

خوانش مخاطبان زن از جنسیت و روابط جنسیتی در مجموعهٔ ماهواره‌ای عروس استانبول

مریم ملائی^۱
آرمین امیر^۲

چکیده

در پژوهش حاضر خوانش مخاطبان زن سریال ترکیه‌ای عروس استانبول از جنسیت و روابط معطوف به آن، مورد توجه قرار گرفته است. نظریات مخاطب فعال، فنای نمادین و کلیشه‌سازی، اهم نظریات مورد توجه در پژوهش حاضر بوده است. روش پژوهش کیفی است. در گردآوری داده‌ها از تکنیک مصاحبه نیمه‌ساختاریافته عمیق استفاده شده و نمونه‌گیری نظری - هدفمند مورد توجه بوده است. یکی از مهم‌ترین نکات مورد نظر پژوهشگران توجه به تفاوت‌های نسلی در بررسی خوانش مخاطبان بوده است و از این‌رو دامنه سنی ۱۹ تا ۶۵ سال مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. حجم نمونه در تحقیق حاضر بر مبنای اشباع نظری تعیین شده است. به منظور غنای هرچه بیشتر داده‌ها از مجموع ۲۵ مصاحبه انجام شده، ۲۱ مصاحبه که بهترین کیفیت را داشته انتخاب و تحلیل شده است. در تحلیل داده‌های خوانش مخاطبان از تحلیل مضمون استفاده شده است. تحلیل مضمون در ۴ سطح مضامین اولیه، اصلی، مرکزی و هسته انجام شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، تقابل خوانش کلیشه‌ای و ساختار شکنانه از جنسیت و روابط جنسیتی، مضمون هسته حاصل از یافته‌ها بود. مضامین اصلی مصرف‌گرایی زنانه، سرمایه جنسی زنانه، بازنمایی نقش‌های سنتی و کلیشه‌ای تشکیل دهنده مضمون بازنمایی زنانگی کلیشه‌ای بوده‌اند. مضامین اصلی دموکراتیزه شدن روابط زن و مرد و جرح و تعدیل هنجارهای زنانگی نیز تشکیل دهنده مضمون بازنمایی زنانگی ساختار شکنانه بود. همچنین بر اساس نتایج پژوهش، تفاوت‌های قابل اعتنائی در خوانش مخاطبان وجود دارد و هر یک از مخاطبان بر اساس سلیقه، علایق، تجارب و جهان‌بینی خود دیدگاه متعارض، توافقی و یا مسلط را اتخاذ کرده‌اند. همچنین بر اساس یافته‌ها تحصیلات و وضعیت اشتغال از جمله مؤلفه‌های مهم تأثیرگذار بر نوع دیدگاه اتخاذی مخاطبان بوده است، مؤلفه سن نقش تعیین‌کننده نداشته و تفاوت‌های نسلی در بین خوانش مخاطبان دیده نشد.

کلید واژگان: خوانش مخاطب، زنان، سریال عامه‌پسند، جنسیت و روابط جنسیتی.

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱۳ - ۲۰۲۰/۰۲/۰۲

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۲۵ - ۲۰۲۰/۰۶/۱۴

۱. کارشناس ارشد علوم اجتماعی گرایش توسعه روستایی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. mollai.maryam@ut.ac.ir
۲. استادیار گروه مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی. armin.amir@atu.ac.ir
این مقاله مستخرج از پژوهشی با عنوان «مطالعه جامعه‌شناختی خوانش مخاطبان از سریال ماهواره‌ای عروس استانبول (یک مطالعه کیفی)» است که برای مرکز تحقیقات سازمان صدا و سیما در سال ۱۳۹۹ انجام شده است.

مقدمه و بیان مسئله

شکل‌دهی رسانه‌ها به زیست‌جهان مخاطبان در جهان ارتباطات، رسانه و تصویر امروز در همه حوزه‌های عمومی و خصوصی فراگیر شده و در اکثر نقاط جهان، این چیرگی و تسلط غالب جهان تصویر، رنگ و نقش را، می‌توان شاهد بود. جامعه ایرانی هم از این قاعده مستثنی نیست و بنابراین نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به زیست‌جهان مخاطبان ایرانی در حوزه‌های عمومی و خصوصی زیست روزمره بسیار کلیدی است.

جهان تصویر می‌تواند در انواع مختلفی در اختیار مخاطبان قرار گیرد. علاوه بر شبکه‌های تلویزیونی داخلی، شبکه‌های ماهواره‌ای نیز یکی از عرضه‌کنندگان برنامه‌های مختلف به مخاطبان هستند. در همین راستا، در دهه‌های گذشته، با رواج ماهواره در بین خانواده‌ها و با گسترش فعالیت شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای روبرو هستیم. زنان، مخاطبان اصلی برخی از این برنامه‌ها شده‌اند (رحمانی فیروزجاه و سهرابی، ۱۳۹۴). بسیاری از مردم، با توجه به محدود بودن شبکه‌های رسانه ملی هم از نظر تعداد و هم از نظر نوع برنامه‌ها که بخشی به دلیل قوانین کشور و بخش دیگر به دلیل رویکردهای سلیقه‌ای مدیران مرتبط است^۱، بیش‌تر از شبکه‌های ماهواره‌ای استقبال کرده و به تنوع ذائقه و سلاقی خود، با اتکا به تنوع شبکه‌های موجود و نوع برنامه‌ها، پاسخ می‌دهند و برنامه‌های داخلی را آن‌چنان که باید و شاید، جذاب و مطابق سلیقه و نظر خود نمی‌دانند (منتظر قائم و کاوند، ۱۳۹۳: ۱۰۸)

بر این اساس، در سال‌های گذشته شاهد تمایل ذائقه بخش گسترده‌ای از زنان به سمت تماشای سریال‌های عامه‌پسند^۲ ماهواره‌ای بوده و در بسیاری از خانواده‌ها این سریال‌ها، مخاطبان زیادی، علی‌الخصوص در بین زنان دارد. در یک نگاه کلی، می‌توان بخش زیادی از زنان را به‌عنوان مشتریان پر و پا قرص بازار «سریال‌های آبکی»^۳ دانست. این سریال‌ها با تکنیک‌های مختلف، بیننده را با داستان خود همراه کرده و مخاطب آرزوها، ایده‌آل‌ها و حتی گاهی یوتوپیای خود را در دنیای داستان تصویر شده می‌داند تا جایی که برای بسیاری از این مخاطبان، ساعت پخش سریال‌ها، مثل ساعت مصرف قرص‌های آنتی‌بیوتیک دارای اهمیت است. قرص‌هایی که حال مخاطب را خوب می‌کند و مصرف آن‌ها، امری ضروری و حیاتی به شمار می‌رود.

با توجه به پیام‌های مستتر در این سریال‌ها - بخش عمده آن‌ها سریال‌های ترکیه‌ای هستند - و با نگاهی بر برخی از پژوهش‌های مرتبط، می‌توان از گفتمان‌سازی اکثر این مجموعه‌ها مبنی بر عادی‌سازی دوستی دختر و پسر، برابری زن و مرد بدون توجه به اقتضات جامعه ایرانی، ترویج خیانت در

۱. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (آقای جنتی در سال ۱۳۹۲) به ضریب استفاده ۷۱ درصدی مردم تهران از ماهواره اشاره کرده و در این زمینه به ضرورت مقابله با رویکردهای سلیقه‌ای در رسانه ملی و هم‌چنین سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی صحیح توسط مسئولین مرتبط اشاره کرده‌اند. www.Mashregnews.ir (۲۶ آذر ۱۳۹۲).

۲. Pulp Fiction Movi

۳. Soap Opera

رابطه زناشویی، روابط مثلثی و فانتزی‌های جنسی، برجسته‌سازی گفتمان عشق، قاب‌بندی‌های خاص از تصویر زن ایده‌آل که مبتنی بر جذابیت جنسی و سرمایه معطوف به بدن و زیبایی است، سخن گفت. بدیهی است که این پیام‌ها و گفتمان‌ها، با توجه به تأثیر این سریال‌ها بر گفتمان‌های هویتی، در مورد تصویر جامعه از زن مطلوب و خانواده موفق، اثرگذار خواهد بود و مناسبات جنسیتی و خانوادگی را تحت تأثیر قرار خواهد داد. حال با توجه به اثرگذاری سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای بر مخاطبان زن و همچنین عطف به مضمون‌های عمدتاً ناهمسوی این آثار با ارزش‌های جامعه ایرانی در حوزه خانواده و سبک زندگی از یکسو و استقبال بسیار زیاد مخاطبان زن از این سریال‌ها از سوی دیگر، نیاز است تا تأملی در نحوه خوانش مخاطبان انجام شود.

هدف از این مطالعه پرداختن به این موضوع است که سریال عروس استانبول^۱ در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی که حوزه مهمی برای شرایط امروز جامعه ایرانی است و شاهد تغییرات و تحولاتی اساسی و تأثیرگذار در این زمینه هستیم، برای مخاطبان عمدتاً چه مضامین و مفاهیم اصلی را در برداشته است؟ تا چه حد توانسته به ذائقه مخاطبان نزدیک شود و در مورد حوزه مورد بررسی نظر مخاطبان تا چه به محتوای ارائه شده در سریال از نظر آن‌ها، نزدیک است؟

پیشینه پژوهش

در این بخش به تعدادی از پژوهش‌های مرتبط با پژوهش حاضر یعنی خوانش مخاطبان از سریال‌های ترکیه‌ای اشاره می‌شود. پژوهش‌های داخلی مرور شده یا مواردی هستند که یا در قالب مطالعه موردی معطوف به یک سریال خاص بوده‌اند (کیانی و اکوانی، ۱۳۹۵؛ محمدی، ۱۳۹۶) و یا مواردی هستند که سریال‌های عامه‌پسند پخش شده از شبکه‌های ماهواره‌ای را بدون تدقیق یک مورد خاص، مورد بررسی قرار داده‌اند (رحمانی فیروزجاه و سهرابی، ۱۳۹۴؛ مهدی‌زاده، خانیکی و عزیزی، ۱۳۹۴؛ منتظر قائم و شریفی، ۱۳۹۸). همچنین لازم به ذکر است که این پژوهش‌ها عمدتاً معطوف به مخاطبان زن بوده‌اند و تنها در مطالعه کیانی و اکوانی (۱۳۹۵) هر دو جنس مورد توجه بوده‌اند. روش پژوهش نیز در عمده این موارد کیفی بوده و تنها در مطالعه رحمانی فیروزجاه و سهرابی (۱۳۹۴) روش کمی و ابزار پرسشنامه مورد توجه بوده است.

مطالعات خارجی مرور شده نیز عمدتاً مواردی بوده‌اند که تأثیر سریال‌های ترکیه‌ای بر زنان را در جوامع مختلف مورد توجه قرار داده‌اند. برخی از این پژوهش‌ها معطوف به مطالعه موردی از سریالی خاص بوده‌اند (آسلام^۲ و همکاران، ۲۰۱۵؛ خان^۳ و پمبسیوکلوا^۴، ۲۰۱۹). برخی از مطالعات نیز به

۱. İstanbullu Gelin به ترکی استانبولی

۲. Aslam

۳. Khan

۴. Pembecioğlu

صورت کلی سریال‌های عامه‌پسند پخش شده را فارغ از مطالعه موردی مورد توجه قرار داده‌اند (رهان و رازا^۱، ۲۰۱۷؛ ازجان^۲ و همکاران، ۲۰۱۷؛ اقبال^۳، ۲۰۱۸). از نظر روش نیز برخلاف مطالعات داخلی؛ عمده مطالعات خارجی مرور شده از روش کمی و ابزار پرسشنامه استفاده کرده بودند و تنها در مطالعه ازجان و همکاران (۲۰۱۷) روش کیفی مورد توجه بوده است.

آنچه از مرور مطالعات پیشین حاصل می‌شود نشان‌دهنده آن است که مطالعات قبلی، به صورت ویژه بر خوانش و قرائت زنان از مقوله جنسیت و روابط جنسیتی متمرکز نبوده‌اند و به صورت کلی قرائت زنان را از محتوای سریال‌های مورد مطالعه بررسی کرده‌اند. این موضوع یکی از وجوه تمایز مطالعه حاضر نسبت به سایر مطالعات پیشین است. همچنین سریال‌های انتخابی برای مطالعه در مطالعات موردی، عمدتاً مجموعه‌هایی بوده‌اند که داستان و پیام آن‌ها غیر همسو با حفظ کانون خانواده و اولویت و اهمیت آن بوده است؛ حال آن‌که سریال حاضر در مقایسه با سریال‌های دیگر به صورت مشخص حفظ و انسجام کانون خانواده را مورد توجه قرار داده است و گرچه مختصات و شرایط زندگی امروزی را نشان می‌دهد اما در نهایت بر این موضوع تأکید دارد که مناسبات جنسیتی و روابط معطوف به این حوزه نباید باعث از بین رفتن ارزش‌های خانوادگی شود. از این‌رو بررسی خوانش مخاطبان نسبت به این سریال که هدفی این چنینی داشته است در خور توجه خواهد بود، زیرا می‌تواند برای جامعه ایران که تغییرات و گذار درخور توجهی را در حوزه خانواده و روابط جنسیتی تجربه می‌کند؛ حاوی یافته‌های مهمی باشد.

