

بازنمایی مردانگی در شبکه محلی سیمای ایلام

حسن پیری^۱

علی یعقوبی^۲

صدیقه پیری^۳

چکیده

مردانگی امری برساختی و تاریخیاست که در فرهنگ‌های گوناگون، به شیوه‌های متفاوتی تجربه می‌شود. پژوهش حاضر به بررسی پرمخاطب‌ترین سریال‌های شبکه محلی مرکز ایلام در سال‌های اخیر پرداخته است. آنچه موجب عطف توجه به این موضوع شده، اهمیت آن در بافت به‌شدت در حال تغییر استان ایلام است. سؤال اصلی پژوهش این است که در شبکه محلی استان ایلام چه نوع تصویری از مردانارائه شده است. برای این منظور تلفیقی از چارچوب مفهومی ساختارنگر - به‌منظور بررسی بافت جامعه ایلام - و خردنگر-به‌منظور بررسی کنش بین افراد - استفاده شده است. روش تحقیق حاضر کیفی، از نوع تحلیل محتوای کیفی است. برای کشف مفاهیم و مقولات آشکار و پنهان متن از تکنیک کدگذاری استفاده شده است. نمونه مورد مطالعه هدفمند است؛ یعنی سه سریال پرمخاطب در سیمای ایلام. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که این

^۱ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه رشت (نویسنده مسئول)، hpiri.1367@gmail.com

^۲ استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه گیلان، aliyaqhoobi2002@yahoo.com

^۳ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، S_piri@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۹/۲۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱/۱۸

سریال‌ها با بازنمایی شکل خاصی از مردانگی به‌عنوان مردانگی هژمونیک، بر پذیرش، تأیید و تقویت آن کمک کرده است. همچنین مردانگی دیگری که جدا از بافت پدرسالارانه و سنتی قرار دارند به‌عنوان مردان نابهنجار و حاشیه‌ای از اجتماع محلی طرد می‌شوند.

کلیدواژه‌ها: مردانگی، بازنمایی، فرهنگ، شبکه استانی ایلام، سریال‌های محلی.

۱. مقدمه

مردانگی^۱ امری برساختی، تاریخی و متکثر است، بنابراین در میان ملل و فرهنگ‌های گوناگون، به شکل‌ها و شیوه‌های متفاوتی تجربه می‌شود. محتوای نمادین مردانگی یا زنانگی^۲ را نمی‌توانیم برابر با مفاهیم مردبودن و زن‌بودن بدانیم که محصول جامعه‌اند. این محتوای نمادین با مفهوم جنسیت که در اجتماع ساخته می‌شود بده بستان دارد (لوید، ۱۳۸۱: ۱۱). تمامی تفاوت‌های بین مردان و زنان که ریشه سیاسی و اجتماعی دارند به شکلی اجتماعی آموخته می‌شوند و به‌صورت فرهنگی تداوم می‌یابند و به‌صورت مسائلی بنیادی در زندگی اجتماعی ما تجلی پیدا می‌کنند. جامعه‌شناسان بین جنس^۳ و جنسیت^۴ تفاوت قائل‌اند. جنس به این موضوع اشاره دارد که یک فرد مرد یا زن است و این تفاوت براساس ویژگی‌های جسمی او به وجود می‌آید. جنسیت معرف باورها و رفتاری است که مردبودن یا زن‌بودن را نشان می‌دهد. در واقع مرد یا زن بودن و مردانگی و زنانگی در تقابل با یکدیگر قرار نمی‌گیرند (هولمز، ۱۳۸۹: ۲۶-۲۱). مردانگی و زنانگی اغلب به‌عنوان قطب‌های متضاد تصویر می‌شوند که تنها در صورت تغییر یکی دیگری تغییر می‌کند (گرنوال، ۱۹۹۴: ۱۷). جامعه‌شناسان به سازه اجتماعی^۵ جنسیت

توجه زیادی دارند و در پی آنند که روشن سازند چگونه جامعه هویت خاصی از مرد بودن را خلق می‌کند. در واقع الگوسازی رفتاری از طریق نهادهای اجتماعی (خانواده، مدرسه، رسانه‌ها) و از طریق تعاملات روزمره‌ای به وجود می‌آید که ما توجه چندانی به آن‌ها نداریم. جنسیت یک دارایی واقعی نیست که مردان و زنان از آن سهمی داشته باشند بلکه یک تصور یا صورتی ظاهری است که تنها در ارتباط با آن چگونگی زیستن انسان ممکن می‌شود. هر فرد ناچار به یادگیری زبان جنسیتی است اما این زبان تماماً مردانه یا تماماً زنانه نیست؛ یعنی آنچه جنسیتی می‌شود امری ثابت نیست و ما نمی‌توانیم آن را شکل کامل و درست و حقیقی این زبان بنامیم (هولمز، ۱۳۸۹: ۱۷۸). جنسیت تمام عرصه اجتماعی را در برمی‌گیرد و بدان معنا می‌بخشد. مردانگی عناصر، هویت‌ها، حوزه‌ها، رفتارها و حتی اشیاء را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بدان معنا می‌بخشد؛ مثل نوع لباس و ماشینی که به مردان نسبت می‌دهیم (گرنوال، ۱۹۹۴: ۱۲).

رسانه‌های جمعی با ارائه و اجرای نمایش‌های جنسیتی در قالب روابط مناسک شده زن و مرد، منبع بزرگی برای مطالعات جنسیت فراهم می‌کند. آن‌ها با ارائه تصویری خاص از مناسبات میان دو جنس، می‌توانند نقش مهمی در نهادینه‌شدن چارچوب معنایی آن تصویر خاص داشته باشند و بنابراین به صورت ابزار سیاسی درآیند تا در دست یک گروه، طبقه، قشر یا صاحبان اندیشه و مرام خاص، به وسیله سواستفاده و آزار دیگران بدل شود (گردفرامرزی، ۱۳۸۵: ۶۴). مطالعهٔ مردان به چگونگی تبدیل انسان‌ها به مرد، چگونگی تبدیل مردان به حکمران، نحوهٔ شکل‌گیری هنجارهای مردانه و به مورد اجرا گذاشتن‌شان در اندیشه اجتماعی مدرن می‌پردازد (سیدمن، ۱۳۹۱: ۲۹۳). نکته مهم در نگرش جامعه‌شناختی به موضوع جنسیت این است که می‌توان این باور را عوض کرد و می‌توان دنیایی ساخت که در آن برابری بیش‌تری وجود داشته باشد (هولمز، ۱۳۸۹: ۲۸).

هدف اصلی مقاله، بررسی تصویری است که سیمای ایلام از روابط جنسیتی به مخاطبان ارائه می‌دهد. روابط بین مردان جنبه‌های مختلفی دارد؛ اما آنچه این مقاله به دنبال آن است تحلیل صورت‌ها یا اشکال جامعه‌شناختی این روابط است که در گستره ساختارها و کنش متقابل بین آن‌ها در قالب سریال‌های تلویزیونی نمود پیدا می‌کند. چنین هدفی ما را به سوی این پرسش سوق می‌دهد که صورت‌های گوناگون روابط جنسیتی چگونه در ساختارها و کنش متقابل بازیگران مرد در سیمای ایلام بازنمایی و برساخته می‌شود.

۲. طرح مسئله

اگر بپذیریم که معنا واجد ماهیتی ثابت و تضمین‌شده نیست بلکه از بازنمایی^۷‌های خاص طبیعت در فرهنگ ناشی می‌شود، آن‌گاه می‌توان نتیجه گرفت که معنای هیچ چیز نمی‌تواند تغییرناپذیر یا غایی یا یگانه باشد. در واقع معنای هر چیز همواره از یک زمینه برمی‌آید و مشروط به عوامل دیگر و همچنین تابع مناسبات متحول‌شونده قدرت است. فوکو نفوذ فراگیر قدرت را به درون سازوکار بازنمایی برملا می‌سازد. او با پرداختن مستقیم به مسائل جنسی، نژادی، طبقاتی و... نشان می‌دهد که چگونه نهادهای اجتماعی به بعضی اشکال بازنمایی به زیان بعضی دیگر برتری داده‌اند. از منظر فوکویی (۱۹۷۹) می‌توان گفت بازنمایی همیشه در یک گفتمان^۸ صورت می‌پذیرد و گفتمان تعیین می‌کند که درباره یک «متن» خاص چه می‌توان گفت و چه نمی‌توان گفت؛ معنا در انواع گفتمان ساخته می‌شود (استوری، ۱۳۸۵: ۲۴). با بازنمایی روابط پیچیده بین کنشگران و بستر فرهنگی متعلق به آن‌ها، می‌توان به تفسیر روابط بین آن‌ها دست یافت. بازنمایی را فقط می‌توان با توجه به اشکال واقعی و ملموس معنا، یعنی با توجه به نمونه‌های واقعی دلالت‌گری^۹، «خوانش» و تفسیر، به‌درستی تحلیل کرد که آن‌هم به تحلیل نشانه‌ها،

نمادها، اشکال، تصاویر، روایت‌ها، واژه‌ها و اصوات نیازمند است. معنا روشن و شفاف نیست و در فرایند بازنمایی دست‌نخورده باقی نمی‌ماند. معنا موجودی لیز و لغزان است که تحت تأثیر بستر، کاربرد و شرایط تاریخی تغییر می‌کند و جابه‌جا می‌شود. بسته به این‌که در چه شرایطی چه معناهایی از مردی/ زنی، سیاه/ سفید، شهروند/ بیگانه و... رواج دارد، زندگی ما انسان‌ها به شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرد (هال، ۱۳۹۳: ۲۸-۲۶).

اساساً زندگی اجتماعی مجموعه‌ای از کنش‌های بسیار گوناگون و پرشمار است. کنش چیزی جز کردار کم‌وبیش آگاهانه نیست. کنش بر فهم یا تصویر کنش‌گر از خود و دنیا پیرامون خود استوار است اما محصول تأملات و تجربیات مستقل فردی نیست، بلکه در اکثریت قریب به اتفاق موارد از جامعه گرفته می‌شود. فهمی که کنش‌گر از خود و دنیای خود دارد نوعی دارایی اجتماعی است که در گذر زمان و در فرایند جامعه‌پذیری به ذهن او راه می‌یابد و او در آن شریک می‌شود. با توجه به وجود چنین نسبت و رابطه‌ی میان فرهنگ و کنش، می‌توان فرهنگ را بنیاد زندگی اجتماعی دانست؛ بنابراین شناخت بهتر زندگی اجتماعی در گرو شناخت بهتر فرهنگ است. هرچند که آگاهی از نقش و اهمیت فرهنگ، تاریخی طولانی دارد اما در چند دهه اخیر جهانی شدن فرهنگ و ادغام فرهنگ‌های گوناگون به صورت یک مسئله به خصوص برای جوامع سنتی درآمده است. آنچه تحت عنوان فرهنگ از آن یاد می‌کنیم کلیتی است که باورها و سنن و آداب و رسوم و اعتقادات گوناگون را در بر می‌گیرد و طبیعی است که بپذیریم در هر جامعه-ای فرهنگ خاصی حاکم است و به تبع آن رفتار افراد نیز به گونه‌ای متفاوت از سایر جوامع خواهد بود (هولمز، ۱۳۸۷: ۱۳). نقش زن و مرد در خانواده و بیرون از خانواده بر مبنای همین فرهنگ رقم می‌خورد.

