



# کارکرد رسانه‌های جمعی در راستای ارتقای حکمرانی دینی

(مورد مطالعه سریال پایتخت ۳)

حسین رجائی‌راد\*<sup>۱</sup>

عباس کریمی<sup>۲</sup>

محسن خوشفر<sup>۳</sup>

## چکیده

پژوهش در حوزه‌های مطالعات فرهنگی و ارتباطات، گستره وسیعی از موضوعات بین‌رشته‌ای، از جمله موضوع حکمرانی را پیش روی محقق می‌نهد. حاکمیت جمهوری اسلامی ایران با هدف دین‌داری و انسان‌سازی، با مالکیت تلویزیون، از آن به عنوان ابزار حکمرانی دینی استفاده می‌کند. یکی از انواع برنامه‌های تلویزیون در این راستا، سریال‌های عامه‌پسند است. هدف این پژوهش نگاهی به مفاهیم نظری درباره حکمرانی، حکمرانی دینی و حفظ توجه مخاطب، دیدگاه اسمارت در ابعاد «دین‌داری»، نظریه «بازنمایی» هال و مفاهیم «همذات‌پنداری» و «سریال عامه‌پسند»، برای بررسی نحوه تأثیر پیام‌های دینی بر ساخت سوژه کلیشه‌سازی شده و طبیعی‌سازی شده از مخاطب است. این پژوهش با روش نشانه‌شناسی و توصیف و تحلیل هدف‌مند، به تحلیل و توصیف سکانس‌های حاوی پیام‌های دینی سریال پایتخت ۳ پرداخته است. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که این سریال با ویژگی‌های دنباله‌دار بودن و توان همراه کردن مخاطب، با بالابردن میزان تداوم توجه مخاطب، قادر است قدرت حکمرانی را افزایش دهد. سکانس‌های دینی ارائه‌شده در سریال پایتخت ۳ از

۱. کارشناسی ارشد، دانشکده ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

h\_rajaei@atu.ac.ir

۲. دکتری تخصصی، جامعه‌المصطفی، قم، ایران abas\_karimi@miu.ac.ir

۳. استادیار، گروه علوم قرآن و حدیث، دانشگاه قرآن و حدیث، قم، ایران mohsenkhoshfar@yahoo.com





---

ساختاری‌های کلیشه‌ای و طبیعی‌سازی‌شده مشتمل بر: ۱- نتیجه نیک اعمال خوب، ۲- نتیجه شوم اعمال بد، ۳- مستقیم‌گویی و ارائه دستورالعملی مطالب دینی، ۴- القای اعتقاد به وجود قدرت پروردگار در پس پرده همه امور عالم برخوردار است.

### کلیدواژه‌ها:

حکمرانی رسانه، دین‌داری، بازنمایی، سریال عامه‌پسند، همذات‌پنداری.





## ۱. مقدمه و بیان مسئله

بیشتر دولت‌ها و حکومت‌ها در صدد طراحی و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌هایی هستند که بتوانند به واسطه آنها مردم و کشور را به توسعه رسانده، رفاه و سعادت ایشان را فراهم آورند؛ چنان‌که نقش حاکمیت در حکمرانی را طراحی، هدایت و اجرای خط‌مشی‌های کلان، مبتنی بر یک هدف سیاسی واحد توسط نخبگان سیاسی و حاکمیتی و تعامل ایشان با یکدیگر و با مردم در فرایند حکمرانی دانسته‌اند (طهماسب کاظمی، ۱۳۹۵). امروزه در فرایند حکمرانی در جهان، دولت‌های مدرن به کامل‌ترین مرحله تسلط همه‌جانبه بر افکار، تمایلات و عملکرد انسان‌ها رسیده‌اند. نظارت بر افراد در عرصه جوامع بشری به قدری مطلق و فراگیر شده که دیگر نیازی به اقدام آشکار رهبران نیست. این نظارت با بهره‌گیری از ابزارهای قدرتمند رسانه‌ای به عنوان حلقه واسط حاکمیت و بدنه جامعه انجام می‌شود. تلویزیون، رادیو، اینترنت، مطبوعات و سینمای هالیوود در همه زوایای جهان فرهنگی رسوخ کرده، توده‌ها را تحت کنترل قرار می‌دهد. این کنترل، تولید هدف‌مند یک فرهنگ استلندارد و قالبی است که از طریق رسانه‌های گروهی عصر مدرن مثل رادیو، تلویزیون، سینما و مطبوعات با قدرت اثرگذاری شگفت‌انگیزی اعمال می‌شود (پولادی، ۱۳۸۶: ۴۴-۴۳). البته در آموزه‌های دینی از جمله قرآن، معنایی فراتر از معنایی که در عالم سیاست برای مفهوم حکمرانی وجود دارد، ارائه شده است (بردبار، ۱۳۹۴: ۱۰). حکمرانی در آموزه‌های قرآن، خلافت و ولایت از سوی خداوند برای بسترسازی کمال‌بابی بشر است (جوادی آملی، ۱۳۸۷: ۱۴۲). چنان‌که از منظر قرآن کریم، اساسی‌ترین هدف یک حکمرانی خوب، تعلیم و تزکیه الهی نفوس انسان‌هاست (عیوضی، ۱۳۹۶: ۶۲). در جامعه‌ای همچون ایران نیز که اگرچه مردمی با میزان دین‌داری و آگاهی‌های دینی متفاوتی دارد، جامعه‌ای دینی محسوب می‌شود و فرایند حکمرانی رسیدن به اهدافی چون سعادت مردم در نظر گرفته می‌شود.

امروزه رسانه عظیم‌ترین و مهم‌ترین ابزار تولید و توزیع معنا و برساخت پدیده‌ها در دنیاست. رسانه ظرفیت بالایی در جامعه پذیرکردن توده‌ها و انتقال مفاهیم گفتمان مسلط در راستای تحقق یک حکمرانی خوب را دارد (رضایی، ۱۳۹۹: ۲۹۰). نقشی که تلویزیون در جامعه‌پذیری افراد دارد، ارائه الگوهای پایدار مفهومی است تا گروه‌های گوناگون و متنوع اجتماعی را همگن‌سازی کند و تمایزهای



اجتماعی را از بین ببرد. تلویزیون همچنین این توانایی را دارد که ارزش‌های فرهنگی مشترک را کارآمد، قدرت‌مند و استانداردسازی و همه اعضای جامعه را در بهره‌گیری از آنها سهیم کند. تلویزیون وزنه نمادین و ایدئولوژیک فرهنگ معاصر است و با به‌وجود آوردن همگنی و تجانس، تنوع و تمایزها را محدود می‌کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۴: ۳۹). تلویزیون برنامه‌هایی پخش می‌کند که سرشار از معانی پنهان است و تلاش می‌کند با کنترل این معانی، آنها را تبدیل به معناهایی یگانه‌تر و مرجح‌تر کند؛ معنایی که کارایی جهان‌بینی غالب را دارد یا در خدمت منافع جهان‌بینی غالب باشد (فیسک، ۱۳۸۰: ۱۲۵). بررسی سریال‌های عامه‌پسند در تحلیل چگونگی شکل‌دهی سوزدهای همگون از مخاطب و اعمال حکمرانی بر ایشان، اتخاذ رویکردی میان‌رشته‌ای همسو با روح حاکم بر مطالعات فرهنگی و ارتباطات است تا توانایی تلفیق روش استفاده‌شده با دیگر ابزارهای تحلیلی در انجام پژوهش را نشان دهد. نگاه غالب چنین است که سریال‌ها و فیلم‌های مردم‌پسند در درازمدت و به نحوی مداوم اموری مانند شیوه‌های رفتاری، مدل‌های ارتباطی بین افراد و سبک زندگی را به مخاطب ارائه و ایشان را تغذیه می‌کند (راو‌راد، ۱۳۹۱: ۳۰-۳۲). مردم زمانی که با شخصیت‌های سریال‌های عامه‌پسند مواجه می‌شوند، چنان می‌انگارند که با خود و زندگی روزمره خود روبه‌رو شده‌اند. سراغ مسائل و معضلات قابل لمس و آشنا برای مخاطب رفتن و بهره‌گیری از قواعد و عرف‌های آشنای سریال‌های عامه‌پسند، بر این تصور غالب صحنه می‌گذارد. پیام‌های دینی گنجانده‌شده در سکانس‌های سریال‌ها نیز به لحاظ اشاره‌هایی غیرمستقیم در راهنمایی مخاطب اثرگذار است و ارائه آنها در لابه‌لای موقعیت‌های زندگی روزمره شخصیت‌های داستان‌ها، آموزه‌هایی پیش می‌نهد که در همه ابعاد زندگی، راهگشای سعادت‌مندی مخاطب است. موقعیت‌های دینی که در سریال‌های عامه‌پسند تلویزیونی بازنمایی می‌شوند، به نحوی است که گویا مهر یکسان بر همه‌شان زده باشند. تمامی موقعیت‌های نمایش داده‌شده در این سریال‌ها نوعی الگوی دین‌داری لیدنل، استلندارد و یکسان‌سازی شده از مواجهه شخصیت‌های این سریال‌ها در آن موقعیت‌ها بازنمایی می‌کند.

محقق در این پژوهش قصد واکاوی یکی از سریال‌های عامه‌پسند تلویزیون ایران، به عنوان یک ابزار حکمرانی را دارد، تا چگونگی بازنمایی موقعیت‌های دین‌داری را که با تمایززدایی و همگون‌سازی مخاطب اقدام به ساخت سوزده دین‌دار ایدئال و یکسان‌سازی شده می‌کند، نشان دهد. این پژوهش در



پی آن است که:

- آیا تلویزیون به عنوان یکی از اصلی‌ترین وسایل رسانه جمعی قادر است ابزاری برای حکمرانی باشد؟

- آیا سریال‌های عامه‌پسند توان حفظ توجه مخاطب به عنوان ابزاری برای حکمرانی دینی را دارند؟

- چگونه سریال‌های عامه‌پسند می‌توانند بازنمایی‌کننده کلیشه‌هایی از موقعیت‌های دینی و ارائه‌دهنده پیام‌های دینی طبیعی‌سازی شده باشند؟

## ۲. ادبیات موضوع و پیشینه

### الف) مبانی نظری

#### ۱) حکمرانی

حکمرانی را نظام توزیع قدرت اعمال حاکمیت و بهره‌گیری از همه ظرفیت‌های اجتماعی در راستای پیش‌برد امور عمومی تعریف کرده‌اند. از جمله بااهمیت‌ترین ارزش‌های حکمرانی را تعالی‌گرایی، آزادی مشروع، انضباط‌گرایی، عدالت‌محوری، وحدت و همبستگی ملی و مذهبی، اخلاق‌محوری، ظلم‌ستیزی، امنیت‌محوری، اسوه‌گرایی، پویایی، دین‌مداری و ... عنوان کرده‌اند (طهماسب کاظمی، ۱۳۹۵). همچنین حکمرانی را پروسه‌ای مدیریتی جهت تصمیم‌گیری در حوزه‌های عمومی و خصوصی عنوان کرده‌اند (Governance.com). حکمرانی اشاره به حالت تعادلی قدرت می‌نماید که در آن امور اجرایی یک کشور به همراه نهادها و سنت‌ها گرد هم می‌آیند و به واسطه آن اقتدار شکل می‌گیرد (تروپ، ۲۰۰۷: ۲۰).

