



محمدی، فردین و کرمانی، مهدی (۱۳۹۸). برساخت معنایی نهاد خانواده و ترکیب‌بندی آن در فضای رسانه‌ای: تحلیل فرهنگی-اجتماعی برنامه‌های ماهواره ای فارسی زبان. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۶(۱۴)، ۴۱-۶۲.

برساخت معنایی نهاد خانواده و ترکیب‌بندی آن در فضای رسانه‌ای: تحلیل فرهنگی-اجتماعی برنامه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان

فردین محمدی^۱ و مهدی کرمانی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۳/۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۲

چکیده

در رابطه با برنامه‌های ماهواره‌ای، آنچه که کمتر بدان پرداخته شده، تحلیل علمی اثرگذاری‌های ضمنی و تدریجی برنامه‌های مذکور بر فرهنگ و حیات اجتماعی مخاطبان بوده است. برای دریافت چنین تصویری باید پرسش‌هایی را در نظر داشت، از جمله این که در این سریال‌ها چه رمزگانی نهفته است؟ چه ایده‌ای بر آن‌ها مسلط است؟ از چه ترکیب‌بندی تشکیل شده‌اند؟ و راهبرد فرهنگی اتخاذ شده آن‌ها چیست؟ هدف اصلی از پژوهش حاضر پاسخ‌گویی به سوالات فوق در ارتباط با خانواده است. در این راستا برای تحلیل نظری موضوع از نظریات هژمونی گرامشی، نظریه کاشت و نظریه برجسته‌سازی استفاده گردید. در بخش میدانی مطالعه نیز از روش تحلیل محتوا برای واکاوی مضامین نهفته در یکی از سریال‌های پرمخاطب ترکی (عمر گل لاله) استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد این مجموعه سریال با برجسته نمودن عناصری مانند روابط عاشقانه-جنسی، رابطه نامشروع، داشتن فرزند نامشروع، خیانت به همسر، طلاق و ازدواج‌های متنوع درصد برساخت ترکیب‌بندی جدیدی از خانواده مغایر با معیارهای جامعه اسلامی ایرانی است. این سریال ضمن برجسته‌ساختن عناصر این ترکیب‌بندی جدید درصد گسترش و ترویج آن از طریق استهزاء باورهای فرهنگی بینندگان و القای هم‌زمان ترکیب‌بندی مذکور به‌عنوان جایگزین مناسب به ایشان است. در نتیجه راهبرد فرهنگی اتخاذ شده در این سریال، «اصالت‌زدایی از خانواده» بوده است.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های ماهواره‌ای؛ جامعه اسلامی ایرانی؛ خانواده؛ اصالت‌زدایی از خانواده؛ خانواده نامتعارف.

۱- دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول)،

fardin.mohammadi1@gmail.com

۲- استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، m-kermani@um.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مسئله

زندگی روزمره ایرانی از مؤلفه‌های زیادی تشکیل شده که در این میان رسانه‌ها نقش اساسی بر عهده دارند. نقش رسانه‌ها در سده معاصر، هر روز بیش از پیش برجسته شده است. رسانه‌ها امروز به واسطه کشف و به کارگیری تکنولوژی‌های جدید ارتباطی به عمق جوامع نفوذ کرده و از تأثیر به سزا و تعیین کننده‌ای در جهت‌دهی افکار عمومی برخوردار گشته‌اند. نقش و جایگاه مصرف رسانه‌ها در حدی است که نمی‌توان زندگی را بی‌حضور آن‌ها قابل تصور دانست (ربیعی و عرفانی- حسین‌پور، ۱۳۹۲: ۱۷۲). رسانه‌ها فقط وسیله سرگرمی نیستند، بلکه در بسیاری از جنبه‌های فعالیت اجتماعی و فردی ما دخالت و نقش دارند. هر رسانه‌ای اعم از نوشتاری یا دیداری برای محتوای خاصی تولید می‌شود و مخاطبان خاصی را نیز دارد. رسانه‌ها نه تنها منبع اطلاعات اصلی بوده‌اند، بلکه در شکل دادن به پندارهای افراد درباره جهان پیرامونی‌شان نقش مهمی ایفا کرده‌اند (محمدی و کریمی، ۱۳۸۹: ۵۰).

در بین رسانه‌ها، تلویزیون به عنوان عاملی تأثیرگذار در عرصه فرهنگ عمومی و ابزاری قدرتمند در جهت دهی به ذهنیت، نگرش و ذائقه مخاطبانش، می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی زیادی از خود بر جای گذارد و با بهره‌گیری از فنون ارتباطی بر موضع‌گیری‌ها و کنش‌های فرهنگی اجتماعی مردم تأثیر گذارد (باهنر و کیندقان، ۱۳۸۹: ۱۳۲). به دلیل آن که در سراسر جهان، مردم برای گذراندن اوقات فراغت بیش از هر کاری تلویزیون تماشا می‌کنند، می‌توان گفت که تلویزیون عامه‌پسندترین جلوه فرهنگ در قرن بیست و یکم است (استوری، ۱۳۸۵: ۱۹) و هیچ رسانه دیگری نمی‌تواند به لحاظ حجم متون فرهنگی عامه‌پسند تولید شده با تلویزیون رقابت کند (بارکر، ۱۳۹۱: ۵۶۷). این رسانه می‌تواند از طریق برنامه‌های متنوع و از پیش طراحی شده، اندیشه‌های مختلف را در میان مردم رواج دهد و در پرتو پیام‌های خویش، اندیشه‌های بارور و آداب و سنت‌های مثبت و سازنده را به مردم بیاموزد. در میان انبوه برنامه‌های تلویزیونی، سریال‌های تلویزیونی به عنوان یکی از ژانرهای محبوب مخاطبان زیادی را به خود جلب کرده است. تلویزیون به عنوان دستگاهی ایدئولوژیک از طریق این سریال‌ها به واسطه طبیعی نشان دادن برخی کنش‌ها و نگرش‌ها می‌کوشد گفتمان خاصی را سیطره ببخشد و این گفتمان را به مثابه عرف عام به مخاطبان خود معرفی کند (محمدی و کریمی، ۱۳۸۹: ۵۰).

مواجهه ایرانیان با تلویزیون ملی (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران) و برنامه‌های آن، در سال‌های اخیر با امکان و دسترسی نسبتاً گسترده‌ای با صورت دیگری از برنامه‌های تلویزیونی همراه شده است که به دلیل الگوی فنی پخش و دریافت‌شان، به شبکه‌های ماهواره‌ای شهرت دارد. این شبکه‌ها ترکیب متنوع و گسترده‌ای از برنامه در چهار قالب اصلی فیلم و سریال،

مستند، خبری و موسیقی را به مخاطبان شان عرضه می‌دارند. در هر یک از این محورها، گردانندگان شبکه‌های مذکور، مزیت رقابتی شان را بر ورود به عرصه‌های مغفول مانده و یا برخوردار از ملاحظات فرهنگی، مذهبی و سیاسی در تلویزیون ملی تعریف کرده‌اند. بر این اساس است که می‌توان شاهد پخش گسترده سریال‌های ترکی، امریکای لاتین و کره‌ای در تعدادی از این کانال‌ها بود که محتوای بصری و مضامین روایی آن‌ها در بسیاری از موارد با معیارهای قانونی و عرفی حاکم بر تلویزیون و سینمای ملی ایران در تعارض است.

یکی از سریال‌های پربیننده ماهواره‌ای که به عنوان نمونه در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است، مجموعه‌ای به نام «عمر گل لاله» بود. دلیل اصلی بر انتخاب این سریال علاوه بر توفیق آن در جلب مخاطبان، تمرکز کامل داستان سریال بر روابط خانوادگی و پیشبرد سناریو در ارتباط با مسائل و چالش‌های خرد و کلان زناشویی در دو نسل مختلف بوده است که آن را از حیث مضامین قابل استخراج به جهت تحلیل مسأله مطرح شده در این پژوهش، غنی ساخته است. این سریال مجموعه درامی ماهواره‌ای-تلویزیونی بوده است که پخش آن از نیمه دوم سال ۱۳۹۱ آغاز شد و تا پایان سال ۱۳۹۲ ادامه داشت. سریال «عمر گل لاله» از زمره سریال‌های چند داستانی به شماره می‌آید. به طوری که به موازات یک داستان زمینه‌ای کلی هر چند قسمت از این سریال به یک داستان اختصاص داده شده است و هر یک از این داستان‌ها مربوط به یکی از کاراکترهای اصلی فیلم است. تمرکز اصلی بر تقابل خیر و شر در قالب رویارویی کاراکترهای جذاب و زیبایی که در سراسر سریال معصوم و بی‌گناه هستند، از یک سو چهره‌های خبیث و بدسرشت از سوی دیگر بوده است. به طوری که بیننده همواره با طرف اول احساس همدلی می‌کند. این مجموعه و سریال‌های مشابه آن را می‌توان دارای چند ویژگی مشترک مهم دانست که عبارتند از:

- موضوع خانوادگی و عاشقانه این سریال‌ها (که مورد علاقه عامه مخاطبان است).
- جذابیت صحنه‌ها و سکانس‌ها به لحاظ جلوه‌های بصری (نور و رنگ و زیبایی‌های محیطی، ابنیه باشکوه، البسه متنوع و مهمانی‌های فراوان و نیز عرضه جلوه‌های سفید و سیاه از زندگی‌های قطبی شده در دو سویه خیر و شر روایت)
- پخش مداوم شبانه این سریال‌ها و تکرار چندباره در طول شبانه‌روز و در طول هر سال
- دوبله روان به زبان فارسی
- پخش بدون وقفه این سریال‌ها و پیام‌های کوتاه مدّت بازرگانی در زمان‌های مشخص و ثابت
- طولانی بودن این سریال‌ها در عین فقدان پیچیدگی‌هایی روایی

چنین ویژگی‌هایی موجب شده است که علی‌رغم تلاش‌های نهادهای رسمی فرهنگی و نظارتی در جلوگیری از دسترسی مخاطبان، این برنامه‌های ماهواره‌ای، بینندگان فراوانی از اقشار مختلف را به سوی خود جلب کند. به طوری که مطابق با آمارهای رسمی مرکز آمار ایران، بیش از چهل درصد شهروندان به صورت خوداظهاری به داشتن تجهیزات دریافت امواج ماهواره‌ای اذعان نموده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴). البته که نظر به غیرقانونی بودن این تجهیزات، تعداد واقعی استفاده‌کنندگان می‌تواند بیش از این میزان باشد. بنابراین با توجه به آن چه گفته شد مسأله اصلی تحقیق آن است که در این گونه سریال‌ها (با تاکید بر مورد مطالعه) کدام دسته از معناها، ایده‌ها و ارزش‌ها در ارتباط با زندگی خانوادگی مسلط هستند و طبیعی جلوه می‌شوند؟ این سریال‌ها در زمینه فرهنگی جامعه ایران چه راهبردی را اتخاذ نموده است؟ و نهایتاً این که این راهبرد با زمینه‌های فرهنگی جامعه ایران چه رابطه‌ای دارد (متضاد یا هماهنگ)؟

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- پژوهش‌های تجربی

تحقیقات ایرانی که پیرامون سریال‌های تلویزیونی انجام شده است را می‌توان در سه گروه اصلی تقسیم بندی کرد. این سه گروه شامل مطالعات انجام شده پیرامون برنامه‌های تلویزیون ملی (صدا و سیما)، پژوهش‌های صورت گرفته درباره فیلم و سریال‌های مستقل (سینما یا شبکه خانگی داخل یا خارج از ایران) و نهایتاً تحقیقات درباره برنامه‌های تلویزیون‌های ماهواره‌ای بوده است. در اینجا ضمن مرور نمونه‌هایی محدود از دو دسته نخست، بنا بر موضوع و مسأله پژوهش حاضر به مرور مفصل‌تر مطالعات در دسته سوم پرداخته خواهد شد. جعفرزاده‌پور، ساعی و جاروندی (۱۳۸۸) در تحقیقی تحت عنوان «الگوهای قدرت در روابط بین نسلی، بازنمایی سریال‌های ایرانی، مطالعه شبکه ۱ و ۳» روابط بین نسلی را در سریال‌های تلویزیونی از منظر قدرت به تفکیک جنسیت مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها در این تحقیق با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی چهار سریال ایرانی که در سال ۱۳۸۵ از شبکه‌های یک و سه پخش شده بود را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که در این مجموعه سریال‌ها روابط سلطه-جویانه بیشتر از روابط سلطه‌پذیر به ثبت رسیده است و میان‌سالان مذکر بیشترین رابطه سلطه-جویانه درون نسلی را داشته‌اند. دیگر نتایج تحقیق بیانگر آن بود که تلاش میان‌سالان مؤنث برای برقراری روابط سلطه‌جویانه درون نسلی بیشتر از جوانان است. ساعی (۱۳۸۹) در تحقیقی تحت عنوان «بازنمایی ابعاد تاریخی و سیاسی هویت ملی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران» پانزده

سریال تاریخی سطح الف که در سه دهه بعد از انقلاب از شبکه یک و دو پخش شده بودند را مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد که در این مجموعه سریال‌ها هویت ملی ساختی ایدئولوژیک پیدا کرده است.

هرمزی زاده، صلواتیان و قاسمی تبار (۱۳۹۷) در پژوهشی پیرامون بازنمایی روابط خانوادگی در فصل‌های مختلف سریال پایتخت، تصویری از الگوی مطلوب انگاشته شده خانواده در رسانه ملی را صورت‌بندی نموده‌اند. این الگو مطابق یا یافته‌های تحقیق مذکور مشتمل بر پذیرش نوعی تقسیم‌کار جنسیتی در عین برخورداری منصفانه از منزلت و اعتبار اجتماعی و همچنین مواهب مادی حاصل در سطح واحد خانواده به ویژه بین زن و شوهر است. عنصر دیگر این الگو جریان داشتن حد بالایی از روابط صمیمانه بین اعضا در کنار برخورداری کودکان از حمایت بزرگسالان و بهره‌مندی بزرگسالان از احترام کافی از سوی سارین است. گفتگو محور شدن و پذیرش نقد سازنده از سوی تمامی اعضا جدای از مرتبه قدرت در نهاد خانواده، عنصر بالنسبه نوظهوری است که این محققان آن را به عنوان یکی از ویژگی‌های تصویر مطلوب انگاشته شده و عرضه شده از خانواده در رسانه ملی شناسایی کرده‌اند. در کنار این موارد، انسجام و تاب‌آوری نهاد خانواده در موقعیت‌های بحرانی به تبع وفاداری بالای اعضا به این نهاد، یکی دیگر از ویژگی‌های کلیدی و کارآمد آن در تصویر ارائه شده است.

بشیر و اسکندری (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان «بازنمایی خانواده ایرانی در فیلم سینمایی یه حبه قند» به بررسی نحوه بازنمایی نهاد خانواده با استفاده از روش تحلیل گفتمان پرداختند. نتایج این تحقیق بیانگر آن بود که کارگردان با برشمردن تأثیر عناصر مثبتِ تجدد و سنت بر خانواده ایرانی، نگاهی صرفاً انتقادی نسبت به این دو مقوله را رد می‌کند و در نهایت ایده‌آل‌ترین شکل خانواده را همراهی عناصر نسبت و مُدرن در کنار یکدیگر معرفی می‌کند. در تحقیقی دیگر عبداللهیان (۱۳۹۰) تحول مفهوم «پایان تاریخ» را در سینمای آمریکا در سال‌های ۱۹۸۹ تا ۲۰۱۱ با استناد به ۱۳ فیلم مورد بررسی قرار داد. وی برای شناخت بازنمایی این مفهوم از روش تحلیل گفتمان لاکلا و موفه، نشانه‌شناسی بارت و روایت‌شناسی تاریخی استفاده کرد. نتایج بیانگر آن بود که مفهوم «پایان تاریخ» در بستر کنش‌های نمادین در دیالوگ فیلم‌ها بازتاب یافته تا پدیده ارتباطی منجی تقدس‌زدوده را بازنمایی کند.

گلچین و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان شهر تهران را با استفاده از روش پیمایشی مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاکی از آن بود که خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند، در قیاس با خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند، مناسبات

خانوادگی بهتری دارند. شهابی و جهانگردی (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان «خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی» این مسأله را که الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان در میان مخاطبان تهرانی کدام هستند و خاستگاه اجتماعی این الگوها کدامند، را با استفاده از رویکرد ساختاری- فرهنگی مورد بررسی قرار داد. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که افراد مختلف با نقش‌های مختلف به این تلویزیون‌ها روی می‌آورند و از آن‌ها برای مقاصد مختلفی استفاده می‌کنند. همچنین الگوی غالب استفاده از این تلویزیون‌ها به تسهیل یا تکمیل ارتباطات و پیوندهای اجتماعی مربوط می‌شود تا به جبران این ارتباطات و پیوندها پردازد.

کوثری و عموری (۱۳۹۲) در تحقیقی دیگر تحت عنوان «تعریف از خود و ساخت دیگری؛ مطالعه پسااستعماری سریال‌های حریم سلطان و الفاروق العمر» سریال‌های تاریخی «حریم سلطان» و «الفاروق العمر» که توسط ترکیه و عربستان ساخته شده بودند و از شبکه‌های ماهواره‌ای دبی تی وی و ام بی سی پخش گردیده بودند را مورد بررسی قرار دادند تا نسبت واقعیت و برساخته شدن شرق در محصولات فرهنگی تولید شده جهان شرق را تعیین نمایند. در این تحقیق از نظریه پسااستعماری و تحلیل گفتمان انتقادی استفاده گردید. نتایج بیانگر آن بود که این دو سریال با طرد گفتمان انقلاب اسلامی درصدد برساخت هویت ترکیبی (ترکیبی از دین اسلام و مدرنیته) می‌باشند. در پژوهشی دیگر کریمی و مهدی‌زاده (۱۳۹۲) به توصیف رمزگشایی مخاطبان شهر مریوان از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای با استفاده از رویکرد تحلیل دریافت و روش کیفی پرداختند. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که افراد مختلف بر اساس ویژگی‌های فردی و همچنین زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی خود با شخصیت‌های این سریال‌ها احساس هم‌ذات‌پنداری می‌کنند. دیگر نتیجه پژوهش حاکی از آن بود که انطباق زیادی بین زمینه‌های اجتماعی مخاطبان با دریافت آن‌ها وجود دارد.

