

## Research Paper

# Popular Series; Ideological Mechanism of Governance Semiotics of Religiosity in Doodkesh1 TV Series

Hossein Rajaei<sup>1</sup>, Aliasghar Keya<sup>2</sup>

Received: Sep, 10, 2024; Accepted: Jul, 31, 2025

### Abstract

Television, as one of the most basic mass media in the production and distribution of knowledge in the world, is used to present the teachings of religious elites. In this study, the researcher analyzed religion in the popular TV series doodkesh1. This research, looking at the six dimensions of "religiosity" from the perspective of Ninian Smart, Louis Althusser's theory of "ideology and ideological structures of state", and the concepts of identification and popular series, how religious messages influence identification and The subjectivity of the audience of television series has been discussed. In this research, by using semiotics method, John Fisk's three-level model and Saussure's coexistence and succession axis, religious messages in the popular series of doodkesh1 have been analyzed. Although this series is in the socio-family and humorous genre, the research findings show that these series have religious signs and messages (chain of signs) in five categories: 1- The bitter end of bad deeds, which is in an implicit way, a prohibition of a non-religious act or a recommendation for a religious act. 2- The happy end of good deeds, which is the confirmation of religious practice and, in an implicit way, the prohibition of non-religious practice. 3- Presenting religious concepts, such as something inherent, natural, general and timeless. 4- Providing religious messages directly to the audience. 5- Presenting messages centered on the presence of the clergy or in a religious place or situation can be checked. It has been displayed as religious signs or messages (chain of religious

1 Master's degree in Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. [h\\_rajaei@atu.ac.ir](mailto:h_rajaei@atu.ac.ir)

2 Professor of Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. [keya@atu.ac.ir](mailto:keya@atu.ac.ir)

signs). Most of the signs and messages (chain of signs) of religion are from the category of belief-ideological, moral-preceptive and ritual-ritual religious dimensions, and religious signs and messages are from the category of narrative-mythological, intuitive-emotional and religious dimensions. less socio-institutional is included.

**Keywords:** *Semiotics, Religiosity, Identification, Subjectivity, ideology and ideological mechanism, popular series*

## **Background and Problem Statement**

In the current context, where mass media—particularly television—play a central role in the production and distribution of knowledge and the shaping of audience identity, governments utilize the capacity of these media to promote the dominant culture and ideology. In post-revolutionary Iran, television, as a religious-ideological medium, has consistently acted to expand religious teachings. However, previous research has largely focused on the direct representation of rituals or sacred concepts in works with an explicitly religious genre, while the role of seemingly non-religious and popular series (especially in the social comedy genre) as "ideological mechanisms of governance" has received less attention. Therefore, the main problem of the present study is to investigate how "religiosity" is represented in the popular series "Dudkesh1" and to analyze its function in the process of the audience's ideological "subjectivation."

## **Objectives and Novelty**

This research aims to identify the types of religious signs and messages in the series "Dudkesh1" and to explain the mechanism through which they influence identification and the formation of the religious subject. The novelty of the article lies in moving beyond the mere analysis of rituals or wholly religious characters toward examining recurring, everyday "situations of religiosity" within a popular social comedy series. Furthermore, this study systematically integrates, for the first time, Louis Althusser's theory of "ideology and ideological state apparatuses" with John Fiske's semiotic model and Ninian Smart's six dimensions of religiosity.

## **Research Methodology**

The research was conducted using a qualitative approach and the semiotic method. The research population consisted of high-audience series from the 1390s (2011–2022) on Iranian television, from which the series "Dudkesh1" was selected through purposive sampling. The unit of analysis was "sequences" containing religious themes. The data were interpreted and decoded using simultaneously (1) John Fiske's three-

level codes model (reality, representation, ideology) and (2) Saussure's axes of combination (syntagm) and selection (paradigm).

### **Main Findings**

The findings show that despite the non-religious genre of the series, religious signs and messages can be identified in five general categories :

1. The bitter end of bad deeds (implicitly prohibiting a non-religious act) ,
2. The happy end of good deeds (implicitly affirming a religious act) ,
3. Presenting religious concepts as something inherent, natural, universal, and timeless,
4. Presenting religious messages directly to the audience, and
5. Presenting messages centered on the presence of the clergy or in a religious place/ situation.

The highest frequency of signs belongs respectively to the "belief-ideological," "moral-prescriptive," and "ritual-liturgical" dimensions of religiosity, while the "narrative-mythological," "intuitive-emotional," and "social-institutional" dimensions received the least representation. The semiotic analysis revealed that social codes (behavior, speech, appearance) and technical codes (lighting, shot size, music), together with ideological codes, produce an integrated and "naturalized" meaning of religiosity that establishes an imaginary and ideal relationship with the audience's real lifeworld.

### **Conclusion and Recommendations**

The research concludes that popular series in the social comedy genre, by virtue of features such as gray and multi-centered characters, temporal continuity, high identification, and the representation of everyday situations, can function as an efficient "ideological apparatus." By presenting a mirror-like and ideal image of religiosity, these series transform the audience into a "subject" responsive to the interpellation of religious ideology, whereas in real life, there exists a significant gap between behavior and its consequences. It is recommended that, instead of presenting direct and prescriptive messages, the capacity of narrative and situational contexts be used to provoke the audience's reflection. Future research should conduct comparative studies of popular series from different decades or compare television with home-display platforms (VOD) in this regard.

## Bioblography

- Althusser, Louis (2020). *Ideology and Ideological State Apparatuses*. Translated by Rouzbeh Sadrara. Tehran: Cheshmeh Publishing. [In Persian]
- Asaberger, Arthur (2000). *Methods of Media Analysis*. Translated by Parviz Ejlali. Tehran: Center for Media Studies and Research Publications. [In Persian]
- Asaberger, Arthur (2019). *Applied Discourse Analysis*. Translated by Hossein Payandeh. Tehran: Morvarid. [In Persian]
- Bloomsbury.
- Chambers, C. M (2018). *Performance, Religion and Spirituality* vol. 1 no. 2, pp. 123-129
- Chandler, Daniel (2018). *Basics of Semiotics*. Translated by Mehdi Parsa. Tehran: Soureh Mehr Publications. [In Persian]
- Cheshire, Ellen (2004). *Understanding Film*. Translated by Bahman Taheri. Tehran: Cheshmeh Publishing. [In Persian]
- Cohen, J. (2001). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters. *Mass Communication & Society*. 2001, 4(3), 245–264.
- Eagleton, Terry (2001). *A Prelude to Literary Theory*. Translated by Abbas Mokhber. Tehran: Markaz Publishing. [In Persian]
- Eagleton, Terry (2002). *An Introduction to Ideology*. Translated by Akbar Masoumbeigi. Tehran: Agah Publishing. [In Persian]
- Fathi Nia, Mohammad & Zardar, Zarrin (2013). Representation of Iranian Ethnic Groups in Popular Television Series. *Journal of Culture and Communication Studies*, 14(24), 41-62. [In Persian]
- Fiske, John (2001). *Television Culture*. Translated by Mozghan Boroumand. *Arghonun Journal*, 19, 125-142. [In Persian]
- Habibi, Gholamhossein (2014). *Methodological Insight; Research in Social Sciences: Paradigms, Methods, and Techniques*. Tehran: Ketab-e Hameh Publications. [In Persian]
- Hjarvard, S (2008). "The mediatization of religion. A theory of the media as agents of religious change". *Northern Lights* 6(1): 9-26
- Hoffner, A. (2010). Parasocial Interaction With Liked, Neutral, and Disliked Characters on a Popular TV Series. *Mass Communication & Society*. 2010, 13, 250–269.
- Khaniki, Hadi & Farzalivan, Elaheh (2014). Investigating the Effect of Broadcasting Religious Programs on Television on the Level of Religiosity (Audiences with an Emphasis on Religious Rituals). *Iranian Journal of Social Studies and Research*, 3(3), 383-404. [In Persian]
- Laughey, D. (2007). *Key Themes in Media Theory*. New York: McGraw Hill publications.
- Mansfield, N. (2000). *Subjectivity: Theories of the self from*. New York: Allen & Unwin

- Mehdizadeh, Seyyed Mohammad (2021). *Media Theories: Common Thoughts and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri Publications. [In Persian]
- Mirsondesi, Mohammad (2011). *An Introduction to the Sociology of Religion and Types of Religiosity*. Tehran: Jamee Shenasan Publications. [In Persian]
- Mittell, J. (2004). *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York: Routledge.
- Momenzadeh, Maryam (2018). *Representation of Social Issues in Television Documentaries: A Case Study of Divorce from 2006 to 2016*. Master's Thesis. Supervised by Mehdi Montazerghaem. Tehran: University of Tehran, Faculty of Social Sciences. [In Persian]
- Payandeh, Hossein (2016). *Literary Criticism and Cultural Studies: A Critical Reading of Commercial Advertisements on Iranian Television*. Tehran: Shahr Publications. [In Persian]
- Payandeh, Hossein (2018). *Literary Theory and Criticism: An Interdisciplinary Textbook (Volume 2)*. Tehran: Samt Publications. [In Persian]
- Payne, Michael (2000). *Barthes, Foucault, Althusser*. Translated by Payam Yazdanjoo. Tehran: Markaz Publishing. [In Persian]
- Rajaei Rad, Hossein & Akbarzadeh, Rajab (2025). "Quranic Semiotics of Religious Texts (Case Study: Ziarat of Warith of Imam Hussein (AS))". *Quarterly Journal of Quran and Science*, 19(37), 41-72. <https://doi.org/10.22034/qve.2025.20626.1829> [In Persian]
- Rajaei Rad, Hossein & Kia, Ali Asghar (2024). "Subjectivation in the Realm of Religious Discourse; Semiotics of Religiosity in the Television Series 'Noon Khe 1'". *Quarterly Journal of Visual and Auditory Media*, 18(52), 147-182. <https://doi.org/10.22085/javm.2025.523062.2323> [In Persian]
- Rajaei Rad, Hossein & Kia, Ali Asghar (2025). "The Religion-Making Industry; A Semiotic Analysis of the Representation of Religiosity Dimensions in the Popular Television Series 'Paytakht 3'". *Journal of Culture-Communication Studies*, 26(71), 241-289. <https://doi.org/10.22083/jccs.2025.475874.3932> [In Persian]
- Ravradrad, Azam (2009). *The Role of Religious and Non-Religious Television Programs in Increasing or Decreasing Religiosity*. *Cultural Research Quarterly*, 2(6), 15-44. [In Persian]
- Ravradrad, Azam (2012). *Sociology of Cinema and Iranian Cinema*. Tehran: University of Tehran Press. [In Persian]
- Saussure, F. (2013). *Course in General Linguistics*. Translated and annotated by Roy Harris. New York: Bloomsbury Academic.
- Sepahri, Mehdi (2016). *Religious Studies from Ninian Smart's Perspective and a Contemplation on It from a Mystical View, with an Interdisciplinary Approach to Theology, Religious*

Studies and Mysticism. *Interdisciplinary Studies in the Humanities Quarterly*, 8(4), 225-245. [In Persian]

Shahbandi, Masoumeh (2010). *Informal TV Series: An Ethnography of Educated Young Female Viewers of the Series Lost (Winter 2009)*. Master's Thesis. Tehran: IRIB University. [In Persian]

Sheshjavani, Hamidreza (2018). *Signs and Peirce's Semiotic Theory*. Hamidreza Sheshjavani's Website. Retrieved December 16, 2022. <https://sheshjavani.ir/2018/05/28>. [In Persian]

Shojaei Zand, Alireza (2005). A Model for Measuring Religiosity in Iran. *Iranian Journal of Sociology*, 6(1), 34-66. [In Persian]

Strinati, Dominic (2001). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. Translated by Soraya Paknazar. Tehran: Gam-e No Publications. [In Persian]

Vanlee, F. (2018). *Understanding Queer Normality: LGBT+ Representations in Millennial Flemish Television Fiction, Television & New Media*. Ghent University: Routledge.

Watson, James, Hill, Anne (2012). *Dictionary of Media and Communication Studies*. London & New York:



## مقاله پژوهشی

# سریال های عامه پسند؛ سازوبرگ ایدئولوژیک حاکمیت

## نشانه شناسی دینداری در سریال تلویزیونی دودکش ۱

حسین رجائی<sup>۱</sup>، علی اصغر کیا<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۰۳/۳/۲۰، تاریخ تایید: ۰۴/۴/۱۰

### چکیده

تلویزیون به عنوان یکی از اساسی ترین رسانه‌های جمعی برای ارائه‌ی آموزه‌های نخبگان دینی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این پژوهش با نگاهی به ابعاد شش گانه‌ی «دین داری» از منظر نینیان اسمارت، نظریه‌ی «ایدئولوژی و ساز و برگ‌های ایدئولوژیک حکومت» لویی آلتوسر، و مفاهیم هم‌ذات‌پنداری و سریال عامه پسند، به واکاوی دین داری در سریال عامه پسند تلویزیونی دودکش ۱ و چگونگی تأثیرگذاری پیام‌های دینی بر هم‌ذات‌پنداری و سوژه‌شدگی مخاطب پرداخته است. همچنین با بهره‌گیری از روش نشانه‌شناسی، الگوی سه سطحی جان فیسک و محور همنشینی و جانشینی سوسور، پیام‌های دینی در این سریال مورد واکاوی قرار گرفته است. با این که این سریال در ژانر اجتماعی-خانوادگی و طنزآمیز است، اما یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد این سریال، نشانه‌ها و پیام‌ها (زنجیره نشانه‌ها)ی دینی را در پنج دسته: ۱- پایان تلخ اعمال بد، که به نحوی تلویحی، نهی از عملی غیر دینی یا توصیه به عملی دینی است. ۲- پایان خوش اعمال خوب، که تأیید عملی دینی و به نحوی تلویحی، نهی عملی غیردینی است. ۳- ارائه مفاهیم اعتقادی، همچون امری ذاتی، طبیعی، عام و بی‌زمان. ۴- ارائه پیام‌هایی دینی به صورت مستقیم به مخاطب ۵- ارائه پیام‌هایی یا با محوریت حضور روحانیت و یا در مکان یا موقعیتی دینی؛ به عنوان نشانه‌های دینی یا پیام‌ها (زنجیره نشانه‌ها)ی دینی به نمایش گذاشته است. بیشتر نشانه‌ها و پیام‌ها (زنجیره نشانه‌ها)ی دینی از دسته ابعاد دینی اعتقادی-ایدئولوژیکی، اخلاقی-احکامی و مناسکی-شعائری است.

**واژگان کلیدی:** نشانه‌شناسی؛ دینداری؛ سریال عامه پسند؛ سوژه‌شدگی؛ ایدئولوژی و سازوبرگ‌های ایدئولوژیک

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. [h\\_rajaei@atu.ac.ir](mailto:h_rajaei@atu.ac.ir)

<sup>۲</sup> استاد دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. [keya@atu.ac.ir](mailto:keya@atu.ac.ir)

در دنیای حال حاضر که مشخصه‌ی بارز آن، تکثر و تنوع فرهنگی است، هویت انسان‌ها تحت تأثیر رسانه‌ها و گفتمان‌های اجتماعی ساخته می‌شود (پاینده؛ ۱۳۹۷: ۲۶۳-۲۶۴). اگرچه فراگیری استفاده از اینترنت و ظهور شبکه‌های اجتماعی و استفاده‌ی چشمگیر انسان‌ها از این بسترهای ارتباطی هم نیازهای اطلاعات و اخبار و هم نیاز بهره‌گیری از محتواهای سرگرم‌کننده یا تخصصی را برطرف کرده است، اما نتوانسته است آنچنان قدرتمند استفاده از تلویزیون در خانه‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. چه اینکه این وسیله‌ی ارتباط جمعی، قادر به حفظ جایگاه خود در خانه و خانواده بوده است؛ چرا که تلویزیون رسانه‌ای تقریباً رایگان است که علاوه بر عدم نیاز به صرف هزینه و مشارکت، از لحاظ زمان، میزان و نوع، اختیار بهره‌مندی از برنامه‌های آن در دست مخاطب است.