مروری بر نظریات مرتبط با پژوهش

یکی از نظریات مرتبط با پژوهش حاضر فنای نمادین^۴ است. استدلال کلی فمینیسم در نقد رسانه‌های جمعی را می‌توان در مفهوم فنای نمادین، شاهد بود. فنای نمادین یکی از نظریه‌هایی است که در باب بازنمایی زنان در رسانه، کاربرد دارد. این نظریه که واضع آن تاچمن^۵ است، به این موضوع اشاره دارد که زنان یا در عرصه اجتماعی حضور ندارند و یا به صورت طبقه‌ای نشان داده می‌شوند که بر پایه جذابیت جنسی و انجام وظایف خانگی شکل گرفته‌اند. از نظر فمینیست‌ها تصویر فرهنگی زنان در رسانه‌های جمعی به نحوی است که نتیجه آن، تقویت مفاهیم و کلیشه‌های پذیرفته شده درباره زنانگی و مردانگی است؛ یعنی معمولاً مردان به صورت انسان‌های مسلط، فعال، مقتدر به تصویر کشیده شده و نقش‌های متنوع و مهمی را که موفقیت در آن‌ها غالباً مستلزم مهارت حرفه‌ای، منطق و قدرت است، ایفا می‌کنند. در مقابل زنان معمولاً منفعل، تابع و کم‌اهمیت جلوه داده می‌شوند و در مشاغل فرعی و

1. Rehan & Raza

2. Ozgun

3. Iqbal

4. Symbolic destruction

5. Tuchman

کسل‌کننده‌ای که برپایه جنسیت، عواطف و عدم پیچیدگی‌شان، شکل گرفته است، ظاهر می‌شوند (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۴۲ و ۲۶۴ به نقل از مهدی‌زاده و آذر براء‌گزار، ۱۳۹۵: ۱۴۴).

از نظر تاچمن، تمرکز رسانه‌ها بر فنای نمادین زنان است. او بر این باور است که در فرایند فنانمادین، مردان و زنان در رسانه‌های جمعی در نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی که در جهت بازسازی نقش‌های جنسیتی سنتی به کار می‌روند، بازنمایی می‌شوند. این وضعیت که به دنبال خود، «کمتر بودن زن^۱» را در پی دارد، محصول ایدئولوژی مردانه و به دنبال تضعیف و شکست زن در مقایسه با مرد است (توایتس^۲ و دیگران، ۲۰۰۲: ۱۶۰ به نقل از کاظمی و ناظر فصیحی، ۱۳۸۶: ۱۳۹).

کلیشه‌سازی^۳ یکی دیگر از نظریات مرتبط با این پژوهش است. کلیشه‌سازی یعنی به وجود آوردن فرضیاتی درباره اعضای گروه‌های اجتماعی و فرهنگی، بر اساس اطلاعات ناقص یا نادرست. یکی از بارزترین انواع آن، کلیشه‌های جنسیتی^۴ و کلیشه‌سازی در این زمینه است. کلیشه‌های جنسیتی، تصویر ذهنی یکنواخت و قالب‌بندی شده‌ای از رفتارهای خاص مربوط به زنان و مردان را ارائه می‌دهد، بدون آن که بررسی و آزمون شده باشند و یا اساساً منطبق با واقعیت باشند (اصلانی و کیانپور، ۱۳۹۴: ۱۷۶).

آن‌گونه که کولومبورگ (۱۳۷۸) می‌گوید، فمینیست‌ها معتقد هستند که رسانه‌های جمعی، نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را از خلال محصولات خود ایفا می‌کنند و در پی القای ویژگی‌هایی با بار معنایی مثبت به مردان و در مقابل بار معنایی منفی به زنان هستند؛ برای مثال قدرت، استقلال، تمایل به خطرپذیری از ویژگی‌های مردانه و منطبق با مردانگی است که در رسانه‌ها بازنمایی می‌شود اما در مقابل صفاتی مثل ضعف، زودباوری و تأثیرپذیری از ویژگی‌های زنانه منطبق با زنانگی است که ارمغان ناخواستنی محصولات رسانه‌ای برای زنان است (رحمتی و سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۳). نکته مهم آن است که این کلیشه‌سازی‌ها، به دنبال خود بازتولید شرایط موجود را در دوگانه زن و مرد به همراه خواهند داشت و به بیانی در جهان رسانه نیز، زن و مرد با همان کلیشه‌های رایج در جهان واقع تعریف می‌شوند؛ در جایی به شکل توصیفی و در جای دیگر به شکل هنجاری.

رمزگشایی نیز از جمله رویکردهای بسیار مؤثر و مهم در مطالعه حاضر است. بر طبق این رویکرد تولید در مقابل مصرف قرار ندارد، در این رویکرد مصرف خود در عین حال به‌مثابه تولید ثانویه است و همچنین تولید هم به‌مثابه شکلی از مصرف در نظر گرفته می‌شود؛ در این رویکرد، پیام رسانه به‌عنوان متنی در نظر گرفته می‌شود که امکان خوانش‌های متعدد و گوناگونی از آن وجود دارد (هازول، ۲۰۰۲ به نقل از رحمانی فیروزجاه و سهرابی، ۱۳۹۴: ۱۱).

1. Less of Woman
2. Thwaites
3. Stereotyping theory
4. Gender stereotypes

خوانش‌های متفاوتی در مورد یک برنامه رسانه‌ای وجود دارد. از نظر استوارت هال، پیام توسط تولیدکننده، رمزگذاری و توسط دریافت‌کنندگان پیام، رمزگشایی می‌شود و مخاطبان ممکن است یک برنامه را به شیوه‌های متفاوتی رمزگشایی کنند. تیلور و ویلیس^۱ (۱۹۹۹)، مدل رمزگذاری و رمزگشایی هال را کمکی مهم به مطالعات مخاطب می‌دانند. به زعم ایشان، این مدل یک تغییر جهت از تحلیل متن به تحلیل روابط پیچیده و پویای متن با خواننده یا بیننده است. رمزگذاری و رمزگشایی یک فرایند است، فرایندی که در دل آن معنا تولید می‌شود و در ضمن مبادله میان خواننده یا بیننده و متن، برداشت و معنای یک اثر متولد می‌شود (مهرپرور، ۱۳۹۸: ۵۱). همان‌گونه که اسمیت (۱۳۸۳) می‌گوید، نظریه دریافت در پژوهش‌های ارتباط جمعی و مطالعات رسانه، ماحصل همین رویکرد رمزگذاری و رمزگشایی هال است (منتظر قائم و کاوند، ۱۳۹۳: ۱۱۵).

در مورد خوانش مخاطب یا به تعبیری رمزگشایی از سریال، استوارت هال تحت تأثیر مفهوم هژمونی گرامشی، معتقد به سه نوع خوانش در یک گفتمان رسانه‌ای است. نخستین موضع، موضع مسلط و هژمونیک^۲ است یعنی هنگامی که بیننده معنای ضمنی را به شکلی کامل و صریح از یک برنامه خبری در رسانه جمعی می‌گیرد و پیام را بر مبنای رمز مرجحی رمزگشایی می‌کند که در چارچوب آن رمزگذاری شده است. در چنین وضعیتی می‌توان گفت که بیننده در چارچوب رمزگان مسلط واکنش نشان می‌دهد. دومین موضع، موضع جرح و تعدیل^۳ که از آن با نام‌های دیگری چون رمزگان قابل بحث و توافقی یاد شده است. این شکل از رمزگشایی، ترکیبی از عناصر تطبیق‌یابنده و تخالف‌جویانه را شامل می‌شود به این معنا که رمزگشایی در این حالت متضمن آمیزه‌ای از عناصر سازگار و مخالف است که مشروعیت تعاریف هژمونیک را برای ایجاد دلالت‌های بزرگ به رسمیت می‌شناسد، اما در سطحی محدودتر. سومین جایگاه از نظر هال، عبارت است از موضع تقابل‌جو یا متضاد^۴؛ این جایگاه را بیننده‌ای اتخاذ می‌کند که رمزگان مرجح گفتمان رسانه‌ای را تشخیص می‌دهد اما تصمیم می‌گیرد که گفتمان را در چارچوبی بدیل رمزگشایی کند (استوری، ۱۳۸۶: ۳۴-۳۸). تأملی بر سه نوع نحوه رمزگشایی، می‌تواند نشان از یک نتیجه مهم داشته باشد و آن این که همان‌گونه که انگ (۱۹۹۵) می‌گوید، رمزگشایی متون رسانه‌ای توسط مخاطبان، همسو با شرایط اجتماعی و فرهنگی مخاطب و هم‌چنین تجربه‌های ذهنی او شکل می‌گیرد (مهرپرور، ۱۳۹۸: ۵۲ و ۵۳).

رویکرد تحلیل دریافت که از جمله دیگر رویکردهای بسیار مرتبط با پژوهش حاضر است بر آن است که متون رسانه‌ای توسط ادراکات مخاطبان خوانش می‌شود. این نظریه موجد شیوه‌ای از پژوهش است که در آن محقق کار خود را نه با بررسی متن، بلکه با تحلیل فرهنگ‌های زیست شده در زندگی روزمره مردم، شروع می‌کند (استوری، ۱۳۸۶). از نگاه مک‌کوایل، تحلیل دریافت مخاطبان از رسانه‌ها

1. Taylor & Willis

2. The Dominant-Hegemonic

3. A Negotiated Code

4. An Appositional

پیش از آن که خود یک سنت پژوهشی مستقل باشد، بازوی مؤثر مخاطب پژوهی در مطالعات فرهنگی معاصر است (مک‌کوایل، ۱۳۸۵: ۲۹). در تحلیل دریافت، پیش‌فرض بنیادین این است که متون رسانه‌ای دارای معنایی ثابت یا ذاتی نیست، بلکه در لحظه دریافت متون از طرف مخاطب است که این متون معنا می‌یابد؛ یعنی هنگامی که مخاطب متن را قرائت، تماشا و استماع می‌کند. به بیان دیگر، مخاطب را مولد معنا می‌شمرند و نه صرفاً مصرف‌کننده محض محتویات رسانه‌ای. برخی از پژوهشگران متعلق به این سنت، برای ارجاع به گروه‌های مختلفی که هر یک از متنی واحد، تفسیرهای مشترک خود را دارند، از تعبیر «جماعت‌های تفسیرگر» استفاده می‌کنند (انگ، ۱۹۹۵: ۲۱۴ به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۱۹).

رویکرد تحلیل دریافت به حضور مخاطب فعال معتقد است. رویکرد مخاطب فعال، مخاطبان را به مثابه تولیدکنندگان معنا و دارای نقش‌آفرینی در تفسیر و تعبیر می‌داند. در این مطالعات، مخاطبان به عنوان جماعت‌های تفسیرگر دیده می‌شوند (مک‌کوایل، ۱۳۸۵: ۲۹). براساس این رویکرد، مخاطبان به عنوان سوژه‌هایی مطرح هستند که دریافت و خوانشی فعالانه از متن دارند. همچنین مخاطبان با توجه به موقعیت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی‌شان، قرائت‌های متفاوتی از متن دارند. به عبارتی می‌توان گفت فعال بودن و تکثر قرائت‌ها، ایده‌های اصلی این رویکرد است.

بسیاری از مطالعات و پژوهش‌های انجام شده مطرح در زمینه مطالعات رسانه بر اهمیت ویژگی‌های مخاطبان در چگونگی تأثیرگذاری رسانه بر آن‌ها صحبت کرده‌اند. برای مثال، پژوهش‌های انگ (۱۹۹۱)، برانسدون^۱ (۱۹۸۶) و مورلی^۲ (۱۹۸۶) به ما نشان داده است که تأثیر رسانه‌ها بر مخاطبان و در جامعه یکدست نیست و شرایط مختلف اجتماعی و متغیرهای جمعیتی مانند زمینه فرهنگی، سطح درآمد، وضعیت اجتماعی، سن و جنسیت، همه و همه، رابطه مردم را با رسانه‌ها تغییر می‌دهند (ازجان و همکاران، ۲۰۱۷: ۲). مورد دیگر، پژوهش دوسترو و فیسک است که دو نظریه‌پرداز مهم در رویکرد مطالعات فرهنگی هستند. ایشان به مقوله‌ای به نام «مصرف ابداعی» اشاره کرده و مصرف ابداعی را به‌مثابه مصرف تولیدی قلمداد می‌کنند؛ به این معنا که مصرف‌کننده خود تولیدکننده است. به بیان فیسک، کالاهای تولید شده در رسانه «ناتمام» تولید می‌شوند و این مصرف‌کننده‌ها هستند که تولید کالاها را تکمیل می‌کنند (اباذری و شله‌بری، ۱۳۸۷: ۱۸)؛ بنابراین در این رویکرد، هویت مخاطبان دارای اهمیت است. نحوه مواجهه مخاطبان با یک اثر منفعلانه نبوده و بنا بر موقعیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی‌شان مختلف خواهد بود.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان چنین گفت که در مطالعه حاضر، خوانش مخاطبان سریال عطف به رویکرد مخاطب فعال و ضمن توجه به نظریات مرتبط با بازنمایی رسانه از جنسیت و روابط جنسیتی مورد توجه قرار گرفته است. هدف آن بوده است تا رمزگشایی آنان از سریال در حوزه مورد نظر بررسی

1. Brunsdon
2. Morley

شود. فرض اصلی پژوهشگران در مطالعه حاضر بر فعال بودن مخاطبان در مواجهه با پیام‌های سریال است و این‌که آنان بسته به موقعیت و شرایط گوناگون، تعبیر و تفسیر خود را داشته و در موضع منفعل قرار ندارند.

روش مطالعه

در این مطالعه روش در دو سطح قابل شرح و بسط است؛ تحلیل متن و تحلیل مخاطبان؛ برای بررسی مهم‌ترین مضامین موجود در سریال و به منظور نشان دادن خوانش مرجح سریال در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی از روش تحلیل محتوای کیفی متن استفاده شده است. تحلیل محتوای کیفی در ساده‌ترین شکل به استخراج مفاهیم مورد نیاز از متن مورد مطالعه می‌پردازد؛ مفاهیمی که در قالب مقولاتی منظم سامان می‌یابند. روش تحلیل محتوا بر این فرض بنا شده است که با تحلیل پیام‌های زبانی می‌توان به کشف معانی، اولویت‌ها، نگرش‌ها، شیوه‌های درک و سازمان‌یافتگی جهان دست یافت. در این بخش، نمونه‌گیری به روش هدفمند انجام شده است. در بخش تحلیل محتوای سریال، ابتدا کل قسمت‌های سریال مورد بررسی قرار گرفته و سپس در مرحله دوم تعداد ۳۱ صحنه که از جمله صحنه‌های اصلی با محوریت موضوع جنسیت و روابط جنسیتی بوده است به عنوان نمونه از قسمت‌های مختلف سریال انتخاب و بازبینی شده است تا دلالت‌ها و پیام‌های صحنه‌ها عطف به خط سیر داستان، مشخص شود.

