

دکتر تژا میرفخرایی*

احسان رحیم زاده**

چکیده:

این تحقیق با هدف بررسی گرایش‌های مختلف در بازنمایی ارزش‌های اخلاقی در فیلم‌های پر فروش دهه هشتاد سینمای ایران انجام گرفته‌است. تحقیق از دو روش تحلیل محتوای کیفی و کمی بهره گرفته‌است و 5 ارزش اجتماعی صداقت، ادب و احترام، یاریگری و تعاون و ارتباط با خدا و حجب و حیا در فیلم‌های جامعه نمونه کدگذاری شده‌است.

جامعه آماری تمام فیلم‌های پر فروش دهه 80 سینمای ایران است. حجم نمونه 20 فیلم پر فروش این دهه است که به روش هدفمند انتخاب شده‌اند. جامعه آماری به این دلیل انتخاب شده که قرار است گرایش‌های اخلاقی در فیلم‌های عامه پسند سنجیده شود تا مشخص شود فیلم‌هایی که مردم به آن‌ها در ده سال اخیر اقبال داشته‌اند از نظر جهت گیری اخلاقی در چه وضعیتی بوده‌اند.

در مجموع با بررسی تمامی صحنه‌های فیلم 2028 کنش کدگذاری شده‌است که از این میان 951 کنش اخلاقی بوده‌اند و 1077 کنش غیر اخلاقی. پژوهش حاضر در چارچوب برخی از مهم ترین نظریه‌های ارتباطی از جمله نظریه بازنمایی (استوارت هال) و نظریه صنعت فرهنگ (آدورنو) شکل گرفته‌است.

این پژوهش چنین نتیجه می‌گیرد که بیشترین ارزش اخلاقی بازنمایی شده در فیلم‌ها ارزش تعاون و محبت و یاریگری است و در زمینه سایر ارزش‌ها همچون ادب و احترام، صداقت، ارتباط با خدا و حجب و حیا گرایش‌های کمتری در بین فیلم‌ها دیده می‌شود. در 30 درصد آثار مورد بررسی شخصیت‌های منفی و باگرایش‌های اخلاقی پایین یا رستگار و عاقبت بخیر می‌شوند و یا سرنوشتشان در پایان مشخص نیست که این نکته موجب جهت گیری منفی فیلم به سمت ارزش‌های اخلاقی می‌شود. در 45 درصد فیلم‌های مورد بررسی حداقل در یک حوزه ارزشی (صداقت، تعاون، ادب و احترام، ارتباط با خدا و حجب و حیا) جهت گیری غیر اخلاقی در فیلم دیده می‌شود. همچنین 50 درصد فیلم‌های مورد بررسی برآیند جهت گیری اخلاقی شان مثبت است و در 50 درصد دیگر برآیند جهت گیری صفر یا منفی می‌باشد. به نظر می‌رسد در برخی فیلم‌ها کارگردان‌ها از کنش‌های غیر اخلاقی صرفاً جهت جذابیت بخشی به قهرمان داستان استفاده کرده‌اند و شخصیت‌هایی خلق کرده‌اند که نقشی در پیشبرد داستان ندارند. در بین فیلم‌های مورد بررسی فیلم من ترانه 15 سال دارم در هر 5 حوزه مورد بررسی برترین فیلم اخلاقی محسوب می‌شود و عملکرد موفقی در همه موضوعات تحقیق داشته‌است. دو فیلم چارچنگولی و پوپک و مش ماشاءالله نیز در سه حوزه جهت گیری اخلاقی منفی داشته‌اند و در پایین ترین رده جدول گرایش‌های اخلاقی قرار می‌گیرند. **واژه‌های کلیدی:** گرایش مثبت و منفی به ارزش‌ها، کنش شخصیت، فیلم‌های عامه پسند، شخصیت اصلی.

msstudentez@gmail.com

ehsancinema88@gmail.com

* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز در رشته ارتباطات اجتماعی

** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته ارتباطات اجتماعی، گرایش روزنامه نگاری

ترکیب متناسبی از هنرهای هفتگانه، همراه با آمیزه بهینه‌ای از توازن، تناسب، تعادل و زیبایی، هنری کمال‌گرا به نام سینما را به وجود می‌آورد و به عنوان زبان اندیشه، احساس، تعقل فرهنگ، در زندگی پرتلاطم بشر امروز مطرح می‌شود. سینما همچنین به عنوان مهم‌ترین ابزار تقویت هویت فرهنگی، انتقال اندیشه‌های سازنده، رشد آگاهی‌های عمومی و ارائه الگوهای رفتار ایده آل عمل می‌کند. سینما به عنوان یکی از مظاهر تمدن جدید هنر، صنعتی است که نمی‌توان منکر تاثیر شگرف و گسترده آن بر فرهنگ عامه بود و به مقتضای ماهیت خود می‌تواند پیام‌هایی را متناسب با نیت درونی فیلمساز به گروه پیام‌گیران منتقل سازد (محبی، 1379: 7).

شاید بزرگترین نگرانی نسبت به مردم پسندی در هنر به خاطر ملاحظات اخلاقی باشد. سیاستمداران، رهبران اصلاحات اجتماعی و البته روحانیون از مهمترین ناقدان اخلاقی آثار تلویزیونی، سینمایی و ویدئویی هستند. خانواده‌ها غالباً از بدآموزی فیلم‌ها و سریال‌ها اظهار ناراحتی می‌کنند. سیاستمداران نیز برای جلب آرای انتخاباتی در این مورد سخنرانی‌های پرآب و تابی ایراد می‌کنند؛ و حتی در محیط‌های دانشگاهی به ویژه دانشجویان علوم اجتماعی و ارتباطات پژوهش‌های ویژه‌ای تحت عنوان مطالعه تاثیرات اجتماعی و روانی آثار مخرب این فیلم‌ها انجام می‌گیرد (شیخ محمدی، 1383: 27).

چه چیزی باعث می‌شود که مخاطب پذیرای آموزش‌های هنرمند باشد حتی اگر که نادرست باشد؟ پاسخ به این پرسش را باید در موضوع "همذات‌پنداری" جستجو کرد. بیننده فیلم‌های سینمایی یا برنامه‌های تلویزیونی، هنگامی احساس مشارکت پیدا می‌کند که با برخی از شخصیت‌ها، همذات‌پنداری کند و نگران سرنوشتشان باشد. منتقدان اخلاق‌گرا بر همین اساس، الگوپذیری مخاطبان رسانه‌ها را نقد و بررسی می‌کنند. در واقع آن‌ها هنر و رسانه را از یک جوهر می‌دانند. در حالی که آموزنده بودن لازمه ذاتی هنر نیست. هیچ اثر هنری عالی صرفاً به قصد این که چیزی را آموزش بدهد، خلق نمی‌شود اگر چه ممکن است آموزنده هم باشد؛ در واقع آموزندگی اصل نیست بلکه فرع اثر هنری است. آموزندگی بی‌گمان با مفید بودن پیوند دارد. از این رو اخلاق‌گرایان همگی با توجه به مفید بودن یا نبودن اثر هنری، آن را قضاوت می‌کنند. در حالی که اثر هنری حقیقی برای این که مفید باشد، به وجود نمی‌آید. اساس هنر، ارتباطی با هنجارهای اخلاقی ندارد و آنسوی نیک و بد اخلاقی است. در حقیقت، هنر کشف و خلق نسبت‌ها و روابط از طریق "فرم" است. اما رسانه می‌تواند آموزنده، مفید و اخلاقی باشد یا نباشد و این منوط به کاربرد آن است.