رسانه‌های جمعی آثاری اجتماعی بر مخاطبان خود دارند که نه تنها به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارهای آنان محدود نمی‌شود، بلکه منجر به کسب ارزش‌ها و الگوهای رفتاری نیز می‌شود. این رسانه‌ها به طور غیر مستقیم بر رفتارهای افراد که بیشتر از طریق مشاهده‌ی رفتار دیگران و الگوبرداری، یاد گرفته می‌شود تأثیر گذاشته و آن‌چه آدمی برای راهنمایی و عمل در زندگی به آن نیاز دارد را به او می‌آموزد (مهدی زاده؛ ۱۴۰۰: ۵۹). در میان رسانه‌های جمعی، تصویری و فراگیر بودن تلویزیون عاملی با اهمیت در اجتماعی سازی افراد به حساب می‌آید.

حاکمیت ایران پس از انقلاب اسلامی از ظرفیت رسانه‌های جمعی مدرن در راستای ترویج، تثبیت و گسترش فرهنگ دینی استفاده کرده است و در صدد بوده تا پیام‌های دینی را به سطح گسترده‌ای از مخاطبان برساند به نحوی که حتی مخاطبانی که علاقه‌ای به دریافت پیام‌های دینی ندارند را در بر گیرد (خانیک، ۱۳۹۳: ۳۸۶). در ارتباط متقابل دین و رسانه‌های جمعی، از سویی رسانه‌های جمعی با ارائه متون و آموزه‌های دینی میان مخاطبان برای خود کسب اعتبار و مشروعیت داشته‌اند و از سویی دین در راستای تبلیغ و گسترش خود از امکانات و ویژگی‌های رسانه‌های جمعی، به این ابزار رو آورد و از آن بهره‌گیری کرده است (خانیک، ۱۳۹۳: ۳۸۴). تلویزیون رسانه‌ای نسبتاً غیرانتخابی، با یک سری پیام‌های محدود است که با از میان برداشتن برخی تفاوت‌ها، گروه‌های بسیاری را که هم‌سنخی با هم ندارند در ورطه‌ی فرهنگی خود جذب می‌کند. از جمله برنامه‌های تلویزیون که قادر به این مهم است، سریال‌های عامه‌پسند هستند.

تصور غالب این است که اموری مانند سبک زندگی و شیوه‌های رفتاری و مدل‌های ارتباطی

میان افراد، در مدت زمان طولانی و به صورت مداوم به وسیله فیلم‌های مردم پسند در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد و ایشان را تغذیه می‌کند (راوودراد، ۱۳۹۱: ۳۰-۳۲). سریال‌های عامه پسند، هرگز سطحی نبوده بلکه بازنمایی کننده‌ی عمیق‌ترین و مؤثرترین گفتمان‌هایی اند که نمودهایش در ارتباطات بین‌فردی انسان‌های جامعه‌ی معاصر قابل مشاهده است. سریال‌هایی که مصداق بارز امر روزمره و سوژه‌ی فرآیندهای فکری و گفت و گوهای انسان‌ها هستند؛ از جمله مشکلات و معضلات شان، غم و شادی شان، زد و خوردها و خوش اقبالی و بد اقبالی شان، تشویق و تنبیه شان، گذشت و تنگ نظری شان، سوء ظن و حسن ظن شان و دیگر کنش‌های اخلاقی و دینی شان.

بیشتر سریال‌های عامه پسند فقط حول یک شخصیت اصلی جریان ندارد، بلکه تعدادی شخصیت، هر کدام از لحاظی، محور توجه مخاطب قرار می‌گیرد. این سریال‌ها، چند مسیر روایی دارند و گستره ای از مخاطبان مختلف، با ذائقه‌های داستانی گوناگون را، جذب خود می‌کنند. مخاطب این سریال‌ها هم اقدام به مقایسه موقعیت‌ها و شخصیت‌های مشابه در زندگی خود، با موقعیت‌ها و شخصیت‌های این گونه سریال‌ها می‌کند، و هم به قضاوت شخصیت‌ها می‌پردازد. مخاطب از اقدامات مشابه شخصیت‌ها در موقعیت‌های مشابه، معنایی برداشت کرده و با تجارب زندگی اجتماعی خود مرتبط می‌سازد. این سریال‌ها با خلق شخصیت‌های آشنا و موقعیت‌های روزمره و تکرارشونده‌ی جامعه‌ی ایران، آکنده از رمزهای دینی نیز هست. این سریال‌ها که از سویی توسط یک رسانه‌ی دینی-ایدئولوژیک ساخته می‌شود و از سوی دیگر هم، برگرفته از زندگی روزمره جامعه‌ی دینی ایرانی و ایضاً بازتولید کننده و مقوم آن است، خالی از رمزهای فرهنگی-اجتماعی-دینی نیست و به نوعی در نقش دستگاهی ایدئولوژیک برای حاکمیت عمل می‌کند. با اینکه دینداری، در جامعه، امری جمعی محسوب می‌شود، اما در بعد شخصی امری معرفتی و درونی است و هر شخصی، بر اساس آموزه‌های خانوادگی، فرهنگ زمینه و زمانه، تجربه زیسته، سطح تحصیلات، فرآیند جامعه پذیری، و طبقه‌ی اجتماعی اش، درک و فهمی گوناگون و و منحصر به فرد از آن دارد. اما ارائه دین همچون نوعی ایدئولوژی در بستر سریال‌های عامه پسند، تصویری آینه ای و ایده‌آل برای مخاطب ارائه می‌دهد اما مخاطب سریال‌های عامه پسند، در زندگی روزمره اش همیشه همان واکنش‌هایی که شخصیت‌های سریال‌ها در موقعیت‌های دینی سریال‌ها دارند را نخواهند داشت و این نوعی تناقض و تضاد شناختی برای مخاطب خواهد داشت.

پژوهشگر در این پژوهش درصدد واکاوی سریال‌های عامه پسند تلویزیون ایران است تا چگونگی بازنمایی موقعیت‌های دینداری که بر شکل دهی به ذهنیت ایدئولوژیک مخاطب و ساخت سوژه‌ی دیندار ایده آل اثر گذار است را با روش نشانه شناسی روشن کند. این پژوهش در پی این است که:

- چگونه سریال‌های عامه پسند می‌توانند در نقش دستگاه‌های ایدئولوژیک حاکمیت قرار بگیرند؟
- چگونه سریال‌هایی عامه پسند در ژانر اجتماعی با ته مایه طنز توانایی ارائه پیام‌های دینی را دارند؟
- سریال‌های عامه پسند چه ابعادی از بعدها‌ی شش گانه دین داری را می‌تواند به نمایش در آورد؟

## پیشینه، مفاهیم و مبانی نظری پژوهش

### پیشینه پژوهش

اعظم راودراد (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان نقش برنامه‌های دینی و غیردینی تلویزیون در افزایش یا کاهش دینداری، به بررسی رابطه‌ی برنامه‌های دینی و غیر دینی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران با دینداری در سطح جامعه پرداخته است. وی جمع دو ویژگی متضاد دینی بودن و ایدئولوژیک بودن را باعث ناتوانی تلویزیون در تبلیغ دینداری عنوان می‌کند.

هادی خانیکی و الهه فرزعلیان (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر پخش برنامه‌های دینی از تلویزیون بر میزان دینداری مخاطبان (با تأکید بر مناسک دینی)» به مسأله‌ی دین در تلویزیون پرداخته‌اند. در این پژوهش به انگیزه‌ی مخاطبان برای دیدن برنامه‌های دینی به خصوص مناسک دینی و تأثیر آن بر دین داری افراد در جامعه‌ی آماری دانش آموزان دبیرستان توجه شده است.

بشیر معتمدی و اعظم راودراد (۱۳۹۵) موانع بازنمایی امر قدسی را در مقاله‌ای با عنوان «بررسی امکان بازنمایی امر قدسی در قالب تصویر متحرک»، بررسی کرده‌اند. ایشان تجربه‌های موفق و ناموفق این حوزه را مرور، چالش‌های موجود را بررسی، و دو راه حل برای خروج از این موانع برشمرده‌اند. که یکی «سبک استعلایی» و دیگری «بهره‌گیری از سمبل‌ها» هستند.

گودرزی، حسینی پاکدهی و نقیب السادات (۱۳۹۶) بازنمایی دین در فیلم‌های سینمایی بعد

از انقلاب ایران را در رساله‌ی دکتری با عنوان «بازنمایی دین در سینمای پس از انقلاب» بررسی کرده‌اند. در این تحقیق، حفظ ارتباط دین سینمایی شده با دین نهادی و اجتناب از تمرکز بر بُعد اعتقادی بررسی شده است. همچنین سلب امکان نمایش، انتشار و تبلیغ مفاهیم استعلایی دین، همچون بعد اعتقادی و نمایش توحید و ... که ماهیت سینما باعث می‌شود را نوعی یاری‌رسانی به عرفی‌سازی دین دانسته‌اند.

احسان قرنی و ابوتراب طالبی (۱۳۹۹) با بررسی سریال مادرانه در مقاله‌ی ای با عنوان «بازنمایی دینداری در سریال‌های تلویزیونی»، به کیفیت بازنمایی دینداری در اعمال شخصیت‌های این سریال، و دوری از انحرافات اجتماعی و فرهنگی متأثر از برگزیدن سبک زندگی دینی پرداخته‌اند. نتیجه آن‌ها چنین است که دین‌داری شهودگرا با رویکرد مرید و مرادی، دینداری مرجح در این سریال است.

فوره (۱۹۸۷) در کتابی با عنوان «تلویزیون، دین و شکل‌گیری ایمان، ارزش‌ها و فرهنگ» به موضوع دینداری و تلویزیون پرداخته است.

نیومن (۱۹۹۶) نیز در کتاب «تهدید دین توسط برنامه‌های تلویزیون نسبت به عقاید، ارزش‌ها و نگرش‌های سنتی» رقابت نیروهای فرهنگی تلویزیون و مذهب را از یک نگاه گسترده نظری بررسی کرده است.

نگاهی به بعضی سوابق پژوهشی که قرابت به موضوع پژوهش حاضر دارند، بیانگر این است که در آثار مذکور بازنمایی دین در سینما و تلویزیون را بررسی کرده‌اند، معمولاً یا حرفی از بازنمایی دین بواسطه شخصیت‌های قصه‌ها آمده است و یا به رسانه‌های جمعی و رسانه‌ی شدن دین در بستر آن‌ها پرداخته شده است. همچنین به مناسک دینی و تحلیل کیفیت بازنمایی آن پرداخته‌اند یا توجه معطوف به کیفیت بازنمایی مفاهیم انتزاعی و قدسی دینی شده است. این در حالی است که این پژوهش به جای رفتن سراغ مناسک دینی یا مفاهیم قدسی و انتزاعی دینی، یا واکاوری بازنمایی اعمال دینی در شخصیت‌های کلیشه‌ای تماماً سیاه یا تماماً سفید قصه‌ی سریال‌ها، به سراغ موقعیت‌هایی دینی رفته که برای شخصیت‌های مختلف در سریال‌های عامه‌پسند به صورت یکسان به نمایش در می‌آید و ذهنیت مخاطب را تبدیل به سوژه‌ای می‌کند که پذیرای معانی دینی از این موقعیت‌های تکراری و آشنای فرهنگی و اجتماعی است. همچنین باید تأکید کرد که در پژوهش‌های دیگر به واکاوی سریال‌های عامه‌پسند به عنوان سازوبرگ‌های ایدئولوژیک حکومت پرداخته نشده است.

در دنیای حال حاضر، تمرکز نهادهای تخصصی شده‌ی دین بر مراقبت اجتماعی از دین واقع شده و هر دین در بستر نهادی تخصصی شده، در یک مدل یکپارچه، به طور مشخص باورها، ارزش‌ها و اعمال خود را منسجم می‌سازد. دینی بودن یا دین دار بودن، تجلی ارزش‌ها یا نشانه‌های دینی در افراد یا پدیده‌های اجتماعی است که قابل بررسی در نگرش یا کنش‌های آشکار و نهان افراد متدین است.

واکاوی صحنه‌های دینی و دینداری در آثار تصویری نیازمند شناخت گونه‌های مختلف دین‌داری و ابعاد گوناگون آن است. شناسایی تجلی ارزش‌ها و نشانه‌های دینی بودن افراد متدین، در نگرش، گرایش و کنش‌های آشکار و نهان شان قابل بررسی است (شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۳۶). شکل‌گیری بعضی از انواع دین‌داری بر اساس برجستگی و گرایش یکی از ابعاد دین در افراد است (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۵۴). وجوه مشترک میان ادیان با شناسایی ویژگی‌های عام و مشترک ادیان مختلف توسط نینیان اسمارت و در شش بُعد انجام شده است: ۱- بعد اعتقادی ۲- بعد اسطوره‌ای ۳- بعد اخلاقی ۴- بعد شعائری (مناسکی) ۵- بعد تجربی و ۶- بعد اجتماعی (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۵۹-۵۶).

#### بُعدِ عملی، آئینی یا شعائری (مناسکی)

این بعد از ابعاد دین‌داری ظاهری‌ترین جنبه‌ی دین است که تظاهرات بیرونی آن مشهود و در معرض نگاه همگان قرار دارد و مهمترین رفتار کنش دینی می‌تواند محسوب می‌شود. از جمله آداب و مناسک عبادی و شعائری است که به پیروان یک دین ارائه می‌شود و پیروان پایبند به انجام آن‌ها هستند.

اگرچه بعد آئینی دین بیشتر جنبه‌ی صوری دارد اما ساده‌ترین عمل عبادی همچون بستن چشم در نماز، دور از حالات و توجهات درونی ارتباط با عالم ماوراء نیست. همچنین با اینکه بعد آئینی و شعائری هر دو وجه بیرونی و درونی را در بر می‌گیرد (سپهری، ۱۳۹۵: ۲۳۶-۲۳۴).

#### بُعدِ تجربی و احساسی و شهودی یا عاطفی

حالت یا احساس خاصی همچون احساس حضور در پیشگاه خداوند، یا شنیدن تسبیح موجودات که پیرو یک آئین مذهبی خاص در مواقعی به آن دست می‌یابد. بازه‌ی آن را از حس کمک به هم

نوع و احساس فردی نجات یافته یا شفا گرفته، تا حس ارتباط عمیق با خداوند و مکاشفه می‌دانند (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۵۶).

