



دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد ارتباطات گرایش تحقیق در ارتباطات

**سریال های تلویزیونی غیررسمی:**

**مردم نگاری تماشاگران زن جوان تحصیل کرده ی سریال گمشدگان (زمستان ۸۸)**

دانشجو:

**معصومه شهبندی**

استاد راهنما:

**دکتر عبدالله گیویان**

استاد مشاور:

**دکتر مهدی منتظر قائم**

مهر ۱۳۸۹

## چکیده

پژوهش حاضر در مورد مصرف و دریافت سریال‌های تلویزیونی غیررسمی است سریال‌های روز خارجی که نه از طریق تلویزیون داخلی، بلکه به صورت مجموعه‌ی دی‌وی‌دی توزیع و مشاهده می‌شوند. هدف اصلی این پژوهش شناخت گونه‌های مواجهه مخاطب در فرهنگ رسانه‌ای بومی با جریان فرهنگ جهانی است. با مطالعه گونه‌های مواجهه و مصرف سریال لاست در بین زنان به عنوان بخشی از بینندگان سریال‌های غیررسمی در ایران، دگرگونی‌های مصرف رسانه‌ای در عصر جهانی شدن بررسی شده است. در این پژوهش از نظریه‌های جهانی شدن، صنعت فرهنگ سازی، آستانگی آئین و آئینی کردن، مفهوم اجتماع و مخاطب فعال استفاده شده است. این مطالعه با روش کیفی اجرا و اطلاعات مورد نیاز با استفاده از تکنیک مصاحبه عمقی با زنان تحصیل کرده گردآوری شد.

سوالهای این پژوهش عبارت بوده‌اند از: ۱. زنان از چه طریقی با کانال‌های غیررسمی توزیع و پخش سریال لاست آشنا می‌شوند؟ ۲. نقش مخاطبان- زنان- در رواج عرضه این محصولات فرهنگی و رسانه‌ای چیست؟ ۳. نوع برخورد زنان با سریال‌ها و نحوه تماشای آنها چگونه بوده است؟ ۴. پیامدهای تماشای سریال‌های غیررسمی چیست؟ ۵. آشنایی و استفاده از این رسانه‌ی غیررسمی چه تغییری در نگرش ایشان به محصولات رسانه رسمی دارد؟ ۶. دلایل گرایش و علاقه مخاطبان- زنان- به سریال‌ها چه بوده است؟

نتایج کسب شده حاکی از آن است که مصاحبه‌شوندگان بیشتر از طریق گروه دوستان، آشنایان با سریال لاست آشنا شده‌اند. تماشای سریال‌های غیررسمی تنها به منظور سرگرمی نبوده است بلکه در عین حال، انتخاب تماشای سریال لاست واجد معنای اجتماعی است: مخاطبان برای ورود به مرزهای یک اجتماع و هویت یابی به تماشای سریال روی می‌آورند. بررسی نوع تماشای سریال لاست در محیط‌های خانوادگی و غیرخانوادگی نشان می‌دهد که الگوی جدید تماشا در تقابل با شیوه سنتی سریال‌بینی-تماشا در جمع خانواده- قرار دارد؛ مخاطبان به دلایل مختلفی همچون عدم هماهنگی زمان تماشا با دیگری، کشش داستانی، عدم پذیرش تماشای این سریال در جمع خانواده و ... به سمت مصرف شخصی در تماشای مجموعه دی‌وی‌دی سریال سوق یافته‌اند. آنان در مواجهه با سریال لاست که به سبک معماگونه و پررمز و راز است؛ فعالانه ارتباطی عمیق با سریال برقرار کرده‌اند. تجربه‌ی تماشای سریال لاست با شخصیت‌هایی متفاوت و پیچیده که هرکدام نمایندگانی از نژادهای مختلف سراسر دنیا هستند در فضای بهشت گونه‌ی بدون زمان و مکان، همچون رویای سفر به دنیای آرمان زدایی شده انسان معاصر بوده است.

**واژگان کلیدی:** سریال لاست (گمشدگان)، مصرف رسانه‌ای، مخاطب فعال، مفهوم اجتماع.

به: ماهِ نازم

و نه بهشتی که زیر پا دارد.

تقدیر و سپاسگزاری

سپاس خدایی را که مهربانی‌هایش در مهر آدمیان متجلی می‌شود:

ذره ذره‌ی بیکران محبت‌های دلسوزانه‌ی دکتر گیویان

صبر و دقت دکتر منتظر قائم

{امید به اینکه این کار شایسته نام این دو استاد بزرگوارم باشد}

دوستی و یاری مطهره آخوندی و سمیرا نیکویی

خوبی‌های خانم‌ها هلان و فتح‌زاده

که مسیر را هموار و دلنشین می‌کردند.

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱.....	۱- فصل اول: کلیات پژوهش.....
۱.....	۱-۱ طرح مسئله.....
۳.....	۱-۲ ضرورت و اهمیت پژوهش.....
۴.....	۱-۳ هدف‌های پژوهش.....
۴.....	۱-۴ سوال‌های پژوهش.....
۴.....	۱-۵ فرضیه‌های پژوهش.....
۵.....	۱-۶ تعریف نظری مفاهیم.....
۸.....	فصل دوم: مبانی نظری پژوهش.....
۹.....	۲-۱ تحقیقات پیشین.....
۱۱.....	۲-۲ چارچوب نظری پژوهش.....
۱۱.....	۲-۲-۱ جهانی شدن.....
۱۳.....	۲-۲-۲ صنعت فرهنگ سازی.....
۱۵.....	۲-۲-۳ آستانگی آیین و آیینی کردن.....
۱۷.....	۲-۲-۴ مفهوم اجتماع.....
۲۱.....	۲-۲-۵ مخاطب رسانه.....
۲۵.....	آیین اجتماع بینندگان محصولات رسانه‌ای جهانی.....
۲۶.....	فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش.....
۲۷.....	۳-۱ روش تحقیق.....
۲۸.....	۳-۲ جامعه تحقیق.....
۲۸.....	۳-۳ روش نمونه‌گیری و حجم نمونه.....
۳۰.....	۳-۴ روش و ابزار گردآوری اطلاعات.....

- ۳-۵- اعتبار و پایایی تحقیق..... ۳۱
- ۳-۶- روند پژوهش..... ۳۲
- فصل چهارم: یافته‌های پژوهش..... ۳۴
- ۴-۱- زنان در شبکه‌ی اجتماعی بینندگان سریال لاست..... ۳۶
- ۴-۱-۱- نحوه آشنایی و شنیده‌ها در مورد لاست (آگاهی و اقتناع)..... ۳۶
- ۴-۱-۱-۱- پیشروهای بیننده سریال لاست..... ۳۶
- ۴-۱-۱-۲- اکثریت بینندگان لاست..... ۳۷
- ۴-۱-۱-۳- همه‌گیری و عقب نماندن از جمع..... ۳۸
- ۴-۱-۲- نحوه بدست آوردن مجموعه دی‌وی‌دی سریال لاست..... ۳۸
- ۴-۱-۲-۱- خریدن مجموعه دی‌وی‌دی سریال لاست..... ۳۸
- ۴-۱-۲-۲- امانت‌گرفتن مجموعه دی‌وی‌دی سریال لاست..... ۳۹
- ۴-۱-۳- تماشای مجموعه‌های دیگر از سریال‌های غیررسمی..... ۴۰
- ۴-۱-۳-۱- سریال لاست درچه‌ای برای تماشای سریال‌های غیررسمی دیگر..... ۴۰
- ۴-۱-۳-۲- تماشای سریال لاست، استقبال نکردن از سریال‌های غیررسمی دیگر..... ۴۱
- ۴-۱-۴- معرفی سریال لاست به دیگران..... ۴۱
- ۴-۱-۵- دیگران خارج از گود شبکه سریال لاست..... ۴۳
- ۴-۲- گونه‌های مواجهه و مصرف رسانه‌ای زنان از سریال لاست..... ۴۴
- ۴-۲-۱- وسیله پخش و تماشای دی‌وی‌دی‌ها..... ۴۵
- ۴-۲-۱-۱- تلویزیون..... ۴۵
- ۴-۲-۱-۲- کامپیوتر..... ۴۶
- ۴-۲-۱-۳- لپ‌تاپ..... ۴۶
- ۴-۲-۲- زمان تماشای سریال لاست..... ۴۷
- ۴-۲-۳- انتخاب همراه برای تماشای سریال لاست..... ۴۸
- ۴-۲-۳-۱- مجرد تنها در خانه..... ۴۹
- ۴-۲-۳-۲- مجرد به همراه یکی از اعضای خانواده..... ۵۰
- ۴-۲-۳-۳- مجرد در خوابگاه..... ۵۲
- ۴-۲-۳-۴- متاهل با همسر..... ۵۳
- ۴-۲-۳-۵- متاهل تنها..... ۵۴
- ۴-۲-۴- تماشای سریال لاست و پیوستن به یک جمع..... ۵۵
- ۴-۲-۴-۱- هم‌صحبت‌های سریال لاست..... ۵۵

- ۵۷..... ۴-۲-۴-۲- موضوع‌های بحث سریال لاست
- ۵۸..... ۴-۲-۵- پیامدهای تماشای سریال لاست
- ۵۸..... ۴-۲-۵-۱- تغییر نگرش نسبت به سریال‌های تلویزیون
- ۵۹..... ۴-۲-۵-۲- تجربه تماشایی متفاوت و تاثیرگذاری بر سبک زندگی
- ۶۰..... ۴-۳- جذابیت‌های سریال لاست از نظر زنان
- ۶۱..... ۴-۳-۱- تماشای ایرانی سریال لاست (مجموعه‌های دی‌وی‌دی)
- ۶۱..... ۴-۳-۱-۱- شکستن محدودیت زمانی
- ۶۲..... ۴-۳-۱-۲- زبان اصلی و زیرنویس
- ۶۲..... ۴-۳-۱-۳- سطح درگیری ذهنی
- ۶۳..... ۴-۳-۲- محتوا و داستان سریال لاست
- ۶۳..... ۴-۳-۲-۱- سبک معما گونه سریال لاست
- ۶۴..... ۴-۳-۲-۲- روایت غیرخطی سریال لاست
- ۶۵..... ۴-۳-۲-۳- بحث‌های فلسفی و علمی در سریال لاست
- ۶۵..... ۴-۳-۲-۴- نکات آموزنده سریال لاست
- ۶۷..... ۴-۳-۲-۵- بازنمایی متفاوت زنان در سریال لاست
- ۶۸..... فصل پنجم: نتایج پژوهش
- ۶۹..... ۵-۱- سریال لاست، رویارویی با یک پیام جهانی
- ۷۱..... ۵-۲- شکل‌گیری اجتماع بینندگان سریال لاست در ایران
- ۷۶..... ۵-۳- الگوی تماشای سریال لاست در محیط خانوادگی ایرانی
- ۷۷..... ۵-۳-۱- شخصی‌شدن مصرف رسانه
- ۷۹..... ۵-۳-۲- خط بطلان بر انفعال مخاطب بومی جهانی
- ۸۰..... ۵-۴- رویای سفر به دنیای آرمان زدایی شده انسان معاصر
- ۸۲..... ۵-۵- آینده رسانه‌ی رسمی در مواجهه با رسانه غیررسمی
- ۸۴..... ۵-۶- محدودیت‌های پژوهش
- ۸۵..... ۵-۷- پیشنهادهای پژوهش
- ۸۷..... فهرست منابع و مآخذ

فصل اول

کلیات پژوهش



در این فصل ضرورت و اهمیت مطالعه در زمینه‌ی مخاطبان مجموعه‌های دی‌وی‌دی سریال‌های غیررسمی و نوع تماشای آنان به عنوان یک مسئله تشریح می‌شود. سپس هدف‌ها و سوال‌های پژوهش عنوان می‌شود و در ادامه به تعریف نظری مفاهیم اشاره خواهد شد.

## ۱-۱ طرح مسئله

ورود و رواج سریال‌های خارجی از کانالی غیر از صداوسیما جمهوری اسلامی ایران تقریباً از اواخر سال ۱۳۸۶؛ با سریال‌های گمگشندگان<sup>۱</sup>، فرار از زندان<sup>۲</sup>، دوستان<sup>۳</sup> و... به صورت مجموعه دی‌وی‌دی و از طریق فروش اینترنتی، مغازه‌ها و دست‌فروش‌های خیابانی در دسترس مردم قرارگرفت.

از سال‌ها قبل، تلویزیون مجرای انحصاری نمایش و پخش فیلم و سریال خارجی در ایران به شمار می‌رفت. این انحصار همراه با رشد و گسترش تکنولوژی‌های جدید در طول زمان دچار تغییراتی شد. با ورود ویدیو، پخش فیلم سینمایی خارجی از انحصار تلویزیون خارج شد اما هنوز مجموعه‌های تلویزیونی دنباله‌دار از طریق صداوسیما جمهوری اسلامی ایران پخش می‌شد. ماهواره در آغاز بیشتر از آنکه منبعی برای پخش سریال باشد منجر به فهم موضوع اصلی داستان سریال‌هایی شد که با سانسور در ایران پخش می‌شدند. البته در حال حاضر با ورود شبکه‌های ماهواره‌ای همچون فارسی‌وان، ماهواره توانسته مخاطب سریال‌بین را به خود جذب کند اما این رسانه نیز مانند تلویزیون در بند «پخش» است. ورود کامپیوتر و دستگاه‌های پخش دی‌وی‌دی به خانه‌های مردم، رشد اینترنت، بالارفتن سواد رسانه‌ای مردم، ارزان شدن دی‌وی‌دی و سهولت تکثیر و کپی آن<sup>۴</sup>، زیرنویس فارسی

---

<sup>1</sup> lost

<sup>2</sup> prison break

<sup>3</sup> friends

<sup>4</sup> Write

و... منجر به این شد که امروز شاهد رشد جریان نسبتاً قوی و قابل ملاحظه‌ی توجه و استقبال از مجموعه‌های دی‌وی‌دی شامل سریال‌های روز امریکا، کره، استرالیا و... از کانالی غیر از صداوسیما در ایران باشیم.

در مطالعه ارتباطات- و نیز جریان ورود مجموعه‌های دی‌وی‌دی سریال‌ها به ایران- صاحب‌نظران رسانه سه حوزه متمایز را مورد توجه قرار می‌دهند. این سه منظر به تعبیر دالگرن سه بعد منشور، شامل صنعت (تولید)، مجموعه ای از متون دیداری و شنیداری و نیز یک تجربه اجتماعی- فرهنگی (مخاطبان) است (دالگرن، ۱۳۸۰). آنچه در مطالعه ارتباطاتی مجموعه دی‌وی‌دی سریال‌های غیررسمی، دغدغه این پایان نامه است شناخت مخاطبان سریال‌های غیررسمی و متن این سریال‌ها از زاویه دید مخاطبان است.

نوع مواجهه مخاطبان با این محصولات فرهنگی، الگوی تماشای بیننده‌ها، سلیقه و علاقه آنها در گزینش و مصرف رسانه‌ای شان حاکی از تغییر معنا و دامنه اقتدار رسانه‌ی رسمی کشور است. به عبارتی اگر در سال‌های قبل، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران فیلم‌ها را با توجه به معیارهای خود انتخاب می‌کرد، امروز با حضور این رسانه جدید مخاطب تا اندازه زیادی خود انتخاب‌گر است. انتخاب از میان مجموعه‌های دی‌وی‌دی برای مخاطب فضا را برای رقابت و عرضه‌ی سریال‌های روز خارجی با سریال‌های پخش شده از رسانه‌ی ملی باز کرده است. این مخاطب است که تصمیم می‌گیرد چه چیزی را، همراه با چه کسانی و در چه زمانی تماشا کند. دسترسی به مجموعه کامل یک سریال از میان مجموعه‌های متنوع و مختلف، به راحتی و با قیمت نازل و با زیرنویس فارسی یا زبان اصلی، گزینه‌ها و انتخاب‌های زیادی را برای مخاطب ایرانی مهیا کرده است.

به نظر می‌رسد با ورود این مجموعه‌های دی‌وی‌دی، مخاطب توانسته است با بازار فیلم‌های به روز<sup>۱</sup> و مشهور جهانی در ارتباط باشد. در جریان این ارتباط و پیوند، سلیقه و ذائقه‌ی تماشا در مخاطبان ایرانی فراتر از تولیدات داخلی و فیلم‌های خارجی برگزیده‌ی صداوسیما رفت. می‌توان گفت مخاطب ایرانی یک گام پیش‌تر از رسانه‌های رسمی، از طریق این کانال غیررسمی به بازار جهانی محصولات فرهنگی ملحق شده است.

به منظور شناخت مخاطبان سریال‌های غیررسمی در این پژوهش، مطالعه موردی سریال لاست از میان مجموعه‌های دی‌وی‌دی سریال‌ها انتخاب شده است. سریال لاست به دلیل اینکه جز اولین سریال‌ها بوده است و کسانی که با این شیوه سریال‌بینی- تماشای مجموعه دی‌وی‌دی- آشنا شده‌اند اولین تجربه تماشایشان سریال لاست بوده، مورد انتخاب قرار گرفته است. در تحلیل و بررسی

---

<sup>۱</sup> Updaye

مخاطبان این سریال، می‌توان آنان را بر اساس معیارهای متفاوتی چون سن، جنس، تحصیلات و... تقسیم‌بندی کرد. در این پژوهش برای تحدید موارد بررسی و به منظور دیدی ژرفانگر از مخاطبان، مصرف و مواجهه رسانه‌ای زنان تحصیل کرده در محیط‌های خانوادگی و غیرخانوادگی مورد توجه قرار گرفته‌است.

بنابراین این پژوهش به مطالعه موردی تماشاگران زن سریال لاست در ایران پرداخته شد. در پی کشف این بود که دلایل و انگیزه‌های مخاطبان- به طور خاص زنان- برای این نوع از مصرف رسانه‌ای چیست، نحوه دسترسی، آگاهی و نیز مصرف رسانه‌ای زنان از مجموعه‌های دی‌وی‌دی چگونه بوده است، با توجه به افزایش قدرت مخاطب چه تغییراتی نسبت به تماشای سریال درمیان خانواده به وجود آمده‌است. پیامدهای تماشای سریال‌های غیررسمی چیست و آشنایی و استفاده از این رسانه‌ی غیررسمی چه تغییری در نگرش اینان به محصولات رسانه رسمی دارد.

## ۲-۱- ضرورت و اهمیت پژوهش

این پژوهش از سه جهت دارای اهمیت و ضرورت است: رسانه غیررسمی در رابطه با رسانه رسمی، ظهور و رواج یک رسانه نو و نیز بررسی یک پدیده جهانی.

رسانه رسمی ایران با رقیبی جدی مجموعه دی‌وی‌دی سریال‌ها مواجه است که همچون ماهواره در بند پخش نیست بلکه از کانالی غیررسمی به سرعت در حال اشاعه و به‌روزرسانی است. این رسانه نوظهور ممکن است هژمونی رسانه رسمی در پخش سریال‌های دنباله‌دار را بشکند. با انجام این پژوهش می‌توان تغییر، تنوع یا گسست فرهنگی ناشی از این پدیده را بازشناخت.

انتخاب‌های مخاطب ایرانی پیش از ورود این سریال‌ها، به برنامه‌ها و گزینه‌های صداوسیما محدود می‌شد. قدرت انتخاب مخاطب با ورود مجموعه‌های دی‌وی‌دی سریال‌ها، بالا رفته‌است. پس از چندی عرضه و تقاضای رسانه‌ای، فروش و تبلیغات گسترده اینترنتی و... مخاطبان بسیاری جذب مجموعه دی‌وی‌دی سریال‌ها شدند. طیف هواداران اینترنتی و راه یافتن این موضوع به نوشته‌های مکتوب چون وبلاگ، سایت، روزنامه؛ مجله و... همچنین موضوع صحبت گروه‌های اجتماعی شدن، نشان از رواج و گسترش این جریان در جامعه دارد. از آنجا که این پدیده، نو و مربوط به سال‌های اخیر است هنوز تحقیق پژوهشی و ارتباطی خاصی در این زمینه انجام نشده‌است، این تحقیق می‌تواند اطلاعاتی از این موضوع در اختیار علم ارتباطات قرار دهد.

نشر همه جهانی سریال‌ها با ابزار و تکنولوژی روز دنیا به صورت مجموعه‌های دی‌وی‌دی، فرهنگ و محتوای خاص رسانه‌ای را جهانی می‌کند. رشد این جریان می‌تواند منجر به یکپارچگی فرهنگی

شود؛ به عنوان نمونه سریال گمگشندگان لقب پربیننده‌ترین سریال جهانی را به خود گرفته‌است. حال که فرهنگ‌ها و جوامع مختلف با این پدیده جدید روبه‌رو شده‌اند، این تحقیق جزئی از سهم ما در دانش جهانی ارتباطات است که می‌تواند فهم بومی یک پدیده جهانی را در ایران تشریح کند.

### ۳-۱- هدف‌های پژوهش

هدف اصلی:

- شناخت گونه‌های مواجهه فرهنگ رسانه‌ای بومی با جریان فرهنگی جهانی

هدف‌های فرعی:

- شناخت گونه‌های مواجهه و مصرف رسانه‌ای زنان ایران با سریال‌های غیررسمی

- شناخت الگوها و نوع مصرف رسانه‌ای زنان و کشف جذابیت‌های سریال‌های غیررسمی از نظر زنان

### ۴-۱- سوال‌های پژوهش

سوال‌هایی که در این پژوهش مدنظر قرار دارد عبارتند از:

۱. زنان از چه طریقی با کانال‌های غیررسمی توزیع و پخش سریال‌ها آشنا می‌شوند؟

۲. نقش مخاطبان- زنان- در رواج عرضه این محصولات فرهنگی و رسانه‌ای چیست؟

۳. نوع برخورد با سریال‌ها و نحوه تماشای آنها چگونه بوده‌است؟

۴. پیامدهای تماشای سریال‌های غیررسمی چیست؟

۵. آشنایی و استفاده از این رسانه‌ی غیررسمی چه تغییری در نگرش مخاطبان به محصولات رسانه رسمی دارد؟

۶. دلایل گرایش و علاقه مخاطبان- زنان- به سریال‌ها چه بوده‌است؟

### ۵-۱- فرضیه‌های پژوهش

این تحقیق به دلیل کیفی بودن فاقد فرضیه است. سوال‌های تحقیق راهنمای گردآوری، تفسیر و ارائه گزارش خواهد بود.

## ۶-۱- تعریف نظری مفاهیم

### سریال غیررسمی:

سریال به عنوان قالبی خاص از میان برنامه‌های تلویزیون، مجموعه داستانی دنباله‌داری است که در ژانرهای دراماتیک، پلیسی-جنایی، خانوادگی و... می‌گنجد. از زمان ورود تلویزیون به خانه مردم، این قالب مورد توجه و علاقه بینندگان بوده‌است. همذات‌پنداری و درگیری با شخصیت‌های داستانی در سریال قوت و دوام بیشتری از فیلم‌های سینمایی دارد. این نکته به دلیل طولانی و دنباله‌دار بودن داستان سریال‌هاست. درگیری با شخصیت‌ها، سبک زندگی، ایدئولوژی و فرهنگ حاکم در سریال... دلیل اثرگذاری سریال‌ها بر مخاطب است.

واژه «غیررسمی» برای تعریف سریال‌هایی که به صورت مجموعه دی‌وی‌دی از کانالی غیر از صداوسیما (رسانه رسمی) وارد ایران می‌شود انتخاب شده است. در واقع سریال غیررسمی همان خصوصیات و ویژگی‌های محتوایی سریال را داراست اما به دلیل تفاوت در توزیع و پخش آن، با پسوند غیررسمی تعریف می‌شود. مصرف رسانه‌ای مخاطب از سریال غیررسمی متفاوت است. تا قبل از این سریال از طریق تلویزیون «پخش» می‌شد و مخاطب باید زمان و برنامه خود را با روز و ساعت مشخص پخش هماهنگ کرد اما در شیوه‌ی جدید مخاطب تمام قسمت‌های سریال را یک‌جا و کامل در اختیار دارد و خود برای تماشا برنامه‌ریزی می‌کند

### سریال لاست<sup>۱</sup>:

لاست (گم‌شده یا گمشدگان) سریال تلویزیونی امریکایی است که از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۰ در شش فصل، صد و بیست و یک قسمت، داستان بازماندگان یک سقوط هواپیما در جزیره‌ای در مناطق گرمسیری مدار راس‌السرطان را بازگو می‌کند. هواپیما پس از صحبت‌های سرمهماندار در پرواز بین سیدنی\_لس انجلس در جزیره‌ای در اقیانوس آرام سقوط می‌کند. هر قسمت سریال، شامل زندگی هر کدام از بازماندگان در جزیره و قسمتی از زندگی گذشته‌ی او است. این بازماندگان توسط عوامل مختلفی همچون خرس‌های قطبی، جانوری دیده نشده که در جنگل گردش می‌کند و ساکنان جزیره که به «دیگران» معروفند، تهدید می‌شوند. روایت داستان به گونه‌ای است که در حالی که برخی از اسرار حل شده و سوالات جدید مطرح می‌شود.

---

<sup>۱</sup> تعریف سریال لاست با رجوع به سایت این سریال، ویکی‌پدیا انگلیسی و فارسی، برخی سایت‌های دیگر تکمیل شده است.

جی جی آبرامز، دیمون لیندلوف و جفری لیبر خالقان این سریال هستند و موسیقی آن توسط مایکل جکینو تنظیم شده است. این مجموعه در اوهایو سومین جزیره بزرگ هاوایی فیلم برداری شده، به دلیل تعداد بالای هنرپیشگان و لوکیشن خاص آن از جمله پرهزینه ترین سریال های تلویزیونی امریکا و جهان بوده است. گرچه راه اندازی سریال ها و وبلاگ های علاقه مندان سریال های تلویزیونی امری عادی در دنیای اینترنت محسوب می شود، اما آمار نشان می دهد که این مجموعه با در نظر گرفتن گره های بی شمار در داستان و ارجاعات متعدد علمی، ادبی، هنری در صدر این مقوله قرار دارد و حتی روزنامه های معتبر واشنگتن پست و یواس ای تودی همزمان با پخش فصل دوم این سریال اقدام به راه اندازی وبلاگ های ویژه برای علاقه مندان کرده اند که نشان از تعدد علاقه مندان به این سریال در نقاط مختلف جهان دارد.

اولین قسمت این سریال در ۲۲ سپتامبر ۲۰۰۴ از شبکه *ای بی سی* در امریکا پخش شد. این سریال توانست در سال اول پخشش به میانگین ۱۶ میلیون بیننده برای هر قسمت دست پیدا کند. این در حالی است که اولین قسمت این سریال که در سپتامبر ۲۰۰۴، به روی آنتن رفت، بیش از ۱۸.۵ میلیون بیننده داشت، قسمت آخر فصل اول نزدیک به ۲۱ میلیون بیننده و دو قسمت اول از فصل دوم نیز هر کدام ۲۳ میلیون بیننده داشته است.

سریال لاست برنده ۵۸ جایزه از جمله جایزه امی<sup>۱</sup> بهترین سریال درام در سال ۲۰۰۵، بهترین فیلم امریکایی در آکادمی تلویزیونی انگلستان<sup>۲</sup> در ۲۰۰۵، گلدن گلوب<sup>۳</sup> برای بهترین درام در ۲۰۰۶ برنده جایزه بهترین سریال تلویزیونی از جوایز ASCAP در سال های ۲۰۰۵ و نیز ۲۰۰۶، کاندید بهترین سریال تلویزیونی، بهترین بازیگر نقش مکمل زن و مرد، بهترین بازیگر مرد در سال ۲۰۰۷ و بسیاری جوایز دیگر است. این سریال به یکی از داستان های معروف در فرهنگ امریکا بدل شده است، به طوری که به بازیها، مجلات، کتابها و سایر شبکه های امریکایی راه یافته است. لازم است ذکر شود قسمت آخر این سریال در ۲۳ می ۲۰۱۰ روی آنتن رفت.

---

<sup>۱</sup> جایزه امی (Emmy Award) یا اسکار تلویزیونی که سابقه آن به سال ۱۹۴۹ میلادی باز می گردد، یک جایزه امریکایی برای تولیدات تلویزیونی است که توسط سه سازمان مرتبط اما مستقل از هم آکادمی هنرها و علوم تلویزیون، آکادمی ملی هنرها و علوم تلویزیون و آکادمی بین المللی هنرها و علوم تلویزیون به برندگان اعطا می شود.

<sup>۲</sup> British Academy Television Awards

<sup>۳</sup> مجموعه جوایزی است که هر ساله در ایالات متحده آمریکا توسط اتحادیه مطبوعات خارجی هالیوود به بهترین تولیدات سینمایی و تلویزیونی اهدا می گردد. این جایزه برای اولین بار در سال ۱۹۴۴ به فیلم های تولیدی و محصولات تلویزیونی تعلق گرفت. مهم ترین جایزه آکادمی با نام «بهترین فیلم» یکی از مهم ترین رقابت های فیلم سازان محسوب می شود.

با ورود سریال های روز امریکایی با اصطلاحات و مفاهیم معمول سریال های تلویزیونی آنها را نیز باید بشناسیم:

### اپیزود<sup>۱</sup>

به هریک از قسمت های یک سریال اپیزود گفته می شود. در تلویزیون امریکا مدت زمان هر اپیزود معمولاً ۲۲ یا ۴۴ دقیقه است. سریال های کمدی ۲۲ دقیقه اند که با آگهی تجاری، زمانشان به نیم ساعت می رسد و این مدت برای سریال های داستانی ۴۴ و ۶۰ دقیقه است. سریال لاست ۱۲۱ اپیزود در قالب سریال داستانی مدت ۴۵ دقیقه ساخته شده است.

### سیزن<sup>۲</sup>

هر سریال در قالب چند سیزن (فصل) تولید و پخش می شود در تلویزیون امریکا هر سیزن معمولاً ۲۲ تا ۲۶ اپیزود است که پخش آن با روال یک اپیزود در هفته و با توجه به تعطیلات زمستانه و تابستانه یک سال طول می کشد. (از سپتامبر یک سال تا می سال بعد) سریال لاست به مدت شش سال در شبکه ای بی سی تلویزیون امریکا پخش شده است.

با اینکه معادل فارسی برای سیزن و اپیزود در فارسی وجود دارد، اما بینندگان سریال های غیر رسمی از همان اصطلاحات امریکایی برای تقسیم بندی فصل و قسمت در تعامل های خود استفاده می کردند.

### نحوه تماشای سریال:

شکل کلی تماشای سریال در جمع خانواده، از طریق دستگاه تلویزیون (به طور معمول فضای عمومی خانه) و در زمان پخش مشخص؛ تعریف شده است. در این شکل تماشای سریال، زمان و مکان عنصرهای ثابت در مصرف هستند اما تماشا به صورت مجموعه دی وی دی این شکل را شکسته است. وقتی اختیار دی وی دی های سریال در دست مخاطب است خود تصمیم می گیرد با چه دستگاهی، در چه ساعتی، چند قسمت، با چه کسی و ... تماشا کند. در نتیجه یکی از مفاهیم مورد توجه در این پژوهش نوع مصرف و تماشا است.

---

<sup>1</sup> episode  
<sup>2</sup> season

فصل دوم

ادبیات نظری پژوهش



در این فصل ابتدا متون علمی در زمینه‌ی سریال لاست و سپس پژوهش‌های مربوط به تماشای همه‌جهانی سریال به عنوان پیشینه پژوهش ذکر می‌شود. در ادامه به منظور تشریح مصرف و دریافت رسانه‌ای مخاطبان سریال‌های غیررسمی-زنان- مبانی نظری پژوهش با توجه به نظریه‌های جهانی‌شدن، صنعت فرهنگ‌سازی، آیینی کردن و مفهوم اجتماع و مخاطب فعال مورد تبیین قرار می‌گیرد.

## ۱-۲- تحقیقات پیشین

در حوزه تحقیقات می‌توان به دو نوع از تحقیقات، به عنوان پیشینه پژوهش حاضر اشاره کرد. تحقیقاتی که در حوزه محتوا و پیام سریال لاست انجام شده‌است، تحقیقاتی که مخاطبان رسانه‌ها و برنامه‌های جهانی- همچون سریال لاست- را مورد مطالعه قرار داده‌اند مورد بررسی قرار می‌گیرد.

کتاب گمشدگان با نام اصلی «گمشدگان: چرا از این جزیره خلاصی نداریم؟» سعی کرده تا برخی از این ارجاع‌ها را در فصل‌های نخستین سریال لاست را بازگو کند. این کتاب نوشته جیمز وود و ترجمه امیررضا نوری‌زاده است که انتشارات حوض نقره به چاپ رسانده است. از جمله ویژگی‌های این کتاب این است که نخستین کتاب فارسی است که درباره این سریال ترجمه و در ایران منتشر شده‌است. این کتاب ضمن پرداختن به زوایای پنهان و نکات کلیدی ظریف در سریال، نگاهی به انعکاس سیاست‌های دولت امریکا و فضای جهانی ناشی از دولت نومحافظه‌کار بوش در سریال دارد.

خانم شارون ام کای دانشیار فلسفه در دانشگاه جان کارول، کتاب لاست و فلسفه شامل ۲۱ مقاله فلسفی پیرامون این مجموعه تلویزیونی نوشته است. این کتاب که توسط انتشارات بلک ول به چاپ رسیده است، پشت پرده فلسفی سریال استراتژیک گمگشندگان را رمزگشایی می‌کند.

این مقالات به تاسی از چهار حرف کلمه LOST در چهار بخش تنظیم شده است: بخش اول، حرف L که مبین عشق (LOVE) است؛ بخش دوم، حرف O است که نماد اصالت (ORIGIN) است؛ بخش سوم، حرف S است که بیانگر بقا (SURVIVAL) است و بخش آخر که حرف T است نشان دهنده تغییر (TRANSFORMATION) است.

در میان متون مکتوب فارسی در زمینه سریال لاست به دلیل نو بودن پژوهش علمی خاصی یافت نشد اما دو مطلب در مجلات حول محور سریال های غیررسمی وجود دارد. همشهری جوان؛ هفته نامه فرهنگی - اجتماعی جوانان در زمینه سریال های غیر رسمی ویژه‌نامه ای تحلیلی در شماره ۲۴۵ در دی ماه چاپ کرد که با نگاهی آسیب‌شناسانه به سریال های لاست، فرار از زندان، قهرمانان و .. نوشته‌های تحلیلی و گزارش‌های خود را ارائه کرد. در این مجله ضمن توضیحاتی در زمینه سریال لاست و مصاحبه با کارشناسان، در مورد بازار سریال‌های غیررسمی مطالبی نوشته شده است.

حوراء دوماهنامه علمی، فرهنگی، اجتماعی زنان در شماره ۳۵ خود در مرداد ۱۳۸۹ با عنوان خانواده و کالاهای فرهنگی جدید در زمینه سریال‌ها و از جمله لاست مطالبی را نوشته است. این شماره از مجله به تبیین و توضیح کالاهای فرهنگی جدید از جمله شبکه های ماهواره‌ای و سریال های غیررسمی و تغییر سبک کالای فرهنگی خانواده‌ی ایرانی پرداخته است.

حوزه دوم مرتبط با موضوع پژوهش تماشای همه‌جهانی برنامه‌های تلویزیونی است. محققان رسانه درباره اینکه تماشاگران چگونه برنامه های تلویزیونی را تماشا می کنند، مطالعاتی انجام داده اند. برای مثال بخش‌های فرهنگی را مورد مطالعه قرار داده‌اند تا دریابند که مخاطبان جهانی چگونه به تماشای برنامه‌های چون دالاس، داینستی و تیم و مایست می‌پردازند (Ang, 1985; Dyan & Katz, 1985) دایان و کاتز فضای تماشا برای موقعیت دوگانه درک یک برنامه یکسان در تحلیل پخش برنامه عروسی سلطنتی، مطالعه کرده اند.

لازم است یادآوری شود تماشای سریال به صورت مجموعه دی‌وی‌دی پدیده‌ای نوظهور در ایران و جهان است، در نتیجه تحقیقات گسترده مرتبط با موضوع وجود ندارد. بنابراین بخش تحقیقات پیشین از پژوهش حاضر کوتاه است. این تحقیق می‌تواند بخش کوچکی از خلاء موجود در این زمینه پر کند.

## ۲-۲- چارچوب نظری پژوهش

در این بخش چارچوب نظری مرتبط با موضوع پژوهش در با توجه به نظریه‌های جهانی شدن، صنعت فرهنگی سازی، مفهوم اجتماع، آستانگی آیین؛ آیینی کردن و نیز مخاطب رسانه مورد توجه قرار خواهد گرفت.

### ۱-۲-۲- جهانی شدن

گرچه بحث اصلی در این تحقیق جهانی شدن نیست اما از آنجایی که جهانی شدن تاثیر گسترده‌ای بر فرآیندهای ارتباطی و فرهنگی داشته‌است، از سویی مطالعات رسانه‌ای نشان داده‌است که پیام‌های رسانه‌های مختلف بر اساس مسائل فرهنگی تفسیر و رمزگشایی می‌شود (Frisby, 2000) و نیز سریال لاست یک محصول فرهنگی-رسانه‌ای جهانی است جا دارد در ادبیات نظری تحقیق به این موضوع اشاره شود.

جهانی شدن را با دو رویکرد می‌توان مورد توجه قرار داد. در دیدگاه اول «جهانی شدن» یک روند و فرایند است که به طور طبیعی و عادی بر اثر پیشرفت تکنیکی و علمی مدرنیته شکل گرفته‌است و همه‌گیر شدن آن نیز فراگردی پیشرونده، بدون دخالت دیگران است. این نگرش، جریان جهانی شدن را یک فرایند اجتناب ناپذیر تلقی می‌کند. از این چشم انداز، وضعیت موجود، محصول طبیعی انفجار اطلاعات و انتقال سریع آن به همه نقاط جهان و در نتیجه کم‌رنگ شدن مرزهای ملی و جغرافیایی است. دیدگاه دوم در معادل‌سازی برای واژه **Globalization** برخی، از واژه‌ها و ترکیب‌هایی چون «جهانی سازی» و «جهانی کردن» بهره می‌گیرند. این نگرش، جهانی سازی را یک پروژه هدایت شده از سوی غرب برای گستراندن و فراگیر کردن آموزه‌های لیبرالیسم در ساخت‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی و با هدف مشروعیت بخشیدن به سلطه و هژمونی غرب می‌داند. یک برداشت رایج و آشنا از جهانی شدن فرهنگ غربی همان امپریالیسم فرهنگی است. جهانی شدن از دیدگاه امپریالیسم فرهنگی عبارت است از اراده معطوف به همگون سازی فرهنگی جهان و از جهانی کردن و به عبارت دیگر غربی کردن جهان سخن می‌گویند (گل محمدی، ۱۳۸۳). در این میان آنتونی گیدنز اعتقاد دارد که معنای جهانی شدن این نیست که جامعه جهانی در حال یکپارچه شدن است. برعکس این پدیده در برخی ابعاد با تفرق و شقه شقه شدن روبروست تا اتحاد و یکپارچگی. به عبارت دیگر، فرآیند جهانی شدن فرآیند همگن‌ساز نیست، بلکه فرآیندی تفکیک‌ساز است و همه چیز را به هم به صورت

یکدست توسعه نمی‌دهد و پیامدهایش به هیچ وجه خطرناک نیستند و از آنها هم گریزی نیست (سعیدی، ۱۳۸۵). لازم است ذکر شود در پژوهش حاضر دیدگاه اول از جهانی شدن مدنظر است.

برخی نظریه پردازان با یادآوری نقش بسیار موثر جریان‌ها و شبکه‌های رسانه‌ای، توجه بیشتر به فرهنگ و آگاهی را خواستارند. مک لوهان (۱۹۶۴) از جمله نظریه‌پردازانی است که نگاهی فرهنگی به جهانی شدن دارد. به اعتقاد وی «پیشرفته‌ترین و گسترده‌ترین فرایند جهانی شدن از زمانی آغاز شد که رسانه‌های الکترونیک پا به عرصه ارتباطات گذاشتند» به نظر مک لوهان این رسانه‌ها ما را قادر می‌کنند جهان را چونان یک کل درک کنیم: «با الکترونیسته، ما نظام عصبی مرکزی خود را در سطح جهان گسترش می‌دهیم و بلافاصله با تجربه هر انسانی پیوند می‌خوریم». جهانی شدن فضایی را ایجاد کرده است که در جهان امروز مخاطب بتواند از رسانه‌های کشورهای دیگر و سراسر جهان در ارتباط باشد به عبارت بهتر دسترسی به رسانه‌های مختلف و فرهنگ‌های متنوع ناشی از جهانی شدن است. جهانی شدن، مفهوم سازی ما را از فرهنگ مختل می‌سازد زیرا فرهنگ از قدیم به معانی ضمنی مربوط به ایده‌ی محلّیت ثابت گره خورده بود ولی امروز آنچه در فرهنگ مورد توجه است تنها محلّیت نیست بلکه فرهنگ‌ها نیز مانند انسان‌ها جهانی-محلّی شده‌اند (تامپلسون، ۱۳۸۱).

رابرتسون از پیشگامان نظریه جهانی شدن به «عام شدن خاص و خاص شدن عام» اعتقاد دارد. این نگرش خطوط کلی دیدگاه رابرتسون را درباره گوناگونی فرهنگی از یک سو و یگانه شدن فرهنگ از سوی دیگر مشخص می‌کند. عام گردانیدن خاص و خاص گردانیدن عام نیروی پویای جهانی شدن را تشکیل می‌دهد. به مفهوم ساده این مسئله به این معنی است که چگونه وجهی جهانی با جنبه‌های کلان زندگی با وجه خرد زندگی یا وجه محلّی انطباق دارد (رابرتسون ۱۳۸۰). مردم ضمن داشتن بخشی از فرهنگ خود، از طریق رسانه‌ها و وسایل ارتباطی با فرهنگ‌های دیگر آشنا می‌شوند و گاه بخشی از این فرهنگ‌ها را جزئی از فرهنگ خود می‌سازند. با این توضیح می‌توان گفت شخصی که در چنین فرهنگی پذیرای دیگر فرهنگ‌هاست، آمیزه‌ای از فرهنگ‌ها را داراست و جهان را به نوعی دیگر می‌بیند، رسانه پنجره‌ای برای دیدن دنیا برای چنین فردی خواهد بود (تامپلسون، ۱۳۸۱). در واقع رسانه‌های جمعی که به عنوان عوامل جهانی شدن و نفوذ فرهنگ بین‌المللی بر فرهنگ بومی مورد توجه هستند. آن‌ها باعث شده‌اند فرهنگ دارای دو بعد جهانی و محلّی باشد؛ یعنی فرهنگ فرد علاوه بر فرهنگ محلّی متأثر از فرهنگ جهان است که توسط رسانه‌ها به گستره زندگی او راه یافته‌اند.

فرایند جهانی شدن بسیاری از فرهنگ‌ها را در کنار هم قرار می‌دهد و آنها را وادار می‌کند در شرایط جدیدی که با تراکم و تداخل فضا‌های فرهنگی و بویژه حضور قدرتمندانه یک فرهنگ جهانی ویژگی می‌یابد، به حیات خود ادامه دهند. در این حالت