

سیاست جنسیت در تلویزیون ایران*

محمد رضایی*، عباس کاظمی***

چکیده: در مقاله حاضر، تحلیل کیفی نحوه نمایش زنان در مجموعه‌های تلویزیونی مورد توجه ما بوده است. از این رو، سه مجموعه «آگه بابام زنده بود»، «آهوی ماه نهم» و طنز «خانه به دوش» از تولیدات شبکه‌های ۱ و ۳ در شش ماهه دوم سال ۱۳۸۳ به روش تحلیل محتوای کیفی بررسی شده است. محور تحلیل این نمونه‌ها مفهوم حضور شایسته زنان در خطوط داستانی این مجموعه‌ها بود که پس از بررسی دیدگاه‌های برخی نظریه‌پردازان اسلامی و اهداف و برنامه‌های تلویزیون در سال ۱۳۸۳ محور تحلیل قرار گرفته است. نویسندگان نتیجه می‌گیرند که هر چند کمیت حضور زنان در این مجموعه‌ها حاکی از حضور پررنگ آنهاست اما حضور کیفی و شایسته آنها با الگوها و اهداف سیمای جمهوری اسلامی ایران انطباق ندارد. در واقع، گسستی قابل توجه میان دو سطح سیاست‌گذاری و تولید برنامه‌های سیمای ج.ا.ا. سبب ناکارآمدی اهداف این نهاد ارشادی در اعمال سیاست جنسیت شده است.

واژه‌های کلیدی: ایران، سیاست جنسیت، زنان، تلویزیون.

مقدمه و طرح مسئله

نسبت میان تلویزیون و عدالت، بعد جدیدی را در مطالعات جنسیت، سیاست فرهنگی و سیاست بازنمایی گشوده است. توجه به سیاست جنسیت در تلویزیون به معنای پرداختن به جایگاهی است که تولید و مبارزه بر سر قدرت در آنجا رخ می‌دهد. چون تا آنجا که به نمایش زنان در رسانه‌ها مربوط است، رسانه‌های جمعی بازنمایاننده بی‌طرف جنسیت نیستند بلکه با برساخت نمادین جنسیت از طریق «توجه، گزینش و تفسیر اغراق

* نویسندگان این مقاله از علی آقاپور، مهدی سلطانی و امین بزرگیان به سبب همکاری در اجرای این پژوهش تشکر می‌کنند.

rezaei@usc.ac.ir

** استادیار گروه مطالعات فرهنگی دانشگاه علم و فرهنگ

*** استادیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران - عضو هیئت علمی گروه پژوهشی مطالعات فرهنگی جهاد دانشگاهی واحد تهران

akazemi@ut.ac.ir

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۷/۰۲/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۸۷/۰۹/۲۰

آمیز» مسائل جنسیتی سعی می‌کنند ارزش‌ها و هنجارهای جنسیتی موجود را نزد مخاطبان تثبیت کنند (فالولز، ۱۹۹۶: ۲۲۵؛ فن زونن، ۱۹۹۴).

اما بررسی تلویزیون و سیاست جنسیت نیازمند توضیح دو نکته اساسی است. نکته اول به تحولی اشاره دارد که در سطح نظریه‌های مختلف عدالت و قلمروهای مفهومی آن مطرح است. این تغییر قلمرو تا اندازه زیادی تحت تأثیر شکوفایی عرصه‌های جدید در مطالعات فرهنگی است. فرض بنیادی این است که نمایش غلط^۱ یا عدم نمایش، شکلی از نابرابری را پدید می‌آورد که مطالعات فرهنگی به آن می‌پردازد و با آن مبارزه می‌کند. از این روست که مطالعات فرهنگی پروژه‌های خاص و تاریخی علیه نابرابری‌های نوظهور و مبارزه بر سر عدالت است. همان‌طور که می‌دانیم، مارکس در نظریه کار بیگانه‌سازی فرآیندی را توصیف می‌کند که طی آن چهار بُعد اساسی از خودبیگانگی رخ می‌دهد (مارکس، ۱۳۷۷). به‌طور کلی، این مفهوم به فرآیندی اشاره دارد که انسان کنترل خود بر امور را از دست می‌دهد. بر همین سیاق، سوءاستفاده^۲ از ایماژها در تلویزیون و سایر رسانه‌های جمعی استقلال گروه‌هایی را که مورد سوءاستفاده واقع می‌شوند، تهدید می‌کند و عزت‌نفس آنها را به مخاطره می‌اندازد (نگاه کنید به ایلوز، ۲۰۰۳). در اینجا نیز دعوای همیشگی تاریخی دیده می‌شود: کشمکش میان دارا و ندار. اما این بار دعوای بر سر ابزارهای تولید مادی نیست بلکه ابزارهای بازنمایی، موضوع کشمکش‌اند. در واقع، «عدم توانایی در تکوین و شکل‌دادن به ایماژهای خود، به معنای محروم ساختن فرد از خودش است که در عوض، محنتی اجتماعی و واقعی را ایجاد می‌کند.» (ایلوز، ۲۰۰۳: ۲۲۴) این مورد، تا آنجا که به زنان مربوط است، اساساً بخشی از مسئله مهم روابط قدرت و محرومیت در مناسبات جنسیتی است (فن زونن، ۱۹۹۴).

دوم، تا آنجا که به تلویزیون در ایران مربوط است، بررسی رابطه تلویزیون و عدالت بدون توجه به زمینه‌های فلسفی و معرفتی که اداره تلویزیون در متن آن صورت می‌گیرد، میسر نیست. به بیان دیگر، اداره ابزار مدرنی نظیر تلویزیون در ایران بر اساس آموزه‌هایی صورت می‌گیرد که از بنیاد با نظریه‌های غربی متفاوتند. پیداست که نمی‌توان بر اساس شاخصه‌ها و معیارهای تحقیقات حاصل از آموزه‌های غربی سیاست جنسیت از طریق تلویزیون را در ایران نقد و ارزیابی کرد. از این رو، این نوشتار به دو پرسش مهم می‌پردازد: کدام برداشت از عدالت را می‌توان در بررسی نحوه بازنمایی زنان در تلویزیون به کار بست؟ و دوم، تلویزیون ایران زنان را به

1. Mis-representation / Non-representation

2. Misappropriated

ویژه از طریق مجموعه‌های نمایشی چگونه بازنمایی می‌کند؟ در ادامه ابتدا تلاش شده است تا برخی زمینه‌های مفهومی برای پاسخ به پرسش اول فراهم شود. سپس با استفاده از داده‌های تجربی سعی کردیم تا به پرسش دوم پاسخ دهیم.

مبانی نظری

زنان و پروبلماتیک بازنمایی

سیاست جنسیت در برنامه‌های تلویزیون بر اساس اهداف و استراتژی‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، به گونه‌ای تنظیم می‌شود که ظاهراً، تابع استراتژی‌های کلی نظام در برقراری عدالت اجتماعی است. مبانی چنین استراتژی‌هایی در آثار مختلف مورد بحث قرار گرفته است.^۱ به‌علاوه، اشاراتی کلی به بحث عدالت اجتماعی در متن قانون اساسی شده است که از رهگذر تصویب منشورها و مصوبات مختلف در نهادهای انقلابی نظیر شورای عالی انقلاب فرهنگی (منشور حقوق و مسئولیت‌های زنان در نظام جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۳؛ اصول و مبانی و روش‌های اجرایی گسترش فرهنگ عفاف، ۱۳۷۶) خصلتی عملیاتی یافته‌اند. چه بسا، دقیق‌ترین ابعاد سیاست جنسیت در ایران را در مقدمه قانون اساسی بتوان یافت:

در ایجاد بنیادهای اجتماعی اسلامی نیروهای انسانی که تاکنون در خدمت استعمار همه جانبه خارجی بودند هویت اصلی و حقوقی انسانی خود را باز می‌یابند و در این بازیابی طبیعی است که زنان به دلیل ستم بیشتری که تاکنون از نظام طاغوتی متحمل شده‌اند، استیفای حقوق آنان بیشتر خواهد بود. خانواده واحد بنیادین جامعه و کانون اصلی رشد و تعالی انسان است و توافق عقیدتی و آرمانی در تشکیل خانواده که زمینه‌ساز اصلی حرکت تکاملی و رشد یابنده انسان است اصلی اساسی بوده و فراهم کردن امکانات جهت نیل به این مقصود از وظایف حکومت اسلامی است. زن در چنین برداشتی از واحد خانواده، از حالت شیء بودن و یا ابزار کار بودن، در خدمت اشاعه مصرف‌زدگی و استعمار خارج شده و ضمن بازیافتن وظیفه خطیر و پر ارج مادری در

^۱ - دیدگاه‌های بنیان‌گذار انقلاب اسلامی امام‌خمينی(ره) (۱۳۶۱، ۱۳۶۹، ۱۳۷۶، ۱۳۷۸) و آثار مکتوب افرادی چون قاضی‌زاده (۱۳۷۷)، فوزی(۱۳۸۰)، صالحی (۱۳۸۱)، میرسندسی(۱۳۷۵)، استاد مطهری (۱۳۵۴، ۱۳۵۷، الف، ۱۳۵۷، ب، ۱۳۵۹، ۱۳۶۸، ۱۳۷۳، ۱۳۷۶، ۱۳۷۸، توسلی (۱۳۸۱)، مرامی (۱۳۷۸)، طغیانی (۱۳۸۱)، کچویان (۱۳۷۴)، شریعتی(۱۳۵۹، ۱۳۶۱، ۱۳۷۰، ۱۳۷۱، ۱۳۷۹) مرامی (۱۳۷۸)، طالقانی (۱۳۵۹، ۱۳۶۰ الف و ب)، اسفندیاری(۱۳۷۷)، افراسیابی(۱۳۶۰).

پرورش انسان‌های مکتبی، پیش‌آهنگ و خود هم‌مرز مردان در میدان‌های فعال حیات می‌باشد و در نتیجه، پذیرای مسئولیتی خطیرتر و در دیدگاه اسلامی برخوردار از ارزش و کرامتی والاتر خواهد بود.

از سوی دیگر، در دیدگاه متفکران اسلامی، هر جا که سخن از عدالت رفته جایگاه زنان البته، به نحوی تلویحی مورد اشاره قرار گرفته‌است. به‌عنوان مثال، به عقیده امام خمینی (ره) «در اسلام هیچ امتیازی بین اشخاص غنی و اشخاص غیرغنی، اشخاص سفید و سیاه، سنی و شیعه نیست و عرب و عجم و ترک و غیرترک به هیچ وجه امتیازی ندارند، قرآن کریم امتیاز را به عدالت و تقوا دانسته... فرقی بین زن و مرد و اقلیت‌های مذهبی و دیگران در اجرای عدالت نیست» (امام‌خمینی، ص. ن، ج ۵: ۳۳۷-۳۳۲). از ممیزات بحث امام‌خمینی (ره) در باب عدالت، تمایز میان عرصه‌های مختلف عدالت است. یکی از این حوزه‌ها، عرصه فرصت‌های اجتماعی است. ایشان (ص. ن، ج ۵: ۲۳۷) عقیده داشتند که باید برای همه افراد جامعه این امکان را فراهم نمود که بتوانند به مراحل ترقی و تعالی برسند که این امر نیز جز از طریق فراهم‌سازی فرصت‌های یکسان موجود در جامعه برای همگان محقق نمی‌شود. چنین برداشتی از عدالت در اندیشه مطهری نیز برجسته است. ایشان در بحث از مقوله عدالت اجتماعی آن را معادل ایجاد شرایط یکسان برای همه به‌طور یکسان و رفع موانع برای همه به‌طور یکسان می‌داند به گونه‌ای که هیچ نوع تبعیضی میان افراد جامعه جریان پیدا نکند (مطهری، ۱۳۶۱ و ۱۳۷۶). برداشت امام خمینی (ره) و مطهری از نحوه توزیع فرصت‌های اجتماعی در جامعه متأثر از تعریفی معمول از عدالت در اسلام است که بر اساس آن، عدالت «اعطاء کل ذیحق حقها» یا به عبارت دیگر، دادن حق به صاحب حق تعبیر می‌شود. به علاوه، تعریف دیگری نیز در بین اندیشمندان مسلمان مورد استناد قرار می‌گیرد که نزدیک به تعریف اول است به این معنا که عدالت معادل «وضع الشيء فی موضعه» است.

