

## بازنمایی خانواده و طبقه مبتنی بر الگوی مصرف: روایتی از دوره پیش از انقلاب در سریال کیمیا

سید محمد مهدی زاده<sup>۱</sup>، محبوبه علی محمدی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۱۸ تاریخ تأیید: ۱۳۹۷/۹/۷

### چکیده:

خانواده جزئی از جامعه انسانی است که می‌توان با مطالعه آن به فهمی از ارزش‌ها و رفتارهای افراد دست یافت. از آنجا که ارزش‌ها در طی زمان تغییر می‌کند، بنابراین برای شناخت دگرگونی این حوزه، خانواده به عنوان نمونه‌ای خرد از یک جامعه کلان می‌تواند اولویت‌های ارزشی و ترجیحات رفتاری را در دوره خاص نزد طبقات و گروه‌های مختلف نشان دهد. با این هدف، مقاله حاضر، سبک زندگی خانوادگی به نمایش درآمده در فصل نخست سریال کیمیا را با تمرکز بر الگوی مصرف مورد بررسی قرار می‌دهد تا از این رهگذر، چگونگی بازنمایی ساختار طبقاتی در این دوره را تبیین کند. یافته‌های این مقاله بر مبنای روش نشانه‌شناسی و تحلیل عناصر بصری و روایی متن بدست آمد. این نتایج حکایت از این داشت که طبقه متوسط از طریق پیوند با سه عنصر «مذهب»، «سنت» و «فرهنگ» از طبقه بالایی فرادست، منفعت طلب و قدرتمند متمایز می‌شود. این بازنمایی، با توجه به شرایط انقلاب «ارزش‌های ایدئولوژیک» را به نفع «ارزش‌های اقتصادی» برجسته می‌سازد و جنبش مردمی را به پیشگامی طبقه متوسط موجه می‌سازد.

واژگان کلیدی: خانواده، طبقه، سبک زندگی، الگوی مصرف، بازنمایی.

<sup>۱</sup> دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی، نشانی ایمیل: mahdizadeh45@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، mahboobeh.alimohammadi@gmail.com

## بیان و ضرورت مسئله

خانواده «واحد حیاتی» یک جامعه است که باورها، رفتارها و عادات اجتماعی در آن شکل می‌گیرد. از این رو «اشل کوچکی از جامعه بزرگ‌تر» (معینی‌فرو محمدخانی، ۱۳۹۰: ۱۰۵) به حساب می‌آید که می‌توان واقعیت‌های اجتماعی را در آن جستجو کرد و از درون آن، به متن جامعه دسترسی پیدا نمود. از سویی، مطالعه صورتبندی خانواده، نحوه تقسیم‌بندی‌های اجتماعی را آشکار ساخته و در نهایت فهمی در مورد ساختار کلان یک جامعه بدست می‌دهد. از این رو، نحوه زیست خانوادگی با زندگی گروهی و طبقاتی گره می‌خورد و اشکال زندگی جمعی را به تصویر می‌کشد. به همین دلیل با همه دگرگونی‌هایی که در قرون اخیر متوجه خانواده بوده و شکل و روابط آن را متحول کرده، همچنان مطالعه آن به ویژه در علوم انسانی، اهمیت فراوانی داشته است. در این میان «سبک زندگی»<sup>۱</sup> خانواده، شیوه کارآمدی برای مطالعات اجتماعی به حساب می‌آید. این مفهوم که به دنبال تغییرات حادث شده در دوره مدرنیته متاخر در غرب، رواج یافت، مبنایی برای شناخت تمایزات اجتماعی گردیده است. انعطاف و کارایی «سبک زندگی» برای فهم تمایزات اجتماعی و تمرکز آن بر ابعاد گوناگون زندگی روزمره، چارچوب خشک و سلبی «طبقه»<sup>۲</sup> را برای تقسیم‌بندی افراد و گروه‌ها فراخ‌تر نموده است. در واقع این مفهوم با نگاهی به سلايق و گزینش‌های فردی، از خلال زندگی روزانه، رفتارها جمعی و عادات گروهی را تحلیل می‌نماید. از میان شاخص‌های متنوع سبک زندگی «الگوی مصرف» اهمیت فراوانی دارد چراکه تمایلات مادی و سلايق فرهنگی افراد، خانواده‌ها و گروه‌های مختلف را به شکل عینی‌تری، مشخص نموده، نظام ارزش‌ها و باورهای آنها را برملا می‌کند. به دلیل چنین رابطه‌ای، متون رسانه‌ای، به ویژه نمایش‌های تلویزیونی، در مطالعات اجتماعی اهمیت یافتند، چرا که به قول آزاد ارمکی (۱۳۹۲) با وجود همه منازعاتی که بر سر مفاهیم اساسی در علوم انسانی همچون «خانواده»<sup>۳</sup> وجود دارد، متون تلویزیونی قادرند، فهمی از شرایط اجتماعی بدست داده، الگویی از رفتارهای جمعی را به تصویر بکشند (ص ۹). در واقع نمایش‌های تلویزیونی، روایتی از محیط واقعی هستند که مبتنی بر نگاه سازندگان، برخی از رخدادهای جهان بیرون را برجسته می‌سازند و تمایزات اجتماعی را آنگونه که می‌خواهند صورتبندی می‌کنند. این شیوه نمایش که در مطالعات فرهنگی، تحت عنوان «بازنمایی» از آن یاد می‌شود، چرایی برجستگی برخی از تمایزات و حذف دسته دیگری از آنها را مورد تحلیل قرار می‌دهد. مقاله حاضر با پیروی از این دسته از مطالعات با تمرکز بر سبک زندگی و شاخص

<sup>1</sup> Life style

<sup>2</sup> class

<sup>3</sup> family

مهم آن یعنی «الگوی مصرف» نحوه صورتبندی خانواده و تمایزات طبقاتی را در فصل نخست سریال «کیمیا»، یعنی دوره پیش از انقلاب، بررسی می‌کند. گزینش این مجموعه نمایشی در فصول<sup>۱</sup> جداگانه، حکایتی تاریخی از ایران را در بستر پیوندها و شکاف‌های خانوادگی به نمایش می‌گذارد. از آنجا که این سریال سه دوره گوناگون از حیات اجتماعی ایران را دربرمی‌گیرد و در ۱۱۰ قسمت، خانواده‌های متعددی را به تصویر می‌کشد. بنابراین برای پرهیز از تشتت و پراکندگی یافته‌های پژوهش، فصل نخست این مجموعه نمایشی شامل ۴۴ قسمت مورد مطالعه قرار گرفت تا از خلال آن خانواده و چگونگی بازنمایی آن و شیوه طبقه‌بندی اجتماعی آن دوره البته از زاویه دید سریال، مورد تحلیل قرار گیرد. با این توضیح، هدف مقاله حاضر «مطالعه الگوی مصرف در فصل نخست سریال کیمیا و نحوه بازنمایی خانواده و ساختار طبقاتی آن دوره» است، که در قالب پرسش محوری: «الگوی مصرف در مجموعه نمایشی کیمیا، خانواده و ساختار طبقاتی را چگونه بازنمایی می‌کند؟» طرح می‌گردد. این پرسش که پس از طرح مباحث نظری در قالب موجزتری تدقیق می‌شود، در چارچوب مطالعات فرهنگی و دیدگاه اندیشمندانی چون هال<sup>۲</sup> و بودریو<sup>۳</sup>، به پاسخ می‌رسد.

### ادبیات نظری: پیشینه پژوهش با نگاهی به مفاهیم اصلی آن

گفته شد که تلویزیون، از «الگوهای مصرف» برای رسیدن به مقاصد خود بهره می‌برد. در واقع برنامه‌های تلویزیونی، مبلّغ شیوه‌های خاصی از مصرف و به دنبال القای پیام‌های خاصی بوده‌اند. به همین دلیل پژوهشگران علوم اجتماعی، با تاکید بر متون تلویزیونی در صدد تحلیل مقاصد آنان برآمدند. در این میان، مجموعه نمایش‌های خانوادگی<sup>۴</sup> که اعضای یک یا چند خانواده را به تصویر می‌کشند و در قالبی داستانی و سلسله‌وار، تضادها و تشابهات میان‌فردی یا طبقه‌ای را آشکار می‌سازد، با توجه به الگوهای زیستی و شیوه‌های رفتاری قهرمانان و ضدقهرمانان، متون مناسبی برای بررسی سبک‌های زندگی ترویج شده در تلویزیون به حساب می‌آیند. به همین دلیل این مجموعه‌ها در بسیاری از موارد دستمایه پژوهش قرار می‌گیرند تا نحوه روابط و رفتارهای اجتماعی از دل آنها تحلیل گردد. از جمله این کارها می‌توان به اثر مشترک حشمت‌الله معینی‌فر، نجمه محمدخانی (۱۳۹۰) با نام «سیمسون‌ها، بازنمایی الگوی مصرف در خانواده آمریکایی» اشاره نمود. در این مقاله پژوهشی، خانواده بر مبنای «روابط خونی، و جنبه‌های زیستی یا اجتماعی» (لاجوردی، ۱۳۷۶: ۱۹) قابل تعریف است. «شیوه مصرف»

<sup>1</sup> season

<sup>2</sup> Stuart Hall

<sup>3</sup> john boudreau

<sup>4</sup> serial

خانواده در این سریال به عنوان نمادی کوچک از جامعه آمریکایی تلقی می‌گردد و دو گروه «خوراکی‌ها و غیرخوراکی‌ها» را دربرمی‌گیرد. خوراکی‌ها، در این تعریف، شامل: انواع غذا، آشامیدنی‌ها و دخانیات می‌شود و غیر خوراکی‌ها، شامل: پوشاک و کفش، مسکن، اثاثیه منزل، بهداشت و درمان، حمل و نقل، سرگرمی‌ها، اوقات فراغت، خدمات فرهنگی و کالاها و خدمات متفرقه است» (محتشم دولتشاهی، ۱۳۸۴: ۱۴۵). یافته‌های این مطالعه که با استفاده از نشانه‌شناسی دو مرحله‌ای بارت و دیدگاه استوارت هال، تدوین گردیده، نشان از این دارد که بیشتر شخصیت‌های این سریال، به شدت مصرف‌گرا هستند و عده کمی از آنها در مقابل مصرف کالاها مقاومت می‌کنند. نویسندگان با تعمیم این یافته، مدعی‌اند، مصرف‌گرایی، شیوه ارجح جامعه آمریکاست و کسانی که این الگو را برنمی‌تابند، در انزوا و حاشیه قرار می‌گیرند.

کتاب «تحلیل نحوه بازنمایی خانواده در سریال‌های ایرانی (دهه ۷۰ و ۸۰ ش)» که حاصل تلاش آزاد ارمکی، مریم ایثاری و محمد حسین شریفی ساعی (۱۳۹۲) است به تحلیل خانواده ایرانی در دهه‌های اخیر می‌پردازد. در این اثر، خانواده، واحدی مهم از جامعه و نهادی اجتماعی تلقی می‌شود که «نمی‌توان آن را جدای از مجموعه نهادهای ساختارمند و ارزش‌های حاکم بر جامعه، مورد کنکاش قرار داد» (شالباف، ۱۳۸۵: ۴). با این فرض این پژوهشگران تعاملات درون خانواده و روابط میان نسلی را بر اساس رفتارها و شیوه مصرف در سریال‌های پربیننده دهه ۷۰ و ۸۰ ش مورد بررسی قرار داده‌اند. در این مطالعه «مصرف» مترادف «ارزش پولی کالاها و خدماتی است که از سوی افراد خریداری و تهیه می‌شود» (اخوی، ۱۳۸۰: ۱۵۱). از این منظر شاخص‌های آرایش و مدیریت بدن، لوازم منزل، خوراک و پوشاک در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، الگوی خانوادگی ایرانی در دو دهه اخیر دچار تغییراتی گشته و الگوی خانواده سنتی «مرد نان‌آور» و «زن خانه‌دار» در سطحی وسیع در جامعه شهری از میان رفته است. این مطالعه نشان می‌دهد که سیاست‌های رسانه ملی در حوزه نمایش روابط بین‌نسلی درون خانوادگی، مبتنی بر تغییرات فرهنگ و اجتماعی، از خوب‌نمایی «روابط نسلی تفاهمی» در دهه ۷۰ به سمت «روابط نسلی تفاوتی» در دهه ۸۰ تغییر جهت داده است و به سمت پذیرش تفاوت نسلی پیش می‌رود. از طرفی بازنمایی مصرف حکایت از نشان می‌دهد که نمود مادی درآمد در زندگی مردم شهری بیشتر شده و الگوهای مصرف، تنوع و تکثر بیشتری یافته‌اند.

