

سال به تماشای یک سریال کلمبیایی با ارزش‌های فرهنگی متفاوت و چنین کیفیت و صداگذاری نامطلوبی می‌نشیند.

## مرور نظری

### ویژگی‌های سریال‌های بازاری

برای مطالعه و بررسی سریال ویکتوریا نیازمند دانستن خصوصیات و ویژگی‌های کلی سریال‌های بازاری یا سوپ اپراها هستیم. سریال‌های بازاری امروزه یکی از رایج‌ترین و پربیننده‌ترین برنامه‌های سرگرم کننده در کل دنیا هستند؛ زیرا از جهتی به بهترین شکل سلیقه مخاطب را هدف قرار داده و کنجکاوی‌های او را ارضاء می‌کند و از جهتی دیگر از دید شرکت‌های تولید کننده برنامه‌های تلویزیونی، این سریال‌ها، به نسبت ارزان‌ترین برنامه‌های قابل تولید هستند که بیشترین مخاطب بین‌المللی را نیز دارند یعنی برای صادرات مناسب می‌باشند.

سریال‌های بازاری برای اولین بار در تلویزیون ظاهر نشدند بلکه در تبلیغات رادیویی آمریکا در ۱۹۳۰ برای اولین بار دیده شدند. سریال‌های مذکور به این دلیل سوپ اپرا نامیده می‌شدند که شرکت‌های تولید کننده مواد شوینده و صابون از آن‌ها حمایت می‌کردند. این برنامه‌ها به طور کلی زنان خانه‌دار را هدف قرار می‌گرفت و با آن‌که برای مصرف خانگی تهیه می‌شد دارای محتوایی با محوریت عشق و درام و تاکید اساسی بر خانواده و روابط شخصی بود (کیسی، ۲۰۰۲: ۲۶۱).

آنچه که در این نوع سریال‌ها رایج است؛ گستره‌ی وسیعی از بازیگران و شخصیت‌های آن است. این شخصیت‌ها برای مدت مدیدی حتی تا چندین سال به ایفای نقش پردازند. اگر شخصیتی در سریال مورد پسند مردم واقع نشود، حذف می‌شود (مثلا در سریال می‌میرد یا به مسافرت می‌رود) یا این‌که شخصیت محبوبی که داستان را ترک کرده است از سفر بازمی‌گردد یا در صورت مرگ، به صورت خیال و رویا هنوز در داستان حضور دارد. یعنی سازندگان این سریال‌ها به دلیل طولانی بودن آن‌ها این توانایی را دارند که سیر داستان را بر اساس علاقه‌ی بینندگان پیش ببرند بنابراین شخصیت‌ها اضافه و یا کم می‌شوند. گذشته از شخصیت‌های آشنایی که در سریال موجودند، فضاها هم به شدت آشنا و مانوس هستند. این دسته از سریال‌ها اغلب در مکان‌هایی ضبط می‌شوند که واقعی بوده و برای بیننده آشنا باشند، زیرا نویسنده می‌خواهد مخاطبان رفتارها و کنش‌ها را باور کنند بنابراین، مکان سریال جایی است که، بیننده خود را در آن فضاها دیده و حس کرده است. مثلا اغلب این سریال‌ها در فضایی

مانند خیابان، خانه، محیط کار، بیمارستان، مدرسه و اغلب همراه با خانواده‌های هسته‌ای تهیه می‌شوند (کیسی، ۲۰۰۲: ۲۶۴).

آنچه در مورد سریال‌های بازاری بسیار حائز اهمیت است این نکته است که شیوه‌ی زندگی شخصیت‌های داستان (گذشته از زندگی واقعی آن‌ها) در فرهنگ بیننده تبدیل به اسطوره می‌شوند و همچنین، این سریال‌ها مجالی برای سخن گفتن پیرامونشان را برای افراد به وجود می‌آورند؛ از خلال آن‌ها، بینندگان قادر به برقراری ارتباط با دیگران و رد و بدل کردن اطلاعات در مورد افراد سریال، شخصیت‌ها، وقایع و سبک‌های زندگی هستند.

هدف این سریال‌ها، بازنمایی زندگی روزانه است اما این بازنمایی تنها جنبه‌ای کسالت‌آور از زندگی را نشان نمی‌دهد، بلکه در طول سریال و به طور مداوم موارد تنش‌آمیز، هیجانی و نمایشی‌ای رخ می‌دهند که اغلب شخصیت‌های داستان را در خود درگیر کرده و محور همیشگی صحبت‌های آن‌ها و نیز گاهی محور شایعات و خیرچینی‌ها در داستان است. این موارد همیشه در سریال‌های بازاری حول شخصیت یک زن قرار دارد یعنی شخصیت اول یک سریال بازاری همیشه یک زن است، البته نه زنی که همیشه در کلیشه‌ها ضعیف است و همواره مورد ظلم قرار می‌گیرد، بلکه زنی که (به نحو کلیشه‌ای دیگری) با زنان دیگر متفاوت است. او فردی قوی است، چه در شخصیت فردی خود و چه در پایگاهی که جامعه برای او در نظر گرفته است. زنان در این سریال‌ها نقش‌های گسترده‌ای را در بیرون از منزل به عهده دارند اما حتی در نقش‌های خانگی‌شان هم به عنوان افراد مستقل دیده می‌شوند.

به علاوه، نوع خاصی از روایت مشخصه‌ی اساسی کلیه سریال‌های بازاری است. منظور از روایت در یک متن، فرایند منسجم بیان داستان است که محتوای داستان را براساس یک قاعده می‌چیند و از بیان وقایع به صورت بی‌نظم و به هم ریخته جلوگیری می‌کند به نحوی که تعاقب اتفاقات پشت سرهم معنایی خاص پیدا می‌کند و نمی‌توان نظم آن را تغییر داد. در سریال‌های بازاری یکی از منابع اصلی کسب لذت، آشکار و مشخص بودن روایت است به نحوی که داستان براساس روندی پیش می‌رود که مخاطب انتظارش را دارد. در این زمینه، رولان بارت از اصطلاح "کد هرمنوتیکی"<sup>۱</sup> نام می‌برد. کد هرمنوتیکی از سه بخش تشکیل شده است: معما، تأخیر در حل معما و ارائه‌ی راه حل. در بخش اول معمایی مطرح می‌شود به گونه‌ای که مخاطب را به تعجب و حیرت آورد و او را ترغیب کند تا داستان را دنبال کند. در مرحله تأخیر، مخاطب خود به فکر فرو می‌رود تا معما را حل کند و او را به اندیشه درباره‌ی مسئله‌ای وا می‌دارد. مخاطب از این فکر و تعلیق لذت می‌برد و اگر معما بلافاصله حل شود دیگر لذت کشف به مخاطب نمی‌رسد. در بخش سوم مخاطبی که قبلاً در مورد معما فکر کرده پاسخ سوال خود را می‌گیرد و

کنجکاو خود را ارضاء می‌کند اما در بیشتر سریال‌ها این راه حل با طرح معمایی دیگر ارائه می‌شود (کیسی، ۲۰۰۲: ۱۷۷). در سریال‌های بازاری به دلیل طولانی بودن و تعدد شخصیت‌ها این امر به راحتی انجام می‌پذیرد و در طول سریال به همه‌ی معماها پاسخ داده شده، تنها یک یا چند معمای اصلی که محور اصلی سریال بوده است باقی می‌ماند تا اینکه در انتها، پس اینکه سریال سیر داستانی خود را کامل طی کرد؛ به آن‌ها پاسخ داده می‌شود. متون متعارف و قراردادی مانند سریال‌های بازاری نوع ویژه‌ای از راحتی را فراهم می‌کنند و این لذت را حتی از طریق فرایند همانندسازی و نیز جاذبه‌های جنسی به‌وجود می‌آورند. جهت فهم بهتر این مفهوم به نمونه‌های مشابهی که از تلویزیون داخلی به نمایش درآمده است اشاره می‌کنیم: مجموعه جواهری در قصر، پزشک دهکده، قصه‌های جزیره و ... .

### مطالعه سریال‌های بازاری

یکی از بررسی‌های مهم در زمینه‌ی سریال‌های بازاری را دروتی هابسن<sup>۱</sup> درباره‌ی سریال چهارراه<sup>۲</sup> که سال‌ها از تلویزیون انگلستان پخش می‌شد انجام داده است. هابسن قسمت‌هایی از این سریال را در خانه‌ی برخی از بینندگان آن (اکثراً زنان) تماشا کرد و سپس مجموعه مصاحبه‌های غیر ساختارمندی با آنان انجام داد. او در حین تحقیق به این نتیجه رسید که افراد مختلف به دلایل متفاوتی برنامه‌های تلویزیون را تماشا می‌کنند و قرائت‌های متفاوتی از آن برنامه‌ها به عمل می‌آورند. بخش بزرگی از آنچه این افراد راجع به تلویزیون می‌گویند حاصل اندیشه‌ها و عقایدی است که پیش از تماشای هر برنامه دارند و به آن اعمال می‌کنند. تماشای سریال چهارراه در کنار مخاطبان، هابسن را قادر به فهم این موضوع کرد که تا چه حد تماشای تلویزیون جزئی از زندگی روزمره بینندگان است. برخلاف آنچه گاهی اوقات گفته می‌شود، دیدن برنامه‌های تلویزیون فعالیت جداگانه‌ای نیست که در آرامش کامل و در محیطی آسوده و راحت صورت بگیرد. هابسن دریافت که اوضاع حاکم بر خانه هم در میزان تمرکز بیننده اثر می‌گذارد و هم در نظرگاه تماشای برنامه (استوری، ۱۳۸۵: ۵۲).

هابسن در پژوهش دیگری که پیرامون بینندگان سریال خیابان تاج‌گذاری<sup>۳</sup> انجام داد، دریافت که بینندگان این سریال به نوعی زندگی خصوصی خود را با زندگی ساخته‌شده‌ی بازیگران در می‌آمیزند و در بدین صورت واقعیت و خیال با هم خلط می‌شود. بینندگان در حین این که از شخصیت‌های سریال سخن می‌گویند، زندگی شخصی خود را هم با آن ترکیب کرده و آن‌ها را با واقعیت پیوند می‌زنند (هابسن، ۱۹۸۹: ۱۲۵).

