

بازنمایی مادر در سریال‌های پربیننده بعد از انقلاب؛

تحلیل نشانه‌شناختی سریال‌های «پاییز صحرا»، «پدرسالار»، «متهم گریخت» و «دلنوازان»

فرزانه حسام^۱، احتشام رشیدی^۳، ابوالفضل دانایی^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۰۱/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۵

چکیده

مادرانگی، نقش نمادین، عینی، مختص، انتسابی و اسطوره‌ای زنان است که هم زندگی شخصی و اجتماعی آنها را تحت‌سیطره خود قرار می‌دهد و هم هویت جنسیتی را برمی‌سازد. رسانه‌ای همچون تلویزیون، می‌تواند از طریق برنامه‌های مختلف- از جمله سریال‌ها- به بازنمایی این نقش بپردازد. اینکه تلویزیون در سریال‌های پربیننده چهل سال اول انقلاب اسلامی چه تصویری از مادر ارائه کرده، مسئله اصلی این پژوهش است. در این راستا و براساس نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات صداوسیما، چهار سریال پربیننده «پاییز صحرا»، «پدرسالار»، «متهم گریخت» و «دلنوازان» انتخاب شدند. در واقع، از هر دهه، یک سریال پربیننده که مادر در آن نقش جدی دارد، برگزیده شد. سپس به روش نشانه‌شناسی و مبتنی بر مدل سلبی و کاودری، نماهای منتخب هر سریال موردبررسی قرار گرفتند. براساس یافته‌ها، تصویری که از مادر در این سریال‌ها ارائه شده، نه کاملاً ثابت مانده و نه دائماً تغییر کرده است. در واقع، از یک سو، بر روی برخی از ویژگی‌های مادر ایرانی پافشاری و تأکید شده و از سوی دیگر، تلاش شده برخی از ویژگی‌ها و کلیشه‌های مادر، اصلاح شود. با مقایسه کلیشه‌های هشت‌گانه کوالتزکه و استوارت، مشخص شد که کلیشه «زن خانه‌دار» در سریال‌های «پاییز صحرا»، «پدرسالار»، «متهم گریخت» و کلیشه‌های «زن شاغل» و «مادر فوق‌العاده» در سریال «دلنوازان» به تصویر کشیده شده است. همچنین در سریال «دلنوازان»، تصویر مادر نسبت به سه سریال دیگر دستخوش تغییرات زیادی شده است.

واژه‌های کلیدی

بازنمایی، تحلیل محتوای کیفی، سریال تلویزیونی، مادر، نشانه‌شناسی.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. دکترای مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران (نویسنده مسئول)

far54hesam@yahoo.com

۳. استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

e.rashidi@semnaniau.ac.ir

۴. دانشیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

a.danaei@semnaniau.ac.ir

مقدمه

در اهمیت رسانه‌ها همین بس که در دنیای امروز، نقش و جایگاهی تعیین‌کننده یافته‌اند و بر همهٔ مناسبات فردی و اجتماعی انسان‌ها اثر گذاشته‌اند (بروجردی‌علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۳-۵۴). به عبارت دیگر، رسانه‌ها، بخش بزرگی از زندگی روزمره مردم هستند؛ به طوری که شیوه مردم برای پذیرش باورها، ارزش‌ها و چگونگی درک آنها از خود و جهان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (جوهر، ۲۰۱۷: ۸). در واقع، رسانه‌ها از جمله مهم‌ترین منابع فرهنگی در زندگی به حساب می‌آیند و به عنوان پیچیده‌ترین دستگاه‌های تبلیغاتی، عمده‌ترین و بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری نظام فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی دارند و نقش مهمی در انتقال اطلاعات و تنویر افکار عمومی و ارائه آگاهی و بینش به افراد جامعه ایفا می‌کنند (کریمی‌فرد و کیا، ۱۳۸۳: ۲۳). «مدیریت و هدایت فرهنگ و افکار عمومی جامعه» به عنوان مأموریت سازمان صداوسیما نیز حاکی از همین دیدگاه است.

در این میان، رسانه‌های تصویری به واسطه دارا بودن حوزهٔ گسترده‌ای از مخاطب، جزء جدایی‌ناپذیر زندگی مردم بوده و با فرهنگ آنها درآمیخته‌اند (قندهاریون و رستمی، ۱۳۹۶: ۱۸۶). این رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون، امروز دیگر از نقش یک وسیلهٔ سرگرم‌کننده خارج شده و به وسیله‌ای برای فرهنگ‌سازی و القای سبک زندگی خاص به مخاطبان خود تبدیل شده‌اند (بروجردی‌علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۴-۵۳). تلویزیون که از آن به عنوان جعبه جادویی نیز نام برده می‌شود، تأثیرات آشکار، سریع، مستقیم و متعددی بر جامعه دارد و می‌تواند از طریق برنامه‌های مختلف- به ویژه سریال‌ها و فیلم‌ها- بر الگوی رفتاری و اخلاقی، نگرش‌ها، فرهنگ و عادات افراد جامعه اثر بگذارد و آن را تغییر دهد (هرمزی‌زاده و فلاح برندق، ۱۳۹۳: ۳۳). در جامعهٔ ایران نیز تلویزیون توانسته به عنوان رسانه غالب در زندگی روزمره نقش‌آفرین باشد و سریال‌های تلویزیونی جزء پرطرفدارترین برنامه‌های آن هستند. البته این مسئله که رسانه‌ها تا چه میزان قادر به بیان واقعیت‌اند و یا به چه اندازه آن را تحریف می‌کنند، همواره مورد توجه بوده است. به عقیده گانتلت و هیل، تلویزیون فقط هویت مردم را تعیین و خلق نمی‌کند؛ بلکه صرفاً سکوی پرتابی است برای ایجاد تخیل در فرد (گانتلت

و هیل، ۲۰۰۱، نقل‌شده در فرجی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۹). سایمون، از پیشگامان عرصه مطالعات رسانه و کلیشه‌سازی نیز بر این باور است که هر تصویری که از یک مفهوم در جامعه وجود دارد، در بهترین شکل ممکن بازنمایی شده است. در واقع، یکی از راه‌های شناخت و درک هنجارهای هر جامعه، رجوع به بازتاب آنها در رسانه‌ها- و به ویژه رسانه‌های تصویری- است (سایمون، ۱۹۹۹، نقل‌شده در قندهاریون و رستمی، ۱۳۹۶: ۱۸۹-۱۹۰).

البته برای شناخت واقعیت‌های یک جامعه، نباید تنها به سراغ اخبار و گزارش‌ها رفت، بلکه بیش از آن، برنامه‌های نمایشی عامه‌پسند^۱ می‌توانند برای نیل به این هدف کمک‌کننده باشند. داستان‌ها و نمایش‌ها- به‌ویژه مجموعه‌های پی‌درپی (سریال‌ها)- که برای جذب مخاطب باید به دنیای او نزدیک شوند و خود را با فرهنگ، آرزوها و نیازهای هم‌هنگ کنند، بهترین دستمایه برای شناخت ویژگی‌های گوناگون جامعه به شمار می‌روند (سعدی‌پور و علی‌پور، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

از سوی دیگر، جامعه انسانی و مباحث مربوط به آن، از جمله مسائل و موضوعات مربوط به زنان، مدام در حال تغییر و تحول است. به موازات پیشرفت‌های اجتماعی و تغییر و تحولاتی که در فرهنگ و تمدن جوامع پدید آمده است، طرز تفکر نسبت به این قشر نیز تغییر یافته، به طوری که بررسی‌ها و مطالعات در این خصوص، بیشتر تحت‌تأثیر فرهنگ و تمدن اجتماعات گوناگون قرار گرفته و در هر مورد برداشت خاصی از آن شده است. کشور ما نیز علی‌رغم داشتن فرهنگ دیرین و عمیق، از این نابرابری‌ها فارغ نبوده و الزاماً با چالش‌ها و نگرش‌های متفاوت نسبت به این موضوع مواجه بوده است. تغییر و تحولات ناشی از انقلاب اسلامی، توجه به مشکلات اساسی و بنیادی اجتماع ایران و لزوم توجه به حقوق زنان به عنوان نیمی از بافت جامعه، سبب شد نگرش تبعیض‌آمیز و نابرابری‌های اجتماعی تا حدودی رفع شود و نگرش سنتی مبنی بر حبس زن در خانه و نقش «تدبیر منزل»^۲ به کلی از بین برود (کریمی‌فرد و کیا، ۱۳۸۳: ۲۳-۲۲).

1. Soap Opera

۲. سریال، برنامه‌ای نمایشی است در چهارچوب معیارهای تلویزیون که معمولاً بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه بوده و داستان دنباله‌داری را با شخصیت‌های ثابت، به تصویر می‌کشد (مفاخر، ۱۳۸۴: ۱۵۸).
۳. تدبیر منزل به نقل از ویکی‌فقه، یعنی منظم کردن امور خانه و تصرفاتی که به آن مربوط است؛ به طوری که وضع آن رو به صلاح گذارد و اهل منزل از فواید مطلوب آن برخوردار شوند.

بنابراین با توجه به آنچه گفته شد، دور از انتظار نیست که در طول زمان و به تناسب تصویری که از مادر- به‌عنوان یکی از نقش‌های اصلی زنان- در رسانه‌ها به نمایش درمی‌آید، سبک زندگی و ویژگی‌های فردی و اجتماعی این قشر مهم، نقش‌آفرین و مؤثر بر نهاد خانواده و اجتماع، دستخوش تغییراتی شود. اما اطلاع از این موضوع بدون داشتن تصویری روشن از نحوه بازنمایی مادر در رسانه مهمی چون تلویزیون میسر نخواهد بود. بنابراین، این موضوع که در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر سریال‌های تلویزیونی پربیننده، تصویر مادر در طی زمان ثابت مانده و یا تغییر کرده، به عنوان مسئله قابل طرح است. به عبارت بهتر، نحوه بازنمایی مادر و تغییرات صورت گرفته در بازنمایی ابعاد مختلف او با توجه به وقوع انقلاب اسلامی و چهل سال پس از آن، مسئله‌ای است که در این پژوهش مدنظر قرار گرفته است. در این راستا، هدف اصلی تحقیق عبارت است از:

❖ بررسی، شناخت و احصای تصویر بازنمایی‌شده از مادر در سریال‌های ایرانی پربیننده در چهار دهه اول انقلاب.

پرسش اصلی تحقیق عبارت است از:

❖ چه ابعادی از مادر (آشکار و مستقیم یا در رمزهای پنهانی و غیرمستقیم) در بازنمایی او موردتوجه سریال‌سازان تلویزیون بوده است؟

پیشینه پژوهش

در ابتدا به پژوهش‌های داخلی در این زمینه اشاره می‌شود:

قاسمی (۱۳۷۱) در پژوهشی با عنوان تصویر زن در سریال تلویزیونی «چراغ خانه»، نشان داد که فعالیت‌های زن نقش اول به مکان‌ها و امور خاصی محدود می‌شود. در محدوده خانه، شست‌وشوی ظروف، چیدن شیرینی، گل‌آرایی، کوبلن‌دوزی را برعهده دارد و در فعالیت‌های خارج از خانه، منفعل است و یا به شکل حضور در مکان‌های خرید دیده می‌شود. دخترش را راهنمایی و کنترل می‌کند و در نقش همسر، بیشتر انتظار دارد شوهر، مسائل را حل کند. منفعلانه عمل می‌کند و به نحو پایدار به برادر خود وابسته است.

نتایج پژوهش پیرحیاتی (۱۳۷۳) با عنوان چگونگی ارائه شخصیت زن در برنامه‌های تلویزیونی از نگاه مردم، حاکی از آن است که ۶۶ درصد پاسخگویان معتقدند بیشتر زنان در نقش خانه‌دار ظاهر می‌شوند. درمورد خصوصیات شخصیتی زنان در تلویزیون، ۸۵ درصد به خصوصیات منفی آنان همچون، احساساتی بودن، توقع زیاد، تسلیم‌پذیری زیاد، حسادت، مظلومیت و ستم‌کشی، پرحرفی و پرچانگی، خشونت و تندی، استبداد و جاه‌طلبی، بی‌مسئولیتی و فضولی اشاره کرده‌اند.

اعزازی (۱۳۷۳) در کتاب خود با عنوان خانواده و تلویزیون، ۸ سریال ایرانی شبکه اول را تحلیل محتوا کرد که از جمله نتایج آن، این بود که مسائل و مشکلات زنان به چهارچوب خانه محدود می‌شود و دغدغه فکری آنان، فرزندان و سپس همسر است. ضمن آن که تأکید مثبت بر نمایش زن در خانواده به صورت نمایش ندادن او در خارج از محیط خانه بود و این‌گونه وانمود می‌شد که هرگاه زنان قادر به ارائه نقش سنتی خود (مادر- همسر) نباشند، مشکلات خانوادگی رخ خواهد داد.

نیشابوری (۱۳۷۷) در پژوهشی با عنوان تحلیل محتوای سریال «وکلاي جوان» نشان داد که در ۴۷ درصد صحنه‌های سریال، زن حضور ندارد. در ۲۵ درصد صحنه‌ها، زن نقش اصلی و در ۲۸ درصد صحنه‌ها نقش فرعی و حاشیه‌ای را ایفا کرده است. در ۲۳ درصد صحنه‌ها، خصایص شخصیتی زن، منفی، در ۱۵ درصد معمولی و در ۱۵ درصد مثبت بوده است.

