

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانشگاه

دانشکده انسانی

گروه علوم اجتماعی

گرایش جامعه‌شناسی

پوشش بازنمایی شده در تلویزیون و هژمونی

از:

ماهرخ حق پرس

استاد راهنما:

دکتر حمید عباداللهی

استاد مشاور:

دکتر مازیار جفرودی

کتابخانه مرکزی
شهریار

۳
۱۳۸۹/۷/۱



شهریور ۱۳۸۸

۱۴۱۷۱۹۰

تقدیم به

معلم فرزانه دکتر کشفی

تقدیر و تشکر از همه کسانی که یاریم کردند

فهرست

	چکیده فارسی
	چکیده لاتین
۱	فصل اول: طرح مسئله
۲	۱-۱ مقدمه و بیان مسئله
۷	۱-۲ اهمیت و ضرورت پژوهش
۸	۱-۳ سوالات پژوهش
۹	۱-۴ فرضیات
۱۰	فصل دوم: ادبیات پژوهش و چارچوب نظری
۱۱	۲-۱ پیشینه تحقیق
۱۱	۲-۱-۱ پژوهش های داخلی
۱۷	۲-۱-۲ پژوهش های خارجی
۲۰	۲-۲ ادبیات پژوهش
۲۰	۲-۲-۱ آنتونیو گرامشی: هژمونی و مقاومت
۲۵	۲-۲-۲ لاکلاو و موفه: هژمونی و گفتمان
۳۱	۲-۲-۳ مکتب بیرمنگام: هژمونی و فرهنگ عامه
۳۴	۲-۲-۴ استوارت هال: رسانه و بازنمایی
۴۱	۲-۲-۵ بازنمایی از دیدگاه هال
۴۳	۲-۳ چارچوب پژوهش
۴۸	فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۴۹	۳-۱ روش شناسی پژوهش
۵۱	۳-۲ شیوه گردآوری اطلاعات و جمعیت مورد مطالعه
۵۴	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات
۵۵	۴-۱ سریال روز حسرت
۵۷	۴-۲ تحلیل سریال روز حسرت
۶۰	۴-۳ سریال مرگ تدریجی یک رویا
۶۲	۴-۴ تحلیل سریال مرگ تدریجی یک رویا
۶۵	۴-۵ جمع بندی سریال ها
۶۸	۴-۶ تحلیل مخاطبان
۷۹	۴-۷ جمع بندی مصاحبه ها
۸۱	فصل پنجم: جمع بندی و نتیجه گیری
۸۲	۵-۱ نتیجه گیری
۸۷	۵-۲ محدودیت ها و مشکلات پژوهش
۸۸	منابع و ماخذ

عنوان : پوشش بازنمایی شده در تلویزیون و هژمونی

دانشجو : ماهرخ حق پرس

این رساله تلاش می کند به بررسی چگونگی قرائت یا رمزگشایی مخاطبان از دو مجموعه تلویزیونی روز حسرت و مرگ تدریجی یک رویا بپردازد. این پرسش که مجموعه های تلویزیونی به مثابه گفتمان های ترکیبی چگونه معناها، ایده ها و ارزش های مد نظر نظام حاکم را از طریق به کارگیری یکسری تمهیدات و همچنین به واسطه برخی رمزگان اجتماعی و ایدئولوژیک مرجح می سازد و مخاطبان چگونه این معناها، ایده ها و ارزش ها را رمزگشایی می کنند موضوع اصلی پژوهش حاضر است. از این منظر، یک مجموعه نوعی ترکیب بندی عناصر مختلف و گاه متضاد است که حول نقطه محوری خاصی به واسطه عمل مفصل بندی وحدت یافته است. ذهنیت مخاطبان نیز که به عمل رمزگشایی دست می زنند توسط ترکیبی از عناصر مختلف شکل می گیرد. در مواجهه این دو ترکیب بندی است که معنا بر ساخته می شود. بر مبنای نظریه هال، به سه شیوه مختلف رمزگشایی توسط مخاطبان صورت می گیرد: ۱) مسلط-هژمونیک ۲) توافقی ۳) مخالف. در پژوهش حاضر تلاش شده است ابتدا متن دو سریال روز حسرت و مرگ تدریجی یک رویا به منظور بررسی خوانش مرجح آن ها بررسی شود و سپس با بهره گیری از روش مصاحبه عمیق به مطالعه قرائت های گوناگون دانشجویان از این مجموعه پرداخته شده است. نتایج بدست آمده در این پژوهش عبارت است از: تلاش سازندگان مجموعه های تلویزیونی برای برجسته کردن تقابل های دوتایی به واسطه شخصیت پردازی بازیگران مقابل هم، برقراری ارتباط بین ظاهر بازیگران با شخصیت و جایگاه اجتماعی آن ها به منظور هژمونیک کردن این دال ها، تقدیر گرایی بارز در این دو سریال و اینکه عقوبت اعمال انسان ها در همین دنیا داده می شود و نتایج دیگری که در فصل چهارم به آن پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: گفتمان، ترکیب بندی، مفصل بندی، خوانش مرجح، رمزگذاری، رمزگشایی، بلوک قدرت، هژمونی

Extract

(Title) : The coverage of representation on tv and hegemony

(Author) : Mahrokh Haghpor

This Thesis is trying to study on the decoding of audience of two serials (film): 'Regret day' and 'Gradual death of a dream'. The basic topic of this research is about this question that how serials as index combination can make meanings, ideas and values of Regime considered preferable, through using packer series and also through the some social and ideological codes and how audience decode these meanings, ideas and values. From this perspective a set of series is a composition of various elements and sometimes opposite that unities through articulation practice around the special pivot point. Audience mentality that does decoding also is formed by the combination of various elements. In the exposure of these two compositions, meaning is made. While decoding can be done based on theories in three styles: 1) dominant- hegemonic 2) negotiate 3) oppositional

In this research first it is tried to review the theme of two serials ' Regret day' and 'Gradual death of a dream' in order to review their preferred reading, and then it is studied on the different speech of students of this set of series. The results of this research includes: the efforts of film developers of these serials (film) in order to highlight binary conflict through the actors character processing in front of each other and to make contact among actors' appearance and their personality and social status in order to homogenize these and obvious honors integration in these two serials (film) and that the man can see the outcomes of his deed in this world and other results that will be discussed in chapter 4.

Key words : Discourse, Articulation, Preferred reading, Encoding, Decoding, Block power, Hegemony.

فصل اول:

طرح مسئله

۱-۱ مقدمه و بیان مسئله :

رسانه های ارتباطی و به ویژه تلویزیون از وجوه اصلی زندگی روزمره به حساب می آیند. تأثیر و نفوذ تلویزیون در میان جوامع جزء یکی از مهمترین تحولات در چهل سال اخیر بوده است. در گذشته تلویزیون نقش حاشیه ای و فرعی در زندگی مردم داشته است و غالباً وسیله ای برای تفریح و سرگرمی دانسته می شد. اما امروزه نقش رسانه در جوامع تغییرات زیادی کرده است و بسیار از فعالیت های اجتماعی ما را در بر می گیرد. از این رو به نقل از کلنر^۱ فرهنگ رسانه ای به یکی از نیروهای غالب در فرایند اجتماعی شدن تبدیل شده است و تصاویر و چهره های پر آوازه در مقام داوران سلیقه ، ارزش و تفکر جایگزین خانواده ، مدارس و نهادهای مذهبی شده اند و سرمشق های تازه ای برای هویت یابی و الگوهای هماهنگ سبک مد و رفتار ایجاد می کنند (کلنر : ۱۹۹۵ ، ۱۷ به نقل از بنت : ۱۳۸۶ ، ۱۱۹)

از این رو امروزه گسترش روز افزون وسایل ارتباط جمعی همراه با ایجاد امکانات و خلق توانمندی های نو در انتقال سریع اخبار ، افکار و روش های زندگی که در وظایف سه گانه خبری و آموزشی ، راهنمایی و رهبری، تفریحی و تبلیغی رسانه ها تبلور می یابد آن چنان رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی را با زندگی انسان ها و جوامع انسانی در آمیخته است که از این روزگار با نام و تعبیر عصر ارتباطات یاد می کنند. عصری که در آن رسانه های همگانی به مدد پیشرفت های شگرف ارتباطی به رسانه های قدرت و وسایل ارتباط جمعی به سبب گستره اثرگذاری های فردی و اجتماعی به تحول انگیزی معروف شده اند. (مانی فر : ۱۳۸۳ ، ۱۳۰)

در سال های اخیر بخش زیادی از پژوهش های علمی توجه خود را به مسئله ی رسانه و به ویژه تلویزیون متمرکز کرده اند. این توجه ناشی از دو عامل برجسته است یکی اینکه تلویزیون رسانه ای بسیار قابل دسترس است که در اکثر خانه ها پیدا می شود و دیگری اینکه منبع اصلی کسب اطلاع پیرامون رویدادها و وقایع است. اما این پژوهش ها غالباً بر مبنای رویکردهای کمی و پوزیتیویستی طراحی شده اند و بر روی دو موضوع متمرکزاند یکی تأثیر تلویزیون بر روی کودکان به عنوان پربیننده ترین مخاطبان و دیگری تأثیر ماهیت اخبار تلویزیون (گیدنز : ۱۳۸۶ : ۶۵۸)

نهاد های رسانه ای نهادهای سیاسی _ اجتماعی مهمی هستند که تحت تأثیر مستقیم نزاع های سیاسی و تحولات اجتماعی قرار می گیرند. رسانه ها فقط بازگو کننده و بازنمایی کننده واقعیات فرهنگی اجتماعی فرد به صورتی بی طرفانه نیستند بلکه کارکرد های ایدئولوژیک دارند. از سوی دیگر در جوامعی با نظام های بسته سیاسی و رسانه های انحصاری آنچه نمایش داده

¹ kellner

می شود گزینشی است و تصاویر ، عنوان ها و سبک هایی بازنمایی می شود که مجموعه دولت تصور صحیح بودن آن را دارد (توکلی : ۱۳۸۵). در بیان ماموریت سیاسی- اجتماعی تلویزیون و پیش بینی نقش های آینده ایی این رسانه ها می توان از اصول کلی و پیش فرض های بسیاری که درباره نقش و تاثیر آن ها آمده یاد کرد. اساسنامه سازمان در شمارش ماموریت ها و وظایف رادیو و تلویزیون به حفظ منافع ملی اشاره می کند و تشخیص این منافع و کوشش در راه تامین کامل آنها را از مسئولیت های بزرگ این سازمان می داند. از سوی دیگر اصول کلی و جهانی بر آن است که یک وسیله ارتباط جمعی قدرت عظیمی در سیاسی کردن توده ها دارد اما حساسیت کار در آگاهی از چگونه بدست گرفتن و چگونه بکار بستن این سلاح است. (سرفراز، ۱۳۸۷) بنابراین مطالب و محتوای برنامه های تلویزیونی جهت مند است . جایگاه رسانه در ایران جایگاهی تبلیغی و توجیهی است و هیچ استقلال حرفه ای از سوی دولت برای رسانه و دست اندر کاران آن در نظر گرفته نمی شود چنانچه در فصل دوازدهم قانون اساسی اصل ۱۷۵ آمده است که صدا و سیمای جمهوری اسلامی موظف به آزادی بیان ، رشد افکار مختلف و متفاوت در چارچوب رعایت دو عامل موازین اسلامی و مصالح کشور است.

در ادامه آمده است به منظور آنکه سیاست گذاری های رسانه ی ملی دستخوش تغییرات اصلی و اساسی و جایگزینی دولت ها نشود رئیس سازمان با حکم عالی ترین مقام رسمی کشور یعنی مقام رهبری تعیین و یا عزل می شود. مسئولان نظام در این اصل تلاش می کنند سازمان را از نهادی دولتی به نهادی حکومتی تبدیل کنند تا این سازمان حساس و تأثیرگذار بر افکار عمومی در انجام وظایف خود از هیجانات زود گذر سیاسی و سیاست بازی های متداول بر کنار ماند. همچنین بر مبنای اصل ۴۴ قانون اساسی رادیو و تلویزیون در زمره ی بخش های دولتی جای می گیرند که اداره ی آنها به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت است. (مانی فر: ۱۳۸۳ ، ۱۴۰ و ۱۴۱)

همچنین بر مبنای اصل هشتم قانون اساسی دعوت به خیر و امر به معروف و نهی از منکر وظیفه ی همگانی و متقابل مردم بر یکدیگر است از سوی دیگر قانون اساسی در اصل سوم خود بالا بردن آگاهی های عمومی را از جمله وظایف دولت با بهره گیری از ابزار های رسانه ای می داند. قرار گرفتن این دو گزاره در کنار یکدیگر ، رسانه ی ملی را به منزله ی ابزار امر به معروف و نهی از منکر در جامعه ی اسلامی ایران معرفی می کند . (همان ، ۱۵۱)

از سوی دیگر در کتابچه اهداف ، محورها و اولویت ها و سیاست های تولید ، تامین و پخش سال ۱۳۸۴، که به بررسی سیاست های رسانه ایی می پردازد تصریح می شود که برنامه های صدا و سیما باید مروج پوشش کامل برای زنان ، شامل چادر ،مانتو ،شلوار و جوراب با رنگ های مناسب و متین باشد.

طراحی لباس و آرایش نباید با معیارها ی زیباشناختی ،محتوای برنامه ها ، شخصیت مورد نظر و ارزش های فرهنگی مغایرت داشته باشد.

در برنامه ها استفاده از لباس های با رنگ ها و مدل های نامتعارف و نامناسب ممنوع می باشد.

در برنامه ها لازم است شان و منزلت چادر به عنوان حجاب برتر رعایت شود و از چادر در نقش های منفی و حقیر استفاده نشود مگر هنگامی که نقش منفی اشکارا از چادر سوئی استفاده کند در چنین وضعیتی لازم است در کنار شخصیت منفی ،شخصیت مثبت با پوشش چادر نیز در آن برنامه وجود داشته باشد.

اجرای فرایض دینی ،رفتارها و فعالیت های مذهبی باید به صورتی متناسب و با بهترین کیفیت در اعمال و حرکات نقش ها یمثبت برنامه ها تدارک شود.

آرایش سر و صورت افراد در برنامه ها باید بیامگر متانت ،عفاف و کرامت نفس آنان و متناسب با رفتارها و ارزش های دینی باشد.

بررسی مختصر اصول ذکر شده در قانون اساسی و همچنین اصول ذکر شده که راهنمای دست اندر کاران رسانه برای ساخت برنامه هایشان است بیان کننده ی نگاهی کاملا ارزشی و هنجاری به رسانه و برنامه های پخش شده از سوی آن است.نظام حاکم نیز با آگاهی کامل از قدرت و نفوذ تلویزیون در جامعه به اجرای ماموریت اساسی خود که عبارت است از بررسی اعتقادات اولیه،ایجاد دگرگونی ایی های لازم و ضروری در این اعتقادات و آفرینش پاره ی ارزش های نو به منظور آماده ساختن زمینه های پیشروی و تکامل و حذف افکار و اندیشه های مخالف و ناهماهنگ با سیاست حاکم در ایران پرداخته است.(سرفراز: ۱۳۸۷ (این نگرش حاکم بر رسانه ، تلویزیون و سایر رسانه ها را تبدیل به ابزاری ایدئولوژیک در دست طبقه ی حاکم می کند که با بهره گیری از آن تلاش می کنند ذهنیت سوژه ها را به نحو مورد دلخواه خود کنترل کنند. در واقع کسانی که نهادهای قدرت را کنترل می کنند به سلیقه ی توده ها متوسل می شوند تا چارچوب های اخلاقی و اشتراکی را پدید آورند که از طریق آن بتوانند وضعیت مورد دلخواه خود را باز تولید نمایند.

همان گونه که گرامشی بیان می کند سلطه به واسطه زور یا حتی به واسطه استدلال فعال عمل نمی شود بلکه به واسطه قدرتی پیچیده تر و فراگیر توسط ابزارهای ایدئولوژیکی چون رسانه های جمعی ، آموزش و پرورش و نهادهای مذهبی اعمال می شود که به کمک آنها منافع طبقات حاکم به عنوان منافع مشترک همگان ارائه می شود.(توکلی: ۱۳۸۶)

این رساله بر خلاف رویکردهای پوزتیویستی است که معتقدند سریال ها تأثیرات واحدی بر توده ی همگن مخاطبان می گذارند و همچنین بر خلاف رویکرد تحلیل متن است که در پی کشف و افشای معنای نهفته در سریال ها هستند ، قصد اصلی محقق تحلیل این مسئله است که معنا در فرایند تولید و مصرف سریال های تلویزیونی چگونه بر ساخته می شود.

آنچه که در این پژوهش و بر مبنای چارچوب نظری مبنا قرار گرفته این مسئله است که رسانه و بالاخص تلویزیون دستگامی ایدئولوژیک است ، به عبارتی دیگر قدرت پنهان در گفتمان حاکم بر جامعه تلاش می کند به واسطه رسانه به ایجاد و تقویت بلوک هژمونیک اقدام کند تا از این طریق آنچه را که به نفع خودش بوده و در جهت باز تولید مناسبات حاکم بر جامعه است را گزینش کرده و به نمایش بگذارد. اما سوال اصلی این پژوهش این است که چگونه نظام حاکم این کار را انجام می دهد. به منظور بررسی سوال مطرح شده از میان برنامه های مختلف پخش شده در تلویزیون ، سریال ها مد نظر قرار گرفته شده است.

مجموعه های خانوادگی به عنوان پر بیننده ترین برنامه های تلویزیون به صورت سنتی به بافت روابط اجتماعی می پردازند و این پرسش را پیش می کشند که زندگی شخصی را چگونه باید گذراند و فرصت های بی پایانی برای بررسی و تعمیم درباره ی مسائل مربوط به وفاداری ، صداقت ، سرخوردگی و نا امیدی را به وجود می آورند. بنابر این سریال ها درجه ی بالایی از توجه مخاطبان و درگیری با آن را ایجاد می کنند و مخاطبان به جای آنکه آنها را به عنوان روایت خاتمه یافته تماشا کنند به صورت فعال روی متن آن ها کار می کنند و آن را به شیوه ای باز پردازی می کنند که در متن و زمینه ی زندگی روز مره خودشان معنا دار شود. مخاطبان سریال ها را می توان مرکب از اجتماعات تفسیر گر مختلفی دانست که درگیر روابط گفتمانی در چارچوب خصوصیت های متنی گوناگون این سریال ها بر مبنای تصورات خویش می شوند. (بنت : ۱۳۸۶ ، ۱۲۵ ، ۱۲۷)

مجموعه های تلویزیونی به مثابه متن مرکب از تأکیدات خاصی هستند و گفتمان های متعددی را بازتولید می کنند اما آنچه برای محقق قابل توجه و بررسی است پوشش بازنمایی شده زنان در سریال های ایرانی است. این رساله در پی توجه به مسئله پوشش بازنمایی شده زنان در رسانه به منزله ابزاری هژمونیک برای باز تولید مناسبات حاکم بر جامعه است . علت توجه به مسئله پوشش این است که نزدیک به سه دهه است که قانون حجاب اجباری به تصویب رسیده است و پس از تصویب این قانون مسئله پوشش زنان از مسائل محوری در گفتمان سیاسی دوران کنونی شده است.

با نظر به اینکه بررسی تاریخی چارچوب های ارزشی و هنجاری در رویکرد تاریخی یشان امری مهم به شمار می آیند سخن گفتن از پوشش و آرایش نیز در هر مقطعی معناهای گوناگون و کارکردهای مختلف داشته است. اما به طور کلی حجاب اجباری با تعریف خاصی که از آن شده است در گفتمان سیاسی جامعه ی ما به مثابه یک سیستم همسان ساز برای اعمال سیاست های نظام عمل کرده است . اگر چه مرز بین داشتن حجاب و نداشتن حجاب در رسانه ی ایران به دلیل اجباری بودن

پوشش در جامعه کمرنگ است اما تنوع و تکثر حاکم بر سبک ها و مدل های مختلف لباس و آرایش در سال های اخیر می تواند دالی بر مقاومت در برابر گفتمان رسمی و حاکم بر جامعه باشد .

نکته ی دیگر این است که، علاوه بر اینکه چگونگی مرجح سازی و کدگذاری پوشش و آرایش زنان در سریال های تلویزیونی مورد توجه است ، نحوه ی واکنش مخاطبان به این شیوه مرجح سازی نیز در نظر گرفته شده است. به نحوی که بر مبنای چارچوب نظری مورد استفاده که برگرفته از آراء نظریه پردازان مکتب مطالعات فرهنگی است مخاطبان توده هایی منفعل و صرفاً پذیرا نیستند بلکه به دلیل قرار گرفتن در زمینه های اجتماعی و فرهنگی متفاوت و دسترسی به گفتمان های دیگر به خوانشی متفاوت با آنچه که مد نظر رمز گذاران است دست می زنند.

بنابر این امکان مقاومت مخاطبان در برابر قدرت حاکم بر گفتمان رسانه مورد توجه قرار گرفته است. بدین معنا که گرچه مجموعه های تلویزیونی ایرانی می کوشند معناها و ایده ها و ارزش های خاصی را مرجح سازند و با استفاده از شگردها و تمهیدات و تکنیک های مختلف آنها را به مخاطبان القا کنند اما مخاطبان خوانش دیگری از این مجموعه ها دارند. گفتمان یک مجموعه ترکیبی از عناصر و مقولات خاص است و گفتمان حاکم بر سوژکتیویته^۱ مخاطبان نیز ترکیبی از عناصر دیگر است. مواجهه ی این دو ترکیب بندی ، همان عرصه ایست که در آن معنا ، تفسیر ، قرائت و بر ساخته می شود . (محمدی : ۱۳۸۷

، ۸۹)

¹ Subjectivite

۱-۲ اهمیت و ضرورت پژوهش :

رادیو ، تلویزیون و سایر محصولات فرهنگ رسانه ای متونی را تولید می کنند که هویت ما و برداشت ما از خویشتن را می سازند. انگاره های رسانه ایی به شکل گیری دید ما از جهان و ایجاد ارزش های پایدار کمک می کنند. از این رو ما در یک جامعه رسانه ایی غوطه ور هستیم و لازم و ضروری است تا یاد بگیریم که چگونه معانی و پیام های رسانه ایی را درک و تفسیر کنیم و مورد نقادی قرار دهیم.

رسانه ها یک منبع اساسی اغلب بد فهمیده شده فراگیر برای مفاهیم فرهنگی هستند. آنها در آموزش چگونگی رفتار ما نقش دارند و در اینکه به چه موضوعاتی تفکر ، احساس و تمایل داشته باشیم سهیم هستند. رسانه ها به ما یاد می دهند چگونه لباس بپوشیم ، ظاهر آرایبی و مصرف کنیم و چگونه با نظام هنجارها ، ارزش ها ، عرف ها و رسوم هماهنگ باشیم. (کلنر: ۲۰۰۷)

تحصیل سواد رسانه ای انتقادی منبع مهمی برای افراد است تا یاد بگیرند که چگونه با یک محیط فرهنگی ارزش گذاری شده رو برو شوند. یادگیری چگونگی خوانش ، انتقاد و مقاومت در برابر فریبکاری فرهنگی _ اجتماعی می تواند خود را در رابطه با اشکال مسلط رسانه ایی و فرهنگی تقویت کند و قدرتمند سازد. بنابراین تاکید بر نقش تلویزیون در این رساله به عنوان ابزار ترویج و تبلیغ هژمونی حکومتی منجر به ایجاد تردید پیرامون نقش مثبت رسانه و ایجاد دیدگاه های تاملی تر مخاطبان پیرامون اثر رسانه بر ذهنیت آن ها می شود. این سواد رسانه ای انتقادی می تواند اقتدار و استقلال افراد را در برابر فرهنگ رسانه ایی تقویت سازد و به افراد در مقابل محیط فرهنگی یشان قدرت بیشتری دهد.

اهمیت دیگر این پژوهش بررسی مسئله پوشش بازنمایی شده زنان در رسانه از دیدی جدید و در قالب نظریه های انتقادی و فارغ از مسائل مرتبط به سبک زندگی و مصرف و یا دیدگاه های فمینیستی است. بر اساس این نگرش ، ارزش گذاری که پیرامون پوشش بازنمایی شده در رسانه صورت می گیرد به مثابه ابزاری برای هژمونیک شدن گفتمان حاکم بر جامعه که در جهت بازتولید مناسبات موجود است عمل می کند.

۱-۳ سوالات پژوهش :

سولاتی مطرح شده در این رساله که محقق در پی پاسخ گویی به آن است عبارت اند از:

۱. چگونه نظام حاکم پوشش و آرایش زنان در سریال های تلویزیونی ایران را مرجح و رمز گذاری می کند؟
۲. چگونه دانشجویان بیننده ی سریال های مد نظر ، تصویر بازنمایی شده ی زنان در سریال ها را رمز گشایی می کنند؟
۳. چه رابطه ای بین پایگاه اجتماعی-فرهنگی خانواده دانشجویان بیننده سریال ها و شیوه رمزگشایی آنها از پوشش کد گذاری شده در سریال های تلویزیونی وجود دارد؟
۴. چه رابطه ای بین اعتقادات مذهبی دانشجویان بیننده سریال ها و شیوه رمزگشایی آنها از پوشش کد گذاری شده در سریال های تلویزیونی وجود دارد؟

۱-۴ فرضیات :

فرضیات این پژوهش بر مبنای مطالعات اکتشافی صورت گرفته توسط محقق بدست آمده است. این فرضیات برگرفته از متون نظری بررسی شده و همچنین پژوهش های قبلی صورت گرفته در این زمینه است. فرضیات پژوهش به شرح زیر می باشند :

- نظام حاکم، پوشش بازنمایی شده در رسانه را به گونه ای رمزگذاری و مرجح می کند که به باز تولید مناسبات حاکم بر جامعه منجر شود.
- دانشجویان بیننده سریال های تلویزیونی ایرانی در مواجهه با پوشش بازنمایی شده زنان در سریال های بررسی شده مقاومت می کنند.
- دانشجویان بیننده سریال های تلویزیونی ایرانی که خانواده ایی با جایگاه فرهنگی - اجتماعی پایینی دارند پوشش بازنمایی شده در سریال های مد نظر را به شیوه ی مسلط - هژمونیک رمز گشایی میکنند.
- دانشجویان بیننده سریال های تلویزیونی ایرانی که خانواده ایی با جایگاه فرهنگی - اجتماعی متوسطی دارند بصورت توافقی پوشش بازنمایی شده سریال های مد نظر را رمز گشایی می کنند.
- دانشجویان بیننده سریال های تلویزیونی ایرانی که خانواده ایی با جایگاه فرهنگی - اجتماعی بالایی دارند در برابر پوشش بازنمایی شده در سریال های مدنظر مقاومت می کنند.
- دانشجویان بیننده سریال های تلویزیونی ایرانی که از اعتقادات مذهبی بالایی برخوردارند پوشش بازنمایی شده در سریال های مد نظر را به شیوه ی مسلط _ هژمونیک رمزگشایی می کنند.
- دانشجویان بیننده سریال های تلویزیونی ایرانی که از اعتقادات مذهبی متوسطی برخوردارند بصورت توافقی پوشش بازنمایی شده در سریال های مد نظر را رمز گشایی می کنند.
- دانشجویان بیننده سریال های تلویزیونی ایرانی که از اعتقادات مذهبی پایینی برخوردارند در مقابله با پوشش بازنمایی شده ی سریال های مدنظر مقاومت می کنند.

فصل دوم:

ادبیات پژوهش و چارچوب نظری

۲-۱ پیشینه تحقیق:

در این قسمت به بررسی چند کار تحقیقی که در ارتباط با موضوع این رساله است و در ایران و دنیا صورت گرفته پرداخته می شود. در ابتدا تحقیقات داخلی و سپس تحقیقات خارجی مورد بررسی قرار می گیرند.

۲-۱-۱ پژوهش های داخلی:

مطالعه تلویزیون و تاثیر آن بر روی مخاطبان سابقه طولانی دارد اما اکثر این مطالعات بر اساس رویکرد های پوزیتویستی و سنت ارتباطات توده ایی آمریکایی طراحی شده است. اگر چه مطالعه رسانه و بالخصوص تلویزیون در چهارچوب سنت مطالعات فرهنگی سابقه زیادی ندارد اما امروزه به یکی از حوزه های وسیع و پر مناقشه تبدیل شده است. در ایران نیز پژوهش های زیادی پیرامون اثر رسانه بر مخاطبان و مسئله باز نمایی در رسانه صورت گرفته است اما رویکرد های نظری آن متفاوت از سنت مطالعات فرهنگی بوده است. در چهارچوب رویکرد نظری مطالعات فرهنگی به چند کتاب و رساله می توان اشاره کرد که در سال های اخیر انجام شده است و یا با مبنای نظری این پژوهش قرابت دارد و یا به مسئله رسانه و باز نمایی پرداخته اند.

حسین پاینده در کتاب قرائت نقادانه از آگهی های تجاری در تلویزیون ایران (۱۳۸۴) با پیروی از الگوی مطالعات فرهنگی پیرامون تبلیغات تجاری به بررسی متن آگهی ها و نحوه بر ساخته شدن معانی فرهنگی درون متن تبلیغات می پردازد. تحقیق پاینده در این کتاب بر این فرض استوار است که آگهی های تجاری ای که بین برنامه های گوناگون از تلویزیون ایران پخش می شوند نه صرفا ترفند های تبلیغاتی برای سوق دادن بینندگان به خرید کالاهای معین، بلکه از هر حیث بر سازنده و مبین ارزش های فرهنگی غالب در جامعه ی امروز ما هستند. به بیان دیگر، گفتمان فرهنگی خاصی در پس این آگهی ها، مخاطبان آنها را به اتخاذ نگرش ها و الگوهای رفتاری معین و نیز به باور آوردن به ارزش های اجتماعی معین ترغیب می کند. (پاینده: ۱۳۸۴، ۱۰)

این اثر مجموعه ایی از رهیافت های نقد ادبی جدید از قبیل نقد فرمالیستی، نقد روانکاوانه، نقد فمینیستی، نقد مارکسیستی و نقد نشانه شناسانه را برای فهم دلالت های پیچیده ی فرهنگی آگهی های تجاری به کار برده شده است. (پاینده: ۱۳۸۴، ۱۲)

در این پژوهش ابتدا تعدادی از آگهی های تجاری تلویزیون ایران طی سه دوره سه ماهه ضبط شده اند و پس از دسته بندی مضمونی، بر گزیده ایی از آن با استفاده از رهیافت های نقد ادبی مورد بررسی قرار گرفتند و در پایان بررسی، محقق به این نتیجه گیری می رسد که آگهی های تجاری تلویزیونی مشحون از ایماژهایی هستند که به نامحسوس ترین شکل برخی از

نگرش ها را به منزله ی باورهای سازگار با ارزش های غالب در جامعه به بیننده ارائه می دهند و بدین ترتیب نگرش های مغایر با گفتمان مسلط اجتماعی را به عنوان دیدگاه های ناپذیرفتنی نفی می کنند. (پاینده: ۱۳۸۴، ۲۸۳)

پایان نامه دکترای محمد رضایی با عنوان بحران در باز تولید هژمونی دولت از طریق گفتمان مدرسه از حیث نظری به این پژوهش کمک زیادی کرده است. مبانی نظری این رسانه ترکیبی است از نظرات آلتوسر پیرامون ایدئولوژی، باز تولید و تکوین ذهنیت و نظریه هژمونی گرامشی و نگاه جدید لاکلاو و موفه به مسئله هژمونی که منجر به مطرح شدن مفهوم گفتمان شد و همچنین مدل رمز گذاری و رمز گشایی استوارت هال. رضایی در پژوهش خود به دنبال بررسی این نکته است که نظام های ایدئولوژیک مانند آموزش و پرورش علاوه بر تلاش های خود که به تبلیغ نمایی وسیع دامن می زنند دستگاه های کار آمد از حیث دسترسی به نتایج دلخواه نیستند. در واقع ادعای اصلی او این است که صرف ایدئولوژیک بودن نظام آموزش و پرورش به معنای موفقیت آن در تکوین دلخواهانه ی ذهنیت مخاطبان آن نیست. (رضایی: ۱۳۸۷، ۲۲)

سوالات مطرح شده در این پژوهش عبارت اند از: الف) چه تلاش هایی در سطح مدرسه صورت می گیرد تا پیام های ایدئولوژیک به شکل دلخواه نظام حاکم قرائت شود؟ ب) نحوه انطباق میان ذهنیت دانش آموزان و پیام های ایدئولوژیک مورد نظر نظام آموزش و پرورش چگونه است؟ ج) در صورت وجود چنین انطباقی کدام عوامل موثرند؟ اما پرسش اصلی این است که آیا نهاد آموزش می تواند ارزش های مورد نظر خود را از طریق مدرسه بازتولید کند؟ (همان: ۲۳، ۲۴)

این تحقیق به شیوه مورد پژوهی از نوع مطالعه موردی ابزاری انجام شده. به این منظور محقق هفت مدرسه دولتی را از بین مدارس شهر تهران که در نقاط مختلف قرار گرفته اند را انتخاب کرد. بر اساس نتایج بدست آمده می توان گفت نهاد مدرسه متشکل از سه گفتمان مجزاست که محقق از آن به گفتمان موفقیت تحصیلی، گفتمان نظم و گفتمان پرورشی یاد می کند و هر یک از این گفتمان ها در مقام چارچوبی عمل می کنند که فرمول بندی ها و نمادپردازی های مربوط به مجموعه های خاصی از بازنمودهای ایدئولوژیک را در بر می گیرند. (همان: ۱۸۵، ۱۸۶)

نکته دیگری که در این پژوهش محقق به آن توجه کرده است این است که اغلب تصور می شود که نقش مدرسه در جامعه پذیری و تحکیم ارزش های نظام اجتماعی بسیار جدی است اما عملاً شاهد عدم انطباق بین سطح تولید پیام های ایدئولوژیک در سازمان آموزش و پرورش و سطح مصرف یا رمز گشایی پیام ها هستیم وضعیت یاد شده محصول دو پدیده مقاومت یا بی اعتنائی دانش آموزان نسبت به پیام های ایدئولوژیک در مدرسه است. در واقع ما با نهادی مواجه هستیم که گفتمان رایج در آن، گفتمان مد نظر نیروی مسلط نیست. در این جا گفتمان گروه های فرا دست اجتماعی در نزاع گفتمانی عرصه را به گفتمان