

احساس همجواری با سریال‌های عامه‌ماهوره‌ای

دکتر علی ربیعی ، هاجر پاک کردکندی*

چکیده

در مقاله حاضر، به این موضوع پرداخته می‌شود که چطور با وجود دور بودن فضای فرهنگی سریال‌های اخیر ماهواره‌ای از جامعه ایران، مخاطبان آنها توانسته‌اند در بسیاری از موارد با این سریال‌ها ارتباط نزدیک و حس همجواری برقرار کنند. در این پژوهش، با تقسیم افراد به سه گروه شمال شهر تهران، جنوب تهران (حومه) و روستا، هفده نفر از میان جوانان استان تهران به شیوه نمونه‌گیری تدریجی انتخاب شده‌اند و مورد مصاحبه‌های گروهی متمرکز قرار گرفته‌اند. نتایج حاصل از مصاحبه نشان می‌دهد که دو گروه با عقایدی از دو قطب مخالف، رو به روی هم قرار داشتند: مصاحبه‌شوندگان گروه شهری و مصاحبه‌شوندگان گروه روستایی. گروه حومه هم تقریباً جایی در بین این دو گروه، و البته متمایل به سمت دیدگاه‌های شمال شهری‌ها، قرار گرفته بودند. مصاحبه‌شوندگان متعلق به گروه شمال شهر بیشتر بر مشابهت‌های محیطی و فرهنگی خود با مضامین این سریال‌ها تکیه داشتند و نوعی همجواری ارزشی و ظاهری با این سریال‌ها نشان می‌دادند - همجواری ملی و محلی. اما افراد متعلق به گروه روستایی بیشتر به تضاد فرهنگی و محیطی خود با این سریال‌ها اشاره می‌کردند و احساس همجواری آنها فقط به لحاظ ژانری بود.

کلید واژه‌ها: همجواری، سریال‌های عامه‌ماهوره‌ای، مطالعه مخاطبان، تفاوت و مشابهت فرهنگی

مقدمه

به تازگی در ایران، با پیدایش و گسترش شبکه‌های فارسی‌زبانی که به پخش سریال‌های دوبله شده امریکایی، کلمبیایی، کره‌ای، ترکیه‌ای و ... می‌پردازند، نگرانی مسئولان و سیاستگذاران فرهنگی افزایش یافته است. این سریال‌ها در بدو امر، ناهمخوانی بسیاری با فرایندهای جامعه‌پذیری کشور ما دارند اما علاوه بر آن، روابط متفاوت و متضاد با فرهنگ جامعه ایران و ایدئولوژی رسمی نظام سیاسی که در آنها به نمایش درآمده نیز حساسیت به پخش و دریافت این برنامه‌ها را در جامعه بالا برده است. بر اساس آمارهای موجود، حدود ۳۰ درصد از مردم مخاطب سریال‌های فارسی‌وان هستند (خبرگزاری ایرنا، ۱۳۸۹) که این عدد با توجه به ممنوعیت استفاده از ماهواره در ایران، رقم بالایی به نظر می‌رسد (کاوند، ۱۳۷۸). البته دلیل مقبولیت این شبکه و شبکه‌های مشابه این است که برنامه‌های ماهواره‌ای، به تازگی، به سمت پخش ژانر عامه اجتماعی که داستانی را در خصوص زندگی روزمره افراد یک خانواده یا یک محل روایت می‌کند، کشیده شده‌اند و در آنها برخی واقعیت‌های اجتماعی به نمایش درمی‌آید که ممکن است با زندگی برخی افراد همخوانی داشته باشد.

در جریان «سریال‌سازی» می‌توان به دو ویژگی بارز و تأثیرگذار سریال‌های عامه تلویزیونی اشاره کرد که عبارت‌اند از «ایجاد احساس صمیمیت و نزدیکی» و «استمرار» که حاکی از میزان بالای نزدیکی مخاطب و احساس همذات‌پنداری و همدردی (یا خصومت) با شخصیت‌هایی خاص است (کریبر^۱، ۲۰۰۱). طبق اظهارات یاد شده، افرادی که زمان بیشتری صرف تماشای این سریال‌ها می‌کنند، بیشتر احتمال دارد روابط محکم و پیچیده‌ای با آنها پیدا کنند. اما علاوه بر این امر، نتایج برخی پژوهش‌ها (برای مثال، ایوبوچی^۲، ۲۰۰۲؛ استروب‌هار^۳، ۲۰۰۳ و دیویس^۴، ۲۰۰۳) حاکی از آنند که از دیگر عوامل مؤثر بر تسهیل انتقال معنا و عواطف، داشتن چارچوب‌های ذهنی مشترک و مشابه با جامعه‌ای است که برنامه تلویزیونی در آن تولید شده است (لی^۵ و چیو^۶، ۲۰۰۸). بنابراین می‌توان گفت که داشتن تشابه فرهنگی بین جامعه تولیدکننده و مصرف‌کننده برنامه تلویزیونی نیز از عوامل تأثیرگذار بر ایجاد احساس نزدیکی و همجواری مخاطب

1. Creeber 2. Iwabuchi 3. Strubhhar
4. Davis 5. Lee 6. Chiou

با داستان‌ها و شخصیت‌های برنامه‌های تلویزیونی است. اما با وجود اینکه سریال‌های ماهواره‌ای اخیر از فضای فرهنگی متفاوتی وارد کشورمان می‌شوند، نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه (علی‌اصغر، ۱۳۹۰؛ خواجه‌وند احمدی، ۱۳۹۰ و کاوند، ۱۳۷۸)، نشان می‌دهند که مخاطبان ایرانی توانسته‌اند در بسیاری از موارد با این سریال‌ها ارتباط نزدیک برقرار کنند و حتی گاه با آنها همذات‌پنداری نیز داشته باشند. توجه به این مسئله که این نوع احساس همجواری و ارتباط نزدیک و صمیمی با شخصیت‌ها و داستان‌های فیلم چرا و چگونه در مخاطب ایجاد می‌شود، کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است. بنابراین هدف از پژوهش حاضر، پاسخ به این پرسش بوده است که چطور سریال‌های اخیر ماهواره‌ای توانسته‌اند با مخاطب ایرانی خود ارتباط نزدیک و حس همجواری برقرار کنند. مطالعه احساس همجواری از آن روی حایز اهمیت است که این نوع احساس همجواری و برقراری ارتباط نزدیک و صمیمی با برخی شخصیت‌ها و داستان‌های فیلم می‌تواند در چگونگی نشان دادن واکنش عاطفی به داستان فیلم و نحوه پاسخ فرد به چنین موقعیت‌هایی در زندگی واقعی تأثیرگذار باشد.

مروری بر مطالعات پیشین

در سال‌های اخیر، مطالعات بسیاری درخصوص شبکه‌های ماهواره‌ای و بخصوص سریال‌های عامه‌پسند آن در ایران صورت گرفته است. برای مثال، خواجه‌وند احمدی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «تحلیلی بر نحوه خوانش جوانان از شبکه ماهواره‌ای فارسی‌وان: سریال‌های مردم‌پسند» با تأیید امکان احساس قرابت مخاطبان با داستان و شخصیت‌های فیلم، به این نتیجه رسیده است که مخاطبان سعی دارند نگاه فرهنگ مسلط به ماهواره و ارزش‌های مورد قبول آن را تعدیل کنند. آزادی‌هایی در روابط با جنس مخالف و نحوه پوشش در مجامع غیررسمی به دست آورند و امتیازاتی از طریق لغو قوانین مربوط به نصب و مالکیت ماهواره و تعدیل قواعد و اصول مردسالارانه حاکم بر ساختار خانواده کسب کنند.

کاوند (۱۳۷۸) به طرح این موضوع می‌پردازد که مخاطبان چه نوع قرائت و خوانشی از پیام‌های ارتباطی شبکه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای دارند. این مطالعه در

پایان نشان می‌دهد که شرایط فرهنگی و هویتی مخاطبان مورد مطالعه در نحوه پذیرش و دریافت پیام‌ها بسیار مؤثر است.