اما نعمت‌الله فاضلی و اقبال خالدیان (۱۳۹۱) در اثری به نام «بازنمایی سبک زندگی طبقه متوسط در سریال‌های تلویزیونی، مطالعه موردی سریال مرگ تدریجی یک رویا»، سعی نمودند نحوه به تصویر کشیدن طبقه متوسط، در تلویزیون ایران را تحلیل نمایند. «طبقه» در این اثر به تعریفی ارجاع می‌دهد که به قول لپیست، «هم به وضعیت اقتصادی هم به سلسله مراتب

اجتماعی» (۱۳۸۱: ۳۰) ارجاع می‌دهد. «سبک زندگی» نیز در آن هم بر «ذهنیت افراد در فعالیت‌های روزانه» (کولینز، ۲۰۰۳) و هم «سلیقه، علایق و تمایلات خاص آنان» (هریتیچ، ۲۰۱۱) در انتخاب‌های روزمره‌اشان را مطالعه می‌کند و بر چهار مقوله: نمادهای منزلتی، الگوهای رفتاری، مولفه‌های فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی تأکید دارد. یافته‌ها حکایت از این دارد که طبقه متوسط سنتی که پایبند به مذهب و آموزه‌های دینی هستند به عنوان «ما» برتر این سریال در مقابل، طبقه متوسط مدرن غرب‌زده قرار می‌گیرد و راه‌حل مشکلات فردی، پیوستن به سبک زندگی طبقه متوسط سنتی - مذهبی است.

گرچه مقاله حاضر، با وجود اشتراکات نظری و روشی با آثار نامبرده در بالا سعی دارد با تلفیق مولفه‌های طبقه و سبک زندگی، معنای وسیع‌تری از «مصرف» ارائه می‌دهد که در تبیین چارچوب نظری به آن می‌پردازیم.

### مبانی نظری پژوهش

در این قسمت به دیدگاه‌هایی اشاره می‌شود که به مفاهیم اصلی پژوهش یعنی خانواده، طبقه، سبک زندگی، مصرف و نمایش‌های تلویزیونی، اشاره دارد و نحوه پیوند آنها را توضیح می‌دهند.

### خانواده و عوامل موثر بر تغییر آن

تغییر مفهوم «خانواده» از دگرگونی‌هایی برمی‌خیزد که ناشی از گذر زمان و ایجاد تغییرات اجتماعی است. به عنوان نمونه، مروری بر تاریخ اروپا نشان می‌دهد که در دوران ماقبل صنعتی (سال ۱۵۰۰ میلادی)، انتخاب همسر یک عرف محکم اجتماعی بود (استون، ۱۹۷۷: ۶) که اساس خانواده‌های «گسترده<sup>۱</sup>» آن دوره را تشکیل می‌داد. بعدها در ۱۷۰۰ میلادی خانواده پدرسالار، جایش را به خانواده «هسته‌ای<sup>۲</sup>» و مجزا از دیگر اقوام و قومیت‌ها داد (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۲: ۵۳). نگاهی گذرا بر این دیدگاه‌ها، به سهولت نقش «شرایط اقتصادی» را بر ساختار خانواده آشکار می‌سازد، فلچر<sup>۳</sup> معتقد است در دوره ماقبل صنعتی خانواده برای بقا کار می‌کرد، اما دوره بعد صنعتی، این شرایط را تغییر داد (۱۳۸۱: ۵۶). همزمان با سرعت گرفتن چرخ صنعت و رشد سرمایه‌داری چنانچه ویلیام گود<sup>۴</sup> می‌گوید (۱۹۶۳) «آزادی‌های فردی توسعه یافت در نتیجه سلطه خانواده و خویشاوندان بر افراد کمتر شد» (ص ۲۱۵). در این دوران، استقلال اقتصادی، آزادی فردی را قوت بخشید (هاکسلی<sup>۵</sup> و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۷). همه

<sup>۱</sup> Extended family

<sup>۲</sup> Nuclear family

<sup>۳</sup> Fletcher

<sup>۴</sup> William j. Good: ارائه دهنده تئوری همگرایی ساختار خانواده

<sup>۵</sup> Aldous Leonard Huxley متفکر انگلیسی که با دیدی نقادانه به ترسیم جامعه ای فوق مدرن پرداخته است.

این اتفاقات، شکل خانواده را محدودتر نمود و آن را به «والدین و فرزندان» تقلیل داد، این ساختار به گفته پارسونز به لحاظ ویژگی‌ها، بسیار متناسب با ساختار کلان جامعه سرمایه‌داری است (گیدنز، ۱۹۹۱: ۲۶۶). البته این شکل نیز دوام نیافت و گونه‌ای چون تک والدی یا بی‌فرزندی در آن به امری متداول بدل گشته است. با این حال باید گفت همچنان قالب کلیشه‌ای پدر، مادر و فرزند یا فرزندان در تعریف خانواده لحاظ می‌گردد (سروی زرگر، ۱۳۹۰: ۳۹) و همچنان اهمیت بسزایی برای آن در «ساخت هویت»، «فرهنگ‌پذیری» و «اجتماعی شدن»<sup>۱</sup> قائلند (کوثری و عسکری، ۱۳۹۴: ۴). به دلیل این کارکردها، خانواده را «نهادی» می‌دانند که در کنار سایر نهادهای اجتماعی می‌تواند حیات اجتماعی و فرهنگی جامعه را تداوم بخشد (شالباغ، ۱۳۸۵: ۴). با این نگاه، تحول نهاد «خانواده» را باید بر اساس بافت و زمینه اجتماعی - تاریخی یک کشور بررسی نمود. بر این اساس، تحول نهاد «خانواده» در ایران، چنانچه در بخش پیشینه مورد اشاره قرار گرفت، هرچند با سرعت دگرگونی آن در غرب همپا نبوده اما از تغییر یا تحول مصون نیز نمانده است. نخستین تحول در این زمینه، تبدیل «خانواده گسترده» به «خانواده هسته‌ای» بود. این تغییر بنیادین موجب تغییرات محسوسی در روابط، مفاهیم و فضای کلی خانواده ایرانی گردید. با این حال، «به طور کلی، موقعیت خانواده ایرانی در حال حاضر، نمایی در «حد وسط» میان هسته‌ای و گسترده است که می‌توان آن را وضعیت انتقالی نامید (کوثری و عسکری، ۱۳۹۴: ۶-۵).

### مصرف و جایگزینی سبک زندگی به جای طبقه

اصلی‌ترین دگرگونی نهاد خانواده را باید در رنگ باختن سنت‌ها و حرکت به سوی مدرنیته جستجو کرد که شدت آن در کشورهای غربی به دلیل شتاب این حرکت در آنجا بیشتر بود. در نتیجه چنین شتابی، مبانی هویتی افراد تغییر یافت. بدین معنی که اگر در جوامع سنتی، هم‌خونی، روابط خانوادگی<sup>۲</sup> و ویژگی‌های انتسابی<sup>۳</sup>، «هویت» افراد را تعیین می‌کرد، در جوامع مدرن «کالا» بود که به آنان معنا می‌بخشید. کالا در طی انقلاب صنعتی و رشد کارخانه‌ها، نخست شکل خانواده را دگرگون ساخت و وظایف اعضا را متفاوت نمود. بدین معنا که بریدن افراد از زادبومشان و تمرکز در مناطقی که بر مدار تولید انبوه کالا می‌گردید سبب شد که افراد بی‌نیاز به حمایت‌های خویشاوندی به تامین معاش خود بپردازند. برای این مدعا می‌توان به گفته زیمل استناد کرد. او معتقد است «مراکز عمده تولید کالا که «شهر» نماد عینی آن به حساب می‌آید گونه‌ای جدید از هویت را بازتولید می‌کند. به نظر وی، چنین فضایی، «فرد را از

<sup>۱</sup> socialization

<sup>۲</sup> Family relation

<sup>۳</sup> Ascribed

تمامی قید و بندهای جامعه سنتی رهنماید و مبانی تعلقات گروهی را نیز از میان برد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۵). اما به دنبال «تولید کالا» این «مصرف کالا» بود که در دوره مدرنیته متاخر، «فردمحوری» را قوت بخشید و با تاکید بر «گزینش» افراد، بر طبل «تمایزات فردی» کوبید. بر این اساس، در جوامع مدرن، با سست شدن روابط نسبی، هویت فردی بر مبنای دو رویکرد متقدم و متاخر قابل بررسی است. از نظر ارمکی «در رویکرد نخست و قدیمی تر، فعالیت مولد و جایگاه فرد در نظام «تولید» شالوده هویت اجتماعی اوست و در رویکرد دوم و جدیدتر، رفتارهای «مصرفی» فرد، هویت او را شکل می دهد. رویکرد اول، در مفهوم «طبقه اجتماعی» و رویکرد دوم، در مفهوم «سبک زندگی» فرمول بندی می گردد (۱۳۹۲: ۷۱). به این ترتیب گرچه از نظر مارکس و تا سال ها پس از او «طبقه اجتماعی» قاطع ترین مبنای شکل گیری هویت افراد در جامع سرمایه داری محسوب می شد. اما در اثر تغییرات اجتماعی که به فرمول بندی دوم منتهی شد، سبک زندگی، به عنوان شکل نوینی از صورت بندی اجتماعی جایگزین «طبقه اجتماعی» گردید و توانست جوامع نوین را بر اساس «فرهنگ مصرف گرای» معنا کند (بورديو، ۱۹۸۵؛ لش و یوری، ۱۹۸۷؛ گیدنز، ۱۹۹۱؛ وبلن، ۱۳۸۳). به گفته وبر<sup>۱</sup>: «بر خلاف طبقه که مبتنی بر سازمان اجتماعی «تولید» است. سبک های زندگی مبتنی بر سازمان اجتماعی «مصرف» است (وبر، ۱۳۸۲: ۲۲۱). به این ترتیب بکارگیری «سبک زندگی» رویکردی جدید در مطالعات جامعه شناختی، ایجاد نمود و بدان معنایی معادل «طبقه» و «منزلت اجتماعی»<sup>۲</sup> بخشید. در این معنا، سبک زندگی، برای توصیف شرایط زندگی انسان بکار گرفته شد و مجموعه ای از شیوه های رفتار و مصرف، حالت ها و سلیقه ها را در برمی گرفت (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۲: ۷۲).