ربیعی و عرفانی (۱۳۹۲) در پژوهشی مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای سیاسی فارسی‌زبان در ایران توسط دانشجویان دانشگاه‌های تهران را با استفاده از روش کیفی و تکنیک مصاحبه عمیق مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاکی از آن بود که مصرف شبکه‌های ماهواره‌ای سیاسی فارسی‌زبان توسط دانشجویان به معنای مخالفت با مواضع جمهوری اسلامی نیست، بلکه جوانان خوانش‌های مقاومتی و مذاکره‌ای نیز با این برنامه‌ها دارند. منتظر قائم و کاوند (۱۳۹۳) در پژوهش‌شان به دنبال این پاسخ بودند که مخاطبان جوان شبکه‌های فارسی‌زبان چگونه به خوانش پیام‌های ارتباطی این شبکه‌ها می‌پردازند و چه نوع خوانشی از این پیام‌ها دارند. در راستای پاسخ به این مسأله از رویکرد تحلیل دریافت و مدل رمزگذاری و رمزگشایی استوارت هال و از روش تحلیل

گفتمان و تکنیک مصاحبه استفاده نمودند. نتایج بیانگر آن بود که این برنامه‌ها حاوی دلالت‌های نظری ویژه است. قادرزاده و نبی‌زاده (۱۳۹۴) در پژوهش خود با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای و تکنیک مصاحبه بازسازی معنایی زمینه‌ها، دلالت‌ها و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی ماهواره در نزد جوانان شهر سردشت را مورد بررسی قرار دادند. نتایج بیانگر آن بود که برنامه‌های تلویزیونی ماهواره پیامدهای فرهنگی و اجتماعی گسترده و بعضاً متناقضی برای جوانان در پی داشته است که در ذیل مقوله هسته «ساختاربخش- ساختارشکن» متمرکز شده‌اند. احمدی و همکاران (۱۳۹۴) نیز در تحقیق خود با استفاده از نظریه «استوارت هال» و روش نشانه‌شناسی، سریال‌های «زمانه» و «تکیه بر باد» را به لحاظ چگونگی بازنمایی هویت جنسیتی مورد بررسی قرار دادند. نتایج بیانگر آن بود که در این دو سریال بازنمایی‌های زنان نشان‌دهنده شخصیتی هستند که ویژگی‌های سنتی و مدرن را به طور تلفیقی به همراه دارند.

در تحقیقات خارجی نیز، جورج گرنبر در اوایل دهه ۱۹۶۰ در یک پروژه تحت عنوان «مطالعه شاخص‌های فرهنگی» که حدود دو دهه ادامه داشت به بررسی موضوع خشونت در برنامه‌های تلویزیونی پرداخت. این پروژه نقطه آغاز طرح مطالعاتی موسوم به «شاخص‌های فرهنگی» گردید که به بررسی محتوای برنامه‌های تلویزیونی و تأثیر آن بر ادراک و رفتار گروه‌های مختلف بینندگان اختصاص داشت. گرنبر در این پروژه، بینندگان تلویزیون را بر حسب تعداد ساعت‌های تماشای تلویزیون به دو گروه «بینندگان پرمصرف» که بیش از چهار ساعت تلویزیون نگاه می‌کنند و «بینندگان کم مصرف» که کمتر از دو ساعت تلویزیون می‌بینند تقسیم کرد. نتایج تحقیق گرنبر نشان داد که «بینندگان پرمصرف» تحت تأثیر محتوای خشونت‌آمیز برنامه‌های تلویزیونی، باورهای اغراق‌آمیز از خشونت در جهان واقعی پیدا می‌کنند و جهان را بیش از آنچه واقعاً هست ناامن و خطرناک می‌پندارند. تلویزیون ممکن است تماشاگران پرمصرف را به درک دنیای پست سوق می‌دهد (باهنر و جعفری کیدقان، ۱۳۸۹: ۱۳۹).

مورلی نیز در کتاب «مخاطبان نیشن‌واید» ارتباط تفسیرهای بینندگان از متون تلویزیونی با جایگاه اجتماعی آن‌ها را مورد بررسی قرار داد. نتایج این تحقیق بیانگر آن بود که رمزگشایی بر حسب جایگاه طبقه اجتماعی تعیین نمی‌شود، بلکه قرائت همواره برآیند جایگاه اجتماعی به علاوه‌ی جایگاه‌های گفتمانی خاص است. قرائت واجد ساختار است، زیرا ساختار دسترسی به گفتمان‌های متفاوت را جایگاه اجتماعی تعیین می‌کند (مورلی به نقل از استوری، ۱۳۸۵: ۳۹-۴۱). در تحقیقی دیگر، فانگ و اریک‌ما (۲۰۰۰) تفرکات کلیشه‌ای جنسیتی در برنامه‌های تلویزیونی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که تفکرات قالبی درباره جنسیت در میان مردم و برنامه‌های تلویزیونی به وضوح قابل مشاهده است و تلویزیون کلیشه‌های جنسیتی

را منطقی و برخاسته از واقعیت جلوه می‌دهد و با نشان دادن این نقش‌های کلیشه‌ای این گونه تفکرات را بازتولید می‌کند.

بارلت و همکاران (۲۰۰۸) نیز در تحقیقی تأثیر رسانه‌های جمعی بر هویت جنسیتی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج بیانگر آن بود که رسانه‌های جمعی از طریق برنامه‌های خود (به ویژه سریال‌های تلویزیونی) تصویرهای ایده‌آل از بدن زنان و مردان به مخاطبان خود ارائه می‌دهند که این امر موجب می‌شود که مخاطبان به مقایسه بدن خود با تصویرهای ایده‌آل پردازند. در نهایت این مقایسه موجب ناخشنودی و تزلزل هویتی مخاطبان می‌شود. در تحقیق دیگر مادی‌شی (۲۰۱۱) با استفاده از روش تحلیل گفتمان نقش موسیقی و غزلیات موسیقیدانی به نام «آکون^۱» را بر شکل‌گیری کارآفرینی و تجارت مورد بررسی قرار داد. نتایج بیانگر آن بود که آکون از طریق موسیقی و غزلیات خود بین ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی و ویژگی‌های اقتصادی رابطه‌ای برقرار نموده است که بر کارآفرینی و تجارت دلالت دارد. در تحقیقی دیگر، آنگورونو^۲ و جورجسو^۳ (۲۰۱۳) با استفاده از تکنیک مصاحبه نیمه ساخت‌یافته و پرسشنامه بازنمایی فرهنگی جامعه امریکا را در سریال‌های آبکی که در کشور رومانی پخش می‌شد مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که این سریال‌ها به صورت غیر مستقیم به بازتولید فرهنگی جامعه امریکا می‌پردازد.

۲-۲- چارچوب مفهومی

اندیشمندان متعددی در رابطه با بررسی نقش رسانه‌های جمعی (به ویژه تلویزیون) بر زندگی اجتماعی انسان‌ها به تحقیق، تفحص و ارائه نظریه اقدام نموده‌اند. در این راستا می‌توان به نظریه گرامشی، نظریه کاشت جورج گرنبر، نظریه برجسته‌سازی، نظریه مطالعات فرهنگی (نظریه استوارت هال^۴، اکو و جان فیسک^۵) و رویکرد تحلیل دریافت اشاره نمود. با توجه به این که هدف پژوهش حاضر تحلیل راهبرد فرهنگی سریال‌های ماهواره‌ای است، از نظریه‌های گرامشی، نظریه کاشت جورج گرنبر و نظریه برجسته‌سازی، که تناسب بیشتری با هدف و مسأله پژوهش دارد به عنوان چارچوب مفهومی پژوهش استفاده می‌شود.