کلانتری و رضایی (۱۳۹۰) نیز سعی داشته‌اند با مطالعه موردی سریال ویکتوریا به چگونگی خوانش مخاطبان از سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی‌وان پردازند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که مخاطبان با وجود خوانش فعالانه حول نقش زنانه در بسیاری از موارد توانسته‌اند با نقش زن این سریال ارتباط نزدیک برقرار سازند و حتی در برخی موارد احساس همذات‌پنداری کنند.

علی‌اصغر (۱۳۹۰) هم در پژوهشی با عنوان «تحلیل دریافت زنان تهرانی از سریال‌های فارسی‌وان» و با استفاده از روش مصاحبه عمیق به این نتیجه رسیده که متغیرهای سن، تحصیلات، اشتغال و تأهل بر نحوه مصرف و دریافت مخاطبان نقش داشته است.

همه این پژوهش‌ها با وجود تکیه بر خوانش‌های متفاوت افراد - بسته به متغیرهایی چون جنس، سن، تحصیلات و ... - به نوعی حاکی از موفقیت این سریال‌ها در برقراری ارتباط با مخاطبان و حتی گاه ایجاد حس همذات‌پنداری مخاطب با شخصیت‌ها بوده‌اند. یکی از دلایل این امر می‌تواند موفقیت متولیان در ایجاد حس همجواری با مخاطبان باشد که چگونگی این امر در هیچ یک از کارها به صورت عملی مورد بررسی قرار نگرفته است. در تمام کارهای پیشین، از پارادایم کدگذاری/ کدگشایی (هال^۱، ۱۹۸۰) استفاده شده است. اما در پژوهش حاضر سعی شده است به موضوع «همجواری فرهنگی» (استروب‌هار، ۱۹۹۱ و ۲۰۰۳) مخاطب با این سریال‌ها پرداخته شود و با وجود اعتقاد به اینکه این نظریه برگرفته از همین پارادایم است، هدف اصلی، بررسی این مطلب بوده است که چطور این سریال‌ها توانسته‌اند در مخاطبان ایجاد حس همجواری کنند.

چارچوب نظری

یکی از راه‌های پی بردن به پیچیدگی جذابیت متون فرهنگی برای مخاطبان، توجه به «همجواری فرهنگی» (استروب‌هار، ۱۹۹۱) در سطوح مختلف است. به طور کلی منظور

پژوهشگرانی که از مفهوم «همجواری» با برنامه‌های تلویزیون سخن می‌گویند، این است که پخش‌کننده برنامه و جامعه هدف، هر دو به تبادل برخی ارزش‌ها و ارجاعات فرهنگی می‌پردازند. تولیدات درام تلویزیونی می‌توانند با استفاده از برخی عناصر مانند نوع زبان، طنز و یا بازنمایی مشکلات اجتماعی یا محل وقوع ماجرا باعث تقویت هویت‌های ملی شوند (کاستلو^۱، ۲۰۱۰). در واقع همجواری فرهنگی به این معناست که مخاطبان به چه میزان معناهای نهفته در داستان سریال‌ها را از طریق سازندگان و پخش‌کنندگان دریافت می‌کنند و افراد چطور قادرند این داستان‌ها را به واقعیت جغرافیایی و اجتماعی خود ارتباط دهند. مفهوم همجواری فرهنگی با برنامه‌های تلویزیونی را برای اولین بار استروپ‌هار به کار برد. وی معتقد بود که سریال‌های عامه به طور معمول، به دنبال ایجاد نوعی همجواری هستند که خوشایند مزاج محلی مخاطبان است و افراد به این دلیل این نوع برنامه‌ها را ترجیح می‌دهند که اغلب به صورت فعال در جستجوی قرابت‌هایی در مصارف فرهنگی خود هستند (دون لیوی^۲، ۲۰۰۵). ادونل^۳ (۱۹۹۹) نیز در مدل تجزیه و تحلیل سریال‌های عامه، به ویژگی فوق‌روایی این سریال‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان این توانایی را دارند که بین روایت‌های داستانی و متن زندگی اجتماعی خود ارتباط برقرار کنند و با ساختن برخی معانی درباره واقعیت‌ها و جامعه، آنها را وارد روابط اجتماعی کنند؛ البته قابلیت فوق‌روایی سریال‌های عامه، به میزان احساس همجواری فرد با آنها بستگی دارد (به نقل از کاستلو، ۲۰۱۰). همجواری فرهنگی بیشتر بر پایه میزان تشابه زبانی است اما علاوه بر زبان، مشابهت یا همجواری‌های دیگری نیز در سطوح مختلف وجود دارد که از آن جمله می‌توان به نوع پوشش، قومیت، زبان بدن، زبان غیرکلامی و حرکات، میزان شوخ‌طبعی، اعتقاد درخصوص پویایی داستان، سنت‌های موسیقی، عناصر مذهبی و غیره اشاره کرد (استروپ‌هار، ۱۹۹۱). تریپت^۴ (۲۰۰۳) نیز معتقد است که «همجواری فرهنگی» را می‌توان از میزان همجواری‌ها به لحاظ فواصل جغرافیایی، قومی، لهجه‌ای/زبانی، مذهب، توسعه اقتصادی، سیاسی، نظام اجتماعی و عناصر دیگر دریافت (به نقل از لی و چیو، ۲۰۰۸).

1. Castello

2. Dunleavy

3. O'Donnell

4. Trepte

افراد هویت‌های فرهنگی پیچیده و چندلایه‌ای دارند که جنبه‌هایی از آن جغرافیایی یا وابسته به مکان و فضا است: محلی، فروملی، ملی، فراملی و جهانی. وجوه دیگر، به طور کامل زبانی یا فرهنگی هستند، مانند زمانی که مهاجران، کشش هویتی شدیدی به وطن یا فرهنگ خود نشان می‌دهند. جنبه دیگر می‌تواند مذهبی یا قومیتی و یا مربوط به هویت جنسیتی باشد. مانند زمانی که زنان بدون توجه به مرزهای جغرافیایی و فرهنگی، با سریال‌های درام یا ملودرام خانوادگی که به مشکلات خانوادگی مشترک اشاره دارند، همذات‌پنداری می‌کنند (لاپاستینا^۱ و استروب‌هار، ۲۰۰۵).

بنابراین ما می‌توانیم از لایه‌های متعدد همجواری سخن بگوییم. به نظر می‌رسد که اولین لایه همجواری، محلی یا ملی باشد. پربیننده‌ترین ساعات در بسیاری از کشورها به برنامه‌های تولید داخلی اختصاص دارد (استروب‌هار، ۲۰۰۳). اما گاه ممکن است بینندگان، برخی از عناصر فرهنگ ملی را که در تلویزیون پخش می‌شود، درک نکنند و یا با آن، به احساس همجواری دست نیابند. یعنی ممکن است ارزش‌های محلی شبیه به ارزش‌هایی باشد که در دیگر کشورها وجود دارد، نه ارزش‌هایی که از طریق تولیدات تلویزیونی در کشور خودشان بازنمایی می‌شود (لاپاستینا و استروب‌هار، ۲۰۰۵). طبق گفته باونانو^۲ (۲۰۰۶) هنگامی که یک نمایش تلویزیونی از فضای فرهنگی دوری به یک جای دیگر انتقال داده می‌شود، اگر برنامه‌ها و ژانرها به شیوه‌های محلی، هماهنگی، انطباق و تغییر و تعدیل یابند، تولیدات نه تنها مورد پذیرش قرار می‌گیرند بلکه افراد با آنها مأنوس می‌شوند - فرایندی که وی آن را بومی‌سازی می‌نامد (به نقل از کاستلو، ۲۰۱۰). لاپاستینا و استروب‌هار (۲۰۰۵) نشان دادند که چطور مخاطبان امریکای جنوبی بی‌هیچ مشکلی تولیدات ساخت کشورهای نزدیک خود را می‌پذیرند و یا حتی آنها را به تولیدات فرهنگی کشور خودشان ترجیح می‌دهند، در حقیقت، آنها با عناصر فرهنگی‌ای که این کشورها نشان می‌دهند، خیلی بیشتر از تولیدات فرهنگی کشور خودشان احساس همجواری و اشتراک می‌کنند.

