

زن در فرهنگ و هنر، دوره ۳، شماره ۲، زمستان ۱۳۹۰: ۲۴-۵

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی‌وان: مورد

تماشاگری ویکتوریا

محمد رضایی*، مونا کلانتری**

چکیده: در این مقاله سعی کردیم خوانش زنان ایرانی از سریال پربیننده ویکتوریا را بررسی کنیم. بر اساس نظریه‌های مخاطب فعال، به ویژه مصرف بین فرهنگی، مصرف رسانه‌ای با تکیه بر زمینه فرهنگی و اجتماعی، مخاطب به نحوی چندجانبه تعیین می‌شود. این تحقیق با روش کیفی و تکنیک مصاحبه عمیق، در میان ۳۰ نفر از زنان صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که تماشاگر این سریال نوعی اشتیاق مفروطی را پدید آورده است که می‌توان از «پیدایش تماشاگری شیفته» سخن گفت. افزون بر این، تماشاگران زن این سریال، نقش ویکتوریا (قهرمان زن داستان) را مقتدر و مستقل تعبیر کرده‌اند. نمایش زن مقتدر حس خوشایندی از تماشاگر این سریال را برای آن‌ها تداعی کرده است. یافته‌ها نشان دادند، همذات‌پنداری مکانیسم قدرتمندی در فرایند تماشاگر این سریال است. وضعیت واقعی زندگی زنان تماشاگر با متن تصویری، مقایسه و موضوع مجادله تماشاگران است. این فرایند سبب شده تا خوانشی فعالانه حول قضاوت‌ها و انتظارات از نقش زنانه براساس نمایش نقش ویکتوریا در این سریال شکل گیرد. تأهل، اشتغال و رشته تحصیلی متغیرهایی هستند که در نوع چنین خوانش‌هایی مؤثر است. افزون بر این، ما در این مقاله استدلال می‌کنیم که «مقایسه ما و دیگری» وجه مسلط در خوانش ویکتوریا در بین زنان ایرانی است.

واژه‌های کلیدی: خوانش زنان، سریال ویکتوریا، مصرف بین فرهنگی، مخاطب فعال.

مقدمه و بیان مسئله

وجود حجم گسترده امواج ماهواره‌ای سبب شد تا همیشه سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران متوجه شبکه‌های ماهواره‌ای باشد، ولی، با تولد و گسترش فارسی‌وان، این توجه بیشتر شده است. تا پیش از این، بیشتر شبکه‌های

velashedi@gmail.com

kalantary.mona@gmail.com

* استادیار، دانشگاه علم و فرهنگ

** کارشناس ارشد علوم اجتماعی / مطالعات فرهنگی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۶/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۰۸/۲۲

۶ زن در فرهنگ و هنر دوره ۳، شماره ۲، زمستان ۱۳۹۰

ماهورهای فارسی، معطوف به کارکرد خیرپراکنی و تکثیر اطلاعات سیاسی بودند. اما، چه بسا تأکید برنامه‌های این شبکه بر سریال‌های خانوادگی زنگ خطر را به نحو جدی‌تری برای برنامه‌ریزان به صدا درآورده است. این سریال‌ها، در بدو امر، ناهمخوانی بسیاری با فرایندهای جامعه‌پذیری در جامعه ایران دارد. روابط متفاوت و متضاد با فرهنگ جامعه ایران و ایدئولوژی رسمی نظام سیاسی که در این سریال‌ها به نمایش در آمده حساسیت به پخش و دریافت این برنامه‌ها را در جامعه بالا برده است. توجه به آمارها لزوم این توجه را با شدت بیشتری نشان می‌دهد. بر اساس برخی تخمین‌های غیر رسمی، نزدیک به سه میلیون دستگاه دریافت‌کننده شبکه‌های ماهواره‌ای در ایران وجود دارد (کاوند، ۱۳۸۷:۱۹) و باز بر اساس آمارهای موجود، حدود ۳۰ درصد مردم، مخاطب سریال‌های فارسی‌وان هستند (خبرگزاری ایرنا، ۱۳۸۹). ظاهراً، این عدد را نباید رقم بالای مخاطب در نظر گرفت. اما، با توجه به ممنوعیت استفاده از ماهواره، این عددی درخور اعتناست.

از این رو، «تماشاگری فارسی‌وان» پدیده‌ای نوظهور در ایران است. نخست، دامنه و عمق علاقه تماشاگران این شبکه به نحو قابل توجهی متفاوت از دیگر شبکه‌های ماهواره‌ای است؛ دوم، ارزیابی از تهدیدات شبکه‌های ماهواره‌ای از سوی مسئولان و سیاست‌گذاران فرهنگی در ایران به گونه‌ای دیگر بوده است. خطر از دست رفتن هژمونی «رسانه ملی»، تخریب فرایندهای درونی‌سازی ارزش‌های اسلامی، خطر به ابتذال کشیده‌شدن خانواده ایرانی و طرح مسائل قبح‌شکنانه از مهمترین نگرانی‌ها و مخاطراتی است که از آن‌ها یاد شده است.

ما در این مقاله، با تکیه بر نظریه‌های مخاطب فعال و نظریه مصرف بین‌فرهنگی برآنیم که بخشی از نگرانی‌های حاصل، مبالغه در تأثیرات رسانه‌ای بر مخاطبان آن‌هاست. در واقع، فرضیات حاصل چنین مبالغه‌هایی چه در سطح داخلی و چه در ادبیات خارجی (استرلیز، ۲۰۰۲: ۴۶۱) هنوز به قدر کفایت آزمون نشدند. دعوی ما این است که مخاطبان فارسی‌وان به گونه‌ای منفعلانه با برنامه‌های این شبکه مواجه نمی‌شوند. آن‌ها در زمینه‌ای از متغیرهای محلی و محیطی، خوانش خاص خود را از برنامه‌های شبکه فارسی‌وان ارایه می‌کنند.

مخاطب فعال

همیشه، فهم یکسانی از واژه فعال در نظریه‌های مخاطب فعال وجود نداشته است. واژه فعال باعث سردرگمی زیادی می‌شود، برای یک ببیننده فعال، هوشیاری و توجه نیاز نیست. البته ممکن است که فعال به معنی خوانش خلاقانه نیز تعریف شود.... اما این مسئله ممکن است بیشتر فرآیندهای غیر ذهنی اتصال متن

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۷

در چارچوب‌های خانوادگی یا عادت‌های افراد باشد (لیوینگستون، ۱۹۹۰: ۱۹۳؛ به نقل از سیلورستون، ۱۹۹۴: ۱۵۲). با وجود این، رویکرد مخاطب فعال به اشکال مختلف در تحقیقات گوناگون مطرح شده است. برای نمونه، آین انگ^۱ (۱۹۸۲) نشان داد که تماشاگران، متون رسانه‌ای را به شیوه‌ای که با شرایط اجتماعی و فرهنگی‌شان و با کیفیت تجربه ذهنی آن‌ها از این شرایط مربوط است، رمزگشایی یا تفسیر می‌کنند. این نتیجه‌ای است که تحقیق دوروتی هابسون^۲ (۱۹۸۲) در «کراس رُد: نمایش مجموعه آبکی» را تأیید می‌کند. دیوید باکینگهام^۳ (۲۰۰۳) نیز خلاقیت و نقش فعال تماشاگران را برجسته کرد. پژوهش دمبو^۴ (۱۹۷۲) و دمبو و هایت (۱۹۷۳) نشان می‌دهد رفتار رسانه‌ای تحت تأثیر نظام‌های ارزشی خرده فرهنگی قرار دارند. در واقع، با رویکردی میان فرهنگی می‌توان به این نتیجه رسید که هر چند تکنولوژی‌های ارتباطی، جهانی‌شدن را تسهیل می‌سازند ولی، همگونی فرهنگی از آن منتج نمی‌شود. هاج و تریپ^۵ نیز در مطالعه خود درباره «کودکان و تلویزیون» به این جمع‌بندی رسیدند که کودکان «تماشاگرانی مشتاق» اما «مفسرانی فعال» هستند. به نظر آن‌ها نسبت یک‌سویه‌ای میان تلویزیون و مخاطبان کودک برقرار نیست. اگر تلویزیون بر رفتار تأثیر می‌گذارد، تنها می‌توان این تأثیر را به طور غیرمستقیم از طریق معانی، ارزش‌ها و باورها دانست (هاج و تریپ، ۱۹۸۶: ۳-۴).