یکی از نهادهایی که به اشاعه فرهنگ در سطح جوامع می‌پردازد رسانه می‌باشد. رسانه‌ها، تصویری بازنمایی شده از واقعیت ارائه می‌دهند، به‌ویژه زمانی که واقعیت زندگی انسان‌ها را در فیلم‌ها و سریال‌ها به تصویر می‌کشند؛ آنچه در فیلم‌ها به تصویر درمی‌آید، منطبق بر متن اجتماعی و ایدئولوژی‌های پنهان در هنجارهای اجتماعی است، هنجارهایی که نه خنثی هستند و نه عینی؛ بلکه در راستای منافع طبقات برخوردار از قدرت اجتماعی شکل یافته‌اند (راو دراد و تقی زادگان، ۱۳۹۱).

یکی از نهادهای فرهنگی و اجتماعی موجود در استان ایلام که بخصوص در دهه اخیر فعالیت‌های متنوعی را به انجام رسانیده، رسانه شبکه استانی سیمای ایلام است که مطابق با علاقه مخاطبان به زبان محلی (زبان گُردی) اقدام به پخش سریال‌های متعددی کرده است. نظرسنجی‌ها و میزان تماس مخاطبان و اظهار نظر آنان در مورد سریال‌های ساخته شده از جاهای مختلف خود گویای این قضیه است. این سریال‌ها به طرق مختلف در تلاش برای ارائه چهره‌های مختلفی از مردان هستند؛ و همزمان با گذشت زمان موضوعات و پدیده‌های جدید را نیز محل توجه خود قرار داده و متناسب با آن، این روابط جنسیتی را به نمایش گذاشته‌اند.

استان ایلام سابقه تاریخی بسیار کهنی دارد و جز قدیمی‌ترین مناطق تاریخی ایران می‌باشد (افشار سیستانی، ۱۳۶۸:۳۱۶). کوچروی در این استان نسبت به میزان یکجانشینی از سابقه بسیار بیشتری برخوردار است. در این استان مبانی ایلی و طایفه‌ای در تمام پدیده‌ها و صورت‌های اجتماعی کنش‌گران دیده می‌شود. ایلات و طوایف موجود در استان ایلام نقش بسیار مهمی در برساخت فرهنگی و اجتماعی وقایع و پدیده‌ها ایفا می‌کنند. ایلام یکی از بزرگ‌ترین شهرهای کردنشین ایران محسوب می‌شود. از ویژگی‌های فرهنگی مرتبط با موضوع در استان می‌توان به اعتقاد شدید به سنت‌ها و

رسوم گذشته، سنتی بودن روابط بین افراد، ترجیح جنسیتی و اعتقاد به برتری پسر نسبت به دختر و مرد نسبت به زن و ... اشاره کرد. با توجه به شرایط اجتماعی استان و نیز با وجود پدیده تازه ورود مدرنیته به آن، چگونگی بازنمایی مردانگی، در تلویزیون محلی که در سال‌های اخیر مخاطب زیادی در استان و منطقه غرب داشته، مسأله اصلی تحقیق حاضر است. شناخت بازنمایی مردانگی به عنوان پدیده‌های مهم اجتماعی در استان، آن‌هم در میان یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی استان، امری مهم و اساسی در شناخت بیشتر این استان خواهد بود. به عبارتی اهمیت این مسئله که: در طی زمان و بخصوص با تغییرات گسترده و همه‌جانبه در استان چه نوع تصویری از مردانگی (تصویر واحد یا متکثر) ارائه شده است، موجب عطف توجه مقاله حاضر به آن شده است. با توجه به توضیحات بیان شده مهم‌ترین سؤال‌های تحقیق حاضر به شرح زیر است:

- ✓ سریال‌های محلی استان چه تصویری از مردانگی را نشان می‌دهند؟
- ✓ روند تغییرات امر جنسیتی در سریال‌های پخش شده چگونه است؟
- ✓ آیا تصویر ارائه شده از مردانگی در طی زمان تصویری واحد است یا متکثر؟
- ✓ آیا سیمای ایلام در برابر هویت‌های جنسیتی متکثر، مقاومت می‌کند یا آنرا می‌پذیرد؟
- ✓ برابری و نابرابری جنسیتی در سریال‌های مورد مطالعه چگونه تصویرسازی می‌شود؟
- ✓ بازنمایی مردانگی در شهر و روستا چگونه است؟

✓ آیا تمایز بین جنس و جنسیت سازه اجتماعی است یا برگرفته از امر واقعی
یا بیولوژیک؟

۳. چارچوب مفهومی تحقیق

اروینگ گافمن^{۱۰} به عنوان یکی از نوابع جامعه‌شناسی و به ویژه رویکرد کنش متقابل نمادین، در کتاب «تبلیغات جنسیتی»^{۱۱} نظریه‌ای جذاب، بدیع و پیچیده تحت عنوان «نمایش جنسیت»^{۱۲} را برای تحلیل بازنمایی جنسیت در رسانه‌های تصویری ارائه کرد. گافمن در این کتاب روی تبلیغات تحقیق کرده و به بررسی رابطه مردان و زنان پرداخته است. گافمن فرایند شکل‌گیری جنسیت را به منزله اجرای مناسبی در نظر می‌گیرد که افراد آن‌ها را در کنش‌های متقابل خود با دیگران به نمایش می‌گذارند (سلطانی - گردفرامری، ۱۳۸۵: ۶۵). میننگ (۱۳۸۰) معتقد است کهپروش کیفی و تکنگاری‌های گافمن چیزی بین روان‌شناسی اجتماعی و انسان‌شناسی قرار می‌گیرد. وی به شدت از روش‌های کمی و پیمایشی گریزان بود و به آن اعتراض داشت. گافمن روش‌های کمی و پیمایش را به خاطر پایین آوردن انسان به عنوان عامل مکانیکی تحت سلطه نیروهای گوناگون و همچنین به خاطر روشن نکردن رفتارهای اجتماعی انسان، رد می‌کند. واحد تحلیل گافمن «علامت»^{۱۳} است. علامتی که معنایی درباره آن‌چه در صحنه اتفاق می‌افتد را منتقل می‌کند. به همین دلیل، آن‌چه مطالعه می‌شود، می‌تواند یک کنش زنده فیلم، عکس یا بریده روزنامه باشد. مهم این است که علامت بتواند نشان دهد که آدم‌ها وضعیت را چگونه دریافته‌اند. گافمن بر این باور است که چارچوب‌ها یا قواعد بر کنش‌های بشری حاکم‌اند و افراد در برخورد با این قواعد و مناسبات، به ابراز، شکل - دهی و معنابخشی خود می‌پردازند ولی فرصت برای تعدیل، گریز و سرپیچی از این چارچوب‌ها وجود دارد (ایمان، ۱۳۹۰: ۷۳-۶۹). اگر بگوییم جنسیت تحت تأثیر قواعد و

اصول اجتماعی شکل می‌گیرد در واقع این باور عمومی را زیر سؤال برده‌ایم که جنسیت رفتاری است که به طور طبیعی انجام می‌دهیم. کنش متقابل نمادین به ما می‌گوید که جنسیت از طریق تعامل بین افراد آموخته و اجرا می‌شود. گافمن یک دانشمند درخشان اجتماعی است که زندگی‌اش را صرف مشاهده رفتارهای اجتماعی کرده است، راهی که یک منتقد ادبی خوب در ادبیات انجام می‌دهد. او متن را قربانی نظریه نمی‌کند، او هرگز زنده بودن متن و جامعه را فراموش نمی‌کند (هولمز، ۱۳۸۹: ۷۷-۷۵).

گافمن با طرح ایده‌ی «فرامناسکی شدن» باور دارد که نمایش‌های جنسیتی برساخت شده به لحاظ اجتماعی، جنبه‌ی طبیعی می‌دهند و از این رو، تصورات قالبی^{۱۴} جنسیتی را تحمیل می‌کنند. منظور از فرامناسکی شدن نمایش‌های جنسیتی در رسانه‌های تصویری این است که مناسباتی که پیش از این در موقعیت‌های اجتماعی، مناسکی شده است، در تبلیغات دوباره به صورت مناسک درمی‌آید و در واقع دگرگونی آنچه پیش از این دگرگون شده بود، اتفاق می‌افتد (ایمان، ۱۳۹۰: ۶۴-۶۳)؛ بنابراین طبق نظریه‌ی گافمن مردانگی محصول کنش متقابل در زندگی روزمره است که از نظر اجتماعی و فرهنگی برساخته می‌شود. گافمن معتقد است که یکی از عمیق‌ترین صفات اساسی انسان، احساس او از جنسیت است؛ زنانگی و مردانگی به یک معنا نمونه نخستین و مهمی است که می‌تواند در هر وضعیت اجتماعی هرچیزی را به صورت موقت منتقل نماید (ایسفیلد^{۱۵}، ۱۹۹۸: ۲۱۹). گافمن (۱۹۷۹) سعی می‌کند این واقعیت را شناسایی کند که چگونه جنسیت نشان‌دهنده تمایلاتی است که براساس آن انتظارات اجتماعی شکل می‌گیرد.