طبق گفته ایوابوچی (۲۰۰۲) شیوه دیگری که در آن می‌توان شاهد همجواری مخاطب با متن بود، «همجواری تمنیات^۳» با مدرنیته است. در این تحلیل، تولیدات

1. Lapastina

2. Baunano

3. desired proximity

فرهنگی امریکا، چندان به بازنمایی همجواری‌ها یا شباهت‌های فرهنگی نمی‌پردازند بلکه تمینات و آرزوهای افراد را به تصویر می‌کشند. افراد برنامه‌های تلویزیونی امریکا را تماشا می‌کنند تا ببینند مدرنیته جهانی به چه شکل است (فیدرستون^۱، ۱۹۹۲، به نقل از لاپاستینا و استروب‌هار، ۲۰۰۵).

لایه دیگر همجواری، مربوط به ژانر برنامه‌های تلویزیونی است؛ یعنی برخی ژانرها خودشان می‌توانند در تسهیل ایجاد همجواری در میان فرهنگ‌های متفاوت سهیم باشند. رافائل اُبرگ^۲ (۱۹۹۵) در بحث مربوط به «همجواری ژانری» بر ساختار مشترک ملودرام که مورد علاقه فرهنگ‌های مختلف است، تأکید می‌کند. ملودرام‌ها بر اساس الگوها، فرمول‌ها و ساختارهایی شفاهی ساخته می‌شوند که می‌توانند در تمام فرهنگ‌ها مورد تبادل قرار گیرد. این ساختار مهم ملودرام در اکثر نقاط دنیا ریشه دارد و به همین دلیل، می‌تواند با فرهنگ‌های متفاوت ارتباط برقرار کند. به نظر می‌رسد که همه فرهنگ‌ها، داستان‌گویی به شیوه ملودرام را حتی قبل از آمدن تلویزیون هم تجربه کرده‌اند. در آن زمان نیز داستان کشورهای دیگر به صورت کتاب برای دیگر فرهنگ‌ها و کشورها جذاب بود. بنابراین سازگاری و مانوس شدن با شیوه جدید داستان‌گویی سریال‌های عامه‌پسند تلویزیونی در سراسر جهان آسان بوده است (به نقل از لاپاستینا و استروب‌هار، ۲۰۰۵).

روش پژوهش

همان‌طور که گفته شد، مبحث اصلی مقاله حاضر، حول این موضوع است که سریال‌های دوبله شده اخیر ماهواره‌ای، چطور توانسته‌اند در مخاطبان ایرانی خود ایجاد احساس قربت و همجواری فرهنگی کنند. اما به دلیل تعدد این سریال‌ها، سعی شده است که بنا بر نظر اکثر شرکت‌کنندگان، تنها دو سریال مورد توجه آنان انتخاب و مباحث صورت گرفته پیرامون آنها مطرح شود. یکی از این سریال‌ها، سریال کلمبیایی ویکتوریا و دیگری عشق ممنوع، تولید کشور ترکیه بود. در ابتدای کار با تجزیه و تحلیل گفتمان این سریال‌ها، مروری بر زمینه‌های عمده اجتماعی و فرهنگی بازنمایی شده در این سریال‌ها صورت گرفت و سپس به مقایسه دیدگاه‌های مخاطبان پرداخته

1. Featherstone

2. Rafael Oberg

شد. از آنجا که روش تحقیق کیفی است، پژوهشگر در پی تعمیم نتایج به دیگر افراد متعلق به گروه‌های مورد مطالعه نبوده است، اما با وجود امکان‌پذیر نبودن تعمیم‌پذیری، این تعداد افراد هم می‌توانند برآوردی در خصوص محیط اجتماعی خود به ما بدهند. برای این کار از روش بحث گروهی در میان شرکت‌کنندگان استفاده شد و با توجه به اینکه محل سکونت فرد یکی از شاخص‌های تقسیم طبقاتی و یک پیش‌زمینه هویتی مؤثر بر انتخاب یا طرد عملی خاص است (بورديو^۱، ترجمه چاووشیان، ۱۳۹۰، ص ۱۵۳) که به تبع آن، بر سبک زندگی وی - و در نتیجه میزان همجواری‌اش با شخصیت‌ها و داستان‌های فیلم - نیز مؤثر است، در ابتدا، افراد شرکت‌کننده از محیط‌های مختلف جغرافیایی با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. برای این منظور، گروه اول که نماینده محیط شهری بودند از افراد متعلق به شمال شهر تهران که به لحاظ اقتصادی در سطح بالایی قرار داشتند، انتخاب شدند و گروه دوم افراد متعلق به حومه شهر و منطقه جنوبی شهر تهران بودند (منطقه ۲۰) که پذیرای تعداد بی‌شماری از مهاجران از شهرستان‌ها و روستاهای مختلف کشور است. دسته سوم نیز روستاییانی بودند که کمتر در معرض فرهنگ شهرنشینی و سبک زندگی متفاوت آنان قرار داشتند. هر چند که این افراد دارای خصوصیات متفاوتی بودند، نمی‌توانستند نماینده‌ای کامل از جامعه باشند، اما به یقین می‌توانند برآوردی در خصوص محیط‌های اجتماعی خود به ما عرضه کنند. پیش از پرداختن به بحث گروهی، از پاسخگویان خواستیم تا به پرسشنامه‌ای پاسخ دهند که به صورت کمی، به ارزیابی میزان احساس نزدیکی آنها با جنبه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی بازنمایی شده در داستان این سریال‌ها می‌پرداخت. این پرسشنامه‌ها کمک می‌کردند تا میزان موافقت و احساس نزدیکی افراد شرکت‌کننده را با اموری همچون درونمایه داستان و شخصیت‌های آن، مضامین فرهنگی مطرح شده و دیگر موضوعات دریا بیم (جدول ۱ و ۲). این اطلاعات کمی مقدمه و آغازی برای طرح مباحث بعدی فراهم کرد تا بتوانیم با استفاده از آنها به مصاحبه گروهی با پاسخگویان در خصوص احساسات و تفکراتشان در خصوص این سریال‌های عامه‌پردازیم. ما این پرسشنامه‌های کمی را در مجموع در بین ۴۸ نفر توزیع کردیم که میانگین سنی آنان

1. Bourdieu

۲۵/۵ بود و شامل ۳۹ زن و ۶ مرد می‌شد. سپس برای مصاحبه گروهی متمرکز ۱۷ نفر از آنها مورد مصاحبه قرار گرفتند. پس از به دست آمدن اطلاعات ابتدایی در خصوص شرکت‌کنندگان مناطق مختلف، برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان از میان آنها، ساختار نمونه بر اساس اصول نظری، که به طور عمده مبتنی بر راهبرد نمونه‌گیری تدریجی است، بنا شد. در واقع، نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط بودن موردها (با تحقیق) و نه نمایا بودنشان انجام می‌گیرد (فلیک^۱، ترجمه جلیلی، ۱۳۷۸، ص ۱۴۱). به عبارت دیگر، نمونه قدم به قدم و در حین جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آنها گردآوری شده است. در همین جهت، پس از تکمیل پرسشنامه کمی از سوی افرادی از هر سه گروه، که به صورت در دسترس انتخاب شده بودند، به دنبال مواردی رفتیم که به گزینه‌ها به صورت افراطی بالا یا پایین پاسخ داده بودند. زیرا یک راه نمونه‌گیری هدفمند، گزینش عامدانه موارد افراطی یا ناپه‌نجان است تا به این ترتیب، با کمک موارد حاد، از میدان مورد مطالعه به منزله یک کل درک لازم حاصل شود (همان، ص ۱۴۳). در مصاحبه گروهی متمرکز بر وجه تعاملی داده تأکید می‌شود؛ از این رو، این روش به ذهنیت یک نفر خاص به صورت منفرد توجهی نمی‌کند و بیشتر سعی در درک مجموع ذهنیت افراد دارد. این روش در ساده‌ترین تعریف، نوعی مصاحبه با حضور گرداننده بحث است که بر اساس یک راهنمای از قبل تنظیم شده، بحث را هدایت می‌کند. این روش، مناسب‌ترین راه برای درک این مسئله است که یک جامعه در مجموع چگونه می‌اندیشد. مشخصه گروه متمرکز استفاده صریح از تعامل گروهی برای تولید داده و شناختی است که بدون تعاملی که در گروه یافت می‌شود، قابل دریافت نیست (همان، ص ۲۲۰).