از زمانی که مصرف از طریق «فشار اجتماعی و هنجاری همچون مدها»<sup>۳</sup> به کانون اصلی زندگی اجتماعی - فرهنگی جوامع مدرن بدل گردید (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶) بتدریج مفهوم کلی تر «فرهنگ مصرف» نیز شکل گرفت و از الگوهای مصرف، به عنوان عینی ترین و بهترین شاخص سبک زندگی استفاده گردید (سویل، ۱۹۹۱: ۶۲). در این میان بورديو از جمله کسانی بود که تحلیل دقیقی از فرهنگ مصرف ارائه داد و از آن برای دسته بندی های اجتماعی استفاده نمود. وی مطالعه خود بر روی «نمادهای مصرف را با نقد دیدگاه اقتصادی مارکسیسم آغاز کرد (فاضلی و خالدیان، ۱۳۹۱: ۱۰۳). بورديو پیوند مفروض میان مناسبات اقتصادی با تحلیل طبقاتی، را سست تر کرد (اموت، ۱۳۸۶: ۳۹۲) و با تفکیک «سرمایه» به سه بخش اقتصادی،

<sup>۱</sup> Weber

<sup>۲</sup> social status

<sup>۳</sup> mode

فرهنگی و اجتماعی به تشریح تمایزات اجتماعی پرداخت (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۲: ۷۳) و چشم‌اندازی ورای نظریه‌های مارکس و وبر (ادر، ۱۹۹۳ به نقل از میلنر و براویت، ۱۳۸۷: ۱۲۴) ارائه داد. بورديو در مطالعات خود در مورد سبک زندگی بر دو سرمایه اقتصادی و فرهنگی تاکید ویژه داشت (بحرانی، ۱۳۸۸: ۵۴) و برای تحلیل زندگی گروه‌های متفاوت، انواع کالاهای مصرفی و شیوه بهره‌گیری از امکانات هنری و تفریحی را مورد مطالعه قرار داد و بدین وسیله گروه‌های «هم‌رده» و «هم‌طبقه» را از همدیگر متمایز نمود (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۲).

### فرهنگ مصرف و نقش رسانه‌ها

چنانچه مشاهده شد رُحجان مصرف در زندگی روزمره و اقبال فردی به سمت گزینش‌های متمایز کننده، به شکل‌گیری «فرهنگ مصرف» انجامید. در میان عوامل موثر بر این فرهنگ، رسانه‌های نقش بی‌بدیلی بر دمیدن به زبانه‌های مصرف و مشتعل کردن آن داشتند. این اثرگذاری از آنجاست که رسانه‌ها، به خصوص انواع دیداری - شنیداری آن که از اوایل قرن بیستم بتدریج رشد یافتند تعاملی دو سویه با «سرمایه» برقرار نمودند. یعنی آنان از دل فضاهای سرمایه‌داری قد برافراشتند و در ادامه با تبلیغ اهداف نظام سرمایه‌داری به بازتولید آن پرداختند. در چنین فضایی شکل‌گیری دیدگاه‌هایی که مخاطب را به منزله «بازار» قلمداد می‌کرد، امری طبیعی به نظر می‌رسد. در این نگاه «یک فرآورده رسانه‌ای، کالا یا خدمتی برای فروش به شماری از مخاطبان است، پس مخاطبان، همچون بازاری تلقی می‌شوند که با مشخص کردن سبک زندگی و الگوی مصرف به راحتی می‌توان از آنها بهره برد (اجلالی، ۱۳۸۲: ۳۱۳). از منتقدین اصلی این روند می‌توان از اندیشمندان مکتب فرانکفورت نام برد. آنان با طرح مباحثی چون «صنعت فرهنگ» و «فرهنگ توده» باور داشتند که جوامع سرمایه‌داری با استفاده از رسانه‌ها، تصویری از جامعه نوین بدست دادند که آزادی و فردیت راستین انسانی را مضمحل می‌نمود. «به نظر آنان صنایع فرهنگی مدرن محصولات استاندارد تولید می‌کنند که متناسب با تقاضای وسیع‌تر اقتصاد سرمایه‌داری است» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۹۱) و سبب «بازداشتن توده‌ها از فکر کردن به ورای مرزهای اکنون می‌شود» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۲). از دیدگاه این مکتب، جذابیت‌های بصری تلویزیون در تغییر شکل ارزش‌ها اجتماعی بسیار اثرگذارست و «به شیوه‌ای پنهانی رفتارهای روزمره و حتی نحوه تغذیه ما را متاثر می‌سازد (امینی و همکاران، ۱۳۸۶). مکتب مطالعات فرهنگی از طریق بررسی تولیدات رسانه‌ای بویژه برنامه‌های تلویزیونی، فرهنگ را در این متون مورد مطالعه قرار می‌دادند. هال از چهره‌های شاخص در مطالعاتش، به زبان و جنبه‌های نمادین زندگی توجه داشت (۱۹۹۷: ۱۹). سایر اندیشمندان این مکتب (فوکو، بارت، دریدا، فیسک) نیز با تاکید بر نشانه‌های عینی، آنها را



رمزهایی برای انتقال معنا می‌انگاشتند (یوهانسون و لارسن، ۲۰۰۰: ۱۳). در این رهیافت، هر نشانه‌ای در یک متن، اعم از کلمات، تصاویر، رنگ، نور و هر چیز دیگر به مثابه دالی است که تولید معنا می‌کند، در انتقال معنی نقش دارد (هیل، ۱۳۸۸) و به صورت هدفمند در تولیدات رسانه‌ای بکار می‌روند (کالکر، ترجمه تیرابی، ۱۳۸۴: ۲۴). از این منظر، برخورد با جهان خارج، همواره در چارچوب رمزگان و قراردادهایی صورت می‌پذیرد که بر قلمرو یک فرهنگ خاص مسلطاند (گیل ۱۳۸۴: ۱۵۰-۱۴۷).

### بازنمایی رسانه‌ای و چارچوب نظری پژوهش

«بازنمایی» به معنی کارکرد اساسی و بنیادین رسانه‌ها، بر نحوه آفرینش واقعیت‌های جهان خارج برای مخاطبان و شکل‌دادن به دانش و شناخت آنها در مورد رخدادهای جهان واقعی، تاکید دارد (واتسون و هیل، ۲۰۰۶: ۲۴۸). چنانچه گفته شد حال در پیشرفت این مطالعات سهم بسزای داشت. او و هم‌اندیشانش این بحث را مطرح می‌کنند «که رسانه‌ها، واقعیت را بازتاب نمی‌دهند بلکه آن را به رمز درمی‌آورند» (روحک ۲۰۰۳: ۷۲). آنان رویکردی برساخت‌گرایانه را طرح می‌کنند (هال، ۲۰۰۳: ۴۲) که بر فرایند «خلق» و «تفسیر» معنا یا رمزگذاری<sup>۱</sup> و رمزگشایی<sup>۲</sup> اتکا دارد (ضیمران، ۱۳۸۲: ۱۵۱). این عده مدعی‌اند بازنمایی واقعیت، عین واقعیت نیست، زیرا بازنمایی، یک رویداد را چارچوب‌گذاری می‌کند و از یک واقعیت چند بعدی عناصری را برمی‌گزیند و عناصری را وامی‌نهد (معینی‌فر و محمدخانی، ۱۳۹۰: ۱۱۷). هال و همفکرانش از بازنمایی برساختی برای فهم متون به ویژه متون رسانه‌ای بهره بردند. به نظر آنان در میان رسانه‌های گوناگون، برنامه‌های تلویزیونی، آشکار یا نهان، مملو از پیام‌های گفتمانی‌اند و به طور طبیعی به رمزگشایی نیاز دارند (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۳) چراکه این تولیدات، پیشاپیش با رمزهای اجتماعی، رمزگذاری شده‌اند (هال، ۲۰۰۳: ۲۴، فیسک، ۱۳۸۶: ۳۵). بازنمایی، جهان بیرون را از طریق ترفندهایی چون «کلیشه‌سازی»<sup>۳</sup>، «طبیعی‌سازی»<sup>۴</sup> به تصویر می‌کشد:

**کلیشه‌سازی:** این مفهوم به معنای «جامد، سفت و سخت»<sup>۵</sup> بر ویژگی‌های ثابت و تکراری دلالت می‌کند. هال کلیشه‌سازی را کنشی معناسازانه می‌داند. کلیشه‌ها در واقع، ایده‌ها و فرضیاتی قالبی هستند که به گروه‌های خاصی از افراد از روی حقیقت یا به دروغ نسبت داده می‌شود. کلیشه‌ها دارای سویه‌ای ارزشی و جهت‌دار (اغلب منفی) هستند و سعی می‌کنند «

<sup>1</sup> Encoding  
<sup>2</sup> decoding  
<sup>3</sup> stereotyping  
<sup>4</sup> naturalizing  
<sup>5</sup> Solid

تفاوت‌های میان گروه‌ها را برجسته سازند و از خلال فرایندهای ساده‌سازی، جهان مادی و ایده‌ها را در راستای ایجاد معنا، طبقه‌بندی نموده، مفهومی از جهان شکل می‌دهند که منطبق با باورهای ایدئولوژیکی باشد (مهدیزاده، ۱۳۸۸: ۲۵۷).

**طبیعی‌سازی:** به فرایند عرضه ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی در قالب اموری کاملاً طبیعی اطلاق می‌شود. طبیعی‌سازی، با تأکید بر گفتمان‌ها کلان و پرسابقه‌ای همچون: سرمایه‌داری، پدرسالار و ... وظیفه تقویت ایدئولوژی مسلط را بر عهده می‌گیرد. گفتمان‌های طبیعی‌ساز به نحوی عمل می‌کنند که نابرابری‌های طبقاتی، نژادی و جنسیتی در پرتو آن، امری عادی، تلقی می‌شود (هیوارد، ۱۳۸۱: ۲۰۴ و ۲۰۵).

این مقاله در چارچوب نظریات بوردیو و هال، بازنمایی و طبقه‌بندی خانواده را بر مبنای الگوی مصرف در سریال کیمیا بررسی می‌کند. از این نگاه، خانواده، به جمعی اطلاق می‌شود که «به واسطه پیوند زناشویی و رابطه خونی کنار هم در مکانی واحد، زندگی می‌کنند و شامل پدر، مادر یا فرزند می‌شوند». این خانواده‌ها بر اساس «سبک زندگی» طبقه‌بندی می‌شوند که مراد از آن «رفتارها عینی و شیوه‌های گزینش روزمره» است و از میان شاخص‌های مربوطه «الگوی مصرف» انتخاب شده و منظور از آن «بخشی از ثروت افراد است که صرف تحصیل لذت» (قدیری، ۱۳۷۹: ۲۷۴) و خرید کالا و خدمات می‌گردد» (اخوی، ۱۳۸۰: ۱۵۱). پس در این مقاله برای فهم الگوی مصرف هم منبع درآمد و هم شیوه مصرف بر اساس شاخص‌های زیر بررسی می‌شود:

- **منبع درآمد:** شغل
- **مصرف مادی:** خانه، نمای خانه، اسباب و چیدمان منزل، پوشاک، خوراک، وسیله حمل و نقل
- **مصرف فرهنگی:** تحصیلات، استفاده از کالاهای فرهنگی - هنری، استفاده از رسانه‌ها بر اساس این چارچوب مفهومی و نظری، پرسش اصلی این مقاله به پرسش‌های زیر خرد می‌شود:
- **شغل در بخش نخست سریال کیمیا، در میان خانواده‌ها چگونه بازنمایی شده و مبنای تمایز آنان قرار می‌گیرد؟**
- **در بخش نخست سریال کیمیا، مصرف مادی خانواده‌ها چگونه بازنمایی شده و مبنای تمایز قرار می‌گیرد؟**
- **در بخش نخست سریال کیمیا، مصرف فرهنگی خانواده‌ها چگونه بازنمایی شده و مبنای تمایز قرار می‌گیرد؟**

## روش تحلیل: صحنه و نشانه‌شناسی ترکیبی آن

بر مبنای رویکرد غالب این مقاله که «کیفی» است و به لایه‌های عمیق معنایی توجه دارد، روش نشانه‌شناسی برای رسیدن به این منظور انتخاب گردید. از آنجا که در «متون تلویزیونی» دو عنصر «تصویر» و «روایت» در کنار هم قرار می‌گیرند، از این رو برای فهم آنها روش‌های نشانه‌شناسی شیوه‌های مناسبی به حساب می‌آیند و «تلاشی معتبر و مطمئن برای فهم عمیق این متون هستند و با دقت بیشتری لایه‌های پیچیده آنها را تحلیل می‌کنند» (فاضلی، خالدیان، ۱۳۹۱: ۶۱). به همین دلایل از نشانه‌شناسی سه مرحله‌ای فیسک- هارتلی در این مقاله استفاده شد. چراکه این روش با نگاه به عناصر فنی و رمزگان‌های اجتماعی به تحلیل روایت می‌پردازد و به دنبال کشف معنای ژرف‌تر متن و کشف ایده‌های پنهانی آن است. بنابراین در این مقاله با تمرکز بر این روش در سه سطح رمزگان‌های فنی (سطح نخست)، رمزگان‌های اجتماعی (سطح دوم) و رمزگان‌های ایدئولوژیک (سطح سوم) مورد تحلیل قرار گرفت.

