




Representation of National and Ethnic Identity in "Noon Khe" TV Series

- Mahdieh Heydari**  PhD Student, Communication Sciences, Islamic Azad University, North Tehran Branch
- Zhilla Mashhadi** * Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Arak branch, Arak, Iran
- Afsaneh Mozaffari**  Associate Professor of Social Communication Sciences Department, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

The most important collective identity is national and ethnic identity because it has an important role in culture, society, politics and even economy. Therefore, the purpose of this study was to represent the national and ethnic identity in the "Noon Khe" TV series and in its selected parts. The current research is qualitative and the research field of study is "Noon Khe" TV series. Regarding the subject of the research, only the parts of series that are somehow related to national and ethnic identity were analyzed. For this purpose, John Fiske's Semiotic method was used and based on the unit of analysis, 16 parts were selected and analyzed purposefully.

Keywords: Representation, Semiotics, "Noon Khe" Series, Ethnic Identity, National Identity.

* Corresponding Author: Jilamashhadi@yahoo.com

How to Cite: Heydari. M., Mashhadi. Z., Mozaffari. A. (2023). Representation of National and Ethnic Identity in Noon Khe TV Series, *Quarterly Journal of Social sciences*, 30(102), 195-221. DOI: 10.22054/qjss.2024.74714.2665

1. Introduction

The most important type of collective identity is national and ethnic identity; because it has an important role in culture, society, politics and even economy. Therefore, the purpose of this study was to represent the national and ethnic identity in the "Noon Khe" TV series and in its selected parts. The current research is qualitative and the research field of study is "Noon Khe" TV series. Regarding the subject of the research, only the parts of series that are somehow related to national and ethnic identity were analyzed. For this purpose, John Fiske's Semiotic method was used and based on the unit of analysis, 16 parts were selected and analyzed purposefully. Therefore, according to the stated contents of the present research, the review of the "Noon Khe" series seeks to answer the question, how is the representation of ethnic and national identity in the above-mentioned series? Therefore, according to the above, the present study on "Noon Khe" series seeks to answer this question: how is the representation of ethnic and national identity in this series?

2. Theoretical background and literature review

Ghasemi et al. (2022) in a study entitled "Representation of lifestyle in TV series (case study: Ilam IRIB)" investigated the identity and culture of Kurdish speakers. They have investigated the types of identity components in the local network with a quantitative statistical method and categorized them from the point of view of their application.

Hashemizadeh Manshadi et al. (2021) addressed the same issue in a study entitled "Representation of Iranian identity in the popular series Hezardastan with a semiotic analysis approach". In this article, researchers have examined a historical series that has the strongest artistic content and uses the dominant model of John Fiske. The author did not analyze the entire series and only focused on 20 scenes from this series, and the results of the article were obtained from these 20 scenes which affected the generalizability of the results. Further, in the theoretical background section, ethnic identity, national identity, elements of national identity and the difference between these and representation in media theories have been mentioned which is the way of showing the facts and events in the media, and in fact, it is a representation of a manipulated image of the external reality.

3. Methodology

The method of this research is qualitative and its purpose was representing the national and ethnic identity in the "Noon Khe" series. For how to represent the national and ethnic identity in the "Noon Khe" series, the semiotics method has been used with an emphasis on John Fiske's approach.

4. Analysis

John Fisk Codes Analysis

Level 1. Representation of ethnic and national identity in the Payetakt and "Noon Khe" series based on social codes

Reality level:

Social codes: 1.Spoken language 2.Dressing codes 3.Behavioral codes

Spoken language: the language code of the hero of this series is belonged to one of the villages of Kermanshah province, so the accent and speech are one of the most important elements of comedy and in a way, the inferior position of the villagers is a representation of the superior position of the urban dwellers.

Dressing: The way of dressing of rural people looks sloppy and undesirable to urban people, and the shape of the dress shows that the villagers do not pay attention to the appearance and the type of dress.

Behavior:

In this series, the behavior of the villagers is shown in such a way that the villagers are unable to face the problems and they act stunned, Confused and noisy.They have behaviors such as helplessness in the face of new problems and elements of the urban dweller,attention-seeking and hasty, which is in conflict with dignity and modesty.

There is no privacy in people's lives and most of the people in the village are aware of the details of each other's lives, and in a way, the inferior position of the villagers is represented in front of the superior position of the urban dwellers.

"Noon Khe" Series

Table 1. Level 1 of reality

Social codes	Speech code	Tone of voice, accent, use of special terms for phonological codes (syntax) Body code (facial expression, hand movement, etc.)
	Dressing codes	The type of clothes used
	Action codes (behavior)	Walking (running inside the house,),not having privacy, fanatical and stubborn, <u>noisy</u> . Helpless in the face of exaggerated attention-seeking problems

Level 2. Representation of ethnic and national identity in the "Noon Khe" series based on technical codes

By using technical (auxiliary) codes including: lighting, music, editing, it directs the audience from the text, and technical codes have been used to induce (good or bad face, fear, terror...).

Table 2. Level 2 of technical codes

Technical codes	Camera, lighting, Film Editing, music, Sound recording
------------------------	--

Level 3- National identity in ideological codes

It reproduces relevant social and individual elements in a social cohesion and popularity to show the superiority of national identity to ethnic. In fact, the sum of social and technical levels ends at the ideological level.

In total the findings of social codes and technical codes show that villages with sloppy clothing and undesirable behaviors such as: unable to face problems, bewildered, confused and noisy. Helplessness in the face of the new problems and elements of the attention-seeking urban dweller and their hasty walking, which is in conflict with your dignity. The positive point in this series is the family friendship of the main character of the story, which is shown in all the seasons of the series.

Helplessness in the face of the new problems and elements of the attention-seeking urban dweller and their hasty walking, which is in conflict with dignity. The positive point in this series is the family friendship of the main character of the story, which is shown in all the seasons of the series.

Table 3. Level 3 of Ideology

Ideological level	Individualism, patriarchy, social class, materialism, race, family capitalism, friendship, determined decision maker
--------------------------	--

5. Conclusion

In this research, the researcher has investigated and analyzed the representation using John Fiske's semiotic method. The findings of the research indicate that the ethnic identity in this series is shown below the scale of the national identity. Ethnic identity is marginalized and reproduced as a stereotype. People of this ethnicity are people with low occupational status, poor appearance, naive, gullible, and without a plan for their own lives. In the "Noon Khe" series, the analysis of the situation based on the social codes of the unlucky and patriarchal ethnic group has been stereotyped.


Acknowledgement

The authors of the article express their appreciation to the staff of the Social Sciences Quarterly, especially the respected editor, who they cooperated perfectly with the authors in judging, preparing and publishing this article.