اخلاق‌گرایانی که هنر را بیان عواطف می‌دانند، انتقادات گزنده‌ای بر هنر مردم پسند وارد ساخته‌اند؛ زیرا که عواطف نازل انسانی را بر می‌انگیزد. اظهارات این منتقدان بر تقلید عواطف و بیان آن‌ها توسط هنرمند استوار است و به نظر آنان هنر مردم پسند فقط عواطف معمولی و نه متعالی را تقلید و بیان می‌کند؛ به همین دلیل محکوم است (همان: 32-30).

هنرمند اگر تعهدی نسبت به ارزش‌های اخلاقی جامعه اش نداشته باشد نمی‌تواند در خلق موقعیت‌های زیبا بر اساس مفاهیم اخلاقی موفق شود. مفاهیم اخلاقی علاوه بر آن که در فیلم‌ها یکی از عوامل پیشبرد درام هستند به عنوان عامل خلق زیبایی هم نقش دارند.

فیلمساز گاه با فطرت پاک مخاطبش ارتباط برقرار می‌کند و گاه غریزه او را نشانه می‌گیرد. در حالت اول فیلم‌هایی تولید می‌شوند که مروج ارزش‌های اصیل اخلاقی هستند. در حالت دوم فیلم‌های بی‌ارزشی به عرصه ظهور می‌رسند که با تکیه بر بی‌اخلاقی‌ها پلشتی می‌خواهند بازار گرم و پررونقی را برای گیشه فیلم فراهم سازند.

بیان مساله تحقیق:

سال‌های زیادی است که میان گروهی از سینماگران دنیا با گروهی دیگر و نیز میان اهالی سینما و عالمان رشته‌های دیگر علمی نظیر فلسفه و جامعه‌شناسی و ... این گفتگو رایج است که در جهت حفظ حریم اخلاقیات و ضوابط اجتماعی چه انتظاری می‌توان

از سینما داشت؟ سینما صرفاً صنعت سرگرمی است یا ابزاری برای انتقال مفاهیم عمیق؟ و آیا سینما اساساً دارای ظرفیت های لازم برای پاسخ گویی به همه باید ها و نبایدها هست؟ (دادویی، 1388: 7).

در کارنامه سینمای ایران فیلم های ارزشمندی دیده می شود. اما برخی معتقدند بدنه سینمای ما در سال های اخیر به بیراهه رفته و نتوانسته رسالت ارزشی و اخلاقی اش را به درستی انجام دهد. این تحقیق به دنبال آن است که میزان گرایش فیلم های پرفروش ایرانی به ارزش های و هنجارهای اجتماعی بررسی کند.

سوال اصلی تحقیق این است:

چه گرایش های بارز و آشکاری در بازنمایی ارزش های اخلاقی در فیلم های پرفروش دهه هشتاد سینمای ایران قابل مشاهده است؟

اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن:

سینما هم می تواند ارزش های و هنجارهای اجتماعی را تقویت کند و هم می تواند آن ها را مخدوش سازد. اگر چه در افکار عمومی سینما به عنوان یک رسانه سرگرمی ساز مطرح است. اما از نقش آگاهی بخش و فرهنگ ساز آن نیز نباید غافل شد. سینما بازتاب دهنده شرایط اجتماعی دوران خودش است. بنابراین با مطالعه و بررسی سینمای دهه هشتاد از منظر اخلاق و هنجارهای اجتماعی می تواند الگویی از وضعیت اجتماعی ایران در ده سال گذشته نیز به دست آورد.

تا کنون صحبت های متفاوتی درباره رابطه اخلاق و سینمای ایران در سال های گذشته شده است. گروهی معتقد بوده اند که سینما به سمت ابتذال و سطحی نگری پیش رفته و گروهی اعتقاد داشته اند که سینمای ایران همچنان نجیب ترین سینمای دنیاست که در آن خبری از عوامل به ظاهر جذاب فیلم های خارجی همچون خشونت و برهنگی نیست. این تحلیل با ارائه آمار و ارقام می تواند درستی یا غلطی هر یک از فرضیه های بالا را به اثبات برساند.

فیلمنامه نویس اخلاقی بودن آسان نیست، کافی است غیر اخلاقی بودن را در نظر بگیرید. هر روز آدم های خوب و مهربانی که می خواهند اخلاقی رفتار کنند به طرف میدان پرزرق و برقی که سینما نام دارد کشیده می شوند و در آن روح خود را درگیری بازی خشن و بی ارزشی می بینند. چیزی که این آدم ها را هدایت می کند، خواه به آن اعتراف کنند یا نه، این است که وقتی فیلم شان ساخته شد میلیون ها نفر را هیپنوتیزم می کنند و مشهور و ثروتمند می شوند (بکر، 1378: 33).

هدف های تحقیق:

هدف اصلی:

بررسی جهت گیری اخلاقی در سینمای عامه پسند دهه هشتاد هدف اصلی می باشد. به تعبیر دیگر در این تحقیق میزان پابندی فیلم ها به عنصر اخلاق و تلاش کارگردان ها برای ترویج ارزش های اجتماعی بررسی شده است.

اهداف جزئی:

- یافتن ارزش های اجتماعی که فیلم ها به آن گرایش مثبت بیشتری داشته اند.
- بررسی ارزش های اجتماعی که فیلم ها به آن گرایش کمتری داشته اند.
- پیدا کردن فیلم هایی که جهت گیری اخلاقی شان مثبت بوده و در این زمینه موفق عمل کرده اند.
- یافتن فیلم هایی که جهت گیری اخلاقی شان منفی بوده و در این زمینه ناموفق عمل کرده اند.
- بررسی رابطه میان اخلاق مدار بودن شخصیت و فرجامش در پایان فیلم.

سوالات تحقیق

سوال های تحقیق:

چون بخش زیادی از این تحقیق متکی بر تحلیل محتوای کیفی است و در پی اثبات فرضیه‌ای نیست پس تحقیق فقط با سوال به جلو می‌رود و فرضیه‌ای برای اثبات یا رد طراحی نمی‌شود.