علاوه بر نظریه‌ی گافمن که برای بازنمایی روابط جنسیت به کنش کنشگران توجه دارد و کارش را در سطح خرد به انجام می‌رساند رویکردی دیگری در سطح کلان‌تر به

این موضوع نیز می‌پردازد که متعلق به بوردیو^{۱۶} است. رویکردی که بوردیو علاقه‌مند به بسط آن بود، نگرشی است که انسان‌ها را عاملانی فعال می‌دید که سرنوشت‌شان به تمامی در دست‌شان قرار ندارد. بوردیو به دنبال یافتن نظریه‌ای بود که انسان‌ها را محصولات صرف ساختارهای اجتماعی تبدیل نکند (سیدمن، ۱۳۹۱: ۱۹۵). نظریه بوردیو نظریه‌ای مابین نظریه ساختارگرایی و خردنگری می‌باشد. در این مقاله بیش‌تر از رویکرد نظری بوردیو که در کتاب «سلطه مردانه»^{۱۷} به طور مستقیم به مسئله جنسیت پرداخته، استفاده شده است. بوردیو برای تحلیل روابط سلطه که دغدغه بیش‌تر آثارش است، به بررسی اهرم‌های سلطه مردانه پرداخته و تأکید می‌کند که نخستین چیزی که سبب بازتولید سلطه مرد بر زن می‌شود، عادت‌واره زن‌هاست که ناشی از جامعه‌پذیری جنسیتی سنتی‌شان در خانه، مدرسه و دولت است (یعقوبی، ۱۳۹۳: ۱۶۵). بوردیو با ارائه نظریه سلطه مردانه، راهی را برای ارتباط میان اعمال روزمره، تجربیات، احساس «بدن جنسیت‌مند»^{۱۸} بودن و جهان تصاویر و گفتمان‌هایی که این بدن تولید می‌کند، برقرار می‌کند. سلطه مردانه بوردیو و مردانگی هژمونیک کانل، مفاهیمی نزدیک به هم هستند که از هسته ایدئولوژی مردانه در فرهنگ صحبت می‌کنند که طی آن اعمال از طریق بدن‌ها با ساخت دوگانه قدرتمند مرد/ زن حاصل آمده‌اند. «خشونت نمادین» نیز از طریق پایبندی به سلطه پدید می‌آید و با امتیازی که به فرد غالب (و در نتیجه به سلطه) می‌دهد نمی‌تواند ناموفق عمل کند، این خشونت بدون اینکه تصویری از سلطه برای زن یا مرد به وجود بیاورد بنای اندیشه آن‌ها را شکل می‌دهد و به صورت طبیعی عمل می‌نماید (بوردیو، ۲۰۰۱: ۳۵). بوردیو، نظریه خود را در سه سطح (مشاهده^{۱۹}، جسمانیت-ساز^{۲۰} و طبیعی‌سازی^{۲۱}) سامان می‌دهد. وی معتقد است که ساختارهای جنسی طی تمامی دوران زندگی فرد در زندگی روزمره مورد مشاهده قرار می‌گیرد و فرد این مشاهدات را در خود جسمانیت می‌دهد. در نهایت ساختارهای قدرت، این فرایند

اجتماعی و تاریخی را طبیعی جلوه می‌دهند (برون^{۲۲}، ۲۰۰۶). آثار بوردیو جامعه‌شناسی سلطه و افشای سلطه است؛ و به‌ویژه شامل سلطه‌ای می‌شود که به نظر او پنهانی‌ترین صورت آن اعمال می‌شود. سلطه بدون تسلیم دوکسایی^{۲۳} افراد تحت سلطه به سلطه-گران غیر ممکن است، تسلیمی که عموماً به آن آگاهی ندارند (شویره و فونتن، ۱۳۸۵: ۱۰۲).

بوردیو مدعی است که فرهنگ، همواره مهر طبقه اجتماعی را بر پیشانی دارد. سلطه طبقاتی زمانی محقق می‌شود که سبک‌های زندگی، ذائقه‌ها، داورهای زیبایی‌شناختی و آداب اجتماعی طبقات مسلط [در این جا مردان] به لحاظ اجتماعی مشروع و غالب شود (سیدمن، ۱۹۹: ۱۳۹۱). مردانگی تمام ویژگی‌های یک اشرافیت را دارد «تمام آن چیزهایی که به قبایلی‌ها ارزش می‌دهد- جنبه‌های شرافتی، آبروداری- ارزش‌های مردانه کاملاً اشرافی هستند... دستاری که بر سر می‌بندد، طرز ایستادنشان درست مثل ارتش و سلام نظامی دادن» (بوردیو، ۱۳۹۳: ۱۲۲).

کیمل^{۲۴} هم نویسنده‌ای است که به مطالعه ژانر مردان می‌پردازد و ما را آگاه می‌سازد که مردانگی و زنانگی ساختارهای ارتباطی هستند؛ نمی‌توان ساختارهای اجتماعی مردانگی یا زنانگی را بدون اشاره به دیگری درک کرد (کارنوال^{۲۵}، ۱۹۹۴: ۱۷). کیمل (۲۰۰۰) معتقد است به کار بردن مردانگی حاکی از تنوع مردانگی است، چرا که در هر جامعه‌ای و در هر دوره‌ای، گروه‌های مختلف از مردانگی و تفاوت‌های فردی تعریف خود را دارند. برخی از فرهنگ‌ها مردان را تشویق می‌کنند تا بی‌احساس باشند و مردانگی خویش را، به‌ویژه با اغوای جنسی، اثبات کنند؛ اما فرهنگ‌های دیگر تعریف سازگارتری از مردانگی را تجویز می‌کنند که براساس مشارکت مدنی، پاسخ‌گویی عاطفی و برآورده کردن نیازهای اجتماع است.

اگرچه از دهه ۱۹۸۰ نظریه‌پردازی‌های گوناگونی در مورد مردانگی انجام شده است اما آثار رابرت و. کانل^{۲۶} در جامعه‌شناسی جنسیت بسیار تأثیرگذار بوده است. کانل معتقد است که آرای مربوط به نحوه ساختن مردانگی واجد خصیصه‌های فرهنگی‌اند. کانل وضعیت مردان در اقلیت‌های قومی یا مردانگی را که آمیختگی نژادی دارند از مصادیق مردانگی حاشیه‌ای یا فرودست محسوب می‌کند (کانل، به نقل از یعقوبی، ۱۳۹۳: ۲۰۳).

به عقیده کانل ارزش‌گذاری فرهنگی در مورد مردانگی با یکدیگر متفاوت‌اند به طوری که بعضی از آن‌ها مثبت و بعضی منفی و مورد تمسخر قرار می‌گیرند. کانل اعتقاد دارد که حوزه‌های گوناگونی در حال رشد هستند که باعث تحول در مردانگی می‌شود. شرایط امروز جهانی شدن، گستره وسیع شرکت‌ها و بازارهای چندملیتی و وسایل ارتباط جمعی به طور چشمگیری در این زمینه مؤثر هستند (کانل، ۲۰۰۸: ۲۳۸-۴۸).

به طور کلی می‌توان گفت که تعریفی که می‌توان از مردانگی ارائه داد: «ویژگی‌ها و برخوردهای اجتماعی و فرهنگی پویا که در یک حس مردبودن و یا شجاعت و دلوری گنجانده شده است. مردانگی مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، نقش‌ها، کدهای اجتماعی و رفتار وصف‌ناپذیر است که اغلب به مردان نسبت داده می‌شود» (فورشی^{۲۷}، ۲۰۰۶: ۲۵).

۴. پیشینه پژوهش

سلطانی‌گردفرامرز (۱۳۸۵) در مقاله‌ی «نمایش جنسیت در سینمای ایران» به بررسی تصویری که سینمای پس از انقلاب از روابط جنسیتی به مخاطبان نشان داده، می‌پردازد. سلطانی‌گردفرامرز براساس رویکرد نظری و الگوهای تحلیلی ایروینگ

گافمن درباره نمایش جنسیت در رسانه‌های بصری به دنبال یافتن این پرسش بودند که نابرابری‌های جنسیتی چگونه در کنش متقابل بازیگران زن و مرد در فیلم‌های سینمایی پس از انقلاب بر ساخته می‌شود. گردهمایی با استفاده از روش تحلیل محتوا، مفاهیم و الگوهای تحلیل بصری گافمن، به تحلیل تصاویر سینمایی پرداخته است. یافته‌های این پژوهش ضمن تأیید وجود معناداری نمایش جنسیتی مناسبی شده در فیلم‌های سینمایی پس از انقلاب در قالب الگوهای تحلیل بصری مطرح شده توسط گافمن، بیانگر بر ساخت و بازتولید الگوها و هنجارهای جنسیتی سنتی در سینمای ایران هستند. فیلم‌های سینمایی ایرانی با بازنمایی تصویری فرامناسکی شده از نابرابری‌های جنسیتی در جامعه، در جهت بر ساخت و بازتولید این نابرابری‌ها گام برمی‌دارند. آن‌ها از طریق مناسکی کردن فرمانبری و کم‌ارزش جلوه دادن زنان نسبت به مردان، برتری یک جنس بر جنس دیگر را به نمایش می‌گذارند و ارزش‌ها و هنجارهای جنسیتی سنتی را تأیید و تثبیت می‌کنند و این همه غالباً از طریق اجرای مناسک فرودستی و فرادستی در کنش متقابل بازیگران زن و مرد در فیلم‌ها رخ می‌دهد.

در مقاله دیگری که چاووشیان و حسینی (۱۳۸۹) با عنوان «ستاره‌های مردانگی و مردانگی ستاره‌ها» انجام دادند از فیلم‌های سال‌های اولیه انقلاب و ارزش‌های انقلاب که در آن سال‌ها تبلیغ می‌شد، یک سنخ ایدئال مردانگی سنتی بر ساختند. سپس ارزش‌های مردانه‌ای را که در فیلم‌های سینمایی سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۸ مورد تأیید و تشویق بوده‌اند با آن سنخ ایدئال مقایسه کرده‌اند. از مقایسه ۳۲ سنخ ایدئال به دست آمده، چهار دوره متمایز مشخص شده و سنخ ایدئال هر دوره بر ساخته شد. نتایج حاصل از مقایسه آن‌ها با هم نشان‌دهنده صادق بودن نظریه کانل در مورد تغییرپذیری مردانگی هژمونیک همگام با تحولات اجتماعی است.

اباذری و پاپلی‌یزدی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تقابل سنت و مدرنیته در فیلم‌های جاهلیبا تأکید بر الگوهای لات و لوطی در دو فیلم لات جوانمرد و قیصر» به بررسی سینمای ایران بین سال‌های ۱۳۳۷ تا ۱۳۵۷ که الگوهای متفاوتی از لات و لوطی وجود دارد، می‌پردازند. روایتی که از این الگوها به عمل می‌آید تحولی است از چگونگی مواجهه یکی از رادیکال‌ترین اقشار سنتی با برخی مظاهر مدرنیته. قشر لات و لوطی مانند هر قشر اجتماعی دیگری، در یک ساختار اجتماعی خاص معنا می‌یابد. ساختاری که در این مقاله از آن با عنوان «ساختار محله‌ای» نام برده شده است. میزان قدرت این ساختار، قدرت لات و لوطی را تعیین می‌کند. مدرنیته این ساختارها را به هم می‌ریزد. به تبع این درهم ریختن ساختاری، نظام ارزشی مطابق با این ساختار نیز تضعیف می‌شود. تحولات الگویی لات و لوطی به واسطه این تحول ارزشی ایجاد می‌شود. سینمای عامه‌پسند در پیش از انقلاب عرصه‌ای بود که چگونگی مواجهه لات و لوطی با فروپاشی نظام ارزشی سنتی - محله‌ای را روایت می‌کند. در مقاله فوق با اتکا به تحول ساختاری و تحول ارزشی متناظر با آن، از خلال دو فیلم لات جوانمرد و قیصر، تغییرات الگویی لات و لوطی در مواجهه با مدرنیته در سینمای ایران مورد بررسی قرار گرفته است.