حاکمیت و حکمرانی در اسلام بسیار اهمیت دارد؛ چنان‌که در آیه ۸۳ سوره نساء بر ضرورت وجود حکومت برای تأمین هدایت بشر تأکید شده است (بردبار، ۱۳۹۴: ۱۴). در عصر جهانی شدن، رسانه‌ای با اهداف اخلاق‌مدارانه و ملی‌گرایانه برای رسیدن به تعالی، لازم است همراستا با ارزش‌های مقبول حاکمیت و مردم، چهار کارکرد جذب، تدافع، تهاجم و تدبیر را بروز دهد تا



زمینه‌ساز تثبیت و توسعه قدرت هوشمند فرهنگ یا ایدئولوژی مورد نظر باشد (سلطانی فر، ۱۳۹۰: ۱۰۲). البته توجه این پژوهش بیشتر بر کارکرد جذب است. رسانه متعالی در نخستین گام برای نمایش برنامه‌های خود می‌بایست توان جذب مخاطبان هدف خود را داشته باشد که راهکار آن، توجه به مبانی ارزشی مقبول اغلب مخاطبان و فرهنگ عامه است. البته این مهم با حفظ اصول، پاسخ حداکثری به گستره نیازهای رسانه‌ای مخاطب اعم از سرگرمی، اطلاع‌رسانی و آموزش و نمایش دادن مصادیق پیدا و پنهان گفتمان مسلط در پرتو نوآوری و هنرمندی صورت می‌پذیرد. از این دست برنامه‌ها می‌توان مستند، اخبار جهان، سرگرمی، برنامه‌های مناسبتی، فرهنگی-ارزشی و سریال‌های سرگرم‌کننده و عامه‌پسند را برشمرد (سلطانی فر، ۱۳۹۰: ۱۰۳). سریال‌های عامه‌پسند از جمله برنامه‌های تلویزیونی است که توان جذب طیف گسترده‌ای از مخاطبان را دارد. این سریال‌ها همچنین می‌توانند پیام‌های دینی را در قالب گفت‌وگوهای شخصیت‌ها یا موقعیت‌های دینی‌ای که شخصیت‌ها در آن قرار می‌گیرند، در خود جای داده، به مخاطب ارائه نمایند. بر این اساس این نوع سریال‌ها قادرند در فرایند حکمرانی، حاکمیت را برای انتقال پیام‌های مد نظر صاحبان اندیشه سیاسی حاکم یاری رسانند.

## ۲) رسانه و حکمرانی

رسانه‌های جمعی از جمله تلویزیون، روایتگر مسلط عصر کنونی‌اند. این رسانه‌ها با ارائه ساختارهای معرفتی اساسی و چارچوب‌های مفهومی خاص به مخاطبان، چگونگی درک واقعیت را برای ایشان تعیین می‌کنند. بر این اساس رسانه‌ها انعکاس‌دهنده آینه‌وار واقعیت نیستند، بلکه سازنده واقعیت از روزه نگاه خود برای مخاطبان‌اند. این وسیله ارتباط جمعی قادر به حفظ جایگاه خود در خانه و خانواده بوده است؛ چراکه تلویزیون رسانه‌ای تقریباً رایگان است که علاوه بر عدم نیاز به صرف هزینه و مشارکت، از لحاظ زمان، میزان و نوع، اختیار بهره‌مندی از برنامه‌های آن در دست مخاطب است. در حکومت‌هایی همچون جمهوری اسلامی ایران که رسانه جمعی تلویزیون تحت حاکمیت سیاست‌گزاران حکومت است، تلویزیون و برنامه‌هایی که از آن برای مخاطبان پخش می‌شود، قادرند ابزاری برای اعمال حکمرانی صاحبان قدرت سیاسی باشد.

دولتی بودن مالکیت صداوسیما و تأمین منابع مالی‌اش از محل بودجه کل کشور همچنین



متمركز بودن و از بالا به پایین بودن ساختار سازمانی آن، تحت نظر حاکمیت بودن این نهاد رسانه‌ای را نشان می‌دهد. صد او سیما را دانشگاه عمومی نشر فرهنگ اسلامی با هدف اصلی ایجاد فضایی مساعد جهت تزکیه و تعلیم انسان و بالندگی فضایل اخلاقی دانسته‌اند (مؤمن‌زاده، ۱۳۹۷: ۲۵). این هدف انسان‌سازی، رشد و تربیت مسلمان شیعه آگاه و عامل به اعتقادات خویش که او را در جریان امور سیاسی و جاری جامعه قرار داده و موضع‌گیری و عمل سیاسی‌اش مبتنی بر اعتقادات دینی او باشد، تلویزیون جمهوری اسلامی ایران را در سطحی کلان به عنوان مدرسه انسان‌سازی بزرگی نشان می‌دهد (راوودراد، ۱۳۸۸: ۵۰). جامعه ایران - اگرچه با میزان دین‌داری و آگاهی‌های دینی متفاوت - جامعه‌ای دینی است. تعریف چنین رسالتی در چنین زمینه‌ای اجتماعی نیز تلویزیون را رسانه‌ای دینی، معرفی می‌کند (رجائی، ۱۴۰۱: ۲۵). در یک رسانه دینی از اطلاع‌رسانی، سخنرانی، استدلال و بحث‌های دینی و ... بهره‌گیری می‌شود تا مخاطب از مبانی دینی آگاه و به انجام عملی دستورهای فردی و اجتماعی دین ترغیب شود و همچنین این آگاهی‌های دینی بر این بستر تشریح و تبیین می‌شود (راوودراد، ۱۳۸۸: ۵۰). بنابراین چشم‌انداز رسانه دینی به معنویات این دنیای مخاطب و سعادت دنیای دیگر اوست.

حیات رسانه با مخاطب در جریان است و نکته مهم در مورد مخاطب، نوع، میزان و تداوم توجه مخاطب به رسانه است؛ بنابراین مقدار جذب و حفظ توجه مخاطب، از جمله اصلی‌ترین شاخص‌های ارزیابی رسانه است (فرهنگی، ۱۳۸۹: ۹۳). هر فرد، گروه، سازمان یا کشوری که توانایی جذب و جلب بیشتر توجه دیگران را داشته باشد، قدرت حکمرانی بیشتری خواهد داشت (فرهنگی، ۱۳۸۹: ۹۳).

### ۳) سریال عامه‌پسند

سریال‌های عامه‌پسند یکی از انواع برنامه‌های تلویزیونی برای ارثه داستان‌هایی دنباله‌دار در ژانرهای مختلف جنایی-پلیسی، دراماتیک و خانوادگی است که از زمان ورود دستگاه تلویزیون به خانه‌ها مورد توجه و علاقه قرار گرفته است (شهبندی، ۱۳۸۹: ۵). روایات تلویزیونی عامه‌پسند عامل همذات‌پنداری و اجتماعی‌شدن مخاطب‌اند (ونلی، ۲۰۱۸: ۴). توان و دوام درگیری با شخصیت‌های



داستان و همذات‌پنداری در سریال‌های تلویزیونی عامه‌پسند علت دنباله‌دار شدن و طولانی‌بودن آن است؛ همچنین علت تأثیر سریال‌ها بر مخاطب، درگیری با شخصیت‌ها، سبک زندگی‌شان، فرهنگ حاکم در سریال و ایدئولوژی نهفته در آنهاست (شهبندی، ۱۳۸۹: ۵). نداشتن یک شخصیت اصلی و محل توجه بودن گروهی از شخصیت‌ها از منظرهای مختلف توسط مخاطب همچنین ایجاد چندین مسیر روایی، طیف وسیعی از مخاطبان، با ذائقه‌های داستانی گوناگون را به خود جذب می‌کند (پاینده، ۱۳۹۷: ۳۴۳-۳۴۵). مخاطبان موقعیت‌های موازی با شخصیت‌های مشابه در زندگی خود را با موقعیت‌ها و شخصیت‌های این گونه سریال‌ها مقایسه می‌کنند.

سریال‌های عامه‌پسند با ویژگی‌هایی از جمله: ۱- جذب طیف گوناگونی از مخاطبان به خود به علت نداشتن شخصیت مرکزی و محور اصلی داستان و داشتن چندین مسیر روایی و شخصیت‌هایی گوناگون که هر یک از منظرهای مورد توجه مخاطب است، ۲- قدرت بالا و دوام همذات‌پنداری، به علت طولانی‌بودن و دنباله‌دار بودن، ۳- مواجهه مخاطب با زندگی روزمره‌شان با ارائه جهانی واقعی، افرادی واقعی و مسائل و معضلاتی واقعی، ۴- داشتن پایان خوش، ۵- تلاش در واقع‌گرایی، ۶- داشتن شخصیت‌های خاکستری، ۷- کوتاه‌مدت، گذرا و فراموش‌شدنی بودن به علت مستقیم‌گویی دیکته‌گونه و صدور دستورالعملی و ارائه بایدها و نبایدها، ۸- پرداختن به مسائل و معضلات قابل لمس و آشنا برای مخاطب با رفتن سراغ طبقات میانی و پایینی جامعه ... توان بسیاری در درگیری با شخصیت‌ها، ارائه فرهنگ حاکم در سریال، به تصویرکشیدن سبک زندگی، نهادینه‌کردن ایدئولوژی و تمایززدایی و همگون‌سازی مخاطبان را دارند (رجائی، ۱۴۰۱: ۲۵). بنابراین سریال‌های عامه‌پسند قادرند مخاطب را با خود همراه کنند و حفظ توجه مخاطب را افزایش دهند. سریال‌های عامه‌پسند از جمله برنامه‌های تلویزیونی است که قابلیت جذب مخاطب‌های گوناگون به خود را دارد. این نوع سریال‌ها ویژگی‌هایی دارند که توان جلب توجه و تداوم توجه را مخاطب را افزایش می‌دهند. بر این اساس سریال‌هایی با ویژگی‌های سریال‌های عامه‌پسند با قدرت نگهداشت توجه مخاطب، ظرفیت فراوانی در فرایند حکمرانی دارند.