در گردآوری قرائت‌های مخاطبان پژوهش حاضر، از تکنیک مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق استفاده شده است. استراتژی نمونه‌گیری در این مطالعه، نمونه‌گیری نظری-هدفمند است. در نمونه‌گیری نظری-هدفمند، نمونه‌ها باید به گونه‌ای انتخاب شوند که بیشترین روشنایی بخشی را برای نظریه‌ای که تا آن لحظه تدوین شده است، داشته باشند. برای دستیابی به نمونه‌ها از تکنیک گلوله‌برفی استفاده شده است تا هر نفر افراد دیگری که در این زمینه می‌شناسد را معرفی نماید و کمک کند تا نمونه‌گیری تحت تأثیر علائق و نظرات محقق قرار نگیرد. انتخاب به شیوه گلوله‌برفی تا حد زیادی به اعتماد اولیه مشارکت‌کنندگان کمک نموده و همچنین عطف به آن‌که افرادی برای این مطالعه مورد هدف بودند که سریال را دیده باشند، این مهم را نیز تأمین می‌کرد. همچنین تلاش شده است تا نمونه‌ها در بردارنده گروه‌های مختلف سنی، تحصیلی، شغلی، مالی، وضعیت تأهل و ... باشند تا حداکثر تنوع با توجه به احتمال تفاوت شرایط در نظرات و نحوه خوانش لحاظ شود. یکی از مهم‌ترین نکات مورد نظر پژوهشگر در مطالعه حاضر این بوده است که تفاوت‌های نسلی را نیز در این نمونه‌گیری مورد توجه قرار دهد و از این‌رو در یک دامنه سنی از ۱۹ تا ۶۵ سال، نمونه‌گیری انجام شده است. مطالعه با تمرکز بر تأمین شرایط اعتبار یا وثوق^۱ انجام شد و در این راستا دو تکنیک مثلث‌سازی

پژوهشگر و بازبینی مشارکین^۱ مطالعه برای دو مرحله گردآوری داده‌ها و تنظیم گزارش یافته‌ها استفاده شد.

از آنجایی که انتخاب نمونه در روش کیفی با روش کمی دارای تفاوت بسیاری است؛ حجم نمونه در تحقیق حاضر همسو با نظر گلیزر و اشتراوس (۱۹۶۷) بر مبنای اشباع نظری تعیین شده است؛ یعنی اشباع نظری، مبنای داوری درباره زمان توقف نمونه‌گیری از گروه‌های مختلف در نظر گرفته شده است و این به معنای عدم حصول چیز جدیدی می‌باشد (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۴۰). بر این اساس با ۲۵ نفر از زنان مخاطب سریال در گروه‌های مختلف تحصیلی، سنی، وضعیت تأهل، اقتصادی و شغلی مصاحبه شد و از این میان ۲۱ مصاحبه که داده‌های غنی‌تری داشتند برای تحلیل مبنا قرار گرفت. زنان مخاطبی که مورد مصاحبه قرار گرفتند، ساکن شهر تهران بوده و سطح تحصیلاتشان از دیپلم تا دکتری متغیر بوده است.

در تحلیل خوانش مخاطبان از تحلیل موضوعی یا تماتیک استفاده شده است. این تکنیک عبارت است از فرایند کدگذاری و تحلیل داده‌ها با این هدف که داده‌ها چه می‌گویند (توماس و هاردن^۲، ۲۰۰۸). این نوع تحلیل به دنبال الگویابی در داده‌هاست؛ به طوری که تم‌ها از داده‌ها نشأت می‌گیرند. تحلیل موضوعی، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (براون و کلارک^۳، ۲۰۰۶). براساس نظر دپوی و گیلتین (۲۰۰۵) تحلیل موضوعی شامل این مراحل است:

۱- درگیری در تفکر قیاسی - استقرایی به طور همزمان؛ ۲- ساخت و تدوین مقوله‌ها؛ این مقوله‌ها از طریق فرایند کدگذاری متعارف ساخته می‌شوند. هدف نهایی کدگذاری تحلیل نهایی داده‌های گردآوری شده است؛ ۳- تقسیم‌بندی مقوله‌ها در سطوح بالاتر انتزاع؛ مقوله‌ها را می‌توان مجدداً براساس منطق مقایسه معنایی به سطوح بالاتری از انتزاع ارتقاء داد؛ ۴- کشف معانی و تم‌های زیرین؛ ۵- نوشتن گزارش تحقیق (محمدپور، ۱۳۹۲: ۶۷-۶۸).

در جدول زیر شمایی کلی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر بر اساس مؤلفه‌هایی چون سن، تحصیلات، وضعیت تأهل، اشتغال و میزان استفاده از ماهواره آمده است.

1. Member checking
2. Thomas & Harden
3. Braun & Clarke

جدول شماره ۱: مشخصات مشارکت کنندگان در پژوهش					
ردیف	سن	تحصیلات	وضعیت تأهل	اشتغال	میزان استفاده از ماهواره
۱	۱۹	دانشجوی کارشناسی	مجرد	دانشجو	متوسط
۲	۲۳	کارشناسی	مجرد	شاغل - مدرس زبان	کم
۳	۲۳	کارشناسی ارشد	مجرد	شاغل - عکاس	متوسط
۴	۲۵	دانشجوی کارشناسی ارشد	مجرد	دانشجو	متوسط
۵	۲۶	کارشناسی ارشد	مجرد	حسابدار	زیاد
۶	۲۷	دیپلم	متأهل	خانه‌دار	زیاد
۷	۲۷	دیپلم	متأهل	خانه‌دار	زیاد
۸	۳۰	کارشناسی ارشد	متأهل	خانه‌دار	زیاد
۹	۳۰	دانشجوی کارشناسی ارشد	مجرد	دانشجو	کم
۱۰	۳۵	دانشجوی دکتری	متأهل	شاغل - مدیرعامل شرکت	کم
۱۱	۳۵	کارشناسی ارشد	متأهل	شاغل - کارمند	کم
۱۲	۴۲	کارشناسی	طلاق گرفته	شاغل - معمار	کم
۱۳	۴۵	کارشناسی	متأهل	خانه‌دار	زیاد
۱۴	۵۰	دیپلم	متأهل	بازنشسته	متوسط
۱۵	۵۳	کارشناسی	همسر فوت شده	بازنشسته تأمین اجتماعی	متوسط
۱۶	۵۴	دیپلم	متأهل	خانه‌دار	زیاد
۱۷	۵۵	دیپلم	متأهل	دبیربازنشسته - خانه‌دار	زیاد
۱۸	۵۹	دیپلم	متأهل	خانه‌دار	متوسط
۱۹	۶۰	دیپلم	همسر فوت شده	خانه‌دار	زیاد
۲۰	۶۲	دیپلم	همسر فوت شده	خانه‌دار	زیاد
۲۱	۶۵	دکتری	متأهل	بازنشسته و استاد دانشگاه	کم

یافته‌های پژوهش

عروس استانبول، سریالی است در مورد خانواده با تمام زوایای تأثیرگذار بر حیات، انسجام، دوام و پایداری آن. عشق و ازدواج فاروق (شخصیت اصلی مرد داستان) و ثریا (شخصیت اصلی زن داستان) هسته مرکزی سریال است. همانند تیبیک سریال‌های عامه‌پسند، مرد داستان از مقام، منزلت، شغل

رده بالا و ثروت زیادی برخوردار است و زن به جز زیبایی و سرمایه جنسی که از مهم‌ترین ویژگی‌های مورد نظر برای یک زن در این‌گونه سریال‌ها است، دارایی خاصی ندارد. البته زن این داستان تفاوت قابل ملاحظه‌ای با سایر سریال‌های مشابه این ژانر دارد و آن این است که درایت، ذکاوت و تدبیر خاص و البته تلاش برای اعمال موضع فعالانه در مقابل موضع منفعلانه به وضوح در او رمزگذاری شده است. این دو به رغم مخالفت مادر فاروق به دلیل اختلاف طبقاتی و فرهنگی، با یکدیگر ازدواج می‌کنند؛ ازدواجی منطبق با الگوی همسرگزینی و سبک ازدواج مدرن. شغل ثریا خوانندگی است و با ارزش‌های سنتی مادر و شأن و منزلت خانوادگی آن‌ها تطابق ندارد و تعلق فاروق به خانواده‌ای با اصل و نسب و در مقابل خانواده ضعیف و بدون سر و سامان ثریا (مادر و پدر او از دنیا رفته‌اند و تنها عضو خانواده ثریا خاله او است) باز هم از همان جنس شاهزاده‌ای سوار بر اسب سفید است که در عمده داستان‌های عامه‌پسند شاهد آن هستیم که موضع فرادست را در اختیار مرد و موضع فرودست را در اختیار زن نشان می‌دهد. این دو با هم ازدواج می‌کنند در حالی که عروس مورد نظر مادر خانواده، دختری (ایپک) از بین آشنایان در همان شهر بورسا است؛ یعنی دختری که او و خانواده‌اش را می‌شناسد، دختری سنتی و محدود به همان شهر، بدون حضور در عرصه کار و بدون استقلال از خانواده. داستان‌پردازی به‌گونه‌ای انجام شده است که ثریا در موضع ضعف قرار بگیرد و تمام تلاش خود را جهت جلب رضایت اسماء (مادر همسرش) به کار بگیرد.

پرسوناژ مرد در طول داستان بر پرسوناژ زن، غلبه داشته و به نوعی موازنه قدرت برابر نیست. در کل سریال، عموماً مردهای داستان در مقایسه با زنان از قدرت بیشتری برخوردار بوده و به بیانی عرصه کار و اشتغال جدی و همچنین مشاغل بلند مرتبه‌تر در اختیار مردان بوده و زنان عمدتاً در مشاغل رده پایین و یا در شغل‌های غیر مدیریتی و ریاستی، مشغول به کار هستند.

کشاکش سنت و مدرنیته موضوعی است اساسی که به طرق مستقیم و غیرمستقیم در پس تمام اتفاقات در سراسر داستان جاری است و هم بین شخصیت‌های مدرن و سنتی این کشاکش دیده می‌شود و هم آن‌که خود شخصیت‌ها نیز در یک دوگانه قرار دارند که باعث می‌شود نه زنگی زنگ باشند و نه رومی روم و مخاطب هم با این کشاکش که ذاتی عصر گذار است و خود نیز احتمالاً با این موضوع هم‌ذات‌پنداری می‌کند، با شخصیت‌ها همراه می‌شود.

این سریال در سه فصل و ۳۰۷ قسمت به‌گونه‌ای پیش رفته است که با گره‌افکنی‌های بسیار، مخاطب را با خود همراه کند. در آخر نیز همه‌چیز آن‌گونه که از یک سریال عامه‌پسند مورد انتظار مخاطب است به اتمام می‌رسد؛ یعنی شخصیت‌های اصلی (فاروق و ثریا)، با خوبی و خوشی با هم زندگی کرده و خوشبخت و شاد هستند و خانواده نیز بعد از عبور از مشکلات بسیار درونی و همچنین مسائلی که از بیرون برای آن پیش می‌آید در نهایت پایدار و منسجم باقی می‌ماند و کانون خانواده حفظ می‌شود. ساخت این سریال در سال ۲۰۱۷ به اتمام رسید و به مدت دو سال یعنی از ۲۰۱۷ تا

۲۰۱۹ در شبکه‌های تلویزیونی ترکیه و همزمان با آن از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان - با تأکید بر شبکه جم^۱ - پخش شد.

موضوع سریال عروس استانبول، مسائل اجتماعی مختلفی را در برمی‌گیرد که در این میان نهاد خانواده با سه بعد روابط جنسیتی، روابط نسلی و محوریت کانون خانواده، هسته مرکزی داستان است. در این مطالعه، جنسیت و روابط جنسیتی مورد بررسی قرار گرفته است. در کشوری مثل ترکیه که هنوز هم سایه سنت در بسیاری از آداب و رسوم آن موجود است (در شهرهای مختلف به نسبت‌های متفاوتی کم‌تر یا بیش‌تر) جنسیت و روابط جنسیتی در یک کشاکش که ذاتی دوران گذار است قرار گرفته. سریال در مورد این موضوع، استراتژی میانه‌ای را پیشنهاد می‌کند که عناصری از سنت و عناصری از مدرنیته را ادغام کرده و عطف به شرایط و مختصات روزگار فعلی قابل شرح و بسط است. در این مجموعه، سه گفتمان مدرن، سنتی و میانه حضور دارد. در گفتمان مدرن از جنسیت و روابط جنسیتی، شاهد افزایش جایگاه و قدرت زنان در مناسبات خانوادگی و برهم خوردن اقتدار بی‌رقیب مردان هستیم. تأکید بر پیشرفت توأمان زن و مرد از دیگر مصادیق مهم این گفتمان است که در این مجموعه نشان داده شده است. در گفتمان سنتی این سریال از مناسبات جنسیتی، شاهد تأکید بر زن سازگار مسئولیت‌پذیر، حضور جدی مردان خانواده در عرصه کار، شغل و موضوعات اقتصادی خانواده و نقش‌های عمدتاً منفعلانه زنان خانواده در این حوزه‌ها هستیم. گفتمان میانه این سریال در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی به معنای آن است که عناصری از گفتمان مدرن و عناصری از گفتمان سنتی به صورت توأمان پذیرفته می‌شود. نکته مهم آن است که استراتژی مورد تأیید سریال که نمایش داده شده گفتمان میانه است. در این مجموعه لایه‌های پیدای پنهان بسیاری دیده می‌شود. به این معنا که گاهی شخصیت‌ها در لایه‌های پیدای نمایندگی گفتمان مدرن را می‌کنند ولی در لایه‌های پنهان نماینده گفتمان سنتی هستند.