۵. روش تحقیق

واحد تحلیل تحقیق حاضر سریال‌های محلی شبکه سیمای استان ایلام است. نمونه‌گیری بر اساس نمونه‌گیری هدفمند انجام شده است. به این معنی که با استفاده از مراجعه به مرکز پژوهش‌های صداوسیما استان سه مجموعه سریال پر مخاطب استان شناسایی شد. این سریال‌ها که طنز نیز هستند عبارتند از «قال و قواله»^{۲۸} (۱۳۸۸)، «بر» و «بش»^{۲۹} (۱۳۹۰) و «هرکه ارا خوی»^{۳۰} (۱۳۹۲). طبق نظرسنجی‌های به عمل آمده از طرف

صدا و سیمای مرکز ایلام میزان مخاطبان استان ایلام از سریال *قال و قواله* ۷۳ درصد، سریال *برا و بش* ۸۶ درصد و سریال *هرکه ارا خوی* ۷۷ درصد بوده است. دیالوگ‌های این سریال‌ها از زبان کُردی به زبان فارسی برگردانده شده و در جایی که لازم بوده همان دیالوگ به صورت رفرنس بیان شده است.

زندگی روزمره متأثر از تلویزیون و فیلم‌های سینمایی است. تحقیق کیفی این رسانه‌ها را مورد تحلیل قرار می‌دهند تا اطلاعاتی درباره برساخت اجتماعی واقعیت در اختیار ما قرار دهند (فلیک، ۱۳۹۱: ۲۶۶). روش تحقیق حاضر کیفی است. نوع روش، تحلیل محتوای کیفی که برای روشن ساختن مفاهیم و مقولات آشکار و پنهان متن استفاده شده است. تحلیل محتوا به طور بالقوه یکی از مهمترین تکنیک‌های پژوهشی در علوم اجتماعی است که در پی شناخت داده‌ها به منزله پدیده‌های نمادین است و بدون ایجاد اختلال در واقعیت اجتماعی به تحلیل آن‌ها می‌پردازد (کرپندورف، ۱۳۷۸: ۷). برای تجزیه و تحلیل سریال‌ها از کدگذاری استفاده نموده‌ایم. منظور از کدگذاری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند. کدگذاری باز^{۳۱} قصد دارد تا داده‌ها و پدیده‌ها را در قالب مفاهیم درآورد. قدم بعدی آن است که این کدها را براساس پدیده‌های کشف‌شده در داده‌ها که مستقیماً به پرسش تحقیق مربوط می‌شوند، دسته‌بندی کنیم (فلیک، ۱۳۹۱: ۳۳۳-۳۲۹). در اینجا محقق از تفکر استقرایی استفاده نموده است یعنی به خلق مفاهیم و مقولات و روابط براساس متن و سوالات تحقیق پرداخته است؛ به عبارت دیگر پس از مشاهده دقیق سریال‌ها، نسبت به ثبت دقیق دیالوگ‌های موجود اقدام شد و با توجه به حساسیت نظری، استخراج مفاهیم مهم صورت گرفت. پس از استخراج مفاهیم مهم، مقولات اساسی خلق شدند.

۶. یافته‌های تحقیق

خلاصه داستان سریال *قال و قواله*

سریال «قال و قواله» محصول سال ۸۸، داستان زندگی چند خانواده که زندگی عشایری دارند را نشان می‌دهد. موضوع اصلی این سریال سند زمینی است که حد و حدود زمین جهانگیر و قیصر را مشخص می‌کند و این سند و مشکلات بعدی آن، زمینه‌درگیری و اختلاف بین آن‌ها می‌شود. علاوه بر این، موضوعات دیگری نیز در لابلای سریال گنجانده شده که بر جذابیت این سریال افزوده است.

خلاصه داستان سریال *برا و بشر*

سریال «برا و بشر» که محصول سال ۹۰ است، داستان زندگی دو برادر ناتنی به نام‌های چوارشمه و پنجشمه را بیان می‌کند. این سریال در ۲۷ قسمت و با موضوعات مختلفی از اعتیاد تا بدگمانی و تلاش برای پولدار شدن و... را به تصویر می‌کشد. در این سریال پنجشمه که در روستا زندگی می‌کند نمادی از سنت‌گرایاست برخلاف چوارشمه که در شهر زندگی می‌کند و تا حدی زندگی مدرنیته را تجربه می‌کند. این دو برادر که بر سر ارث و میراث میانه‌شان شکراب می‌شود با میانجیگری «خالو الوان» کدورتشان از بین می‌رود. در نهایت پسر و دختر پنجشمه با دختر و پسر چوارشمه ازدواج می‌کنند.

خلاصه داستان سریال *هرکه را خوی*

سریال ۲۶ قسمتی «هرکه را خوهی» که در سال ۹۲ ساخته شده است داستان زندگی فردی به نام باسکه میرزا حکایتی کند که در اثر حادثه رانندگی همسرش هاجر را از دست داده و بعد از مرگ همسر اتفاقاتی برای او رخ می‌دهد که در کل

قسمت‌های سریال جریاناتی را بصورت طنز و کمدی می‌آفریند. باسکه‌میر که علاقه زیادی بهشبکه‌های ماهواره‌ایدارد پسازمرگهمسرشسعیدارد هموارهبرنامه ماهواره را دنبال کند ولیبنا بر سنت‌هایی که وجود دارد، این عمل را مخفیانه انجام می‌دهد. دیدن ماهواره بر ذهن و روان باسکه‌میر تأثیر می‌گذارد و او را متحول می‌سازد. در این سریال باسکه-میر در محیط روستا زندگی می‌کند و برادرش در شهر ایلام سکونت دارد.

محوری‌ترین مقولاتاستخراج شده که پس از مشاهده دقیق سریال‌ها، تبدیل آنها به متن و کدگذاری و در نهایت تحلیل محتوا انجام شد، بدین ترتیب است:

مردانگی سستی / نیمه سستی

در این سریال‌ها، مردانگی سستی، به اعمال و نوع زندگی مردانی که اعتقادشان به سنت، بدون دخالت همه‌گیری مدرنیته پابرجا مانده، اطلاق می‌شود. در فضای نمایش داده شده، مقاومت کم‌تری در برابر نظر پدر صورت می‌گیرد بخصوص اگر جنسیت زن باشد. تحصیلات اهمیت چندانی ندارد. اعضای خانواده وقت کمی را صرف گفتگو و بحث در مورد زندگی‌شان اختصاص می‌دهند و اگر هم وقتی اختصاص داده شود، گفتگو {تک} جنسیتی می‌شود:

پنجششم: دختر اگه دردلی داشته باشه بایستی به مادرش بگه، مرد هم هر مشکلی داشته باشه باید با پدرش در میان بذاره.

به ازدواج پسرعمو با دخترعمو تحت عنوان «حق‌دار» گرایش دارند و در صورت عدم تمایل دخترعمو یا خانواده‌ش با تهدید خانواده پسر مواجه می‌شوند:

نادر: خوب ریحان خودش حاضره با من ازدواج کنه؛ عادل: ریحان بی‌خود کرده با تو. دختر عموی منه من برانش تصمیم می‌گیرم. در جای دیگر:

پسرعموی زینت: با اجازه کی رفته خواستگاری زینت، مگه نمی‌دونی زینت دخترعموی منه، من حق دارشم... دختره مال منه.

مردم پرستی در بین مردان سنتی بیشتر نمود دارد؛ یعنی بعد از فوت نزدیکان شانتا مدت‌ها به راز و نیاز با او می‌پردازند، تماشای تلویزیون را بر خود جایز نمی‌دانند، ظاهر و صورت‌شان را آنکارده نمی‌کنند و چندین سال لباس‌سیاه می‌پوشند. نوع گفتار همراه خشونت و اقتدار است و طبق سلسله مراتب قدرت، پدر حرف اول را می‌زند. نوع اشعاری که گهگاه در لابلاهای سریال‌ها بیان می‌شود، بیشتر الهام گرفته از طبیعت و کارکردگرایانه است. ازدواج نیز کارکردی صلح‌گرایانه^{۳۲} یا جمع‌گرایانه^{۳۳} دارد:

پنجی: مش شریف ما مثل برادر می‌مونیم، از یک قومیم، باید کاری کنیم این خویشاوندی که بینمون هست دور نشه، واسه این کارم باید باهم بست و پیوند داشته باشیم.

در مقابل، مردان نیمه سنتی وجود دارد که گونه‌ی مدرن‌شده‌ی مردان روستایی است که تمایل به پیشرفت، تحرک اجتماعی و پذیرش تغییر را دارند. این مردان که بیش‌تر بین قشرهای جوان‌تر می‌باشند به نظرات زن و فرزندان خود احترام می‌گذارد و در امورات مهم از مشورت آنان استفاده می‌کند و در عین حال پایبندی کمتری به سنن دارند. تجمل‌گرایی، بیش‌تر در مردان نیمه سنتی دیده می‌شود:

چوارشمه: بایستی به عروسی واست بگیرم تو ایلام تک باشه، بهترین رستوران واست می‌گیرم، انواع غذاها سفارش می‌دم، من این کیک و ساندیس و اینا رو قبول ندارم. اینا به کنار، آرایشگر می‌مونه، بایستی برن از تهران آرایشگر بیارن از پایتخت، از دل تهران.

فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، دانشجویان یا دارندگان مدرک دیپلم هم در این رده قرار می‌گیرند که دنبال شغل می‌گردند:

کریم: این شهر پر از فوق‌لیسانسه، فوق‌لیسانس نان و آب میشه مگه؟!!

این سنخ از مردان نه کاملاً سنتی نه کاملاً مدرن‌اند. استراتژی این مردان گاهی در جهت حفظ ارزش‌های سنتی و گاهی در جهت تغییر آن می‌باشد. این تغییر رویکرد از مردانگی سنتی به نیمه سنتی نشان از لغزندگی و پویایی مردانگی دارد.