سوال اصلی:

1- چه گرایش‌های بارز و آشکاری در بازنمایی ارزش‌های اخلاقی در فیلم‌های پرفروش دهه هشتاد دیده می‌شود؟

سوال های فرعی:

2- آیا فیلم‌های مورد بررسی توانسته‌اند انسان‌های مودب با رفتارهای محترمانه را به عنوان الگوی محبوب شخصیتی شان معرفی کنند؟

3- فیلم‌های مورد بررسی در زمینه ترویج یاری‌گری و تعاون به عنوان یک ارزش اجتماعی پسندیده چه عملکردی داشته اند؟

4- ارزش اخلاقی ارتباط با خدا تا چه اندازه در بین شخصیت‌های مثبت بازنمایی شده و تا چه اندازه در بین شخصیت‌های منفی؟

5- فیلم‌ها در زمینه ترویج صداقت به عنوان یک ارزش اجتماعی متعالی چگونه عمل کرده‌اند؟

6- حریم شکنی در حوزه حجب و حیا و یا گرایش مثبت به این ارزش در چه تعدادی از فیلم‌ها و با چه میزانی اتفاق افتاده است؟

ادبیات تحقیق:

اهمیت اخلاق

هدف غایی حیات انسان، کمال است؛ یعنی تحقق قوایی که در وجود او نهفته است. علم اخلاق با شناساندن افعال درست و نشان دادن فضایل و رذایل انسان را برای رسیدن به کمال راهنمایی می‌کند. پاسخ‌های علم اخلاق به سؤالات مذکور انسان را یاری می‌دهد رفتار و ملکات نفسانی خود را چنان تنظیم کند که به کمال برسد.

بنابراین هدف‌نهایی اخلاق، کمک به تحقق هدف حیات انسان است؛ ولی هدف بی واسطه علم اخلاق، شناساندن افعال خوب و بد (فضایل و رذایل) است.

شناختن فضایل و رذایل، علاوه بر تأثیری که در حرکت انسان به سوی کمال دارد فواید دیگری نیز دارد. با شناخت رفتارهای خوب و درست روابط اجتماعی نیز نظم می‌گیرد؛ زیرا رفتار اخلاقی افراد جامعه موجب برقراری و روابط مناسب میان آنهاست و شناخت رفتار صحیح، مقدمه ضروری عمل اخلاقی است پس یکی از فواید علم اخلاق، تحقق جامعه سالم با روابط سالم است.

از دیگر فواید علم اخلاق، ایجاد شرایط روحی و روانی مناسب در فرد است. همان‌طور که گفتیم علم اخلاق راهنمای انسان در دو کار است: اصلاح رفتار و پدید آوردن ملکات فاضله در نفس. کسی که از رفتار اخلاقی درستی دارد کمتر دچار احساس گناه می‌شود و اضطراب حاصل از احساس گناه او را نمی‌آزارد چنین فردی دچار کشمکش درونی نیست و در درون او نزاعی میان وجدان اخلاقی و اعمال گذشته او رخ نمی‌دهد. همین آسودگی موجب احساس خرسندی می‌شود و او را برای تلاش سازنده به سوی اهداف زندگی آماده می‌کند انسان‌هایی که از سوی اطرافیان و اجتماع خود مورد تأیید قرار می‌گیرند، زمینه همکاری و مشارکت با دیگران را می‌یابند و مقدمات لازم برای موفقیت اجتماعی را به دست می‌آورند (فتحعلی خانی، 1386: 14-22).

اهمیت بررسی فیلم‌های عامه پسند

"فیلم‌های عامه پسند¹ که مکرراً از عناصر، شخصیت‌ها و موقعیت‌های یکسان استفاده می‌کنند، همچون مناسکی باورها و ایده آل‌های جامعه را مستحکم می‌کنند. هنجارهای اجتماعی را تقویت می‌کنند و بر انزوای کژروان می‌افزایند. بدون شک نگرش‌ها، ارزش‌ها و ترجیحات عموم مردم را خیلی ساده تر می‌توان از این نوع فیلم‌ها استخراج کرد تا آثار هنری سطح بالا و قطعاً هر نوع تغییری در دریافت‌های فرهنگی مردم زودتر در این فرآورده‌های عامیانه منعکس خواهد شد (اجلالی، 1383: 17).

رمزگذاری بین فرهنگ متعالی و فرهنگ عامیانه و محدود کردن حوزه پژوهش جامعه‌شناسانه به فرهنگ متعالی همان قدر عبث است که منحصر کردن تحقیقات شیمیدانان به عناصر با ارزش (مانند طلا) و انجام ندادن کارهای آزمایشگاهی درباره عناصر کم ارزش (مانند مس) و در نتیجه اگر محقق فرهنگی مجاز به تحقیق درباره پاره فرهنگ جوانان و گروه‌هایی از قبیل پانک‌ها و آشغال‌کله‌ها² است. پس منتقد ادبی نیز به طریق اولی نباید حوزه تحقیقات خود را به آثار معتبر محدود کند. بلکه باید ادبیات عامه پسند را نیز معرف فرهنگ جامعه و لذا در خور نقد بداند (پاینده، 211:1381).

تأثیرات رسانه‌ها بر روی اخلاق و ارزش‌های جامعه

در این بخش فرض را بر این قرار داده ایم که یک فیلم سینمایی به مساله اخلاق گرایش مثبت یا منفی داشته‌است. سوال اصلی این است که فیلم به عنوان یک محصول هنری و رسانه‌ای تا چه اندازه می‌تواند بر روی ارزش‌های اخلاقی مردم جامعه اش تأثیر گذار باشد. در این باره نظرات متفاوتی بیان شده‌است.

نظریه یادگیری اجتماعی و جامعه‌پذیری نقش رسانه‌ها را در این خصوص پر رنگ می‌داند.

"تأثیر رسانه‌های جمعی در زندگی روزمره شهروندان، محدود به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارها نیست. بلکه می‌تواند منجر به کسب ارزش‌ها و نگرش‌ها و الگوهای رفتاری شود که از آن به آثار اجتماعی رسانه‌ها تعبیر می‌کنند. یکی از نظریه‌های مربوط به آثار اجتماعی رسانه‌ها، نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا³ است که به طور ویژه با ارتباط جمعی در ارتباط است. بر اساس این نظریه انسان‌ها بیشتر آن‌چه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌گیرند، بلکه عمده آن‌را به طور غیر مستقیم و به ویژه از طریق رسانه‌های جمعی می‌آموزند" (مک کوایل، 2006: 439).

"ادعای اصلی باندورا این است که که بیشتر رفتارهای آدمی به صورت مشاهده رفتار دیگران و از طریق الگو برداری یاد گرفته می‌شود. نظریه یادگیری اجتماعی به طور گسترده‌ای برای مطالعه تأثیر رسانه‌ها بر خشونت مورد استفاده قرار می‌گیرد. در مقایسه با نظریه کاشت که مدعی تأثیر گذاری خشونت تلویزیونی بر نگرش‌هاست تا رفتارها؛ نظریه یادگیری اجتماعی پرخاشگری را نتیجه تماشای برنامه‌های خشونت آمیز می‌داند که به عنوان یک رفتار آموخته و عمل می‌شود" (داینتون و زلی، 2005: 206).

