

پایان نامه کارشناسی ارشد
مطالعات فرهنگی

سریال‌های تلویزیونی و زندگی روزمره
(پژوهشی در میان دختران جوان)

استاد راهنما: دکتر محمدسعید ذکایی
استاد مشاور: دکتر سیدمحمد مهدی زاده
پژوهشگر: مبینا بنی‌اسدی

بهمن ماه ۱۳۸۸

چکیده

تلویزیون رسانه قدرتمندی است که حضور خود را به عنوان یکی از عوامل کنترل افکار تثبیت کرده است، رسانه‌ای است که می‌تواند بر افکار و زندگی مردم تاثیر داشته باشد، بسیاری از اقشار جامعه با تلویزیون خو گرفته‌اند و این رسانه نقش عمده‌ای در زندگی آنها دارد. در ایران این جایگاه پررنگ‌تر است و بسیاری از خانواده‌ها تنها سرگرمی خود را تلویزیون می‌دانند، در این میان سریال‌های تلویزیونی جزو پربیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی است که تاثیر عمیقی را بر مخاطب خود دارند. این پژوهش به دنبال اثبات این ادعاست و می‌خواهد تاثیر سریال‌های تلویزیونی بر زندگی روزمره مردم را کاوش کند.

برای انجام این پژوهش در بخش نظری از روش اسنادی است. در بخش سنجش نگرش و اجرای تحقیق از دو روش کمی (پیمایش) و روش کیفی (مصاحبه نیمه‌ساخت یافته) استفاده شده است. حجم نمونه در این پژوهش در بخش پیمایش ۲۰۰ نفر از دختران جوان مقطع دبیرستان و پیش‌دانشگاهی بوده که با نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده انتخاب شده‌اند. شاخص طبقه نیز به عنوان شاخصی مهم در نوع قرائت از متن رسانه‌ها و نیز سبک زندگی در انتخاب نمونه لحاظ شد و ۱۰۰ نفر از نمونه‌های این بخش از مناطق جنوب و ۱۰۰ نفر دیگر از میان شمال شهر تهران انتخاب شدند. در بخش مصاحبه عمیق هم ضمن ملاحظه طبقه افراد نمونه‌ها به صورت غیرتصادفی و انتخابی از بین همین دانش‌آموزان انتخاب شدند. یافته‌ها و نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه بین سریال‌های تلویزیونی و زندگی روزمره است. بر اساس یافته‌ها، تلویزیون به گونه‌ای موثر در شکل‌دهی به نوع و کیفیت زندگی روزمره از طریق تاثیری که بر سوژکتیویته افراد می‌گذارد، تاثیر دارد و بیش از هر رسانه دیگری علاوه بر اینکه بر گسترش حوزه‌های خصوصی افراد دامن می‌زند و آنها را به سمت فردگرایی هدایت می‌کند، بر کیفیت سبک زندگی و تجربیات زندگی روزمره نیز اثر می‌گذارد.

کلمات کلیدی: سریال تلویزیونی، زندگی روزمره

| | |
|----|---|
| ۲ | فصل اول: طرح تحقیق |
| ۶ | ۱-۱: طرح مساله |
| ۱۰ | ۲-۱: ضرورت و اهمیت تحقیق |
| ۱۱ | ۳-۱: اهداف تحقیق |
| | ۴-۱: سوالات تحقیق |
| | فصل دوم: مبانی نظری تحقیق |
| ۱۳ | ۱-۲: بخش اول |
| ۱۳ | ۱-۱-۲: مفهوم زندگی روزمره |
| ۱۶ | ۲-۱-۲: زندگی روزمره از دیدگاه جامعه‌شناسان |
| ۲۰ | ۳-۱-۲: نظریه‌های انتقادی و زندگی روزمره |
| ۳۰ | ۴-۱-۲: تجربه در زندگی روزمره |
| ۳۴ | ۵-۱-۲: مقاومت در زندگی روزمره |
| ۳۷ | ۲-۲: بخش دوم: رسانه و مخاطب |
| ۳۷ | ۱-۲-۲: نظریه‌های ارتباطی در خصوص تاثیرات رسانه‌ها و مخاطبان |
| ۳۷ | ۱-۱-۲-۲: الگوی سوزن تزریقی |
| ۳۹ | ۲-۱-۲-۲: استفاده و رضامندی |
| ۴۱ | ۲-۲-۲: مفهوم لذت و مخاطب |
| ۴۴ | ۳-۲-۲: تاثیر رسانه بر مخاطب |
| ۵۳ | ۴-۲-۲: تلویزیون و مخاطب |
| ۵۷ | ۳-۲: بخش سوم: نگاهی به موضوع در مطالعات فرهنگی |
| ۵۷ | ۱-۳-۲: مطالعات فرهنگی؛ سریال و زندگی روزمره |
| ۶۱ | ۲-۳-۲: استوارت‌هال؛ رمزگذاری و رمزگشایی |
| ۶۷ | ۳-۳-۲: دیوید مورلی و مطالعه مخاطبان |
| ۶۹ | ۴-۳-۲: جنیس ردوی |
| ۷۳ | ۵-۳-۲: دوسرتو |
| ۷۵ | ۶-۳-۲: امبرتو اکو |
| ۷۷ | |
| ۷۷ | |

