

عنوان مقاله: بررسی جامعه شناختی سبک زندگی در سینمای ایران پس از انقلاب
(فیلم های اجتماعی پرفروش دهه ۱۳۸۰)

نویسندگان:

الهام کرمی
باقر ساروخانی

منبع: جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
سال پنجم، شماره اول، بهار ۱۳۹۳

صص ۵۹-۸۶

چکیده

- هدف پژوهش حاضر بررسی تصویری است که سینما، به مثابه رسانه، از فرهنگ، ارزشها و هنجارهای اجتماعی، و به طور کلی سبک زندگی به مخاطبان خود ارائه می دهد. به همین منظور تعداد سی فیلم سینمایی، از فیلمهای اکران شده در دهه ۱۳۸۰ با در نظر گرفتن دو ملاک «ژانر اجتماعی ثبت شده در وزارت ارشاد» و «پرفروش بودن» (میزان استقبال مخاطبین) انتخاب و بررسی شدند.



چکیده

- چهارچوب نظری «سبک زندگی» تلفیقی از نظریه شریعتی و رشاد انتخاب شده است که سه نوع سبک زندگی «سنتی و متجمد»، «اروپایی مآب و متجدد»، و «دینی و مجدد» را برای جامعه ایران در نظر گرفته اند. یافته های پژوهش نشان میدهد که در فیلمهای بررسی شده مؤلفه های سبک زندگی «اروپایی مآب و متجدد» بیشترین میزان ترویج و تبلیغ را نسبت به دو نوع دیگر سبک زندگی داشته است

سه نوع سبک زندگی:
«سنتی و متجمد»،
«اروپایی مآب و متجدد»، و
«دینی و مجدد»

کلیدواژه ها:

- سینما، سبک زندگی، هنجارهای اجتماعی، دینداری، ژانر اجتماعی، نظریه شریعتی، نظریه رشاد



مقدمه

- در گذشته، به سبب نبود رسانه های جمعی یا دست رسی محدود به آنها، معمولاً تغییرات قابل توجهی در سبک زندگی افراد و خانواده ها رخ نمی داد و عوامل تعیین کننده در این زمینه اکثراً هنجارهایی وضع شده به صورت غیر رسمی همچون قومیت بودند.

عوامل تعیین کننده

مقدمه

• اما امروزه، با پیشرفت گسترده عرصای که در رسانه ها صورت گرفته است و با توجه به جایگاه فزایندهای که رسانه ها در سطوح ملی و بین المللی یافته اند، باید گفت رسانه ها از ابزارهای اصلی ارائه الگوهای سبک زندگی و از عوامل تغییر آن محسوب می شوند و فیلم ها، که توسط این رسانه ها به نمایش در می آیند، می توانند سفیر و انتقال دهنده آداب و رسوم اجتماعی، الگوهای رفتاری خانوادگی، فرهنگ، و ارزشهای مدنظر فرستنده پیام به گیرندگان آن باشد

ارائه الگوهای سبک زندگی

• سینمای ایران، از زمان پیدایش تاکنون و در ادوار مختلف، تصاویری متنوع، متفاوت، و گاه متناقض از شهرها و روستاهای ایران به نمایش گذاشته است زیرا سینما، به منزلهٔ مدرنترین هنر در میان هنرهای هفتگانه از آغاز تاکنون، مکانی برای تضارب آرا و بیان دیدگاههای متفاوت و گاه مخالف بوده است و بعد از **گذشت هشت دهه از عمر آن** در ایران، این سینما شرایط لازم برای پاسخگویی به محرکهای بیرونی جامعه را پیدا کرده و تماشاچی سینما هم سلیقهٔ خاص خود را یافته است

مدرنترین هنر

80

• سبک زندگی عنوانی است که دارای ابعاد متعددی است و میتوان آن را از زوایای مختلف بررسی کرد. اگر عملکردهای روزمره افراد بهمثابه سبک زندگی در نظر گرفته شود، در دنیای آکنده از امکانات متنوع برای گزینش سبک زندگی، سینما به سبب امکانات خاصی که دارد اهمیت مییابد و بررسی چگونگی بازتاب سبک زندگی توسط این هنر و رسانه ضرورت پیدا میکند. سینما و سبک زندگی، یا به عبارتی دیگر سبک زندگی در سینما، واژه هایی هستند که هریک بار معنایی خاصی را به همراه دارند و در کنار یکدیگر قرار دادن و تحلیل آنها کاری بس دشوار است

چگونگی بازتاب سبک زندگی توسط این هنر و رسانه



- در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و دو گونه مفهومی سازی متفاوت به عمل آمده است؛ در فرمولبندی نخست، که سابقه آن به دهه ۱۹۲۰ باز می‌گردد، سبک زندگی معرف (indicator) ثروت و موقعیت اجتماعی افراد بوده و غالباً در مقام شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است در فرمولبندی دوم، سبک زندگی نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی، بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که فقط در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد

1920



- در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزشها و نگرشها و رفتارهای (هویت) افراد که اهمیت آن برای تحلیل های اجتماعی روزبه روز افزایش می یابد. اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سبک زندگی در علوم اجتماعی ظاهراً ناشی از این واقعیت است که سنخ شناسی های موجود نمیتوانند تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح دهند



۲ سبک زندگی

- سبک زندگی (life style) از واژه های سهل ممتنع در علوم انسانی و علوم اجتماعی است و اکثر نظریه پردازان و کارشناسان، که به صورت خاص آن را بررسی کرده اند، در عین حال که تعاریفی در حد وسع خود از سبک زندگی ارائه می دهند، به این مسئله اذعان دارند که تعریفی جامع و مانع نمیتوان برای آن در نظر گرفت. برخی بر این باورند که میشل سوبل در سال ۱۹۸۱، مفصلترین متن را درباره سبک زندگی نگاشته پس از سوبل تعاریف مختلفی از این مفهوم ارائه شده است که برخی از آنها در ادامه آورده می شود:

1981

۱- عادات، آداب، شیوه های گذران حیات

۲- انواع الگوهای رایج مصرف و بهره گیری (از مواد و کالاهای نمادین) میان گروهها و طبقات مختلف اجتماعی. سبک زندگی، آنگونه که در مطالعات فرهنگی مطرح می شود، در کانون هویت فردی یا گروهی قرار می گیرد چراکه فرد هویت خود را به واسطه گزینشهای معناداری بیان می کند که از میان انبوهی از اقلام و الگوهای معین رفتاری ممکن، که حکم رمزگانهای نمادین را دارند، صورت می دهد.

۳- راههایی که فرد یا گروه بر اساس آن زندگی می کند.

۴- سبک زندگی به الگوهای نسبتاً متمایز عمل و فرهنگ اشاره دارد که باعث افتراق افراد (مردم) می شود

- با الهام از این تعاریف، و دیگر تعاریف ارائه‌شده از سبک زندگی، به صورت جامع‌تر میتوان گفت هر عملی، چه ذهنی و چه عینی (نگرشها، ارزشها، عقاید، باورها و کنشها)، که به واسطهٔ اختیار و توسط فرد بروز و ظهور یابد بر هویت او مؤثر است و سبک زندگی او را نشان میدهد. به عبارت دیگر، سبک زندگی بر ماهیت و محتوای تعاملات و کنشهای معنادار افراد در هر جامعه دلالت دارد و مبین اغراض، نیات، معانی، و تفاسیر فرد در جریان عمل روزمره و زندگی روزانه است و سبب تمایز و تفکیک افراد از یکدیگر می‌گردد.

تمایز و تفکیک افراد از یکدیگر

- در ادامه، به نظریه پردازانی به صورت خلاصه و فقط با ذکر نام و کلید واژه های نظریات اشاره خواهد شد که در رابطه با سبک زندگی نظریاتی ارائه کرده اند:
 - ۱- تورشتاین وبلن: مصرف و سبک زندگی؛
 - ۲- گئورگ زیمل فرهنگ مدرن و سبک زندگی؛
 - ۳- آنتونی گیدنز رسانهها و سبک زندگی؛
 - ۴- دیوید چینی مصرف فرهنگی و سبک زندگی؛
 - ۵- میشل سوبل مصرف و سبک زندگی؛
 - ۶- ماکس وبر انتخاب و سبک زندگی؛
 - ۷- آلفرد آدلر انتخاب و سبک زندگی؛
 - ۸- پیر بوردیو فرهنگ، تمایز و سبک زندگی .

۳ پیشینه تحقیق

• بررسی سبک زندگی در سینما موضوعی است که در سالهای اخیر به آن توجه شده و پژوهشهایی نیز در این زمینه انجام شده است. در سالهای ۱۳۸۹ و ۱۳۹۱ دو پژوهش به صورت خاص این موضوع را بررسی کرده اند: «بررسی مؤلفه های سبک زندگی در فیلم های سینمایی دهه های ۶۰، ۷۰، و ۸۰ عنوان تحقیقی است که هدف محقق، غزال بیگ آبادی در آن شناسایی الگوی رفتار غالب در فیلمهای سینمایی سه دهه ۱۳۷۰، ۱۳۶۰، و ۱۳۸۰ سینمای ایران، با روش تحلیل محتوا، بوده است.

روش تحلیل محتوا

الگوی رفتار غالب

- یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که سبک زندگی سنتی و الگوی رفتار فرهنگی در فیلم‌های این **سه دهه** غالب بوده است. عمدتاً در فیلم‌های سینمایی دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ سبک زندگی سنتی و در دهه ۱۳۸۰ سبک زندگی مدرن نشان داده شده است. امیر رستگارخالد و مهدی کاوه نیز در پژوهشی با عنوان «**بازنمایی سبک زندگی در دهه ۸۰**» با بهره‌گیری از نظریه بازنمایی در جامعه‌شناسی هنر و با استفاده از الگوی تبیینی بوردیو در خصوص سبک زندگی، به بررسی سبک زندگی در سینمای دهه ۱۳۸۰ پرداخته‌اند.



- نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که، از میان ابعاد سبک زندگی، مصرف فرهنگی بیشترین میزان بازنمایی در سینمای دهه ۱۳۸۰ را داشته است. بعد از مصرف فرهنگی ابعاد دیگری مانند نگرشها، اوقات فراغت، مدیریت بدن، اولویت ارزشهای اخلاقی، عاداتهای هزینه ای، و الگوی مصرف غذا به ترتیب بیشترین میزان بازنمایی در فیلمهای سینمایی این دهه را داشته اند

الگوی مصرف غذا

۴-هدف اصلی تحقیق

- هدف اصلی این پژوهش بررسی جامعه شناختی سبک زندگی در سینمای ایران پس از انقلاب و به صورت خاص فیلمهای اجتماعی پرفروش دهه ۱۳۸۰ است

1380



۵-اهداف فرعی تحقیق



اهداف فرعی پژوهش حاضر عبارت است از:

۱-ارائه تعریفی از سبک زندگی بر اساس معیارهای اجتماعی و فرهنگی؛

۲-بررسی شاخصها و مؤلفه‌های سبک زندگی ارائه‌شده در سینمای ایران پس از انقلاب؛

۳-بررسی الگوهای سبک زندگی ارائه‌شده در سینمای ایران پس از انقلاب



۶ سوالات تحقیق

- ۱- سبک زندگی ای که در فیلمهای سینمایی ارائه میشود چه ویژگیهایی دارد؟
- ۲- تصاویری که از سبک زندگی در فیلمهای سینمایی ارائه میشود با کدامیک از انواع سبک زندگی انطباق بیشتری دارد؟
- ۳- آیا سبک زندگی، که در فیلمهای سینمایی ترویج و تبلیغ میشود، با ارزشهای جامعه اسلامی منطبق است؟
- ۴- فیلمهای سینمایی اکران شده در پی تجویز یا انتقاد از کدامیک از انواع سبکهای زندگی است؟
- ۵- آیا سبک زندگی ارائه شده در فیلمهای سینمایی اکران شده در کشور با الگوی خاصی منطبق است؟

۷- فرضیه های پژوهش

۱. به نظر میرسد الگوی جامعی از سبک زندگی، که متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی باشد، در فیلمهای سینمایی ساخته شده بعد از انقلاب ارائه نشده است؛
۲. به نظر میرسد در فیلمهای سینمایی سعی بر این است که سبک زندگی سنتی و دینی در جامعه مورد انتقاد قرار گیرد و در برخی موارد تقیح شود؛
۳. به نظر میرسد تصویری که از سبک زندگی در فیلمهای سینمایی ارائه میشود با سبک زندگی اروپایی مآب و متجدد بیشتر انطباق دارد؛
۴. به نظر میرسد سبک زندگی که در فیلمهای سینمایی ترویج و تبلیغ میشود با بخش عمدهای از ارزشهای جامعه اسلامی انطباق ندارد؛
۵. به نظر میرسد چند ویژگی بارز سبک زندگی اشاعه شده در فیلمهای سینمایی روابط آزاد با جنس مخالف، جراحی زیبایی، استفاده بیرویه از واژههای لاتین، مدگرایی، صرف غذاهای مدرن و فستفود در مکانی غیر از منزل، و پایبند نبودن به ارزشهای دینی باشد

۸ چهارچوب نظری پژوهش

• با توجه به پیچیدگی مفهوم سبک زندگی، و نبود امکان سنجش آن با تعداد محدودی از مؤلفه ها، سعی بر این است که این مفهوم با معرفیها و مؤلفه هایی سنجیده شود که از چندین نظریه استخراج شده است. به طور کلی، برای تفکیک و متمایز ساختن انواع سبک زندگی در ایران، به نظر میرسد مناسبترین تقسیم بندی را بتوان از نظریات شریعتی و رشاد استخراج کرد. هرچند نظریه شریعتی در رابطه با زنان مطرح شده است اما محدودیتی برای تعمیم آن به دیگر اقشار جامعه، و حتی گنجاندن کلیت جامعه در قالب آن، وجود ندارد

پیچیدگی مفهوم سبک زندگی

3

- رشاد گفتمانهای موجود در جامعهٔ معاصر ایران را به سه دسته تقسیم کرده است:
- **۱. گفتمان متجمد** که بر دریافتها و ذخایر بازمانده از پیشینیان تصلب دارد و از نوآوری و تحول گریزان و هراسناک است؛
- **۲. گفتمان متجدد** که دلستهٔ غرب است و از آن بسیار تأثیر پذیرفته است، آنچنان که خویش را از منظر و زاویهٔ تفکر غربی مینگرد و معنا می کند؛
- **۳. گفتمان مجدد** که از یکسو، نه متصلب بر موارث معرفتی گذشته است و نه منقطع از آن و از سوی دیگر، نه در پی نفی غرب است و نه خواستار هضمشدن در آن

• شریعتی نیز زنان را به سه گروه «زن سنتی و مقدس مآب»، «زن متجدد و اروپایی مآب»، و «زنان فاطمه وار» تقسیم کرده است. در نتیجه، با الهام از این نظریات، که به صورت خاص ایران و سبک زندگی ایرانی را بررسی کرده‌اند، میتوان چنین استنباط کرد که سبک زندگی در ایران به سه گروه «سنتی و متجمد»، «اروپایی مآب و متجدد»، و «دینی و مجدد» تقسیم میشود. با هدف بررسی این سبک های زندگی شاخصهایی از نظریات مطرح شده استخراج شده است که در جدول ۱ به آنها اشاره می شود

جدول ۱. مؤلفه‌های سبک زندگی

منبع	شاخص‌ها
گیدنز، ۱۳۹۱؛ چینی، ۱۳۷۸؛ سوبل، ۱۹۸۱؛ فاضلی، ۱۳۸۲؛ بورديو، ۱۳۸۰؛ وبلن، ۱۳۸۶.	مصرف (فرهنگی، خوراک، و پوشش)
فاضلی، ۱۳۸۲.	اوقات فراغت
آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱؛ فاضلی، ۱۳۸۲.	مدیریت بدن
شجاعی زند، ۱۳۸۴.	دین‌داری (التزام دینی / عدم التزام دینی)

• مدل مفهومی که در ادامه آمده است معرفی‌های مؤلفه‌های ارزیابی شده در پژوهش را به صورت جزئی نشان می‌دهد. مؤلفه‌های سبک زندگی «دینی و مجدد»، که منطبق با جامعه و فرهنگ اسلامی است، را به صورت خاص می‌توان با توجه به مدل سنجش دینداری در ایران، که توسط شجاعی زند ارائه شده است، استخراج کرد. البته در پژوهش پیش رو صرفاً معیارهای ظاهر، بینش، و نگرش ابراز و اظهارشده توسط بازیگران بررسی شده است

مدل سنجش دینداری در
ایران، که توسط شجاعی زند

جدول ۲. مدل سنجش دین‌داری در ایران

پیامدهای دین‌داری	نشانه‌های دین‌داری	ابعاد دین‌داری		ابعاد دین	وجوه دین	ابعاد وجودی انسان
بینش الهی	داشتن معلومات دینی	معتقدبودن		اعتقادات	معرفتی	ذهن
اهل معنا بودن		مؤمن بودن		ایمانیات	عاطفی	روان
متخلق بودن		انجام فردی عبادت	اهل عبادت بودن	عبادیات		
		انجام جمعی عبادت				
				اخلاقیات		
متقی بودن	داشتن ظاهر دینی	عمل به تکالیف فردی		مشرع بودن	عملی	تن
	ابراز هویت دینی					
	داشتن اهتمام شعائری	عمل به تکالیف جمعی				
	داشتن مشارکت دینی					
	اهتمام دینی در خانواده					

• برای تحلیل و بررسی فیلمها نیز دو روش وجود دارد: روش تحلیل فرم و ساختار یا «روش دروننگر» و روش تحلیل مضمون و محتوا یا «روش بروننگر». «روش بروننگر اغلب از بیانی مستدل، که درصدد شرح فیلم یا یافتن علل پیدایش آن است، استفاده میکند. بدون تردید روش بروننگر اطلاعات ارزندهای به دست میدهد ولی ماهیت آن به گونهای است که قادر به حل مشکلات هنری اساسی نیست. روش درون نگر تا حدودی فضای تاریخی، اخلاقی، و فکری که اثر مدنظر در آن تکامل یافته است، را بررسی میکند. در روش دروننگر مسئولیت اصلی منتقد متوجه جنبه هنری فیلم است

روش درون نگر

• در این پژوهش از روش اول، یعنی روش برون نگر که ناظر بر تشریح محتوای فیلم است، استفاده شده و تلاش شده است مضامین آن بر اساس مدل مفهومی طراحی شده استخراج و تحلیل شود. در رابطه با ارتباط فیلم و جامعه نیز دیدگاههای مختلفی وجود دارد و **برخی حتی سینما و فیلم را آینه تمام نمای زمان خود میدانند.** اما در این پژوهش، به سبب تأکید بر محوریت رسانهها در جامعهپذیری افراد، «نظریه اشاعه»، که ناظر بر تأثیر فیلم و سینما بر جامعه است، مدنظر است؛ «در این روش ارزش فیلم را نه فی النفسه بلکه آن را به صورت یک وسیله تبلیغاتی بررسی میکنند»

روش برون نگر



- نظریه اشاعه، یا شکل دهی، سینما را ابزاری برای شکل دادن به افکار، نگرشها، و بینشهای مردم میداند. به عبارت دیگر، این رویکرد درصدد اثبات این مدعاست که همانطور که سینما میتواند با نشان دادن واقعیات جامعه نقشی شایسته ایفا کند، می تواند در جهت دادن و سمت و سو بخشیدن به افکار مخاطبانش، در مسیر دلخواه فیلمسازان یا سیاستمدارانی که بر تولید فیلمها نظارت دارند، نیز عمل کند. درواقع، صورت کامل تر و جامعه شناختی تر نظریه شکل دهی همان است که در مکتب فرانکفورت با ادبیاتی دیگر اما تقریباً به همین معنا به کار برده می شود؛ این نظریه پردازان رسانه های گروهی و از جمله سینما و تلویزیون را ابزارهایی نیرومند برای شکل دهی به فرهنگ توده وار می دانند.