قاسمی و قره‌شیخو (۱۳۷۷) پژوهش مشابه دیگری را با عنوان تحلیل محتوای سریال «به سوی افتخار» انجام دادند که نشان داد در این سریال هر چند زن به عنوان شخصیت مثبت مطرح است، کمترین حضور را در صحنه‌ها دارد. بیشتر به عنوان همسر ایفای نقش می‌کند و فرایندهای کنش وی اغلب همدلی و دوستی است. انگیزه‌های رفتاری‌اش همواره مثبت است و از نظر ویژگی‌های فکری، اخلاقی و احساسی، بیشتر از همه ویژگی‌های احساسی ملاحظه می‌شود.

پژوهش هرمزی‌زاده و همکاران (۱۳۹۷) با عنوان بازنمایی روابط خانوادگی در فصل‌های چهارگانه مجموعه تلویزیونی «پایتخت» نشان داد که مجموعه‌ای از دلالت‌های فرهنگی بر روابط سرشار از صمیمیت و نزدیکی اعضای خانواده دلالت دارند. مطابق با بازنمایی‌های صورت گرفته، خانواده در این سریال، سازه‌ای

صمیمانه با روابط نزدیک بین زن و شوهر و والدین و فرزندان است. به طور کلی، مجموعهٔ رمزگان استفاده شده در سریال «پایتخت» ایدئولوژی خانواده صمیمی را بازنمایی و به برساخته‌های این نظام، خصلتی طبیعی می‌بخشد.

نتایج پژوهش اویسی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان بازنمایی مفهوم زن در تبلیغات: رویکردی اجتماعی، معنا- نشانه‌شناختی، بیانگر بازنمایی مفاهیم کلیشه‌ای زنان بوده و میزان بازنمایی ضدکلیشه‌ها در تبلیغات، در مقایسه با کلیشه‌ها بسیار پائین‌تر است. تصویری که از زنان در تبلیغات نشان داده می‌شود، اغلب نقش‌های مادر، همسر، آشپز، خانه‌دار، معلم، مصرف‌کننده، فروشنده، از خودگذشته، پرتلاش (اغلب در محیط خانه)، وابسته به مرد، بدون استقلال مالی، پشتیبان و حمایتگر فرزندان و منفعل در انجام برخی امور است و در این میان، نقش مادری بیش از دیگر نقش‌ها به چشم می‌خورد.

پژوهش موسویان اصل (۱۴۰۰) با عنوان مقایسه تطبیقی مفهوم مادر در سینمای دهه ۶۰ و دهه ۹۰ که به روش نشانه‌شناسی بر روی فیلم‌های «مادر»، «پرندۀ کوچک خوشبختی»، «گل‌بهار»، «مادر پاییزی»، «شیار ۱۴۳»، «من مادر هستم» و «تیغ و ترمه» انجام شده، نشان داد که مادر در دهه ۶۰، مادرانگی اصیل و اسطوره‌ای را داراست و آن را حفظ نموده است. در این دهه، در وجود مادران، مهر و عاطفه مادری وجود دارد و با تمام وجود این محبت را نثار فرزندان‌شان می‌کنند. در کل، در این دهه مادران، مقاوم و صبور بوده و تمام توان و تلاش را برای فرزندان خود می‌کنند. ولی در دهه ۹۰، مفهوم مادری به شدت تحت‌تأثیر سبک زندگی قرار گرفته است و مادران با تغییر کمی در شرایط زندگی، مقاومت و صبر کمتری دارند که منجر به ترک فرزند و فروپاشی خانواده می‌شود. در این دهه، بی‌بندوباری، نبود عفت کلامی و استفاده از کلمات توهین‌آمیز و بی‌ادبانه، مقید نبودن به مذهب، ارتباط بیشتر دختران و پسران، اعتیاد و... منجر به سست شدن بنیاد خانواده و تغییر در مادرانگی- مخصوصاً در طبقه بالای اجتماع- شده است.

پژوهش محمدپور و همکاران (۱۴۰۱) با عنوان بازنمایی و برساخت سوژهٔ زن سرپرست خانوار در سینمای ایران (نشانه‌شناسی فیلم‌های روسری آبی، کافه

ترانزیت و دهلیز)، نشان می‌دهد زنان سرپرست خانوار موجود در این آثار، دارای نشانه‌های مشترک و تیپ‌های یکسان و حتی دغدغه‌ها و چالش‌های مشترک هستند. زنان سرپرست خانوار منتخب در این فیلم‌ها، تنها در سطحی که شامل نحوه پوشش، ادبیات و... است، دستخوش تغییر شدند، اما در بطن و ماهیت، تکرار تمامی زنان برساخت‌شده در طول تاریخ سینما هستند. قدرت در این فیلم‌ها از دو سازوکار، بهره جسته است: نخست به صورت پنهان و غیرمستقیم بر قداست خانواده و لزوم مدیریت زن در آن پرداخته و گفتمان خانه‌دار بودن زن را بازتولید و اُبژه زن در خانه را تکثیر کرده است. از سوی دیگر، برساخت شدن زن وفادار در قبال تعهد به همسر یا خانواده و برعهده گرفتن نقش‌های پدری و مادری را نشان می‌دهد.

در ادامه، به پژوهش‌های خارجی در این زمینه اشاره می‌شود:

مطالعه‌ای که برتل و کنترا^۱ (۱۹۸۸) درخصوص مشاغل زنان و مردان در سریال‌های تلویزیونی در آمریکا انجام داده‌اند، نشان می‌دهد ۲۰ درصد شخصیت‌های مرد برابر ۱۱ درصد شخصیت‌های زن در مشاغل با پایگاه بالا، ۱۴ درصد مردان در برابر ۹ درصد زنان در سایر مشاغل و ۸۰ درصد زنان در برابر ۶۵ درصد مردان بدون شغل نشان داده‌اند.

نتایج پژوهش کریگ^۲ (۱۹۹۲) درباره نگرش برنامه‌های تلویزیونی به زنان و مردان نیز نشان داده که در اغلب موارد، نقش‌های زنان در برنامه‌های تلویزیونی، مبتنی بر عقاید قالبی سنتی است و به طور معمول، زنان، نقش فرمان‌بردار را ایفا می‌کنند. توزیع نابرابر نقش‌ها در تبلیغات ساعات پربیننده تلویزیون نیز بیانگر آن است که حضور زنان و مردان در برنامه‌های تلویزیونی نابرابر است. همچنین مشاغلی که زنان در آنها به تصویر کشیده شده‌اند، با مشاغل مردان تفاوت دارد. اغلب زنان در مشاغل سطح پایین و بی‌ارزش و مردان در مشاغل رده بالا و به لحاظ منزلت اجتماعی، برتر، نشان داده می‌شوند.

1. Bretl & Cantor

2. Craig

نتایج مطالعه وارد و ریوادینرا^۱ (۱۹۹۹) در لس‌آنجلس نشان داد، نقش‌های جنسیتی قالبی شده و بر نگرش افراد درمورد نقش جنسی آنان تأثیرگذار است و همبستگی معنی‌دار میان تماشای تلویزیون، پذیرش عقاید قالبی مربوط به نقش جنسیتی در میان نوجوانان وجود دارد.

لانت^۲ (۲۰۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر رسانه‌ها بر تصاویر جنسیتی نتیجه می‌گیرد که عقاید قالبی بر نقش‌های جنسیتی در رسانه‌ها غلبه دارند. مردان و زنان در رسانه‌ها به گونه‌ای به تصویر کشیده می‌شوند که منعکس‌کننده و تداوم‌بخش نظریات کلیشه‌ای هستند. زنان کارهای مربوط به داخل خانه را برعهده دارند، خشونت علیه آنان معمول است و افزایش فراوانی مادران تنها، مدل نقش منفی را برای زنان ایجاد می‌کند.

آفکام^۳ (۲۰۱۸) در یکی از گزارش‌های پژوهشی با عنوان بازنمایی و تصویرگری در تلویزیون بی‌بی‌سی، نشان داد که بعضی از افراد هنوز در تلویزیون کمتر دیده می‌شوند. بازنمایی زنان سالخورده، به عنوان زیرمجموعه‌ای از نقش‌ها و ژانرها محدود می‌شود و برخی از افراد احساس می‌کنند محتوای بی‌بی‌سی، زندگی افراد متوسط را بیش از زندگی دیگر افراد نشان می‌دهد.

فیزی (۲۰۲۰) در مقاله بازنمایی مادران در تلویزیون نشان داد اگرچه تحقیقات موجود در زمینه مطالعات مادرانگی رسانه‌ها نشان داده که زنان از دیدن نقش‌های واقعی و داستانی مادرانه در صفحه نمایش کوچک لذت می‌برند، اما این زنان، همان‌هایی هستند که از ناامیدی خود در نبود بازنمایی‌های واقع‌بینانه صحبت می‌کنند. رسانه‌ای همچون تلویزیون در ژانرها و قالب‌های متنوعش، می‌تواند مادر «خوب» را به نفع تصویرسازی مادری که «به اندازه کافی خوب»^۴ است، نشان دهد. برنامه‌های نمایشی، متعهد به نمایش مادران فقیر، مجرد، نوجوان، بی‌خانمان، دوقطبی، بدلحن و معتاد به مواد مخدر هستند و نه صرفاً طیف متنوعی از مادران مستقل از نظر جنسی، اجتماعی و مالی و «دیگر» مادرانی که

1. Ward & Rivadeneyra
2. Cynthia Lont
3. Ofcom
4. Good Enough

هر کدام به نوبه خود با کهن‌الگوی مادر «خوب» مواجه می‌شوند و یا آن را به هم می‌ریزند.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، چند دهه است که مطالعه چگونگی به تصویر کشیده شدن زنان در رسانه‌ها، توجه محققان حوزه ارتباطات و رسانه را به خود جلب کرده است. این مطالعات در کشورهای پیشرفته از جمله آمریکا از دو جنبه مدنظر بوده است: از یک سو نقش و جایگاه زنان در رسانه‌های جمعی-به‌ویژه تلویزیون- و از سوی دیگر، تأثیری که این برنامه‌ها بر افراد-به‌ویژه کودکان و نوجوانان- بر جای می‌گذارند. با وجود این، درخصوص موضوع این پژوهش، مطالعات داخلی و خارجی، بسیار اندک و عموماً به روش تحلیل محتوای کمی و یا در حوزه زنان- به معنای عام- صورت گرفته است و این حکایت از کم‌توجهی به این حوزه از مطالعات دارد. لذا بخشی از نوآوری این پژوهش به دلیل تمرکز آن بر روی نقش مادر، رسانه تلویزیون، سریال‌های تلویزیونی پُربیننده، استفاده از تحلیل محتوای کیفی و نشانه‌شناسی سلبی و کاودری است تا به عنوان یک پژوهش علمی، گام کوچکی در تکمیل مطالعات داخلی بردارد و پنجره‌ای را برای تحقیقات بعدی باز کند.

چهارچوب نظری

رسانه و بازنمایی

در هر دوره زمانی، مطالعه پیام‌های تلویزیون درخصوص نقش و منزلت زنان می‌تواند در شناخت و ارزیابی عملکرد فرهنگی-تبلیغاتی این رسانه جمعی کمک کند و نشان دهد تا چه حد با وضع آن دوره زنان در جامعه، نیازهای توسعه‌ای و آرمان‌ها و اهداف نظام در زمینه دستیابی زنان به نقش و منزلت اجتماعی شایسته، هم‌نوایی و تناسب دارد (میرساردو و صداقت، ۱۳۸۶: ۳۴).

در این راستا، سازوکارهایی که چنین تصویری را در ذهنیت کل جامعه بازنمایی می‌کنند، اهمیت می‌یابند. یکی از سازوکارهایی که عموماً مورد استفاده تلویزیون قرار می‌گیرد، بازنمایی‌های شناختی ویژگی‌های یک نقش در چهارچوب تصاویر

1. Archetype

قابلی یا کلیشه‌ای است. مخاطبان نیز با تکیه بر تصاویری که در ذهن خود دارند، افراد، گروه‌ها و حوادث را مورد قضاوت قرار می‌دهند. البته این تصاویر کلیشه‌ای ممکن است درست و حتی منطبق بر واقعیت بوده و یا غلط و تحریف شده باشند (رضایی بایندر، ۱۳۸۶: ۳۳).

از نظر دایر، بازنمایی در رسانه‌ها یعنی ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت، مثل افراد، مکان‌ها، اشیا، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی این بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد (دایر، ۲۰۰۵، نقل‌شده در بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹۲).

به عبارت دیگر، بازنمایی می‌تواند بر نحوه شکل‌گیری افکار مخاطبان درباره یک موضوع خاص و چگونگی درک آن موضوع، تأثیرات ملموس و واقعی داشته باشد. مفهوم بازنمایی به عنوان ایده‌ای بنیادین در مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای بسیار تحت تأثیر آثار استوارت هال^۱ است. در واقع، هال تلاش نمود با تکیه بر مطالعات نظریه‌پردازانی چون سوسور، بارت، دریدا و فوکو، بازنمایی را علاوه بر یک نظریه، به عنوان یک روش معتبر در مطالعات فرهنگی بشناساند (بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹۳).