### **بُعدِ روایی و اسطوره ای**

داستان‌های الهام بخش، عبرت انگیز و جهت ساز هاله ای از قداست آن‌ها را احاطه کرده است (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۵۷). ابراز بُعد تجربی دین از طریق روایت‌ها و داستان‌های اسطوره ای . داستان‌هایی در مورد خدایان و موجودات متعالی که به دنیایی فراتر متصل اند. (سپهری، ۱۳۹۵: ۲۳۶-۲۳۷).

### **بُعدِ اعتقادی و فلسفی (ایدئولوژیک)**

مجموعه گزاره‌های مربوط به ذات، صفات و افعال پروردگار و ارتباط آن با جهان و انسان و ... است (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۵۸). شامل اعتقاد به واقعیت الوهیت و مفاهیم الحاقی به آن مانند خدا، شیطان، دوزخ، بهشت و ...

### **بُعدِ اخلاقی و حقوقی و احکامی (استنتاجی یا پیامدی)**

آمیزه ای از اصول اخلاقی در قالب فرامین برای زندگی روزمره و راهکار مواجهه با وضعیت‌های گوناگون «دستور العمل»‌هایی درباره‌ی «کارهای خوب و کارهای بد» دارد (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۵۸). قوانین نماز و روزه و انفاق و ... و عرف‌های خاصی که باید اجتماع داشته باشد، همچون ازدواج و ... (سپهری، ۱۳۹۵: ۲۳۷).

### **بُعدِ اجتماعی و نهادی**

جنبه‌ای از دین که بنای بروز و جلوه‌ی آن، برای بقاء و حفظ نفوذ دین در جامعه و تاسیس سازمان‌های دینی و اداره اش توسط متخصصان آن دین است (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۵۹). هر سنتی برای جاودانه شدن نیازمند به نوعی سازماندهی به شکل یک نهاد همچون کلیسا یا حوزه است. البته این بُعد اجتماعی و نهادی، به شکل بیرونی و تجسد یافته‌ی دین، یعنی آثار مادی همچون بناها، آثار هنری، شهرهای مقدس اشاره دارد (سپهری، ۱۳۹۵: ۲۳۸).

بی تردید آنچه به دسته بندی و تحلیل صحنه‌ها و نماهای مربوط به دین داری در متون تصویری از جمله فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلویزیونی یاری می‌دهد، شناخت ابعاد گوناگون دین داری است. بنابراین، یک سکانس، یک صحنه یا یک نما، با توجه به محتوا و مضمون دینی

اش مورد توجه قرار می‌گیرد، و بر مبنای اینکه کدام بعد یا ابعاد دین داری در آن مورد توجه قرار گرفته باشد، از لحاظ نشانه‌شناسی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. نماز خواندن یک شخصیت در صحنه‌ای، به وضوح بعد مناسکی دینداری را به تصویر می‌کشد و در سکانسی دیگر روایت بدگمانی یک شخصیت داستان نسبت به دیگری و عقوبت کارش بعد اخلاقی دینداری را نمایش می‌دهد. زمانی مرکز توجه، مکالمه‌ی شخصیت با پروردگار به عنوان بعد ایدئولوژیک است و زمانی دیگر، بعد اجتماعی دین با تمایش حضور اجتماعی یک روحانی در مسجد بررسی و واکاوی می‌شود.

اگرچه بروز و تجلی احساسات مذهبی با درجه و شدت برابر در گروه‌های گوناگون جامعه، هم در دیدگاه وبر رد می‌شود و هم علامه طباطبایی راه‌های رسیدن به خدا را یک نوع و دارای یک صفت نمی‌داند و تنوع دین داری را امکان پذیر و موجود می‌پندارد اما تولیدکنندگان آثار تصویری نیز آموزه‌های دینی را به نحوی در دل داستان تولیدات خود می‌گنجانند که گویی بر مبنای ساختار همان آموزه‌هایی است که نخبگان دینی برای انسان‌ها در نظر گرفته‌اند.

### ایدئولوژی و ساز و برگ‌های ایدئولوژیک حکومت

لویی آلتوسر در نظریه پردازی اش در حوزه‌ی ایدئولوژی، معتقد است هر ساختار اجتماعی برای بقاء خود، نیازمند بازتولید نیروهای تولید و روابط تولید موجود خود است. وی نهادها و ساز و برگ‌های حکومت را، دو گروه «ساز و برگ‌های سرکوبگر» حکومت و «ساز و برگ‌های ایدئولوژیک» حکومت دسته بندی می‌کند و برای هر یک مصداق‌هایی را عنوان می‌کند. او نهادهای نظامی، دادگاه‌ها و پلیس و ... را ساز و برگ‌های سرکوبگر، و نهاد خانواده، نهادهای حقوقی، نهادهای سیاسی و وسایل ارتباط جمعی و ... را که وظیفه‌ی تامین هدف واحدی که بازتولید روابط و مناسبات تولید نیروهای اجتماعی است را نهادهای ایدئولوژیک معرفی می‌کند (مهدی زاده؛ ۱۴۰۰: ۱۱۰). ساز و برگ‌های ایدئولوژیک حکومت، نهادهایی اجتماعی شامل آموزش، خانواده، دین، نظام حقوقی، سیستم سیاسی حزبی و رسانه‌های جمعی هستند که به شکل گیری آگاهی مردم کمک می‌کنند تا از ایدئولوژی کنترل کنندگان جامعه حمایت کنند (واتسون و هیل، ۲۰۱۲: ۱۳۰). این نهادها بی‌پایان ارزش‌های نظام مسلط را تقویت می‌کنند یا حداقل درجه‌ی درستی از اطاعت و سرنوشت‌گرایی را در ما تقویت می‌کنند و ما را برای نظم مسلط مفید می‌سازند. آن‌ها این کار را با خلق سوژه‌هایی که ابزار و حاملان آن

ایدئولوژی می‌شوند، انجام می‌دهند (منسفیلد، ۲۰۰۰: ۵۳-۵۲). دستگاه‌های ایدئولوژیک، از ایدئولوژی‌های نهادهای سیاسی قدرتمند مانند دولت‌ها و ارتش‌ها به روش‌های ضمنی - نه صریح - و گاهی بدون اطلاع از آن حمایت می‌کنند. به این ترتیب، افراد ایدئولوژی‌های سرمایه‌داری حاکم را «درونی» می‌کنند، غافل از اینکه زندگی‌شان توسط همان نهادهایی سرکوب می‌شود که آنها را نمایندگی می‌کنند و در خدمتشان هستند (لافی، ۲۰۰۷: ۶۰). «هیچ طبقه‌ای نمی‌تواند همواره و همیشه قدرت دولت را قبضه کند بی آن که همزمان با آن، استیلا (یا هژمونی) خود را بر ساز و برگ‌های ایدئولوژیک و در درون این ساز و برگ‌ها اعمال نماید.» (آلتوسر، ۱۳۹۹: ۴۱-۳۶). عنوان می‌کند که ایدئولوژی تاریخ ندارد، و به صورت تغییر ناپذیر در کل تاریخ ساری و جاری، و همچون ضمیر ناخودآگاه موجود و ابدی است. (همان: ۵۶-۵۲). او ایدئولوژی را مجموعه‌ای از ایماژها، نمادها و چارچوب‌های مفهومی می‌داند که وظیفه‌ی سوژه‌سازی را بر عهده دارد (مهدی زاده؛ ۱۴۰۰: ۱۱۰). آلتوسر با ارائه‌ی دو تز، به سراغ ایده‌ی اصلی خود در مورد ایدئولوژی می‌رود. او در تزی سلبی، ایدئولوژی را، بازنمایی کننده‌ی رابطه‌ی تخیلی افراد با شرایط هستی‌شان معرفی می‌کند و تاکید می‌کند «در ایدئولوژی، آنچه بازنموده می‌شود، نظام روابط واقعی سلطه‌گر بر هستی افراد نیست، بلکه نسبت تخیلی این افراد با روابط واقعی سلطه‌گر بر زندگی‌شان است» (آلتوسر، ۱۳۹۹: ۶۰-۵۷). رابطه‌ای که در دل هر مفهوم ایدئولوژیک و بالتبع هر مفهوم تخیلی از دنیای واقعی جای دارد.

در تز ایجابی نیز ایدئولوژی را واجد هستی‌ای مادی می‌پندارد. او معتقد است انسان‌هایی که در ایدئولوژی، یعنی در مفهوم مشخصی (دینی، اخلاقی و ...) به خدا یا وظیفه یا عدالت و ... باور دارند، این باورها از ایده‌های این انسان‌ها، به عنوان سوژه‌هایی صاحب آگاهی بر می‌خیزد. به نحوی که باور به خدا، رفتن به کلیسا را منتج می‌شود و باور به عدالت، فرمانبرداری بی چون و چرا از قوانین را (آلتوسر، ۱۳۹۹: ۶۷-۶۱). اینگونه، هستی مادی داشتن ایده‌های مورد باور این سوژه‌ها، به این معناست که ایده‌های ایشان، همان کنش‌های مادی‌شان هستند که در عمل‌هایی مادی و به واسطه‌ی مناسکی مادی سامان یافته‌اند.

رابطه‌ی خیالی مورد اشاره‌ی آلتوسر، رابطه‌ای مادی است، مسئله‌ای مرتبط به شرایط ذهنی یا هوشیاری نیست، بلکه اعمالی واقعی است که گروه‌ها انجام می‌دهند (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۰۸). آلتوسر با بهره‌گیری از مقاله‌ی «مرحله‌ی آئینه‌ای» لاکان، زیرکانه‌ترین قدرت ایدئولوژی را ظرفیت آن در ارائه‌ی برداشتی خیالی از سوژکتیویته‌ی انسان‌ها به آن‌ها می‌داند (پین، ۱۳۷۹:

۷۸-۷۷). از منظر آلتوسر، رابطه‌ی فرد و جامعه همچون رابطه‌ی کودک و تصویر آینه‌ای اش، منجر به همانند سازی و دست یافتن به تصویری یگانه و رضایت بخش از خود می‌شود که شناختی نادرست است چراکه وضعیت شخص را آرمانی می‌کند (ایگلتون، ۱۳۸۰: ۲۳۸-۲۳۷). نحوه‌ی عملکرد ایدئولوژی از منظر آلتوسر، فراخواندن افراد به مثابه سوژه است و تبدیل آن‌ها به سوژه‌ی مدنظر خود است (مهدی‌زاده، ۱۴۰۰: ۱۱۱). چیزی شبیه خطاب قرار گرفتن توسط پلیس و بازشناختن خود، به عنوان سوژه‌ی استیضاح (مورد خطاب) شده. (آلتوسر، ۱۳۹۹: ۶۷-۷۱). ایدئولوژی با استیضاح و فراخواندن افراد، آن‌ها را در رابطه‌ی اجتماعی قرار می‌دهد، و افراد با واکنش نشان دادن به آن استیضاح، آن رابطه‌ی فرادستی و فرودستی را بازتولید می‌نمایند.

مهدی‌زاده در این خصوص می‌نویسد: «ایدئولوژی به طور ضمنی و غیر آشکار عمل می‌کند و در کردارها، ساختارها و تصورات ما حیات دارد. ما ایدئولوژی را درونی می‌سازیم و بخشی از ناخودآگاه ما می‌شود» (مهدی‌زاده، ۱۴۰۰: ۱۱۲). انسانی که در یک جامعه‌ی دینی متولد می‌شود، از قبل مورد استیضاح و سوژه‌ی مفاهیم دینی شکل دهنده به جامعه و فرهنگ زمینه‌ی خود است.

ایدئولوژی زیرکانه تر، فراگیرتر و ناخودآگاهانه تر از مجموعه‌ای آموزه‌های آشکار است. ایدئولوژی فضایی است که افراد در آن رابطه‌ی خود با جامعه را به وجود می‌آورند. محیط نشانه‌ها و کنش‌های اجتماعی که افراد را به ساختار اجتماعی پیوند داده و منجر به حس انسجام هدف و هویت در افراد می‌شود (ایگلتون، ۱۳۸۰: ۲۳۸-۲۳۷). اینچنین هر عمل ارتباطی در حیات روزمره می‌تواند ایدئولوژیک باشد، بویژه اعمال دینی که انسان‌ها در زندگی روزمره با آن سر و کار دارند. این سوژه بر اساس خواسته‌ها، استعدادها و میل خود رشد نمی‌کند، بلکه برای سیستمی که به آن نیاز دارد وجود دارد. (منسفیلد، ۲۰۰۰: ۵۳-۵۲). در وضعیت ایدئولوژیک سوژه‌های انسانی فراتر از وضعیت راستین خود می‌روند و ایماژی منسجم و تسلی بخش از خود می‌بینند که در آینه‌ی ایدئولوژی مسلط بازتاب می‌یابد. در نتیجه افراد با این خود خیالی این‌همانی کرده، و با این خود خیالی، به نحوی کنش دارند که از لحاظ اجتماعی مورد پذیرش است (ایگلتون، ۱۳۸۱: ۲۲۰). سوژه‌ای که در مواجهه با پیام‌های دینی قرار می‌گیرد، توهم آزادی در اعمال دینی را دارد و در واقع رفتاری مورد پسند ایدئولوژی دینی و رژیم لیاقتی که دین برای او به عنوان یک دیندار در نظر گرفته است را از خود بروز می‌دهد. او در پذیرش انقیاد خود، بازشناسی اش در برابر استیضاح ناخودآگاه ایدئولوژی دینی را آزادانه می‌انگارد.

در نظر گرفتن دین به عنوان ایدئولوژی‌ای فراگیر و نظام‌بخش اعمال افراد، همچنین نگاه به رسانه‌های جمعی به عنوان ابزار کنترل اجتماعی و توزیع معرفت، بر این می‌دارد تا در بررسی آثار تصویری و اعمال شخصیت‌های آن، از منظری که به موضوع ایدئولوژی پرداخته است استفاده شود.

## ژانرهای تلویزیونی

ژانرهای تلویزیونی بسیار مهم هستند. ژانرها تقریباً در هر جنبه‌ای از تلویزیون کار می‌کنند. ژانرهای تلویزیونی به عنوان مقوله‌های فرهنگی اهمیت دارند. آن‌ها به مخاطبان کمک می‌کنند تا ترجیحات شخصی را هدایت کرده، و مکالمات روزمره و شیوه‌های تماشا را تنظیم کنند. ژانرها را می‌توان به‌عنوان راه‌های کلیدی در نظر گرفت که تجارب رسانه‌ای ما را که پیوندهای خاصی با مفاهیم خاصی مانند ارزش فرهنگی و عملکرد اجتماعی دارند، در دسته‌هایی طبقه‌بندی و سازمان‌دهی می‌کنند (میتل، ۲۰۰۴: xi). ما قادریم روایت‌های جهان را به روش‌های معینی دسته‌بندی کنیم به طوری که مخاطب‌ها بدانند که باید توقع چه چیزی را داشته باشند (آسابرگر، ۱۳۷۹: ۵۱). البته برنامه‌های تلویزیونی در دوران پست مدرن با چنان ترکیب ژانری مشخص شده است که مفهوم فرم‌های عمومی ناب منسوخ شده است (میتل، ۲۰۰۴: xii). به نحوی که سریال‌هایی با ژانر طنز بتوانند حامل ارزش‌هایی باشند که اهداف سیاسی صاحبان قدرت و سرمایه را دنبال کنند. همچنین موضوعات دینی که در دهه‌های گذشته فقط در سریال‌هایی در ژانر دینی مورد توجه قرار می‌گرفت، اکنون در بستر سریال‌های طنز نیز مورد توجه قرار می‌گیرد و سریال‌های پر مخاطب طنز نیز آکنده از پیام‌های رمزگذاری شده‌ی دینی است. روایات تلویزیونی عامه پسند، مخاطب را به هویت یابی و اجتماعی شدن دعوت می‌کنند (ونلی، ۲۰۱۸: ۴). اثرگذاری روایت‌های تلویزیونی بر اجتماعی شدن و هویت یابی سوژه‌های انسانی، متضمن هویت یابی و شکل‌گیری سوژه‌ی دیندار نیز هست. اینچنین، نمایش ابعاد دین داری به عنوان مؤلفه‌های تشکیل دهنده‌ی دین و آنچه در احوال و اعمال دینداران منعکس می‌شود نیز در هویت یابی دینی و دینی شدن افراد، همین حکم را دارد.