مسیر دلخواه فیلمسازان یا سیاستمداران

جدول ۳. مدل مفهومی

«ستی و متجمده»/«ارویایی مآب و متجمده»/«دینی و مجده»		
شاخص‌ها		ابعاد
نماز و روزه		دین‌داری (پای‌بندی به ارزش‌های دینی)
ظاهر اسلامی		
کمک به دیگران		
حضور در اماکن مذهبی (مساجد و زیارتگاه‌ها)		
توکل، قناعت، و اعتقاد به رزاقیت خداوند		
ابراز اعتقاد به وجود خداوند		
استفاده از واژه‌های لاتین		
اینترنت		
پاپ ایرانی	فرهنگی	
ستی		
لس‌آنجلسی		
خارجی		
سینما و تئاتر		
روزنامه		
کتاب		
قست‌فود		
غذاهای مدرن		
غذاهای سنتی		
رستوران	مکان صرف غذا	
کافی‌شاپ		
منزل		
قیمت		
مد		
متفاوت بودن (رنگ و تک‌بودن)		
استفاده از کراوات		
آرایش موی سر		مدیریت بدن
مصرف		

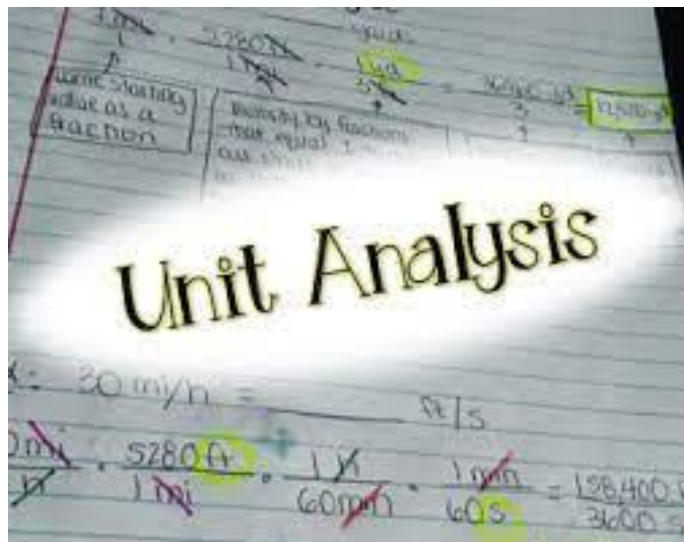
ورزش برای تندرستی		اوقات فراغت
استفاده از زیورآلات		
جراحی زیبایی		
ارتباط با جنس مخالف		
شرکت در پارتنی		
مسافرت		
ارتباط با دوستان		
حضور در مهمانی خانوادگی		

۹- روش تحقیق

در این پژوهش برای بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی در فیلمهای سینمایی تلفیقی از روشهای «تحلیل محتوا» (content analysis) کیفی و کمی (و روش «اسنادی» استفاده شده است. برای یافتن و بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی، که در مدل نظری تحقیق آمده است، پرسشنامه معکوس (inverse questionnaire) طراحی شده و با مشاهده هریک از فیلمهای انتخاب شده تکمیل است. در قسمت تحلیل محتوای کمی نیز از نرم افزار Excel برای ترسیم نمودارها استفاده شده است

۹- واحد تحلیل

در این پژوهش واحد تحلیل «صحنه یا سکانس» است. برای فیلم سینمایی میتوان نور، سکانس، و پلان سکانس را به عنوان واحد تحلیل برگزید. از ترکیب نماها سکانس یا صحنه ساخته می شود



۹ جامعة آماری

• جامعة آماری این تحقیق تمام فیلمهای بلند داستانی است که از وقوع انقلاب اسلامی ایران (بهمن ۱۳۵۷) تا پایان سال ۱۳۹۱ ساخته شده و به نمایش عمومی درآمده است. بنابراین، کلیه فیلمهایی که در اکرانهای خصوصی یا تلویزیون به نمایش درآمده اند، و همچنین فیلمهای مستند، خارج از جامعة آماری این مطالعه قرار میگیرند. بر اساس آمارهای ارائه شده توسط وزارت ارشاد، و کتابهایی که در خصوص تاریخ سینمای ایران نوشته شده‌اند، حدود ۱۷۹۶ فیلم بعد از انقلاب اسلامی ایران (از سال ۱۳۵۸ تا پایان سال ۱۳۹۱ به صورت عمومی اکران شده است)



۹- نمونه‌گیری

• با توجه به گستردگی دامنه تحقیق، و همچنین تعداد زیاد فیلمهای ساخته شده و اکران شده بعد از انقلاب اسلامی، دهه ۱۳۸۰ به عنوان دهه ای که **بیشترین** تعداد فیلم ساخته شده و اکران شده را نسبت به دو دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ داشته است، برای بررسی انتخاب شد. در این دهه تعداد ۷۲۴ فیلم وجود داشت که بنابر اصل تأثیرگذاری رسانه، و همچنین استقبال قابل توجه مخاطبین و بینندهها، دو ملاک **ژانر اجتماعی** ثبت شده در وزارت ارشاد و پرفروش بودن (بیشترین تعداد بیننده) برای محدود کردن دامنه تحقیق و قابلیت بررسی فیلمها در نظر گرفته شد. بر این اساس، از بین ۱۲۵ فیلم پرفروش دهه ۱۳۸۰، تعداد ۳۰ فیلم (از هر سال سه فیلم) اجتماعی و پرفروش انتخاب و تحلیل و بررسی شده است

most

جدول ۴. فیلم‌های اجتماعی پرفروش (بر اساس تعداد بیننده) دهه ۱۳۸۰

ردیف	نام فیلم	کارگردان	سال	تعداد بیننده	مبلغ فروش (ریال)
۱	آواز قور	سعید اسدی	۸۰	۱۴۱۷۳۶۴	۵۵۷۱۲۹۳۵۰۰
۲	شبه‌های تهران	داریوش فرهنگ	۸۰	۱۲۰۰۴۱۱	۴۴۳۱۵۵۱۵۰۰
۳	سگ‌کشی	بهرام بیضایی	۸۰	۹۲۱۵۷۶	۴۵۹۰۱۶۳۰۰۰
۴	من ترانه پانزده سال دارم	رسول صدرعاملی	۸۱	۱۴۶۴۳۸۷	۶۱۵۲۸۷۰۰۰۰
۵	زندان زنان	منیژه حکمت	۸۱	۱۱۸۹۸۶۹	۵۶۷۹۱۷۹۰۰۰
۶	شام آخر	فریدون جیرانی	۸۱	۱۰۷۲۳۶۹	۴۷۱۳۰۶۴۵۰۰
۷	دیوانهای از قفس پرید	احمد رضا معتمدی	۸۲	۵۷۲۷۰۵	۳۱۹۷۷۶۳۵۰۰
۸	واکنش پنجم	تهمینه میلانی	۸۲	۵۳۸۳۲۲	۲۹۳۷۸۴۸۰۰۰
۹	نخانی روی آب	بهمن فرمان‌آرا	۸۲	۳۸۴۹۹۳	۲۳۴۵۷۷۶۰۰۰
۱۰	مارمولک	کمال تبریزی	۸۳	۱۶۶۲۶۴۴	۱۰۷۶۶۳۷۹۰۰۰
۱۱	شمعی در باد	پوران درخشنده	۸۳	۹۹۹۶۵۴	۶۳۵۸۴۳۳۵۰۰
۱۲	بوتیک	حمید نعمت‌الله	۸۳	۴۰۱۶۳۲	۲۵۰۸۵۸۲۰۰۰
۱۳	آکواریم	ایرج قادری	۸۴	۱۲۷۴۵۴۶	۸۹۰۵۶۸۳۹۰۰

٤٤٩٥٢٢٢٠٠٠	٦٢٢٢١٥	٨٤	تہمینہ میلانی	زن زیادی	١٤
٢٠٦٢٧٠٠٤٠٠	٢٨٩٠١٠	٨٤	مسعود کیمیایی	حکم	١٥
١٦٥١٢٠٢٦٥٠٠	١٨٩٢٢١	٨٥	تہمینہ میلانی	گٹھریس	١٦
٦٩١٠١٥١٠٠٠	٦٧٢٧٦	٨٥	سامان مقدم	کافہ ستارہ	١٧
٦٢٩١٤٦٠٥٠٠	٥٩٢٧٠٥	٨٥	ابراہیم حاتمی کیا	بہ نام پدر	١٨
٤٧٦٦٠٤٠٠٠	٤٣٥٠٦٨	٨٦	مسعود کیمیایی	رئیس	١٩
٢٥١٨٢٧٥٠٠	٢٩٢٦٢٨	٨٦	ایرج قادری	محاکمہ	٢٠
٢١٨١٨٧٠٠٠٠	٢٨٢٢٥٢	٨٦	بنی اعتماد/ عبدالوہاب	نخون بازی	٢١
١٧٢٩٩٥٤٦٠٠٠	١٢٢٢٢٤٢	٨٧	پرینسا بخت آور	دایرہ رنگی	٢٢
١٥٤٥٢٤٨٦٠٠٠	١١١٠٦١٥	٨٧	ابراہیم حاتمی کیا	دعوت	٢٣
٧٦١٨٤٧٩٠٠٠	٥٢٤٢٠٥	٨٧	مانی حقیقی	کنعان	٢٤
١٥٢٦٨٨٧٥٠٠٠	٨٨٧١٠٨	٨٨	اصغر فرہادی	دوبارہ الی	٢٥
١١٥٦٥٨١٧٥٠٠	٦٨٨١٩٦	٨٨	تہمینہ میلانی	سویراستار	٢٦
١٠١٢٧٥٤٦٥٠٠	٤٩٩٢٤٥	٨٨	مازیار میری	کتاب قانون	٢٧
١٤٩٢٧٧٠٥٠٠	٦٨٧٢٠	٨٩	رامبد جوان	پسر آدم، دختر حوا	٢٨
٩٤٢٨٤٢٠٠٠	٢٦٧٧١٨	٨٩	تہمینہ میلانی	تسویہ حساب	٢٩
٥٤٤٨٥٥٢٥٠٠	٢٢١٢٧٧	٨٩	ہمایون اسعدیان	طلا و مس	٣٠

۱۰- یافته ها

با توجه به مفصل بودن تحلیل محتوای کیفی فیلمها، و حجم زیاد این قسمت، از ذکر آن خودداری می شود و صرفاً یافته های مربوط به تحلیل محتوای کمی آورده می شود.



۱۰-۱-سنجش ابعاد سبک زندگی

- بررسیهای انجام شده نشان می دهد که در فیلمهای اجتماعی پرفروش دهه ۱۳۸۰ تأکید زیادی بر ظاهر افراد مانند مد، متفاوت بودن، و قیمت لباس و پوشش انجام شده است؛ ظواهری که در فیلمها نشان داده می شود، در اکثر موارد، هیچ تناسبی با فرهنگ اسلامی ایرانی ندارد و ابداعاتی است که تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌های غرب قرار دارد که با هدف تغییر فرهنگ بومی دیگر کشورها از جمله ایران اسلامی و درونکردن نمادهای سبک زندگی متجددانه و اروپایی مآب صورت میگیرد.