#### ۴) همذات‌پنداری

سریال‌های تلویزیونی از جمله پیام‌های رسانه‌ای است که مخاطبان را به «جهان‌های اجتماعی» کشانده و باعث نوعی تعامل شبه‌اجتماعی می‌شود (هافتر، ۲۰۱۰: ۲۵۱). از دیگر تأثیرات اجتماعی رسانه‌ها، هویت‌یابی و همذات‌پنداری است. هنگام تماشای مخاطبان بیشتر جذب در طرح داستان می‌شوند و با شخصیت‌های به‌نمایش داده‌شده همذات‌پنداری می‌کنند (کوهن، ۲۰۰۱: ۲۴۵). در طی این فرایند، مخاطبان خود را به جای یک شخصیت قرار می‌دهند و به طور نایب در تجربه شخصیت مشارکت می‌کنند.

همذات‌پنداری با شخصیت‌های داستان‌ها ساختاری پنهان، با دو بُعد همدلی و ادغام همراه دارد (ایگارتوا، ۲۰۱۰: ۳۴۸-۳۴۹). مخاطبان با شخصیت‌ها گریه می‌کنند، با آنها می‌خندند و حتی احساس پشیمانی، پیروزی، گناه، معنویت و... شخصیت‌ها را برای خود تصویر می‌کنند. بر این اساس نمایش ابعاد دین‌داری به عنوان مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده دین و آنچه در احوال و اعمال دین‌داران منعکس می‌شود نیز در هویت‌یابی دینی و دینی‌شدن افراد، همین حکم را دارد.

#### ۵) بازنمایی

بازنمایی از نگاه استوارت هال (Stuart Hall)، استفاده از زبان برای بیان نکته معناداری درباره جهان است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۲). رسانه‌ها تمایل به ترجیح برخی از تعریف‌ها و در نتیجه معانی بر سایر موارد دارند (واتسون و هیل، ۲۰۱۲: ۲۵۹).

سه رهیافت بازنمایی معنا

برای تشریح چگونگی عملکرد بازنمایی معنا از طریق زبان، سه رویکرد وجود دارد: ۱- رویکرد انعکاسی یا بازتابی: کارکرد زبان را همچون یک آینه انعکاس معنای واقعی - همان گونه که قبلاً در جهان وجود داشته است - می‌داند. ۲- رهیافت تعددی یا ارادی: معتقد است گوینده و نویسنده معنای منحصر به فرد خود را از طریق زبان به جهان تحمیل می‌کند. ۳- رهیافت برساخت‌گرا: که



منطبق با ویژگی عمومی و اجتماعی زبان است، معتقد است نه چیزها به خودی خود و نه استفاده‌کنندگان منفرد زبان، نمی‌توانند در زبان معناآفرین باشند. این سیستم زبانی است که ما برای بازنمایی مفاهیم خود استفاده می‌کنیم (هال، ۱۹۹۷: ۲۵-۲۴). ما معنا را با بهره‌گیری از نظام‌های بازنمایی می‌سازیم. بنابراین به آن رهیافت برساخت‌گرا گفته می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۵). رهیافت برساخت‌گرا خود شامل دو رویکرد نسبت به بازنمایی است. ۱- رویکرد «نشانه‌شناختی»؛ ۲- رویکرد «گفتمانی». توجه رویکرد نشانه‌شناختی به چگونگی کارکرد نظام زبان در بازنمایی معانی جهان و نگاه رویکرد گفتمانی به پیامدهایی است که سیاست‌های بازنمایی در تولید معانی جهان واقع دارند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۴). پرسش از اینکه در بازنمایی چه کسی به چه شیوه‌ای توسط چه کسی بازنمایند می‌شود، رابطه میان «قدرت» و «لیدئولوژی» و «بازنمایی» را ابراز می‌کند و معنایش این است که بازنمایی فرایندی نیست که رسانه‌ها از طریق آن آشکارا واقعیت را به نمایش درآورند، بلکه فرایندی است که رسانه‌ها از طریق آن بسیاری از امور را که با منافع گروه خاصی مرتبط است، نمایان می‌کنند و برخی دیگر مسکوت می‌مانند (کاظمی و ناظر فصیحی، ۱۳۸۶: ۱۴۰).

رسانه‌ها آینه‌وار واقعیت را منعکس نمی‌کنند، بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تأثیر می‌گذارند. این چنین بازنمایی ساخت رسانه‌ای واقعیت است. اهمیت بازنمایی‌های رسانه‌ای در شکل‌دهی به شناخت و باور عمومی است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۹). بازنمایی روشی است که در آن شخص یا چیزی در رسانه به تصویر کشیده می‌شود؛ برای نمونه در گزارش‌های خبری، یک رویداد جنایی خاص را می‌توان یا به عنوان یک رویداد معمولی روزمره یا چیز بسیار شوم‌تر، مانند نشانه‌ای از معیارهای اخلاقی ضعیف جامعه نشان داد (دانسی، ۲۰۰۹: ۲۵۳). در بازنمایی بعضی معانی مشروعیت بخشیده می‌شود و بعضی دیگر از معانی به حاشیه رانده می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۷). کاربازنمایی پرداختن به تحلیل روش‌های نمایش ایماژها و گفتمان‌های صور گوناگون فرهنگی و متون مختلف رسانه ای همچنین بررسی شیوه بازتولید انقیاد و سلطه اجتماعی بر مخاطبان است (کلنر، ۱۳۹۲: ۲۱). در واقع هویت فرهنگی در چارچوب بازنمایی شکل می‌گیرد (عاملی، ۱۳۸۵: ۱۷). برای سیاست بازنمایی دو استراتژی مهم بازشناخته‌اند: «کلیشه‌سازی» و «طبیعی‌سازی».

-کلیشه‌سازی: کلیشه‌سازی از بااهمیت‌ترین راهبردهای سیاست بازنمایی به شمار می‌رود.



کلیشه‌ها تصاویری در ذهن افرادند که از فرهنگ و از جمله رسانه‌ها ایجاد شده‌اند که مردم را تا حد چند خصیصه یا ویژگی ساده تقلیل می‌دهند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۰). کلیشه‌ها ویژگی‌های محدود ساده، واضح، به‌یادماندنی و به‌راحتی قابل درک در مورد گروهی خاص از افراد را در بر می‌گیرند. کلیشه‌سازی به عبارت دیگر بخشی از حفظ نظم اجتماعی و نمادین است. مرزی نمادین بین «عادی» و «انحرافی»، «عادی» و «آسیب‌شناختی»، «قابل قبول» و «غیرقابل قبول» و آنچه «متعلق» است و آنچه نیست (هال، ۲۰۰۳: ۲۵۸). کلیشه‌سازی پیوند دادن و متحد کردن همه «ماها»یی که نرمال‌اند در یک اجتماع تخیلی را فراهم می‌کند و همه «دیگری»هایی را که متفاوت‌اند، به آن سوی مرزها به تبعید نمادین می‌فرستد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۰). گروه‌های حاکم سعی دارند همه جامعه مطابق دیدگاه آنها، نظام ارزشی آنها، احساسات و ایدئولوژی آنها شکل بگیرد. فرایندهایی که رسانه‌های غربی از طریق آن بازنمایی‌هایی از خاورمیانه و شرق آسیا تولید می‌کنند و آنها را عقب‌مانده و عجیب نمایش دهند (کید، ۲۰۱۶: ۲۵-۲۴). ایماژهایی کلیشه‌ای را چنان در ذهن مخاطب طبیعی می‌نمایند که باورهای عرفی او می‌شود (اوجو، ۲۰۰۶: ۳۴۷). از کلیشه‌ها برای بازنمایی تیپ‌ها و هنجارها استفاده می‌شود و با توجه به اینکه محصول جامعه و فرهنگ‌اند، در نسبت با نژاد، سن، جنسیت، روابط نقش در خانواده و ژانر مورد توجه و بررسی واقع می‌شود (هیوارد، ۱۳۸۸: ۲۷۰). کلیشه‌سازی افراد را طبق نژادها و هنجارها دسته‌بندی می‌کند. نوعی بازی قدرت/ معرفت که گروه‌های حاکم برای شکل دادن به جامعه، طبق دیدگاه خود، نظام ارزشی خود و ایدئولوژی خود از آن بهره می‌برند. بر این اساس قدرت را نباید فقط بهره‌گیری اقتصادی یا اعمال فشار فیزیکی دانست، بلکه آن را مبتنی بر شرایط یا مفاهیم نمادین، از جمله قدرت برای معرفی کسی یا چیزی به نحوی معین، درون یک فرایند بازنمایی معین نیز می‌توان فهمید.

- **طبیعی‌سازی:** استراتژی دیگری که گفتمان و ایدئولوژی برای عقل سلیم نشان دادن بازنمایی به کار می‌گیرند، «طبیعی‌سازی» است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۱). طبیعی‌سازی فرایندی است که از رهگذر آن، ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به گونه‌ای ارائه می‌شوند که اموری طبیعی جلوه کنند. بازنمایی هویت‌های جنسی و جنسیتی می‌تواند بخشی از گفتمان‌های همسان‌گرایانه باشد که بینندگان را به انطباق با عادی بودن دگرجنس‌گرا ترغیب می‌کند و ما را وادار می‌کند آنها را به عنوان



غیرعادی رد کنیم (ونلی، ۲۰۱۸: ۵). طبیعی‌سازی به معنای امری طبیعی نیست، بلکه فراورده‌ای اجتماعی و فرهنگی است. آن گونه که ویژگی‌هایی که در رسانه‌ها برای گروهی به نمایش گذاشته می‌شود، ویژگی‌ها و خصصت‌هایی ذاتی و طبیعی فرض می‌شود. در صورتی که این صفات و خصصت‌ها طبیعی نه بلکه طبیعی‌سازی شده یعنی برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است. گویا تمامی کنش‌هایی که از شخصیت‌های داستان‌ها سر می‌زند، همان گونه است که می‌بایست باشد؛ امری همیشگی که جز آن هم نمی‌توانسته باشد.