نظریه یادگیری اجتماعی معتقد است که فرد از طریق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای، رفتارهای مناسب را فرا می‌گیرد، یعنی در واقع می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدام یک کیفر می‌بینند. از این طریق، مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و بنابراین به تقلید و الگو برداری از نمونه‌های رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کنند.

چهار فرآیند اصلی یادگیری اجتماعی در الگوی باندورا عبارت‌اند از توجه، حفظ و یادآوری، تولید (عملی) و انگیزش. نقطه شروع یادگیری یک رویداد، مشاهده مستقیم یا غیر مستقیم است. با در نظر گرفتن رویدادی که بتوان آن را مشاهده کرد (و در نتیجه الگو برداری کرد) اولین قدم در یادگیری اجتماعی، توجه به آن رویداد است. بدیهی است تا زمانی که ما به رویداد توجه نداشته باشیم و نتوانیم بخش‌های مهم آن را درک کنیم، نمی‌توانیم از آن رویداد چیزی بیاموزیم (تن، 1388: 246).

ما به متون رسانه‌ای که با زندگی، نیازها و منافع شخصی مان ارتباط دارد، توجه می‌کنیم. پس آن‌چه را که آموختیم به خاطر می‌سپاریم و به ذخایر شناخت پیشین اضافه می‌کنیم تا در موقع لزوم آن‌را به یاد آوریم. اگر عمل مشاهده شده را به خاطر نداشته

1. Popular cinema

2. skin head

3. Bandura

باشیم، اجرای الگوبرداری امکان پذیر نیست. فرآیند تولید، یعنی کاربرد عملی آموخته ها که به پاداش و تنبیه منجر می شود. باز تولید صحیح نتیجه آزمون و خطاست. در نهایت انگیزه برای ادامه مسیر بیشتر یا کمتر می شود. انگیزه که برای انجام عمل مهم است بستگی به تشویق دارد. خلاصه این که، رسانه های جمعی به خصوص رسانه های تصویری، منبع اصلی یادگیری اجتماعی هستند. باندورا می نویسد: رسانه ها اگر چه تنها منبع یادگیری اجتماعی نیستند و نفوذ و تاثیرشان به دیگر منابع یادگیری یعنی والدین، دوستان و معلمان وابسته است، ولی روی مردم تاثیر مستقیم دارند و این تاثیرگذاری به میانجی نفوذ شخصی یا شبکه های اجتماعی صورت نمی گیرد (باندورا، 2002: 140).

تحول شخصیت در سینما و قاعده ترکیب و تبدیل

یکی از قواعد حاکم بر نظام اخلاقی اسلام قاعده ترکیب و تبدیل است که اتفاقا با هنر سینما و به ویژه با موضوع شخصیت پردازی در سینما به شدت مربوط است. چرا که از نظر اسلام تحول آدمی (بخوانید تحول شخصیت به عنوان یکی از عوامل شخصیت پردازی در فیلم) وابسته به ترکیب محبت و معرفت با یقین و ایمان است. وقتی یک معرفت و یا احساس با نظام شناختی و یا ویژگی های عاطفی ما ترکیب می شود، تغییر و تحول به وقوع می پیوندد. اگر این تغییر در جهت تحکیم باورها، ارزش ها و عاطفه های مورد تایید دین باشد، تحول اخلاقی با استفاده از شیوه های دینی اتفاق افتاده است. در نظام اخلاقی با ترکیب معرفت و احساس و تمرین و تدریج، آدمی بدی هایش را به خوبی تبدیل می کند. نکته مهم در این است که این تبدیل ها (تحول اخلاقی) نتیجه دو عامل کلی ترکیب محبت است با احساسات انسانی و ترکیب معرفت با معارف انسانی، یعنی ترکیب محبت و معرفت با یقین و ایمان مبنای کلی اخلاقیات اسلام است. چون تبدیل، نتیجه این ترکیب است. مثلا آدم بخیلی را اگر بخواهی عوض کنی، باید در کنار بخل او چیزی قرار دهی، یک معرفتی یا یک محبتی. یقین و معرفت با محبت و ایمان. این دو عامل تغییر و تحول انسان است. ایمان در مفهوم درست دینی آن عشق ناشی از معرفت است. هیچ تغییری بدون یک ترکیب به وقوع نمی پیوندد. این همان قاعده ترکیب و تبدیل است که اگر با نگاه دینی توصیف بشود می تواند از مبانی اساسی نظامی اخلاقی اسلام باشد.

در آیات و روایات هم همین سیر تدریجی از پاکدامنی به گناه به دقت توصیف شده است. آنجا که گناهکار در اولین گناهش به غم و پشیمانی دچار می شود، ولی تکرار گناه او را ابتدا به بی تفاوتی و بالاخره به ارزشمندی و زیبای گناه می رسند! و توسط شیطان گناه برای او زینت داده می شود. اتفاقا این سیر تدریجی هم هست، یعنی تحولی ناگهانی نیست که در شکل سینمایی آن به باورپذیری از سوی مخاطب لطمه بزند. این سیر و تحول تدریجی را در فیلم معصومیت از دست رفته نیز بی کم و کاست می بینیم. اما واقعا از نگاه دینی چه اتفاقی باید در درون انسان (بخوانید قهرمان فیلم) بیفتد تا او دچار تحولی اساسی شود که دارای ویژگی های دراماتیک نیز باشد؟ (تابش، 1390: 4).

پیشینه تحقیق

کتاب اخلاق در فیلمنامه نویسی نوشته ی «مریلین بکر»⁴ با ترجمه ی «مریم خرقه پوش»، از جمله کتاب های انتشارات بنیاد سینمایی فارابی است که در سال 1387، با تأکید بر اصول اخلاقی، برای فیلمنامه نویسان چاپ و انتشار یافته است. در یادداشت ناشر طی چند سطر کوتاه بر این واقعیت تأکید می شود که اگر در جامعه ی غربی مطرح کردن مقوله ی اخلاق در سینما - آن هم در فیلمنامه نویسی - تا حدودی خنده دار به نظر می رسد، برعکس در کشور ما، که توجه به نگرش های دینی پراهمیت تلقی می شود، امری بسیار جدی و قابل اعتنا به شمار می آید.

4. Marilyn Beker

کتاب حاضر اگرچه پاسخ همه‌جانبه و کاملی به بایدها و نبایدها در مقوله‌ی اخلاق در فیلمنامه‌نویسی ارائه نمی‌دهد، با این حال، می‌تواند آغازی برای مطرح شدن چنین مباحثی باشد

او به نمونه‌هایی از ظهور و بروز وقاحت، کفر گویی، پوشش و رقص در فیلم‌های غربی اشاره می‌کند که البته این نمونه‌ها در سینمای ایران مصداق ندارد. اما جایی که درباره بایدهای مضمونی برای اخلاقی‌تر شدن فیلمنامه صحبت می‌کند می‌تواند مورد استفاده تحقیق ما قرار بگیرد. مریلین بکر در کتابش می‌نویسد:

فیلمنامه نویسی اخلاقی یعنی به کارگیری اعمال و افکار با قدرتی که نشان دهنده احترام نسبت به بینندگان و انسانیت و خود باشد. فیلم‌های اخلاقی ممکن است چیزهایی داشته باشند که بحث برانگیز یا زننده باشند. این قبیل فیلم‌ها از این موضوعات استفاده می‌کنند تا نکته‌ای را روشن کنند. نه برای نمایش خود این موضوعات که مشوق دیگران به اعمال ناشایست یا محرک اعمال اغتشاش‌گرایانه باشد (1378: 25).