1. Dorothy Hobson
2. Crossroads
3. Coronation Street

مورد دیگری که شباهت زیادی به بررسی ما دارد، تحقیقی است که *ایان / انگ*<sup>۱</sup> در مورد مخاطبان سریال آمریکایی *دالاس*<sup>۲</sup> انجام داد، او برای گردآوری اطلاعات از بینندگان این سریال خواست تا نظر خود را پیرامون این سریال و اینکه به چه دلیلی سریال را تماشا می‌کنند برایش بنویسند. او محتوای سریال را به دو جنبه‌ی واقعی و غیر واقعی تقسیم کرد و پاسخ‌های مخاطبان را در این دو دسته جا داد؛ کسانی که محتوای سریال را خوب ارزیابی کرده بودند آن را واقعی و کسانی که بد ارزیابی کرده بودند آن را غیر واقعی یا دروغین می‌دانستند. بینندگانی که سریال را خوب ارزیابی کرده بودند، آن را لذت بخش تلقی می‌کردند؛ زیرا می‌توانستند نوعی رابطه‌ی عاطفی میان خود و شخصیت‌ها ببینند. (واقعیت‌گرایی عاطفی) انگ دریافت که سریال *دالاس* با احساسات و عواطف بینندگانش بازی می‌کند چنان‌که آن‌ها بنا به گفته‌ی خودشان از این‌که حین تماشای سریال با شخصیت‌ها بخندند یا حتی گریه کنند هراسی ندارند. چنین نزدیکی و همسانی‌ای (هر اندازه هم غیر واقعی) برای بیننده ایجاد لذت می‌کند زیرا بیننده مرز میان دنیای واقعی خود و دنیای خیالی داستان را از میان بر می‌دارد (انگ، ۱۹۸۵: ۴۰-۴۳).

### ویژگی‌های بازاری سریال ویکتوریا

به طور جدی می‌توان گفت که سریال ویکتوریا ویژگی‌های مشترک زیادی با داستان‌های عامه پسند و سریال‌های بازاری دارد. این نوع سریال‌ها معمولاً با عدم رضایت شخصیت اول زن داستان از زندگی روزمره خود آغاز شده که مشاجره‌های شدید با همسر را نیز دربر دارد. به موازات آن روابط عاشقانه‌ی جدیدی شکل گرفته و ارزش‌های سنتی مورد تردید قرار می‌گیرند. نهایتاً قهرمان زن داستان بر تمامی مشکلات غلبه کرده و پایان خوشی را رقم می‌زند.

### شخصیت پردازی

کیسی و دیگران در کتاب *مطالعات تلویزیون می‌گویند*: "سریال بازاری به دلیل کثرت شخصیت‌هایش، گستره‌ی وسیعی از ویژگی‌ها را در خود پوشش می‌دهد یعنی هویت‌های متعددی را در خود می‌پروراند: جوان یا پیر، زشت و زیبا، شاغل و خانه‌دار، تنها یا دارای شریک، بچه دار یا بدون بچه. و از همین طریق است که مخاطبان، به ویژه زنان بیننده، به بخشی از لذت ناشی از دیدن این‌گونه سریال‌ها می‌رسند" (کیسی، ۲۰۰۲: ۲۲۶). در سریال ویکتوریا، یکی از منابع کسب لذت زنانه از طریق همین تعدد هویت‌ها و خصوصیات متنوع آن‌ها حاصل می‌شود. در این سریال زنان زیادی وجود دارند که هرکدام با خصوصیات روحی، عاطفی، ظاهری و اجتماعی متفاوت پذیرای هویت‌ها و سبک‌های زندگی و تا حدودی خصوصیات فردی یکسان هستند. این سریال کاملاً

1. Ien Ang  
2. Dallas

زن محور است، یعنی مردان به این دلیل در این سریال وجود دارد تا دغدغه‌های زنانه را نشان دهد در واقع مردان به خودی خود مسئله‌ی نویسنده نبوده و علت حضورشان صرفاً به این دلیل است که از خلال حضور آن‌ها وضعیت زنان بررسی شود و مشکلات، دغدغه‌ها، شکست‌ها، پیروزی‌ها و حتی عشق زنانه به تصویر کشیده شود. در هیچ کجای سریال بیننده مشکلات مردانه را در رأس داستان نمی‌بیند؛ یعنی این سریال نمی‌خواهد مستقلاً به مردان بپردازد، آنجا هم که مسایل و مشکلات آن‌ها مطرح می‌شود جایی است که این مشکلات از خلال ارتباط با یک شخصیت زن به وجود آمده است. به عبارت دیگر، مسئله و محوریت اصلی سریال ویکتوریا، همانند سایر سریال‌های بازاری؛ زنان، زندگی آن‌ها و مشکلاتشان است و نه مسائل و مشکلات مردان. بنابراین ساختار مرد محور گذشته شکسته شده و دغدغه‌های زنانه با نگرشی زن محور طرح و جریان می‌یابند.

"در سریال‌های بازاری همه‌ی زنان حتی پیرترینشان هم دارای انگیزه‌ها و غرایز جنسی هستند و نکته‌ی مهم آنجاست که غرایز آن‌ها به خودشان معطوف است، یعنی آن‌ها برای خودشان لذت می‌برند و غریزه‌ی آن‌ها به خودی خود ارزشمند است و نه به عنوان موضوع لذت مردانه" (کیسی، ۲۰۰۲: ۲۲۶). این نوع نگرش به امر جنسی زنانه به کرات در سریال ویکتوریا بازنمایی می‌شود. زنانی که در هر سن و سالی از انگیزه و غرایز جنسی خود لذت می‌برند. در این سریال، هر کدام از زنان شریک خود را داشته و به مدت طولانی زمان خویش را با آن‌ها می‌گذرانند؛ نکته قابل توجه اینجاست که هر کدام از این زنان حتی پیرترینشان از اینکه عشق بورزند و رابطه‌ی جنسی داشته باشند ابایی ندارند، جامعه نیز آن‌ها را اینگونه می‌پذیرد به نحوی که آن‌ها در هر سنی که باشند همراه با یک شریک جنسی نشان داده می‌شوند.

### روایت‌نگاری

در مورد چگونگی تفسیر این سریال باید از شیوه همیشگی تفسیر سریال‌های بازاری سخن به میان آورد؛ شیوه‌ای که در آن حس کنجکاوی بیننده در مسیری نه چندان پر پیچ و خم اما طولانی ارضاء می‌شود. بیننده در طول تماشای سریال با پرسش‌های کوچک و بزرگی روبرو می‌شود که تعدادی از آن‌ها اساسی و محور سریال هستند و تعدادی دیگر کم اهمیت و گذرا. این دسته از سریال‌ها با پاسخ دادن به پرسش‌های کم اهمیت و نه چندان پیچیده که حس کنجکاوی بیننده را برانگیخته است؛ نه تنها او را همراه خود می‌کند بلکه به او احساس رضایت‌مندی می‌بخشد که حاصل توان بیننده در پاسخ دادن به پرسش‌هایی است که او قادر به پیش‌بینی و پاسخ به آن‌ها بوده است. "به تعبیری، فیلم‌های دنباله‌دار پاسخگوی نیاز کودکانه شنیدن همیشگی قصه‌ای واحد است، پاسخگوی نیاز تسلّی یافتن به واسطه (بازگشت امر همسان)، که به

گونه‌ای سطحی، چهره پوشانده است. قصه‌ها و فیلم‌های دنباله‌دار به ما (مصرف‌کنندگان) آرامش می‌بخشند، چرا که قابلیت پیشگویی ما را ارضاء می‌کنند: شاد می‌شویم زیرا قابلیت مختص خودمان را به حدس زدن آنچه که رخ خواهد داد کشف می‌کنیم. ما این نتیجه شادی‌بخش را به وضوح به ساختار روایی نسبت نمی‌دهیم بلکه آن را ناشی از ظرفیت‌های مسلّم خود در امر پیش‌بینی کردن می‌دانیم. ما فکر نمی‌کنیم که (مؤلف داستان را به شیوه‌ای پرداخته است که من بتوانم پایش را حدس بزنم)، بلکه برعکس، (من آنچه‌ان باهوش بودم که علی‌رغم تقلای مؤلف برای گول زدنم، توانستم آخرش را حدس بزنم)" (اکو، ۱۳۸۲).

### قرائت متن

فیسک بین چهار اصطلاح مخاطب، مخاطبان، بیننده و خواننده تفاوت قائل می‌شود. زمانی که از مخاطب نام می‌بریم با عده‌ای افراد یکسان و همگن درگیریم که نگرش‌ها و باورهای یکسانی دارند و گوناگونی آن‌ها نادیده گرفته می‌شود. این اصطلاح زمانی که به مخاطبان تبدیل می‌شود تعدیل یافته‌تر می‌شود و به تفاوت‌های گروهی اعم از سنی و جنسی و طبقاتی و غیره نظر دارد. بیننده کسی است که برحسب موقعیت اجتماعی خود برنامه را تماشا می‌کند و به معانی خاصی می‌رسد. اما قرائت به معنای خوانش کامل و فعالانه‌ی متن است و عمل اجتماعی، ایدئولوژی، تجربیات فرهنگی در نظر گرفته شده و معانی خاصی را برای او به وجود می‌آورد (پاینده، ۱۳۸۴: ۳۵). شاید در مورد افرادی که به تماشای سریال ویکتوریا می‌نشینند، اصطلاح بیننده از همه گویاتر باشد، زیرا بیننده‌ای که به تماشای این برنامه تلویزیونی پرداخته، علاوه بر دریافت معنا، لذت‌هایی را نیز کسب می‌کند. علاوه بر این همان‌طور که دیدیم "جایگاه اجتماعی و فردی بیننده اعم از روابط و تجربیات اجتماعی نوع دریافت معنا را مشخص می‌کنند" (فیسک، ۱۹۸۷: ۱۷). می‌توان گفت که در اینجا، بیننده کنشگری فعال است زیرا نه تنها معنا را بر حسب شرایط خود گزینش و درک می‌کند، بلکه به تولید آن نیز می‌پردازد. در این راستا می‌توان از نظریات میشل دوسرتو استفاده کرد زیرا مسئله‌ی تفسیر متن توسط مخاطب و اصطلاحات دزدی یا تجاوز به معنا در مورد یک متن پرمخاطب، به‌طور مستقیم از نظرات او الهام می‌گیرد. دوسرتو معتقد است که تلاش مخاطب برای به وجود آوردن تفسیری جدید از متن، منجر به نوعی "بریکولاژ فرهنگی"<sup>۱</sup> می‌شود (فیسک، ۱۹۸۷: ۱۱۹). این بدین معناست که طرفداران یک متن علاوه بر این که بر اساس خواست و علاقه‌ی خود به تفسیر متن و گردآوری اطلاعات می‌پردازند، در بسیاری از آن‌ها این فعالیت به تفسیر متن محدود نمی‌شود. برای مثال بسیاری از طرفداران تفسیر متن را به تنهایی انجام نمی‌دهند بلکه در ارتباط با سایر افراد از خلال ایجاد گروه یا جامعه‌ای از

طرفداران این کار را انجام می‌دهند. مراسم تشکیل می‌دهند، فضای اینترنتی ایجاد می‌کنند و نشریاتی را منتشر می‌کنند. این طرفداری سازمان یافته به مخاطبان اجازه می‌دهد تا به مذاکره و بده بستان بر سر متن بپردازند تا بتوانند آن را احیا کرده و گسترش دهند. بنابراین معنای متن، سوژه‌ی یک اصلاح دایمی قرار می‌گیرد. هواداران معمولاً در مورد یک متن پرمخاطب دست به ایجاد یک قانون ثابت پیرامون تفسیر متن می‌زنند که این مسئله یک "اقتدار فرهنگی" را برای آن‌ها به وجود می‌آورد (فیسک، ۱۹۸۷: ۱۲۰). این اقتدار فرهنگی باعث می‌شود که هواداران تنها یک راه تفسیر را برای خوانش متن، صحیح در نظر بگیرند. این نوع مذاکره و بده بستان توسط مخاطبان ویکتوریا منجر به نوعی هواداری سازمان یافته از این سریال شده است که البته تا حدی با آنچه که دوستو بیان می‌کند متفاوت است. این تفاوت از آنجا ناشی می‌شود که دوستو به ایجاد شبکه‌های رسمی حمایت از فیلم‌ها و متون اشاره می‌کند و انتشار روزنامه‌ها و شکل‌گیری NGOها را از عناصر تاثیرگذار در این نوع از تفسیر می‌داند، در حالی که در مورد این سریال امکان ایجاد چنین نهادهایی وجود ندارد.