- **دین‌داری:** در دنیای کنونی نهادهای تخصصی‌شده دین بر مراقبت اجتماعی از دین متمرکز شده و هر دین در قالب نهاد تخصصی‌شده، به طور مشخص باورها، ارزش‌ها و اعمال خود را در یک مدل منسجم و یکپارچه می‌سازد. دین‌داری یعنی داشتن اهتمام دینی به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متأثر کند (هیمل فارب، ۱۹۷۷ به نقل از: شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۳۶). در واقع «دینی‌بودن» عنوانی است عام که به هر یک از افراد یا پدیده‌هایی اطلاق می‌شود که ارزش‌ها یا نشانه‌ها و ابعاد دینی در آنها متجلی باشد.

معیاری که بتوان برای گونه‌های دین‌داری در نظر داشت، روحیات گوناگون معنوی انسان‌ها و تفاوت افراد متدین در اهتمام به «ابعاد» گوناگون دین است (موحدیان عطار، ۱۳۹۷: ۱۴). بر این اساس انواع دین‌داری مبتنی بر گرایش و برجستگی بعضی از ابعاد دین در افراد شکل می‌گیرد (میرسندهی، ۱۳۹۰: ۵۴). منظور از ابعاد دین «مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده»ی دین است (موحدیان عطار، ۱۳۹۷: ۱۴). نینیان اسمارت (Ninian Smart) ابعاد گوناگون دین‌داری را در شش دسته معرفی می‌کند:

۱- بُعد عملی، آیینی یا شعائری (مناسکی): ظاهری‌ترین جنبه دین است و می‌تواند مهم‌ترین رفتار عمل دینی محسوب شود (میرسندهی، ۱۳۹۰: ۵۶-۶۰). آداب و مناسک عبادی و شعائری (سپهری، ۱۳۹۵: ۲۳۶-۲۳۴) از جمله نمازها و انواع پرستش همچون قربانی‌کردن و مناجات‌ها و ... و برخی از الگوهای رفتاری همچون یوگا در بودیسم و ...

۲- بُعد تجربی و احساسی و شهودی یا عاطفی: حالت یا احساس خاصی است که پیرو یک آیین مذهبی خاص در مواقعی به آن دست می‌یابد؛ همچون احساس حضور در درگاه خداوند یا شنیدن



تسبیح موجودات و ... (میرسندهی، ۱۳۹۰: ۵۹).

۳- بُعد روایی و اسطوره‌ای: بیانگر داستان‌های الهام‌بخش، عبرت‌انگیز و جهت‌ساز به لحاظ معنوی، تربیتی و اخلاقی است که تا حدودی هاله‌ای از قداست آنها را احاطه کرده است؛ داستان‌هایی در مورد خدایان و موجودات متعالی که به دنیایی فراتر متصل‌اند (سپهری، ۱۳۹۵: ۲۳۷-۲۳۶).

۴- بُعد اعتقادی و فلسفی (لیدنولوژیک): معرّف مجموعه گزاره‌های مربوط به ذات، صفات و افعال پروردگار است که هر دینی، نظامی اعتقادی دارد (سپهری، ۱۳۹۵: ۲۳۷).

۵- بُعد اخلاقی و حقوقی و احکامی (استنتاجی یا پیامدی): «دستورالعمل»‌هایی درباره «کارهای خوب و کارهای بد» دارد و اینکه «بایدها و نبایدها» در زندگی روزمره چه اموری هستند (میرسندهی، ۱۳۹۰: ۵۸).

۶- بُعد اجتماعی و نهادی: این بُعد را جنبه‌ای از دین دانسته‌اند که بنای بروز و جلوه آن، برای بقا و حفظ نفوذ دین در جامعه و تأسیس سازمان‌های دینی و اداره‌اش توسط متخصصان آن دین است (میرسندهی، ۱۳۹۰: ۵۹) یا آثار مادی همچون بناها، آثار هنری، شهرهای مقدس و ...

شناخت ابعاد گوناگون دین‌داری به دسته‌بندی نماها، صحنه‌ها و سکانس‌های مربوط به دین‌داری در پیام‌های تصویری از جمله فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلویزیونی و تحلیل آنها کمک می‌کند. در صحنه‌ای به‌نمازایستادن شخصی، آشکارا بعد مناسکی دین‌داری به نمایش در آمده است و در سکانس‌های سوءظن داشتن یک شخصیت داستان به دیگری و عقوبت کارش روایت شده است. گاهی سخن‌گفتن یک شخصیت داستانی با خدا مورد توجه است و زمانی دیگر حضور اجتماعی یک روحانی در مسجد به عنوان بعد اجتماعی دین مورد تحلیل واقع می‌شود.

سریال‌های عامه‌پسند که ویژگی ارائه داستان‌های دنباله‌دار و تنوع و تکثر شخصیت‌ها را دارد، قادر است ابعاد دین‌داری را در کنش‌های شخصیت‌های متکثر که هر یک، گروهی از افراد جامعه را نمایندگی می‌کنند، به تصویر بکشد. تعدد شخصیت‌ها که خود عاملی برای دنباله‌دار شدن داستان سریال‌ها از منظرهای توجه گوناگون برای مخاطبان است، باعث حفظ توجه ایشان و عاملی برای تقویت قدرت حکمرانی رسانه می‌شود. همذات‌پنداری مخاطبان با این شخصیت‌ها باعث می‌شود طیف گسترده‌ای از مخاطبان جذب در طرح داستان شده و خود را در موقعیت‌های دینی گنجانده، در



داستان سریال قرار دهند. این نحوه انتقال پیام‌های دینی برای جامعه‌ای که حاکمیت آن جامعه را دینی دانسته و رسانه خود را دانشگاهی برای انسان‌سازی می‌داند، تلوزیون و برنامه‌های آن را ابزاری برای اعمال حاکمیت قابل بررسی می‌شمارد.

## ب) پیشینه پژوهش

جدول شماره ۱: پیشینه پژوهش

مهم‌ترین یافته‌ها	اهداف و یا سؤالات اصلی	نویسندگان-روش استفاده شده
با توجه به اینکه میزان شادی‌های فردی و اجتماعی از عوامل مؤثر بر امید به زندگی است، رسانه‌ها نقش بسزایی در راستای تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین دارند؛ همچنین هرچه شرایط اقتصادی و اجتماعی بهتر باشد، رفاه و سلامت مردم سطح بالاتری داشته باشد، مردم شادتر و تنش‌های عصبی کمتر خواهد بود و رسانه‌ها در این راستا در حکمرانی باری‌رسان‌اند.	بررسی نقش و جایگاه رسانه برای تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین	ملک خطایی و شاهینی (۱۳۸۸)، به روش توصیفی-تحلیلی
رقابت رسانه‌ها بر سر توجه مخاطبان است و توجه به عنوان قدرت حکمرانی در اقتصاد رسانه شناخته می‌شود. بر این اساس راهکارهای نگهداشت توجه در مراحل بعد از جذب توجه بلید مورد نظر مدیران رسانه قرار گیرد.	معرفی نظریه اقتصاد توجه و بررسی نقش آن در اقتصاد رسانه‌ها	علی اکبر فرهنگی، علیرضا قراگوزلو و سیاوش صلواتیان (۱۳۸۹) توصیفی-تحلیلی



نویسندگان-روش استفاده شده	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
احسان سلطانی‌فر و طاهر روشندل اربطانی (۱۳۹۰) توصیفی-تحلیلی	ارائه چارچوبی برای مطالعات و سیاست‌گذاری‌های جامع‌نگر در عرصه پدافند نرم و زمینه‌ساز تثبیت و توسعه قدرت هوشمند فرهنگ یا ایدئولوژی	بر اساس الگوی ارائه‌شده، رسانه حداکثر کارایی خود در جهت تعالی فرهنگ و جامعه را بروز می‌دهد و در عصر اطلاعات به ویژگی تعالی دست می‌یابد.
محمد رحیم عیوضی، نازنین مرزبان و معصومه صالحی (۱۳۹۶) توصیفی-تحلیلی	بررسی ابعاد مختلف حکمرانی خوب، بیان نقدها و کاستی‌های آن و ارائه راه‌حل‌های جایگزین برای این الگو	کشورهای مختلف برای اجرای حکمرانی خوب با چالش‌ها و کاستی‌هایی مواجه شده‌اند که بر این اساس حکمرانی پایدار الگویی برای برون‌رفت از آن کاستی‌ها قابل معرفی است. این کار با ترکیب پارادایم توسعه به عنوان مغزافزار و حکمرانی خوب به عنوان راهکار عملیاتی‌سازی شکل می‌گیرد.
گودرزی، حسینی پاکدهی، نقیب‌السادات (۱۳۹۶) نشانه‌شناسی	بازنمایی دین در سینمای پس از انقلاب	به بررسی چگونگی بازنمایی دین در فیلم‌های سینمایی پس از انقلاب ایران پرداخته و معتقد است دین سینمایی شده ارتباط خود را با دین نهادی حفظ کرده و از تمرکز بر بُعد اعتقادی اجتناب ورزیده، همچنین ماهیت سینما امکان به‌تصویر کشیدن، نشر و تبلیغ مقولات استعلایی دین، از جمله بعد اعتقادی را





نویسندگان-روش استفاده شده	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
		سلب کرده است.
نرگس رضایی و روح‌الامین سعیدی (۱۳۹۹) توصیفی-تحلیلی	نقش رسانه به عنوان نهادی مهم در جامعه مدنی و اینکه سواد رسانه چه تأثیری بر حکمرانی نوین دارد؟	با ارتقای سواد رسانه‌ای آحاد مردم در جوامع پسامدرن، امکان استفاده ابزاری دولت‌ها از رسانه‌ها کاهش می‌یابد و رسانه نقش بسزایی در تحقق حسن حکومت‌داری و ایجاد دولت‌های متعهد و پاسخ‌گو در برابر حقوق مدنی شهروندان داشته باشد.

نظر به اینکه پژوهش‌ها بیشتر به رویکردهای سیاسی و اقتصادی در حوزه حکمرانی توجه داشته‌اند و اگر هم به ارتباط رسانه و حکمرانی پرداخته‌اند با پژوهش حاضر یکسانی ندارد، تأکید می‌شود که این پژوهش با پرداختن به موضوع دین‌داری، مبانی نظری بازنمایی و همذات‌پنداری و خوانش سریال‌های عامه‌پسند به عنوان یکی از ابزارهای حکمرانی تلاش کرده است از وجهی نوآورانه سراغ موضوع برود.

