

**Research Paper****Representation of the female subject in home cinema: A case study of *Mannequin***Afshar Kabiri<sup>1\*</sup>, Asrin Shafei<sup>2</sup>

1. Associate professor of sociology, Urmia University, Urmia, Iran.
2. M. A. student of women's studies, Al-Zahra University, Urmia branch, Iran.



Received: July 12, 2022

Accepted: June 21, 2023

Available online: June 22, 2023

**Keywords:**

representation, codes, ideology, subjectivity, middle class.

**Abstract**

This study attempts to analyze the representation of the female subject in the narrative and visual content of home theater in the *Mannequin* series. For this purpose, by applying the constructivist approach of Richard Dyer and Stuart Hall's theory of representation as the theoretical framework and Fisk's semiotic analysis method in three levels of codes of reality, representation, and ideology, *Mannequin* series has been examined and evaluated. The research method of this study is a qualitative analysis with an inductive approach. According to the topic and the research problem, deploying qualitative and semiotic methods is the best technique to analyze this topic. The results indicate that the ideological codes of the series are a combination of several codes that together show the class of the woman character in the series. The upper-class female characters in *Mannequin* series look for fashion, extravagance, variety, and luxury life. On the other hand, the middle or lower-class women in the series are representations of the lone women's turmoil in society who are not able to find the correct and upright ways to achieve their desires and thus go astray. For the single women in the family, who are full of selfishness and self-interest, the *Mannequin* series leaves no choice but to prostitute themselves and trust in the criminals of society. In summarizing the contents, the following can be mentioned about the *Mannequin* series: home cinema, which could have been a qualitative alternative to the national television, causes serious damage to the cinema and the culture of our Iranian-Islamic society by turning to such low-quality and worthless series in terms of technical structure and moral themes.

Kabiri, A., & shafei, A. (2023). Representation of female subject in home cinema (Case study: *Mannequin* series), *Sociology of Culture and Art*, 5(2),36 -54.

**Corresponding author:** Afshar Kabiri**Address:** Associate professor of sociology, Urmia University, Iran.**Tell:** 09149012642**Email:** a.kabiri@urmia.ac.ir

## Extended Abstract

### 1- Introduction

One of the main questions in the field of media and society is: to what extent are the media able to express reality and what mechanisms do they have to do so? Is it the media's function to reflect society's realities or to create its realities? In response to these questions and other questions raised in terms of the connection between the media and the world of reality, and to express the media characteristics, an image of the world is presented.

Numerous studies have shown that the function of the media is not merely to show the realities of the outside world to the audience. It can perhaps be argued that television and official media represent the public opinion and macro-cultural policies of the society; and that, as influential and powerful channels, they play the role of informing, culturizing, and intellectual leadership of the society. However, in recent decades, with the presence of movies and television in the living room of families and especially their strong presence after the establishment of home cinemas, due to the efforts of a new generation of filmmakers since the eighties, the media have gained more audience in society which in turn has increased its effects on society and families. In today's world, the media are very important and influential on society and social realities. The media display a pattern of human and social relations, as an effect of which society, its values, and beliefs are altered. By representing the normative patterns, which are dominating the social life in the form of dramatic performances, mass media play the role of creating and reproducing these norms in the nowadays social life. Motion Pictures and movies legitimize some affairs while delegitimizing others through the mass production of cultural concepts. In addition, by reproducing and reconstructing social realities, they can hold repressive or critical and liberating perspectives. Therefore, cinema and movies have an undeniable role in viewpoint formation, intellectual and behavioral changes of the audience, and the whole process of the social movement. They are also important factors in guiding and promoting social relations as well as in enlightening or intoxicating public opinion. Additionally, they play an important role in reflecting or constructing social reality in society. This study is an attempt to analyze the representation of the female subject in the narrative and visual content of home theater. For this purpose, Mannequin series has been analyzed and evaluated by deploying the constructivist approach and the representation theory of Richard Dyer and Stuart Hall as the theoretical framework.

### 2- Method

The research method of this study is a qualitative analysis with an inductive approach. According to the topic and the research problem, deploying qualitative and semiotic methods is the best technique to analyze the representation of the female subject in the Mannequin series. Semiotics is the most dominant methodological model in image and media studies. In this research, the personality of women in the Mannequin series has been analyzed using John Fisk's semiotic analysis method. Therefore, the Mannequin series which is considered as a text, is analyzed through semiotics. The analytical framework of the research is based on John Fisk's theory and in three levels: the level of social codes, the level of representation or technical codes, and the level of ideology.

### 3- findings

The findings of the present study indicate that the ideological codes of the series are a combination of several codes that together show the class character of the women in the series. Among these codes, one can mention luxury life, evasion of law, individualism, utilitarianism, and anarchism. The female characters of the well-to-do class in Mannequin series are looking for fashion, extravagance, variety, and luxury life. On the other hand, the middle or lower-class women in the series are representations of the lone women's turmoil in society who are unable to find the correct and upright ways to achieve their desires and thus go astray. For the single women in the family, who are full of selfishness and self-interest, the Mannequin series leaves no choice but to prostitute themselves and trust in the criminals of society; it even represents different methods of self-prostitution of women and men for the Iranian-Islamic society.

### 4- Discussion & Conclusion

The results of the research indicate that the sequences related to women in the Mannequin series interpret their presence as the naturalization of the cultural and social elements such as luxuriousness, fame-seeking, variety-seeking, competition, etc., and represent them as behavioral models for society members. This series provides the grounds for imitation and destructive influence on Iranian families. Through its various codes, the series highlights certain behaviors, norms, and events related to the female characters of the series; accordingly, it indirectly determines what the audience should think about. In this regard, it shows the women characters as extremely lavish, selfish, utilitarian, and possessive. The female characters of the well-to-do class in the Mannequin series follow fashion, extravagance, diversity, and luxury life.



On the other hand, the middle or lower-class women in the series are representations of the lone women's turmoil in society who are not able to find the correct and upright ways to achieve their desires and thus go astray. The Mannequin series represent women who are regarded as loose and unprincipled from the perspective of Iranian-Islamic family foundations; the characters of the women in the series are depicted as characters with fragile family foundations. The women of the series are introduced to the audience as wandering, self-prostituting, variety seekers, selfish, criminal, lawless, obsessive, and lone. Moreover, women's immoral competition to achieve their desires through power, wealth, hatred, jealousy, and rivalry is highlighted. Weirdly, the series portrays female characters as characters with family crises and displays the women with families as victims of violence, betrayal, and dissatisfaction with family life.

In summarizing the contents, the following can be mentioned about the Mannequin series: home

cinema, which could have been a qualitative alternative to the national television, causes serious damage to the cinema and the culture of our Iranian-Islamic society by turning to such low-quality and worthless series in terms of technical structure and moral themes.

### **5-Funding**

No funding has been received for conducting this research.

### **6-Authors' contribution**

Design and ideation: Afshar Kabiri; Asrin Shafei; Methodology and data analysis Asrin Shafei; Supervision and final writing: Afshar Kabiri.

### **7-Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest

## مقاله پژوهشی

## بازنمایی سوژه زن در سینمای نمایش خانگی (مطالعه موردی سریال مانکن)

افشار کبیری<sup>۱\*</sup>، نه‌سرین شافعی<sup>۲</sup>

۱- دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

۲- کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشگاه الزهراء، شعبه ارومیه، ارومیه، ایران.



## چکیده

این مطالعه تلاشی برای واکاوی بازنمایی سوژه زن در محتوای روایی و تصویری سینمای نمایش خانگی در سریال مانکن است. بدین منظور، با به‌کارگیری رویکرد برساخت‌گرا در نظریه بازنمایی ریچارد دایر و استوارت هال، به‌منزله چارچوب نظری و با استفاده از روش تحلیل نشانه‌شناختی فیسک در سه سطح رمزگان واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی، سریال مانکن تحلیل و ارزیابی شده است. نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که کدهای ایدئولوژیک این اثر ترکیبی از چندین مورد رمز است که با هم، شخصیتی طبقاتی از زن سریال را نشان می‌دهند. از جمله رمزهای این مجموعه می‌توان به زندگی لوکس، قانون-گریزی، فردگرایی، نفع‌گرایی و آنارشسیسم اشاره کرد. شخصیت‌های زن طبقه مرفه در مجموعه مانکن دنبال مد، اسراف، تنوع و زندگی لوکس است. در مقابل، زنان طبقه متوسط یا پایین در فیلم، به نوعی بازنمایی آشفتگی زنان تنها در جامعه است که قادر به یافتن راه‌حل درست و اصولی برای رسیدن به خواسته‌های خود نیستند و بنابراین گمراه شده‌اند. برای زنان تنها در خانواده که سرشار از خودخواهی و منفعت‌طلبی هستند، مجموعه مانکن چاره‌ای جز اعتماد به جنایتکاران جامعه و روسپی‌گری باقی نمی‌گذارد و حتی به‌گونه‌ای شیوه‌هایی متفاوت از خودفروشی زنان و مردان را برای جامعه‌ی ایرانی-اسلامی بازنمایی می‌کند.

تاریخ دریافت: ۲۱ تیر ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۳۱ خرداد ۱۴۰۲

تاریخ انتشار: ۱ تیر ۱۴۰۲

واژه‌های کلیدی: بازنمایی، رمزگان،

ایدئولوژی، سوژگی، طبقه متوسط، منفعت-طلبی

استناد: کبیری، افشار و شافعی، نه‌سرین. (۱۴۰۲). بازنمایی سوژه زن در سینمای نمایش خانگی (مطالعه موردی سریال مانکن). جامعه‌شناسی

فرهنگ و هنر، ۵(۲)، ۳۶-۵۴.

\* نویسنده مسئول: افشار کبیری

نشانی: گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه.

تلفن: ۰۹۱۴۹۰۱۲۶۴۲

پست الکترونیکی: a.kabiri@urmia.ac.ir

## ۱- مقدمه و بیان مسئله

امروزه کارکرد رسانه صرفاً نشان‌دادن واقعیت‌های جهان خارج برای مخاطبان نیست. شاید تلویزیون و رسانه رسمی، افکار عمومی و سیاست‌های کلان فرهنگی جامعه را نمایندگی می‌کنند و به عنوان کانال‌های تأثیرگذار و قدرتمند نقش آگاهی‌بخشی و فرهنگ‌سازی و رهبری فکری جامعه را ایفا می‌کنند. اما در دهه‌های اخیر و حضور فیلم‌ها و تلویزیون در اتاق نشیمن خانواده و حضور پررنگ آن با تأسیس سینمای نمایش خانگی با تلاش فیلم‌سازان نسل جدید از دهه هشتاد، رسانه‌ها مخاطبان بیشتری در جامعه پیدا کرده‌اند و تأثیرات آن بر جامعه و خانواده افزایش یافته است. در جهان امروز رسانه‌ها اهمیت بسیاری دارند و بر افراد جامعه و واقعیت‌های اجتماعی تأثیرگذارند. رسانه‌ها الگویی از روابط انسانی و اجتماعی به نمایش می‌گذارند، به طوری که جامعه، ارزش‌ها و باورهای آن دگرگون می‌شوند. آنچه رسانه‌ها بازنمایی می‌کنند باور عمومی را شکل می‌دهد. سینما نیز رسانه است، رسانه‌ای که در بازنمایی معنا بی‌طرف نیست و گاه بازتاب روابط قدرت است (ملکی، ۱۳۹۰: ۹). رسانه‌های جمعی با بازنمایی الگوهای هنجاری حاکم بر زندگی اجتماعی در قالب اجرای نمایش‌گونه نقش برساننده و بازتولیدکننده این هنجارها را در زندگی اجتماعی امروزی عهده‌دار هستند. امروزه فیلم‌های سینمایی یکی از مهمترین ابزارهای فرهنگی است که محبوبیت بسیاری در همه قشرهای اجتماعی دارد. سینما و فیلم با تولید انبوه مفاهیم فرهنگی به برخی از امور مشروعیت می‌بخشد و از برخی امور دیگر مشروعیت‌زدایی می‌کند. همچنین با بازتولید و بازسازی واقعیت‌های اجتماعی می‌تواند نگاهی سرکوب‌گرایانه یا انتقادی و رهایی‌بخش داشته باشد. اهمیت اجتماعی سینما حتی در مثبت‌ترین شکل آن، بدون در نظر گرفتن جنبه‌های تخریب‌کننده سنتی قابل‌باور نیست. فیلم متکثر است و می‌توان آن را بی‌نهایت تولید کرد. همچنین روش ادراک ما از جهان و تا حدودی چگونگی نقش ما را در آن تغییر می‌دهد. در این میان سینما و فیلم‌های سینمایی نقشی انکارناپذیر در شکل‌گیری دیدگاه‌ها و تحولات فکری و رفتاری مخاطبان و در مجموع روند حرکت اجتماع دارند. همچنین عاملی مهم در هدایت و پیشبرد مناسبات اجتماعی، تنویر یا تخدیر افکار عمومی هستند و نقش مهمی در انعکاس و بازتاب واقعیت اجتماعی، به‌ویژه جایگاه اقشار اجتماعی در جامعه برعهده دارند (عظیمی دولت‌آبادی و داوومقدم، ۱۳۹۸).

یکی از سوالات اصلی در حوزه رسانه و جامعه این است: رسانه‌ها چه اندازه قادر به بیان واقعیت‌اند و چه سازوکاری برای بیان آن در اختیار دارند؟ آیا کارکرد رسانه بازتاب واقعیت‌های جامعه است؟ یا برساخت واقعیت‌هایی برای جامعه؟ طرح نظریاتی همانند بازنمایی، در پاسخ به سوالات بالا و دیگر سوالاتی که در زمینه‌ی ارتباط رسانه با جهان واقعیت پدید آمده و در صدد بیان ویژگی رسانه‌های عرضه‌ی تصویری از جهان بر می‌آید. سوژه به هستی‌ای اطلاق می‌شود که پایه و اساس داستان، روایت و یا نگاه و تحلیل ما انسان‌ها قرار می‌گیرد. سوژگی نیز بر فرایندهای برساخت سوژه ارجاع می‌دهد. به عبارتی دیگر، سوژگی فرایندی است که ما از رهگذر آن به انسان تبدیل می‌شویم. از رهگذر سوژگی هم از منظر فرهنگی و هم از منظر زیست‌شناختی به مثابه سوژه شکل می‌گیریم. عبارت «سوژگی زن» به فرایندهای برساخت سوژه زن در گفتمان فرهنگی (ادبیات، هنر، سینما، شبکه نمایش خانگی و ...) اشاره دارد؛ فرایندی که از رهگذر آن، زن در محصولات فرهنگی در ارتباط با ایدئولوژی و گفتمان بازنمایی می‌شود و به کنشگری می‌پردازد؛ به این معناکه خود به موجودی تأثیرگذار بدل شده و بر موجودی دیگر تأثیر می‌گذارد.

سوژه از رهگذر دال‌ها (نشانه‌های دیداری و غیردیداری) بازنمایی می‌شود. به عنوان نمونه سریال‌های شبکه نمایش خانگی به مثابه یک دال عمل می‌کنند که توسط کارگردان، تهیه‌کننده و یا پلنفرم‌نمایشی به کار گرفته می‌شود و در خلال این فرایند، دال سینمایی شبکه نمایش خانگی ساخته می‌شود و معنا‌های اجتماعی و فرهنگی ویژه خود را می‌آفریند. از آن‌جا که تلویزیون و رسانه، افکار عمومی و سیاست‌های فرهنگی کلان جامعه را بازنمایی می‌کنند و به عنوان کانال‌های تأثیرگذار و قوی، نقش اطلاع

رسانی و فرهنگ‌سازی و رهبری فکری جامعه را بر عهده دارند، می‌توانند به عنوان ابزاری قدرتمند و تأثیرگذار و بارزترین منبع برای بازنمایی سوژگی زنان در یک جامعه به کار روند. فرایند سوژگی زن در جامعه ایران از منظر قاب سینمای نمایش خانگی، چالشی فراروی فرهنگ اصیل ایرانی-اسلامی قرار داده است؛ چرا که مخاطب پلتفرم‌های برخط، خود دست به انتخاب می‌زند. به دیگر سخن، مخاطب امروزی می‌تواند محتوای انتخابی و زمان‌گزینشی خود را داشته باشد و همین باعث شده برخی از سریال‌های شبکه نمایش خانگی که از استقبال فراوانی برخوردارند، بازنمایی ویژه خود را نسبت به سوژه‌های اجتماعی داشته باشند و آن‌گونه که خود می‌خواهند به ساخت و معرفی سوژه‌ها بپردازد و این در فضای شبکه نمایش خانگی که عموماً دارای انگیزه‌های مالی است مسیر را برای برساخت اجتماعی نادرست و عامه‌پسند از سوژه زن فراهم می‌نماید. هر چند تلویزیون و رسانه به خاطر بعد هنری و خاصیت مجازی و گاهی استعاری بودن آن لزوماً مطابق با واقعیت نیست؛ اما با موشکافی عمیق و لایه‌برداری از مفاهیم و تصاویر و نشانه‌شناسی آن می‌توان به وجود رابطه میان واقعیت و فیلم‌های تلویزیون و رسانه، پی برد و تأثیرات آن‌ها را به وضوح بر جامعه مشاهده نمود.

مفهوم سوژه‌گی با نهادهای ایدئولوژیکی مانند نهادهای مذهبی، نهادهای آموزشی (نظام آموزشی دولتی و خصوصی) نهادهای سیاسی (مانند احزاب مختلف)، اتحادیه‌های تجاری، نهادهای فرهنگی (مانند ادبیات، هنر، ورزش و غیره) و رسانه‌های ارتباط جمعی (مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون، شبکه نمایش خانگی و غیره) در پیوند است (آزاد ارمکی و رضایی، ۱۳۸۵: ۱۲۶). به دیگر سخن، سوژگی با موقعیت سوژه یافتن یک عنصر یا عضوی از اعضای جامعه (مانند زن) پیوند ناگسستنی با نهادهای ایدئولوژیکی در آن جامعه دارد. به عنوان نمونه، نهادی مانند رسانه‌های برخط و شبکه‌های تلویزیونی نقش بسزایی در سوژگی زنان ایفا می‌کنند. برای اثبات این نگاه، گذری مختصر بر محصولات تلویزیونی پیش از انقلاب و پس از انقلاب کافی است تا به روشنی متوجه تغییر محسوس در محتوای این محصولات شویم. در دوره پیش از انقلاب زنان بسان سوژه‌ای تعیین‌یافته مبتنی بر جسمانیت موضوع اعمال قدرت قرار می‌گرفتند (نیکخواه قمصری و هلالی ستوده، ۱۳۹۲: ۱۶۸) و نتیجه آن کلابودگی زن در سینمای پیش از انقلاب بود. در مقابل، همراه با انقلاب اسلامی، نگاه تن‌محور به زنان برداشته می‌شود و بی‌آنکه ویژگی‌های فیزیکی و جنسی زن در مقابل مرد برجسته شود، به عنوان آفرینشگری متعهد و آزاد به عرصه اجتماع فراخوانده می‌شود (نیکخواه قمصری و هلالی ستوده، ۱۳۹۲: ۱۶۸). محصول این نگاه، زن در سینمای پس از انقلاب حامل ارزش‌های اخلاقی و انسانی است. این تغییر در نگاه به زن، زنان را در ایستگاه‌های تاریخی مختلف قرار داده و در هر ایستگاه سوژگی شدن زن با دیگر ایستگاه متفاوت است. در این میان، گفتمان و قدرت حاکم بر رسانه‌های جمعی (دولتی و غیر دولتی) نقشی پررنگ در شکل‌گیری سوژگی زن ایفا می‌کنند. چنان‌چه آلتوسر می‌گوید: «نظام‌های ایدئولوژیک کاملاً طبیعی جلوه داده میشوند و عمیقاً ناخودآگاه افراد را کنترل می‌کنند» (هال، ۱۳۸۵: ۲۶).

در پژوهش پیش‌رو، سریال پربیننده «مانکن» از فیلم‌های شبکه‌ی نمایش خانگی، با روش نشانه‌شناسی جان فیسک و رولان بارت، بررسی شده‌اند تا شخصیت زنان حاضر در آن واکاوی شود. این پژوهش چنین می‌پندارد که سریال‌های مورد مطالعه، تصویری نامطلوب از زن را به نمایش می‌گذارند. از این رو، پژوهش حاضر با درک قدرت و تأثیرگذاری رسانه به صورت کلی و فیلم‌های شبکه نمایش خانگی به صورت جزئی‌تر، پاسخ به سوال زیر را از جمله اهداف اساسی خود می‌داند: نوع نگاه فیلم‌مورد مطالعه نسبت به زن چگونه است و چگونه آن را برای جامعه بازنمایی کرده است؟؛ این سریال شبکه نمایش خانگی چه تصویری از زنان را به مخاطب نشان می‌دهد؟



## ۲- پیشینه پژوهش

## ۲-۱: پیشینه تجربی

الرسون (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای تحت عنوان نگاهی بر زنان آفریقایی در مطالعات سینمایی بر مفهوم‌سازی یک رویکرد برای مطالعه‌ی زنان آفریقایی در سینما متمرکز است. وی ایده‌ای را برای ساخت یک تاریخ‌نگاری پیشنهاد می‌کند و نقدی فمینیستی از عملکرد سینمایی زنان آفریقایی ارائه می‌کند. این مطالعه بازنمایی‌های جنسیتی‌شده‌ای را مطرح کرده است، این مطالعه تلاشش بر رقابتی متمایز میان بازنمایی زنان آفریقایی و نگاه خیره‌ی سینمایی است. نادو و ساندارانار (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای بنام «فمینیسم و بازنمایی هویت زنان در سینمای هند: مطالعه‌ی موردی» نشان می‌دهند که شخصیت‌های زن در صنعت فیلم مالایالام چقدر جسور و زیبا هستند و از انگ اجتماعی و کلیشه‌ها در زندگی روزمره‌ی خود زنده می‌مانند. تمام فیلم‌های نمونه در مورد مصائب زنان در جامعه‌ی معاصر بحث می‌کنند و انگشت اتهام را به سمت بازنمایی زنان در جامعه نشان می‌دهند (به نقل از آقابزرگی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱).

مهدی سلطانی گودفرامزری و احمد پاکزاد در مقاله‌ای تحت عنوان «بازنمایی طلاق در سینمای دهه هشتاد ایران» به بررسی بازنمایی و برساخت شخصیت زن مطلقه در فیلم‌های دهه هشتاد شمسی در ایران پرداخته‌اند. جامعه‌ی آماری پژوهش را ۲۱ فیلم تولید شده در دهه هشتاد تشکیل می‌دهد که به طور مستقیم مسأله‌ی طلاق را در کانون توجه خود قرار داده‌اند. نویسندگان به این نتیجه رسیده‌اند که فیلم‌های بررسی شده نوعی شناخت و دانش عامه‌پسند درباره‌ی طلاق ارائه می‌دهند و اطلاعاتی زمینه‌ای همچون ترکیب سنی و جنسی، طبقه اجتماعی، وضعیت شغلی آسیب دیدگان از طلاق و نیز اطلاعات مختلفی درباره‌ی روابط اجتماعی و خانوادگی، نگرش‌ها، شیوه‌های زندگی و آسیب‌های اجتماعی آن‌ها به نمایش می‌گذارند (سلطانی و پاکزاد، ۱۳۹۵). رفعت‌جاه و هومن در پژوهشی با عنوان «تحلیل روایی و نشانه‌شناختی تصویر زن مطلقه در سینمای ایران» با بکارگیری رویکرد بازنمایی دو فیلم استراحت مطلق و ناهید را که دارای مضمون کلی یکسان هستند، تحلیل و ارزیابی کرده‌اند. نویسندگان به این نتیجه رسیدند که ساختارهای روایی و ایدئولوژیک هر دو فیلم نشان می‌دهند زن مطلقه تمایل به خودبنیادی دارد و به تنهایی برای غلبه بر مشکلات، تلاش می‌کند؛ اما سرمایه‌ی انسانی و توانمندی لازم برای مواجهه و رویارویی با مشکلات زندگی را ندارد. لذا به نمایش گذاشتن زن مطلقه در این دو فیلم، سردرگمی وی را در جامعه‌ی ایران بازنمایی می‌کند (رفعت‌جاه و هومن، ۱۳۹۴). خاطره شیبانی در پژوهشی با عنوان «شهرزاد: فرهنگ مردمی، فرهنگ رسانه‌ای و بازنمایی جنسیت در عصر دیجیتال» به بررسی بازنمایی جنسیت و روابط زنان و مردان در مجموعه‌ی پر مخاطب شهرزاد می‌پردازد. نویسنده در این مقاله، به بررسی تطبیقی و تاریخی تحولات فرهنگ مردمی و فرهنگ رسانه‌ای پرداخته است. وی به این نتیجه می‌رسد که این سریال از کهن‌الگوهای ادبیات مردمی چون شهرزاد قصه‌گو و روایت زنانه و مولودرام زنانه بهره برده است تا نقشی تازه از بازنمایی جنسیت در تاریخ سریال‌های سرگرم‌کننده ایرانی بر جا گذارد (شیبانی، ۱۳۹۶).

محمدتقی کرمی‌قهی و نجمه گودرزی در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی جنسیت در سینمای ایران» به بازنمایی جنسیت در فیلم سینمایی سعادت/آباد پرداخته‌اند. در این مقاله، نقش‌های جنسیتی و چگونگی بهره‌گیری از رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک در موقعیت‌های مختلف زنان و مردان در فیلم «سعادت آباد» به کمک روش نشانه‌شناسی جان فیسک بررسی شده است. تحلیل‌های به دست آمده نشان می‌دهد، برساخت اجتماعی جنسیت صورت‌گرفته، به‌ویژه برای زنان، گاهی رهایی بخش و نقادانه و گاهی تبعیض‌آمیز است. این فیلم موقعیت‌های اجتماعی هر دو جنس را به چالش می‌کشد. هم‌چنین نگاهی نقادانه به روابط زناشویی مدرن و روابط دوستانه‌ی طبقه متوسط دارد و کیفیت و کمیت روابط را ارزیابی می‌کند یافته‌ها نشان می‌دهد، با

وجود خارج‌شدن زنان و مردان و خانواده‌ طبقه متوسط از سبک زندگی و موقعیت‌های سنتی در این فیلم، قرائت مرجح متن برای زنان نقش‌های خانه‌داری، نداشتن استقلال و وابستگی است؛ درحالی‌که مردان نیز در این فیلم مضطرب، غمگین، کم‌اقتدار، تنها و مستأصل بازنمایی شده‌اند، اما به‌طور کلی بازنمایی جنسیت در این فیلم از قالب‌های مرسوم چندان فاصله ندارد (کرمی قهی و گودرزی، ۱۴۰۰). خاوری (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای تحت‌عنوان «بررسی تطبیقی نقش زن در سینمای دهه هفتاد و هشتاد ایران با رویکرد فمینیستی» به دنبال بررسی چگونگی بازنمایی زنان در سینمای دهه‌ی هفتاد و هشتاد ایران با رویکرد تطبیقی و تأکید بر نقد فمینیستی است. این مطالعه هدفش این است که برداشت‌های طبیعی‌شده از زنان و الگوهای کلیشه‌ای و مطابق با عقل سلیم و معناهای قالبی و تثبیت‌شده آنها در سینما و پس از آن تطبیق این معناها در دهه‌های هفتاد و هشتاد را نشان دهد. آقابزرگی‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی باعنوان «بازنمایی پایگاه اجتماعی زن در سینمای عامه‌پسند ایران در دهه‌ی هفتاد» به بررسی سه فیلم قرمز، سگکشی و شوکران پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان داده در دهه‌ی ۷۰ در این سه فیلم توجه ویژه‌ای به سمت زنان و مسائل آنان وجود دارد، اما هر یک از زنان در برابر مردانی قرار می‌گیرند که اندوخته‌ی ذهنی شان برخاسته از هژمونی مردسالارانه است که به باور گرامشی رضایتی خودانگیخته و جایگزینی برای قدرت اجتماعی مردان است. واکنش زنان در برابر سلطه‌ی مردان، فریاد عاملیت است؛ اما طغیان مردسالاری در برابر آنان قرار دارد، زیرا روابطی که زنان در جامعه تجربه می‌کنند تحت‌تأثیر ایدئولوژی است که آلتوسر آن را بدفهمی می‌داند. زنان ساختار جنسیتی مبتنی بر زنان/مردان را می‌شکنند تا سنتی نباشند اما مدرن هم نیستند. نتایج این تحقیق نشان داده است برخلاف شهرت سینمای دهه‌ی ۷۰ به سینمای زن، وقوع سرکوبی از جنس سخت‌افزاری و سرد توسط ساختار ایدئولوژیک، ویژگی سینمای این دهه است (آقابزرگی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱).

در میان پژوهش‌های بالا، تنها پژوهش شیبانی موضوع شبکه نمایش خانگی را برای مطالعه خود انتخاب نموده است. دیگر پژوهش‌ها بیشتر به سوژه‌های اجتماعی مانند طلاق توجه داشته‌اند. همچنین با مروری بر پیشینه پژوهش متوجه خواهیم شد که در هیچ یک از پژوهش‌ها به بازنمایی تصویر زن در فیلم‌های شبکه خانگی توجهی نشده است. به علت بروزرسانی محتوای نمایشی و توانمندی سینمای شبکه نمایش خانگی در سوژه‌سازی و برساخت مفاهیم اجتماعی نو، نیازمند پژوهش‌های مستقلی است و پژوهش‌های بالا، پاسخگوی برداشت‌های نو از سوژه زن نیستند. به نظر می‌رسد، ادعای محتوا و تکنیک ضعیف باعث شده است که منتقدان و پژوهشگران، توجه کمتری به فیلم‌های نمایش خانگی داشته باشند. اما فیلم‌های شبکه خانگی با مخاطبان فراوانی که جذب نموده‌اند و همچنین با روی آوردن سینماگران و کارگردان‌های پر مخاطب به این بخش از رسانه‌ی فرهنگی، سهولت دسترسی و آزادی در انتخاب، بیش از پیش مورد اتمام قرار گرفته است و تأثیر زیادی بر مخاطبان خود گذاشته است.

## ۲-۲: ملاحظات نظری

این مطالعه تلاشی برای واکاوی سوژه زن در محتوای روایی و تصویری شبکه نمایش خانگی ایران است. بدین منظور، با به کارگیری رویکرد برساخت‌گرا در نظریه بازنمایی ریچارد دایر و استوارت هال، به منزله چارچوب نظری، و با استفاده از روش تحلیل نشانه‌شناختی فیسک در سه سطح رمزگان واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی، فیلم مانکن تحلیل و ارزیابی شده است. لویی آلتوسر سینما را دارای باورهای ایدئولوژیک می‌داند، به‌طوری‌که فرآیند سوژه‌سازی، روابط و مناسبات فرادستی و فرودستی را بازتولید و حفظ می‌کند. به نظر وی سینما خنثی و به دور از قالب‌های فرهنگی نیست. سینما می‌تواند ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها، باورها، سبک زندگی و به‌طور کلی فرهنگ یک جامعه را نشان بدهد و بر آن تأثیر بگذارد. البته آنچه اهمیت دارد این است که



سینما واقعیت را آنگونه که هست نشان نمی‌دهد بلکه برساخت اجتماعی واقعیت تأثیر می‌گذارد (کسرای و مهرورزی، ۱۶۰:۱۳۹۶). تأثیرگذاری برساخت اجتماعی واقعیت از سینما رسانه‌ای ساخته با ویژگی‌هایی منحصر به فرد مانند مخاطب میلیونی، کاربرد فن و تکنولوژی در آن و تبدیل شدنش به صنعتی جهانی که تمام حواس انسان را به کار می‌گیرد تا متقابلاً به اموری مانند سرگرمی و آموزش مخاطب و اطلاع‌رسانی و ... وی بپردازد. از سوی دیگر در ساحت‌های مختلفی مانند جامعه‌پذیری و تبلیغات سیاسی نفوذ کرده و پیام‌هایش را به مخاطبین انتقال دهد. بدیهی است که سینما با چنین ویژگی‌ها و تأثیراتی یکی از مظاهر تمدن جدید هنر، متنی فراگیر و رسانه‌ای برای انتقال دلالت‌های رمزگذار قلمداد می‌شود (شکری، ۱۳۹۵: ۴). نظریه‌ی بازنمایی از جمله نظریات مهمی است که در سال‌های اخیر مورد توجه صاحب نظران و پژوهش‌گران مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای قرار گرفته است؛ به گونه‌ای که از این نظریه، جهت تفسیر و تحلیل نشانه‌های تصویری و غیره استفاده می‌شود. بازنمایی را می‌توان استفاده از نشانه‌های تصویری، صوتی و غیره برای گفتن تصویر، ترسیم یا بازتولید چیزی که به شکل فیزیکی درک، احساس، تصور یا لمس شده تعریف کرد. به دیگر سخن، فرایند ثبت ایده‌ها، دانش یا پیام‌ها به شکل فیزیکی را در نظریه نشانه‌شناسی، بازنمایی می‌گویند (دانسی، ۱۳۹۶: ۴).

در فرهنگ مطالعات رسانه‌ای و ارتباطی بازنمایی این گونه تعریف شده است: کارکرد اساسی و بنیادین رسانه‌ها عبارتست از بازنمایی واقعیت‌های جهان خارج برای مخاطبان و غالباً دانش و شناخت ما از جهان، توسط رسانه‌ها ایجاد می‌شود و درک ما از واقعیت بواسطه و به میانجی‌گری روزنامه‌ها، تلویزیون، تبلیغات و فیلم‌های سینمایی و ... شکل می‌گیرد. رسانه‌ها جهان را برای ما تصویر می‌کنند. رسانه‌ها این هدف را با انتخاب و تفسیر خود در کسوت دروازه‌بانی و به وسیله‌ی عواملی انجام می‌دهند که از ایدئولوژی اشباع هستند. آنچه ما به مثابه یک مخاطب از واقعیت‌ها می‌دانیم ناشی از تجربه مواجهه با گزارش‌ها و تصاویری است که از رهگذر رسانه‌ها به ما ارائه شده است. بنابراین مطالعه بازنمایی رسانه‌ای در مطالعات رسانه‌ای، ارتباطی و فرهنگی بسیار مهم و محوری است. لذا بیشتر اندیشمندان این حوزه، بازنمایی را «معناسازی از رهگذر بکارگیری نشانه‌ها و مفاهیم» و «استفاده از یک چیز به جای چیز دیگر با هدف انتقال معنا» تعریف می‌کنند. در واقع، بازنمایی نظریه‌ای است که در تقابل با نظریه‌ی بازتاب در جامعه‌شناسی هنر، قرار می‌گیرد؛ رویکرد نظریه‌ی بازتاب، مبتنی بر این فرضیه است که هنر آئینه‌ی جامعه است. اما در نظریه‌ی بازنمایی، رسانه‌ها همچون آئینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی‌کنند، بلکه بر برساخت اجتماعی واقعیت، تأثیر می‌گذارند (بنت، ۱۳۸۶: ۱۲۲)؛ در واقع، «هر متنی چنانچه به درستی تحلیل شود، نه بازتاب واقعیت بلکه تولیدکننده و تکثیرکننده‌ی واقعیت است» (سجودی، ۱۳۹۳: ۱۴۴).

از نظر ریچارد دایر مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از: «ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکانها، اشیاء، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد» (دایر، ۲۰۱۵: ۱۴). بازنمایی تولید معنا به کمک چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی صورت می‌گیرد. معنا از طریق نشانه‌ها و به‌ویژه زبان تولید می‌شود. زبان سازنده معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و تنها واسطه‌ای خنثی و بی‌طرف برای صورتبندی معانی و معرفت درباره جهان نیست. فرایند تولید معنا به کمک زبان را رویه‌های دلالت می‌نامند (همان، ۱۶). بازنمایی بخش اصلی فرایندی است که به کمک آن، معنا تولید و میان اعضای یک فرهنگ مبادله می‌شود. این امر مستلزم استفاده از زبان، نشانه‌ها و تصاویر است که نماینده و بازنمود چیزهاست و نه فرایندی ساده که پیچیده است. «بازنمایی، تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. به این معنی که معنا از طریق نشانه‌ها، به‌ویژه زبان تولید می‌شود» (پورنجف و جهانبخش؛ ۱۴۰۱: ۱۱۹). بازنمایی فرایندی است که به کمک آن، اعضای یک فرهنگ از زبان برای

تولید معنا استفاده می‌کنند؛ در نتیجه، معنا همیشه از فرهنگی به فرهنگ دیگر و از زمانی به زمان دیگر تغییر می‌کند؛ زیرا در حال تحول است و رمزگان‌ها بیشتر به صورت قراردادهای اجتماعی عمل می‌کنند تا قوانین ثابت و نقض‌نشده (هال، ۱۳۸۵: ۱۵). معنا تنها به کمک قراردادهای فرهنگی و اجتماعی ما تعیین می‌شود و ما می‌توانیم توافق کنیم، کلمات به نحوی معناهای متفاوتی را برسانند. این قراردادهای در طول زمان تغییر می‌کنند (هال، ۱۳۸۵: ۱۶). بازنمایی در دو مرحله رمزگذاری و رمزگشایی انجام می‌شود. اطلاعاتی که برای مخاطبان در رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند، باید در درجه اول رمزگذاری شوند. رمزگذاری باز نمود افکار و رویدادهای جهان خارج به روشی است که مخاطبان توانایی رمزگشایی از آن را داشته باشند؛ بنابراین مخاطبان باید نشانه را به منظور دریافت معنای متن رسانه، فراگیرند؛ از اینرو فرایند رمزگشایی از سوی مخاطب بسیار طبیعی به نظر می‌رسد (کرمی قهی و گودرزی، ۱۴۰۰: ۲۲۱).

از نظر استوارت هال به عنوان یکی از متفکران اصلی مطالعات بازنمایی، بازنمایی برای عملی شدن نیازمند دو نظام مفاهیم و نظام زبان است. استفاده از زبان برای تولید نکته‌ای معنادار درباره‌ی جهان است معنا در ذات وجود ندارد بلکه ساخته می‌شود و نتیجه و محصول یک رویه‌ی دلالتی است. بازنمایی شیوه‌ای است که از طریق آن ما واقعیت را واجد معنا می‌سازیم. رسانه هیچگاه ابزار خنثی و یک میانجی بیطرف در ارائه تصویر نیست، بلکه متکی به زبان و معناست. زبان و معنا نیز در چارچوب گفتمان همواره متکی بر قدرت هستند؛ بنابراین بازنمایی حوادث توسط رسانه‌ها، غیر از بحث اخلاقی و غیر اخلاقی بودن آن، سوگیری ایدئولوژیک دارد و در راستای تضعیف یا تثبیت قدرت و گفتمان ویژه‌ی گام برمی‌دارد (کرمی قهی و گودرزی، ۱۴۰۰: ۲۲۱). واقعیت همواره چیزی است که درباره جهان گفته یا ادراک می‌شود. جهان مادی «وجود» دارد، ولی واقعیت نوعی لنز چندوجهی است که به کمک دیدگاه‌های متغیر و امیال فرهنگی ساخته می‌شود. واقعیت تصویری در هم‌تافته از جهان است که بسیاری از ما آن را قبول و باور داریم. تصویر عکاسی و سینمایی یکی از راههایی است که ما از این «لنز» استفاده می‌کنیم در اینجا می‌توان «لنز» را کاملاً در معنای تحت‌اللفظی‌اش در نظر گرفت تا پیچیدگی‌های جهان را تصویر کنیم (کالکر، ۱۳۸۴: ۳۵).

رسانه‌های همگانی با ایماژهای ثابت و تنگ‌نظرانه درباره اشخاص، کلیشه‌ها یا تصورات قالبی درباره موضوعاتی خاص را ایجاد می‌کنند رسانه‌ها با کلیشه‌سازی و ایجاد و اشاعه عقاید قالبی به نوعی به بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی می‌پردازد. هر کلیشه‌ای دو ویژگی مهم دارد: نخست اینکه به سهولت نمی‌توان آن را تغییر داد و دوم اینکه واجد بار معنایی منفی است. استوارت هال کلیشه‌سازی را کنشی معناسازانه می‌داند و معتقد است: «برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم» (بارکر، ۱۳۸۸: ۱۰). هال سه تفاوت بنیادین میان طبقه‌بندی و کلیشه‌سازی قائل است. کلیشه‌ها تفاوت‌ها را تقلیل می‌دهند، آنها را ذاتی و طبیعی تلقی کرده و در نهایت تثبیت می‌کنند. همچنین با بسط یک راهبرد، منفک‌سازی و شکاف طبیعی و قابل قبول را از آنچه غیرطبیعی و نپذیرفتنی است، تفکیک می‌کنند. کلیشه‌ها از نابرابری‌های قدرت نیز حمایت می‌کنند. قدرت همواره در مقابل فرودستان و گروه‌های طردشده قرار می‌گیرد. بنابراین کلیشه‌ها نگهدارنده نظم اجتماعی و نمادین هستند و بسیار سخت‌تر از طبقه‌بندی‌ها عمل می‌کنند. آنها بر مبنای گفتمان‌های دانش/ قدرت شکل می‌گیرند و عمل می‌کنند (بارکر، ۱۳۸۸: ۱۰). سینما نیز به‌مثابه رسانه‌ای مهم در جهان معاصر در امر کلیشه‌سازی دخیل است. در دنیای سینما، ابتدا کلیشه‌ها برای کمک به ادراک روایت از سوی مخاطب شکل گرفتند. همچنین کلیشه‌ها سبب ایجاد روایت سینمایی می‌شوند. آنها از عوامل زمینه‌ای نیز متأثر می‌شوند؛ بنابراین کلیشه‌ها به تبعیت از تغییر بافت سیاسی- فرهنگی تغییر می‌کنند (هیوارد، ۱۳۸۱: ۲۱۱-۲۱۰).

طبیعی‌سازی از دیگر راهبردهای بازنمایی است. طبیعی‌سازی به فرایندی اطلاق می‌شود که به کمک آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری طبیعی هستند. طبیعی‌سازی کارکردی ایدئولوژیک دارد. در فیلم و تلویزیون، دنیا به صورت طبیعی به شکل دنیایی سفید، بورژوازی و پدرسالار نشان داده می‌شود و براین اساس طبیعی‌سازی وظیفه تقویت ایدئولوژی مسلط را برعهده می‌گیرد. گفتمان‌های طبیعی‌سازی چنان عمل میکنند که نابرابریهای طبقاتی، نژادی و جنسیتی به صورت عادی بازنمایی می‌شوند (هیوارد، ۱۳۸۱: ۲۱۰-۲۱۱). مفهوم طبیعی‌سازی در آثار رولان بارت ذیل عنوان اسطوره‌سازی به گویاترین شکل ممکن مطرح شده است. رولان بارت اسطوره را نوعی گفتار می‌داند که تنها محدود به گفتار شفاهی نیست. این گفتار مشتمل بر شیوه‌هایی از نوشتار و بازنمایی‌هاست که نه فقط گفتمان نوشتاری بلکه عکاسی، سینما، گزارش، ورزش، نمایش‌ها و تبلیغات را نیز شامل می‌شود که تمامی این موارد می‌تواند در خدمت پشتیبانی از گفتار اسطوره قرار گیرد (بارت، ۱۳۹۷: ۹۶).

طرد یکی از راهبردهای مهم دیگر بازنمایی کم‌گروه‌های اقلیت و حاشیه‌ای جامعه در رسانه است. بی‌شک بازنمایی تلویزیون از گروه‌های اقلیت و حاشیه‌ای جامعه در سالهای اخیر افزایش یافته است. اگرچه بعضی معتقدند این امر ظاهرسازی محض است و افزایش حضور چنین گروه‌هایی بیشتر از اینکه تلاشی واقعی برای برقراری تعادل و توازن باشد، توهم بازنمایی عادلانه‌تر است؛ برای مثال می‌توان به غیبت نسبی معلولان جسمی در رسانه‌ها اشاره کرد. آنها تنها در متونی که مخاطبان هدف آن، خود معلولان باشند، حضور پیدا می‌کنند. معلولان به صورت منفی در رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند. آنها در فیلم‌ها به صورت افرادی خطرناک و شرور نمایش داده می‌شوند که قصد صدمه زدن به افراد سالم را دارند (کرمی‌قهی و گودرزی، ۱۴۰۰: ۲۲۸).

در واقع، می‌توان بازنمایی را فرایند ساخت یک شکل به شیوه‌ای خاص و ویژه برای جلب توجه به چیزی که به صورت مادی یا مفهومی وجود دارد، توصیف کرد. البته درک و فهم معنای آن شیوه‌ی خاص و ویژه، کار ساده و سهلی نیست؛ زیرا قصد سازنده شکل، بافت تاریخی و اجتماعی که شکل در آن ساخته شده، هدف از ساخت آن و غیره... عوامل پیچیده‌ای هستند که وارد تصویر می‌شوند. به ویژه این که امروزه ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که می‌توان آن را دنیایی فراواقعیت دانست. در این دنیا، نشانه‌ها و رمزهای رسانه‌ای ارتباط خود با جهان خارج «واقعیت» را قطع کرده و خود جانشین امر واقع شده‌اند. ژان بودریار از متفکران و نظریه‌پردازان معاصر، توجه خود را به نقد تکنولوژی در دوران بازنمایی رسانه‌ای معطوف کرده است. وی معتقد است «امر واقعی» از دست رفته و فرهنگی تحت عنوان فرهنگ «فراواقعیت» پدید آمده است (سلدن و ویدوسون، ۱۳۷۸: ۲۸۵). سخن بودریار را می‌توان با نقش خطیر رسانه‌ها در شکل دادن به پندارهای افراد درباره‌ی جهان پیرامون‌شان شرح و تفسیر کرد (بنت، ۱۳۸۶: ۱۱۵). در بازنمایی واقعیت توسط رسانه‌ها، یک رسانه هیچ‌گاه ابزاری خنثی و بی‌طرف در ارائه تصویر به حساب نمی‌آید؛ رسانه متکی به زبان و معناست و زبان و معنا نیز در چارچوب گفتمان همواره متکی به قدرت است؛ لذا بازنمایی وقایع توسط رسانه‌ها جدای از بحث اخلاقی و غیر اخلاقی بودن آن دارای سوگیری ایدئولوژیک است و در راستای تضعیف، تثبیت قدرت و گفتمان ویژه‌ای گام بر می‌دارد. شناخت انسان معاصر به کمک یا با تحمیل تصاویر رسانه‌ای است صحنه‌هایی که نمی‌توانند واقعیت موجود را برای مخاطب بازنمایی کنند و در بیشتر اوقات تنها روایتی خاص از واقعیت هستند. در سینما دانش و قدرت به هم پیوند می‌خورند و آن کسانی که به سبب برخورداری از قدرت می‌توانند شیوه‌های خودشان برای شناخت جهان را به طرز اشاعه دهند، انگاره‌هایی غالب برای شناخت جهان را ایجاد می‌کنند و در بسیاری موارد، ما را به باور کاذب و افتاع به فهمیدن می‌رسانند، در حالی که ما تنها احساس می‌کنیم که می‌فهمیم، اما در بسیاری مواقع، رسانه‌ها با گزینش مطالب، مرجعی برای نحوه‌ی تفکر و رفتار ما می‌سازند. در این میان یکی از موضوع‌هایی که گفتمان روز حاکم بر بازنمایی‌های رسانه‌ای کوشیده است بدان بپردازد،

موضوع زن در سینما بوده است؛ در همین زمینه، پژوهشگران زیادی کوشیده‌اند ابعاد بازنمایی‌های رسانه‌ای درباره‌ی تصویر زن در رسانه را به عنوان سوژه‌ای مهم بررسی کنند تا حضور زن در تلویزیون و سینمای خانگی از زوایای متفاوت مورد بررسی قرار گیرد.

### ۳- روش پژوهش

با توجه به موضوع و مسئله پژوهش، استفاده از روش‌های کیفی و روش نشانه‌شناسی بهترین ابزار برای تحلیل بازنمایی سوژه زن در فیلم مانکن است. نشانه‌شناسی غالب‌ترین الگوی روش‌شناختی در مطالعات تصویر و رسانه است. برای نخستین بار، زبان‌شناس سوئیسی قرن نوزدهم، فردینان دوسوسور و فیلسوف آمریکایی معاصر او چارلز پیرس، بنیان‌گذاری یک رشته‌ی علمی مستقل را جهت مطالعه و بررسی تمامی نشانه‌ها، پیشنهاد دادند. سوسور در مطالعات خویش بر روی زبان، به این نتیجه رسید که هر واژه‌ای از دو بخش تشکیل شده است؛ یکی صورت و شکل صوتی و شنیداری (یا نوشتاری/دیداری) واژه است و آن را دال نامید و دیگری معنا و مفهوم ذهنی است که به دنبال واژه می‌آید. سوسور این بخش را مدلول نامید؛ البته سوسور دال و مدلول را دو روی یک سکه معرفی کرد و جدا کردن آن دو از یکدیگر را غیر ممکن دانست. وی معتقد بود که دال و مدلول با همدیگر یک نشانه‌ی زبانی را تشکیل می‌دهند (دوسوسور، فردینان، ۱۳۹۶: ۹۵-۹۸). دانش نشانه‌شناسی توسط افرادی دیگر دنبال شد و پژوهشگرانی نامور در این زمینه به طرح نظریه و گسترش دایره‌ی مطالعاتی نشانه‌شناسی پرداختند.

هر چند دانش نشانه‌شناسی در بدو تولد، ناظر به بررسی نشانه‌های زبانی (اعم از نوشتاری و گفتاری) بود، اما در دهه ۱۹۵۰ مطالعه‌ی ژانرهای رسانه‌ای از دیدگاه نشانه‌شناسی توسط رولان بارت نظریه‌پرداز ادبی و نشانه‌شناس نامی فرانسوی آغاز شد. بارت مفهوم زبان/گفتار سوسور را که یکی از مبانی نظری نشانه‌شناسی بود به مباحث فرازبان‌شناسی توسعه داد (بارت، ۱۳۹۷: ۱۵) و نظریه‌ی نشانه‌شناسی را برای بررسی همه‌ی دیدگاه‌ها و ژانرهای رسانه‌ای به کار برد و نشان داد که چطور این نظریه می‌تواند، معناهای ضمنی را در درون آن‌ها بسازد. هدف اولیه‌ی نشانه‌شناسی رسانه‌ها، فهرست کردن و تحلیل این معناها هنگام آشکار شدن نشانه‌ها در محصولات فرهنگی است (دانیس، ۱۳۹۶: ۴).

جان فیسک سه سطح از تحلیل نشانه‌شناسی را برای مشخص کردن لایه‌های معانی رمزگذاری شده در برنامه‌های تلویزیونی بررسی می‌کند. رمزگان طبیعی: از زندگی اجتماعی یا فرهنگ سرچشمه می‌گیرد و در الگوی رفتاری شناخته‌شده، مانند نحوه لباس پوشیدن، سخن گفتن، آداب معاشرت شخصیت‌های تلویزیونی، گزینش و تزئین محیط و فضای برنامه نمود پیدا می‌کند. رمزگان فنی: رمزهای فنی محصول روش‌های عملیاتی تلویزیون هستند و اموری مانند روش فیلمبرداری، تدوین و نورپردای را شامل می‌شوند که در نحوه نگرش و دقت به ظرافت دیداری- شنیداری یک برنامه بسیار مؤثر است (کرمی‌قهی و گودرزی، ۱۴۰۰: ۲۲۳). رمزگان فنی به کمک دستگاه‌های الکترونیکی بر رمزهای اجتماعی اعمال می‌شوند تا رویداد مدنظر به بیننده انتقال یابد. رمزگان عقیدتی (ایدئولوژیک): این رموز گفتمانهای تلویزیونی هستند که هدفشان برداشتهای جمعی مشترک و درنهایت تأثیرگذاری در نظم اجتماعی موجود است؛ این رموز می‌توانند ابعاد ایدئولوژیکی داشته باشند (کرمی‌قهی و گودرزی، ۱۴۰۰: ۲۲۳). روند ایجاد معنا، مستلزم حرکت مستمر صعودی و نزولی در سطوح سه لایه ای است. رمزهای ایدئولوژی، عناصر فوق را در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهند. برخی از رمزهای اجتماعی عبارتند از: فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی، سرمایه‌داری و غیره (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۱۳). در هر فرهنگی، آنچه واقعیت تلقی می‌شود، محصول رمزگان همان فرهنگ است؛ بنابراین واقعیت همواره از قبل رمزگذاری شده است و «واقعیت محض» وجود ندارد. اگر این واقعیت

رمزگذار شده از تلویزیون نشان داده شود، رمزهای فنی و عرف‌های بازنمایی تلویزیون بر آن اثر می‌گذارند تا آن برنامه به لحاظ فنی، قابل پخش کردن و واحد متن فرهنگی مناسبی برای بینندگان باشد (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۱۴).

در این پژوهش، «سریال مانکن» به مثابه یک متن در نظر گرفته شده و از رهگذر نشانه‌شناسی این متن مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است. همانطور که قبلاً بیان شد، بازنمایی به معنای استفاده از نشانه‌ها (تصاویر، واژگان، صداها، اشارات و غیره) برای گفتن، تصویر، ترسیم، یا بازتولید چیزی است که به شکل فیزیکی درک، احساس، تصور یا لمس می‌شود. دانشی که به بررسی و مطالعه‌ی عوامل دخیل در فرایند ساخت و درک نشانه‌ها می‌پردازد را نشانه‌شناسی می‌نامند. در این میان سینمای شبکه نمایش خانگی از نظر نشانه‌شناسی، متنی است اجتماعی که می‌توان آن را باز نمود فراگیر و وسیعی دانست که مسائل و دغدغه‌های جاری را آگاه‌سازی می‌نماید. در نشانه‌شناسی رسانه‌ها، این بافت فرهنگی است که به ما کمک می‌کند، آن‌ها را تفسیر و تأویل کنیم. لذا از نظر جان فیسک واقعیت رمزگزاری شده است و تنها به وسیله‌ی رمزگان فرهنگ خویش، می‌توانیم واقعیت را درک و فهم کنیم (فیسک، ۱۳۸۱: ۱۲۵). منظور از رمزگان «نظامی نشانه‌ای است که پیام معینی را تولید می‌کند و شامل مجموعه‌ای از نشانه‌ها و قواعد حاکم بر ترکیب آن‌ها است» (مکاریک، ۱۳۶: ۱۳۹۳). فیسک در مقاله‌ای تحت عنوان «فرهنگ تلویزیون» عبارت «رمزگان تلویزیون» را برای اشاره به «واقع‌های» که قرار است از تلویزیون پخش شود و پیشاپیش با رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است «به کار می‌برد. وی معتقد است که کارگردان، با استفاده از این رمزها، کار خود را آگاهانه‌تر پیش می‌برد. فیسک رمزگان را در سه سطح رمزگان اجتماعی، سطح بازنمایی یا رمزگان فنی و سطح ایدئولوژیک توضیح می‌دهد (فیسک، ۱۳۸۱: ۱۲۵). چارچوب تحلیلی این پژوهش، بر پایه‌ی سطوح سه‌گانه‌ی جان فیسک انجام شده است؛ که در جدول شماره یک توضیح داده شده است.

#### جدول ۱. عناصر تحلیل رمزگان سه سطحی جان فیسک

واقعیت (رمزگان اجتماعی)	واقع‌های که قرار است از تلویزیون پخش شود، پیشاپیش با رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است مثل: ظاهر، لباس، چهره‌پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سر و دست، صدا و...	سطح نخست
بازنمایی (رمزگان فنی)	رمزهای اجتماعی با رمزهای فنی ترکیب می‌شوند و به وسیله وسایل الکترونیکی فنی رمزگذاری می‌شوند. برخی از رمزهای فنی عبارتند از: دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صدا برداری که رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند و رمزهای اخیر نیز بازنمایی عناصری دیگر را شکل می‌دهند، از قبیل: روایت، کشمکش، شخصیت، گفتگو، زمان و مکان، انتخاب نقش آفرینان و ...	سطح دوم
ایدئولوژی (رمزگان ایدئولوژیک)	رمزهای ایدئولوژی، عناصر فوق را در مقوله‌های «انسجام» و «مقبولیت اجتماعی» قرار می‌دهند. برخی از رمزهای اجتماعی عبارت‌اند از: فردگرایی، پدرسالاری نژاد، طبقه اجتماعی، مادی گرایی، سرمایه داری و...	سطح سوم

#### ۴- تحلیل یافته‌ها

مانکن مجموعه‌ی نمایشی درام عاشقانه‌ای محصول سال ۱۳۹۷-۱۳۹۸ کشور ایران است که از طریق شبکه‌ی نمایش خانگی توزیع شد. این سریال به کارگردانی حسین سهیلی‌زاده و به تهیه‌کنندگی ایرج محمدی است و بازیگرانی چون محمدرضا فروتن، مریلا زارعی، امیرحسین آرمان، نازنین بیاتی، فرزاد فرزین و حسین پاکدل در این سریال به ایفای نقش پرداخته‌اند. مانکن در ۲۶ قسمت به قلم بابک کایدان، نگاشته شده است. این سریال به نابرابری اقتصادی طبقات مختلف جامعه و مقایسه افراد توانمند

نسبت به طبقه‌ی کم درآمد جامعه می‌پردازد. کاوه و همتا (شخصیت‌های اول مرد و زن سریال) رابطه‌ی عاشقانه‌ای را آغاز کرده‌اند؛ اما مشکلات اجتماعی و اقتصادی باعث می‌شود در این مسیر، با چالش‌هایی مواجه شوند. در همان اوایل سریال، کاوه (نقش اول مرد فیلم) خود را در ازای هفت میلیارد تومان بدهی پدرش، به زنی پولدار به نام کتایون (با بازی مریلا زارعی) نقش مکمل زن داستان می‌فروشد؛ تا در عوض، بدهی‌های خانوادگی او پرداخت شود و پدرش را از زندان آزاد کند. برای بررسی بهتر سریال، شناختی کلی از شخصیت‌های زن فیلم و نقشی که بر عهده دارند ضروری به نظر می‌رسد، لذا ما در جدول ذیل، توضیحاتی کوتاه از شخصیت‌ها و نقش آن‌ها در سریال ارائه داده‌ایم:

جدول ۲: نقش‌ها و شخصیت‌های زن سریال مانکن

نقش	شخصیت داستانی	توضیحات
کتایون صوفیان	دختر عمو و عاشق شکست‌خورده سلمان، کسی که با کاوه در ازای ۷ میلیارد تومان ازدواج می‌کند.	شخصیت زن منفی سریال
همتا مهرگان	معشوقه‌ی کاوه، طعمه‌ی اخگر جهت رسیدن به خواسته‌های مادی خود	شخصیت منفعل سریال
ژیلا	طعمه‌ی اخگر جهت رسیدن به امیال و خواسته‌های مادی خود	شخصیت زن آنارشویست و قانون‌گریز
فرخنده	همسر سلمان، مادر کاوه	شخصیت منفعل و ایستا در سریال
افسون	دوست و رقیب کتایون	شخصیت زن حسود و اغواگر
مریم	همسر اخگر کوهسنگی	قربانی شخصیت مافیایی اخگر
پروین	مادر بزرگ همتا، پناهگاه همتا	قربانی عوامل مافیایی اخگر
نرگس	مادر همتا، شخصیت آسیب‌دیده در اثر خشونت‌های جنسیتی	شخصیتی منفعل و ایستا
بهار صوفیان	خواهر کاوه	نقشی در پیشبرد داستان ندارد
پریمه	همسر داریوش	نقش زن خودفروش
مهتا کوهسنگی	دختر اخگر و مریم	هیچ نقشی در پیشبرد سریال ندارد

در جداول ذیل، شخصیت‌های زنی را که حضور معنادار و پر رنگ در سریال دارند، در سطح رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک تحلیل و بررسی شده است. باید این نکته یادآوری شود که چون در برابر هر شخصیت زن، یک شخصیت مرد مکمل آن نقش وجود دارد، در برخی موارد و در صورت نیاز، به تحلیل و بررسی این شخصیت‌ها نیز پرداخته شده است؛ تا دورنمایی دقیق از رمزگان ایدئولوژیک مرتبط با بازنمایی زنان در این سریال ارائه شده است.

جدول ۳: سطوح سه‌گانه‌ی رمزگان شخصیت کتایون در سریال مانکن

رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	رمزگان ایدئولوژیک
ظاهری با آرایش غلیظ، پوشیدن مانتوهای جلو باز و رنگارنگ و متنوع، روسری‌های شاد و در چندین رنگ متفاوت، کفش‌های پاشنه بلند، حضور در ویلایی با مساحت زیاد و ویوی عالی در بالا شهر تهران، داشتن چندین ماشین لوکس و گران‌قیمت،	نماهای از پایین به بالا جهت نمایش شخصیت تملک‌خواه و اقتدارگرا، نمای کلوزآپ از چهره‌ی کتایون با آرایش‌های غلیظ، نورپردازی اغراق آمیز محل کار و ویلای محل زندگی کتایون، نمای دور از ماشین‌های لوکس و ویلای فول امکانات، تصویربرداری هلی‌شات از بالکن و پشت بام لاکچری در بالا شهر تهران، دیالوگ‌های تملک‌خواه و قدرت‌طلبانه	تجمل‌گرایی، زن‌سالاری، فردگرایی، منفعت-طلبی و طبقه‌ی اجتماعی



		صاحب مغازه مدلینگ در ساختمان تجاری لاکچری
--	--	--

جدول ۴: سطوح سه‌گانه‌ی رمزگان شخصیت همتا در سریال مانکن

رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	رمزگان ایدئولوژیک
دختر عاشقی که هیچ کاری جز فکر کردن به کاوه ندارد، فراری از خانه ناپدری، کار کردن برای دو شخصیت منفی زن و مرد سریال، ظاهری با آرایش متوسط، طرح موی سر ساده، تنه‌است و دارای ناپدری معتاد	دیالوگ‌های ضعیف و منفعلانه، آهنگ غمگین جهت همذات‌پنداری مخاطب با او، نماهای نزدیک از صورت ساده و معصومانه برای همدردی	طبقه‌ی اجتماعی متوسط، زن‌سالاری، فردگرایی

جدول ۵: سطوح سه‌گانه‌ی شخصیت افسون در سریال مانکن

رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	رمزگان ایدئولوژیک
آرایش به شدت غلیظ، چشمانی با لنزهای سبز، ناخن‌هایی با لاک قرمز تند، تصویر هیچ یک از فامیل‌های افسون نمایش داده نمی‌شود	نمای نخستین پشت نرده‌ها، پوشش بسیار پر زرق و برق، نمای نزدیک از چهره، نمای دور از خانه‌ی ویلایی مجلل،	مادی‌گرایی افراطی، تجمل‌گرایی، فردگرایی جاه‌طلبانه

جدول ۶: سطوح سه‌گانه‌ی شخصیت ژیل در سریال مانکن

رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	رمزگان ایدئولوژیک
موی سر آشفته با رنگ شرابی در قسمت‌های ابتدایی سریال، مغازه‌ی لوازم آرایشی، کار برای اخگر، رویارویی مستقیم با اخگر	نمای نخستین که او را در حال فرار به تصویر می‌کشد، دیالوگ‌های شارلانتانه	قانون‌گریزی و هنجارگریزی، فریب‌کاری

با بررسی و تحلیل شخصیت‌های زن حاضر در سریال مانکن، به این نتیجه خواهیم رسید که رمزگان ایدئولوژیک فیلم، ترکیبی از چندین موارد رمزگان هستند؛ که با در کنار هم قرار گرفتن، شخصیت‌های زن سریال را بازنمایی می‌کنند. از جمله رمزگان موجود در سریال، می‌توان به تجمل‌گرایی، زن‌سالاری، فردگرایی، منفعت‌طلبی و ناسامان‌گرایی (آنارشیستی) اشاره کرد. **تجمل‌گرایی:** یکی از بارزترین عناصر رمزگان ایدئولوژیک در سریال مانکن تجمل‌گرایی است؛ که از رهگذر رمزگان اجتماعی و رمزگان فنی، می‌توان به آن دست یافت. تجمل‌گرایی با مفهوم مادی‌گرایی و سرمایه‌داری پیوند خورده است؛ ذات نظام تجمل-گرایی، مبتنی بر سودآوری هر چه بیشتر و مصرف‌گرایی است. سریال مانکن با به نمایش گذاشتن کالاهای پر زرق و برق مصرفی که نیاز مبرم زندگی نیستند، امیال ثروت‌اندوزی و نیازهای کاذب را در اذهان مخاطبان بازنمایی می‌کند. در این سریال، شاهد کالاهای لاکچری و لوکسی هستیم که بازیگران آن، به ویژه شخصیت‌های زن هر از چند گاهی آن‌ها را به رخ مخاطبان می‌کشند. کنایون شخصیت مکمل زن سریال، برای ارضای نیازهای شخصی و رسیدن به احساس خوب، مهمانی‌ها و دورهمی‌های پر ریخت و پاشی به راه می‌اندازد؛ یکی از دیالوگ‌های تکراری کنایون را "بیا مهمونی بگیریم" و "مهمان داریم" تشکیل می‌دهد؛ که به

تکیه کلام این شخصیت تبدیل شده است. شخصیت‌هایی که به عنوان مهمان در این گونه دورهمی‌ها شرکت می‌کنند، پرطمطراق‌ترین اشیاء و لوکس‌ترین کالاها را میان همدیگر رد و بدل می‌کنند. در سکانسی از فیلم (دقیقه ۲۴ از قسمت چهارم سریال) داریوش، یکی از دوستان کاری کتابیون، برای ازدواج صوری بین کاوه و کتابیون، انگشتی از الماس به کتابیون و انگشتی دیگر از یاقوت به داماد سریال هدیه می‌دهد؛ که هرکدام به قیمت یک میلیارد تومان است! و تجمل‌گرایی را در بالاترین حد آن به نمایش می‌گذارد. کتابیون دوستان زن دیگری نیز دارد که در قدرت و ثروت با او برابری می‌کنند؛ افسون یکی از این زن‌ها است که به طرز عجیبی، مجرد و بدون خانواده (از جمله پدر، مادر، برادر یا خواهری) در قسمت‌هایی از سریال پرسه می‌زند. کتابیون و افسون در لوکس‌ترین آپارتمان‌ها و ویلاهای تهران زندگی می‌کنند؛ که شیک‌ترین، گران‌ترین و متنوع‌ترین لباس‌ها را می‌پوشند و لاکچری‌ترین کالاها (از جمله، کیف، گوشی موبایل، دکور و اثاث منزل) را در اختیار دارند؛ که به گونه‌ای زندگی مرفهانه و تنوع‌خواهانه را بازنمایی می‌کند. کارگردان، کتابیون را چندین بار در اتاق مخصوص آرایش به تصویر می‌کشد که بر روی میز آرایش او بیش از ۲۵ نوع عطر و ادکلن قرار گرفته است؛ این تصویر، تنوع‌طلبی و مصرف‌زدگی بیش از حد را به نمایش می‌گذارد. ماشین که به یک وسیله‌ی ضروری در زندگی تبدیل شده است، در این فیلم نقش کالای تزئینی و تجملی را بازنمایی می‌کند؛ به گونه‌ای که کتابیون در طول فیلم از چندین ماشین متفاوت استفاده می‌کند.

**خودفروشی:** یکی از موارد مطرح در سریال مانکن، مسأله‌ی تن‌فروشی و خودفروشی است؛ هر چند تن‌فروشی در سیمای ازدواج به نمایش درآمده است؛ اما از بررسی رمزگان اجتماعی و رمزگان فنی حاضر در سکانس‌های مرتبط با برخی از شخصیت‌های سریال، می‌توان به این نتیجه رسید که سریال، به نوعی مسائل مربوط به تن‌فروشی را بازنمایی می‌کند. پریماه (با بازی مانده محمدی) چهارمین زن داریوش است که بی‌پول و سرگردان در امارات بوده است. لذا او چاره‌ای جز فروختن خود به داریوش نداشته است؛ که بانی و باعث این وصلت نیز کتابیون بوده چون دوستی داریوش و کتابیون از نوع کاری است و هر دو نفر، در امر قاچاق دست دارند و بخشی از هزینه‌های تجمل‌گرایانه‌ی خود را از این طریق تهیه می‌کنند. کتابیون و داریوش که بیست سال است با هم ارتباط کاری دارند، در زمینه‌ی سبک زندگی و فرهنگ اجتماعی از یک طبقه به شمار می‌روند و بر روی همدیگر تأثیر می‌گذارند. هر چند انگیزه‌های دو نفر از ازدواج، متفاوت است؛ زیرا انگیزه‌ی داریوش - با توجه به چهارمین همسر بودن پریماه - می‌تواند بیشتر از نوع تنوع‌طلبی و زیاده‌خواهی باشد؛ حال که انگیزه‌ی کتابیون، انتقام از پسر عموی‌اش سلمان است. اما به نوعی استفاده از قدرت پول و مادی‌گرایی را در این گونه ازدواج‌ها بازنمایی می‌کند. مادی‌گرایی باعث می‌شود پیوند مقدس ازدواج به بازی گرفته شود و ازدواجی که باید مایه‌ی آرامش و زندگی سالم باشد، تبدیل به معامله‌ای سودمند می‌شود که بیشتر ناظر به منفعت‌طلبی و سودجویی است.

تن‌فروشی پریماه که نقش زن قربانی ازدواج‌های پولی را ایفا می‌کند، با در کنار گرفتن چندین رمزگان فنی؛ از جمله دیالوگ و زاویه‌ی دوربین، بیشتر به نمایش گذاشته می‌شود. کدهایی که پریماه به ما نشان می‌دهد، کالانما بودن زن در سریال را بیشتر تقویت می‌کند؛ پریماه در سکانسی از سریال که کتابیون به او نزدیک می‌شود، صفحه‌ی گوشی خود را برمی‌گرداند و در ادامه وقتی که برای گفتگو با کاوه به بالکن خانه‌ی کتابیون می‌رود، به کاوه می‌گوید: «یه دختر بی‌پول و سرگردان در امارات، چاره‌ای جز فروختن خود ندارد». این دیالوگ، مستندهای «فقر و فحشا» و «پول و پورن» را که در دو فضای اجتماعی متفاوت ساخته شده‌اند، تداعی می‌کند. هر چند که سبک زندگی تجمل‌گرایانه‌ی پریماه، به دومین مستند، نزدیک‌تر است. پریماه در دیالوگی که با کاوه دارد، به بهانه‌ی «خیلی تنهام» از او درخواست شماره تلفن می‌کند. این مثلث، اضمحلال شخصیت زنان در سریال را برای مخاطبان بازنمایی می‌کند. البته از رهگذر رمزگان فنی فیلم (از جمله؛ آهنگ‌های عاشقانه، نماهای کلوزآپ از شخصیت‌ها، رنگ‌ها

و نورپردازی اغراق آمیز) مشخص است که پرداختن به این گونه موضوعات، نه برگرفته از فرهنگ والای اسلامی-ایرانی ما بلکه برگرفته از سریال‌های کره‌ای، ترکیه‌ای و امثالهم است؛ که متأسفانه از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، در جامعه‌ی ما رخنه کرده است. این بار نیز بر ذهن نویسنده و کارگردان سریال مانکن، تأثیر گذاشته است.

در سریال مانکن، شخصیت مرد مقابل کتایون، اخگر با بازی محمدرضا فروتن است. اخگر، شخصیتی عدالت‌خواه و در عین حال ترویج‌گر بی‌نظمی و قانون‌گریزی است. همچنین شخصیتی است که در عین خانواده دوست بودن، ترویج‌گر تن‌فروشی و مبلغ از هم‌پاشیدگی خانواده است. او که برای خانواده‌ی خود اهمیت زیادی قائل است و در طول چندین سالی که با همسرش مریم زندگی کرده است، هنوز نگذاشته از شغل آدم‌فروشی و کارهای قاچاق‌اش با خبر شود!!! دختران زیادی را در دام مادی‌گرایی و تجمل‌گرایی، گرفتار کرده است. او از آن‌ها جهت پیشبرد کارهای قاچاق خود، از جمله فروختنشان به خلافکارهای قدرتمندتر و ثروتمندتر استفاده می‌کند. در واقع، آدم‌ها به مانند مانکنی در دستان ثروتمندهای سریال قرار دارند؛ شخصیت‌هایی همانند پریماه و کاوه به مانند مانکنی هستند که از خود هیچ اراده و اختیاری ندارند و تنها شمایلشان همانند انسان است. این شخصیت‌ها، استعاری بودن نام فیلم؛ یعنی مانکن را بازنمایی می‌کنند؛ زیرا مانکن نیز از خود اختیاری ندارد و این صاحب مغازه است که هر چه بخواهد، تن مانکن‌ها می‌کند و هر جا که بخواهد، قرارشان می‌دهد.

**فردگرایی:** یکی از رمزگان ایدئولوژیک سریال مانکن را فردگرایی تشکیل می‌دهد. فردگرایی یک ایدئولوژی اجتماعی است که برای فرد در برابر اجتماع و جامعه، ارزش اخلاقی بالاتری متصور است. فردگرایی به نوعی با مادی‌گرایی، سرمایه‌داری و مصرف-گرایی پیوند می‌یابد؛ زیرا یکی از ویژگی‌های اساسی فردگرایی، عبارت است از مالکیت شخصی سرمایه که امکان انباشت نامحدود سرمایه را می‌دهد (بودریلار، ۱۳۸۹: ۱۰). شخصیت‌های حاضر در سریال مانکن، اصالت فرد را در تقابل با اصالت خانواده و جامعه قرار می‌دهند. کتایون برای رسیدن به اهداف خاص خود، حاضر می‌شود دست کم چندین خانواده را فدا کند. ارزش‌های اخلاقی موجود در جامعه برای او اهمیتی ندارند و تنها دنبال منافع شخصی خود است؛ چندین بار با اخلاقی بسیار زننده و دور از مروت، سلمان و خانواده‌اش را تحقیر می‌کند؛ به کارمندان و زیردستان خود زور می‌گوید و یک بار تلاش می‌کند که کاوه، هم‌تا و دوست کاوه را به اخگر بفروشد.

از دیگر ویژگی‌های فردگرایی، می‌توان به خصیصه‌ی «رقابت» اشاره نمود؛ بدین معنی که شخصیت‌های سریال، در هر سطحی از قدرت و ثروت در مسابقه زندگی به رقابت و تنازع بر می‌خیزند و بقای قدرت خود را در نابودی قدرت دیگران می‌بینند. کتایون برای بقای کسب و کار خود، ضمن رقابت با هم‌مطرازانی همانند افسون (دوست بیست ساله‌ی کتایون که چهارده سال این دوستی را با هم قهر بوده‌اند!) و داریوش (که به شکلی کاملاً تصادفی او نیز دوستی بیست ساله با کتایون دارد!)، در تلاش است که رابطه‌ای محکم با افراد قدرتمندتر از خود داشته باشد. او برای رسیدن به امیال و اهداف خود، تلاش می‌کند افرادی همچون اخگر و افسون را از سر راه خود بردارد. از طرفی دیگر، افسون، دیگر شخصیت زن رقیب کتایون، از هر ترفندی برای ضربه وارد کردن به کتایون استفاده می‌کند، تا به امیال شخصی خود دست پیدا کند. افسون با بر زبان آوردن دیالوگ: «کتی (کتایون) سال‌هاست که آرزو شه اندازه من باشه» و «افسون محاله آدم کتی باشه تو هیچ زمینه‌ای» رقابت و تنازع بر سر قدرت و جاه‌طلبی شخصیت‌ها را بازنمایی می‌کند. در سریال مانکن، تنازع قدرت بر اساس تضاد منافع پی‌ریزی شده است، نه بر هماهنگی منافع؛ بدین ترتیب که شخصیت‌های سریال، یا دیگران را عقب می‌زنند یا توسط دیگران به عقب رانده می‌شوند. متأسفانه، جدال بر سر قدرت تنها در مادی‌گرایی شخصیت‌های فیلم خلاصه نمی‌شود؛ بلکه به شکلی کاملاً غیر اخلاقی به قاپیدن شریک زندگی همدیگر نیز سرایت می‌کند. افسون که به کتایون حسادت می‌ورزد، در بخشی از سریال، در صدد اغوای کاوه است. کارگردان سریال برای القای حس

حسادت افسون به مخاطب از رمزگان اجتماعی و رنگ مشکی استفاده کرده است؛ افسون در مراسم عقد کتایون و کاوه سیاه پوش شده است؛ که به نوعی ناراحتی از موفقیت کتایون و حسادت به شکار کاوه از طرف کتایون را بازنمایی می‌کند. در نخستین سکانس معرفی افسون، او در لباسی کاملاً سیاه و پشت نرده‌ها با لبانی خندان به کاوه به تصویر کشیده شده است؛ که همزمان حس اغواگری و حسادت را تداعی می‌کند. هنگامی که کاوه در وسط مراسم عقد می‌خواهد خلوت کند، افسون او را غافلگیر می‌کند و با به زبان آوردن دیالوگ «چرا با این عجله؟» و با گذاشتن دست بر روی در و تنظیم کردن یقه‌ی لباس کاوه به نوعی کاوه را به سمت خود متمایل می‌کند.

**قانون‌گریزی:** منظور از قانون‌گریزی، هرج و مرج خواهی و جامعه‌ی بدون نظم و بی‌سامان است. مسلم است که توسعه و رشد فرهنگی هر جامعه‌ای در گرو برقراری نظم و امنیت در جامعه است؛ نظم و امنیت، از رفتارهای منضبط و قاعده‌مند مردم براساس قوانین، هنجارها، ارزش‌ها، عرف و الگوهای مورد قبول و رایج در جامعه سرچشمه می‌گیرد. جامعه بدون نظم، دچار نوعی آشفتگی اجتماعی خواهد شد (چلبی، ۱۳۷۵) اساس نظم اجتماعی در هر جامعه، مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است. عدم پایبندی افراد جامعه به هنجارها و ارزش‌های مورد قبول جامعه، نظم و امنیت اجتماعی را به هم می‌ریزد.

در سریال مانکن جدای از شخصیت‌های مافیایی و قاچاقچی که خود نوعی از قانون‌گریزی و نابسامان‌گرایی را بازنمایی می‌کنند، برخی از شخصیت‌ها از جمله ژیلا (با بازی لیندا کیانی) و بهرام (با بازی فرزاد فرزین) در زندگی روزمره خود و برای پیشبرد اهداف خویش در جامعه از نوعی قانون‌گریزی و هرج و مرج طلبی پیروی می‌کنند. آن دو در رویارویی با اخگر کوهسنگی و عوامل مافیایی او به جای مراجعه به پلیس و قانون به عنوان نهاد مسئول برقراری نظم و امنیت در جامعه، رویارویی مستقیم را انتخاب می‌کنند و خود مجری قانون می‌شوند. ژیلا شخصیت زن نابسامان‌گرایی سریال که در ابتدا آدم اخگر بوده و در پیشبرد اهداف مافیایی او را یاری می‌کرده، علیه اخگر به مثلث کاوه، همتا و بهرام می‌پیوندد و بدون هیچ اقدامی قانونی با اخگر و عوامل مافیایی او روبرو می‌شوند. در طول سریال، فراوان با دیالوگ‌های شارلاتانه ژیلا برخورد می‌کنیم؛ که رفتارهای خلاف عادت و ناهنجارین را بازنمایی می‌کند. شخصیت ژیلا در سریال، زانی را بازنمایی می‌کند که در پذیرش هنجارها مشکل دارند و برای قوانین و ارزش‌های موجود در جامعه احترام قائل نیستند. در سکانسی از فیلم، هنگامی که برای نخستین بار، همتا و ژیلا در بخشی از سریال با همدیگر آشنا می‌شوند، در صحنه‌ای ساختگی از سوی اخگر برای به دام انداختن همتا و اجرای آن به دست ژیلا، ژیلا به خانه‌ی مادر بزرگ همتا پناه می‌برد؛ همتا نیز به او پیشنهاد می‌کند که با پلیس تماس بگیرد؛ ژیلا در پاسخ می‌گوید: «این که الان بهش زنگ می‌زنم خودش صد تا پلیسه». این دیالوگ، مافیای سریال را که در انواع کار خلاف دست دارد به جای پلیس و قانون می‌نشانند و هرج و مرج، بی‌نظمی و قانون‌گریزی را تداعی می‌کند.

در مقابل هر یک از شخصیت‌های منفی زن سریال مانکن، شخصیت مرد منفی نیز وجود دارد؛ برای شرح بیشتر هنجارگریزی گسترده در سریال، شخصیت مرد همتای ژیلا؛ یعنی بهرام را خلاصه‌وار بررسی می‌کنیم. بهرام نیز نقش فراوانی در بازنمایی هرج و مرج طلبی و قانون‌گریزی ایفا می‌کند؛ در نخستین سکانسی که به معرفی بهرام می‌پردازد، شخصیتی نابسامان‌گرایی هنجارگریز را بازنمایی می‌کند. در رستوران محل کار بهرام با چندین صحنه از هنجارگریزی این شخصیت برخورد می‌کنیم؛ او قوانین کار در رستوران را زیر پا گذاشته و با کفش‌های کتونی و تلفن همراه وارد آشپزخانه شده است. در ادامه با حرکات زشت و زنده‌ای با صاحب رستوران درگیر شده و با بی‌احترامی به یکی از مشتریان، رستوران را ترک می‌کند. برای درک بهتر این شخصیت به تکیه کلام کاوه درباره بهرام: «بهرام شر به پا نکنی دوباره» اشاره می‌کنیم که چگونه هرج و مرج را بازنمایی می‌کند. البته کارگردان،

بهرام را در عین هرج و مرج طلب بودن، با مرام و لوتی به تصویر کشیده است؛ که همذات‌پنداری مخاطب را به همراه دارد و به گونه‌ای رفتارهای ناهنجارین او را توجیه می‌کند.

## ۵- بحث و نتیجه‌گیری

با بررسی نشانه‌شناسی سطوح رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک سریال مانکن، پژوهش حاضر به این نتیجه رسید که سکانس‌های سریال مانکن در رابطه با زنان، حضور آن‌ها را در بستر طبیعی‌سازی عناصر فرهنگی و اجتماعی مانند تجمل‌گرایی، شهرت‌طلبی، تنوع‌طلبی، رقابت و غیره تفسیر می‌کند و به عنوان مدل رفتاری برای اعضای جامعه بازنمایی می‌نماید. این سریال، زمینه‌های الگوپذیری و اثرگذاری مخرب بر خانواده‌های ایرانی را فراهم می‌سازد. سریال از رهگذر رمزگان مختلف خود، برخی رفتارها، هنجارها و رویدادها را در رابطه با شخصیت زنان سریال برجسته می‌کند و این‌گونه به شیوه‌ای غیر مستقیم تعیین می‌کند مخاطبان سریال درباره چه چیزهایی باید بیاندیشند. از این جهت، با یافته‌های (نعمتی انارکی و سمیرا خطیب زاده، ۱۳۹۴) مبنی بر این‌که رسانه‌های دیداری منجر به الگوگیری و اثرگذاری بر خانواده‌های ایرانی می‌شود، همخوانی دارد. در این راستا، شخصیت زنان را به غایت تجمل‌گرا، خودخواه، منفعت‌طلب و تملک‌گرا نشان می‌دهد. طبقه‌ی مرفه شخصیت‌های زن موجود در سریال مانکن، دنباله‌رو مد و زیاده‌خواهی و تنوع‌طلبی و زندگی لاکچری هستند؛ در مقابل، طبقه‌ی متوسط یا پایین زنان حاضر در فیلم، به نوعی بازنمایی سردرگمی زنان تنها مانده جامعه است که در یافتن راه چاره درست و اصولی برای رسیدن به خواسته‌هایشان ناتوانند و از این جهت، به بی‌راهه رفته‌اند. به عنوان نمونه، به نوعی از شخصیت «همتا» شخصیتی اسطوره‌ای می‌سازد که تمام شخصیت‌های مرد سریال، به دنبال او هستند. این در حالی است که در جریان سریال، شخصیت همتا سرگردان و تنها به دنبال کار و جایی برای زندگی می‌گردد. همتا، قهرمان زن سریال، بازنمایی زن اسطوره‌ای است که از جایگاه اجتماعی و توان اقتصادی برخوردار نبوده و برای گذران زندگی به تبهکاران و خلافکاران پناه می‌آورد. سریال مانکن، برای زن‌های تنها مانده از خانواده که سرشار از خودخواهی و منفعت‌طلبی هستند، راهی جز تکیه کردن به خلافکارهای جامعه و خودفروشی سرراهشان قرار نمی‌دهد و حتی به گونه‌ای، شیوه‌هایی متفاوت از خودفروشی زنان و مردان را برای جامعه‌ی ایرانی-اسلامی بازنمایی می‌کند. سریال مانکن، زنان را از منظر مبانی خانواده ایرانی اسلامی سست بنیان به تصویر کشده و شخصیت زنان حاضر در سریال را شخصیت‌هایی با مبانی سست خانوادگی به تصویر می‌کشد. نتایج این پژوهش، با پژوهش اکبرپور و زاده‌محمدی در رابطه با این‌که خانواده بازنمایی شده در فیلم‌های اخیر شبکه نمایش خانگی، خانواده‌ای بحران‌زده هستند، همسو است. زنان سریال، زنانی سرگردان، خودفروش، تنوع‌طلب، خودخواه، خلافکار، قانون‌گریز، عقده‌ای و تنها به مخاطبان معرفی می‌شوند و مسابقه‌ی غیر اخلاقی زنان را برای رسیدن به تمایلات خود از طریق قدرت، ثروت، کینه‌توزی، حسادت و رقابت برجسته می‌سازد. این سریال، به طرز عجیبی شخصیت‌های زن (از جمله، همتا، کتایون، افسون و ژیل) را شخصیت‌هایی با بحران خانوادگی به تصویر می‌کشد و زنانی را که خانواده دارند، قربانی خشونت، خیانت و عدم رضایت از زندگی خانوادگی به نمایش می‌گذارد.

## ملاحظات اخلاقی

### پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر کلیه موارد و اصول اخلاقی پژوهش رعایت شد.

## حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

## مشارکت نویسندگان

طراحی و ایده‌پردازی: افشار کبیری؛ ته‌سرین شافعی؛ روش‌شناسی و تحلیل داده‌ها: ته‌سرین شافعی؛ نظارت و نگارش نهایی: افشار کبیری.

## تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

## منابع

- آزاد آرامکی، تقی و رضایی، محمد. (۱۳۸۵). سوژه و قدرت: تحلیل چگونگی شکل‌گیری ذهنیت در مطالعات فرهنگی، *نامه علوم اجتماعی*، ۲۷ (۲۷)، ۱۲۵-۱۵۶.
- استریناتی، دومینیک. (۱۳۸۸). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*. ترجمه ثریا پاک‌نظر. تهران: گام نو.
- آقابزرگی‌زاده، شیوا؛ سهراب‌زاده، مهران و بابایی‌فرد، اسدالله. (۱۴۰۱). بازنمایی پایگاه اجتماعی زن در سینمای عامه‌پسند ایران در دهه ۷۰، *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۴ (۴)، ۲۴-۴۷.
- اکبرپور، سمیرا و علیزاده، محمد. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی تأثیر محتوای سریال بر خانواده؛ تحلیل محتوا بر اساس نگاه سیستمی در خانواده، *مشاوره و روان‌درمانی خانواده*، ۱۰ (۲)، ۲۹۵-۳۲۸.
- انتظاری، علی و خورشیدنام، عباس. (۱۳۹۶). بازنمایی هویت زنانه در سینمای ایران. *مطالعات جنسیت و خانواده*، ۵ (۱): ۳۱-۵۹.
- بارت، رولان. (۱۳۸۰). *اسطوره در زمانه حاضر*، ترجمه یوسف اباذری، /رغنون، ۱۹: ۱-۱۸.
- بارت، رولان. (۱۳۹۷). *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه صادق رشیدی و فرزانه دوستی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- بارکر، کریس. (۱۳۸۸). *مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد*، ترجمه مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، تهران: انتشارات پژوهشگاه مطالعات اجتماعی و فرهنگی.
- بنت، اندی. (۱۳۸۶). *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه لیلیا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: انتشارات اختران.
- بودریار، ژان. (۱۳۸۹). *جامعه مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها*، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.
- پورنجف، حیران؛ حقیقتیان، منصور و جهانبخش، اسماعیل. (۱۴۰۱). بازنمایی سیمای زن در گفتمان مبارزه علیه سوژگی زن (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی اینستاگرام)، *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۴ (۴): ۱۱۸-۱۴۰.
- چلبی، مسعود. (۱۳۷۵). *جامعه‌شناسی نظم*، تهران: نشر نی.
- چندلر، دانیل. (۱۳۸۷). *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه مهدی پارسا، تهران: انتشارات سوره مهر.
- دانیسی، مارسل. (۱۳۹۶). *فهم نشانه‌شناسی رسانه‌ها*، ترجمه‌ی گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- دوسوسور، فردینان. (۱۳۹۶). *دوره‌ی زبان‌شناسی عمومی*، ترجمه‌ی کورش صفوی، تهران: هرمس.
- رفعت‌جاه، مریم و هومن، نیلوفر. (۱۳۹۴). تحلیل روایی و نشانه‌شناختی تصویر زن مطلقه در سینمای ایران، *زن در فرهنگ و هنر*، ۷ (۴): ۴۲۱-۴۳۶.



- سجودی، فرزانه. (۱۳۹۳). *نشانه‌شناسی کاربردی*، تهران: نشر علم.
- سلطانی‌گرددفرامرز، مهدی و پاکزاد، احمد. (۱۳۹۵). *بازنمایی طلاق در سینمای دهه هشتاد ایران، مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۱۷ (۳۳)، ۷۹-۱۰۷.
- سلدن، رامان و ویدوسون، پیتر. (۱۳۷۸). *راهنمای نظریه ادبی معاصر*، ترجمه عباس مخبر، تهران: طرح نو.
- شکری، ملیحه. (۱۳۹۵). *مطالعه بازنمایی تصویر زن در سینمای ایران در دو دهه اخیر ۷۰ تا ۹۰ با تأکید بر موضوع گذشت و فداکاری*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی رسانه. دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- شیبانی، خاطره. (۱۳۹۶). *شهرزاد: فرهنگ مردمی، فرهنگ رسانه‌ای و بازنمایی جنسیت در عصر دیجیتال*، فصلنامه *ایران شناسی ایران نامگ*، ۲ (۲): ۶۲-۱۱۱.
- عظیمی دولت‌آبادی، امیر و داوری‌مقدم، سعیده. (۱۳۹۸). *بازنمایی حضور نقش زنان در سینمای قبل و بعد از انقلاب اسلامی. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۸ (۲): ۳۰۵-۳۲۸.
- فیسک، جان. (۱۳۸۶). *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*، ترجمه مهدی غبرایی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- فیسک، جان. (۱۳۸۱). *فرهنگ و ایدئولوژی*، ترجمه مژگان برومند، *ارغنون*، ۲۱: ۱۱۱-۱۲۲.
- کالکر، رابرت. (۱۳۸۴). *فرم و فرهنگ*، ترجمه هباب کتیرایی، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- کریمی قهی، محمدتقی و گودرزی، نجمه. (۱۴۰۰). *بازنمایی جنسیت در سینمای ایران (مورد مطالعه فیلم سینمایی سعادت آباد)*، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱۰ (۱): ۲۱۳-۲۴۰.
- کریمی، محمدتقی و محبوبی‌شریعت‌پناهی، نسیم السادات. (۱۳۹۲). *فمینیسم اسلامی*، مفاهیم و امکان‌ها. *مطالعات راهبردی زنان*، ۱۵ (۵۹)، ۲۶۳-۲۲۹.
- کسرابی، محمدسالار و مهرورزی، پروشات. (۱۳۹۶). *بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب ایران مطالعه موردی دو فیلم یه حبه‌قند و فروشنده*، *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، ۸ (۴): ۱۹۲-۱۵۹.
- مکاریک، ریما. (۱۳۹۳). *دانشنامه نظریه‌های ادبی معاصر*، ترجمه‌ی مهران مهاجر و محمد نبوی. تهران: آگه.
- ملائتی، مریم و آرمین، امیر. (۱۳۹۹). *خوانش مخاطبان زن از جنسیت و روابط جنسیتی در مجموعه ماهواره‌های عروس استانبول*، *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۲ (۲): ۳۲-۱.
- ملکی، امیر و رفیعی، مالکه. (۱۳۹۱). *دسترسی افتراقی به سرمایه و توزیع نابرابر سلیقه‌های هنری (تحلیل کمی رابطه بین سرمایه با مصرف فرهنگی، هنری جوانان تهرانی)*، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۸ (۲۹)، ۷۱-۹۰.
- نادری‌نژاد، دنیا. (۱۳۹۵). *مطالعه شخصیت زن در سینمای ایران پس از انقلاب از دید کارگردانان زن (رخشان بنی‌اعتماد و تهمینه میلانی)* پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشکده هنر و معماری. دانشگاه پیام نور.
- نیکخواه قمصری، نرگس و هلالی‌ستوده، مینا. (۱۳۹۲). *از سوژه جنسی تا سوژه انقلابی: بازنمایی زن در گفتمان انقلاب اسلامی*، *مطالعات اجتماعی ایران*، ۷ (۳): ۱۵۰-۱۷۰.
- هال، استوارت. (۱۳۸۱). *معنا، فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه احمد گل‌محمدی، تهران: نشر نی.
- هیوارد، سوزان. (۱۳۸۱). *مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی*، ترجمه فتح محمدی، زنجان: نشر هزاره سوم.

## References

- Ellerson, B. (2012). Towards an African woman in cinema studies. *Journal of African Cinemas*, 4(2), 221-228.
- Dyer, R. (2005), White, in *Film Theory: Critical Concept in Media and Cultural Studies*, London: Routledge