با تکیه بر نظر هاج و تریپ می‌توان گفت که مخاطبان در زمینه‌ای از «نیروهای اجتماعی پیچیده‌ای»^۶ برنامه‌ها را تماشا می‌کنند و برآیند این نیروهاست که عمل تفسیر و خوانش پیام‌های تصویری و نشانه‌های رسانه‌ای را ممکن می‌سازد. این خوانش فعال و خلاقانه است. به همین دلیل است که هاج و تریپ به خلاف بسیاری از محققان تلویزیون، رابطهٔ کودکان و تلویزیون را خطرناک و همیشه مخرب نمی‌بینند. هاج و تریپ با تکیه بر رویکرد نشانه‌شناختی خود پتانسیل درونی برای خوانش‌های متنوع را شناسایی می‌کنند. منظور از پتانسیل درونی، ابهام همیشه موجود در متن پیام‌هایی است که نشانه‌های رسانه‌ای با خود دارند. فیسک و هارتلی (۱۹۷۸) یکی از منابع اصلی چنین رویکردی در نزد هاج و تریپ محسوب می‌شوند. فیسک و هارتلی

1. Ien, Ang

2. Hobson, D

3. Buckingham, David

4. Dembo

5. Hodge & Tripp

6. a complex of social forces

معتقدند که پیام‌های تلویزیونی اساساً پر از ابهام و چندپهلواند. تلویزیون تنها یک محرک نیست بلکه یک پتانسیل معنی‌دار گسترده و پیچیده و یک مجموعه به هم پیوسته معانی کلامی و بصری است (هاج و تریپ، ۱۹۷۶: ۷).

مصرف بین فرهنگی

نظریه مخاطب فعال به گونه‌ای دیگر در قالب نظریه مصرف بین فرهنگی خود را باز یافته است. وقتی صحبت از متونی است که در فرهنگ‌های مختلف مخاطبان خود را می‌یابند این سؤال مهم پدیدار می‌شود که زمینه‌های محلی مصرف متون رسانه‌ای جهانی، چگونه مصرف این پیام‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟ همان طوری که گفته شد، جهانی‌شدن کالاهای فرهنگی نگرانی‌های بسیاری را به ویژه در بین سیاستگذاران فرهنگی و مردم کشورهایی موجب شده که راهی برای تولید داخلی محصولات فرهنگی رسانه‌ای ندارند و مصرف‌کننده دائم کالاهایی هستند که در شرایط فرهنگی و اجتماعی دیگری تولید می‌شوند. این نگرانی به ویژه برای کشورهایی با نظام‌های سیاسی ایدئولوژیک (دینی مانند ایران) جدی است.

یک رویکرد در این زمینه از آن تاملینسون (۱۹۹۱) است. مفهوم محوری وی «مداخله میانجی‌های مختلف»^۷ (استرلیتز، ۲۰۰۲: ۴۶۰) است. این مفهوم ناظر بر «نفوذ ناهموار رسانه جهانی در فرهنگ‌های محلی است» (همان: ۴۶۰). به بیان دیگر، مصرف رسانه‌ای تحت تأثیر متغیرهای اجتماعی دیگر مانند جایگاه اجتماعی یا شبکه‌های اجتماعی و مانند این‌ها صورت می‌گیرد.

این فرض، به رغم ظاهر قابل قبول و بدیهی آن، همیشه مورد قبول تحلیل‌گران رسانه نبوده است. برای نمونه، کلتر به سبب تأکید زیاد بر رسانه، از تأثیر متغیرهای محیطی و محلی تاحدی غفلت می‌کند (۱۹۹۵؛ به نقل از اربی و هریس، ۲۰۰۷: ۲۳۶). افزون بر این، تأکید بر تأثیرات یک‌سویه رسانه‌های جهانی به نگرانی سیاستگذاران فرهنگی و مردم کشورهای پیرامون در حوزه تولید فرهنگی دامن می‌زند. «تز امپریالیسم رسانه‌ای» (استرلیتز، ۲۰۰۲: ۴۶۱) محصول چنین رویکردی به رسانه‌های جهانی است. علت اصلی چنین رویکردی را باید در بی‌اعتنایی به تمایزی جستجو کرد که تاملینسون (۱۹۹۱) از آن به تمایز میان «رسانه و فرهنگ» یاد می‌کند. فرهنگ در این‌جا مشتمل بر متغیرهای محلی بسیاری است که واسطه‌گری آن‌ها نقش مسلط پیام‌های رسانه‌ای را تعدیل می‌کند. چه بسا، سخن درست‌تر آن است که به جای تعیین ساده ذهنیت مخاطبان، از عواملی صحبت کنیم که به نحوی چندجانبه، مصرف و خوانش متون رسانه‌ای را تعیین می‌کنند.

7. interplay of mediations

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۹

برخی تحقیقات در ایران دخالت فعالانه مخاطبان و متغیرهای محیطی آن‌ها را در خوانش متون تلویزیونی نشان داده‌اند. در ادامه به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

رضا کاوند (۱۳۸۷) مشخص کرده است که مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، فعالانه و با نگاهی گزینشی به برنامه‌ها و شبکه‌ها توجه نشان می‌دهند و حتی گاهی دریافت‌های متضادی از مفاهیم و معانی ارایه شده در این شبکه‌ها دارند. جمال محمدی (۱۳۸۷) نیز در تحقیق خود با عنوان «زنان و سریال‌های تلویزیونی» نشان داده است که زنان در اغلب موارد با قرائت مسلط یا گفتمان حاکم بر متن (سریال) وارد مجادله می‌شوند و ایده‌ها و ارزش‌ها و معناهای مرجح آن را به شیوه دیگری حتی به شکلی وارونه رمزگشایی می‌کنند.

ما نیز در این نوشتار، نشان خواهیم داد که خوانش مخاطبان سریال‌های ماهواره‌ای عملی پیچیده و با ظرافت‌های خاص خود است. ضمن تأیید نظر تاملینسون (۱۹۹۱) در پذیرش تأثیر فرهنگ در خوانش رسانه‌ها، به نظر می‌رسد تعیین نوع و میزان این تأثیرات امری کاملاً تجربی است و دستورالعملی عام و یکسان وجود ندارد. در این نوشتار، افزون بر توضیح چرایی محبوبیت ویکتوریا در جامعه ایران به ویژگی‌های خوانش ایرانی از این مجموعه می‌پردازیم. استدلال ما این است که توضیح چرایی این محبوبیت جدا از شناسایی ویژگی‌های خوانش ایرانی از این مجموعه نیست. بستر فرهنگی که زنان ایرانی در آن زیست می‌کنند زمینه خوانش متفاوت و محبوبیت این مجموعه را فراهم کرده است. ما نشان خواهیم داد که بیشتر از آن که کدها و عناصر موجود در فرهنگ زیسته زنان ایرانی شکل خاصی از خوانش را سبب شده باشد، فقدان‌ها و خلاءهای موجود در فرهنگ، نقشی مهم در تکوین خوانش زنان ایرانی مخاطب این مجموعه دارد. ویکتوریا، مجموعه‌ای از تضادهای فرهنگی را به مخاطبان خود عرضه می‌کند. افزون بر این، مدعای اصلی نوشتار این است که مخاطب و خوانش وی، نقطه تقاطع جدال میان متن و زمینه است. به همین دلیل، تعارضات ظاهری وجه مسلط خوانش مخاطبان است. در بسیاری اوقات تصویر یک‌دستی از خوانش مخاطبان نمی‌توان ترسیم کرد. در پاره‌ای اوقات این جدال به نفع عناصر فرهنگی مرجح در متن سریال و در اوقاتی دیگر، مخاطب، رمز مرجح را رمزگشایی می‌کند و از قضا موضعی مخالف می‌گیرد. به نظر می‌رسد باید مدل رمزگذاری/ رمزگشایی استوارت هال (۱۳۸۳: ۶۹) را به گونه‌ای دیگر مورد استفاده قرار داد. به این معنا که نباید انتظار داشت همیشه یکی از خوانش‌های سه‌گانه مورد نظر هال در خوانش مخاطبان غالب باشد. همیشه این امکان وجود دارد که

هر سه خوانش در قرائت مخاطب یافت شود. تعیین این که کدام یک بیشتر و مسلط تر است، امری تجربی است که باید در عمل آزموده شود.