تحقیقی با عنوان وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی که توسط فرامرز رفیع پور انجام شده نشان می‌دهد پرفروش‌ترین فیلم سال 70 و سریال‌های سال 70 ارزش‌های مادی، سودجویی، بی‌توجهی به آرمان‌های انسانی، انقلابی و مذهبی را در حد بالایی رواج داده‌است.

این تحقیق به منظور نشان دادن تأثیرگذاری وسایل ارتباط جمعی (سینما، تلویزیون، روزنامه و ...) در تغییر ارزش‌های جامعه اسلامی انجام شده‌است.

روش تحقیق، بر اساس تحلیل محتوای (تجزیه و تحلیل آماری) تعدادی از فیلم‌های سینمایی در سال‌های 60-72 (برزخی‌ها، بایکوت، عروس و هنرپیشه)، برخی سریال‌های تلویزیونی سال‌های 65-72 (سایه همسایه، مهمان و باغ گیلان)، و چگونگی تأثیرات ارزشی فیلم‌های ویدئویی (با ارائه برخی نمونه‌ها) و نیز انواع تأثیرگذاری روزنامه‌ها (در بخش تبریک و تسلیت) و همچنین «تبلیغات» انجام شده‌است.

مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق عبارت است از این که پرفروش‌ترین فیلم‌های سال 60 و 65 و سریال سال 65 در جهت ترویج و تثبیت ارزش‌های انقلابی، مذهبی و کاهش نابرابری است (رفیع پور، 1378: 14).

در بخشی از پژوهش «رمان‌های عامه‌پسند و گفتمان فرهنگی» مشخصه‌های فرهنگی و رفتاری شخصیت‌های اصلی و فرعی 21 رمان عامه‌پسند بررسی شده‌است.

این تحقیق تلاش کرده تا ساختارها، بینش‌ها و نگرش‌های حاکم بر مهم‌ترین و پرفروش‌ترین رمان‌های عامه‌پسند دهه‌های اخیر را از طریق بررسی متون مزبور مورد کنکاش قرار دهد (میرفخرایی، 1381: 1).

نگاهی به آمار نشان می‌دهد که اکثریت قریب به اتفاق شخصیت‌های مثبت چه مونث و چه مذکر با حجب و حیا به تصویر کشیده شده‌اند و عمده شخصیت‌های منفی مونث یا مذکر دریده و گستاخ توصیف گردیده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که حجب و حیا خصوصیت پسندیده‌ای برای نویسندگان نمونه تحقیق محسوب می‌گردد (همان: 274). نگاهی به آمار به دست آمده نشان می‌دهد که 83 درصد از شخصیت‌های مونث و مذکر مثبت به مذهب ایمان داشته و بدان پایبندند. این آمار به خوبی نشان می‌دهد که نه تنها پایبندی به مذهب امری مطلوب در آثار نمونه تحقیق محسوب شده‌است؛ بلکه به طور کلی نیز فرهنگی مذهبی در جامعه از نظر نویسندگان نمونه تحقیق جاری می‌باشد (همان: 512).

چارچوب نظری تحقیق

رسانه‌ها بر شناخت و درک عموم از جهان تأثیر می‌گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند؛ زیرا رسانه‌ها واسطه و میانجی بین آگاهی‌های فردی و ساختارهای گسترده‌تر

اجتماعی و سازنده معنا هستند. رسانه‌ها همچون آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی‌کنند، بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تأثیر می‌گذارند. بر این اساس، بازنمایی، ساخت رسانه‌های واقعیت است. بازنمایی نه انعکاس و بازتاب معنای پدیده‌ها در جهان خارج، که تولید و ساخت معنا بر اساس چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. لذا، بازنمایی رسانه‌های معنا سازی خنثی و بی‌طرف نیست، چراکه هرگونه بازنمایی ریشه در گفتمان و ایدئولوژی‌ای دارد که از آن منظر بازنمایی⁵ صورت می‌گیرد.

به عبارتی، واقعیت بر اساس بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. هیچ امر فرازبانی، فراگفتمانی و فراتاریخی وجود ندارد که به نحو عینی و شفاف انعکاس یابد؛ بلکه هرگونه فهم و شناختی از واقعیت، امری است که در زبان و گفتمان ساخته می‌شود. معنا نه اکتشافی طبیعی، که برساخت‌های اجتماعی است. معانی و بازنمایی رسانه‌ای اگرچه برساخت‌های اجتماعی و فرهنگی است، اما ایدئولوژی و گفتمان سعی می‌کند آن معانی و بازنمایی را امری "طبیعی" و فراگفتمانی و فرازبانی جلوه دهد. به عبارتی، یکی از استراتژی‌هایی که در ایدئولوژی و گفتمان به کار گرفته می‌شود تا در قالب عقل سلیم درآید، "طبیعی‌سازی" است (مهدی زاده، ۳۸۷: ۲۵).

علاوه بر نظریه بازنمایی نظریات آدورنو در باب "صنعت فرهنگ"⁶ می‌تواند به عنوان چارچوب نظری مورد استفاده قرار گیرد. آدورنو و هورکهایمر این سوال را مطرح می‌نمایند که آیا به راستی آنچه را که همگان فرهنگ می‌دانند فرهنگ است؟ آدورنو و هورکهایمر⁷ می‌نویسند: فرهنگ به معنی واقعی کلمه، خود را به سادگی با هستی همساز نمی‌کند، بلکه همواره به گونه‌ای ناهمزمان، اعتراض علیه مناسبات متحجر را بر می‌انگیزد، مناسباتی که افراد همراه با آن زندگی می‌کنند. در واقع تمایزی ژرف میان آنچه زندگی عملی خوانده می‌شود و فرهنگ، یعنی میان شرایط هر روزه سرکوب و استثمار با نفی آن‌ها، وجود دارد. به بیان دیگر فرهنگ باید نقادانه باشد. فرهنگ به عنوان امری که فراتر از نظام حفظ خویشتن نوع انسان می‌رود، به این معنی که زندگی هر روزه استوار بر عادت هاست، و فرهنگ علیه هر عادت و قاعده مرسوم کنش و اندیشه عمل می‌کند (احمدی، 1380: 161).