در فیلمهای اجتماعی پرفروش دهه ۱۳۸۰ تأکید زیادی بر
ظاهر افراد مانند مد، متفاوت بودن، و قیمت لباس و پوشش
انجام شده است

• نوع پوششی که در فیلمهای دهه ۱۳۸۰ ترویج شده به نحوی است که، از در این دهه، مصادیق بارز هنجارشکنی محسوب میشده است، هرچند شرایط سیاسی و رویکارآمدن مسئولینی که سیاست «تسامح و تساهل» در عرصههای مختلف، از جمله عرصه فرهنگ و رسانه را در پیش گرفتند، تأثیر قابلتوجهی بر روند اشاعه این نوع از سبک زندگی داشته است؛

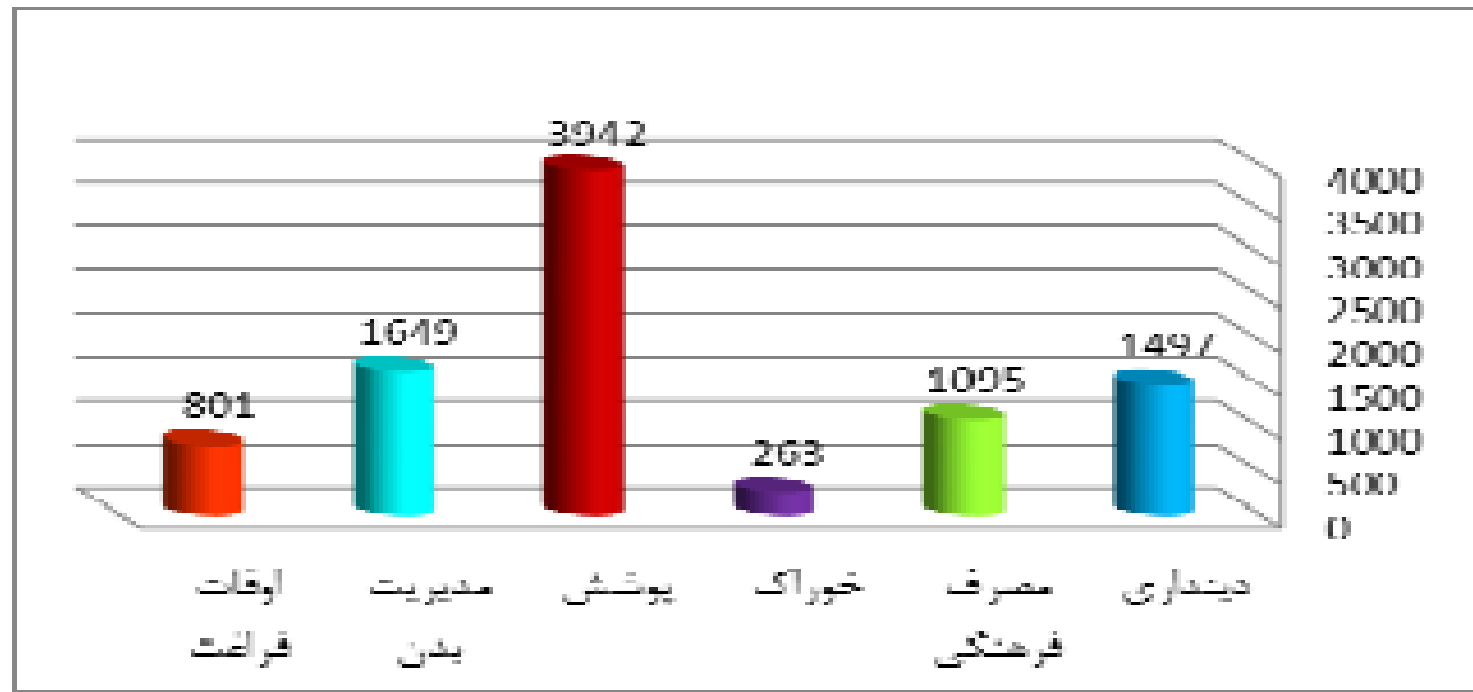
• مثلاً می توان به مانتوهای بسیار کوتاه و تنگ و استفاده از شالهایی که تنها بخش محدودی از موی سر را میپوشانند، استفاده از آرایشهای غلیظ و زننده، و ظاهر شدن زنان با «بلوز و شلوار» در فیلمها اشاره کرد که نه فقط با سبک زندگی دینی در تضاد است، بلکه سبک زندگی سنتی نیز آن را نمیپذیرد. پوشش بهاره رهنما در فیلم دایره زنگی، پوشش بازیگران زن در فیلم تسویه حساب، و پوشش مهناز افشار در فیلم آکواریوم نمونههایی از الگوهای معرفی شده توسط رسانه مؤثری چون سینما به زنان جامعه است

• بعد از «پوشش»، که بیشترین فراوانی ۳۹۴۲ مورد (یعنی ۴۲درصد) را در میان ابعاد سبک زندگی داشته است. در قسمت بررسی مؤلفه های پوشش، درخصوص جزئیات آن توضیح داده خواهد شد، «مدیریت بدن» با ۱۶۴۹ بار تکرار (۱۸درصد) و «دینداری» با ۱۴۹۷ بار تکرار (۱۶درصد) قرار گرفته اند «مصرف فرهنگی» از دیگر مواردی است که با توضیح جزئیات آن بحرانی بودن وضعیت فرهنگی در این قسمت مشخص خواهد شد. در ادامه، «چگونگی گذران اوقات فراغت» با ۸۰۱ بار تکرار در صحنه های مختلف فیلم ها (۹درصد) بیشترین میزان تکرار را داشته و در پایان «خوراک» با ۲۶۳ بار تکرار (۳ درصد) آمده است

بحرانی بودن وضعیت فرهنگی در این قسمت

جدول ۵. سنجش ابعاد سبک زندگی

درصد	فراوانی	ابعاد	
۰.۱۶	۱۴۹۷	دین‌داری (پای‌بندی به ارزش‌های دینی)	
۰.۱۲	۱۰۹۵	مصرف فرهنگی	مصرف
۰.۳	۲۶۳	خوراک	
۰.۴۲	۳۹۴۲	پوشش	
۰.۱۸	۱۶۴۹	مدیریت بدن	
۰.۹	۸۰۶	اوقات فراغت	
۱۰۰	۹۲۴۷	مجموع	



نمودار ۱. سنجش ابعاد سبک زندگی

• ظاهر اسلامی در میان مولفه های بعد دینداری، بیشترین میزان تکرار (۱۲۴۰ بار معادل ۸۴ درصد تکرار) را داشته است که متناسب با مسئله مطرح شده در هر یک از این فیلم ها، بیش تر به عنوان نماد قشری خاص از جامعه و نه به عنوان حدودی شرعی که هر مسلمانی ملزم به رعایت آن است به کار رفته است. ظاهر اسلامی در فیلم مارمولک، در مقام لباس روحانیت و قشر مذهبی جامعه، مورد تحقیر و تمسخر قرار گرفته است. این لباس در فیلم طلا و مس، که موضوع آن بررسی شرایط خصوصی و اجتماعی یک طلبه است. بیشترین میزان تکرار را در صحنه های مختلف فیلم های بررسی شده داشته است.

- در فیلم واکنش پنجم ظاهر «حاج صفدر» به مثابه نماینده قشر مذهبی جامعه، به صورت اسلامی به تصویر کشیده شده است که فردی مذهبی، سنتی و متعصب معرفی می شود! در فیلم من ترانه پانزده سال دارم ظاهر اسلامی «چادر» به عنوان ابزاری حکومتی کاربرد هایی مانند استفاده از آن هنگام ملاقات با پدر در زندان دارد و در فیلم زندان زنان به عنوان نماد قدرت حاکم که ماموران «زندان» از آن استفاده می کنند، نشان داده می شود.



- به بیان دیگر، میزان تکرار ظواهر اسلامی نشان دهنده مثبت جلوه دادن آن در فیلم های اجتماعی پر فروش دهه ۱۳۸۰ نیست، بلکه در برخی از این فیلم ها این مفاهیم مورد تمسخر و تحقیر واقع شده و به مثابه «نشانه تعصب» و «سبک زندگی سنتی» تصویر شده است!
- این مساله با توجه به داده های به دست آمده از دیگر مولفه های سبک زندگی قابل بررسی است. نمادهای عملی دین و پای بندی به ارزش های دینی مانند «ابراز اعتقاد به وجود خداوند، ۱۳۱ مرتبه (۹ درصد) به جا آوردن نماز و روزه ۴۲ مرتبه (۳ درصد) کمک به دیگران، ۳۱ مرتبه (۲ درصد و «توکلف قناعت و اعتقاد به رزاقیت خداوند ۲۳ بار (۲ درصد) در صحنه های فیلم های بررسی شده تکرار شده است.

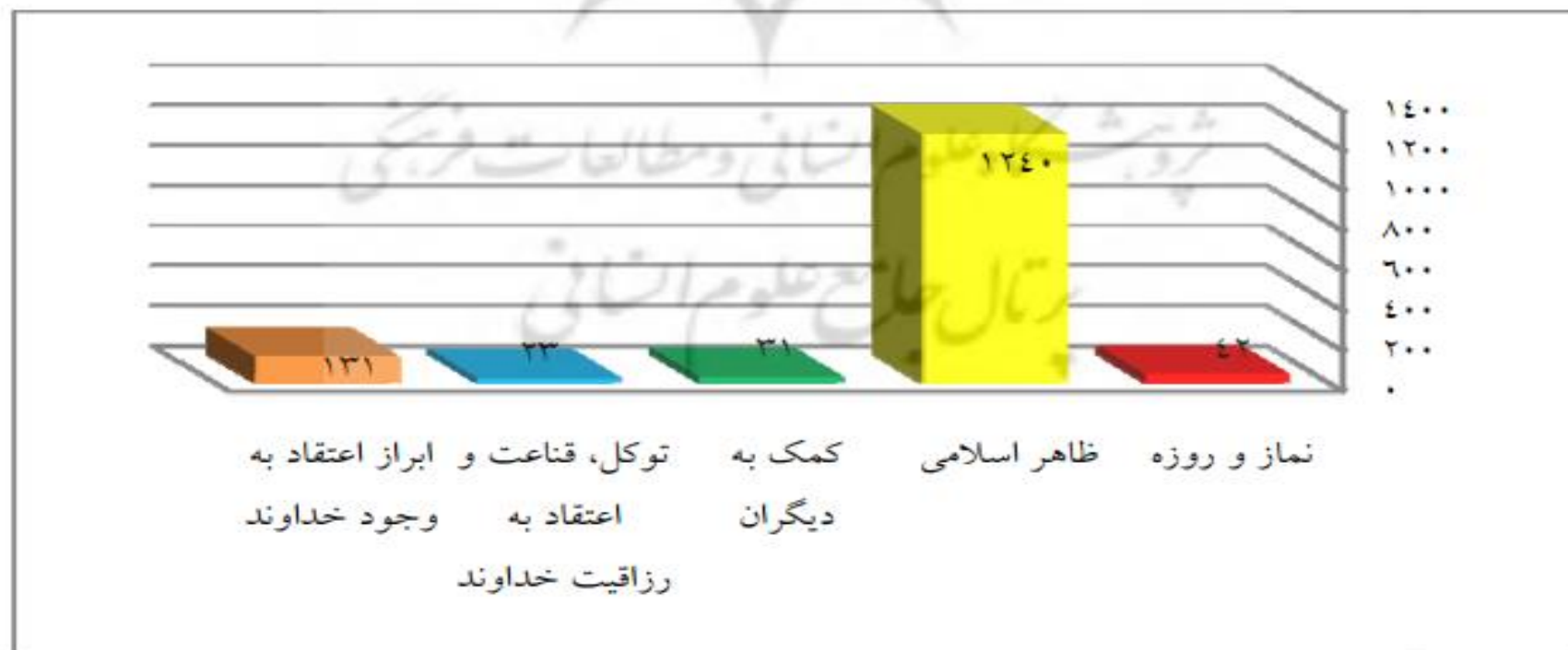
تعصب و سبک زندگی سنتی

- نماز و روزه، بیشترین میزان تکرار را در فیلم های مارمولک، طلا و مس، و کتاب «قانون، به تناسب موضوع آنها داشته است. در تعدادی دیگر از فیلم ها از صدای اذان فقط برای نشان دادن زمان (مثلا سحر یا ظهر بودن) یا **ترریق فضای معنوی به فیلم** استفاده شده است. و صدای اذان با آماده شدن برای نماز، به مثابه یک امر واجب دینی همراه نیست.