روش‌شناسی تحقیق

داده‌های تحقیق با تکیه بر روش مصاحبه عمیق فردی، از زنان جمع‌آوری شد. استراتژی نمونه‌گیری هدفمند و نظری است و دسترسی به موارد با تکیه بر تکنیک گلوله برفی ممکن شد. از آغاز معلوم بود که مشکلات زیادی برای یافتن موارد وجود داشته باشد. چون، استفاده از ماهواره در ایران با محدودیت‌های زیادی مواجه است. طبیعی است که موافقت برای مصاحبه در منزل زنان نیازمند اعتمادهای اولیه‌ای است که به دشواری حاصل می‌شده است. مشکل دیگر، در معرفی‌های اولیه هدف تحقیق برای افراد بود. از آغاز باید به طور مختصر توضیح داده می‌شد که تحقیق بر تماشگری ویکتوریا متمرکز است. روشن بود که بسیاری از زنان مایل به صحبت در این مورد نیستند. به دلیل بازتاب نه چندان مثبت این سریال در بین مردم، تمایل زیادی برای بیان تجربیات شخصی و خانوادگی تماشاگری این سریال در بین زنان دیده نمی‌شد. در مجموع با ۳۰ نفر از زنان مجرد و متأهل در بازه سنی ۲۰ تا ۵۰ ساله با وضعیت شغلی متنوع (دانشجو، بیکار، خانه‌دار، منشی شرکت، معلم و مدیر مدرسه) و تحصیلات مختلف (دیپلم تا فوق‌لیسانس) مصاحبه صورت گرفت. تحقیق با تمرکز بر تأمین شرایط و ثوق^۸ تدارک دیده شد. برای این منظور از دو تکنیک مثلث‌سازی پژوهشگر و بازبینی مشارکین^۹ تحقیق به ترتیب در دو مرحله گردآوری داده‌ها و گزارش‌نویسی استفاده شد. مصاحبه‌ها حدود سه ماه، از اوایل خرداد تا اواخر شهریور ۱۳۸۹ به طول انجامید. قبل از انجام مصاحبه از طریق گفت‌وگوی تلفنی یا حضوری، وقت قبلی برای مصاحبه با فرد مصاحبه‌شونده گرفته و توضیح مختصری درباره تحقیق، موضوع آن و هدف از انجام مصاحبه به فرد مورد مصاحبه داده می‌شد. علاوه بر آن به مصاحبه‌شوندگان اطمینان داده می‌شد که گفته‌های آن‌ها با نام خانوادگی در هیچ‌جا ذکر نشده و صحبت‌های ضبط شده آن‌ها قابل دسترسی برای هیچ‌کس به جز محقق نخواهد بود. انتخاب به شیوه گلوله برفی از طریق افراد آشنا تا حد زیادی به ایجاد اعتماد اولیه کمک می‌کرد.

^۸. truthworthiness

^۹. member checking

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۱۱

مصاحبه‌ها به شیوه عمیق و از ۱۲۰ تا ۱۵۰ دقیقه زمان برای انجام آن‌ها صرف شد. در طول مصاحبه تلاش شد تا بیشترین توصیفات و توضیحات از مشارکین دریافت شود. این مهم برای تأمین شرایط «توصیف عمیق» ضروری بود. شیوه ثبت داده‌ها استفاده از رکورد بود که در چند مورد مخالفت مصاحبه‌شوندگان، یادداشت برداری در محل صورت گرفت. منزل مصاحبه‌شوندگان محل انجام مصاحبه‌ها انتخاب شد.

چرا فارسی‌وان و چرا ویکتوریا

میزان محبوبیت سریال‌ها در فرهنگ‌های مختلف متفاوت است. داده‌ای در اختیار نیست تا میزان محبوبیت ویکتوریا در کشورهای مختلف ارزیابی شود. اما، به نظر می‌رسد تماشاگران ایرانی دلایل بومی خاصی برای اشتیاق‌شان نسبت به این برنامه دارند. زنان متأهل و خانه‌دار بیشترین وقت خود را در خانه با تماشای برنامه‌های فارسی‌وان و ویکتوریا می‌گذرانند. آن‌ها از عادت همیشگی به شنیدن صدای این برنامه حتی در حین کار و تکرار تماشا سخن گفتند.

تماشای سریال برای سرگرمی: یکی از دلایل اصلی روی‌آوری به سریال ویکتوریا در مخاطبان ایرانی تفریح و شادی است. از این منظر، ویکتوریا نیازهای متفاوتی از زنان را مرتفع می‌کند. فارغ از این که کدام رمزگان در این متن برجسته و مرجع شده، زنان بسته به متغیرهای مختلفی مانند تأهل، سن، شغل و مانند این‌ها دلایل متفاوتی را برای مفرح بودن و علاقه خود به سریال ابراز کردند. ویکتوریا متنی را عرضه کرده که در آن زن ایرانی انطباق زیادی میان نیازهایی خیالی خود از یک‌سو و زندگی قهرمان سریال از سوی دیگر می‌بیند. مردم در جامعه نه فقط امکان زیادی برای زندگی شاد و پرنشاط بلکه اساساً، امکان زیادی برای گذران اوقات فراغت خود ندارند. لذا، تمایل به رسانه‌ها در اولویت صرف اوقات فراغت قرار می‌گیرد. تحقیقات نشان می‌دهد که الگوی گذران اوقات فراغت در ایران به شدت بر گذران رسانه‌محور تکیه دارد (کاظمی، ۱۳۸۷). لذا، طبیعی است که بخش زیادی از علاقه و اشتیاق برای ویکتوریا، محصول خواست شادباشانه اوقات فراغت است.

... ماجرای سریال برایم جالب بود اما بیشتر جنبه سرگرمی و تفریح و استراحت داشت ... سریال، بیشتر

برایم جنبه فانتری و سرگرمی داشت... (ساناز ۲۲ساله).

...بعضی اعتقاد دارند که ویکتوریا فحشا و بی‌بندوباری را رواج داده است. اما این سریال امثال مایی را که در پی نوعی سرگرمی برای رهایی از دغدغه‌ها و خستگی‌های کار و زندگی اجتماعی هستیم، به دنبال خود کشاند (مریم ۲۵ساله).

تماشاگران ویکتوریا مرزی میان رسانه/ برنامه‌های جدی و غیرجدی قائل‌اند. از نظر آن‌ها برنامه‌های داخلی حتی سریال‌ها، بیش از حد جدی‌اند. پیام‌محوری برنامه‌سازی تلویزیون ایدئولوژیک که دائماً درصدد ساخت معانی و تولید ذهنیت‌های دلخواه است به نوعی مخاطبان را به سوی برنامه‌های غیرجدی اما مفرح سوق می‌دهد. تلویزیون ایران با اصرار خود بر انتقال پیام‌های سیاسی و دینی توجهی به سرگرمی و نشاط مخاطبان ندارد. همین امر، زمینه‌های گریز از برنامه‌های داخلی و اشتیاق به سوی سریال‌های خارجی را شعله‌ورتر می‌سازد. به نظر می‌رسد لذت سرگرمی جای خواست فهم معانی و پیام‌های جدی را در نزد مخاطبان گرفته است. این در حالیست که هر چه بیشتر برنامه‌سازی تلویزیون داخلی متمرکز بر مضامین دینی و مذهبی است.