## سریال‌های عامه پسند

سریال‌های عامه پسند قالبی از برنامه‌های تلویزیونی است که داستان‌هایی دنباله دار در ژانرهای گوناگون جنایی-پلیسی، دراماتیک و خانوادگی را ارائه می‌دهد. این قالب تلویزیونی از دوران ورود دستگاه تلویزیون به خانه‌های افراد مورد توجه و علاقه‌ی آن‌ها بوده است (شهبندی،

۱۳۸۹: ۵). تصور غالب این است که اموری مانند سبک زندگی و شیوه‌های رفتاری و مدل‌های ارتباطی میان افراد، در مدت زمان طولانی و به صورت مداوم به وسیله فیلم‌های مردم پسند در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد و ایشان را تغذیه می‌کند (راودراد، ۱۳۹۱: ۳۰-۳۲). بیشتر سریال‌های عامه پسند به سراغ زندگی روزمره می‌روند و تلاش می‌کنند جهانی واقعی، افرادی واقعی و مسائل و معضلاتی واقعی را به تصویر کشند. سریال‌های عامه پسند با بهره‌گیری از این ویژگی آثار رئالیستی، که شخصیت‌های آن اصطلاحاً خاکستری اند، یعنی شخصیت‌ها نه سیاه سیاه هستند، و نه سفید سفید، که هم زمینه‌ی نیکی دارند و هم زمینه‌ی رذیلت، تلاش می‌کنند تا زندگی‌ای شبیه به زندگی انسان‌های واقعی به نمایش بگذارند. مخاطب این سریال‌ها، قرار نیست رویارویی شخصیت‌های پلید و شخصیت‌های نیک‌سرشت را شاهد باشد، بلکه این نوع سریال‌ها با نمایش شخصیت‌های خاکستری، روشن‌گر درونیات پر از تناقض انسان واقعی است، که آکنده از امیال و انگیزه‌ها و غرایز گوناگون و متناقض است (پاینده، ۱۳۹۷: ۳۲۳-۳۱۹). مخاطب در مواجهه با شخصیت‌های سریال‌های عامه پسند، با خودش و زندگی روزمره اش مواجه می‌شود.

روایات تلویزیونی عامه پسند مخاطب را به همذات پنداری و اجتماعی شدن دعوت می‌کنند (ونلی، ۲۰۱۸: ۴). در سریال‌های تلویزیونی عامه پسند، به علت دنباله دار بودن و طولانی بودن، قدرت و دوام همذات پنداری و درگیری با شخصیت‌های داستان، بیش از فیلم‌های سینمایی است. دلیل اثرگذاری سریال‌ها بر مخاطب، درگیری با شخصیت‌ها، فرهنگ حاکم در سریال، سبک زندگی و ایدئولوژی است (شهبندی، ۱۳۸۹: ۵). اکثر سریال‌های عامه پسند یک شخصیت اصلی ندارد. بلکه مجموعه‌ای از شخصیت‌ها، هر یک از منظری، مرکز توجه مخاطب می‌شود. چنین سریال‌هایی، دارای چندین مسیر روایی هستند و طیفی از مخاطبان گوناگون، با ذائقه‌های داستانی مختلف را، به خود جذب می‌کند. مخاطبان هم درباره‌ی شخصیت‌ها قضاوت می‌کنند و هم موقعیت‌های موازی یا شخصیت‌های مشابه در زندگی خود را، با موقعیت‌ها و شخصیت‌های این گونه سریال‌ها مقایسه می‌کنند (پاینده، ۱۳۹۷: ۳۴۵-۳۴۳). می‌توان اینگونه گفت که سریال‌های عامه پسند با ویژگی‌هایی از جمله: ۱- جذب طیف گوناگونی از مخاطبان به خود، به علت نداشتن شخصیت مرکزی و محور اصلی داستان و داشتن شخصیت‌هایی گوناگون که هر یک از منظری مورد توجه مخاطب است. ۲- قدرت بالا و دوام همذات پنداری، به علت طولانی بودن و دنباله دار بودن. ۳- مواجهه‌ی مخاطب با زندگی روزمره شان. ۴- داشتن پایان

خوش. ۵- تلاش در واقع گرا نمایی. ۶- داشتن شخصیت‌های خاکستری و ... توان بسیاری در درگیری با شخصیت‌ها، ارائه‌ی فرهنگ حاکم در سریال، به تصویر کشیدن سبک زندگی و نهادینه کردن ایدئولوژی دارند.

## تلویزیون و هم‌ذات‌پنداری

از جمله نیازهای بنیادین افراد، به وجود آوردن دلبستگی‌های بین فردی است و هر وقت انسانی با انسان دیگر مواجه می‌شود، روابط شکل می‌گیرد. سریال‌های تلویزیونی از آن دست پیام‌های رسانه‌ای ویژه ایست که مخاطبان را به «جهان‌های اجتماعی» و نوعی تعامل شبه اجتماعی سوق می‌دهد (هافنر، ۲۰۱۰: ۲۵۱). از جمله تأثیرات اجتماعی رسانه‌ها، هویت یابی و همذات‌پنداری است. اعتقاد بر این است که زمانی که زمانی خواننده می‌شود یا فیلم یا سریالی تماشا می‌شود، مخاطب‌ها جذب در طرح قصه می‌شوند و با شخصیت‌های نمایش داده شده همذات‌پنداری می‌کنند (کوهن، ۲۰۰۱: ۲۴۵). مخاطب‌ها در طول این فرآیند، به جای یک شخصیت قرار می‌گیرند و به شکل نایب در تجربه شخصیت مشارکت می‌کنند.

## روش پژوهش

در راستای واکاوی نماها، صحنه‌ها و سکانس‌های سریال مورد پژوهش از روش کیفی که بنیان فلسفی‌اش بر مبنای رویکردهایی نظیر ذهن‌گرایی، تأویلی و برساختی-تفسیری است (حبیبی، ۱۳۹۳: ۱۲-۱۱) و روش نشانه‌شناسی بعنوان یکی از روش‌های پارادایم کیفی، استفاده می‌شود.

## روش نشانه‌شناسی

نشانه‌شناسی، دانش مطالعه‌ی نشانه‌ها، چگونگی ساخته شدن معناها، و چگونگی بازنمایی واقعیت است و مطالعه‌ی هرچیزی است که بر چیزی دیگر اشاره دارد (چندلر؛ ۱۳۹۷: ۲۱-۱۹). امبرتو اکو معتقد است، هر چیزی که قادر باشیم آن را به عنوان جایگزین دلالت‌مند چیز دیگری، یا مظهر آن چیز دیگر، به حساب آوریم، نشانه است (آسابرگر؛ ۱۳۹۸: ۹۳-۹۲). قلمرو نشانه‌شناسی در برگرفته‌ی تحلیل آئین‌های نمادین، علائم نظامی، گفته‌ها، متون روزنامه‌ها و نشریات، آگهی‌های تبلیغاتی بازرگانی، برنامه‌ای رادیویی، سریال‌های عامه‌پسند تلویزیون و هرآنچه نوعی نظام نشانه‌ای قابل تحلیل باشد، است (آسابرگر؛ ۱۳۹۸: ۹۵). نشانه‌شناس‌ها سعی در کشف و تبیین شیوه‌ی معناآفرینی نشانه‌ها و قوانین حاکم بر آن‌ها هستند (پاینده؛ ۱۳۹۷: ۲۷۳).



## رویکرد نشانه‌شناسی سوسور

«زبان سیستمی از نشانه‌ها است که ایده‌ها را بیان می‌کند» (سوسور، ۲۰۱۳: ۱۸). هر نشانه متشکل از تصویری آوایی (دال) و یک مفهوم (مدلول) است (آسابرگر؛ ۱۳۹۸: ۹۳). در خصوص نحوه‌ی دلالت‌گری نشانه‌ها و اینکه دال‌ها چگونه معانی‌شان را به ذهن مخاطب متبادر می‌کنند، باید گفت ایجاد معنای یک نشانه، بر اثر گزینش و ترکیب دال‌ها در محورهای همنشینی و جانشینی است و مفاهیم به علت رابطه‌ای که با یکدیگر دارند معنایی را به ذهن متبادر می‌کنند. روابط همنشینی امکاناتی برای ترکیب عناصر گوناگون در یک متن و روابط جانشینی مقایسه‌ی عناصر و تمایز قائل شدن بین آن‌ها در یک متن است. باید تاکید کرد که ارزش یک نشانه توسط هر دوی این روابط (روابط همنشینی و جانشینی توأمان) تعیین می‌شود. در واقع دلالت، از ترکیب دال‌ها در محور افقی زبان (هم‌نشینی) بدست آمده و فهم ما از نشانه‌ها از رابطه‌ی آن‌ها در مجاورت با یکدیگر شکل می‌گیرد. همچنین معنا از انتخاب یک دال به جای دالی دیگر در محور عمودی زبان (جانشینی) بدست می‌آید.

در مجموعه‌های تلوزیونی و فیلم‌های سینمایی، برای ایجاد و کشف روابط هر فریم، نما، صحنه یا سکانس با فریم، نما، صحنه یا سکانس‌های دیگر، از تحلیل همنشینی بهره می‌برند؛ اما برای مقایسه‌ی دال‌های موجود در متن با هر یک از دال‌هایی که می‌توانست در موقعیتی مشابه امکان انتخاب و گزینش آن‌ها به جای دال‌های حاضر وجود داشته باشد، از تحلیل جانشینی بهره می‌برند (چندلر، ۱۳۹۷: ۱۵۴-۱۵۱). انواع تعویض شیوه‌های فیلم برداری، دیزالوها، کات‌ها، وایپ‌ها و فیدها و ... یا ژانرها و رسانه‌ها و ... عناصر جانشینی است که نشان دهنده تمایز ژانرها و رسانه‌ها حتی با دیگر ژانرها و رسانه‌ها است.

## رویکرد نشانه‌شناسی بارت

اعتقاد بارت بر این است که نشانه‌ها دارای مراتب گوناگون دلالت هستند. او نشانه را دارای «دلالت مرتبه‌ی اول» (دلالت مستقیم) که شامل یک دال و یک مدلول در این سطح است و «دلالت مرتبه‌ی دوم» (دلالت ضمنی) که در این سطح نشانه‌های مستقیم در جایگاه دال نشانه‌ای دیگر با مدلولی مضاعف که به آن‌ها متصل شده، می‌باشد (چندلر؛ ۱۳۹۷: ۲۱۳). ایدئولوژی‌ها و اسطوره‌ها از ترکیب دلالت‌های صریح و دلالت‌های ضمنی، که عضو سوم مرتبه‌ی دلالتی‌اند را به وجود می‌آورند که کمک کننده برای سازمان دادن به نحوه‌های مفهوم سازی در یک فرهنگ

هستند. اسطوره‌ها به کارکرد ایدئولوژیک طبیعی سازی یاری می‌رسانند.

### رویکرد نشانه شناسی پرس

نشانه یا بازنمون در نگاه پرس، چیزی است که به خاطر قابلیت یا جنبه ای، برای کسی مابه‌ازای چیزی دیگر است یعنی «مابه‌ازای اوپژه اش است» (ششجوانی، ۱۳۹۷). او فهم ما از پدیده‌های پیرامون مان را حاصل از واسطه بودن نشانه‌ها بین ما و جهان اطراف مان می‌داند. تعریفی که از نشانه شناسی پرس وجود دارد بر اساس اجزاء سه گانه (اپژه، تعبیر و بازنمون) ی نشانه و سه گانه (نشانه‌ی نمادین، نشانه‌ی نمایه‌ای و نشانه‌ی شمایی) ی بعنوان وجوه نشانه است.

### الگوی نشانه شناسی فیسک

اعتقاد جان فیسک بر این است که رمزگذاری وقایع پخش شده از تلویزیون، با رمزهای اجتماعی، از پیش انجام شده است. فیسک سه «سطح واقعیت» که بهره‌گیری از رمزگان اجتماعی، «سطح بازنمایی» که بهره‌گیری از رمزگان فنی، و «سطح ایدئولوژی» که بهره‌گیری از رمزگان ایدئولوژیک است را برای رمزگذاری‌های تلویزیونی دسته بندی می‌کند (فیسک، ۱۳۸۰، ۱۲۹-۱۲۸).

برای رمزگذاری واقعه‌ای پخش شده از تلویزیون، در سطح واقعیت، از رمزهای اجتماعی، برای مخاطب استفاده می‌شوند. اعمال رمزهای فنی بر رمزهای اجتماعی نیز در سطح بازنمایی، انجام می‌شود تا واقعه‌ی مورد نظر به گونه‌ای خاص به مخاطب ارائه شود. اضافه شدن رمزهای ایدئولوژیک به رویداد نمایش داده شده از تلویزیون در سطح ایدئولوژی انجام می‌شود، تا متن رسانه‌ای از لحاظ اجتماعی منسجم و قابل پذیرش شود (پاینده، ۱۳۹۵، ۳۰-۲۹). بر این اساس ایجاد معنا منوط به ادغام واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی در یکدیگر و به وحدت رسیدن‌شان به گونه‌ای منسجم و ظاهراً طبیعی است.

#### جدول ۱. سطوح سه گانه رمزگان جان فیسک (فیسک، ۱۳۸۰: ۱۲۸)

رمزها	توضیح	استفاده از رمزگان...	رمزگذاری در سطح...
ظاهر، لباس، چهره پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سر و دست، صدا و ...	واقعه‌های پخش شده از تلویزیون از قبل بواسطه‌ی رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است.	رمزگان «اجتماعی»	سطح «واقعیت»

رمزها	توضیح	استفاده از رمزگان...	رمزگذاری در سطح...
دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صدابرداری که رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند و این رمزها نیز بازنمایی عناصری دیگر را شکل می‌دهند، از قبیل: روایت، کشمکش، شخصیت، گفتگو، زمان و مکان، انتخاب نقش آفرینان و ...	توسط دستگاه‌های الکترونیکی، رمزگان فنی، رمزگان اجتماعی را رمزگذاری می‌کند.	رمزگان «فنی»	سطح «بازنمایی»
فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه‌ی اجتماعی، مادی گرایی، سرمایه داری و ...	رمزهای ایدئولوژی عناصر فوق را در مقوله‌های «انسجام» و «مقبولیت اجتماعی» قرار می‌دهند.	رمزگان «ایدئولوژیک»	سطح «ایدئولوژی»

رمزگان اجتماعی را می‌توان در چهار دسته ۱- رمزگان بدنی (تماس بدنی، مجاورت، جهت فیزیکی، ظاهر، حالت چهره، نگاه، حرکت سر و ادا و اطوار) ۲- رمزگان مربوط به کالا (مد، لباس و ماشین) ۳. رمزگان زبان گفتاری (زیر رمزگان آواشناختی، نحوی، واژگانی، عروضی و فرازبانی) و ۴- رمزگان رفتاری (آداب و رسوم، تشریفات، ایفای نقش و بازی ها) (زردار و فتحی نیا، ۱۳۹۲ : ۴۹) معرفی کرد.