بازنمایی هویت ملی و قومی در سریال «نون خ»


دانشجوی دکتری تخصصی رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران
شمال، ایران

مهدیه حیدری 

استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، اراک، ایران

ژیلا مشهدی *

دانشیار گروه علوم و ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد
اسلامی، تهران، ایران

افسانه مظفری 

چکیده

مهم‌ترین نوع هویت جمعی، هویت ملی و قومی است؛ زیرا نقش تعیین‌کننده‌ای در حوزه‌ی فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد. لذا هدف این تحقیق بازنمایی هویت ملی و قومی در سریال «نون خ» و در سکانس‌های منتخب از این مجموعه بوده است. پژوهش حاضر از نوع کیفی است. میدان پژوهش این مقاله سریال «نون خ» است. با توجه به موضوع پژوهش، تنها سکانس‌هایی که به‌نوعی مرتبط با هویت ملی و قومی می‌باشد، مورد تحلیل قرار گرفت. به این منظور از روش نشانه‌شناسی جان فیسک بهره‌برده و بر اساس واحد تحلیل که سکانس‌های منتخب (۱۶ سکانس انتخاب‌شده) که به‌صورت هدفمند انتخاب و تحلیل شدند

کلیدواژه‌ها: بازنمایی، نشانه‌شناسی، سریال «نون خ»، هویت قومی، هویت ملی.

بیان مسئله

رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون از جمله منابع تأثیرگذار در عرصه فرهنگ به شمار می‌آید و در فرآیند شکل‌دهی هویت در همه جوامع مداخله می‌کنند. از دلایل عمده این قدرت و نفوذ طیف گسترده مخاطبان و پوشش وسیع آن می‌باشد به‌طوری‌که امروزه در اکثر منازل تلویزیون به‌عنوان جزء اصلی لوازم‌خانگی است و خانواده‌ها آن را به‌عنوان عضو خانواده پذیرفتن (Rigeway, 2011: 85).

طبق دیدگاه شرام تلویزیون در تمام لحظات زندگی مخاطبانش حضور دارد از این‌رو مضامین مربوط به هویت مطرح می‌کند مخاطبان خود را با موضوع درگیر کرده و به ذهن آن‌ها جهت می‌دهد (Williams, 2006: 75).

رسانه‌ها نگرش و ارزش‌هایی که از قبل در فرهنگ وجود دارد پرورش می‌دهند و این ارزش‌ها در بین اعضای یک فرهنگ حفظ و تکثیر می‌کنند همانند جهان ما احساس و در آن زندگی می‌کنیم یک مجموعه سازمان‌یافته فرهنگی از مقوله یا مفاهیم کلی است. ما جهان را از طریق مقوله‌سازی پدیده‌ها یا دسته‌بندی مفاهیم ادراک می‌کنیم و به آن معنا می‌بخشیم، این معنا سازی مبتنی بر یک فرآیند ایدئولوژیک است.

محتوی رسانه‌ها منبع معنی قدرتمندی درباره جهان اجتماعی است چراکه جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ای از دیگران به طرز قوی به ادراک و کنش‌های مخاطبان آن‌ها از کسانی که بازنمایی می‌شوند تأثیر می‌گذارند این بازنمایی‌ها عین واقعیت پنداشته می‌شود (Mehdizadeh, 2007: 51).

رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون می‌توانند به‌عنوان منابع مهم تأثیرگذار در شکل‌دهی و برساختن هویت ملی و قومی مداخله کنند. تلویزیون به‌عنوان ابزار قدرتمند می‌نواند همانند یک مرکز فرهنگی هویت گروهی قومی و ملی که از جمله ارکان زیربنایی هویت جامعه محسوب می‌شوند، تحت تأثیرات مثبت منفی قرار دهد و بر ایده‌ها و نگرش‌های فرهنگی مردم تأثیر بگذارد (Jafari Kizghan, 2009: 132).

نتایج تحقیقات قبلی نشانگر آن است که تلویزیون ایران در پرداختن به هویت ملی و قومی با چالش‌ها و مشکلات زیادی مواجه بوده است (Khorasani, Noghani Dokht, Bahmani & Shamakhnia, 2011).

یافته‌های این تحقیقات حاکی از آن است که بازنمایی اقوام ایرانی در سریال‌های تلویزیون عموماً با بازتولید کلیشه‌های خاصی همراه بوده است که اعتراض این اقوام را در پی داشته است. لذا با توجه به مطالب بیان شده تحقیق حاضر با بررسی سریال «نون خ» در پی پاسخگویی به این پرسش است که بازنمایی هویت قومی و ملی در سریال فوق‌الذکر چگونه است؟

پیشینه پژوهش

قاسمی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی سبک زندگی در مجموعه‌های تلویزیونی (مورد مطالعه: سیمای مرکز استان ایلام)» اذعان کردند که در این سریال‌ها سه نوع سبک زندگی سنتی، بینابین و مدرن معرفی و بازنمایی می‌شود که در این بین، سبک زندگی سنتی در متن (مرکز) و سبک زندگی مدرن و بینابین در حاشیه قرار می‌گیرد. شبکه محلی سیمای مرکز ایلام از طریق سریال‌های موجود با بازنمایی شکل خاصی از سبک زندگی به عنوان سبک غالب بر پذیرش و تقویت سبک زندگی سنتی تأکید کرده و در برابر سایر سبک‌های موجود در جامعه (سبک زندگی مدرن و بینابین) مقاومت کرده یا از آن به عنوان سبک حاشیه‌ای / نامتعارف یاد کرده است و جامعه ایلام را تحت عنوان جامعه سنتی معرفی و بازنمایی می‌کند.

تحلیل: این پژوهش به بررسی هویت و فرهنگ کرد زبانان پرداخته است و با روش آماری کمی به بررسی انواع مؤلفه‌های هویتی در شبکه محلی پرداخته و از منظر کاربرد آنان را دسته‌بندی کرده است.

هاشمی‌زاده منشادی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی هویت ایرانی در سریال پرمخاطب هزارستان با رویکرد تحلیل نشانه‌شناختی» اذعان کردند که این سریال دو ساحت سنت و تجدد را در قالب تغییرات هویتی جامعه ایرانی بازنمایی کرده

است و در روایت گذار تاریخی از فضای سنتی به مدرنیته، نقبی به شخصیت‌ها و نظام اجتماعی و فرهنگی و ... نشان دادن وجوه هویت فردی شخصیت‌ها و تقابل خائنان و خادمان آنان زده است. روایت حاتمی از هویت ایرانی، بد و خوب مطلق نیست و در طیفی خاکستری دورمی زند.

تحلیل: در این مقاله نویسنده به سریالی تاریخی می‌پردازد که از قوی‌ترین درون‌مایه‌های هنری برخوردار بوده و از الگوی غالب جان فیسک استفاده می‌کند. نویسنده کل سریال را واکاوی نکرده و به فقط به ۲۰ صحنه از سریال پرداخته و نتایج به‌دست آمده از این ۲۰ صحنه بوده است که تعمیم‌پذیری نتایج را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

طالبی و قرنی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی دینداری در سریال‌های تلویزیونی (مطالعه موردی: سریال مادرانه)» اذعان کردند که در این سریال، گونه‌ای از دینداری عرفانی (شهودگرا) با بن‌مایه‌های مریدی و مرادی، همراه با رویکرد اخلاقی و ارتباط با یک روحانی اخلاق‌گرا، به‌منزله دینداری مرجح، بازنمایی شده است. دو گونه دینداری اخلاقی (اخلاق‌گرا) و مناسکی و شعائری (تکلیف‌گرا) نیز با محوریت اصلی دینداری شهودگرا مرتبط شده‌اند.