بنا به ادعای آنان، فرهنگ توده‌های بیانگر شکل تازه‌ای از کنترل اجتماعی است که بر فناوری مبتنی است و از تصور مارکس درباره ایدئولوژی حاکم به مثابه ابزار کنترل اجتماعی بسیار فراتر می‌رود و می‌تواند اوقات فراغت را به صورت نوعی سرگرمی جمعی در آورد. از نظر آدورنو و هورکهایمر، طنز قضیه این جاست که فراغت و سرگرمی با وجود اهمیت و معنای ظاهری روزمره شان به عنوان فضای رهایی از کار و راه‌هایی برای استراحت، در عمل شیوه موثری در خدمت فرآیند‌های سرمایه‌داری هستند. چون از الگوی متداول و تکراری زندگی شغلی در بیرون از محل کار نیز محافظت می‌کنند. از نظر آن دو فرهنگ توده‌ای پدیده‌ای ارتجاعی، غیر دموکراتیک، سرکوبگر و ایدئولوژیک است. که در نهایت به سمت اعمال و تثبیت هر چه بیشتر سلطه حرکت می‌کند. عصاره و پیام اصلی اجزا و عناصر تشکیل‌دهنده فرهنگ توده چیزی نیست جز هم‌نوایی، سازش، تسلیم، کناره‌گیری و انزوا (نوذری، 1384: 278).

جیمز موناکو در نظریه "ادراک بصری" تاکید می‌کند که در بررسی یک فیلم باید به مفاهیم مصداقی و مفاهیم ضمنی اثر توأمان توجه کرد (1385: 161).

تعریف علمی فیلم به تعیین کوچک‌ترین واحد ساختار آن بستگی دارد. این کار از نظر فنی، دست کم در مورد تصویر بدون صدا، شدنی است: کوچک‌ترین واحد فیلم قاب است؛ اما قاب بدون شک کوچک‌ترین واحد معنا نیست. در واقع، فیلم، بر خلاف زبان نوشتاری یا گفتاری، مرکب از واحدهایی از این گونه نیست، بلکه معنایی پیوسته و مستمر دارد. یک نما شامل آن اندازه اطلاعاتی است که ما می‌خواهیم آن‌ها را دریافت کنیم و تعداد واحدهای تشکیل‌دهنده آن نیز اختیاری است.

5 . Representation

6 . Culture Industry

7 . max horkheimer

به این ترتیب سینما (انواعی) از زبان به ما عرضه می‌کند که:

الف- مرکباند از نشانه‌هایی از نظر قلمرو و محدوده که در آن دال و مدلول تقریباً برابرند؛

ب- به سیستم مستمر و ناگسسته‌ای مربوط اند که در آن نمی‌توان واحد مشخصی را تعیین کرد و به این ترتیب آن را از لحاظ کمی تشریح کرد (موناکو، 1385: 161). از نظر موناکو زاویه فیلمبرداری، ثابت یا متحرک بودن دوربین، رنگ سوژه، واضح بودن پس زمینه، مدت زمان نما که انتخاب‌های ویژه فیلمساز هستند، همه در ادای یک مفهوم ضمنی سینمایی به کار می‌آیند (همان: 163).

بر مبنای این چارچوب نظری ضروری است برای رسیدن به مفاهیم مصداقی و ضمنی پژوهش به روش کیفی نیز انجام شود. همچنین بر اساس نظریه موناکو کنش‌های هر یک از شخصیت‌ها را باید در یک سیستم مستمر و ناگسسته مورد بررسی قرار داد و سپس درباره اخلاقی بودن یا نبودن آن، در کلیت خط اصلی قصه قضاوت کرد. یعنی با توجه به سکانس‌های قبل و بعد و نیت و انگیزه هر شخصیت مشخص کرد که کنش نشان داده شده اخلاقی بوده‌است یا غیر اخلاقی.

روش تحقیق:

روش استفاده برای اجرای این تحقیق روش "تحلیل محتوا" است که در واقع ترکیبی از تحلیل محتوای کیفی و کمی می‌باشد. تحلیل محتوا، مطالعه ارتباطات است و به منظور توصیف رفتار اجتماعی و آزمون فرضیه‌ای که در مورد آن تدوین شده‌است اجرا می‌شود. به عبارت دیگر تحلیل محتوا یک روش پژوهشی است که به صورت منظم و عینی برای توصیف مقادیر محتوای آشکار ارتباطات به کار برده می‌شود (دلور، 1385: 275).

با توجه به این که تحقیق حاضر بر رسانه دیداری سینما متمرکز است و کار تحلیل محتوا روی فیلم‌های سینمایی انجام می‌گیرد، به نظر می‌رسد روش ترکیبی، یعنی استفاده از تحلیل محتوای کمی و کیفی به صورت توأمان بهترین گزینه در راه دستیابی به اهداف تحقیق باشد تا بدین ترتیب دچار کاستی‌هایی که تحقیقات صرفاً کمی دارند، نشود.

در این تحقیق در کنار تحلیل محتوای کمی، از فن مقایسه دائمی در تحلیل محتوای کیفی استفاده شده‌است. پس از آنکه فیلم‌ها برای تحلیل آماده شد، پژوهشگر هر کدام از کنش‌های اخلاقی و غیر اخلاقی را به عنوان واحد تحلیل در دسته‌های موقتی قرار داد. هر بار که یک کنش جدید مد نظر قرار گرفت با سایر واحدهایی که قبلاً در آن دسته گنجانده شده بود، مقایسه صورت گرفت. به تدریج کنش‌هایی مشاهده شد که در هیچ کدام از دسته‌های قبلی نمی‌گنجیدند. به عنوان مثال کنش اشاره به مسائل جنسی در فیلم مشاهده شد که برای آن دسته یا مقوله‌ای جدید با نام گرایش به "حجب و حیا" تعریف شد. در مرحله دوم قواعد و گزاره‌هایی که تلاشی برای توصیف معنای ضمنی تعریف‌کننده هر مقوله محسوب می‌شد بر روی کاغذ آمد. در مرحله سوم تلاش شد تا حلقه‌های ارتباطی معنادار بین دسته‌ها پیدا شود. در این مرحله دو مقوله محبت و یاریگری به دلیل این که نزدیکی زیادی به هم داشتند در یک دسته ترکیب شدند.

در مرحله آخر همه نتایج تحلیل‌های پیش‌گفته در یک تبیین منسجم درباره موضوع بازنمایی اخلاق در فیلم‌های عامه پسند دهه هشتاد ادغام شد. توضیح آن که در این تحقیق بیشتر به دنبال یافتن زاویه نگاه کارگردان هستیم و نه درونمایه فیلم. چون ممکن است درونمایه یک فیلم درباره صداقت باشد؛ اما زاویه نگاه کارگردان این باشد که صداقت عمل پسندیده‌ای است یا نیست.

جامعه آماری و حجم آن:

جامعه آماری تمام فیلم‌های پرفروش دهه 80 سینمای ایران است. حجم نمونه 20 فیلم پرفروش این دهه است. جامعه آماری به این دلیل انتخاب شده که قرار است گرایش‌های اخلاقی در فیلم‌های عامه پسند سنجیده شود تا مشخص شود فیلم‌هایی که مردم به آن‌ها در ده سال اخیر اقبال داشته‌اند از نظر اخلاقی در چه وضعیتی بوده‌اند.