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از جنبش کیفی که بنیان فلسفی‌اش بر مبنای رویکردهایی نظیر ذهن‌گرایی، تأویلی، برساختی-تفسیری و غیراثباتی است، بهره برده است. این نوع پژوهش با معانی، تفاسیر، نمادها، مفاهیم و توصیف ویژگی‌ها سروکار دارد؛ به نحوی که پژوهشگر با ثبت یافته‌هایی از مشاهدات خود اقدام به توصیف نمونه‌ای پژوهشی می‌نماید یا مجهز به دانش و فن چگونگی واکاوی عناصر مورد پژوهشی‌اش، با رمزگشایی نشانه‌ها و عناصر معناآفرین، معانی و تفاسیر قابل خوانش از مورد پژوهشی‌اش را ارائه می‌دهد؛ چنان‌که در یک سریال تلویزیونی، محقق کیفی به واکاوی استعاره‌های استفاده‌شده در گفت‌وگوها و ساختار روایی برنامه می‌پردازد.





جامعه پژوهش در این مقاله، سریال‌های عامه‌پسند و پرمخاطب دهه نود تلویزیون ایران است که از میان آنها، سریال‌های «پایتخت ۱ تا ۶» مورد بررسی اولیه قرار گرفت و با توجه به همسویی بیشتر با مبانی نظری پژوهش، به صورت هدف‌مند، سریال پایتخت ۳ به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده است. بنابراین در راستای واکاوی سریال پایتخت ۳ به عنوان مورد مطالعه این پژوهش که به نحو مناسب بیانگر معانی نهفته در ماورای سکانس‌ها، صحنه‌ها و نماهای این متن باشد، با نمونه‌گیری هدف‌مند از بعضی نماها و صحنه‌ها و سکانس‌ها که جنبه دینی برجسته‌ای داشته استفاده شده است تا با روش نشانه‌شناسی و توصیفی-تحلیلی چگونگی بازنمایی دین‌داری در سریال‌های عامه‌پسند را بررسی کند.

«نشانه‌شناسی علم مطالعه نظام‌های نشانه‌ای (زبان، رمزگان و...)، فرایندهای تأویلی و ابزاری پژوهشی برای فهم حقیقت پنهان در پس علائم، رموز و نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی است» (تاجیک، ۱۳۸۹: ۷). نشانه‌شناسی بر اساس ایده‌های بنیادی فردینان دو سوسور (Ferdinand de Saussure) و چارلز سندرز پیرس (Charles Sanders Peirce)، به ما در درک زبان و عملکرد آن کمک می‌کند؛ علمی که نقش نشانه‌ها را به عنوان بخشی از زندگی اجتماعی مطالعه می‌کند؛ علمی که ماهیت علائم و قوانین حاکم بر آنها را بررسی می‌کند (سوسور، ۲۰۱۳: ۱۸). سوسور معتقد است «زبان سیستمی از نشانه‌هاست که ایده‌ها را بیان می‌کند» (سوسور، ۲۰۱۳: ۱۸). نشانه‌ها ترکیب یک دال (شکلی قابل مشاهده از جمله: یک حالت بدن و رفتار یا یک رنگ خاص مانند رنگ قرمز و یک مدلول (معنایی مانند مانع شدن از ورد کسی و یا اعلام خطر) است (ون لیوون، ۲۰۰۵: ۴). این رویکرد البته به مطالعه سایر متون فرهنگی از جمله رسانه، مد، تئاتر، بازی‌های ویدئویی و سریال‌های تلویزیونی و ... نیز گسترش یافته است.

## الگوی نشانه‌شناسی فیسک

جان فیسک بر این باور است وقایعی که از تلویزیون پخش می‌شود، از پیش با رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده‌اند. فیسک سه سطح از رمزگذاری‌ها را برای تلویزیون برمی‌شمرد: سطح واقعیت (استفاده از رمزگان اجتماعی)، سطح بازنمایی (استفاده از رمزگان فنی) و سطح ایدئولوژی (استفاده





از رمزگان ایدئولوژیک (فیسک، ۱۳۸۰: ۱۲۹-۱۲۸). او ایجاد معنا را منوط به ادغام واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی در یکدیگر و به وحدت رسیدنشان به گونه‌ای منسجم و ظاهراً طبیعی می‌داند.

جدول شماره ۲: الگوی نشانه‌شناسی فیسک (فیسک، ۱۳۸۰: ۱۲۹)

رمزها	توضیح	استفاده از رمزگان...	رمزگذاری در سطح...
ظاهر، لباس، چهره‌پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سر و دست، صدا و ...	واقعه‌های پخش شده از تلویزیون از قبل به واسطه رمزهای اجتماعی رمزگذاری شده است	رمزگان «اجتماعی»	سطح «واقعیت»
دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صدابرداری که رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند و این رمزها نیز بازنمایی عناصری دیگر را شکل می‌دهند؛ از قبیل: روایت، کشمکش، شخصیت، گفت‌وگو، زمان و مکان، انتخاب نقش‌آفرینان و ...	توسط دستگاه‌های الکترونیکی، رمزگان فنی، رمزگان اجتماعی را رمزگذاری می‌کند.	رمزگان «فنی»	سطح «بازنمایی»
فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی، سرمایه‌داری و ...	رمزهای ایدئولوژی عناصر فوق را در مقوله‌های «انسجام» و «مقبولیت اجتماعی» قرار می‌دهند.	رمزگان «ایدئولوژیک»	سطح «ایدئولوژی»

هر یک از سکانس‌های مورد هدف تحلیل این پژوهش با قرارگرفتن در این جدول سه سطحی و با واسازی رمزگان استفاده‌شده برای انتقال معنا در هر سطح، مورد تحلیل و واکاوری قرار می‌گیرد. این جدول کمک می‌کند نشان دهد چگونه یک سکانس با درکنارهم قرار ۵ گرفتن نماهای گوناگون و سیر





داستان، قادر است معنایی دینی را انتقال دهد و بر کدام یک از ابعاد دین‌داری تأکید نماید.

## ۴. یافته‌های پژوهش

### معرفی سریال پایتخت ۳

پایتخت ۳ نام فصل سوم از مجموعه تلویزیونی پایتخت است که به کارگردانی سیروس مقدم و با طراحی محسن تانابنده و به تهیه‌کنندگی الهام غفوری ساخته شده است. این مجموعه در سال ۱۳۹۳ از شبکه ۱ سیما پخش شد. این سریال داستان خانواده‌ای از طبقه متوسط و پایین جامعه، به نام «خانواده معمولی» است. داستان سری سوم سریال پایتخت، حول محور نقی معمولی (بی‌کاری‌اش، بیماری افسردگی‌اش، و شرکت او در مسابقات جهانی کشتی)، بهبود فریبا (مجروحیتش در نجات یوزپلنگ ایرانی، تقدیر توسط مسئولان و عمل جراحی‌اش) و ارسطو عامل (ازدواجش با یک زن چینی و کامیونش که بسیاری از روند سری‌های سریال در آن سپری می‌شود)، پنجعلی معمولی پدر نقی (فراموشی او و توهم وجود همسرش در کنارش) و هما (همسر دلسوز و صبور و عاقل خانواده که در متن تمامی اتفاقات این خانواده حاضر است) سپری می‌شود.

نمونه سکانس تحلیل‌شده بر اساس جدول رمزگان سه‌سطحی (سکانس شکست نقی در مسابقات کشوری کشتی پیشکسوتان)

نقی که بعد از مدتی بیکاری حال و روز خوبی ندارد، توسط همسرش هما تشویق به حضور در مسابقات کشوری کشتی پیشکسوتان می‌شود. نقی که در دوران جوانی کشتی را تجربه کرده و با قهرمان‌های زمان خود کشتی گرفته، به خود و سابقه درخشان کشتی در استان محل زندگی‌اش افتخار می‌کند و خود را شایسته و آماده حضور در این مسابقات می‌داند. نقی با شکست حریفان خود به مرحله نهایی راه پیدا کرده و این، روحیه او را بالا برده است.





تصویر شماره ۱: سکانس شکست نقی در مسابقات کشوری کشتی پیشکوتان

نقی در قسمتی از سالن برگزاری مسابقات در حال آماده شدن است که اطراف او نمادهایی از مفاخر کشتی شهرستان محل زندگی اش است و پشت سر او جمعیتی از هواداران نقی در حال تشویق او هستند. نقی در حال گرم کردن بدن خود است و با ایستادن روی دست های خود توانایی های خود را به تماشا می گذارد. صدای تشویق هواداران، عکس های اطراف نقی و توانایی های نقی بر غرور نقی صحه می گذارد.



تصویر شماره ۲: سکانس شکست نقی در مسابقات کشوری کشتی پیشکوتان

قبل از مسابقه فینال، مربی و رئیس هیئت کشتی شهرستان، حریف را به او معرفی می کنند و نکاتی را که نیاز است در برابر حریفش رعایت کند، به نقی متذکر می شوند. همان طور که در تصویر ۲ مشخص است، نقی که به پشتوانه ورزش کشتی در شهرش افتخار می کند و بردهای قبلی اش روحیه او را افزایش داده، حریف را کوچک انگاشته و متکبرانه در مورد سن بالای حریف، کم توانی او، کم سابقه بودن ورزش کشتی در شهر او و توان مندی های خود سخن می گوید. نقی با شانسه های



بالانداخته، نگاهی زیرچشمی و لبخندی تمسخرآمیز با گوشه لب، حریف را تحقیر می‌کند. در این صحنه نقی که خود را در جایگاهی بالاتر از حریف می‌داند، شرایط جسمانی او را به تمسخر می‌گیرد. این در حالی است که در آیه ۱۱ سوره حجرات قرآن، صراحتاً تمسخر دیگران نهی شده است.



تصویر شماره ۳: سکانس شکست نقی در مسابقات کشوری کشتی پیشکسوتان

نقی با اینکه مدام از سوی مربی خود مورد تذکر قرار می‌گیرد که دچار غرور نشود و حریفش را دست کم نگیرد، اما او که به توانایی خود غره شده، متکبرانه فقط حریف خود را کوچک می‌شمارد. در صحنه‌ای که او با حریف خود مسابقه را آغاز می‌کند، اگرچه ابتدا از حریف پیشی می‌گیرد، اما نهایتاً از همان فنی که مربی‌اش به او تذکر داده بود، به حریفش امتیاز می‌دهد و در کشتی شکست می‌خورد. لحظه شکست نقی و تأسف دیگران در نماهای مختلف به تصویر کشیده می‌شود و نهایتاً نقی که بعد از شکستش بر زمین افتاده است، در نمایی به تصویر کشیده می‌شود. نقی با صورت روی زمین افتاده است و اصطلاحاً بینی او به خاک مالیده شده است. او که سخت پشیمان و ناراحت است، با دست بر زمین می‌کوبد. در این زمان موسیقی غمناک و آوازی حزن‌انگیز، فهم احوال نقی که در نتیجه تکبر حالا زمین خورده است را دوچندان می‌کند. همچنین نمای نزدیک (کلوز آپ) با نمایش جزئیات ژست، مخاطب را به دریافت حالات درونی سوژه رهنمون می‌کند. زاویه نما از بالای دوربین نیز حقارت بعد از تکبرورزیدن را بیشتر به نمایش می‌کشد. در آیه ۵ سوره فاطر، انسان از غرور و تکبر نهی شده است.