تحلیل: محوریت این سریال فقط بعد دینی هویت می‌باشد که نویسنده نتوانسته تمام ابعاد هویتی را بازنمایی کند که پژوهش حاضر سعی کرده به بازنمایی همه‌جانبه هویت در مقاله حاضر بپردازد و فقط معطوف به یک مصداق از بازنمایی هویت نگردد.

خراسانی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بازنمایی کلیشه‌های قومی در سریال‌های تلویزیون (بازه زمانی: ۱۳۹۲-۱۳۸۰)» اذعان کردند که در یافته‌های تحقیق حاضر، تفاوت چندانی در شخصیت‌پردازی این افراد به چشم نمی‌خورد. فقط در یک مورد این پیش‌فرض با نتایج منطبق بود؛ مردان قومیت کرد و عرب، در نمونه موردبررسی «متعصب» بازنمایی شده‌اند که این ویژگی با تصورات قالبی در فرهنگ عامه همسانی دارد. در سایر موارد، از ابعاد ظاهری گرفته تا اخلاقی وجوه تعمیمی شخصیت‌پردازی‌ها بسیار بالاست. ویژگی‌هایی نظیر ساده‌دل، فرودست، غیرمتجدد از یک‌سو و کارکرد کمیک در

مجموعه‌های موردبررسی از اصلی‌ترین درون‌مایه متنی هستند. سپس بر اساس توصیفات چهارتپ شخصیتی از هویت‌های قومی تعریف شدند که عبارت‌اند از: تپ مهاجر، تپ مستحیل، تپ مجاور و تپ متعادل.

تحلیل: در این پژوهش نویسنده با تحلیلی انتقادی به بحث قومیت و کلیشه‌ها و ذهنیت افراد به اقوام و نژادهای ایرانی می‌پردازد و در این راستا به مصادیق متعدد اشاره می‌کند و از بحث هویت ملی فقط به هویت قومی معطوف می‌گردد.

رسولی و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تحت عنوان «بازنمایی هویت فرهنگی قومی در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای» نشان داده‌اند که شبکه‌های ماهواره‌ای از طریق سازوکارهای بازنمایی مبتنی بر محور «تمایزات فرهنگی» در شکل دادن و بازتعریف هویت فرهنگی قومی نقش اساسی دارند و این سازوکارها مواجهه مخاطب را با این رسانه‌ها تسهیل می‌کنند. از سوی دیگر، این رسانه‌ها در بازنمایی هویت فرهنگی قومی با چالش‌هایی نیز روبه‌رو هستند که دامنه تأثیرگذاری آن‌ها را محدود می‌کند.

تحلیل: این پژوهش به بعد دیگری از هویت الهام گرفته از رسانه اشاره می‌کند که امروزه در میان جوانان اغلب کشورها شایع شده که در این مقاله با اثرات مثبت آن اشاره شده حال آنکه آثار مخربی نیز از منظر هویت‌یابی نوین بر جوامع می‌تواند داشته باشد. در پژوهش حاضر با توجه به خلأهای موردبررسی در مطالعات پیشین اولاً بازنمایی هویت قومی و ملی به شکلی مسنجم و کامل و با در نظر گرفتن تمام ابعاد و عناصر هویتی صورت گرفته است و ثانیاً در پژوهش حاضر برای بازنمایی هویت قومی و ملی از رویکرد فیسک استفاده شده است که نشانه‌های هویتی را از سه منظر دسته‌بندی کرده و بررسی می‌کند. ثالثاً در پژوهش حاضر با اینکه به بررسی یک سریال کرد زبان پرداخته ولی سعی کرده تمام عناصر هویتی را بررسی کند و علاوه بر رویکرد قومی، رویکرد ملی نیز به این سریال داشته است.

مبانی نظری

• هویت ملی

هویت عبارت است از فهم‌ها و انتظارات در مورد خود که خاص نقش است. هویت‌ها به‌طور هم‌زمان به‌گزینه‌های عقلانی قوام می‌دهند و این الگوهای هنجاری سیاست بین‌الملل‌اند که به آن‌ها شکل می‌دهند. هویت‌ها را نمی‌توان به شکل ماهوی یعنی جدا از بستر اجتماعی آن‌ها تعریف کرد. آن‌ها ذاتاً اموری رابطه‌ای هستند و باید به‌عنوان مجموعه‌ای از معانی تلقی شوند که یک کنشگر با در نظر گرفتن چشم‌انداز دیگران یعنی به‌عنوان یک ابژه‌ی اجتماعی به خود نسبت می‌دهد. هویت‌های اجتماعی برداشت‌های خاصی از خود را در رابطه با سایر کنشگران نشان می‌دهند و از این طریق منافع خاصی تولید می‌کنند و به تصمیمات سیاست‌گذاری شکل می‌دهند این که «خود» خود را دوست، رقیب یا دشمن «دیگری» بداند تفاوت زیادی در تعامل میان آن‌ها ایجاد خواهد کرد. ونت توضیح می‌دهد که چگونه خود بر اساس برداشتی که از وضعیت دارد، نشانه‌ای برای دیگری می‌فرستد و دیگری این نشانه را بر مبنای برداشت خودش از وضعیت تفسیر می‌کند و بر اساس این تفسیر علامتی به خود می‌دهد و خود پاسخ می‌دهد و در این تعامل است که هویت خود و دیگری به‌عنوان دوست یا دشمن یا رقیب شکل می‌گیرد. پس اعمال اجتماعی فرایندهای علامت‌دادن تفسیر و پاسخ‌اند که در بستر آن‌ها شناخت مشترک خلق می‌شود و یادگیری اجتماعی رخ می‌دهد. کنشگران با مشارکت در معانی جمعی هویت کسب می‌کنند و این هویت به‌عنوان خصوصیت کنشگران بین‌المللی گرایش‌های انگیزشی و رفتاری آن را به وجود می‌آورد. به‌بیان‌دیگر این هویت‌های متفاوت و متحول‌اند که به منافع و رفتار کنشگران شکل می‌دهد (Rasouli, Maroufi, & Khanche Sepah, 2012).

ونت معتقد است: ما تنها زمانی به منافع می‌رسیم که هویت داشته باشیم. اساساً ما بر مبنای هویت خود به دنبال منافع می‌رویم؛ بنابراین منافع و هویت در قالب جمع معنی می‌دهد و هیچ امری به‌تنهایی مفهوم ندارد. ونت رابطه میان منافع و هویت را در قالب مفهوم یک نقش تحلیل می‌کند. نقش‌هایی که بر دولت‌ها فرض می‌شود و اعمالی که آنان

بر مبنای نقش خود صورت می دهند به دلیل ساختارهای ذهنی مفاهیم است که در سطح نظام بین الملل عمل می کند (Went, 2004). البته باید گفت که هویت ملی به عنوان یک پدیده سیاسی و اجتماعی نوزاد عصر جدید است که ابتدا در اروپا پیدا شد و آنگاه در اواخر قرن ۱۹ به سرزمین های دیگر راه یافت، اما هویت ملی به عنوان یک مفهوم علمی از ساخته های تازه ی علوم اجتماعی است که از نیمه ی دوم قرن کنونی به جای مفهوم خلق و خوی ملی که از مفاهیم عصر رمانتیک بود، در حال رواج گرفتن است. هویت بدین مفهوم زمانی پدید آمد که ملت به معنای امروزی شکل گرفت ((Rahiyab, 2008؛ بنابراین هویت ملی ریشه در احساس تعلق به طایفه و تیره و قبیله و ایل و قوم دارد. اعضای یک طایفه که نیای مشترک دارند در سرزمین معین زیست می کنند، هم زبان اند، آداب و رسوم مشترک دارند و با یکدیگر در زمینه های اقتصادی همکاری دارند، رهبران مشترک دارند و برای دفاع از منافع طایفه می جنگند و معمولاً دارای نام معین و هویت جمعی هستند (Tajik, 2004).