۴-۲: بخش چهارم

۱-۴-۲: نتیجه گیری

۲-۴-۲: سریال خانوادگی

۳-۴-۲: ویژگی های سوپاپرا

۴-۴-۲: مطالعات فرهنگی؛ سریال و زندگی روزمره زنان

۵-۴-۲: سریال ها و سبک زندگی

۶-۴-۲: تلویزیون و نسل کودک و نوجوان

۵-۲ چارچوب نظری

۶-۲: مروری بر مطالعات انجام شده

فصل سوم: روش شناسی و روش تحقیق

۱-۳ روش شناسی

۲-۳ روش تحقیق

۳-۳ روش های جمع آوری اطلاعات

۱-۳-۳ بخش کمی

۲-۳-۳ روش کیفی

۴-۳: روش نمونه گیری

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه یافته ها

۱-۴: بخش کمی

۱-۱-۴: جداول توصیفی

۲-۱-۴: جداول توافقی

۳-۱-۴: جداول همبستگی

۲-۴: تحلیل یافته های بخش کیفی

۱-۲-۴ نحوه گذران اوقات فراغت

۲-۲-۴: علاقه به هنرپیشه های سینما و تلویزیون

۱۲۱

۱۲۵

۱۲۶

۱۲۷

۱۲۷

۱۲۸

۱۳۰

۴-۲-۳ اعمال قدرت در کنترل تلویزیون

۴-۲-۴ فضای دلخواه برای تماشای تلویزیون

۴-۲-۵ آموزنده یا سرگرم کننده کدام مهمتر است؟

۴-۲-۶ سانسور در سریال‌های تلویزیونی

۴-۲-۷ پیگیری سریال‌های تلویزیونی

۴-۲-۸ هم ذات پنداری با شخصیت‌های سریال‌ها

۴-۲-۹ کسب تجربه از طریق سریال‌های تلویزیونی

۴-۲-۱۰ سریال‌های ایرانی یا خارجی

فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری

۵-۱ نتایج پژوهش

۵-۲ پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

منابع و مأخذ

ضمایم

فهرست جداول و نمودارها

| | |
|-----|---|
| ۱۱۴ | جدول توصیفی ۴-۱-۱-۱: تاثیر بر زندگی روزمره |
| ۱۱۵ | جدول توصیفی ۴-۱-۱-۲: اوقات تماشای تلویزیون |
| ۱۱۵ | جدول توصیفی ۴-۱-۱-۳: علاقه به نوع سریال |
| ۱۱۶ | جدول توصیفی ۴-۱-۱-۴: ژانر سریال |
| ۱۱۷ | جدول توصیفی ۴-۱-۱-۵: تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای |
| ۱۱۸ | جدول توصیفی ۴-۱-۱-۶: تجربه |
| ۱۱۸ | جدول توصیفی ۴-۱-۱-۷: علاقه به سریال |
| ۱۱۹ | |
| ۱۱۹ | |

جدول توصیفی ۴-۱-۱-۸: قدرت

جدول توصیفی ۴-۱-۱-۹: سن

جدول توافقی ۴-۱-۲-۱: منطقه محل سکونت و تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای

جدول ۴-۱-۳-۱: همبستگی میان متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

فصل اول:

بیان موضوع

تلویزیون عامه‌پسندترین جلوه فرهنگ در قرن بیست و یکم است؛
بی‌تردید می‌توان گفت که در سرتاسر جهان، مردم برای گذراندن اوقات
فراغت خود بیش از هر کار دیگری برنامه‌های تلویزیون را تماشا
می‌کنند.
(استوری، مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه)

۱-۱: طرح مساله:

بررسی تاثیراتی که تلویزیون بر زندگی روزمره می‌گذارد، ظرافت‌های خاص خودش را دارد. از
سویی جایگاهی که خود تلویزیون به عنوان یک وسیله مدرن در زندگی روزمره ما دارد، جدای از
ژانرهای مختلف برنامه سازی موضوعی است که می‌توان به آن اشاره کرد. صرفاً اگر بخواهیم به
تغییر مداوم کانال‌ها که بخشی از اوقات فراغت روزمره بسیاری از مخاطبان این رسانه را به خود
اختصاص می‌دهد توجه کنیم به نقش پررنگ تلویزیون پی خواهیم برد.

همچنین توجه به مخاطبان برنامه‌های مختلف تلویزیونی ما را با طیف وسیعی از انسان‌ها مواجه
می‌کند که قسمتی از زندگی روزمره خودشان را پای این رسانه می‌گذرانند؛ برنامه‌های ورزشی،
کمدی، مستندهای علمی، مجله‌های تلویزیونی، مباحث کارشناسی، برنامه‌های مذهبی، بخش‌های
مختلف خبری و از همه مهمتر و پربیننده‌تر سریال‌های تلویزیونی همه روزه مخاطبان بسیاری را
جذب خود می‌کنند که اثر این برنامه‌ها حتی ساعت‌ها و یا روزهای بعد نیز در زندگی روزمره این
مخاطبان احساس می‌شود. واضح‌ترین شکل این اثر زمانی است که مخاطبان مختلف در مواجهه با
یکدیگر به بحث و تبادل نظر در رابطه با قسمت خاصی از یک سریال، برنامه خبری خاص و یا
مسابقه فوتبالی که قبلاً دیده‌اند می‌پردازند.

اگر بخواهیم موضوع بحث را به سریال‌های تلویزیونی محدود کنیم، این اثر به همین جا ختم
نمی‌شود و گاهی مشاهده می‌کنیم که مخاطبان برنامه‌ها به اشکال مختلف از روند داستانی سریال‌ها
در زندگی عادی خود الگوپذیری می‌کنند. حتی شخصیت‌های این سریال‌ها و نحوه مواجهه آنها با
مسائل روزمره نیز دستمایه‌ای می‌شود برای مخاطبان تا در شرایط مشابه به نحوی از تجربه
شخصیت سریالی استفاده کنند. مقوله همذات‌پنداری نیز در بسیاری موارد جای توجه دارد. هستند
تعداد زیادی از مخاطبان که به جهت شباهت قصه زندگی‌شان با مسیر داستان سریال تلویزیونی، با
شخصیت‌های داستان همذات‌پنداری می‌کنند. همه اینها نشان می‌دهد که سریال‌های تلویزیونی
مخاطبان گسترده‌ای دارند و این ژانر به انحاء مختلف در زندگی روزمره آنها نقش دارد.