...وقتی در آمارگیری از کشورهای شاد، ایران در رتبه پائین قرار دارد معلوم است که ما دیوانه این ماجراهای شاد و راحت باشیم. هر کس باید خودش جنبه داشته باشد. ما دنبال سرگرمی هستیم (مهديه ۲۲ساله).

تماشای سریال برای کسب آرامش: ویکتوریا در نقش مأمّن و پناهگاهی برای مخاطبان زن این برنامه است. تلویزیون داخلی نیاز به آرامش را در مخاطبان تأمین نمی‌کند. در بالا به خواست لذت‌جویی از مضامین شاد در سریال ویکتوریا اشاره شد. رنگ نقش مهمی در جذب مخاطبان دارد. حاکمیت الگوی سیاه - سفیدی در جامعه از پوشش آدم‌ها در خیابان تا سایر ابعاد فردی و اجتماعی، نوعی تمنا برای رنگ را در مخاطبان زنده می‌سازد. افزون بر این، بسیاری از مخاطبان تماشای این برنامه را برای خود آرامش‌زا می‌دانند. آرامشی که گویا در برنامه‌های داخلی یافت نمی‌شود.

آیا درست هست که بیشتر وقت شبانه‌روز را درگیر مسائل کار و سختی زندگی هستی، چند ساعتی هم که در خانه احتیاج به آرامش روحی داری با تلویزیون داخلی سپری کنی که همش جنگ و درگیری سیاسی داخلی و خارجی را نشان می‌دهد، من به تماشای سریال‌های شبکه فارسی‌وان و سریال ویکتوریا پناه می‌برم تا دقایقی در آرامش باشم ... (شهناز ۲۸ساله).

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۱۳

همین سریال هم با توجه به این که سبک دیگری از زندگی را نشان می‌دهد برخی از ما را به فکر می‌اندازد ... و بهانه‌ای برای آسایش و خلوت کردن است تا ذهنمان از مسائل و مشکلات روزمره‌مان فاصله بگیرد (شهرلا ۴۰ساله).

وقتی مشکلات ویکتوریا و زندگی پرفراز و نشیبش را می‌بینم و سختی‌های بسیاری که پشت سر می‌گذارد، تسکینی برایم است تا با دیدن ماجرای سریال، ... تسلی بیابم و برایم حس خوبی به همراه دارد (مریم ۲۵ساله).

گاه کسب آرامش محصول فرایند تأملی است که تماشای ویکتوریا در مخاطبان ایجاد می‌کند. تماشاگر ایرانی کاملاً مراقب تفاوت‌های فرهنگی موجود در این برنامه و عناصر و شرایط فرهنگی ایران هست. با وجود این، بسیاری از کدهای غریب این متن، بیننده را به نوعی تأمل وادار می‌کند که تجربیات معمول و پرتنش زندگی فردی و خانوادگی را تعدیل و در نتیجه آرامش بیشتری را سبب می‌شود. کشمکش مسائل خانوادگی را به صراحت در این سریال می‌توان مشاهده کرد، دقیقاً وضعیت ما در خانواده‌مان همین است و من به شخصه در میان دوستانم مسئله خیانت به همسر و روابط جنسی پیش از ازدواج را دیده‌ام و اتفاقاً این سریال راه درست برخورد با چنین مسائلی را نشان می‌دهد (سمانه ۲۴ساله). مشکلاتی که در سریال ویکتوریا در مورد خانواده نشان داده می‌شود در زندگی من هم ممکن است پیش بیاید که در این صورت می‌توانم از آن برای حل مشکل خودم الگو بگیرم (شکوفه ۲۷ساله).

ویکتوریا، در عین حال، کدهایی از زندگی متفاوتی را عرضه می‌کند که برای بسیاری از ایرانیان غریب و ناشناخته است. مهمترین این‌ها مسئله خیانت و روابط نامشروع است. چه بسا، بیشترین نگرانی و دغدغه سیاستگذاران فرهنگی از همین منظر حاصل شده است. در صورت پذیرش رابطه یک‌سویه میان محتوای رسانه‌ای و ذهنیت مخاطبان، این نگرانی به جاست. اما، با رجوع به نظر مخاطبان این برنامه معلوم می‌شود که تماشاگران ویکتوریا به خوبی قادر به تشخیص این کدها هستند. آن‌ها، متن سریال را به گونه‌ای که خود می‌خواهند مورد استفاده قرار می‌دهند. به بیان دیگر، مخاطب ایرانی ویکتوریا، چیزهایی را در آن می‌یابد که در زندگی روزمره خود در جستجوی آن‌هاست. این، نوعی هوشیاری و توجه به مسائلی است که ممکن است در آینده رخ دهند. برای تماشاگران مجرد این سریال، ویکتوریا الگویی برای حل و فصل اختلافات احتمالی پس از ازدواج است. اما، خوانش زنان متأهل با نقش مادری آن‌ها پیوند می‌خورد. برای آن‌ها، اتفاقاتی که

برای جوانان این مجموعه پیش می‌آید حاکی از خطراتی است که چه بسا، نوجوانان و جوانان آن‌ها را در آینده تهدید کند.

دو نکته مهم در این‌جا وجود دارد. اول آن‌که، تماشاگر ایرانی با ذخیره‌ای از گفتمان‌هایی به تماشای این برنامه می‌نشیند که در نهایت به نفع ارزش‌های اجتماعی موجود است. احساس نگرانی از بروز اتفاقات درون متن سریال در زندگی واقعی آن‌ها مؤید این نکته است. دوم، توجه به این امور حاصل بی‌اعتنایی رسانه‌های داخلی نسبت به مسائلی است که آن قدر واقعیت دارد که تماشاگران رخداد آن را در زندگی خود، نامحتمل نمی‌دانند و به همین دلیل نگرانند. محتوای ویکتوریا الگویی برای رفتار زن ایرانی تلقی نمی‌شود بلکه در عوض، زن ایرانی به واسطه خوانش خاص خود، خود را نسبت به برخی مسائل زندگی امروزی هوشیار می‌سازد. همان‌طور که جی لیبی^{۱۰} (۱۹۹۵) نشان داد کالاهای فرهنگی فراملی مانند ویکتوریا، فضایی خیالی را پدید می‌آورند که مصرف‌کنندگان با توسل به آن‌ها می‌توانند مرزهای فرهنگی خود را نگه دارند یا مرزهای جدیدی را پدید آورند. این وضع چه بسا به تولید اشکالی فرهنگی هیبریدی مانند قومیت‌های جدید منجر شود.

شاید به خاطر دخترم که در سن بحرانی بلوغ است می‌خواهم ببینم که در جامعه چه اتفاقاتی می‌افتد و من در مورد این حوادث برای دخترم توضیح می‌دهم که در مورد رفت و آمدش و در مورد انتخاب دوستانش با احتیاط رفتار کند (لیلا ۳۱ساله).

من بعد از دیدن این سریال سعی کردم روابطم با فرزندانم را بهتر کنم و بیشتر خودم را کنترل کنم و آن‌ها را درک کنم، من به نوبه خود مدیون این سریال‌م چون زندگی‌م را متحول کرد (فرزانه ۴۵ ساله).