### روش تحقیق

هدف اصلی این مطالعه، شناخت دلالت‌های معنایی حاکم بر قرائت مخاطبان زن از سریال ویکتوریا است. برای نیل بدین هدف، این تحقیق از اوایل بهمن ماه ۱۳۸۸، یعنی دوران اوج گرایش مخاطبان به تماشای سریال، آغاز گردید و همزمان با اتمام سریال در اواسط فروردین ماه ۱۳۸۹ به پایان رسید. پژوهشگر برای جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات خود از تکنیک‌هایی چون مصاحبه عمیق و تحلیل محتوای کیفی کمک گرفت تا ادراکات مخاطبان سریال را جمع و فهم نماید و به جهت ارائه‌ی درک بهتری از مسئله، بخشی از داده‌ها را به صورت کمی ارائه کرده است.

### مصاحبه

برای بررسی این دلالت‌های معنایی از روش مصاحبه بهره گرفتیم. در این میان، نمونه‌های تحقیق از دو کلان شهر تهران و اصفهان انتخاب گشتند. برای گزینش نمونه‌های مناسب مصاحبه کیفی از پنج خانواده که همگی اعضایشان بیننده دائم سریال بودند، شروع کردیم و برای بسط نمونه‌های خود به مراکز عمومی چون کتابخانه‌های عمومی، دانشگاه اصفهان و دانشکده‌های علوم اجتماعی، مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی مراجعه نموده و تماشاگران دائمی سریال مذکور را مورد مصاحبه فردی قرار دادیم و این فرایند را آنقدر ادامه

دادیم تا به اشباع نظری دست یافتیم بدین معنا که نمونه‌ی جدید، داده‌ی نظری جدیدی را به یافته‌های تحقیق نیافزود. در نهایت، تعداد ۵۸ نفر از بینندگان این مجموعه تلویزیونی را بصورت اتفاقی انتخاب و مورد مصاحبه نیمه باز قرار دادیم. در همین راستا، پرسش‌های مصاحبه در چهار محور زیر سازمان یافتند تا به اهداف تحقیق پاسخ دهند:

- ۱- چرا سریال "ویکتوریا" مورد استقبال عموم قرار گرفته است؟
- ۲- آیا این سریال یک متن جنسی است؟ محورهای جنسی آن کدامند؟
- ۳- مخاطبان این سریال چگونه با شخصیت‌ها هم‌ذات‌پنداری می‌کنند؟ تا چه حد بینندگان این مجموعه تلویزیونی می‌توانند آرزوها و امیال دست یافته/ نایافته‌ی خود را در آن بیابند؟
- ۴- این سریال چه تفاوت‌هایی با رقبای داخلی خود دارد؟

### نظرات کاربران اینترنتی<sup>۱</sup>

دشواری‌های مطالعه یک سریال ماهواره‌ای که به دلیل غیرقانونی بودن تجهیزات دریافت آن، تماشایش نیز نوعی جرم تلقی می‌شود، گاهی جلب اعتماد پاسخ‌گو دشوار و مانع از شرکت وی در مصاحبه می‌شود و امکان دسترسی به آنها در مقایسه با مخاطبان سریال‌های داخلی بسیار کمتر می‌گردد. بنابراین، برای تکمیل کار از دنیای مجازی کمک گرفتیم تا افراد با آزادی بیشتری به ابراز نظرات خود در مورد این سریال بپردازند. در همین راستا، به سراغ وب سایت‌ها، وبلاگ‌ها، و شبکه‌های اجتماعی مجازی رفتیم که دریافت‌کننده نظرات کثیری در خصوص سریال ویکتوریا بودند. سپس ۲۰۰ مورد نظر را که در مقابل درخواست نویسنده سایت مبنی بر چگونگی نظر مخاطبان از سریال ویکتوریا بود، جمع‌آوری کرده و متن آنها را مورد تحلیل محتوا قرار دادیم.

### تحلیل محتوا

یکی از رایج‌ترین روش‌های تحلیل در مطالعات رسانه‌ای، تحلیل محتوا است، که مبتنی بر بررسی نظام مند، عینی، و کمی داده‌های ارتباطی می‌باشد (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۴: ۲۱۷). که می‌تواند به بررسی میزان و شدت حضور عناصر موجود در متن بپردازد. لذا پژوهشگر برای تحلیل پرسشنامه‌ها و نظرات گردآوری شده کاربران اینترنتی و فهم چپستی تجربه تماشای سریال ویکتوریا از این روش بهره گرفته است. به منظور اعمال این روش، ابتدا، شاخص‌ها و عناصر موجود در متن مورد مطالعه و شناسایی قرار گرفت. سپس، تعداد حضور این عناصر در



پاسخها و نظرات کاربران بررسی شد. در نهایت با محاسبه ارزش کمی هر شاخص، معانی آشکار و پنهان تجربه تماشای سریال ویکتوریا تحلیل گردید.

### نتایج تحقیق

نتایج تحقیق به دو بخش تماشاگران ایرانی و تجربه تماشای سریال ویکتوریا در ایران تقسیم شده است؛ در بخش اول اطلاعات دموگرافیک و اولیه مصاحبه شوندگان اعلام شده و در قسمت بعدی پاسخهای مصاحبه شوندگان بیان شده است.

### جدول ۱- ویژگی‌های دموگرافیک نمونه‌های تحقیق

میزان تحصیلات	تعداد	درصد	طیف سنی	تعداد	درصد
بی سواد و دبستان	۳ نفر	۵٪	۷-۱۷ سال	۱۰ نفر	۱۷٪
راهنمایی	۴ نفر	۷٪	۱۸-۲۸ سال	۱۳ نفر	۲۲٪
دبیرستان	۸ نفر	۱۴٪	۲۹-۳۹ سال	۸ نفر	۱۴٪
دیپلم	۱۹ نفر	۳۳٪	۴۰-۵۰ سال	۱۴ نفر	۲۴٪
دانشجو	۱۴ نفر	۲۴٪	۵۱-۶۱ سال	۶ نفر	۱۰٪
لیسانس	۷ نفر	۱۲٪	۶۲-۷۲ سال	۵ نفر	۹٪
بالتر از لیسانس	۳ نفر	۵٪	۷۳-۸۱ سال	۲ نفر	۴٪
جمع کل	۵۸ نفر	۱۰۰٪	جمع کل	۵۸ نفر	۱۰۰٪

### تماشاگران ایرانی

توزیع نمونه‌های پژوهش بر حسب جنس، سن و تحصیلات؛ برای این بررسی نمونه‌ای ۵۸ نفره انتخاب شده است. از آنجایی که مخاطب اصلی سریال‌های بازاری را زنان تشکیل می‌دهند و نیز دغدغه اصلی محقق خوانش زنانه این سریال و لذت‌هایی است که زنان از تماشای این سریال می‌برند، این پژوهش همه‌ی نمونه‌های مورد مطالعه خود را به این جنس اختصاص داده است. در جمع‌آوری نمونه‌ها سعی شد تا کم سن‌ترین و نیز مسن‌ترین بینندگان این مجموعه مورد پرسش قرار بگیرند که در این میان دامنه سنی نمونه‌ها از ۷ تا ۸۱ سال محقق شد. لازم به ذکر است که بیشترین فراوانی در بینندگان، در رده‌های سنی ۱۸ تا ۲۸ سال و ۴۰ تا ۵۰ سال وجود دارد. علاوه بر این، همواره در انتخاب نمونه سعی بر این بود تا تمامی گروه‌های تحصیلی در این بررسی دخیل شوند و نهایتاً بیشتر از نیمی از نمونه‌ها را دارندگان مدرک دیپلم (۳۳٪) و یا دانشجویان مقاطع کاردانی و کارشناسی (۲۴٪) تشکیل می‌دهند. از طرف دیگر، توزیع فراوانی مخاطبان سریال بر اساس مدرک تحصیلی به گونه‌ای است که هرچه از "بی‌سواد" به سمت

مدرک تحصیلی "دیپلم" می‌رویم بر شمار مخاطبان افزوده می‌شود. اما پس از آن، با افزایش تجارب تحصیلی دانشگاهی، تجربه تماشا نیز کاهش می‌یابد.

### تجربه تماشای سریال ویکتوریا در ایران

چرا سریال "ویکتوریا" مورد استقبال عموم قرار گرفته است؟ همان طور که می‌بینیم، نزدیک به نیمی از تماشاگران در پاسخ به این پرسش، ایجاد سرگرمی را دلیل تماشای سریال اعلام کرده‌اند. به نظر می‌رسد که مخاطبان در وهله نخست با هدف تفریح و گذران وقت به تماشای سریال پرداخته‌اند. از میان این تعداد، ۱۶ نفر دلیل این انتخاب را نبودن سرگرمی‌های بدیل و ۱۲ نفر نیز به انتخاب آگاهانه سریال جهت گذراندن وقت اشاره کرده‌اند.

