

## بازنمایی کلیشه‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی (۱۳۹۲-۱۳۸۰)

راضیه شامخ‌نیا\*

محمد مظلوم خراسانی\*\*، محسن نوغانی دخت‌بهمنی\*\*\*

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی بازنمایی کلیشه‌های منتسب به اقوام در سریال‌های تلویزیونی می‌پردازد. سؤال اصلی این است که شخصیت‌های قومی به لحاظ ابعاد شخصیتی و اجتماعی، در سریال‌های تلویزیونی، چگونه به تصویر کشیده می‌شوند؟ برای یافتن پاسخ این سؤال نظریه‌های بازنمایی استوارت هالو تحلیل شخصیت انریکومارتینز به عنوان چهارچوب نظری و قواعد نشانه‌شناسی به عنوان روش تحلیل مورد استفاده قرار گرفته‌اند. برخلاف مدعاهای پژوهش‌های قبلی، مبنی بر این که در سریال‌های تلویزیونی هریک از اقوام به گونه‌ای خاص و برمبنای تصورات قالبی فرهنگ عامه، به تصویر کشیده می‌شوند، باید گفت در شخصیت‌پردازی اقوام تفاوت چندانی به چشم نمی‌خورد. در اکثر موارد، از ابعاد ظاهری گرفته تا اخلاقی، وجوه قابل‌تعمیم شخصیت‌پردازی‌ها بسیار بالاست. ویژگی‌هایی نظیر ساده‌دلی، فرودستی، غیرمتجدد بودن از یک‌سو و کارویژه‌ی کمیک از سوی دیگر، از اصلی‌ترین درون‌مایه‌های شخصیت‌ها در این سریال‌ها هستند. در مجموع چهار تیپ شخصیتی از هویت‌های قومی تعریف شده‌اند که عبارت‌اند از: تیپ مهاجر، تیپ مستحیل، تیپ مجاور و تیپ متعادل.

\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی (نویسنده مسئول)، دانشگاه الزهراء، raziehshamekh@gmail.com

\*\* استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی، mmkhorasani@um.ac.ir

\*\*\* دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی، noghani@um.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۰۸

**کلیدواژه‌ها:** سریال‌های تلویزیونی، بازنمایی، هویت قومی، کلیشه‌سازی، نشانه‌شناسی.

## ۱. مقدمه

هویت‌های جمعی در مرزهایی ساخته می‌شوند که «ما» را از «دیگران» (Other) متمایز می‌سازد. هویت‌یابی (Identification) ضمن ایجاد تمایز بین درون گروه و بیرون آن، مرزبندی‌ها را پدید می‌آورد و به افراد می‌آموزد که چگونه بر مبنای موقعیت‌های مشترک و در چارچوب معناهای همسان، جهان را بنگرند و تفسیر کنند.

یکی از مهم‌ترین عناصری که به واسطه‌ی آن هویت‌های جمعی در جامعه، عینیت یافته و تنوع فرهنگی را رقم می‌زند، قومیت (Ethnicity) است. اقوام گوناگون صرف‌نظر از تعاریف مختلف، از منسجم‌ترین خرده‌فرهنگ‌ها (Subculture) در بستر نظام فرهنگی کل به شمار می‌آیند؛ این در حالی است که پژوهشگران علوم اجتماعی در اوایل قرن بیستم، علایق و هویت‌های قومی، زبانی و نژادی را اغلب نوعی واپس‌گرایی و نابهنجاری تاریخی قلمداد کرده و چنین می‌پنداشتند که قومیت بازمانده‌ای از مراحل اولیه‌ی تحول جامعه‌ی انسانی است که دیرپا زود از میان خواهد رفت (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۵۹). در جامعه‌ی ما نیز هم‌زمان با حکومت پهلوی اول که از طرفداران تجددگرایی به شمار می‌رفت؛ سیاست همسان‌سازی فرهنگی (Cultural assimilation) در اولویت قرار گرفت. فرآیندهای همسان‌سازی در کنار ترویج همه‌جانبه‌ی زبان فارسی به دنبال استحاله‌ی هویت‌های قومی در یک فرهنگ ملی فراگیر بودند. این سیاست‌ها که تا پایان دوره پهلوی دوم بر رسانه‌ها و به تبع آن بر تلویزیون حاکم بود (سیدامامی، ۱۳۸۷). پس از پیروزی انقلاب اسلامی، سیاست‌های فرهنگی مورد بازنگری قرار گرفت اما همچنان تصویرسازی اقوام مختلف در تلویزیون، با مناقشه‌های جدی همراه بوده است.

در سال‌های اخیر غالب سریال‌هایی که با محوریت اقوام در تلویزیون ساخته شده، با اعتراض مردم آن مناطق مواجه شده است. با جستجویی ساده در اینترنت با نوشته‌های بسیاری ذیل عنوان «تصاویر قومیت‌ها در مجموعه‌های تلویزیونی» مواجه می‌شویم. در این وب‌نوشته‌ها تأکید شده است که در برنامه‌های تلویزیونی اغلب نوعی «برتری قومی» یا برتری «خرده‌فرهنگ پایتخت» مشاهده می‌شود. این برتری به دو شکل نمود پیدا می‌کند؛ در حالت اول به‌طور مستقیم به یک گروه قومی یا یک هویت شهرستانی خاص توهین

می‌شود، در حالت دوم از افرادی که مهم‌ترین عنصر نشانه‌شناختی قومی‌شان لهجه است، اغلب تصویری کلیشه‌ای نشان داده می‌شود.

باید در نظر داشته باشیم که تلویزیون، نماینده‌ی رسمی سیمای جمهوری اسلامی است و هرگونه بازنمایی اقوام می‌تواند تعبیر به سیاست‌های کلی نظام شود.

با توجه به آنچه گفته شد برآن هستیم به بازنمایی کلیشه‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی بپردازیم. سؤال اصلی عبارت است از این که سریال‌های تلویزیونی چه تصویری از شخصیت‌های قومی ارائه داده‌اند؟

اهداف:

- بررسی ویژگی‌های ظاهری شخصیت‌های قومی
- بررسی موقعیت‌های منزلتی شخصیت‌های قومی
- بررسی کار ویژه‌ی شخصیت‌های قومی

## ۲. پیشینه پژوهش

پژوهش‌ها در زمینه‌ی بازنمایی کلیشه‌های قومی در رسانه‌ها را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: دسته اول در جستجوی شناسایی کلیشه‌های قومی در متن‌های رسانه‌ای هستند (کاظمی و رضایی، ۱۳۸۷، صوفی، ۱۳۸۸؛ کاسل و همکاران، ۲۰۱۰؛ مک‌کوئین، ۲۰۰۸؛ هاپکینز، ۲۰۰۱؛ گری، ۱۹۹۶؛ اسمیت، ۲۰۰۴؛ یانگ و همکاران، ۲۰۰۸؛ بیرک بک، ۲۰۰۷؛ ۲۰۰۹) و دسته‌ی دیگر ادراک گروه‌های قومی از تصاویر خودشان در رسانه‌ها را بررسی می‌کنند (سید-امامی، ۱۳۸۷؛ شانکار، ۲۰۰۹؛ آتا، ۲۰۱۱).