عریان‌سازی تمنیات درونی: جامعه ایران جامعه‌ای نسبتاً پای‌بند به سنت‌هایی است که امروزه تاحدودی توسط نسل‌های جدید به چالش کشیده می‌شود. این تنش‌ها جدی است به طوری که برای تقریباً یک دهه، یکی از دغدغه‌های مهم سیاست‌گذاران فرهنگی و صاحب‌نظران مسائل اجتماعی ایران، شکاف نسلی بود (معیدفر، ۱۳۸۳؛ آقاجری، ۱۳۸۲؛ قادری، ۱۳۸۲؛ فیرحی، ۱۳۸۲؛ سریع‌القلم، ۱۳۸۲؛ توکلی، ۱۳۸۲؛ جلالی، ۱۳۸۲؛ منصورنژاد، ۱۳۸۲). مفهوم شکاف، اصطلاح عامی است برای تغییر خواست‌ها و تمنیات ایرانیان در طی دوران سی‌ساله پس از انقلاب اسلامی که در قالب شاخص‌های مختلفی خود را نشان داده است. تغییر متزاید در سبک‌های زندگی (ذکائی، ۱۳۸۶؛ شهابی، ۱۳۸۶؛ آزاد ارمکی، ۱۳۸۶) به ویژه حجاب و الگوی روابط زنان و مردان از مهمترین تغییرات محسوب می‌شوند. مسئله از آن‌جا آغاز می‌شود که در برابر همه این

¹⁰. Gillispie

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۱۵

تغییرات، دو سیاست کلی مسئولان، بی‌اعتنایی یا تلاش برای بازگرداندن عادات و ذهنیت مردم به سبک و سیاق سال‌های جنگ یا «دهه مقدس شصت» بوده است. به بیان دیگر، خواست مسئولان سیاسی - فرهنگی در ایران تأمین شرایط حداکثری ایدئولوژیک اسلامی است که بنیان حرکت‌های انقلابی اولیه بود. در چنین فضایی، بسیاری از خواست‌های مردم مجالی برای بروز نیافت. به همین دلیل، متن سریال ویکتوریا با نمایش مطالبات بخشی از بینندگان، رابطه‌ای خیالی میان آن‌ها و رفع نیازهای‌شان را موجب شده است. ویکتوریا، تابلوهایی را برای بیننده زن ایرانی عریان می‌سازد که حداقل خواسته وی دیدن و دانستن درباره آنهاست. قدر مسلم، اشتیاق زن ایرانی محصول امری مهیج و کاملاً غریب نیست بلکه بیشتر محصول نوعی تمناً برای دیدن اشکال متنوعی از زندگی است که اصرار بر همسان‌سازی در برنامه‌های تصویری داخلی مانع از دسترسی به آنهاست. افزون بر این، اشتیاق قضاوت و تصمیم‌گیری درباره شیوه‌های زندگی هم مهم است. آن‌ها با دیدن ویکتوریا، هرچند در خیال، امکانی برای قضاوت و انتخاب شیوه‌ای از زندگی را تجربه می‌کنند. این سریال به برخی مسائل بی‌پرده پرداخته‌است، ... نمی‌توان انکار کرد که ویکتوریا همه ما را به تأمل فرو برده است که تجدید نظر اساسی در مورد زندگی و روابطمان داشته باشیم (مرضیه ۴۲ساله).

نمایش روابط همسران و مسئله خیانت: یکی از تم‌های اصلی زندگی زنانه در ایران، مسئله خیانت است. بروز این نگرانی در جامعه، شاخصی از تحولی آرام و تدریجی یا به تعبیری حادثه «انقلابی تدریجی»^{۱۱} در جامعه است. تماشاگران زن سریال ویکتوریا مکرراً، بر مسئله خیانت تأکید کردند. به بیان دیگر، تم خیانت در سریال ویکتوریا سبب شد تا نزدیکی زیادی بین موضوع این داستان و زندگی تماشاگر زن و ایرانی ایجاد شود. مواجهه زنان با این مسئله شنیدنی است. گاه طرح موضوع خیانت در سریال‌های خانوادگی تقبیح می‌شود و گاه مواجهه ویکتوریا با این مسئله مهم در زندگی زناشویی، الگویی برای حل مسائل مشابه تماشاگران ارزیابی شد. قدر مسلم، اغلب تماشاگر زن این مجموعه، نوع روابط افراد غیرهمجنس را از نوع «روابط آزاد» تلقی نکردند. آن‌ها عمدتاً این روابط را خیانت تلقی می‌کنند. باوجود این، ویژگی خوانش زنان ایرانی را باید در این نکته جست که نه خود مسئله خیانت که امری رایج در تمام فرهنگ‌هاست، بلکه نحوه مواجهه با این مشکل، کانون توجه زنان را شکل داده است.

^{۱۱} . long revolution

اکثر خانواده‌های ایرانی مشکلاتی چون خیانت همسر یا روابط پنهانی فرزندان‌شان با جنس مخالف را دارند! اگر این اتفاق افتاد اعضای خانواده چگونه باید برخورد کنند؟ برای من چنین اتفاقاتی افتاده! و آن زمان نمی‌دانستم چگونه حلش کنم اما با دیدن این سریال یاد گرفتم که اگر در آینده برای دخترم اتفاق افتاد چگونه با این مسئله برخورد کنم (آزاده ۲۵ساله).

وقتی با دوستانم راجع به سریال ویکتوریا صحبت می‌کنیم هرگز فکر نمی‌کنیم که چون همسر ویکتوریا بهش خیانت کرد ما هم مانند او می‌رویم و عشق جدید پیدا می‌کنیم بلکه به شخصه خود من هم معتقدم که واقعاً هیچ چیز نمی‌تواند جای خانواده را بگیرد و این سریال مستقیم و غیرمستقیم روابط صمیمی و گرم بین اعضای خانواده را نشان‌مان داد که همه دیدیم هرکس جای خودش را دارد و همه به هم احتیاج داریم (ژینوس، ۳۵ساله).

نمایش زنان مقتدر، مستقل و مطلوب در سریال: خوانش بینندگان ویکتوریا تا حد زیادی حاصل مقایسه سریال‌های داخلی با ویکتوریاست. در واقع، تماشاگران در برنامه‌های ماهواره‌ای دنبال پر کردن خلأهایی هستند که در برنامه‌های تلویزیون ایران دیده می‌شود. یکی از این کاستی‌ها نمایش زن فعال و توانمند در سریال‌های داخلی است. تولید متن‌های تلویزیونی در ایران چندان ناظر بر نمایش زن مقتدر و توانمند نیست. تحقیقات مختلفی نشان دادند که زنان در موقعیت‌های فرودست در متون تصویری نمایش داده می‌شوند (اعزاز، ۱۳۸۰؛ راودراد، ۱۳۸۰؛ دباغ، ۱۳۸۳؛ صادقی، ۱۳۸۴؛ صادقی، ۱۳۸۵؛ رضایی، ۱۳۸۷؛ راودراد، ۱۳۸۷؛ حاج محمدیاری، ۱۳۸۲؛ نبی، ۱۳۷۸؛ صفری، ۱۳۷۶؛ نوین و جهان‌دیده، ۱۳۸۳؛ کریمی، ۱۳۸۵؛ قاسمی، ۱۳۸۲، ۱۳۷۱؛ میرساردو، ۱۳۸۴؛ دیباجی، ۱۳۷۴؛ جوادی‌یگانه و کاظمی، ۱۳۸۳). نمایش تحقیرآمیز زنان در سریال‌های داخلی و رشد شخصیتی ویکتوریا از زنی منفعل به زنی مقتدر نظر بسیاری از مخاطبان سریال ویکتوریا را به خود جلب کرده است.

به نظر من تصویری که از زنان در این سریال وجود دارد، بسیار متفاوت با آن چیزی است که در جامعه ما دیده می‌شود که در شخصیت‌پردازی زنان افراط و تفریط می‌شود. اما بسیار قابل تحسین است که مراحل تبدیل شدن ویکتوریا از یک زن منفعل و ضعیف که جز ماندن در چهاردیواری خانه و بچه‌داری هنری ندارد را به زنی نشان می‌دهد که می‌تواند برای زندگی خودش برنامه‌ریزی کند و قدرتمند و مستقل می‌شود (شکوفه ۲۷ساله).