چارچوب داستانی سریال‌های مورد بحث

شهرت و زبانزد شدن شبکه‌های فارسی‌زبان در مدتی کوتاه، به طور عمده به دلیل سریال‌هایی است که شنبه تا چهارشنبه به طور پیوسته در ساعات آغازین شب پخش می‌کنند. شبکه‌های ماهواره‌ای با تشخیص ذائقه ایرانیان، به طور روزافزونی به پخش فیلم‌های درام عامه پرداخته‌اند. سریال ویکتوریا (که اولین نمایش آن به سال ۸۸-۸۷

1. Flick

می‌رسد) و سریال عشق ممنوعه (سال ۸۹) دو سریال محبوب و عمده‌ای بوده‌اند که طبق اظهارات خود بینندگان، مورد توجه آنان قرار گرفته است. البته مصاحبه‌ها در زمانی صورت گرفته‌اند که هنوز درونمایه داستان آنها در خاطر مصاحبه‌شوندگان باقی مانده؛ یعنی یک سال پس از سریال ویکتوریا و در حین پخش سریال عشق ممنوع.

سریال ویکتوریا که از شبکه فارسی‌وان پخش می‌شد، شامل ۱۶۹ قسمت ۴۵ دقیقه‌ای و محصول مشترک امریکا و کلمبیا بود. در این فیلم، ویکتوریا زن ۵۰ ساله‌ای است که سه فرزند دارد و تمام روزش را صرف باغبانی، که کار مورد علاقه اوست، می‌کند و تلاش دارد یک خانه‌دار کامل باشد او در بیست و پنجمین سالگرد ازدواجش متوجه می‌شود که شوهرش ۲ سال است با زن دیگری در ارتباط است و به این ترتیب، به شدت آزرده می‌شود و گمان می‌کند که تمام زندگی‌اش زیر و رو شده است اما پس از آن تصمیم می‌گیرد زندگی مستقلی را شروع کند و کمی بعد، با پسر جوانی آشنا می‌شود. داستان این سریال درباره مسائل و مشکلات مربوط به ویکتوریا و فرزندان اوست.

داستان سریال عشق ممنوع هم، که از شبکه GEM TV ترکیه پخش می‌شود، از این قرار است که خانواده ثمر پس از مرگ پدرش، به دلیل بدهی‌های خانوایی تقریباً تمام اموالشان را از دست می‌دهند و ثمر که به همراه مادرش در تلاش برای نجات خود از فقر هستند، به خواستگاری مردی پنجاه ساله و متمول پاسخ مثبت می‌دهد. اما پس از ازدواج با او، عاشق برادرزاده جوان همسر خود می‌شود و ماجراهای این سریال حول عشق پنهان آن دو و ترس از فاش شدن این راز می‌چرخد.

تحلیل سریال‌ها نشان می‌دهد، با وجود موضوعات بسیار مختلفی که هر دوی آنها مطرح می‌کنند، می‌توان به بازنمایی برخی مضامین مشترک در این دو سریال اشاره کرد. تعدادی از چارچوب‌های اصلی داستان این سریال‌ها عبارت‌اند از:

۱. **بازنمایی روابط سیال.** یکی از درونمایه‌های اصلی مطرح در این سریال‌ها، بازنمایی تعاملات و روابط عاطفی میان دو جنس است. وجه مشخصه اکثر این روابط، نوعی سیال بودن، ناپایداری و بی‌ثباتی است.

۲. **نمایش هویت مستقل زنانه و تضاد جنسی.** برعکس تولیدات داخلی، این سریال‌ها نمایشی از زنان فعال ارائه می‌دهند و زنان بازنمایی شده در آنها شخصیت‌هایی مقتدر و

توانمند هستند که سعی دارند بر نابرابری موجود بین زنان و مردان فایق آیند (حال این نابرابری جنسی باشد یا اقتصادی).

۳. نمایش پوشش و آرایش زنان. پوشش و آرایش یکی از محورهای مهم چالش زنان با عرف رایج در جامعه است، بنابراین، در این سریال‌های مردم‌پسند هم بازنمایی صورت گرفته از نحوه پوشش و آرایش شخصیت‌ها، برخاسته از فرهنگ تولیدکننده این برنامه‌ها و در تضاد با فرهنگ و عرف رایج در جامعه کنونی ماست.

۳. بازنمایی محل زندگی، چیدمان منزل. شیوه چیدمان منزل و بازنمایی از فضای وقوع حوادث داستانی در هر دو این سریال‌ها، سبک زندگی مدرن و شهری را به تصویر کشیده است. شخصیت‌ها نیز به تفریحات و مشاغل منطبق بر همین سبک زندگی مشغول‌اند. برای تحلیل بهتر داده‌ها از دو مضمون آخر این سریال‌ها یعنی نمایش پوشش و آرایش زنان و بازنمایی محل زندگی و چیدمان منزل، با عنوان مضامین ظاهری نام برده می‌شود.

دیدگاه‌های مخاطبان

مطالعه دیدگاه‌های مخاطبان در این پژوهش شامل دو بخش است. پژوهشگر در ابتدا با در اختیار قرار دادن گزاره‌های مختلف به بررسی دیدگاه شرکت‌کنندگان در خصوص گفتمان‌های فرهنگی و اجتماعی مطرح شده در سریال‌ها پرداخته و در بخش دوم، بحث‌های گروهی را تجزیه و تحلیل کرده است. از شرکت‌کنندگان خواسته شد تا نظرهای خود را در یک مقیاس ۷ بخشی (۱= کاملاً مخالف و ۷= کاملاً موافق) علامت بزنند. در این مرحله، از گزاره‌هایی استفاده شده است که بتواند میزان همجواری فرهنگی مصاحبه‌شوندگان و میزان احساس نزدیکی آنها با داستان‌های این سریال‌ها را اندازه‌گیری کند. با این کار می‌توان تفاوت‌های موجود در بین گروه‌ها را مشاهده کرده همچنین لازم است بدانیم که آنها در هر سطح به چه میزان با این داستان‌ها احساس نزدیکی می‌کنند. در گزاره اول از مخاطبان خواسته شد تا مشخص کنند که به اعتقاد آنها، داستان و وقایع این سریال به چه میزان شبیه وقایعی است که در کشور و فرهنگ خودمان رخ می‌دهد؟ گزاره بعدی، شامل این پرسش بود که آیا مشابه این شخصیت‌ها را در همسایگی یا در اطراف خود دیده‌اند؟ و در نهایت هم پرسیده شد که آیا این

داستان‌ها به آنان کمک می‌کند که درباره مشکلات خود فکر کنند؟ در هر سه منطقه مورد نظر - بالای شهر، حومه شهر و روستا - این سؤالات پرسیده شد. این افراد از کسانی بودند که سریال‌ها را به صورت پیوسته تماشا می‌کردند. بنابراین این امکان را داشتند تا داستان این سریال‌ها را براساس زندگی و تجربه فرهنگی خودشان رمزگشایی کنند. از شرکت‌کنندگان در مصاحبه خواسته شد تا نام سریال‌های ماهواره‌ای مورد علاقه خود را بنویسند. تقریباً نیمی از آنها (۴۳ درصد) سریال عشق ممنوع و ۳۶ درصد دیگر سریال ویکتوریا را انتخاب کردند. باقی افراد نیز سریال‌های دیگری را برگزیده بودند اما به دلیل انتخاب بیشتر سریال‌های یاد شده از سوی پاسخگویان و برای ارائه بحثی مفیدتر، مباحث، محدود به همین دو سریال شده است.