از نتایج پژوهش‌های متن محور چنان برمی‌آید که نمایش قومیت به‌نوعی رویه‌ی نابرابر و ناعادلانه در ترسیم گروه‌هایی از جامعه دلالت دارد. این نحوه‌ی مواجهه با نقش‌های قومی، وضعیت مبهمی را به وجود می‌آورد که همه‌ی قومیت‌ها و اقلیت‌های جامعه را در قالب نقشی غیر جدی، حاشیه‌ای و منفی در معرض دید همگان قرار می‌دهد (رضایی و کاظمی، ۱۳۸۷؛ صوفی، ۱۳۸۸). صوفی در بررسی اقوام کرد در سینمای پس از انقلاب، نحوه‌ی بازنمایی اقوام در فیلم‌های سینمایی را منفی ارزیابی می‌کند. از جمله این موارد به عقب‌ماندگی و توسعه‌نیافتگی جوامع کردی، جنگ‌طلب و خشونت‌طلب بودن، غیرقابل

اعتماد بودن، خائن بودن احزاب گردد، مقصر بودن خود کردها در پیدایش مسئله‌ی کردها و بدوی بودن زندگی آنها اشاره می‌کند.

در پژوهش‌های مخاطب‌محور بر اهمیت تصویرسازی‌های رسانه‌ای و نارضایتی اقوام از تصاویر خود در رسانه‌ها تأکید شده است. در سراسر گفته‌های پاسخ‌گویان، نوعی بدبینی نسبت به کلیشه‌سازی در بازنمایی‌های رسانه‌ای وجود دارد؛ ضمن اینکه مشارکت‌کنندگان، قائل به کم‌بازنمایی و در مواردیحتی «بازنمایی منفی» (Negativerepresentation) از تصاویر رسانه‌ای اقوام خود هستند. به نظر سید امامی، اقوام ایرانی تصاویر پخش شده از سیما درباره‌ی خود راچندان مطلوب نمی‌یابند و از بازنمایی‌های خود در سریال‌ها و فیلم‌های تلویزیونی ناخرسندند. «افراد مصاحبه شده از شبکه‌های سراسری انتقاد دارند و چنین می‌پندارند که دراین شبکه‌ها به اندازه‌ی کافی نقش ندارند و اگر هم نشان داده می‌شوند، اغلب چهره‌های تحریف شده‌ای از آنان به نمایش درمی‌آید» (سید امامی، ۱۳۸۷: ۷۸). نتایج تحقیق‌شان کار نیز مؤید نارضایتی قومیت‌ها از کلیشه‌سازی اهالی رسانه و تقلیل خصوصیات فرهنگی اقوام مختلف به مجموعه‌ای از قالب‌های تکراری است. به گفته‌ی شان کار با وجود این که مصاحبه‌شوندگان متعلق به قومیت‌های مختلف بوده‌اند، به نکات مشترکی در مورد شیوه‌ی بازنمایی خود اشاره کرده‌اند؛ خصوصیات از قبیل نقش‌های دست‌چندم، آدم‌های ساده‌لوح و زودباور با پوشش‌های محلی و در کسوت‌های روستایی که در موقعیت‌های مختلف با تصمیماتشان باعث ایجاد مشکلاتی می‌شوند که شخصیت‌های شیک‌پوش شهری را به دردمس می‌اندازد (شانکار، ۲۰۱۰: ۶۳).

پژوهش حاضر اولین کار در حوزه بازنمایی قومیت در ایران نیست و در هریک از سوابق (کاظمی و رضایی، ۱۳۸۷؛ صوفی، ۱۳۸۸) جنبه‌هایی از موضوع مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش صوفی به درکی همه‌جانبه از تصویر اقوام کرد در سینمای پس از انقلاب می‌پردازد. پژوهش کاظمی و رضایی نیز باب جدیدی را در بررسی اقوام می‌گشاید و مبحث بازنمایی رسانه‌ای را که سابق بر این بیشتر در حوزه مطالعات جنسیتی مطرح بود به حوزه مطالعه‌ی اقوام وارد می‌کند؛ اما در این پژوهش علی‌رغم دقت نظری و روشی و نوآوری در نتایج، هنوز به سؤال چگونگی تصویرسازی شخصیت‌های قومی در تلویزیون پاسخ داده نشده است. در این پژوهش نمونه‌های متنوع از قومیت‌های مختلف حضور ندارند و تنها به بررسی چند شخصیت در دو سریال (آهوی ماه نهم و آگه بابام زنده بود) اکتفا شده است. از سوی دیگر سریال‌های مورد بررسی، در زمان پخش خود مورد مناقشه

نبوده و با بازخوردهای منفی از طرف اقوام همراه نشده‌اند؛ اما در پژوهش حاضر نقطه عزیمت بررسی، سریال‌هایی هستند کهپخش آن‌ها با اعتراض و حاشیه‌هایی همراه بوده است. <sup>۱</sup> به همین منظور در پژوهش حاضر سعی شده است با انتخاب دوره زمانی ۱۰ ساله و برگزیدن ۱۹ شخصیت قومی از اقوام مختلف (لر، کرد، ترک، مازنی، گیلکی، عرب) <sup>۲</sup>، تصویری از ابعاد شخصیتی و اجتماعی و کار ویژه‌ی این شخصیت‌ها در سریال‌ها ارائه شود.

### ۳. طرح نظری

مبنای نظری این پژوهش، رویکرد برساختی استوارت هال (The Constructive approach) به نظریه‌ی بازنمایی (Representative Theory) است. بر مبنای این دیدگاه، رسانه‌ها تنها بازتاب‌دهنده‌ی عینی وقایع نیستند، بلکه آن را به صورت کد و نشانه درمی‌آورند. فکت‌هایی که ما به واسطه‌ی رسانه دریافت می‌کنیم، فکت نمادینی (Symbolic fact) است که لزوماً مبتنی بر واقعیت عینی نیست (هال، ۱۹۹۷: ۷۲). در رویکرد برساختی بازنمایی، چیزها و اشیاء معنای خودبسنده‌ای ندارند بلکه این ما هستیم که معانی را می‌سازیم و این عمل را از طریق نظام‌های بازنمایی مفاهیم و نشانه‌ها (Representation Systems) انجام می‌دهیم. منظور از نظام بازنمایی در نظریه‌ی هال دوفراآیند در معنابخشی به نشانه‌هاست: در مرحله‌ی اول شمار قابل توجهی از موضوعات، افراد و حوادث را از طریق عملکردی که آن را بازنمایی ذهنی (Subjective representation) می‌نامیم سازمان‌دهی، دسته‌بندی و طبقه‌بندی می‌کنیم. در مرحله‌ی دوم این مفاهیم را بایکدیگر به اشتراک گذاشته و معانی فرهنگی مشترک می‌سازیم. نیاز به مبادله و بیان معانی، نوع دیگری از بازنمایی موسوم به بازنمایی-زبانی (Linguistic Representation) را مطرح می‌کند (هال، ۱۹۹۷: ۱۸). زبان در این نظریه تنها گفتار و نوشتار نیست بلکه طیف وسیعی را دربرمی‌گیرد، از تصاویر بصری و علائم حرکتی گرفته تا زبان مُد (هال، ۱۹۹۷: ۱۹). بنابراین با اتخاذ این عینک نظری، در نظام زبان با سه-گانه‌ی مفاهیم (Concepts) اشیا (Things) و نشانه‌ها (signs) مواجه خواهیم شد که توسط مجموعه‌ای از فرایندها که همان بازنمایی‌ها هستند به یکدیگر مرتبط می‌شوند. در چنین رویکردی است که معنا ساخته‌ی نظام‌های بازنمایی است.