#### جدول ۲- چرا سریال "ویکتوریا" مورد استقبال عموم قرار گرفته است؟<sup>۱</sup>

درصد	تعداد	دلایل استقبال مخاطبان از سریال
۴۸٪	۲۸ نفر	ایجاد سرگرمی
۴۳٪	۲۵ نفر	مشارکت و تعامل بیشتر در گروه
۴۱٪	۲۴ نفر	دوبله فارسی
۳۷٪	۲۲ نفر	بازنمایی روابط عاشقانه
۳۱٪	۱۸ نفر	واقعی بودن شخصیت‌ها
۲۲٪	۱۳ نفر	شباهت با فرهنگ ایرانی
۱۲٪	۷ نفر	آشنایی با فرهنگ کشورهای دیگر

یکی دیگر از دلایل تماشای سریال مشارکت در گروه‌های دوستی، همسالان و خانوادگی است. ۴۳٪ از مصاحبه‌شوندگان اهمیت تماشای سریال را از آن جهت می‌دانند که به واسطه آن می‌توانند در بحث‌ها و گفتگوهای که در گروه پیرامون این سریال درمی‌گیرند شرکت کنند و به نحوی حضور خود در گروه را به تایید برسانند.

۴۱ نفر از بینندگان هم دلیل تماشای سریال را دوبله و صداگذاری فارسی آن اعلام کرده‌اند. اغلب این افراد از اینکه دوبله فارسی کار را آسان‌تر کرده و نیازی به دنبال کردن زیرنویس ندارد ابراز رضایت کرده‌اند.

۱. به دلیل آن که بعضی از مصاحبه‌شوندگان به بیش از یک مورد اشاره کرده‌اند، مجموع درصدها از ۱۰۰ بیشتر خواهد بود، علاوه بر این درصدها به صورت عدد صحیح بیان می‌شوند.

مورد چهارم بازنمایی روابط عاشقانه می‌باشد. برای ۳۷٪ از بینندگان به تصویر کشیده شدن احساسات و عواطف عاشقانه اهمیت دارد. در واقع آن‌ها از اینکه در ابراز عواطف فردی به دیگری سهیم می‌شوند احساس رضایت کرده و آن را دنبال می‌کنند.

پنجم، اهمیت چگونگی پرداخت شخصیت‌ها و نمایش آن‌ها را برای مخاطب بیان می‌کند. حدود یک سوم از مصاحبه شونده‌گان (۳۱٪) به این نکته اشاره کرده‌اند که نزدیکی شخصیت‌ها به زندگی اجتماعی و حقیقی بودن آنها از علت‌های تماشای ویکتوریاست. آن‌ها معتقدند که خاکستری بودن شخصیت‌ها بدین معنا که همه‌ی شخصیت‌ها دارای نقاط ضعف و قدرت هستند و هیچ کدام به فرشته یا شیطان مطلق تبدیل نشده از منابع مهم جذب تماشاگر می‌باشند.

اما عامل بعدی تماشای سریال ویکتوریا، مشابهت‌هایی است که مخاطبان ایرانی سریال میان فرهنگ جامعه مبدأ با زمینه فرهنگی جامعه خود تجربه کرده‌اند. در این میان، ۲۲ درصد از پرسش شونده‌گان، مسائلی چون شباهت روابط خانوادگی، و موقعیت‌های زنان و مردان در خانواده و اجتماع را به عنوان عامل جذابیت سریال نام برده‌اند.

۱۲٪ از افراد نیز از تماشای فرهنگ خارجی که از طریق این سریال بازنمایی می‌شد لذت برده و آن را دنبال می‌کردند. البته هیچ‌یک از مصاحبه شونده‌گان این مورد را به تنهایی علت تماشای سریال اعلام نکرده و آن را همراه با موارد فوق بیان می‌کردند.

در نظرهای اینترنتی جمع آوری شده نیز ۸۴ کاربر اینترنتی (۴۲٪) به بازنمایی روابط عاشقانه، ۴۰ کاربر اینترنتی (۲۰٪) به ایجاد سرگرمی و ۲۸ کاربر (۱۴٪) به مشارکت و تعامل بیشتر در گروه اشاره کرده و آن‌ها را دلایل تماشای سریال اعلام کردند.

*آیا می‌توان این سریال را یک متن جنسی تلقی کرد؟ محورهای جنسی آن کدامند؟ جنسی بودن این متن برای مخاطب چنین تعریف شد که آیا در این سریال بازنمایی روابط جنسی میان زن و مرد موضوعی محوری است یا خیر. در این میان بیشترین پاسخ (۶۵٪) به نمایش روابط جنسی خارج از محدوده خانواده اختصاص دارد که منظور از آن نمایش ارتباطات نزدیک در مقابل دوربین است. در این سریال روابط زنان و مردان به ازدواج و گروه‌های فAMILI محدود نمی‌شود، بلکه دوستی‌ها و روابطی در این میان شکل می‌گیرد که خارج از این حیطه بوده و نهاد خانواده آن را شامل نمی‌شود.*

دومین محور جنسی سریال به نوع بهره‌برداری از چهره‌ها و اندام‌ها اشاره دارد. ۳۴٪ از بینندگان معتقدند که به‌کار گرفته شدن بازیگرانی که ظاهر آن‌ها (اعم از چهره یا نوع پوشش) برای مخاطب جذاب است معانی جنسی را به ذهن او متبادر می‌کند. یکی دیگر از محورهای جنسی سریال از دید مخاطبان نمایش روابط جنسی خارج از محدوده خانواده است.

لازم به ذکر است که در میان کل ۵۸ نفری که مورد مصاحبه قرار گرفتند، یک نفر از میان بزرگسالان متن را جنسی تلقی نکرده بود و از دو نفری که در مقطع تحصیلی دبستان قرار داشتند این سؤال پرسیده نشد.

از میان کاربران اینترنتی نیز ۴۶ نفر (۲۳٪) ضمن اشاره به نمایش روابط جنسی خارج از محدوده خانواده به جنسی بودن متن اشاره کردند. جدول ۵: آیا می‌توان این سریال را یک متن جنسی تلقی کرد؟ محورهای جنسی آن کدامند؟

جدول ۳- آیا می‌توان این سریال را یک متن جنسی تلقی کرد؟ محورهای جنسی آن کدامند؟

محوورهای جنسی سریال	تعداد	درصد
نمایش روابط جنسی خارج از محدوده خانواده	۳۸ نفر	۶۵٪
استفاده از بازیگران زیبا و خوش سیما و نوع پوشش آن‌ها	۱۹ نفر	۳۴٪
داشتن حق انتخاب در برگزیدن شریک زندگی	۱۰ نفر	۱۷٪

مخاطبان این سریال چگونه با شخصیت‌های سریال همذات‌پنداری می‌کنند؟ یکی از مواردی که به عنوان امیال دست یافته/ نیافته توسط بینندگان مطرح شده است بازنمایی روابط عاشقانه بدون محدودیت سنی است. این مسئله زمانی اهمیت پیدا می‌کند که بدانیم ۳۶٪ بینندگان (بیش از یک سوم) به این مورد اشاره کرده‌اند. آن‌ها معتقدند که همه‌ی شخصیت‌های سریال فارغ از سن و سال خود می‌توانند روابط عاشقانه را تجربه کنند و داشتن سن زیاد یا کم تاثیری در این تجربه ندارد.

موارد دیگری مانند نمایش توانایی زنانه، تصمیم‌گیری صحیح و استفاده از عقل تدبیر، تحمل سختی‌ها و مشکلات که به ترتیب ۲۵٪، ۲۲٪ و ۲۱٪ را در پاسخ‌ها به خود اختصاص داده‌اند همه بر امکانات و پتانسیل‌هایی تاکید می‌کنند که میل محقق یا نامحقق افراد در طول زندگی بوده است.

حمایت اعضای خانواده از یکدیگر و عدم طرد اعضا یکی دیگر از موارد ذکر شده است. نکته قابل توجه اینجاست که همه‌ی ۱۴٪ که این نکته را بیان کرده‌اند در رده سنی جوان و نوجوان قرار گرفته‌اند. این مطلب گویای آن است که نگرانی از بابت طرد شدن از خانواده که پاسخی دربرابر هیجانات دوران نوجوانی است، مسئله‌ای است که با عدم انجام آن در این سریال، بیننده‌ی جوان را به خود جذب می‌کند.

در میان نظرهای اینترنتی عامل همذات‌پنداری با شخصیت‌های داستان، نمایش اقتدار و موفقیت‌های زنانه با ۱۶ نظر (۸٪) اعلام شد.

جدول ۴- مخاطبان این سریال چگونه با شخصیت‌ها همذات‌پنداری می‌کنند؟ / تا چه حد بینندگان این مجموعه تلویزیونی می‌توانند آرزوها و امیال دست یافته/ نایافته‌ی خود را در آن بیابند؟

درصد	تعداد	چگونگی برقراری ارتباط با سریال
٪۳۶	۲۱ نفر	امکان برقراری روابط عاشقانه بدون توجه به سن افراد
٪۲۵	۱۵ نفر	نمایش توانایی و استقلال زنانه
٪۲۲	۱۳ نفر	تصمیم‌گیری صحیح و استفاده از عقل تدبیر
٪۱۰	۶ نفر	تحمل سختیها و مشکلات
٪۲۹	۱۷ نفر	وجود روابط اجتماعی آزادانه میان دو جنس
٪۱۴	۸ نفر	حمایت اعضای خانواده از یکدیگر و عدم طرد اعضا

این سریال چه تفاوت‌هایی با رقبای داخلی خود دارد؟ به تصویر کشیده شدن روابط عاشقانه با ۴۶٪ و واقعی بودن نقش‌ها یا خاکستری بودن آنها با ۲۶٪ که در بخش‌های قبلی نیز بیان شده بودند، مواردی هستند که بینندگان آن‌ها را به عنوان عناصر تمایز بخش سریال با مشابه‌های داخلی خود ذکر کرده‌اند.

جدول ۵- این سریال چه تفاوت‌هایی با رقبای داخلی خود دارد؟

درصد	تعداد	تفاوت سریال با رقبای داخلی
٪۴۶	۲۷ نفر	به تصویر کشیده شدن روابط عاشقانه
٪۳۱	۱۸ نفر	عدم تقبیح روابط آزاد میان دو جنس
٪۲۶	۱۵ نفر	واقعی بودن نقشها یا خاکستری بودن آنها
٪۱۹	۱۱ نفر	عدم تحمیل اعتقادی به بیننده

۳۱٪ از بینندگان به عدم تقبیح روابط آزاد اشاره کرده و آن را عامل تمایز بخش سریال بیان کرده‌اند. در این سریال روابط آزاد (از ابراز احساسات گرفته تا دوستی‌های میان دو جنس و روابط فراتر از چارچوب خانواده) نه تنها سرزنش نمی‌شود بلکه در بسیاری از مواقع مورد تأیید نیز قرار می‌گیرد و این در حالی‌ست که این نوع از روابط نه تنها در تلویزیون داخلی مورد تأیید قرار نمی‌گیرد بلکه منع هم می‌شود. علاوه بر این ۱۹٪ نیز به عدم تحمیل اعتقادی اشاره کرده‌اند که در این مورد نیز مسئله رد و تأیید به میان می‌آید. بینندگان معتقدند که این سریال به آن‌ها آزادی پذیرش مسائل یا رد آن‌ها را می‌دهد.