به تعبیری سریال عروس استانبول سنت‌های رایج فرهنگ ترکیه را بر اساس مؤلفه‌های مدرنیستی عام و جهان‌شمول نقد و ارزیابی می‌کند و سپس آن‌چه را پیش روی مخاطب قرار می‌دهد ترکیبی تعدیل شده میان مدرنیته افراطی و یا سنت‌گرایی افراطی است به نحوی که آن عناصری از مدرنیته را که مطابق نیازها و شرایط روز جامعه می‌داند ترویج می‌کند و در مقابل دست به نقد عناصر افراطی آن می‌زند و در همین زمان ارزش‌ها و ایده‌های سنتی که منطبق با شرایط است را نیز مورد توجه و تأیید قرار می‌دهد و با یک رویکرد ادغامی متناسب با شرایط موجود راه برون‌رفت از گره‌ها، مسائل و مشکلات را نمایش می‌دهد.

بر اساس توضیحات بیان شده و عطف به تحلیل متن سریال، می‌توان چنین گفت که مقولات محوری این سریال در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی یا به نوعی خوانش مرجع این سریال از این حوزه در موارد زیر قابل شرح و بسط است:

- ۱) ترویج الگوی رایج کلاسیک از دوگانه مرد و زن، به رغم نمایش شخصیت مدرن در شخصیت اصلی زن داستان به گونه‌ای که خود او در نقاط عطف نماینده گفتمان سنتی می‌شود
- ۲) ترویج گفتمان میانه در تنظیم روابط جنسیتی
- ۳) کشاکش سنت و مدرنیته در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی

تحلیلی بر مضامین خوانش مخاطبان زن در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی

در این بخش تلاش می‌شود تا خوانش و قرائت زنان مخاطب این سریال در مورد جنسیت و روابط جنسیتی؛ در گروه‌های سنی مختلف مورد توجه قرار گیرد. هدف آن است تا مشخص شود مخاطبان این سریال که در اصل مصرف‌کنندگان آن هستند و پیام‌ها و مضامین این تولید رسانه‌ای برای آنان رمزگذاری شده است، چه تعبیر و خوانشی از این حوزه داشته و پیام‌های مستتر در آن را چگونه رمزگشایی می‌نمایند؟

به نظر می‌رسد که نمایش سه گفتمان سنتی، میانه و مدرن در این سریال که در بخش معرفی سریال به آن اشاره شد، سبب شده است که شاهد نوعی از «چندمعنایی ساختاری» از شخصیت‌ها و هم‌چنین محتوای سریال باشیم که همین موضوع سبب می‌شود تأثیرهای گسترده‌ای بر طیف وسیع مخاطبان با ذائقه‌ها، عقاید و شرایط مختلفی گذاشته شود و خوانش‌های متفاوتی نیز بسته به شرایط مخاطبان مختلف صورت گیرد. بر این مبنا نتایج حاصل از این بخش نیز نشان می‌دهد که ما با یک خوانش و گفتمان یکپارچه روبرو نیستیم و آنچه وجود دارد تکثر و قرائت‌های متفاوت است که در خلال کار مورد توجه و بررسی قرار خواهد گرفت.

در زیر مروری بر مهم‌ترین مضامین دریافت شده از خوانش مخاطبان در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی ارائه شده است.

جدول شماره ۲. ماتریس مضامین بدست آمده از خوانش مخاطبان

مضمون هسته	مضامین مرکزی	مضامین اصلی	مضامین اولیه
تقابل خوانش کلیشه‌ای و	بازنمایی زنانگی کلیشه‌ای	مصرف‌گرایی زنانه	ترویج سبک زندگی مصرفی برای زنان
			علاقه به پیگیری مُد روز در بین زنان
			نمایش پوشش‌های متعدد
			تسلط ایدئولوژی سرمایه‌داری در باب مصرف

ساختار شکنانه از جنسیت و روابط جنسیتی		سرمایه جنسی زنانه	زیبایی و جذابیت جنسی در نمایش زن ایده آل
			نمایش کلیشه‌های رایج از معیارهای زیبایی
			اهمیت زیبایی زنان در همسرگزینی
		بازنمایی نقش‌های سنتی و کلیشه‌ای	اهمیت ازدواج برای زنان
			اهمیت مادر شدن برای زنان
			حضور پر رنگ زنان در خانه و خانواده
	بازنمایی زنانگی ساختار شکنانه	دموکراتیزه شدن روابط زن و مرد	فقدان حضور زن موفق مجرد
			فرداستی زبانی زنان
		جرح و تعدیل هنجارهای زنانگی	کشاکش زنان و مردان بر سر توزیع قدرت
			نمایش هنجارهای مدرن زنانگی
			نمایش اقتدار و استقلال زنانه

تقابل خوانش کلیشه‌ای و ساختار شکنانه از جنسیت و روابط جنسیتی

در نگاه مخاطبان مورد مطالعه، سریال عروس استانبول سریالی است که در مورد بازنمایی جنسیت و روابط جنسیتی عملکردی دوسویه داشته است؛ یعنی از یک سو شاهد تقویت کلیشه‌ها و کلیشه‌سازی هستیم و از سوی دیگر کلیشه‌شکنی‌هایی انجام می‌شود. نکته آن است که مخاطبان خوانش‌های متفاوتی از این موضوع ارائه می‌نمایند. در واقع شاهد نوعی تکثر و چندخوانشی هستیم؛ به این معنا که برخی بر کلیشه‌سازی‌ها و تقویت کلیشه‌ها تأکید می‌نمایند و برخی بر کلیشه‌شکنی‌ها. در مورد بازنمایی جنسیت و روابط جنسیتی، مخاطبان زنانگی و زن بودن را در مرکز قرار داده‌اند. بر همین اساس از این منظر بازنمایی زن و زنانگی برای برخی از مخاطبان ذیل تقویت زنانگی سنتی و کلیشه‌ای قرار داشته است و برای برخی دیگر ذیل زنانگی ساختار شکنانه. هم‌چنین برخی نیز بر هر دو بعد تأکید دارند و بخش‌هایی از خوانش کلیشه‌ای و بخش‌هایی از خوانش ساختار شکنانه از بازنمایی زنانگی را مورد توجه قرار می‌دهند.

بازنمایی زنانگی کلیشه‌ای

منظور از بازنمایی زنانگی کلیشه‌ای، آن زنانگی است که تداعی کننده زن در معنای همیشگی و رایج آن بدون هیچ تقابل، جرح و تعدیلی است. در این مطالعه سه مضمون اصلی مصرف‌گرایی زنانه، سرمایه

جنسی زنانه و ترویج نقش‌های سنتی و کلیشه‌ای برای زنان؛ تشکیل دهنده این مضمون مرکزی هستند. در ذیل نگاهی بر این مضامین اصلی خواهیم داشت:

مصرف‌گرایی زنانه

یکی از مقولات محوری مورد اشاره توسط مخاطبان، بحث مصرف‌گرایی زنانه است که در این سریال نمایش داده شده است. برخی از مخاطبان به تقبیح این مصرف‌گرایی پرداخته‌اند و برخی نیز از آن به عنوان امری مطابق با شرایط و نیازهای روز یاد می‌کنند. همچنین برخی نیز مشاهده سریال را به مثابه یک سرگرمی تجاری تلقی کرده که در قالب مشاهده اجناس، کالاها و پوشاک مختلف روز در صحنه‌های مختلف نمایش داده می‌شود.

در هر حال یکی از موارد اصلی مورد تأکید در این سریال رواج سبک زندگی مصرفی به خصوص برای زنان داستان است که مورد توجه مخاطبان بوده است.

یکی از دلایلی که سبب استقبال مخاطبان از این سریال شده است، تمایز و اختلاف آن با سریال‌های پخش شده از رسانه ملی است. عبارتی که از طرف مخاطبان عمدتاً در مصاحبه‌ها تأکید شد این مورد بود که به دلیل تطابق این سریال با نیازهای امروزی جامعه، انگیزه‌های تماشا در آن‌ها تقویت شده است. جذابیت بصری که شامل انتخاب لباس، آرایش بازیگران، طراحی صحنه و ... سبب علاقه‌مندی مخاطبان سریال می‌شود. این در حالی است که مخاطبان پیام‌ها و محتوای سریال‌های صدا و سیما را بیش‌تر مطابق با حالت ایده‌آل فرضی و نه واقعیت می‌دانند و همچنین جذابیت‌های بصری را به عنوان یک خلأ در این زمینه تلقی می‌کنند.

در همین مورد شاهد نوعی از الگوبرداری از لباس یا آرایش بازیگران نیز هستیم؛ یعنی علاوه بر آن‌که لذت بصری مخاطب فراهم می‌شود بلکه برخی از مخاطبان تلاش می‌کنند در سبک مصرف خود نیز با اتکا به آنچه می‌بینند، تغییراتی را ایجاد نمایند. البته تأثیرپذیری مخاطبان از این عامل بسته به موارد متعدد، مختلف و متفاوت است.

«بین شما چقدر رنگ تو این سریال می‌بینی! اصلاً چشم آدم نور می‌گیره. همه‌جا رنگی رنگی هست، قشنگ هستند همه، همه‌چی مرتب و منظم هست؛ ولی تو سریال‌های ایرانی هر طرف رو نگاه می‌کنی همه‌چیز انگار کدر و بی‌جون و رمق هست؛ رنگی که الی ماشالله می‌بینی سیاه و تیره هست (گیتی، ۴۵ ساله، متأهل)».

براساس نتایج حاصل از این بخش، مخاطبان به وجوه و مشخصه‌های مصرف‌گرایی به سه شکل عمده پاسخ می‌دهند: عقلانیت در دریافت و لذت در استفاده؛ عدم عقلانیت در دریافت و لذت در استفاده و عقلانیت در دریافت و عدم لذت در استفاده. در زیر شرح این سه دسته مشاهده می‌شود. گروهی که در دسته عقلانیت در دریافت و لذت در استفاده قرار می‌گیرند کسانی هستند که با همه آنچه در مورد مصرف‌گرایی در این سریال نشان داده شده است موافق نیستند و نقد خود را بیان کرده و حتی عملکرد تولیدکنندگان و صاحبان اثر را به چالش می‌کشند اما در نهایت از دیدن کالاها

و پوشاک رنگارنگ و سبک‌های فراغتی آن‌چنانی، لذت هم می‌برند. این دسته از مخاطبان به نمایش این حجم از مصرف‌گرایی اعتراض دارند و از آن استقبال نمی‌کنند؛ اما در هر حال لذت حاصل از تماشای سریال را از دست نمی‌دهند و حتی از تماشای مظاهر مصرف‌گرایی لذت هم می‌برند؛ اما این چنین بیان می‌کنند که خودشان در زندگی خودشان این الگو را به کار نمی‌گیرند. عمده مخاطبان جوان و دارای تحصیلات دانشگاهی در این گروه قرار داشتند.

«برای کسی مثل من که خیلی اهل خرید رفتن نیست دیدن این سریال‌ها بدم نیست؛ بالاخره می‌فهمیم چی مد روز هست، چی نیست. یکم هم نگاه می‌کنیم و انگار که داریم ویندوشاپینگ می‌کنیم، لذت هم داره. ولی در هر حال نمایش این چیزها اصلاً خوب نیست و ذهن آدم‌ها رو محدود به این موضوعات می‌کنه. جدای از اون بعضی‌ها فکر می‌کنند این چیزها ارزش هست و اگر پول این ریخت و پاش‌ها رو ندارند باید تحقیر بشند و حس خوبی نداشته باشند (مهرک، ۲۳ ساله، مجرد)».

گروهی که در دسته عدم عقلانیت در دریافت و لذت در استفاده قرار می‌گیرند آن مخاطبانی هستند که همه آن‌چه در مورد مصرف‌گرایی نمایش داده شده است را تأیید می‌کنند و با آن همراهی می‌شوند. شاید جنسی شبیه به همراهی و دنبال کردن کورکورانه را بتوان در این گروه دید؛ همراهی که بدون نقد و چالش انجام می‌شود. مخاطبان این گروه از دیدن مظاهر مصرف‌گرایی لذت برده و به آن علاقه نشان می‌دهند. برای این مخاطبان سرگرمی و لذت حاصل از این مصرف‌گرایی لذت‌بخش است و از این‌رو فارغ از آن‌که چه مضامینی در این سریال بازنمایی شده است و چه پیامی برجسته و مرجح باشد، سرگرمی حاصل از نمایش مصرف‌گرایی یکی از مهم‌ترین دلایل این استقبال است.

«من صبح که بیدار می‌شم ماهواره رو روشن می‌کنم و کارهام رو شروع می‌کنم. اون‌طوری نیست که بخوام بشینم ثانیه به ثانیه فیلم رو نگاه کنم؛ همین‌جوری که دارم به کارهام می‌رسم این هم داره برای خودش پخش می‌کنه. یکم می‌بینم یکم می‌شنوم و بالاخره در جریان این‌که چه اتفاقی داره می‌افته هستم. خوبی‌اش این هست که می‌بینم چه مدل مویی مُد هست، چه رنگی رو با چه رنگی ست کردند، کجاها می‌رند، چیا می‌خورند. خودش سر آدم رو گرم می‌کنه. انگار رفتی یک دوری زدی و برگشتی (خانم واحدی، ۵۵ ساله، متأهل)».

مخاطبان گروه عقلانیت در دریافت و عدم لذت در استفاده هم با دید انتقادی به نمایش حوزه مصرف‌گرایی در سریال نگاه می‌کنند و هم آن‌که لذتی از مصادیق و مظاهر نمایش داده شده در این خصوص نمی‌برند و اتفاقاً یکی از مواردی که سبب ایجاد دل‌زدگی در آن‌ها می‌شده است را در همین مورد می‌دانستند. به بیانی علت تماشای سریال مورد مطالعه در این گروه در موارد دیگری قرار می‌گیرد و این مورد اتفاقاً برای آن‌ها ایجادکننده دافعه است. این گروه عمدتاً کسانی هستند که به دلایل دیگری این مجموعه را تماشا می‌کنند و به بحث مصرف‌گرایی و مظاهر آن نقد داشته و از تماشای آن لذتی نمی‌برند.

«شما توی کل قسمت‌های سریال به زور می‌تونستی دو قسمت رو پیدا کنی که زن‌های شخصیت اصلی لباس و زیورآلات تکراری استفاده کنند. در هر حال برای اون خانواده که

اونقدر ثروتمند هست شاید این کار عجیبی نباشه ولی بالاخره وقتی مردم می‌بینند دیگه نمی‌گن ما که اونقدر پولدار نیستیم، می‌خوان تقلید کنند. کلاً نمایش این همه لباس‌های رنگ به رنگ و ماشین‌ها و خونه‌های آن‌چنانی نه تنها نکته مثبت نداره بلکه سرتاسرش منفی هست. اولی‌اش هم این‌که باعث می‌شه اعتماد به نفس آدم به واسطه کیف و کفش و لباسش تعیین بشه نه فکر و مهارت‌هاش (اللهه، ۵۰ ساله، متأهل)».

سرمایه جنسی زنانه

سرمایه جنسی^۱ یعنی جذابیت ظاهری و جاذبه جنسی از جمله مؤلفه‌هایی است که امروزه همسو با سایر انواع سرمایه، یعنی سرمایه‌های اقتصادی^۲، اجتماعی^۳ و فرهنگی^۴ برای افراد مهم است و به مثابه یک دارایی مهم تلقی می‌شود (صادقی فسائی، فاضل و رضایی، ۱۳۹۵: ۱۰۵). تلقی از زیبایی و تعریف آن در کشورها و فرهنگ‌های مختلف متفاوت است؛ لیکن تأکید دنیای رسانه و مد بر انواع خاصی از زیبایی (مثلاً باریک بودن و اندام ظریف داشتن برای زنان) در جهان امروز تقریباً سبب شده است که استانداردهای یکسان و یکپارچه‌ای برای زیبایی و جذابیت تعریف شده و از سوی رسانه‌های مختلف به افراد القا شود.

به تعبیر کاترین حکیم (۱۳۹۱) سرمایه جنسی موضوعاتی نظیر زیبایی، جذابیت جنسی، سرزندگی، ذکاوت، خوش‌پوشی، دلربایی و مهارت‌های اجتماعی و مهارت جنسی را در برمی‌گیرد و به نوعی می‌توان آن را آمیزه‌ای از جذابیت‌های ظاهری و اجتماعی دانست (به نقل از صادقی فسائی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۸). نکته مهم آن است که به نظر می‌رسد امروزه اهمیت این سرمایه هم برای زنان و هم برای مردان بسیار مهم و اساسی است اما اهمیت این سرمایه در بسیاری از مطالعات برای زنان بیش‌تر دانسته شده است و به بیانی چنین به نظر می‌رسد که این موضوع برای زنان نقش حیاتی‌تری دارد و از این‌رو است که اهتمام بیش‌تر آنان را به این حوزه شاهد هستیم.

از دید مخاطبان سریال عروس استانبول نیز مانند عمده سریال‌های این ژانر، تأکید و توجه ویژه‌ای به کلیشه‌سازی و تقویت کلیشه‌های موجود در مورد بازنمایی ظاهر زنان کرده است؛ به این معنا که زیبایی را در محوریت انتخاب بازیگر شخصیت‌های اصلی زن داستان قرار داده است و علاوه بر انتخاب، تأکید و توجه ویژه بر نمایش این زیبایی را به واسطه فیلم‌برداری، نورپردازی و سایر موارد دیگر به دقت مورد توجه قرار داده است. نکته جالب توجه آن است که عده بسیار کمی از مخاطبان دید انتقادی به این نمایش داشتند و عمدتاً این شیوه بازنمایی را به مثابه امری طبیعی و همیشگی که بایستی است

1. Erotic Capital

2. Economic Capital

3. Social Capital

4. Cultural Capital

تلقی کرده و تکرار این عمل در سایر سریال‌های این ژانر و حتی سایر محصولات رسانه‌ای را به عنوان دلیلی برای رایج بودن این امر بیان می‌کردند.

به زعم مخاطبان، ثریا به عنوان شخصیت اصلی داستان، زنی است که در زمینه سرمایه جنسی هیچ چیزی کم ندارد و حتی به تعبیر برخی از مخاطبان درصد بالایی از موفقیت ثریا به واسطه همین عامل ایجاد شده است. نکته محوری دیگری که در گفت و گو با مخاطبان این سریال مورد توجه قرار گرفت آن بود که به زعم آنان این سریال، به صورت عامدانه و آگاهانه زنان ثروتمند را در پیوند با زیبایی نشان می‌دهد؛ یعنی زنان زیبا یا از طبقه ثروتمند نبوده (ثریا) و به واسطه سرمایه جنسی با فردی از یک خانواده ثروتمند ازدواج خواهند کرد و یا آن‌که از نظر خانوادگی نیز در سطح خوبی از ثروت قرار دارند (ایپک). در مقابل زنان طبقات فرودست مثل خدمتکاران (آسیه، نورگل و ...) به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که کم‌تر منطبق با معیارهای رایج زیبایی باشند و به عبارتی کم‌ترین سرمایه جنسی را داشته باشند. هم‌چنین در فیلم‌برداری نیز توجه به جزئیات بدن، اندام و زیبایی آن‌ها نشده است در حالی که این موضوع برای سایر زنان (ایپک، دلارا، ثریا) مورد توجه قرار گرفته است.

«تمام صحنه‌ها جوری فیلم‌برداری شده که توجه مخاطب به بحث زیبایی زنان جلب بشه و خوب این موضوع قاعدتاً بی‌هدف نیست. به وضوح در مورد زنان طبقات پایین این موضوع نادیده گرفته شده و هم خود انتخاب بازیگرها و هم فیلم‌برداری طوری هست که اصلاً در محوریت قرار نگیرند ولی مثلاً در مورد ثریا یا ایپک این موضوع به دقت مورد توجه قرار گرفته (فزنوش، ۳۵ ساله، متأهل)».

براین اساس اگر تعریف کاترین حکیم از سرمایه جنسی را معیار قرار دهیم آن‌گاه می‌توان چنین نتیجه گرفت که در این سریال عمدتاً به وجوه خاصی از این سرمایه توجه شده است و به صورت کلی موضوعاتی نظیر زیبایی، جذابیت جنسی، خوش‌پوشی، دلربایی و مهارت جنسی عمدتاً برای زنان مورد توجه بوده است و به جز شخصیت ثریا راجع به سایر زنان داستان شاهد سایر مؤلفه‌های این سرمایه مثل ذکاوت، هوش و مهارت‌های اجتماعی نیستیم.

بازنمایی نقش‌های سنتی و کلیشه‌ای

پیوند زنانگی با تأهل و مادری از جمله کلیشه‌سازی‌ها و تقویت کلیشه‌هایی است که در سریال حاضر انجام شده است. در این سریال، پیوند زنانگی با دو مفهوم طرح شده از طریق دو راهبرد کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی اتفاق افتاده است. کلیشه‌ها در بردارنده سوپه‌ای ارزشی هستند که قضاوت جهت‌داری را در بردارند و سعی دارند با استفاده از موضوعات ساده، ادراکی از موقعیت یک گروه فراهم آورند که به شکل قطعی و مشخص، تفاوت میان گروه‌ها را برجسته کنند. کلیشه‌ها از خلال فرایندهای ساده-سازی سعی در یکدست‌سازی تفاوت میان اعضای گروه‌ها دارند. این راهبرد به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن موضوعات از راه ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که

گویا اموری آشکار و طبیعی هستند به نحوی که انگار برخی از خصوصیات به طور طبیعی متعلق به کودک، زن، سیاه‌پوست یا قومیتی خاص است (بهمنی، ۱۳۹۶: ۱۰۴-۱۰۲). به زعم مخاطبان، سریال عروس استانبول، بازنمایی زن را به شیوه‌ای انجام داده است که مادر شدن را برای کامل شدن تصویر از یک زن کامل و ایده‌آل در محوریت خود قرار می‌دهد.

اسماء، ثریا و ایپک که زنان خانواده بوران‌ها هستند همگی در مقام مادر و دارای فرزند نشان داده می‌شوند. در مورد ثریا این موضوع از اهمیت دوچندان برخوردار است؛ چراکه به زعم عمده مخاطبان، وی نماینده گفتمان مدرن، ساختارشکنی و تابوشکنی در سریال بوده است و در سرتاسر داستان رنگ و بویی بیش‌تر مدرن و کم‌تر سنتی را نشان می‌دهد. او که در کلیت داستان، چهره قوی و قدرتمندی را بروز داده و به ندرت دچار استیصال و درماندگی می‌شود، در مورد موضوع فرزندآوری چهره‌ای کمابیش رایج از الگوی غالب زنان را همان‌طور که در اکثر سریال‌های عامه‌پسند بازنمایی می‌شود، نشان می‌دهد؛ به این معنا که یکی از مهم‌ترین موارد عجز و استیصال ثریا وقتی نشان داده می‌شود که بارداری او با موفقیت طی نشده و فرزند خود را از دست می‌دهد. این امر سبب شده است تا آن دسته از مخاطبانی که شخصیت ثریا را شخصیت محبوب و دارای رفتار و عمل شایسته در سریال می‌دانند نسبت به این موضوع دچار نوعی از به قطعیت رسیدن شوند به آن معنا که اگر ثریا که خود نماد ساختارشکنی، کلیشه‌شکنی و زن مدرن است و این تفکرات را بازنمایی می‌کند راجع به این یک حوزه به خصوص چنین فکر می‌کند. پس در نتیجه این مورد یک استثناء است، گویا نمی‌شود زن بود و نسبت به مادری و فرزندآوری بی‌اعتنا بود؛ نمی‌شود زن بود اما بدون مادر شدن، یک زن کامل بود.

«ببینید شما هرچقدر هم که موفق باشی تا وقتی که ازدواج نکردی و بچه‌دار نشدی، جدی گرفته نمی‌شی. توی این سریال هم این‌جوری هست؛ یعنی خود ثریا هرچقدر هم که قوی و مستقل و مقتدر بود بدون فاروق پربشان و سرگردان بود؛ انگار وقتی که فاروق توی زندگی ثریا نبود اساساً زندگی‌اش اون قدری که باید و شاید جدی هم نبود. ثریایی که اونقدر رهایی و آزادی و استقلال می‌خواست در مورد بچه واقعاً این‌جوری نبود و این‌جوری فکر نمی‌کرد (اعظم، ۵۹ ساله، متأهل)»

عمده مخاطبان بر این عقیده هستند که بازنمایی زنانگی در گرو مادری برای تمام طبقات و گروه‌ها نشان داده شده در سریال دارای اهمیت تلقی می‌شود.

«همه تو این سریال دنبال بچه بودند؛ از اسماء که برای نوه‌دار شدن نقشه می‌کشید تا خدمتکار خونه تا ثریا و ایپک، همه. اصلاً انگار هیچ‌کسی نبود که زن باشه ولی به فکر بچه نباشه. از این نظر جامعه ما این‌جوری نیست. خیلی از زن‌ها الان دیگه بچه نمی‌خوان و اوضاع فرق کرده. به خصوص جوان‌ترها، تحصیل کرده‌ها، دانشجویها، شاغل‌ها، امروزی‌ترها فکرشون خیلی عوض شده تو این موضوع. من دو تا خواهر بزرگ‌تر از خودم دارم یکی‌شون تقریباً شش سال و اون یکی هفت سال هست ازدواج کردند. هیچ‌کدوم هم بچه نمی‌خواهند و بچه ندارند (مهرک، ۲۳ ساله، مجرد)».

هم چنین مخاطبان فقدان حضور زن موفق مجرد و غیرمتأهل را از مهم ترین موارد مورد تأکید و اشاره این سریال می دانند. به زعم آن ها در سرتاسر داستان حتی یک زن مستقل، موفق و قدرتمند وجود ندارد که ازدواج نکرده باشد ولی بتواند یک فرد مهم و تأثیرگذار باشد. به بیانی از این منظر در سریال حاضر ازدواج و تشکیل خانواده، پیش شرطی است که در بازنمایی تصویر از یک زن موفق شاهد آن هستیم.

«هیچ زن مجردی تو سرتاسر سریال مورد توجه و تأکید قرار نگرفت و انگار اساساً هویت زن بودن در این سریال با ازدواج کرده بودن گره می خورد. به نظرم عوامل تولید به صورت آگاهانه تلاش کرده بودند تا یک تصویر کلیشه ای از زن در سایه همون تصویر سنتی از زن متأهل و در مقام مادر نشان بدهند (ذکری، ۳۵، ساله، متأهل)».

بنابراین می توان چنین تلقی کرد که از نظر مخاطب، با نمایش نوعی از تداوم زنانگی غالب و رایج مواجه هستیم که می توان از آن تحت عنوان «زنانگی ابدی» یاد کرد؛ به این معنا حتی در گفتمان مدرن و یا میانه نشان داده شده در سریال نیز هویت زنانه با تأهل و مادری گره خورده است و همان مفهوم سنتی از هویت زنانه در این بستر نیز بازنمایی شده است و شاهد ابدی بودن معنای سنتی از زن در ارتباط با دو مفهوم یاد شده حتی در سایر گفتمان ها هستیم. می توان زنانگی صحیح بازنمایی شده در این سریال را زنانگی ابدی در حوزه تأهل و فرزندآوری تلقی کرد به نحوی که با یک نگاه ایدئولوژیک از این زنانگی به عنوان زن بودگی صحیح مواجه هستیم.

به زعم مخاطبان نقش مادری و نقش زن متأهل را می توان به عنوان سازه های ایدئولوژیک دانست که در این فیلم ساخته و پرداخته شده است؛ یعنی از این منظر نوعی ارزش گذاری نیز در سریال دیده می شود؛ مخاطبان بر این عقیده هستند که عوامل تولید اثر به صورت عامدانه تصویر ایده آل از زن و زنانگی را با تأهل و مادری پیوند زده اند و داستان سریال با ترویج نگاه مثبت به این نوع از زنانگی در مقابل نگاه منفی به تجرد و همچنین امتناع از فرزندآوری همراه است.

«دیدن این سریال برای دخترهای جوان خیلی لازمه، چون بهشون نشون می ده که درس و دانشگاه و کار و موفقیت های فردی به جای خودش خوبه، ولی هیچی جای خونه و زندگی و بچه رو نمی گیره. ما که بهشون بگیریم قبول نمی کنند ولی تو این سریال ها وقتی می بینند داستان فرق می کنه و به نظرم اثر گذاری اش خیلی بیش تر هست (حمیده، ۵۴، ساله، متأهل)».

بازنمایی زنانگی ساختار شکنانه

در مقابل بازنمایی کلیشه ای که در زمره کلیشه سازی و تقویت کلیشه های موجود قرار می گیرد، یکی از مواردی که در زمره کلیشه شکنی ها قرار می گیرد و عمده مخاطبان نیز بر آن تأکید داشتند، بازنمایی متفاوتی از جنس زن و زنانگی در قالبی ساختار شکنانه است. زنانگی که در آن رگه های پرننگی از عاملیت، درایت، تدبیر و توانمندی دیده می شود و ادامه دهنده تصویر قالبی ارائه شده از زن آن چنان که در سریال های عامه پسند دیده می شود نیست. به تعبیری بازنمایی هویت زنانه از بعد جرح و تعدیل

هنجارهای زنانگی از نظر مخاطب در این سریال به دقت ساخته و پرداخته شده است و یکی از انگیزه‌های اصلی استقبال مخاطب و تماشای سریال از جانب او است. این مضمون شامل دو مضمون اصلی دموکراتیزه شدن روابط زن و مرد و جرح و تعدیل هنجارهای زنانگی است؛ در زیر نگاهی بر این دو مضمون خواهیم داشت:

دموکراتیزه شدن روابط زن و مرد

نمایش ساختار قدرت در خانواده موضوعی است که همواره در رسانه شاهد آن هستیم و در این سریال نیز مشاهده می‌شود و در زمینه بازنمایی از عاملیت و درایت زنان پرداختن به این موضوع نیز درخور توجه است. منظور از ساختار قدرت همان الگوهای ساخت یافته تصمیم‌گیری در خانواده است که نشان می‌دهد چه کسی (مرد، زن، پدر، مادر، فرزندان یا همه به صورت برابر) در مورد موضوعات مهم خانواده، فرد اصلی و کلیدی به شمار می‌آید.

تأثیرگذاری و اهمیت زن در خانواده نیز از نظر مخاطبان موضوعی مهم و درخور توجه است. در بسیاری از سریال‌ها و یا به صورت کلی تولیدات رسانه‌ای، زنان به مثابه شخصیت‌های غیرمهم و غیرفعال در مورد موضوعات اصلی خانواده و محدود به حوزه خانه و آشپزخانه، ابژه جنسی و بدون فاعلیت جدی در زمینه تصمیم‌گیری نشان داده می‌شوند؛ اما درخور توجه است که خوانش مخاطب از این سریال، رنگ و بویی کاملاً متفاوت دارد و به بیانی زنان مهم و تأثیرگذار داستان نه به عنوان جنس دوم بلکه به عنوان یک فرد مهم و تأثیرگذار در حوزه خانواده بازنمایی شده‌اند.

«این سریال می‌خواست نقش زن رو در حفظ کانون خانواده نشون بده؛ در ابتدای داستان خود اسماء تونسته بود حتی بدون همسرش خانواده رو سرپا نگه داره، بعد هم که قبل از مرگش سگان خانواده رو سپرد دست عروسش؛ هم خود اسماء و هم ثریا دو شخصیتی بودند که تونستند خانواده بوران‌ها رو سرپا نگه دارند و حتی خود فاروق هم انقدر حواسش به همه چیز نبود (خانم واحدی، ۵۵ ساله، متأهل)».

در این سریال شخصیت ثریا شخصیت محوری و قدرتمند داستان تلقی می‌شود و به نوعی مرد داستان - فاروق - که اتفاقاً خود بازنمایی‌کننده یک مردانگی هژمونیک یا کامل است در سایه او قرار می‌گیرد. محوریت اصلی ثریا در حوزه تسلط بر حفظ کانون خانواده از جانب مخاطبان قلمداد می‌شود و بر این مبنا می‌توان زن داستان را شخصیت شماره یک تأثیرگذار در حفظ کانون خانواده قلمداد کرد. اگر بخواهیم از تعبیر گیدنز (۱۳۸۱) استفاده کنیم می‌توانیم چنین بگوییم که به زعم مخاطبان این سریال در برخی از جوانب، کوششی در جهت دموکراتیزه شدن روابط زن و مرد خانواده داشته است (کوثری و عسکری، ۱۳۹۴: ۱۰).

نکته مهم آن است که اختلاف قدرت میان زن و مرد و حفظ و نمایش همان شیوه غالب مرد در موضع مقتدر فرادست در خانواده از نظر مخاطبان مورد توجه قرار نگرفت و به تعبیری برخلاف نتیجه حاصل از بخش تحلیل محتوای سریال که خبر از بازتولید کلیشه‌ها و نقش‌های جنسیتی در حوزه

خانواده داشت، معانی پنهان رمزگذاری شده در سریال از دید مخاطبان پنهان مانده و عمدتاً همان معنای ظاهری که بازنمایی متفاوتی از زنانگی است مورد توجه آن‌ها قرار دارد.

جرح و تعدیل هنجارهای زنانگی

به زعم عمده مخاطبان شخصیت اول زن نشان داده شده در این سریال زنی قوی، دارای اعتماد به نفس، جنگجو و دانا است. زنی است که با وجود شرایط سخت خانوادگی‌اش (فوت پدر و مادر در سن کودکی)، پا پس نکشیده است و برای موفق بودن، برای شاد بودن و برای یک زن ایده‌آل بودن جنگیده است. بعد از ازدواج هم جنگ آن برای حفظ زندگی خودش و همسرش به رغم تمام مخالفت‌های مادر همسر آغاز می‌شود و وی با تمام توان برای حفظ این زندگی تلاش می‌کند و داستان سریال به نحوی نشان داده می‌شود که او از نبرد زندگی پیروز بیرون آمده و موفقیت و سربلندی همراه او است.

به تعبیر مخاطبان آن‌چه در این مورد انجام شده است، گسترش هنجارهای مدرن زنانگی است؛ هنجارهایی که ربطی به رنگ و بوی سنتی نداشته و نوع دیگری از ارزش را نمایندگی می‌کنند. اگر زن سنتی آن زنی است که وابسته به دیگری، ضعیف و بدون توانمندی و تسلط و فرودست در مقابل مرد دیده می‌شود، ثریا آن زنی است که استقلال، قدرت، توانمندی و موضع فرادستی را در بسیاری از مواقع نشان می‌دهد و از این منظر می‌توان دید مثبت این سریال به شخصیت زن مدرن را در مقابل دید منفی به شخصیت زن سنتی برجسته و درخور توجه دانست و چنین نتیجه گرفت که موضع سریال در این زمینه تأیید این نوع از زنانگی ساختارشکنانه است؛ اما همان‌طور که در بالا نیز بیان شد حتی همین شخصیت نیز نوعی از ساختارشکنی مشروط را نشان می‌دهد یعنی به نوعی که از مرزهای تأهل و یا مادری گذر نمی‌کند و به این حوزه‌ها پایبند می‌ماند.

شخصیت ثریا با بازنمایی خاصی از هویت زنانه که دربردارنده جرح و تعدیل هنجارهای زنانگی و نقض هنجارهای رایج و گسترش هنجارهای مدرن است؛ سبب ایجاد کشش و علاقه‌مندی به خود و دنبال کردن سریال در بین مخاطبان مورد مصاحبه می‌شود. به زعم مخاطبان ثریا به مثابه زنی است که قدرت تصمیم‌گیری و نفوذ بالایی از خود نشان می‌دهد حال آن‌که گذشته و شرایط زندگی بسیار سختی داشته است و از این نظر برای آن‌چه که امروز هست تلاش کرده و جنگیده است.

«شخصیت ثریا جوری ساخته و پرداخته شده بود که برای برخی از زنان بتونه تلنگر ایجاد کنه. هرچند که باز هم باز تولید کلیشه‌ها خیلی زیاد بود و باز هم فضای کلی به سمت و سوی زن در جنس دوم بود ولی باز هم در مقایسه با الگوهای دیگه خوب تونسته بود اهمیت توانمندی رو برای زنان مورد توجه قرار بده (هاجر، ۶۵، ساله، متأهل)».

برخی از منظر یک الگوی خاص و در خور توجه به این شخصیت نگاه می‌کنند و برخی دیگر از منظر شخصیتی جسور و شایسته احترام. همچنین برخی از مخاطبان، ثریا را وجه خیالی از شخصیت خود می‌دانند و کارهای نکرده و راه‌های نرفته خود در دنیای واقعی را به واسطه ثریا در دنیای خیال تحقق می‌بخشند. برخی از مخاطبان احساس مشابهت زیادی به ثریا در دنیای واقعی داشته و از این

منظر احساس هم‌ذات‌پنداری با همه آن‌چه می‌کنند که به دلیل هویت زنانه خاص ثریا پیش روی او قرار می‌گیرد. ثریا به عنوان نماینده گفتمان زن مدرن سبب می‌شود که هنجارشکنی‌ها، کلیشه‌شکنی‌ها و تابوشکنی‌ها از منظر برخی از مخاطبان مورد تشویق و تقدیر قرار گیرد و احساس پیروزی، قدرتمندی و توانمندی ثریا به مخاطب نیز انتقال پیدا کند.

یکی از مهم‌ترین مباحث در تحلیل‌های رسانه‌ای در مورد موضوع جنسیت و بازنمایی قدرت، بحث‌های مربوط به جنسیت‌زدگی زبانی^۱ است (بیچرانلو، شعبانی و برکت، ۱۳۹۶). به زعم مخاطبان آن‌چه در مورد ثریا دیده می‌شود آن است که وی با اقتدار و با زبانی قدرتمند صحبت می‌کند و به هیچ روی از این منظر شاهد جنسیت‌زدگی زبانی و پیرو آن تحت سلطه قرار گرفتن شخصیت اصلی زن داستان نمی‌باشیم. به یک بیان برخلاف آن‌چه در بسیاری از سریال‌های عامه‌پسند شاهد هستیم؛ در مورد ثریا، فرودستی زبانی دیده نمی‌شود و حتی در برخی از مواقع شاهد فرادستی زبانی در اقناع فاروق- شخصیت اصلی مرد داستان- و سایر شخصیت‌های دیگر از جانب وی هستیم.

«در اکثر سریال‌های ترکی مرد (پسر اول) و مادر شوهر نقش محوری رو دارند و زن‌های دیگه همیشه اکثراً با نقش‌های بد و ضعیف و جاسوسی و فضولی نشون داده می‌شن؛ یعنی شخصیت‌های مثبت و مؤثری نیستند. این سریال جزو معدود سریال‌هایی بود که اومده بود یک زن خوب و موفق رو نشون داده بود. زنی که به واسطه فکر و مهارت‌هاش تونست موانع رو از پیش‌روش برداره، بدون بدجنسی کارهاش رو پیش برد و در آخر هم یه جورایی خانواده به اون سپرده شد و تونست روی بقیه شخصیت‌های داستان هم تأثیر بگذاره و اون‌ها رو هم تغییر بده (خانم واحدی، ۵۵ ساله، متأهل)».

یکی از دلایل علاقه‌مندی مخاطبان زن به این سریال همین شخصیت ثریا است؛ برخی زن ایده‌آل از نظر خود را به معنای یک الگو از زن توانمند، عاقل، با درایت و مستقل را در ثریا به عنوان شخصیت اصلی داستان می‌دیدند و از این منظر به وی علاقه‌مند شده و با او هم‌ذات‌پنداری می‌کردند. به نوعی می‌توان چنین گفت که آن‌چه برای برخی از مخاطبان انگیزه‌های مصرف این سریال را فراهم می‌کند، نوعی پیوند بین زندگی خود یا اطرافیان‌شان با جریان و اتفاقات سریال است. پیوندی که از تشابه موضوعات ناشی می‌شود و باعث می‌شود هم‌ذات‌پنداری و همدلی در بالاترین حد امکان اتفاق بیافتد و مخاطب هم با شخصیت یا شخصیت‌هایی که خود را شبیه به آن‌ها می‌داند بیش‌تر احساس نزدیکی و علاقه‌مندی کند و هم آن‌که در گره‌افکنی‌ها و اتفاقات حساس آرزو کند تا داستان به نفع کسانی که روایتی شبیه وی دارند پیش برود و تمام شود.

به صورت کلی هم‌ذات‌پنداری به لحاظ توصیفی قرارداد خود به جای مخاطب است و چنین عملی باعث اهمیت یافتن مخاطب برای فرد می‌شود. در واقع مخاطبان تصور می‌کنند خودشان آن شخصیتی هستند که با وی هم‌ذات‌پنداری می‌کنند (منتظرانم و شریفی، ۱۳۹۸: ۱۴۷). بنابر مصاحبه‌های انجام شده می‌توان چنین گفت که عمدتاً دو نوع از هم‌ذات‌پنداری در بین مخاطبان این

۱. gendered language

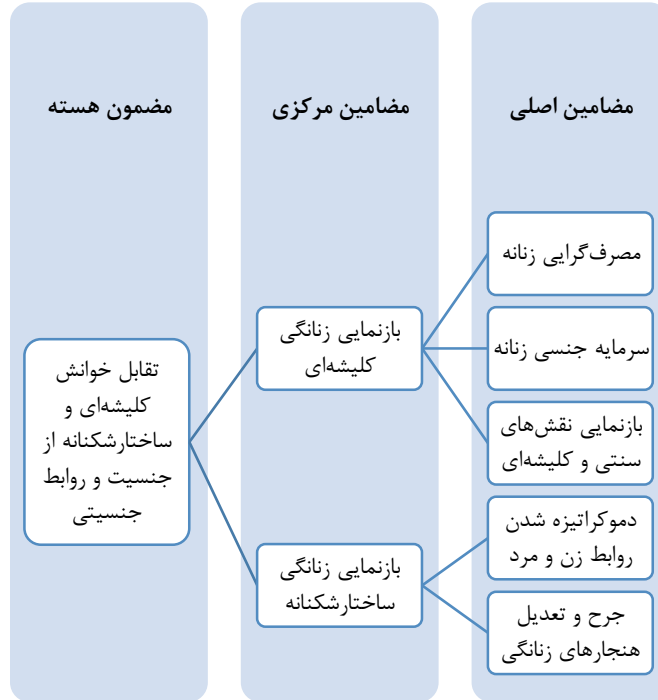
سریال دیده می‌شود؛ عده‌ای درگیر نوعی هم‌ذات‌پنداری عمیق می‌شوند و با شخصیت‌ها و هم‌چنین داستان احساس نزدیکی بسیار زیادی می‌کنند. عده‌ای دیگر عمدتاً مخاطبانی هستند که هم‌ذات-پنداری‌شان به صورت سطحی اتفاق می‌افتد و چندان درگیر شخصیت‌ها و داستان نمی‌شوند. یکی از عواملی که در این زمینه اثرگذار است میزان شباهت تجربه زیسته مخاطبان و اطرافیان‌شان با سریال است. عده کسانی که مشابهت زیادتری را شناسایی کردند هم‌ذات‌پنداری عمیق‌تری از خود نشان می‌دادند و در مقابل مخاطبانی که مشابهت کم‌تری را شناسایی می‌کردند، هم‌ذات‌پنداری‌شان عمدتاً به صورت سطحی باقی می‌ماند. این علاقه‌مندی و هم‌ذات‌پنداری گاهی به شرایطی می‌رسد که مخاطب صرفاً به خاطر یک شخصیت خاص و مشخص شدن نتیجه داستان و اتفاقات برای وی سریال را دنبال می‌کند. گویا می‌خواهد بداند کسی که علاقه و دلبستگی زیادی به او پیدا کرده است، چه شرایطی را پیدا می‌کند. در مورد سریال حاضر شخصیت ثریا در مرتبه اول و سپس فاروق، آن شخصیت‌هایی هستند که مخاطبان به آن‌ها علاقه‌مند شده و به خاطر دیدن آن‌ها و دنبال کردن نتیجه اتفاقات و داستان، سریال را پیگیری می‌نمایند.

«یک لحظاتی از داستان فکر می‌کردم ثریا خود من هست. دقیقاً مشابه همین داستان‌ها رو من با همسر و مادر همسر داشتم و هنوز هم کمابیش دارم؛ برام جالب بود که ببینم ثریا چی کار می‌کنه چه راهی رو در پیش می‌گیره و نتیجه براش چی می‌شه. یک جاهایی که دلم برای اون می‌سوخت انگار داشتم برای خودم دلسوزی می‌کردم (فرنوش، ۳۵ ساله، متأهل)».

در شکل زیر مضامین اصلی حاصل از خوانش مخاطبان آمده است:

نمودار شماره ۱. مضامین اصلی خوانش مخاطبان مورد مطالعه از جنسیت و روابط جنسیتی سریال

عروس استانبول



نتیجه‌گیری

آن‌چنان که از تحلیل دیدگاه‌ها و قرائت‌های مخاطبان زن این سریال بر می‌آید، تفاوت‌های قابل‌اعتنایی در برداشت‌ها نسبت به یک موضوع وجود دارد و هر یک از مخاطبان بر اساس سلیقه، علایق، تجارب و جهان‌بینی خود دیدگاه متعارض، توافقی و یا مسلط را اتخاذ می‌کنند و بر این اساس می‌توان مخاطبان این سریال را جماعت‌های تفسیرگرا نامید که بسته به شرایط خود تفسیر و خوانش خویش را ارائه داده و به بیانی چابوب‌ادارک و تفسیر آن‌ها بسته به شرایط و موقعیتی که دارند متفاوت بوده و نمی‌توان دید یکپارچه و کلی را شاهد بود. این موضوع تأییدکننده نظریه مخاطب فعال است که در بخش نظریات به آن اشاره شد.

یکی از موضوعات مورد توجه پژوهشگران در مطالعه حاضر، توجه به تفاوت‌های نسلی در خوانش مخاطبان بوده است، اما بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، به نظر می‌رسد که مؤلفه تعیین‌کننده در نحوه خوانش و قرائت مخاطبان نمی‌تواند صرفاً سن باشد و چه بسا برخی از موارد مثل وضعیت اشتغال، میزان تحصیلات و کم و کیف استفاده از ماهواره، از مهم‌ترین موارد تأثیرگذار بر چگونگی خوانش

مخاطبان هستند که می‌توانند در نوع قرائت آن‌ها از سریال نقش بازی کنند. شاید در نگاه اول این‌گونه به نظر برسد که زنان در سن میانسالی و سالمندی عمدتاً از دید یکسان و سنتی نسبت به سریال برخوردارند حال آن‌که مصاحبه‌های انجام شده خلاف این موضوع را نشان می‌دهد و بر این مینا صرف معیار سن نمی‌تواند نقش تعیین‌کنندگی قطعی در این زمینه داشته باشد و بر این مینا شاید یک تحلیل نسلی سخت، پیچیده و حتی غیر راهگشا باشد و بر همین اساس در پژوهش حاضر دسته‌بندی خوانش مخاطبان از منظر سن و تفاوت‌های نسلی معنای متمایزی ایجاد نکرد.

در نهایت امر می‌توان چنین تلقی کرد که به صورت کلی مخاطبان این سریال دریافت‌کنندگان منفعل پیام‌های سریال نیستند بلکه در اشکال متفاوت فعال بودن آن‌ها را می‌توان شاهد بود. از این منظر نتایج این مطالعه را می‌توان همسو با نتایج عمده مطالعات پیشین اعم از محمدی (۱۳۹۶)؛ منتظر قائم و شریفی (۱۳۹۸) و اقبال (۲۰۱۸) دانست.

آن دسته از مخاطبانی که در جایگاه متعارض قرار می‌گیرند عمدتاً کسانی هستند که نسبت به اهداف سریال، تولید کنندگان آن و همچنین محتوای ارائه شده دریافتی متضاد و متعارض دارند؛ مانند کسانی که نسبت به نمایش تجرد برای زنان به عنوان امری نه چندان مطلوب واکنش نشان داده و هدف عوامل تولید از نمایش اهمیت تأهل برای مخاطبان را رد کرده و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند. دید انتقادی مخاطبان عمدتاً در افرادی که تحصیلات بالاتر و یا زمینه‌های خانوادگی قوی از نظر پایگاه اجتماعی و فرهنگی داشته‌اند دیده می‌شود. از این منظر نتایج این مطالعه را می‌توان با نتایج مطالعه منتظر قائم و شریفی (۱۳۹۸) مبتنی بر تأثیر شرایط فردی و زمینه اجتماعی بر چگونگی مصرف رسانه‌ای هم‌راستا دانست.

جایگاه توافقی برای آن دسته از مخاطبانی است که دست به نوعی از جرح و تعدیل می‌زنند و در مورد برخی از موضوعات، مضامین ارائه شده از سوی تولید کنندگان سریال را می‌پذیرند و با آن همسو می‌شوند و در مورد برخی از موارد دیگر، دیدگاه متعارض اتخاذ کرده و خوانش خود را که در تقابل با مضامین ارائه شده است، ارائه می‌دهند؛ مانند کسانی که نسبت به مصرف‌گرایی زنانه نمایش داده شده واکنش نشان داده و آن را امری نه چندان مطلوب تلقی می‌کنند و یا گروهی که تابوشکنی در عشق و ازدواج غریب و اسماء را به‌رغم آن‌که در سریال امری دارای ارزش‌گذاری مثبت نمایش داده شده است رد می‌کنند. از این منظر نمی‌توان دسته‌بندی خاصی را بر اساس متغیرهای زمینه‌ای مخاطبان شاهد بود و از تمام مخاطبان به نسبت‌های مختلف بر اساس موضوع مورد تعارض می‌توان افرادی را در این گروه ملاحظه کرد.

دیدگاه مسلط برای کسانی است که همان محتوا و مضامین ارائه شده از سوی تولید کنندگان اثر را پذیرفته و به بیانی خوانشی همسو با صاحبان اثر ارائه می‌دهند؛ مانند کسانی که نسبت به سرمایه جنسی نمایش داده شده در سریال، دید همسو با عوامل تولید داشته و آن را تأیید می‌کنند و یا کسانی

که اهمیت مقوله مادری نمایش داده شده در سریال را پذیرفته و همسو با سریال به تشریح چرایی این اهمیت می‌پردازند.

نکته مهم آن است که به صورت کلی افراد دارای تحصیلات پایین‌تر و غیرشاغل دید انتقادی حداقلی و دید پذیرش حداکثری نسبت به سریال داشته و بیش‌تر پذیرای محتوا و مضامین ارائه شده از سوی صاحبان اثر بدون چون و چرا بودند. در جدول زیر نقش وضعیت اشتغال و تحصیلات در نوع رمزگشایی غالب بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه‌ها مورد توجه قرار گرفته است.

جدول شماره ۳. نوع رمزگشایی مصاحبه‌شوندگان برطبق تحصیلات و اشتغال

وضعیت اشتغال	تحصیلات	
	نوع رمزگشایی غالب	
شاغل و بازنشسته	تحصیلات متوسط	هژمونیک - مسلط/ جرح و تعدیل شده
	تحصیلات بالا	جرح و تعدیل شده یا تقابل جویانه
غیر شاغل (عمدتا خانه‌دار)	تحصیلات پایین	هژمونیک - مسلط
	تحصیلات متوسط و بالا	جرح و تعدیل شده یا تقابل جویانه

از نحوه رمزگشایی که بگذریم در مورد محتوای سریال در یک جمع‌بندی کلی می‌توان چنین گفت که شخصیت‌پردازی نقش اصلی زن داستان سریال از منظر جنسیت و روابط جنسیتی برای مخاطبان بسیار با اهمیت بوده است. علت اهمیت وی آن است که شخصیت او و جریان داستان برای وی از یک‌سو مشابهت‌هایی با تجارب و داستان زندگی زنان مخاطب دارد و همین موضوع باعث شکل‌گیری نوعی هم‌ذات‌پنداری می‌شود و از سوی دیگر برای برخی از مخاطبان جنسی شبیه به حسرت و گریز از واقعیت در مقایسه با زندگی خودشان را دارد. حسرت و گریز از واقعیتی که همراه با خیال‌پردازی، مشاهده آرزوهای خود در دل شخصیت داستان و رها شدن از مرزهای زندگی واقعی است. از این منظر نتایج مطالعه حاضر با برخی از مطالعات پیشین مثل مطالعه رحمانی فیروزجاه و سهرابی (۱۳۹۴) هم‌راستا است. به نظر می‌رسد که عمده مخاطبان به خصوص افراد جوان و دارای تحصیلات دانشگاهی خواهان تغییر روابط قدرت با مردان هستند و تمایل دارند تا سهم بیشتری از قدرت را در اختیار داشته باشند و به همین دلیل آثاری که بتواند آن‌ها را به این فضا نزدیک کند برایشان دارای جذابیت و گیرایی است و از این منظر سریال حاضر نیز برای آن‌ها دارای جذابیت است. چرا که در ظاهر امر با زنی برابری‌خواه، متمایز و دارای قدرت و استقلال روبرو هستند و از این جهت از تماشای عملکرد او لذت برده و حتی در برخی از مواقع به منزله نوعی آموزش از آن بهره می‌برند

که می‌تواند برای خودشان نیز راهگشا و مؤثر باشد. از این منظر نتایج مطالعه حاضر را می‌توان با پژوهش مهدی‌زاده، خانیکی و عزیزی (۱۳۹۴) همسو دانست.

یکی از نکته‌های مهم آن است که در دهه‌های گذشته، زنان ایرانی با چالش‌های هویتی روبرو بوده‌اند؛ از یک‌سو تحصیلات و اشتغال زنان بر کاهش اهمیت و مطلوبیت الگوهای سنتی اثرگذار بوده است و از سوی دیگر، تعارضاتی به دلیل هماهنگ کردن نقش‌ها و حقوق سنتی و مدرن پیش آمده است. همچنین گسترش رسانه‌های عمومی و فناوری‌های اطلاعاتی هم در این زمینه بسیار مهم بوده است (رفعت‌جاه، ۱۳۸۷). تعارضاتی که میان نماینده‌گفتمان مدرن (ثریا) با نمایندگان گفتمان سنتی و میانه (اسماء و فاروق) پیش می‌آید، به نوعی روایتی از تعارضات و کشاکش‌های پیش‌روی برخی از مخاطبان در زندگی شخصی خودشان است و همین موضوع یکی از علل پیگیری سریال و مشاهده آن است. برقراری تعادل میان ارزش‌های گفتمان سنتی و ارزش‌های گفتمان مدرن در حوزه جنسیت و روابط جنسیتی، بحث محوری داستان است که مخاطبان مختلف طرفدار این گفتمان‌ها به آن توجه نشان داده و استقبال از استراتژی گفتمان میانه تقریباً در تمام مخاطبان دیده می‌شود چراکه آن را به منزله یک استراتژی راهگشا و به عنوان یک راه برون‌رفت نگاه می‌کنند. همچنین برای برخی از مخاطبان فاصله میان زندگی و شخصیت ثریا از خودشان به مثابه یک حسرت و گریز از واقعیت و خیال‌پردازی بوده و همین موضوع تمایل به تماشای سریال را در آن‌ها ایجاد کرده است.

یکی از نکته‌های مهم مرتبط با موضوع فوق که عوامل تولید سریال به طرق مختلف در پی آن بوده‌اند، آن است که در عین نمایش بازنمایی زنانگی متفاوت در شخصیت ثریا، باز هم بخشی از کلیشه‌های جنسیتی را بازنمایی کرده و برخی از تفاوت‌های مهم در نقش‌های جنسیتی را امری طبیعی، بدیهی و اساساً لازم قلمداد نموده‌اند. منتهی بازنمایی ارزش‌های سنتی و کلیشه‌های جنسیتی عمدتاً در لایه‌های پنهان و معانی ضمنی رفتار و شخصیت ثریا و همچنین جریان داستان وجود داشته است و آن‌چه به صورت برجسته نشان داده شده همان زنانگی مدرن و تلاش برای احقاق حقوق مدرن بوده است. بر همین مبنا مخاطبان چون جذب شخصیت ثریا شده‌اند و از طرفی در ظاهر امر با فردی مدرن سر و کار داشته‌اند، عمدتاً نتوانسته‌اند به هدف عوامل تولید مبنی بر کلیشه‌سازی‌ها و تقویت کلیشه‌ها در برخی از ابعاد پی ببرند؛ حال آن‌که به دلیل علاقه‌مندی به شخصیت ثریا مجموعه عملکرد او را مورد تأیید قرار داده و در نتیجه نسبت به کلیشه‌ها نیز بی‌آنکه بدانند با متن داستان همراه شده‌اند. به تعبیری پیام‌های سریال در محتوا و شخصیت‌پردازی به‌گونه‌ای انجام شده است که حس تقابل با فتنای نمادین و کلیشه‌سازی رایج در اکثر سریال‌های عامه‌پسند را به مخاطب بدهد و همین عامل جذب عمده مخاطبان را ایجاد می‌کند و به عبارتی چون در ظاهر امر، گفتمان برابری خواهانه و فمینیستی از جانب خود ثریا دیده می‌شود، مخاطب نسبت به رمزگشایی از پیام‌های مخالف با این موضوع ناتوان مانده و در نتیجه برخلاف بسیاری از مطالعات دیگر انتقاد مخاطبان نسبت به منفعل بودن زن داستان و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی از جانب وی دیده نمی‌شود.

به عنوان نکته آخر، ذکر یک نکته اساسی است که در حال حاضر تلویزیون و آثار آن رقبای بسیار زیادی دارد که از آن جمله می‌توان به شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای اشاره کرد. همین عامل سبب می‌شود تا امکان مقایسه به راحتی در مخاطبان ایجاد شود و به دنبال پاسخ‌گویی به سلیقه و نیاز خود بروند. از این‌رو تداوم سیاست‌ها و راهکارهای سابق در شرایط جدید آن‌طور که باید و شاید مؤثر و راهگشا نخواهد بود و می‌بایست عطف به تفاوت ذائقه مخاطبان از یک‌سو و وجود رقبای متعدد از سوی دیگر، محتواهایی تولید شوند که به دلیل جذابیت بصری و محتوایی مخاطب را با خود همراه نمایند. سرگرمی و جذابیت کماکان یکی از اهداف اصلی مخاطبان از تماشای سریال‌ها است و این موضوع در مورد مجموعه حاضر نیز مشاهده شد؛ از این‌رو می‌بایست آثار به نحوی تهیه و ارائه شوند که بتوانند این نیاز مخاطبان را پاسخگو باشند.

منابع

آبادری، یوسف و شهلی‌بر، عبدالوهاب (۱۳۸۷). مصرف محلی فرهنگ عامه جهانی، فیلم‌های عامه‌پسند هندی و تماشاگران زاهدانی، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۴، شماره پیاپی ۱۲، صص ۳۲-۱۲.

آبادری، یوسف و شهلی‌بر، عبدالوهاب (۱۳۸۷). مصرف محلی فرهنگ عامه جهانی، فیلم‌های عامه‌پسند هندی و تماشاگران زاهدانی. *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۴(۱۲)، صص ۳۲-۱۲.

استوری، جان (۱۳۸۶). *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*. ترجمه‌ی حسین پاینده، تهران: نشر آگه. اصلانی، شهناز و کیانپور، مسعود (۱۳۹۴). الگوی نمایش کلیشه‌های جنسیتی در تبلیغات تلویزیونی سیما. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، شماره ۲، صص: ۱۷۱-۲۰۲.

بهمنی، مهرزاد (۱۳۹۶). بازنمایی رسانه‌ای از مردانگی در نظام پدرسالار با رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی؛ مطالعه موردی: سریال ستایش. پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۲ (پیاپی ۹۰)، صص: ۱۱۶-۹۳.

بیچرانلو، مجید؛ شعبانی، منصور؛ برکت، بهزاد (۱۳۹۶). بازنمایی زن در سریال شهرزاد از منظر زبان‌شناسی اجتماعی. *زن در فرهنگ و هنر*، شماره ۴، صص: ۴۸۹-۴۶۹.

رحمانی فیروزجاه، علی و سهرابی، سعدیه (۱۳۹۴). خوانش و رمزگشایی مخاطبان زن از فیلم‌های عامه‌پسند شبکه‌های ماهواره-مطالعه موردی زنان شهر ساری. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، شماره ۴، صص: ۲۸-۷.

رحمتی، محمد مهدی و سلطانی، مهدی (۱۳۸۳). تحلیل جامعه‌شناسانه مناسبات جنسیتی در سینمای ایران. *پژوهش زنان*، شماره ۳، صص: ۴۰-۷.

رفعت‌جاه، مریم و شکوری، علی (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی. رسانه جهانی. شماره ۵، صص: ۷۰-۵۴. صادقی، فسانی، سهیلا؛ فاضل، رضا؛ رضایی، حسین (۱۳۹۵). مطالعه جامعه‌شناختی رابطه میان مدیریت بدن و سرمایه جنسی زنان (مورد مطالعه: زنان متولد دهه ۴۰ شهر همدان). مطالعات علوم اجتماعی ایران، شماره ۵۱، صص: ۵۱-۳۳.

صادقی فسانی، سهیلا؛ فاضل، رضا و رضایی، حسین. (۱۳۹۵). مطالعه جامعه‌شناختی رابطه‌ی میان مدیریت بدن و سرمایه جنسی زنان (مورد مطالعه: زنان متولد دهه ۴۰ شهر همدان). *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، ۵۱، ۳۳-۵۱.

فلیک، اووه. (۱۳۹۲). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی، چاپ ششم، نشر نی. کاظمی، عباس و ناظر فصیحی، آزاده (۱۳۸۶). بازنمایی زنان در یک آگهی تجاری تلویزیونی. پژوهش زنان، شماره ۱، صص: ۱۵۳-۱۳۷.

کوثری، مسعود و عسکری، سید احمد (۱۳۹۴). بازنمایی خانواده ایرانی از منظر روابط جنسیتی و نسلی در آگهی‌های تلویزیونی. تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۴، صص: ۲۶-۱.

کیانی، امران و اکوانی، حمدالله (۱۳۹۵). مجموعه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و گفتمان هویتی مخاطبان ایرانی. مطالعات میان فرهنگی، شماره ۳۰، صص ۳۴-۹.

محمدپور، احمد (۱۳۹۲)؛ روش تحقیق کیفی ضد روش ۱. چاپ دوم، انتشارات جامعه‌شناسان. محمدی، فردین (۱۳۹۶). تحلیل خوانش زنان از سریال‌های ماهواره‌ای فارسی زبان- مورد مطالعه زنان شهر سنندج، راهبرد فرهنگ، شماره ۳۰، صص ۴۷-۷۲.

مک‌کویل، دنیس (۱۳۸۵). مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

منتظر قائم، مهدی و شریفی، رؤیا (۱۳۹۸). مصرف و خوانش زنان تهرانی از سریال‌های نمونه‌ای ترکیه‌ای. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۵۴، صص ۱۵۷-۱۲۷.

منتظر قائم، مهدی و کاوند، رضا (۱۳۹۳). نحوه خوانش و رمزگشایی شبکه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای. تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۳، صص ۱۲۵-۱۰۷.

مهدی‌زاده، سید محمد؛ خانیکی، هادی؛ عزیزی، حمید (۱۳۹۴). واکوی قرائت زنان از تماشای سریال‌های شبکه ماهواره‌ای جم (مورد مطالعه: شهرستان کامیاران). تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۴، صص ۹۱-۱۱۷.

مهدی‌زاده، شراره و آذر براء گزاز، سمیه (۱۳۹۵). تحلیل محتوای تصویر زن در تبلیغات تلویزیون. مطالعات زن و خانواده، شماره ۱، صص ۱۶۹-۱۳۹.

مهرپرور، سمانه (۱۳۹۸). تحلیل دریافت پیام‌های آموزشی مجموعه‌های تلویزیونی مطالعه خوانش تماشاگران زن سریال پریا. رسانه، شماره ۲، صص ۴۳-۶۶.

www.mashreghnews.ir

Aslam, Shahbaz, Ali, Arshad, Ullah, Faiz, Munawar, Maria (2015); Socio-Ethical Impact of Turkish Dramas on Educated Females of Gujranwala-Pakistan, *Journal of Humanities And Social Science*, Vol. 20, Issue. 2, pp: 125-131.

Aslam, Sh., Ali, A., Ullah, F., & Munawar, M. (2015). Socio-Ethical Impact of Turkish Dramas on Educated Females of Gujranwala-Pakistan. *Journal of Humanities And Social Science*, 20(2): 125-131.

Braun, Virginia, Clarke, Victoria (2006); Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2, pp: 77-101.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.

Iqbal, M. (2018); Effects of Turkish Dramas on University Students: A Survey of Pakistani Universities, *Journal of Mass Communication & Journalism*, Vol. 8(5), Issue 5, pp: 1-22.

Khan, Musa, Pembecioglu, Nilufer (2019); International Audience's Perception about the Turkish TV Serial "The Magnificent Century" In the Context of Portrayal of History and Women, *Global Media Journal*, Vol. 10, Issue 19, pp:216-246.

Ozgun, Aras, Yurdakul, Dicle, Atik, Deniz (2017); How Do Soap Operas Affect the Poor? Experiences of Turkish Women, *Journal of Markets, Globalization & Development Review*, Vol. 2, NO. 2, pp: 1-22.

Rehan, Muhammad, Raza, Syed Hassan (2017); Cultural Impacts of Turkish Dramas on Life Style of Pakistani House Wives, *Journal of Culture, Society and Development*, Vol. 33, pp: 1- 10.

Thomas, James, Harden, Angela (2008); Methods for the Thematic Synthesis of Qualitative Research in Systematic Reviews, *BMC Med Res Methodol*, Vol. 8, No. 45.

Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC medical research methodology*, 8(1), 45.

Female Audiences' Readings of Gender and Gender Relations in “İstanbulu Gelin” Series

Maryam Mollaei¹ & Armin Amir²

Abstract

In the present study, the female audience of the Turkish TV series “İstanbulu Gelin”, reading about gender and its relations has been considered. Active audience, symbolic destruction and stereotyping have been the most important theories in the present study. The method of the present study is qualitative. For data gathering in-depth semi structured interview technique was used and purposive-theoretical sampling has been considered. One of the most important points that researchers have been paying attention to is the generational differences in the study of audience reading, and therefore the age range of 19 to 65 years have been studied. The sample size in the present study is determined based on theoretical saturation. In order to enrich the data as much as possible, 21 interviews with the best quality were selected and analyzed out of a total of 25 interviews. Thematic analysis has been used in the analysis of audience reading data. Theme analysis was performed at 4 levels of primary, main, central and core themes. According to the research results, the contrast between stereotyped and deconstructive readings of gender and gender relations was the core theme of the findings. The main themes of feminine consumerism, feminine erotic capital, the representation of traditional patterns and stereotypes have been themes representing stereotypical femininity. The democratization of gender relations and the violation of the norms of femininity were also the main themes of the representation of deconstructive femininity. Also, according to the results of the research there are significant differences in the reading of the audience and each audience has adopted an oppositional, negotiated and dominant view based on their tastes, interests, experiences and worldview. Also according to the findings, education and employment status have been the important components that affecting the type of audience perceptions and the age component did not play a decisive role and generational differences were not seen in the audience reading.

Key words: Audience Reading Women Popular Series Gender and Gender Relations.

1. Master of Social Sciences, Rural Development, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran.

mollaei.maryam@ut.ac.ir

2 Assistant Professor, Cultural Studies Department, Social Sciences Faculty, Allameh Tabataba'i University

armin.amir@atu.ac.ir