• عناصر هویت ملی

میلر پژوهشگر برجسته ناسیونالیسم در کتاب ملیت، پنج عنصر برای هویت ملی بر می شمارد که در کنار هم ملیت را از دیگر منابع جمعی هویت شخصی متمایز می سازد. به اعتقاد میلر یک اجتماع ۱- به واسطه ی باور مشترک و تعهد متقابل ۲- قدمت تاریخی ۳- منش فعال ۴- وابستگی به یک قلمرو خاص و ۵- متمایز شدن از دیگر اجتماعات به واسطه فرهنگ عمومی خاص فرهنگ عمومی مشترک پدید می آید ((Mirmohammadi, 2013).

احمدی (۱۳۸۸) نیز پس از بررسی دیدگاه های گوناگون نظریه پردازان درباره هویت

ملی عناصر بنیادین هویت ملی را در قابل شش عنصر نشان می دهد:

۱- یک سرزمین تاریخی یعنی وطن

۲- اسطوره های تاریخی و خاطرات تاریخی مشترک

۳- فرهنگ عمومی توده های مشترک

۴- نهادهای سیاسی اداره کننده سرزمین مورد نظر، یعنی دولت

۵- حقوق و وظایف مشترک برای تمامی اعضا

۶- اقتصاد مشترک و تحرک سرزمینی برای اعضا (Ahmadi, 2004).

این عناصر شش گانه دربرگیرنده‌ی تعریفی‌اند که اسمیت از مفهوم ملت ارائه می‌دهد. هویت ملی در معنای امروزی آن، پدیداری تازه است و هویت ملی امروزی ایرانیان از عصر مشروطیت و سپس دوران پهلوی به این سو شکل گرفته است. با این حال هم چنان که اشرف می‌گوید باید به وجوه تمایز و تشابه میان مفهوم تاریخی هویت ایرانی و مفهوم تازه هویت ملی ایرانی توجه کرد به‌زعم اشرف نوعی هویت جمعی با تصور ایرانی بودن در معنای یکپارچگی سیاسی، دینی، زبانی و مکانی آن در دوره ساسانیان ساخته و پرداخته شده است:

«مفهوم تاریخی هویت ایرانی که در دوره ساسانیان ابداع شده بود، در دوران اسلامی با فراز و نشیب‌هایی پایدار ماند. در عصر صفوی تولدی دیگر یافت و در عصر جدید به صورت هویت ملی ایرانی متجلی شد» (Ashraf, 2004).

• هویت قومی

یکی از انواع هویت اجتماعی هویت قومی است که در عصر مدرن همواره در ارتباط با هویت ملی مطرح می‌شود؛ اما پیش از پرداختن به این مبحث نظری به مفهوم قومیت می‌اندازیم.

مفهوم قومیت مانند ملیت مفهوم ساده و بی‌مناقشه‌ای نیست و غالباً وجه تمایز آن از ملیت به لحاظ جامعه‌شناختی چندان روشن نیست قومیت نوعی دیدگاه درونی است که اهمیتش برای فرد در زمان برقراری تعامل با دیگران آشکار می‌شود. در مواردی که فرد احساس می‌کند قومیت او در یک موقعیت اجتماعی کارساز است و منافع را برای او تسهیل می‌کند، هویت قومی خود را آشکار می‌کند و در جایی که آن را مانعی در راه منافع خود بداند آن را نهفته می‌گذارد. جامعه‌شناسان حتی گاه در چنین مضامینی از مفهوم قومیت نمادین سخن می‌گویند. مثلاً در آمریکا قومیت نمادین بیانگر تمایل به حفظ نوعی حس قومی است بی‌آنکه به پیوندها و رفتارهای اجتماعی قومی تعهد عمیق و ریشه‌داری

ابراز شود. گوناگونی تعریف قومیت برحسب فرهنگ‌های مختلف سبب شده است که برخی از پژوهشگران اصولاً مانع وجود چنین مقوله‌ای در برخی کشورها، به‌رغم اذعان به تفاوت‌های گویشی و فرهنگی شوند (Ahmadi, 1999). تمایز میان مفاهیم قومیت و ملیت نیز اغلب چندان روشن نیست و معمولاً فرق میان آن دو را در وجود یک دولت ملت در مورد ملت مفروض می‌گیرند؛ اما به هر صورت، قومیت بیانگر احساس تعلق به اجتماعی است که اعضای آن ریشه‌های نیاکانی و تاریخی مشترکی را مفروض می‌دانند. یکی از اصلی‌ترین وجوه متمایزکننده یک قوم زبان است اما مواردی نیز وجود دارد که در آن یک گروه قومی برحسب زبان از بقیه جدا نمی‌شود. در هر حال هر گروه قومی معمولاً بر مبنای یک نام مشخص یک زبان مشترک پاره‌ای مشترکات فرهنگی واقعی یا تخیلی و تصویری از نیاکان مشترک از اجتماعات دیگر تفکیک می‌شود (Yousefi, 2011).

• تفاوت هویت قومی و ملی

یکی دیگر از ابعاد مفهوم گروه قومی این است که این مفهوم به گونه‌ای به کار می‌رود که نوعی عضویت مشخص و بی‌ابهام را تداعی می‌کند که در آن قومیت تام و تمام و تجمیع‌کننده مؤلفه‌های هویتی است؛ اما در عمل این شرایطی است که به ندرت تحقق می‌یابد. هویت قومی صرفاً یکی از ابعاد هویت است. فرد در کنار هویت قومی خود ممکن است انواع هویت‌های دیگر از جمله هویت ملی، هویت مذهبی، هویت شغلی و غیره نیز داشته باشد. مهم اهمیت یافتن یکی از مؤلفه‌های هویتی در شرایط خاص اجتماعی یا در وضعیت‌های تعاملی خاص است. قومیت را همچنین می‌توان بعد قومی هویت فرد دانست. در شرایطی که این بعد از هویت فرد برجسته می‌شود و اهمیت می‌یابد، مبنای همانندسازی اجتماعی قدرتمندی قرار می‌گیرد که اغلب با احساسات و عواطف شدید همراه است (Panahi Nesab & Tabiei, 2023).

لذا با توجه به تعاریف ارائه‌شده از هویت قومی و ملی به بررسی سکانس‌های سریال

«نون خ» از منظر این مؤلفه‌ها می‌پردازیم.