و نهایتاً ۴۴ نفر (۲۲٪) از کاربران اینترنتی واقعی بودن شخصیت‌ها را عامل تمایز بخش این سریال با رقبای داخلی ذکر کردند.

## بحث و نتیجه‌گیری

### سرگرمی

اولین عاملی که ۴۸٪ از شرکت‌کنندگان در مصاحبه به عنوان دلیل تماشای سریال ویکتوریا بیان کردند، ایجاد سرگرمی می‌باشد. از این میزان، ۴۳ درصد (۱۲ نفر) این انتخاب را فعالانه ذکر کرده‌اند، به گونه‌ای در قبال دیگر سرگرمی‌های ممکن، هم‌چون شرکت در میهمانی، نشست‌های دوستانه، تماشای دیگر محصولات رسانه‌ای و حضور در مراکز خرید و فضاهای عمومی به تماشای این سریال پرداخته و از آن لذت برده‌اند. از طرف دیگر، ۵۷ درصد (۱۶ نفر)، تماشای سریال ویکتوریا را متأثر از عدم پخش نمونه مطلوب دیگری از تلویزیون داخلی دانسته‌اند، که شاید بتوان آن را نوعی حضور منفعلانه تلقی کرد. اما از آنجایی که مفهوم سرگرمی، جایگاهی عام دارد، مطالعه آن باید با عناصر معنابخشی هم‌چون موارد زیر، همراه گردد. این موارد؛ توضیح چگونگی لذت بخش بودن عواملی است که بیننده را به تماشای سریال ترغیب می‌کند.

### الگوهای جنسیتی جایگزین

مصاحبه‌شوندگان در پاسخگویی به پرسش‌های اصلی تحقیق همواره از پاسخ‌هایی استفاده کرده‌اند که محقق آنها را الگوهای جنسیتی جایگزین می‌نامد. منظور از الگوهای جنسیتی جایگزین تفاوت در الگوهای رفتاری است که مناسبات زنان و مردان را با خود و با یکدیگر نشان می‌دهد. مواردی که بینندگان سریال در طول مصاحبه بیان کرده‌اند بیشتر از هر تقسیم‌بندی دیگری، در زمره الگوهای جنسیتی جایگزین قرار می‌گیرد؛ براساس نتایج تحقیق، افراد به نمایش روابط جنسی خارج از محدوده خانوادگی، حق انتخاب در مورد شریک زندگی، وجود روابط اجتماعی آزادانه میان دو جنس و برقراری روابط عاشقانه بدون محدودیت سنی اشاره کردند که مستقیماً در رابطه با نوع ارتباط دو جنس است و تکرار این پاسخ‌ها نشان‌گر اهمیت این جابجایی ساختاری در نزد مخاطب است. این مطلب زمانی بهتر درک می‌شود که فضای این سریال را با فضای گفتمانی رقیبش که همان سازمان صدا و سیما و تولیدات داخلی است مقایسه کنیم. در حقیقت نام بردن از نوع روابط میان زن و مرد، متفاوت دانستن آن و نیز اهمیتی که مخاطب در مصاحبه برای آن‌ها قایل شده است؛ عواملی هستند که بیننده را به تماشا و دنبال کردن قسمت‌های سریال واداشته است. این تعداد از مصاحبه‌شوندگان اغلب کسانی هستند در زندگی شخصی خود چنین مسائلی را تجربه کرده‌اند. شیرین ۱۹ ساله می‌گوید: «من کاملاً ویکتوریا را درک می‌کنم. اگرچه که او خیلی از من مسن‌تر است اما من هم می‌خواستم با مردی ازدواج کنم که ۲۳ سال از من بزرگتر بود و این مسئله به تنش جدی در خانواده من

تبدیل شد تا آنجا که من برخلاف ویکتوریا و علی رغم میل خودم، مجبور به قطع ارتباط با وی شدم. بنابراین مخاطب با تماشای سریال ویکتوریا، به تماشای جنبه‌های به تصویر کشیده نشده‌ی زندگی روزمره خود می‌پردازد. در این میان، بیننده میان آنچه که در زندگی خود تجربه کرده و آنچه که همیشه در بازنمایی رسانه‌ای از آن دور نگه داشته شده، مورد اول را انتخاب می‌کند. اگرچه این تصویر جدید نیز یک جانبه است و نمی‌تواند زندگی فردی و اجتماعی همه‌ی زنان ایرانی را به تصویر بکشد پس بازنمایی همه‌جانبه‌ی آن را به تعویق می‌اندازد.

موارد دیگری نیز در نتایج وجود دارند که به الگوهای جنسیتی جایگزین مربوط می‌شوند؛ توانایی و استقلال زنانه چه در زندگی شخصی و روابط زناشویی و چه در زندگی اجتماعی فرد حکایت از نوعی الگوی جنسیتی جایگزین را دارد. در این سریال بازنمایی روابط زناشویی به نحوی است که زن و لذت‌های او به خودی خود دارای اهمیت می‌باشد و وجود شریک زندگی با هر نوع ویژگی برای او از سوی جامعه تایید می‌شود؛ این رویکرد نسبت به زندگی زنانه در سریال‌های ایرانی به نمایش در نمی‌آید و حتی در فضاهای اندکی که به عشق دوران سالخوردگی اختصاص داده شده این علاقه بیشتر از روی نیاز به یک زن در زندگی یک مرد ازکار افتاده است که توانایی خانه‌داری و انجام وظایف کلیشه‌ای زنانه را داشته باشد و این خواسته با یک نیاز جنسی از سوی آن مرد تقویت می‌شود و در عین حال، زنی که به دلیل تواناییش در انجام امور خانگی انتخاب شده است همچنان سکوت کرده و نهایتاً با اصرار فرزندان خود تن به ازدواج می‌دهد. بنابراین زنی که در سریال ویکتوریا از استقلال فردی در انتخاب شریک زندگی و نیز در نحوه‌ی معیشت و گذران زندگی برخوردار است بیشتر مورد قبول مخاطب ایرانی قرار می‌گیرد تا زنی که در سریال‌های مشابه هویتی وابسته پیدا می‌کند. با توجه به اینکه یک چهارم مخاطبان استقلال زنانه و توانایی ویکتوریا را عامل برقراری ارتباط با این شخصیت اعلام کرده بودند می‌توان گفت که استقلال ویکتوریا بازنمایی نوعی کمال مطلوب از شخصیت یک زن است. زنی که خود دارای استقلال فردی در زندگی شخصی هستند، تصویری بازنما شده از خود را در تلویزیون می‌بینند بدین معنا که آن‌ها خود خویش را درحالی می‌بینند که در تلویزیون به تصویر کشیده شده است و با دنبال کردن این سریال شخصیت خود را تایید می‌کنند و آن‌هایی که به استقلال خود باور ندارند آرزوی همیشگی خود را در شخصیت آن زن می‌بینند و بنابراین با اشتیاق آن را دنبال می‌کنند، در خلوت، خود را به جای او قرار داده و لذت می‌برند، از شکستش ناامید می‌شوند و از پیروزیش احساس سربلندی می‌کنند.

### مشارکت گروهی در تفسیر متن

در طول مصاحبه، ۲۵ نفر از بینندگان (۴۳٪) هدف از تماشای سریال را مشارکت در گروه همسالان و کسب بهانه‌ای جهت تعامل بیشتر ذکر کرده بودند. در واقع تماشای این سریال فضایی را فراهم می‌کند تا مخاطبان دستاویزی برای بحث و تبادل اطلاعات داشته باشند. این مسئله حتی شامل کسانی که قاطعانه مخالف دیدن این سریال هستند نیز می‌شود زیرا آن‌ها هم متنی جهت بحث و تبادل در اختیار دارند. افراد با ابراز عقیده بر سر این برنامه به نوعی هویت گروهی خود را تثبیت می‌کنند و بر عضویت خود در گروه صحنه می‌گذارند. این نوع بده بستان بر اساس داده‌های تحقیق شامل مقاطع تحصیلی راهنمایی و دبیرستان، محل‌های کار، مهمانی‌ها، شبکه روابط اجتماعی زنانه و تا حدودی دانشگاه نیز می‌شود. بحث بر سر ویکتوریا و شخصیت‌هایش علاوه بر این که فرد را وارد مباحثه و گفتگو می‌کند به دلیل ایجاد مشترکاتی میان کسانی که به تماشای آن نشست‌اند، نوعی احساس رضایت را در میان مخاطبان ایجاد می‌کند و همان‌طور که دوسرتو می‌گوید ایجاد سلسله مراتب غیر رسمی از ذائقه‌ها و سلیقه در مورد این سریال به نوعی یک اقتدار فرهنگی را برای بینندگانی که در این بده بستان دخیل می‌شوند، به دنبال دارد و با جایز شمردن راه‌های محدودی از تفسیر به نوعی وحدت نظر می‌رسند. این که اکثر مخاطبان در مورد رفتار ویکتوریا با همسر سابق یا معشوق فعلی واکنشی مشابه و تا حدی یکسان نشان می‌دهند و از او دفاع می‌کنند یا حتی او را مؤاخذه می‌کنند به هیچ وجه اتفاقی نبوده و در اثر همین اشتراکات نظری که راه‌های محدود مجاز تفسیر را به وجود آورده‌اند؛ شکل می‌گیرد. حتی آنجا که افراد برداشتی متفاوت از متن دارند، اقتدار فرهنگی ایجاد شده اجازه‌ی مخالفت با قرائت غالب را به آنها نمی‌دهد. یکی از مصاحبه شونده‌گان وجود این اقتدار فرهنگی را در مورد سریال ویکتوریا این‌گونه توضیح می‌دهد؛ ستاره ۲۷ ساله می‌گوید: "زمانی که با دوستانم به تماشای سریال نشستیم بودیم، سکانسی پخش شد که در آن ویکتوریا با همسر سابق خود دعوا و مجادله‌ی شدیدی داشت. در این هنگام یکی از دوستانم که خیلی محو تماشای سریال شده بود زیرلبی ویکتوریا را متهم می‌کرد و نمی‌دانست که من حرف‌هایش را شنیده‌ام اما بعد از تمام شدن فیلم که شروع به بحث درباره آن کردیم؛ به دلیل این که همه افراد از ویکتوریا حمایت کردند او هم خود را هم‌رنگ جماعت کرد و مرد را مقصر دانست." بنابراین ممکن است که بیننده در حین تماشای سریال، برداشت متفاوت خود با خوانش غالب را از طریق حالات چهره یا آواهای خودانگیخته‌ای که از خویش بروز می‌دهد بیان می‌کند (که بدون تفکر و تصمیم‌گیری قبلی است)، اما در زمان اظهار نظر، آگاهانه ایده‌ی خود را تغییر داده و تا حدی با سایرین همسو می‌کند. شپما ۲۰ ساله می‌گوید: "ما هر روز در محل کار بر سر اینکه آخر سریال چه می‌شود و یا اینکه شیوه زندگی و آزادی‌های آن‌ها را برای خود مناسب می‌دانیم یا نه با هم بحث



می‌کنیم...." در این‌جا اموری همچون مذاکره‌ی دایمی بر سر متن، تفسیر متن به صورت دسته‌جمعی و نیز ایجاد شبکه‌های سایبر (وبلاگ‌های شخصی) با موضوع این سریال و پیامدها و عواطف متأثر از آن، گویای مشارکت گروهی در تفسیر متن است.