تصویر شماره ۴: سکانس شکست نقی در مسابقات کشوری کشتی پیشکوتان

جدول شماره ۳: تجزیه و تحلیل سکانس شکست نقی در مسابقات کشوری کشتی پیشکوتان

سطح	رمزگان	دال	مدلول
سطح «واقعیت»	رمزگان «اجتماعی»	رمزگان بدنی (حالت بدنی، ظاهر، حالت چهره، نگاه، ادا و اطوار و ...)	شانه‌های بالا انداخته، ابروهای بالا، لبخند تمسخرآمیز، اطوار کوچک انگاشتن دیگران و نگاهی از گوشه چشم/ بدن به صورت برعکس روی زمین افتاده، یک دست به نشانه مغموم شدن بر زمین کوبیده شده، پشیمانی به نشانه ناراحتی از شکست و پشیمانی بر زمین گذاشته شده
		رمزگان کالا (مد، لباس، ماشین و ...)	لباس ورزشی قبل از مسابقه نقی/ لباس رسمی برای رئیس هیئت کشتی شهرستان/ لباس ورزشی مربی کنار زمین مسابقه/ لباس ورزشی مسابقات، لباس رسمی ورزش کشتی
		رمزگان زبان گفتاری (لحن و بلندی و طنین صدا)	صدای نقی بلند، زیر، تند، نامنظم و قاطع و شمرده است که تداعی کننده صدای خشمگین فردی متکبر است/ شخصیت در صحنه



سطح	رمزگان	دال	مدلول
سطح «بازنمایی»	رمزگان «فنی»		مسابقای کشتی است و دیالوگی ندارد
		اندازه نما	اشاره دست‌ها به سمت حریف به گونه‌ای که شخصی دیگری را تحقیرآمیز و رانداز می‌کند و معمولاً دست‌ها به بالا و معمولاً حرکت دست‌ها حرکتی از پایین به بالا و بالعکس دارد/ نقی به نشانه تأسف و یا پشیمانی با دست بر زمین می‌کوبد و پشیمانی‌اش را بر زمین گذاشته است
		زاویه دوربین	نمای متوسط (مدیوم شات) که در آن ژست‌ها و حالت‌های چهره مشخص‌تر است و روابط بین شخصیت‌ها در یک قاب تثبیت می‌شود/ استفاده نمای نزدیک (کلوز آپ) با تأکید بر جزئیات ژست بازیگر، برای نمایش احساسات درونی و پیچیدگی‌های احساسات فردی
		نورپردازی	نمای دید همسطح که مخاطب حس برابری با سوژه دارد./ استفاده از نمای دید سر پایین برای حقیرپنداشته‌شدن سوژه توسط مخاطب و احساس تأسف برای او
		موسیقی و صدا	صدای زمینه در این صحنه، صدای تشویق تماشاگران همشهری نقی است که بر این رفتار او تأثیرگذار است/ در لحظه شکست نقی، موسیقی محلی پخش شده و آوازی حزن‌انگیز



سطح	رمزگان	دال	مدلول
			حالات آن لحظه بازیگر را تداعی می‌کند
سطح	ایدئولوژی دینی رمزگان	ایدئولوژی دینی	دین ساختاربخش اخلاق فردی و اجتماعی افراد است.
بعد دین داری		بُعد عملی، آیینی یا شاعتری (مناسکی)	در این صحنه بعد اخلاقی دین مورد توجه است.
		بُعد تجربی و احساسی	
		بُعد روایی و اسطوره‌ای	همچنین بعد ایدئولوژیکی دین مورد توجه است.
		بُعد اعتقادی و فلسفی (ایدئولوژیکی)	فریب خوردن از غرور و تکبر زندگی دنیا در دین نهی شده است.
		بُعد اخلاقی و حقوقی (استنتاجی یا پیامدی)	تمسخر دیگران در دین امری نهی شده است.
		بُعد اجتماعی و نهادی	

### سکانس‌های دیگر حاوی پیام‌های دینی از سریال مورد پژوهش

سکانس لباس پوشیدن مامان لیلا برای شرکت در جشن ازدواج ارسطو: که نشان‌دهنده اهمیت احترام به والدین است. در آیه ۲۳ سوره اسراء بر «احترام گذاشتن به والدین» تأکید ویژه‌ای شده است؛ به گونه‌ای که این توصیه در کنار عبادت پروردگار عنوان شده است.

سکانس فخر فروشی نقی نسبت به دارایی‌ها و رفتار سخاوتمندانه‌اش و در نهایت سقوط نقی: که دلالت بر تزلزل و فروریختن سقف آرزوها و داشته‌های نقی و سقوط نقی از بلندای اخلاق را القا می‌کند که در آیه ۱۵ سوره تغابن، زندگی دنیا فناپذیر و دارایی مادی فتنه و عامل سقوط انسان عنوان شده است؛ همچنین فخر فروشی و تکبر نکوهش شده است.

سکانس دعا کردن هما برای نقی در حال مسابقه کشتی: در این سکانس پیام دینی صریحی از توسل به پروردگار است که در آیه ۱۸۶ سوره بقره بسیار صریح توصیه به مورد خطاب قرار دادن پروردگار و استجابات از سوی او شده است.



سکانس انجام سی تی اسکن برای بیماری بابا پنجعلی: که اهمیت باور به معاد و اهمیت دائمی و همه‌زمانی و همه‌مکانی بودن مرگ‌اندیشی را به ذهن متبادر می‌کند؛ همچنین پسندیده‌بودن شهادتین گفتن در آخرین لحظات زندگی شخص مؤمن را می‌نمایاند که از مستحبات حال احتضار شمرده شده است.

سکانس مراسم تجلیل از بهبود، محیط‌بان ناجی پلنگ ایرانی: که تشکر از مردم در برابر خدمات و نیکی‌هایشان، به عنوان تشکر از خدا به حساب آمده است. رسول خدا ﷺ فرمود: کسی که از انسان‌ها تشکر نکند، از خدا تشکر نکرده است.

سکانس مراسم آشتی‌کنان نقی و ارسطو: که این نما در کنار نماهای قبل، نشانه خوش‌حالی و رضایت همه از اصلاح روابط بین افرادی که رابطه‌شان به هم خورده بوده است. در متون دینی به میانجی‌گری و اصلاح روابط بین افراد توصیه شده است.

سکانس فاتحه‌خوانی بر مزار مامان لیلا: که فاتحه‌خوانی یاد مرگ را در دل زنده می‌کند و انسان در اعمال خود افق‌های بزرگ‌تری را لحاظ می‌کند و از پوسته خودخواهی بیرون می‌آید و نفع بیشتری را به هم‌نوعان خود می‌رساند.

سکانس انجام تیمم و نماز خواندن اوس (استاد) موسی: که نشان از اهمیت عبادت پروردگار در هر شرایطی است که بعد اعتقادی دین و همچنین انجام آن در هر شرایطی اهمیت بعد احکامی دین را نیز نشان می‌دهد.

سکانس گفت‌وگوی نقی و بهبود درباره مرگ و وصیت: که در آن، بدن‌های آرام و بدون مقاومت افراد نیز تسلیم در برابر اراده پروردگار را تداعی می‌کند. مسلمانان در آیه ۱۸۰ سوره بقره بر وصیت کردن برای مرگ توصیه شده‌اند.

صحنه از زیر قرآن ردشدن نقی، ارسطو و اوس موسی برای سفر به تهران: که در فرهنگ مسلمانان ایرانی افراد برای آغاز سفر رفتاری احترام‌آمیز در پناه‌بردن به قرآن دارند.

سکانس پنهان‌کاری و دروغ درباره بیماری بهبود: که تداعی‌کننده این پیام است که پنهان‌کاری، فریب و دروغ‌گویی به نتیجه‌ای شرمنتهی خواهد شد. در آیه ۳ سوره زمر به شدت از دروغ‌نهی شده است.

سکانس پنهان‌کاری و دروغ درباره دعوت نقی به مسابقات جهانی کشتی پیشکسوتان: در آیه ۷





سوره نور به شدت از دروغ‌گویی نهی شده است و اینکه انسان کاری نکند که مجبور به عذرخواهی باشد.

سکانس پنهان‌کاری و دروغ اوس (استاد) موسی به همسرش درباره مصدومیت در سانحه: که نشانه نتیجه شوم دروغ‌گویی و پنهان‌کاری اوست. در آموزه‌های دینی بسیار از دروغ‌گویی نهی شده است. همچنین اینکه افراد کاری کنند که مورد سوءظن افراد قرار بگیرند، نکوهش شده است.

سکانس انتخاب و خرید لباس برای استقبال از چوچانگ همسر ارسطو: از جمله توصیه‌های اخلاقی که در متون دینی به آن اشاره شده است، رواداری است. امام اول شیعیان علی بن ابی طالب علیه السلام، خطاب به فرزندش تأکید می‌کند: آنچه بر خود می‌پسندی برای مردم نیز پسند. سقوط کفش و از بین رفتن لباس‌های نو، عاقبت شومی است که برای رفتار غیراخلاقی نقی به تصویر کشیده شده است.

سکانس سوءظن داشتن همسر و برادران زن اوس موسی به او: که تلاشی برای القای پیام‌هایی دینی از بُعد اخلاقی دین در تقبیح عملی غیراخلاقی (سوءظن) و اهمیت عملی اخلاقی (گذشت از خطای دیگری) است.

سکانس جلوگیری از تلاش بهبود برای حضور در مراسم رونمایی از لباس تیم ملی فوتبال: که تداعی‌گر پیام (تقدیرپذیری) است. این سکانس این پیام دینی در آیه ۳۲ سوره زخرف را القا می‌کند که حتی اگر همه افراد و همه نیروها و اتفاقات بخواهند جلوی انجام کاری را بگیرند، اما پروردگار بخواهد آن کار انجام شود، می‌شود. این پیام این ایده را القا می‌کند که آنچه را خدا مقدر کرده است، همان خواهد شد.