• بازنمایی در نظریه‌های رسانه

بازنمایی یکی از مفاهیم بنیادی در مطالعات رسانه‌ای است و راه و روشی است که از طریق آن رسانه‌ها حوادث و واقعیت‌ها را نشان می‌دهند. در واقع بازنمایی نوعی تصویر دستکاری شده از واقعیت بیرونی است. مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از: ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیاء، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد. محتواهای رسانه‌ای (متون رسانه‌ای) همواره دارای ساختار هستند و هرگز پنجره شفاف و روشن نیستند. اصطلاحی به نسبت جدید در فلسفه است در پایان سده نوزدهم به کار رفت. عینیت‌گرایی به معنای قبول این نکته است که ارائه بیان یا بازنمایی عینی از جهان خارجی فیزیکی و اجتماعی کاری است ممکن و دریافت‌های انسانی از امور هرچه باشد، تفاوتی در آن امور ایجاد نمی‌کند. جهانی عینی مستقل از ذهن، دانایی و خودآگاهی انسان وجود دارد که قانون‌های خودش را دارد و انسان باید آن قانون‌ها را بشناسد. این آرمان همه علوم است که باید به سویش حرکت کنند.

رویکرد فیسک نیز مانند بارت رویکردی انتقادی است، هرچند که با تفاوت‌هایی از هم متمایز می‌شوند، اما هر دو کاربرد نشانه‌ها را در خدمت قدرت، نقد و تحلیل می‌کنند، رویکردی که در آن اساساً چیزها در ارتباط متقابلشان فهم و درک می‌شوند و دیدگاهی که در آن مسائل مربوط به پیوندهای متقابل انسان‌ها زنجیرهای علت و معلولی ممکن است تحریف شود و در نتیجه نقد را برابر با آشکارسازی و ارتباط متقابل می‌دانند. در نگاه فیسک رخدادهای زبانی (نظام نشانه‌ای به گونه‌ای عام‌تر) به عنوان روایت ساده پذیرفتنی نیست و واسازی آن ضروری است و هرچند سعی می‌شود تا برخی امور طبیعی جلوه داده شود، ولی این امر طبیعی نیست، بلکه عامدانه و غیرطبیعی و رمزگذاری شده است که طی فرایند تولید آن، مخاطب با مؤلف هم‌دل می‌شود و تمام روایت‌های داستان را می‌پذیرد. این کار عموماً با کمک رمزهای اجتماعی و ایدئولوژیکی انجام می‌گیرد که از طریق آن

فاعل‌های اجتماعی ساخته می‌شوند. این رویکرد قائل به رابطه دیالکتیکی بین متون نشانه‌گذاری شده و ساختارهاست؛ ساخت‌ها، متن و نشانه‌ها را تولید می‌کنند و متن‌ها نیز در بازتولید ساختارهای اجتماعی نقش دارند. از نظر فیسک ساختار جامعه، در چهارچوب فرایندهای قدرت و مبارزه که هرگز ایستا نیست درک می‌شود و برخورداری از قدرت اجتماعی نیز به معنای توان در اختیار گرفتن ساختار اجتماعی به منظور تأمین منافع طبقاتی یا گروهی تعریف می‌شود و مبارزه اجتماعی، اعتراض طبقات فرودست است به این قدرت. در حوزه فرهنگ این اعتراض به شکل مبارزه‌ای برای معنا تبلور می‌یابد. بنابراین فرهنگ واجد خصوصیتی ایدئولوژیک می‌شود. ایدئولوژی برخلاف دیدگاه بارت، به معنای آگاهی کاذب به کار نمی‌رود، سیر جریان آن نیز یک طرفه نیست و شکلی پویاست که در عمل بازسازی و بازتولید می‌شود. این نوع دیدگاه امکان آگاهی راستین را رد می‌کند و معتقد است که واقعیت فقط می‌تواند از طریق زبان یا نظام‌های معانی فرهنگی ادراک شود (Fisk, 2007: 119).

روش^۱

این پژوهش از نوع کیفی می‌باشد و باهدف بازنمایی هویت ملی و قومی در سریال «نون خ» انجام شده است. به منظور بررسی چگونگی بازنمایی هویت ملی و قومی در سریال «نون خ» از روش نشانه‌شناسی با تأکید بر رویکرد جان فیسک استفاده شده است. در نظر نشانه‌شناسان هیچ‌گونه پیامی فارغ از رمز وجود ندارد. از این رو، آن‌ها همه تجربه را متضمن فراگرد رمزوارگی می‌دانند. در همین چارچوب است که رمزگشایی نه تنها مستلزم شناخت و فهم و درک متن، بلکه تفسیر و ارزیابی و داوری درباره آن را نیز دربر می‌گیرد (Zamiran, 2003: 151). از دیدگاه جان فیسک، همه رمزها معنا را می‌رسانند (Fisk, 2007: 98).

او هدف از تحلیل نشانه‌شناختی را معلوم کردن آن لایه‌های معانی رمزگذاری شده‌ای می‌داند که در ساختار فیلم‌ها، برنامه‌های تلویزیون و به طور کلی، تولیدات صوتی-

تصویری، حتی در قسمت‌های کوچک این برنامه‌ها قرار می‌گیرند (Fisk, 2007: 130). برای این کار، فیسک مهم‌ترین بخش تحلیل نشانه‌شناختی را تشخیص رمزگان موجود در فیلم قلمداد کرده، به معرفی نحوه‌شناسایی و تحلیل آن‌ها می‌پردازد. در این پژوهش، تلاش شده است از روش تحلیل رمزگان جان فیسک به منظور تعیین لایه‌های گوناگونی معانی رمزگذاری شده در فیلم‌ها استفاده شود.

طبق دیدگاه فیسک رمزها دارای سه سطح می‌باشند.

واقعیت (بازنمایی ایدئولوژیک) به عبارت دیگر واقعه‌ای که قرار است به فیلم سینمایی تبدیل شود، قبلاً با رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است؛ یعنی سطح واقعیت. سپس رمزهای فنی، رمزهای اجتماعی را رمزگذاری می‌کنند. رمزگان ایدئولوژیک رمزهای فوق را در مقوله انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهد. طبقه‌بندی این رمزها بر اساس مقوله‌های دلخواه بر انعطاف‌پذیری صورت گرفته است.

سطح یک: واقعیت (رمزگان اجتماعی) واقعه‌ای که قرار است از تلویزیون پخش شود، پیشاپیش با رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است. مثل ظاهر، لباس، چهره‌پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سرو دست، صدا و غیره.

سطح دو: رمزگان فنی: رمزهای اجتماعی رمزهای فنی به کمک دستگاه‌های الکترونیکی رمزگذاری می‌کنند و رمزهای فنی عبارت‌اند از: دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صداپردازی و غیره. رمزهای متعارف، بازنمایی را انتقال می‌دهند.