مفهوم فرصت اجتماعی برابر برای احقاق حقوق، عنصر برجسته در تعابیر متفکران اسلامی و قانون اساسی است. فرصت اجتماعی برابر در سطح اول ناظر بر تأمین نیازهای اولیه شهروندان به‌ویژه گروه مورد نظر ما در این نوشتار، زنان، است. اما، از این مهم‌تر، فرصت اجتماعی برابر به نحوه حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی اشاره دارد. در واقع، منشورهای مختلفی نوشته شدند که نسبت به حضور زنان در عرصه‌های عمومی حساس بوده و مکرراً بر آن تأکید دارند. برای مثال، «منشور حقوق و مسئولیت‌های زنان در نظام جمهوری اسلامی

ایران» (مصوب جلسه ۵۴۶ مورخ ۸۳/۶/۳۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی) و «اصول و مبانی و روش‌های اجرایی گسترش فرهنگ عفاف» (۱۳۷۶) مکرراً بر حضور زن در حوزه‌های عمومی با حفظ شئون اسلامی تأکید شده است. بنابراین، به نظر می‌رسد که نوعی انطباق میان اندیشه متفکران جمهوری اسلامی ایران، قانون اساسی و مصوبات مختلف در مورد حقوق زنان برقرار است.

شاخص مهم فرصت اجتماعی برابر را می‌توان به اشکال مختلفی آزمود. فرض اصلی ما در این شیوه آن است که چه بسا، برنامه‌های تلویزیونی، تصویری خاص از زنان را به مخاطبان خود عرضه کنند که در سطح جامعه به نابرابری‌ها دامن زنند. از طرف دیگر، ممکن است که تلویزیون کاراکترهایی از زنان، مردان و گروه‌های دیگر خلق کند که بدون ترجیح یکی بر دیگری آنها را برای زندگی در عرصه‌های اجتماعی و عمومی آماده سازد. یک راه سنجش این شاخص از طریق بررسی «مناسبات بازنمایی» یا رژیم‌های بازنمایی» در رسانه‌های جمعی است. نظریه‌ها و تحقیقات مختلفی با این رویکرد انجام شده است. این تحقیقات نشان داده‌اند که اولاً، زنان، از حیث میزان حضور، سهم یکسانی از برنامه‌های تلویزیونی ندارند (راود راد ۱۳۸۰، جوادی و کاظمی ۱۳۸۴، رحمتی و سلطانی ۱۳۸۳). به علاوه، کیفیت حضور هم در این تحقیقات مورد تأکید قرار گرفته است (سلطانی، ۱۳۸۶، کریمی ۱۳۸۵). نتایج نشان می‌دهند که زنان در نقش‌هایی به تصویر کشیده می‌شوند که جامعه ارزش والایی برای چنین موقعیت‌هایی قائل نیست. به بیان ساده‌تر، این شیوه بازنمایی زنان در برنامه‌های تلویزیونی به نابرابری‌های موجود دامن می‌زند.

اعتقاد بر این است که بازنمایی زنان در رسانه‌های جمعی و برنامه‌های تلویزیونی با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی در جامعه سازگاری دارند. در مورد بازنمایی مناسبات جنسیتی، معمولاً مردان به صورت انسان‌هایی مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر به تصویر کشیده می‌شوند و نقش‌های متنوع و مهمی را که موفقیت در آنها مستلزم مهارت حرفه‌ای، کفایت، منطق و قدرت است ایفا می‌کنند. در مقابل، زنان معمولاً تابع، منفعل، تسلیم و کم اهمیت‌اند و در مشاغل فرعی و کسل‌کننده‌ای ظاهر می‌شوند که جنسیت‌شان، عواطف‌شان و عدم پیچیدگی‌شان به آنها تحمیل کرده است. رسانه‌ها با نشان دادن مردان و زنان به این صورت بر ماهیت نقش‌های جنسی و عدم برابری جنسی صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی است که رسانه‌های جمعی نه تنها در جهت بسط عدالت در جامعه نیستند بلکه نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را به عهده می‌گیرند (گافمن، ۱۹۹۷؛ اکسی، ۲۰۰۴؛ کولومبورگ، ۱۳۸۷؛ گرت، ۱۳۸۰؛ مک‌لالین، ۱۹۹۹؛ هاسکل، ۱۳۸۱؛

ایلرگارد، ۲۰۰۴؛ حاج محمدی، ۱۳۸۲؛ راودراد، ۱۳۸۰؛ نبیی، ۱۳۷۸؛ جهان‌دیده، ۱۳۸۳؛ صفری، ۱۳۷۶؛ نوین و جهان‌دیده، ۱۳۸۳؛ کریمی، ۱۳۸۵؛ قاسمی، ۱۳۸۲، ۱۳۷۱؛ پیرحیاتی، ۱۳۷۳؛ میرساردو، ۱۳۸۴؛ دیباجی، ۱۳۷۴؛ جوادی‌یگانه و کاظمی، ۱۳۸۳).

علی‌رغم آنکه تحقیقات یاد شده ابعاد مختلفی از بازنمایی زنان را در تلویزیون و برنامه‌های تصویری دیگر نشان داده است اما، باید نسبت به کاربرد کامل این نقدها و یافته‌ها در مورد بررسی عدالت در سیمای جمهوری اسلامی ایران احتیاط بیشتری به‌خرج داد. مهم‌ترین نکته در این میان توجه به بنیان‌های فلسفی است که زیربنای این مدل‌ها را شکل می‌دهد؛ الگوهایی که اساساً مبتنی بر فلسفه اصالت فرد اند. فردگرایی مبنایی را برای ناقدان متون تلویزیونی در غرب فراهم ساخته است که براساس آن **حقوق برابر زنان** را در نسبت با مردان یادآور شوند. البته تا اینجا مسئله مشکلی وجود ندارد، مشکل از آنجا آغاز می‌شود که برخلاف تعابیر نظریه‌های یادشده، تعابیر اسلامی نمی‌تواند بر **حضور یکسان** در تمام عرصه‌های زندگی، به عنوان شاخص عدالت در بازنمایی زنان تأکید کند. بنابراین، شاید در تحلیل حضور زن در رسانه‌ها مفهوم **حضور شایسته** زن کاربردی‌تر باشد. در اینجا دغدغه تولیدکنندگان، صرفاً این نیست که زن نیز به اندازه حضور مردان در تصاویر حاضر باشد و در نقش‌هایی ظاهر شود که علی‌الاصول مردانه تلقی می‌شوند یا این که از قدرتی برابر با مردان در روابط جنسیتی برخوردار باشد. بر اساس تعابیر عدالت در اسلام، تساوی مطلق زنان و مردان در ابعاد گوناگون ضرورتاً معادل عادلانه بودن بازنمایی در متون تلویزیونی نیست. این موضوع به‌هیچ‌وجه به معنای حذف زن از برخی نقش‌های تلویزیونی نیست که به غیبت آنها از عرصه عمومی منجر می‌شود، بلکه موضوع آن است که تصویری از زنان در متون تلویزیونی عادلانه تلقی می‌شود که زن مسلمان را در نقش‌ها و جایگاه‌هایی مناسب به تصویر بکشد. این شیوه بازنمایی مبتنی بر تعریفی از عدالت در اسلام است که قبلاً به آن اشاره کردیم: «اعطاء کل ذی حق حق‌ها» و «وضع الشیء فی موضعه».

دو تعبیر یاد شده به دو شاخص مهم و اساسی در برداشت‌های اندیشمندان اسلامی اشاره دارد. تعبیر اول، حضور زن در عرصه‌های مختلف جامعه را توجیه می‌کند به این معنا که زن به عنوان انسانی برابر با مردان، حق استفاده از مواهب اجتماعی را دارد. از این حیث، عدالت چه در وجه ایجابی آن (تأمین شرایط لازم برای چنین حضوری) و در وجه سلبی آن (به معنای حذف موانع حضور) باید در مورد زنان به اجرا در آید. اما، تعبیر دوم، طرز تلقی از حضور زنان در عرصه‌های عمومی یا فرصت برابر اجتماعی را متفاوت از برداشت‌های غربی

می‌سازد. این تعبیر در ذات خود تمایزی را برای مواضع مختلف اجتماعی قائل است که زنان و مردان را از یکدیگر متمایز می‌سازد. به همین دلیل **حضور یکسان** مفهومی روا و رسا برای سنجش بازنمایی عادلانه زنان در متون تلویزیونی نیست. از این رو، به نظر می‌رسد قبل از پرداختن به تصویر زن در سریال‌های تلویزیونی، بررسی تصویر زن در اسلام به معنای عام کلمه ضرورت دارد. به بیان بهتر، باید این موضوع روشن شود که تلقی اسلام از «موضع» زن در جامعه انسانی کدام است. پس از روشن شدن این موضوع می‌توان به این نکته پرداخت که چگونه سریال‌های تلویزیونی تصویری شایسته از موضعی که زنان باید در آن قرار بگیرند ارائه می‌کنند.

«موضع» زن در جامعه را می‌توان از سه جنبه مورد بحث و بررسی قرار داد. شأن و مقام زن از حیث خلقت، جایگاه زن در جامعه و خانواده سه موضعی است که با توجه به آنها می‌توان به تصویر اسلام از زن پی برد. از حیث خلقت، بهترین مرجع برای بررسی جایگاه زنان، خود قرآن کریم است. در آیات متعددی از این کتاب آسمانی تأکید شده است که زنان خلقتی مشابه مردان داشته و از این حیث تفاوتی میان آنها نیست. به عبارت ساده‌تر، در جایی از قرآن نیامده است که مردان از حیث خلقت مرتبتی بالاتر از زن دارند یا زنان شأن نازل‌تری نسبت به مردان دارند. چرا که قائل شدن امتیاز برای هر یک از دو جنس با آیات قرآن در تعارض قرار می‌گیرد (تین/۴).

به‌علاوه، گاه در برخی از آیات، زنان و مردان مکمل یکدیگر معرفی شده‌اند. **خلقت یکسان** اما **نقش‌های مکمل** پرده از نکته‌ای پراهمیت بر می‌دارد، به این معنا که بر اساس آموزه‌های قرآن کریم، زنان و مردان در عین تساوی حقوق، در برخی امور متفاوت از یکدیگر محسوب می‌شوند. از این رو، کیفیت حقوق آنها با یکدیگر متفاوت است. با وجود این، چنین تمایزی را نباید به معنای نابرابری یا تلقی از نقش زنان در جامعه به منزله نقشی فرودست دانست. در رد این تلقی می‌توان آیاتی را برشمرد که خداوند در آنها مردان و زنان را به یکسان مورد خطاب قرار می‌دهد (نحل/۹۷، آل عمران/ ۱۹۵، احزاب/۳۵، نساء/۱، بقره/۱۸۵). یا در آیاتی دیگر، به سرمشق‌هایی از بندگان مؤمنه اشاره می‌کند (نور/۱۶-۲۶).