روش نمونه گیری:

از سال 1380 تا سال 1389 از هر سال دو فیلم پرفروش صدر جدول به شیوه هدفمند انتخاب شده است. معیار پرفروش بودن آمارهای بنیاد سینمایی فارابی از گیشه سینماهای تهران است.

این فیلم‌ها عبارت اند از:

سگ کشی و آواز قو (سال 1380)، کلاه قرمزی و سرو ناز و من ترانه 15 سال دارم (سال 1381) توکیو بدون توقف و عروس خوشقدم (سال 1382)، مارمولک و کما (سال 1383)، مکس و چهارشنبه سوری (سال 1384)، آتش بس و میم مثل مادر (سال 1385)، اخراجی‌ها و توفیق اجباری (1386) چارچنگولی و دایره زنگی (سال 1387)، اخراجی‌های 2 و درباره الی (سال 1388) و ملک سلیمان و پوپک و مش ماشاء الله (سال 1389).

روش گردآوری اطلاعات:

در این پژوهش ابتدا مقوله‌های پژوهش تعیین و تعریف شدند. داده‌های تحقیق از طریق کدگذاری کنش‌های فیلم بر برگه‌های کدگذاری بر اساس مقوله‌های ارزش‌های اخلاقی صداقت، ادب و احترام، ارتباط با خدا، حجب و حیا و محبت و تعاون به دست آمدند. با استفاده از پرسشنامه معکوس اطلاعات جمع‌آوری شده است.

در مجموع با بررسی تمامی صحنه‌های فیلم 2028 کنش کدگذاری شده است که از این میان 951 کنش اخلاقی بوده‌اند و 1077 کنش غیر اخلاقی. برای سنجش مقوله‌ها از شمارش فراوانی کنش‌ها در فیلم استفاده شده است.

توضیح آن که در این تحقیق به کنش‌های اخلاقی و غیر اخلاقی توجه شده است. به عنوان مثال آب خوردن به قصد رفع تشنگی یک عمل مباح است و کنش اخلاقی یا غیر اخلاقی نیست.

کنش کوچک‌ترین واحد در عناصر روایی است. کوچکترین واحد در سینما و عناصر سبکی را نما یا شات می‌نامند. یعنی از زمانی که دوربین روشن می‌شود تا زمانی که کارگردان دستور کات می‌دهد. کوچک‌ترین واحد در عناصر روایی را کنش می‌نامند (شهبازی، 1390: 82).

تعریف عملیاتی مقوله‌ها

ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اخلاقی شامل صداقت، ادب و احترام، ارتباط با خدا، حجب و حیا و محبت و تعاون و یاریگری می‌شوند. جهت‌گیری مثبت به ارزش ادب و احترام: رعایت ادب و نزاکت، متین بودن، احترام به بزرگ‌ترها، عفت کلام داشتن، کنترل سخن و رفتار در شرایط سخت، پیشی گرفتن در سلام و ادای آن با لحن توأم با علاقه، سخن گفتن با روی گشاده و خوش رفتاری کردن، استقبال یا بدرقه طرف مقابل رفتن، تشکر کردن، تواضع و فروتنی، تعریف و تمجید از طرف مقابل و ...

جهت‌گیری منفی به ارزش احترام: نسبت‌های زشت و کلمات ناروا گفتن، اهانت و تحقیر کردن، بی‌احترامی به بزرگ‌ترها، اظهار نفرت به دیگران، با اخم سخن گفتن، تشکر نکردن از طرف مقابل در حالی که انتظار تشکر دارد، کنایه زدن و متلک گفتن، جواب سلام را ندادن.

جهت‌گیری مثبت به ارزش صداقت: گفتن سخن راست و صداقت در عمل، اعتراف کردن به دروغ و ...

جهت‌گیری منفی به ارزش صداقت: سخن گفتن در مورد چیزی یا عملی که صحت ندارد، پنهان کردن واقعیت‌ها، حقایق را به گونه دیگری نشان دادن، تظاهر کردن و ...

جهت‌گیری مثبت به ارزش محبت و تعاون و یاریگری و کمک به هم‌نوع: ابراز همدردی و دلداری طرف مقابل، مفید واقع شدن، خدمت کردن، سود رساندن، مسوولیت‌پذیری، راهنمایی کردن، امر به معروف کردن، نهی از منکر کردن، هدیه دادن و ...

گرایش مثبت به حجب و حیا: پیشنهاد‌های بی‌شرمانه را رد کردن، پرهیز از دیدن صحنه‌های غیر اخلاقی، خبر دادن در هنگام وارد شدن به خانه‌ای که زن نامحرم در آن زندگی می‌کند و ...

گرایش مثبت به ارتباط معنوی با خدا: قرآن خواندن، نماز خواندن، دعا کردن، صفات خدا را برشمردن، اشاره به آیه‌های قرآن، توبه کردن و ...

گرایش منفی به ارتباط معنوی با خدا: خودکشی، نا امید شدن از رحمت خداوند و ...

یافته های تحقیق در خصوص گرایش های اخلاقی فیلم های پرفروش دهه هشتاد:

بیشترین ارزش اخلاقی بازنمایی شده در فیلم ها ارزش تعاون و محبت و یاریگری است. در تمامی فیلم های مورد بررسی اختلاف بین کنش های مثبت و منفی در حوزه یاریگری مثبت است. یعنی مجموعه کنش هایی که میل به یاریگری و محبت داشته اند بیشتر از مجموعه کنش های منفی این حوزه (مثل آزار رساندن، توطئه چینی، ضایع کردن حقوق آدم ها، فریب دادن، تهدید کردن) بازنمایی شده اند.

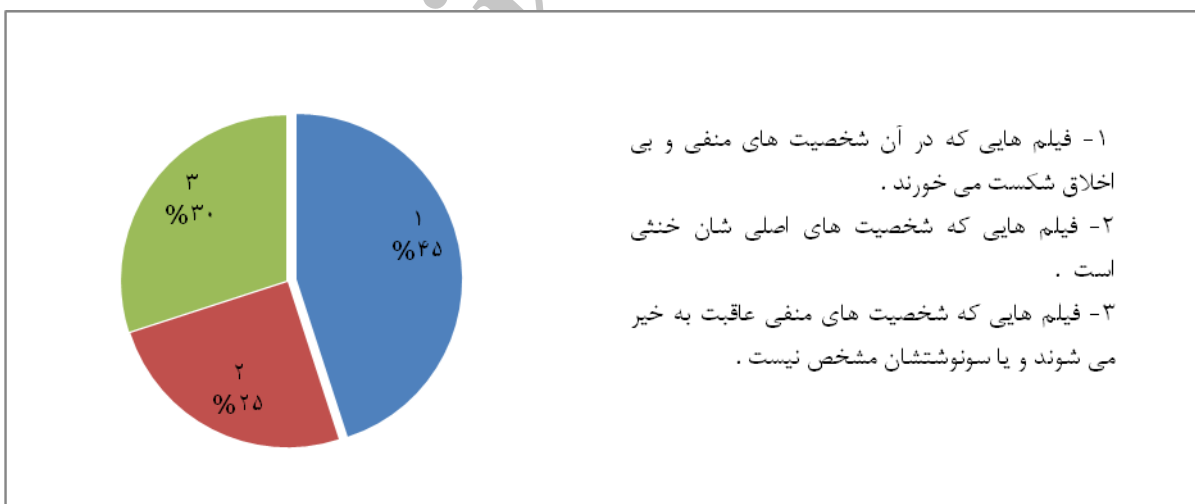
در ۴۰ درصد فیلم ها که شامل فیلم های میم مثل مادر، من ترانه پانزده سال دارم، سگ کشی، مارمولک، مکس، ملک سلیمان، کلاه قرمزی و سرو ناز و درباره الی می شود قهرمان های اصلی گرایش زیادی به ارزش تعاون دارند.