**جامعه آماری:** چنانچه بارها گفته شد، جامعه آماری این مقاله، شامل بخش نخست سریال کیمیا (دوره پیش از انقلاب) می‌شود که در مجموع ۴۴ قسمت از ۱۱۰ قسمت آن را تشکیل می‌دهد. واحد تحلیل؛ در این مقاله «صحنه» است، چرا که نه به اندازه «نما» آنقدر کوتاه و زودگذر است که امکان شکل‌گیری روایت در آن فراهم نگردد و نه همچون «سکانس» آنقدر بلند است که احتمال خلط چندین روایت را بوجود آورد. «صحنه» «واحدی از یک فیلم است که مرکب از تعدادی نمای وابسته به هم است (ای، بیو، ۱۳۶۹: ۲۳۳) که در یک زمان و در یک مکان اتفاق می‌افتد تا از این طریق، دو یا چند کنش همزمان نشان داده شود (بورودل و تامسون، ۱۳۹۳، ترجمه محمدی، ص ۳۳). برای دستیابی به نمونه آماری پس از مشاهده ۴۴ قسمت فصل نخست سریال کیمیا، صحنه‌هایی به صورت «هدفمند» انتخاب شد. مبنای این انتخاب اشباع نظری و تناظر با شاخص‌های تعریف شده برای سبک زندگی بود، برای این منظور ۲۵ صحنه انتخاب گردید.

## نمونه تحلیل: بررسی دو صحنه

**خلاصه صحنه نخست:** کیمیا دختر خانواده فرخ پارسا، با وجود ممانعت پدرش برای خانواده مقرر کرده، باز هم به خانه دبیر اخراج شده‌اش، خانم طاهری (همسر ناصر فهیمی) می‌رود و بر ادامه رابطه با وی اصرار می‌ورزد. در این خانه او با حقایق جدیدی را کشف می‌کند.

کیمیا: بخشید من می‌دونم شما هنوز از دفعه پیش ناراحتید؟

خانم طاهری با خوش‌رویی: نه من ناراحت نیستم.

کیمیا: چرا هم شما ناراحتید هم بقیه مردم ناراحتند، به خاطر لباسش، به خاطر شغلش ولی به خدا بابای من آدم خوبیه، اومدم بهتون بگم بابام سر یه باند قاچاق با رئیس پاسگاش درافتاده.

در همین موقع در می‌زنند، خانم طاهری از کیمیا می‌خواهد داخل خانه بماند، تا او در را باز کند و زود برگردد، او که می‌رود، کیمیا داخل خانه چرخی می‌زند و به قفس پرنده‌ای نگاه می‌کند، ناگاه صدایی مثل پریدن دگمه ضبط او را تحریک می‌کند که به دنبال صدا برود، کیمیا با کنجکاوی می‌رود بالای خرپشتک، آنجا قفسه‌ای از کتاب را مشاهده می‌کند و پتویی که گویا برای اختفای چیزی به کار گرفته‌اند، پتو را کنار می‌زند، دو تا ضبط در آنجا هست، نواری را داخل ضبط می‌گذارد، صدای امام خمینی پخش می‌شود که می‌گوید: «من میل دارم یک مملکتی یکی سیستمی در ایران بوجود بیاید که همه طبقات در پناه اون آزاد و مستقل باشند، همه مطبوعات آزاد باشند...» در همین حین کیمیا متوجه نزدیک شدن صدای خانم طاهری می‌شود، به تندی از پله‌ها پایین می‌آید، خانم طاهری به سلما و عطیه می‌گوید کیمیا هم اینجاست، و او را صدا می‌زند، کیمیا جواب نمی‌دهد هنوز به پایین پله‌ها نرسیده که آنها او را می‌بینند، خانم طاهری به دو دختر همراهش نگاه می‌کند و به بالا چشم می‌اندازد، سلما و عطیه هم به معلمشان نگاه می‌کنند، خانم طاهری خود را به تعافل می‌زند و می‌پرسد: کیمیا جان چی داشتی می‌گفتی؟»

کیمیا سعی می‌کند خونسردی خود را حفظ کند: بابای من با رئیس پاسگاشون به خاطر یه باند قاچاق درافتاده، یعنی فهمیده خود این رئیس پاسگاه با این باند قاچاق همدست بوده، درسته که بابای من مأمور دولته اما مأمور پاک و وظیفه‌شناسیه...». خانم معلم و سلما و عطیه در فکرند.

### تحلیل سه‌گانه فیسک و هارتلی

**سطح نخست (فنی):** خانه‌ای را می‌بینم که از امکانات متوسط و خوبی برخوردار است، این خانه متعلق به معلمی اهل کتاب است که به دنبال آگاه کردن شاگردانش هست و شاگرد کنجکاوی را مشاهده می‌کنیم که مصرانه به دنبال سردرآوردن از افکار و عقاید دیگران است. در **سطح دوم (اجتماعی)**، اصرار کیمیا برای ورود به منزل با وجود ممانعت پدر حکایت از این دارد که او به دنبال حقیقت است و این حقیقت را عقاید خانم طاهری جستجو می‌کند. همچنین خوشحالی کیمیا از اتفاقاتی که برای پدرش افتاده، نشان از این دارد که چارچوب فکری پدر نیز در حال تکان خوردن است. علاوه بر این با توجه به ویژگی‌هایی که کیمیا برای پدرش ذکر می‌کند، و تقابل وی با رئیس پاسگاه، یعنی صفاتی چون ناپاکی، ناراستی و بی

مسئولیتی به طرف مقابلش نسبت داده می‌شود. در ضمن در قفس بودن پرنده در این خانه هم اشاره به اسارت آزادی دارد که هم نبود همسر خانم طاهری (ناصر فهیمی) برجسته می‌کند هم به فقدان آزادی بیان که در سخنرانی امام خمینی تصریح شده، اشاره می‌کند. در سطح سوم دلالت (ایدئولوژیک) سعی می‌شود دیدگاه و دنیای گروه مخالف شاه تبیین شود، آنان اهل فرهنگ، اندیشه و خواهان آزادی عمل و بیان بودند، زندگی آنان با زندگی عموم مردم مشابهت داشته است، مردم با آنان همراه و هم‌عقیده بودند.

خلاصهٔ صحنهٔ دوم: شهرام، مأمور امنیتی رژیم شاه، به خانه می‌رود، مردم انقلابی، خانهٔ او را شناسایی کرده و بر در و دیوارش شعار نوشته‌اند، او برای حفظ جان همسر باردارش، محبوبه می‌خواهد او را از خانه بیرون ببرد، اما زن از این ماجرا ناخشنود است.

شهرام سراسیمه وارد خانه می‌شود و بلند می‌گوید: محبوبه، محبوبه، محبوبه صدای آرام زن: اینجا (مرد به سمت اتاق می‌رود، بلافاصله زن جوانی در حالی که دست به کمر زده، از آنجا بیرون می‌آید)

شهرام: چرا جواب نمی‌دی؟ دلم هزار را (راه) رفت، خوبی؟

محبوبه: سلام، خوبی؟

شهرام: بچه خوبه؟ امروز تکون خورده؟

محبوبه: بیشتر از همیشه، انگار اونم فهمیده

شهرام: آره، اوضاع خیلی خرابه، وسایلتو جم کردی؟

محبوبه روی کاناپه می‌نشیند: دارم همینطوری جم می‌کنم دیگه،

شهرام سمت میز کنسولی می‌رود، کتو را باز می‌کند و می‌گوید: گفتم فقط وسایل ضروری، نه تمام زندگی رو (پاکتی را درمی‌آورد و کنار چمدان محبوبه می‌گذارد، صدای آژیر پلیس می‌آید، شهرام از پنجره نگاه می‌کند و ادامه می‌دهد) امروز که بیرون نرفتنی نه؟

محبوبه در حالی که لباسی را تا می‌کند: دو روزه از خونه پامو بیرون نداشتیم،

شهرام: رو در و دیوار خونه شعار نوشتن، دیگه حتی یه لحظه هم نمی‌شه توی این خونه موند، باید بریم (سمت زن می‌آید)

محبوبه: کجا؟

شهرام: تو می‌ری خونهٔ مامانت، منم حالا یه جایی پیدا می‌کنم، این بچه باید یه جای آرام

به دنیا بیاد، معطل نکن، بریم

محبوبه مکشی می‌کند: بدون بابا؟

شهرام: معلومه که نه، قبل از اینکه بچه به دنیا بیاد من پیشتم، پاشو جم و جور کن، پاشو،

زن به سختی بلند می‌شود، از همسرش روی برمی‌گرداند و می‌گوید: از این حرفا زن، من بدون تو هیچ جا نمی‌رم  
شهرام ملتسمانه می‌گوید: محبوبه، الان موقع این جر و بحثا نیست، تو رو خدا دست وردار، پاشو جم و جور کن، می‌خوایم بریم، این خونه خطرناکه دیگه، پاشو. (زن بی‌دل و دماغ است اما مرد برای جمع کردن وسایل شتاب می‌کند).

### تحلیل سه‌گانه فیسک و هارتلی

سطح نخست (فنی): عناصر بصری در این صحنه در خدمت نشان دادن وضعیت مدرن و لوکس خانه هستند. تزئینات در این خانه زیادند که تجمل را برجسته می‌کند. امکانات و فضای خانه نسبت به تعداد اعضای خانواده یعنی دو نفر بسیار زیاد است که رابطه سرمایه، زیاده‌خواهی و اسراف را نشان می‌دهد. رنگ موی شهرام، بور و ترکیب بلوند چهره او که بیشتر به چهره اروپایی می‌ماند و با مشخصات چهره ایرانی تفاوت دارد، فاصله وی با عامه مردم را تقویت می‌کند. رمزگان لباس نیز در خدمت این معنا قرار می‌گیرد. سطح دوم (اجتماعی)، لو رفتن این خانه که علت نگرانی عمده مرد است ترس وی را برجسته می‌کند. زن به ترک خانه و وطن، علاقه او به شوهرش را نشان می‌دهد. اینکه شوهر نمی‌تواند به خانه مادرزنش برود به معنای این است که در آن خانه جایی ندارد و نامشخص بودن جایش یعنی اینکه هم باید مخفی بماند هم کسان زیادی ندارد که به آنها پناه ببرد. در سطح سوم (ایدئولوژیک): این صحنه در عمیق‌ترین لایه، نشان می‌دهد که هر چه در هرم قدرت استبدادی از موقعیت بالاتری برخوردار باشی به منابع سرمایه نیز نزدیک‌تر خواهی بود و به همان نسبت از مردم، فاصله خواهی گرفت. این قدرت از آنجا که قدرت واقعی نیست هر چند هم «مخوف» باشد در برابر «اتحاد» مردم تاب ایستادگی ندارد و نمی‌تواند فضای امنی برای افراد فراهم سازد.

### یافته‌های تحلیل

- یافته‌های این مقاله، بر اساس نکات زیر دسته‌بندی و تحلیل شده است:
- ✓ در بخش نخست سریال پنج خانواده روبرویم که در روایت کلی داستان نقش دارند.
  - ✓ شیوه مصرف خانواده‌های مورد بررسی در دو طبقه «متوسط» و «بالا» قابل تقسیم‌بندی است.