- استفاده از مولفه «ابراز اعتقاد به وجود خداوند» به سبب مهجوریت دیگر ابعاد عملی دین داری (پای بندی به ارزش دینی) در این قسمت گنجانده شده است.

جدول ۷. سنجش بعد دین داری (پای بندی به ارزش های دینی)

درصد	فراوانی	شاخص ها
۰.۰۳	۴۲	نماز و روزه
۰.۸۴	۱۲۴۰	ظاهر اسلامی
۰.۰۲	۳۱	کمک به دیگران
۰.۰۲	۲۳	توکل، قناعت، و اعتقاد به رزاقیت خداوند
۰.۰۹	۱۳۱	ابراز اعتقاد به وجود خداوند
۱۰۰	۱۴۹۷	مجموع

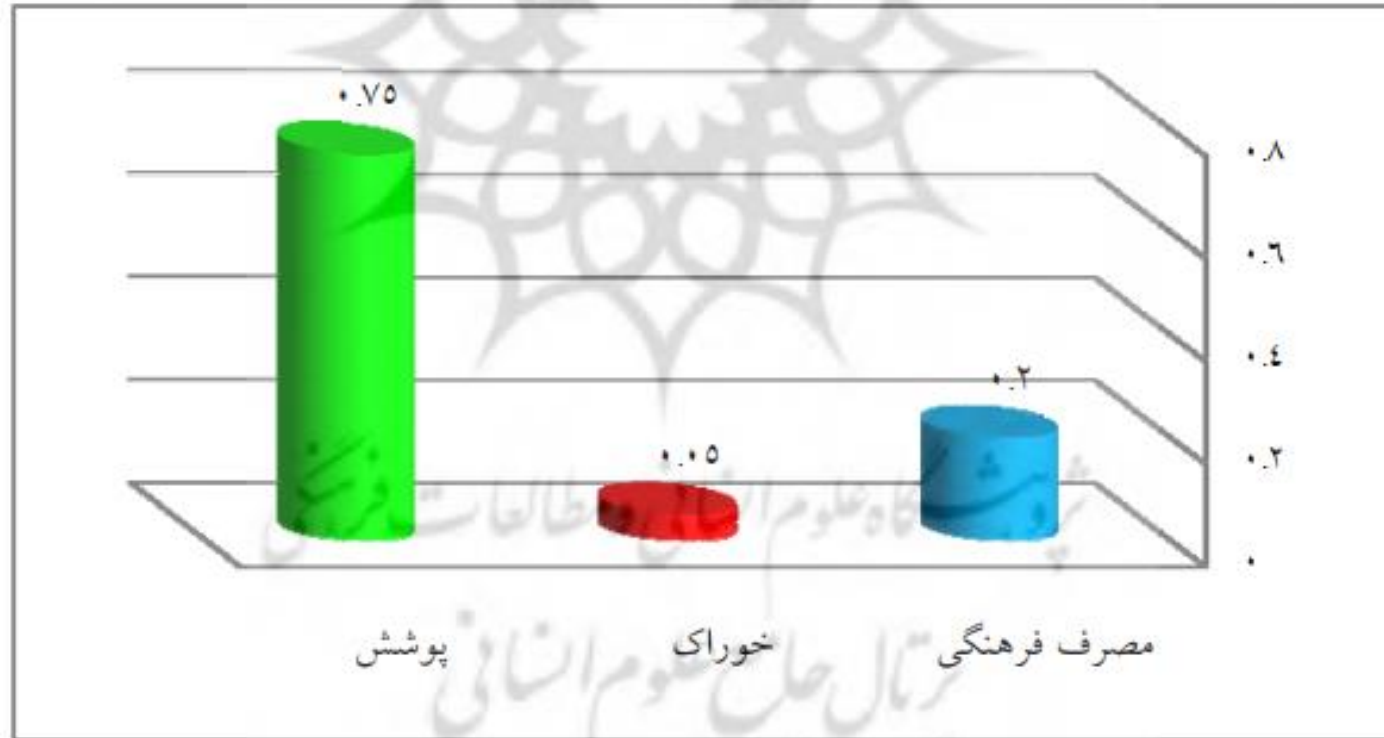


نمودار ۲. سنجش بعد دین‌داری (پای‌بندی به ارزش‌های دینی)

- این بعد از ابعاد سبک زندگی دارای سه شاخص با عناوین **مصرف فرهنگی**، **خوراک** و **پوشش** است که متناسب با مولفه های تعریف شده برای هر یک از آن ها (در هر قسمت توضیح داده می شود) پوشش با ۳۹۴۲ مرتبه تکرار (۷۵ درصد) بیشترین مقدار و پس از آن مصرف فرهنگی با ۱۰۹۵ مرتبه تکرار (۲۰ درصد) خوراک ۱۶۳ مرتبه تکرار (۵ درصد) بیشترین میزان را داشته اند.

جدول ۸ سنجش بعد مصرف

شاخص‌ها	فراوانی	درصد
مصرف فرهنگی	۱۰۹۵	۰.۲۰
خوراک	۲۶۳	۰.۵
پوشش	۳۹۴۲	۰.۷۵
مجموع	۵۳۰۰	۱۰۰



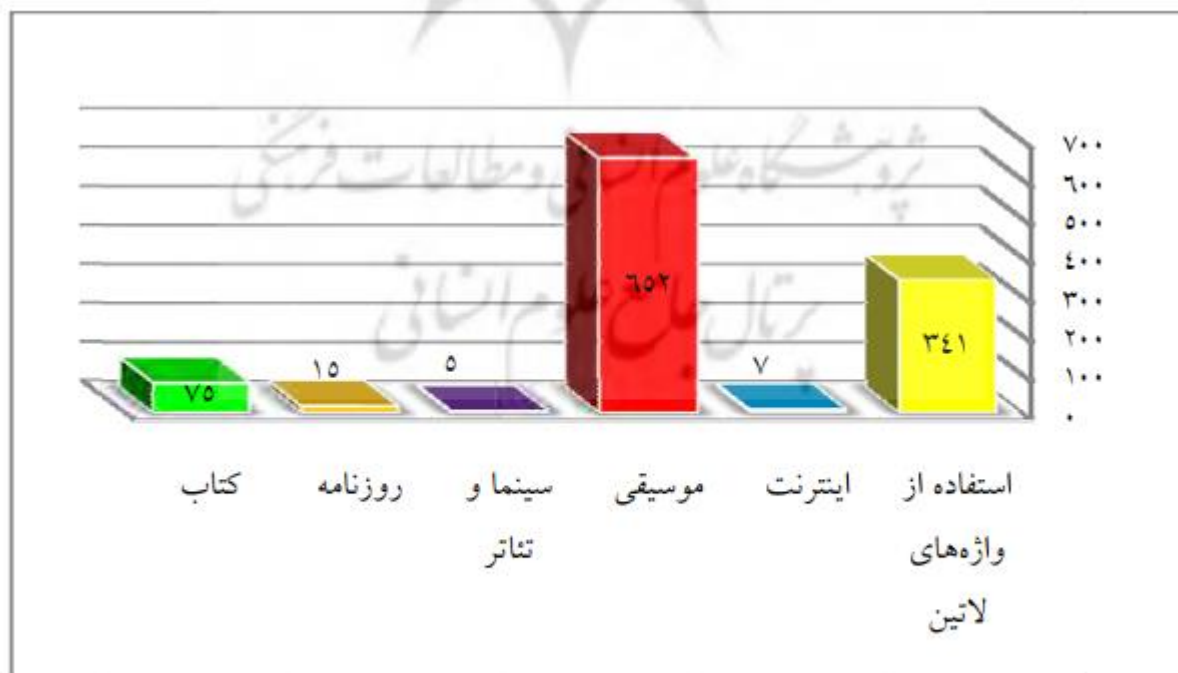
نمودار ۳. سنجش بعد مصرف

سنجش مولفه های فرهنگی

- داده های به دست آمده برای هر یک از مولفه های مصرف فرهنگی در جدول ۹ نمایش داده شده است. استفاده از موسیقی در ۳۰ فیلم بررسی شده ۶۵۲ بار (۶۰ درصد) تکرار شده است که به طور متوسط در هر فیلم بیست بار از انواع موسیقی (که در ادامه توضیح داده می شود) استفاده شده است. بعد از موسیقی **استفاده از واژه های لاتین** با فراوانی ۳۴۱ مورد (۳۱ درصد) قرار دارد. در این جا هدف ارزش گذاری مولفه ها نیست. اما در مقایسه ای سطحی با مولفه های دذین داری می توان به تفاوت هنجارهای تبلیغ شده در سینما و نطابق آنها با سبک زندگی متجددانه پی برد. استفاده از کتاب ۷۵ مرتبه (۷ درصد)، استفاده از روزنامه ۱۵ مرتبه (۱ درصد) و استفاده از اینترنت و سینما و تئاتر مجموعاً (۱ درصد) در فیلم های دهه ۱۳۸۰ تکرار شده است. گفتنی است که استفاده از اینترنت در فیلم ها، صرفاً به منظور انجا «چت (chat) یا گفت و گو بوده است.

جدول ۹. سنجش مؤلفه‌های مصرف فرهنگی

شاخص‌ها	فراوانی	درصد
استفاده از واژه‌های لاتین	۳۴۱	۰.۳۱
اینترنت	۷	۰.۰۰۶
موسیقی	۶۵۲	۰.۶۰
سینما و تئاتر	۵	۰.۰۰۴
روزنامه	۱۵	۰.۰۱
کتاب	۷۵	۰.۰۷
مجموع	۱۰۹۵	۱.۰۰



نمودار ۴. سنجش مؤلفه‌های مصرف فرهنگی

- استفاده از موسیقی لس آنجلسی با فراوانی ۵۳ درصد (۲۴۵ مرتبه تکرار) بیشترین میزان استفاده در فیلم های بررسی شده را داشته است. نکته مهم و قابل توجهیه میزان استفاده از موسیقی خارجی با ۲۷۷ مرتبه تکرار (۴۲ درصد) است که لزوم استفاده از آن توجه پذیر نیست! چرا که استفاده از موسیقی خارجی در بسیاری از فیلم ها مانند سوپرستار، زن زیادی، بوتیک و واکنش پنجم به منزله نماد سبک زندگی متجددانه و گسستن از سبک زندگی سنتی به کار می رود. از موسیقی پاپ ایرانی و سنتی مجموعاً ۳۰ مرتبه (۵ درصد) استفاده شده است.