در سطح دوم (فنی) رمزگذاری متون، از رمزهای فنی بهره گیری می‌شود. که این کیفیات بصری، متشکل از عوامل بسیاری از جمله: زاویه فیلمبرداری، قاب بندی، حرکت دوربین و شیء، فاصله‌ی دوربین تا موضوع، تدوین، نورپردازی و میزانشن (کیسبی یر، ۱۳۸۳: ۱۱). رمزگان فنی موثر بر برداشت مخاطب از محتوای متون رسانه‌ای است.

آنچه در نگاه فیسک به عنوان سامان دهنده‌ی دیگر رمزگان عمل می‌کند، رمزگان ایدئولوژیک است، به نحوی که یک سری از معانی سازگار و منسجم را به وجود می‌آورند که این معانی تبدیل به شعور متعارف جامعه می‌شوند. او تاکید می‌کند که «انواع گوناگون رمزها همگی به طور یکپارچه مجموعه‌ی هماهنگی از معانی را ارائه می‌دهند، معانی‌ای که علاوه بر حفظ ایدئولوژی نظام حاکم، آن ایدئولوژی را مشروع و طبیعی نیز جلوه می‌دهند» (فیسک، ۱۳۸۰، ۱۳۶-۱۳۰). فیسک معتقد است در خوانش فیلم و سریال اگر با همان روش ایدئولوژیکی که فیلم را رمزگذاری کرده، رمزگشایی کنیم، فیلم را از روزنه‌ی نگاه کسی دیده ایم که دارای رمزگان

اجتماعی فرهنگ زمینه‌ی همان جامعه است. او می‌نویسد: «جایگاه قرائت یک متن یا فیلم، آن نقطه‌ای است که مجموعه‌ی رمزهای تلوزیونی، اجتماعی و ایدئولوژیک جمع می‌شوند تا معنای منسجم و یکپارچه‌ای را در متن ایجاد کنند». او اضافه می‌کند، وقتی معنای یک سریال را اینگونه دریافت کنیم، خودمان تسلیم روشی ایدئولوژیک می‌شویم، یعنی حفظ کننده‌ی ایدئولوژی غالب می‌شویم و آن را بر حق تلقی می‌کنیم و پاداش ما این خواهد بود که بی هیچ نگرانی، ویژگی‌های آشنای سریال را تشخیص داده و به آن‌ها بسنده کنیم. اینگونه است که متن سریال از افراد، فاعل قرائت ساخته است. نقد نشانه شناختی اقدام به واسازی این وحدت نموده و طبیعی به نظر رسیدن این وحدت را، تحت تاثیر رمزهای ایدئولوژیک واکاوی می‌کند.

سریال‌ها و فیلم‌ها در بررسی‌ای سطحی، جز روایت کننده داستان‌ها به نظر نمی‌رسند، داستان‌هایی که زمینه‌ای است برای همراه کردن مخاطب با اتفاقات و شخصیت‌های آنها و تجاربی که در آن‌ها جریان دارد. فیلم‌ها و سریال‌ها اگرچه نوعی تفریح برای بینندگان به نظر می‌رسند، اما تولید کنندگان آن‌ها در ورای این سرگرمی‌ها، در پی القای معنای ایدئولوژیک از جمله نژادپرستی، فردیت، مردسالاری و یا ایدئولوژی‌ای دینی اند.

در راستای آشکارسازی مضامین و معناهای نهفته در متون فرهنگی و رسانه‌ای از جمله نماها، پلان‌ها و سکانس‌های فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلوزیونی و دیگر متون تصویری و نوشتاری دالتمند، از روش نشانه‌شناسی استفاده می‌شود تا چگونگی برساخته شدن معناهای فرهنگی به واسطه‌ی متون دالتمند، آشکار شود. نشانه‌شناسی، یافتن دلالت‌ها، معناها و ارزش‌های فرهنگی را از راه واکاوی نشانه‌های موجود در متن‌ها و رابطه‌های بین آن‌ها پی می‌گیرد. در این راستا این پژوهش جهت تحلیل نماها و سکانس‌های سریال مورد پژوهش، از جدول رمزگان سه سطحی جان فیسک و محور همنشینی و جاننشینی سوسور استفاده خواهد شد.

## یافته‌های پژوهش

در این پژوهش از میان سریال‌های دودکش ۱، ۲ و ۳، سکانس‌های سریال دودکش ۱ به روش هدفمند گزینش، و متناسب با رویکرد نظری پژوهش مورد واکاوی و نقد قرار گرفته است.

سریال «دودکش»، سریالی در ژانر اجتماعی-خانوادگی با ته مایه‌ی طنز و از ساخته‌های محمدحسین لطیفی است که سری اول آن در سال ۱۳۹۲ از شبکه‌ی یک سیما پخش شد. این سریال داستان خانواده‌ای از طبقه‌ی متوسط و پائین جامعه به نام خانواده‌ی مشتاق است که

گردانندگان قالیشویی مشتاق هستند. قصه‌ی این سریال حول اتفاقات این خانواده و قالیشویی‌شان پیش می‌رود.

رابطه‌ی فامیلی فیروز مشتاق (صاحب قالیشویی مشتاق)، با دوست قدیمی اش نصرت، به گونه‌ای است که هم به پرداخت داستان کمک کرده و هم به جنبه‌ی اجتماعی و کمدی داستان سریال کمک می‌کند؛ فیروز با عفت (خواهر نصرت) ازدواج کرده و نصرت با افروز (خواهر فیروز) ازدواج کرده است و هر دو برادرِ همسرِ یکدیگرند. نصرت، شخصی که مدعی توانمندی در انجام همه‌ی امور است، چند سال قبل با اصرار بر دریافت سهم الارث همسرش افروز از قالیشویی، و بعد از آن، از دست دادن آن در تجارتي که مدعی مهارت در آن بوده، باعث رابطه‌ی نسبتاً شکرآب بین خود و فیروز شده است.

نصرت در اوضاع اسفناک ورشکستگی، بی‌کاری و بی‌پولی است و در انتظار دریافت وام بانکی‌ای که به خیال او تمام مشکلاتش را حل کرده و امور را روی گلتک می‌اندازد. تنها راه حل دریافت وام نیز از طریق ضمانت یا سپرده گذاری فیروز است. نصرت که معتقد است آنچه‌ان که باید سهم الارث افروز پرداخت نشده، هنوز گوشه چشمی به کمک فیروز دارد. این جنس از رابطه، هم‌رده بودن این دو نفر، و نیازهای متقابل این دو نفر به یکدیگر در حل مشکلات روزمره، همچنین رابطه‌ی عاطفی خواهر و برادری، به جذابیت داستان زندگی روزمره‌ی این خانواده افزوده است. با این حال هم فیروز غیر مستقیم به خواهرش دلداری داده و کمک مالی می‌رساند و هم عفت برای برادرش واسطه‌گری کرده و به او کمک‌های مالی می‌کند.

فیروز که هر زمان از تقسیم سهم الارث صحبت به میان می‌آید یا همه چیز را تمام شده می‌داند یا تمایلی به ادامه‌ی بحث ندارد و یا به فکر فرو می‌رود، روزی خواهرش افروز و برادرش بهروز را به گوشه‌ای فرا می‌خواند و حقیقت ماجرای سهم الارث قالیشویی را برای آنها فاش می‌کند. تصمیم به پخش نذری با نیت گوناگون اعضای این خانواده و مشکل شرعی سهم الارث، پای روحانی مسجد محله و تعاملات فیروز و نصرت با او در محوطه‌ی مسجد را به داستان باز می‌کند ... در نظر گرفتن این موضوع که ژانر سریال مورد بررسی، دینی نیست و در دسته بندی سریال اجتماعی با ته مایه طنز قرار می‌گیرد، و خط سیر داستان حول محور یک موضوع دینی رقم نمی‌خورد بلکه بر مبنای اتفاقات گوناگون شخصیت‌های متعدد قصه در زندگی روزمره شکل می‌گیرد، امکان اینکه یک سکانس کامل که به موضوعی دینی پرداخته باشد میسر نبوده است، در این پژوهش نماها و صحنه‌هایی که ارتباط مفهومی شان، موقعیتی دینی را بازنمایی می‌کرد در قالب یک

سکانس مورد تحلیل قرار گرفته اند. در این راستا و در جهت واکاوی و رمزگشایی سکانس‌های مورد پژوهش، از جدول الگوی سه سطحی جان فیسک و محور همنشینی و جاننشینی سوسور استفاده می‌شود. در این راستا بر اساس روش‌های یاد شده، سه سکانس به عنوان نمونه مورد واکاوی قرار می‌گیرد و برای سکانس‌هایی که ساختار روایت شان همسان با سکان‌های مورد تحلیل است، فقط به اشاره‌ای بسنده کرده و در ادامه سکانس نمونه آورده می‌شود.

### سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

نصرت در قالیشویی منتظر بازگشت اعضای خانواده است. او که چند وقتی است بیکار است روی تخت کنار محوطه‌ی قالیشویی نشسته و با وسایل بازی بچه‌ها که رها کرده و رفته اند به تنهایی بازی می‌کند. در این هنگام با انداختن تاس و آمدن عدد شش که بهترین احتمال در پرتاب مهره است، برای او که همیشه از بد اقبالی خود می‌نالید نشانه‌ای از خوش اقبالی به نظر می‌رسد.



تصویر ۱. سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

در همین هنگام چیزی نظر نصرت را به خود جلب می‌کند. چشم‌های بیرون زده و لب‌های نصرت، نشانه‌ی شگفت زدگی اوست. موسیقی زمینه، نشان از وقوع اتفاقی مهم و کشف چیزی نادر است. نمایش نصرت در نمای کلوزآپ و همتراز، احساسات او را به خوبی منتقل کرده احساسی یکسان در مخاطب نیز ایجاد می‌کند.



تصویر ۲. سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

در نمای بعد، آنچه نظر نصرت را به خود جلب کرده است نمایش داده می‌شود. کیف پولی بدون صاحب در گوشه‌ی باغچه‌ی قالیشویی افتاده است. نمای کلوزآپ از کیف پول و پول‌های داخل آن، کیف را مرکز توجه مخاطب قرار می‌دهد. نصرت با حالتی افتان و خیزان و با نظر افکندن به این سو و آن سوف که نشانه‌ی انجام کاری مخفیانه است کیف پول را برمی‌دارد و داخل آن را نگاه می‌کند.



تصویر ۳۱. سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

او متوجه مقدار زیادی دلار می‌شود و شروع به شمردن آن می‌کند. نمای کلوزآپ در این صحنه نیز قصد دارد دست‌های نصرت که پول‌ها را برداشته و به طمع برای خود کردن شان، آن‌ها را می‌شمارد، مرکز توجه مخاطب قرار دهد. نصرت بدنش را چرخانده و آنگونه‌ای که شخصی بخواهد چیزی را از کسی پنهان کند پول‌ها را می‌شمارد و این نشانه‌ی تصمیم ابتدایی نصرت در، از آن خود کردن پول‌ها است.



تصویر ۴. سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

در این هنگام هوشنگ سراسیمه وارد قالیشویی می‌شود و با صدایی متوسط پایین، رو به بم و بریده بریده که نشانه‌ی ملال است، از گم شدن کیف پولش می‌گوید. هوشنگ که نمی‌داند دقیقا کیف پولش ممکن است چه جایی گم شده باشد، بی هدف به این سو و آن سو می‌چرخد. نصرت که متوجه شده کیف پول از آن هوشنگ است، بی آنکه واکنشی از خود نشان دهد به همان صورت کج می‌نشیند و کیف پول را مخفی نگه می‌دارد. سر نصرت در این هنگام رو به پائین است که نشانه‌ی داشتن رفتاری منفی است، چشم‌های او که به جایی نامعلوم خیره است نشان از اندیشیدن او به چیزی است که بین انجام دادن و انجام ندادن آن مردد است. نمای مدیوم کلوزآپ تلاشی برای انتقال بهتر احساسات درونی شخصیت و زاویه همسطح نما برای ایجاد احساسات یکسان با شخصیت در مخاطب است. همچنین ایجاد سایه در یک طرف صورت نصرت و روشنتر بودن سوی دیگر صورتش، احساسات متناقض درون او را نشان می‌دهد.



تصویر ۵. سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

نصرت با اینکه از ماجرا مطلع است، هوشنگ را فرامی‌خواند و علت سراسیمگی او را جویا می‌شود. نصرت که متوجه می‌شود همه‌ی دارایی هوشنگ که از دستمزد کارگری او و برای مخارج ازدواج اوست تصمیم می‌گیرد کیف پولی که ابتدا مخفی کرده بود را به او بازگرداند. نصرت که خود از لحاظ مالی بسیار در تنگدستی است به او تأکید می‌کند که هر کس دیگری بود کیف پول را به او پی نمی‌داد. صدای بلند، زیر و قاطع نصرت خشم او از سر به هوایی هوشنگ و یا برگرداندن پولی که خود به آن محتاج است را نشان می‌دهد. نگاه خیره‌ی بیش از معمول نصرت و چشم‌های کوچک شده و ابروهای در هم کشیده‌ی او نیز نشان از همین رفتار توبیخی اوست.



تصویر ۶. سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

در نهایت نصرت که برای فراهم شدن امکان دریافت وام از بانک نیازمند قرض گرفتن مقداری پول برای کارکرد حساب بانکی اش بود، از بهروز می‌خواهد تا چند روزی پول‌های هوشنگ را از او قرض بگیرد. اگرچه درخواست قرض برای فیروز که کارفرمای هوشنگ است از کارگرس هوشنگ کاری سخت است و اینکه هوشنگ این پول را برای مخارج ازدواجش پس انداز کرده، اما نصرت موفق می‌شود به این پول دست پیدا کند. نمای مدیوم شات نشانگر روابط شخصیت‌ها در این قاب است. نصرت در این نما همانند شخصی است که در ازای موفقیت در یک مبارزه پیروز شده و شایسته‌ی دریافت جایزه و در حال دریافت آن جایزه است.