#### مشابهِت تجربه زیسته

نزدیکی و همسان‌بینی که بنا به گفته‌ی بینندگان سریال میان آن‌ها و شخصیت‌ها به وجود آمده، نوعی مشابهِت در تجربه زیسته را بیان می‌کند. مشابهِتی که در روابط قدرت و نحوه توزیع آن در جامعه مبدا و مقصد (کلمبیا بازنمایی شده و ایران) وجود دارد و ۲۲٪ از بینندگان را وامی‌دارد که از مشابهِت با فرهنگ ایرانی سخن بگویند. زنان ایرانی در طول سریال با ویکتوریایی مواجه می‌شوند که در یک جامعه‌ی نیمه مدرن قرار دارد و الگوهای سنتی هنوز در آن پابرجاست (الگوهای مانند مردسالاری یا نگاهی مبتنی بر نقش‌های مادرانه و همسرانه نسبت به زن)، در اینجا بیننده شباهت‌هایی را با جامعه‌ی خود احساس می‌کند؛ جامعه‌ای که هنوز این نقش‌های سنتی در آن وجود دارد اما افراد به عبور از این هنجارهای سنتی می‌پردازند. مثلاً علاقه‌ی ویکتوریا به معشوقی جوان و خوش‌سیما مسئله‌ای است که ممکن است در هر جامعه‌ای از جمله ایران به وقوع بپیوندد؛ اما این مسئله نه از سوی خانواده‌های سنتی تر مجاز دانسته می‌شود و نه تلویزیون داخلی آن را به رسمیت می‌شناسد؛ زیرا چارچوب گفتمانی در آنجا شدیدتر عمل می‌کند و چنین ارتباطی هرگز به تصویر کشیده نمی‌شود و اساساً ارتباطات خارج از چارچوب زناشویی معنایی ندارد. درحالی که ویکتوریا این نوع از رابطه را مشروع دانسته و با به تصویر کشیدن موفقیت‌ها و رضایتی که طریفین از چنین رابطه‌ای دارند آن را مجاز و حتی توصیه می‌کند. فاطمه ۳۸ ساله می‌گوید: "از دین این سریال لذت می‌برم و آن را دنبال می‌کنم زیرا به شدت مرا به یاد زندگی دوست صمیمی‌ام می‌اندازد که اتفاقات مشابهی در زندگیش پیش آمد اما به دلیل اینکه خانواده و اطرافیانش با او مخالف بودند، مجبور به مهاجرت شد". بنابراین بیننده‌ای که در شرایط و فضایی مشابه قرار دارد، از یک سو خود را دارای چنین عواطف و انتخاب‌هایی می‌بیند و از سویی دیگر با منع خانواده و قضاوت ایدئولوژیک تلویزیون ملی و تقبیح آن مواجه می‌شوند پس برنامه‌ی تلویزیونی را انتخاب می‌کند که به اولویت‌ها و سلیقه او امتیاز بیشتری بدهد. البته شایان ذکر است که این‌گونه روابط در سایر سریال‌های آمریکایی و اروپایی هم به وفور یافت می‌شود اما در آنجا زن دیگر مسئول و دلسوز نیست. او به عنوان مادر یا همسر مورد قضاوت قرار نمی‌گیرد و نقش‌های متفاوت او کاملاً تفکیک شده هستند (مقایسه کنید با سریال زنان خانه‌دار افسرده<sup>۱</sup> یا سریال دوستان<sup>۲</sup>) این‌گونه سریال‌ها نمی‌توانند برای مخاطب

1. Desperate Housewives
2. Friends

ایرانی معانی مشابهی را تولید کنند، بنابراین او خود را در فاصله‌ی بیشتری با آن‌ها دیده و با آن‌ها احساس نزدیکی نمی‌کند.

### آشنایی شنیداری

یکی دیگر از دلایل تماشای سریال ویکتوریا، آشنایی شنیداری یا تماشای این سریال به زبان فارسی است. با توجه به این‌که دوبله‌ی این سریال از کیفیت ضعیفی برخوردار است و صداها بسیار مصنوعی و مبتدیانه طراحی شده‌اند، در نظر اول دوبله فارسی آن نمی‌تواند برای بیننده جذاب باشد و یا لذت بخش تلقی شود اما نکته درخور توجه این‌جاست که بیننده پس از مدتی با آن اصوات و نواها که در ابتدا نامأنوس بوده، انطباق پیدا می‌کند. با توجه به داده‌های تحقیق، ۲۳ نفر (۴۱٪) از مصاحبه‌شوندگان دوبله فارسی را عامل تماشای سریال معرفی کردند. آن‌ها در پاسخ به این سوال که "آیا مصنوعی بودن صداها شما را لذت نمی‌کند"، دوبله نامناسب آن را در چند قسمت اول نامأنوس دانسته ولی به مرور به آن صداها عادت می‌کردند. مثلاً مهسا می‌گوید: "در چند قسمت اول صداها به نظرم خنده‌دار می‌آمد اما بعد از یکی دو قسمت گوشمان به این صداها عادت کرد و دیگر غیرواقعی به نظر نمی‌رسید." درواقع این صداسازی‌های غیرواقعی و مصنوعی نتوانسته بود مانع از برقراری ارتباط میان بیننده و شخصیت‌های داستان شود بلکه امکانات زبانی جدیدی را در رسانه‌های فارسی زبان به وجود آورده است بدین معنا که استفاده از یک زبان برای بیان مسائلی که در فرهنگ کاربرانش جنبه‌ی تابو داشته و کمترین استفاده را در فضای جمعی دارد، منجر به ایجاد نوعی واکنش در میان آن افراد می‌شود؛ تعدادی از افراد با به کار بردن این واژه‌ها و عبارات مخالفت کرده و آن را محکوم می‌کنند، عده‌ای نیز واکنشی مثبت نشان داده و هیجان زده می‌شوند. نکته‌ی کلیدی در کاربرد زبان فارسی در سریال ویکتوریا نوعی هیجان است که در میان افراد به خصوص جوان‌ترها می‌آفریند. این هیجان از شنیدن عباراتی نظیر: "دوست پسر و دوست دختر" (اشاره به روابط غیر رسمی)، "امشب را در آپارتمان من بگذران" (اشاره به روابط جنسی خارج از چارچوب ازدواج)، "من باردار هستم" (در شرایط قبل از ازدواج) "من عاشق دوست مادرم شدم"، "چه اندام زیبایی داری" و به طور کلی همه‌ی عباراتی که بر محتوای جنسی با تکیه بر روابط میان دو جنس مخالف چه به صورت مشروع و چه به صورت نامشروع اشاره دارد و نیز تأکیدی که محتوای پیام‌ها بر زیبا بودن چهره زنان و مردان و نیز تحریک‌کننده بودن بدنشان دارد ناشی می‌شود زیرا بیننده‌ی ایرانی آن‌ها را به ندرت در میان خانواده و یا از طریق برنامه‌های تلویزیونی داخلی شنیده است. نسترن ۱۷ ساله به نقل از برادرش می‌گوید "از زمانی که مادرم این سریال را می‌بیند، خیلی تحت تأثیر قرار گرفته و به قول خودمان خیلی بازتر شده است و ما می‌توانیم بعضی از مسائل را در خانه مطرح کنیم و با او درمیان بگذاریم." این عبارات و پیام‌های هیجان‌انگیز با یک داستان طولانی و

منسجم و با همان محتواهای سریال‌های جذاب عامه پسند همراه شده است. یعنی هم از جذابیت و کشش داستانی بهره‌مند است و هم از جذابیت‌های عاطفی و هیجانی. در سریال‌های داخلی بیننده علی‌رغم برقراری ارتباط با شخصیت‌ها و حتی همذات‌پنداری با آن‌ها، نمی‌تواند به خلوت آن‌ها راه پیدا کند. زن ایرانی که مخاطب اصلی این سریال است در خانه، زمانی را که با همسر و فرزندان خود می‌گذراند، زمان‌هایی که مشغول انجام کارهای خانه است و حتی زمانی که به شبکه‌ی روابط زنانه می‌پیوندد؛ بدون پوشش رسمی ظاهر می‌شود، اما در سریال‌های ایرانی همواره در خانه با پوشش رسمی و همان هژمونی مردسالار بازنمایی می‌شود. بنابراین با تماشای ویکتوریا دست به نوعی مقاومت پنهان می‌زند. علاوه بر این، شخصیت‌های سریال‌های ایرانی هرگز نمی‌توانند در برقراری روابط خصوصی و در بیشتر موارد روابط عاشقانه‌ی خود بیننده را شریک کنند یعنی بیننده تنها در لفافه به وجود چنین روابطی پی می‌برد درحالی‌که ویکتوریا و امثال آن خلوت خانوادگی خود را، که همسان با تجربه زیسته‌ی تماشاگران است با آن‌ها قسمت می‌کنند. درواقع این سریال علاوه بر این‌که همان کارکردهای سریال‌های پرمخاطب ایرانی را دارد، به زندگی شخصی، روابط رسمی و غیر رسمی پنهان شده و حریم خصوصی شخصیت‌ها هم می‌پردازد و این عوامل است که جذابیت بیشتری برای بیننده ایجاد می‌کند. البته تعداد قابل توجهی از مصاحبه‌شوندگان نیز از نمایش بی‌پرده و عریان روابط میان زن و مرد ابراز نارضایتی کرده و آن را نقطه ضعف سریال می‌دانستند اما این مسائل هرگز باعث نشده بود که از تماشای سریال دست بردارند. البته می‌توان گفت که این نوع خاص از گفتگو به زبان فارسی، در فیلم فارسی‌های پیش از انقلاب نیز یافته می‌شود. اما تفاوتی اساسی میان این دو وجود دارد؛ در فیلم فارسی‌های پیش از انقلاب که به شدت مردسالارند، روابط جنسی و مراوداتی میان یک مرد شهرنشین خوش‌گذران و زنان روسپی یا رقصه‌های پایین‌شهری به تصویر کشیده می‌شد که با فضای اجتماعی کنونی متفاوت است. اما در پرداخت ویکتوریا روابط عاشقانه‌ی زوج‌هایی به تصویر کشیده می‌شود که هر یک مستقلاً دیگری را انتخاب کرده و هر دو متعلق به طبقه و گروه اجتماعی یکسانی هستند، علاوه بر این، زن در قبال معاشرت با مرد پول یا امتیازی دریافت نمی‌کند. درواقع رابطه‌ی بازنمایی شده در فیلم فارسی‌ها بر مبنای خوش‌گذرانی و مغالزه است نه مبتنی بر نیاز فردی و ضرورت اجتماعی؛ این رابطه، رابطه‌ای مدرن و مرتبط با شرایط امروز نیست در حالی‌که ویکتوریا و سریال‌هایی از این قبیل به زندگی اجتماعی کنونی تعلق دارند و روابط متعلق به آن را با مختصات جدیدش بازنمایی می‌کنند.