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۱۷

زن‌ها در سریال ویکتوریا حضورشان در نقش‌های اجتماعی زیاد است و در نقش‌های‌شان متکی به خود هستند و برای خودشان اهمیت قائلند (مریم ۲۵ساله).

سریال ویکتوریا، زنان را بسیار مقتدر و موفق نشان می‌دهد که در حاشیه نیستند و می‌توانند مستقل عمل کرده و در جامعه خودی نشان دهند. گرچه فشارهایی که بر یک زن وارد می‌آید را به خوبی نشان نمی‌دهد و تا حدی ماجرای داستان خوش‌بینانه است! چرا که حذف کردن حرف و حدیث مردم از زندگی و در لاک خود فرو رفتن مخصوصاً در ایران به این سادگی امکان‌پذیر نیست (هاله ۲۵ساله).

در گفته‌های زنان مخاطب ویکتوریا به سادگی می‌توان تعابیر آن‌ها از اقتدار را نیز یافت. حضور در عرصه عمومی یکی از مهمترین شاخص‌هاست. عموماً، نابرابری حضور در عرصه‌های عمومی موضوع شکایت آنهاست. آن‌ها از بازنمایی نامناسب زنان در متون تصویری داخلی شکایت دارند. گلایه زنان از برنامه‌های داخلی چندان هم بی‌ربط نیست. رضایی و کاظمی (۱۳۸۷) نشان دادند که «نمایش ناشایسته» وجه مسلط تصویر زنان در سریال‌های تلویزیونی ایران است. به بیان دیگر، بازنمایی زنان در برنامه‌های تلویزیونی منطبق با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی رایج در جامعه است. معمولاً مردان، مسلط، فعال، مقتدر و با نقش‌هایی متنوع‌اند. آن‌ها نقش‌هایی را بازی می‌کنند که موفقیت در آن‌ها مستلزم مهارت حرفه‌ای، کفایت، منطق و قدرت است. در مقابل، زنان معمولاً تابع، منفعل، تسلیم و کم‌اهمیت‌اند و در مشاغل فرعی و کسل‌کننده‌ای ظاهر می‌شوند که جنسیت‌شان، عواطف‌شان و عدم پیچیدگی‌شان به آن‌ها تحمیل کرده است. موضع‌گیری زنان در قبال چنین نقشی آن‌ها را به سوی کدهایی از ویکتوریا رهنمون می‌شود که خوانش خاص آن‌ها را شکل می‌دهد.

سریال ویکتوریا نشان می‌دهد همیشه یک زن نباید از مسائلی که در جامعه است بترسد و در خانه بماند و اشتغال زن را به‌عنوان مجالی برای ورود به عرصه اجتماع و کسب درآمد و بهره‌گیری از توانایی و استعدادش برای موفقیت نشان می‌دهد (افسانه ۲۶ساله).

الان که نگاه می‌کنم می‌بینم سریال ویکتوریا که نقش اول آن یک زن بود برای من جالب‌تر بوده انگار ناخودآگاه بیشتر جذب آن می‌شدم. وقتی در سریال‌های ایرانی زنی را می‌بینم که همیشه در آشپزخانه است و بچه‌اش دامنش را می‌کشد و لباس نامرتب بر تنش دارد ترجیح می‌دهم که یک سریال خارجی و ماهواره‌ای مثل ویکتوریا را ببینم که زنی را نشان می‌دهد که از عهده خودش و شغلش هم به خوبی برمی‌آید و دوست دارم چهره آراسته‌ای از زن را در سریال ببینم (اکرم ۲۷ساله).

خواست عشق در دنیای خیالی: تم عشقی یکی از محورهای اصلی ویکتوریاست. اما، روابط عشقی موجود در این سریال از چند جهت برای بیننده ایرانی، حسی بسیار متفاوت را ایجاد می‌کند. برقراری رابطه‌ای خلاف عرف و ایجاد رابطه زنی با سن بیشتر با پسری با سن کمتر دو ویژگی روابط عاشقانه در این مجموعه است. هر دوی این روابط در فرهنگ ما رایج نیست و تا حد زیادی تقبیح می‌شود. واکنش زنان ایرانی در مواجهه با این روابط جالب توجه است. آن‌ها به شیوه خود از ویژگی اول طفره رفتند در حالی که رابطه زنی مسن‌تر با پسری جوان‌تر را جذاب‌تر و خوشایندتر یافتند؛ بی آن‌که موضعی مخالف یا موضعی شیفته در قبال آن‌ها داشته باشند. از یک‌سو، محتوای عاشقانه در بین زنان مورد مصاحبه، به زنان کمک می‌کند تا از محدودیت‌های زندگی اجتماعی فرار کنند. زنان با ورود به دنیای عاشقانه قهرمان یعنی کسی که تمام نیازهای عاطفی‌اش ارضاء می‌شود، می‌توانند از نظر عاطفی خلاءهای موجود در زندگی خود را پر کنند. آن‌چه زنان از آن لذت می‌بردند احساس ارضای عاطفی است که این سریال عاشقانه برای آن‌ها ایجاد می‌کند. از سویی دیگر، به نظر می‌رسد زنان در خوانش خود از این مجموعه آن‌چه را که در دنیای واقعی کسب نمی‌کنند در دنیای سریال جستجو می‌کنند. آن‌ها در خوانش خود از رابطه ویکتوریا با معشوق جوان‌تر خود، نوعی مقاومت زنانه و تعرضی خوشایند و ملایم به چارچوب‌های صلب جامعه را می‌بینند. ما از این خوانش به «فاصله‌گیری از زندگی سراسر ایمن» یاد می‌کنیم. استفاده از استعاراتی مانند «هیجان دلچسب»، «هیجان سازنده»، «منشأ امید»، «احساس خوشی»، «بی‌نظیر»، «احساس باشکوه»، «لذتبخش»، «شادکننده» و «شگفت‌انگیز» مؤید این خواسته است.

شبیه‌سازی متن سریال با زندگی واقعی / همذات‌پنداری: دو اتفاق مهم در خوانش زنان از این مجموعه دیده می‌شود. اول، نوعی شبیه‌سازی متن سریال با جامعه ایران است. اتفاقات درون سریال برای تماشاگر زن ایرانی واقعی جلوه می‌کند.

واقعاتی که در جامعه ماست خیلی شبیه سریال ویکتوریاست، هرچند تفاوت‌های فرهنگی وجود دارد اما از لحاظ واقعیت اجتماعی شباهت زیاد است (لیدا ۳۰ساله).

ویکتوریا در مورد مسائلی است که یا در جامعه ما اتفاق افتاده یا در شرف وقوع است. برای من از این نظر جالب است که یاد می‌گیرم که چگونه با فرزندم و همسر و دوست و آشنا و فامیل رفتار کنم (شهناز ۲۸ساله).

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۱۹

اتفاق دیگر، همذات‌پنداری زنان با شخصیت‌های داستان است. آن‌چه در مورد تم عشق در بین مخاطبان ویکتوریا دیده شد، امری معمول در مورد سایر تم‌های این سریال است. شخصیت‌های این سریال برای بعضی زنان، مقوم ذهنیت‌های ایده‌آل‌شان است؛ آن‌ها دوست دارند به گونه‌های دیگری رفتار کنند ولی به دلایل مختلف مانند فشارهای اجتماعی و حتی فشارهای درونی از جمله اعتقادات مذهبی نمی‌توانند. لذا، همذات‌پنداری با شخصیت‌های سریال به راحتی در گفته‌های آن‌ها پیداست. خیلی احساس همدردی با ویکتوریا داشتم و از این‌که خودش را باور کرد و استقلال مالی پیدا کرد لذت بردم، هم‌چنین فداکاری‌هاش برای بازگشت به زندگی مشترک برایم قابل تحسین بود. (ندا ۲۸ساله).