جدول شماره ۱_ مفاهیم تشکیل دهنده مردانگی سنتی / نیمه سنتی در سریال‌های مورد بررسی

نیمه سنتی	سنتی
شهرنشینی / پابندی اندک به سنن / احترام به زن و فرزند / بازاندیشی / مهم بودن علم و دانش / مصرف‌گرایی / زیباجویی / تغییرپذیری.	زندگی در فضای روستایی یا چادرنشینی / مرده‌پرستی / ازدواج درون گروهی / پدرسالاری / عدم پذیرش طلاق / مسلط به دانش فولکلوری / کارکرد صلح‌گرایانه یا جمع‌گرایانه ازدواج / محافظه‌کاری / بی- اهمیت به تحصیلات عالی / عدم تحرک اجتماعی.

ریختار

خصلتی که افراد را به گذشته دور ارتباط می‌دهد همواره به عنوان ویژگی مورد پذیرش مردانگی مسلط بوده است و این افراد هستند که نسبت به رسوم و سنت‌های خویش پایبندند و بدان افتخار می‌کنند. این گروه نگاه ارزشی به شجاعت و قدرت بدنی دارد. حتی در محیط آشپزخانه که در این سریال محیطی زنانه تصویر می‌شود، وقتی مردان حضور دارند ابزارهای شکار، مثل چاقو در دست دارند یا مشغول بریدن گوشت‌اند. برخلاف این مردان، مردانگی دیگری است که از سنت‌های خویش گریزان بوده و همگون‌شدن به فرهنگ دیگر را برای خود افتخار می‌دانند. پیمان که از طبقه پایین جامعه است برخلاف نظر پدرش قصد دارد با یک خانواده با سرمایه فرهنگی و اقتصادی بالا ازدواج کند و خود را وضعیت کنونی‌اش خارج سازد:

بین ما باید با کسی وصلت کنیم که هوامونو داشته باشه، پدر و مادرت که کاری واسمون نکردن مگه اینکه پدرزن بتونه ما رو نجات بده، من که دور فامیلامو خط کشیدم تو مرحله اول، بعدش ذهنمو باز می‌کنم با خانواده‌های با کلاس و متین رفت و آمد می‌کنم که بتونم پیشرفت کنم تو زندگی چونکه میدونم فامیل کاری واسم نمیکنه.

کریم هم بعد از عاشق‌شدن زیبا، نهایتاً پشیمان می‌شود و می‌گوید:

من و زیبا به درد هم نمی‌خوریم، البته من به درد اون نمی‌خورم.

فاصله عاطفی با همسر از ویژگی‌های این نوع مردان است که در آن مردان به خاطر سلطه مردانگی‌شان تمایلی به بروز احساسات و عواطف ندارند.

خانمیر: بین عزیزم من این چهل ساله زن گرفتم، هنوز بهش نگفتم دوست دارم

این سریال‌ها بیش‌تر تأکیدشان روی آن چیزی است که بورديو ريختار يا هبیتاس می‌نامد؛ بنابراین امکان کمی برای تخطی از آن در فرد وجود دارد و اگرهم صورت بگیرد به سرزنش و عدم پذیرش دیگران منتهی می‌شود.

جدول شماره ۲_ مفاهیم تشکیل دهنده ریختار در سریال‌های مورد بررسی

مردانگی حاشیه‌ای	مردانگی هژمونیک
اراده به تغییر پایگاه اجتماعی (با ازدواج)/ شکل ظاهری نامتعارف/ موهای بلند/ انجام کارهای عرفاً زنانه/ آرزوی زندگی در کلان‌شهرها/ مرد روستایی بیزار از کار کشاورزی و یدی	نگاه ارزشی به شجاعت/ قدرت بدنی/ قدرت چانه‌زنی/ داشتن موهای متعارف/ امیدبستن پدر به پسر/ انجام امور مهم بیرون از خانه/ تصاحب اشیاء شکار در دست مردان/ فاصله عاطفی

گروه‌های حل مسأله

در فضای روستایی و عشایری مردانی وجود دارد که به عنوان افرادی ذی‌صلاح و مرجع، در پی حل مسائل‌اند. به عنوان حامیان از آنان انتظار می‌رود که به برطرف کردن نیازهای اجتماعی مثل ازدواج یا طرح نقشه برای رفع مسائل، مبادرت ورزند. ریش- سفیدان در اجتماعات روستایی و عشایری به برقراری صلح مبادرت می‌ورزند و موجب انسجام خانواده و خویشاوندان می‌شوند. کدخدانمشی در این اجتماعات بیش‌از راه‌های قانونی تأثیرگذار است:

پسرعموی زینت: من قصد ازدواج با دخترعموم دارم الان اومدم که تو برید و پیش بگیری قبل از اینکه دعوا بینمون پیش بیاد... من این حرفا سرم نمی شه. اومدم پیش تو به عنوان ریش سفید طایفه، قبل از اینکه دعوایی پیش بیاد. حالا زحمت بکش برو پیش عمو جهانگیر.

از طرف دیگر در جامعه شهری کدخدانمنشی به عنوان گروهی مهم و مرجع، جایگاهی به نسبت پایین دارند و افراد شهری برای مسائل پیش آمده سراغ مظاهر مدرنیته، مثل دادگاه، دایره خانواده و ... می روند. البته در بعضی موارد گروهایی غیرقانونی (باج گیر) هستند که بعضی افراد در بعضی شرایط سراغ آنها می روند.

جدول شماره ۳_ مفاهیم مرتبط با مقوله گروه حل مسأله در سریالهای مورد

بررسی

روستایی	شهری
<p>شخص مرجع به عنوان: ریش سفید/ حل - کننده مسئله(خانواده و خارج از خانواده)/ موعظه گر/ برقرارکننده صلح، دعوت به انسجام و برادری/ تقسیم کننده ارث و میراث/ تأدیب کننده/ نصیحت گر/ دلسوز/ واسطه گر/ تصمیم گیرنده/ محل اعتماد (نگهداری وصیت نامه، اسناد)</p>	<p>نهادهای حل مسأله، مظاهر و عناصر مدرنیته مثل دادگاه، کلاتری، دایره خانواده و باج گیران هستند.</p>

ذائقه مردانه

بیشترین و مهم‌ترین دیالوگ‌ها سریال‌ها متعلق به مردان بوده و نقش اول بازیگران نیز به مردان واگذار شده است. مسئله کار و شغل با نگاهی کاملاً جنسیتی نظر می‌شود و این مردانند که دنبال کار و شغل می‌گردند «کار جوهر مرد است». مرد ویژگی است که موقتاً بر آن تأکید می‌شود. مردانگی مسلط با نگاه جنسیتی به فرزندان نگاه می‌کند و تمایل بیشتری به داشتن پسر دارد. قسم خوردن به جان اجداد یا فرزندان ذکور است و در لحظات حساس روی جنس مذکر حساب باز می‌کنند. خشونت کلامی و سلطه مردانه از ویژگی‌های بارز این نوع مردان است:

باسکه‌میر: ای بابا خانواده چیه، غلط میکنن، خودم درستش می‌کنم. تو هنوز منو نشناختی که تو خونه چچوریم. در جای دیگری:

پنجشمه به نادر: تو از جلوی چشم برو بیرون، هیچی نگو وگرنه سرتو از تنت جدا می‌کنم. یا

کریم: بین من واسه خودم نگرانم، اگه پدرم بفهمه اومدیم دکتر تو خونه رام نمیده، میندازدم بیرون.

مردانگی که در برابر مردانگی مسلط قرار می‌گیرد مردانی هستند که قدرت مانور ندارد، به بی‌تجربه بودن محکوم شده و وابسته خانواده می‌باشند، نظراتشان هم چندان اهمیتی ندارد. مردانگی که موقعیت فردی خاصی دارند مثلاً سبیل بلند دارند، لباس‌های گشاد می‌پوشند یا چاق هستند به خاطر نامتعارف بودنشان هم در این رده قرار می‌گیرند. بی‌غیرت، داغی است که این مردان می‌خورند:

پیمان: بدبخت امروز فرداست که پدرتو بگیرن بندازنش زندان، غیرتت کو؟ نادر: چه اشکالی داره بی خیال، غیرتو ول کن، بابام بره زندان چه اتفاقیواسش می افته، باز برمی-گرده، آزاد می شه... چیزی که سرمو به باد می ده همین غیرته.

عدم حضور کودکان در سریال های مورد بررسی نیز، به معنای کم اهمیتی به این رده از مردان است که هیچ قدرتی در مقابل مردان هژمونیک ندارند.

جدول شماره ۴_ مفاهیم تشکیل دهنده ذائقه در سریال های مورد بررسی

مردانگی نابهنجار (حاشیه ای)	مردانگی بهنجار (هژمونیک)
گرایش به شکل و صورت زنانه/فضول/ قرقرو/ وابستگی به مادر/ دست و پا چلفتی/ ناپخته و بی تجربه/ نفرت انگیز/ مطیع/ غیرمهم/ حقیر/ ظاهری با سبیل بلند و موی فشن (چاق و لاغر)/ سستی مدرن گرا.	تمایل به داشتن پسر/ تمایل به استقلال/ مقاومت در برابر سلطه و دستور/ نان آور/ انتقام جو/ پرخاشگر/ دوراندیش/ قهرمان/ غیرتی و متعصب/ سلطه گر/ راست قامت و جدی/ تفکر فلسفه گرایانه (راجع به مسائل انتزاعی و مهم زندگی)/ مردانه بودن خواستگاری/ مردانه بودن هویت/ ملقب- بودن به القاب مفتخرانه (مثل شیربودن)/ جنسیتی کردن سوگند/ نگاه ارزشی به جنس مذکر/ انجام فعالیت های قدرتی (شکستن هیزم، بلند کردن اجسام سنگین)/ بلند خندیدن.

نگرش به زنانگی

به طور کلی سنگینی فضای مردسالاری بر تمام این سریال‌ها سایه افکنده است؛ و همان‌طور که گفته شد تعداد بازیگران مرد و نقش آن‌ها از اهمیت درجه اول برخوردار است. عموماً زنان به مسائلی کم اهمیت می‌پردازند و مردان در مورد چند و چون مسائل اظهارنظر می‌نمایند و آن‌را به نفع خود متحول می‌کنند. اعتقاد مردسالارانه به عدم وابستگی مرد به زن تأکید دارد. شوهر داشتن یک ارزش برای زن است که زن داشتن این ارزش را برای مرد ندارد. زنان در بیشتر صحنه‌ها مشغول انجام امور مربوط به داخل خانه هستند و این نوع دیالوگ بارها در این سریال‌ها تکرار می‌شود. مشاغلی که زنان انجام می‌دهند به مشاغل صنایع دستی و در نهایت به ایده تولید کارگاه صنایع دستی ختم می‌شود. در توصیف مردان برای عشق به زنان و اشعار مربوط به آنان از ابزار شکار و شکار کردن استفاده می‌شود و به دنبال تصاحب زن می‌باشند:

شی‌وی که‌ل دیری شه‌فق ده نشادتیره خه‌مه‌وت هرچک بادا باد^{۳۴}.