مفهوم خلقت مشابه اما کیفیت متفاوت در حقوق را می‌توان به بیانی بهتر، با تکیه بر حقوق و وظایف زن در خانواده و اجتماع توضیح داد. مهم‌ترین خصوصیت برداشت اسلام از زن در منزل، تفکیک میان دو نوع کارکرد زنان در خانه است. اسلام اگرچه بر حضور زن در خانه تأکید دارد (هرچند او را محدود به این حضور

نمی‌کند) اما، از زن صرفاً انتظار ندارد که در خانه امور مادی را به انجام برساند. در خانواده مطلوب اسلامی، زن می‌تواند اعمالی را که بر اساس ساختارهای ذهنی مسلط، موظف به انجام آنهاست و ما از آن به «کارکردهای مادی زنانه» یاد می‌کنیم به دیگری بسپارد یا حتی بابت انجام این کارها مزد طلب کند. کارکرد دوم زنان در خانواده به نقش آنها در کانون خانواده به منزله محور آرامش روحی و روانی برمی‌گردد. توجه اسلام به موضوع زن را می‌توان در سوره نساء دید. در این سوره، زن نه فقط موضوع (نگاه کنید به آیه‌های ۱۸ و ۱۹)، بلکه اساساً سوژه مهرورزی و محبت در کانون خانواده است (بقره / ۲۲۲).

به این ترتیب، می‌توان درباره حضور شایسته زن در خانه و در نهایت برخورد عادلانه رسانه‌ای نظیر تلویزیون با زنان در خانه به قضاوت نشست. با تکیه بر روایت‌های اسلامی حضور شایسته زن در خانه با برجسته ساختن نقش زن در خانه به عنوان موجودی که دائماً در آشپزخانه مسئول سیر کردن شکم‌های گرسنه شوهر و فرزندان خویش است منافات دارد. یا زن به‌عنوان موجودی که دائماً به اختلافات خانوادگی دامن می‌زند و سوژه سلب آرامش نمایانده می‌شود، نمی‌تواند حضور شایسته داشته باشد. سخن ما در این نوشتار آن است که اگر قرار باشد تلویزیون دائماً چنین تصویری از زنان را در خانه به نمایش بگذارد پس، نمی‌تواند رسانه‌ای منصف دانسته شود. بازنمایی عادلانه و منصفانه نقش زنان در خانه متضمن تمایز اساسی میان کارکردهای مرد و زن در خانه است که اسلام توجه ما را نسبت به آن جلب می‌کند.

ابعاد عملیاتی مفهوم بازنمایی شایسته را می‌توان در کتاب اهداف، محورها، اولویت‌ها و سیاست‌های تولید، تأمین و پخش سال ۱۳۸۳ یافت. در این کتاب، ذیل اهداف کلان، هدف اول «رشد فضایل اخلاقی و معنوی در جامعه» و هدف سوم «تبیین و تشریح آسیب‌ها و نارسایی‌های فرهنگ الحادی» (ص ۱۴) بدون آنکه تفکیکی میان شهروندان قائل شود همه آحاد شهروندان را شامل شده است. در ذیل «اهداف برنامه‌سازی مورد تأکید در سال ۱۳۸۳» هدف چهارم «تبیین و پرداخت صحیح مقوله زن و مقوله خانواده و الگوسازی صحیح و مؤثر در این راستا»؛ هدف پنجم «ارائه چهره و الگوی بایسته زن در برنامه‌ها و تولیدات و جلوگیری از استفاده ابزاری آن»؛ هدف ششم «تبیین حجاب اسلامی در حوزه تئوریک و الگوسازی کارآمد و مؤثر از این دستاورد ارزشمند انقلاب، برای جوانان در کلیه برنامه‌ها و تولیدات» (ص ۱۵) مورد تأکید قرار گرفته است. پرداختن به این مقوله در سه هدف از ۱۰ هدف برنامه‌سازی نشانه اهمیت این موضوع برای رسانه‌ای نظیر صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است. در ذیل «اهداف، محورها و اولویت‌های تولید،

تأمین و پخش گروه‌های نمایش (فیلم، سریال، تئاتر، مستند و طنز) شش هدف عمده معرفی شده است. ذیل هیچ‌یک از این اهداف به طور مستقیم به بحث درباره مقوله زنان و خانواده پرداخته نشده است. مع هذا، برخی مفاهیم در لابه لای محورهای این اهداف گنجانده شدند که به طور کلی با مقولات یاد شده ارتباط دارند. این موضوع به‌ویژه در مورد هدف اول صادق است که اولویت را به آشناسازی مخاطبان با «معارف و ثمرات گرانبار دین مبین اسلام»، «پابندی به دین»، «گسترش ارزش‌های انسانی و فضائل اخلاقی در جامعه» داده است (ص ۱۴۵). ذیل این محورها در چند مورد به مفهوم عدالت اشاره شده است اما در هیچ یک از این موارد به موضوع عدالت جنسیتی متن برنامه‌های نمایشی اشاره نشده است. مفاهیم عدالت بیشتر ناظر بر عدالت اقتصادی‌اند و در مورد مفهوم «تبلیغ فرهنگ عدالت‌خواهی» (ص ۱۴۹) مشخص نیست که منظور این محور چیست.

علی‌رغم آن که در ذیل اهداف و محورهای برنامه‌های نمایشی به موضوع نمایش زن پرداخته نشده است کتاب «اهداف» نسبت به این موضوع بی‌اعتنا نیست. در ذیل «اهداف، محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش برنامه‌های خانواده» به مقوله زن و خانواده به شکل مبسوط‌تری پرداخته شده است (ص ۷۹). ذیل این عنوان ۷ هدف عمده معرفی شده است که هدف هفتم ناظر بر «حفظ و گسترش منزلت زن در جامعه اسلامی» است. در باقی اهداف جز در چند مورد به‌طور خاص به نقش زن یا مادر در خانواده توجه نشده است بلکه خانواده به‌مثابه کلیتی در نظر گرفته شده است که نقش‌های متقابل آن با هم در تعامل‌اند. در ذیل به محورهای مربوط به هدف یاد شده اشاره شده است:

۱. تبیین جایگاه والای مادر در تربیت دینی خانواده،
۲. بیان نقش ارزشمند همسری زن در رشد همدلی و هماهنگی در خانواده،
۳. بیان نقش رفیع زن در رشد جامعه،
۴. طرح و تقبیح نگاه ابزاری غرب به زن،
۵. آگاه‌سازی جامعه از توطئه‌های استکباری علیه زنان،
۶. طرح بی‌سامانی، غربت و بی‌هویتی زن غربی،
۷. بیان نقش ارجمند همسران و مادران ایثارگران،
۸. طرح و القای الگوی مناسب زندگی در پوشش، آرایش، خوراک و مسکن،

۹. تبیین دیدگاه‌های رهبری (حضرت امام و مقام معظم رهبری) در مورد زنان،

۱۰. نقش اساسی زنان در اداره خانواده‌های محروم از پدر،

۱۱. معرفی و تجلیل از مادران و زنان نمونه،

این بخش از چند بُعد حاوی دلالت‌های مهمی برای تشریح ابعاد بازنمایی شایسته در تلویزیون است. اولاً، محورهای بالا بر تفاوت نگرش برنامه‌ریزان تلویزیون به زن با نگرش‌های موجود در غرب تأکید دارد. در اینجا تلاشی برای برجسته‌سازی کمیت حضور زن صورت نمی‌گیرد. در واقع، می‌توان گفت که همه تلاش‌ها در این جا ناظر بر بازنمایی کیفی زنان در برنامه‌های تلویزیونی است. دوم، می‌توان گفت که بازنمایی شایسته یا همان طور که در این متن آمده «بازنمایی بایسته» زنان به طور ضمنی قائم به وجود خانواده است. صرف قرار گرفتن مقوله نمایش زنان در ذیل «اهداف، محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش برنامه‌های خانواده» به جای «اهداف، محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش گروه‌های نمایش (فیلم، سریال، تئاتر، مستند و طنز)» مؤید این نکته است. به علاوه با نگاهی دقیق‌تر مشخص می‌شود که تمام ۱۱ محور یاد شده معطوف به نقش زن (مادر) در خانواده است. این موضوع مبین این نکته است که حضور بایسته زنان منوط به حضور در خانه و در متن خانواده است. از آنجایی که در ذیل «اهداف، محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش گروه‌های نمایش (فیلم، سریال، تئاتر، مستند و طنز)» اشاره‌ای به حضور زنان به طور مشخص نشده است می‌توان به این نتیجه دامن زد که حضور شایسته زنان در عرصه‌های عمومی چندان مورد توجه رسانه تلویزیون نباید باشد.

روش‌شناسی

پژوهش در مقاله حاضر به شیوه‌ای کیفی انجام شده است و تکنیک تحلیل محتوای کیفی برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. به علاوه، پنج مصاحبه از مدیران ارشد و کارشناسان تلویزیون صورت گرفته است که اطلاعات بسیار خوبی از برنامه‌سازی در تلویزیون ارائه نموده است. سه مجموعه «آهوی ماه نهم»، «اگه بابام زنده بود»، و طنز «خانه به دوش» از تولیدات شبکه‌های ۱ و ۳ سیمای جمهوری اسلامی ایران در شش ماهه دوم سال ۱۳۸۳ برای تحلیل کیفی انتخاب شدند. صحنه، واحد مشاهده و خط داستانی مجموعه نمایشی مورد نظر، واحد تحلیل ما در این تحقیق بوده است. هرچند در این تحقیق، بر تحلیل کیفی تأکید شده است اما هر گاه، شرایط ایجاب نموده از داده‌های کمی نیز استفاده شده است.

تحلیل کیفی سریال‌های سه‌گانه

الف- سریال آهوی ماه نهم: آهوی ماه نهم مجموعه‌ای است که در ۱۷ قسمت تهیه و از شبکه ۱ پخش شده‌است. داستان مجموعه مبتنی بر رازی است که با تلاش دختر خانواده گشوده می‌شود. بنابراین، انتظار می‌رود شخصیت دختر (آهو) محور اتفاقات در این مجموعه باشد. این که در داستانی نظیر این مجموعه، دختری از یک خانواده، کارگزاری است که نتیجه فعل او به شفافیت روابط و مناسبات افراد در خانواده منجر می‌گردد نشانه جهت‌گیری ایجابی این مجموعه به نقش زن در جامعه است. به این ترتیب، می‌توان به اولین موضوع برجسته در این مجموعه اشاره کرد: **شخصیت اصلی زن در متن اکثر رخدادهای مطرح در مجموعه قرار دارد.** در این مجموعه تلاش شده تا شخصیتی از این نقش بازنمایانده شود که مقتدر، مدعی و توانمند در پیگیری مطالباتش باشد.