1- Akon
2- Ungureanu
3- Georgescu
4- Stuart Hall
5- John fisk

نظریه هژمونی گرامشی: آنتونیو گرامشی یکی از نظریه پردازان مکتب فرانکفورت است. مکتب فرانکفورت به مطالعه وسیع پدیده‌ای پرداخت که آن را صنعت فرهنگ^۱ می‌نامید، به معنای صنایع تولید سرگرمی و تفریح مثل فیلم، تلویزیون، موسیقی عامه پسند، رادیو، روزنامه‌ها و مجله‌ها. استدلال آنها این بود که گسترش صنعت فرهنگ، با محصولاتی که همه در یک سطح و بی‌بهره از تفکر هستند، توانایی تفکر مستقل و انتقادی افراد را از اساس ویران می‌کنند. هنر در امواج تجاری‌سازی غرق و کاملاً ناپدید می‌شود - مثل برگزیده "قطعات موسیقی موتزارت"^۲ (گیدنز، ۱۳۸۶: ۶۶۸). یکی از ایده‌های اصلی گرامشی در این زمینه ایده هژمونی است. این واژه به معنای سلطه (یا تفوق و سیادت) یک گروه معین است که نه از طریق زور و اجبار، بلکه از طریق فعل و انفعالی فرهنگی حاصل می‌شود و به زندگی خصوصی و حیطه‌های اجتماعی گسترش و تسری می‌یابد. از این رو، رسانه‌ها، آموزش و پرورش و ایدئولوژی همگی می‌توانند بسترها و مجراهایی باشند که از طریق آنها هژمونی استقرار می‌یابد (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۷۵). هژمونی همواره پدیده‌ای سیال و ناپایدار است. بلوک قدرت با تثبیت گفتمانی خاص می‌کوشد پایه‌های نظام هژمونیک خود را مستحکم کند، اما گروه‌های فرودست نیز دائماً تلاش می‌کنند با تثبیت گفتمان‌های دیگر و برساختن معناها و ارزش‌ها و جهان‌نگری‌های دیگر گفتمان مسلط را به چالش کشیده و از منافع و علایق خود دفاع کنند. تحکیم هژمونی مستلزم خلق نوعی نظم فرهنگی جدید است و بلوک قدرت این کار را از طریق دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت (مدرسه، دانشگاه، رسانه‌ها و...) انجام می‌دهد. تلویزیون در مقام یکی از دستگاه‌ها، نقش عمده‌ای در تثبیت گفتمان مسلط و تحکیم هژمونی بلوک قدرت دارد (آزادارمکی و محمدی، ۱۳۸۵: ۳).

در نظریه هژمونی گرامشی، بین هژمونی و ایدئولوژی و "عرف عام" و زندگی روزمره و نحوه شکل‌گیری سوژه و فرهنگ عام پیوند مستحکمی برقرار می‌شود. بلوک قدرت از طریق برساختن شکل خاصی از عرف عام می‌کوشد ارزش‌ها، معناها و جهان‌نگری موردپسند خود را در متن زندگی روزمره سیطره بخشد و به سوژکتیویته افراد شکل خاصی بدهد. پی‌ریزی هرگونه نظام هژمونیک مستلزم تغییر قلمرو ایدئولوژیک قدیم و خلق نوعی جهان‌نگری مشترک جدید است. این رفورم فکری و اخلاقی مبتنی بر تغییر و ترکیب‌بندی دوباره عناصر ایدئولوژیک موجود است. بلوک قدرت با تکیه بر ایدئولوژی ارگانیک عمل می‌کند، یعنی با تکیه بر جهان‌نگری مشترکی که

1- Cultural Industry

۲- نام مجموعه‌ای از کاست‌های موسیقی که در آنها قطعاتی از ملودی‌های موتزارت به شیوه‌ای ساده شده و عامه پسند با ارکسترهای روز اجرا می‌شد.

اصل وحدت بخش بلوک قدرت و بازتاب ارگانیک کل بلوک است. جهان‌نگری مشترک مشتمل بر عناصر ایدئولوژیکی مختلفی با سرچشمه‌های متفاوت است و وحدت آن ریشه در اصل "ترکیب‌بندی"^۱ دارد که به دست طبقه هژمونیک فراهم می‌شود. قلمرو فرهنگ عامه همواره محل "ترکیب‌زدایی"^۲ و "بازترکیب" عناصر و مفاهیم و معناهاست (آزادارمکی و محمدی، ۱۳۸۵: ۵).

نظریه کاشت گرنبر: در میان نظریه‌هایی که به آثار دراز مدت رسانه‌ها پرداخته‌اند، حق تقدم را نظریه کاشت جورج گرنبر است. وی معتقد است تلویزیون در میان رسانه‌های مدرن، چنان جایگاه محوری در زندگی روزمره ما پیدا کرده است که منجر به غلبه آن بر محیط نمادین ما شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است (مک کوایل، ۱۳۸۵). از نظر گرنبر، تلویزیون جزء و بخشی از زندگی است. نمایش، تبلیغات، اخبار و برنامه‌های دیگر آن دنیایی تقریباً منسجم از تصورها، پیام‌ها را به داخل خانه می‌آورد و از کودکی استعدادها و علائق را که قبلاً از منابع اولیه دیگر کسب می‌شد، پرورش می‌دهد. بر اساس این نظریه، رسانه تلویزیون، ذهنیت بینندگان قوی خود را چنان شکل می‌دهد و قالب‌گیری می‌کند که از نظر بینندگان، جهان پدیده‌ای پست، ناآرام و غیرقابل اعتماد است (مظفری و نیک‌روح متین، ۱۳۸۸: ۱۸۴). در واقع به نظر می‌رسد بیش از آن که برنامه‌های تلویزیونی انعکاسی از واقعیت‌های جهان پیرامون مخاطب باشند، این جهان مخاطب است که بر پایه تصاویر و برداشت‌های عرضه شده از سوی تلویزیون شکل می‌گیرد.

گرنبر، تصدیق می‌کند که رابطه میان تماشای تلویزیون و نظریه‌های مختلف درباره دنیا، در واقع ممکن است به سبب متغیرهای دیگری باشد. از نظر گرنبر، اهمیت رسانه‌ها نه در تشکیل توده، بلکه در خلق راه‌های مشترک انتخاب و نگرستن به رویدادها است که با استفاده از نظام‌های مبتنی بر تکنولوژی عملی می‌شود و بر راه‌های مشترک نگرستن و فهم جهان می‌انجامد. در واقع رسانه گرایش به این دارد که روایت‌های یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیات اجتماعی ارائه دهد و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن فرهنگ‌پذیر کند (مظفری و نیک‌روح متین، ۱۳۸۸: ۱۸۴).

نظریه برجسته‌سازی: نظریه برجسته‌سازی از اوایل دهه ۱۹۷۰ یکی از مفاهیم اصلی در نظریه ارتباطات بوده است. "برجسته‌سازی" یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های جمعی

1- Articulatory Principle

2- Disarticulate

می‌توانند بر عامه تأثیر بگذارند. برجسته‌سازی یعنی این اندیشه که رسانه‌ها با ارائه موضوعات و خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آن‌ها فکر می‌کنند، تعیین می‌نمایند (همان: ۱۸۵). گرایش رسانه‌ها به تأثیر گذاشتن بر آنچه مردم درباره آن فکر خواهند کرد، یا آنچه مهم تلقی می‌کنند، از کارکردهای برجسته‌سازی رسانه‌ها است. مک کامبز^۱ و شاولین^۲ مطالعه سیستماتیک در مورد فرضیه "برجسته‌سازی" را در سال ۱۹۷۲ گزارش کرده‌اند. فرضیه برجسته‌سازی با پژوهش در مورد برجستگی یا اهمیتی که افراد به موضوعات خاص نسبت می‌دهند و این که چگونه این برجستگی‌های به دست آمده، بسیار قابل مقایسه با روانشناسی شناختی است (مک کوایل: ۱۳۸۵) سر و کار دارد. برخی از پژوهشگران نیز برجسته‌سازی را به کتاب افکار عمومی لیبمن^۳ مربوط کرده‌اند که در آن استدلال کرده است رسانه‌های جمعی "تصاویر اذهان ما" را شکل می‌دهند. فانکاوز پنج مکانیسم را پیشنهاد کرد که در تأثیرگذاری بر میزان توجه رسانه‌ها به یک موضوع دخالت دارند، این مکانیسم‌ها عبارتند از: سازگاری رسانه‌ها به جریانی از رویدادها/ گزارش افراطی رویدادهای مهم ولی غیرعادی/ گزارش گزینش جنبه‌های دارای ارزش خبری موقعیت‌هایی که به خودی خود ارزش خبری ندارند/ شبه رویدادها/ خلاصه رویداد یا وضعیت‌هایی که رویدادهای فاقد ارزش خبری را به شیوه‌های دارای ارزش خبری ترسیم می‌کنند (مظفری و نیکروح متین، ۱۳۸۸: ۱۸۵).