✓ به منظور اتقان یافته‌ها، هر پنج خانواده بر مبنای شاخص‌های پژوهش، بررسی شده، سپس یافته‌ها، مورد تحلیل قرار گرفته و لایه‌های معنایی آن تبیین می‌شود.

جدول شماره ۱. تقسیم‌بندی خانواده‌ها بر اساس شیوه مصرف در مجموعه نمایشی کیمیا

شیوه مصرف	متوسط	بالا
نام‌ها	فهیمی، پارسا، نکونام	خانواده منوچهر، شهرام کامفر

این خانواده‌ها بر اساس تقسیم‌بندی فوق و به ترتیب ورود به صحنه روایت، در زیر بررسی می‌شوند.

### الگوی مصرف خانواده‌های طبقه متوسط سریال

#### ● خانواده ناصر فهیمی (شامل مرد، «ناصر فهیمی»، و زن، مرضیه طاهری)

ناصر فهیمی که در طول داستان بیشتر با نام کوچکش معرفی می‌گردد، سازنده یکی از گره‌های اصلی روایت است. او با همسرش «مرضیه طاهری» در خانه‌ای یک طبقه و در عرف رایج امروز، ویلایی زندگی می‌کند. خانه آنان به اسباب و اثاثیه‌ای مناسب یک زوج مجهز است. زندگی این زوج به نسبت جوان، گرچه نو و نوار نیست اما چیزی کم ندارد و در آن مبلمان و تلویزیون، وجود دارد. خانه آنها، محل آمد و شد فراوان دانش‌آموزان، مردم معمولی و آدم‌هایی با عقاید ضد حکومت است. کتاب، نوار، اعلامیه، روزنامه دیواری، از وسایلی است که در گوشه و کنار خانه آنها دیده می‌شود، زن خانواده به شاگردانش کتاب هدیه می‌دهد. در نخستین صحنه، ناصر با لباس کارگری یکسره، در معرض دید بینندگان قرار می‌گیرد، تا به این ترتیب «شغل» او معرفی گردد. در صحنه‌های دیگر نیز او با پیراهن و شلواری ساده، دیده می‌شود. پوشش زن خانه، خانم طاهری، در بیرون و در محل کار، چادر است و تنها رنگ آن بسته به جایگاهی که در آن قرار دارد، تغییر می‌کند. او دبیر فیزیک است. در مورد مصرف خوراک در این خانواده باید گفت، کمتر صحنه‌ای از خوراک آنها دیده می‌شود به جز هنگامی که از جمعی پذیرایی می‌کنند آن هم با میوه و چای، که عرف معمول ایرانیان است. ناصر، موتور گازی دارد که با آن سر کار می‌رود یا با آن به دلِ معرکه‌های اجتماعی و سیاسی می‌زند.

#### ● خانواده فرخ پارسا (شامل مرد، به نام فرخ، زن به نام مهری، دختری به نام کیمیا و

دو پسر)

خانواده فرخ پارسا، محوری‌ترین خانواده در بخش نخست و در کل سریال است. در این خانواده «هسته‌ای»، پدر، استوار ارتش است که به راست‌دستی و درستکاری معروف می‌باشد.

خانهٔ پارسا چه در خرمشهر و چه در تهران، خانه‌ای تک طبقه و حیاطدار، بدون معماری چشمگیر، ساده اما جادار است. اسباب و وسایل این خانه، به اندازهٔ برآمدن، نیازهای روزمرهٔ اعضای آن است. با این حال برخورداری آنان از مبلمانی ولو ساده و تلویزیون، با توجه به شرایط اقتصادی آن دوره، آنان را در سطح «متوسط خوب» قرار می‌دهد. نگاهی به مصرف خوراک در این خانواده نشان می‌دهد که سفرهٔ آنان با غذاهای معمول و متداول ایرانی، پر می‌شود. معمولاً این سفره زمانی پهن می‌شود که همهٔ افراد خانواده حضور دارند. مرد این خانواده، معمولاً با لباس ارتشی ظاهر می‌شود. پسر جوان خانواده، کیوان، به اقتضای سن خود، شلوار دمپا گشاد و پیراهن آستین کوتاه می‌پوشد. مهری مادر خانواده، زنی چادری است که بیرون از خانه، چادر مشکی به سر دارد و در خانه، همواره لباس‌های پوشیده بر تن می‌کند. او بر خلاف، زنان هم دوره خود، تنها به خانه‌داری اکتفا نکرده، در خارج از خانه نیز در کارگاه بسته‌بندی خرما به صورت نیمه وقت کار می‌کند. از طرفی پوشش دخترش «کیمیا» که مهمترین نقش این سریال را بر عهده دارد، به شدت بر «سادگی» و «تجابت» تاکید دارد. او هیچ اصراری ندارد که برای خوشایند دوستان یا معلم خارجی‌اش، از حدود هنجارهای اخلاقی و مورد توجه خانواده تجاوز کند و از پوشیدن لباس‌های چشمگیر و مد روز احتراز می‌کند. هنر به نحو خاصی در این خانه به نمایش درمی‌آید، تابلوهای خوشنویسی که هنر دست کیمیا است بر روی دیوارها دیده می‌شود. وسیلهٔ حمل و نقل آنها موتور کهنه و زوار دررفته‌ای است که در بسیار از مواقع، نیاز به تعمیر دارد.

#### ● خانوادهٔ نکونام ( شامل مرد، حاج آقای نکونام، زن، معصومه خانم و دو پسر)

این خانوادهٔ هسته‌ای همسایهٔ خانوادهٔ فرخ پارسا هستند. نکونام پدر خانواده، کتابفروش سرشناس محله‌ای متوسط از شهر تهران است، «کلاه پوستی، محاسن و تسبیحی که به دست دارد» او را در هیبت «حاج آقای» موثق و مذهبی معرفی می‌کند. خانهٔ او به سبک خانه‌های آن دوره یک طبقه است، حیاطی کوچک دارد و محل امنی برای انقلابیون به حساب می‌آید. اسباب و وسایلی این خانه شامل فرش، پستی، پرده‌های ارزان‌قیمت گلدار، گلدان‌های گلی با گل‌های طبیعی هستند. با این حال، تصاویر داخل خانه به گونه‌ای نمایش درمی‌آید که کتابخانه دیواری و چند طبقهٔ آن در اولین نگاه دیده می‌شود. آنان به واسطهٔ کتابخانهٔ غنی خود، به دوستان و همسایگان کتاب قرض می‌دهند تا به پرسش‌های آنها از این طریق پاسخ دهند. پیمان، پسر بزرگ خانواده معمولاً با محاسنی کوتاه به نمایش درمی‌آید، لباس سادهٔ او متناسب با مراسم مذهبی، رنگ می‌گیرد، مثلاً او در ایام عاشورا مشکی می‌پوشد. امین پسر دیگر خانواده نیز گرچه موهای کمی بلند است اما از حیث پوشاک تابع تیپ یا مد خاصی نیست، او پیراهن آستین کوتاه و شلوارهای معمولی به تن دارد. مادر خانواده، معصومه، در بیشتر صحنه‌ها



با چادر دیده می‌شود، او پایبند «پوشیدگی» است و در امور خیر ید طولایی دارد. آنان گاه غذای ساده‌ای آماده می‌کنند و به خانه همسایه می‌برند تا ضمن دیدار با آنها، از اوضاع در و همسایه آگاه شوند. آنان نوشیدنی‌های معمولی و رایج مثل چای را همواره در کنار هم یا در جمع دوستان و آشنایان می‌نوشند. وسیله نقلیه این خانواده، خودروی فولکس واگن بزرگ و جادار اما رنگ و رو رفته‌ای است که به هنگام نجات جان سربازان فراری یا سر زدن به زندانیان سیاسی و فعالیت‌های انقلابی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۲. شاخص‌های مصرف خانواده‌های طبقه متوسط در سریال کیمیا

مقوله هسته‌ای	رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	شاخص‌ها
طبقه متوسط: مذهبی انقلابی مردمی ملی‌گرا	محل مراجعه مردم، حضور انقلابیون،	معماری ساده، تک طبقه، گنجایش کافی	خانه
			رمزگان ایدئولوژیک
	کاربرد روزمره، اضافی نبودن	اثاثیه لازم برای زندگی، نه چندان نو و نه خیلی مستعمل، چیدمانی معمولی	اسباب و وسایل
		داشتن درآمدی به اندازه نیاز، اعتدال در زندگی روزمره	رمزگان ایدئولوژیک
	نشستن اعضای خانواده بر سر سفره، استفاده از غذا برای سرزدن از دیگران یا باز کردن باب آشنایی	غذاهای ایرانی، معمولاً یک نوع غذا بندرت چند نوع غذا، وعده‌های معمول در ایران	خوراک
		نشان از احترام به سنت‌های مرسوم، میانه‌روی، استحکام خانواده، جمع‌گرایی	رمزگان ایدئولوژیک
	توجه به رنگ لباس متناسب با مناسبت‌های دینی، رعایت پوشیدگی لباس، بی‌تمایل به مد به ویژه در زنان	لباس‌های متداول متناسب با سن، تنوع اندک لباس، چادر،	پوشاک
		به مذهبی بودن، رعایت مرزهای اخلاقی، اعتنا به آموزه‌های ملی اشاره دارد.	رمزگان ایدئولوژیک
	بکارگیری از آن برای خدمت رسانی به مردم در کنار انجام امور روزمره	موتورهای کارکرده یا خودروی مستعمل	وسیله نقلیه
		عدم ضرورت وسیله نقلیه در آن دوره یا ضرورت حداقلی آن برای این خانواده‌ها، برخورداری از درآمدی که چندان کفاف این نیاز را نمی‌دهد. خیرخواهی و مردم‌داری	رمزگان ایدئولوژیک

ادامه جدول شماره ۲. شاخص‌های مصرف خانواده‌های طبقه متوسط در سر بال کیمیا

مقوله هسته‌ای	رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	شاخص‌ها
	پی‌گیری خبرها از طریق رسانه‌ها، تحلیل جریانات، بحث در مورد نظریات اندیشمندان انقلابی و مسلمان، گوش کردن سخنان امام خمینی (ره)، جدی بودن در خوشنویسی و استفاده از آن به نفع مردم	نشان دادن کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون، در زندگی روزمره این عده، نشان دادن تابلوهای خوشنویسی	مصرف فرهنگی
	نشان از میل به آگاهی و آگاهی‌بخشی، هوشمندی، حضور در متن جامعه، توجه به دغدغه‌های مردمی و انقلابی بودن		رمزگان ایدئولوژیک
	درسخوان، پی‌گیری امور تحصیلی، نمونه بودن در جنب همکلاسی‌ها، علاقمند به علم	دانش‌آموز، دانشجو، دیپلم	تحصیلات
	مطلوب بودن سواد متناسب با شرایط زمانی، نشان از دانایی و به روز بودن		رمزگان ایدئولوژیک
	تلاش برای رزق و روزی، کار صادقانه، اهتمام به حلال و حرام	کارگر، استوار، کتابفروش، چاپخانه‌دار و دبیر	شغل
	تاکید بر مشاغل سطوح متوسط، مذهبی بودن، زحمت‌کشی، خیررسانی، هدایتگری		رمزگان ایدئولوژیک