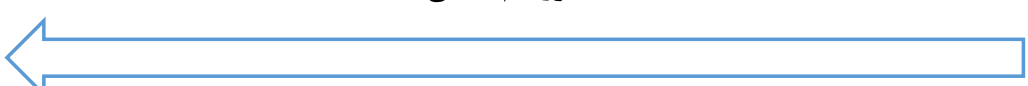



جدول ۳. تجزیه و تحلیل سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

سطح	رمزگان	دال	مدلول
سطح «واقعیت»	رمزگان «اجتماعی»	رمزگان بدنی (حالت بدنی، ظاهر، حالت چهره، نگاه، ادا و اطوار و ...)	چشم‌های بیرون زده و لب‌های نصرت، نشانه‌ی شگفت زدگی سر رو به پائین نصرت نشانه‌ی داشتن رفتاری منفی است، چشم‌های او که به جایی نامعلوم خیره است نشان از اندیشیدن او به چیزی است که بین انجام دادن و انجام ندادن آن مردد است. نگاه خیره‌ی بیش از معمول نصرت و چشم‌های کوچک شده و ابروهای در هم کشیده‌ی او نیز نشان از همین رفتار توییخی
		رمزگان کالا(مد، لباس، ماشین و ...)	لباس‌های رسمی
		رمزگان زبان گفتاری (لحن و بلندی و طنین صدا)	صدای متوسط پایین، رو به بم و بریده بریده هوشنگ نشانه ملال از گم شدن کیف پول صدای بلند، زیر و قاطع نصرت خشم او از سر به هوایی هوشنگ
سطح «بازنمایی»	رمزگان «فنی»	رمزگان رفتاری (آداب و رسوم، تشریفات، ایفای نقش و بازی ها)	چرخاندن بدن به سمتی دیگر برای مخفی کردن چیزی از کسی و سراسیمه به این سو و آن سو چرخیدن نشانه گم کردن چیزی
		اندازه نما	اندازه کلوزآپ در نماهای برای محور توجه مخاطب قرار گرفتن نمای مدیوم شات نشانگر روابط شخصیت‌ها / نمای مدیوم کلوزآپ تلاشی برای انتقال بهتر احساسات درونی شخصیت
		زاویه دوربین	زاویه همتراز نماهای گوناگون ایجاد احساس یکسان در مخاطب
		نورپردازی	ایجاد سایه در یک طرف صورت نصرت و روشنتر بودن سوی دیگر صورتش، نشانه‌ی احساسات متناقض درون اوست.
		موسیقی و صدا	موسیقی زمینه، نشان از وقوع اتفاقی مهم و کشف چیزی نادر

«ایدئولوژی» سطح	«ایدئولوژیک» رنگان	ایدئولوژی دینی آموزه‌های دین نجات بخش انسان از سقوط به کژی‌هاست. انتخاب راه درست و خیر در دوراهی‌های خیر و شر و درست و غلط، نتیجه‌ی پیروزی بخش برای انسان خواهد داشت
ابعاد دین داری	بُعدِ عملی، آئینی یا شعائری (مناسکی)	بُعدِ اخلاقی و حقوقی (استنتاجی یا پیامدی) در دست کجی نکردن
	بُعدِ تجربی و احساسی	بُعدِ اعتقادی و فلسفی (ایدئولوژیک) در القاء پیام دینی که هرکس تقوا پیشه کند خداوند راه گشایش از گرفتاری‌ها برای او قرار می‌دهد.
	بُعدِ روایی و اسطوره‌ای	
	بُعدِ اعتقادی و فلسفی (ایدئولوژیک)	
	بُعدِ اخلاقی و حقوقی (استنتاجی یا پیامدی)	
	بُعدِ اجتماعی و نهادی	

در کنار هم قرار گرفتن نشانه‌های معناآفرین گوناگون در این سکانس، تداعی گر معنایی دینی است. این سکانس این پیام را به ذهن مخاطب القاء می‌کند که انتخاب راه درست و خیر در دوراهی‌های خیر و شر و درست و غلط، نتیجه‌ی پیروزی بخش برای انسان خواهد داشت. در آموزه‌های دینی تقوی پیشه کردن و خودداری از گناه بسیار مورد تأکید قرار گرفته و پاداش آن را گشایش راه و رسیدن رزق از جایی که حتی انسان فکر آن را هم نمی‌کند قرار داده شده است.

#### جدول ۴. محور هم‌نشینی و جانشینی سکانس دست کجی نکردن و گشایش در کار نصرت

محور هم‌نشینی			
			
نصرت در محوطه‌ی قالیشویی متوجه چیزی می‌شود.	نصرت در محوطه‌ی قالیشویی یک کیف پول که صاحبش مشخص نیست پیدا می‌کند.	نصرت که به شدت نیازمند پول است ابتدا پول‌های کیف را بر می‌شمارد و می‌شمارد	محور جانشینی
			

محور هم‌نشینی

			
<p>می توانست اینگونه باشد که نصرت حتی داخل کیف را هم نگاه نکند و پولی از داخل آن بردارد.</p>	<p>می توانست اینگونه باشد که کیف پولی بدون صاحب رها نشده باشد.</p>	<p>می توانست اینگونه باشد که نصرت دی محوطه‌ی قالیشویی نظرش به چیزی جلب نشود.</p>	
<p>نصرت که از دارایی هوشنگ باخبر است از فیروز می‌خواهد تا مقداری پول از هوشنگ برایش قرض بگیرد.</p>	<p>نصرت پس از دودل بودن برای برگرداندن کیف پول به هوشنگ در نهایت تصمیم به برگرداندن می‌کند</p>	<p>هوشنگ سراسیمه وارد قالیشویی می‌شود و دنبال کیفش می‌گردد و نصرت متوجه صاحب کیف میشود</p>	ادامه محور جانشینی
			
<p>می توانست اینگونه باشد که هوشنگ پولی قرض ندهد یا اصلاً فیروز برای قرض گرفتن پول به هوشنگ نگوید.</p>	<p>می توانست اینگونه باشد که نصرت کیف پول را از هوشنگ مخفی کند و پول‌هایی که نیاز دارد را بردارد.</p>	<p>می توانست اینگونه باشد که هوشنگ برای یافتن کیفش اصلاً به قالیشویی برنگردد.</p>	

از این گونه سکانس که پایان خوش آن، نوید پاداشِ آخرتی، برای عاملان دستورات دینی دارد، می‌توان به سکانس «سُر خوردن دیگ نذری و نجات پوریا» که در آن، همزمانی فریاد «یا بالفضل» با رفع خطر، تداعی گر پیامی دینی از بعد اسطوره‌ای آن است که توسل به بزرگان دینی و وسیله قرار دادن آن‌ها برای ارتباط و درخواست از خدا را مؤثر در دفع خطراتی که انسان‌ها ناتوان از دفع آن بلایا هستند، اشاره کرد. همچنین سکانس «بهبود یافتن پوریا و عدم نیاز به عمل جراحی» که در آن عفت مادر پوریا در حال عبادت در محراب نمازخانه بیمارستان به تصویر کشیده شده است و خواهر پوریا برای بهبودی او روزه گرفته است تا عاقبت کار کسانی که بر خداوند توکل کرده و به او متوسل می‌شوند، رفع مشکلات نشان داده شود، کما اینکه در متون دینی، به توسل و توکل به خداوند و اعتقاد به نیروهای ماوراءالطبیعی تأکید شده است و

نذر به درگاه او و روزه گرفتن برای ادای نذر را نیز مؤثر عنوان می‌کند که بُعدی اعتقادی و مناسکی از دین مورد تاکید قرار گرفته است.

### سکانس اعتراف فیروز درباره قالیشویی

تنگدستی نصرت و هر بار طعنه زدن‌های او برای تقسیم سهم الارث همسرش از قالیشویی، فیروز را به فکر فرو می‌برد. او مدعی است سال‌ها قبل سهم الارث خواهرش از قالیشویی را داده و دیگر نیازی به این کار نیست اما هر زمان صحبت از آن می‌شود به فکر فرو می‌رود و هر بار که قصد دارد اصل ماجرای قالیشویی پدری را برای خواهر و برادرش بگوید مشکلی پیش می‌آید و ماجرا ناتمام می‌ماند. عفت همسرش نیز با دیدن تنگدستی برادرش نصرت به فیروز گله می‌کند. این همه باعث می‌شود تا فیروز هر بار به فکر فرو رود اما کاری از دستش بر نیاید.



تصویر ۱. سکانس اعتراف فیروز درباره قالیشویی

فیروز که به شدت زیر فشار انتقاد دیگران برای نفروختن قالیشویی و تقسیم سهم الارث است برای خلوت کردن با خود به محوطه‌ی قالیشویی می‌آید تا زیر آسمان بنشیند. او قالیچه‌ای پهن می‌کند و کفش‌هایش را از پا در می‌آورد. نمای کلوزآپ کفش‌ها را مرکز توجه مخاطب قرار می‌دهد. درآوردن کفش‌ها نشانه دل‌کندن از مال دنیا و یا نوعی توبه و بازگشت است از کاری که عامل کجروی و سقوط انسان از بلندی مکارم اخلاق است.



تصویر ۲. سکانس اعتراف فیروز درباره قالیشویی

در نمای دیگری، فیروز در کنار آتشی که خود افروخته است نمایش داده می‌شود. نمای همسطح تلاش می‌کند مخاطب را با احساسی برابر با شخصیت رو به رو کند. نمای مدیوم کلوزآپ نیز تلاشی برای نمایش بهتر احساسات درونی فیروز است. فیروز در این صحنه به آتشی که خود برافروخته خیره شده و مشغول تفکر است که نشانه اعمال خود اوست.



تصویر ۳. سکانس اعتراف فیروز درباره قالیشویی

در ادامه و در قسمت پایانی این سریال، فیروز که با حاج آقا مشغول آماده سازی مسجد برای ماه رمضان است، فضا را فراهم می‌بیند و راز قالیشویی و نفروختن آن را برای حاج آقا فاش می‌کند. بهروز می‌گوید این قالیشویی برای پدرش و شریک او بوده است که برای مخارج جراحی پدرش آن را می‌فروشد و صاحب قالیشویی انتقال سند را به زمانی دیگر موکول می‌کند و او دیگر در این دنیا نیست و این ملک در دست او به امانت بوده است و زمان آن فرا رسیده است. فیروز در این نما با سر افتاده به یک طرف، شانه‌های افتاده، ابروهای در هم کشیده و لب‌های باز است

که نشان از ملال و اندوه اوست. صدای متوسط پایین، رو به بم و بریده بریده‌ی او نیز بر این احوال او صحنه می‌گذارد. حضور روحانی مسجد در زمینه‌ی تصویر و پشت سر او نیز نشانه حمایت اعتقادی و دستوری از فیروز است و نشان دهنده‌ی جایگاه مرجع پاسخگویی احکام و اعتقادات جامعه است. نمای متوسط نیز این رابطه‌ی فیروز و حاج آقا را به تصویر می‌کشد.



تصویر ۴. سکانس اعتراف فیروز درباره قالیشویی

نمای نهایی این سکانس فیروز را در حالی به تصویر می‌کشد که پس از گفتن واقعیتی که در دل داشته، کنار حوض مسجد می‌نشیند و با آب حوض روی خود را می‌شوید. در این نما آب که در فرهنگ دینی یک پاک کننده محسوب می‌شود نشانه‌ی پاک شدن بار اعمال فیروز است و دست روحانی که روی شانه‌ی اوست نشانه‌ی حضور حمایتی روحانیت است. نمای متوسط در این صحنه تلاشی برای نشان دادن محیط اطراف نیز هست تا حوض آب و تصویر فیروز که در آن نقش بسته است را نمایش دهد که نمایش فیروز در آب نشانه پاکسازی فیروز است. در کنار هم قرار گرفتن این نماها القاء کننده‌ی پیام‌هایی از ابعاد اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی دینداری است که اهمیت امانت داری و جایگاه اجتماعی روحانیت را به ذهن مخاطب تداعی می‌کند.

از اینگونه سکانس که در آن نیازمندی انسان به بارگاه پروردگار به تصویر کشیده شده است می‌توان سکانس‌های دعا خواندن سر سفره قبل از شروع به خوردن غذا را مورد توجه قرار داد که در آن، زاویه‌ی دید چشم پرنده، کوچکی سوژه‌ها در برابر پروردگاری که مورد درخواست و نیازمندی آنان است را به تصویر کشده است. سوژه‌ها در این سکانس با کف دست باز، اظهار تسلیم، صداقت و سلطه‌پذیری شان نسبت به پروردگار قادر و توانا را بروز می‌دهند. چهره‌ی دعا کنندگان سراسر ملال و نیاز را به تصویر می‌کشد. گفتار ملال انگیز و محبت آمیز دعا کننده

و آمین گویان نیز بر آن صحنه می‌گذارد. سفره‌ی ساده و بدون تشریفاتی که بر زمین پهن شده و افرادی که در فاصله‌ی حریم صمیمی در کنار هم نشسته‌اند، صفا و صمیمیت این نوع زندگانی و افراد معتقد به دین و دستورات آن را به نمایش می‌کشد. در این نما بعد اعتقادی-ایدئولوژیکی دین و بعد مناسکی-آئینی دین مورد توجه قرار گرفته است.

### سکانس سقوط نصرت از نردبان

نصرت، فیروز و بهروز برای پس گرفتن فرش‌هایی که به یک تازه داماد امانت داده‌اند، به محل برگزاری مراسم جشن عروسی داماد می‌آیند اما اوضاع نا به سامان مراسم جشن باعث می‌شود آن‌ها نیز در پیشرفت امور عروسی به داماد کمک کنند. نصرت طبق معمول با ادعای بلد بودن انجام امور، مدعی انجام چراغانی مجلس است. او با کمک بهروز برای وصل کردن چراغ‌های رنگی جشن اقدام می‌کند و موفق می‌شود چراغ‌ها را به صورت صحیح وصل کند و همانطور که وعده داده بود، مجلس را چراغانی کند.



تصویر ۸. سکانس سقوط نصرت از نردبان

نصرت پس از موفقیت در وصل کردن چراغ‌ها با افتخار با اشاره‌ی دستش به چراغ‌ها، به بهروز می‌گوید: دیدی گفتم بلدم. بعد از آن دستی در جیب، و دست دیگر را به درخت تکیه داده که نشانه‌ی مالکیت است و نگاه یک بری، ابروهای افتاده و گوشه‌ی لب پایین افتاده که نشانه‌ی رفتاری انتقاد آمیز و متکبرانه است، با تکبر فیروز را نگاه می‌کند. آویزان بودن ابزار برقکاری از لباس نصرت نشانه‌ی فنی بودن شخصیت است. صدای معمولی، بم، خیزان رو به بالا و قاطع تداعی گر سخن گفتن متکبرانه است. نمای مدیوم شات ژست‌ها و حالات نصرت را بهتر به

مخاطب منتقل می‌کند و نما از پایین نصرت را در موضع اقتدار نشان می‌دهد.



تصویر ۹. سکانس سقوط نصرت از نردبان

در نمای بعد، ناگهان چراغ‌ها یک به یک منهدم می‌شوند و نصرت را به وا همه می‌اندازد. زاویه‌ی دوربین تغییر کرده و همسطح می‌شود تا احساسی یکسان به مخاطب منتقل کند. دهان باز، دست‌هایی که به نشانه‌ی هیجان به نحوی نا منظم بالا آمده و به نشانه‌ی ترس و دفاع از خود جلوی صورت گرفته شده موضع ضعف نصرت را نمایش می‌دهد. صدای فریاد نصرت نیز بیانگر همین حالت اوست.



تصویر ۱۰. سکانس سقوط نصرت از نردبان

ادامه‌ی انفجار چراغ‌ها باعث رها شدن یکی از سری چراغ‌ها شده و بر زمین افتادن سری چراغ کنار پای بهروز باعث بر هم خوردن تعادل بهروز می‌شود. بهروز که پایه‌ی نردبان را نگه داشته پس از ترس و بر هم خوردن تعادلش نردبان را رها می‌کند. صدای فریاد نصرت و نمای خیلی دور دستپاچگی بهروز و بدبختی نصرت را به نمایش می‌گذارد.