مسئله‌ی محوری فرآیند بازنمایی، نمایش دیگری (Presenting Others) است؛ این‌که ما چگونه و از چه طریقی هویت‌های اجتماعی‌یی را که آشکارا با ما تفاوت دارند به تصویر

می‌کشیم و چگونه تفاوت، در بازنمایی به مفهومی مناقشه‌برانگیز تبدیل می‌شود؟ بازنمایی «دیگران» وقتی که قصد تبیین تفاوت را داریم به موضوعی بسیار پیچیده تبدیلی می‌شود و می‌تواند تأثیرات عمیقی بر تعاملات اجتماعی بر جای بگذارد (هال، ۱۹۹۷: ۲۲۵). پاسخ به این سؤال‌ها از طریق دو استراتژی بازنمایی یعنی کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی ممکن است. به مدد این استراتژی‌ها تصاویر «دیگری» در رسانه‌ها ساخته و پرداخته و تثبیت شده و این تصویر ساختگی به مثابه امری طبیعی جلوه داده می‌شود. اولین استراتژی کلیشه‌سازی کلیشه‌ها در بردارنده‌ی ایده‌هایی کلی، ساده‌سازی شده و تکرارشدنی در مورد «دیگری» است. این دیگری می‌تواند دیگری قومی، جنسیتی، طبقاتی و غیره باشد. کلیشه‌ها غالباً از نابرابری قدرت حمایت می‌کنند؛ قدرتی که در مقابل اقلیت‌ها قرار می‌گیرد (هال، ۱۹۹۷: ۲۵۸). در فرآیند کلیشه‌سازی، پدیده‌ها ابتدا ساده‌سازی می‌شوند و پس از آن تقسیم‌بندی می‌شوند. این تقسیم‌بندی در قالب دو گانه‌های متضاد جلوه‌گر می‌شود مثل بد و خوب، بدوی و متمدن، زشت و زیبا. این تقسیم‌بندی‌ها مرزها را مشخص می‌کند و آنچه را که به ما تعلق دارد در مقابل آنچه متعلق به دیگریست مشخص می‌کند. برخی اندیشمندان کار ویژه‌ی کلیشه‌ها را تعمیم می‌دانند. به نظر آن‌ها کلیشه‌ها گروهی از مردم را برای همیشه با ویژگی‌هایی تعریف می‌کنند که ممکن است تنها در بخش اندکی از آن‌ها وجود داشته باشد. این ویژگی‌ها اغلب در فرآیند کلیشه‌سازی با اغراق و غلو همراه هستند (استانگور و شلر، ۱۹۹۶؛ اشنايدر، ۲۰۰۳). استراتژی دوم، طبیعی‌سازی است. در فرآیند طبیعی‌سازی، ویژگی‌های ساخته‌شده در کلیشه‌ها به عنوان واقعیت‌های طبیعی جلوه داده می‌شوند. طبیعی‌سازی تفاوت‌های کلیشه‌ای را ذاتی، طبیعی و در نهایت تثبیت می‌کند.

استراتژی‌های کلیشه‌سازی در پژوهش حاضر از خلال بررسی شخصیت‌های قومی مورد توجه قرار گرفته است و تلاش شده است کلیشه‌های منتسب به شخصیت‌های قومی از خلال فرآیندهای ساده‌سازی این شخصیت‌ها مورد بررسی قرار گیرد. تحلیل شخصیت، بدون رجوع به نظریه‌های شخصیت‌پردازی در هنرهای دراماتیک ممکن نیست. انریکو مارتینز (Martinez) انواع شخصیت‌ها را بر مبنای اهمیت در شکل‌گیری روایت، به سه دسته تقسیم کرده است: «شخصیت‌های محوری» (Pivotal characters)، «شخصیت‌های فرعی» (Secondary characters)، «شخصیت‌های کمینه یا کمکی» (minor character). شخصیت‌های محوری مهم‌ترین وظایف را در داستان بر عهده دارند. آن‌ها به صورت عمیق با روند اتفاقات، درگیر می‌شوند و پایان اتفاقات نیز به صورت شدیدی بر آن‌ها تأثیر

می‌گذارد. آن‌ها شخصیت‌هایی هستند که اگر نباشند، درام شکل نمی‌گیرد. شخصیت‌های فرعی اگرچه در شکل‌گیری اتفاقات سهم ندارند اما در پیش‌برد آن بسیار مؤثرند. بدون حضور این شخصیت‌ها بسیاری از حوادث امکان بروز نمی‌یابند. شخصیت‌های «کمینه» تأثیر بسیاری کمتری در داستان دارند و وجود آن‌ها یا عدم وجودشان تغییری در درام حاصل نمی‌کند. منظور از وجود یا عدم وجود این شخصیت‌ها صرفاً بُعد ظاهری و آماری آن‌ها نیست؛ ممکن است یک «شخصیت کمینه» در قالب یک «پیک»، حامل پیغام بسیار مهمی باشد که روند یک درام را با حضور چند لحظه‌ای خود تغییر می‌دهد؛ اما چنین فردی تنها یک حامل است و خصوصیات او تأثیری در درام نمی‌گذارد و هر فرد دیگری با هر اسم و خلقیاتی، می‌تواند جای او باشد؛ برخلاف شخصیت‌های اصلی و فرعی که خصوصیات و ویژگی‌های فردی آن‌ها جایگاهشان را در روند داستان رقم می‌زند (مارتینز، ۲۰۱۱: ۵). تقسیم‌بندی دیگری از شخصیت‌های نمایشی که مورد استفاده قرار گرفته است، توسط فوستر ارائه شده است. فوستر، شخصیت‌ها را به دو نوع «سطح» یا «ساده» (Flat-characters) و «مدور» یا «پیچیده» (Round-characters) تقسیم کرده است. شخصیت‌های پیچیده، به دسته‌ای از شخصیت‌ها اطلاق می‌شود که جنبه‌های جسمانی، اجتماعی و روانی آن‌ها در درام پرورش داده شده است. اشخاصی که با در نظر گرفتن این جنبه‌ها آفریده می‌شوند، به رغم قرار گرفتن در چهارچوب کلی نمایشنامه، اعمالشان قابل پیش‌بینی نیست و به همین جهت در طول نمایش زنده و با طراوت خواهند بود. اما شخصیت‌های ساده با خصوصیات کلیشه‌ای خلق می‌شوند و رفتار و کردارشان قابل پیش‌بینی و از قبل معین شده است (مکی، ۱۳۷۱: ۷۰).