نقش اول زن شخصیتی فعال، تا حدی مقتدر (سلطه‌گر)، نسبتاً عقلانی، اما ناآرام و گاه پرخاشگر، نسبتاً اجتماعی، مستقل (در تصمیم‌گیری‌ها اما به لحاظ مالی وابسته به پدر)، باهوش و تا حدی منطقی است. مرد نقش اول در مقایسه با زن نقش اول مجموعه نیز شخصیتی نسبتاً مشابه دارد. در اینجا ذکر این نکته حائز اهمیت است که مردان نقش اصلی در این سریال (رسول، پدر آهو و سهراب، پسر عمه آهو) شخصیت‌های نسبتاً یکدستی را به نمایش می‌گذارند. این موضوع در مورد زنان نقش اصلی صادق نیست. مادر آهو و دوست وی بنفشه شخصیت‌های دیگری هستند که در این مجموعه در متن بیشتر رویدادهای مجموعه قرار دارند. با وجود این، فاصله زیادی میان این شخصیت‌ها وجود دارد. بنفشه دختری است که کمتر مسائل مبتلابه را جدی می‌گیرد. علی‌رغم نزدیکی‌اش به آهو، وی متوجه مشکل آهو نمی‌شود. اینکه آهو متوجه رازی در زندگی خودش شده را برادر بنفشه که از قضا روانپزشک آهوست، به بنفشه یادآور می‌شود.

زن دیگر این مجموعه مادر آهو یا به عبارت بهتر زن‌بابای آهوست. وی زنی مهربان و تقریباً فداکار اما تا قسمت‌های انتهایی مجموعه، فردی بی‌اطلاع از روند اتفاقاتی است که حول و حوش او در خانواده در جریان است.^۱ در صحنه‌ای وی از رسول گلایه می‌کند که گویی اتفاقاتی در جریان است که از آنها بی‌خبر است.

^۱ از آنجا که زنان مجموعه‌هایی که بررسی شدند در محور خطوط داستان این مجموعه‌ها قرار ندارند، عمدتاً از اتفاقات اصلی داستان بی‌اطلاعند.

وی به سبب اعتمادی که به رسول دارد؛ به سادگی، خام حرف‌های رسول می‌شود لذا، در صحنه‌های بعدی سعی دارد که آهو را متقاعد سازد پایان‌نامه‌اش را زود بنویسد، ازدواج کند و مادر شود. شخصیت مادر را نمی‌توان با آهو مقایسه کرد. آهو نسلی از دختران را نمایندگی می‌کند که مطالبات خود را با اصرار و اهتمام بسیار پیگیری می‌کنند. هر چند مادر آهو نقش اول این داستان محسوب نمی‌شود اما مقایسه بازنمایی وی در خانه و رسول امکان‌هایی را برای بررسی نحوه بارنمایی زنان به دست می‌دهد.

در این سریال اولاً، مادر در فضایی خارج از خانه نشان داده نمی‌شود. تنها موردی که صحنه‌ای دلالت بر حضور مادر در فضایی خارج از خانه دارد به موضوع بیمارستان و پای شکسته وی مربوط می‌شود. دوم، مادر در خانه هم نقشی جدی به عهده ندارد بلکه همیشه نقشی مکمل برای دختر یا پدر محسوب می‌شود. برای بررسی نقش مادر در این مجموعه داده‌های دیگری نیز وجود دارد. بی‌اطلاعی مادران این مجموعه فقط منحصر به مادر آهو نیست. عمه (نقش قومیت در این مجموعه) که در عین حال مادر سهراب است نیز گرفتار چنین غفلی است. چون مادر سهراب اساساً از تصمیمات سهراب بی‌اطلاع است یا در صورت اطلاع از آن، قدرت تأثیرگذاری قابل توجهی ندارد. به‌عنوان مثال، مادر سهراب از تابلویی که سهراب به آهو هدیه می‌کند خبری ندارد و به اندازه آهو از دیدن آن تعجب می‌کند. در صحنه‌ای دیگر، تصویری از مادر بنفشه نمایش داده شده است که در آنجا مادر فقط آماده شدن شام را اعلام می‌کند و در پاسخ، تشویق دخترش را دریافت می‌کند مبنی بر این که «آشپزی مادر معرکه» است.

در این سریال، تنوع فضاهایی که شخصیت‌های زن در آنجا حضور دارند در نوع خود بی‌نظیر است. به این فهرست دقت کنید: چاپخانه، خیابان، بزرگراه، گالری نقاشی، سالن تئاتر، محل کار (طراح صحنه)، یک مورد آشپزخانه، جاده شمال، ویلای شمال (تنهایی بدون حضور خانواده به همراه دوستش)، صحنه تصادفی که آهو از پس آن برمی‌آید و کافی‌شاپ. حضور در این فضاها نشان می‌دهد داستان به دنبال بازنمایی زنی است که محدودیتی برای حضور در تمام فضاهای حتی به ظاهر مردانه ندارد. در این مجموعه آهو کارها و فعالیت‌هایی را پیگیری می‌کند که در پاره‌ای اوقات مردانه تلقی می‌شود. آهو فقط به لحاظ رفتاری فعالیت‌های متنوع را انجام نمی‌دهد در صحنه‌هایی موضع‌گیری‌های وی در برابر دیدگاه‌های مردان جالب توجه است. در صحنه گفتگوی وی با پدرش بر سر عملیاتی‌سازی تصمیماتش، پدر با این تصور قالبی پیش می‌رود که آهو دختری تنه‌است و از پس کارهایش بر نمی‌آید. اما آهو صراحتاً در برابر پدر می‌ایستد و حتی برای انجام

تصمیمات خودش منتظر یاری پدر نمی‌شود. در اینجاست که پدر بر عواطف فرزندگی او نسبت به مادرش تکیه می‌کند و سعی دارد که او را مجاب سازد تصمیماتش خودخواهانه و بدون ملاحظه به شرایط مادرش اتخاذ شده است. در صحنه‌ای دیگر شخصیت مستقل و استوار آهو نمایان تر می‌گردد. در این صحنه آهو که در حال رانندگی است صراحتاً در برابر سعید، شوهر ورشکسته دوستش می‌ایستد که علت شکست را باید در خودش جستجو کند نه آنکه نبود پشتوانه حمایتی را بهانه‌ای برای شکست پروژه خود معرفی نماید. از قضا با علم به این رویدادها بنا دارد تا در روستای مادری‌اش پروژه‌ای دیگر را راه اندازی کند. طنز قضیه در این جاست که در هیچ صحنه‌ای استقلال مالی وی نشان داده نمی‌شود بلکه روند داستان به گونه‌ای پیش می‌رود که اتکای وی به تمکن مالی پدر مشهود است.

بنابراین، می‌توان با این شواهد نتیجه‌گیری کرد که داستان «آهوی ماه نهم» بازنمایی نسبتاً مطلوبی از شخصیت زن ارائه نموده است. زنی که در بسیاری از فضاهای عرصه عمومی حضور دارد، فعالانه امور را پیگیری می‌کند و در برابر دیگران از جمله پدر قد علم می‌کند. قدرت شخصیت آهو به‌ویژه در صحنه‌های مواجهه وی با سهراب، پسری روستایی که به دلیل عدم علاقه‌اش به کشاورزی در حال خواندن رشته دندانپزشکی است، بیشتر نمایان می‌گردد.

علی‌رغم حضور همه شرایط برای بازنمایی نسبتاً مطلوب زن نقش اول در این سریال توجه به برخی نکات ضروری است. الف - آهو همه این شرایط مطلوب برای حضور را خود به‌دست نیاورده است. او در خانواده‌ای زندگی می‌کند که پدر همه امکانات زندگی آهو را فراهم ساخته است. ب - بیشتر فعالیت‌های آهو و تلاش‌هایش خاستگاهی عقلانی ندارند و بیشتر ریشه‌ای احساسی دارند. در صحنه‌ای که آهو در صدد اقناع پدر برای تعقیب خواسته‌هایش دیده می‌شود، آهو می‌گوید: «من می‌خواهم آرزوی مادرم را برآورده سازم. [وی مادرش را ندیده و از طریق عمه از آرزوی وی آگاه می‌شود.] او می‌خواهد چراغ آن خانه را روشن نگهدارد» چون این عزیزترین بهانه است. این در حالی است که حداقل دو مرد اصلی در این مجموعه یعنی رسول و سهراب با نگاهی ایزاری و عقلانی به رویدادهای اطراف می‌نگرند. صحنه‌ای که آهو با استاد نجار درباره تعمیر کلبه صحبت می‌کند نیز مؤید نکته پیش گفته است. در آنجا استاد نجار پس از به رخ کشیدن تجربه بیست ساله‌اش و اشاره تلویحی به این نکته که تجربه او به اندازه سن آهوست به وی می‌گوید که سنگ قبر مادرش را به راحتی بدون توجه به بُعد خاطره‌انگیزش تعویض کرده‌است. بنابراین، تعمیر کلبه

بیست‌ساله عملی غیرعقلانی است. ج - آهو و سایر زنان مجموعه، نمایشی مضحک از حضور در عرصه عمومی و پیگیری خواسته‌های‌شان را نشان می‌دهند. آهو در صحنه‌ای، در حالی که نقشه زمین را در دست دارد محدوده زمین را از عمه می‌پرسد [عمه بر اساس داستان فیلم بیست سال است که روی زمین کار کرده است]. عمه سعی می‌کند پاسخ آهو را بدهد اما موفق نمی‌شود. در واقع در این صحنه عمه هیچ اطلاعی از محدوده زمینی که آن را کشت می‌کرده ندارد. سهراب در پی فراخوان مادرش بدون آنکه به نقشه‌ای که در دست آهوست نگاه کند اطلاعات دقیقی از محدوده و وضع و حال زمین می‌دهد.

ب- سریال اگه بابام زنده بود: سه زن در این مجموعه بیشترین نقش را ایفا نمودند. زن آقای مبارکی و مادر تیمور؛ زهره، نامزد تیمور و اختر، همکار تیمور و مبارکی در پروژه حفر تونل. هر یک از این زنان با ویژگی‌های خاصی نشان داده شدند. با تکیه بر این خصلت‌ها می‌توان آنها را در سه مقوله زن در جامعه امروز قرار داد. بدری خانم نماینده زنی سنتی است در حالی که زهره از طیف زنان جوان تحصیل کرده است و اختر هم زنان فرودست جامعه را نمایندگی می‌کند که نه در نقش زنان سنتی و نه در قالب زنان موفق تحصیل کرده نمی‌گنجد. ظاهراً راهی برای این دسته از زنان جز پرداختن به امور مجرمانه وجود ندارد. به همین دلیل اختر به همراه شوهر خود درگیر در طرحی از دزدی می‌شود که مبارکی و دیگران در انداخته‌اند.

همان‌طور که گفته شد بدری‌خانم، زانی از جامعه را نمایندگی می‌کند که به‌نظر می‌رسد انجام امور روزمره منزل بخش زیادی از وظایف روزانه آنها را در برگیرد. در مورد بدری‌خانم وضع این‌گونه است. وی در خانه می‌ماند تا نگهداری از بچه، پخت و پز و مواردی نظیر پاسخ گفتن به درخواست‌های مرد و... را به انجام برساند. البته وظایف بدری به مواردی که گفته شد ختم نمی‌شود. وی در خانه خیاطی می‌کند تا بلکه کمک خرجی برای درآمد منزل باشد. همه اینها در حالی توسط بدری انجام می‌گیرد که ماندن در خانه برای وی حالتی تشدید شده دارد. وی حتی از برقراری تماس با بیرون از منزل حتی در مواقع ضروری ناتوان است. در صحنه‌ای بدری در وضعیتی مستأصل می‌خواهد با شوهرش تماس بگیرد اما با گوشی تلفنی مواجه می‌شود که شماره‌گیر آن قبلاً توسط مبارکی دستکاری شده تا امکانی برای تماس نباشد. اما واکنش زن به این موقعیت همخوانی بسیار بالایی با نقش سنتی که وی در آن قرار گرفته است، دارد. وی در پاسخ به این وضعیت هیچ‌گاه مبارکی را مورد سرزنش جدی قرار نمی‌دهد. دلالت دیگر این صحنه به این نکته برمی‌گردد که انگار هیچ امر مهمی در خانه نمی‌تواند رخ دهد که وجود تلفن برای آن ضرورت داشته باشد. در واقع امر

مهم همیشه در بیرون از خانه یعنی محل کار مبارکی رخ می‌دهد چون فقط اوست که هر گاه بخواهد می‌تواند به‌طور یک‌طرفه تصمیم بگیرد و تماس برقرار کند و مسائل مهم را گوشزد نماید.

در این مجموعه دیده می‌شود که بدری شخصیتی فعال ندارد. شاخص مهم چنین بُعدی از شخصیت وی همان‌طور که گفته شد این است که وی منفعلانه با موضوعات مطرح در مجموعه برخورد می‌کند. در سطور بعد خواهیم دید که نه فقط بدری بلکه زهره که نماینده زنان امروزی‌تر و فعال‌تر محسوب می‌شود هم شخصیتی منفعل دارد. برای نمونه، این دو زن که نقش‌های مهم مجموعه را به عهده دارند علی‌رغم حضور در محل کار، از آنچه در زیر زمین رخ می‌دهد به نحو ابلهانه‌ای بی‌خبرند. آنها آن قدر ساده‌لوح و زودباورند که به سادگی بهانه‌های واهی مردان و زن دیگر مجموعه را باور می‌کنند.

داستان این مجموعه با از دست رفتن شوهر بدری و با کمی فاصله، زندانی شدن تیمور و آزاد شدنش از زندان شروع می‌شود. حداقل دو مضمون اساسی در این شروع قابل اشاره است. اول آن که بدری مادری خوب برای فرزندش نبوده‌است چون تیمور در نبود پدر، به کار خلاف کشیده شده و لذا اهمال کاری مادر در تربیت فرزند به‌طور ضمنی به تصویر کشیده شده‌است. به نظر می‌رسد که نام مجموعه (اگه بابام زنده بود) حکایت از نوعی حسرت تیمور برای داشتن بابایی قدرتمند است. چون «اگه بابا زنده بود به کار خلاف کشیده نمی‌شد» و اگر بابا زنده بود تیمور مجبور نبود در زندان، نگران بار سرافکنندگی ازدواج مجدد مادرش باشد. این مضمون دیگری است که شروع مجموعه آن را به اذهان مخاطبان تداعی می‌کند. به نظر می‌رسد که بر اساس ارزش‌های اجتماعی ما، تربیت درست فرزند و وفاداری به همسر دو نقش اساسی هر زن در جامعه است. به‌ویژه زمانی که شوهر فوت می‌کند این دو وظیفه به نحو بارزی تجلی پیدا می‌کند. این دقیقاً برهه‌ای است که عیار زن مشخص می‌شود. بدری‌خانم در انجام این دو وظیفه موفق نشان داده نشده‌است. این موضوع زمانی متناقض و غیر واقعی‌تر می‌نماید که آن را با نقشی که مجموعه برای بدری در نظر گرفته مقایسه کنیم. همان‌طور که قبلاً اشاره شد، بدری زنان سنتی جامعه را نمایندگی می‌کند. با این توصیف، گناه بدری شدیدتر جلوه می‌کند. جالب اینجاست که خود بدری تجلی نادرست عمل خود را با اضطرابش بابت برگشت پسرش نشان می‌دهد و به آن دامن می‌زند. او حاضر است به هر نحوی که شده این عمل خود را پوشیده نگهدارد. از این رو، اصلاً به این قضیه نمی‌اندیشد که تا چه زمانی می‌تواند موضوعی این چنین را پنهان نگهدارد؛ او دائماً به پسرش دروغ می‌گوید و هر چه بیشتر بازنمایی نامناسبی را که از شخصیت وی

صورت گرفته بدتر می‌سازد. جالب اینجاست که مبارکی دائماً از وی می‌خواهد که اصل مطلب را به تیمور بگوید و مسئله را حل کند اما وی امتناع می‌کند. برای آنکه نمای بهتری از شخصیت بدری داشته باشیم ابعاد شخصیتی وی را در این جا به‌طور خلاصه بررسی می‌کنیم:

- ناتوان در تربیت فرزند (چون پسرش پس از ارتکاب امری مجرمانه به زندان می‌رود).
 - بی‌توجه به ملاحظات پسرش، به ازدواج مجدد تن در می‌دهد. بنابراین نه فقط به پسرش بلکه به عرف اجتماعی که چندان توافقی با این عمل ندارد پشت می‌کند. چه بسا زنان جامعه دلایل روشن و موجهی برای این عمل داشته باشند اما عرف اجتماعی مسلط، این عمل را به‌راحتی نمی‌پذیرد. وانگهی، در این مجموعه فرصتی برای طرح دلایل بدری پیش نیامده لذا مخاطب همه تقصیرات را به گردن بدری خواهد انداخت.
 - بدری در نقش زنی سنتی با بی‌اعتنایی به خانواده پدر تیمور، بازنمایی ناشایستی از زنان سنتی به تصویر می‌کشد. وی تا قبل از آزادی تیمور حتی نسبت به نامزد پسرش هم چندان توجهی ندارد. اکنون باید دید که نسبت نقش بدری با عرصه‌های عمومی چگونه است؟ به‌عبارت دیگر، بدری در چه فضاهایی نشان داده می‌شود و دست به چه فعالیت‌هایی می‌زند؟
- به‌طور کلی نقش بدری محصور در سه فضا است: صحنه‌های حضور در فروشگاه مبل و چوب و منزل از یک سو و ندرتاً در خیابان. چه بسا با تکیه بر داده‌های کمی بتوان حکم کرد که بدری در فضاهای بیرون از خانه حضور پر رنگی دارد. اما نکته اصلی نوع و کیفیت حضور بدری است که آن را متمایز می‌سازد. بدری در محیط کار نیز همان کارهایی را انجام می‌دهد که در منزل انجام می‌دهد است. شباهت فیزیکی محل کار با منزل در این مجموعه بسیار راهگشاست. فروشگاه‌هایی که در واقع محل کار یا بیرون از خانه محسوب می‌شود منزلی دیگر است. در این محل جدید باز هم بدری گاه در آشپزخانه دیده می‌شود، گاه در حال رسیدگی به بچه است و گاه در حال خیاطی است. با مشاهده و مقایسه این صحنه‌ها می‌توان دریافت که حداقل برای بدری حضور در فضاهای متنوع بی‌معناست. این موضوع زمانی تأیید می‌شود که بدری در محیط کار، درگیر در هیچ‌یک از امور مربوط به فروشگاه دیده نمی‌شود.

اما زن دیگر این مجموعه، زهره نامزد تیمور است. همان‌طور که گفته شد، زهره مدرک لیسانس دارد. اما تا قبل از این که تیمور از زندان آزاد شود و با مبارکی وارد پروژه تونل شوند معلوم نیست که کار وی چه بوده است. ولی می‌توان بر اساس داستان این مجموعه گفت که فارغ از این که زهره به چه کاری مشغول بوده کاری که تیمور و مبارکی به وی پیشنهاد می‌دهند مهم‌تر بوده که وی به پیشنهاد آنها جواب مثبت داده است. اساساً کار جدید محصول استفاده‌ای است که مردان این مجموعه از جواز زهره می‌کنند؛ جوازی که خود زهره سال‌ها نتوانسته از آن بهره‌ای ببرد. اما نقش زهره بازنمایاننده کدام یک از ابعاد شخصیتی زن تحصیل کرده این مجموعه است؟

وی در قیاس با بدری (در نقش به اصطلاح زن سنتی) شایستگی‌های بیشتری نشان می‌دهد. در بسیاری از صحنه‌ها رابطه زهره و تیمور به‌گونه‌ای است که زهره به عنوان زنی عاقل و صبور به تصویر کشیده می‌شود. زهره نامزدی است که علی‌رغم خلافی که از تیمور سر زده اما همچنان این فرصت را در اختیار وی گذاشته تا به ادامه زندگی فکر کنند. زهره در قیاس با بدری قابل‌اعتناتر و قابل‌اتکا است. زهره در دو برهه به‌داد تیمور می‌رسد: اول آن که دوران زندان او را تحمل می‌کند و دوم این که زمانی که تیمور برای ادامه کارش به جوازش نیاز می‌یابد این زهره است که (برخلاف مادرش، زن سنتی دیگر) به داد تیمور و تیم او می‌رسد. اما، زهره از زن تصویر چندان فعالی ارائه نمی‌کند. به عنوان مثال، زهره سمت مدیر فروشگاه را به عهده دارد. این‌گونه انتظار می‌رود که مدیر فروشگاه بیش از سایر نقش‌ها درگیر فرآیندهایی باشد که در درون فروشگاه می‌گذرد. اما دقیقاً عکس مطلب اتفاق می‌افتد. در این فروشگاه که زهره مدیر آن است مجموعه اتفاقاتی در زیر زمین رخ می‌دهد که زهره اساساً از آنها بی‌خبر است. به‌علاوه، در هیچ صحنه‌ای نشان داده نمی‌شود که زهره در مقام مدیر «فروشگاه دارکوب» به امور مهم مربوط به فروشگاه رسیدگی کند. نکته آنجاست که زنانی مثل زهره و بدری بخشی از بازی مردانه‌ای هستند که از وجودش بی‌خبرند. آنها در فروشگاه‌هایی به کارگرفته شدند که اساساً برای امر دیگری در نظر گرفته شده‌است. در چنین بازی است که زهره می‌خواهد نقش فعالی ایفا نماید. به‌عنوان مثال در صحنه‌ای که تیمور به وی پیشنهاد این کار را می‌دهد یا در صحنه‌ای که وی برای اولین بار از نمایشگاه و فروشگاه دارکوب دیدن می‌کند، با اشتیاق از تغییر اجناس و برنامه‌هایی صحبت می‌کند که برای به‌روز و فعال‌سازی فروشگاه ضروری‌اند. اما در ادامه می‌بینیم که تا چه میزان وی در نقش مدیر فروشگاه درگیر در فرآیند اداره امور است!

به این ترتیب، نمی‌توان از توانمندی یا عدم توانایی زهره در اداره امور خارج از خانه سخن گفت. اما در مورد نقش‌های سنتی که جامعه به‌عهده زنی مثل او گذاشته می‌توان به ارزیابی نشست. همان‌طور که قبلاً گفته شد زهره در این نقش تصویر خوبی دارد. وی زنی وفادار محسوب می‌شود که فرصت نامزد خلافت‌کارش برای ادامه زندگی را ضایع نساخته و در پاره‌ای اوقات در اصلاح امور وی کوشیده است. وی زنی مستقل و توانمند محسوب می‌شود. تحصیلات خود را به پایان برده و در تصمیم‌گیری‌هایش نیز مستقل نشان داده است. به عنوان مثال، برای کمک به تیمور علی‌رغم هشدارهای مادر خود به چیزی عمل می‌کند که خود فکر می‌کند درست است. با این توصیف، برخلاف بدری، بازنمایی شایسته‌تری از زهره در این مجموعه ارائه شده است.

ج- سریال خانه به دوش: سریال خانه به دوش از جمله برنامه‌هایی است که برای پخش در ماه مبارک رمضان تولید می‌شوند. داستان این مجموعه که در قالب طنز نوشته شده است چندان پیچیده نیست. در واقع، یک خط اصلی داستانی در آن دیده می‌شود که همه بازیگران اصلی به‌نوعی درگیر آن هستند. در کنار این خط اصلی، مسئله ازدواج نیز به طور تلویحی دنبال می‌شود. به‌طور خلاصه، دو خانواده اصلی در این سریال دیده می‌شوند که خاستگاه پائین‌شهری دارند. دو شخصیت اصلی این دو خانواده که باجناق محسوب می‌شوند زمانی با هم شریک بودند که شراکت آنها به دلیل اصرار یکی از آنها (اصلان) بر کار خلاف و امتناع دیگری (ماشاءالله) به هم می‌خورد. از قضا، اصلان پولدار می‌شود و آقا ماشاءالله درمانده و گرفتار مشکلات زندگی. این دو باجناق، درگیر ماجرابی می‌شوند که در نهایت به هم می‌رسند. اما این بار آقا ماشاءالله است که موفق می‌شود. او نه فقط دست اصلان را رو می‌کند بلکه گذشت و بزرگواری‌اش به بازگشت اصلان از کارهای خلاف و قرار گرفتن در مسیر درست منجر می‌شود.

ناهید (زن آقا ماشاءالله) شخصیت اصلی زن در این مجموعه است. وی مادر سه بچه است: یک پسر و دو دختر. به‌علاوه، سه زن دیگر نیز در این داستان درگیرند: دختر ماشاءالله، زن اصلان (خواهر ناهید) و دختر اصلان (ژینوس). می‌توان با صراحت گفت که در این داستان زنان سریال، حتی زن ماشاءالله، با اتفاقاتی که حول خط اصلی داستان می‌افتد ارتباط مستقیمی ندارند. مرور صحنه‌های مشاهده شده این نکته را روشن‌تر می‌سازد. نقش ژینوس در صحنه‌هایی که حضور دارد نقشی کاملاً انفعالی است. او دختری است که تلویحاً به علی علاقه‌مند است، بسیار نگران صورت و زیبایی‌اش است، و هیچ سخن جدی و مرتبطی از او شنیده نمی‌شود. مادر ژینوس یا زن اصلان نیز چنین سرنوشتی دارد. او مادر خانواده است، ولی درگیر در هیچ‌یک از

فعالیت‌هایی که عموماً بانوی خانواده انجام می‌دهد، نیست. در صحنه مهمانی منزل آنها، وی حتی پرداختن به چنین اموری را ائتلاف وقت می‌داند (صحنه ۱۰ قسمت سوم).

اما، دو زن اصلی در منزل آقا ماشاءالله حضور پررنگ‌تری دارند. دختر ماشاءالله دانشجویست اما بارها از سوی مادرش مورد سرزنش قرار می‌گیرد که رفتار او مطلوب نیست. به‌علاوه، او دختری شاداب و سرخوش است که درگیر مسائل جدی داستان نیست. بنابراین در صحنه‌هایی نشان داده می‌شود که یا در حال آمدن و رفتن است و یا این که پاسخ‌گوی تلفنی است که پدر یا دیگران زده‌اند یا در مهمانی است که مسائل عادی روزمره موضوع صحبت آنهاست. داده‌های بیشتری از مقایسه دو نقش ژینوس و دختر آقا ماشاءالله و نقش علی به دست می‌آید. از آنجایی که داستان در قالبی طنز نوشته شده‌است انتظار می‌رود که نوعی بلاهت و سادگی با شخصیت‌های داستان همراه باشد. در این داستان نیز چنین اصلی رعایت شده است. اما موضوع مهم برای این بحث آن است که به سبب خصلت طنزگونه داستان، آدم‌های به‌ظاهر ساده حامل پیام‌ها یا عامل اعمالی جدی و مهم محسوب می‌گردند. هیچ‌یک از زنان داستان نتوانستند یا نقش آنها اجازه نداده است که چنین پیام یا عملی را نمایندگی کنند. مقایسه نقش‌های دو دختر این خانواده و نقش پسر خانواده (علی) این موضوع را روشن می‌سازد. به‌نظر می‌رسد که علی حتی ساده‌تر و ابله‌تر از خواهرش باشد اما وی این امکان را پیدا می‌کند که گاهی عاقلانه فکر کند. همین رویکرد به نقش علی است که وی را در نهایت منجی پدر و عامل کسب نتیجه نهایی مجموعه یعنی خلق صحنه‌ای قرار داده است که اصلان و آقا ماشاءالله به هم می‌رسند تا اخلاقی‌ترین صحنه این مجموعه رقم بخورد. این در حالی است که هیچ‌یک از زنان سریال اساساً قادر به تشخیص کذب بودن سفر ماشاءالله به مالزی نیستند. جالب آن‌جاست که همه شواهدی که سبب شده تا اصلان و بعدها علی متوجه حضور ماشاءالله در ایران به‌جای سفر به مالزی شوند به یکسان در دسترس زنان سریال هم قرار گرفته‌است. اما آنها متوجه این فریب و در نهایت آگاه از اصل ماجرا نشدند. جالب آن‌که، این داستان بسیار مردسالارانه نوشته شده است چون زنان سریال حتی در پایان داستان هم از ماجرا باخبر نشدند.

سه نقش یاد شده زنان این مجموعه نسبت به نقش ناهید فرعی محسوب می‌شوند. شاید بتوان با بررسی نقش ناهید به برداشت کامل‌تری از بازنمایی نقش زنان در این سریال دست یافت. ناهید مادر سه فرزند است. او مادرائی را در این نقش نمایندگی می‌کند که در طبقات فرودست جامعه با مشکلات و مسائل

بسیاری دست و پنجه نرم می‌کنند. او شوهر خود را دوست دارد و بارها در گفتار او عشق به شوهر دیده می‌شود. مطابق با هنجارهای اجتماعی، ناهید در مقام همسر، به‌خاطر کمبودهای مادی گلایه‌ای از شوهر خود ندارد. به‌عنوان مثال، هیچ‌گاه ماشاءالله را با اصنان مقایسه نمی‌کند و به‌خاطر تفاوت مکتب مالی و سطح زندگی، او را مورد سرزنش قرار نمی‌دهد. به‌نظر می‌رسد برای او خود خانواده، فارغ از سطح زندگی، مهم‌تر باشد. رابطه وی با خواهرش نیز مؤید این مسئله است که هیچ‌یک از رفتارهای به اصطلاح زنانه نظیر حسادت، رقابت یا همان چشم و هم چشمی در وی دیده نمی‌شود.

اما ناهید ویژگی‌هایی دارد که در مقام مادر منطبق با هنجارهای اجتماعی محسوب نمی‌شود. او مادری همیشه عصبانی است. البته داستان به‌گونه‌ای طراحی شده است که چنین شخصیتی در این مجموعه قرار گیرد؛ ولی سؤال این است که اساساً چرا باید مادری با چنین ویژگی در داستانی قرار گیرد که بناست حامل پیام‌هایی اخلاقی- مذهبی باشد؟ به‌علاوه، ناهید به‌شدت ساده، زودباور و کم اطلاع است. به‌نظر می‌رسد نقش وی صرفاً نگهداری از خانه و انجام امور آن باشد. با وجود این، صحنه‌هایی که وی را در این نقش موفق نشان دهد بسیار اندک است. برعکس، صحنه‌های بسیاری در این مجموعه وجود دارد که ناهید درگیر نوعی اضطراب همیشگی است. این اضطراب ناشی از آن است که در طول سفر ماشاءالله وی قادر به جمع و جور کردن بچه‌ها به‌ویژه علی نبوده است. وی همواره از این ناراحت است که پاسخی برای پدر خانواده ندارد که پسرشان کجا رفته یا فعلاً کجاست (نگاه کنید به صحنه ۱۷ قسمت ۱۵).

همان‌طور که گفته شد مادر، کم‌حوصله نمایش داده می‌شود. در صحنه‌ای از قسمت ۱۵ وی بدون مقدمه در تماس تلفنی با شوهرش ابراز می‌کند که «دیگه طاقت ندارم ... خسته شدم برگرد بیا خونه ... مردم از دست شما ...» و تلفن را قطع می‌کند. اما او خود می‌داند که اشتباه کرده است به همین دلیل در تلاش برای برقراری تماس با شوهر خویش است که هیچ شماره‌ای از او ندارد. ناآگاهی او دامنه وسیع‌تری دارد، همان‌طور که گفته شد، علی‌رغم حضور گسترده وی در صحنه‌های مختلف هیچ شکی به خود راه نمی‌دهد که اصل ماجرا از چه قرار است.

در صحنه‌هایی از این سریال‌ها مردان و زنان در چند محیط مشخص و با فعالیت‌هایی محدود نشان داده شدند. منزل، خیابان (کوچه)، پارک، دفتر نمایشگاه و سالن فرودگاه مهم‌ترین جاهایی بوده است که مردان و زنان حضور داشتند. البته در صحنه‌هایی محل کار هم نشان داده شده است اما به‌ندرت صحنه‌هایی از

کارکردن و درگیری مردان با وسایل کار نشان داده شده است. بازنمایی نقش زنان در این صحنه‌ها به گونه‌ای است که بسیاری از ویژگی‌های زنان که به حضور آنها در عرصه‌های اجتماعی مربوط است مورد غفلت واقع شده است. به‌عنوان مثال، معلوم نیست که تحصیلات ناهید، نسرین و ژینوس چیست؟ زنان در این مجموعه نه فقط درگیر کارهای اجتماعی یا حضور در محیط کار نشان داده نمی‌شوند بلکه حتی درگیر کار منزل هم نیستند. اساساً زنان در این مجموعه جز در چند صحنه که زن با تلفن همراهش تماس می‌گیرد، در حال ورزش است یا در چند صحنه که رانندگی می‌کند تقریباً، هیچ کار دیگری جز حرف‌زدن انجام نمی‌دهند.

نتیجه‌گیری

در این مقاله، درصدد سنجش نحوه بازنمایی زنان در سریال‌های تلویزیونی بودیم تا از این رهگذر به بررسی سیاست جنسیت در تلویزیون بپردازیم. بر اساس مشاهدات ما، از حیث متغیرهای کمی نظیر کمیت حضور در فضاهای عمومی می‌توان گفت که زنان در این مجموعه‌ها، نمایشی پرشمار و نسبتاً مطلوب داشتند. اما، همان‌گونه که پیش از این گفته شد، کتاب «اهداف» به شاخص‌های دیگری از حضور شایسته زنان اشاره دارد که در بخش مربوط به خانواده آمده است. در واقع، این بخش از چند بُعد حاوی دلالت‌های مهمی برای تشریح ابعاد بازنمایی شایسته زن در تلویزیون است. اولاً، محورهای کتاب بر تفاوت نگرش برنامه‌ریزان تلویزیون به زن با نگرش‌های موجود در غرب تأکید دارد. در اینجا تلاشی برای برجسته‌سازی کمیت حضور زن صورت نمی‌گیرد. در واقع، می‌توان گفت که همه تلاش‌ها در این‌جا ناظر بر بازنمایی کیفی زنان در برنامه‌های تلویزیونی است. همان‌طور که قبلاً گفته شد این نوع رویکرد منطبق با آموزه‌هایی است که در دیدگاه‌های متفکران اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است. دوم، می‌توان گفت که بازنمایی شایسته یا همان طور که در این متن آمده «بازنمایی بایسته» زنان به طور ضمنی قائم به وجود خانواده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که در هیچ‌یک از این مجموعه‌ها نقش مادر نقش‌های غایب محسوب نمی‌شود. اما در هیچ‌یک از این مجموعه‌ها، نقش مادر نقشی اصلی نیز نبوده است. در اغلب مواقع نقش مادران یا حاشیه‌ای است و یا اینکه نقشی مکمل محسوب می‌شود. رابطه زناشویی نیز از جمله روابط شاخص خانواده است. در مجموعه‌هایی که مورد مشاهده قرار گرفتند زنان در روابط زناشویی چندان مورد اعتنا نیستند. در واقع، علی‌رغم حضور زن و شوهرها، عموماً، رابطه زناشویی محور اصلی داستان تلقی نمی‌شود.