تصویر ۱۱. سکانس سقوط نصرت از نردبان

رها شدن نردبان باعث می‌شود نصرت به سمت پنجره پرتاب شود و از پنجره وارد اتاق عقد شده و با صورت به سمت زمین بیاید و در کیک جشن فرود آید. نمای نزدیک متوسط حالت و ژست او را واضح تر نشان می‌دهد. با صورت روی زمین آمدن نشانه‌ی شکست و حقارت پس از آن و بینی به خاک مالیده شدن است.

از این نوع سکانس که پایان تلخ آن، القاء کننده‌ی پیامی دینی برای مخاطب است، می‌توان به سکانس بیمار شدن پوریا به علت پُرخوری در خانه‌ی نصرت اشاره کرد که در آن فیروز قبل از آمدن به مهمانی برای جبران رفتار نصرت، دستور می‌دهد همه باید تا جایی که توان دارند غذا و تنقلات بخورند. دهان گشوده و بیرون ماندن مقداری غذا از دهان او، افراط در رفتار و ناتوان ماندن از انجام خواسته‌ی فیروز را نشان می‌دهد و حال وخیم پوریا مهمانی را بر هم می‌زند و همه برای رساندن او به بیمارستان از خانه خارج می‌شوند. حرکت افتان و خیزان و سراسیمه‌ی فیروز نشانه‌ی استیصال و درماندگی اوست. صدای بلند و با سر و صدا و نا منظم فیروز و دیگران، بر هم خوردن شرایط و واژگونی اوضاع را در ذهن مخاطب تقویت می‌کند. این سکانس القاء کننده‌ی بعد اخلاقی و پیامدی دین در اهمیت رواداری و تقبیح نیت شر برای دیگران داشتن است. این سکانس القاء کننده‌ی نتیجه‌ی شوم نیت بد داشتن برای دیگران است.

همچنین در سکانس سوءظن نصرت نسبت به رابطه‌ی بهروز و عالیه که نصرت متوجه همراهی بهروز و عالیه می‌شود و با نگاه شکاکانه آنها را تعقیب می‌کند. سایه‌ی روی صورت او نشان از درونیات متناقض اوست. در این هنگام پای نصرت به سنگی که سر راه اوست گیر می‌کند و باعث سقوط نصرت می‌شود. نصرت که در ذهن خود بهروز و عالیه را مورد اتهام قرار داده است و قصد دارد دست آنها را رو کند، در راه پایش به سنگ گیر می‌کند که نشانه‌ی

گرفتاری است و سرنگون شدنش نیز نشانه‌ی سقوط از بلندای اخلاق است. صدای بلند و زیر نصرت تداعی گر نوعی فریاد هنگام سقوط است. نمای کلوزآپ از سنگ و پای گیرافتاده‌ی نصرت، نتیجه‌ی این عمل ناشایست نصرت را مرکز توجه قرار می‌دهد. که نشانه‌های معنا آفرین در این سکانس تلاشی برای القاء پیامی دینی است که عاقبت کارهایی که مورد تأیید آموزه‌های دینی نیست عاقبتی شوم و ناگوار ب همراه خواهد داشت. در متون دینی، سوءظن داشتن و اتهام زدن به دیگران بسیار مورد مذمت قرار گرفته است.

از دیگر سکانس‌هایی که با پایانی تلخ همراه است سکانس اتهام دزدی بهروز و فیروز است که در آن، خانم چشمه به محض دیدن فیروز و بهروز که متهم به سرقت بودند، با سری رو به پائین که نشانه‌ی رفتار منفی و داوری کردن است، عنوان می‌کند: از قیافه‌های شرورتان پیدا است که دزد هستید. بعد از آن، خانم چشمه که متوجه می‌شود همسرش سارق منزل برادرش بوده، تا با فیروز و بهروز مواجه می‌شود از نگاه کردن پرهیز می‌کند و با سری پائین افتاده از شرمساری و پشیمانی از برابر فیروز عبور می‌کند. اگرچه هیچ گفت و گویی بین آن رو انجام نمی‌شود اما مخاطب که از ماجرا آگاه است از نگاه توییخی و از بالای عینک فیروز و پرهیز نگاه چشمه و سر پایین انداختن ش به پیام این رفتار پی می‌برد. زنجیره‌ای از نماها در این سکانس پیامی دینی در ذهن مخاطب تداعی می‌کند. این سکانس با تقابل ظاهر ژولیده‌ی بهروز و فیروز و ظاهر موجه همسر خانم چشمه تداعی گر تقبیح قضاوت از روی ظاهر افراد است. همچنین شرمندگی‌ای که در نهایت برای خانم چشمه ماند مذموم بودنِ تهمت زدن به دیگران را القاء می‌کند. دیگر اینکه در آموزه‌های دینی توصیه شده است که انسان‌ها کاری نکنند که مجبور باشند بابت خطاکاری شان از دیگران عذر خواهی کنند.

همچنین در سکانس گرو گذاشتن تابلو فرش مسجد، فیروز که متوجه می‌شود نصرت در ازای گرو گذاشتن تابلو فرش امانت مسجد برای او پول تهیه کند، از این کار او عصبانی شده و فریاد می‌زند و از او سوال می‌کند که حتی اگر او آنقدر مشکل داشته آیا نصرت باید چنین کاری می‌کرده؟ که در راستای القاء تقبیح عمل غیر اخلاقی خیانت در امانت و اهمیت احکام وقف مورد استفاده قرار گرفته است.

از جمله آموزه‌های دینی دیگری که این پژوهش به آن توجه کرده است، تیتراژ این سریال است و سکانسی که در آن به آموزه‌ای دینی اشاره شده است.

## تیتراژ آغازین سریال دودکش ۱

تیتراژ آغازین سریال دودکش ۱ با تصویری از دست کارگردان سریال که در حال نوشتن یک متن است شروع می‌شود. این متن همان ابتدا رویکرد کارگردان در نگاه به زندگی را به نحوی صریح به مخاطب منتقل می‌کند. کارگردان در ابتدای تیتراژ می‌نویسد: «این که باید به فردا فکر کرد، درست... ولی بماند... این که چرا وقتی از فردامون خبر نداریم هی حرص مال دنیا رو می‌زنیم، البته بعضیامون... بماند... این که زندگی قشنگه و خدایی که همه قبولش داریم این همه نعمت داده تا روزگاری رو که روی زمینیم سخت نگذره... بماند... اینکه خیلیامون سفرمون پر از برکته، برا همین با اسمش شروع می‌کنیم و با شکرش تموم... بماند... ولی خودمونیم، زندگی برا بعضیا سخته. راه دور نریم، بعضیای دور و برمون رو می‌گم، اونایی که تنبلن و چشمشون به دست این و اون و بدون حرکت برکت می‌خوان... بماند... اونایی رو می‌گم که زورشون رو برای نون حلال می‌زنن، ولی زورشون خیلی به زور نمونه نمی‌چربه، من و تو می‌دونیم همه از خاکیم... خاک سرزمینمونم پر از مهر ... پس بماند... اگه بدونیم یه جایی یه کسی، یه دردی داره، هممون یا علی رو از بچگی یاد گرفتیم... اونم مدد می‌کنه... پس بماند... سفرتون پر برکت، فقط یه «آمین» ازتون می‌خوام که هیچ سفرهای بی‌نعمت نمونه... حالا با یا علی تو... یا، یا علی من... یا علی...»

### سکانس مشخص شدن نحوه دریافت قرض و بدهی نصرت

فیروز در مورد میزان بدهی و نحوه بازپرداختش نصرت را مورد بازخواست قرار می‌دهد. نصرت با سری رو به پایین که نشانه‌ی شرمساری و پرهیز از نگاه کردن که نشانه‌ی کتمان کردن چیزی است می‌گوید مقدار زیادی نیست و فقط ماهانه چیزی به آن اضافه می‌شود. فیروز پس از شنیدن نحوه بازپرداخت بدهی نصرت متوجه می‌شود نوع معامله‌ی او با طلبکارانش از نوع نزول است. او در این هنگام با سینه‌ی جلو آمده، ابروهای گره خورده، نگاه توییخی و صدای بلند، زیر، تند و قاطع و خیزان می‌گوید: نزول گرفتی؟ این نشانه‌ها در رفتار فیروز نشانه‌ی قبیح بودن کاری که نصرت مرتکب شده است. در آموزه‌های دینی، دریافت و پرداخت ربا و نزول به شدت مورد مذمت واقع شده است و حتی معادل جنگ با خداوند عنوان شده است.

همانطور که از سه سکانس نمونه تحلیل مشخص است، سکانس‌های حاوی پیام‌های دینی را می‌شود در چهار نوع در نظر گرفت: سکانس‌هایی که پایان خوش آن رهنمون پیام دینی است، سکانس‌هایی که پایان تلخ آن القاء کننده پیامی دینی است، سکانس‌هایی که مراجعه به دین و

امور دینی و پناه به دین را امری دینی نشان می‌دهد و سکانس‌هایی که به نحوی مستقیم توصیه یا نهی آن امری دینی را به ذهن مخاطب متبادر می‌کند.

## بحث و نتیجه گیری

افراد زمانی به عنوان یک سوژه‌ی ایدئولوژی شکل می‌یابند که وقتی از سوی ایدئولوژی مورد خطاب و پاسخ خواهی (استیضاح) قرار می‌گیرند، خود را نسبت به آن باز می‌شناسند. این پاسخ خواهی و بازشناسی، سوژه را در رابطه‌ای اجتماعی قرار می‌دهد. اینچنین ایدئولوژی به شکلی ضمنی و ناآشکار، در ساختارها، کنش‌ها و تصورات سوژه حیات می‌یابد، درونی می‌شود، و بخشی از ناخود آگاه سوژه می‌شود. تجارب مشترک افراد در جامعه و اینکه فکر می‌کنند چه کسی هستند در شکل‌گیری این سوژه مؤثر است. هنجارهایی که ایدئولوژی دیکته می‌کند، شکل دهنده به درک افراد از جهان و ایماژی که از هویت خود و رابطه شان با دیگر افراد در جامعه است را تعیین می‌کنند. این ایدئولوژی فقط نظامی از ایده‌ها نیست بلکه واجد هستی‌ای مادی است که به رفتار سوژه‌ها شکل می‌دهد. در واقع ایدئولوژی، خود ایده‌ها و باورها نیست، بلکه کردارها و رفتارهایی است که سوژه‌ها در آن‌ها جامعه پذیر می‌شوند. ایدئولوژی فضایی است که محیط نشانه‌ها و کنش‌های اجتماعی سوژه‌ها را به ساختار اجتماعی مرتبط می‌سازد.

دستگاه‌های ایدئولوژیک با بهره‌گیری از ایدئولوژی که مجموعه‌ای از ایماژها، نمادها و چارچوب‌های مفهومی است که وظیفه‌ی سوژه‌سازی را بر عهده دارد و همچون ضمیر ناخودآگاه، ابدی و بدون تاریخ است، بواسطه‌ی شیوه‌ها و ساختارهای نهادی مختلف، ارزش‌ها، معانی و منطق نظام مسلط را بازتولید می‌کنند. این دستگاه‌های ایدئولوژیک درجه‌ی درستی از اطاعت و سرنوشت‌گرایی را در ما تقویت می‌کنند و ما را برای نظم مسلط مفید می‌سازند. این کار با پاسخ خواهی از مخاطب و مورد خطاب قرار دادنش به عنوان یک سوژه انجام می‌شود.

دین، هم به عنوان یک سری آموزه‌های شناختی و گزاره‌های فکری، می‌تواند همچون ایدئولوژی عمل کند، و هم به عنوان آموزه‌هایی معرفتی-عملی و نقشه‌ی راهی برای زندگی افراد، می‌تواند مانند ایدئولوژی رابطه‌ی افراد با جایگاه واقعی آن‌ها را تعیین کند، و آن‌گونه باور به گزاره‌های معرفتی دین، عمل به مناسک دینی افراد را باعث شود. آن‌گونه که گفته شد، ایدئولوژی بسیار زیرکانه‌تر، فراگیرتر و ناخودآگاه‌تر از مجموعه‌ای از آموزه‌های آشکار است. اگرچه سریال‌های تلویزیونی برای مخاطب عام و جمعیت گسترده‌ی طبقه‌ی متوسط و پائین جامعه‌ی

ایران تولید شده است و پیام‌های دینی آن، عموماً آموزه‌هایی آشکار برای مخاطب است اما نگاه نشانه شناختی به پیام‌های مذکور نشان داد همنشینی نشانه‌های کلامی گفتگو‌ها، که آشکارا آموزه‌هایی دینی است با نشانه‌های رمزگان اجتماعی همچون زبان بدن و رمزهای گفتاری، و رمزگان فنی همچون زاویه دوربین و اندازه‌ی قاب و ... در گنجاندن پیام‌های ایدئولوژیک و تأثیری ناخودآگاهانه از این پیام‌ها بر ذهنیت مخاطب مؤثر است.

رسانه‌ی جمعی تلویزیون از بزرگ‌ترین دستگاه‌های ایدئولوژیک است که با فراخواندن و پاسخ‌خواهی (استیضاح) سوژه‌ها، آن‌ها را در رابطه‌ی اجتماعی که بازتولیدکننده‌ی ساختارهای آن است، قرار می‌دهد. سوژه با همذات‌پنداری با شخصیت‌های سریال‌های عامه‌پسند، به تصویری یکپارچه و رضایتبخش همچون تصویر آینه‌ای از خود دست می‌یابد. سوژه با این خود خیالی این همانی کرده و با وضعیتی آرمانی از خود رو به رو می‌شود. تأثیر ایدئولوژی بر سوژه، ارائه‌ی یک خود بی‌نقص و کامل است، همان تأثیری که این همانی کردن با شخصیت‌های سریال‌ها بر ذهن سوژه می‌گذارد. به تصویر کشیدن دین‌داری در بستر زندگی روزمره‌ی شخصیت‌هایی که مخاطب با آن‌ها همذات‌پنداری می‌کند، باعث می‌شود مخاطب با تصویری آینه‌ای، یکپارچه و ایده‌آل از خود مواجه شود. مخاطب که در زندگی روزمره‌اش، شاهد مواجهه‌ی خود، اطرافیان، و دیگران با همین موقعیت‌ها است، و با واکنش‌هایی رو به رو می‌شود که همیشه مانند واکنش‌های شخصیت‌های داستان‌های سریال‌های عامه‌پسند نیست، با نوعی تناقض و دوگانگی رو به رو می‌شود.