#### ۴. روش پژوهش

در پژوهش حاضر استراتژی‌های کلیشه‌سازی را از قبیل ساده‌سازی و منفک‌سازی در مورد شخصیت‌های قومی بررسی کرده‌ایم. روش مورد استفاده، نشانه‌شناسی است. از طریق نشانه‌شناسی روند معناسازی متن سریال‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد. معنا از تمایز میان نشانه‌ها ناشی می‌شود. این تمایزها بر دو نوع‌اند: همنشینی و جانشینی. یافتن روابط همنشینی در متن از طریق بازشناسی چگونگی قرار گرفتن عناصر در کنار هم و روابط جانشینی بر چگونگی جایگزینی عناصر به جای هم به دست می‌آید (چندلر، ۱۳۸۷: ۱۲۷). هر یک از شخصیت‌های قومی در سریال (با تمام ابعاد شخصیت‌پردازی منحصر به فرد

خود) به تنهایی بیان‌گر اصل جانشینی هستند؛ زیرا نویسنده و کارگردان از میان عناصر و جلوه‌های مختلف به‌گزینش می‌پردازند و شخصیت را با خصوصیات خاص می‌آفرینند؛ بنابراین هر شخصیت در حکم غیاب شخصیت‌های دیگر با ویژگی‌های دیگر عمل می‌کند. برای تحلیل روابط جانشینی، به بررسی ابعاد مختلف شخصیت‌های قومی اعم از اجتماعی و ظاهری پرداختیم.

رابطه همنشینی به سامان بخشیدن روابط درون‌متن می‌پردازد. برای تحلیل روابط درون‌متنی از نمادهای فنی در متن استفاده شده است. مهم‌ترین این نمادها طراحی صحنه و لباس است. در طراحی صحنه محل زندگی و محل کار تفکیک می‌شود و دلالت‌ها مشخص می‌شوند. آیا بازنمایی شخصیت در محله‌ای شلوغ و پرازدحام و خانه‌ای کوچک و قدیمی صورت گرفته است یا در خانه‌ای بزرگ و مجلل و در محله‌ای اعیانی. در مورد محل کار نیز هریک از نمایه‌ها دلالت‌های خاصی دارند. این‌که فرد در چه شغلی به تصویر کشیده است و محل کار وی چگونه طراحی شده است معانی متفاوتی می‌سازند. (الام ۱۳۸۶: ۱۷۳)

ابزار تحلیلی دیگر نشانه‌شناسی که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است، یافتن تقابل‌های دوتایی در متن است. به عقیده برگر، چنانچه در تحلیلی ک متن رسانه‌ای نتوانستیم موضوعی پیدا کنیم که با اصطلاحات تقابلی مرتبط باشد احتمالاً اشکالی در کار است (برگر، ۲۰۰۴: ۲۱).

در این پژوهش واحدهای تحلیل، ثبت و نمونه‌گیری به ترتیب عبارت‌اند از: شخصیت، صحنه و قسمت‌های سریال. براین اساس هر یک از صحنه‌هایی که شخصیت‌های قومی در آن حضور داشتند به‌عنوان واحد ثبت مشخص شد و هر قسمت از سریال هانیز به‌عنوان واحد نمونه‌گیری انتخاب شدند. لازم به توضیح است در سریال‌هایی که شخصیت‌های قومی نقش فرعی یا کمینه داشتند نمونه‌گیری انجام نشد و از آنجا که حضور شخصیت قومی به چند قسمت خاص محدود می‌شد تمام این قسمت‌ها مشاهده و کدگذاری شد. دلیل انتخاب شخصیت به‌عنوان واحد تحلیل نیز آن است که اعتراض‌های اقوام به تصاویر خود در سریال‌ها عموماً معطوف به شخصیت‌پردازی‌ها بوده است.



#### ۱.۴ فرآیند انتخاب نمونه‌ها:

در انتخاب سریال‌ها شرط وجود شخصیت‌های قومی ضروری بود. از این‌رو نمونه‌ها به صورت هدفمند انتخاب شدند. تلاش شد تا در صورت امکان تنوع قومی رعایت شود. ملاک‌های انتخاب عبارت بودند از: لهجه، پوشش محلی یا ارجاع داستان به سابقه قومی شخصیت.

برای جمع‌آوری داده‌ها از تکنیک نمونه متوالی (Sequential Sampling) استفاده شد و شرط اشباع داده‌ها مورد توجه قرار گرفت به این معنی که فرآیند کد گذاری تا زمانی که هریک از مقوله‌ها و زیرمقوله به اشباع نظری نمی‌رسید ادامه می‌یافت (رنجبر و همکاران، ۲۰۲۲: ۱۳۹۱).

نمونه‌های مورد نظر از سریال‌های تلویزیونی پخش شده در فاصله سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۲ انتخاب شده‌اند. این سریال‌ها از حیث حضور شخصیت‌های قومی به دو دسته تقسیم شدند: دسته اول مجموعه‌هایی‌اند که شخصیت قومی ایفاگر نقش‌های اصلی یا به عبارت دیگر قهرمان داستان است. دسته دوم مجموعه‌هایی هستند که این شخصیت‌ها در آن دارا این قش‌های فرعی یا کمینه هستند. از گروه اول که تعداد آن‌ها در ده سال اخیر بسیار کم بود سریال پایتخت (۱۳۹۰ و ۱۳۹۲) انتخاب شد. از گروه دوم که تعداد بیشتری را شامل می‌شدند ۹ مجموعه مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت نوزده شخصیت به‌عنوان نمایندگان هر یک از اقوام ترک، کرد، لر، فارس، عرب و گیلکی و مازنی انتخاب شدند. لازم به ذکر است شخصیت‌های متناسب به اقوام بلوچ و ترکمن با وجود جستجو و تلاش فراوان محقق در سریال‌ها یافت نشد. جدول زیر هریک از شخصیت‌های مورد بررسی را به تفکیک قومیت، عنوان سریال و نوع شخصیت‌ها نشان می‌دهد:

جدول ۱. نمونه‌های مورد بررسی به تفکیک سریال و نوع شخصیت

قومیت	کرد	لر	ترک	مازنی	گیلکی	عرب	فارس
نام سریال	دارا و ندار ۱	فاصله‌ها	چاردیواری نون و ریجون	پایتخت ۱ و ۲	دارا و ندار	زمین انسان‌ها همسایه‌ها چهاردیواری	قفسی برای پرواز ۸۵
نوع شخصیت	فرعی	فرعی	هر دو فرعی	اصلی	فرعی	هر سه فرعی	فرعی

## ۲.۴ قابلیت اطمینان (trustworthiness)

برای دستیابی به قابلیت اطمینان از ممیزهای توصیفی ارزیابی متن استفاده شده است که توسط استنباکا (Stenbacka, 2001) مطرح شده است. این ممیزها عبارت‌اند از: بررسی شاخص‌های فراوان در متن برای مقوله سازی، پرهیز از تفسیر در حین توصیف، کنترل مشاهدات محقق، بررسی موارد نامتجانس. در ادامه، فرآیند اعمال هر یک از این ممیزها در متن به اختصار توضیح داده می‌شود.

بررسی شاخص‌های فراوان در متن برای مقوله سازی یافته شاخص‌هایا نشانه‌ها در متن تا به زمانی که به اشباع نرسیدند متوقف نشد. البته در گزارش نهایی، به بیان دو یا چند نشانه، برای رعایت ایجاز اکتفا شده است.

پرهیز از تفسیر در حین توصیف: نگارنده در قسمت توصیف تنها به یادداشت‌برداری و کدگذاری اکتفا نمود و در پایان فرآیند توصیف به تفسیر شخصیت‌ها پرداخت.

کنترل مشاهدات محقق: از یک مشاهده‌گر دیگر خواسته شد تا به کنترل و ارزیابی حجمی معادل با بیست درصد کل نمونه کدگذاری شده توسط محقق پرداخته و وجوه افتراق و اشتراک را به تفصیل بیان نماید. محقق و مشاهده‌گر ناظر در بیش از ۸۰ درصد موارد (هشت مقوله از ده مقوله کدگذاری شده) با یکدیگر اشتراک نظر داشتند.

بررسی موارد نامتجانس: سعی شد تا حد امکان به هر یک از واحدهای معنایی جدید در متن رمز جدید اختصاص داده شود و مقوله جدید تعریف شود و فرآیند مقوله سازی تا زمانی که اشباع کامل داده‌ها صورت می‌گرفت ب‌ه هیچ وجه متوقف نشد. هر یک از موارد ناسازگار با تفسیرهای قبلی نیز به جای کنار گذاشته شدن به ایجاد طبقه‌ای جدید می‌انجامید.

## ۵. خصوصیات و کارویزه‌ی شخصیت‌های قومی در سریال‌ها

### ۱.۵ خصوصیات ظاهری شخصیت‌های قومی

بیشترین تغییرات ظاهری را می‌توان در چهره‌پردازی اقوام «گُرد» و کمترین تغییرات را می‌توان در اقوام «تُرک» مشاهده کرد. در ۹۶ درصد از صحنه‌های مورد بررسی (معادل و هشت صحنه غیر متوالی از مجموع پنجاه صحنه) هر سه شخصیت کرد لباس‌های محلی به تن دارند. در نمایش ظاهر شخصیت زن گُرد در سریال «دارا و ندار» (۱۳۸۹)، نوعی عجیب و غریب نمایی مشاهده می‌شود<sup>۳</sup> و زرق و برق لباس‌ها بیش از آن‌که نمایانگر لباس

کردی باشد تصویری از لباس‌های عروسک‌های خیمه‌شب‌بازی است. با وجود این‌که او در تهران معاصر به تصویر کشیده می‌شود در همه صحنه‌ها حتی وقتی قصد خروج از خانه را دارد با همان لباس رنگارنگ ظاهر می‌شود.

در مورد پوشش شخصیت‌های مرد، مهم‌ترین مخرج مشترک در اکثر موارد، «آراسته-نبودن» است. در ارتباط با پوشش شخصیت‌های مورد بررسی، تنها یک مورد نامتجانس وجود دارد که تغییر چندانی در ظاهر وی مشاهده نمی‌شود (شخصیت «مجید مقدم» با بازی پیام دهکردی در نقش بازرس سازمان بازرسیکل کشور در سریال جستجوگران). سایر شخصیت‌ها که معادل ۸۰ درصد (۴ نفر از ۵ نفر) از حجم نمونه هستند دارای طراحی لباس و چهره‌ی مشابه هستند؛ چهره‌های آفتاب‌سوخته، کاپشن‌های چرم قدیمی و از مد رفته، شلوارهای پارچه‌ای گشاد و رنگ و رو رفته، پوشیدن جلیقه‌های قدیمی، عدم رعایت تناسب رنگ در لباس‌ها، از اصلی‌ترین نشانه‌ها برای دلالت بر معنای عدم آراستگی ظاهری است. البته چون اکثر شخصیت‌ها وضعیت مالی مناسبی هم ندارند به نظر می‌رسد طراحی لباس متناسب با موقعیت‌های اجتماعی آن‌هاست.

## ۲.۵ موقعیت منزلتی شخصیت‌های قومی

شخصیت‌های متناسب به اقوام لر، ترک، گیلکی و مازنی به ترتیب در شغل‌های پیک موتوری، راننده تاکسی، نظافتچی - کارگر گچ‌کار و راننده کامیون به تصویر کشیده شده‌اند. کثرت مشاغل یدی دلالت بر منزلت اجتماعی متوسط رو به پایین دارد. این در حالی است که تنها در یک سریال (جستجوگران) شخصیت‌های مازنی و لر به‌عنوان بازرس ویژه سازمان بازرسی نمایش داده می‌شوند. در مجموع هشت شخصیت قومی در حیطه روابط کاری بازنمایی شده‌اند که پنج نفر از آن‌ها (معادل ۶۲.۵ درصد) در موقعیت فرودست قرار داشته‌اند. البته دو مورد (معادل ۲۵ درصد) در حالت محرومیت مضاعف یعنی برخورد هائیتاب‌آمیز همراه با موقعیت اجتماعی پایین‌تر گرفته‌اند. در مورد وضعیت مالی شخصیت‌ها دلالت‌ها حاکی از دو جهت‌گیری عمده در سریال‌ها بود:

- ناهمسانی وضعیت مالی شخصیت‌ها بر مبنای داشتن یا نداشتن لهجه؛ هر جا شخصیت‌های قومی کمتر با لهجه بازنمایی می‌شوند به همان میزان وضعیت مالی بهتری هم دارند. شخصیت‌هایی در سریال که سال‌هاست از شهر خود خارج شده و

در تهران اقامت می‌کنند و لهجه ندارند با شرایط مالی بهتری هم به تصویر کشیده شده‌اند.

– همسانی میان قومیت‌های مختلف به لحاظ وضعیت مالی؛ آذری یا لر یا کرد بودن تفاوتی در دارایی‌ها و حتی سبک زندگی این شخصیت‌ها ندارد. قریب به اتفاق این شخصیت‌ها دارای وضعیت مالی نامساعد هستند:

#### جدول ۲. وضعیت مالی شخصیت‌ها

نمایندگان اقوام	سریال‌ها	رمزها
کرد	داروندار	بعد از بمباران کردستان به تهران مهاجرت می‌کنند و در خانه‌ای در جنوب شهر تهران دو اتاق استیجاری دارند در زمره‌ی شخصیت‌های نادر در داستان هستند.
مازندرانی	پایتخت	نمی‌توانند خانه نیمه‌ساز خود را سر موعد به اتمام برسانند و به افراد زیادی مقروض هستند.
لر	فاصله‌ها	در آشپزخانه‌ای مشغول به کار است و پول پس‌انداز خود را نیز از دست داده‌است.
گیلکی	چاردیواری	در خانه‌ای استیجاری در جنوب شهر تهران، دو اتاق کرایه کرده‌اند.

#### ۳.۵ کارویژه‌های شخصیت‌های قومی

الف. شخصیت‌ها از حیث اهمیت دراماتیک

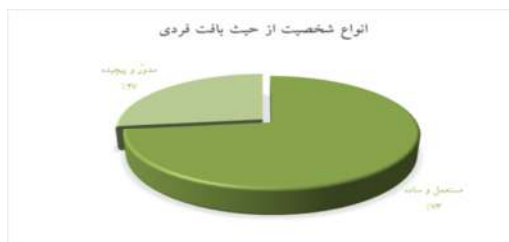
شخصیت‌های قومی تنها در ۲۷ درصد موارد در نقش‌های اصلی ظاهر شده‌اند و در سایر موارد، نقش‌های فرعی یا کمینه (کمکی) دارند. در میان‌نوزده شخصیت مورد بررسی پنج شخصیت از سه سریال دارای نقش‌های اصلی هستند که عبارت‌اند از: سه نماینده از قومیت مازنی در سریال‌های جستجوگران و پایتخت ۱ و ۲، نماینده قومیت لر در سریال جستجوگران و نماینده قومیت عرب در مجموعه قفسی برای پرواز. لازم به ذکر است در میان پنج شخصیت اصلی، دو نفر کمتر با لهجه محلی خود صحبت می‌کنند که هر دو متعلق به مجموعه تلویزیونی جستجوگران هستند.



نمودار ۱. انواع شخصیت از حیث اهمیت دراماتیک

ب. شخصیت‌ها از حیث بافت فردی:

در این قسمت نیز تنها پنج شخصیت اصلی داستان (معادل ۲۷ درصد) بافت پیچیده در شخصیت‌پردازی دارند و سایر شخصیت‌ها دارای خصوصیات قالبی و قابل پیش‌بینی هستند.



نمودار ۲. انواع شخصیت از حیث بافت فردی

#### ۴.۵ انواع تیپ‌های بازنمایی شده از شخصیت‌های قومی:

به‌طور کلی شخصیت‌های بازنمایی شده را می‌توان به ۴ تیپ تقسیم کرد. مهم‌ترین خصوصیتی که در خلال فرآیندهای کلیشه‌سازی در متن مشاهده می‌شود چشم‌پوشی از طیف وسیع تفاوت‌ها در بین گروه‌های مورد نظر و ارائه‌ی تیپ‌های کلیشه‌ای است. بدین ترتیب برساخت رسانه‌ای دوگانه «پایتخت‌نشین / پیرامون‌نشین» حتی از باورهای قالبی نسبت داده‌شده به گروه‌های قومی در گفتمان فرهنگ عامیانه نیز ساده‌تر و یکدست‌تر است؛ چراکه ما در فرهنگ عامه، جلوه‌ای از تفکیک را در بین اقوام مختلف از حیث کلیشه‌های

منتسب به گروه‌های قومی مشاهده می‌کنیم. مثلاً در فرهنگ عامیانه خصوصیات نسبت داده شده به لرها با عرب‌ها یکسان نیست؛ اما در نمونه‌های مورد بررسی، یک‌دستی در شخصیت‌ها اولین نمود متنی است. در ذیل به معرفی تیپ‌های بازنمایی شده می‌پردازیم:

الف. تیپ مجاور:

دسته دوم شخصیت‌هایی هستند که در زادگاهشان به تصویر کشیده می‌شوند. این زادگاه غالباً روستا یا شهرهای کوچکی است که در آن سبک زندگی با مظاهر زندگی سنتی عجین شده است. این شخصیت‌ها همچنان به لحاظ اجتماعی در موقعیت‌های پایین و به لحاظ اخلاقی با ویژگی‌هایی نظیر دسته اول به تصویر کشیده شده‌اند.

ب. تیپ مستحیل:

شخصیت‌هایی که اگرچه اصالت قومی دارند اما سال‌هاست که از زادگاه خود دور بوده‌اند و در تهران زندگی می‌کنند این اشخاص به‌طور کامل در خرده‌فرهنگ پایتخت مستحیل شده‌اند. آن‌ها به ندرت اشاره‌ای به سابقه‌ی قومی خود می‌کنند و نشانه‌هایی مبتنی بر اتصال با مرزهای هویت قومی در آن‌ها به چشم نمی‌خورد. این شخصیت‌ها با تمام جلوه‌های سبک زندگی مدرن بازنمایی می‌شوند.

ج. تیپ متعادل:

تیپ دیگری که در نمونه نوزده نفری، تنها در یک شخصیت مشاهده شد؛ تیپ متعادل است. وجه تسمیه، توازنی است که در ابعاد مختلف شخصیت‌پردازی این نقش مشاهده می‌شود. شخصیت «مجید مقدم» در سریال تلویزیونی جستجوگران، در نقش بازرسی سازمان بازرسی کل کشور به لحاظ خصوصیات اخلاقی، اشتراک فراوانی با شخصیت‌های دسته اول و دوم دارد. خوش قلبی و مهربانی، صداقت و صمیمیت و شوخ طبعی و البته استفاده از لهجه مازنی در بسیاری از صحنه‌ها از این مشترکات هستند. اما این شخصیت به لحاظ ابعاد اجتماعی و ظاهری تفاوت‌های قابل توجهی با آن‌ها دارد. او یکی از شخصیت‌های اصلی سریال است و به تبع آن دارای کار ویژه‌ی دراماتیک در داستان است. در عین حال که این نقش به هیچ وجه قابلیت حذف شدن از داستان را ندارد و بخشی از بار داستان را به دوش می‌کشد؛ تعلق قومی او نیز به عنوان یکی از ابعاد شخصیتی مورد توجه قرار گرفته که باعث توازن و دوری از کلیشه نمایی شده است.

د. تیپ مهاجریا شهرستانی:

این افراد، شخصیت‌های مهربان، خوش‌قلب، زحمتکش، شوخ‌طبع و البته در بعضی موارد زود باوری هستند که برای پیشرفت به پایتخت آمده‌اند. آن‌ها غالباً دارای پیوندهای عمیق خانوادگی و زندگی زناشویی موفق هستند؛ در حالی که پایتخت نمادی است از زندگی ماشینی، ناشناسی، بی‌اعتمادی و سستی پیوندهای خانوادگی. این شخصیت‌ها غالباً برای هدفی خاص به تهران آمده‌اند. به عنوان مثال شخصیت لرستانی یاور در سریال «فاصله‌ها» می‌خواهد خواننده شود؛ یا کرم گیلکی که در حال حاضر نظافتچی بیمارستان است، قصد دارد دکتر شود.

در بین تیپ‌های بازنمایی شده، تیپ مهاجر بیش از همه کلیشه‌ای است. در میان شخصیت‌های این تیپ، با فراوانی نقش‌های کمینه مواجه هستیم که در سریال حضور دارند اما نقشی در روند شکل‌گیری داستان ندارند. این شخصیت‌ها تم و قالب‌های ساده و سرراستی در شخصیت‌پردازی دارند که دائماً در سریال‌های مختلف تکرار می‌شود و تعلق به قومیت خاص نظیر آذری، ترک، لر یا کرد هم فرقی در اصل ماجرا ندارد. این تم‌های تکراری عبارت‌اند از:

#### الف. فرودستی در مقابل فرادستی؛

تیپ شهرستانی اغلب در موقعیت‌های فرودست قرار می‌گیرند؛ تم فرودستی از تجمیع دوگانه‌هایی مثل کم‌سواد در برابر تحصیل‌کرده، فقیر در برابر ثروتمند، اشتغال به مشاغل یدی در برابر مشاغل تخصصی به دست آمد. بازنمایی در کسوت کارگرانی با مشاغل یدی و سواد پایین در میان نمونه‌ها عمومیت داشت. طبعاً این پایگاه اجتماعی آن‌ها را در جایگاه منزلتی پایین نیز قرار می‌داد.