نکته مهم دیگر، ناهمگنی یا عدم یکدستی نقش‌های زنان در این مجموعه‌هاست. نقش‌های فعال زنان به طرز معناداری با سایر زنان مجموعه‌ها فرق می‌کنند. این تفاوت آن‌قدر زیاد است که این نقش‌ها بیشتر در قالب یک استثنا بروز می‌کنند و باور پذیری آنها را مشکل می‌سازند. از حیث نمایش زنان و مردان در موقعیت‌های طبقاتی، در اغلب مجموعه‌ها زنان و مردان در موقعیت طبقاتی متوسط نشان داده شدند. بررسی نحوه نمایش زنان و مردان در طبقات مختلف نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان نمایش آنها وجود ندارد. اما، نمایش زنان و مردان برحسب وضع تحصیلی آنها کاملاً متفاوت است. به‌طور کلی زنان در مراتب تحصیلی بالاتری نشان داده شده‌اند.

بازنمایی زنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی از جمله موضوعات مهمی است که در این تحقیق به آن پرداخته شده‌است. به‌طور کلی، داده‌های به‌دست آمده از این تحقیق نشان می‌دهد که حضور زنان در این عرصه‌ها (جز در مورد آهوی ماه نهم) چندان مورد اعتنای سازندگان این مجموعه‌ها نبوده است. موقعیت‌های شغلی یکی از قلمروهای عمومی است که زنان در آن حضور دارند. اما به‌نظر می‌رسد که در این مجموعه‌ها نقش‌ها به‌گونه‌ای تدارک دیده شدند که زنان به‌ندرت در چنین موقعیتی به تصویر کشیده شدند یا حضوری حاشیه‌ای دارند. اساساً، اتفاقات اصلی خطوط داستانی در محیط‌های کاملاً مردانه رخ می‌دهد. لذا، حاشیه‌ای بودن نقش‌های زنانه امری طبیعی می‌نماید. همان‌طور که انتظار می‌رفت زنان بیشتر از مردان در فضای آشپزخانه دیده شدند. حضور زنان و مردان در منزل و در فضایی غیر از آشپزخانه تفاوت زیادی ندارد. اما یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت زیادی بین زنان و مردان از نظر حضور در محل کار دیده می‌شود. به‌عبارت دیگر، مردان موجوداتی هستند که حضور نسبتاً مشابه با زنان در منزل دارند اما بیش از دو برابر آنها در محل‌های کار هم حاضرند.

تا آنجا که به نمایش زنان بر می‌گردد، یکی از ابهامات سیاست جنسیت در تلویزیون، ناسازگاری دو سطح سیاستگذاری و برنامه‌ریزی از یک سو و تولید از سوی دیگر است. در واقع، این دو برهه از چرخه تولید تلویزیونی پیوندی ارگانیک با یکدیگر ندارند. در توضیح این ناسازگاری می‌توان گفت که توانایی تلویزیون در پرداختن به ارزش‌هایی نظیر عدالت امری مفروض و از پیش داده شده نیست. به‌عبارت دیگر، رسانه‌ها برای انجام چنین ماموریت‌هایی با مشکلاتی جدی مواجه‌اند. چنین مسائلی به ویژه در مورد «رسانه‌های ارشادی»؛ یعنی رسانه‌هایی که یکی از ماموریت‌های اصلی آنها هدایت و راهنمایی مخاطبان به سوی ارزش‌های انسانی و برتر است با وضوح بیشتری قابل رؤیت است.

در واقع، مشکل اساسی چنین رسانه‌هایی ناسازگاری میان **ضرورت جذابیت‌های صوری و مأموریت جوهری، محتوایی و ارزش‌مدار** برنامه‌هاست. جذابیت‌های بصری از ویژگی‌های اساسی و وجودی تلویزیون محسوب می‌گردد. یک دلیل روشن برای وجود چنین خصیصه‌ای، وابستگی تلویزیون به مخاطبان آن است. نمی‌توان انتظار داشت که مخاطبان، برنامه‌ای را که فاقد جذابیت‌های بصری است ببینند و پسندند هرچند برنامه مذکور دارای مضامین والای انسانی باشد. گویا، نوعی ناسازگاری میان دو سطح درگیر در برنامه‌سازی تلویزیون‌های ارشادی وجود دارد. ناسازگاری یاد شده ناظر بر سطح زیباشناختی و تراز ارزش‌مدار رسانه‌هاست.

توجه به جذابیت‌های رسانه‌ای بدون استفاده از دانش رسانه‌ای مطلوب، به وضعیت آسیب‌شناختی دیگری دامن زده است. جاذبه ثروت و تجمل به نحو بارزی در مجموعه‌های نمایشی جلوه‌گر شده است. یکی از دلایل چنین توجهی را می‌توان در وجود محدودیت‌های بسیار در ساخت برنامه‌ها و به ویژه برخوردهای سلیقه‌ای و ابهام در تعاریف مرزهای مجاز و غیرمجاز جستجو نمود. اساساً، نمایش زن از طریق رسانه‌های تصویری در ایران امری پروبلماتیک است. یک دلیل عمده برای این موضوع به تعریف نامشخص و مواضع نامعین در قبال «مسئله زن» در نزد سیاست‌گذاران و به تبع آن در میان برنامه‌سازان بر می‌گردد.

مشکل دیگر تلویزیون در پرداختن به مقوله عدالت، نبود شاخص‌های دقیق برای سنجش عدالت محوری برنامه‌های نمایشی و احتمالاً سایر برنامه‌های تلویزیونی است. گفته شد که در کتاب اهداف و حتی در کتاب **افق رسانه** در بند دهم «اصول و ارزش‌های حاکم بر رسانه ملی» به موضوع عدالت و برابری اشاره شده است. با وجود این، گفتگو با برخی مدیران سیما حاکی از آن است که سنجش عملکرد رسانه در این بُعد با کاستی‌های بسیاری مواجه است. در پاسخ به این پرسش که **به‌طور کلی آیا شاخصی وجود دارد که بتوان با آنها فیلم‌ها، سریال‌های تلویزیون و حتی عملکرد خودتان را در نسبت با اقامه قسط و عدالت سنجید؟** مدیران پاسخ دادند که عموماً چنین شاخص‌هایی وجود ندارد.^۱

^۱ «لااقل به ما چنین طرح و معیاری عرضه نشده است که خودمان بتوانیم این را بسنجیم. اما کسانی که ما را ارزیابی می‌کنند و برای ما می‌فرستند معتقدند یک معیارهایی دارند، ولی در واقع معلوم نیست که این معیارها چیست؟ چون این ترازها تعریف نشده و به تبع این معیارها هم خیلی دقیق نمی‌تواند باشد». (بخشی از مصاحبه با مدیر گروه معارف شبکه ۱ سیما، ۱۳۸۵).

در پاره‌ای اوقات، برنامه‌ها مجموعاً با توجه به موضوعات، محورها و اهداف نظارت می‌شوند؛ بنابراین، کمتر از شاخص‌های ریز و دقیق استفاده می‌شود. چنین نظارت‌هایی عمدتاً بعد از آنتن بوده و کمتر در خلال برنامه‌ها اتفاق می‌افتد. نکته دیگر آن است که معمولاً نظارت‌های شکلی غلبه بیشتری داشته تا نظارت‌های محتوایی.

محدودیت دیگر رسانه ملی در پرداختن به مفهوم عدالت حاکمیت نوعی نگاه تقلیل‌گرایانه در آن است. به طور کلی نشر و تبیین مفهوم عدالت، اطلاع‌رسانی و انعکاس فعالیت‌های ناظر بر گسترش عدالت و ایجاد انگیزش‌های عدالت‌خواهی سه کارکرد اصلی رسانه دولتی در بسط عدالت‌اند. به نظر می‌رسد که نگاه غالب در رسانه‌ها تأکید بر موارد اول و دوم است.^۱

مهم‌ترین مسئله و مانع بر سر راه مدیران و برنامه‌ریزان برای پرداختن به مقوله عدالت، ابهام و عدم شفافیت تعبیر از این مفهوم است. به‌ویژه، در مورد عدالت جنسیتی حتی در نزد صاحب‌نظران و اندیشمندان مسلمان نیز اجماع دقیقی وجود ندارد. هرچند در کتاب **اهداف** و اخیراً کتاب **افق رسانه** بارها بر مفهوم عدالت تأکید شده است اما ظاهراً تفسیر و شاخص دقیقی از آن در دست نیست. همان‌گونه که در متن مصاحبه‌ها آمده است، مدیرانی که در این تحقیق مورد مصاحبه قرار گرفتند هرکدام تعبیر خود از این مفهوم را به کار می‌برند. البته، این نکته که هر کس می‌تواند تعبیر خود از مفهوم عدالت داشته باشد موضوع بحث و

^۱ . «کار اصلی رسانه در کنار کارهای گفته شده ایجاد راهکارها و به‌کارگیری راهکارهایی برای ایجاد انگیزه انسان‌ها برای عدالت طلبی است. به‌عبارت دیگر شاید از مهم‌ترین کارهای رسانه‌ها آن است که برای ترجمه عدالت به یک رفتار و یا تبدیل یک مفهوم به نگرش باید از هنر استفاده کند. چه بسا کلمه عدالت و مورد عدالت به‌ظاهر در برنامه‌ای به کار برده نشده باشد، ولی آنچه مثلاً از یک قالب نمایشی می‌ماند ممکن است عدالت‌خواهی، شیرینی و حلاوت عدالت باشد. غالباً ساختار هنری و محتوا در کنار هم می‌تواند چنین چیزی را بنا کنند. این نوعی عدالت گسترده‌تری در حوزه فردی، خانوادگی، اجتماعی و در حوزه ملی و یا فراملی می‌تواند باشد... در حال حاضر به‌طور مشخص با توجه به مباحثی که در اصول و سیاست‌هایی که در سازمان می‌آید، بیشتر توجه به موارد یک و دو شده و فکر می‌کنم که پرداختن به نقش انگیزشی نیازمند کار بیشتری است. به‌عبارتی دیگر، باید به سراغ محورها و ساختارهایی برویم که ظاهراً بحث عدالت نیست، اما عدالت‌گسترده‌تری را منتشر می‌کند. حتی درام نیز می‌تواند این کار را بکند.» (بخشی از مصاحبه با مدیر شبکه دو، ۱۳۸۵).

سیاست جنسیت در تلویزیون ایران ۱۰۹

جدل نیست؛ نکته آن جاست که غیبت برخی شاخص‌ها در تلویزیون که نسبت آن را با مفهوم عدالت به نحوی دقیق‌تر روشن سازد و مبنای کار مدیران باشد؛ می‌تواند بسیار معنادار تلقی گردد.