جدول ۱- میزان احساس همجواری^۱ و همذات‌پنداری پاسخگویان با سریال ویکتوریا (مقیاس ۱-۷)

گزاره‌ها	شهری	حومه شهر	روستایی
داستان و وقایع این سریال بسیار شبیه چیزی است که در کشور و فرهنگ ما رخ می‌دهد (همجواری ملی)	۵/۵	۵/۲	۲/۷
شخصیت‌های این سریال‌ها شبیه همسایه‌ها یا افراد اطرافم هستند (همجواری گروهی)	۴/۵	۳/۹	۱/۸
این سریال به من کمک کرد درباره مشکلاتم فکر کنم (همجواری شخصی)	۵/۷	۴/۸	۱/۹

۱. در گزاره‌های حاضر در جدول، که برگرفته از کاستلو (۲۰۱۰) است، شدت احساس همجواری از بالا به پایین در حال افزایش است، به این معنا که برای مثال، همجواری شخصی لایه‌ای از همجواری در سطح فردی است که به نظر می‌رسد فرد در آن، بیشترین درگیری را با شخصیت‌ها و داستان سریال‌ها داشته و توانسته است با آنها همذات‌پنداری کند.

جدول ۲- میزان احساس همجواری فرهنگی و همذات‌پنداری پاسخگویان با سریال
عشق ممنوع (مقیاس ۷-۱)

گزاره‌ها	شهری	حومه شهر	روستایی
داستان و وقایع این سریال بسیار شبیه چیزی است که در کشور و فرهنگ ما رخ می‌دهد (همجواری ملی)	۶/۱	۵/۲	۳
شخصیت‌های این سریال‌ها شبیه همسایه‌ها یا افراد اطرافم هستند (همجواری گروهی)	۵/۸	۴/۵	۲/۹
این سریال به من کمک کرد درباره مشکلاتم فکر کنم (همجواری شخصی)	۶/۱	۵/۵	۲/۴

تحلیل یافته‌ها

با توجه به آرای شرکت‌کنندگان و پاسخگویی آنان به سؤالات کمی، می‌توان نتیجه‌ای کلی از میزان همجواری شرکت‌کنندگان در سطوح مختلف - ملی، گروهی و شخصی - به دست آورد. در ادامه، ابتدا با توجه به نتایج جدول، تحلیلی کلی در خصوص دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان صورت خواهد گرفت.

۱. میزان شباهت این سریال‌ها به آنچه در کشور و فرهنگ خودمان رخ می‌دهد. در مقایسه دیدگاه‌های هر سه دسته از تماشاگران مورد مطالعه در خصوص شبیه دانستن وقایع این سریال‌ها به آنچه در کشور خودمان رخ می‌دهد، تماشاگران شمال شهر بالاترین میزان و تماشاگران روستایی کمترین میزان همجواری را ابراز داشته‌اند. تماشاگران مورد مطالعه حومه - پایین شهر - هم جایی در میان این دو و البته نزدیک به نظر شمال شهرنشینان قرار گرفته‌اند؛ یعنی روستاییان برعکس ساکنان حومه و شمال شهر معتقد بوده‌اند که این سریال‌ها، از فرهنگ‌ها دور هستند در این میان، شمال شهری‌ها بیشترین میزان همجواری را با وقایع این سریال‌ها ابراز داشته‌اند.

۲. همجواری با شخصیت‌های سریال. همچنین با توجه به گزاره «همجواری با

شخصیت‌های سریال» شاهد تفاوت‌هایی در این زمینه هستیم، برای مثال، تماشاگران مورد مطالعه شمال شهری بالاترین میزان احساس همجواری را به شخصیت سریال‌ها داده‌اند. گروه حومه مورد مطالعه هم دیدگاهی بینابین داشته‌اند و گروه روستایی، کمترین میزان همجواری را در این خصوص نشان داده‌اند.

۳. میزان همذات‌پنداری تماشاگران با شخصیت‌های داستان. در خصوص اینکه آیا این سریال‌ها باعث شده از که آنها به یاد مشکلات خود بیفتند و خود را به جای آنها بگذارند یا خیر، مشاهده می‌شود که احساس نزدیکی شخصی در بین روستاییان مورد مطالعه کمترین میزان را نشان می‌دهد و به طور کلی، احساس همدردی و روابط عاطفی که ممکن است باعث برانگیخته شدن احساسات و در نتیجه امکان تغییر در رفتار آنها شود، در میان روستاییان کمتر از همه بوده و برعکس، در میان شرکت‌کنندگان متعلق به حومه چشمگیرترین میزان احساس همذات‌پنداری به چشم می‌خورد، در این میان، شرکت‌کنندگان متعلق به گروه شهرنشینان شمال شهر تهران، بیشترین میزان احساس همذات‌پنداری را با شخصیت و موقعیت‌های به وجود آمده در این سریال را داشته‌اند. اما با طرح مضامین غالب و مشترک چهارگانه در این دو سریال، به طور خاص، سعی بر ارزیابی عمیق‌تر نظرات مصاحبه‌شوندگان در خصوص این چهار مضمون و به دست آوردن اطلاعات بیشتر بوده است.

دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان حومه شهری در خصوص مضامین ظاهری

با توجه به نتایج، در گروه متعلق به حومه شهر عموماً نظر تماشاگران این سریال‌ها بیشتر به سمت نظر گروه شمال شهری متمایل است. در واقع نکته قابل توجه این است که این گروه با وجود تفاوت در بازنمود سبک زندگی - دست‌کم در سطح ظواهر - در این سریال‌ها با واقعیت زندگی خودشان بیشتر دیدگاه‌های مشابه با شرکت‌کنندگان شمال شهر داشتند تا شرکت‌کنندگان روستایی. این امر در هر سه سطح - مشابهت با فرهنگ ملی، فرهنگ گروهی و اطرافیان خود و در نهایت با خودشان - خود را نشان داده است. از نظر مصاحبه‌شوندگان این گروه، نمودهای ظاهری این سریال‌ها و شخصیت‌های آنها - مانند نمایش پوشش و آرایش زنان، مدل خودروها، شیوه چیدمان و ... - بیشتر شبیه به سبک زندگی ثروتمندان و به اصطلاح خودشان، بالاشهری‌های