بازنمایی از دیدگاه گرتسی یکی از مفاهیم بنیادین در مطالعات فرهنگی به شمار می‌آید و نمود خارجی آن در کشمکش‌های جنسیتی در رسانه‌های جمعی به چشم می‌خورد. در واقع، مفهوم بازنمایی، همان تعریف واقعیت اجتماعی برای اقشار جامعه است که ارتباط تنگاتنگی با گفتمان غالب دارد و برای اینکه تصویر بازنمایی شده مورد توجه مخاطب قرار گیرد، باید با صفات و قوانین اجتماعی مطلوب و معنادار جامعه، بیشترین همخوانی را داشته باشد (گرتسی، ۲۰۰۸، نقل‌شده در قندهاریون و رستمی، ۱۳۹۶: ۱۹۵).

به عقیده هال، واقعیت به نحو معنادار وجود ندارد و بازنمایی، یکی از

1. Stuart Hall

شیوه‌های کلیدی تولید معناست. معنا صریح یا شفاف نیست و از طریق بازنمایی در گذر زمان، یکدست باقی نمی‌ماند. هال همچنین، بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای بیان معناداری جهان می‌داند؛ فرایندی که معنا از طریق آن، تولید و بین اعضای یک فرهنگ مبادله و توزیع می‌شود (هال، ۲۰۰۳، نقل‌شده در مهدی‌زاده طالشی، ۱۳۸۷: ۱۶). انواع رویکردهای بازنمایی از نظر هال به سه دسته «بازتابی یا انعکاسی»، «ارادی یا تعمدی» و «برساختی» تقسیم می‌شود:

رویکرد انعکاسی، بر این باور است که دوربین در حال نشان دادن واقعیت است و واقعیت را منعکس می‌کند. در واقع، تلویزیون مانند یک آینه، بازتاب معنای صحیح و دقیقاً منطبق با جهان است (هال، ۲۰۰۳، نقل‌شده در بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹۳). براساس این رویکرد، آنچه توسط دوربین و رسانه‌ها بیان می‌شود، چیزی است که وجود دارد و آن چیزی است که مردم درک می‌کنند و در این میان، چیز اضافه‌ای وجود ندارد (بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹۳).

رویکرد تعمدی، بر عکس بازتابی، می‌گوید هیچ عمل انعکاسی از جهان بیرونی وجود ندارد و آنچه دوربین نشان می‌دهد، اراده و نیت پنهانی است که پشت تصاویر وجود دارد. دوربین واقعیت را منعکس نمی‌کند، بلکه نمایشی از واقعیت است. رویکرد تعمدی، مبتنی بر این مفهوم است که هر عمل ارتباطی، دقیقاً حامل همان چیزی است که ارتباط‌گر قصد داشته انتقال دهد. در واقع، این رویکرد، نقش تولید معنا را تنها به فرستنده می‌دهد (بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹۴).

هال با نقد دو رویکرد پیشین، رویکرد برساختی را می‌پذیرد و معتقد است در بازنمایی رسانه‌ای، تنها بحث اراده و واقعیت مطرح نیست؛ بازنمایی را باید درون یک ساختار فهم کرد (بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹۴). این رویکرد هیچ شیء یا فردی را عامل تثبیت معنا در نظر نمی‌گیرد، معنا را برساخته‌ای از نظام‌های بازنمایی می‌داند و به‌طور کلی، برای هیچ فرایندی، بیرون از بازنمایی توان تولید معنا قائل نیست (میرزایی و پروین، ۱۳۸۹، نقل‌شده در بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹۴).

کلیشه‌های زنانه

یک کلیشه، تصویری کاملاً ساده و پیش‌پا افتاده است که آن‌قدر تکرار شده که به نظر می‌رسد به عنوان یک الگو، ثابت شده است. این یک نوع بسیار قضاوت‌شده از بازنمایی است. کلیشه‌ها شکل افراطی بازنمایی هستند. تکرار، کلیشه‌ها را ایجاد می‌کند و با گذشت زمان به آنها اجازه می‌دهد تا «طبیعی» ظاهر شوند (کوالتزکه و استوارت، ۲۰۰۷: ۳۷). از نظر کوالتزکه و استوارت (۲۰۰۷) کلیشه‌های اصلی زنان عبارت‌اند از:

بلوند گیج و گنگ^۱: بلوند سابقه طولانی در صنایع سینما و تلویزیون دارد، نظریه‌های مختلفی در مورد چگونگی پیشرفت این کلیشه وجود دارد و برگرفته از این افسانه است که زنان می‌توانند زیبایی یا مغز داشته باشند اما نه هر دو را.

زن افسونگر^۲: این زن گشوده برای دستیابی به اهدافش از رابطه جنسی برای از بین بردن مردان استفاده می‌کند و این معمولاً عشقی نیست که او به دنبالش باشد.

دختر همسایه^۳: کلیشه زن جوان شیرین و قابل‌اعتمادی است که به عنوان چشم‌انداز ازدواج ایده‌آل به تصویر کشیده شده است.

جوپندگان طلا^۴ و همسران پولکی^۵: این کلیشه‌ها این افسانه را تداوم می‌بخشند که زنان برای پول ازدواج می‌کنند و برای اینکه مورد حمایت قرار بگیرند به مردان اعتماد می‌کنند.

زن شاغل^۶: از دهه ۱۹۸۰، کلیشه زن شاغل به طور فزاینده‌ای رایج شده است. او موفق است، اما می‌تواند بی‌رحم هم باشد.

1. The Dumb Blonde
2. The Femme Fatale
3. The Girl Next Door
4. Gold Diggers
5. Trophy Wives
6. The Career Woman

زن خانه‌دار^۱: زن خانه‌دار که مدت طولانی به عنوان کلیشه موردعلاقه در تلویزیون مورد استفاده قرار می‌گرفت، فقط برای حمایت از همسر و فرزندانش وجود دارد.

مادر فوتبالی^۲: این یک کلیشه جدیدتر از زن خانه‌دار است. او آرزوی غلوانگیزی برای موفقیت فرزندانش دارد. او آنها را به همه جا می‌برد و هنوز وقت رفتن به ورزشگاه را دارد.

مادر فوق‌العاده^۳: این زن همه چیز را در زندگی خود جای می‌دهد: بچه‌ها، شغل، همسر، رفت و آمد و توسعه فردی (کوالتزکه و استوارت، ۲۰۰۷: ۴۳).

روش پژوهش

روش تحقیق این پژوهش، نشانه‌شناسی است که زیرمجموعه‌ای از روش‌های تحقیق کیفی است. پژوهش کیفی از نظر وَن مانن^۴، اصطلاحی عام است و مجموعه‌ای از فنون تفسیری را در برمی‌گیرد که در پی توصیف، رمزگشایی، ترجمه و درک معنای پدیده‌هایی هستند که کمابیش در محیط اجتماعی رخ می‌دهند (وَن مانن، ۱۹۸۳، نقل‌شده در لیندلف و تیلور، ترجمه گیویان، ۱۳۹۲: ۵۵).

نشانه‌شناسی نیز از دیدگاه سلبی و کاودری، مطالعه‌ی قواعد استفاده از نشانه‌ها و نیز روش‌هایی است که از طریق آنها نشانه‌ها معنی خود را منتقل می‌سازند. این روش به منزله‌ی راهی برای تحلیل متون رسانه‌ای، از دهه‌ی شصت تاکنون تأثیر فزاینده‌ای داشته است. یکی از دلایل اصلی این امر، قابلیت به‌کارگیری نشانه‌شناسی در انواع متون است؛ از کتاب‌های مصور، سریال‌های کمدی تلویزیونی و موسیقی راک گرفته تا ادبیات، نقاشی، آئین‌نامه رانندگی و موارد دیگر (سلبی و کاودری، ترجمه‌ی عامری مهابادی، ۱۳۸۰: ۶۳-۶۴). از سوی دیگر، به عقیده چندلر^۵، نشانه‌شناسی یکی از روش‌های تحلیل متن است و به دنبال تحلیل متون در حکم کلیت‌های ساخت‌مند و در جست‌وجوی معناهای پنهان و ضمنی

1. The Housewife
2. The soccer Mum
3. The Super Mum
4. Van Maanen
5. D. Chandler

است (چندلر، ترجمه پارسا، ۱۳۹۷: ۲۹).

به عقیده گونتر، نشانه‌شناسی به این مسئله توجه دارد که چگونه معانی در متون رسانه‌هایی چون فیلم‌ها و سایر برنامه‌های تلویزیونی تولید می‌شوند. در واقع، نشانه‌شناسی، نشانه‌ها و ارتباط آنها را با یکدیگر بررسی می‌کند. برای این کار، محتوا را از قالب جدا می‌کند و بر نظام نشانه‌ها که متن را می‌سازد، متمرکز می‌شود (گونتر، ترجمه نیکو، ۱۳۸۴: ۱۳۳ و ۱۳۴).

جامعه مردم‌مطالعه این پژوهش، تمام سریال‌های تلویزیونی ایرانی است که در چهار دهه اول پس از انقلاب اسلامی توسط صداوسیما تولید و پخش شده‌اند و شخصیت مادر در آنها دیده می‌شود. نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده، به طوری که از هر دهه، پُربیننده‌ترین سریال انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر این اساس و با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته و نتایج مرکز تحقیقات صداوسیما، چهار سریال «پاییز صحرا»، «پدرسالار»، «متهم گریخت» و «دلنوازان» انتخاب شدند و همه قسمت‌های این دو سریال با نگاه نشانه‌شناختی مورد مطالعه قرار گرفت و تمام صحنه‌هایی که مادر در آنها به تصویر کشیده است، براساس مدل سلبی و کاودری بررسی شده‌اند.

این مدل، چهارچوب مناسبی را برای بررسی متن رسانه‌ای فراهم می‌کند. هر متن رسانه‌ای، یک سازه است، یعنی تنها با استفاده از زبان خاص رسانه ساخته نمی‌شود، بلکه رمزهایی در کارند که برای انتقال اطلاعاتی مشخص، انتخاب شده‌اند (سلبی و کاودری، ترجمه عامری مهابادی، ۱۳۸۰: ۱۵). در این روش، متون رسانه‌ای از پنج بُعد «سازه»، «مخاطب»، «روایت»، «رده‌بندی» و «عوامل تولید» تحلیل می‌شوند. در این پژوهش، فقط دو بُعد سازه و روایت برای نماهای انتخابی که در واقع، «واحد تحلیل» هستند، تحلیل و تفسیر می‌شوند.

سازه، شامل دو وجه «میزانسن» و «رمزهای فنی» است. میزانسن، رمزهای شکل‌گرایانه سازه است و شامل «صحنه‌پردازی»، «وسایل صحنه»، «رمزهای ارتباط غیرکلامی» و «رمزهای لباس» است (سلبی و کاودری، ترجمه عامری مهابادی، ۱۳۸۰:

1. B. Gunter

2. Scene

۲۸) و رمزهای فنی سازه نیز شامل موارد مندرج در جدول شماره ۱ است. **روایت**، شامل سه سطح توصیفی، معانی آشکار و معانی تلویحی می‌شود.

جدول ۱- رمزهای فنی سازه

مدلول	دال	
احساس)، لحظهٔ حیاتی، درام تزدیکی (صمیمیت) رابطهٔ شخصی با سوژه زمینه (یافت)، فاصلهٔ عمومی معرف	نمای بسیار درشت نمای درشت نمای متوسط نمای دور نمای بسیار دور	اندازهٔ نما
سلطه، قدرت، حاکمیت برابری ضعف، ناتوانی	سرازیر (پائین‌تر از سطح چشم) هم‌سطح چشم سریالا (بالا‌تر از سطح چشم)	زاویه دوربین
دراماتیک روزمرگی، زندگی عادی چشم‌چرانی	زاویهٔ باز عادی تله‌فتو	نوع عدسی
دارای حالت آرام، حالت مذهبی زندگی روزمرهٔ طبیعی فقدان تضاد آشفته‌گی، سردرگمی	متقارن نامتقارن ایستا پویا	ترکیب‌بندی
توجه را جلب می‌کند: «به این نگاه کن» رابطهٔ عاشقانه، غم غربت (نوستالژی) تمام عناصر مهم هستند: «به همه چیز نگاه کن»	انتخابی ملاپم (حالت کانونی محو) عمق میدان (حالت کانونی عمیق)	وضوح
خوشبختی بأس (حزن) تئاتری، دراماتیک واقع‌گرایانه، مستند	مایهٔ روشن مایهٔ تیره پرتضاد کم‌تضاد	نورپردازی
خوش‌بینی، شوق، انگیزش بدبینی، آرامش، عقل واقع‌گرایی، واقعیت، بالفعل شدن	گرم (زرد، نارنجی، قرمز، قهوه‌ای) سرد (آبی، سبز، بنفش، خاکستری) سپا و سفید	رنگ

منبع: سلی و کاودری، ترجمه عامری مهابادی، ۱۳۸۰: ۸۱-۸۲

یافته‌های پژوهش

نام سریال	میزان بیننده	تعداد قسمت	مدت هر قسمت (دقیقه)	سال پخش	شبکه	تعداد نماهای انتخابی
پاییز صحرا	۷۴٪	۷	۳۵	۱۳۶۵	یک	۷
پدرسالار	۷۹٪	۲۲	۵۰	۱۳۷۴	دو	۱۵
منهم گریخت	۹۰٪	۲۶	۴۵	۱۳۸۴	سه	۱۵
دلنوازان	۸۳٪	۳۰	۵۳	۱۳۸۸	سه	۴۶

سریال پاییز صحرا

این سریال یک درام خانوادگی است که داستان یک زوج جوان به نام‌های صحرا (شهلا میربختیار) و ساسان (داریوش مؤدبیان) متعلق به دو طبقه اجتماعی مختلف را بازگو می‌کند که زندگی آنها در نهایت با دخالت‌های مادر ساسان (جمیله شیخی) رو به فروپاشی و طلاق می‌رود.