نمایش پوشش و آرایش زنان در سریال: پوشش و آرایش یکی از محورهای مهم چالش‌های زنان با عرف رایج در جامعه است. تحقیقات مختلفی در جامعه ایران نشان می‌دهد که این چالشی جدی برای مردم و سیاست‌گذاران فرهنگی است (کاوند، ۱۳۸۷). بدون مبالغه می‌توان گفت که مسئله پوشش، محور بسیاری از تحولات عمده در تاریخ معاصر بوده است. دو قانون «کشف حجاب» و قانون «منع بی‌حجابی» در دو دوره پهلوی و انقلاب اسلامی گویای این حقیقت مهم در جامعه ایران است. لذا، طبیعی است که با وجود جریان این بحث‌ها در جامعه که هر از گاهی با قوانینی مانند مبارزه با بدحجابی و مانورهایی برای کنترل پوشش در جامعه همراه است، یکی از دغدغه‌های مهم و کلیدی زنان به طور کلی مسئله پوشش و آرایش باشد. تماشاگری ویکتوریا هم از این روند تأثیر پذیرفته است. یکی از محورهای اصلی خوانش زنان از ویکتوریا به مسئله پوشش و آرایش برمی‌گردد. نکته مهم در این خوانش، مقایسه میان سریال‌های داخلی و ویکتوریا توسط زنان است.

به نظر من این حق ماست که بدون ترس از قانون و عادات تحمیلی اجتماعی حداقل بتوانیم از سلیقه و مدل‌ها و طرح‌های پوششی زنان سایر کشورها از طریق سریالی مثل ویکتوریا مطلع شویم (ساناز ۲۲ساله). در سریال‌های ایرانی زنانی که به سر و وضع خودشان برسند به صورت چهره‌ای منفی نشان داده می‌شود و به عنوان زنان سطحی و مبتذل در مورد آن‌ها صحبت می‌شود. اما در سریال ویکتوریا بازیگران زن به سر و وضع خودشان به اندازه زندگی و کارشان اهمیت می‌دهند. اما در سریال‌های ایرانی وقتی زنی را با سر و وضع مرتب نشان دهند حتماً یک جنبه منفی به او می‌دهند (الهام ۲۸ساله).

من با این که خودم مقید به حجاب هستم اما از روابط سرد و مصنوعی و غیرطبیعی سریال‌های خودمان خسته شدم و واقعاً با تماشای ویکتوریا و خانواده‌اش روحیه گرفتم و دلم باز شد، رنگ‌های شاد و سرزنده لباس زنان و بازیگران در این سریال واقعاً انرژی بخش بود (رزا ۲۰ساله).

نتیجه‌گیری

خود عمل تماشاگری ویکتوریا نشانه برخی ویژگی‌های زمینه اجتماعی خوانش برنامه‌های ماهواره‌ای در ایران است. نشان داده شد که این عمل، در متنی از تعارضات خانوادگی اتفاق می‌افتد. در واقع، عمل تماشاگری ویکتوریا، در بین خانواده‌های ایرانی، عملی پروبلماتیک است. مسئله به این جا بر می‌گردد که رابطه روشن و بدون ابهامی میان ویکتوریا و تماشاگر زن ایرانی برقرار نیست. زن تماشاگر از یک سو در خانه بر سر دیدن این برنامه باید با دیگر اعضای خانواده رقابت کند. گاه این رقابت به نوعی فداکاری منجر می‌شود. به این معنا که، به دلیل حضور بیشتر زن در خانه، دیدن برنامه به زمانی پخش مجدد آن موکول می‌شود تا دیگر اعضا خانواده فرصت دیدن برنامه‌های خود را داشته باشند. از سوی دیگر، مسئله دار بودن برنامه به تفاوت بارز فرهنگ رایج در این متن با زمینه اجتماعی ایرانی برمی‌گردد. ابهام و تردید در دیدن برنامه در کنار فرزندان به دلیل بدآموزی احتمالی بسیار مورد توجه زنان مخاطب ویکتوریاست. جدال آن‌ها میان دیدن یا ندیدن ویکتوریا را با تغییر، یا به بیانی بهتر، مدیریت فعالانه تماشاگری حل می‌شود.

یافته‌های این تحقیق نشان داد، افزون بر ویژگی‌های عامی که مجموعه‌های تلویزیونی جهانی با تکیه بر آن‌ها در بین فرهنگ‌های مختلف محبوبیت پیدا می‌کنند، برخی ویژگی‌های زمینه اجتماعی تماشاگری زنان ایرانی سبب اشتیاق آن‌ها به ویکتوریا شده است. ما در این جا بر مفهوم «فقدان» تأکید داریم. در واقع، ادعای اصلی ما این است که تماشاگری برنامه‌های ماهواره‌ای در ایران در بستری از خلاءهای اجتماعی یا به بیان دیگر، کاستی‌هایی اتفاق می‌افتد که به دوگانه «داخلی ناخوشایند» و «خارجی خوشایند» دامن می‌زند. مقایسه، سازوکار اصلی این فرایند است. دو زمینه اصلی در این فرایند دخیل‌اند. از یک سو، در بیشتر اوقات زنان مخاطب ویکتوریا، رمزگان مختلف این برنامه را از رهگذر مقایسه محصولات تلویزیونی داخلی با برنامه‌های خارجی فهم می‌کنند. از سوی دیگر، خوانش ویکتوریا از مجرای فهمی از مطالبات اجتماعی صورت می‌گیرد که به عقیده مخاطبان این برنامه مرتفع نمی‌شود. بنابراین، ویکتوریا به آن‌ها در خلق دنیایی مجازی کمک می‌کند که در آن بسیاری از این خواستها ارضاء می‌شود. لذا، ما از مفهوم «عریان‌سازی

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۲۱

تمنیات» مخاطبان از طریق این برنامه یاد کردیم. در واقع، ویکتوریا کانالی برای تأمل در جامعه و یادآور مشکلاتی است که زنان در جامعه دارند. آن‌ها از طریق برجسته‌سازی ایده‌الی و فعالانه مسائل، رمزگانی را باز می‌شناسند و معانی را دریافت می‌کنند که بستر اجتماعی ایرانی آن‌ها را به این سو کشانده است. در بخش‌های قبلی نشان داده شد که نشاط، سرگرمی، رنگ، آرامشی فارغ از دغدغه‌های روزمره، پوشش، آرایش و بالاخره، نمایشی دلپذیر از زنی مقتدر که قادر به گزینش زندگی خود است، محورهای عمده‌ای هستند که خوانش مسلط زنان مخاطب را شکل می‌دهد. همه این ویژگی‌ها، محل بروز چالش‌های عمده زندگی زنانه در جامعه ایران است. افزون بر این، بی‌اعتنایی تلویزیون ایران به این جنبه‌ها یا توجه افراطی برای تعیین و تبلیغ فرم ایدئولوژیک مورد نظر خود، زمینه اصلی پیدایش «حفره‌ها»یی را فراهم می‌سازد که خوانش خاص زنان از ویکتوریا را رقم می‌زند.

منابع

- اعزازی، شهلا (۱۳۸۰) تحلیل ساختاری جنسیت: نگرشی بر تحلیل جنسیتی در ایران، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶) «الگوهای سبک زندگی در ایران»، در ابراهیم حاجیانی، الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- آقاجری، سیدهاشم (۱۳۸۲) «انقطاع نسل‌ها - انسداد نسل‌ها»، در علی اکبر علیخانی، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، تهران: پژوهشکده علوم اجتماعی و انسانی جهاد دانشگاهی.
- توکلی، مهناز (۱۳۸۲) «بررسی ویژگی‌های دو نسل در چارچوب نظام ارزشی»، در علی اکبر علیخانی، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، تهران: پژوهشکده علوم اجتماعی و انسانی جهاد دانشگاهی.
- جلالی، محمدرضا (۱۳۸۲) «روان‌شناسی سیاسی انقطاع نسل‌ها»، در علی اکبر علیخانی، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، تهران: پژوهشکده علوم اجتماعی و انسانی جهاد دانشگاهی.
- جوادی‌یگانه، محمدرضا؛ کاظمی، عباس (۱۳۸۴) «تحلیل محتوای فیلم‌های سینمایی پس از انقلاب درباره نگرش نسبت به زنان و میزان تقریب آن با جایگاه مطلوب زن در نظام اسلامی»، گروه پژوهشی مطالعات فرهنگی، جهاد دانشگاهی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- حاج‌محمدی، رقیه (۱۳۸۲) «بازبایی اطلاعات ویژه زن و رسانه»، اداره کل پشتیبانی و پژوهش، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- خبرگزاری ایرنا (۱۳۸۹) «بررسی اهداف پنهان و آشکار شبکه فارسی‌وان»، گزارش نشست مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، دوشنبه ۳ خرداد.