مبتنی بر توضیحات پیشین و چنانچه جدول بالا نشان می‌دهد، خانه‌های این گروه به طور غالب، نمایی ساده داشته و در محله‌های متوسط شهری قرار دارد. این خانه‌ها با وجود سادگی از گنجایش کافی برای جایگیری اعضا برخوردارست و مطابق معیارهای آن دوره، فضایی مناسب برای زندگی به حساب می‌آید. با این حال، تصویر خانه در این گروه بر جمع و مشارکت دلالت دارد، به‌طور معمول، تصاویر مربوط به این خانه‌ها از نمای بیرونی آغاز گردیده، بر «جمع اعضای خانه» یا «جمع همفکران» متمرکز می‌شود. این بازنمایی وزن خانه‌های آنها را در فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی ارتقا می‌دهد. این خانه‌ها مجهز به اسباب لازم برای زندگیست و نیاز خانواده را به اندازه «کفایت» برطرف می‌کند. با این حال مبلمان ساده و تلویزیون که در این خانه‌ها وجود دارد، وضعیت آنها را از سطح متوسط میانی به متوسط بالا ارتقا می‌دهد. در میان اسباب و تجهیزات این خانه‌ها، «کتاب» جایگاه ویژه‌ای دارد، معمولاً کتابخانه یا قفسه‌ای از کتاب یا طاقچه‌های پر از کتاب، بخش ثابتی از تصاویر مربوط به داخل این خانه‌ها را به خود اختصاص می‌دهد. چنین تأکیدی همراه با نمایش دستگاه‌های تلویزیون و روزنامه، مصرف فرهنگی این خانواده‌ها را برجسته می‌کند و «به روز بودن» و «آگاهی یافتن» آنها را به رخ می‌کشد. الگوی پوشاک در این خانواده به‌طور معمول، بر «دینداری»، «وضعیت شغلی»، دلالت

می‌کند. پوشش مردان در این گروه، به طور معمول، نشانه‌ای از شغل آنها را حمل می‌کند و کار یا خدمت آنها را به صراحت نشان می‌دهد. علاوه بر این، عنصر پوشیدگی در لباس آنها مشاهده می‌شود و تیپ آنها به گونه‌ای است که شخصیت معتبر و قابل وثوقی به آنها می‌بخشد. اما در پوشش زنان، عنصر «دینداری» و «عفت‌ورزی» بروز بیشتری دارد، آنها پوشیده‌اند و خود را از نگاه نامحرم حفظ می‌کنند و به کسی اجازه تعدی به حریم شخصی خود را نمی‌دهد. «چادر» ترجیح نخست آنان است. سفره خوراک آنها را غذاهای معمولی و متداول ایرانی تشکیل می‌دهد. وعده‌های غذایی آنها نیز وعده‌های مرسوم ایرانی است. اما به طور معمول این سفره در «جمع خانواده یا آشنایان» پهن می‌گردد. به این ترتیب «بومی بودن» و «جمع‌گرایی» را می‌توان از این نشانه‌ها دریافت کرد. وسایل نقلیه آنها موتور یا خودروی کهنه‌ای است که این بازنمایی به منظور نشان دادن میزان بضاعت آنها همچنین اولویت داشتن شاخص‌های دیگر مصرف برایشان به تصویر درآمده است. علاوه بر این آنان از این وسایل فقط برای مصرف شخصی استفاده نمی‌کنند بلکه از آن در موقع گشایش مشکل دیگران نیز بهره می‌برند. این موضوع، «خیررسانی» و «مردمی بودن» آنها را تقویت می‌کند. گفته شد که مصرف فرهنگی آنان نسبت به شرایط روز بالاست و با مفاهیمی چون «به روز بودن»، «پی‌گیر و مطلع بودن» و «دغدغه جمعی داشتن» پیوند می‌خورد. مشاغل آنان نیز چنانچه پیش از این گفته شد، بر «تلاش صادقانه» و «خدمت‌رسانی» تاکید دارد و با «آگاهی و روشنگری» پیوند می‌خورد. در واقع خیرخواهی و پاک سیرتی آنها در محیط کار سبب می‌شود که پلیدی‌ها و پلشتی‌ها را دریابند و در مسیر روشنی قدم نهند. این ویژگی به خصوص در مورد شغل مردان بارزتر است. زنان در این گروه یا به صورت رسمی یا در قالب کارهای نیمه وقت یا خیرخواهانه در بیرون خانه مشغولند. به این طریق حضور آنان در اجتماع، آنان را از شمول «زن سنتی خانه‌دار» فراتر می‌برد و به «زنان کاربلد و کارگشا» ارتقا می‌دهد.

### الگوی مصرف خانواده‌های طبقه بالای سریال

- خانواده منوچهر<sup>۱</sup> (متشکل از مردی به نام منوچهر و زنی به نام مهتاب) زوج تشکیل‌دهنده این خانواده، میانسال هستند. مهتاب پس از جدایی از همسر اولش با منوچهر آشنا می‌شود. او کارخانه بزرگی را از پدرش به ارث برده که حالا اداره آن را به همسرش واگذار کرده است. مهتاب، خوشپوش و بی‌حجاب است. او از زینت آلات استفاده می‌کند و آرایش و پوشش خود را هماهنگ و هم‌رنگ انتخاب می‌کند. منوچهر نیز در بیشتر صحنه‌ها کت و شلوار، کراوات و کلاه شاپگاه به سر دارد. این پوشش گرچه تبعیت از فرهنگ

<sup>۱</sup> در سریال اشاره‌ای به نام خانوادگی منوچهر نمی‌شود.

غربی را بازنمایی می‌کند، با این حال تیپ شل و وارفته‌ای دارد که بیش از آنکه به یک مدیر باکلاس شبیه باشد به یک سرکارگر می‌ماند. خانه آنان حیاط گل کاری شده و استخر بزرگی دارد، ساختمان خانه در دو طبقه، با ایوان‌های رو به حیاط و نمای سنگ، به نیمچه قصری متفاوت از خانه‌های معمول می‌ماند. وسایل و اسباب و اثاثیه داخل خانه، فراوان و لوکس است. خوراک آنها سر میز سرو می‌شود، غذاها گرچه ایرانی است اما تنوع دارد. وعده‌های غذایی آنها مثل عصرانه، شامل بیسکویت و قهوه، شکیلی و مدرن است. با این حال بیشتر صحنه‌های به نمایش درآمده در این خانه، به تنش و بگو و مگوی اعضای آن ختم می‌شود. این زن و مرد گرچه به هم علاقه دارند اما در بیشتر صحنه‌ها یا بر سر مسائل خانوادگی یا اوضاع کارخانه در حال جر و بحثند. در این خانواده مرد و زن به صورت جداگانه ماشین دارند. در این خانه بزرگ و پر از اسباب و اثاثیه، اثری از دستگاه تلویزیون نیست. اما گاهی مرد روزنامه می‌خواند آن هم برای این که بداند سرانجام اعتصاب کارگران و تعطیلی کارخانه‌ها چه می‌شود.

● **خانواده شهرام کامفر** (شامل مرد به نام شهرام و زنی به نام محبوبه)

شهرام کامفر، مامور ساواک و مردی میانسال است، خانه‌ای بزرگ و مجلل دارد، با اسباب فراوان و گران، اما مهمترین چیزی که در خانه او خودنمایی می‌کند باری<sup>۱</sup> زیبا با گیلای‌های بلور و شیشه‌های رنگارنگ مشروب است. میز کنسولی و کمدهای مختلف، این خانه را پر و پیمان نشان می‌دهد. شهرام کت و شلوار و گاهی شلور جین می‌پوشد. او کراوات می‌زند و معمولاً اورکت آمریکایی یا پالتویی شبیه کارآگاه‌ها به تن دارد، او با اینکه سرگرد ارتش است اما هیچگاه لباس نظامی به تن ندارد و در برخی صحنه‌ها لباس مبدل می‌پوشد. یکی از مهمترین عناصری که همواره پوشش او را کامل می‌کند، کمربندی است که او به صورت اوریب بر شانه می‌بندد و اسلحه خود را در آن قرار می‌دهد. محبوبه همسر شهرام، دلبسته اوست، زنی زیبا که آرامش خود را تنها در کنار همسرش می‌جوید. او آرایش غلیظی دارد، داخل خانه، لباس حریر پوشیده و روسری کوچکی به سر به تن دارد، در صحنه‌های دیگر هم پالتو و روسری پوشیده است. محبوبه و شهرام با هم خوبند و تنشی در میان آنان نیست جز فراق اجباری که دلیل آن سرعت گرفتن انقلاب است. هیچ صحنه‌ای از میز غذای آنها با هم دیده نمی‌شود. البته شهرام به هنگام تنهایی و زندگی مخفیانه‌اش در غذاخوری‌ها یا در خانه‌های خلوت و بی‌روح به هنگام طرح نقشه‌هایش غذاهایی آماده می‌خورد، مدام مشروب می‌نوشد و پیاپی سیگار می‌کشد، شهرام نه یک ماشین بلکه چند ماشین دارد. کتاب و تلویزیون در خانه آنها دیده نمی‌شود. مرد گاهی برای سرگرمی روزنامه‌ها را تورق می‌کند.

<sup>۱</sup> bar

جدول شماره ۳. شاخص‌های مصرف خانواده‌های طبقه بالا در سریال کیمیا

مقوله هسته‌ای	رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	شاخص‌ها
طبقه بالا: سرمایه‌دار غرب‌گرا غیر مردمی دین‌گریز	افزافه بودن فضا نسبت به اعضا، هراس از ناامنی، خلوت، سکوت و تنش	بسیار بزرگ با نمای سنگ، دارای فضاهای تزیینی و تفریحی	خانه
		نشانهٔ تمول، ارجاع به این مطلب که سرمایه زیاد با آرایش و آرامش همراه نیست. دور بودن از مردم و انزوا	رمزگان ایدئولوژیک
	این وسایل الزاماً برای مصارف روزمره نیست، بیش از نیاز و ایرانی نمی‌نماید، برخی از وسایل مخالف هنجارهای دینی	وسایل متنوع و متکثر، نو با چیدمانی هم‌رنگ و هماهنگ	اسباب و وسایل
		به «افراط»، زیاده خواهی، غرب‌گرایی و دور بودن از زندگی معمولی و دین‌گریزی، ارجاع می‌دهد.	رمزگان ایدئولوژیک
	میزهای غذا رنگارنگ اما خلوت است، گاهی به تنهایی غذا صرف می‌شود. خوراک یا نوشیدنی، راهی برای فرار از تنش‌ها و اشتغالات ذهنی	وعده‌های خوراکی بیش از معمول، معمولاً چند نوع غذا، ترکیبی از غذاهای ایرانی و غیرایرانی و غذاهای آماده، نوشیدنی‌های حرام، دخانیات	خوراک
		به حرام بودن روزی، اسراف، بی‌بهره بودن از حمایت جمع و فقدان آرامش اشاره می‌کند.	رمزگان ایدئولوژیک
	مخفی‌کاری، پنهان‌کاری، خودنمایی، پوشیدگی،	لباس‌های متنوع، مدهای غربی، رنگ‌های هماهنگ، استفاده از لباس‌های مبدل	پوشاک
		سعی بر نشان دادن تبعیت این عده از فرهنگ بیگانه دارد، ضمن اینکه بر زیاده‌طلبی، ترس، تناقض و دوچهرگی آنها تاکید می‌کند. با این حال به دلیل پوشیدگی زنان نمی‌توان، غرب‌گرا بودن آنها را پذیرفت.	رمزگان ایدئولوژیک
	زن و مرد هر کدام ماشین اختصاصی دارند.	استفاده از چندین خودرو، شیک	وسیلهٔ نقلیه
		نشان از اینکه، خودرو یک نیاز لوکس و بالا بوده، قدرت خرید بالا و نوگرایی را نشان می‌دهد	رمزگان ایدئولوژیک
خواندن روزنامه توسط مردها، آن هم به قصد تحلیل شرایط مرتبط با خود،	حداقل استفاده از رسانه، صرفاً خواندن روزنامه، وجود گرامافون‌های شیک در صحنه	مصرف فرهنگی	
	ارجاع به فرصت‌طلبی، حفظ موقعیت، بی‌توجهی به جریان‌ات اجتماعی، به روز بودن بیشتر مردان	رمزگان ایدئولوژیک	