رسانه‌های ارشادی در برابر تلقی لیبرالیستی از رسانه‌ها قرار می‌گیرند. از این منظر، نمی‌توان رسانه‌ای را ارشادی یا به بیان دیگر، در خدمت منافع عمومی دانست اما وظیفه آن در قبال عدالت را نادیده گرفت. در ایران، به نظر می‌رسد که چنین درکی از رسانه غالب باشد. مع‌هذا، در سطور قبل اشاره شد که این رسانه با محدودیت‌های بسیاری مواجه است. در مجموع می‌توان گفت که محدودیت‌های یاد شده تلویزیون را به سمتی پیش می‌برد که تا حد زیادی تحولات آن مقید به ضرورت آنتن بوده به طوری که مانع از پرداختن به منافع عمومی شده‌است. شبکه‌های ایران به گونه‌ای برخورد می‌کنند که گویی شبکه‌هایی در خدمت نظام بازنند. بنابراین، شاید معضل اساسی تلویزیون ایران تعلیقی است که در آن گرفتار آمده است. وضعیتی که از یک سو باید به ضرورت‌های اقتصاد بازار تن در دهد و از سوی دیگر، خود را موظف به استلزامات رسانه‌های ارشادی می‌داند. ریشه این تعلیق را باید در تلقی‌ای جستجو کرد که در نهایت مانع از سپردن امور به نظام بازار می‌شود. نکته این جاست که نمی‌توان از نهادهای دولتی/حکومتی انتظار داشت که همه عرصه‌های رسانه‌ای را به نحوی مطلوب پوشش دهد. حضور بازیگران دولتی/حکومتی صرف در چنین عرصه‌ای به وضعیتی منجر می‌شود که هیچ‌یک از کارکردهای رسانه‌ها به نحوی مطلوب اجرا نمی‌شود. راه برون رفت از این وضعیت آن است که دولت/حکومت بپذیرد که فقط متولی حفظ منافع عمومی است. بنابراین، نیازی نیست که بازیگر اصلی در حوزه خصوصی باشد.

منابع

- قرآن کریم (۱۳۷۹) تهران: انتشارات اسوه.
- اسفندیاری، محمد (۱۳۷۷) پیک آفتاب (پژوهشی در کارنامه زندگی و فکری آیت‌الله طالقانی)، قم: صحیفه خرد.
- اصول و مبانی و روش‌های اجرایی گسترش فرهنگ عفاف (۱۳۷۶) مصوب جلسات ۴۱۱، ۴۱۲، ۴۲۰، ۴۱۳ مورخ ۷۶/۹/۴، ۷۶/۱۰/۲، ۷۶/۱۰/۱۶، ۷۶/۱۱/۱۴ شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- افراسیابی، بهرام (۱۳۶۰) دهقان سعید، طالقانی و تاریخ، تهران: انتشارات ابوذر.
- امام خمینی، روح‌الله (۱۳۶۱) صحیفه نور، مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ج ۳، ج ۵، ج ۶، ج ۸، ج ۹، ج ۱۱، ج ۱۵، ج ۲۱.

- امام خمینی، روح الله (۱۳۶۸) چهل حدیث، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام خمینی.
- امام خمینی، روح الله (۱۳۶۹) آخرین پیام (وصیت‌نامه سیاسی-الهی)، تهران: انتشارات سازمان اوقاف و امور خیریه.
- امام خمینی، روح الله (۱۳۷۶) تفسیر سوره حمد، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام خمینی.
- امام خمینی، روح الله (۱۳۷۷) جنود عقل و جهل، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام خمینی.
- امین‌زاده، محمدرضا (۱۳۷۳)، جایگاه اخص و ممتاز زن، تهران: انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.
- توسلی، حسین (۱۳۸۱) «حق، عدالت و برابری از دیدگاه استاد مطهری» در: نجف لک‌زایی، اندیشه سیاسی آیت‌الله مطهری، قم: بوستان کتاب قم.
- جوادی یگانه، محمدرضا، کاظمی، عباس (۱۳۸۴) «تحلیل محتوای فیلم‌های سینمایی پس از انقلاب درباره نگرش نسبت به زنان و میزان تقریب آن با جایگاه مطلوب زن در نظام اسلامی»، گروه پژوهشی مطالعات فرهنگی، جهاد دانشگاهی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- حاج محمدی، رقیه (۱۳۸۲) «بازیابی اطلاعات ویژه زن و رسانه»، اداره کل پشتیبانی و پژوهش، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- دیباچی، فاطمه (۱۳۷۴) نقش تلویزیون در چگونگی شکل‌گیری شخصیت اجتماعی زن، مجموعه مقالات اولین سمینار زن و رسانه‌ها، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.
- راودراد، اعظم (۱۳۸۰) «تغییرات نقش زن در جامعه و تلویزیون»، پژوهش زنان، شماره ۱.
- نوبین، زهرا؛ جهان‌دیده، مریم (۱۳۸۳) «سیمای زن در مجموعه‌های تلویزیونی داخلی»، اداره کل مطالعات و رسانه و ارتباطات مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.
- رحمتی، مهدی؛ سلطانی، مهدی (۱۳۸۳) تحلیل جامعه‌شناسانه مناسبات جنسیتی در سینمای ایران، پژوهش زنان، دوره ۲ شماره ۳.
- سلطانی، مهدی (۱۳۸۶) نمایش جنسیت، پژوهش زنان، شماره پیاپی ۱۴.
- شریعتی، علی (۱۳۵۹) تاریخ و شناخت ادیان ۲ (م. آ. ج ۱۵)، تهران: انتشارات تشیع.
- شریعتی، علی (۱۳۶۱) اسلام‌شناسی (م. آ. ج ۱۶)، تهران: انتشارات قلم.
- شریعتی، علی (۱۳۷۱) علی (م. آ. ج ۲۶)، تهران: نشر آزمون.
- شریعتی، علی (۱۳۷۹) تاریخ تمدن ۲ (م. آ. ج ۱۲)، تهران: دفتر تدوین و تنظیم مجموعه آثار دکتر علی شریعتی.
- شریعتی، علی، میعاد با ابراهیم (م. آ. ج ۲۹)، تهران: انتشارات مونا.
- شورای فرهنگی - اجتماعی زنان (۱۳۷۸) مجموعه مقالات همایش زن و سینما (نمای آنگینه)، انتشارات سفیر صبح.
- صالحی، علی محمد (۱۳۸۱) «آرمان‌های انقلاب اسلامی در اندیشه پایه‌گذاران انقلاب (امام‌خمینی، شریعتی، بازرگان و طالقانی)» [رساله دکتری]، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.

- صفری، فاطمه (۱۳۷۶) «تحلیل سیمای زن و مرد در برنامه‌های خانواده شبکه اول سیما (سریال‌ها و برنامه گفتگوی خانواده)»، مرکز مطالعات و تحقیقات و سنجش برنامه‌ای، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- طالقانی، سید محمود (۱۳۶۰ الف) اسلام و مالکیت، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- طالقانی، سید محمود (۱۳۶۰ ج) پرتوی از قرآن، تهران: شرکت سهامی انتشار، ج ۶
- طالقانی، سید محمود (۱۳۵۹) از آزادی تا شهادت، تهران: انتشارات ابوذر.
- طغیانی، مهدی (۱۳۸۱) «عدالت اجتماعی از دیدگاه شهید مرتضی مطهری» نشریه اندیشه صادق، شماره ۶ و ۷.
- فوزی، یحیی (۱۳۸۰) «نوسازی اقتصادی از دیدگاه حضرت امام خمینی»، پژوهش‌نامه علوم انسانی (مجله دانشگاه بین‌المللی قزوین)، شماره ۱.
- قاضی‌زاده، کاظم (۱۳۷۷) اندیشه‌های فقهی - سیاسی امام خمینی، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک ریاست جمهوری.
- کچویان، حسین (۱۳۷۴) «عدالت اجتماعی در دیدگاه مرحوم شریعتی و شهید مطهری» محمدعلی ذکریایی (ویراستار)، سفر سبز (مجموعه مقالات یادواره هجدهمین سالگرد شهادت دکتر شریعتی)، تهران: انتشارات الهام.
- کریمی، شیوا (۱۳۸۵) «بررسی جامعه‌شناختی کلیشه‌های جنسیتی و ساخت خانواده در سریال‌های تلویزیونی ایرانی (سال ۱۳۸۳)»، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- گرت، استفانی (۱۳۸۰) جامعه‌شناسی جنسیت، ترجمه کتابون بقایی، تهران: نشر دیگر.
- گولومبورگ، سوزان (۱۳۷۸) رشد جنسیت، ترجمه مهرناز شهرآرای، تهران: انتشارات ققنوس.
- مارکس، کارل (۱۳۷۷) دست‌نوشته‌های اقتصادی فلسفی ۱۸۴۴، ترجمه حسن مرتضوی، تهران: انتشارات آگه.
- مرامی، علیرضا (۱۳۷۸) بررسی مقایسه‌ای مفهوم عدالت (از دیدگاه مطهری، شریعتی و سید قطب)، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۵۴) سیری در نهج‌البلاغه، تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۵۷ الف) عدل الهی، تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۵۷ ب) نظام حقوق زن در اسلام، قم: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۵۹) پیرامون انقلاب اسلامی، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۶۸) نظری به نظام اقتصادی اسلام، تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۳) فلسفه اخلاق، تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۶) بیست گفتار، تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۸) جامعه و تاریخ، تهران: انتشارات صدرا.
- منشور حقوق و مسئولیت‌های زنان در نظام جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۳) شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- میرساردو، طاهره (۱۳۸۴) «مقایسه منزلت و نقش اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی زنان و مردان در سریال‌های تلویزیونی در تابستان و پاییز سال ۱۳۸۳»، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.

میرسندسی، محمد (۱۳۷۵) «تصویر روشن عدالت»، فصلنامه حضور، شماره ۱۹.

نبی، سودابه (۱۳۷۸) «سیمای زنان در سیمای، سنجش افکار عمومی»، مرکز تحقیقات صدا و سیما.

هااسکل، مالی (۱۳۸۱) «بازیگران زن در سینمای دهه ۱۹۴۰: از بازی تا زندگی»، فصلنامه فارابی، دوره یازدهم، شماره چهارم، شماره مسلسل ۴۴، بنیاد سینمایی فارابی.

D' Acci, J. (2004) "Television, Representation and Gender", In: R.C. Allen & A. Hill (eds.), *The Television Studies Reader*, London: Routledge, pp: 373-388.

Illouz, Eva (2003) "The Predicament of Cultural Studies: A Reply to Richard Rorty and Todd Gitlin", *European Cultural Studies*, Vol. 6(2) 219-232.

Fowles, Jib (1996) "Advertising and Popular Culture, Thousand Oaks", Sage.

Goffman, E. (1979) "Gender Advertisements", Cambridge, MA: Harvard University Press [hardback]; New York: Harper and Row [paperback].

Goffman, Erving (1977) "The Goffman Reader", Edited and with Preface and Introduction by Charles Lemert and Ann Branaman, Blackwell Publisher Ltd.

Illergard, Johanna (2004) "Gender, Power, and Work in TV-Advertisements", Lund University, Department of Sociology.

McLaughlin, Lisa (1999) "Beyond 'Separate Spheres': Feminism and the Cultural Studies/Political Economy Debate", *Journal of Communication*.

Zoonen, Lisbet Van (1994) "Feminist Media Studies", London Arnold.

Archive SID