۲۲ زن در فرهنگ و هنر دوره ۳، شماره ۲، زمستان ۱۳۹۰

- دباغ، علیرضا (۱۳۸۳) «نگاهی بر مقوله جنسیت در برنامه‌های طنز رسانه ملی»، فصلنامه پژوهش و سنجش، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، سال یازدهم، شماره ۳۸.
- دیباچی، فاطمه (۱۳۷۴) «نقش تلویزیون در چگونگی شکل‌گیری شخصیت اجتماعی زن»، مجموعه مقالات اولین سمینار زن و رسانه‌ها، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صداوسیما.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۶) «تحول الگوهای سبک‌زندگی در ایران»، در ابراهیم حاجیانی، الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- راودراد، اعظم (۱۳۸۰) «تغییرات نقش زن در جامعه و تلویزیون»، مجله پژوهش زنان، دوره ۱، شماره ۱.
- راودراد، اعظم؛ سرکاراتی، پریسا (۱۳۸۷) «تفسیر زنان از بازنمایی هویت زنانه در تلویزیون»، فصلنامه تغییرات فرهنگی، سال اول، شماره ۲.
- رضایی، محمد؛ عباس، کاظمی (۱۳۸۷) «سیاست جنسیت در تلویزیون ایران: مطالعه کیفی سه مجموعه تلویزیونی سیمای جمهوری اسلامی ایران»، مجله پژوهش زنان، دوره ۶، شماره ۳.
- سریع‌القلم، محمد (۱۳۸۲) «ویژگی‌ها، افکار و پیامدهای ظهور نسل سوم نخبگان در ایران»، در علی اکبر علیخانی، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، تهران: پژوهشکده علوم اجتماعی و انسانی جهاد دانشگاهی.
- شهبازی، محمد (۱۳۸۶) «سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه در میان جوانان ایرانی و دلالت‌های سیاسی آن»، در ابراهیم حاجیانی، الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- صادقی، سهیلا؛ کریمی، شیوا (۱۳۸۴) «کلیشه‌های جنسیتی سریال‌های تلویزیونی ایران»، فصلنامه پژوهش زنان، شماره ۳، تهران: مرکز مطالعات زنان دانشگاه تهران.
- (۱۳۸۵) «تحلیل جنسیتی بازنمایش ساخت خانواده در سریال‌های تلویزیونی ایرانی»، فصلنامه مطالعات زنان، سال چهارم، شماره ۳، تهران: مرکز مطالعات زنان.
- صفری، فاطمه (۱۳۷۶) «تحلیل سیمای زن و مرد در برنامه‌های خانواده شبکه اول سیما (سریال‌ها و برنامه گفتگوی خانواده)»، مرکز مطالعات و تحقیقات و سنجش برنامه‌ای، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- فیرحی، داود (۱۳۸۲) «ملاک‌های سیلان یا انقطاع نسل‌ها»، در علی اکبر علیخانی، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، تهران: پژوهشکده علوم اجتماعی و انسانی جهاد دانشگاهی.
- قادری، حاتم (۱۳۸۲) «انقطاع نسل‌ها؛ انقلابی کامل»، در علی اکبر علیخانی، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، تهران: پژوهشکده علوم اجتماعی و انسانی جهاد دانشگاهی.
- قاسمی، فاطمه (۱۳۷۱) «تصویر زن در سریال تلویزیونی چراغ خانه»، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- (۱۳۸۲) «بررسی مقوله عشق در سریال‌های ایرانی «دردسر والدین، جوانی و شب دهم»»، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.

خوانش مخاطبان سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان ۲۳

- کاظمی، عباس (۱۳۸۷) «بررسی سبک‌های زندگی فراغتی در میان دانشجویان کشور و عوامل همبسته با آن‌ها»، تهران: نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها.
- کاوند، رضا (۱۳۸۷) «مطالعه کیفی نحوه دریافت شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان»، رساله کارشناسی ارشد، به راهنمایی مهدی منتظر قائم، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- کریمی، شیوا (۱۳۸۳) «بررسی جامعه‌شناختی کلیشه‌های جنسیتی و ساخت خانواده در سریال‌های تلویزیونی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- محمدی، جمال (۱۳۸۷) «قرائت‌های زنان از مجموعه پرواز در حباب»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول شماره ۲، ص ۷۹-۱۱۰.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۳) «شکاف نسلی یا گسست فرهنگی (بررسی شکاف نسلی در ایران)»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۴، صص ۵۵-۸۰.
- منصورنژاد، محمد (۱۳۸۲) «شکاف و گفتگوی نسل‌ها با تاکید بر ایران»، در علی اکبر علیخانی، نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها، تهران: پژوهشکده علوم اجتماعی و انسانی جهاد دانشگاهی.
- میرساردو، طاهره (۱۳۸۴) «مقایسه منزلت و نقش اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی زنان و مردان در سریال‌های تلویزیونی در تابستان و پائیز سال ۱۳۸۳»، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.
- نبی، سودابه (۱۳۷۸) «سیمای زنان در سیما، سنجش افکار عمومی»، مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- نوبین، زهرا؛ جهان‌دیده، مریم (۱۳۸۳) «سیمای زن در مجموعه‌های تلویزیونی داخلی»، اداره کل مطالعات و رسانه و ارتباطات مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
- هال، استوارت (۱۳۸۳) «رمزگذاری و رمزگشایی»، ترجمه نیما محمدی، در مطالعات فرهنگی، ویراستاری، سایمون دیورینگ، تهران؛ تلخون.

Ang, I. (1991) "Watching television", London: Routledge.

Buckingham, David (2003) Media education: Literacy, Learning, and Contemporary Culture, Oxford: Wiley-Blackwell.

Dembo, r. (1972) "Lifestyle and media use among English working- class youths" in International Communication Gazette vol. 18 no. 1 24-36.

Dembo, Richard (1973) "Gratifications Found in Media by British Teenage Boys", Journalism Quarterly, 50, 3, 517-26.

Featherstone, M. (1987) "Lifestyle and Consumer Culture": Theory, Culture and Society 4 (1): 55-70.

Hartly, john. (1987) "Invisible fictions: television Audience, paedocracy and pleasure", textud practice.

Hobson, D. (1982) *Crosroads: "The drama of a soap opera"*, London: methun.

Hodge, R. & Tripp, D. (1986) "Children and Television": A Semiotic Approach". Cambridge: Polity Press.

Lin, Carolyn A. (1996). "Looking back: The contribution of blumler and katzs uses ofmass communication to communication research", Journal of broadcasting & Electronic, edia, vol 40, fall: 574-581.

Orbe, Mark P. and Tina M. Harris (2007) *Interracial Communication: Theory Into Practice*, London: SAGE Publications.

Silverstone, Roger (1994) "*Television and everyday life*", Oxford: Routlege.

Strelitz, Larry Nathan (2002) "*Media consumption and identity formation: the case of the 'homeland' viewers*", Media, Culture & Society, 24(4): 459-480.

Tomlinson, J. (1991) "*Cultural Imperialism*". London: Pinter Publishers.