تهران است تا خود آنها اما با این حال، این سریال‌ها توانسته بودند باعث به وجود آمدن حس همجواری و همذات‌پنداری در آنها شوند. همین تناقض باعث شد تا با استفاده از مصاحبه گروهی، کنکاش و جستجوی بیشتری در خصوص این امر در میان شرکت‌کنندگان طبقه حومه صورت بگیرد. پس از مصاحبه و تجزیه و تحلیل اظهارات آنها می‌توان نتیجه گرفت واقعیتی که این گروه از شرکت‌کنندگان با آن احساس نزدیکی و همذات‌پنداری می‌کنند، نوعی «واقعیت روان‌شناختی» (انگ^۱، ۱۹۸۵) است، این امر به مخاطبان اجازه می‌دهد که به جای پرداختن به معانی و مصادیق صریح، سطحی و ظاهری یک روایت، به معنای ضمنی، عمیق‌تر و عام «روان‌شناختی»، حالت‌های عاطفی و موقعیت‌های اجتماعی آشنا توجه کنند (اسکوس^۲، ۲۰۰۲). در اینجا نیز سریال‌های ویکتوریا و عشق ممنوع به زندگی روزمره، مشاجرات و روابط پنهانی زنان و مردان، شادی‌ها و ناراحتی‌هایشان می‌پردازند. در واقع گرچه، سبک زندگی بازنمایی شده در این فیلم‌ها به لحاظ ظاهری، مانند شیوه چیدمان و ماشین‌های گران‌قیمت و ... برای پاسخگویان این گروه ایجاد حس نزدیکی نمی‌کرده، به لحاظ روانی، خواسته‌ها و تمنیات درونی آنها مثل فارغ بودن از کنترل‌های اجتماعی و سنتی را به تصویر کشید و همین امر باعث شده است که در آنها، احساس نزدیکی نسبت به وقایع و شخصیت‌های این سریال افزایش یابد، در واقع پاسخگویان این گروه اظهار می‌داشتند که تماشای این سریال‌ها باعث شده است، بیش از پیش، به خالی بودن زندگی خود از این ویژگی‌ها و اینکه چقدر از آرزوها و نیازهایشان دور شده‌اند، پی ببرند و تلاش کنند تا از طریق تماشای این برنامه‌ها «تخلیه هیجانی» شوند.

نظر مصاحبه‌شوندگان گروه شهری در خصوص مضامین ظاهری

با توجه به جدول شرکت‌کنندگان، گروه شهری (طبقه بالای شهر تهران) در هر سه گزاره مطرح شده، بیشترین میزان همجواری را ابراز کرده‌اند. برای پی بردن به دلیل این امر از آنان خواسته شد تا در خصوص نحوه احساس همجواری و نزدیکی خود با این سریال‌ها بیشتر توضیح دهند. این مصاحبه‌شوندگان که از طبقات بالا و متوسط رو به

1. Ang

2. Skuse

بالا بودند، اذعان داشتند که این سریال‌ها را نه به دلیل وجه جنسی آنها تماشا می‌کردند و نه به لحاظ تأیید روابط غیراخلاقی به نمایش درآمده؛ بلکه به این دلیل که عین همین اتفاقات یا برای اطرافیان‌شان اتفاق افتاده است و یا برای خودشان. درواقع آنها اظهار می‌کردند که حتی اگر خودشان هم این موارد را تجربه نکرده باشند، از دیدن آنها شوکه نمی‌شوند چون به طور روزمره، در اطراف خود شاهد چنین مسائلی بوده‌اند. این گروه از شرکت‌کنندگان بیشتر بر جنبه‌های مشترک و مشابهت‌های زندگی خود با شخصیت‌ها و داستان‌های این سریال تکیه داشتند و همجواری‌های زیادی را، هم با نحوه تفکر و شیوه زندگی آنها و هم با فضای فیزیکی زندگی‌شان (خانه، محل سکونت، چیدمان، پوشش و آرایش آنها و ...) احساس می‌کردند. بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان این گروه اذعان می‌کردند که گرچه در ایران زندگی می‌کنند و با توجه به قوانین و مقررات عرفی، ناچار به رعایت برخی موازین در محیط بیرون هستند، در محیط داخلی و در میهمانی‌ها و روابط خانوادگی و دوستانه خود مجبور به رعایت این کنترل‌های اجتماعی نیستند، درواقع با وجود اینکه در ایران زندگی می‌کنند، بسیاری از ارزش‌ها و سبک زندگی خود را مطابق با وقایعی می‌دانند در این سریال‌ها تماشا می‌کردند؛ نه آنچه در تلویزیون ملی به تصویر کشیده می‌شود.

درواقع این گروه، نه مثل شمال شهرنشینان وقایع رخ داده در این سریال‌ها را متناسب با فرهنگ و سبک زندگی خود یا اطرافیان‌شان می‌دانستند و نه سنت‌ها و محدودیت‌های حاکم بر زندگی‌شان به آنها اجازه می‌داد که در خصوص زندگی با چنین سبکی روی‌پردازی کنند و در آرزوی داشتن آن باشند. تنها احساس همجواری این گروه از مصاحبه‌شوندگان را می‌توانیم «همجواری ژانری» (ابریگ، ۱۹۹۵) بنامیم. که البته این نوع از همجواری در بین سایر گروه‌ها هم کمابیش وجود داشت.

بازنمایی روابط سیال و نظرهای مصاحبه‌شوندگان: زیر سؤال بردن روابط جنسی آزاد و بی‌قیدوبند در هر سه گروه

شایان ذکر است که افراد مورد مصاحبه، همه عناصر فرهنگی بازنمایی شده در این دو سریال را تأیید نمی‌کنند، یا به آن غبطه نمی‌خورند بلکه به صورت فعال، در برابر برخی ارزش‌های ناهنجار برخلاف فرهنگشان مقاومت نشان می‌دهند و آنها را زیر

سؤال می‌برند. یعنی به صورت گزینشی و بر طبق اولویت‌هایی که در بافت زندگی اجتماعی خود دارند، دست به تأیید یا رد این سریال‌ها می‌زنند. ازجمله عناصر فرهنگی‌ای که افراد مورد مصاحبه آن را زیر سؤال برده‌اند، میزان آزادی در روابط با جنس مخالف بوده است. حتی اکثر کسانی هم که با این سریال‌ها احساس نزدیکی و همذات‌پنداری بالایی داشته‌اند، اذعان می‌کردند که رابطه عاشقانه الزاماً برقراری رابطه جنسی بی‌قیدوبند نیست. درواقع با وجود اینکه آزادی در روابط شخصیت‌های این سریال را می‌پذیرفتند، بی‌قید و بند بودن و داشتن رابطه جنسی حساب نشده را پذیرفتنی نمی‌دانستند.

دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان و نمایش هویت مستقل زنانه و تضاد جنسی

با وجود متغیرهای تأثیرگذاری همچون جنس و تحصیلات در میان این مصاحبه‌شوندگان، چنین برمی‌آید که مسئله جنسیت بیش از سایر موارد بر نگرش مصاحبه‌شوندگان در خصوص نحوه همجواری‌شان تأثیر داشته است. مسئله جنسیت، زمانی جنبه آشکارتر و ملموس‌تر یافت که در خصوص نحوه بازنمایی تصویر هویت زنانه سؤال شد. به طور مختصر می‌توان چنین اذعان داشت که با وجود تفاوت در نحوه دریافت و دیدگاه‌های زنان و مردان هر گروه از مصاحبه‌شوندگان، می‌توان گفت که تقریباً اکثر زنان، به اتفاق معتقد بودند که در این سریال‌ها، چهره‌ای که از زنان به نمایش گذاشته می‌شود، نمایشی از زنان مستقل و قدرتمند است. آنها معتقد بودند که این سریال‌ها، تصویر بسیار مثبتی از زنان ارائه می‌دهد، اما در نقطه مقابل، اغلب مردان معتقد بودند که چنین تصویری از زن باعث سوق دادن خانواده به سوی فروپاشی است.

همجواری جغرافیایی

موضوع قابل توجه دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد این است که به طور کلی، میزان احساس همجواری هر سه گروه، نسبت به سریال عشق ممنوع (ساخت کشور ترکیه) بیشتر از سریال ویکتوریا (کلمبیایی) بوده است؛ هر چند که در گروه‌های مختلف، بسته به محل سکونت، احساس همجواری، اندکی کمتر یا بیشتر می‌شد. درواقع می‌توان گفت که هر چه شباهت‌های فرهنگی در جامعه‌ای بالاتر باشد، احساس همجواری با آن جامعه بیشتر می‌شود و به این ترتیب، توجه به برنامه‌های

تلویزیونی پخش شده از آن هم افزایش می‌یابد. در واقع، در اینجا هم عواملی همچون فاصله جغرافیایی کمتر، شباهت زبانی برخی از افراد، تشابه نام‌ها و در نتیجه، شباهت فرهنگی و ... با کشور ترکیه می‌تواند از عوامل تأثیرگذار بر احساس قرابت بیشتر تماشاگران و توجه بیشتر آنان به این سریال‌ها باشد.