جدول ۱۰. سنجش مؤلفه‌های موسیقی

شاخص‌ها	فراوانی	درصد
پاپ ایرانی	۲	۰.۰۰۳
سنتی	۲۸	۰.۰۴۷
لس آنجلسی	۳۴۵	۰.۵۳
خارجی	۲۷۷	۰.۴۲
مجموع	۶۵۲	۱۰۰



نمودار 5. سنجش مؤلفه‌های موسیقی

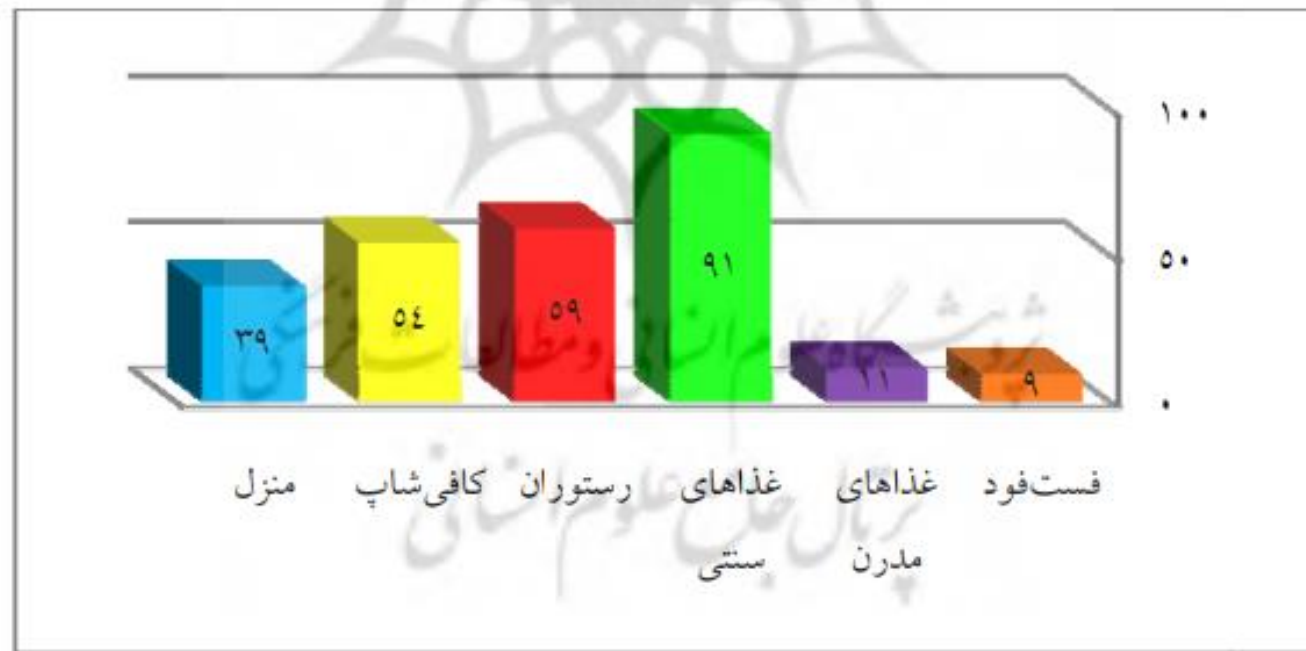
سنجش مولفه های خوراکی

- به نظر می رسد نمایش وعده های غذایی و **نوع غذا** در فیلم های بررسی شده موضوعی محوری نیست، زیرا به ندرت به آن پرداخته شده است. در میان همین مقدار محدود نیز غذاهای سنتی با ۹۱ مرتبه تکرار (۳۵ درصد) بیشترین مقدار و فست فود با ۹ مرتبه تکرار (۳ درصد) و «کافی شاپ» (۲۰ درصد) بیش از منزل (۱۵ درصد) استفاده شده است. صرف غذا در رستوران و کافی شاپ به جای منزل و در جمع خانواده، خود نوعی دیگر از **مولفه های سبک زندگی** متجددانه است.



جدول ۱۱. سنجش مؤلفه‌های خوراک

درصد	فراوانی	شاخص‌ها	
۰.۰۳	۹	فست‌فود	
۰.۰۴	۱۱	غذاهای مدرن	
۰.۳۵	۹۱	غذاهای سنتی	
۰.۲۳	۵۹	رستوران	مکان صرف غذا
۰.۲۰	۵۴	کافی‌شاپ	
۰.۱۵	۳۹	منزل	
۱۰۰	۲۶۳	مجموع	



نمودار ۶. سنجش مؤلفه‌های خوراک

سنجش مولفه های پوشش

- بر اساس میزان توجه به هر یک از مولفه های پوشش، همان طور که در جدول ۱۲ آمده است «متفاوت بودن» با فراوانی ۱۳۰۸ مورد (۳۳ درصد) و قیمت لباس با فراوانی ۹۹۳ مورد (۲۵ درصد) بیش از سایر ملاک ها مد نظر کارگردانان فیلم های بررسی شده قرار گرفته است. هر چند «مد بودن» نیز با فراوانی ۸۳۵ مورد (۲۲ درصد) دارای اهمیت بوده است.

1308

835

- با این حال فلسفه وجودی استفاده از کراوات در بسیاری از فیلم هایی که برای «ایرانیان» با فرهنگ اسلامی- ایرانی ساخته می شود، در حاله ای از ابهام قرار داد. به نحوی که این نماد در بسیاری از فیلم ها نه فط برای اقشار متمول و کسانی که خود را متعلق به فرهنگ ایران نمی دانند، استفاده می شود. بلکه در مراسمی که نمایش داده می شود نیز استفاده از آن به صورت گسترده تبلیغ و ترویج می شود؛

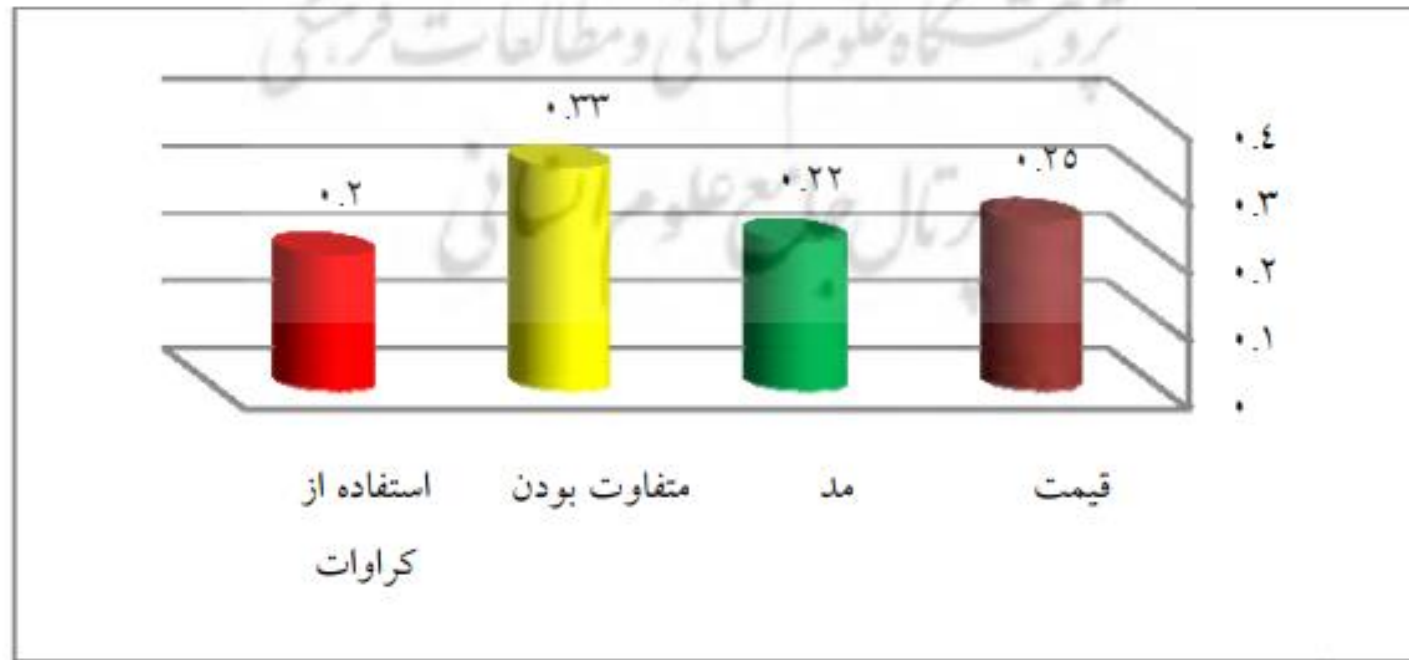




- «سرهنگ بازنشسته» در فیلم دایره زنگی، محمد رضا شریفی نیا، به مثابه نماینده قشر بالای جامعه و کسی که رییس یک شرکت است. در فیلم آتش بس، شهاب حسینی به عنوان نماد ستارگان جامعه در فیلم سوپرستار و محمد رضا فروتن به عنوان نماد قشر متمول در فیلم کنعان. به علاوه در فیلم هیا حکم، رییس، بوتیک، کافه ستاره، و آکواریوم نیز به میزان قابل توجهی از کراوات استفاده شده است.

جدول ۱۲. سنجش مؤلفه‌های پوشش

شاخص‌ها	فراوانی	درصد
قیمت	۹۹۳	۰.۲۵
مد	۸۳۵	۰.۲۲
متفاوت بودن	۱۳۰۷	۰.۳۳
استفاده از کراوات	۸۰۷	۰.۲۰
مجموع	۳۹۴۲	۱۰۰