زمانی که زنان موبایل در دست دارند، مشغول پیام‌زدن یا آهنگ گوش دادن هستند یا اطلاعات کم‌اهمیت را رد و بدل می‌کنند ولی زمانی که مردان از موبایل استفاده می‌کنند اموراتی به نسبت مهم‌تر را انجام می‌دهند و این عمل معمولاً خارج از محیط خانه صورت می‌گیرد. مرد هژمونیک، مردی که وابسته به زنش باشد را نمی‌پذیرد:

جهانگیر: زمین مال کسیه که خودم تو استخدامی ردش کردم. زمین مال قیصره. فامیلشم فخری. خودش فخریه، فامیلش فخریه، قلبش فخریه، روحش فخریه، عروقتش فخریه، مغزش فخریه، حرکتش فخریه و زبانشم فخریه... فخری زنشه.

تفکر زنانه در این نوع مردانگی جایی ندارد. بیش تر مردانی که در حاشیه مردانگی قرار دارند از مردانگی سنتی فاصله گرفته و به عنوان نسل های جدیدتر شناسایی می-شوند و برای زنان ارزشی به مراتب بیش تر قائل اند که البته با دیده تحقیر نگریسته می-شوند.

قباده: من بدون فهیمه یک دقیقه نمی تونم زندگی کنم؛ جهانگیر: وجود تو یک ثانیه واسم ننگه، بدبخت خاک بر سر، گریه نکن، تو که مرد نیستی... مرد که واسه زنش این بلاها رو سر خودش نمیاره، ننگ بابا، بدبخت برو به حال زندگی و کار خودت فکری بکن، تو که مرد نیستی.

جدول شماره ۵_ مفاهیم تشکیل دهنده نگرش به زنانگی در سریال های مورد

بررسی

مردانگی حاشیه ای (نگاه زن باور)	مردانگی هژمونیک (نگاه زن ستیز)
ارجاع به سخن زن / پذیرش تفکر زنانه / بروز احساسات نسبت به زن / توانایی انجام امورات بیرونی (رفتن به بانک، سروکار داشتن با چک) / مشورت با زن / انجام بعضی امورات با اجازه زن / اهمیت زن بعنوان برقرارکننده صلح و نقش تعدیل گری / ترجیح ازدواج با زن بیگانه / برطرف کننده مشکلات / شروع کننده رابطه	نگاه تحقیرآمیز به عکس العمل زن یا توهین به او / پست شمردن فعالیت (پرورش مرغ) و ننگ شمردن این عمل برای مردان / عدم پذیرش مقاومت زنان / همراه شدن مرد با زن در بیرون از خانه / تمایل به ازدواج با دختر کم سن و سال / ظریف و فاقد ابهت مردانه / پایین-بودن ارزش زن بیوه / دخالت مرد در امور

<p>با مرد/ پذیرش اشتغال/ تحسین/ قدرشناسی/ عذرخواهی از زن/ احترام به نظرات زن/ اجرای دستورات زن/ وابستگی مرد به زن (اقتصادی)/ سلطه پذیری مرد/ دیدگاه زن باور مرد.</p>	<p>عرفاً زنانه (آرایش کردن)/ بی توجهی به نظرات آنان/ نگاه تحقیرانه به ریاست زن/ تصاحب زن/ فقدان قدرت برای اشتغال- زایی/ وابسته به مرد/ خانه‌دار/ اهمیت کالاگونه‌گی/ تصمیم‌گیری در امورات جزئی/ برچسب‌خورنده (پرحرف، موزی و خبرچین)/ شوهر دادن دختر به عنوان یک دغدغه/ خشونت کلامی مرد/ دردرساز/ استفاده ابزاری و تبلیغاتی از زن/ نگاه بدبینانه به زن بیگانه (بخاطر عدم تمایل امورات خانه‌داری).</p>
--	---

مخالف‌خوانی

این عامل به ارتباط مردانگی با ساختارهای کلان جامعه توجه دارد. طوری که مردان در مواجهه با دولت و ارتباط آن با قدرت سیاسی قرار می‌گیرند. در سریال‌های بررسی شده، تفکر خلاق و انتقادی مختص به مردان است و این مردان هستند که از این کیفیت برخوردارند. مردانگی معترض اصولاً منتقد مشکلات موجود در ساختارهای جامعه است؛ مثلاً از سیستم موجود بانکی، فساد، اعتیاد، افسردگی، رفتار پزشکان، آب مصرفی، ازدواج، اختلاس، آلودگی هوا، اجناس چینی و... انتقاد به عمل می‌آورد. در برابر تصمیم‌گیری‌ها مقاومت می‌کند و در پی ایجاد نظم و بهنجارکردن معضلات جامعه

(اعتیاد) است. دیالوگ زیر استخدام افراد بر مبنای لیاقت و شایستگی آنان را بیان می - کند اما در نهایت خلاف این ادعا تحقق پیدا می کند:

جهانگیر: عزیزان خیلی خوش آمدید، می دونم همتون بیکارید و اومدید توی این پروژه کار کنید. کسی که حقتشه و تحصیل کرده ست و زحمت کشیده مطمئن باشه تو این پروژه استخدام می شه. حالا یه مژده بهتون بدم، دوره پارتی بازی مُرد. تصمیم گرفتم پارتی بازی نکنم... بعد دو گروه می شین، گروه پ و گروه ب... گروه پ یعنی پارتی دار و گروه ب یعنی بی پارتی بی کس بدبخت بیچاره. در جای دیگری معضل بیکاری را این طوری بیان می کند:

جهانگیر: در شهر ما تحصیل کرده های زیادی وجود دارند که همه مشغول بیکاری هستند.

جدول شماره ۶_ مفاهیم تشکیل دهنده سازهمخالف خوانی در سریال های مورد بررسی

مخالف خوانی (مردانگی معترض)
مقاومت / تلاش برای بهنجار کردن نقصان ساختارها / ابراز کننده معضلات جامعه / تفکر خلاق / نقد به ساختارها / نقد به سیستم بروکراسی

منزلت شغلی

برخلاف زنان، تنوع مشاغل مردان در این سریال‌ها زیاد است. افرادی که در اجتماع با همبستگی مکانیکی زندگی می‌کنند مردانگی هژمونیک و بهنجارش به مشاغل یدی و نیازمند زور و قدرت گرایش دارد؛ و به کار و معامله روی زمین علاقه‌مند است. در این اجتماع مردانگی حاشیه‌ای به آن گروه از مردان اطلاق می‌شود که مطابق با رسومات آنان نباشد؛ برای مثال کسی که از دغدغه‌های سنت روستای به دور است و طرح ایده‌های جدید و اختراع را هدف خود قرار می‌دهد آن‌چنان جایگاهی ندارد. گروهی دیگر در اجتماعی قرار دارند که تا حدی همبستگی ارگانیکی حاکم است؛ در این طیف کسانی که سرمایه‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و یا نمادین بالایی داشته باشند، در جایگاه مردانگی هژمونیک قرار می‌گیرند و افراد با شغل‌های پست در مردانگی حاشیه‌ای. شاید دلیل این امر که در جامعه سنتی، هژمونیک غیرمادی برتری دارد به خاطر آن چیزی باشد که دورکیم تحت عنوان «وجدان جمعی»^{۳۵} مشخص می‌نماید. چون این جوامع با واقعیت‌های اجتماعی غیرمادی به‌ویژه با یک اخلاق مشترک نیرومند ظاهر می‌شوند، عوامل مادی از اهمیتی درجه دوم یا پایین‌تری برخوردار است. درحالی که در اجتماع ارگانیکی عامل پیوند افراد تقسیم کار و امور مادی است:

کاظم: ای بابا چرا می‌ترسی؟ پول پول! با پول همه چیز درست میشه.

جدول شماره ۷_ موقعیت شغلی در سریال‌های مورد بررسی

اجتماع ارگانیکی		اجتماع مکانیکی	
مردانگی حاشیه‌ای	مردانگی هژمونیک	مردانگی حاشیه‌ای	مردانگی هژمونیک
دست چوپانی / فروشی (لباس و لوازم پارچه، آرایشی) / کفاشی / کارگری / قصابی / سربازی / تعمیرکاری / رانندگی / معامله‌گر گوسفند.	مدیر عامل / مدیر شرکت / پزشک / جراح / مهندس / طلا / فروش / رئیس بانک.	مخترع / تحصیل‌کرده / دانشجو.	مالک زمین و توسعه آن / باغبانی / آبیاری / کشاورزی / گاو‌داری / استخدام برای کار روی زمین.

سازماندهی رفتار

مردانگی هژمونیک گریه مرد را نمی‌پذیرد، جدی، بخشنده و خویش‌شمار است. بیش‌ترین دیالوگ‌ها مربوط به این نوع مردانگی است. مردانگی نابهنجار حسادت را پیشه خود می‌کند، وسواس، مضطرب و حسود است.

چوارشمه: تو و خواهرت اگه حرفی بزنی من می دونم و شما، هیچی نمی گید، می-
خوام عموتون هم گرفتار این قضیه شه.

جدول شماره ۸_ سازماندهی رفتار در سریال های مورد بررسی

مردانگی هژمونیک/ بهنجار	مردانگی حاشیه ای/ نابهنجار
استهزای احساسات مردانه/ جدی/ بخشنده/ عذرپذیر/ خویشندار/ خلاق/ ترانه سرا/ ابتکار عمل/ اعتماد به نفس/ عصبی/ شادی/ دل سوز.	گریان/ سوگوار/ حسود/ وسواس/ مضطرب/ عاشق/ پشیمان/ مقلد/ چشم و همچشمی/ غش کردن.

داغ

مجرمان به عنوان افرادی داغ خورده، به انجام اموری دست می زنند که خلاف عرف و قانون است. در این سریال ها مردانی تصویر می شوند که ارادل خوانده می شوند و با لباس های مخصوص (گشاد و به رنگ مشکی) در سطح شهر گشت می زنند و باعث آزار مردم می شوند و معمولاً در اماکنی مثل قلیان سرا دور هم جمع می شوند. افراد دیگری هستند که با برچسب خوردن، داغ زده و تحقیر می شوند:

چوارشمه: پیمان! پیمان آدم گیجیه مثل تو، مگه آدم قحطیه. می فرستمش یه چیز واسم
بیاره میره چیز دیگه ای تحویل میده.