### نزدیکی فضایی به متن

منظور از نزدیکی فضایی، محل قرار گرفتن دوربین و نوع تصویربرداری این سریال است که وقایع سریال را تاثیر برانگیزتر می‌کند. همان‌طور که جان فیسک معتقد است: انتخاب زاویه مناسب و به کارگیری حالت کانونی عمیق در تصویربرداری باعث می‌شود که بیننده عمدتاً به این دلیل از واقع‌نمایی تلویزیون لذت ببرد که احساس می‌کند همه چیز را می‌داند (فیسک، ۱۳۸۰). معمولاً استفاده از نمای نزدیک باعث ارتباط راحت و دوستانه میان بیننده با شخصیت‌های فیلم می‌شود. عرف‌های تعیین‌کننده معانی از طریق تنظیم فاصله دوربین اعمال می‌شوند؛ در فرهنگ‌های غربی تا حدود شصت سانتیمتری هر فردی را حریم خصوصی او تلقی می‌کنند. هرکس وارد این محدوده شود اگر ناخوانده باشد دشمن و اگر دعوت شده باشد دوست محسوب می‌شود. نماهای خیلی نزدیک این رمز را عیناً همانند سازی می‌کنند (فیسک، ۱۳۸۰: ۱۳۱). نگاهی حتی ساده به صحنه‌هایی از سریال مورد بررسی ما هم این نکته را تایید می‌کند که دوربین در اکثر مواقع و بیشتر در لحظات حساس و عاطفی فیلم نزدیک‌ترین نما را به خود اختصاص می‌دهد. در واقع بیننده با گذشتن از مرز ۶۰ سانتیمتری حریم فرد، به او از نزدیکترین اطرافیان هم نزدیک‌تر می‌شود گویی فقط تماشاگر است که می‌تواند بازیگر را درک کند. آنچه که در مورد ویکتوریا و بازنمایی تجربه‌های عاشقانه‌ی او بیننده را به همذات‌پنداری و می‌دارد از همین مجرا معنا می‌یابد. زنان ایرانی که تماشاگران اصلی این سریالند، به این دلیل که برحسب شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه خود معمولاً تجربه‌های عاطفی متفاوتی را در مقایسه با زنان داستان تجربه می‌کنند (خصوصاً بینندگان مسن‌تر و آن‌هایی که ازدواج‌های سنتی را تجربه کرده‌اند)، به نوعی از طریق نزدیکی فضایی به متن، فرصت تجربه‌ی عشق، لذت و هیجانات ناشی از آن را با این مختصات جدید بدست می‌آورند. حتی آن‌هایی که جوان‌ترند و هنوز فرصت تجربه‌ی رابطه‌ی عاشقانه را نداشته‌اند از طریق تماشای سریال و همذات‌پنداری با شخصیت‌هایش رویاها و تصورات خود در این زمینه را تغذیه می‌کنند. مریم می‌گوید: "تا به حال فیلمی را ندیده بودم که تا به این حد فکر و احساسات یک نفر را از همه نظر نشان بدهد. حالا احساس می‌کنم که می‌توانم بفهمم توی ذهن یک مرد چه می‌گذرد." در طول سریال ما بازیگر را می‌بینیم که دست به کنش می‌زند و نه بیننده، اما تاثیرگذاری این عواطف به حدی است که این احساس را به بخشی از تجربه زیسته فرد تبدیل می‌کند. آنجا که بیننده از عشق و عواطف بازیگران به وجد می‌آید و یا از ناراحتی و رنجش خاطر آنان آزرده می‌شود در واقع بازیگر سلسله‌ای از تجارب و احساسات یکسانی را با بیننده به اشتراک می‌گذارد. چه بسا که بیننده هرگز در زندگی شخصی خود آن‌ها را تجربه نکرده باشد. حتی در جاهایی که آن‌ها دست به شیطنت‌های مخفیانه و حتی هنجارشکنی می‌زنند به موجب نزدیکی تکنولوژیکی که بیننده به

آنها دارد لذتی ناشی از یک "درون بینی مسلط" در آنها ایجاد می‌شود، گویی که فقط اوست که از این راز مطلع شده است.

در حالت کلی می‌توان گفت، مطالبی که درباره این سریال بیان شد تا حدی درباره‌ی تعداد دیگری از سریال‌های شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای نیز صدق می‌کند و ویکتوریا به عنوان اولین سریال پرمخاطب این شبکه مجموعه‌ای از معانی و تفاسیر ارائه شده در این مقاله را نمایندگی می‌کند. حال می‌توان با در نظر گرفتن خصوصیات و ویژگیهای بیان شده، علت فراگیری این مجموعه را دریافت و به این پرسش پاسخ داد که "مخاطبان زن ایرانی سریال ویکتوریا را چگونه تفسیر می‌کنند؟" به یاد داشته باشیم که مخاطب این سریال زنان طبقه متوسط جامعه هستند.

## منابع

- استوری، جان (۱۳۸۶) *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، مترجم: حسین پاینده، تهران: نشر آگه.
- اکو، امبرتو (۱۳۸۲) "تفسیر فیلم‌های دنباله دار"، مترجم: شهریار وقفی پور، مجله ارغنون، شماره ۲۳، زمستان.
- باهر، حسین، ۱۶ اردیبهشت ۱۳۸۹، فارسی ۱ و مالک صهیونیست آن، تابناک:  
[http://www.tebyan.net/Literature\\_Art/News\\_Reports/2010/5/6/123372.html](http://www.tebyan.net/Literature_Art/News_Reports/2010/5/6/123372.html)
- پاینده، حسین (۱۳۸۴) *نقد ادبی و مطالعات فرهنگی: قرائنی نقادانه از آگهی‌های تجاری در تلویزیون ایران*، تهران: نشر روزنگار.
- شبکه خبری تابناک، ۹ خرداد ۱۳۸۹، صدا و سیما و فارسی وان،  
<http://www.tabnak.com/nbody.php?id=50857>
- صالحی امیری، سید رضا، ۳ خرداد ۱۳۸۹، "شبکه فارسی وان؛ استحکام خانواده را تهدید می‌کند"، سایت خبرآنلاین:  
<http://www.khabaronline.ir/news-63874.aspx>
- عباسی، حسن، ۲۳ خرداد ۱۳۸۹، "فارسی وان در پی از بین بردن بنیه اعتقادی جامعه است"، سایت نورپورتال:  
<http://noorportal.net/news/ShowNews.aspx?ID=22594>
- فیسک، جان (۱۳۸۰) "فرهنگ تلویزیون"، مترجم: مژگان برومند، مجله ارغنون، شماره ۱۹، زمستان.
- ویمر، راجر دی و دومینیک، جوزف (۱۳۸۴) *تحقیق در رسانه‌های جمعی*، مترجم: کاووس سیدامامی، تهران: انتشارات سروش.
- Ang, Ien (1985) *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*, Methuen, London.
- Fiske, John (1987) *Television culture*, Routledge, London.
- Casey, Bernadette and Casey, Neil (2002) *Television studies, the key concepts*, Routledge, Oxon.
- Hobson, Dorothy (1982) *Crossroad: The drama of a Soap opera*, Methuen, London.

## تغییرات ارزشی بین نسلی، بازنمایی ارزش‌ها در شخصیت‌های میانسال و جوان مؤنث و مذکر در سریال‌های ایرانی تلویزیون<sup>۱</sup>

فروزنده جعفرزاده پور<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۰/۴/۱۸ تاریخ تایید: ۹۰/۸/۱۸

### چکیده

در دوران تغییرات سریع امروز، رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون تأثیرات بسیار زیادی در انتقال ارزش‌ها و هنجارها به جامعه دارند. آن‌ها در حقیقت به عنوان ابزاری قدرتمند جهت الگو فرستی در جامعه مطرح می‌باشد. به دلیل نقش دوگانه تلویزیون به عنوان یک آیینیه بازتاب کننده (رفتارها، الگوها و ارزش‌های جامعه) و یک عامل تأثیرگذار (بر جامعه که در دراز مدت تغییر ارزش‌ها در جامعه را سبب می‌شود) ارزیابی و سنجش پیام‌های ارسالی از طریق تلویزیون به خانه‌های ایرانیان بسیار اساسی و مهم است. در بین برنامه‌های متنوع تلویزیون، سریال‌های ایرانی آن، به دلایل قرابت بیشتر با زندگی مخاطبان و امکان الگوبرداری بیشتر و نیز ارسال غیر مستقیم پیام، مورد مطالعه قرار گرفته است. مطالعه حاضر به بررسی ارزش‌های بازنمایی شده در شخصیت‌های چهار سریال منتخب به تفکیک دوره زندگی و جنسیت پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل چهار سریال ایرانی پخش شده در سال ۱۳۸۵ از شبکه‌های یک و سه است که به روش تحلیل محتوا کمی مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که به طور کلی شخصیت‌های مؤنث تفاوت چندانی در منظومه ارزشی خویش به تفکیک دوره زندگی نشان نمی‌دهند فقط در مورد ارزش‌های اقتصادی تفاوت‌های مشاهده شد. در حالی که شخصیت‌های مذکر دارای تفاوت‌هایی در منظومه ارزشی خویش به تفکیک دوره زندگی هستند. به گونه‌ای که آن‌ها در دوره جوانی کمتر به ارزش‌های اقتصادی بها می‌دهند در حالی که شخصیت‌های سالمند این سریال‌ها بیشتر به ثروت توجه می‌کردند. جوان‌ها اخلاقی‌تر ولی بی‌دین‌تر نشان داده شده بودند. مقاله به تفصیل و با استفاده از نظریات اینگلهارت، گربنر و نظریه بازنمایی به تحلیل یافته‌ها پرداخته است.