ساسان که در خانواده‌ای مرفه بزرگ شده است، به همراه مادرش در یک خانه مجلل در شهر زندگی می‌کند. او در یک شرکت مشغول به کار است. صحرا نیز دختری است که به خاطر کار، زندگی در شهر را به زندگی با خانواده‌اش در روستا ترجیح می‌دهد، مدتی را تنهایی در شهر زندگی می‌کند و برای امرارمعاش در شرکتی که ساسان در آن کار می‌کند، مشغول می‌شود. در همین شرکت، ساسان با صحرا آشنا می‌شود و از او خواستگاری می‌کند. در نهایت، برخلاف میل باطنی خانواده‌ها و تفاوت فرهنگی زیاد، با هم ازدواج می‌کنند و اوایل، زندگی مشترک را در خانه اجاره‌ای سپری می‌کنند. پس از مدتی، ساسان بیکار می‌شود و علی‌رغم اشتغال صحرا، به دلیل داشتن دو فرزند و مشکلات مالی و به تعویق افتادن اجاره‌خانه، با اصرار ساسان مجبور می‌شوند تا در طبقه بالای خانه مادر ساسان ساکن شوند. رفتارهای زننده و توهین‌آمیز مادر ساسان نسبت به صحرا و خانواده او کار را برای ادامه زندگی آنها روز به روز دشوارتر می‌کند. تا جایی که آزار و اذیت مادر ساسان و فشارهای او به صحرا باعث می‌شود تا صحرا که باردار است، به دلیل سقوط از

پله‌های خانه، فرزند سوم خود را سقط کند. این موضوع باعث می‌شود ساسان و صحرا مجدداً خانه‌ای را اجاره و مستقل زندگی کنند، ولی این دوران نیز چندان طول نمی‌کشد و در نهایت، زندگی آنها به جدایی و طلاق منجر و حضانت بچه‌ها به ساسان سپرده می‌شود.

قبل از آن که به رمزهای شکل‌گرایانه سازه (میزانسن) و فنی هر نما بپردازیم، کلیاتی در مورد مخاطب و رده‌بندی این سریال بیان می‌شود:

ماهیت مخاطب این سریال از چند منظر قابل بررسی است: با توجه به اینکه این سریال به موضوعات تخصصی نمی‌پردازد، میزان تحصیلات خاصی برای مخاطب مدنظر نیست، ولی از نظر سنی، افراد بالای ۲۰ سال مخاطب این سریال هستند. از سوی دیگر، با توجه به خانوادگی بودن این سریال، هر دو جنسیت زن و مرد را مخاطب قرار می‌دهد. از منظر اقتصادی و اجتماعی نیز طبقهٔ مرفه و پایین جامعه را مخاطب خود می‌داند. با توجه به اینکه پیام‌ها و مفاهیم هم به صورت آشکارا و هم ضمنی ارائه می‌شوند، لذا به تعبیر سلبی و کاودری، راهبرد استقرار مخاطب از هر دو نوع «فروش با سماجت» و «فروش با چرب‌زبانی» است. از نظر شیوهٔ خطاب قرار دادن مخاطب، توسل به عواطف مدنظر بوده است. از منظر رده‌بندی نیز، این محصول رسانه‌ای، جزء محصولات تلویزیونی با ساختار سریال است و در ژانر خانوادگی قرار می‌گیرد.

از نظر شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور و سال پخش این سریال نیز موضوع، قابل بررسی و تأمل است. این سریال در سال ۱۳۶۵ یعنی در شرایطی از شبکه یک پخش شد که فقط هشت سال از انقلاب اسلامی گذشته و از سوی دیگر شش سال است که کشور درگیر جنگ تحمیلی شده است. در واقع، در این شرایط زمانی، تولید و پخش برنامه‌های مختلف سرگرم‌کننده به‌ویژه سریال‌های خانوادگی با تأکید بر پرداخت به چالش‌ها و مسائل مختلف خانوادگی ضروری به نظر می‌رسید. با وجود این، اگرچه به خاطر ضوابط برنامه‌سازی، امکان به تصویر کشیدن برخی صحنه‌ها نظیر فیلم‌های قبل از انقلاب وجود نداشت، ولی هنوز رگه‌هایی از فرهنگ و شرایط اجتماعی رژیم پهلوی در نحوه پوشش و حجاب و سبک زندگی شخصیت‌های اصلی سریال- و به‌ویژه مادر- دیده می‌شود.

نحوه بازنمایی مادر براساس وجوه سازه (میزانسن و رمزهای فنی) در این سریال به عنوان پربیننده‌ترین سریال درام خانوادگی دهه اول انقلاب، موردتوجه قرار گرفته‌است که در ادامه به آن اشاره می‌شود:

ویژگی‌های ظاهری و اخلاقی- رفتاری مادر:

۱- ویژگی‌های ظاهری

وضعیت زندگی:

با توجه به محل زندگی، وضعیت خانه (ویلائی)، لوازم و اثاث منزل، می‌توان گفت مادر، فردی خانه‌دار، بیوه (همسرش از دست او سخته کرده)، دارای دو فرزند (یک پسر و یک دختر)، شهری، متمدن، تجملاتی و از طبقه بالای جامعه به تصویر کشیده است.

نوع پوشش و حجاب:

با توجه به طراحی شخصیت مادر توسط نویسنده و کارگردان، در تمام قسمت‌های این سریال، نحوه پوشش و حجاب مادر به گونه‌ای است تا از او شخصیتی بی‌حجاب به تصویر بکشد، البته این موضوع به دلیل ضوابط و محدودیت‌های صداوسیما، به نحوی خاص (با پوشیدن بلوز و دامن کوتاه و چسبان، همراه جوراب و نیز نحوه بستن روسری که بیشتر شبیه کلاه است و فقط موهای او را پوشانده و بعضاً بخشی از گوش و تمام گردن او - بیش از قرص صورت- دیده می‌شود) به تصویر کشیده شده است.

پیرایش، آراستگی و تناسب اندام

در تمام صحنه‌های این سریال، مادر، فردی آراسته، دارای آرایش، لاک زده و شیک‌پوش و با تنوع لباس و همچنین دارای تناسب اندام به تصویر کشیده شده است.

۲- ویژگی‌های اخلاقی- رفتاری

دست‌اندرکاران این سریال علاوه بر ویژگی‌های ظاهری، تلاش زیادی کرده‌اند

بازنمایی مادر در سریال‌های پُربیننده بعد از انقلاب

تا برای به تصویر کشیدن شخصیت مادر به جنبه‌های اخلاقی و رفتاری او- چه آشکار و چه در لایه‌های پنهانی و از طریق رمزهای مربوطه- توجه نمایند. به نحوی که از او چهره‌ای منفی، با صفات عموماً ناپسند از جمله بهانه‌جو، اهل مشاجره، مستبد، حاکم و رئیس، خشن و عصبی، سلطه‌گر، عبوس، پرتوقع، بدگو و هتاک، راحت‌طلب، پُرچانه و پُرحرف و خودخواه ارائه شده است.

به عنوان نمونه، در تحلیل یکی از صحنه‌های انتخابی، ضمن بیان و روایت دیالوگ‌ها (با همان سبک ادا شده در سریال)، برخی از ویژگی‌های مذکور ذکر می‌شود:



عکس ۱- نمایی از سریال «پاییز صحرا»

ساسان: اونا کی هستن مامان، ما کی هستیم؟ پرسیدم ما کی هستیم مامان؟

مادر ساسان: بلند صحبت نکن. خب مُسَلِّم که حق نداری داد بکشی.

ساسان: دلم می‌خواد داد بکشم. می‌خوام هوار بزنم. اینم حق ندارم؟ اعصابم داغون شده زندگیم از هم پاشیده؛ خونه‌ام خراب شده؛ بچه‌هام، زخم، خودم. اون وقت حق ندارم حرف بزنم، پس من کی هستم؟

مادر ساسان: خیلی بزرگتر از خودت حرف می‌زنی، برای آخرین بار باشه؛ گفتم بس کن دیگه برو بیرون پسرک انقدر جُولون نده.

ساسان: من دارم تو این خونه خفه می‌شم می‌ترکم.

مادر ساسان: از اینجا برو بیرون، من بهت اجازه نمی‌دم سرم داد بکشی، تو حق نداری خانواده ما رو فدای اون دختره غربتی بکنی، من نمی‌ذارم شمارو از من بگیرن.

ساسان: باعث شدی پدرم دق مرگ بشه.

صحنه‌پردازی و تنها وسایل موجود در این نما (تابلوهای روی دیوار) به نوعی متمول و شهری بودن مادر را نشان می‌دهد و مجدداً نوع پوشش سر و لباس مادر، او را شخصیتی نشان می‌دهد که چندان به حجاب مقید نیست. از طرفی، نوع نگاه حق‌به‌جانب و آمرانه (چشم‌های از حدقه بیرون‌زده و نوع اشاره دست او) حاکی از عصبانیت بوده و نشان‌دهنده اقتدار و حاکمیت مادر است.

اندازه نما (درشت) و نوع وضوح (انتخابی)، حاکی از ایجاد نزدیکی همراه با صمیمیت و جلب توجه نسبت به سوژه (مادر) است. رنگ سرد غالب لباس (بنفش روشن) و پوشش سر (خاکستری) مادر نیز نوعی بدبینی را نسبت به او ایجاد می‌کند. هم‌سطح چشم بودن زاویه دوربین، القاکننده برابری با سوژه (مادر) است. نوع عدسی تله‌فتو دوربین تلاش می‌کند تا توجه به سوژه (مادر) را در حد چشم‌چرانی افزایش دهد و برجسته نماید. در این نما، بخش اعظمی از خطوط تصویر، افقی و عمودی هستند (تابلوهای روی دیوار، طرح راه راه لباس سوژه (مادر) و نحوه قرار گرفتن شخصیت‌های درون نما) که گویای ترکیب‌بندی ایستا بوده و از سوی دیگر، مکان قرار گرفتن سوژه (مادر) در یک سوی تصویر، ترکیب‌بندی را نامتقارن جلوه می‌دهد که حاکی از زندگی روزمره طبیعی همراه با فقدان تضاد است و نورپردازی مایه روشن و کم‌تضاد هم نوعی خوشبختی و حالت واقع‌گرایانه را القا می‌کند.

سریال پدرسالار

این سریال یک درام خانوادگی است که داستان یک زوج جوان به نام‌های آذر (کمند امیرسلیمانی) و ناصر (ناصر هاشمی) را که پسرعمو و دخترعمو هستند و با هم ازدواج می‌کنند، بازگو می‌کند. اسدالله‌خان (محمدعلی کشاورز) پدر ناصر که مردی مهربان، خانواده‌دوست، دلسوز و در عین حال، سختگیر و پرصلابت است، بر

این باور است که همهٔ پسرانش پس از ازدواج می‌بایست در خانهٔ بسیار بزرگ او زندگی کنند. البته او چنین سیاستی را درمورد دو دخترش در پیش نگرفته و به همین جهت آنها دارای زندگی مستقلی هستند.

ماجرای اصلی سریال پس از ازدواج ناصر و آذر آغاز می‌شود. آذر که شاغل و استقلال طلب است، زندگی در خانهٔ پدرشوهر را منطقی نمی‌داند و شروع یک زندگی کاملاً مستقل و به‌دور از دخالت‌های دیگران را طلب می‌کند. او به شدت پای این خواسته‌اش می‌ایستد و به هیچ عنوان از موضعش عقب‌نشینی نمی‌کند. از طرف دیگر، اسدالله‌خان نیز موافقت با آذر را نوعی شکست و ضعف، تعبیر نموده و از امکان سوءاستفادهٔ احتمالی فرزندان دیگرش در آینده نگران است. با وجود این، با اصرار آذر، آنها خانه اسدالله‌خان را ترک و زندگی مشترک را در خانه‌ای مستقل شروع می‌کنند. علی‌رغم آن که مادر ناصر (حمیده خیرآبادی) تلاش‌های زیادی برای کوتاه آمدن و متقاعد کردن اسدالله‌خان می‌کند، ولی در نهایت، اسدالله‌خان تا کسی که برای کار کردن در اختیار ناصر گذاشته را از او می‌گیرد. دلخوری اسدالله‌خان از فرزندان در نهایت منجر به سکت قلبی او می‌شود که البته از این عارضه جان سالم به در می‌برد. مادر ناصر که در طول سریال، حامی همسر و نیز فرزندان‌ش است، این بار نیز با تلاش زیاد و گفتگوهای مؤثر با اسدالله‌خان، او را متقاعد می‌کند تا خانه فعلی را بفروشد و به جای آن آپارتمانی را بخرد که یکی از واحدها را خودش و هر یک از واحدهای دیگر را به فرزندان خود (دختران و پسران) بدهد تا به این‌گونه ضمن استقلال، بچه‌ها همه در کنار هم زندگی کنند.