از مجموعه نظریات مرور شده می‌توان این گونه استنباط کرد که تلویزیون‌های ماهواره‌ای ابزاری قدرتمند در دست گردانندگان شان هستند که به آنها امکان حضور در رقابتی سرسختانه با اداره کنندگان رسانه‌های سمعی و بصری در داخل کشور (صدا و سیما و سینمای ملی و شبکه‌های پخش خانگی) را می‌دهد. این رقابت آن گونه که از نظریه گرامشی برمی‌آید در جهت تحقق حدی از تفوق فرهنگی است که در قالب آن همه یا بخش‌هایی از فرهنگ اصیل و فاخر کنار زده می‌شود و برداشت‌های عامه پسند و تقلیل‌گرا از امر فرهنگی پیرامون نهاد خانواده جایگزین می‌شود. نظریه کاشت کمک می‌کند تا بتوان عملکرد تدریجی و بیش و کم پنهانی شبکه‌های ماهواره‌ای در فراگیر ساختن برداشت‌های غیربومی از نهاد خانواده و انتظارات عاملان اجتماعی از کارکردهای آن را تبیین نمود. بخش زیادی از سازوکارهای مورد استفاده در سریال‌های ماهواره‌ای جهت انتقال پیام و متاثرسازی مخاطب نیز در انطباق با فرایند برجسته‌سازی قرار دارد که مطابق با آن، محورهای جدیدی با سوگیری‌های معین، برای مباحثه درباره نهاد

1- Mc Combs
2- Shaw
3- Lippmann

خانواده و فهم ماهیت آن در اختیار کنش گران اجتماعی قرار می‌گیرد. در مجموع این نظریات بر عرفی‌نگری و عادی‌سازی امور حساس در ارتباط با نهاد خانواده در رسانه‌های عامه پسند تاکید دارند که مبنای معرفتی مناسبی برای نقد عملکرد رسانه‌های مذکور فراهم می‌آورد.

۳- روش تحقیق

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، هدف پژوهش حاضر واکاوی مضامین ارزشی و فرهنگی مرتبط با نهاد خانواده در یکی از سریال‌های پربیننده ماهواره‌ای (عمر گل لاله) و استخراج ایده اصلی و راهبرد این سریال‌ها در ارتباط با زندگی خانوادگی و نهاد خانواده بوده است. دلیل اصلی انتخاب این سریال تعدد در فصل‌های ساخت آن (چهار فصل پی در پی) که نشان از استقبال نسبی بینندگان داشته است و نیز تمرکز قصه‌های روایت شده در آن پیرامون تنوعی از روابط خانوادگی بوده است. برای نیل به هدف مذکور از روش تحلیل محتوا بهره گرفته شد. تحلیل محتوا به هر روش استنباطی اطلاق می‌گردد که به صورت منظم و عینی به منظور تعیین ویژگی‌های پیام به کار برده می‌شود. در این روش پیام‌ها یا اطلاعات به صورت منظم کدگذاری و به نحوی طبقه‌بندی می‌شوند که پژوهشگر بتواند آن‌ها را به صورت کمی تجزیه و تحلیل کند (دلور، ۱۳۸۵: ۲۷۵). هدف از کاربرد این روش در این تحقیق، ارائه توصیفی نظام یافته و عینی از پیام اصلی، عناصر مسلط و لایه‌های معانی رمزگذاری شده در مجموعه مورد نظر است. در این روش با ملاحظه کامل محتوای روایی، شخصیت پردازی و نشانه‌های بصری همراه شده با مضامین خیر و شر در این سریال، ابتدا پیام‌های اصلی آن، با بهره‌گیری از تکنیک کدگذاری باز مفهوم‌سازی و سپس مضمون‌بندی می‌شود و در پایان نیز با بهره‌گیری از این مضامین، راهبرد فرهنگی اتخاذ شده در سریال مشخص می‌گردد.

با توجه به رویکرد کیفی و تمرکز بر واحدهایی معنایی در تجزیه و تحلیل داده‌ها، واحد ثبت در این پژوهش، صحنه بوده است. مقصود از این مفهوم آن گونه که کینگزبرگ (۱۳۷۹) بیان می‌دارد، مجموعه برداشت‌ها و نماهای به هم پیوسته در یک توالی زمانی و مکانی معین است که معنا یا مقصود معینی را در سیر داستان به مخاطب عرضه می‌دارد. واحد تحلیل نیز طبیعتاً با توجه به مورد پژوهی انجام شده، کلیت یک مورد مشخص، یعنی سریال منتخب بوده است. به جهت تحقق معیار پایایی در یافته‌ها نیز فرایند کدگذاری و استخراج مضامین، در سه بازه زمانی مختلف، از سوی محققان به صورت مستقل از هم پیش برده شد که نتایج تا حد قابل قبولی در انطباق با یکدیگر قرار داشت. مضاف بر این مجموعه نتایج حاصل به منظور واریاسی قابلیت اعتماد نسبت به آنها، به پنج شهروند (دو خانم خانه دار، دو دانشجو و یک استاد دانشگاه) عرضه شد که

نتیجه بررسی توافق نسبی بین برداشت‌های محققان و افراد مذکور را نشان می‌داد.

۴- یافته‌های پژوهش

در این بخش سعی بر آن است که ابتدا به خلاصه‌ای از این مجموعه سریال اشاره شود، سپس به تحلیل داده‌ها و در نهایت به تعیین ایده و راهبرد سریال پرداخته شود.

۴-۱- خلاصه سریال

سریال *عمر گل لاله* را می‌توان مجموعه‌ای از روایت‌های عاشقانه با محوریت عشق ورزی‌های مکرر قهرمان اصلی داستان به حساب آورد. داستان به طور کلی روایت زندگی خانواده ثروتمندی است (خانواده نجیب خان) که تنها پسر خانواده (چنار) با دختر یک خانواده ثروتمند و رشک‌سته (خانواده زمرد تاشکیران) به نام لاله ازدواج می‌کند، اما لاله بعد از گذشت یک سال در یک سانحه جان خود را از دست می‌دهد و چنار نیز به دلیل مرگ همسر برای مدتی کوتاه دچار بیماری روحی و افسردگی می‌گردد. خانواده نجیب خان و زمرد تاشکیران برای رهایی چنار از این وضعیت دست به اقداماتی می‌زنند اما چنار تصمیم می‌گیرد با دختری دیگر به نام توپراک ازدواج کند، اما نه یک ازدواج عاشقانه، بلکه ازدواجی قراردادی و عاری از روابط عاشقانه و فقط برای راضی نگه‌داشتن خانواده‌اش. با توطئه‌های خانواده مادرزن سابقش و بعد از لو رفتن ماجرا از همسر دوم خود جدا می‌گردد، ولی بعد از مدتی متوجه عشق خود نسبت به توپراک می‌شود و درصدد ازدواج مجدد با او بر می‌آید، که مجدداً با توطئه‌های خانواده مادرزن سابقش مواجه می‌گردد و در این راستا مشکلات و ماجراهای زیادی برای او به وجود می‌آید. در نهایت در پایان فیلم (یعنی بعد از ۲۶۰ قسمت) چنار به معشوقه خود می‌رسد و خانواده مادرزن سابقش (یشیم و زمرد) در همین دنیا به سزای اعمال خود می‌رسند.

۴-۲- تحلیل داده‌ها

در این مرحله ابتدا مجموعه سریال به طور کامل مشاهده و سکانس‌های حاوی اشارات مستقیم و غیر مستقیم به خانواده، روابط زناشویی و سبک مراوده با جنس مخالف مشخص شدند. سپس فرایند کدبندی مفهومی و مقوله‌بندی بر روی آن‌ها اجرا شد. مقوله‌های نهایی به دست آمده عبارت از رابطه عاشقانه با جنس مخالف قبل از ازدواج، برقراری رابطه عاشقانه افراد متأهل با افرادی غیر از همسر خود (خیانت به همسر)، داشتن فرزند نامشروع، طلاق‌های دلبخواه، تنوع-گرایی در ازدواج و تعدد دوستی با جنس مخالف قبل از ازدواج بوده‌اند که در ادامه شرح مختصری از آنها آورده می‌شود.

رابطه با جنس مخالف قبل از ازدواج

رابطه با جنس مخالف قبل از ازدواج یکی از موضوعات اصلی سریال مورد نظر است که به عنوان یکی از ابعاد روابط اجتماعی مورد قبول و مشروع افراد به وفور نمایش داده می‌شود. رابطه با جنس مخالف دارای دو بُعد مفهومی روابط دوستانه و روابط عاشقانه می‌باشد. درباره بُعد رابطه دوستی با جنس مخالف باید گفت که این رابطه به صورت طبیعی نشان داده شده و اکثر شخصیت‌های اصلی داستان در دوره قبل از ازدواج این رابطه را تجربه می‌کنند. به طوری که هر کدام از شخصیت‌های اصلی فیلم تا پایان این سریال با چند نفر از جنس مخالف رابطه دوستی برقرار می‌کنند و بعد از مدتی به این رابطه خاتمه می‌دهند. نمونه‌هایی از این مورد در فیلم عمر گل لاله: توپراک با احمد، توپراک با اوکان، زمرد با نجیب‌خان، زمرد با هاکوک، زمرد با علی آقا، زمرد و شخص ناشناس (که این شخص بعداً با یشیم نیز رابطه دوستی برقرار کرد)، یشیم با چنار، یشیم با جانسل، یشیم با دوست پسر مادر خود، چنار با یشیم، چنار با عذرا و اوکان و موکل‌های متعدد خود.

درباره بُعد دوم رابطه با جنس مخالف قبل از ازدواج یعنی روابط عاشقانه، شخصیت‌های اصلی این سریال در دوره‌های زمانی مختلف، عشق را تجربه می‌کنند. البته این عشق فقط به روابط عاطفی محدود نمی‌شود، بلکه با روابط جنسی نیز آمیخته است. نکته حائز اهمیت آن است که اکثر شخصیت‌های داستان این رابطه را با به طور متعدد و با افراد مختلف تجربه می‌کنند. در این راستا در سریال عمر گل لاله می‌توان به نمونه‌هایی مانند روابط عاشقانه توپراک و چنار، توپراک و احمد، عذرا و چنار، کرم و عذرا، کرم و دختر علی آقا، یشیم و جانسل، ریحان (بعد از طلاق) و اوکان، ریحان و میتات اشاره کرد.