سطح سه: ایدئولوژی (رمزگان ایدئولوژیک): رمزهای ایدئولوژیک را در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهند، برخی از رمزهای اجتماعی عبارت‌اند از: فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی، سرمایه‌داری و غیره؛ یعنی در ابتدا واقعه‌ای که قرار است به فیلم سینمایی تبدیل شود، قبلاً با رمزهای اجتماعی کدگذاری شده است (سطح واقعیت) و برای اینکه به لحاظ فنی قابل پخش باشد، از فیلتر رمزهای فنی می‌گذرد (سطح بازنمایی) و در آخر به وسیله رمزگان ایدئولوژیک در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌گیرد. لذا در دیدگاه فیسک و بر اساس مؤلفه‌های جدول ۱، به

واکاوی سکانس‌ها پرداخته می‌گردد:

جدول ۱. طبقه‌بندی رمزها بر اساس دیدگاه فیسک

Table 1. Classification of codes based on Fiske's point of view

رمزگان مرتبط	سطوح تحلیل
رمزهای اجتماعی شامل هویت ظاهری و شخصیتی و قومی: مثل ظاهر، لباس، چهره‌پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سر و دست، ویژگی‌های شخصیتی و قومی بازیگران	سطح نخست: واقعیت
رمزهای فنی هویت ملی و قومی: نورپردازی، تدوین، موسیقی و صداپردازی، رفتار و اجرا و نمادها که رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند؛ و رمزهای اخیر نیز بازنمایی عناصر دیگری را شکل می‌دهند. از قبیل: روایت، کشمکش، شخصیت، گفت‌وگو، زمان و مکان، انتخاب نقش آفرینان و غیره.	سطح دوم: بازنمایی
رمزهای ایدئولوژیک هویت ملی: حفظ ارزش‌ها و حریم‌های خانوادگی، مذمت مهاجرت، طبقه اجتماعی، ارتباط با خدا، کمک‌های مؤمنانه و تلاش‌های همدلانه، فرهنگ مقاومت و ...	سطح سوم: ایدئولوژی

سکانس‌های مورد مطالعه از سریال در این تحقیق عبارت‌اند از: در این تحقیق سکانس فصل سوم قسمت ۱ فصل دوم قسمت ۱ فصل چهارم قسمت ۱ فصل یکم قسمت ۱ فصل یکم قسمت ۷ فصل پنجم قسمت ۱ فصل یکم قسمت ۱۰ فصل دوم قسمت ۱ فصل سوم قسمت ۲ فصل دوم قسمت ۱ فصل یکم قسمت ۳ انتخاب شد و علت انتخاب این سکانس‌ها دارا بودن بیشترین عناصر و مؤلفه‌های هویت قومی و ملی بود که با توجه به تعاریف ارائه شده است هر کدام از صحنه‌های منتخب، ابتدا بر اساس سطوح اجتماعی و فنی مورد تحلیل قرار گرفت و سپس بر پایه تعاملات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی منطبق با بافت و فرامتن تولید سریال، رمزگان‌های ایدئولوژیک صحنه‌ها با رویکردی استنباطی استخراج شد.

خلاصه داستان «نون خ»

«نون خ» نام مجموعه تلویزیونی ایرانی است که تاکنون ۳۵ فصل از این سریال ساخته شده است. «نون خ» به کارگردانی سعید آقاخانی و نویسندگی امیر وفایی است تیم دستکاری این سریال را امید ترکشوند و مصطفی کیایی تشکیل می‌دهند که در نوروز ۱۳۹۸ از شبکه یک پخش شد. «نون خ» مخفف نام نقش اصلی این سریال، نورالدین خانزاده است. سریال «نون خ» پربیننده‌ترین سریال نوروز ۱۳۹۸ بود. این سریال در چهارفصل دیگر ادامه پیدا کرد و در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ و ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ با داستان‌های متفاوت از شبکه یک سیما و شبکه تماشا پخش شده است همچنین این سریال سه سال پربیننده‌ترین سریال‌های نوروزی صداوسیما بوده است.

خلاصه داستان سریال «نون خ»:

فصل اول در فروردین ۱۳۹۸ در ۱۵ قسمت پخش شد. خلاصه فصل اول: این سریال، داستانی اجتماعی و آمیخته با طنز دارد. نورالدین خانزاده (سعید آقاخانی) صاحب یک کارگاه فرآوری تخمه آفتاب‌گردان است. او ۴ دختر و یک نوه دارد. کشاورزان هم‌محلی نورالدین، محصول تخمه آفتاب‌گردان خود را به نورالدین فروخته‌اند. نورالدین این محصول را به شخصی ساکن تهران به نام میرزایی فروخته است تا او این محصولات را در کشور ترکیه به فروش برساند. در همین حین، خبر می‌رسد که میرزایی از دنیا رفته است و کشاورزان که از این خبر مطلع می‌شوند هر یک به نحوی سعی می‌کنند تا پول محصولاتی را که به نورالدین خانزاده فروخته‌اند، از او بگیرند

فصل دوم در فروردین ۱۳۹۹ در ۱۴ قسمت پخش شد. خلاصه فصل دوم: داستان این فصل از جایی شروع شد که نورالدین در حال پرداخت بدهی‌هایش است. ماجرای که با مرگ مه‌لقا خانم همراه می‌شود. بعد از این هم در طول داستان شاهد بخشی از جریان زلزله‌های معروف غرب کشور بودیم، ماجرای که باعث شد اهالی روستا تا امن تر شدن اوضاع به صحرا بروند و مدتی آنجا زندگی کنند. در این جابه‌جایی و فضای

تازه هم هر روز اتفاقات جدیدی رخ می‌داد، مواردی که در ابعاد کوچک و با طنز تلخی که در آنها وجود داشت، بخشی از مسائلی که حادثه‌دیده‌های غرب کشور پشت سر گذاشتند را منعکس کرد.

فصل سوم در فروردین ۱۴۰۰ در ۱۶ قسمت پخش شد. خلاصه فصل سوم: داستان این مجموعه با ازدواج شیرین، دختر نورالدین شروع می‌شود که در حین آن داماد ناپدید می‌شود. در این میان شوهر خواهر نورالدین خانزاده، بهادر خان، به یک معدن طلا دست پیدا می‌کند و سعی می‌کند کسی از این قضیه مطلع نشود؛ ولی در ادامه با ورود اهالی روستا از جمله کیوان، سلمان و سیروس به ماجرای معدن، این داستان شکل دیگری به خود می‌گیرد. تلاش اهالی روستا برای استخراج طلا از معدن، رقابت فریرز و سلمان برای ازدواج با شیرین، واریز پولی هنگفت از سوی پدر نازنین به حساب نورالدین و ورود آب قنات روستا به معدن در پی انفجار دینامیت از ماجراهایی هستند که داستان اصلی این مجموعه را شکل می‌دهند.

فصل چهارم در فروردین ۱۴۰۲ در ۲۱ قسمت پخش شد. خلاصه فصل چهارم: فصل چهارم: گاو و گوسفندان روستاییان با حمله گرگ‌ها تار و مار می‌شوند و بزرگان ده برای تغییر شرایط شکار گرگ‌ها را پیشنهاد می‌کنند اما خودشان به دلایلی موفق به شکار نمی‌شوند و به همین خاطر تصمیم به استخدام شکارچی از ده بالا می‌گیرند، با این کار اختلافات قدیمی بین دو روستا سرباز کرده و ماجراهای جذابی شروع می‌شود.