بعضی مردان هستند که در برابر انگی که می خورند واکنش نشان می دهند ولی زنان و بعضی مردان دیگر واکنشی نشان نمی دهند. علاوه بر این شاهد حضور قومیت های

دیگری در این سریال‌ها هستیم که با دیدی منفی تصویر می‌شوند. برخلاف مردان هژمونیک که سخاوتمند، دیگرخواه و ساده‌زیست هستند و یا قناعت را پیشه خود قرار می‌دهند، مردانی دیگری با ویژگی‌هایی همانند دروغ‌گویی، پنهان‌کاری، خودخواهی و یا آزمندی در سریال‌ها تصویر می‌شوند که مورد طرد مردان هژمونیک قرار می‌گیرند.

جدول شماره ۹_ مفاهیم مرتبط با مردان داغ‌خورده در سریال‌های مورد بررسی

غیراخلاق‌گرا	غریبه	برچسب/ انگ	جرائم
دروغ‌گو / پنهان- کار/فریب‌کار/ آزمند / خودخواه/ بدقول / تظاهر‌گرا.	کلاهبردار / چرب- زبان / کودن / ندید بدید / چندزن‌گرا/ بلوف‌زن.	خاک بر سر / گیج / ولگرد / شکمو / دیوانه / بی‌تربیت / زن‌صفت / چاق یا لاغر.	معتاد / زندانی / دزد / موادفروش / باج‌گیر / اراذل و اوباش (با لباس گشادِ مشکي) / قاچاقچی / گردن- کلفت.

۷. نتیجه‌گیری

جامعه‌ایلام جامعه‌ای با فرهنگ سنتی / نیمه‌سنتی است که‌مبانی ایلی و طایفه‌ای در اکثر پدیده‌ها و صورت‌های اجتماعی کنش‌گران و ساختارهای مرتبط با آن دیده می‌شود. ایلات و طوایف، نقش بسیار مهمی در برساخت فرهنگی و اجتماعی وقایع و پدیده‌ها ایفا می‌کنند. اعتقاد شدید به سنت‌ها و رسوم گذشته، سنتی بودن روابط بین افراد، ترجیح جنسیتی و اعتقاد به برتری پسر نسبت به دختر و مرد نسبت به زن از ویژگی بارز فرهنگی جامعه مورد مطالعه است؛ اما طی دهه‌های اخیر در نتیجه ورود

عناصر و مظاهر مدرنیته و افزایش جمعیت جوانو همچنین در نتیجه گسترش رسانه‌های ارتباطی، کاهش ارزش‌های مردسالارانها و مجموعه وسیعی از تحولات ساختاری دیگر، شاهد بازتعریف فرهنگ پدرسالارانها و حرکت آن به سوی فرهنگ جوانسالارانه هستیم. با روی کار آمدن مدرنیته در این استان، شاهد دگرگونی در روابط جنستی به طور عام و مردانگی به طور خاص نیز بوده‌ایم.

آن‌طور که بسیاری از جامعه‌شناسان اعتقاد دارند، رسانه‌های جمعی، به‌ویژه تلویزیون به بازنمایی آن چیزی می‌پردازد که در بطن جامعه و ساختارهای آن وجود دارد. در واقع یکی از راه‌های بررسی جامعه و کنش‌گران موجود در آن، تحلیل فیلم‌ها و سریال‌های موجود در آن است. جنسیت و مردانگی، اموری ذاتی نیستند بلکه در تعاملات اجتماعی و در گفتمان‌های گوناگون، توسط عوامل قدرت برساخته می‌شوند. شیوه مطرح شدن مردان و زنان در رسانه‌ها بسیار حائز اهمیت است. مطالعات زیادی درباره نقش رسانه‌ها انجام شده است اما سؤال مهم این است که رسانه‌ها تا چه میزان قادرند بر رفتار مردان و زنان تأثیر بگذارند. می‌توان گفت رسانه‌ها با ارائه کلیشه‌های جنسیتی سعی در تأثیرگذاری دارند. براین مبنا محققین برای بررسی نقش ساختارها و کنش‌گران مرتبط با آن در رابطه با موضوع مردانگی، به عنوان پدیده اجتماعی مهم در یک جامعه در حال-گذار، به تحلیل و تجزیه سریال‌های پرطرفدار شبکه سیمای مرکز ایلام اقدام نمودند. هدف محققین پاسخ به این پرسش اصلی بوده است که مردان در سریال‌های مورد نظر به چه نحوی بازنمایی شده‌اند؟ مقولات اجتماعی مورد تحلیل ما در این پژوهش عبارت بودند از مردانگی سنتی / نیمه سنتی، ریختار، گروه‌های حل مسئله، ذائقه مردانه، نگرش به زنانگی، مخالف‌خوانی، منزلت شغلی، سازماندهی رفتار و داغ. با در نظر گرفتن این مقولات در چارچوب نظریات ساختار نگر و خردنگر، یافته‌های پژوهش حاضر، حاکی از آن است که یک نوع مردانگی در جامعه ایلام وجود ندارد.

همان‌طور که کانل می‌گوید، هر جامعه‌ای دارای نوعی مردانگی غالب یا «هژمونیک» است. اعتقاد کانل بر این است که در هر اجتماعی ممکن است یک نوع سبک خاص، بالاترین پرستیژ را داشته باشد. این نوع پرستیژ به شرایط اجتماعی آن بستگی دارد. بر همین مبنا با توجه به شرایطی که فرد در آن قرار دارد (چه در سریال چه در واقعیت)، مردانگی متفاوتی کسب می‌کند. در مقوله سستی / نیمه‌سستی، مردان سستی‌خصلت پدرسالارانه دارند؛ با کارکردی جمع‌گرایانه و صلح‌گرایانه به مسئله ازدواج نگاه می‌کنند و محافظه‌کارانه عمل می‌کنند. با توجه به دیدگاه کانل برتری این نوع از مردان بخاطر بافت سستی جامعه ایلام استثنوی که برای مردان نیمه‌سستی که پایبندی کم‌تری به سنن دارند از جانب مردان هژمونیک، ارزشی حاشیه‌ایدر نظر گرفته می‌شود. ریختار مردانه هژمونیک بر ارزش‌هایی مثل شجاعت، قدرت بدنی و انجام امورات خارج از خانه تأکید دارد؛ مرد هژمونیک با همسرش فاصله عاطفی دارد که به معنای عدم رابطه گرم و صمیمی با اوست؛ این مردان به دلایل مختلفی از جمله تربیت فرزندان، حفظ آبرو یا به خاطر مشکلات مالی با هم زندگی می‌کنند. این درحالی است که ریختار مردانه حاشیه‌ای، تمایل به انجام کارهای عرفاً زنانه دارد و شکل ظاهری نامتعارف را می‌پسندد. کدخدامنشی و ریش‌سفیدی در روستا و عشایر از قدرت زیادی برای حل مسائل برخوردار هستند و عموماً به عنوان میانجی‌گران، برقرارکننده انسجام می‌باشند. از طرفی دیگر در جامعه شهری، ریش‌سفیدان به عنوان گروه مرجع، جایگاهی پایین‌تر دارند و افراد شهری برای حل مسائل به عناصر مدرنیته، مثل کلانتری یا دادگاه مراجعه می‌کنند. ویژگی‌ای که مردان بهنجار و هژمونیک را از سایر مردان متمایز می‌کند، ذاتفه آنهاست؛ ویژگی‌هایی مثل غیرت‌گرایی، سلطه‌گری، نان‌آوری، استقلال و... جز خصلت‌های مردان بهنجار است درحالی که وابستگی، ناپختگی و حقیربودگی از ویژگی‌های مردان نابهنجار است. در رابطه با گرایش به زنان، مردان هژمونیک، نقش خارج از خانه را

برای زنان مناسب نمی‌بینند و دنبال تصاحب آنان هستند. زنان برای این گروه از مردان، ارزشی ابزارگونه دارند و قادر به تصمیم‌گیری در امورات مهم هم‌سطح با مردان نیستند. عموماً کارهای آنان پست شمرده می‌شود، شوهر دادن دختر هم به عنوان دغدغه‌ای برای پدر تصویر می‌شود. مردانی که نگاه زن‌باورانه‌ای دارند، ارزشی به مراتب بیش‌تر برای آنان قائل‌اند. پذیرش اشتغال و ارجاع به سخن زن، مشورت در امورات مهم و احترام به نظرشاناز ویژگی‌های این مردان است. در رابطه با مقولهٔ مخالف‌خوانی، مردانی هستند که در مواجهه با دولت و ارتباط آن با قدرت سیاسی قرار می‌گیرند. در سریال‌های بررسی شده، تفکر خلاق و انتقادی مختص به مردان است. مردانگی معترض اصولاً منتقد مشکلات موجود در ساختارهای جامعه است؛ مثلاً ازبیکاری، پارتی‌بازی، اعتیاد و... انتقاد به عمل می‌آورد. در برابر تصمیم‌گیری‌ها مقاومت می‌کند و در پی ایجاد نظم و بهنجار کردن معضلات جامعه (اعتیاد) می‌باشد. منزلت شغلی که به افراد نسبت داده می‌شود، در دو اجتماع مورد بررسی قرار دادیم: اجتماع مکانیکی که در آن مشاغلی مثل کشاورزی یا باغبانی، به عنوان شغل برتر در نظر گرفته می‌شود و ویژگی مردان هژمونیک می‌باشد. درحالی مشاغلی مثل دانشجو در رده پایینی قرار دارند. در اجتماع ارگانیکی مشاغلی مثل مهندس و پزشک مشاغل هژمونیک هستند و دست‌فروشی، چوپانی، قصابی و... مشاغلی با پرستیژ پایین‌تر و حاشیه‌ای تصویر شده‌اند. در سازماندهی رفتار، مردان هژمونیک جدی‌بخشنده و استهزاکنندهٔ احساسات مردانه هستند و مردان حاشیه‌ای حسود، وسواس، تقلیدگرا و... می‌باشند. داغی هم که افراد می‌خورند ممکن است شامل جرائمی از جمله معتاد، دزد، موادفروش و... باشد. ممکن است آن داغ به عنوان برچسب به مردان زده شود؛ مثل برچسب گیج، دیوانه، ولگرد. مردانداغ‌خوردهٔ دیگری در این رده قرار دارند که به عنوان غریبه یا بیگانه داغ کلاهدار بودن، بلوف-

زن، چرب‌زبان و... می‌خورند. در آخر هم داغ بی‌اخلاقی به مردانِ دروغ‌گو، پنهان‌کار، فریب‌کار، خودخواهو بدقول زده می‌شود.