قبل از آن که به رمزهای شکل‌گرایانه سازه (میزانسن) و فنی هر نما بپردازیم، کلیاتی در مورد مخاطب و رده‌بندی این سریال بیان می‌شود:

ماهیت مخاطب این سریال از چند منظر قابل بررسی است: نظیر سریال پاییز صحرا با توجه به اینکه این سریال به موضوعات تخصصی نمی‌پردازد، لذا میزان تحصیلات خاصی برای مخاطب مدنظر نیست و از نظر سنی نیز افراد بالای ۲۰ سال مخاطب این سریال هستند. از سوی دیگر، با توجه به خانوادگی بودن این سریال، هر دو جنسیت زن و مرد را مخاطب قرار می‌دهد. ولی برخلاف سریال پاییز صحرا، از منظر اقتصادی و اجتماعی، طبقهٔ متوسط به پائین جامعه را مخاطب

خود می‌داند. با توجه به اینکه پیام‌ها و مفاهیم به صورت آشکارا و ضمنی ارائه می‌شوند، لذا به تعبیر سلبی و کاودری، راهبرد استقرار مخاطب از هر دو نوع «فروش باسماجت» و «فروش با چرب‌زبانی» است. از نظر شیوه خطاب قرار دادن مخاطب، توسل به عواطف مدنظر بوده است. از منظر رده‌بندی نیز نظیر سریال پاییز صحرا، این محصول رسانه‌ای، جزء محصولات تلویزیونی با ساختار سریال است و در ژانر خانوادگی قرار می‌گیرد.

از نظر شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور و سال پخش این سریال نیز موضوع قابل بررسی و تأمل است. این سریال در سال ۱۳۷۴ یعنی در شرایطی از شبکه دو پخش شد که هفده سال از انقلاب اسلامی گذشته و از سوی دیگر، هفت سال است که جنگ تحمیلی به پایان رسیده و کشور در دوره سازندگی قرار دارد. از این رو در کنار تولید سریال‌های جنگی، ساخت سریال‌های خانوادگی، احساسی و عاطفی برای ایجاد آرامش و امید به آینده و در عین حال، همدلی خانوادگی در دستور کار قرار گرفت. در این سریال، اگرچه به‌خاطر ضوابط برنامه‌سازی، امکان به تصویر کشیدن برخی صحنه‌ها نظیر فیلم‌های قبل از انقلاب وجود نداشت، ولی با توجه به گذشت هفده سال از انقلاب اسلامی، نسبت به سریال پاییز صحرا رگه‌های کمتری از نحوه پوشش و حجاب دوران رژیم پهلوی دیده می‌شود. البته با توجه به شرایط اجتماعی کشور، سبک زندگی شخصیت‌های اصلی سریال- و به‌ویژه زنان- با شرایط روز مطابقت داشت. در این سریال، به عنوان پربیننده‌ترین سریال درام خانوادگی دهه دوم انقلاب نیز نحوه بازنمایی مادر براساس وجوه سازه (میزانسن و رمزهای فنی) موردتوجه قرار گرفته است که در ادامه به آن اشاره می‌شود.

ویژگی‌های ظاهری و اخلاقی- رفتاری مادر:

۱- ویژگی‌های ظاهری

وضعیت زندگی:

با توجه به محل زندگی، وضعیت خانه (ویلایی حیاطدار با تعدد اتاق)، لوازم و اثاث منزل، مادر را فردی شهری، متأهل، خانه‌دار، سنتی، ساده‌زیست و از طبقه متوسط جامعه به تصویر کشیده است.

نوع پوشش و حجاب

اگرچه به دلیل ضوابط و محدودیت‌های صداوسیما، امکان به تصویر کشیدن زنان بدون حجاب در حریم خانه شخصی وجود ندارد، اما برخلاف سریال پاییز صحرا، نحوه پوشش و حجاب مادر از او شخصیتی باحجاب به تصویر کشیده است، به طوری که در منزل هم، با روسری (ساده و یا طرح‌دار) و چادر سفید طرح‌دار و لباس‌های کاملاً پوشیده و گشاد دیده می‌شود. البته در صحنه‌های بیرون از منزل با پوشش چادر (مشکی) دیده می‌شود.

پیرایش، آراستگی و تناسب اندام

در تمام صحنه‌های این سریال، مادر، فردی آراسته با تنوع لباس و نه الزاماً شیک‌پوش، بدون آرایش و با چهره‌ای پر از چین و چروک حاکی از سن و سال بالا، سرد و گرم زندگی را چشیده به تصویر کشیده شده، ضمن آن که از تناسب اندام شخصیت‌های مادر، متناظر در سریال‌های پاییز صحرا و دلنوازان برخوردار نیست.

۲- ویژگی‌های اخلاقی- رفتاری

دست‌اندرکاران این سریال نیز علاوه بر ویژگی‌های ظاهری تلاش زیادی کرده‌اند تا برای به تصویر کشیدن شخصیت مادر به جنبه‌های اخلاقی و رفتاری او- چه آشکار و چه از طریق رمزهای مربوطه- توجه نمایند. نکته قابل توجه آن که تصویری که از مادر در این سریال ارائه شده، کاملاً برخلاف سریال پاییز صحراست، به نحوی که از او چهره‌ای مثبت و با صفات عموماً پسندیده ارائه شده است، از جمله: دلسوز، غمخوار، عاشق، اهل مصالحه و مدارا، متواضع و فروتن، مدیر و مدبر، آرام و مهربان، متبسم و گشاده‌رو، قانع و کم‌توقع، با خدا و با ایمان، نمازخوان، معتقد به توسل و زیارت ائمه، مؤدب و بااخلاق، فروبرنده خشم، زحمتکش، احساسی و عاطفی، صبور و باحوصله، خیرخواه و در نهایت، دوست‌داشتنی.

به عنوان نمونه، در تحلیل یکی از صحنه‌های انتخابی، ضمن بیان و روایت دیالوگ‌ها (با همان سبک ادا شده در سریال)، برخی از ویژگی‌های مذکور ذکر می‌شود:



عکس ۲- نمایی از سریال «پدرسالار»

ملوک: ناصر.

ناصر: سلام.

ملوک: سلام مادر.

ناصر: چی شد عزیز با آقاچون حرف زدی؟

ملوک: آره.

ناصر: حُب بگو.

ملوک: اصلاً زیر بار نمی‌ره، بشین با آذر حرف بزن بهش بگو یه کاری نکنه که فامیلو به هم بریزه حالا بیاد یه مدتی اینجا باشه تا بعد ببینیم چی می‌شه؟

ناصر: آخه عزیز من.

ملوک: آخه راه دیگه‌ای نیست مادرچون می‌فهمی یا نه؟

صحنه‌پردازی و وسایل موجود در این نما (در چوبی- شیشه‌ای دولنگه‌ای، کف‌پوش موزائیک بالکن، قوری چینی و استکان نعلبکی داخل سینی) مجدداً ساده‌زیستی و قناعت مادر و خانواده وی را نشان می‌دهد و نوع پوشش وی (روسری و چادر) به نوعی از وی تصویری سنتی و مقید به حجاب ساخته است.

اندازه نما (متوسط) و نوع وضوح (انتخابی) حاکی از ایجاد رابطه شخصی و جلب توجه نسبت به سوژه (مادر) است. رنگ سیاه و سفید لباس و پوشش سر مادر نیز نوعی واقع‌گرایی را نسبت به او ایجاد می‌کند. هم‌سطح چشم بودن زاویه دوربین، القاکننده برابری با سوژه (مادر) است. نوع عدسی تله‌فتو دوربین تلاش می‌کند تا توجه به سوژه (مادر) را در حد چشم‌چرانی افزایش دهد و برجسته نماید. در این نما بخش اعظمی از خطوط تصویر، افقی و عمودی هستند (در اتاق و نحوه قرار گرفتن شخصیت‌های درون نما) که گویای ترکیب‌بندی ایستا بوده و از سوی دیگر، مکان قرار گرفتن سوژه (مادر) در یک سوی تصویر، ترکیب‌بندی را نامتقارن جلوه می‌دهد که حاکی از زندگی روزمره طبیعی همراه با فقدان تضاد است و نورپردازی مایه روشن و کم‌تضاد هم نوعی خوشبختی و حالت واقع‌گرایانه را القا می‌کند.

سریال متهم گریخت

این سریال یک درام طنز است که داستان خانواده هاشم‌آقا (سیروس گرجستانی) که در شهرستانی نه‌چندان دور، زندگی ساده‌ای دارند را روایت می‌کند. او تا پیش از شدت بیماری، در مغازه‌ای اجاره‌ای به تعمیر آگوز مشغول بوده، ولی به علت بیماری، پزشکان او را از انجام کارهای سنگین منع کرده‌اند. از طرفی، دختر دانشجویش (لیدا فتح‌اللهی) در تهران برای او شغلی پیدا و خانه‌ای را اجاره می‌کند. هاشم‌آقا به ناچار کارش را تعطیل و به تهران مهاجرت می‌کند. مهاجرت هاشم‌آقا به تهران به همراه مادرش بی‌بی (شهربانو موسوی) و همسرش سرور (مریم امیرجلالی)، دو دخترش (ملیکا زارعی) و (لیدا فتح‌اللهی)، پسرش (علی‌رضا جعفری)، دامادهایش عباس (علی صادقی) و منصور (سعید آقاخانی) داستان بسیار جالبی را رقم می‌زند.

ماجرای اصلی سریال از زمانی رخ می‌دهد که هاشم‌آقا به دلیل سکت قلبی و ضرورت معالجه و اصرار سرور، مجبور به مهاجرت و اسکان در تهران می‌شود. از طرفی، منصور که قرار است داماد جدید خانواده شود، برای هاشم‌آقا در شرکتی در تهران کار پیدا می‌کند و به او قول کارهای اداری و دفتری را می‌دهد، ولی در نهایت، به دلیل شرایط بد مالی شرکت، به عنوان آبدارچی مشغول به کار می‌شود. منصور

برای اسکان نیز طبقه پائین یک خانه کلنگی که صاحبخانه آن شازده (محمود بهرامی) در طبقه بالا زندگی می‌کند و بعدها خاطرخواه مادر هاشم‌آقا می‌شود را اجاره می‌کند. از طرفی، صاحب شرکت از سادگی هاشم‌آقا سوءاستفاده کرده و او را درگیر وصول چک‌های برگشتی و امور بانکی می‌کند. در این میان، در یکی از روزها و هنگام بازگشت هاشم‌آقا از بانک، پول‌های او توسط رامین (رضا عطاران) مورد سرقت قرار می‌گیرد. باز شدن پای هاشم‌آقا به اداره پلیس و زندان و سخته قلبی مجدد او مسیر جدیدی را در داستان رقم می‌زند. هاشم‌آقا به این فکر می‌افتد تا با گرفتن وام ازدواج دختر و مادرش، پول سرقت‌شده را بازگرداند. از سوی دیگر، منصور که از طریق مسافركشی با موتور امرار معاش می‌کرد، روزی برحسب تصادف، رامین را سوار می‌کند که از شانس بدش، هاشم‌آقا او را می‌بیند و تصور می‌کند که هم‌دست رامین است. در نهایت، به دلیل آن که خانواده هاشم نمی‌توانند با زندگی شهری و مشکلات آن کنار بیایند، به شهرستان خودشان بازمی‌گردند. در سراسر سریال، سرور به عنوان یکی از شخصیت‌های اصلی و کلیدی سریال، صرف‌نظر از بیماری همسرش و مشکلاتی که برای او پیش آمده، با دغدغه‌های مختلف مادرانه از جمله فراهم نمودن شرایط ازدواج دخترانش، آینده تنها پسرش و... مواجه می‌شود.

قبل از آن که به رمزهای شکل‌گرایانه سازه و فنی هر نما بپردازیم، کلیاتی درمورد مخاطب و رده‌بندی این سریال بیان می‌شود:

ماهیت مخاطب این سریال از چند منظر قابل بررسی است: نظیر سریال پاییز صحرا با توجه به اینکه این سریال به موضوعات تخصصی نمی‌پردازد، لذا میزان تحمیلات خاصی برای مخاطب مدنظر نیست، ولی از نظر سنی، افراد بالای ۱۲ سال مخاطب این سریال هستند. از سوی دیگر، با توجه به خانوادگی بودن این سریال، هر دو جنسیت زن و مرد را مخاطب قرار می‌دهد. ولی برخلاف سریال پاییز صحرا و پدرسالار، از منظر اقتصادی و اجتماعی، طبقه پائین جامعه را مخاطب خود می‌داند. با توجه به اینکه پیام‌ها و مفاهیم به صورت آشکارا و ضمنی ارائه می‌شوند، لذا به تعبیر سلبی و کاودری، راهبرد استقرار مخاطب از هر دو نوع «فروش با سماجت» و «فروش با چرب‌زبانی» است. از نظر شیوه خطاب قرار دادن مخاطب، توسل به عواطف مدنظر بوده است. از منظر رده‌بندی نیز نظیر سریال‌های پاییز صحرا و

بازنمایی مادر در سریال‌های پُربیننده بعد از انقلاب

پدرسالار، این محصول رسانه‌ای، جزء محصولات تلویزیونی با ساختار سریال است و در ژانر طنز خانوادگی قرار می‌گیرد.