خیانت به همسر

مقوله خیانت به همسر، بیانگر آن است که شخصیت‌های سریال در دوران زندگی متأهلی به دلایلی مانند مشغله شغلی همسر یا محیط شغلی و اختلافات جزئی خانوادگی از جمله دعوای خانوادگی یا اختلاف بر سر شیوه تربیت فرزند به تعهد خود نسبت به زندگی مشترک پایبند نبوده و به همسر خود خیانت نموده و با فرد دیگری رابطه برقرار نموده‌اند. لازم به ذکر است که خیانت به همسر در این مجموعه سریال به روابط دوستی یا عاشقانه محدود نیست، بلکه توأم با روابط جنسی است. در سریال مورد بررسی بیش از بیست بار موضوع خیانت به همسر توسط بازیگران نقش اول نمایش داده شد که می‌توان به نمونه‌های زیر اشاره کرد: خیانت نجیب خان به برادر خود و برقراری رابطه نامشروع با همسر وی یعنی اقبال خانم که نتیجه آن فرزند نامشروعی به نام چنار ایلگاز (بازیگر نقش اول سریال) بود، خیانت زمرد تاشکیران و هاکوک به همسر دوم زمرد

یعنی پدر لاله که نتیجه آن دو فرزند نامشروع به نام‌های یشیم و کرم بود و در نهایت بعد از فاش شدن به خودکشی پدر لاله و مرگ لاله منتهی شد. خیانت چنار و یشیم به لاله که همسر چنار و خواهر یشیم بود که موجب افسردگی لاله گردید، خیانت مهمت و اژه به ریحان که همسر مهمت و دختر خاله اژه بود که نتیجه این رابطه طلاق ریحان از مهمت بود، خیانت ریحان و اوکان به مهمت که همسر ریحان بود (تلافی کردن و مقابله به مثل)، خیانت زمرد به نجیب‌خان (برقراری رابطه عاشقانه با علی آقا) و خیانت اوکان به ریحان (برقراری رابطه عاشقانه با موکل خود).

فرزند نامشروع

یکی از مقوله‌های که در این مجموعه برجسته است، وجود فرزند نامشروع است که در خانواده‌ها به راحتی مورد پذیرش قرار می‌گیرند. به طوری که برخی از فرزندان نامشروع سریال همان شخصیت‌های اصلی سریال هستند. به عنوان مثال: چنار فرزند نامشروع نجیب خان و اقبال خانم، کرم و یشیم فرزند نامشروع زمرد و معشوقه‌اش یعنی هاکوک، ایزل فرزند نامشروع چنار و یشیم، عذرا فرزند نامشروع مادر عذرا و معشوقه‌اش و تیببت فرزند نامشروع نجیب خان و معشوقه‌اش. نکته قابل ذکر آن است که در این سریال‌ها فرزندان نامشروع هیچ تفاوتی با فرزندان مشروع خانواده‌ها ندارند و از نگاه بازیگران این سریال‌ها نه تنها فرزندان نامشروع، بلکه رابطه مشروع نیز امری پسندیده و مقبول می‌باشد.

طلاق (های مکرر)

طلاق یکی دیگر از مقوله‌هایی است که این سریال به طور مکرر و متعدد نشان می‌دهد. نمایش این صحنه‌ها به گونه‌ای است که قبح و زشتی طلاق از بین رفته است و آن را یک امر رایج و عادی نشان می‌دهد. نمونه‌هایی از این مورد عبارتند از: طلاق ریحان و مهمت، طلاق توپراک و چنار، طلاق زمرد و نجیب خان، طلاق یشیم و چنار و غیره.

تنوع گرایی در ازدواج

ازدواج متعدد و متنوع از دیگر مقوله‌هایی است که در این سریال نمایش داده می‌شود. شخصیت‌های اصلی این سریال هر کدام چندین بار ازدواج را تجربه می‌کنند و درصدد کسب تجارب جدید در زندگی مشترک با افراد جدید هستند. مثال این ادعا را می‌توان به خوبی در سرنوشت قهرمان اصلی داستان دید: ازدواج چنار و لاله، ازدواج اول توپراک و چنار، ازدواج ازدواج چنار و یشیم، ازدواج دوم لاله و چنار. توجه داشته باشیم که در گذار از هر یک از این ازدواج‌ها به دیگری علاوه رخداد طلاق،

تعددی از روابط خارج از چارچوب تعهدات زناشویی و هوس رانی های پراکنده نیز به تصویر کشیده شده اند.

خانواده تک والدینی

یکی دیگر از مقوله‌های این سریال خانواده‌های تک والدینی است. به طوری که در قسمت‌های مختلف سریال اکثر بچه‌ها همراه با یکی از اعضای خانواده (پدر یا مادر) زندگی می‌کنند. به عبارت دیگر، در این سریال خانواده معمولی جای خود را به خانواده تک سرپرست و تک والدینی داده است. نمونه‌هایی از این نوع خانواده‌ها عبارتند از: خانواده زمرد تاشکیران به همراه فرزندان، خانواده ریحان به همراه فرزندش (یوسف) بعد از جدایی از مهمت، خانواده اوکان به همراه دخترش جیدا، خانواده عذرا به همراه مادرش، خانواده تیبب به همراه مادرش و خانواده اقبال خانم به همراه فرزندش چنار.

۴-۳- تعیین ایده و راهبرد سریال

همان طور که پیش از این شرح آن رفت، سریال *عمر گل لاله* از زمره سریال‌های چند داستانی به شماره می‌آید. به طوری که هر چند قسمت از این مجموعه سریال به یک داستان اختصاص داده شده است و هر یک از این داستان‌ها مربوط به یکی از کاراکترهای اصلی فیلم است. کاراکترهای جذاب و زیبایی که در سراسر سریال معصوم و بی‌گناه هستند، به طوری که بیننده با آن‌ها احساس همدلی و هم‌ذات‌پنداری می‌کند. داستان‌ها و ماجراهایی که برای سوژه محوری فیلم (چنار) به وجود می‌آید حول یکی از اعمال و رفتارهای خواسته یا ناخواسته‌ی او است. رفتارهایی مانند رابطه عاشقانه با جنس مخالف قبل از ازدواج (رابطه عاشقانه چنار و لاله)، برقراری رابطه عاشقانه افراد متأهل با افرادی غیر از همسر خود (خیانت به همسر)، داشتن فرزند نامشروع (فرزند یشیم از چنار)، طلاق (جدایی چنار از توپراک و یشیم)، تعدد ازدواج (ازدواج چنار با لاله، توپراک، یشیم و مجدداً با توپراک) و تعدد دوستی با جنس مخالف قبل از ازدواج یا بعد از ازدواج (دوستی چنار با عذرا). نکته حائز اهمیت آن است که این رفتارها و اعمال محدود به سوژه محوری فیلم (چنار) نیست، بلکه همه کاراکترهای اصلی فیلم نیز این اعمال و رفتارها را انجام می‌دهند یا در گذشته انجام داده‌اند. در این راستا می‌توان به اعضای خانواده او یعنی اقبال خانم (مادر چنار)، نجیب خان (عمو یا پدر چنار)، ریحان (عمه چنار)، مهمت (شوهر عمه چنار)، یشیم (خواهرزن سابق چنار و همسر سوم خود او)، زمرد (مادرزن سابق چنار)، عذرا (دوست و کارمند چنار) و کرم، (برادر زن چنار) اشاره کرد. در این سریال طولانی به هر یک از این کاراکترها و اعمال و رفتارهای آن‌ها یک داستان عاشقانه در خور توجه، اختصاص داده شده است. مانند:

داستان عشق چنار و لاله، یشیم و چنار، چنار و توپراک، نجیب‌خان و اقبال خانم، نجیب‌خان و زمرد، مهمت و اژه، عذرا و احمد، زمرد و علی آقا، کرم و دختر علی آقا، ریحان و اوکان، کرم و عذرا، اوکان و موکل‌های متعدد خود و غیره.

نسبت فامیلی کاراکترهای اصلی این سریال به هم دیگر نیز بیانگر آن است که این سریال در یک فرم خانوادگی (در فرم خانواده شبه مدرن) نمایش داده می‌شود، زیرا بخش قابل ملاحظه‌ای از صحنه‌های فیلم در محیط خانواده و توسط اعضای خانواده مانند پدر، مادر، زن، شوهر، عمو، فرزندان و سایر بستگان اجرا می‌شود. هر چند که بازیگران اصلی این مجموعه سریال به جز نقش‌های خانوادگی دارای نقش‌های دیگری مانند مدیر کارخانه، رئیس کارخانه، راننده، سرمایه‌گذار و غیره می‌باشند، اما نقش یا نقش‌های خانوادگی آن‌ها در این مجموعه سریال برجسته است. برجستگی نقش‌های خانوادگی این سریال به طوری است که سایر نقش‌های آن را به حاشیه رانده است. تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که هر کدام از شخصیت‌های اصلی این سریال در طول این برنامه چندین بار به اعمالی مانند خیانت به همسر، طلاق، ازدواج کوتاه مدت، دوستی با جنس مخالف و رابطه نامشروع اقدام نموده‌اند. به عبارت دیگر، هر یک از این داستان‌های عاشقانه در مقوله‌هایی که شرح آن در قسمت قبل رفت، مشترک هستند. در جدول شماره یک اطلاعات جزئی مربوط به این مقوله‌های در روایت‌های فرعی مربوط به هر یک از شخصیت‌های سریال مشاهده می‌شود.

جدول ۱: فراوانی مقوله‌ها به تناسب بازیگران

بازیگران	مقوله‌ها					
	دوستی با جنس مخالف	خیانت	رابطه نامشروع	داشتن فرزند نامشروع	ازدواج‌های کوتاه مدت	طلاق
چنار	بیش از ۴ مورد	۳ مورد	بیش از ۳ مورد	۱ مورد	۴ مورد	۲ مورد
زمرد	بیش از ۶ مورد	۵ مورد	بیش از ۳ مورد	۲ مورد	بیش از ۳ مورد	۳ مورد
یشیم	بیش از ۳ مورد	۲ مورد	بیش از ۴ مورد	۱ مورد	-	۱ مورد
نجیب خان	بیش از ۲ مورد	۲ مورد	۲ مورد	۲ مورد	۱ مورد	۱ مورد
اقبال خانم	۱ مورد	۱ مورد	۱ مورد	۱ مورد	-	-
ریحان	۲ مورد	۱ مورد	۲ مورد	-	-	۲ مورد
مهمت	۱ مورد	۱ مورد	۱ مورد	-	۱ مورد	۱ مورد
کرم	بیش از ۳ مورد	-	۲ مورد	-	-	-
عذرا	بیش از ۴ مورد	۳ مورد	بیش از ۳ مورد	۱ مورد	۲ مورد	۱ مورد
اوکان	بیش از ۴ مورد	۵ مورد	بیش از ۴ مورد	-	بیش از ۳ مورد	۵ مورد

بر این اساس، ایده اصلی سریال مورد مطالعه حاکی از ترکیب‌بندی زندگی انسان مدرن معاصر در تقابل و تضادی آشکار با ترکیب‌بندی زندگی انسان سنتی است. این ترکیب‌بندی جدید با به سخره گرفتن اصول اخلاقی و فرهنگی حاکم بر ترکیب سنتی زندگی خانوادگی، از عناصری مانند دوستی با جنس مخالف، روابط عاشقانه-جنسی، رابطه نامشروع، داشتن فرزند نامشروع، خیانت به همسر، طلاق و ازدواج کوتاه مدت تشکیل یافته است. تکرار فراوان این عناصر و مقولات در قالب داستان‌ها و کاراکترهای متفاوت در این سریال بیانگر برجسته‌سازی آن‌هاست. فیلم با برجسته ساختن عناصر این ترکیب‌بندی جدید درصدد گسترش و ترویج این عناصر، استیضاح باورهای پیشین و نهادینه شده بینندگان و القای این ترکیب‌بندی جدید به آن‌ها است.

به عبارت دیگر، سریال مذکور درصدد برساخت سوژه در درون ترکیب‌بندی جدید ارائه شده از سوی خود است. این بدان معناست که راهبرد فرهنگی-اجتماعی اتخاذ شده در این سریال، برساخت سوژه ایرانی (به ویژه خانواده‌های ایرانی و اعضای آن‌ها) در ترکیب‌بندی جدیدی از خانواده است که عناصر اصلی آن دوستی با جنس مخالف، روابط عاشقانه-جنسی، رابطه نامشروع، داشتن فرزند نامشروع، خیانت به همسر، طلاق و ازدواج کوتاه مدت است. این ترکیب‌بندی جدید با زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی جامعه ایرانی-اسلامی و ترکیب‌بندی آن مغایرت و تضاد جدی و بنیادی دارد و خانواده‌ای که در این ترکیب‌بندی جدید جای می‌گیرد بسیار متضاد با خانواده ایرانی-اسلامی و چه بسا به واسطه اغراق و تظاهر بیش از حد در به تصویر کشی مقوله‌های مذکور، حتی ناهمخوان با بسیاری از قالب‌های متعارف خانواده در سایر جوامع است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاضر بیانگر برجسته نمودن مضامینی مانند خیانت، طلاق، ازدواج کوتاه مدت و تنوع‌گرایی و رابطه عاشقانه با جنس مخالف قبل از ازدواج و در نتیجه القای آموزه‌های ناپه‌نجان در زمینه بهنجار حیات نهاد خانواده در جامعه اسلامی ایران است. از جمله این آموزه‌ها آن است که: هر یک از اعضای خانواده می‌تواند بیش از چندین بار خیانت کند، بیش از چندین بار با جنس مخالف رابطه برقرار کند، بیش از چندین بار ازدواج کند و طلاق بگیرد، به آسانی به همراه یکی از والدین زندگی کند و زندگی خوب و راحتی هم داشته باشد. چنین مضامینی نمایانگر خانواده نامتعارف غربی است. یعنی همان شکل از خانواده که امروزه در غرب موجب بحران «طوفان اجتماعی» شده است (سروریان، ۱۳۸۳: ۲۲۶) و متفکران غربی درصدد ممانعت از گسترش آن هستند.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد راهبرد فرهنگی اصلی در برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ای

همچون سریال مورد مطالعه، «اصالت زدایی از خانواده» و برساخت خانواده نامتعارف در جامعه ایرانی-اسلامی است. خانواده در جوامع اسلامی از جمله ایران، محور تمام روابط عاطفی، فکری، روانی، الگودهی، حمایتی، تربیتی و تقویتی است و یکی از بزرگ‌ترین دلایل آرامش فردی و اجتماعی و تنظیم زوایای حضور فرد در جامعه و نیز تعیین جایگاه، اعتبار، نقش‌آفرینی و تبیین فاصله‌ها و پیوندها در روابط اجتماعی با حاکمیت و گروه‌های اجتماعی است. ساختار اصیل، کارآمد و سازنده خانواده در مواجهه با ارزش‌های بدعت آمیز به تصویر کشیده شده در برنامه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان به سمت قالب‌های نامتعارف و نامطلوب آن تغییر می‌یابد. به طور مشخص این رسانه‌ها با نمایش شبانه‌روزی صحنه‌ها و مضامینی مانند خیانت، طلاق، ازدواج کوتاه مدت، تنوع‌گرایی و رابطه عاشقانه با جنس مخالف قبل از ازدواج، زشتی این موضوعات را در نظر خانواده‌های ایرانی از بین می‌برند و این موضوعات غیر اخلاقی را در نظر مخاطبان به یک امر عادی شده و مقبول مبدل می‌سازند. در نتیجه پیدایش و گسترش این اعمال نابه‌هنجار و مغایر با ارزش‌های خانواده ایرانی-اسلامی از سوی افراد مختلف، می‌تواند در غایت امر به قلب ماهیت نهاد خانواده و دگرگونی آن از شکل اسلامی ایرانی به شکلی نامتعارف، بدعت آمیز و متمایل به فرهنگ غربی گردد.

استراتژی «اصالت زدایی از خانواده» و به تبع آن «خانواده‌زدایی» از جامعه از جمله مهم‌ترین و کارآمدترین راهبردهای تحقق هژمونی فرهنگی غرب عنوان شده است (حاج‌حسینی، ۱۳۸۹: ۱۷۸) که از طریق کم‌رنگ ساختن اهمیت تشکیل خانواده، استحاله کارکردهای خانواده و برخوردار نبودن خانواده از استمرار و استكمال کافی (افزایش نرخ رشد طلاق و کاهش نرخ رشد ازدواج) نمود و تحقق می‌یابد. به لحاظ نظری نیز نتایج تحقیق مؤید آن است که راهبرد اتخاذ شده در پس روایت‌های خانوادگی سریال مورد مطالعه، همخوانی ضمنی قابل توجهی با اصول مطروحه در نظریات و رهیافت‌های علمی از قبیل نظریه کاشت و نظریه برجسته‌سازی، با هدف اثرگذاری بر اذهان مخاطبان، داشته است.