نمودار ۷. سنجش مؤلفه‌های پوشش

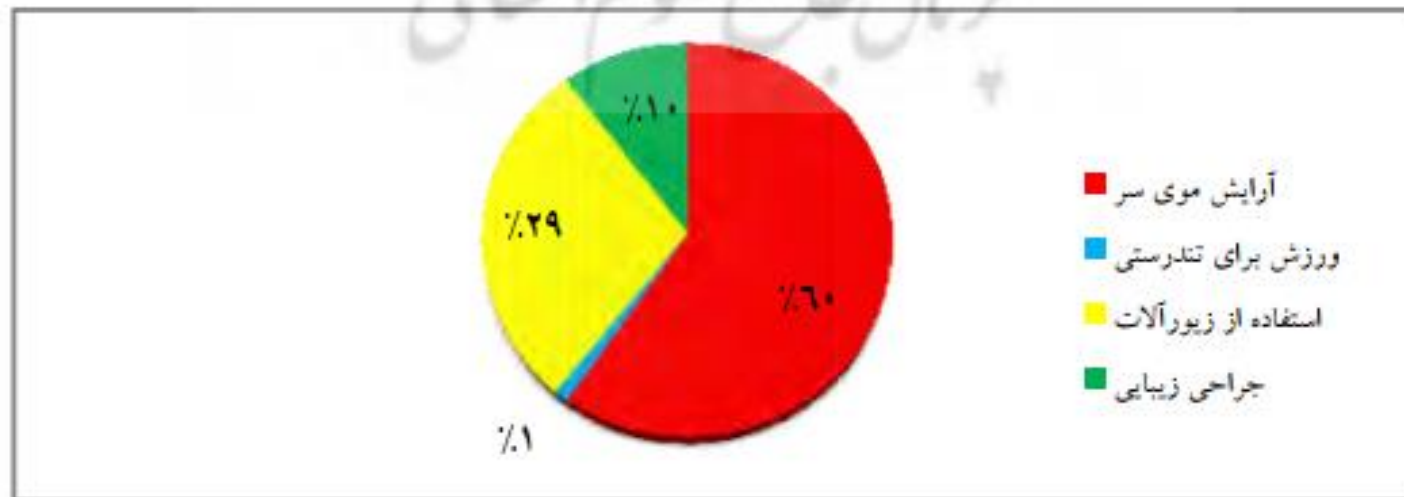
• مدیریت بدن همان طور که در جلد ۱۳ مشاهده می شود، با چهار ملفه آرایش موی سر، ورزش برای تندرستی استفاده از زیورآلات و جراحی زیبایی بررسی شده است. از این میان آرایش موی سر با فراوانی ۹۸۳ مورد (۶۰ درصد) بیشترین میزان استفاده در فیلم ها را داشته است. به نحوی که در برخی از فیلم ها، عدم پوشش مو، رنگ زدن و مدل های مختلفی که از آن به نمایش درآمده است. به ویژه در بازیگران زن، وابستگی آنها به قشر خاصی از جامعه (قشر بالا) را نشان می دهد! در عین حال با نمایش حجاب در اقشار مستضعف و پایین، سنتی و متعصب جامعه است! این مساله با اهداف و ماموریت رسانه در هر جامعه که درونی کردن ارزش های آن جامعه است، در تناقضی آشکار قرار دارد.

نمایش حجاب در اقشار مستضعف و پایین، سنتی و متعصب جامعه

- استفاده از زیور آلات (۲۹ درصد) و جراحی زیبایی (۱۰ درصد) از فراوانی مدیریت بدن را به خود اختصاص داده است که می تواند نشانه هایی از تجمل گرایی و اهمیت «ظاهر» را نشان دهد. با این حال «ورزش» که برای تندرستی و سلامتی مفید است در ۳۰ فیلم بررسی شده که هر یک بیش از ۹۰ دقیقه است، تنها ۱۸ بار و فقط در چند فیلم محدود مانند دعوت و زندان زنان نشان داده می شود که استفاده از آن در فیلم زندان زنان جنبه تنبیهی دارد!

جدول ۱۳. سنجش بعد مدیریت بدن

درصد	فراوانی	شاخص‌ها
۰.۶۰	۹۸۳	آرایش موی سر
۰.۰۱	۱۸	ورزش برای تندرستی
۰.۲۹	۴۷۸	استفاده از زیورآلات
۰.۱۰	۱۷۰	جراحی زیبایی
۱۰۰	۱۶۴۹	مجموع



نمودار ۸ سنجش بعد مدیریت بدن

سنجش بعد اوقات فراغت

- اوقات فراغت همان طور که در قسمت تعریف مفاهیم آمد، فعالیتی غیر اجباری است یعنی مجموعه ای از اشتغالات غیر اجباری که فرد با کمال میل و به منظور استراحت ایجاد تنوع و گسترش اطلاعات و آموزش خویشتن بدون توجه به اهداف مادی و مشارکت اجتماعی، ارادی به آن می پردازد

آموزش خویشتن

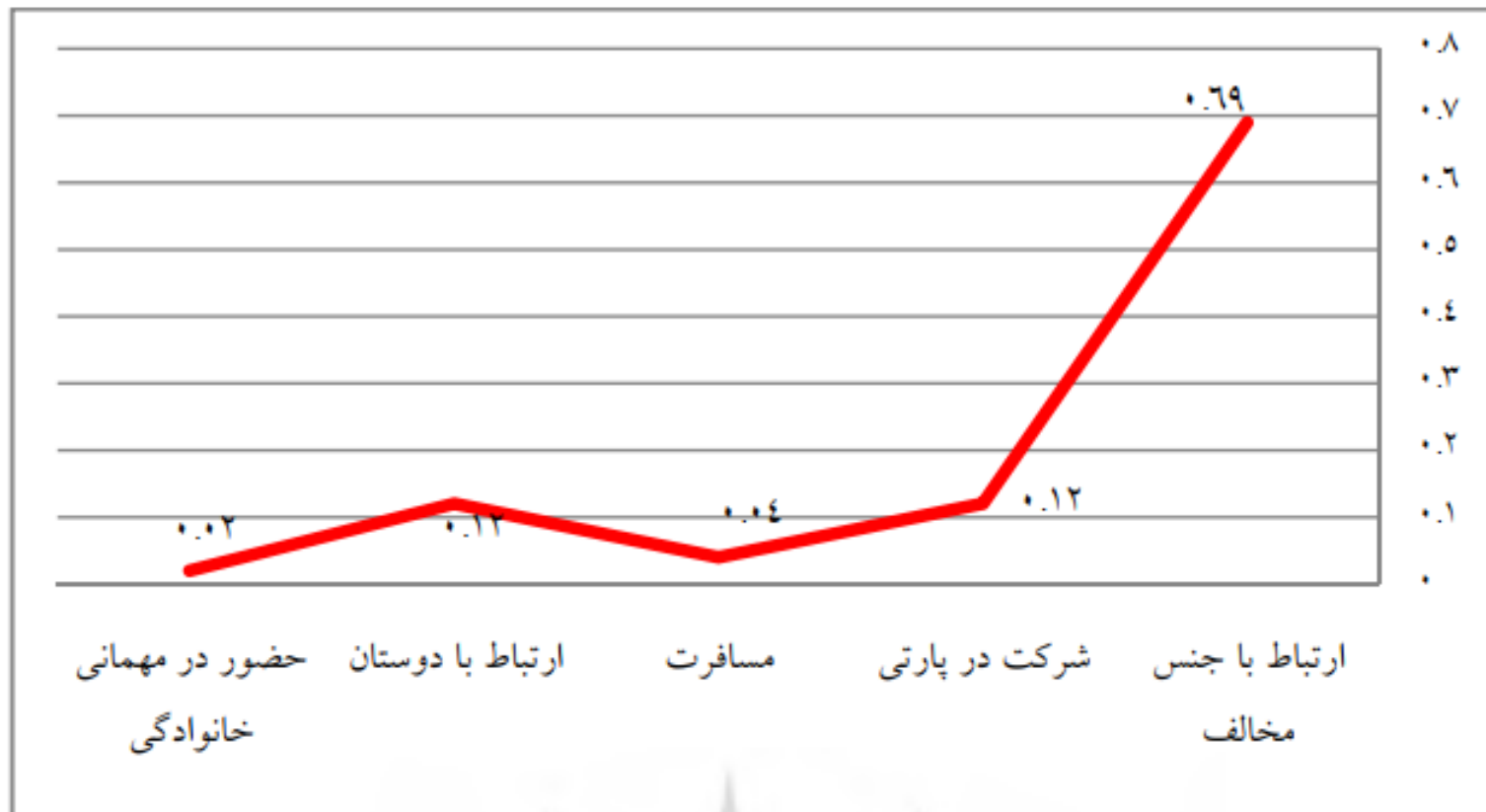
- در این بعد که از سبک زندگی که با مولفه های «ارتباط با جنس مخالف»، «شرکت در پارتی»، «مسافرت»، «ارتباط با دوستان» و «حضور در مهمانی خانوادگی» سنجیده شده است. ارتباط با جنس مخالف بیش ترین میزان فراوانی را با ۵۴۴ مرتبه تکرار (۶۹ درصد) به خود اختصاص داده، اما حضور در مهمانی های خانوادگی کمترین میزان (۳ درصد) را داشته است! ارتباط با دوستان (۱۲ درصد) و شرکت در پارتی (۱۲ درصد) در جایگاه های بعدی مولفه های اوقات فراغت افراد در فیلم های بررسی شده قرار گرفته و به مثابه الگوهای معرفی شده به جامعه مطرح شده است!

- در برخی فیلم ها مانند محاکمه ساخته ایرج قادری و رییس و حکم، ساخته سمعود کیمیایی، پارتی با جزییات کامل و زمانی طولانی مدت به نمایش درآمده است در صورتی که کاملا غیر ضروری به نظر می رسد و نه فقط هشدار برای قشر جوان جامعه محسوب نمی شود، بلکه می تواند تبلیغ نیز به شمار آید!



جدول ۱۴. سنجش بعد اوقات فراغت

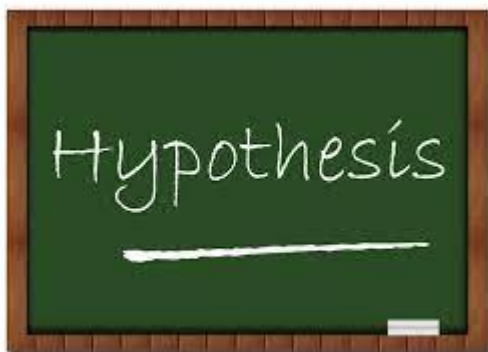
درصد	فراوانی	شاخص‌ها
۰.۶۹	۵۵۴	ارتباط با جنس مخالف
۰.۱۲	۹۶	شرکت در پارتی
۰.۰۴	۳۲	مسافرت
۰.۱۲	۱۰۳	ارتباط با دوستان
۰.۰۲	۱۶	حضور در مهمانی خانوادگی
۱۰۰	۸۰۱	مجموع



نمودار ۹. سنجش بعد اوقات فراغت

فرضیه نخست

- در این قسمت، با توجه به یافته های پژوهش، سعی بر این است که تأیید یا رد شدن فرضیه های پژوهش بررسی شود. فرضیه نخست: به نظر می رسد الگوی جامعی از سبک زندگی، که متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی باشد، در فیلمهای سینمایی ساخته شده بعد از انقلاب ارائه نشده است. داده های پژوهش نشان می دهد در هیچیک از مؤلفه های بررسی شده (پایبندی به ارزشهای دینی، مصرف (فرهنگی، خوراک، و پوشش) مدیریت بدن و اوقات فراغت) الگوهایی که متناسب با سبک زندگی «دینی و مجدد» باشد، و به عبارت دیگر با فرهنگ اسلامی - ایرانی تناسب داشته باشد، به مخاطبین ارائه نشده است. در نتیجه، این فرضیه تأیید میشود.



