یا حداقل منتشر نشده است. اما در مجموع می توان به موارد زیر که هر کدام به نوعی به موضوع تحقیق حاضر مربوط می شوند اشاره کرد:

محسنیان راد (۱۳۸۲) در مقاله‌ای با عنوان «ضرورت توجه به مقوله ارتباطات میان فرهنگی در جامعه ایران به منظور مواجهه صحیح با تحولات جامعه اطلاعاتی» با اشاره به تنوع فرهنگی و قومی در ایران، با ارائه شواهد و آماری به پدیده قوم مداری در ایران اشاره می کند. وی عدم شفافیت در مورد آمار و ارقام اقوام و زبانها و نبود تناسب میان سهم هر یک از اقوام در دسترسی به فرستنده‌ها و برنامه‌های رادیو و تلویزیون را مطرح می نماید و وضعیت موجود را با مفاهیم «ارتباطات عمودی»، «خیابان یکطرفه»، «تراز منفی»، «نابرابری» و «استثمار درون کشوری»<sup>۱</sup> توصیف می کند و نتیجه آن را ایجاد «مخاطبان ناخشنود» و تمایل به استفاده از سایر رسانه‌ها در فرایند افزایش امکان‌پذیری مخاطب و «تعارض و بحران» در دراز مدت می‌داند. محسنیان راد در ادامه با اشاره به توسعه فناوریهای ارتباطات و افزایش قدرت گزینشگری مخاطبان این چنین نتیجه‌گیری می‌کند که تا سال ۱۴۰۰ ه. ش در سایه توسعه فناوریهای ارتباطات، همراه با گسترش توجه به ارتباطات میان فرهنگی در کشورهای دیگر و رعایت قواعد آن در جهان، ضمن شکل‌گیری بازار متنوع پیام، قدرت گزینشگری مخاطبان را بسیار افزایش خواهد داد و قطعاً این قدرت سبب خواهد شد که مخاطبان ناخشنود ناشی از ارتباطات عمودی و یکطرفه درون کشوری، خود را در معرض پیام‌هایی قرار دهند که علاوه بر مشابهت زبانی، فاقد پروپاگاندا‌ی مذهبی دیگر و دارای نگاه ارزشی به مذهب آنان باشد.

<sup>۱</sup> - استعمار داخلی نظریه ای است که آن را مایکل هچتر در کتاب خود به نام «استعمار داخلی: اقلیت سلتیک در فرآیند پیشرفت ملی بریتانیا ۱۹۶۶-۱۵۳۶» ارائه نموده است. این نظریه با تعمیم مناسبات استعماری به داخل کشورها، بر وجود روابط نابرابر فرهنگی، بین فرهنگ سلطه گر و فرهنگ های زیرسلطه در درون جوامع چند قومیتی، تاکید می‌کند (شاهد علوی، ۱۳۸۵، ص ۱۰۶ به نقل از Ramezanzade).

اگر در ایران، از هم اکنون توجه به رعایت قواعد ارتباطات میان فرهنگی توسعه نیابد، در آینده کشور با چالش‌هایی مواجه خواهد شد که متناسب با همبستگی نیست.

حکیم پور (۱۳۷۷) در پژوهشی با عنوان «نقش صدا و سیما در تحکیم وحدت ملی» به نقش رادیو و تلویزیون در کمک به وحدت ملی پرداخته است. وی این نقش را از طرقتی چون دادن خودآگاهی ملی به اقوام و انتقال همگرایی محلی به همگرایی ملی، تحریک احساسات ملی از طریق انعکاس میراث مشترک تاریخی و فرهنگی اقوام مختلف ایرانی و نیز انعکاس خواسته‌ها و نیازهای اقوام مختلف بر می‌شمرد. حکیم پور، سیاست‌گذاریهای نادرست رسانه‌های فرهنگی و تبلیغی دولت‌های ملی مانند رادیو و تلویزیون و برنامه‌های مخرب مبتنی بر تبعیض و تحقیر فرهنگی - مذهبی اقلیت‌ها در رادیو و تلویزیون را از جمله عوامل پیدایی پدیده «بحران قومی یا ملی» ذکر می‌کند.

این پژوهش در ادامه به شاخصها و عناصر مختلف وحدت ملی از جمله زبان، سرزمین، دین و مذهب، تاریخ، فرهنگ و نژاد می‌پردازد. وی در مورد هر یک از این عناصر، نقش صدا و سیما را بدین صورت ذکر می‌کند که نباید زبان، دین و مذهب به عنوان محور وحدت ملی در برنامه‌های صدا و سیما قرار گیرد، زیرا این امر به معنای حذف بخش زیادی از حوزه زبانی (غیرفارسی زبان) و اقلیت‌های دینی (مسیحیان، زرتشتیان و یهودیان) و اتباع اهل سنت از دایره هویت ملی خواهد انجامید و در مقابل به اهمیت تاریخ و فرهنگ و نژاد اشاره کرده و معتقد است این شاخص‌ها بهتر از شاخص‌های دیگر می‌توانند وحدت ملی کشور را بر مبنای یک هویت ملی پایدار تحکیم بخشیده و کلیه افراد و اقوام کشور را در بر گیرند.

صالحی (۱۳۸۱) در پایان نامه خود با عنوان «خبر و وحدت ملی، بررسی نقش پخش سراسری اخبار شهرستانها در تحکیم مبانی وحدت ملی، نظر خواهی از مردم شهر سنج» با استفاده از روش پیمایش به بررسی تاثیر پخش سراسری اخبار استان کردستان در تقویت وحدت ملی در میان مردم منطقه می‌پردازد. فرضیه این پژوهش مبتنی بر ارتباط مثبت این دو متغیر (پخش سراسری اخبار شهرستانها و تقویت وحدت ملی) است. چهارچوب نظری این تحقیق به طور عمده بر مبنای نظریه کارکردگرایی - ساختاری استوار است. در قسمت یافته‌ها فرضیه اصلی تحقیق تایید شده و مشخص می‌شود که پخش سراسری اخبار شهرستانها، ارزشها و اعتقادات مشترک و وفاداریهای ملی مردم را مستحکم می‌کند.

شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۷۴) در گزارش پژوهشی اجمالی با عنوان «تحکیم وحدت قومی، ملی، مذهبی» در ابتدا به وجود تنوع قومی در ایران اشاره کرده و روند تاریخی شکل‌گیری مفهوم هویت ملی در ایران را در پنج دوره با پنج دیدگاه متفاوت توضیح می‌دهد: عصر مشروطه (هویت ملی بر مبنای شهروندان آزاد ایرانی). دوران پهلوی (هویت ملی بر مبنای مفهوم کهن ایران‌شهر با نظام