از نظر شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور و سال پخش این سریال نیز موضوع، قابل بررسی و تأمل است. این سریال در سال ۱۳۸۴ (آغاز به کار عزت‌الله ضرغامی، رئیس جدید صداوسیما بعد از علی لاریجانی) یعنی در شرایطی از شبکه سه پخش شد که ۲۷ سال از انقلاب اسلامی گذشته و از سوی دیگر ۱۷ سال است که جنگ تحمیلی به پایان رسیده و کشور در اواخر دوره اصلاحات قرار دارد. از این رو با توجه به میزان جمعیت جوان کشور، تولید سریال‌های خانوادگی و با تم طنز در دستور کار قرار گرفت. در این سریال نیز اگرچه به خاطر ضوابط برنامه‌سازی، امکان به تصویر کشیدن برخی صحنه‌ها نظیر فیلم‌های قبل از انقلاب وجود نداشت، ولی با توجه به گذشت بیش از ربع قرن از انقلاب اسلامی، نسبت به سریال‌های پاییز صحرا و پدرسالار، رگه‌های بسیار کمتری از نحوه پوشش و حجاب دوران رژیم پهلوی دیده می‌شود. البته با توجه به شرایط اجتماعی کشور، سبک زندگی شخصیت‌های اصلی سریال- و به‌ویژه زنان- با شرایط روز مطابقت داشت.

ویژگی‌های ظاهری و اخلاقی- رفتاری مادر:

۱- ویژگی‌های ظاهری

وضعیت زندگی

با توجه به محل زندگی، وضعیت خانه، لوازم و اثاث منزل، مادر را فردی خانه‌دار، متأهل، شهرستانی، سنتی، ساده‌زیست و از طبقه پایین جامعه به تصویر کشیده است.

نوع پوشش و حجاب:

در این سریال نیز اگرچه به دلیل ضوابط و محدودیت‌های صداوسیما، امکان به تصویر کشیدن زنان بدون حجاب در حریم خانه شخصی وجود ندارد، اما برخلاف سریال پاییز صحرا و همانند سریال پدرسالار، نحوه پوشش و حجاب مادر از او شخصیتی باحجاب به تصویر کشیده است، به طوری که در منزلش، با روسری

و لباس‌های کاملاً پوشیده و گشاد (پیراهن بلند و یا بلوز و دامن) دیده می‌شود. البته به استثناء زمانی که قصد رفتن به بیرون خانه را دارد که در آن صورت، چادر به سر می‌کند.

پیرایش، آراستگی و تناسب اندام:

در تمام صحنه‌های این سریال، مادر، فردی آراسته با تنوع لباس و نه الزاماً شیک‌پوش، بدون آرایش به تصویر کشیده شده، ضمن آن که همانند مادر در سریال پدرسالار از آن تناسب اندام شخصیت متناظر در سریال‌های پاییز صحرا و دلنوازان برخوردار نیست.

۲- ویژگی‌های اخلاقی- رفتاری

همانند سریال‌های دیگر، دست‌اندرکاران این سریال علاوه بر ویژگی‌های ظاهری تلاش زیادی کرده‌اند تا برای به تصویر کشیدن شخصیت مادر به جنبه‌های اخلاقی و رفتاری او- چه آشکار و چه از طریق رمزهای مربوطه- توجه نمایند. به نحوی که از او چهره‌ای با صفات پسندیده از جمله مهربان، دلسوز، غمخوار، مدیر خانه، باایمان و باخدا، عاشق، دلوایس و نگران، زحمتکش، احساسی و عاطفی، خیرخواه، قانع و کم‌توقع و در عین حال، عصبی، ناآرام، پرخاشگر، تندخو، تندمزاج و کم‌حوصله ارائه شده است.

به عنوان نمونه، در تحلیل یکی از صحنه‌های انتخابی، ضمن بیان و روایت دیالوگ‌ها (با همان سبک اداشده در سریال)، برخی از ویژگی‌های مذکور ذکر می‌شود:



عکس ۳- نمایی از سریال «متهم گریخت»

معصومه: اعظم، اعظم، اعظم این پسر دوباره اومد اینجا.

سرور: پسره کیه؟

معصومه: همون پسره دیگه. منصور؟ مسعود؟ کیه؟

سرور: وا.

اعظم: اون اینجا چیکار می‌کنه؟

سرور: آقا منصور اومد، رفت با شازده بالا. اعظم مادر بیا اینجا نکنه اینا زیره کاسه شون یه چیزی باشه بخوان باباتو بدبخت کنن.

اعظم: نه بابا مامان چی می‌گی!

بی‌بی: مگه تو این پسر و نمی‌شناسی دختر؟

اعظم: من که خواهرشو که همکلاسمه می‌شناسم، خودشم آدم بدی نیست .

سرور: خواهرش، مادر با تو همکلاسیه، خودش چرا اینقدر تو زندگی ما میاد و می‌ره، درست نیست.

اعظم: مامان من که کاری به کارش ندارم.

معصومه: ولی اون انگار کار به کار ما داره، هی راه به راه میاد، می‌ره.

اعظم: به تو مربوط نیستا.

معصومه: درست صحبت کن، من خواهر کوچکترم.

اعظم: تو درست صحبت می‌کنی که من درست صحبت کنم؟

سرور: خیلی خب. باز فراق شدید تو چشم همدیگه که چی؟

سرور: بی‌بی می‌گم که

بی‌بی: بله.

سرور: بی‌بی.

بی‌بی: بله.

سرور: بی‌بی با شمام. من اینجا واستادم. یه توکه پا پاشو برو بالا. یه سر و گوشی آب بده. بین اینا برای هاشم بدبخت چه نقشه‌ای دارند می‌کشند.

بی‌بی: ها.

بی‌بی: نقشه بکشند؟

سرور: بله.

بی‌بی: پدرشونو درمی‌آرم.

صحنه‌پردازی و وسایل موجود در این نما (تابلوی روی دیوار، چهارچوب در) باز هم ساده‌زیستی مادر و خانواده وی را نشان می‌دهد و نوع پوشش وی باز هم از او تصویری سنتی و مقید به حجاب ساخته است. چهره ناراحت و عصبانی او گویای نگرانی او برای خانواده است.

اندازه نما (متوسط) و نوع وضوح (انتخابی) حاکی از ایجاد رابطه شخصی و جلب توجه نسبت به سوژه (مادر) است. رنگ سرد غالب لباس (بنفش و آبی) و پوشش سر (بنفش) مادر نیز نوعی بدبینی را نسبت به او ایجاد می‌کند. هم‌سطح چشم بودن زاویه دوربین، القاکننده برابری با سوژه (مادر) است. استفاده از عدسی تله‌فتو در دوربین تلاش می‌کند تا توجه به سوژه (مادر) را در حد چشم‌چرانی افزایش دهد و برجسته نماید. در این نما، بخش اعظمی از خطوط تصویر، افقی و عمودی هستند (تابلوی روی دیوار، چارچوب در و نحوه قرار گرفتن شخصیت درون نما) که گویای ترکیب‌بندی ایستا بوده و از سوی دیگر، مکان قرار گرفتن سوژه (مادر) در یک سوی تصویر، ترکیب‌بندی را نامتقارن جلوه می‌دهد که حاکی از زندگی روزمره طبیعی همراه با فقدان تضاد است و نورپردازی مایه روشن و کم‌تضاد هم نوعی خوشبختی و حالت واقع‌گرایانه را القا می‌کند.

سریال دلنوازان

این سریال یک درام خانوادگی است که داستان آن مربوط به رعنا (فریبا کوثری) و دو فرزندش به نام‌های بهزاد (شاهرخ استخری) و ستایش (زهرا فکورصبور) از همسر سابقش اتابک (عبدالرضا اکبری) می‌شود. ۲۴ سال قبل هم‌زمان با جدا شدن رعنا از اتابک و ازدواج مجدد او با جهان (پرویز فلاحی‌پور)، دخترش ستایش ربوده می‌شود. او با گذشت سال‌ها همچنان در فراق دخترش غمگین است و بارها برای پیدا کردن او تلاش کرده و آخرین کسی که ادعا کرد که ستایش است، یلدا (سحر قریشی) بود که ادعایش با آزمایش‌های مربوطه رد شد.

رعنا هم‌زمان با جستجو برای یافتن دختر گمشده‌اش، درصدد سامان دادن زندگی بهزاد هم بود و با توجه به قول و قرارهای قبلی، دخترعمه‌اش (مهتاب) را که در طبقه دوم خانه سکونت داشتند، برای او در نظر گرفته بود. از سوی دیگر، بهزاد به منظور کمک به یلدا او را در آژانس هواپیمایی خود مشغول به کار کرد. حضور یلدا در آژانس و مرادده بیش از پیش او با بهزاد باعث شد تا علاقه‌ای بین آنها به وجود آید و بهزاد دیگر تمایلی به ازدواج با دخترعمه‌اش نداشته باشد. علی‌رغم میل باطنی پدر (ناتنی) و مادرش او تصمیم گرفت که با یلدا ازدواج کند. از طرفی، یلدا نیز عمویی کلاهبردار به نام منصور خرسند داشت که با پدر واقعی بهزاد (اتابک) دست‌شان در یک کاسه بود و درصدد آن بود که تلاش نماید تا از جهان (همسر جدید رعنا) انتقام بگیرد. لذا یلدا را وادار کرد تا پول‌های بهزاد را به بهانه بدهی‌های پدر ناپدیدشده‌اش بالا بکشد. در این میان، جهان کشته شد و اتابک و منصور بازداشت شدند.

قبل از آن که به رمزهای شکل‌گرایانه سازه و فنی هر نما بپردازیم، کلیاتی درمورد مخاطب و رده‌بندی این سریال بیان می‌شود:

ماهیت مخاطب این سریال از چند منظر قابل بررسی است: مانند سریال پاییز صحرا، با توجه به اینکه این سریال به موضوعات تخصصی نمی‌پردازد، لذا میزان تحصیلات خاصی برای مخاطب مدنظر نیست، ولی از نظر سنی، افراد بالای ۲۰ سال مخاطب این سریال هستند. از سوی دیگر، با توجه به خانوادگی بودن این

سریال، هر دو جنسیت زن و مرد را مخاطب قرار می‌دهد. ولی برخلاف سریال پاییز صحرا، پدرسالار و متهم‌گریخت، از منظر اقتصادی و اجتماعی طبقه متوسط رو به بالای جامعه را مخاطب خود می‌داند. با توجه به اینکه پیام‌ها و مفاهیم به صورت آشکارا و ضمنی ارائه می‌شوند، لذا به تعبیر سلیبی و کاودری، راهبرد استقرار مخاطب از هر دو نوع «فروش با سماجت» و «فروش با چرب‌زبانی» است. از نظر شیوه خطاب قرار دادن مخاطب، توسل به عواطف مدنظر بوده است. از منظر رده‌بندی نیز نظیر سریال پاییز صحرا، این محصول رسانه‌ای، جزء محصولات تلویزیونی با ساختار سریال است و در ژانر درام خانوادگی قرار می‌گیرد.

از نظر شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور و سال پخش این سریال نیز موضوع، قابل بررسی و تأمل است. این سریال در سال ۱۳۸۸ یعنی در شرایطی از شبکه سه پخش شد که ۳۱ سال از انقلاب اسلامی گذشته و از سوی دیگر، ۲۱ سال است که جنگ تحمیلی به پایان رسیده است. با توجه به میزان جمعیت جوان نسل انقلاب و آماده ازدواج، تولید سریال‌های خانوادگی و مشکلات مربوط به این قشر در دستور کار قرار گرفت. اگرچه به خاطر ضوابط برنامه‌سازی امکان به تصویر کشیدن برخی صحنه‌ها نظیر فیلم‌های قبل از انقلاب وجود نداشت، ولی در این سریال با توجه به گذشت بیش از سی سال از انقلاب اسلامی و تغییر سبک زندگی، هیچ ردپایی از نحوه پوشش و حجاب دوران رژیم پهلوی دیده نمی‌شود. البته با توجه به شرایط اجتماعی کشور و مشارکت سیاسی و اجتماعی زنان، تغییر جدی در به تصویر کشیدن نقش‌های زنانه- از جمله مادری- صورت گرفته است.

ویژگی‌های ظاهری و اخلاقی- رفتاری مادر

۱- ویژگی‌های ظاهری

وضعیت زندگی

با توجه به محل زندگی، وضعیت خانه (آپارتمانی)، لوازم و اثاث منزل، مادر را فردی شهری، متمول، متمدن، شیک‌پوش، تجملاتی و از طبقه مرفه و تقریباً بالای جامعه و در عین حال شاغل و متأهل به تصویر کشیده است.

نوع پوشش و حجاب

در این سریال نیز اگرچه به دلیل ضوابط و محدودیت‌های صداوسیما، امکان به تصویر کشیدن زنان بدون حجاب در حریم خانه شخصی وجود ندارد، اما برخلاف سریال پاییز صحرا و همانند سریال پدرسالار و متهم گریخت، نحوه پوشش و حجاب مادر، از او شخصیتی باحجاب به تصویر کشیده است، به طوری که در منزل، با شال و بعضاً با پوششی زیر شال و لباس‌های کاملاً پوشیده (پیراهن و سارافون) دیده می‌شود و در محیط‌های بیرون منزل و محل کار با مانتو و مقنعه تیره به تصویر کشیده شده است.

پیرایش، آراستگی و تناسب اندام

در تمام صحنه‌های این سریال، مادر، فردی آراسته و با تنوع لباس، امروزی، شیک‌پوش و با آرایش به تصویر کشیده شده، ضمن آن که همانند مادر در سریال پاییز صحرا از تناسب اندام برخوردار است.