فصل پنجم در فروردین ۱۴۰۳ در ۲۴ قسمت پخش شد. خلاصه فصل پنجم: در این فصل شاهد سفر جاده‌ای با شخصیت‌های «نون‌خ» خواهیم بود. فضای سریال از روستای «نورالدین» فراتر رفته و آنها به چند شهر ایران سفر می‌کنند در این فصل از مسیر کرمان، سیستان و بلوچستان به شهرهای چابهار و دیگر شهرهای آن منطقه می‌رویم و قصه سریال همراه با کردها به چند قومیت می‌پردازد.

یافته‌ها

تحلیل رمزگان جان فیسک

سطح ۱. بازنمایی هویت قومی و ملی در سریال‌های پایتخت و «نون خ» بر اساس رمزگان اجتماعی

سطح واقعیت:

رمزگان اجتماعی: ۱_ زبان گفتاری ۲_ رمزگان پوششی ۳_ رمزگان رفتاری

زبان گفتاری: رمزگان زبان قهرمان داستان در این مجموعه مربوط به یکی از روستاهای استان کرمانشاه است بنابراین لهجه و گویش یکی از مهم‌ترین عناصر به‌عنوان کم‌دی موقعیت قرار گرفته و به‌نوعی موقعیت فرود ست روستایی‌ها بازنمایی در مقابل جایگاه فرادست شهرنشین‌ها است.

پوشش: نحوه لباس پوشیدن روستایی‌ها به شهری‌ها شلخته ناموزون به نظرآمده و شکل پوشش نشانگر عدم توجه روستایی‌ها به شکل ظاهری و نوع پوشش است. در این سریال نوع پوشش توجه نکردن به هارمونی رنگ‌ها ترکیب لباس محلی با لباس معمولی این بی‌توجهی روستاییان به نوع پوشش خود و موقعیت فرود ست روستایی‌ها بازنمایی در مقابل جایگاه فرادست شهرنشین‌ها بیشتر نشان می‌دهد.

شیوه رفتار: در این سریال شیوه رفتار روستایی‌ها بدین‌صورت به نمایش درآمده که روستایی‌ها ناتوان در مواجهه با مشکلات: بهت‌زده، گیج، پرهیاهو عمل می‌کنند و رفتارهایی مثل درماندگی در مواجهه با مسائل و عناصر جدید شهرنشین و توجه طلب بودن راه رفتن شتاب‌زده که با وقار و متانت در تضاد است. در زندگی افراد حریم خصوصی وجود ندارد و اکثر افراد روستا از جزییات زندگی یکدیگر مطلع هستند و به‌نوعی موقعیت فرود ست روستایی‌ها بازنمایی در مقابل جایگاه فرادست شهرنشین‌ها نشان داده شده است.

سریال «نون خ»:

جدول ۲. سطح نخست واقعیت

Table 2. Level 1 of reality

تن صدا لهجه استفاده از اصطلاحات ویژه رمزگان آواشناسی (نحو عروض)	رمزگان گفتار	رمزگان اجتماعی
رمزگان بدنی (حالت چهره نگاه حرکت دست و پا ادا)	رمزگان پوشش	
نوع لباس و پوشاک مورد استفاده	رمزگان کنشی (رفتار)	
راه رفتن (باز راه رفتن داخل خانه دویدن) شتابزده نداشتن حریم خصوصی متعصب و لجباز پر هیاهو		
درمانده در مقابل مشکلات توجه طلب اغراقگر		

سطح ۲- بازنمایی هویت قومی و ملی در سریال «نون خ» بر اساس رمزگان فنی با استفاده از رمزگان فنی (کمکی) شامل: نورپردازی، موسیقی، تدوین روی دریافت مخاطب از متن جهت میده و از رمزها فنی برای القا (چهره خوب یابد. ترس رعب. وحشت.....) استفاده شده است.

در این سریال با استفاده از رمزها فنی (نورپردازی، موسیقی، تدوین....) انتخاب لوکیشن‌ها فضاهای داخل روستا از جمله: خانه‌ها مغازه‌ها کوچه‌ها... بسیار حقیرتر نشان داده شده است. به وسیله رمزگان فنی موقعیت فرود ست روستایی‌ها بازنمایی در مقابل جایگاه فرادست شهر نشین‌ها نشان داده شده است.

جدول ۳. سطح دوم رمزگان فنی

Table 3. Level 2 of technical codes

دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی، صداپردازی	رمزگان فنی
---	------------

سطح ۳- هویت ملی در رمزگان ایدئولوژی

عناصر مربوط اجتماعی و فردی در یک انسجام و مقبولیت اجتماعی باز تولید می کند تا برتری هویت ملی به قومی به نمایش بگذارد.

در واقع مجموع دو سطح اجتماعی و فنی به سطح ایدئولوژیک ختم می شود. در مجموع یافته‌های از رمزگان اجتماعی و رمزگان فنی نشان می دهد که روستاهایی‌ها

بانوع پوشش شلخته و ناموزون رفتارهایی مثل ناتوان در مواجهه با مشکلات: بهت زده. گنج. پرهیاهو درماندگی در مواجهه با مسائل و عناصر جدید شهرنشین توجه طلب و راه رفتن آن‌ها شتاب زده که با وقار و متانت در تضاد است. در زندگی افراد حریم خصوصی وجود ندارد و اکثر افراد روستا از جزئیات زندگی یکدیگر مطلع هستند و عناصر فنی که به وسیله آن موقعیت فرودست روستایی نسبت به جایگاه فراد شهر نشین‌ها بیشتر نشان داده شده است. نکته مثبت در این سریال خانواده دوستی شخصیت اصلی داستان است که در تمام فصل‌های سریال نشان داده شده است.

جدول ۴. سطح سوم ایدئولوژی

Table 4. Level 3 of Ideology

فردگرایی، پدرسالاری، طبقه اجتماعی، مادی گرایی، نژاد، سرمایه دارای خانواده دوستی تصمیم گیر مصمم	سطح ایدئوزیک
--	--------------

بحث و نتیجه گیری

محقق در این تحقیق بازنمایی با استفاده از روش نشانه شناختی جان فیسک مورد بررسی و تحلیل قرار داده است یافته‌های تحقیق حاکی از آن است هویت قومی در این سریال فرودست و پایین تر از هویت ملی نشان داده شده است.

هویت قومی به حاشیه رانده شده و به صورت کلیشه باز تولید شده است. افراد قومیت افرادی با ویژگی‌های منزلت شغلی پایین وضعیت ظاهری نامناسب ساده لوح زودباور درمانده و بدون داشتن برنامه برای زندگی خودشان نشان داده شده است در سریال «نون خ» تحلیل موقعیت بر مبنای رمزگان اجتماعی گروه قومی نگون بخت و پدرسالار کلیشه سازی شده است.

بر اساس روش جان فیکس در این سریال با توجه به رمزگان اجتماعی رفتاری پوششی کنشی مردم مورد تمسخر قرار گرفته اند هویت قومی در این سریال به صورت هویتی نشان داده می شود که از نظر موقعیت اجتماعی شهری پایین تر است. در این سریال با دو نوع هویت مواجه هستیم که هویت شهری بازنمایی استاندارد و هویت روستایی در

قالب هویت قومی است در مقایسه این دو شاهد هستیم که هویت شهری زبان استاندارد پوشش استاندارد و مد روز رفتار استاندار و معقول نشان داده شده است.