سکانس جلوگیری از حضور نقی در مسابقات جهانی کشتی: این سکانس تداعی‌کننده تقدیرپذیری و خواست خدا در انجام شدن همه امور است که حتی اگر همه نیروها و افراد بخواهند کاری انجام نشود، اما پروردگار بخواهد آن کار انجام شود، همان خواهد شد. در آیه ۱۹ سوره نساء آمده است: چه بسیار است که چیزی را بد می‌دانید و از آن اکراه دارید، ولی خداوند در آن خیر کثیری قرار داده است.

سکانس تلاش برای حاضر شدن با لباس مناسب و بموقع رسیدن به قرار ملاقات با چوچانگ: این





سکانس تداعی‌گر پیامی دینی است که اراده انسان بر اراده پروردگار پیشی نمی‌گیرد و تا پروردگار اراده نکند، انسان هر آنچه تلاش کند، به نتیجه مطلوب نخواهد رسید. در آیه ۸۲ سوره یاسین آمده است: فرمان او چنین است که هر گاه چیزی را اراده کند، تنها به او می‌گوید بشو پس می‌شود.

سکانس سوءظن مسافران مینی‌بوس به معتاد بودن بهبود: در آموزه‌های دینی، سوءظن داشتن بسیار نهی و به داشتن حسن ظن بسیار سفارش شده است. در فهرست غرر (صفحه ۲۲۶) از مولا امیرالمؤمنین علیه السلام آمده است: «حسن ظن و خوش‌بینی بالاترین مرتبه تقوا و پرهیزکاری است».

سکانس تلاش نقی برای کاهش وزن: که در آموزه‌های دینی بسیار بر تلاش نمودن تأکید شده است. در آیه ۳۹ سوره نجم قرآن صراحتاً بر نتیجه مثبت تلاش انسان تأکید شده است. در این آیه آمده است: «و برای انسان چیزی جز [حاصل] سعی و کوشش او نیست».

سکانس قرعه‌کشی مسابقات جهانی کشتی: که این پیام دینی آیه ۳۵ سوره مائده را به ذهن مخاطب متبادر می‌کند که توکل کردن و توسل جستن هم مورد تأیید دین است، هم این امور ماورایی حقیقت داشته و نتیجه‌بخش است.

سکانس سلام‌دادن از راه دور به امام رضا علیه السلام: نشان‌دهنده آن است که در آموزه‌های دینی دعا کردن، توسل به ائمه دین و واسطه‌قراردادن ائمه بین خود و خدا به پیروان دین توصیه شده است. همچنین بر امکان‌پذیر بودن زیارت ائمه از دور اشاره شده است.

سکانس استراق سمع (فال‌گوش‌ایستادن) ارسطو: که برای القای پیامی دینی در تقبیح استراق سمع در کنار هم گنجانده شده است. این در صورتی است که می‌توانست این کار ارسطو مورد تقبیح واقع نشود یا اصلاً کسی توجهی به آن نشان ندهد. در آموزه‌های دینی استراق سمع نکوهش شده است.

سکانس درک شهودی حضور روح مامان لیلا توسط نقی: این سکانس علاوه بر تأیید عمل مادر نقی و نتیجه‌بخش بودن دعای ولدین برای فرزندان و دعای افراد برای یکدیگر مورد تأیید و عملی بودن امکان دعای اموات به‌ویژه ولدین برای انسان‌های زنده و تأیید گزاره‌های ماوراءالطبیعی و اعتقادی دین، همچون معادباوری و وجود دنیایی پس از مرگ و قایل بودن به روح برای انسان و امکان ایجاد ارتباط روح انسان با دنیا حتی پس از مرگش، به ذهن مخاطب متبادر می‌کند.





سكانس نپذیرفتن پیشنهاد تقلب در روند مسابقات (انجام دوپینگ): این سكانس که با پیشنهاد دوپینگ از سوی مربی آغاز می‌شود و با نشاط و روحیه گرفتن نقی پایان می‌یابد، الفاکننده این پیام در آیه ۳ سوره طلاق است که نتیجه مقاومت در برابر پیشنهادهای وسوسه‌انگیز، رسیدن به نتیجه‌ای بهتر است. در این خصوص در سوره طلاق آمده است: «هر کس تقوای الهی پیشه کند، خداوند راه نجاتی برای او فراهم می‌کند».

سكانس ذکر و توسل هما برای پیروزی نقی: در آیه ۱۶۰ سوره آل عمران آمده است: «اگر خداوند شما را یاری کند، هیچ کس بر شما پیروز نخواهد شد و اگر دست از یاری شما بردارد، کیست که بعد از او شما را یاری کند؟ و مؤمنان، تنها بر خداوند باید توکل کنند».

## ۵. بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

### الف) بحث

اهمیت حاکمیت و حکمرانی در اسلام و توجه به بعضی از بااهمیت‌ترین ارزش‌های حکمرانی از جمله: تعالی‌گرایی، همبستگی ملی و مذهبی، اخلاق محوری، اسوه‌گرایی و دین‌مداری چنین پیش می‌نهد که حکمرانان یک جامعه دینی برای نیل به تعالی، رسانه‌ای با هدف‌های اخلاق‌مداری و ملی‌گرایی را ابزار حکمرانی قرار دهند. چنین رسانه‌ای لازم است با بهره‌گیری از ارزش‌های مقبول جامعه و حاکمیت، کارکرد جذب را بروز دهد. در این راستا رسانه‌ای که با وجود پیشرفت تکنولوژی و ظهور شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، به علت رایگان بودن، انتخابی بودن و ... توانسته است جایگاه خود را حفظ کند، تلویزیون است. از میان برنامه‌های تلویزیون نیز سریال‌های عامه‌پسند توان بسیار بالایی برای جذب مخاطب را داراست. حاکمیت جمهوری اسلامی ایران که داعیه مدیریت یک حکومت دینی را دارد و رسانه ملی‌اش دانشگاهی عمومی جهت نشر فرهنگ اسلامی دانسته شده و هدف اساسی‌اش ایجاد بستری مساعد برای تعلیم و تزکیه انسان‌ها و تعالی فضایل اخلاقی عنوان شده است نیز تلاش می‌کند از این نوع برنامه‌ها برای رسیدن به اهداف مد نظر خود استفاده کند. این کار از طریق گنجاندن پیام‌های دینی و اخلاقی در سریال‌های عامه‌پسند است. اما فقط کارکرد جذب سریال‌های





عامه‌پسند برای انتقال پیام‌های دینی به مخاطب کافی نیست. همان طور که پیش از این بررسی شد، آنچه عامل حیات یک رسانه است، مخاطب است و از اصلی‌ترین شاخص‌های ارزیابی رسانه نوع، میزان و تداوم توجه مخاطب به رسانه است و توانایی جذب و جلب بیشتر توجه مخاطبان، برتری قدرت حکمرانی را نشان می‌دهد؛ از این رو سریال‌های عامه‌پسند با توان و دوام درگیری و همذات‌پنداری مخاطب با شخصیت‌های داستان علت دنباله‌دار شدن و طولانی‌بودن آن است. دیگر اینکه این سریال‌ها به دلیل نداشتن فقط یک شخصیت اصلی و محل توجه بودن گروهی از شخصیت‌ها، از منظرهای مختلف توسط مخاطبان، همچنین ایجاد چندین مسیر روایی، طیف وسیعی از مخاطبان، با ذائقه‌های داستانی گوناگون را به خود جذب می‌کند و عامل حفظ توجه مخاطب می‌شود. تلاش در واقع‌گرایی، مواجهه مخاطب به زندگی روزمره، مستقیم‌گویی دیکته‌گونه و صدور دستورالعمل و ارائه بایدها و نبایدها و داشتن پایان خوش نیز از دیگر ویژگی‌های سریال‌های عامه‌پسند است که مخاطب را با خود همراه کرده و در فرایند حکمرانی یاری‌رسان است. اما در کنار این ویژگی‌های سریال‌های عامه‌پسند در ارائه پیام‌های دینی، بازنمایی پیام‌ها و موقعیت‌های دینی نیز اهمیت بسزایی دارند. آن گونه که عنوان شد، بازنمایی به عنوان یک سیاست، از دو نوع استراتژی کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی بهره می‌برد. در ارائه پیام‌های دینی بر مبنای استراتژی کلیشه‌سازی، با تقلیل چند خصیصه یا ویژگی معدود ساده، واضح، به‌یادماندنی و به‌راحتی قابل درک دینی به گروهی خاص از شخصیت‌ها، مرزی نمادین بین «عادی» و «انحرافی»، «عادی» و «آسیب‌شناختی» «قابل قبول» و «غیرقابل قبول» و در نتیجه «دین‌دار» و «غیردین‌دار» در این سریال‌ها به مخاطب ارائه می‌شود. غیر از شخصیت‌های دین‌دار، موقعیت‌های دینی نیز به نحوی کلیشه‌وار در این سریال‌ها ارائه می‌شود. پیام‌های دینی‌ای هم که مبتنی بر استراتژی طبیعی‌سازی ارائه می‌شود نیز به گونه ویژگی‌ها و خصلت‌هایی ذاتی و طبیعی ارائه می‌شود، گویا تمامی کنش‌هایی که از شخصیت‌های داستان‌ها سر می‌زند، همان گونه است که می‌بایست باشد. همچنین موقعیت‌های دینی که برای شخصیت‌های داستان رخ می‌دهد و واکنش‌هایی که نسبت به آن نشان می‌دهند، اموری طبیعی به نظر می‌رسند. بر این اساس همذات‌پنداری مخاطب با شخصیت‌های داستان و قرارداد خود در موقعیت‌های کلیشه‌سازی شده و طبیعی‌سازی شده نیز علاوه بر نگهداشت توجه مخاطب به عنوان



قدرت حکمرانی، تعلیم، تزکیه و تعالی فضایل اخلاقی به عنوان اهداف اصلی حکمرانی در حکومتی اسلامی همچون ایران را باعث می‌شود.