۲- ویژگی‌های اخلاقی- رفتاری

همانند سریال‌های قبلی، دست‌اندرکاران این سریال نیز علاوه بر ویژگی‌های ظاهری تلاش زیادی کرده‌اند برای به تصویر کشیدن شخصیت مادر به جنبه‌های اخلاقی و رفتاری او- چه آشکار و چه از طریق رمزهای مربوطه- توجه نمایند. به نحوی که از او چهره‌ای مثبت، با صفات پسندیده از جمله مهربان، دلسوز، غمخوار، مدیر خانه، با ایمان و با خدا، نمازخوان، زحمتکش، احساسی و عاطفی، آرام، عاشق، امیدوار، صبور و با حوصله، خیرخواه، قانع و کم‌توقع، دلوایس و نگران ارائه شده است.

به عنوان نمونه، در تحلیل یکی از صحنه‌های انتخابی، ضمن بیان و روایت دیالوگ‌ها (با همان سبک ادا شده در سریال)، برخی از ویژگی‌های مذکور ذکر می‌شود:



عکس ۴- نمایی از سریال «دلنوازان»

رعنا: بهزاد شام حاضره.

بهزاد: دست شما درد نکنه. چرا زحمت کشیدین؟ زنگ می‌زدیم یه چیزی از بیرون می‌آوردن.

رعنا: غذای بیرون خوش ظاهر و بد باطنه. از قدیم گفتن هیچی غذای خونه نمی‌شه.

بهزاد: دلم واسه دست‌پخت‌تون تنگ شده بود. راسته که می‌گن هیچی دست‌پخت مادر نمی‌شه.

رعنا: چرا یلدا قبل از اینکه بره پیش مادرش برات شام درست نکرد؟

بهزاد: گفتم که مادرش پهو حالش بد شد، مجبور شد سریع خودشو برسونه اونجا.

رعنا: چرا تو باهش نرفتی؟

بهزاد: نمی‌شه که. شب فقط یه نفر می‌تونه اونجا بمونه.

رعنا: یادم باشه بعد شام زنگ بزnm حال مادرشو ببرسم.

بهزاد: نه نمی‌شه.

رعنا: چرا؟

بهزاد: آخه یلدا موبایلشو جا گذاشته چه جوری زنگ بزnm.

بهزاد: می‌گم شما چرا برای خواستگاری نمودید خونه، شاید دلخور بشن .

رنا: نمی‌تونستم بمونم. تحمل نگاه شکوه و حیای مهتاب و نداشتم.

بهزاد: دوباره شروع نکن مامان. این چیه؟

رنا: ۳۰ میلیون تومن پول.

بهزاد: کی جور کرده شما یا آقاچون؟

رنا: معلومه جهان، من که پولی نداشتم.

بهزاد: چه جالب فکر نمی‌کردم از جیب آقاچهان یک ریالم دربیاد.

رنا: این حرف نزن بهزاد. تو هنوز جهان را نشناختی. اون تو رو خیلی دوست داره. اگه چیزیم بهت نگفت برای اینکه من می‌خواستم رو پای خودت بایستی. وقتی همه مشکل تو بهمش گفتم، حاضر بود بیشتر از این بهت بده، اما من نداشتم. می‌دونی چرا؟ برای اینکه اول از همه باید بدونم این پولو برای چی می‌خوای؟

بهزاد: د نشد دیگه. این یعنی اینکه شما به من اعتماد ندارید. یعنی من هنوز اون بچه‌م که ممکنه سرشو کلاه بذارن. نه اینجوری نمی‌شه. نه شما این پولو بردارید. منم دیگه هیچی از شما نمی‌خوام.

رنا: یعنی چی؟ مگه نگفتی به این پول نیاز داری؟

بهزاد: بله هنوزم دارم. به اتابک گفتم حدود ۴۰ میلیون تومن بهم داد. بدون اینکه یه کلمه ازم بپرسه واسه چی می‌خوام این پول. اگه لب تر می‌کردم، بیشترم بهم می‌داد. من حاضر نیستم پولو بامنت از کسی قبول کنم.

رنا: تو چرا حرفای من اینجوری برداشت می‌کنی؟ من فقط ازت سؤال کردم. چون برات نگرانم. به هر حال، این پول جهان فرستاده. می‌خوای خرجش کن، می‌خوای آتیشش بزنی.

صحنه‌پردازی و وسایل موجود در این نما (پرده رنگی و فانتزی، بشقاب، دیس و فنجان‌های آویزان در آب‌چکان) زندگی متوسطی را نشان می‌دهد. نوع پوشش مادر، از او تصویری مرقّه و مقید به حجاب ساخته است. چهره دلخور و ناراحت او، حاکی از دلسوزی و غمخواری برای بهزاد است.

اندازه نما (درشت) و نوع وضوح (انتخابی) حاکی از ایجاد نزدیکی همراه با صمیمیت و جلب‌توجه نسبت به سوژه (مادر) است. رنگ گرم غالب لباس (قرمز) و رنگ سیاه پوشش سر مادر نیز نوعی خوش‌بینی و واقع‌گرایی را نسبت به او ایجاد می‌کند. هم‌سطح چشم بودن زاویه دوربین، القاکننده برابری با سوژه (مادر) است. استفاده از عدسی تله‌فتو در دوربین تلاش می‌کند تا توجه به سوژه (مادر) را در حد چشم‌چرانی افزایش دهد و برجسته نماید. در این نما، بخش اعظمی از خطوط تصویر افقی و عمودی هستند (پرده، فنجان‌های آویزان، بشقاب و دیس و نحوه قرار گرفتن شخصیت‌های درون نما) که گویای ترکیب‌بندی ایستا بوده و از سوی دیگر، مکان قرار گرفتن سوژه (مادر) در یک سوی تصویر، ترکیب‌بندی را نامتقارن جلوه می‌دهد که حاکی از زندگی روزمره طبیعی همراه با فقدان تضاد است و نورپردازی مایه روشن و کم‌تضاد هم نوعی خوشبختی و حالت واقع‌گرایانه را القا می‌کند.

در پایان، یافته‌های حاصل از بررسی و تجزیه و تحلیل صحنه‌های انتخابی چهار سریال و وجوه اشتراک و افتراق آنها را می‌توان در قالب الگوی بازنمایی‌شده از مادر در این چهار سریال پُربیننده بعد از انقلاب به صورت زیر ارائه نمود:

جدول ۲- الگوی بازنمایی‌شده (وجوه افتراق و اشتراک) مادر در چهار دهه بعد از انقلاب اسلامی مبتنی بر چهار سریال «پاییز صحرا»، «پدرسالار»، «متهم گریخت» و «دلنوازان»

سریال پُربیننده دهه اول	سریال پُربیننده دهه دوم	سریال پُربیننده دهه سوم	سریال پُربیننده دهه چهارم
خانه‌دار	خانه‌دار	خانه‌دار	شاغل
مجرد (بیوه)	متأهل	متأهل	متأهل (ازدواج مجدد)
اهل مشاجره	اهل مدارا و مصالحه	اهل مشاجره	اهل مدارا و مصالحه

بازنمایی مادر در سریال‌های پُربیننده بعد از انقلاب

سریال پُربیننده دهه اول	سریال پُربیننده دهه دوم	سریال پُربیننده دهه سوم	سریال پُربیننده دهه چهارم
سرزنده و دارای روحیه جوان	فرتوت و شکسته	سرزنده و دارای روحیه جوان	سرزنده و دارای روحیه جوان
نگران و دلواپس	نگران و دلواپس	نگران و دلواپس	نگران و دلواپس
مداخله‌گر	حامی	حامی	حامی
پرخاشگر، عصبی و تندمزاج	آرام و فروبرنده خشم	ناآرام و تندمزاج	آرام و فروبرنده خشم
سلطه‌گر و ریاست‌طلب	مدیر، مدبّر و باکیاست	مدیر، مدبّر و باکیاست	مدیر، مدبّر و باکیاست
پرتوقع	قانع و کم‌توقع	قانع و کم‌توقع	قانع و کم‌توقع
سنگدل	مهربان، دلسوز و غمخوار	مهربان، دلسوز و غمخوار	مهربان، دلسوز و غمخوار
مرقه	ساده‌زیست	ساده‌زیست	مرقه
راحت‌طلب	زحمتکش	زحمتکش	زحمتکش
کم‌صبر و بی‌تحمل	صبور و شکيبا	کم‌صبر و بی‌تحمل	صبور و شکيبا
بی‌احساس و بی‌عاطفه	احساسی و عاطفی	احساسی و عاطفی	احساسی و عاطفی
بی‌اعتقاد به دعا و نیایش	اهل نماز و نیایش و زیارت	اهل نماز و نیایش	اهل نماز و نیایش
پرچانه و پرحرف	کم‌حرف و ساکت	پرچانه و پرحرف	کم‌حرف و ساکت
فاقد تحصیلات عالی	فاقد تحصیلات عالی	فاقد تحصیلات عالی	دارای تحصیلات عالی
دارای تناسب اندام	فاقد تناسب اندام	فاقد تناسب اندام	دارای تناسب اندام
دارای آرایش	ساده و بی‌آرایش	ساده و بی‌آرایش	دارای آرایش
بی‌حجاب* (بلوز و دامن)	با حجاب (چادری)	با حجاب (چادری)	با حجاب (مانتویی)
شیک‌پوش و تیج‌گونه	با پوشش ساده (سنتی) و بدون تیج	با پوشش ساده (سنتی) و بدون تیج	شیک‌پوش و بدون تیج

*: به دلیل ضوابط و محدودیت‌های صداوسیما، پوشش مادر در این سریال طوری طراحی شده تا از او شخصیتی بی‌حجاب تداعی شود (پوشیدن بلوز و دامن کوتاه و چسبان، همراه جوراب و نیز نحوه بستن روسری که بیشتر شبیه کلاه است و فقط موهای او را پوشانده و بعضاً بخشی از گوش و تمام گردن او- بیش از قرص صورت- دیده می‌شود).

نتیجه‌گیری

براساس آنچه در مبانی نظری آورده شد، نتایج بررسی روی چهار سریال موردنظر نشان می‌دهد در این پژوهش نیز بازنمایی‌های شناختی ویژگی‌های نقش مادری در چهارچوب تصاویر، به صورت کلیشه‌ای و یا ضد کلیشه‌ای بوده است و برای اینکه بتواند ناخودآگاه افکار مخاطبان را درگیر کند و بر آن تاثیر بگذارد، تلاش شده انتقال مفاهیم و معانی که به تعبیر هال، صریح و شفاف نیستند، از طریق رمزها و نشانه‌های زبانی و تصویری صورت گیرد. در این راستا، در مقایسه با کلیشه‌های هشت‌گانه کوالتزکه و استوارت، کلیشه «زن خانه‌دار»، در سریال‌های «پاییز صحرا»، «پدرسالار»، «متهم گریخت» و کلیشه‌های «مادر فوق‌العاده» و «زن شاغل» در سریال «دلنوازان» به تصویر کشیده شده است. همچنین در سریال «دلنوازان»، تصویر مادر نسبت به سه سریال دیگر دستخوش تغییر شده، به طوری که دیگر، کلیشه‌هایی از مادر، همچون: ساده‌زیست، بی‌سواد و یا کم‌سواد و خانه‌دار و نظایر آن دیده نمی‌شود.

از سوی دیگر، مبتنی بر دیدگاه هال مبنی بر اینکه معنا از طریق بازنمایی در گذر زمان، یکدست باقی نمی‌ماند و تغییر می‌کند، می‌توان گفت روندی که تلویزیون در بازنمایی مادر در پیش گرفته نیز دستخوش تغییرات جدی بوده و شاید نتوان آن گونه که بیشتر دیده، شنیده و یا خوانده شده است، کلیشه‌هایی از این نوع یا نظایر آن را در مادر دید: خانه‌دار (به معنای نداشتن استقلال مالی و مشارکت اجتماعی و برعکس، انجام‌دهنده انبوهی از کارهای مختلف در منزل، اعم از: پخت و پز (حداقل ۳ وعده)، بچه‌داری (مراقبت و رسیدگی به تمام امور نظافت، تغذیه، تحصیل و سلامت بچه‌ها)، ژفت‌وروب و گردگیری روزانه خانه، شست‌وشوی دستی و روزانه ظروف و البسه، دوخت و دوز، تهیه‌کننده برخی مواد غذایی خانگی (رب، ترشی، مربا و سمنو) و پذیرایی مستمر از میهمانان)، ساده‌زیست، ازخودگذشته، بی‌سواد و یا کم‌سواد.

به عبارت دیگر، سازندگان سریال‌های موردبررسی، تلاش زیادی کرده‌اند تا از یک سو، نقش و جایگاه مقدس مادر، متناسب با تغییرات و شرایط فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشور به تصویر کشیده شود و از سوی دیگر، چالش‌هایی که مادران با نسل بعدی خود دارند را نمایش دهند. در این راستا، تمام هم و غم

تولیدکنندگان این سریال‌ها آن بوده تا ابعاد مختلفی از مادر از جمله ابعاد مادی/ معنوی، ظاهری/ باطنی، رفتاری، گفتاری، کرداری و سبک زندگی در قاب تلویزیون ارائه شود. برای نیل به این هدف و انتقال درست پیام از تمام ظرفیت‌ها و شیوه‌های انتقال پیام (آشکار یا مستقیم و در لایه‌های پنهانی پیام یا غیرمستقیم) استفاده شده است. نکته قابل‌توجه آن که در چهار سریال منتخب این چهار دهه، تنها، ویژگی (کلیشه) مادرانگی یعنی نگرانی و دلوایسی او برای فرزندان، ثابت مانده و بقیه ویژگی‌ها یا در این چهار دهه به طور متناوب تغییر کرده و یا در چند دهه تکرار شده است. نکته قابل‌توجه دیگر آن که تفاوت فاحشی در بازنمایی مادر و نمایش ویژگی‌های مادرانگی در دو دهه اول و چهارم وجود دارد، به‌طوری که تضاد جدی در بیشتر ویژگی‌های مادر در سریال‌های این دو دهه (با توجه به فاصله زمانی قریب به ربع قرن از تولید و پخش این دو سریال) می‌توان دید که از یک‌سو، به دلیل تفاوت سبک زندگی و عبور از زندگی سنتی و ورود زندگی مدرن به جامعه ایران بوده و از سوی دیگر، به دلیل فراهم بودن شرایط ادامه تحصیل زنان و حضور پررنگ آنها در عرصه‌های مختلف اجتماعی بوده است.

پیشنهادها

با بررسی نحوه بازنمایی مادر در پُربیننده‌ترین سریال‌های چهار دهه بعد از انقلاب اسلامی، موارد ذیل برای برنامه‌سازان و پژوهشگران پیشنهاد می‌شوند:

(الف) به برنامه‌سازان و سریال‌سازان پیشنهاد می‌شود در آثار تولیدی به این نکات توجه داشته باشند:

- ❖ از تحقیر سنت‌های صحیح جامعه نظیر «امر ارجمند خانه‌داری و مادری بانوان» پرهیز و بر جایگاه و اهمیت والای این سنت‌ها تأکید شود.
- ❖ از القای این مسئله که ملاء ارزش یافتن زن، حضور در فعالیت‌های اجتماعی است، پرهیز شود.
- ❖ ضمن ترسیم چهره مادر به عنوان انسانی فداکار و ازخودگذشته، از نشان دادن تصویر او به‌عنوان چهره‌ای مظلوم و ستم‌دیده پرهیز شود.
- ❖ به نقش مادر به عنوان عنصری الگوساز برای فرزندان- به‌ویژه دختران-

توجه ویژه‌ای شود.

❖ از هرگونه نگاه به مادر به عنوان شخصیتی متوقع، تجمل‌گرا، فخرفروش و طلبکار از خانواده که باعث لطمه وارد شدن به کرامت او خواهد شد، پرهیز شود.

❖ چهره‌ای عفیف، نجیب، صادق و متعهد از مادر نمایش داده شود.

❖ بر نقش و اهمیت مشارکت و حمایت مادر در ساخت آینده فرزندان (شغل، ازدواج، فرزندآوری و...) تأکید شود.

❖ از نمایش افراطی مادر پرخاشگر، هتاک و سخت‌گیر پرهیز شود.

❖ طراحی لباس و پوشش مادر نباید با معیارهای زیبایی‌شناختی، محتوای سریال و ارزش‌های فرهنگی مغایرت داشته باشد و به دور از تجمل، اشرافی‌گری و مدل‌گرایی نامطلوب ترویج شود.

❖ انجام مسئولیت‌های خانه‌داری و تربیت فرزندان توسط مادر، نباید در مقابل کار خارج از خانه و فعالیت‌های اجتماعی آنان، کم‌اهمیت به تصویر کشیده شود.

❖ در سریال‌های طنز از تضعیف جایگاه مقدس مادر پرهیز شود.

ب) به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود در زمینه‌هایی مشابه با موضوع تحقیق حاضر، به پژوهش بپردازند، نظیر موضوعات زیر:

❖ - بازنمایی پدر در سریال‌های ایرانی پربیننده تلویزیون در چهار دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی؛

❖ - بازنمایی مادر در تله‌فیلم‌های ایرانی پس از پیروزی انقلاب اسلامی؛

❖ - بازنمایی مادر در پرفروش‌ترین فیلم‌های سینمایی چهار دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی؛

❖ - بازنمایی مادر در پربیننده‌ترین سریال‌های خارجی پخش شده از تلویزیون؛

❖ - بازنمایی مادر در پربیننده‌ترین سریال‌های پخش شده در VODها.

فهرست منابع

۱. اعزازی، شهلا (۱۳۷۳). *خانواده و تلویزیون*، چاپ اول، گناباد: مرنديز.
۲. اویسی، سعیده؛ افراشی، آریتا؛ و مدرسی‌تهرانی، یحیی (۱۳۹۹). «بازنمایی مفهوم زن در تبلیغات: رویکردی اجتماعی، معنا- نشانه‌شناختی»، *فصلنامه علمی مطالعات میان رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، دوره ۳، ویژه‌نامه همایش علمی رسانه ملی و تبلیغات بازرگانی، صص ۶۱-۹۱.
۳. بروجردی‌علوی، مهدخت؛ گرمی‌قهی، محمدتقی؛ و شاکری‌نژاد، محسن (۱۳۹۸). «بررسی شاخص‌های عفاف در زنان چادری سریال‌های تلویزیونی ایرانی»، *فصلنامه مطالعات فرهنگ- ارتباطات*، دوره ۲۰، شماره ۴۵، صص ۳۱-۵۶.
۴. بروجردی‌علوی، مهدخت؛ مهدی‌زاده‌طالشی، سیدمحمد؛ و شاکری‌نژاد، محسن (۱۳۹۸). «بازنمایی زنان چادری در سریال‌های تلویزیونی ایران»، *فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری*، دوره ۱۳، شماره ۲۹، صص ۱۸۳-۲۰۷.
۵. پیرحیاتی، نادر (۱۳۷۳). *چگونگی ارائه شخصیت زن در برنامه‌های تلویزیون از نگاه مردم تهران*، (پژوهش)، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۶. چندلر، دانیل (۱۳۹۷). *مبانی نشانه‌شناسی*، (مترجم: مهدی پارسا)، چاپ ششم، تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
۷. رضایی‌بایندر، محمدرضا (۱۳۸۶). «بازنمایی بیماری روانی و افراد مبتلا به اختلالات روانی در رسانه‌ها»، *فصلنامه پژوهش و سنجش*، دوره ۱۵، شماره ۵۰، صص ۳۱-۴۵.
۸. سعدی‌پور، اسماعیل؛ و علی‌پور، احمد (۱۳۸۶). «تحلیل محتوای سریال‌های تلویزیونی ایرانی از نظر روش‌های تربیتی»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، دوره ۱۴، شماره ۵۱، صص ۱۰۷-۱۳۶.
۹. سلیمی، کیت؛ و کاودری، ران (۱۳۸۰). *راهنمای بررسی تلویزیون*، (مترجم: علی عامری مهابادی)، چاپ اول، تهران: سروش.
۱۰. فرجی، سجاد؛ گیویان، عبدالله؛ و فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۲). *بازنمایی زندگی*

- روزمره جوانان در سریال فاصله‌ها»، فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، دوره ۴، شماره ۴، صص ۱۰۵-۱۳۸.
۱۱. قاسمی، فاطمه (۱۳۷۱). تصویر زن در سریال تلویزیونی چراغ خانه (پژوهش)، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۱۲. قاسمی، فاطمه؛ و قره‌شیخو، فاطمه (۱۳۷۷). تحلیل محتوای سریال به سوی افتخار (پژوهش)، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۱۳. قندهاریون، عذرا؛ و رستمی، محبوبه (۱۳۹۶). «بازنمایی کلیشه و ضدکلیشه زن؛ کاوشی در دنیای تبلیغات تلویزیون با رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف»، فصلنامه راهبرد فرهنگ، دوره ۱۰، شماره ۳۸، صص ۱۸۵-۲۰۶.
۱۴. کریمی‌فرد، علیار؛ و کیا، علی‌اصغر (۱۳۸۳). «سیمای رسانه‌ای زن با تکیه بر مطالعه موردی خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۱۱، شماره ۳۸، صص ۲۱-۵۰.
۱۵. کیا، علی‌اصغر؛ و لطفی، کیوان (۱۳۹۱). «بازنمایی الگوهای سبک زندگی در سریال‌های تلویزیونی»، فصلنامه رسانه، دوره ۲۳، شماره ۳، صص ۸۹-۱۰۷.
۱۶. گونتر، بری (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق رسانه‌ای؛ اندازه‌گیری مخاطبان، واکنش‌ها و تأثیر، (مترجم: مینو نیکو)، چاپ اول، تهران: سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، اداره‌کل پژوهش‌های سیما.
۱۷. لیندلف، تامس؛ و تیلور، برایان (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، (مترجم: عبدالله گیویان)، چاپ دوم، تهران: همشهری.
۱۸. محمدپور، نسرین؛ تقی‌آبادی، مسعود؛ و شالچی، وحید (۱۴۰۱). «بازنمایی و بساخت سوژه زن سرپرست خانوار در سینمای ایران (نشانه‌شناسی فیلم‌های روسری آبی، کافه ترانزیت و دهلیز)»، فصلنامه علمی زن در فرهنگ و هنر، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۲۴۱-۲۶۵.
۱۹. مفاخر، زهرا (۱۳۸۴). درآمدی بر مفاهیم و اصطلاحات برنامه‌سازی سیما چشم‌اندازی بر واژگان تخصصی تلویزیون، تهران: صداوسیما جمهوری اسلامی

- ایران، دفتر تشکیلات و سیستم‌های معاونت تحقیقات و برنامه‌ریزی.
۲۰. موسویان اصل، مریم (۱۴۰۰). «مقایسه تطبیقی مفهوم مادر در سینمای دهه ۶۰ و دهه ۹۰»، *فصلنامه فرهنگ پژوهش*، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۳۵-۶۵.
۲۱. مهدی‌زاده طالشی، سیدمحمد (۱۳۸۷). *رسانه‌ها و بازنمایی*، چاپ اول، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۲. میرزایی، حسین؛ و پروین، امین (۱۳۸۹). «نمایش دیگری: جایگاه غرب در سفرنامه‌های دوره ظهور مشروطیت»، *مجله تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۳، شماره ۱، صص ۷۷-۱۰۶.
۲۳. میرساردو، طاهره؛ و صداقت، مستوره (۱۳۸۶). «مقایسه نقش و منزلت زنان و مردان در سریال‌های تلویزیونی»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، دوره ۱۴، شماره ۵۱، صص ۲۹-۵۷.
۲۴. نیشابوری، اختر (۱۳۷۷). *تحلیل محتوای سریال وکلای جوان (پژوهش)*، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۲۵. هرمزی‌زاده، محمدعلی؛ و فلاح برندق، مهدی (۱۳۹۳). «نشانه‌شناسی سریال‌های پربیننده با تأکید بر مقوله اخلاق: مطالعه موردی (سریال پایتخت)»، *فصلنامه رادیو تلویزیون*، دوره ۱۰، شماره ۲۳، صص ۳۱-۶۴.
۲۶. هرمزی‌زاده، محمدعلی؛ صلواتیان، سیاوش؛ و قاسمی‌تبار، سیدهادی (۱۳۹۷). «بازنمایی روابط خانوادگی در فصل چهارگانه مجموعه تلویزیونی پایتخت»، *فصلنامه خانواده‌پژوهی*، دوره ۱۴، شماره ۵۳، صص ۷-۲۲.
۲۷. یاسینی، سیده‌راضیه (۱۳۹۵). «سیمای زنان ایرانی در شبکه‌های تلویزیونی آمریکا با تمرکز بر پوشش زنان در مستندهای شبکه‌های تلویزیونی لینکتی‌وی، نشنال جنوگرافیک، پی‌بی‌اس»، *فصلنامه پژوهش ارتباطی*، دوره ۲۳، شماره ۸۶، صص ۲۷-۴۳.
28. Bretl & Cantor (1988). *The Portrayals of men and women in U.S television commercials: A recent content analysis trends over 15 years.*

29. Cortese, A. J. (2008). *Provocateur: Images of Women and Minorities in Advertising*. New York: Rowman & Littlefield.
30. Craig, S. (1992). *The effect of television day part on gender portrayals in television commercials: A content analysis*.
31. Djoher, O.A. (2017). *The Representation of Women in Sayiadaty Magazine Advertisements*, M.S. Dissertation, Dept. English, University of Mostaganem.
32. Dyer, R. (2005). *White in Film Theory: Critical Concept in Media and Cultural Studies*.
33. Feasey, R.D. (2020). *TV Representations of Mothers*, The International Encyclopedia of Gender, Media, Communication, John Wiley & Sons, Inc.
34. Gauntlett, D. & Hill, A. (2001). *Tv Living; Television, Culture and Everyday Life* (3rd ed), London and New York: Roulledge.
35. Hall, Stuart. (2003). *Representation: cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage.
36. Kowaltzke, A., and Stewart, C. (2007), *Media: new ways and meanings*, John Wiley & Sons Australia.
37. Lont, C. (2002). *Women and the media: Content, careers, criticism*.
38. Simon, R. K. (1999). *Trash Culture*. London: University of California Press.
39. Ofcom. (2018). *Representation and Portrayal on BBC Television*.
40. Van Maanen, J. (1983). *Reclaiming Qualitative Methods for Organizational Research: A preface*. In J. Van.
41. Ward, L.M. & Rivadeneyra, R. (1999). *Contributions of Entertainment Television to Adolescents Sexual Attitudes and Expectations: The Role of Viewing Amount Versus Viewer Involvement*.