نتیجه‌گیری

با گسترش سریال‌های عامه‌ماهوره‌ای و استقبال مخاطبان ایرانی، نگرانی مسئولان از استیلای فرهنگی این سریال‌ها افزایش یافته است. اما سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که با توجه به دور بودن این سریال‌ها از فضای فرهنگی ایران، این برنامه‌ها چگونه می‌توانسته‌اند در مخاطبان ایرانی احساس همجواری را به وجود آورند. پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه (علی‌اصغر، ۱۳۹۰؛ خواجه‌وند احمدی، ۱۳۹۰ و کاوند، ۱۳۷۸) همگی از پارادایم کدگذاری/ کدگشایی (هال، ۱۹۸۰) استفاده کرده‌اند. اما در پژوهش حاضر سعی شده است به موضوع «همجواری فرهنگی» (استروب‌هار، ۱۹۹۱، ۲۰۰۳) مخاطب با این سریال‌ها پرداخته شود. اما با وجود اعتقاد به اینکه این نظریه برگرفته از همین پارادایم کدگذاری و کدگشایی است، هدف، پرداختن به این موضوع بوده است که در اینجا چگونه و با چه سازوکاری این سریال‌ها می‌توانسته‌اند در مخاطبان ایجاد احساس همجواری کنند. با در نظر گرفتن دو سریال محبوب از نظر خود شرکت‌کنندگان؛ یعنی «ویکتوریا» و «عشق ممنوع» و تقسیم شرکت‌کنندگان به سه گروه شهرنشینان شمال شهر تهران، حومه (جنوب شهر تهران) و روستا و مقایسه این سه با هم، دریافتیم که تفسیر مخاطبان در بیشتر موارد - دست‌کم، در گروه حومه و شهر - با آنچه در متن به عنوان مضامین غالب این سریال‌ها ذکر شده، همخوانی و مطابقت داشته است. البته این امر با اندکی تفاوت در نحوه درک مخاطبان همراه است که این میزان هم ناشی از متغیرهایی چون جغرافیای محل سکونت مصاحبه‌شوندگان (شهر، حومه و روستا)، جنس، تحصیلات و ... است. اما پذیرش برخی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی همچون آزادی در روابط با جنس مخالف از سوی مصاحبه‌شوندگان مورد مقاومت قرار می‌گرفت. این به معنای آن است که برخی گفتمان‌های اجتماعی که از سوی مصاحبه‌شوندگان دور از ارزش‌های اجتماعی شناخته می‌شد، موجب کاهش احساس واقعی بودن و حس

همجواری آنها با این مقولات شده بود. پژوهش حاضر نشان می‌دهد که دو گروه با عقایدی از دو قطب مخالف، روبه‌روی هم قرار دارند: گروه شهری و گروه روستایی. گروه حومه هم تقریباً جایی در بین این دو گروه و نزدیک به نظرهای گروه شمال شهری قرار داشتند. مصاحبه‌شوندگان گروه روستا با آنچه متن این سریال‌ها خواستار برانگیختن آنان بوده‌اند، کمتر از سایر گروه‌ها موافقت داشتند و در نقطه مقابل، مصاحبه‌شوندگان گروه شهری خیلی بیشتر از سایر گروه‌ها توانسته بودند با محتویات سریال احساس همجواری کنند. مصاحبه‌شوندگان متعلق به گروه شهری بیشتر بر جنبه‌های مشترک و مشابهت‌های زندگی خود با شخصیت‌ها و داستان این سریال‌ها تکیه می‌کردند و تا حدود زیادی این سریال‌ها و وقایع و شخصیت‌های آنها را مطابق با واقعیت‌های اطراف خود می‌دانستند و معتقد بودند که در این سریال‌ها تقریباً همه چیز عادی پیش می‌رود. در واقع آنها از دیدن وقایع فیلم زیاد جا نمی‌خورند و قریب به اتفاق آنها معتقدند که اینها از مسائل رایج امروز زندگی اطراف آنهاست (همجواری ارزشی و موقعیت ظاهری اجتماعی) - یا به تعبیر استروپ‌هار (۲۰۰۳) همجواری ملی و محلی. اما مصاحبه‌شوندگان متعلق به گروه روستایی اذعان داشتند که این سریال‌ها از واقعیت زندگی آنان دور هستند و بیشتر به دلیل جذابیت رنگ، جلوه‌های تصویری و پیگیری یک داستان پرهیجان، این برنامه‌ها را تماشا می‌کنند (همجواری ژانری). گروه مصاحبه‌شونده متعلق به حومه نیز تفاسیر نامتعارفی از این دو سریال داشتند. نمی‌توانیم بگوییم که آنها هم، مانند روستانشینان، دیدگاهی متضاد با متن سریال‌ها داشته‌اند، اما گفتمان‌های ناهمخوان در این گروه بیشتر به چشم می‌خورد. اینها گروهی بودند که مانند دو گروه دیگر، این سریال‌ها را نه به لحاظ وجه جنسی و تأیید روابط غیراخلاقی بلکه به منظور تخلیه روانی خود و به دلیل به تصویر کشیده شدن وقایعی تماشا می‌کردند که در تعاملات روزانه خود با طبقات بالاتر جامعه خود نیز شاهد آن هستند (همجواری روانی) - یا به تعبیر ایوب‌وچی (همجواری تمنیاتی).

در واقع اگر طبقه شهری تهران، هم به لحاظ بازنمایی ظاهری وضعیت اجتماعی (نحوه چیدمان، خودرو) و ... و هم به لحاظ ارزشی با این سریال‌ها احساس نزدیکی و همجواری می‌کنند، پاسخگویان گروه حومه، بیشتر به لحاظ روان‌شناختی به احساس همجواری با این برنامه‌ها دست پیدا می‌کنند. به عبارت دیگر، هر چند که

مصاحبه‌شوندگان گروه حومه، در این فیلم‌ها چیزی برای احساس همجواری به لحاظ وضعیت ظاهری اجتماعی نمی‌یافتند، با دیدن این سریال‌ها و مقایسه داشته‌های آنها با آرزوهای محقق نشده خود، نوعی احساس همجواری روانی را تجربه می‌کردند.

پژوهش حاضر، ضمن تأییدی دوباره بر تحقیقات صورت گرفته پیشین در خصوص تأثیر عوامل اجتماعی - فرهنگی بر نحوه درک و تفسیر مخاطب، سعی دارد تا در جهت بسط پژوهش‌های پیشین، نشان دهد که احساس قرابت و همجواری فرهنگی مخاطب با داستان سریال‌ها فقط محدود به قرابت ملی، زبانی و منطقه‌ای با داستان‌ها نیست، بلکه این احساس همجواری فرهنگی می‌تواند ملی، روان‌شناختی یا حتی ژانری باشد.