با دخالت عناصر مدرنیته ساختار پدرسالارنۀ جامعه ایلام به جای اینکه واقعاً دگرگون شود، در آشکال ناقصی، حفظ گردیده است. در جامعه ایلام ویژگی اساسی که در بافت محافظه-کارانه یا مترقی وجود دارد، سلطه پدر است که خانواده حول محور او سازمان یافته است. علی‌رغم اینکه مردانگی هژمونیک و پدرسالارانه در بیش‌تر ابعاد زندگی اجتماع ایلام وجود دارد، مردانگی حاشیه‌ای، پدیده‌ای در حال ظهور است که از سنت‌های قدیمی دل‌کنده و به سوی مدرن‌شدن روی آورده است. به حاشیه رانده شدن این قشر نیمه‌سنتی به این معناست که هنوز فرهنگ سنتی نقش مهم و برجسته‌ای را در روابط بین مردان دارد. مردان حاشیه‌ای که بیش‌تر از اقشار جوان جامعه هستند مردانی فردگرا، آینده‌گرا، رو به پیشرفت، لذت‌طلب و... هستند. در حالی که مردان مسلط (پدر یا ریش‌سفید) دارای رویکردی محافظه‌کارانه، گذشته‌گرا، نوستالژیک، کم‌تحرک، جمع‌گرا، خانواده‌گرا و معطوف به نیازها و ارزش‌های بزرگسالان هستند. بدین ترتیب ساختارهای داخلی جامعه سنتی ایلام، هم‌چنان ریشه در ارزش‌ها و روابط اجتماعی پدرسالارانه گروه‌های خویشاوندی، طایفه‌ای، مذهبی و قومی یا نژادی دارد. «پدیده پدرسالاری جدید، آن‌گونه که در تاریخ رخ می‌نماید، معنایش را از دو اصطلاح یا واقعیت می‌گیرد که ساختار واقعی آن‌را تشکیل می‌دهند: مدرنیته و پدرسالاری» (شرابی، ۱۳۸۰: ۲۶). با توجه به مطالب گفته شده، به نظر می‌رسد که شبکه‌های محلی سیمای مرکز ایلام، با بازنمایی شکل خاصی از مردانگی به عنوان مردانگی هژمونیک، بر پذیرش، تأیید و تقویت آن کمک کرده است؛ و در برابر مردان متکثر دیگری که جدا از بافت پدرسالارانه و سنتی اجتماع ایلام قرار دارند که به عنوان مردان نابهنجار و حاشیه‌ای تصویر شده‌اند، مقاومت کرده است. همچنین با توجه به ورود جامعه ایلام به درون مدرنیته که بیش‌تر در سریال هرکه / ارا خوی‌نمایان می‌شود، در برابر مظاهر مدرنیته که همسو با مردانگی حاشیه‌ای و طردشده جامعه است ایستادگی کرده است. همان‌طور که از نام این سریال برمی‌آید (هرکی ساز خودش را می‌زند)، این سریال بر رابطه جمع‌گرایانه که ریشه در سنت جامعه دارد تأکید کرده و مخالفت خودش را با سبک زندگی فردگرایانه که منجر به از هم پاشیدن روابط جمعی می‌شود نشان داده است. این نکته را باید اضافه کرد که عدم

حضور کودکان در سریال‌های مورد بررسی نیز، به معنای کم‌اهمیتی به این رده از مردان است که هیچ قدرتی در مقابل مردان سنتی ندارند.

در پایان باید گفت، همانطور که تجزیه و تحلیل داده‌ها و بازنمای جنیست در سریال‌های مورد مطالعه نشان می‌دهد، «جنس» مقوله‌ای است بیولوژیکی، به این معنا که زن بودن یا مرد بودن، بر اساس تفاوت‌ها و مشخصات فیزیکی، ظاهری و جسمانی آنها معنا می‌شود. اما «جنسیت» امری اجتماعی و تاریخی است و نه واقعیتی بیولوژیکی. به عبارتی تفاوت زنانگی یا مردانگی بر اساس نقش‌ها، واقعیت‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی زیست‌بومی خود را نشان می‌دهد که مردان و زنان در آن به دنیا آمده، زندگی کرده و جامعه‌پذیر شده‌اند.

منابع

- اباذری، ی؛ و پاپلی‌یزدی، ع. ۱۳۹۲. «بررسی تقابل سنت و مدرنیته در فیلم‌های جاهلی با تأکید بر الگوهای لات و لوطی در دو فیلم لات جوانمرد و قیصر». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال نهم. شماره ۳۱. صص ۱۱-۳۵.
- استوری، ج. ۱۳۸۵. مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه. ترجمه حسین پاینده. تهران: نشر آگه
- افشار سیستانی، الف. ۱۳۶۸. مقدمه‌ای بر شناخت ایل‌ها، چادرنشینان و طوایف عشایر در ایران. تهران: انتشارات نسل دانش.
- ایمان، م؛ و مرادی، گ. ۱۳۹۰. «روش‌شناسی نظریه‌ی اجتماعی گافمن». فصلنامه‌ی علمی- پژوهشی جامعه‌شناسی زنان. سال دوم. شماره دوم. صص ۵۹-۶۸.
- بوردیو، پ. ۱۳۹۳. درسی درباره درس. ترجمه ناصر فکوهی. تهران: نشر نی.

۱۰۲ بازنمایی مردانگی در شبکه محلی سیمای ایلام

چاووشیان، ح؛ و حسینی رشت‌آبادی، س. ۱۳۸۹. «ستاره‌های مردانگی و مردانگی ستاره‌ها، بررسی تغییر الگوی غالب مردانگی بازیگران سینمای بعد از انقلاب ایران». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال سوم. شماره ۴. صص ۸۴-۵۹.

راووداد، الف؛ تقی زادگان، م. ۱۳۹۲. سپیده یا الی...؟ خوانش انتقادی فیلم درباره الی. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. سال نهم. شماره ۳۱.

سلطانی گردفرامری، م. ۱۳۸۵. «نمایش جنسیت در سینمای ایران». *مجله پژوهش زنان*. دوره ۴. شماره ۱ و ۲. صص ۹۱-۶۱.

سیدمن، الف. ۱۳۹۱. کشاکش آرا در جامعه‌شناسی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

شرابی، ه. ۱۳۸۰. *پدرسالاری جدید*. ترجمه سید احمد موثقی. تهران: انتشارات کویر.

شویره، ک؛ و فونتن، الف. ۱۳۸۵. *واژگان بوردیو*. ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشر نی.

صدا و سیمای مرکز ایلام. ۱۳۹۳. قابل دسترس در سایت: <http://ilam.irib.ir>

فلیک، الف. ۱۳۹۱. *درآمدی بر تحقیقات کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

کریپندورف، ک. ۱۳۷۸. *تحلیل محتوا، مبنای روش‌شناسی*. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: انتشارات روش.

لوید، ژ. ۱۳۸۱. *عقل مذکر: مردانگی - زنانگی در فلسفه غرب*. ترجمه محبوبه مهاجر. تهران: نشر نی.

هال، الف. ۱۳۹۱. *معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی*. ترجمه احمد گل محمدی. تهران: نشر نی

هولمز، م. ۱۳۸۹. *جنسیت در زندگی روزمره*. ترجمه محمد مهدی لبیبی. تهران: نشر افکار.

یعقوبی، ع. ۱۳۹۳. *نظریه‌های مردانگی*. تهران: نشر: پژواک.

Bourdieu, P. 2001. *masculine Domination*. Translated by Richard Nice. California. Polity press

Brown, D. 2006. Pierre Bourdieu's Masculine Domination. *sociology of sport journal*. 23. 162-188.

Connell, R. W. 2005. *Masculinities*. Berkeley: University of California press.

Collective consciousness 'Connell, R. w. 2008. A thousand miles from kind: Men, Masculinities and Modern Institutions. *The Journal of mens studies*. Vol. 16. N 3.

Cornwall, A. and Lindisfarne, N. 1994. *Dislocating masculinity. Comparative ethnographies*. London: Routledge.

Eibesfeldt, Irenaus E. and Salter, Frank K. 1998. *ETHNIC CONFLICT AND INDOCTRINATION*. Oxford: Berghahn Books.

Forshee, Andrew S. 2006. *Perceptions of Masculinity among Transgender Men*. doctoral dissertation. Walden University.

Goffman, E. 1979. *Gender Advertisements*. Cambridge, MA; Harvard University press, New York: Harper & Row

Iman, M T. (1380). Criticize to Quantitative Methods and Regarding Qualitative Methods in Media Researches. *Human and Social sciences Journal*. Shiraz University. No2. PP: 130-147.

Kimmel, M. 2000. *The Gender Society*. Oxford University press.

پی‌نوشت‌ها

- ¹ Masculinity
- ² Femininity
- ³ Sex
- ⁴ Gender
- ⁵ Cornwall
- ⁶ Social construction
- ⁷ Representation
- ⁸ Discourse
- ⁹ Signifying
- ¹⁰ Goffman
- ¹¹ Gender Advertisement
- ¹² Gender display
- ¹³ Symbol
- ¹⁴ Stereotype
- ¹⁵ Eibesfeldt

- ¹⁶ Bourdieu
- ¹⁷ Masculine Domination
- ¹⁸ Gendered body
- ¹⁹ Observation
- ²⁰ Somatization
- ²¹ Naturalization
- ²² Brown
- ²³ Doxa
- ²⁴ Kimmel
- ²⁵ Cornwall
- ²⁶ Robert w.connell
- ²⁷ Forshee

^{۲۸} قال یعنی داد و فریاد و قواله یعنی سند (زمین).

^{۲۹} بر/ به معنای برادر و بش یعنی تقسیم. تقریباً معنای ضرب‌المثل «حساب حساب‌ه کاکا برادر» را می‌رساند.

^{۳۰} به معنای هرکسی ساز خودش را می‌زند.

- ³¹ Open coding

^{۳۲} در جوامع مکانیکی و روستایی در بعضی موارد، ازدواج به‌عنوان امری اجتماعی نگریسته می‌شود که صلح و ثبات ثبات را بین گروه‌ها برقرار می‌دهد.

^{۳۳} معمولاً در جوامع مکانیکی به خاطر همبستگی که بین‌شان وجود دارد؛ تمایل بیشتری به ازدواج درون‌گروهی دارند.

^{۳۴} منظور این است که دختر مثل آهو می‌ماند که باشلیک کردن تیر به سمتش می‌توان او را شکار کرد. (جواب مثبت میگیرم یا منفی).

- ³⁵ Collective consciousness