موقعیت‌های دینداری ارائه شده در سریال مورد واکاوری در این پژوهش در پنج گروه کلی قابل دسته‌بندی است. ۱- سکانس‌هایی مانند سقوط نصرت از نردبان که با پایان تلخ همراه است، ساختاری یکسان دارد که در آن عملی که در آموزه‌ها و دستورات دینی، و یا از سوی نخبگان دینی تقبیح شده است، با عاقبتی شوم و ناخوش‌آیند برای شخصیت داستان رقم می‌خورد. در همه‌ی این سکانس‌ها، نتیجه‌ی عمل شخصیت، ناخوش‌آیند و شوم رقم می‌خورد که به نحوی تلویحی، نهی از عملی غیر دینی یا توصیه به عملی دینی را به اذهان متبادر می‌کند. این نوع سکانس‌ها بیشتر بُعد اخلاقی و ایدئولوژیکی دین را مورد توجه قرار می‌دهد. ۲- در بعضی سکانس‌ها همچون سکانس دعا خواندن کنار سفره یا اعتراف فیروز به خطا در مسجد و برای یک مبلغ دینی، پناه آوردن به خدا، دین یا شخصیت‌های دینی، همچون امری ذاتی، طبیعی، عام و بی‌زمان جلوه می‌کند. در این گونه سکانس‌ها به ابعاد مناسکی، ایدئولوژیکی و اجتماعی دین

اشاره شده است. ۳- در سکانس‌های ربا بودنِ قرضِ نصرت و تیتراژ آغازین سریال، پیام‌هایی دینی به صورت مستقیم به مخاطب ارائه شده است. از این نوع، پیام‌های دینی که در گفت‌وگوی شخصیت‌ها وجود دارد، از جمله: سوگند‌ها، سلام و خداحافظ‌ها، یا الله گفتن هنگام ورود، توسل و توکل‌ها، عبادت‌ها، کمک به نیازمند و ... در این گونه از پیام‌های دینی توجه بر ابعادِ مناسکی، احکامی، اعتقادی، اخلاقی و ایدئولوژیک دین دیده می‌شود. ۴- در سکانس‌هایی مانند سکانس دزدی نکردن نصرت و گشایش در کارش نیز اعمال و افکاری که مورد تأیید و تأکید آموزه‌ها و دستورات دینی است و یا توصیه شده از سوی نخبگان دینی است، با عاقبتی مثبت و خوش‌آیند برای شخصیت‌های داستان همراه است. خوش‌آیند بودن نتیجه‌ی عمل شخصیت‌ها در پایان این سکانس‌ها تأیید عملی دینی و به نحوی تلویحی، نهی عملی غیردینی است که این سکانس‌ها نیز به ابعادِ اخلاقی و ایدئولوژیکی دین توجه دارد. ۵- ارائه پیام‌هایی یا با محوریت حضور روحانیت و یا در مکان یا موقعیتی دینی که بر بُعد اجتماعی دین تأکید دارد.

این نحوه از بازنمایی موقعیت‌های دینداری که برای شخصیت‌های گوناگون سریال‌های عامه پسند به تصویر کشیده می‌شود، ذاتی، طبیعی، عام و بی‌زمان جلوه دادن وضعیت‌ها و معناهایی دینی است که مخاطب را با وضعیتی آرمانی و تصویری یکپارچه از خود رو به رو می‌کند. خودی خیالی، که سوژه با آن همذات‌پنداری کرده و در رابطه با جامعه، همچون تصویر آینه‌ای اش به تصویری رضایتبخش از خود دست می‌یابد. تعداد بسیار پیام‌های مستقیم اخلاقی و اعتقادی در سریال، هم از لحاظ رویکرد مستقیم گویی و دستور العملی بودن و دیکته‌گونه بودن، بر عامه پسند بودن و ایدئولوژیک بودن سریال‌های مذکور صحنه می‌گذارد و هم از این لحاظ که تولیدکنندگان این آثار، از این بستر برای ارائه‌ی آموزه‌هایی اخلاقی و اعتقادی بهره برده‌اند بر ایدئولوژیک و عامه پسند بودن سریال‌های مذکور مهر تأیید می‌زند. اینچنین، در کنار تلویزیون که از بزرگترین دستگاه‌های ایدئولوژیک حکومت‌ها به حساب می‌آید، هم سریال‌های عامه پسند و هم ژانرهای اجتماعی به ته مایه طنز، می‌توانند در حکم دستگاه ایدئولوژیک حاکمیت عمل کنند.

با توجه به اینکه در کنار پیام‌های دینی غیر مستقیم در سکانس‌های گوناگون سریال، پیام‌های دینی مستقیم و در قالب گفت‌وگوی شخصیت‌ها نیز ارائه شده بود، به نظر بهتر می‌آید برای القاء پیام مد نظر به مخاطب و تبادل مفهومی به ذهن او، به جای ارائه‌ی دستورالعمل‌های مستقیم، از سیر داستان و موقعیت‌های آن استفاده شود تا مخاطب را با شخصیت همراه کرده و به اندیشه وادارد.

## منابع

- پاینده، حسین (۱۳۹۷). *نظریه و نقد ادبی: درسنامه‌ای میان رشته‌ای (جلد دوم)*. تهران: انتشارات سمت.
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۴۰۰). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: انتشارات همشهری.
- راوودراد، اعظم (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی سینما و سینمای ایران*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- میرسندسی، محمد (۱۳۹۰). *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی دین و انواع دین داری*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- آلتوسر، لویی (۱۳۹۹). *ایدئولوژی و ساز و برگ‌های ایدئولوژیک دولت*. ترجمه روزبه صدرآرا. تهران: نشر چشمه.
- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*. ترجمه ثریا پاک نظر. تهران: انتشارات گام نو.
- پین، مایکل (۱۳۷۹). *بارت، فوکو، آلتوسر*. ترجمه پیام یزدانجو. تهران: نشر مرکز.
- ایگلتون، تری (۱۳۸۰). *پیش درآمدی بر نظریه ادبی*. ترجمه عباس مخبر. تهران: نشر مرکز.
- ایگلتون، تری (۱۳۸۱). *درآمدی بر ایدئولوژی*. ترجمه اکبر معصوم بیگی. تهران: نشر آگه.
- آسابرگر، آرتور (۱۳۷۹). *روش‌های تحلیل رسانه‌ها*. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- حبیبی، غلامحسین (۱۳۹۳). *بینش روش شناختی؛ تحقیق در علوم اجتماعی، پارادایم‌ها، روش‌ها و تکنیک‌ها*. تهران: انتشارات کتاب همه.
- چندلر، دانیل (۱۳۹۷). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه مهدی پارسا. تهران: انتشارات سوره مهر.
- آسابرگر، آرتور (۱۳۹۸). *تحلیل گفتمان کاربردی*. ترجمه حسین پاینده. تهران: مروارید.
- پاینده، حسین (۱۳۹۵). *نقد ادبی و مطالعات فرهنگی: قرائتی نقادانه از آگهی‌های تجاری در تلویزیون ایران*. تهران: انتشارات شهر.
- کیسبی، یر، الن (۱۳۸۳). *درک فیلم*. ترجمه بهمن طاهری. تهران: نشر چشمه.
- سپهری، مهدی (۱۳۹۵). *مطالعات دین شناختی از دیدگاه نینیان اسمارت و تأملی در آن از نگاه عرفانی، با رویکردی میان رشته‌ای بین کلام، دین‌شناسی و عرفان*. *فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی*، ۸ (۴)، ۲۲۵-۲۴۵.
- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۴). *مدلی برای سنجش دینداری در ایران*. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۶ (۱)، ۳۴-۶۶.
- خانیک، هادی و فرزعلیان، الهه (۱۳۹۳). *بررسی تأثیر پخش برنامه‌های دینی از تلویزیون بر میزان*

دینداری (مخاطبان با تأکید بر مناسک دینی). *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۳(۳)، ۳۸۳-۴۰۴.

راودراد، اعظم (۱۳۸۸). نقش برنامه‌های دینی و غیر دینی تلویزیون در افزایش یا کاهش دین داری. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۲(۶)، ۱۵-۴۴.

فتحی نیا، محمد و زردار، زرین (۱۳۹۲). بازنمایی اقوام ایرانی در مجموعه‌های پربیننده تلویزیونی. *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۱۴(۲۴)، ۴۱-۶۲.

فیسک، جان (۱۳۸۰). فرهنگ تلویزیون. ترجمه مزگان برومند. *مجله ارغنون*، ۱۹، ۱۲۵-۱۴۲.

مؤمن زاده، مریم (۱۳۹۷). بازنمایی مسئله‌ی اجتماعی در مستندهای تلویزیونی؛ مطالعه‌ی موردی طلاق طی سال‌های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۵. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. به‌راهنمایی مهدی منتظر قائم. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.

شهبندی، معصومه (۱۳۸۹). سریال‌های تلویزیونی غیررسمی: مردم‌نگاری تماشاگران زن جوان تحصیل کرده‌ی سریال گمشدگان زمستان ۸۸. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. تهران: دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

ششجوانی، حمیدرضا (۱۳۹۷). نشانه‌ها و نظریه‌ی نشانه‌شناسی پرس. *سایت آثار حمیدرضا ششجوانی*. مشاهده در تاریخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۵. <https://sheshjavani.ir/2018/05/28>.

Althusser, Louis (2020). *Ideology and Ideological State Apparatuses*. Translated by Rouzbeh Sadrara. Tehran: Cheshmeh Publishing. [In Persian]

Asaberger, Arthur (2000). *Methods of Media Analysis*. Translated by Parviz Ejlali. Tehran: Center for Media Studies and Research Publications. [In Persian]

Asaberger, Arthur (2019). *Applied Discourse Analysis*. Translated by Hossein Payandeh. Tehran: Morvarid. [In Persian]

Bloomsbury.

Chambers, C. M (2018). Performance, Religion and Spirituality vol. 1 no. 2, pp. 123-129

Chandler, Daniel (2018). *Basics of Semiotics*. Translated by Mehdi Parsa. Tehran: Soureh Mehr Publications. [In Persian]

Cheshire, Ellen (2004). *Understanding Film*. Translated by Bahman Taheri. Tehran: Cheshmeh Publishing. [In Persian]

Cohen, J. (2001). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters. *Mass Communication & Society*. 2001, 4(3), 245-264.

Eagleton, Terry (2001). *A Prelude to Literary Theory*. Translated by Abbas Mokhber. Tehran: Markaz Publishing. [In Persian]

Eagleton, Terry (2002). *An Introduction to Ideology*. Translated by Akbar Masoumbeigi. Tehran: Agah Publishing. [In Persian]

Fathi Nia, Mohammad & Zardar, Zarrin (2013). Representation of Iranian Ethnic Groups in Popular Television Series. *Journal of Culture and Communication Studies*, 14(24), 41-62. [In Persian]

- Fiske, John (2001). *Television Culture*. Translated by Mozghan Boroumand. *Arghonun Journal*, 19, 125-142. [In Persian]
- Habibi, Gholamhossein (2014). *Methodological Insight; Research in Social Sciences: Paradigms, Methods, and Techniques*. Tehran: Ketab-e Hameh Publications. [In Persian]
- Hjarvard, S (2008). "The mediatization of religion. A theory of the media as agents of religious change". *Northern Lights* 6(1): 9-26
- Hoffner, A. (2010). Parasocial Interaction With Liked, Neutral, and Disliked Characters on a Popular TV Series. *Mass Communication & Society*. 2010, 13, 250–269.
- Khaniki, Hadi & Farzalivan, Elaheh (2014). Investigating the Effect of Broadcasting Religious Programs on Television on the Level of Religiosity (Audiences with an Emphasis on Religious Rituals). *Iranian Journal of Social Studies and Research*, 3(3), 383-404. [In Persian]
- Laughey, D. (2007). *Key Themes in Media Theory*. New York: McGraw Hill publications.
- Mansfield, N. (2000). *Subjectivity: Theories of the self from*. New York: Allen & Unwin
- Mehdizadeh, Seyyed Mohammad (2021). *Media Theories: Common Thoughts and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri Publications. [In Persian]
- Mirsondesi, Mohammad (2011). *An Introduction to the Sociology of Religion and Types of Religiosity*. Tehran: Jamee Shenasan Publications. [In Persian]
- Mittell, J. (2004). *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York: Routledge.
- Momenzadeh, Maryam (2018). *Representation of Social Issues in Television Documentaries: A Case Study of Divorce from 2006 to 2016*. Master's Thesis. Supervised by Mehdi Montazerghaem. Tehran: University of Tehran, Faculty of Social Sciences. [In Persian]
- Payandeh, Hossein (2016). *Literary Criticism and Cultural Studies: A Critical Reading of Commercial Advertisements on Iranian Television*. Tehran: Shahr Publications. [In Persian]
- Payandeh, Hossein (2018). *Literary Theory and Criticism: An Interdisciplinary Textbook (Volume 2)*. Tehran: Samt Publications. [In Persian]
- Payne, Michael (2000). *Barthes, Foucault, Althusser*. Translated by Payam Yazdanjoo. Tehran: Markaz Publishing. [In Persian]
- Rajaei Rad, Hossein & Akbarzadeh, Rajab (2025). "Quranic Semiotics of Religious Texts (Case Study: Ziarat of Warith of Imam Hussein (AS))". *Quarterly Journal of Quran and Science*, 19(37), 41-72. <https://doi.org/10.22034/qve.2025.20626.1829> [In Persian]
- Rajaei Rad, Hossein & Kia, Ali Asghar (2024). "Subjectivation in the Realm of Religious Discourse; Semiotics of Religiosity in the Television Series 'Noon Khe 1'". *Quarterly Journal of Visual and Auditory Media*, 18(52), 147-182. <https://doi.org/10.22085/javm.2025.523062.2323> [In Persian]
- Rajaei Rad, Hossein & Kia, Ali Asghar (2025). "The Religion-Making Industry; A Semiotic Analysis of the Representation of Religiosity Dimensions in the Popular Television Series 'Paytakht 3'". *Journal of Culture-Communication Studies*, 26(71), 241-289. <https://doi.org/10.22083/jccs.2025.475874.3932> [In Persian]
- Ravradrad, Azam (2009). The Role of Religious and Non-Religious Television Programs in Increasing or Decreasing Religiosity. *Cultural Research Quarterly*, 2(6), 15-44. [In Persian]
- Ravradrad, Azam (2012). *Sociology of Cinema and Iranian Cinema*. Tehran: University of Tehran Press. [In Persian]

- Saussure, F. (2013). *Course in General Linguistics*. Translated and annotated by roy harris. New York: In Bloomsbury Academic.
- Sepahri, Mehdi (2016). Religious Studies from Ninian Smart's Perspective and a Contemplation on It from a Mystical View, with an Interdisciplinary Approach to Theology, Religious Studies and Mysticism. *Interdisciplinary Studies in the Humanities Quarterly*, 8(4), 225-245. [In Persian]
- Shahbandi, Masoumeh (2010). *Informal TV Series: An Ethnography of Educated Young Female Viewers of the Series Lost (Winter 2009)*. Master's Thesis. Tehran: IRIB University. [In Persian]
- Sheshjavani, Hamidreza (2018). Signs and Peirce's Semiotic Theory. *Hamidreza Sheshjavani's Website*. Retrieved December 16, 2022. <https://sheshjavani.ir/2018/05/28>. [In Persian]
- Shojaei Zand, Alireza (2005). A Model for Measuring Religiosity in Iran. *Iranian Journal of Sociology*, 6(1), 34-66. [In Persian]
- Strinati, Dominic (2001). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. Translated by Soraya Paknazar. Tehran: Gam-e No Publications. [In Persian]
- Vanlee, F. (2018). *Understanding Queer Normality: LGBT+ Representations in Millennial Flemish Television Fiction, Television & New Media*. Ghent University: Routledge.
- Watson, James, Hill, Anne (2012). *Dictionary of Media and Communication Studies*. London & New York: