

بازنمایی سبک زندگی در مجموعه‌های تلویزیونی (مورد مطالعه: سیمای مرکز استان ایلام)

یارمحمد قاسمی^۱

صدیقه پیری^{۲*}

شیما برزردی^۳

چکیده

پژوهش حاضر با استفاده از روش کیفی انجام گرفته که میدان مورد مطالعه آن، سه مجموعه تلویزیونی صدا و سیمای استان ایلام، در بازه زمانی ۸۸ تا ۹۲، *قال و قه‌واله*، *برا و به‌ش* و *هر که را خوی*، است. نوع نمونه‌گیری هدفمند است. داده‌ها بر اساس تحلیل نشانه‌شناختی فیلم به انجام رسیده است که طی آن ابتدا عبارات معنایی و مفاهیم بازنماکننده‌ی سبک زندگی استخراج و در آخر، تحلیل جامعه‌شناختی فیلم و تفسیر داده‌ها صورت گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد در این سریال‌ها سه نوع سبک زندگی سنتی، بینابین و مدرن معرفی و بازنمایی می‌شود که در این بین، سبک زندگی سنتی در مرکز متن و سبک زندگی مدرن و بینابین در حاشیه قرار می‌گیرد. شبکه محلی سیمای مرکز ایلام از طریق مجموعه‌های تلویزیونی موجود با بازنمایی شکل خاصی از سبک زندگی به‌عنوان سبک غالب بر پذیرش و تقویت سبک زندگی سنتی تأکید و در برابر سایر سبک‌های موجود در جامعه (سبک زندگی مدرن و بینابین) مقاومت کرده یا از آن به‌عنوان سبک حاشیه‌ای/ نامتعارف یاد کرده است و جامعه ایلام را تحت عنوان جامعه سنتی معرفی و بازنمایی می‌کند.

کلید واژگان: نشانه‌شناسی، سبک زندگی، مجموعه‌های تلویزیونی محلی، سیمای مرکز ایلام.

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۲۶ - 2021/04/15

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۱۲ - 2021/07/03

۱. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.

(mahmody71@gmail.com)

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

(moradi.pop@gmail.com)

۳. کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، گروه علوم اجتماعی دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.

(sbarzardy@gmail.com)

مقدمه و بیان مسأله

سبک زندگی از واژه‌های سهل و ممتنع در علوم انسانی و علوم اجتماعی است که اکثر نظریه‌پردازان و کارشناسان به صورت خاص آن را بررسی کرده‌اند، درعین حال که تعاریفی در حد و وسع خود از سبک زندگی را ارائه می‌دهند، به این مسأله اذعان دارند که نمی‌توان تعریفی جامع و مانع برای آن در نظر گرفت. اما در تعریفی کلی می‌توان گفت هر عملی، چه ذهنی و چه عینی که به واسطه اختیار و توسط فرد بروز و ظهور یابد بر هویت او مؤثر است و سبک زندگی او را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، سبک زندگی بر ماهیت و محتوای تعاملات و کنش‌های معنادار افراد در هر جامعه دلالت دارد و مبین اغراض، نیات، معانی و تفاسیر فرد در جریان عمل روزمره و زندگی روزانه است و سبب تمایز و تفکیک افراد از یکدیگر می‌شود. برای مطالعه و درک سبک زندگی می‌توان از ابزارهای مختلفی استفاده کرد. یکی از این ابزارها، رسانه‌های تصویری هستند. تلویزیون به دلیل استفاده از دو حس بینایی و شنوایی به طور هم‌زمان، سرعت در انتقال اخبار، کثرت مخاطبان، توانایی پخش هم‌زمان صوت و تصویر، به‌وسیله‌ی پر قدرتی جهت اطلاع‌رسانی در جهان امروز تبدیل شده است. تلویزیون با مخاطب قرار دادن حس بیننده به جای ذهن او شرایطی را به وجود می‌آورد که بتواند با هر بیننده‌ای، با هر سطحی از سواد و ادراک، ارتباط برقرار کند و به آموزش و بازتولید فرهنگی بپردازد. در این میان تلویزیون می‌کوشد با کمک ابزار نمایش از طرفی تصویری خاص از سبک زندگی را به بیننده القا و تصویر پذیرفتنی از سبک زندگی را معین و مشخص نماید و از سوی دیگر، الگوهای مربوط به سبک خاص را شکل دهد و به علت تأثیرگذاری بر مخاطبان بیشمار خود، مهم‌ترین رسانه در شکل‌دهی به افکار، اندیشه‌ها، عادات، هنجارها و کلیه نمودهای فرهنگی است (مفتح، ۱۳۹۲: ۱۳۲). تلویزیون به ابزاری فراتر از یک وسیله سرگرم‌کننده تبدیل شده است و نقش بسیار مهمی در حوزه‌های مختلف زندگی بشری ایفا می‌کند و در کنار نهادهای دیگری همانند خانواده، همسالان، مدرسه و... به یکی از عوامل مهم اجتماعی شدن نیز تبدیل شده است. تلویزیون ارزش‌های فرهنگی، رفتاری و ایدئولوژی‌های خاص را شکل می‌دهد. مقوله سبک زندگی نیز از جمله این برساخت‌هاست. در واقع می‌توان گفت رسانه‌ها با تولید معنی در ذهن مخاطبان، الگوهای رفتاری، فردی، اجتماعی را در چارچوب گفتمان خاصی بازنمایی می‌کنند (کیا و لطفی، ۱۳۹۱: ۹۰). سریال‌های تلویزیون به دلیل نزدیکی بسیار زیاد با زندگی افراد، مجرای خوبی برای انتقال پیام به شمار می‌روند این سریال‌ها نه تنها ارزش‌های جامعه را ارزیابی می‌کنند بلکه قادرند نگرش‌ها و عقاید مخاطبان را نیز شکل دهند. تلویزیون هر برنامه‌ای که تولید می‌کند دائم در حال اشاعه نوع خاصی از مصرف سبک زندگی است (عیوضی، ۱۳۸۸: ۱۴۲). تجربه زیسته نویسندگان نشان می‌دهد، در سال‌های اخیر در استان ایلام، تلویزیون محلی با برنامه‌های خود نفوذ گسترده‌ای در میان اقشار مختلف مردم استان داشته است. اهمیت این مسأله زمانی خود را بیشتر نشان می‌دهد که در طی چند دهه اخیر تغییرات گسترده‌ای در زیست اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایلامیان ایجاد شده است. حال با توجه به این تغییرات گسترده و تنوع سبک‌های زندگی در استان،

عشایری، روستایی، شهری) از یک سو و فقدان پژوهش‌های بومی - محلی صورت گرفته در این بخش از رسانه‌های استانی از سویی دیگر، اهمیت مطالعه و تحقیق در این زمینه را دوچندان کرده است و این سؤال پیش می‌آید که صدا و سیما محلی چگونه سبک‌های زندگی را معرفی می‌کند و به نمایش می‌گذارد؟ چه نوع سبک زندگی را به‌عنوان سبک زندگی مناسب و چه نوع سبک زندگی را به‌عنوان سبک زندگی مذموم و ناپسند معرفی می‌کند؟

رویکرد نظری

امروزه به‌سبب متکثرشدن زمینه‌های عمل و تنوع الگوهای مرجع، انتخاب سبک زندگی بیش از پیش در بر ساخت هویت فردی و کنش‌های روزمره واجد نقش مؤثر شده است. این انتخاب، برخلاف تصور رایج فقط مختص طبقات بالا و مرفه نیست، بلکه به‌رغم تأثیر نابرابری بر کیفیت و نوع سبک زندگی، اقشار فرودست نیز ناچارند در ابعاد گوناگون زندگی خویش دست به انتخاب و تصمیم‌گیری بزنند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱۸). ویژگی رهیافت گیدنز^۱ تأکید بر اهمیت محوری فرایندهای اجتماعی بازتابی است. به عبارت دیگر عاملیت، در متن نظم و ترتیبات ما بعد سنتی تبدیل به یک پروژه بازتابی می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۸: ۳۲). بازتابی بودن سبک‌های زندگی بدین معنی است که هر سبک زندگی در متن خود معنایی ضرورتاً باز و نامتعیین دارد. از این رو قطعی نبودن سبک زندگی یعنی نفی امکان تبیین کافی معنا توسط تعیین‌کننده‌های ساختاری، این به بازتابندگی اشاره دارد، به این معنی که فعالیت‌های سبک زندگی اساساً توسط نیروهای جامعه وسیع‌تر تعیین نمی‌شود. بلکه طی فرایند داد و ستد عملی زیست جهان‌های متمایز، به وسیله روش‌های مصرف‌انویه کالاهای نمادین تبدیل به اشیاء و اعمال ملموسی می‌شوند که استعاره‌ای هستند؛ بنابراین نزد گیدنز، تحول سبک‌های زندگی و دگرگونی ساختاری مدرنیته به واسطه بازتابندگی نهادی به یکدیگر گره می‌خورند (همان: ۸۶). بدین ترتیب وی بر کارکرد هویت بخش سبک زندگی تأکید کرده است. از طرفی او با استفاده از مفاهیمی چون بازاندیشی به تغییر در ذائقه و سبک‌های زندگی مردم اشاره می‌کند و نیز خود را از طریق انتخاب سبک‌های زندگی مختلف و خاص به جهان پیرامونش معرفی می‌کند، از نظر او سبک زندگی بیان هویت فرد است (خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۹). درنهایت می‌توان گفت که سبک زندگی مبتنی بر منابعی است که توسط انتخاب‌ها در زمینه مصرف فراهم می‌شود. گیدنز در بررسی موضوع محوری مطالعات خود، تحلیل ابعاد گوناگون سبک‌های زندگی را در کانون توجه قرار می‌دهد. او می‌نویسد: «مدرنیته نظامی پسا سنتی است که در آن پرسش "چگونه باید زندگی کرد؟" لاجرم در تصمیم‌گیری‌های روزمره درباره‌ی چگونه رفتار کردن، چه چیزی پوشیدن و چه چیزی خوردن پاسخ می‌گیرد» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۶).

^۱ Giddens

بوردیو^۱ سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی می‌داند که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند. از نظر بوردیو سبک زندگی در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۷). مطابق مدل بوردیو شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود. منش مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها. نتیجه نهایی تعامل دو نظام، سبک زندگی است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵). بوردیو در کتاب تمایز، سبک زندگی را چنین توصیف می‌کند: «سبک و شیوه بیشترین توانایی را برای بیان ویژگی‌هایی دارد که همه دنیای فعالیت‌ها را در خود خلاصه کرده است» (بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۴۹). وی در این کتاب، سبک زندگی را به عنوان فضایی تعریف می‌کند که کنشگران در ذیل آن می‌آموزند که چگونه زندگی کنند، چه چیز را آرجح بدانند و چه چیز را زیبا بشمارند. بوردیو بیان می‌کند که افراد سبک زندگی خود را انتخاب می‌کنند اما نه به صورت آزادانه (کردی و هادیزاده، ۱۳۹۱: ۲۵). در میان دیدگاه‌ها و نظریات مطرح‌شده در زمینه سبک زندگی، نظریات بوردیو اساس مبانی نظری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند و در تحلیل مفهوم سبک زندگی در پژوهش حاضر هفت مفهوم: میدان^۲، سرمایه^۳، هبیتاس^۴، عمل^۵، طبقه و سلیقه مورد بررسی قرار گرفته است.

علاوه بر گیدنز و بوردیو از نظریه‌بازنمایی استوارت هال^۶ استفاده شده است. هال بازنمایی را استفاده از زبان برای بیان مطالب معنادار در جهان می‌داند. به اعتقاد او، معنا از طریق فرهنگ و از سوی زبان بر ساخته می‌شود. بنابراین بازنمایی معنا و زبان را به فرهنگ پیوند می‌دهد. بازنمایی تأکید دارد، هرچند تصاویر رسانه‌ای واقعی و باورپذیر به نظر می‌آیند، آن‌ها هرگز دنیای واقعی را معرفی نمی‌کنند. همچنین بازنمایی در پی این است که بداند گروه‌ها یا هویت‌های خارج از رسانه‌ها چگونه در رسانه‌ها معرفی می‌شوند. بازنمایی حلقه پیوند میان مفاهیم و زبان است و ما را قادر می‌سازد جهان واقعی اشیاء، آدمیان و رویدادها را به جهان انگاره‌های اشیاء، آدمیان و رویدادهای تخیلی ارجاع دهیم. بازنمایی در رسانه از ریچارد دایر، عبارت است از «ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، اشیاء، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر باشد» (فرقانی و محمد کمال، ۱۳۹۶: ۲۸). که در این پژوهش تصاویر منبع تحلیل قرار گرفته‌اند.

«کلیشه‌سازی» و «طبیعی‌سازی» دو استراتژی عمده بازنمایی هستند. هال کلیشه‌سازی را فرایندی می‌داند که بر اساس آن جهان مادی و جهان ایده‌ها در راستای ایجاد معنا طبقه‌بندی می‌شوند

1. Bourdieu

2. field

3. capital

4. practice

5. symbol

6. Stuart Hall

تا مفهومی از جهان شکل گیرد که منطبق بر باورهای ایدئولوژیکی است و در پس نشانه‌ها قرار گرفته‌اند. از سوی دیگر، طبیعی‌سازی به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شود که گویی امور طبیعی هستند. طبیعی‌سازی به شکلی ضمنی دارای کارکرد ایدئولوژیک است (همان: ۳۰). برای رمزگشایی نشانه‌های موجود در متن می‌توان از سطوح رمزگذاری فیسک استفاده کرد: او سطح نخست را «واقعیت» می‌نامد که در آن رمزهای اجتماعی چون ظاهر، لباس، چهره‌پردازی، محیط، رفتار، حرکات سر و دست و... مشاهده می‌شود. سطح دوم را «بازنمایی» می‌نامد. در اینجا رمزهای فنی مدنظر است. دوربین نورپردازی، تدوین، موسیقی و صدابرداری، رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند و این رمزگان خود عناصر دیگری مثل روایت، کشمکش، شخصیت و گفت‌وگو را بازنمایی می‌کنند. سطح سوم از نظر فیسک «ایدئولوژی» است. رمزهای ایدئولوژی، عناصر یادشده را در مقوله‌های «انسجام» و «مقبولیت اجتماعی» قرار می‌دهند. برخی از رمزهای ایدئولوژیک عبارت‌اند از: فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی و ... بنابراین هدف از تحلیل نشانه شناختی معلوم کردن آن لایه‌های معانی رمزگذاری شده است که در ساختار برنامه‌های تلویزیونی قرار می‌گیرد (همان: ۳۵).

پیشینه پژوهش

تایلر ایستمن^۱ (۱۹۷۹) در پژوهشی با عنوان «تماشای تلویزیون و سبک زندگی مصرف‌کننده» به این نتیجه رسیده است که سبک زندگی بیننده‌های تلویزیونی، ذائقه و تمایل آنان برای دیدن نوع خاصی از برنامه‌ها را مشخص می‌سازد و بنابراین هر نوع تبلیغ تلویزیونی لزوماً اثربخشی کاملی را ندارد و بنابراین اثرات رسانه‌ای با توجه به سبک زندگی بیننده‌ها مختلف خواهد بود. وی^۲ (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان «سبک‌های زندگی و رسانه‌های جدید» به دنبال بررسی ارتباط بین سبک زندگی مصرف‌کنندگان حومه شهری چین و استفاده از تلفن‌های هوشمند و برنامه‌های جدید دیجیتالی است. یافته‌ها نشان می‌دهد پاسخگویان تمایل به استفاده از تلفن و ابزارهای جدید دیجیتالی را به عنوان ابزار هویت‌بخشی و به عنوان ملاک غربی شدن و سبک زندگی اجتماعی فعال تفسیر کرده‌اند. ارشد علی و همکاران (۲۰۱۴) تأثیر تلویزیون کابل در سبک زندگی مدرن در میان زنان را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که سبک زندگی زنان به شدت تحت تأثیر رسانه‌های دیجیتال بوده و به سمت مدرن شدن در حرکت است. هدف از مقاله پل و اوکی^۳ (۲۰۱۷) نیز بررسی تأثیر رسانه‌ها بر سبک زندگی است. نتایج این مطالعه نشان داده که رسانه توانسته از طریق پذیرش و سازگاری بر کسب ایده‌های جدید مخاطبان در مورد جریان‌ات مربوط به مد، فرهنگ غذایی و کیفیت و نوع روابط اثرگذار باشد.

1. Tyler Eastman

2. Wei

3. Paul and Uikey

نتایج پژوهش قاسمی و پیری (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که سریال‌های شبکه‌ی محلی ایلام با بازنمایی شکل خاصی از زنانگی به منزله‌ی زنانگی هژمونیک، بر پذیرش و تقویت آن تأکید می‌کنند و در برابر بازنمایی زنانگی متکثر دیگری که در جامعه حضور دارند، یا مقاومت کرده است یا از آن به مثابه‌ی زنانگی ناپهنجار، نامتعارف یاد می‌کند. پیری و یعقوبی (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی پرمخاطب‌ترین سریال‌های شبکه‌ی مرکز ایلام در سال‌های اخیر پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که این سریال‌ها با بازنمایی شکل خاصی از مردانگی به عنوان مردانگی غالب، بر پذیرش، تأیید و تقویت آن کمک کرده است. همچنین مردانگی دیگری که جدا از بافت پدرسالارانه و سنتی قرار دارند به عنوان مردانگی ناپهنجار و حاشیه‌ای از اجتماع محلی طرد می‌شوند. رستگار خالد و کاوه (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی فیلم‌های تولید شده‌ی دهه هشتاد پرداخته‌اند. نتایج حاصله نشان می‌دهد که از میان ابعاد سبک زندگی، مصرف فرهنگی بیشترین میزان بازنمایی درسیمای دهه هشتاد را به خود اختصاص داده است، سپس ابعاد دیگر، به ترتیب عبارتند از: نگرش‌ها، اوقات فراغت، مدیریت بدن، اولویت ارزش‌های اخلاقی، عادت‌های هزینه‌ای و الگوی مصرف غذا. نتایج تحقیق کیا و لطفی (۱۳۹۱) نشان می‌دهد که سریال‌های مورد مطالعه الگوهای سبک زندگی «ترکیبی» را بازنمایی می‌کنند و اغلب موارد معانی و مضامین تولید شده در این سریال‌ها با سیاست‌های مورد نظر سیاست‌گذاران همخوانی ندارد. پژوهش فاضلی و خالدیان (۱۳۹۱) نشان‌دهنده این امر است که مصرف رسانه، مصرف موسیقی، تحصیلات، تعیین کننده سبک زندگی طبقات مختلف است. صفری (۱۳۸۷) با استفاده از روش نشانه‌شناسی و بهره‌گیری از استعاره‌ها، نمادها و برخی رمزهای فنی به آشکارسازی نهادهای اجتماعی می‌پردازد. بنابر یافته‌های تحقیق، این نمادها مخدوش و بیمار بوده و گرفتار تعارضات هنجاری و بیماری‌هایی چون: دورویی، ریاکاری و فریبکاری هستند و صفات ناپسند، ناهنجاری‌ها و کژ رفتاری‌های بسیاری را باعث می‌شوند و بستر مناسبی برای اجتماعی شدن و هویت یافتن جوانان و نوجوانان نیستند. عزیززاده و فتحی نیا (۱۳۸۶) نحوه‌ی پرداختن به سبک زندگی (طبقات مرفه، متوسط و پایین) جامعه را در سریال‌های تلویزیونی شش ماهه‌ی دوم سال ۱۳۸۵ مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌های این تحقیق حاکی از آنست که در سریال‌های پربیننده‌ی تلویزیون سبک زندگی طبقات بالا بیشتر از طبقه‌ی متوسط نشان داده می‌شود. رسولی (۱۳۸۲) مؤلفه‌های سبک زندگی در تبلیغات تلویزیون را با استفاده از روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار داده است. نتایج به دست آمده از تحقیق نشان می‌دهد که سه گونه سبک زندگی در تبلیغات مطرح شده است: سبک زندگی مبتنی بر نمایش الگوها و ارزش‌های مربوط به طبقات اجتماعی، سبک زندگی مبتنی بر مصرف کالاهای فرهنگی و اقتصادی و سبک زندگی مبتنی بر الگوهای مدرن و سنتی.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود در این تحقیقات (داخلی و خارجی) بیشتر به جنبه بازنگری تلویزیون از منظرها و یا شاخص‌های خاص سبک زندگی (به صورت کلی) پرداخته شده است. پژوهش حاضر درصدد تکمیل، تعمیق و گسترش کارهایی است که تاکنون در زمینه سبک زندگی انجام گرفته

است و تفاوت این پژوهش با سایر پژوهش‌های انجام شده در این حوزه آن است که سبک زندگی را در کلیت خود (با تمام شاخص‌ها و ابعاد آن) آنهم با روش نشانه‌شناسی ساختاری مطالعه خواهد کرد.

روش تحقیق

با فرض اینکه رسانه‌های الکترونیکی خبر از جهان تصاویر شبیه‌سازی شده رسانه‌ای می‌دهند که خود را واقعی جلوه می‌دهند و تمایز بین جهان واقعی و جهان تصویری را از بین می‌برند و واقعیت و نشانه‌ها را تحریف می‌کنند (تاجیک، ۱۳۸۹: ۲۰). در این مقاله از روش نشانه‌شناسی به‌عنوان مدل پژوهش استفاده شده است. هر نشانه شامل یک دال و مدلول است. برای شناسایی دال و مدلول‌ها باید رسانه را به شکل مناسبی که دلالت بر نشانه‌شناسی دارد مورد تحقیق قرار گیرد. قلمرو مورد مطالعه پژوهش حاضر سریال‌های محلی سیمای استان ایلام تولیدشده در بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ است. واحد تحلیل در این پژوهش، سریال‌های محلی شبکه سیمای استان ایلام است که شکلی منعطف و متغیر دارد، به این معنا که با توجه به قابلیت‌های متن مورد تحلیل (از جمله نما، سکانس و ...) گاهی یک نما از غنای معناشناختی بیشتری در معرفی سبک زندگی برخوردار است و مبنای تحلیل قرار می‌گیرد و گاهی نیز کل یک سکانس به‌عنوان واحد تحلیل، مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد. در این تحقیق، به تناسب موضوع و به سبب کیفی بودن روش، از شیوه نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است، به این معنی که با مراجعه به مرکز پژوهش صداوسیما استان سه مجموعه سریال پرمخاطب استان شناسایی شد. این سریال‌ها عبارت‌اند از: «قال و قه واله^۱» (۱۳۸۸)، «برا و به ش^۲» (۱۳۹۰) و «هر که ارا خوی^۳» (۱۳۹۲). دیالوگ‌های این سریال‌ها از زبان کردی به زبان فارسی برگردانده شده است. شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش به‌صورت تحلیل نشانه‌شناسی صورت می‌گیرد. در این روش هر چیزی می‌تواند نشانه و باز‌نماگر سبک زندگی خاصی باشد از جمله: کلمات، تصاویر، صداها، موسیقی و دیگر عناصر فیلم به مثابه نشانه‌هایی در نظر گرفته می‌شود که از طریق آن‌ها معانی خلق می‌شوند. در اینجا به ذکر خلاصه‌ای از سه مجموعه سریال‌های بررسی شده پرداخته می‌شود.

خلاصه داستان سریال «قال و قه واله»

سریال «قال و قه واله» محصول سال ۸۸، داستان زندگی چند خانواده که زندگی عشایری دارند را باز‌نمایی می‌کند. موضوع اصلی این سریال سند زمینی است که حد و حدود زمین جهانگیر و قیصر را مشخص می‌کند. این سند و مشکلات بعدی آن زمینه درگیری و اختلاف بین آن‌ها می‌شود که این

^۱. قال یعنی داد و فریاد و قه واله یعنی سند (در اینجا سند زمین).

^۲. برا به معنای برادر و بش یعنی تقسیم.

^۳. به معنای هر کسی به ساز خودش.

درگیری به نحوی در تمامی قسمت‌های ۲۰ این سریال ادامه پیدا می‌کند. علاوه بر این، موضوعات دیگری نیز در لابه‌لای سریال گنجانده شده است. سریال با ماجرای خواستگاری دختر جهانگیر، آوردن ساز و رقص محلی شروع و با موضوعات اجتماعی متعددی در قسمت‌های بعدی دنبال می‌شود: استفاده از (داروی دل‌سیاهی) برای ممانعت از ازدواج مجدد جهانگیر، رعایت تابوهای سنتی و انجام ندادن فعالیت‌های روزمره به مناسبت مرگ اقوام (نمونه: غذا نخوردن، خاموش بودن آتش‌خانه به نشانه غم و ...)، نگرش‌های متفاوت افراد نسبت به پدیده فرزندآوری، اجرای طرح دولتی در زمین‌های عشایر و ماجراهای بعد از آن، خریدن موتور برق، خریدن تلویزیون توسط جهانگیر، شرکت کردن جهانگیر در مسابقه تلویزیونی سیمای محلی، مشارکت افراد بزرگ‌تر در مراسم خواستگاری، اعتیاد، ماجرای معتاد شدن قیصر و مشارکت اعضای طایفه در ترک دادن قیصر)، استخدام نیروهای بومی به منظور اجرای طرح دولتی در زمین‌های عشایری، استفاده از داروی محبت برای رفع کدورت و جذب محبت افراد، ماجرای گم شدن قباله زمین، برگزاری کلاس نهضت در عشایر، موضوع ناف بریدن و... در قسمت نهایی سریال، جهانگیر با دختر جوان شهری ازدواج می‌کند و در نهایت، سریال با مراسم عروسی جهانگیر، ساز و رقص محلی (رقص کردی) به پایان می‌رسد.

خلاصه داستان سریال «برا و به‌ش»

سریال «برا و به‌ش» محصول سال ۹۰، داستان زندگی دو برادر ناتنی به نام‌های چوارشمه (چهارشنبه) و پنجشمه (پنجشنبه) را بیان می‌کند. در این سریال پنجشمه که در روستا زندگی می‌کند نمادی از سنت‌گرایی است برخلاف چوارشمه که در شهر زندگی می‌کند و تا حدی زندگی مدرن را تجربه می‌کند. این سریال در ۲۷ قسمت، علاوه بر موضوع اصلی «منازعه چوارشمه و پنجشمه بر سر تقسیم زمین و ارث پدری»، موضوعات مختلف دیگری را نیز به نمایش می‌گذارد: رمالی، ماجرای خانواده آرمیتا، ضمانت، رسم قدیمی انتخاب همسر آینده توسط پدر خانواده، حقدار بودن (پسر/ دخترعمو)، اعتیاد، ماهواره و تأثیرات مخرب آن، چت کردن و ماجرای ازدواج اینترنتی، چشم و هم‌چشمی، پولدار شدن از طریق رمالی، عقل معاش، بدگمانی، پارتی‌بازی و در نهایت منازعه چوارشمه و پنجشمه که به دلیل مسائل مربوط به ارث میانه‌شان شکراب می‌شود با میانجی‌گری خالو الوان از حل می‌شود و پسر و دختر پنجشمه با دختر و پسر چوارشمه ازدواج می‌کنند و سریال با مراسم عروسی آن‌ها در روستا، ساز محلی و رقص دسته جمعی مردان (رقص کردی) به پایان می‌رسد. در اینجا دعوای اصلی بین دو برادر ناتنی و بر سر زمین است و با توجه به معادل کردی برادری (برا) و تقسیم زمین (بش) به «برا و به‌ش» نام‌گذاری شده است.

خلاصه داستان سریال «هر که را خوی»

سریال ۲۶ قسمتی «هر که را خوی» محصول سال ۹۲، داستان زندگی فردی به اسم باسکه میر را به نمایش می‌گذارد که در روستا زندگی می‌کند و برادر بزرگ‌تر او (خانه میر) در شهر ایلام سکونت دارد. به عبارتی صحنه‌های سریال در دو محیط شهر و روستا به نمایش گذاشته می‌شوند. در قسمت اول این سریال باسکه میر همسرش را در اثر حادثه تصادف از دست می‌دهد و داستان سریال با صحنه تصادف و مراسم عزاداری همسر باسکه میر (هاجر) شروع می‌شود. باسکه میر بعد از مرگ همسر درگیر اتفاقات گوناگونی می‌شود که در کل قسمت‌های سریال اتفاقاتی را به صورت طنز می‌آفریند. او که علاقه زیادی به فیلم‌های جنگی ماهواره دارد پس از مرگ همسرش سعی دارد برنامه‌های ماهواره را دنبال کند ولی بنا بر سنت‌هایی که وجود دارد این عمل را مخفیانه انجام می‌دهد. علاوه بر ماهواره، آشنا شدن با دختر جوان شهرستانی (رعنا) که به قصد کلاهدرداری به او نزدیک می‌شود و از او خواستگاری می‌کند، همگی از عواملی هستند که بر ذهن و روان باسکه میر تأثیر گذاشته و او را متحول می‌سازند. در قسمت‌های نهایی زنجیره ماجرای کلاهدرداری دختر شهرستانی برملا می‌شود و در نهایت با به هوش آمدن باسکه میر که در اثر حادثه تصادف به کما رفته بود، مشخص می‌شود که تمامی صحنه‌های سریال در خواب باسکه میر اتفاق افتاده و بعد از به هوش آمدن او از کما سریال به پایان می‌رسد. در هم‌تنیدگی، تنوع و تقابل شخصیت‌ها و موضوعات این سریال موجب نام‌گذاری آن به (هر که را خوی = هر کسی برای خودش) شده است.

با توجه به نشانه‌های موجود در سریال‌ها یا به عبارتی، مؤلفه‌های سبک زندگی موجود در سریال‌های بومی، محلی، نوع سبک زندگی هر کدام از بازیگران و سپس نسل‌های موجود شناسایی و معرفی شده است. از جمله مؤلفه‌های تعیین‌کننده نوع سبک زندگی که در سریال‌ها موجود است، عبارت‌اند از: پوشش، مصرف غذایی (الگوی مصرف غذا و فضاهایی که برای صرف آن در نظر گرفته می‌شود)، مصرف فرهنگی (مصرف سینما، موسیقی، کتاب، دانشگاه، نگرش/ قضاوت (هر نوع بیان نظر در مورد یک شیء یا یک فرد یا یک رویداد که در آن قضاوت و ارزیابی نهفته باشد)، روابط اجتماعی، ارزش‌های اخلاقی/ دینی (اولویت دادن به مسائل و امور مختلف)، اوقات فراغت (زمان‌هایی که افراد کار ضروری برای انجام ندارند و فرد این زمان را طبق تمایل شخصی خود و برای خود تنظیم می‌کند)، نقش‌ها (عنوان یا برچسبی است که با آن جایگاه و الگوهای رفتاری شخص در بین جامعه تعیین می‌شود)، وسایل، طراحی/ دیزاین منزل (ترکیب عناصر بصری و فضا) و مدیریت بدن (شامل فعالیت‌هایی از قبیل: جراحی‌های زیبایی، رسیدگی به خود و... است که به ندرت در سریال «هر که را خوی» مشاهده شده است).

با توجه به این مؤلفه‌ها، سه نوع سبک زندگی سنتی، بینابین و مدرن از سریال‌های موجود شناسایی و استخراج شده است و از بین ۱۰ مؤلفه موجود، مؤلفه‌های نگرش، روابط اجتماعی،

ارزش‌های اخلاقی/دینی، پوشش و بعضاً مؤلفه اوقات فراغت در سریال «قال و قواله و هر که را خوی» نقش بیشتری در تعیین نوع سبک زندگی افراد داشته‌اند.

در اینجا شهر نماد مکانی مدرن و روستا نماد مکانی سنتی است که هیچ‌کدام از این دو محیط دارای سبک زندگی کاملاً سنتی و کاملاً مدرن نیستند و در حال گذار بین دو نوع سبک زندگی سنتی و مدرن با (تکیه بر جهت‌گیری‌های سنتی) هستند. سبک زندگی مدرن در سریال‌های تولیدشده سیمای محلی استان ایلام در حاشیه قرار می‌گیرد. به عبارتی، می‌توان صحنه‌هایی (لحظاتی) را یافت که در آن به سبک زندگی مدرن و بینابین ارجاع داده می‌شود و این سبک، نیز سبکی پذیرفته در بین نسل‌های موجود در سریال‌های بومی، محلی است. با این حال این نوع از سبک زندگی در حاشیه قرار گرفته است. جامعه ایلام جامعه‌ای سنتی و در حال گذار به مدرنیته و تجربه سبک زندگی مدرن قرار گرفته است و اگرچه ارزش‌های سنتی نیز در جامعه موجود می‌باشد اما سریال‌های سیمای محلی، سنت را پررنگ‌تر از وضعیت فعلی آن در جامعه مطرح نموده‌اند. با این حال سازندگان سریال‌های بومی، محلی نوعی بازنمایی مثبت و غالب از سبک زندگی سنتی و بازنمایی منفی و حاشیه‌ای از سبک زندگی مدرن را ارائه می‌دهند. به عبارتی جامعه‌ای ایستا و مقاوم در برابر پذیرش سبک‌های جدید را به نمایش می‌گذارند و این امر به معنای نادیده گرفتن وجه پویایی جامعه است. سیاست سازندگان سریال‌های تولید شده در سیمای مرکز ایلام، خواسته یا ناخواسته، سبک مدرن را سبکی غیرمتعارف/منفی/حاشیه‌ای در جامعه بازنمایی می‌کند که این امر موجب بازتولید نوعی اندیشه مثبت نسبت به سبک زندگی سنتی و اندیشه منفی نسبت به سبک زندگی مدرن و رواج نوعی نگرش منفی به سبک زندگی مدرن و دارندگان این سبک می‌شود و از دو طریق به برجسته‌سازی سبک زندگی موردنظر خود و به حاشیه بردن دیگر سبک‌های موجود اقدام می‌کنند: ۱. تأکید بر محیط‌های روستایی و ارزش‌ها و مؤلفه‌های سبک زندگی سنتی (حتی در محیط شهری) و به عبارتی، بازنمایی مثبت از سبک زندگی سنتی. ۲. بازنمایی منفی از سبک زندگی و ابزارهای مدرن و ارائه تصویر حاشیه‌ای و منفی از افراد دارای سبک زندگی و ابزارهای مدرن. در ادامه به تشریح سه نوع سبک زندگی استخراج شده از سریال‌های مورد مطالعه پرداخته می‌شود:

سبک زندگی سنتی: به معنای تبعیت از عقاید و ارزش‌های سنتی و قدیمی، استفاده از ابزارها و ابژه‌های قدیمی و زندگی کردن در محیط‌های دارای بافت قدیمی و سنتی است. اینک با در نظر گرفتن مؤلفه‌های استخراج شده به ذکر نمونه‌هایی از این نوع سبک در سریال‌های مورد بررسی پرداخته می‌شود:

پوشش سنتی: در سریال «قال و قه واله» نقش‌های مردان با پیراهن و شلوار کردی، لچگ^۱، کلاش^۲ و لباس زنان شامل پیراهن بلند (بدون پولک یا با پولک)، شلوار جافی، گُلونی^۳، کمرچین^۴، گلنجه^۵، عبا و... است.

مصرف غذایی سنتی: در اغلب موارد غذاهای مورد استفاده، متشکل از مواد طبیعی از جمله: گوجه، بامیه، خیار، استفاده از نان ساجی، استفاده از محصولات لبنی و سایر محصولات تولیدی روستا و عشایر.

نگرش / قضاوت‌های سنتی: در سریال «برا و به ش» نادر در جواب پسر عمویش که می‌پرسد بهترین غذای دنیا چه غذایی است؟ می‌گوید: ماست محلی و روغن حیوانی.

روابط اجتماعی سنتی: در سریال «قال و قه واله» جهانگیر بعد از این که فخریه تصادف می‌کند به قیصر می‌گوید: ماشین و زمینم می‌فروشم و کمکت می‌کنم تا مشکل حل شود و در جواب این حرف قیصر که می‌گوید خدا ازت راضی باشد و برای جبران خوبیت برو قباله را بیاور تا امضاش کنم می‌گوید: «نه تو این شرایط نمی‌خواهم، آدم نامردی نیستم که تو این موقعیت به فکر منافع خودم باشم، نمی‌خواه امضاش کنی» در همین سریال مردان روستا در صف عزا در کنار مردای دیگر می‌ایستند^۶.

اوقات فراغت سنتی: در سریال «قال و قه واله» جهانگیر در حال خواندن مور^۷ است. در سریال «برا و به ش» نیز مرد روستایی (جهانگیر) برخی اوقات را به بافتن صنایع دستی (چیت^۸) می‌گذراند.

^۱. لچگ یا چغیه یکی از انواع سرپوش‌های مردانه است که در اشکال مختلف مانند سفید، سفید راه راه، مشکی راه راه و گاهی زمینه سفید و رگه‌های قرمز یا سبز و بعضا دارای ریسه در کناره می‌باشند که بیشتر به تنهایی به دور سر بسته می‌شوند.

^۲. نوعی کفش (امروزه مردانه و در گذشته هم مردانه و هم زنانه) است که توسط مردان با نخ پنبه و جوال دوز به شیوه‌ای خاصی روی یک قطعه پلاستیک پهن به اندازه کمی بزرگتر از کف پا بافته می‌شود. این لاستیک از روه داخلی چرخهای کهنه اتومبیل تهیه می‌شود و امروزه در برخی نقاط عشایری و روستایی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

^۳. نوعی سرپوش از جنس حریر، ابریشم و یا نخی می‌باشد که در اندازه‌های مختلف کوچک و بزرگ تولید می‌شود و جنس آن نازک بوده و زمینه مشکی داشته و با گل و بوته و نقش‌های ساده اسلیمی در رنگهای سفید و قرمز یا سبز و گاهی نارنجی و آبی تزیین گردیده است.

^۴. تا چند دهه پیش بالاپوش عمده بیشتر زنان ایلامی خصوصا در نواحی شمالی و مرکزی نوعی پالتو زنانه به اسم «کمرچین» بود که به علت استفاده فراوان از نوارهای زربافت در تزیین آن از زیبایی خاص برخوردار و احتمالا نام آن نیز به همین خاطر باشد. جنس کمرچین از مخمل در رنگهای قرمز، جگری، سبز، سرمه‌ای و مشکی بوده و دارای آستین بلند، جلوپاز و جیب با دهانه کج در طرفین و کمربندی از جنس خود می‌باشد و بسته به سن و موقعیت مالی زن ممکن بود از تزیینات بیشتری برخوردار و چنانچه زن در سنین میانسالی و یا کهنسالی بوده و از رنگهای سنگین (مشکی و سرمه‌ای) استفاده می‌کرد.

^۵. نوعی دیگر از بالا پوش‌های زنان می‌باشد که از نظر رنگ، جنس، دوخت و تزیینات و کاربرد عینا مانند کمرچین می‌باشد با این تفاوت که فقط اندازه آن کمتر بوده و تا حدود زانو می‌رسد و در مناطقی که کمرچین کاربرد داشته مورد استفاده بوده است.

^۶. نزدیکان فرد فوت‌شده به نشانه عزا صف تشکیل میدن و شرکت‌کنندگان در مراسم در آخر با افرادی که در صف ایستادن دست میدن و تسلیت میگن.

^۷. نوعی آواز سنتی غمیگن.

^۸. نوعی صنایع دستی به حساب می‌آید که با استفاده از نخ‌های رنگی و نی ساخته می‌شود و دارای مصارف متعددی از قبیل ایجاد مانع و دیوار در سیاه چادر ها، استفاده از آن به عنوان محافظ پنجره حتی در جوامع شهری و... است.

ارزش‌های اخلاقی / دینی سنتی: در سریال «قال و قه واله» جهانگیر بعد از شنیدن خبر مرگ خاله اش به نشانه غم با آب آتش را خاموش می‌کند.^۱ در سریال «براو به ش» پنجشنبه به مسئول آزمایشگاه که می‌گوید «جواب آزمایش پسر تون اشتباه شده و معتاد نیست» و عذرخواهی می‌کند و می‌گوید: «اشکال نداره، از قدیم گفتن زنی بره در خونه کسی شر و بلا به خاطرش از بین میره / متوقف میشه^۲. (ارزش زن)، به زنش می‌گه برو براش چای درست کن، اول چایی بخوره بعد بره».

نقش‌های سنتی: در سریال‌های موجود زنان به پختن نان کردی، جارو زدن، ریسندگی نخ با دوک چوبی (مخصوص جوامع روستایی و عشایری) و رنگ کردن نخ برای بافتن صنایع دستی اشتغال دارند و مردان نیز اغلب به کار کشاورزی، دامداری، درو کردن و غیره می‌پردازند.

وسایل مورد استفاده سنتی: وسایل مورد استفاده در سریال‌های موجود شامل: سیاه چادر، چیت^۳، سه پایه^۴ نگه‌دارنده^۵ مشک دوغ، قالیچه، استفاده از میخ‌های چوبی و طناب دستبافت برای نگه داشتن سیاه چادرها، دار مخصوص بافتن صنایع دستی، هاونگ چوبی، مشک آب^۶، ظروف مخصوص آب و غذای گوسفندان^۷، قالیچه و نمد^۸ استفاده از فانوس، داس، تبر و تیشه، استفاده از بشکه و حلبی‌های فلزی برای حمل جو و گندم و غیره. در شهرآثاری از وسایل سنتی وجود ندارد.

طراحی / دیزاین منزل سنتی: در سریال «قال و قه واله» طراحی اغلب منازل به شکل سیاه چادر و کاملاً سنتی است. سیاه چادر به وسیله ستون‌ها و میخ‌های چوبی که با طناب به سیاه چادر متصل شده‌اند نگه داشته می‌شود و اطراف هر سیاه چادر به وسیله چیت‌های طویل که به صورت حصار دور تا دور سیاه چادر را فراگرفته‌اند احاطه شده است. داخل هر سیاه چادر آتشدانی برای پخت غذا تعبیه و کف زمین با نمد و قالیچه پوشانده شده است. در سریال «براو به ش» وجود طویله و آغل گوسفندان و لانه مرغ در حیاط روستا، دیوارهای گچ کاری شده، حیاط‌های بزرگ خاکی نمایانگر طراحی سنتی است.

مصرف فرهنگی و مدیریت بدن سنتی: در این نوع از سبک زندگی این دو مؤلفه وجود ندارد. **سبک زندگی بینابین:** افرادی که در این نوع گروه‌بندی قرار می‌گیرند از لحاظ قرار گرفتن در حوزه سبک زندگی سنتی عقاید افراطی سنتی را کنار گذاشته و دارای عقاید سنتی تعدیلی هستند و از لحاظ قرار گرفتن در سبک زندگی مدرن نیز اگر چه دارای مؤلفه‌های سبک زندگی مدرن در فعالیت‌ها

^۱ .رسم قدیمی خاموش کردن آتش به نشانه غم.

^۲ .ضرب المثل کردی «اَفَرْتِ بَچَدِ دَر مَالِ شَرِّ وَ خَاطِرِ خَفِ».

^۳ .صنایع دستی که برای سیاه چادرهای عشایر کاربرد دیوار را دارا می‌باشند.

^۴ .وسيله نگهدارنده آب که از پوست حیوانات (بز و گوسفند) و توسط زنان ساخته می‌شود و باعث می‌شود که آب تا مدت طولانی خنک باقی بماند.

^۵ .در زبان کردی به این ظروف فلزی «نا» گفته می‌شود و مستطیل شکل هستند.

^۶ .نوعی قالیچه سنتی است که با استفاده از پشم گوسفندان ساخته می‌شود.

واکنش‌های روزانه خود هستند و این نوع سبک اصلی (غالب) آن‌ها محسوب نمی‌شود. اینک به ذکر نمونه‌هایی از مؤلفه‌های این سبک در سه سریال مورد بررسی پرداخته می‌شود:

پوشش بینابین: عباس در این سریال دارای پوشش کت تک و شلوار کردی است. در هر سه سریال اغلب دختران و زنان جوان برای رفت و آمد بیرون از پوشش چادر استفاده می‌کنند.

مصرف غذایی بینابین: در سریال «قال و قواله» چنین مؤلفه‌ای وجود ندارد. کریم و برزو در سریال «هر که را خوی» که در حال خوردن فلافل هستند دارای سبک بینابین در حوزه مصرف غذایی می‌باشند.

مصرف فرهنگی بینابین: در سریال «برا و به ش» نادر در حال گوش دادن به ساز و دهل^۱ از طریق ضبط ماشین است.

نگرش / قضاوت‌های بینابین: در سریال «قال و قه واله» جهانگیر در واکنش به حرف برادرش که می‌گوید «اگه تو ضامنم بشی دیگه مجبور نیستم طلاها رو بفروشم، پس برادری برا چه روزی خوبه؟» می‌گه: «من ضامنم بشم و تو بری برا زنت طلا بخری و من قرض تو رو پس بدم؟ من چرا این کارو بکنم؟ چه ظلمی بهت شده که این کارو درحقت بکنم؟ یعنی اگه طلا نباشه همیشه زندگی کرد؟».

روابط اجتماعی بینابین: در سریال «برا و به ش» نادر در حال حرف زدن با الاغ است.

اوقات فراغت بینابین: در سریال «هرکه را خوی» برزو در حال کبوتر بازی است.

ارزش‌های اخلاقی بینابین: در سریال «قال و قه واله» عباس برای حل مشکل فهیمه و قباد که بخاطر بچه دعوا کرده‌اند و فهیمه منزل برادرش (قیصر)، رفته است، همراه همسرش به منزل قیصر می‌رود و می‌گوید: «دختر و پسر بودن دست خداست بخواد میده نخواد نمیده، اینا دست ما نیست این حرفا قدیمی شدن و نادانی به حساب میان. ما اومدیم شرو بخوابونیم و فهیمه برگرده سر خونه زندگیش».

نقش‌های بینابین: در سریال «قال و قه واله» چنین مؤلفه‌ای وجود ندارد. در سریال «هرکه را خوی» ته‌مینه به دستفروشی کردن اشتغال دارد.

وسایل مورد استفاده بینابین: در سریال «هرکه را خوی» در روستا وسایلی از قبیل سماور نفتی، بطری‌های مخصوص نگهداری آب وجود دارد و در شهر درختچه‌های مصنوعی برای تزئین، اتا‌فک مخصوص نگهداری کبوتر و

طراحی و مدیریت بدن بینابین: در سریال‌های مورد مطالعه چنین مؤلفه‌ای وجود ندارد.

سبک زندگی مدرن: این نوع سبک به معنای استفاده از ابزارها و مظاهر مدرن است که سنت و روش‌های پیشین در آن وجود ندارد و توجه زیادی به استفاده از امکانات پیشرفته دارد. اینک به ذکر نمونه‌هایی از مؤلفه‌های این سبک در سه سریال مورد بررسی می‌پردازیم:

^۱. نوعی موسیقی سنتی.

پوشش مدرن: در سریال «برا و به ش» جوانان (اعم از شهری/مدرن) در اغلب موارد پوشش مانتو و شلوار جین (دختران) و پیراهن و شلوار جین (پسران) می‌پوشند.

مصرف غذایی مدرن: در سریال «قال و قه واله» چنین مؤلفه‌ایی یافت نمی‌شود. در سریال «برا و به ش» مصرف ساندویچ و پیتزا حتی در جوامع روستایی نیز یافت می‌شود برای نمونه: زن روستایی (کشور) تحت تأثیر برنامه‌های ماهواره، وقتی شوهرش می‌گوید، «برایم ترخینه ۱ درست کن»، می‌گوید: «گفتم از شهر برامون پیتزا و ساندویچ بیارن». در سریال «هر که را خوی» رعنا مصرف‌کننده غذاها و نوشیدنی‌هایی از قبیل: پیتزا، کاپوچینو و کافه گلاسه است.

مصرف فرهنگی مدرن: در سریال «هر که را خوی» پری در حال مطالعه کردن کتاب است.

نگرش / قضاوت‌های مدرن: در سریال «قال و قه واله» عباس خطاب به جهانگیر که به خاطر مرگ خاله‌اش عزاداری و خودش را از خوردن غذا محروم می‌کند، می‌گوید: «این فرهنگ خوبی نیست بس کن. این زمان با اون زمان که از این کارا (سیاه پوشیدن، غذا نخوردن) میکردن فرق داره» و در جواب جهانگیر که می‌گوید «اگه این کارا رو نکنم مردم میگن حرمت مرده خودشو نگه نداشته». می‌گوید: «اگه بخوای به حرف مردم گوش بدی نه میتونی آب بخوری نه زندگی کنی».

روابط اجتماعی مدرن: در سریال «قال و قه واله» چنین مشخصه‌ای یافت نمی‌شود. در سریال «هر که را خوی» دختر شهری (رعنا) برای مرد روستایی کادو می‌گیرد.

اوقات فراغت مدرن: در سریال «هر که را خوی» رعنا و مینو اغلب در پارک یا کافی شاپ با هم قرار می‌گذارند.

ارزش‌های اخلاقی / دینی مدرن: در سریال «قال و قه واله» چنین مؤلفه‌ای وجود ندارد. در سریال «برا و به ش» پیمان به نادر می‌گوید: «گرفتار شدم، قراره دوستم بیاد ایلام، بچه تهرانه و وضعشون عالیه منم که اینجوری، خب عیبه نمیخوام پیششون کم بیارم».

نقش‌های مدرن: در سریال «قال و قه واله» موسی اغلب به انجام آزمایشات شیمیایی می‌پردازد. در سریال «هر که را خوی» چنین مؤلفه‌ای وجود ندارد.

وسایل مورد استفاده مدرن: در سریال «قال و قه واله» نمونه این وسایل شامل: خریدن اتومبیل توسط جهانگیر، تلفن همراه، تلویزیون، موتور برق و ... است.

طراحی مدرن: در سریال «قال و قه واله» چنین مؤلفه‌ایی یافت نشد. در سریال «برا و به ش» و سریال «هر که را خوی» طراحی منزل شهری دربرگیرنده آشپزخانه‌ی این و کابینت کاری شده، وجود قفسه‌های چوبی تزئینی است.

۱. نوعی سوپ محلی که با استفاده از گندم، شلغم، پیاز، سیر، انواع ادویه‌جات، رب گوجه فرنگی، دوغ محلی و... ساخته می‌شود این نوع سوپ اغلب در زمستان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مدیریت بدن: چنین مؤلفه‌ای در سریال‌های مورد مطالعه تنها در سریال «هر که را خوی» آن‌هم در نقش مریم و خانه‌میر نمایان می‌شود. مریم نیز به طور مداوم از آینه استفاده می‌کند.

جدول ۱. نوع سبک زندگی بازیگران (سنتی، بینابین و مدرن) براساس مؤلفه‌های نشانه‌های موجود

مؤلفه‌های سبک زندگی بازیگران	مصرف غذایی	مصرف فرهنگی	نگرش / قضاوت	مدیریت بدن	روابط اجتماعی	اوقات فراغت	ارزش‌های اخلاقی / دینی	نقش	وسایل مورد استفاده	طراحی / دیزاین منزل
۱) هاجر	سنتی ۲	-	سنتی	-	-	-	سنتی ۳	سنتی	-	-
۲) باسکه	سنتی	سنتی ۲	سنتی ۶	-	سنتی ۸	سنتی ۳	سنتی ۶	-	مدرن	سنتی ۲۷
میر	بینابین ۲	مدرن	بینابین ۶	-	بینابین ۲	بینابین ۲	بینابین	-	مدرن	بینابین ۹
۳) پری	سنتی ۲	سنتی	سنتی ۴	-	سنتی ۴	سنتی	سنتی ۳	سنتی ۱۰	مدرن	-
	بینابین		بینابین ۲		بینابین	مدرن	بینابین	بینابین		
۴) کریم	سنتی	سنتی ۲	بینابین	-	سنتی ۵	بینابین ۳	سنتی ۶	سنتی	مدرن	-
	بینابین	بینابین	مدرن		بینابین ۴	مدرن ۳	بینابین ۲			
۵) نظر	سنتی	-	سنتی ۲	-	سنتی ۲	-	-	-	-	-
	بینابین									
۶) خانه میر	بینابین	-	بینابین	مدرن	سنتی ۶	سنتی ۲	سنتی ۱۰	سنتی	مدرن	سنتی
					بینابین ۲	بینابین ۲	بینابین ۲			بینابین ۵
۷) پرگل	سنتی ۲	سنتی	مدرن	-	سنتی ۵	سنتی	سنتی ۵	سنتی ۴	مدرن	-
					بینابین ۲	بینابین ۲	مدرن			مدرن ۷
۸) برزو	بینابین	سنتی	مدرن ۲	-	سنتی ۶	سنتی	بینابین	بینابین	مدرن	-
	بینابین	بینابین	مدرن ۵		مدرن ۲	مدرن ۳	مدرن ۳			
۹) مریم	بینابین	-	سنتی	مدرن ۲	سنتی	بینابین ۲	مدرن	-	مدرن	-
	مدرن		بینابین ۲		مدرن ۶					
۱۰) منا	بینابین	-	سنتی	-	-	-	مدرن ۲	سنتی ۲	مدرن	-

					بینابین ۲	مدرن				
					مدرن					
۱۱) کاظم	مدرن	-	-	-	سنتی ۳	-	سنتی ۳	-	سنتی ۳	-
					بینابین ۲		مدرن ۲		مدرن ۲	
۱۲) تهمینه	سنتی	-	-	-	مدرن	-	سنتی ۲	-	بینابین	مدرن
					بینابین		مدرن		مدرن	
۱۳) رامین	سنتی	-	-	-	سنتی ۳	-	سنتی ۲	-	بینابین	مدرن
	مدرن				مدرن		مدرن ۳		مدرن	
۱۴) رعنا	مدرن	-	-	-	مدرن ۲	-	مدرن ۳	-	مدرن	مدرن
	مدرن				مدرن		مدرن		مدرن	مدرن
۱۵) مینو	مدرن	-	-	-	مدرن	-	مدرن	-	مدرن	مدرن
					مدرن		مدرن		مدرن	مدرن
۱۶) زیبا	سنتی	-	-	-	-	-	مدرن ۴	-	سنتی ۲	مدرن ۲
	بینابین ۲				-		-		مدرن ۲	مدرن ۲
	مدرن				-		-		مدرن	مدرن
۱۷) پدر	مدرن	-	-	-	بینابین	-	-	-	-	-
					بینابین		-		-	-
= زیبا					-		-		-	-
اردشیر					-		-		-	-
۱۸) مادر	سنتی	-	-	-	مدرن	-	-	-	-	-
	بینابین				مدرن		-		-	-
= زیبا					مدرن		-		-	-
گلابتون					مدرن		-		-	-

نتیجه‌گیری

تحلیل یافته‌ها، بر اساس مؤلفه‌های شناسایی‌شده به تبیین و گروه‌بندی سه نوع سبک زندگی: سبک زندگی سنتی، سبک زندگی بینابین و سبک زندگی مدرن می‌پردازد. در سریال‌های به نمایش درآمده، سبک غالب همان سبک زندگی سنتی است و افراد دارای سبک زندگی سنتی، اغلب با عناصر و تصاویری از قبیل: اشتغال به بافتن صنایع‌دستی یا کار کشاورزی، دارای سرمایه فرهنگی پایین، برقراری روابط غیر پولی و همیاری سنتی در حل مشکلات یکدیگر، پایبندی به آداب و رسوم سنتی حتی در جوامع شهری (که نماد جامعه مدرن با ارزش‌های مدرن است)، کم‌رنگ بودن فردگرایی، تأکید بر نقش خانواده در حل مسائل و مشکلات، ازدواج سنتی، تأکید بر ارزش‌های اخلاقی سنتی (از جمله: حفظ آداب و رسوم قدیمی، ساده زیستی، تأکید بر ارزش‌هایی همچون حفظ آبروی خانوادگی

^۱ هرکدام از ارقام بالا نشانگر تکرار آن مفهوم در کل متن سریال است.

و...، شیخوخیت و حل اغلب مسائل از طریق مشورت با افراد بزرگ‌تر خانواده/ طایفه، فقدان ارزش‌های ابراز وجودی و ... به نمایش گذاشته می‌شوند. در سریال‌های موجود زنان همواره در محیط خانه به نمایش گذاشته می‌شوند که اغلب اوقات به انجام امور و وظایف خانه‌داری یا بافتن صنایع‌دستی اشتغال دارند و فاقد اوقات فراغت و وقت آزاد هستند و از این منظر، تفاوتی بین سبک زندگی زنان شهری و روستایی بازنمایی شده در سریال‌های موجود وجود ندارد. حال آنکه به زعم بوردیو، میدان دارای قلمرو خاصی است و به دلیل محتوای تعیین‌کننده خود، منطق متفاوت و ساختار متناسب با ضرورت و بدیهیات خود انگاشته شده که هم محصول و هم مولد شاکله‌ای است که مختص و درخور آن است و بین میدان‌های هر جامعه تفاوت و تمایز وجود دارد در صورتی که تفاوتی بین میدان‌های مختلف بازنمایی شده در سریال‌های سیمای محلی وجود ندارد، جزء در مواردی معدود. از طرفی به تعبیر بوردیو میدان، نظام خوی و خصلتی است که افراد کسب می‌کنند و به موقعیتی که در جامعه اشغال می‌کنند بستگی دارد. به عبارتی، وابسته به میزان سرمایه فرهنگی و سپس سرمایه اقتصادی در پائین‌ترین حد قرار گرفته و با توجه به ۱۰ مؤلفه شناسایی‌شده، بخصوص مؤلفه روابط اجتماعی و نگرش‌های افراد نسبت به خود یا دیگری (به تعبیر بوردیو سرمایه اجتماعی) از سرمایه اجتماعی بالایی برخوردارند. از طرفی، نوعی سبک زندگی بینابین نیز وجود دارد که حد فاصل سبک زندگی سنتی و مدرن قرار دارد. در این مدل سبک زندگی، افراد در عین حال، علاوه بر دارا بودن مؤلفه‌های سبک زندگی سنتی به مؤلفه‌های سبک زندگی مدرن نیز گرایش دارند. به عبارتی، علاوه بر پایبندی به سنت، کنش و روابط سنتی، دارای عقاید و خصلت‌های مدرن نیز هستند.

نوع دیگری از سبک زندگی موجود در سریال‌های سیمای مرکز ایلام، سبک زندگی مدرن است که مؤلفه‌های این نوع از سبک زندگی به صورت حاشیه‌ای به نمایش درمی‌آیند و با عناصر و تصاویری از قبیل: گریزان از سنت، غیربومی مدرن شهری، استفاده‌گر ابزارهای جدید، دارای تحصیلات دانشگاهی، دارای سرمایه اقتصادی و فرهنگی بالا، دارای ارزش‌های ابراز وجودی و بیان هویت فردی. جامعه ایلام، جامعه در حال گذار و تجربه سبک زندگی مدرن است. اما حضور پررنگ سبک زندگی سنتی در اجتماعات دارای همبستگی مکانیکی نسبت به سبک زندگی بینابین و مدرن در جامعه شهری با همبستگی ارگانیکی، بر همه این سریال‌ها سایه افکنده است. چنین سیاستی، به دنبال نمایش جامعه‌ای سنتی و یکدست و مقاوم در برابر پذیرش سایر سبک‌ها در سریال‌های موجود است.

چنین موضوعی، خلاف نظریات بوردیو در مورد سبک زندگی جوامع مختلف است. به‌زعم بوردیو، هر جامعه‌ای متشکل از گروه‌ها با میدان‌های متفاوت و عادت و واژه‌های متمایز (منش‌های خاص خود) است. اما برحسب آنچه که در سریال‌ها به نمایش گذاشته می‌شود، جامعه ایلام، جامعه‌ای یکدست و هماهنگ است که چیرگی و سلطه سبک سنتی موجب به حاشیه راندن دیگر سبک‌های موجود (بینابین و مدرن) می‌شود. حال آنکه بر اساس تمایز بین عادت‌واره‌ها و قواعد حاکم بر هر میدان، در واقعیت، جامعه ایلام نیز متشکل از میدان‌های متمایز و در حال تجربه سبک زندگی مدرن است و سریال‌های سیمای مرکز ایلام، سنت را پررنگ‌تر از وضعیت فعلی آن در جامعه مطرح نموده‌اند. به نظر می‌رسد سریال‌ها با بازنمایی شکل خاصی از سبک زندگی به‌عنوان سبک زندگی غالب، بر پذیرش و تقویت این سبک (سبک زندگی سنتی) تأکید کرده و در برابر بازنمایی دیگر سبک‌ها مقاومت کرده یا از آن به منزله سبک زندگی حاشیه‌ای/ نامتعارف یاد کرده است. چنین سیاستی همسو و هماهنگ با سیاست‌های فرهنگی صداوسیما مرکزی است که بر اساس ماده ۵ اصل ۱۷۵ قانون اساسی (خطمشی و ارزش‌های حاکم بر سازمان صدا و سیما ملی)، یکی از اصول مورد توجه سازمان صداوسیما: حاکمیت ارزش‌های اسلامی ایرانی، تقویت و گسترش وحدت، الفت و انسجام جامعه از طریق ارج نهادن به فرهنگ، سنت و اقوام و طوایف کشور و حیثیت و کرامت افراد. در راستای چنین اصلی در سازمان صدا و سیما، سیمای مرکز ایلام نیز اصل حفظ فرهنگ و سنت‌های قومی را در دستور کار خود قرار داده و با تأکید بر مؤلفه‌های سبک زندگی سنتی از یک سو و بازنمایی مثبت از عناصر آن از سوی دیگر، به معرفی سبک زندگی سنتی به‌عنوان سبک مسلط در جامعه ایلام می‌پردازد و دیگر سبک‌ها را تحت عنوان سبک حاشیه‌ای و غیربومی استان معرفی و بازنمایی می‌کند. در رابطه با محتوای فیلم‌ها و نتایج به‌دست آمده، با نگرش غیر ارزشی، غیرسیاسی، غیر جانب‌دارانه، می‌توان گفت که انتظار می‌رود رسانه‌های ارتباطی در بخش فرهنگی و بازنمایی واقعیت جامعه (در اینجا بازنمایی سبک زندگی) همسو با تغییرات آن جامعه حرکت کند. این در حالی است که سیمای محلی به‌جای بها دادن به سبک‌های زندگی جدید و متکثر دیگر در جامعه، روز به روز به سمت ترویج و اشاعه سبک زندگی سنتی و به حاشیه بردن دیگر سبک‌ها به طرق مختلف پیش می‌رود.

نتایج برخی تحقیقات در زمینه سبک زندگی با نتایج پژوهش حاضر همسو و منطبق و در برخی موارد در تضاد است. مطالعات صورت گرفته در حوزه سبک زندگی را می‌توان در دو دسته جداگانه قرار داد: الف) تحقیقاتی که مورد مطالعه آن‌ها، سریال‌های سیمای مرکز ایلام بوده است. ب) تحقیقاتی که به بررسی کیفیت سبک زندگی در حوزه رسانه (اعم از تلویزیون و سینما) و سایر حوزه‌ها پرداخته‌اند.

دسته اول، «پیری و یعقوبی (۱۳۹۵)، قاسمی و پیری (۱۳۹۶)»، مستقیماً شاخص‌های کیفی سبک زندگی را بررسی نکرده‌اند اما نتایج این تحقیقات با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد.