## ب) نتیجه‌گیری

بازنمایی موقعیت‌های دینی در سریال‌ها به گونه‌ای است که گویا مهر یکسان بر همه‌شان خورده باشد. موقعیت‌های دینی موجود در این سریال‌ها، نوعی الگوی یکسان و ایدئال از مواجهه شخصیت‌ها با آن موقعیت‌ها ارائه می‌دهند. سکانس‌هایی که موقعیت‌های دینی را بازنمایی می‌کنند یا به نحوی است که شخصیت عملی همسو با آموزه‌های دینی و فضایل اخلاقی انجام داده است که در این صورت با پایانی خوش خاتمه می‌یابد. گروهی از سکانس‌های حامل پیام‌های دینی به صورتی مستقیم مفهومی دینی را به تصویر می‌کشند. از جمله مناسکی دینی همچون تیمم و نماز خواندن اوس موسی، فاتحه‌خوانی بر مزار مامان لیلیا یا در خلال گفت‌وگوی شخصیت‌ها همچون وصیت بهبود، سلام‌ها، وداع‌ها، سوگندها، «یا الله» گفتن هنگام ورود و توسل و توکل‌ها و... یا سکانس‌ها به علت ارتکاب عملی مغایر با آموزه‌های دینی یا ارتکاب رذیلتی اخلاقی با پایانی تلخ همراه است که این پایان تلخ نیز با توجه به اینکه تداعی‌کننده نوعی نهبی از منکر است، بر همان مبنای پایان خوش سریال‌های عامه‌پسند دسته‌بندی می‌شود. و گروهی دیگر از سکانس‌ها همچون رد شدن از زیر قرآن، سلام از راه دور به امام رضا علیه السلام و توکل‌ها و توسل‌ها، به نحوی تلویحی اشاره به ابعاد ایدئولوژیک دین‌داری داشته و نیازمندی انسان به نیرویی فوق نیروی بشر یعنی قدرت پروردگار دارد. شکل‌گیری چنین انگاره‌ای به واسطه همذات‌پنداری با شخصیت‌های متعدد و متنوع این سریال‌ها که هر یک از منظری نماینده گروهی از جامعه محسوب می‌شوند، انجام می‌شود. بنابراین مردم ایران اگرچه با سطوح دینی متفاوت، هر یک از منظری با شخصیت‌های گوناگون سریال‌ها همذات‌پنداری کرده، در موقعیت‌های دینی ارائه‌شده، با شخصیت‌های داستان همراه و جذب در طرح داستان می‌شوند. این همراهی و دنباله‌دار بودن داستان‌های عامه‌پسند عامل جذب و حفظ توجه مخاطب به عنوان قدرت اعمال حکمرانی محسوب می‌شود.



جدول شماره ۴: خلاصه نتایج پژوهش

ردیف	مبنای نظری	نتیجه‌گیری
۱	بازنمایی	بازنمایی موقعیت‌های دینی در سریال‌ها به گونه‌ای است که گویا مهر یکسان بر همه‌شان خورده باشد. این موقعیت‌های دینی نوعی الگوی یکسان، کلیشه‌سازی شده، لیدنال و یکسان‌سازی شده از مواجهه شخصیت‌ها با آن موقعیت‌ها ارائه می‌دهند.
۲	عامه‌پسند بودن سریال‌ها	سکانس‌هایی که عملی بر خلاف مبانی دینی در آن واقع می‌شود، با پایانی تلخ همراه است که نوعی القای نهبی از منکر است. سکانس‌هایی که با عملی بر مبنایی دینی همراه است، با پایانی خوش همراه است که بیانگر نوعی امر به معروف است.
۳	همذات‌پنداری	ارائه موقعیت‌های دینی در خلال زندگی روزمره و وقوع آن برای شخصیت‌های متعدد و متکثر، همذات‌پنداری و همراهی مخاطبان متعددی را باعث خواهد شد.
۴	حکمرانی رسانه‌ای	همذات‌پنداری مخاطب با شخصیت‌هایی متعدد که داستان هر یک از آنها باعث دنباله‌دار شدن سریال شده است، مخاطب را با خود همراه کرده که این حفظ توجه مخاطب، تثبیت و افزایش قدرت حکمرانی از طریق رسانه‌های جمعی از جمله تلویزیون و برنامه‌هایی چون سریال‌های عامه‌پسند است.

**ج) پیشنهادها**

۱- با توجه به اینکه سریال‌های تلویزیونی عامه‌پسند قادرند بستر مناسبی برای نشر معارف دینی





---

برای رسانه‌های دینی باشند، باید از مستقیم‌گویی و دستورالعملی‌بودن پیام‌های دینی در این متون رسانه‌ای کاسته شود و به نحوی غیرمستقیم و بدون بهره‌بردن از دستورها و بایدها و نبایدها و ... تلاش شود پیام دینی را القا کنند.

۲- در راستای بهره‌گیری از بستر سریال‌های تلویزیونی برای انتقال مفاهیم و آموزه‌هایی در مسائل اجتماعی و حتی دینی، پیشنهاد می‌شود با استفاده از نمادها، مجازها، استعاره‌ها و دیگر صناعات هنری در انتقال مفاهیم سعی کنند مخاطب را وادار به تأمل و تفکر عمیق کنند تا معنای مد نظر در ذهن مخاطب ماندگار و تأثیرگذار باشد.





## ۶. منابع

### ۱. منابع فارسی

- بردبار، غلامرضا، ضرابی‌زاده، شیما، و صالحی، طاهر (۱۳۹۴). ارائه الگوی حکمرانی خدامدار. فصلنامه مدیریت اسلامی، ۲۳ (۵)، ۴۱-۹.
- پاینده، حسین (۱۳۹۷). نظریه و نقد ادبی: درسنامه‌ای میان رشته‌ای. ج ۲، تهران: انتشارات سمت.
- پولادی، کمال (۱۳۸۶). تاریخ اندیشه سیاسی در غرب (قرن بیستم). تهران: نشر مرکز.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۹). نشانه‌شناسی؛ نظریه و روش. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۴ (۴)، ۷-۳۹.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۷). جامعه در قرآن. قم: مرکز نشر اسراء.
- راوودراد، اعظم (۱۳۸۸). نقش برنامه‌های دینی و غیردینی تلوزیون در افزایش یا کاهش دین‌داری. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲ (۶)، ۱۵-۴۴.
- راوودراد، اعظم (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی سینما و سینمای ایران. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رجائی، حسین (۱۴۰۱). تحلیل نشانه‌شناختی دینداری در سریال‌های عامه‌پسند دهه نود تلوزیون. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رضایی، نرگس، و سعیدی، روح‌الامین (۱۳۹۹). سواد رسانه‌ای و تأثیر آن بر حکمرانی نوین در عصر دولت پسامدرن. دوفصلنامه فرهنگ و ارتباطات، ۵ (۹)، ۲۸۹-۳۱۲.
- سپهری، مهدی (۱۳۹۵). مطالعات دین‌شناختی از دیدگاه نینیان اسمارت و تأملی در آن از نگاه عرفانی، با رویکردی میان‌رشته‌ای بین کلام، دین‌شناسی و عرفان. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۸ (۴)، ۲۴۵-۲۲۵.
- سلطانی‌فر، احسان و روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۰). مدل مفهومی تبیین گفتمان حاکمیت، مردم و رسانه، با رویکرد پدافند غیرعامل. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱ (۲)، ۸۷-۱۱۴.
- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۴). مدلی برای سنجش دین‌داری در ایران. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۶ (۱)، ۳۴-۶۶.
- شهبندی، معصومه (۱۳۸۹). سریال‌های تلوزیونی غیررسمی: مردم‌نگاری تماشاگران زن جوان تحصیل‌کرده سریال گمشدگان زمستان ۸۸. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- طهماسب کاظمی، بهروز (۱۳۹۵). نگرشی نوین در تبیین نظری حکمرانی و توصیف ویژگی‌های جمهوری اسلامی ایران. نشریه مدیریت فردا، ۱۵ (۴۸)، ۱۰۴-۸۷.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۵). فرهنگ مردم‌پسند و شهر مردم‌پسند؛ تهران شهر محلی-جهانی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲ (۵)، ۱۳۷-۵۰.





- عیوضی، محمدرحیم، مرزبان، نازنین، و صالحی، معصومه (۱۳۹۶). از بررسی حکمرانی خوب تا الگوی حکمرانی پایدار. فصلنامه راهبرد، ۲۶ (۸۵)، ۵۵-۸۵.
- فرهنگی. علی اکبر، قراگوزلو، علیرضا، و صلواتیان، سیاوش (۱۳۸۹). توجه، حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، ۳ (۶۳)، ۹۱-۱۱۴.
- فیسک، جان (۱۳۸۰). فرهنگ تلویزیون. ترجمه مژگان برومند، ارغنون، (۱۹)، ۱۲۵-۱۴۲.
- کاظمی، عباس، و ناظر فصیحی، آزاده (۱۳۸۶). بازنمایی زنان در یک آگهی تجاری تلویزیونی. فصلنامه پژوهش زنان، ۵ (۱)، ۱۳۷-۱۵۳.
- کلتر، داگلاس (۱۳۹۲). نظریه انتقادی از مکتب فرانکفورت تا مکتب پسامدرن. ترجمه محمد مهدی وحیدی. تهران: سروش.
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۸۴). مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات. تهران: سازمان صداوسیما، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- موحدیان عطار، علی (۱۳۹۷). انواع دین‌داری؛ ویژگی‌ها، آسیب‌ها، اقتضانات. دوفصلنامه مطالعات معنوی. ۷ (۲۵)، ۷-۳۵.
- مؤمن زاده، مریم (۱۳۹۷). بازنمایی مسئله اجتماعی در مستندهای تلویزیونی؛ مطالعه موردی طلاق طی سال‌های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۵. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- میرسندسی، محمد (۱۳۹۰). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی دین و انواع دین‌داری. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- هیوارد، سوزان (۱۳۸۸). مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی. ترجمه فتاح محمدی، زنجان: هزاره سوم.

## ۲. منابع لاتین

- Cohen, J. (۲۰۰۱). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters. *Mass Communication & Society*, ۲۰۰۱، ۴ (۳)، ۲۴۵-۲۶۴.
- Hoffner, A. (۲۰۱۰). Parasocial Interaction With Liked, Neutral, and Disliked Characters on a Popular TV Series. *Mass Communication & Society*, ۱۳، ۲۵۰-۲۶۹، [http:// www. E-Governance .com](http://www.E-Governance.com).
- Igartua, J. (۲۰۱۰). P Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. *Communications*, ۳۵ (۲۰۱۰)، ۳۴۷-۳۷۳
- Saussure, F. (۲۰۱۳). *Course in General Linguistics*. Translated and annotated by roy harris, In Bloomsbury Academic.





---

Tropp, H. (۲۰۰۷). Water governance: trends and needs for new capacity development. *Water Policy*, ۹ (۲).

van Leeuwen, T. (۲۰۰۶). *Introducing Social Semiotics*. In Routledge.

Vanlee, F. (۲۰۱۸) Understanding Queer Normality: LGBT+ Representations in Millennial Flemish Television Fiction, *Television & New Media*. *Ghent University*, Belgium.