شایان ذکر است که این پژوهش به دنبال تعمیم نتایج به دست آمده نیست چرا که افراد مورد مطالعه نمی‌توانند نماینده‌ای کامل از جامعه باشند، اما به یقین می‌توانند برآوردی درخصوص محیط‌های اجتماعی خود به ما عرضه کنند. یافته‌های پژوهش حاکی از تأیید وجود برخی لایه‌های مختلف همجواری است که در پژوهش‌های دیگر به آنها اشاره شده است. در واقع می‌توان چنین اذعان داشت که به دلیل پیچیدگی هویت‌های فرهنگی در ایران، در میان تماشاگران این سریال‌ها شاهد لایه‌های مختلفی از همجواری از جمله همجواری ملی یا محلی (استروب‌هار، ۲۰۰۳)، همجواری تمنیات (ایوبوچی، ۲۰۰۲) و همجواری ژانری (اب‌رگ، ۱۹۹۵) بوده‌ایم. به عبارت دیگر، مخاطبان با بومی‌سازی این سریال‌ها بی‌هیچ مشکلی این تولیدات را پذیرفته و معنای آنها را منطبق با اقتضائات فرهنگی خود تعدیل کرده و با آنها اخت یافته‌اند. در این شرایط، حتی برخی از تماشاگران با عناصر فرهنگی به نمایش درآمده در این سریال‌ها، بیشتر از تولیدات فرهنگی کشور خود احساس همجواری می‌کنند. به نظر می‌رسد پنخ‌کنندگان این سریال‌ها با تشخیص مشکلات و مسائل پیش روی افراد امروز جامعه ایران و نیز ذایقه آنها، سعی در انتخاب سریال‌هایی دارند که بتواند با ایجاد چارچوب‌های ذهنی مشترک و حس همجواری - چه در سطح ظاهری و ارزشی و چه در سطح روانی و ژانری - بستری مناسب برای بذرهایی که متولیان، در پی کاشت آن در ذهن مخاطب ایرانی هستند، بیابد. هر چند که دیدیم در پاره‌ای از موارد از جمله تقبیح روابط آزاد جنسی و خیانت به همسر، گفتمان تولید شده از جانب سازندگان و مخاطبان با هم متفاوت است، باید توجه داشته باشیم که این تفاوت، نتوانسته است مانع

از احساس همجواری مصاحبه‌شوندگان گروه شمال شهر و حومه (پایین شهر) با شخصیت‌ها و داستان سریال شود و از این رو، این احساس همجواری و ابراز واکنش عاطفی به موقعیت‌های داستانی ترسیم شده می‌تواند در نحوه پاسخ فرد به چنین موقعیت‌هایی در زندگی واقعی تأثیرگذار باشد. از جمله این انتخاب‌های حساب شده، سریال ویکتوریا و نیز سریال‌های متعدد ترکیه‌ای است. نکته قابل توجه در مورد سریال ویکتوریا این است که با آنکه این سریال ۲۲ سال پیش ساخته شده است، به دلیل اینکه با برخی مسائل اجتماعی کنونی در کشور ما همچون روابط دختران و پسران نوجوان و نیز گرفتاری‌های مردان یا زنان شاغل تناسب دارد، مورد توجه مخاطبان ایرانی قرار گرفته است. در واقع، نظر به اینکه کشور ما در برخی از ابعاد فناوری و مدرنیته، چندگانه عقب‌تر از دنیای غرب حرکت می‌کند، تأثیر فناوری در میان مردم آن، نمودی متفاوت و گاه متأخر با نمود آن در جوامع صنعتی دارد اما به هر حال، مشکلات و مسائلی که در خصوص تأثیرات مدرنیته در جوامع صنعتی‌تر شاهدیم، با تأخیری طولانی در جامعه ما نیز نمود پیدا می‌کند و از همین روی، فیلم متعلق به ۲۲ سال پیش آنها اکنون، با در نظر گرفتن مشکلات و چالش‌های پیش روی ایرانیان، برای ما پخش می‌شود (بیچرانلو، ۱۳۸۸) تا بتواند با ایجاد حس همجواری در سطوح مختلف، تغییرات ارزشی مخاطبان را همسو با خود کنند. اما نکته حایز اهمیتی که در خصوص سریال‌های ترکیه‌ای، از جمله عشق ممنوع وجود دارد این است که هر چند در این فیلم‌ها نیز مسائل مشابه با دیگر سریال‌های ماهواره‌ای پخش می‌شود، به نظر می‌رسد که به دلیل شباهت‌های مذهبی، فرهنگی، جغرافیایی و نیز میزان توسعه‌یافتگی و ... سریال‌های این کشور از نظر مخاطبان ایرانی اخلاقی‌تر به نظر می‌رسد و بنابراین با آنها راحت‌تر ارتباط برقرار می‌کنند و در نتیجه، تأثیر می‌پذیرند. بنابراین شاید بتوان گفت متولیان پخش این سریال‌ها، با واقف بودن به این فن ارتباطاتی سعی دارند بستری مناسب برای بذرهایی فراهم آورند که در پی کاشت آنها در ذهن مخاطبان ایرانی هستند.

منابع

بوردیو، پیر. (۱۳۹۰). تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی (ترجمه حسن چاووشیان). تهران: ثالث.

- بیچرانلو، عبدالله. (۱۳۸۸). تهدیدات «وان»: نگاهی به تهدیدها و تبعات فرهنگی شبکه ماهواره‌ای فارسی وان برای خانواده ایرانی. دو هفته‌نامه پگاه حوزه، شماره ۲۷۴، صص ۳۰-۳۸.
- خواجه‌وند احمدی، سمانه. (۱۳۹۰). تحلیلی بر نحوه خوانش جوانان از شبکه ماهواره‌ای فارسی وان: سریال‌های مردم‌پسند. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- علی‌اصغر، فاطمه. (۱۳۹۰). تحلیل دریافت زنان تهرانی از سریال‌های فارسی وان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- فیلیک، اووه. (۱۳۷۸). درآمدی بر تحقیق کیفی (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی.
- کاوند، رضا. (۱۳۷۸). نحوه دریافت شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان توسط جوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- کلاتری، مونا و رضایی، محمد. (۱۳۹۰). خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان: مورد تماشاگری ویکتوریا. مجله زن در فرهنگ و هنر، ۳ (۲)، صص ۲۴-۵.
- Ang, I. (1985). **Watching Dallas: Soap Opera and Melodramatic Imagination**. New York: Routledge.
- Castello, E. (2010). Dramatizing Proximity: Cultural and Social Discourses in Soap Operas From Production to Reception. **European Journal of Cultural Studies**, Vol. 13, pp. 207-223.
- Creeber, G. (2001). Taking Our Personal Lives Seriously: Intimacy, Continuity and Memory in the Television Drama Serial. **Media, Culture & Society**, Vol. 23, No. 4, pp.439-455.
- Davis, L.L. (2003). Cultural Proximity on the Air in Ecuador: National, **Regional Television Outperforms Imported U.S. Programming**. In M. G. Elasmer (Ed.), *The impact of International Television: A Paradigm Shift* (pp. 111-132). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Dunleavy, T. (2005). Coronation Street, Neighbours, Shortlands Street: Localness and Universality in the Primetime Soap. **Television & New Media**, Vol. 6, No. 4, pp. 370-382.

- Featherstone, M. (1992). **Global Culture: An Introduction, Theory, Culture and Society**, 7, pp. 1-15.
- Hall, S. (1980). **Encoding /Decoding in Television Discourse**, in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Willis (eds) **Culture, Media, Language**, pp. 128-38.
- Iwabuchi, K. (2002). **Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism**. Durham, NC: Duke University Press.
- Lapastina, A.C. & Straubhaar, J.D. (2005). Multiple Proximities Between Television Genres and Audiences: The Schism Between Telenovelas Global Distribution and Local Consumption, **Gazette**, Vol. 67, No. 3, pp. 271-288.
- Lee, J. & Chiou, J. (2008). What Do They Say About Friends? A Cross-Cultural Study on Internet Discussion forum. **Computers in Human Behavior**, Vol. 24, pp. 1179-1195.
- Skuse. A. (2002). Vagueness, Familiarity and Social Realism: Making Meaning of Radio Soap Opera in South-east Afghanistan. **Media, Culture & Society**, Vol. 24, No. 3, pp. 408-427.
- Straubhaar, J.D. (2003). **Choosing National TV: Cultural Capital, Language and Cultural Proximity in Brazil**. In M. G. Elasmr (Ed.), **The Impact of International Television: A Paradigm Shift** (pp. 77-110). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Straubhaar, J.D. (1991). **Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity**, **Critical Studies in Mass Communication** 8, pp. 39-59.