ادامه جدول شماره ۳. شاخص‌های مصرف خانواده‌های طبقه بالا در سریال کیمیا

مقوله هسته‌ای	رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	شاخص‌ها
	مشخص نیست، اشراف به رخدادهای دیدگاه‌های سیاسی البته بیشتر در مردان آن هم به دلیل موقعیت کاری	تصویری از آن ارائه نمی‌شود.	تحصیلات
		سست بودن عنصر «دانش و آگاهی» در این طبقه، اهمیت فرد و حوزه‌های فردی	رمزگان ایدئولوژیک
	به ارث بردن، دستور دادن، خشونت، زور، بی‌تدبیری، عقب‌نشینی به هنگام بحران	کارخانه‌دار، مامور حکومتی	شغل
		سرمایه حاصل پیوند با صاحبان سرمایه و قدرت است، بازتولید فاصله طبقاتی و تاکید بر سلسله مراتب، بی‌کاری و شانس، واهی بودن و ناکارآمدی ثروت و قدرت	رمزگان ایدئولوژیک

بر اساس توضیحات پیشین و جدول بالا، خانه در این طبقه، بسیار بزرگ است نمای آراسته‌ای دارد و فضای وسیع آن بیش از حد نیاز اعضای خانواده است. با این حال این مکان، «نامن» و «تنش‌زا» است و دلیل آن به «عدم همراهی» یا «تقابل» اعضای آن با مردم بازمی‌گردد. به این ترتیب، «جدایی از متن جامعه» معنایی است که از این بازنمایی برمی‌آید. اسباب و وسایل این خانه‌ها به تبع وسعت و بزرگی، «متعدد و متنوع» است. این اثاث گرانبه‌ایست، بیش از رفع نیاز به منظور آراستن خانه، پرکردن فضا و ارائه چیدمانی هماهنگ و مدرن به کار رفته است. بنابراین «زیاده‌خواهی» و «افزون‌طلبی» را در این چیدمان برجسته می‌بینیم. نکته مهمتر ناهمخوانی چنین چیدمانی با شیوه مرسوم ایرانی و آموزه‌های آن می‌باشد، این ادعا به ویژه در مورد طراحی یک بار (bar) در خانه شهرام قابل اثبات است. کما اینکه، «بی‌دینی»، «حرام‌خواری» و «تاپاکی» را به متن چنین زندگی می‌آورد. پوشاک به عنوان شاخصی از مصرف در این گروه، به «غرب‌گرایی» و «مدگرایی» دلالت دارد. مردان این خانواده‌ها به طور معمول، کراوات می‌زنند یا لباس‌هایی برآمده از غرب و فرهنگ غربی به تن می‌کنند (مثل اورکت آمریکایی، شلوار جین، کلاه‌های لبه‌دار) این شاخص‌ها متناسب با شرایط آن دوره و سن و سال شخصیت‌ها، نشانه‌ای از تبعیت از الگوی غربی دارد. در مورد زنان باید گفت که آنان به ظاهر بی‌حجاب هستند. اما به دلیل ضوابط حاکم بر تلویزیون ج.ا.ا این بی‌حجابی مشهود نیست و نمی‌توان با توجه به پوشیدگی مو، آنها را «بی‌حجاب» قلمداد کرد. کما اینکه لباس‌هایشان نیز مانع چنین دریافتی می‌شود چراکه علیرغم رنگ، لعاب و تنوع، همواره پوشیده است. با این حال، تنوع لباس و آرایش چهره در آنها با تعدد بیشتری نمایش داده می‌شود تا از این طریق معنایی از بی‌حجابی و بی‌توجهی به آموزه‌های دینی به مخاطب القا

شود و «مصرف‌گرایی» آنها برجسته گردد. وعده‌های غذایی آنان نسبت به معمول آن دوره متنوع‌تر است، میز غذای آنها پر و پیمان‌تر است و در آن هم غذاهای ایرانی هم غذاهای آماده غیرایرانی دیده می‌شود. اما خوراک آنان در محیطی نامأنوس و خالی از محبت صرف می‌شود و فاصله گرفتن اعضا از هم به هنگام غذا خوردن در بازنمایی این طبقه کاملاً مشهود است. آنان یا از نظر فیزیکی از هم دور افتاده‌اند یا از لحاظ فکری از همدیگر دورند. بنابراین یا «تنها» غذا می‌خورند یا اینکه حین غذا بگو و مگو می‌کنند و اینگونه تعارضشان آشکار می‌گردد. در این خانواده‌ها، چندین خودرو وجود دارد که این نیز بر «تمول و برخورداری» همچنین اهمیت وسیله نقلیه در نظام مصرف این عده، دلالت می‌کند. در این خانواده‌ها، کتابی مشاهده نمی‌شود، با وجود فراوانی امکانات، اثری از رادیو و تلویزیون یا استفاده از این گونه رسانه‌ها دیده نمی‌شود. این رمزگان‌ها، الگوی مصرف فرهنگی آنها را از معنای «آگاهی» تهی می‌کند. در عوض وجود آلات موسیقی مثل گرامافون‌های گرانیقیمت در این خانه‌ها، الگوی فرهنگی آنها را در راستای تبعیت از نمادهای غربی به تصویر می‌کشد. با این حال مردان این گروه، گاهی روزنامه می‌خوانند، اما اخباری را رصد می‌کنند که با «موقعیت شغلی» یا «برنامه‌های» آنها مرتبط است. این بهره‌برداری رسانه‌ای، به «منفعت‌طلبی» و «سودجویی» ارجاع می‌دهد. و زنان این طبقه، شاغل نیستند آنان با وجود اینکه از ظاهری مدرن برخوردارند اما از حیث «منبع درآمد» به مردان وابسته‌اند. شغل مردان با مفاهیم «سرمایه‌داری» و «قدرت» پیوند می‌خورد. درآمد آنها نه به واسطه تلاش یا هوشمندی بلکه به دلیل پیوند با افراد متمکن یا صاحب قدرت به دست آمده است. «طمع»، «مال‌اندوزی»، «پنهان‌کاری و خیانت» از معانی است که از نوع شغل آنها برمی‌آید، کارهای آنها «خشونت»، «نگاه سلسله مراتبی»، و «فردیت» را باز می‌تاباند.

### جمع‌بندی الگوی مصرف

مصرف خانواده‌ها در بخش نخست سریال کیمیا چنانچه دیده شد به گونه‌ای بازنمایی می‌شود که آنها را به دو طبقه «متوسط» و «بالا» تقسیم می‌کند. به این ترتیب، معانی که از این نوع تقسیم‌بندی بدست می‌آید، آنها را بر اساس مفاهیم موجود در جدول زیر از هم متمایز می‌سازد:

طبقه متوسط	طبقه بالا
زحمت‌کش	فرصت‌طلب
مردم	فرد
جمع	انزوا
میان‌روی	افراط
فرامادی	مادی
آگاهی	تغافل
خودی	بیگانه

«میزان سرمایه»، «نحوه کسب آن» و «چگونگی بهره‌برداری از آن» در خانواده، منظمه‌های از مفاهیم را برای هر دو طبقه نامبرده می‌سازد که هر کدام در سمتی از یک طیف قرار دارند و در تقابل با یکدیگرند. در این رویارویی، «طبقه متوسط» در خانواده‌های شریف و زحمت‌کشی به تصویر درمی‌آیند که کسب‌شان حلال است و منبع درآمد روزمره‌اشان از مجرای کار ارزشمند و خدمت به خلق تامین می‌شود. اما در مقابل طبقه بالا، به واسطه پیوندشان با منابع «ثروت» و «قدرت» به درآمد هنگفتی دست می‌یابند. آنان آدم‌های فرصت‌طلبی هستند که از شرایط به نفع خود بهره می‌برند. از این منظر، طبقه متوسط، فراتر از خود با «جمع و مردم» پیوند می‌خورد، در حالیکه طبقه بالا به «فرد و منفعت‌طلبی» ارجاع می‌دهد. این معنا در شیوه مصرف آنان به وضوح برجسته است. دسترنج طبقه متوسط، کفاف زندگی آنها را می‌دهد، آنها به اندازه نیاز از امکانات مادی بهره می‌برند و «اعتدال و میانه‌روی» در زندگی‌اشان آشکار می‌گردد. اما طبقه بالا، بسیار بیش از نیاز روزمره، مصرف می‌کند. این نوع مصرف، «افراط و زیاده‌روی» را بازنمایی می‌کند. از این نگاه، نقطه اتکا طبقه متوسط در زندگی روزمره، نه مادیات بلکه ارزش‌های فرا مادی چون اعتقاد به خدا، عشق به مردم و میهن است، بنابراین زندگی آنان، برآمده از آموزه‌های دینی و ارزش‌های بومی است بنابراین در ذیل مفهوم «خودی» برای مخاطبان معرفی می‌گردد. اما آنچه زندگی طبقه بالا را معنی می‌کند تنها مادیات است. در این نگاه، خدا، ارزش‌های دینی و سنت‌ها نادیده گرفته می‌شود و پول اصلی‌ترین عامل حفظ خانواده تلقی می‌شود. این نوع بازنمایی با بکارگیری لوازمی که ریشه در غرب و فرنگ دارد، چنین الگویی را به دور از ارزش‌های بومی به تصویر درآورده، آن را نمادی از بیگانه‌پرستی برمی‌شمرد. نکته مهمتر آنکه زندگی طبقه متوسط چه به واسطه شیوه درآمد چه به واسطه مصرف، با عنصر «آگاهی» پیوند می‌خورد. بهره‌گیری آنان از ابزار هنری - رسانه‌ای به گونه‌ای به تصویر درمی‌آید که آنان را در متن زندگی اجتماعی و جریانات آن قرار می‌دهد و با توجه به شرایط آن دوره، یعنی نزدیک شدن به پیروزی انقلاب، مصرف آنان را با حرکت مردم پیوند زده، آنها را آگاهی‌بخش معرفی می‌کند. اما چنانچه گفته شد طبقه بالا، به واسطه زندگیشان، از مردم دورند، نسبت به اخبار و رویدادها مگر به اجبار و برای حفظ موقعیت خود، بی‌توجه‌اند و اعتنایی به حوادث پیرامون خود ندارند.

#### نتیجه‌گیری

بررسی الگوی مصرف نشان داد که «خانواده متوسط» و «خانواده سرمایه‌دار» دو کلیشه ثابت در بخش نخست سریال کیمیا هستند که به واسطه آنها نه تنها بخشی از طبقه‌بندی اجتماعی آن دوره از نگاه سازندگان این سریال روایت می‌گردد بلکه با استفاده از آن شرایط سیاسی دوره



پیش از انقلاب نیز به نمایش درمی‌آید. در واقع این سریال بر آن است با بکارگیری از این نوع کلیشه‌سازی، دو گروه مخالف و موافق انقلاب را به تصویر بکشد. با این تمهید، مدافعان انقلاب، افراد میانه‌رو، پرهیزکار، پاکدست، مردمی و آگاهی‌ی هستند که در مقابل زیاده‌روی‌ها و افزون‌طلبی‌ها می‌ایستند و آن را بر نمی‌تابند. بر خلاق آنان مخالفان انقلاب، خانواده‌های مرفه و بی‌دردی معرفی می‌شوند که دغدغه اصلی آنها «ثروت‌اندوزی» است. بر اساس این دسته‌بندی، طبیعی است که گروه اول در پی تغییر این شرایط و گروه دوم به دنبال حفظ شرایط موجود باشند. در واقع بازنمایی طبقه متوسط و بالا بر اساس مصرف مادی - فرهنگی در این سریال، با توجه به دوره‌ای که به انقلاب منتهی می‌شود بر آن است تا با اتصال طبقات «بالا دست» به مفاهیمی چون «قدرت»، «پول» و «مادیات» دلایل طرد آنها را در حرکت انقلابی مردم توجیه نماید. در آن دوره، مبارزه با سرمایه‌داری و مظاهر آن از مهمترین رویکردهای انقلابیون بود، به این ترتیب، این مجموعه نمایشی قصد دارد که با بازنمایی این طبقه در قالب خانواده‌های گسیخته از مردم و ارزش‌هایشان، به لایه‌های زیرین آنها نقب زند و این فاصله را به شکلی عینی و در چارچوب مظاهر ملموس زندگی به نمایش گذارد. از طرفی زندگی طبقه متوسط، با عجین شدن با مردم، ماهیت آرمان‌ها و مطالبات مردمی را به تصویر می‌کشد. برجسته بودن دین، میهن و سنت، زندگی آنها را مطابق معیارهای «خودی» ترسیم می‌کند و تضاد آنها را با طبقه بالا دست به عنوان «دیگری»، طبیع، منطقی و خردمندانه تلقی می‌کند. در این بازنمایی، مشارکت محوری خانواده‌های طبقه متوسط با اموری که با همگان، جمع و جامعه گره می‌خورد، نقش برجسته‌ای در حرکت انقلابی به آنان می‌بخشد. باید گفت این بازنمایی گرچه حرکت ضد استکباری و بیگانه‌پرستانه دوره پیش از انقلاب، قرابت دارد، اما با کاستی‌هایی روبروست که رفع آنها به فهم بهتر آن دوره یاری می‌کند:

نخست آنکه تقلیل طبقات آن دوره به دو طبقه «متوسط» و «بالا»، بخشی از واقعیت اجتماعی آن دوره یعنی وجود و حضور طبقه «محروم و پایین» در جامعه را نادیده می‌گیرد. این موضوع به‌ویژه با انتشار طبقه متوسط به عنوان طبقه اصلی و اثرگذار در جریان حرکت انقلابی مردم، نقش محرومان و ضعفا را در این میان حذف می‌کند. از آنجا که این بخش از سریال بر آن است تا تاریخ آن دوره را به مخاطب نشان دهد، بنابراین نادیده انگاشتن این طبقه به معنی تفسیری از انقلاب به نفع طبقه متوسط آن هم طبقه متوسط برخوردار و بالاست. در حالیکه انقلاب اسلامی در کلام رهبران آن، خاصه در سخنان امام خمینی (ره) همواره انقلاب محرومان و پابرهنگان خوانده شده است.

دوم آنکه برجسته کردن «طبقه متوسط» در متن زندگی جمعی و جریانات روزمره آن دوره و بی‌اعتنایی به طبقه محروم، مطالبات اقتصادی، انقلاب را به نفع مطالبات ایدئولوژیک به

حاشیه می‌راند. گرچه بیگانه‌پرستی و غرب‌گرایی فرادستان و حاکمان آن دوره، عامل مهمی در جوشش سراسری مردم بود و پیشگامان نهضت از خاستگاه والای دینی برخوردار بودند، اما محرومیت، فقر و بی‌اعتنایی به فرودستان و طبقات پایین دست نیز در شعله‌ور شدن خشم مردم موثر بود. بنابراین پرداختن به آن، به دریافت درست شرایط آن دوره کمک می‌کند.

نکته بعد آنکه در بازنمایی طبقات، بعضاً با تناقضاتی روبرویم. مثلاً زندگی طبقه متوسط در این سریال چنانچه اشاره شد در سطح طبقه «متوسط مطلوب» قابل تعریف است. شغل آبرومند، درآمد مکفی، نداشتن کمبود از ویژگی‌های این زندگیست، با این حال سریال بر آن است که آنها را با متن مردم و طبقه کم‌بهره‌تر گره بزند و برای این امر، بخش از مصرف آنها را در قالبی ضعیف بازنمایی می‌کند. مثلاً آقای نکونام با داشتن کتابفروشی و چاپخانه از یک ماشین لکندی و قراضه استفاده می‌کند، در حالیکه این موضوع با میزان بضاعت وی همخوانی ندارد. یا استوار پارسا با این که صاحب دو خانه است اما یک موتور اسقاطی دارد، در صورتی که صاحبان این مشاغل به نظر، توان خرید وسیله نقلیه بهتری را با توجه شرایطی که روایت سریال برای آنها ترسیم می‌کند، داشته‌اند. یا آنکه طبقات متوسط از تلویزیون استفاده می‌کنند اما در طبقات بالا با توجه به وفوری که در زندگی‌شان به تصویر درآمده، جایی برای حضور دستگاه تلویزیون در نظر گرفته نشده است.

آخرین نکته آنکه بی‌توجهی به «صورت یا ساختار ظاهری» نمایش‌های تلویزیونی، القای معنا را نقیصه همراه می‌سازد. این موضوع در تصویری که از زنان این سریال به خصوص زنان طبقه بالا دست ارائه شده، کاملاً روشن است. سریال سعی دارد، فخرفروشی، بی‌حجابی و مدگرایی آنها را نمایش دهد، اما پوشش سر و تن آنها به دلیل پوشیدگی، نمی‌تواند این معانی را القا کند. یا اینکه دانش‌آموزان آن دوره را کاملاً پوشیده نشان می‌دهد گرچه سیمای ج.ا.ا. مجبور به رعایت ملاحظات در این باره است اما به هر دلیل نشان دادن حجاب و تلقی بی‌حجابی از آن تناقضی در رمزگشایی ایجاد می‌کند و امکان متبادر کردن معنایی متفاوت به ذهن مخاطب را بالا می‌برد. بنابراین شایسته است که در روایت تصویری واقعیت‌های تاریخی، به «صورت» نمایش توجه بیشتری شود و از شیوه‌هایی که امکان خطای دریافت را کم می‌کند، استفاده گردد.

## منابع

- آخوی، احمد (۱۳۸۰) اقتصاد کلان، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۸۰، ص ۱۵۱.
- اموت، ترزا (۱۳۸۶) طبقه در فرهنگ اندیشه انتقادی: از روشنگری تا پسامدرنیته، مایکل پین (ویراستار)، ترجمه پیام یزدانجو، تهران: مرکز.
- امینی، م؛ محسنیان راد، م؛ کیمیگر، س.م و امیدوار، ن (۱۳۸۶) آگهی‌های تلویزیونی، کودکانمان را به مصرف چه خوراکی‌هایی تشویق می‌کنند؟» مجله علوم تغذیه و صنایع غذایی ایران، ۲ (۱).
- انتشارات سوره مهر (۱۳۹۲) از روی دست رمان نویس (تنظیم مجموعه مصاحبه‌هایی با ادوارد مورگان فورستر، ارنست همینگوی، ویلیام فاکنر، آلدس هاکسلی و ژرژ سیمون) ترجمه محسن سلیمانی، تهران.
- اندرو میلنر و جف براویت (۱۳۸۷) درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، ترجمه جمال محمدی، تهران: نشر ققنوس.
- ای. بیو، فرانک (۱۳۶۹) فرهنگ واژه‌های فیلم، ترجمه بیژن اشتری، تهران: سحاب.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۵) جامعه‌شناسی خانواده ایرانی، تهران: سمت.
- بحرانی، محمد حسین (۱۳۸۸) طبقه متوسط و تحولات سیاسی در ایران معاصر (۱۳۲۰-۱۳۸۰)، تهران: آگاه.
- بودریار، ژان (۱۳۸۰) فرهنگ رسانه‌های گروهی، ترجمه شیده احمدزاده، مجله ارغنون، ۱۸۳-۱۲۴.
- بوردول، دیوید و تامسون، کریستین (۱۳۹۳) هنر سینما، ترجمه فتح محمدی، تهران: نشر مرکز، چاپ یازدهم.
- شالباف، عدرا (۱۳۸۵) بررسی تأثیر تحصیلات زن بر توزیع قدرت در خانواده، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی: واحد علوم تحقیقات.
- شهابی، محمود (۱۳۹۱) سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه در میان جوانان ایرانی و دلالت‌های سیاسی آنها در الگوهای سبک زندگی ایرانیان، صص: ۷۳-۳۵ تهران: پژوهشکده تحقیقات راهبردی، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، چاپ دوم.
- ضیمران، محمد (۱۳۸۲) درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر، تهران: نشر قصه.
- فاضلی، نعمت‌الله و خالدیان، اقبال (۱۳۹۱) بازنمایی سبک زندگی طبقه متوسط در سریال‌های تلویزیونی، مطالعه موردی سریال «مرگ تدریجی یک رویا»، فصلنامه رسانه، شماره ۸۸، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲) مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.

- فلچر، بن (۱۳۸۱) کار، فشار روانی، بیماری و امید به زندگی، ترجمه ابوالقاسم نوری و عباسعلی پورخاقان، اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.
- فیسک، ج (۱۳۸۶) درآمدی بر مطالعات ارتباطی، ترجمه مهدی غبرایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- قدیری اصل، باقر (۱۳۷۹) کلیات علم اقتصاد، تهران: مرکز نشر سپهر. ص ۲۷۴.
- کالکر، رابرت (۱۳۸۴) فیلم، فرم و فرهنگ (ترجمه بابک تیرایی)، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- کسل، فیلیپ (۱۳۸۳) چکیده آثار آنتونی گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ققنوس.
- کوثری، مسعود و عسکری سید احمد: بازنمایی خانواده ایرانی از منظر روابط جنسیتی و نسلی در آگهی‌های تلویزیونی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هشتم، شماره ۴ زمستان ۱۳۹۴، صص: ۲۶-۱.
- گوروویچ، ژرژ (۱۳۵۲) مطالعه درباره طبقات اجتماعی، فکر طبقه اجتماعی از مارکس تا امروز، ترجمه باقر پرهام، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱) جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گیل، د (۱۳۸۴) الفبای ارتباطات، ترجمه ر. کریمیان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- لاجوردی، هاله (۱۳۷۶) ساختار قدرت خانواده، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- لیپست، اس.ام (۱۳۸۱) جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی، ترجمه جواد افشار کهن، مشهد: نشر نیکا
- محتشم دولتشاهی، طهماسب (۱۳۸۴) نظریه‌ها و سیاست‌ها در اقتصاد کلان، تهران، ویستار، ص ۱۴۵.
- معینی‌فر، حشمت‌الله و محمدخانی، نجمه (۱۳۹۰) بازنمایی الگوی مصرف یک خانواده آمریکایی: سیمسون‌ها در اوقات فراغت، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، شماره ۱، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و پژوهش‌های رسانه‌ها.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹) نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- وبر، ماکس (۱۳۸۵) اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری، ترجمه عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری کاشانی، تهران: شرکت انتشارات علمی فرهنگی، چاپ سوم.
- وبلن، تورشتاین (۱۳۸۳) نظریه طبقه تن‌آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.
- هیل، جان (۱۳۸۱) پسامدرنیسم و فیلم، ترجمه الهه دهنوی، فصلنامه ارغنون، ۲۰.

- Bourdieu, P. (1984) **Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste**. Rutledge. - **Cambridge Dictionary** (2006).
- Lash, S. & J. Urry (1987) **The End of Organized Capitalism**. Cambridge: Polity.
- Abbotte. P (1993) **Sociology (feminist perspective)**. London: Rutledge.
- **Collins English Dictionary – Complete and Unabridged** © HarperCollins Publishers, 2003.
- Giddens,A (1991) **Modernity and self Identity**, Cambridge: polity.
- Good, W., J. (1963). **World Revolution and Family Pattern**. New York: Free Press.
- Hall, Stuart (2003) **Representation**, Sage publication
- Hall. S (1997) **Representation: cultural Representation and Signifying Practices**. London:Sage
- Olson, D. (1999) **The measurement of family power by self report & behavioral methods**. *Journal of Marriage and the Family*, 31, 545-550.
- rican Heritage® Dictionary of the English Language, Fifth Edition. Copyright © 2016 by Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company. Published by Houghton Mifflin
- Rojek, chris (2003)Stuart Hall. Cambridge: polity Publication.
- **Scot, john, ( 2006) sociology: the key concepts, London and new york: Routledge.**
- Sobel, M (1981) **Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses**. Academic Press.