عصر حاضر را می‌توان عصر ارتباطات نام نهاد. شیوه‌های ارتباطی نوین، در نتیجه رشد و توسعه
فناوری‌های نوین ارتباطی، زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها را در سراسر نقاط جهان، تحت

تأثیرات عمیق و همه جانبه‌ای قرار داده و زندگی انسان‌ها بیش از هر زمان دیگری تحت تاثیر وسایل ارتباط جمعی قرار گرفته است. از این رو در حال حاضر اهمیت مطالعه رسانه‌ها و بالاخص تلویزیون از بعد مضامین و محتوای در برگیرنده آن و تاثیرات آنها یکی از موضوعات مهم اهالی علوم ارتباطات تلقی می‌شود، ضمن آنکه حوزه مطالعات فرهنگی نیز با رویکرد بین رشته‌ای خود محمل مناسبی است تا از نگاهی دیگر و ترکیبی واقعا میان رشته‌ای به این مقوله نگاه کند.

در میان رسانه‌ها، آنچه بیش از همه مورد مطالعه قرار می‌گیرند، رسانه‌های جمعی هستند و در میان این رسانه‌های جمعی، تلویزیون است که یکه‌تازی می‌کند. هم اکنون در سراسر دنیا هر خانواده این نیاز را می‌بیند که یک دستگاه تلویزیون داشته باشد و مدت زمانی از ساعات روزانه خود را به عنوان مخاطب برنامه‌های تلویزیونی پای این رسانه صرف کند.

اندی بنت به نقل از لول وهال^۱ می‌نویسد: تمرکز روی تلویزیون را می‌توان ناشی از دو عامل عمده دانست. نخست، تلویزیون رسانه‌ای بسیار قابل دسترس است که در اکثریت خانه‌های بسیاری از کشورهای مختلف سراسر جهان پیدا می‌شود. دوم، تلویزیون منبع اصلی اطلاعات درباره رویدادها و تحولات محلی و جهانی است. (بنت، ۱۳۸۶: ۱۲۲)

بی‌تردید می‌توان گفت که اگر رسانه‌ها را در یک طبقه‌بندی کلی به دو دسته شفاهی و مکتوب تقسیم کنیم، سهم رسانه‌های شفاهی از اختصاص مخاطبان به خود بیشتر از رسانه‌های مکتوب است. ورود هر رسانه جدید با واکنش‌های مختلفی روبروست و تاثیرات متفاوتی بر فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های افراد جامعه دارد. به نحوی که حتی می‌تواند الگوهای رفتاری مشخصی بعد از مصرف فیلم‌ها و سریال‌های خانوادگی و برنامه‌های کم‌مدی تلویزیون به وجود آید. در واقع فرآیند انتقال ارزش‌ها توسط برنامه‌های مختلف تلویزیونی (سریال‌ها، فیلم‌های داستانی بلند و کوتاه، اخبار و ...) صورت می‌گیرد. تزریق این ارزش‌ها که با ظرافت تمام (به عنوان مثال از طریق کلمات، موسیقی، ابزار و وسایل مورد استفاده در برنامه‌ها، تکنیک‌های خاص تصویری، نوع لباس و...) در لابه‌لای برنامه‌ها پوشیده و مستتر است، در سطوح جامعه انتقال می‌یابد و افراد با شیوه‌های مختلفی چون همانندسازی و تقلید، ارزش‌های منتشر شده توسط برنامه‌های تلویزیونی را درونی می‌کنند. با توجه به سهولت استفاده از تلویزیون و انبوه مخاطبین آن و با در نظر گرفتن این نکته که تلویزیون تنها به عنوان وسیله‌ای برای کسب خبر و آگاهی مورد استفاده قرار نمی‌گیرد؛ بلکه منبعی برای ارسال ارزش‌های مختلف نیز تلقی می‌شود بیش از پیش اهمیت حیاتی این وسیله آشکار می‌شود.

1. Lull & Hall

همچنین تلویزیون در شکل دهی به باورهای کودکان درباره زندگی خانوادگی، نقش مهمی دارد. تلویزیون، خانواده‌های نمونه را برای بینندگان از جمله کودکان معرفی می‌کند و بر ارزش‌های خاصی تأکید می‌ورزد یا برخی از مسائلی که برای اعضای خانواده (دختران و پسران) مهم هستند، به بینندگان ارائه می‌کند. در این میان، کودک نقش‌های خانوادگی خود را در خلال برنامه‌های تلویزیون می‌یابد. بنابراین، تلویزیون به یک معنا، نمایش دهنده خانواده و نقش‌های خانوادگی (نقش مادری، پدری، خواهری، برادری و روابط بین آنها) است که کودک آنها را می‌آموزد. (عزیزی، ۱۳۷۳: ۱۰۲)

در حوزه مطالعات فرهنگی بخش اعظم مطالعاتی که پیرامون تلویزیون انجام گرفته درباره سریال‌های تلویزیونی و مخاطبان آنها (عمدتاً مخاطبان زن) بوده است. دورتی‌هابسون، تانیا مادلسکی، جنیس ردوی، شارلوت براندسدون، رابرت آلن، الن سایتر، جان تولوش، لاییز و کاتز همگی در زمره آنهایی هستند که به تحلیل سریال‌ها و مخاطبانشان پرداخته‌اند. از نظر این پژوهشگران مقوله سریال آبکی^۲ با مخاطبان زن گره خورده است. پرسش اصلی درباره این سریال‌ها این است که چرا این ژانر اساساً برای زنان لذت‌بخش است؟ در پاسخ دو فرضیه مطرح شده است: «یکی همگونی بین سبک روایی این برنامه‌ها و سرشت چرخشی و دایما قطع شونده کارهای خانگی زنان، دیگری تناسب توان‌های اجتماعی و فرهنگی زنان با تمرکز این سریال‌ها بر پیچیدگی‌های روابط انسانی» (آزاد ارمکی و محمدی، ۱۳۸۵: ۷۷ (نقل از سایتر، ۱۹۸۹: ۳۰)).

از آنجا که غالب مخاطبان سریال‌های تلویزیونی را زنان خانه‌دار تشکیل می‌دهند، سریال‌سازان تلویزیونی عمده جذابیت داستان‌های خود را بر مبنای خواست‌ها و نیازهای آنها قرار می‌دهند و از این طریق است که می‌توانند به اقبال گسترده دست یابند. از این رو پربیننده‌ترین سریال‌های تلویزیونی عموماً سریال‌های خانوادگی هستند یا آنهایی که به نوعی با نیازهای خانواده و به‌خصوص زنان مرتبط هستند. (گراتی، ۱۳۸۴، ۱۷۴)

مادلسکی معتقد است: «برنامه‌های تلویزیون با درگیر کردن زن در لذت‌های زندگی آشفته او را از آرزوی داشتن زندگی متمرکز دور می‌کند. برای این کار، سریال خانوادگی نظم روان شناختی «درست» زن را در خانه منعکس می‌کند و تعلیم می‌دهد.» (گراتی، ۱۳۸۴، ۴۱)

«سریال‌های خانوادگی ارزش‌های منسجمی را عرضه می‌کنند که مبتنی بر اهمیت روابط شخصی و حمایت مداوم از دیدگاه زن است. قابلیت سریال‌ها در غرق کردن دوباره تماشاگر در دنیای خاص خودشان، آنها را به نشانه‌ای مشخص در میان شیوه‌های متغیر برنامه‌سازی در تلویزیون تبدیل می‌کند.» (گراتی، ۱۳۸۴، ۱۶۳)

². Soap Opera

از طرف دیگر در رابطه با شناخت زندگی روزمره البته با توجه به اهمیت زیادی که در مطالعات فرهنگی دارد، کارهای بسیار کمی صورت گرفته و جای زیادی برای کار و تحقیق در این زمینه وجود دارد. بنابراین در این پژوهش قصد داریم تا با رویکرد مطالعات فرهنگی تاثیر سریال‌های تلویزیونی را بر زندگی روزمره دختران جوان مورد بررسی قرار دهیم. آنچه به نظر می‌رسد این است که در جامعه امروز ایران، دختران به خاطر گزینه‌های محدودتری که نسبت به پسران برای گذران اوقات فراغت در اختیار دارند بیشتر مخاطب سریال‌های تلویزیون هستند.

بررسی اینکه دختران جوان بنا بر چه ملاحظاتی سریال‌ها را انتخاب می‌کنند و اینکه تماشای این سریال‌ها در زندگی روزمره آنها و در فهم آنها در زندگی و همچنین مقولاتی چون خانواده، دوستان، عشق، وفاداری، خیانت و غیره چه تاثیری می‌گذارد، از موضوعات دیگری است که در این پژوهش به آنها خواهیم پرداخت.

۱-۲: ضرورت و اهمیت تحقیق:

«تلویزیون بهانه‌ای فراهم می‌آورد تا اعضای خانواده با یکدیگر مواجه شوند. در حین مواجهه محتوای برنامه‌ای که آنان به اتفاق از تلویزیون تماشا می‌کنند، غالباً می‌تواند صرفاً زمینه‌ای تجربی برای گفتگوی آنها باشد، درچنین موقعیتی تلویزیون همچون یک محل مورد استفاده قرار می‌گیرد و روشی است برای برقراری تعامل‌های اجتماعی با دیگران.» (استوری، ۱۳۸۶: ۴۹)

چافی^۳ معتقد است رسانه‌ها به دو دلیل تاثیر می‌گذارند اول به دلیل محتوای ساده و دیگر به خاطر زمانی که مخاطب برای آن صرف می‌کند. او عقیده دارد که اثر رسانه در سه سطح تشخیصی، ظاهری و عملکردی رخ می‌دهد که بر حوزه‌های فردی و اجتماعی موثرند. (مک نامارا، ۲۰۰۳: ۱۲)

رسانه‌ها معمولاً در بوجود آوردن الگوهای رفتاری تاثیر زیادی دارند و هویت‌های فردی ما ترکیبی از هویت‌های رسانه‌هاست که ما را تحت تاثیر قرار داده است. همچنین هویت گروهی نیز با تایید رسانه‌ها شکل می‌گیرد و ناپدید می‌شود. رسانه‌های ارتباطی نام صنایع آگاهی‌دهنده را نیز یدک می‌کشند و به تولید نشانه‌هایی می‌پردازند که در مخاطبان خود آگاهی خاصی را بوجود می‌آورد.

از طرفی چه بخواهیم و چه نخواهیم سریال‌های خانوادگی به عنوان یک ژانر در زندگی روزمره مردم جای خود را باز کرده‌اند. امروزه کمتر مخاطب تلویزیون است که یک یا چند مجموعه تلویزیونی را دنبال نکند و در این میان زنان و دختران جوان به این دلیل که زمان بیشتری را در خانه سپری می‌کنند بیشتر از مردان مخاطب این سریال‌ها هستند.

³ .chaffee

در تحقیقی که سازمان ملی جوانان با عنوان چگونگی پرداختن به فعالیت‌های فراغت بین نوجوانان و جوانان در جامعه شهری انجام داد، مشخص شد که متوسط زمان تماشای تلویزیون در شبانه روز برای زنان جوان (۱۵ تا ۲۹ سال) ۱۷۳ دقیقه و برای مردان جوان ۱۳۱ دقیقه است. سرانه زمان تماشای تلویزیون در شبانه‌روز نیز برای زنان و مردان جوان به ترتیب ۱۵۱ دقیقه و ۱۱۴ دقیقه بیان شد. همچنین در این تحقیق مخاطبان جوان سریال‌های تلویزیونی تفاوت درصدی قابل ملاحظه‌ای داشت، به این ترتیب که زنان جوان ۴۶ درصد و مردان جوان ۳۴ درصد مخاطب سریال‌ها بودند. (شیخ و همکاران، ۱۳۷۶: ۲۵۳ و ۲۶۵)

آنچه می‌توان به آن اشاره کرد این است که هم افراد مختلف به دلایل متفاوت به تماشای برنامه‌های تلویزیونی می‌نشینند و هم یک فرد برنامه‌های مختلف را با انگیزه‌های متفاوت نگاه می‌کند. همچنین می‌توان گفت که هم بزرگسالان و هم کودکان و نوجوانان پایبندی خاصی به تلویزیون دارند. اگر چه الگوی تماشای تلویزیون و الگوی ترجیح دادن برنامه‌ها به یکدیگر، به ویژگی‌های شخصی، خانوادگی و اجتماعی بینندگان بستگی دارد ولی در بسیاری موارد نیز دیده شده است که مردم به طور گزینشی تماشای یک نوع برنامه خاص را به تماشای سایر برنامه‌ها ترجیح می‌دهند و یا به برخی مجموعه‌های تلویزیونی خاص گرایش بیشتری دارند.

حسین سلیمی در کتاب فرهنگ گرایی، جهانی شدن، حقوق بشر به نقل از جان فیسک^۴ نظریه پرداز عرصه فرهنگ و ارتباطات می‌نویسد:

«تلویزیون و برنامه‌های ماهواره‌ای در بطن خود حاوی تلقی جدیدی از انسان است، انسانی که می‌تواند تجربیات فردی و اجتماعی انسان‌های دیگر را درک کند و در تعقل و تخیل آنها مشارکت ورزد. این تلقی جدید نگاه تازه‌ای به انسان، هنر، ارزش و... دارد که به همراه ماهواره در سراسر جهان گسترده خواهد شد.

اخبار، ذهنیت‌ها و تحلیل‌های مردم را جهت خواهد داد و مدل جدیدتری از تفکر سیاسی- اجتماعی را در ذهنیت آنها خواهد پروراند. هنرها، فیلم‌ها و برنامه‌های سرگرم کننده، رفتارهای اجتماعی، اخلاق، علایق و ارزش‌های جوامع گوناگون را متأثر خواهد کرد و از مدل لباس پوشیدن و آرایش زنان و مردان تا نحوه ارتباط برقرار کردن و تنظیم روابط اجتماعی را متحول خواهد کرد» (جان فیسک به نقل از سلیمی ۱۳۷۹: ۳۸۷)

رویکردهای جدید، رابطه رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون را در تغییر، ایجاد یا تثبیت نگرش نو مطرح نموده‌اند. فیسک معتقد است که بهترین محل برای عرضه نگرش نو هنر است که امروزه بهترین شکل عرضه آن به‌عده تلویزیون است. وی در توضیح نظرات گیدنز و شیلز می‌گوید: نوگرایی به نظر گیدنز و شیلز توسط یکپارچگی نهادهای اجتماعی که قدرت تسلط روی افراد را دارند،

⁴ John fiske

مشخص شده‌اند و رسانه‌های جمعی نشان‌دهنده یکی از این نهادها هستند. بنابراین بحث از تأثیرات رسانه‌ها، به‌خصوص تلویزیون در ایجاد، تثبیت و یا تغییر نگرش از مباحث گسترده‌ای است که خواه به عقیده بگد یکیان^۵ رسانه‌ها به‌عنوان توانای مطلق در نظر گرفته شوند و یا آنی که به نظر تامپسون فقط یک بخش را در ساختن واقعیت اجتماعی ایفا کنند، مورد مطالعه و توجه جدی است. تامپسون رسانه‌های جمعی را به‌عنوان نهادی که زمان و فضا را درون جامعه مدرن نظم مجددی بخشیده است، ملاحظه می‌کند. از نظر هریک از نویسندگان فوق، رسانه‌های جمعی و به‌ویژه تلویزیون هم علت و هم پی‌آمد جامعه مدرن هستند و مردم در ساختن مفهوم زندگی از آن‌ها استفاده می‌کنند. (مهدیزاده، ۱۳۸۴: ۱۹۵) (نقل از تنایک، ۲۰۰۸: ۲۰۰۰)

در شرایطی که صدا و سیما به دلایل مختلف از جمله هدایت مخاطبان از ماهواره به سمت تلویزیون ایران در شرایط سیاسی کنونی مبادرت به پخش سریال‌های زیادی در ساعات مختلف و از طریق شبکه‌های مختلف کرده است، می‌توان به سطح وسیع مخاطبان این ژانر در سطح جامعه پی برد و این امر از طریق بررسی افراد مختلفی که همه روزه در کنار ما قرار می‌گیرند به راحتی میسر است. همچنین میزان پرداخت رسانه‌های مکتوب به این سریال‌ها و مصاحبه‌های مختلفی که با عوامل دست‌اندرکار آن صورت می‌گیرد خود حاکی از این موضوع است که این رسانه‌ها به دلیل نیازی که در سطح جامعه احساس می‌کنند و همچنین برای جذب مخاطب مبادرت به این اقدامات کرده‌اند.

جایگاه سریال در بین خانواده‌های ایرانی را می‌توان از گفتگوهای روزمره آنها درباره شخصیت‌ها، پایان سریال‌ها و موضوعات مطرح شده مشاهده کرد؛ با نگاهی به اطراف خود به راحتی می‌توان افراد متعددی را یافت که در رابطه با سریال شب قبل صحبت می‌کنند. این امر مکان و زمان خاصی ندارد و در میهمانی‌ها، نشست‌های خانوادگی، مدرسه، دانشگاه و محل کار می‌توان موارد زیادی از آن را مشاهده نمود.

همچنین اگر بخواهیم پا را از شبکه‌های تلویزیونی داخلی فراتر بگذاریم، سریال‌های تلویزیونی‌های مطرح جهان نیز این روزها بخشی از زندگی روزمره مخاطبان سریال را به خود اختصاص داده است. روند رو به افزایش تکثیر سی دی‌های سریال گمشدگان (Lost) و یا سری‌های بعدی افسانه جومونگ و برخی سریال‌های دیگر همانند سریال ۲۴ و فرار از زندان می‌تواند بخشی از مطالعه ما را به خود اختصاص دهد. در این بین راه‌اندازی شبکه ماهواره‌ای فارسی‌وان که سریال‌های کشورهای دیگر را به صورت دوبله _هرچند ضعیف_ روی آنتن می‌فرستد می‌تواند مورد توجه

⁵ Begeed Yekian

قرار بگیرد چراکه خود به شخصه هر روز با افراد متعددی مواجه می‌شوم که به شدت سریال‌های این شبکه را پی می‌گیرند.

۳-۱: اهداف تحقیق:

سریال‌های خانوادگی از جمله ژانرهای مورد علاقه مخاطبان تلویزیونی است و بارها نیز موضوع پژوهش پژوهشگران مطالعات فرهنگی در جهان نیز قرار گرفته است. در میان مخاطبان این ژانر زنان مهمترین مخاطبان سریال‌های خانوادگی تلویزیون به شمار می‌آیند. از این رو سازندگان این نوع سریال‌ها با ترفندهای مختلف برای جذب این گروه تلاش می‌کنند. از سویی دیگر این ارتباط نزدیک بین داستان‌های خانوادگی و مخاطبان آنها، شناخت عمیق تماشاگر پیگیر نسبت به این سریال‌ها و همذات پنداری او با شخصیت‌های خاص، باعث شگفتی کسانی است که سریال‌های خانوادگی را تماشا نمی‌کنند. نگرانی آنان این است که سریال‌های خانوادگی جایگزین زندگی واقعی شده است. (گراتی، ۱۳۸۴: ۲۲)

۴-۱: سوالات تحقیق:

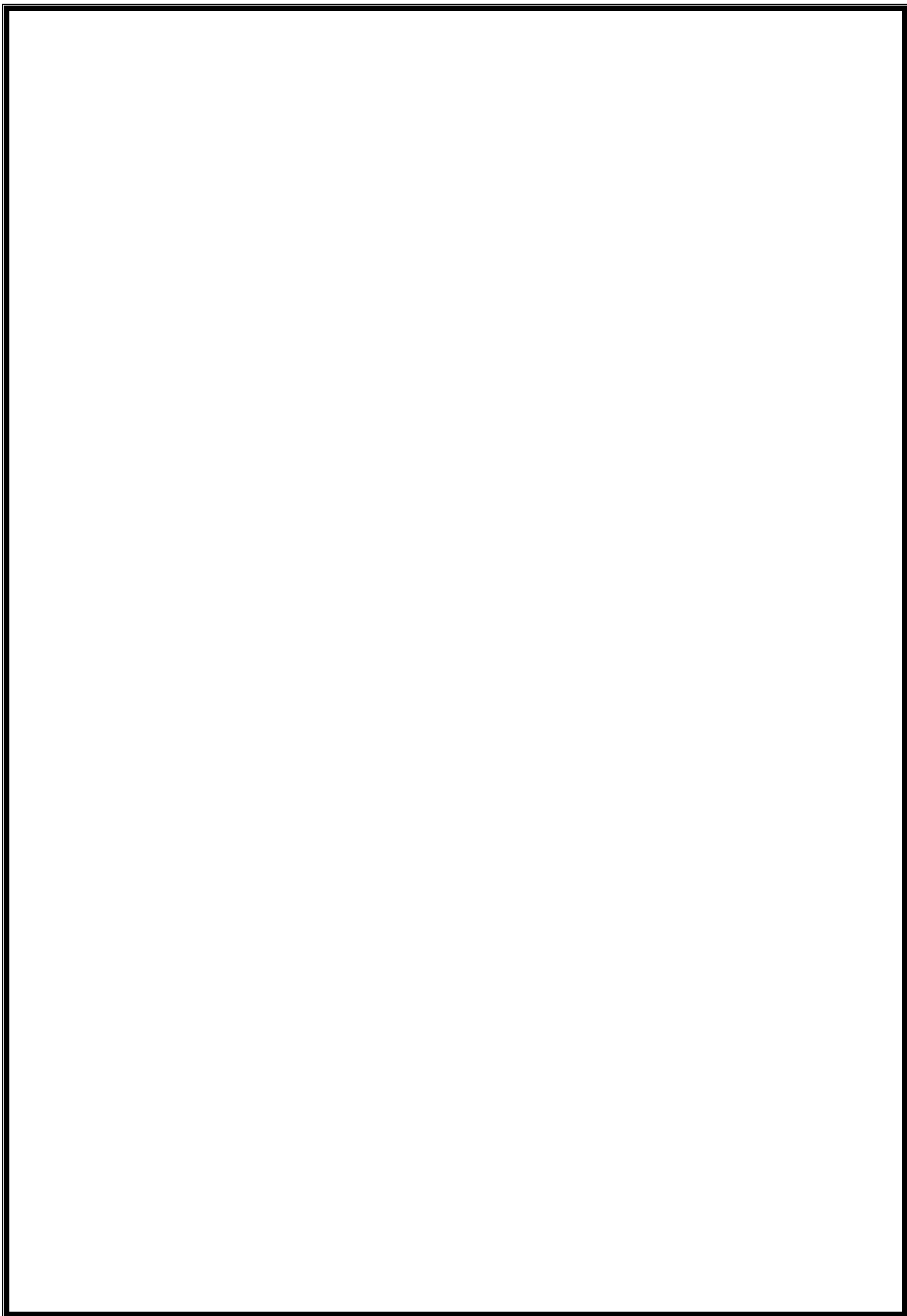
حال باید در رساله حاضر به این امر بپردازیم که دختران جوان به چه دلایلی سریال‌های خانوادگی را برای تماشا کردن انتخاب می‌کنند و در مواجهه با مفاهیم و ارزش‌های آشکار و پنهان سریال‌های خانوادگی چگونه رفتار خواهند کرد و تا چه حد رفتار آنها در زندگی روزمره‌شان تحت تاثیر اینگونه سریال‌ها قرار می‌گیرد؟

فرضیه اصلی در این رساله این است بین نشانه‌ها و ارزش‌های ارایه شده در سریال‌های خانوادگی و شاخص‌های زندگی روزمره دختران جوان رابطه مستقیمی وجود دارد. به این ترتیب که دختران جوان به عنوان یکی از مهمترین گروه‌های مخاطب این سریال‌ها، به صورت مستقیم و غیرمستقیم در نحوه زندگی و ارزش‌های شکل گرفته در زندگیشان تاثیر می‌پذیرند.

همچنین در این پژوهش قصد داریم به این سوالات پاسخ دهیم:

- چرا دختران جوان به سریال‌های خانوادگی علاقه‌مندند؟
- دختران جوان در انتخاب سریال‌های خانوادگی تلویزیون تابع چه ملاحظاتی هستند و به دنبال چه مفاهیمی این سریال‌ها را دنبال می‌کنند؟

- دختران جوان بیشتر از طریق کدام یک از رسانه‌های موجود (صدا و سیما، ماهواره و یا cd و dvd) سریال تلویزیونی را دنبال می‌کنند.
- این سریال‌ها بر فهم دختران جوان از مقولاتی مانند خانواده، عشق، دوستان، خیانت، وفاداری، دروغ و مفاهیم مشابه چه تاثیراتی دارد؟
- ارزیابی دختران جوان از تاثیر سریال‌ها بر ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های خویش کدام است؟
- اعتماد دختران جوان به پیام‌های اخلاقی مطرح شده از سوی سریال‌های خانوادگی چقدر است؟
- نگرش دختران جوان نسبت به مضامین و پیام‌های سریال‌های تلویزیونی چقدر نزدیک است؟



فصل دوم:

مبانی نظری پژوهش

«ناگفته پیداست که محتوای رسانه‌ها در بیشتر مواقع نقش واقعی آنها را از ما پنهان می‌سازد. محتوا خود را به صورت پیام ارایه می‌کند، در حالی که پیام واقعی (که گفتمان آشکار در رابطه با آن شاید مفهوم ضمنی صرف محسوب شود) تغییر ساختاری عمیقی است (تغییر میزان، الگو، عادت) که در رابطه‌های انسانی شکل گرفته است. پیام تلویزیون تصاویری نیست که ارسال می‌کند بلکه روش‌های جدید ارتباط و درکی است که تحمیل می‌کند و تغییراتی است که در ساختارهای سنتی خانوادگی و جمعی به وجود می‌آورد»

ژان بودریار- فرهنگ رسانه‌های گروهی

مقدمه:

این فصل مروری اجمالی خواهد داشت بر مفهوم زندگی روزمره و نظریاتی که پیرامون این مقوله بیان شده است. همچنین ارتباط مفهوم زندگی روزمره با رسانه‌ای همچون تلویزیون و به صورت دقیق‌تر با سریال‌های تلویزیونی را تبیین خواهیم کرد و اینکه چگونه مولفه‌ها و شاخص‌های زندگی روزمره یک فرد تحت تاثیر سریال‌های تلویزیونی قرار می‌گیرد. چارچوب و مدل نظری این ارتباط نیز تشریح و ارایه خواهد شد.

۱-۲: بخش اول

۱-۱-۲: مفهوم زندگی روزمره

تمام کسانی که در زمینه زندگی روزمره پژوهش و تحقیق کرده‌اند این مقوله را مبهم، بسیار گستره و غیرقابل تعریف دانسته‌اند. زندگی روزمره دارای ماهیت نسبتاً فراگیر، ناپایدار و سیالی است که به آسانی از زیر بار هرگونه تعریفی شانه خالی می‌کند؛ چراکه ویژگی هر امر فراگیر چند ساحتی بودن آن است و ویژگی اساسی هر پدیده سیال فقدان روش‌مندی و تعمیم‌ناپذیر بودن آن، و از این رو تعریف بسیار دشوار و حتی غیرقابل انجام می‌شود.

در بررسی زندگی روزمره ابتدا به نظر می‌رسد پرسش از آن، پرسش از واضحات و بدیهیات است؛ زیرا ملموس‌ترین کنش‌ها و هستی‌های اجتماعی با زندگی روزمره ارتباط دارند، اما به همان نسبت که زندگی روزمره برای ما بدیهی و آشناست، پیچیده و مبهم است و با پیچیده‌تر شدن جوامع، زندگی روزمره پیچیده‌تر می‌شود. زندگی روزمره پیدا و پنهان و مبهم و آشکار است. چرا که همه افراد تا حدی جنبه‌های آن را درک می‌کنند و تقریباً همه می‌دانند که چگونه با دیگران تعامل کنند،

راه بروند، بخندند و یا عشق و نفرتشان را به دیگران ابراز کنند. اما از طرفی زندگی روزمره در عمیق‌ترین لایه‌های روان انسان ریشه دارد؛ برخی آن را به فراخود ارجاع می‌دهند و برخی دیگر ناشی از خود و افعال ارادی می‌دانند. (احمدی، ۱۳۸۵: ۹۷)

همچنین زندگی روزمره مربوط به همه است؛ یعنی همه کنشگران اجتماعی و تمامی گروه‌ها و اقشار آن را پدید می‌آورند. رفتارهای روزمره، معمولاً و نوعاً آگاهانه، از روی تأمل و مبتنی بر محاسبات عقلانی نیست، بلکه ناشی از عادت‌واره‌ها و تنه‌نشست‌ها است، حتی از وجدان ناخودآگاه جامعه نیز سرچشمه می‌گیرد. (همان: ۹۸)

به رغم تحقیقات اجتماعی و فرهنگی دهه‌های گذشته که بسیار اندک به زندگی روزمره توجه نشان می‌دادند، اکنون زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی جایگاه ویژه و شایسته‌ای دارد. صاحب‌نظران مطالعات فرهنگی با جدیت تمام زندگی روزمره را در دستور کارشان قرار داده و تلاش می‌کنند جنبه‌های تاریک و مغفول آن را روشن ساخته و ابهام و رازگونگی را از آن بزدایند.

پرداختن به مفهوم زندگی روزمره، پرداختن به مفهومی است که خصیصه‌های محوری آن آشکارا فاقد روشمندی هستند و در برابر کار بست مقولات عقلانی مقاومت می‌کنند؛ به گفته‌هایمور (۱: ۲۰۰۲) یکی از آن مشکلاتی که بلادرنگ در برخورد با این مفهوم مواجه می‌شویم، ابهام ذاتی مستتر در آن است.

تغییرات زیادی در نگاه مطالعات فرهنگی نسبت به زندگی روزمره در فاصله آغاز تا پایان قرن بیستم حاصل شد که دلایل این اتفاق را می‌توان به شکلی پیچیده مرتبط با زندگی فرهنگی هر دورانی دانست. مثلاً می‌بینیم که در لحظات قدرت گرفتن نقدهای اجتماعی و فرهنگی، مانند وقایع می‌۱۹۶۸ فرانسه، تب و تاب بحث از زندگی روزمره به شدت فروکش می‌کند و در لحظه‌ای دیگر اراده‌ای عمومی برای رهاسازی زندگی روزمره از دست هم‌نوایی و یکنواختی عصر مدرن شکل می‌گیرد که به این بحث جانی تازه می‌بخشد. (هایمور، ۲۰۰۲: ۱۷۴)

امر روزمره نوعی تجربه فرهنگی از مدرنیته است که هرگز هم ارزش سرمایه‌داری برای ایجاد یک جامعه همگن نیست و به این دلیل زندگی روزمره را قلمرو بقا و احیای فرهنگی می‌دانند که به شکل دهی مجدد نسبت‌های خاص تحت لوای مفهوم مدرن می‌پردازد و اگر مدرنیته را حاصل ماشین‌جاه‌طلب سرمایه‌دار که در آرزوی جا انداختن رژیم‌های تولید و مصرف در همه جای جهان است بدانیم، امر روزمره حداقل میزان ممکن در یکپارچه‌سازی زمان حال و معنابخشی به تجارب زیسته و بازتولید آن را انجام می‌دهد و در واقع، اگرچه با تقاضاهای همگن‌کننده مواجه می‌شود، اما این تقاضاها را به واسطه گذشته‌ای برآورد می‌کند که گاهی رابطه‌ای سخت و در اغلب موارد متخاصم نسبت به زمان حال دارد. (همان: ۱۷۶-۱۷۷)

از طرفی، امر روزمره همانند همه محصولات و عناصر مدرن مفهومی مبهم و واجد معانی متعددی است. در مدرنیته امر روزمره زمینه‌ای برای فرآیندهای پویا می‌شود. برای آشنا ساختن امر ناآشنا، برای تنازع به منظور پذیرفته شدن امر جدید و برای سازگار شدن با شیوه‌های متفاوت زیستن؛ بدین معنی معنای امر روزمره نمی‌تواند صرفاً به امر آشنا و تشخیص پذیر تقلیل یابد. دیالکتیک زندگی روزمره نشان دهنده جایگزینی مداوم امر جدید به جای امر سنتی است و در شکلی دیگر تخریب مداوم ثبات ظاهری زندگی و مقاومت‌های متکثر در برابر اشکال رسوب یافته زندگی است. محصول این دیالکتیک چیزی جز جنگ اشکال و ترویج بی‌شکلی‌ها و تولید اشکال جدید از دل بی‌شکلی‌های موجود نیست. (کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۷)

بنابراین زندگی روزمره به یک معنا امر پیش پا افتاده محسوب می‌شود به همین دلیل ممکن است در نگاه اول چندان جدی و قابل مطالعه به نظر نرسد، اما این جمله هگل که «امر آشنا ضرورتاً امر شناخته شده نیست» مورد توجه فیلسوفان زندگی روزمره بوده است. (گاردینر، ۲۰۰۰). این نکته نه تنها بدان معناست که زندگی روزمره می‌تواند موضوع مطالعه قرار گیرد بلکه نشان دهنده این امر نیز است که بسیاری از متفکران علوم انسانی به پروبلماتیک زندگی روزمره توجه داشته‌اند و مواد تحلیل خود را از آن به عاریت گرفته‌اند. در واقع امر روزمره به مثابه یک مسئله و پارادوکس عرضه شده یعنی هم معمولی است و هم استثنایی، هم ناشناخته است و هم شناخته شده، در عین بدیهی بودن مبهم است. (همان: ۱۸)

۲-۱-۲: زندگی روزمره از دیدگاه جامعه‌شناسان

با گذشت سالیان دراز از مطرح شدن مفهوم زندگی روزمره، این مفهوم در جامعه‌شناسی به یکی از مناقشه برانگیزترین مقولات بدل شده است. هم‌اکنون مدرنیست‌ها و پست مدرنیست‌ها به اهمیت این مقوله معترفند و هریک به گونه‌ای سعی می‌کنند که جایگاه آن را در نظریه‌پردازی‌های خود روشن کنند. «از دید جامعه‌شناسی نمی‌توان تعریف جامع و مانعی از «زندگی روزمره» ارایه داد، اما دست‌کم می‌توان برخی از ویژگی‌ها و نشانه‌هایی را شناسایی کرد که با «زندگی روزمره» ملازمت دارند:

۱- زندگی روزمره تمایل به یکنواختی و تکرار دارد. باورها تا جایی قاعده‌مند و دارای

استحکامند که کمتر مورد شک و تردید قرار می‌گیرند؛

۲- ساخته شدن واقعیت اجتماعی در بستر «زندگی روزمره» صورت می‌گیرد، و به

عقیده کسانی همچون برگر و لاکمن، زندگی روزمره تار و پود اصلی جهان اجتماعی

را تشکیل می‌دهد؛