نکته قابل توجه در تقابل هویت شهری هویت قومی این بود که روابط بین افراد خانواده در این سریال بسیار صمیمی و عاطفی نشان داده شده است جامعه روستایی که یک جامعه سنتی روابط مکانیکی است و روابط شهری بر اساس عقلانیت است.

نتایج پژوهش حاضر با برخی پژوهش‌های پیشین هم‌راستا می‌باشد. مثلاً با پژوهش قاسمی و همکاران (۱۴۰۰) در جهت بهره‌گیری از سازوکارهای هویتی، فرهنگی در تولید و پخش این گونه سریال‌ها، هم‌راستا می‌باشد.

با پژوهش خراسانی و همکاران (۱۳۹۸) باهدف بازنمایی صورت گرفته از قومیت‌ها به صورت مثبت و بدون سوگیری است. در برخی آثار تلویزیونی، غالب قومیت‌های ایرانی در به‌عنوان انسان‌هایی صبور اهل هنر و موسیقی، شجاع، تحت ستم، بی‌سرزمین و رها شده به صورت مشابه به تصویر کشیده شده است.

با پژوهش رسولی و همکاران (۱۳۹۲) در به تصویر کشیدن مؤلفه‌های فرهنگی و هویت قومی هم‌راستا می‌باشد.

با مقاله طالبی و قرنی (۱۳۹۹)، در بازنمایی عناصر دینی و دینداری قومیت‌های و به تصویر کشیدن خصوصیات منحصر به فرد قوم‌ها و اعتقادات راسخ قومیت‌ها، هم‌راستا می‌باشد.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله مراتب سپاسگزاری خود را از دست‌اندرکاران فصلنامه علوم اجتماعی، به‌ویژه سردبیر محترم، اعلام می‌دارند که در داوری، آماده‌سازی و چاپ این مقاله با نویسندگان کمال همکاری را به نمایش گذاشتند.

تأییدیه اخلاقی

اصول اخلاقی در نگارش و ارائه نتایج پژوهش رعایت شده است.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد

سهم نویسندگان و منابع مالی

سهم نویسندگان مورد تأیید نویسندگان است و منبع مالی وجود نداشته است

ORCID

Mahdiah Heydari  <http://orcid.org/0009-0004-8975-5342>
Zhillia Mashhadi  <http://orcid.org/0000-0003-4773-1233>
Afsaneh Mozaffari  <http://orcid.org/0000-003-3855-7552>

References

- Abdullahi M. (2012). *Sociology of Identity Crisis*, Research Quarterly. Tehran: *Number 2 and 3 of the first year*. [In Persian]
- Ahmadi, H. (1999), *Ethnicity and ethnocentrism in Iran: from myth to reality*, Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Ahmadi, H. (2004), Iran, identity, nationality, ethnicity, Tehran, *Research and Human Sciences Institute*. [In Persian]
- Delavar, A; Mozafari, A. (2021) *Representation of Iranian identity in the popular series Hazardastan, the 16th year Media Studies Quarterly*[In Persian]
- Fisk, J. (2002). "Culture and Ideology", translated by Mozghan Broumand, Organon No. 20, Printing and Publishing Organization of the Ministry of Islamic Guidance, Tehran, pp. 12-117. [In Persian]
- Fisk, J. (2007). *An introduction to communication studies*. Translated by Mehdi Ghabraei. Tehran: Media Studies and Planning Office (Media Studies and Research Center) [In Persian]
- Ghasemi, A.A & Ebrahimabadi, Gh.R. (2018), the ratio of national identity and national unity in Iran, *Strategy Quarterly*, 20th year. [In Persian]
- Jafari Kizghan, T. (2009), Television and its effects on the cultural identity of Iranians, *Cultural Research Quarterly*, Volume 3, Number 4, Winter 2009. [In Persian]
- Khorasani, M M, Noghani Dokht Bahmani, M& Shamakhnia, R. (2018). Representation of ethnic stereotypes in TV series (period: 1380-1392), *Media and Culture Journal*, 9(2), 111-130. magiran.com/p2138396. [In Persian]
- Mehdizadeh, S. M. (2007), *Media and Representation*, Tehran: *Office of Media Studies and Development*. [In Persian]
- Mirmohammadi, D. (2013), *Speeches about national identity in Iran*, Tehran, *Institute of National Studies*. [In Persian]
- Panahi Nesab, S, & Tabiei, M. (2023). Representation of ethnic identity in the presidential elections of the 9th and 11th periods (East Azerbaijan, Kurdistan, Kohkiloye and Boyer Ahmad). *Strategic Policy Research*, 12(46), 85-118. doi: 10.22054/qps.2023.70836.3138. [In Persian]
- Phinney, J.S. (1997), A three stage MODEL of Ethnic identity development in Adolescents, and young adult from diverse group, *Journal of Adolescence research*, 7, 156-176. [In Persian]
- Qorani, A. T; Qorani. E. (2019) Representation of religiosity in television series (case study: Madaraneh series)" *Quarterly Journal of Communication Studies of the 19th year*. [In Persian]
- Rahiyab, H. (2008), the nature, obstacles and possibilities and renewal of Iranian national identity in the age of globalization, Tehran: *Qaseida Sera*. [In Persian]

- Rasouli, R, Maroufi, F, & Khanche Sepehr, S. (2012). Representation of ethnic cultural identity in satellite television channels. *Communication Research*, 20(74), 71-100. doi: 10.22082/cr.2013.23503. [In Persian]
- Rigeway, J. (2011). "*Communications of the media in action*", translated by Mahdekht Boroujerdi and Mohammad Mahdi Farqani, Media Studies and Media Planning Office, Tehran. [In Persian]
- Tajik, M.R. (2004), Otherness and identity among Iranians, Tehran: *Farhang Gatman*. [In Persian]
- Van Loon, Y (2008), *Media technologies from a critical perspective*, translated by Ahad Aliqliat and Bijan Abdul Karimi, Tehran: Hamshahri newspaper. [In Persian]
- Went, A. (2004), Social Theory of International Politics, translated by Hamira Moshirzadeh, Tehran: *Bureau of Political and International Studies*. [In Persian]
- Williams, R. (2006). "*Television, technology and cultural form*", translation: Manouchehr Begdali Khamseh, Directorate General of Research of the Islamic Republic of Television, Tehran. [In Persian]
- Yousefi, A. (2011). Inter-ethnic relations and its effect on the national identity of ethnic groups in Iran. *National Studies Quarterly*, No. 8, second year, Tehran. [In Persian]
- Zamiran, M, (2003), *An introduction to the semiotics of art*, Tehran, Qaseh. [In Persian]

استناد به این مقاله: حیدری، مهدیه، مشهدی، ژیللا، مظفری، افسانه. (۱۴۰۲). بازنمایی هویت ملی و قومی در سریال «نون خ»، فصلنامه علوم اجتماعی، ۳۰(۱۰۲)، ۱۹۵-۲۲۱. DOI: 10.22054/qjss.2024.74714.2665



Social sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License...