مطابق با دریافت‌های حاصل از نظریه برجسته‌سازی، به نظر می‌رسد عملکرد شبکه‌های ماهواره ای در قالب پخش سریال‌هایی همچون نمونه مورد بررسی در این پژوهش، خارج ساختن تابوهای جنسی از حریم خصوصی افراد و عمومی سازی بحث پیرامون آنها در عرصه خانواده و فراتر از آن در فضای عمومی جامعه باشد. به نحوی که به تدریج آمادگی روان شناختی جهت مواجهه و پذیرش سبک‌های متفاوتی از ساماندهی امر جنسی در خانواده و جامعه در مخاطبان فراهم آید. تعریف برنامه‌ها و سریال‌های ماهواره ای به عنوان بخشی از سرگرمی‌های مشترک خانوادگی، در گذر زمان، همان گونه که در نظریه کاشت گرنبر بر آن تاکید شده است، به تدریج بین دنیای

سابقاً واقعی و مطلوب انگاشته شده مخاطب و آنچه وی به تبع این مواجهه، مطلوب و ارزشمند می‌انگارد، فاصله بیافتد. این فاصله افتادگی، خود سبب ناپایداری مداوم منظومه‌های هنجاری می‌شود که کنش‌گران اجتماعی بر پایه آن به تعاملات شان سامان می‌بخشند. به طور خاص نقش آفرینی سازنده نهاد خانواده در جامعه تا حد زیادی مدیون پشتیبانی آن از سوی مجموعه گسترده‌ای از قواعد، ارزش‌ها و باورهای فرهنگی است که آشفتگی در آنها می‌تواند به ناپایداری و ناکارآمدسازی نهاد مذکور منجر شود.

عملکرد تلویزیون‌های ماهواره‌ای در ارتباط با نهاد خانواده، نمونه‌ای قابل‌تامل از فرایندی است که گرمشی در تحلیل صنعت فرهنگ و نظریه‌اش پیرامون هژمونی بدان پرداخته است. در اینجا مخاطب حداقل با دو جریان رسمی و غیر رسمی، داخلی و خارجی و یا غالب و مغلوب سروکار دارد که در تلاشند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های برآمده از ترکیب مصنوعات فرهنگی و ابزارهای تکنولوژیک، جهان‌نگری معینی پیرامون نهاد خانواده را به او عرضه دارند. این نیروهای دوگانه هر چند در برداشتی آغازین، با یکدیگر در رقابتند، اما در شکل‌دهی به جهان‌ذهنی و عینی‌عاملان اجتماعی، گاه از یکدیگر متأثر می‌شوند و یا از رویه‌ها و مسیرهای مشابهی کار خود را پیش می‌برند. به هر حال نتیجه‌نهایی این فرایند، ارائه ترکیب‌بندی‌هایی نوین از نهاد خانواده و جایگزاری آن در اذهان مخاطبان است.

منابع

- احمدی، ثریا؛ عقیلی، وحید و مظفری، افسانه (۱۳۹۴). مطالعه موردی بازنمایی هویت جنسیتی زنان در سریال‌های زمانه و تکیه بر باد. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۰ (۱)، ۵۶-۳۵.
- آزادارمکی، تقی و محمدی، جمال (۱۳۸۵). زنان و سریال‌های تلویزیونی. *زن در توسعه و سیاست*، ۴ (۴)، ۶۷-۹۴.
- استوری، جان (۱۳۸۹). *مطالعات فرهنگ عامه*. ترجمه حسین پاینده. تهران: نشر نی.
- بارکر، کریس (۱۳۹۱). *مطالعات فرهنگی*. ترجمه مهدی فرجی و نفیسه حمیدی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- باهنر، ناصر و جعفری کیدقان، طاهره (۱۳۸۹). تلویزیون و تأثیرات کاشتی آن بر هویت فرهنگی ایرانیان. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۳ (۴)، ۱۵۶-۱۳۱.
- بشیر، حسن و اسکندری، علی (۱۳۹۲). بازنمایی خانواده ایرانی در فیلم سینمایی *یه حبه قند*. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۶ (۲)، ۱۶۱-۱۴۲.
- جعفرزاده‌پور، فروزنده؛ ساعی، منصور و جاروندی، رضا (۱۳۸۸). الگوهای قدرت در روابط بین نسلی، بازنمایی سریال‌های ایرانی، مطالعه شبکه ۱ و ۳. *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۳ (۲)، ۱۳۹-۱۳۹.

۱۲۰.

- حاج‌حسینی، معصومه (۱۳۸۹). برآورد جایگاه زن و خانواده در جنگ نرم. *اندیشه‌های راهبردی زن و خانواده*، ۱، ۱۸۷-۱۷۳.
- دلاور، علی (۱۳۸۵). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*. تهران: انتشارات رشد.
- ربیعی، علی و عرفانی حسین‌پور، رضوانه (۱۳۹۲). دریافت دانشجویان دانشگاه‌ها از برنامه‌های شبکه فارسی صدای آمریکا. *مجله مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۲۳، ۱۹۲-۱۷۱.
- ساعی، منصور (۱۳۸۹). بازنمایی ابعاد تاریخی و سیاسی هویت ملی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی سریال‌های تلویزیونی تاریخی در سه دهه پس از انقلاب اسلامی ایران)، *دو فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش سیاست نظری*، ۷، ۱۴۲-۱۱۳.
- سروریان، محمد کمال (۱۳۸۳). افول خانواده در آمریکا و انگلیس. *فصلنامه شورای فرهنگی-اجتماعی زنان*، ۷ (۲۶). ۲۲۹-۲۰۳.
- شهبایی، محمود و جهانگردی، مجتبی (۱۳۸۷). خاستگاه‌ها الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در میان مخاطبان تهران. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۲، ۵۵-۲۳.
- عبداللهیان، حمید (۱۳۹۰). تحلیلی تاریخی بر تکوین مفهوم پایان تاریخ در سینمای قرن ۲۱: روایت‌شناسی ۱۳ فیلم. *مجله مشرق موعود*، ۵ (۱۸)، ۲۷-۵.
- قادرزاده، امید و نبی‌زاده، فایق (۱۳۹۴). بازسازی معنایی زمینه‌ها، دلالت‌ها و پیامدهای بهره‌گیری جوانان از برنامه‌های تلویزیونی ماهواره. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۶۸، ۱۹۰-۱۵۹.
- کریمی، امید و مهدی‌زاده، محمد (۱۳۹۲). تحلیل دریافت مخاطبان جوان شهر مریوان از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۶ (۴)، ۱۳۶-۱۰۷.
- کوثری، مسعود و عموری، عباس (۱۳۹۲). تعریف از خود و ساخت دیگری، مطالعه پسااستعماری سریال‌های حریم سلطان و الفاروق العمر. *فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام*، ۳ (۲)، ۱۶۶-۱۴۳.
- کینگزبرگ، آیرا (۱۳۷۹). *فرهنگ کامل فیلم*. ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی.
- گلچین، مسعود؛ سخایی، ایوب و علیرضا افشانی (۱۳۹۱). مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و مناسبات خانوادگی شهروندان تهرانی، *مطالعه راهبردی زنان*، ۱۴ (۵۶)، ۱۱۹-۸۳.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی* (چاپ چهاردهم). ترجمه حسن چاووشیان. تهران: نشرنی.
- محمدی، جمال و کریمی، مریم (۱۳۹۰). تحلیل قرائت زنان از مجموعه‌های تلویزیونی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱، ۷۷-۴۹.

- مرکز آمار ایران (۱۳۹۴). نتایج طرح پژوهشی «برخوردارانی خانوارها و استفاده افراد از فناوری اطلاعات و ارتباطات». برگرفته از:
https://www.amar.org.ir/Portals/0/Files/fulltext/1394/n_tabkhveaafeve_94.pdf
 - مظفری، افسانه و نیکروح متین، فرزانه (۱۳۸۸). تحلیل محتوای فیلم دو زن به کارگردانی تهمینه میلانی با رویکرد به زن. *پژوهش نامه علوم اجتماعی*، ۳ (۲)، ۱۶۴-۱۳۹.
 - مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۵). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
 - منتظر قائم، مهدی و کاوند، رضا (۱۳۹۳). نحوه خوانش و رمزگشایی شبکه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۳، ۱۲۵-۱۰۷.
 - هرمزی زاده محمدعلی؛ صلواتیان، سیاوش و قاسمی تبار، سید هادی (۱۳۹۷). بازنمایی روابط خانوادگی در فصل‌های چهارگانه مجموعه تلویزیونی «پایتخت». *فصلنامه خانواده‌پژوهی*، ۴ (۵۳)، ۷-۲۲.
-
- Barlett, C. P., Vowels, C. L., & Saucier, D. A. (2008). Meta-analyses of the effects of media images on men's body-image concerns. *Journal of social and clinical psychology*, 27(3), 279-310.
 - Fung, A., & Ma, E. (2000). Formal vs. informal use of television and sex-role stereotyping in Hong Kong. *Sex roles*, 42(1-2), 57-81.
 - Harkness, A. M., Long, B. C., Bermbach, N., Patterson, K., Jordan, S., & Kahn, H. (2005). Talking about work stress: Discourse analysis and implications for stress interventions. *Work & Stress*, 19(2), 121-136.
 - Madichie, N. O. (2011). Marketing Senegal through Hip Hop—A discourse analysis of Akon's music & lyrics. *Journal of Place Management and Development*, 4(2), 169-197.
 - Ungureanu, C., & Georgescu, C. A. (2013). Cultural representations and media: a sociolinguistic approach of American soap operas broadcasted in Romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 76, 858-862.