#### ب. ساده‌دلی در برابر تزویر:

یکی دیگر از تم‌های فراگیری که نمودهایش بدون استثنا در تمام نمونه‌ها مشاهده شد ساده‌دلی در معنای خوش‌قلبی و پاک‌طینتی است. البته قبل از ورود به متن یکی از ابعاد مسئله که نارضایتی‌های برخی از اقوام را نیز در پی داشت همین نمایش شخصیت‌های ساده است؛ اما اشاره‌ی اقوام به سادگی در معنای ساده‌لوحی و بلاهت بود. بسیاری از وب نوشته‌ها و البته پژوهش‌هایی که به ادراک گروه‌های قومی از تصویر رسانه‌ای پرداختند نیز مؤید این ادعاست. آن‌ها به تصویری ساده‌لوح از خود اشاره می‌کنند که اسباب تمسخر سایرین است؛ اما در پژوهش حاضر بیش از آن که این مفهوم مناقشه‌انگیز یعنی «سادگی» در معنای «بلاهت» برای شخصیت‌ها موضوعیت داشته باشد نوعی سادگی از جنس صداقت و

دوری از رنگ و ریا و تزویر و آنچه در عرف عام «بی‌شیله‌پيله بودن» تعبیر می‌کنیم مشاهده شد. البته سادگی در معنای بلاهت در بین چهار شخصیت با تعلق قومی‌گردد، گُرد، مازنی و گیلکی مشاهده شد که معادل ۲۲ درصد از نمونه مورد بررسی بود. نکته اینجاست که هر دو تصویر، چه ساده‌دل و چه ساده‌لوح، کلیشه‌ای است؛ چراکه نمی‌توان صداقت و صمیمیت یا بلاهت و زودباوری را به تنهایی تابعی از تعلق قومی و فضایی یا جغرافیای محل زندگی دانست.

ج. کار ویژه‌ی کمیک به جای کار ویژه‌ی دراماتیک:

ما بر اساس یافته‌ها، سه مقوله تیپ‌های کمیک، شخصیت‌های کمیک و شخصیت‌های شوخ‌طبع را از یکدیگر تفکیک کردیم. بیش‌ترین حجم نمونه‌ی مورد بررسی را دودسته‌ی اول و دوم تشکیل می‌دادند. اغراق در ابعاد شخصیت‌پردازی (ظاهری، رفتاری و کلامی) و کارویژه‌ی کمیک در شخصیت‌ها از اصلی‌ترین نمودها به‌شمار می‌رفتند که با ویژگی‌هایی نظیر تیک‌های گفتاری، تکه کلام با گویش‌های محلی و نقش‌های تک‌بعدی با قابلیت حذف از خط سپرداستانی شناسایی شدند.

تیپ‌های شهرستانی در برخی مجموعه‌ها «کار ویژه‌ی تلطیف‌کنندگی» دارند به این معنا که با حضورشان فضای سنگین و بعضاً تلخ حاکم بر درام را می‌شکنند. در اکثر صحنه‌هایی که این نقش‌ها وارد صحنه می‌شوند موسیقی متن، طنزآمیز می‌شود. در درام «زمین انسان‌ها» که غالباً در بیمارستان می‌گذرد و دائماً صحنه‌هایی از نگرانی بیماران و دغدغه‌های پزشکان را به تصویر می‌کشد، «گرم گیلکی» با جوشانده‌های معروفش پزشکان را آرام می‌کند و با رگه‌های کمیک شخصیتش از سنگینی بار حاکم بر فضای مجموعه می‌کاهد. همین کارکرد تلطیف‌کنندگی را «یاور لر» تلویزیونی «فاصله‌ها» بر عهده دارد؛ مجموعه‌ای که به روایت شکاف نسل‌ها و کشاکش والدین و فرزندان می‌پردازد. او در داستان دارای بار دراماتیک نیست و حذفش از متن، لطمه‌ای به پیکره‌ی مجموعه وارد نمی‌سازد اما حضورش از جدیت روایت داستانی می‌کاهد؛ چرا که با ورودش موجی از طنزهای کلامی وارد صحنه می‌شود.

بنابراین تیپ‌های مهاجر، در اکثر موارد در داستان دارای کارکرد کمیک هستند. همشینی شخصیت‌های قومی با موقعیت‌های خنده‌آور از یک‌سو و شخصیت‌پردازی‌های کمیک از سوی دیگر، سبب شده کفه‌ی کمیک شخصیت‌پردازی‌ها نسبت به کفه‌ی دراماتیک آن به‌شدت سنگین‌تر شود. در مقابل، شخصیت‌های جدی و شوخ‌طبع که دارای



بازنمایی کلیشه‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی (۱۳۹۲-۱۳۸۰) ۱۲۷

شخصیت‌پردازی‌های دقیق، پیچیده و غیر کلیشه‌ای بودند حجم اندکی از نمونه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

د. شهری‌نشده و سنتی در برابر شهری و مدرن:

آخرین و مهم‌ترین تم کلیشه‌ای «سنتی بودن» است. این شخصیت‌ها در اغلب موارد با مظاهر زندگی مدرن آشنایی چندانی ندارند، در عوض بسیاری از خصوصیات زندگی سنتی را به نمایش می‌گذارند. الگوی زناشویی پایدار، ازدواج‌های فامیلی، شبکه‌ی مستحکم پیوندهای همسایگی و خانوادگی و سکونت در خانه‌هایی با معماری قدیمی، از این دست به شمار می‌روند. بارگذاشتن دیگ‌های نذری، جمع شدن دور کرسی و نگهداری مرغ و خروس در حیاط خانه، بعضی از رمزهای مشاهده شده هستند. این در حالی است که بسیاری از شخصیت‌ها در تهران معاصر به تصویر کشیده می‌شوند. ناآشنایی با مظاهر زندگی شهری و نمایش آداب و رسوم اصیل ایرانی شخصیت‌های قومی را به عنوان حافظ سنت‌ها معرفی می‌کند.<sup>۵</sup>

شکل زیر خصوصیات تیپ شهرستانی در سریال‌های تلویزیونی مورد بررسی است:



## ۶. نتیجه‌گیری

سؤال اصلی پژوهش این بود که شخصیت‌های قومی به لحاظ ابعاد اجتماعی و شخصیتی، چگونه در سریال‌های تلویزیونی به تصویر کشیده می‌شوند. برخلاف این مدعای

برخی پیشینه‌های تجربی که بازنمایی اقوام بر پایه‌ی کلیشه‌های موجود در فرهنگ عامه بوده و هرکدام از اقوام به گونه‌ای خاص بازنمایی می‌شوند؛ نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد تفاوت‌چندانی در شخصیت‌پردازی این افراد به چشم نمی‌خورد. نوعی همسانی در شخصیت‌پردازی شخصیت‌های قومی مشاهده می‌شود. اکثر این شخصیت‌ها با کلیشه‌هایی از قبیل ساده‌دلی، فرودستی، خنده‌آوری و روستایی‌نمایی به تصویر کشیده شده‌اند.

دستمایه اصلی اعتراض‌های اقوام دو ویژگی ساده‌دلی و خنده‌آوری شخصیت‌های قومی بوده‌است. نتایج پژوهش حاضر بازنمایی اقوام را با این خصوصیات کلیشه‌ای تأیید می‌کند. بانگاهی به تاریخ بازنمایی‌های رسانه‌ای، تصویر شخصیت ساده‌دلی (شهرستانی) که در عین ناآشنایی با مظاهر زندگی مدرن از نوعی صمیمیت و صفا برخوردار است و وارد محیطی پرزرق و برق اما درعین حال پر از رنگ و ریا و تزویر (تهران) می‌شود، قالبی تکراری است که سابقه‌ی آن به قبل از انقلاب و به شخصیت‌های فیلم‌هایی نظیر آقای هالو<sup>۷</sup> و بلوچ<sup>۸</sup> می‌رسد.