تحقیقات صورت گرفته در سریال‌های سیمای مرکز ایلام، نشانگر این موضوع است که سریال‌های مورد مطالعه با باز‌نمایی شکل خاصی از زنانگی / مردانگی به منزلهٔ زنانگی / مردانگی هژمونیک بر پذیرش و تقویت آن تأکید می‌کنند و در برابر دیگر نوع‌های زنانگی / مردانگی در جامعه مقاومت کرده و از آنان به‌عنوان زنانگی / مردانگی حاشیه‌ای یا نامتعارف یاد می‌کند. در تحقیق حاضر، نتایج نشان می‌دهند که سریال‌ها با باز‌نمایی شکل خاصی از سبک زندگی در برابر سبک‌های متکثر دیگر مقاومت کرده و آن‌ها را به حاشیه می‌برد. این نوع سبک غالب و هژمونیک، سبک زندگی سنتی است، چنانچه در تحقیقات پیشین، یافته‌ها به استخراج نوعی زنانگی و مردانگی سنتی از سریال‌ها منجر شده است. این قبیل مطالعات تنها به بررسی و تحلیل بعد زنانگی و مردانگی در این سریال‌ها می‌پردازند حال آنکه، پژوهش حاضر ابعاد گسترده‌تری (سبک زندگی) از سریال‌های موجود را مورد بررسی قرار می‌دهد و همان‌طور که گفته شد، علی‌رغم گستردگی دامنهٔ مطالعاتی آن به نسبت تحقیقات سابق در حوزه سیمای مرکز ایلام، نتایج به‌دست آمده همسو با نتایج این قبیل تحقیقات بوده است.

نتایج تحقیق، جامعه‌ای سنتی و متشکل از یک میدان هماهنگ و یک‌دست را نشان می‌دهند که دارای سبک غالب سنتی و سبک حاشیه‌ای مدرن و بینابین است و بدین ترتیب بنا به گفتهٔ گیدنز، سبک زندگی سنتی به سبک مرجع تبدیل می‌شود و معیار و ملاک ارزیابی دیگر گروه‌ها و سبک‌ها قرار می‌گیرد و موجب به حاشیه راندن و باز‌نمایی منفی از دیگر سبک‌ها می‌شود. در اینجا افراد تحت عنوان کنشگران عقلانی که دست به انتخاب می‌زنند و دارای ارزش‌های ابراز وجودی نیز هستند وجود ندارد. اما همان‌طور که گیدنز در این زمینه مطرح می‌کند و معتقد است که اگرچه قدرت انتخاب، خصیصهٔ اصلی سبک زندگی است اما همیشه انتخاب سبک زندگی توسط خود افراد صورت نمی‌گیرد، بلکه گاهی گروه‌های اجتماعی یا فشارهای اقتصادی موجب محدود شدن انتخاب افراد می‌شود که در اینجا ساختار سنتی حاکم بر سریال‌های موجود این محدودیت‌ها را کاملاً طبیعی جلوه می‌دهند و عملاً زمینه انتخاب سبک‌های مختلف وجود ندارد. بر اساس آنچه بورديو مطرح می‌کند، سبک زندگی طبقات و گروه‌های فاخر که دارای قریحهٔ ناب و زیبایی شناختی هستند در سریال‌های مورد مطالعه مشاهده نمی‌شوند و اغلب به باز‌نمایی طبقات متوسط و پائین، آن‌هم در قالب مؤلفه‌هایی از قبیل: آداب و رسوم، ارزش‌های اخلاقی، روابط اجتماعی می‌پردازند و مؤلفه‌هایی همچون مدیریت بدن،

مصرف فرهنگی که گرایش به آن در تعیین و تبیین سبک زندگی طبقات بالا و مدرن نقش بیشتری دارند، به صورت حاشیه‌ای به نمایش درمی‌آیند.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی؛ جانعلیزاده چوب‌بستی، حیدر و بولاغی، مهدی. (۱۳۹۶). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی دینی دانشجویان مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران، *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی* ۱۰: ۱۱۳-۱۳۸.
- کیا، علی اصغر؛ لطفی، کیوان. (۱۳۹۱). بازنمایی الگوهای سبک زندگی در سریال‌های تلویزیونی. *مجله رسانه*، ۳(۲۳): ۸۹-۱۰۷.
- بورديو، پیر. (۱۳۹۰). *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر ثالث.
- پیری، حسن؛ یعقوبی، علی و پیری، صدیقه. (۱۳۹۵). بازنمایی مردانگی در شبکه محلی سیمای ایلام، *جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۷(۱): ۶۵-۱۰۴.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۹). *نشانه‌شناسی: نظریه و روش، پژوهشنامه علوم سیاسی*، ۵(۴).
- رستگار خالد، امیر؛ کاوه، مهدی. (۱۳۹۱). بازنمایی سبک زندگی در سینمای دهه هشتاد، *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۴(۱): ۱۴۳-۱۶۶.
- رسولی، محمدرضا. (۱۳۸۲). بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در تبلیغات تجاری تلویزیون، *فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی*، ۱۰(۲۳): ۴۳-۹۳.
- رضایی، مریم. (۱۳۹۱). *تحلیل جامعه‌شناختی روایت دگردیسی سبک‌های زندگی در سینمای بعد از انقلاب*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. علوم اجتماعی. ۶۵-۹۱.
- صفری، فاطمه. (۱۳۸۷). تحلیل نشانه‌شناختی نهادهای اجتماعی در سینمای رسول صدر عاملی، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۹(۱): ۱۰۲-۱۲۶.
- علیزاده، عبدالرحمن و فتحی‌نیا، محمد. (۱۳۸۶). بازنمایی سبک زندگی طبقات اجتماعی در سریال‌های خانوادگی تلویزیون، *پژوهش و سنجش*، ۱۴.
- عبوضی، غلامحسین. (۱۳۸۸). *سبک زندگی، تلویزیون و مصرف، فصلنامه فرهنگی - دفاعی زنان و خانواده*، ۵(۱۶).
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، قم: نشر صبح صادق.
- فاضلی، نعمت‌الله و خالدیان، اقبال. (۱۳۹۱). بازنمایی سبک زندگی طبقه متوسط در سریال‌های تلویزیونی: مرگ تدریجی یک رؤیا، *مجله رسانه*، ۲۳(۲): ۷۴-۵۵.
- فرقانی، محمدمهدی و محمدمکمال، ستاره. (۱۳۹۶). بازنمایی جنسیت در برنامه‌های تلویزیونی، مقایسه مجموعه کلاه‌قرمزی و انیمیشن شش ابرقهرمان، *زن در فرهنگ و هنر*، ۹(۱): ۲۷-۴۸.

- قاسمی، یارمحمد؛ پیری، صدیقه و پیری، حسن. (۱۳۹۶). باز‌نمایی زنانگی در سریال‌های شبکه محلی ایلام، فصلنامه زن در فرهنگ و هنر، ۹(۲): ۲۰۹ - ۲۲۹.
- کردی، حسین و هادی‌زاده، سکینه. (۱۳۹۱). بررسی سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل، فصلنامه علمی-پژوهشی زن و جامعه، ۳(۴).
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی.
- محمدی، جمال؛ ودادهیر، ابوعلی و محمدی، فردین. (۱۳۹۱). مناسبات سرمایه فرهنگی و سبک زندگی: پیمایشی در میان شهروندان طبقه متوسط شهر سنندج، کردستان، مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۳(۴): ۱ - ۲۳.
- مهدوی‌کنی، محمدسعید. (۱۳۸۶). مفهوم سبک زندگی و گستره‌ی آن در علوم اجتماعی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۱(۱): ۱۹۹ - ۲۳۰.
- مفتح، محمدهادی. (۱۳۹۳). سبک زندگی مدیران زمینه‌ساز، فصلنامه علمی پژوهشی مشرق موعود، ۸(۳۱).
- وبلن، تورستن. (۱۳۸۳). نظریه طبقه مرفه، ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی.

- Arshad, A., Anam, N., & Hassan, S. A. (2014). Impact of cable/TV on modern lifestyle: a study of women. *Research on Humanities and Social Sciences*, 4(13), 85-92.
- Pau, s., & Uikey, s. (2017). Media and Lifestyle: A Study of Media influence on the Dressing Style, *Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication*, 6 (3).
- Eastman, S. T. (1979). Uses of television viewing and consumer life styles: A multivariate analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 23(4), 491-500.

The representation of lifestyle in TV soap operas (Case study: Ilam Broadcasting Center)

Yarmohamad Ghasemi¹, Sedughe Piri², Shima Barzardy³

Abstract

The present study was conducted using a qualitative method. Study files is three TV series of the Local Channel of Ilam Broadcasting Center, in the period of 88 to 92 including: “Ghal va Ghawala”, “Bera va bash”, “Har ka ra khoye”. Sampling is purposeful. Semiotics was used to analyze the data. Findings show that in these serials, three types of traditional, intermediate and modern lifestyles are introduced and represented. However, the traditional life style is at the center of the text and the modern and intermediate way of life is marginalized. the Local Channel of Ilam Broadcasting Center, by representing a certain form of lifestyle as the dominant style, emphasizes the acceptance the traditional lifestyle and resists other styles in the society and mentions other lifestyles as abnormal and uncommon kind.

Key words: Semiotics, Lifestyle, Series of the Local Channel of Ilam Broadcasting Center.

¹ . Associate Professor of social Sciences of the University of Ilam, Ilam, Iran.
ym-ghasemi2004@yahoo.com

² . Assitant Professor of social Sciences of the University of Allameh Tabatabai, Tehran, Iran.
spiri.1365@gmail.com

³ . M.A. Cultural Studies, Department of Social Sciences, University of Ilam, Ilam, Iran.
sbarzardy@gmail.com