**واژگان کلیدی:** ارزش‌ها، رسانه، تلویزیون، جنسیت، نسل‌ها.

۱. این مقاله بر گرفته از طرح «بررسی الگوهای روابط نسلی در سریال‌های ایرانی تلویزیون، مطالعه شبکه‌های یک و سه» است که توسط جهاددانشگاهی مصوب و حمایت شده است.

۲. استادیار گروه جوانان و مناسبات نسلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی  
fjafarzadehpour77@gmail.com

### بیان مسئله

رفتارها، کنش‌ها و تعاملات انسان‌ها در یک جامعه حاصل نظامی از نگرش‌ها، ارزش‌ها و به طور کلی فرهنگی است که به شیوه‌ای گسترده در بین آحاد یک جامعه مشترک بوده و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. بنابراین ضروری است که برای بررسی تعاملات بین افراد یک جامعه به ارزش‌های موجود در یک جامعه و نسبت باور و عمل افراد را به آن‌ها مورد توجه قرار داد. رخ داد تغییرات به تدریج نظام ارزش‌ها را در آن جامعه متأثر کرده و بر روابط فی مابین تأثیرگذار است. اینگلهارت بر این باور است که «وجه تمایز مردم جوامع مختلف نگرش‌ها و ارزش‌ها و مهارت‌های اصلی و پایدار آن‌هاست، به بیان دیگر فرهنگ آن‌ها با هم تفاوت دارد» (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱). وی در تفسیر بیشتر به تجربه‌های نسل‌ها در ساخت نظام ارزشی آنان اشاره کرده و می‌افزاید: «دگرگونی فرهنگی تدریجی است و آن بازتاب دگرگونی در تجربه‌های سازنده‌ای است که به نسل‌های مختلف شکل داده است؛ از این رو ارزش‌ها و هنجارهای سنتی در میان نسل‌های گذشته کاملاً گسترده‌اند در حالی که گرایش‌های جدید تا حد زیادی در میان نسل‌های جوان‌تر نفوذ داشته، با جانشین شدن نسل‌های جوان‌تر به جای نسل‌های بزرگتر، جهان‌بینی متداول در این جوامع دگرگون شده است» (همان).

قرن بیستم به ویژه در ربع آخر آن، برهه‌ای در حیات بشر است که تغییرات بسیار سریع و بی‌سابقه‌ای در زندگی انسان امروز رقم خورده است. سرعت این تغییرات به گونه‌ای بود که برخی از جوامع فرصت هماهنگی و درونی کردن آن‌ها را نیافتند و در نتیجه این تحولات جنبه‌های مختلفی از جامعه انسانی را تحت تأثیر قرار داد. تغییرات اجتماعی و فرهنگی در مقیاس و حوزه‌های مختلف، موضوعی است که همواره مورد توجه جامعه‌شناسان بوده است. بدون شک جوامع بشری با توجه به نیازها، مقتضیات زمان و مکان، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و ارتباطی دستخوش تحولات اجتماعی و فرهنگی شده‌اند. با تغییر شرایط فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به عنوان یکی از اصلی‌ترین عناصر فرهنگی تغییر می‌کنند و بستر را برای ایجاد دگرگونی فراهم می‌آورند (آشتیانی، ۱۳۸۷: ۳۱۹).

این تغییرات، تحولاتی را در ارزش‌ها و نگرش‌ها و باورهای مردم، سبک زندگی و تعاملات مردم در جهان به وجود آورد. از جمله این تأثیرات می‌توان به مسئله روابط و تعاملات بین نسل‌ها اشاره نمود، بی‌تردید تغییر در سبک زندگی، گسترش خانواده‌های هسته‌ای و مهاجرت‌های درون مرزی و برون مرزی، تسهیل و تسریع ارتباطات از طریق رسانه‌های بین‌المللی و ملی و شبکه جهانی اینترنت و ... سبب شده تا افق‌های نوینی از جهان بر روی نسل‌ها گشوده گردد. اکنون دیگر تنها خانواده عامل جامعه‌پذیر کردن فرزندان نیست عوامل دیگری نیز در این



فرایند تأثیر گذارند. وجود منابع گوناگون اجتماعی کننده از جمله تلویزیون در کنار خانواده، به ناهمگرایی‌هایی میان ارزش‌ها و رفتارهای فرزندان و نسل والدین انجامیده است. به دلیل کارکردهای متنوع تلویزیون به عنوان ابزاری برای جامعه پذیری و نیز آیین‌ها بازتاب‌دهنده جامعه و ابزاری برای ارسال ارزش‌های جدید به آن، بررسی برنامه‌ها و پیام‌های آن از رویکرد روابط نسلی مهم است. مسئله اصلی این مطالعه این است که چه الگوهای ارزشی برای نسل‌های مختلف و به تفکیک جنسیت توسط تلویزیون به جامعه ارسال می‌شود. به این منظور سریال‌های ایرانی تلویزیون با ژانر خانوادگی اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. زیرا فرض بر این است که سریال‌های تلویزیونی پیام را به صورت غیر مستقیم برای مخاطب ارسال نموده و در نتیجه تأثیر پذیری بیشتری دارند. همچنین سریال‌های ایرانی از آن جهت انتخاب شده‌اند که مخاطبان قادر هستند آن‌ها را بیشتر با زندگی واقعی خود تطبیق دهند.

### چارچوب نظری

در این قسمت به ارائه نظریات مختلف در زمینه تحقیق حاضر می‌پردازیم. از آنجا که این تحقیق در حوزه‌های تعاملات نسلی، ارزش‌ها و رسانه‌هاست، چارچوب نظری این تحقیق شامل سه بخش اصلی نظریه‌های مرتبط در حوزه روابط نسلی، حوزه ارزش‌ها و حوزه رسانه‌ها می‌باشند. که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

### تعاملات نسلی

در دهه هشتاد اینگلهارت این ایده را مطرح می‌کند که در جوامع صنعتی مواجهه با نوعی دگرگونی ارزشی هستیم. گرایش نسبت به ارزش‌های فرامادی تقویت گردیده و نسل جدید به ارزش‌های فرامادی اولویت بیشتری می‌دهد. در تبیین این دگرگونی ارزشی و نسلی به طراحی دو فرضیه پیش بینی کننده می‌پردازد که عبارت است از؛

۱. فرضیه کمیابی<sup>۱</sup> که بنابر آن اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی اقتصادی اوست؛
۲. فرضیه اجتماعی شدن<sup>۲</sup> که اصل را بر این قرار می‌دهد که ارزش‌های اساسی فرد به شکل گسترده منعکس کننده شرایطی است که طی سال‌های قبل از بلوغش فراهم شده است. به نظر اینگلهارت فرضیه کمیابی به دگرگونی‌های کوتاه مدت با آثار دوره‌ای اشاره دارد. دوره‌های رونق به افزایش فرامادی‌گرایی و دوره‌های کمیابی به مادی‌گرایی می‌انجامد. فرضیه اجتماعی شدن دلالت بر وجود آثار بلند مدت نسلی دارد (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸: ۶۲). به نظر اینگلهارت یکی از مؤلفه‌های مهم دگرگونی ارزشی جایگزینی نسلی است. اینگلهارت

1. Scarcity hypothesis

2. Socialization hypothesis

برای چرخه زندگی تأثیر چندانی قایل نیست و تفاوت‌های پایدار بین گروه‌های سنی را بازتاب دگرگونی نسلی می‌داند. و نظریه دگرگونی ارزشی که دلالت بر جابجایی اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های غیر مادی دارد را به توسعه اقتصادی جوامع ارتباط می‌دهد تا جایی که برای تأثیر نهادهای فرهنگی در این دگرگونی چندان وزنی قایل نیست. جوانان به مراتب بیشتر از بزرگترها برخواسته‌های فرامادی تأکید می‌ورزند و تحلیل گروه‌های سنی مبین این است که این موضوع به مراتب بیشتر بازتاب دگرگونی نسل‌ها تا انعکاس سالخوردگی است (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۱۵). اینگلهارت دگرگونی فرهنگی در چارچوب سمت‌گیری‌های ارزشی که منجر به تفاوت‌های نسلی می‌شود تعریف می‌نماید. در نتیجه دگرگونی‌های فرهنگی مهم به تفاوت در میان نسل‌ها می‌انجامد.

### نگرش‌های ارزشی

نگرش‌های ارزشی به عنوان یکی از مؤلفه‌هایی است که در بیان تفاوت‌های اجتماعی و نسلی مورد توجه قرار گرفته‌اند. زیرا انسان‌ها در حیات اجتماعی خود همیشه کمال مطلوب‌هایی را در نظر دارند که این مجموعه دستگامی از باورها و ارزش‌ها را تشکیل می‌دهند که به عنوان نظام ارزشی دانسته می‌شود (آزاد، ۱۳۸۳: ۵۹). به تعبیر روشه ارزش شیوه‌ای از بودن یا عملی است که شخص یا گروهی آن را به مثابه آرمان می‌شناسد و افراد یا رفتارهایی که بدان نسبت داده می‌شوند مطلوب و مشخص می‌کند (روش، ۱۳۶۸: ۷۶). برخی از محققین برای سنجش ارزش‌ها از ابزارهای مختلف بهره جسته‌اند. به عنوان مثال آلپورت آزمونی را مطرح کرده است که در این آزمون ارزش‌های فرد را به شش گونه مورد مطالعه قرار می‌گیرند:

- ۱- "نظری" که به جنبه‌های حقیقت و شناخت مربوط می‌شود؛
  - ۲- "اقتصادی" که به جنبه‌های مادی و مالی مربوط می‌شود؛
  - ۳- "زیباشناختی یا هنری" که به شکل و هماهنگی اختصاص دارد؛
  - ۴- "اجتماعی" که به جنبه‌های اجتماعی و روابط بین افراد توجه دارد؛
  - ۵- "سیاسی" که به قدرت مربوط می‌شود؛
  - ۶- "مذهبی" که به باورها و رفتارهای دینی مربوط است مورد سنجش قرار می‌گیرند.
- این شش گونه در آزمون بررسی ارزش‌ها، در واقع ابعاد شش گانه نظام ارزش‌های فردی را تشکیل می‌دهند که در پرسش‌نامه این آزمون، به طور مستقیم با شاخص‌های مختلفی سنجیده شده‌اند (آناستازی، ۱۳۷۱: ۶۱۷).