ویژگی کلیشه‌ای دیگر، خنده‌آوری شخصیت‌های قومی است. استفاده از زبان کمیک در شخصیت‌پردازی‌ها همواره با مناقشه‌های فراوانی همراه بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد اکثر شخصیت‌های قومی در سریال، کارویژه‌ی کمیک دارند و به‌راحتی توان نقش آن‌ها را حذف کرد بدون این که لطمه‌ای به روند دراماتیک داستان وارد شود.

به نظر می‌رسد در مجموع، مهم‌ترین مسئله‌ای که در بررسی شخصیت‌های قومی در سریال‌ها به چشم می‌خورد، «پرداخت داستانی» و «شخصیت‌پردازی» است؛ به این معنی که شخصیت‌پردازی‌های نقش‌های قومیتی چندان دقیق و با تأمل صورت نمی‌گیرد.

در آخر به‌عنوان پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی در این حوزه، می‌توان این نکته را در نظر داشت که لازم است پیش از تهیه و تولید سریال‌های تلویزیونی به‌ویژه پر مخاطب، با مراجعه به افراد بومی که قومیتشان در سریال‌ها به تصویر کشیده شده، انتظارات و برداشت‌های ایشان را جامع و دقیق بررسی کرد. این امر مستلزم تدبیر و سیاست‌گذاری دقیق و منظم در دستورکارهای مدیریتی سازمان صداوسیما و به‌ویژه جذب منظم مشارکت پژوهشی (نه صرفاً مشاوره‌ای) محققان این حوزه خواهد بود. پیشنهاد دیگر این است که با بررسی زمینه‌ی مواجهه‌ی فرهنگی ایرانیان با قومیت‌های مختلف، دلایل حساسیت مخاطبان مورد نظر را به شکل دقیق‌تری چهارچوب بندی کرد تا با شناخت بهتر ویژگی‌ها و

بازنمایی کلیشه‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی (۱۳۹۲-۱۳۸۰) ۱۲۹

حساسیت‌های خاص هر قوم، سناریوهای داستانی و ایده‌های مربوطه را جهت تهیه‌ی سریال‌ها به کار گرفت.

## پی‌نوشت‌ها

۱. اعتراض به پخش سریال پایتخت توسط نماینده استان مازندران در سال ۱۳۹۰ و ۱۳۹۲؛ اعتراض به پخش سریال فاصله‌ها توسط نماینده استان لرستان و بخشی از فعالان ادبی و هنری لرستان در مقابل ساختمان صدای و سیمای لرستان در سال ۱۳۸۹.
۲. متأسفانه علی‌رغم جستجوی فراوان، به شخصیت‌های بلوچ، سیستانی و ترکمن در سریال‌ها برخوردیم.
۳. رجوع شود به ضمیمه که شامل تصاویر شخصیت‌ها است.
۴. غرض از مطرح کردن تم‌ها به صورت‌های تقابل دوتایی، تأکید بر خصلت جانشینی متن است و به این معناست که این شخصیت‌ها می‌توانستند جای دیگری از طیف قرار بگیرند؛ اما به‌طور مثال مکرراً کم‌سواد به تصویر کشیده می‌شوند اگرچه می‌توانستند باسواد هم به تصویر درآیند، یا مکرراً فقیر نشان داده می‌شوند در حالی که می‌شد این تصویر فقیر با تصویر دیگری جانشین شود.
۵. البته به نظر می‌رسد مخاطبان قومی چندان تمایلی به این شیوه از بازنمایی ندارند و از آن تعبیر به «روستایی نمایی» می‌کنند. آن‌ها معتقدند سویه شهری و مدرن زندگی گروه‌های قومی و تپیی که به آن شهرستانی اطلاق می‌شود کمتر به تصاویر رسانه‌ای راه می‌یابد (صوفی، ۱۳۸۸، سید امامی، ۱۳۸۷).
۶. آقای هالو نام فیلمی از داریوش مهرجویی است که در سال ۱۳۴۹ ساخته شده است.
۷. بلوچ عنوان فیلمی سینمایی به کارگردانی مسعود کیمیایی و محصول سال ۱۳۵۱ است.

## کتاب‌نامه

- ام، ب. (۱۳۸۶). نشانه‌شناسی تئاتر و درام، ترجمه فرزانه سجودی، تهران: قطره
- چند لره، د. (۱۳۸۷). مبانی نشانه‌شناسی. ترجمه مهدی پارسا، چاپ دوم. تهران: سوره مهر.
- رضایی، م، کاظمی، ع. (۱۳۸۷). بازنمایی اقلیت‌های قومی در سریال‌های تلویزیونی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۴
- رنجبر و همکاران (۱۳۹۲). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، دوره ۱۰، شماره ۳ (مسلسل ۳۹). از صفحه ۲۳۸ تا ۲۵۰

سید امامی، ک (۱۳۸۷) ادراک گروه‌های قومی از تصاویر رسانه‌ای خود، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۴

صوفی، م. (۱۳۸۸). تحلیل نشانه‌شناختی بازنمایی هویت کردی در سینمای ایران بعد از انقلاب:

[/Http://Www.Mcstudies.Ir/Articles/2011/05/08/Representation-Marginalized-Groups-Sufi](http://www.mcstudies.ir/articles/2011/05/08/Representation-Marginalized-Groups-Sufi)

کوزر، ل. (۱۳۸۵). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی: تهران: علمی

گل محمدی، ا. (۱۳۸۱). جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نشرنی

مکی، ا. (۱۳۷۱). شناخت عوامل نمایش، تهران: سروش

Berger, A. (2004) Semiotic Analysis, Available At: [Www.Sagepub.Com/Upm-Data/5171\\_Berger\\_Final\\_Pages\\_Chapter\\_1.Pdf](http://www.sagepub.com/upm-data/5171_Berger_Final_Pages_Chapter_1.Pdf)

Birkbeck, N (2007). Cultural Impact Of British Film. London: Sage

Castle, M & Hopkins, A (2010) (The Representations Of Race And Ethnicity On NYPD Blue And Law & Order, Political Communication, 22 (3)

Grey, A. (1996). Examining the Effects of Hegemonic Depictions of Black on Global City. In Patterns of Middle Class Consumption in India. New Delhi: Sage

Hall, Stuart (1997). The Work Of Representation, In Cultural Representation And Signifying Practice, Sage Publication

Hopkins. (2001). Black Mythologies: Representations of Blacks on British Television, Oxford University Press

McQueen, A. (2008). A Social Identity Approach to Understanding the Impact of Media As Formed Through Television Viewing, Media Messages. Communication Monographs 70 (2)

Ota, S. (2011) Ethnic Identity And Consumption Of Popular Culture Among Young Naga People, India, Vol. 7, No. 3

Shankar, K. (2010) Indian Perception Of Their Own Image In Bollywood, New Delhi, Oxford University Press

Smith, S (2004). Animated Children's Programs, Louisiana: Xavier University Of Louisiana

Stangor, C & Schailer, M. (1996) Stereotypes As Individual And Collective Representations. Oxford: Blackwell.

Stenbacka, C, (2001). Qualitative Research Concepts Of Its Own, Management Decision, Vol. 39, No. 57.

Yang, D & kim, H & Yang, N & Wu, A, Biswas, L. (2008) Asian Stereotypes Lost Or Found In The First Season Of TV Series Lost? University of Tennessee, Knoxville