فرضیه دوم

- فرضیه دوم: به نظر میرسد در فیلمهای سینمایی سعی بر این است که به سبک زندگی سنتی و دینی در جامعه انتقاد، و در برخی موارد نیز تقبیح، شود.
- در اکثر فیلمهای بررسی شده نوع پوشش اسلامی و دینی، و حتی سنتی به اقشار خاصی از جامعه نسبت داده میشود و همزمان چهره ای که از این اقشار به نمایش درمی آید وجهه ای مطلوب و مورد قبول نیست؛ مثلاً اقشار مذهبی به مثابه افرادی متعصب، سنتی پرخاشگر، و متعلق به «گذشته» نشان داده میشوند که در ارتباط با نسل جدید همواره با مشکل مواجه هستند! مکان صرف غذا (رستوران و کافی شاپ) و استفاده از واژه های لاتین برای نشان دادن بالابودن قشر اجتماعی افراد و متفاوت بودن سبک زندگی آنها نمونه دیگری از مؤلفه های بررسی شده در فیلم هاست که این فرضیه را تأیید میکند

اقشار مذهبی به مثابه افرادی متعصب،
سنتی پرخاشگر، و متعلق به «گذشته» نشان
داده میشوند

فرضیه سوم

به نظر میرسد تصویری که از سبک زندگی در فیلمهای سینمایی ارائه میشود با سبک زندگی اروپایی مآب و متجدد بیشتر انطباق دارد. مصرف فرهنگی (استفاده از واژه های لاتین و نوع موسیقیهای استفاده شده که اکثراً لس آنجلسی و خارجی است)، به تصویر کشیدن خانواده های هسته ای با یک یا دو فرزند، استفاده بیش از حد و فراوان از کراوات در پوشش، مدگرایی، مدیریت بدن و آرایش موی سر، استفاده از کالاهای لوکس و تجملاتی، و همچنین به نمایش گذاشتن منازل مسکونی غیرمتعارف و اعیانی در اکثر قریب به اتفاق فیلم ها، که احساس محرومیت نسبی در مخاطب ایجاد میکند، خود نمونه هایی از ترویج سبک زندگی متجددانه و اروپایی مآب است که فرضیه مربوطه را تأیید می کند.

فرضیه چهارم

- فرضیه چهارم: به نظر میرسد نوعی از سبک زندگی که در فیلمهای سینمایی ترویج و تبلیغ میشود با بخش عمدهای از ارزشهای جامعه اسلامی انطباق ندارد. نحوه گذران اوقات فراغت، که تا حد زیادی (حدود ۷۰ درصد) ارتباط بی حد و حصر و خارج از عرف با جنس مخالف را ترویج میکند، و همچنین شرکت در پارتی (حدود ۱۲ درصد)، که با ارزشهای پذیرفته شده اکثریت جامعه تطابق ندارد، استفاده از پوششهای بسیار نامناسب، مانند لباسهای تنگ و بدن نما و کوتاه، استفاده از آرایشهای غلیظ و محرک، بیرون بودن قسمت عمدهای از موی سر و مشخص بودن سر و گردن زنان بازیگر نمونه هایی اند که به هیچوجه با ارزشهای جامعه اسلامی انطباق ندارد و فرضیه مطرح شده را تأیید می کند.

. نحوه گذران
اوقات فراغت

فرضیه پنجم:

- به نظر میرسد ویژگیهای بارز سبک زندگی اشاعه شده در فیلمهای سینمایی .
 - ۱- روابط آزاد با جنس مخالف، .
 - ۲- جراحی زیبایی،
 - ۳- استفاده بیرویه از واژه ها لاتین،
 - ۴- مدگرایی،
 - ۵- صرف غذاهای مدرن و فستفود و در مکانی غیر از منزل، و
 - ۶- پایبند نبودن به ارزشهای دینی باشند .

•

فرضیه پنجم

- روابط آزاد با جنس مخالف (۶۹ درصد)، جراحی زیبایی (۱۰ درصد)، استفاده از واژه های لاتین (۳۱ درصد)، مدگرایی (۲۲ درصد)، صرف غذا در مکانی غیر از منزل (رستوران و کافیشاپ، ۳۵ درصد)، و پایبند نبودن به ارزشهای دینی (صرفاً ظاهری از دین به نمایش درآمده که در بسیاری از موارد جنبه تمسخر و تحقیر داشته است، استفاده ابزاری از صدای اذان در فیلمها که هیچگونه عکس العملی برای آمادگی برای انجام فرایض دینی نشان داده نمی شود تأیید فرضیه فوق را نشان می دهد.



۱۲- نتیجه گیری

- با گذشت بیش از یک قرن از بهوجود آمدن سینما در ایران و اکران نخستین فیلم سینمایی در کشور، این پدیده به مثابه یکی از مهمترین رسانه‌های ارتباط جمعی در حال ایفای نقش است. اولین فیلم بلند داستانی تاریخ سینمای کشور **آبی و رابی** نام داشت که هر چند «صامت» بود اما توجه مسئولین وقت به تأثیرگذاری فیلم بر مخاطبین خود و همچنین تغییر نگرش آنها در راستای اهداف موردنظر را نشان میدهد، چرا که این فیلم با هدف «تبلیغ نوسازی شهرها و تغییر شکل ظاهری پایتخت بود که کریم آقا بوذرجمهری به دستور رضاشاه در آن جهت کوشش میکرد» به بیان دیگر از این رسانه، از همان آغاز فعالیت، در مقام یک ابزار استفاده میشده است



• با توجه به نقشهای مختلفی که برای رسانه ها تعریف شده است (مانند نقش تفریحی، خبری، همگن سازی، آگاهسازی و ابزاری برای ایجاد احساس تعلق اجتماعی) و همچنین کارکردهایی که «گارت جوت» برای سینما بیان کرده است (از جمله اقناع، تبلیغ، و جامعه‌پذیری) می توان گفت مسئله مهم و مؤثر در این زمینه دگرگونی گسترده و دامنه دار فرهنگ، سبک، و روش شکل گیری و ساخته شدن هویتهاست. امروزه، در شرایط زندگی چندرسانهای، یک جریان نیرومند محرک مادی، اجتماعی، و فکری خارجی همواره از مرزها عبور می کند و بر فرایندهای تغییر داخلی در هر جامعه تأثیر می گذارد. چگونگی روند این تغییرات، جهت، و اهداف آنها بر سبک زندگی تک تک افراد یک جامعه، به مثابه عناصر تشکیل دهنده آن، محسوس و ملموس است.

هویت

- این نوشتار، با توجه به بررسی پیشینه پژوهش در زمینه سینما از لحاظ بررسی فیلمهای سینمایی اجتماعی (ژانر اجتماعی)، نخستین پژوهشی است که با در نظر گرفتن این ملاک، و همچنین میزان مخاطبین و استقبال از آنها، انجام شده است. در رابطه با محتوای فیلمها و نتایج به دست آمده با نگرشی غیرارزشی، غیردینی، غیرسیاسی، و حتی غیرجانبدارانه میتوان گفت هر نظام و حکومتی، که در کشورهای مختلف وجود دارد، در راستای دستیابی به اهداف کوتاه مدت، و بلندمدت خود و همچنین دفاع از ارزشهای حاکم بر آن، انتظار دارد که دستگاههای مختلف داخلی، از جمله رسانه های ارتباطی در بخش فرهنگی، همسو با آرمانهای آن جامعه حرکت کنند.

- این در حالی است که نظارت حداقلی دستگاه‌های مسئول باعث شده است که سینمای نظام جمهوری اسلامی نه فقط به سمت تعمیق و ترویج ارزش‌های دینی حرکت نکند بلکه روز به روز به سمت ترویج و اشاعهٔ اباحه گری و عریان‌نمایی پیش برود. با در نظر گرفتن دو بعد برای بخش فرهنگی کشور شاید بهتر بتوان این مسئله را بیان کرد:.

- ۱- وضعیت موجود،

- ۲- آیندهٔ مطلوب

- ابتدا به آینده مطلوب اشاره میشود؛ آینده مطلوبی که برای جمهوری اسلامی در بخشهای مختلف ترسیم شده است را در سند چشم انداز بیست ساله میتوان مشاهده کرد. در پاراگراف دوم این سند آمده است: «ایران کشوری است توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی، و فناوری در سطح منطقه با هویت اسلامی و انقلابی، الهامبخش در جهان اسلام، و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین الملل.» برای آنکه یک جامعه بتواند با هویت خویش در جهان اسلام الهام بخش باشد قطعاً باید فرهنگ پویایی داشته باشد.

- از جمله ویژگیهای فرهنگ پویا را میتوان «انتقالپذیری» و «پایداری» آن برشمرد؛ یعنی از ابزارها و تکنولوژیهای روز برای انتقال «ارزشهای فرهنگی» استفاده شود و در عین حال بتوان در مقابل فرهنگهای مهاجم مقاومت کرد. با توصیف شرایط موجود نه فقط نشانه های مقاومت و پایداری در فرهنگ و رسانه های مبلغ فرهنگ دیده نمی شود، بلکه خود به ابزاری برای ترویج و تبلیغ فرهنگ مهاجم تبدیل گشته اند.



• وضعیت موجود: نتایج به دست آمده از بررسی محتوایی کیفی و کمی فیلمها نشان می دهد که مدگرایی، استفاده از لباس بدنهای تنگ و نما (وضعیت پوشش و حجاب جزء ارزشهای ثابت و لایتغیر در اسلام است)، چگونگی گذران اوقات فراغت (حدود ۷۰ درصد ارتباط با جنس مخالف و ۱۲ درصد شرکت در پارتی (مدیریت بدن) ۶۰ درصد آرایش موی سر، ۲۹ درصد استفاده از زیورآلات، و ۱۰ درصد جراحی زیبایی (صرف غذا در رستوران و کافیشاپ، استفاده از واژههای لاتین و استفاده از موسیقیهای لس آنجلسی و خارجی) ۹۵ درصد (بیشترین میزان تکرار را داشتهاند که «تکرار» تکنیکی خاص و مؤثر جهت «درونی سازی» است! این مؤلفه ها سبک زندگی غیردینی و غیرارزشی را به نمایش میگذارد. شاید نتایج حاضر قابلیت تعمیم نداشته باشد، اما حداقل میتواند سیر طی شده در دهه گذشته و سالهای اخیر را به خوبی توصیف کند

**سبک زندگی غیردینی
و غیرارزشی**

• نکته مهم دیگر، که در سند چشمانداز به آن اشاره شده، «تقویت هویت ملی مبتنی بر اسلام» و «جامعه اخلاقی» است. در فیلمهای بررسی شده بیش از «۱۰۵» بار بر مهاجرت به خارج از کشور، با ترسیم مدینه فاضله‌های از آن، تأکید شده و بیش از «۲۹۷ مرتبه» از کلمات رکیک و ناسزا استفاده شده است! این دو مؤلفه جزء شاخصها و ابعاد بررسی شده در سبک زندگی قرار نداشتند، اما تکرار بیش از حد و غیرطبیعی آنها نشان میدهد که چه میزان سینما در راستای اخلاقمداری و تقویت هویت ملی قدم برداشته است؟