بنابراین می توان گفت در فیلم های مورد بررسی به رفتارهایی چون ابراز همدردی و دلداری طرف مقابل، مفید واقع شدن، خدمت کردن، سود رساندن، مسوولیت پذیری، راهنمایی کردن، امر به معروف کردن، نهی از منکر کردن به عنوان ارزش های اخلاقی مثبت توجه شده است.

در زمینه سایر ارزش ها همچون ادب و احترام، صداقت، ارتباط با خدا و حجب و حیا گرایش های کمتری در بین فیلم ها دیده می شود. در ۴۵ درصد از فیلم ها یعنی فیلم های کلاه قرمزی و سروناز (اژدر)، دایره زنگی (شیرین)، من ترانه پانزده سال دارم (امیر حسین و خانم کشمیری)، چهارشنبه سوری (مرتضی)، ملک سلیمان (دشمنان سلیمان) و سگ کشی (ناصر و فرشته)، درباره الی (سپیده) و آواز قو (پیمان) شخصیت های منفی فیلم یا آن ها که مرتکب عملی غیر اخلاقی شده اند در پایان شکست می خورند. در فیلم میم مثل مادر نیز سپیده که شخصیت مثبت است پیروز می شود.

در 25 درصد آثار مورد بررسی یعنی فیلم های مکس، کما، آتش بس و عروس خوش قدم و مارمولک شخصیت های اصلی خنثی هستند و جنبه های مثبت یا منفی شان پررنگ نیست. بنابراین نمی توان بر مبنای رستگاری یا تباهی شان گرایش اخلاقی فیلم را تشخیص داد.

در ۳۰ درصد آثار مورد بررسی یعنی فیلم های پوپک و مش ماشاء الله (ماشاء الله)، چارچنگولی (احمد و شهرام)، توکیو بدون توقف (پرویز نشاط)، اخراجی های یک و اخراجی های دو (امیر و بایرام و بیژن و مجید)، توفیق اجباری (عطا) شخصیت های منفی و دارای گرایش های اخلاقی پایین یا رستگار و عاقبت بخیر می شوند و یا سرنوشتشان در پایان مشخص نیست.



نمودار شماره ۱: رابطه بین اخلاقی بودن شخصیت و رستگاری اش

فیلم ها را بر حسب بازنمایی موفق ارزش های اجتماعی می توان بدین طریق رده بندی کرد:
الف- من ترانه پانزده سال دارم (موفق در هر پنج ارزش).

ب- میم مثل مادر و سگ کشی (موفق در چهار ارزش).

ج- ملک سلیمان و درباره الی و کلاه قرمزی و سروناز (موفق در سه ارزش).

د- چهار شنبه سوری و دایره زنگی و مکس (موفق در دو ارزش).

فیلم من ترانه ۱۵ سال دارم در هر ۵ حوزه مورد بررسی جزو فیلم‌های برتر محسوب می‌شود. در فیلم میم مثل مادر ارزش‌های اجتماعی ارتباط با خدا، تعاون، ادب و احترام و حجب و حیا به عنوان ارزش‌های پسندیده بازنمایی شده‌اند و این اثر تاکید خاصی بر روی ارزش صداقت نداشته است.

فیلم‌ها را بر حسب بازنمایی ناموفق ارزش‌های اجتماعی می‌توان بدین طریق رده بندی کرد:

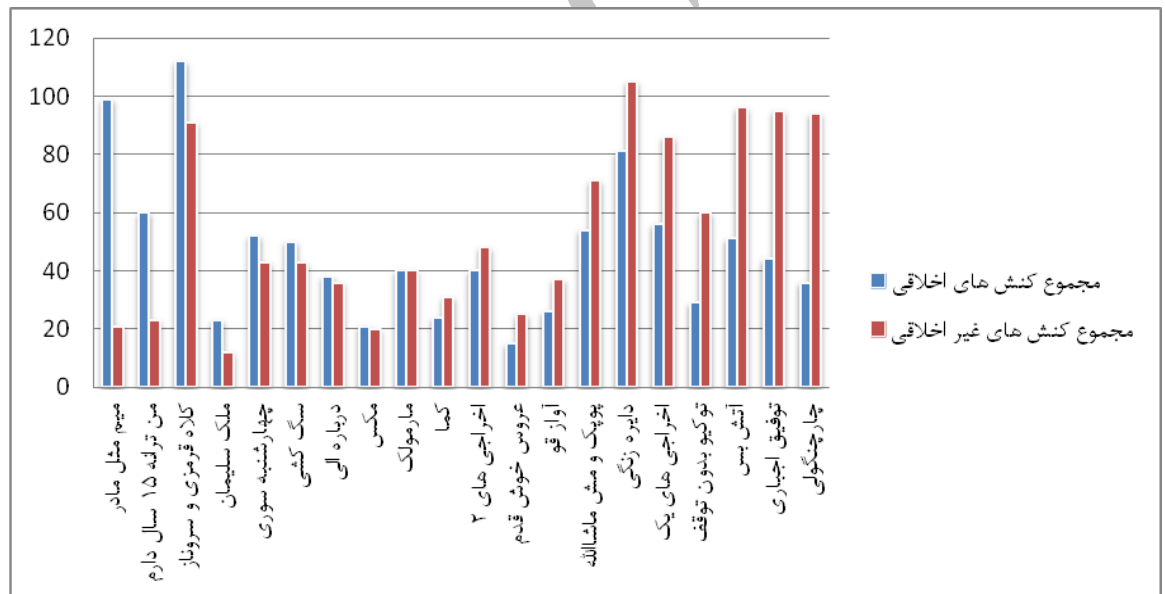
الف- چارچنگولی و پوپک و مش ماشاءالله (گرایش منفی به اخلاق در سه حوزه).

ب- اخراجی‌های یک و اخراجی‌های 2 و عروس خوش قدم (گرایش منفی به اخلاق در دو حوزه).

ج- توکیو بدون توقف و (گرایش منفی به اخلاق در یک حوزه).

بنابراین در ۴۵ درصد فیلم‌های مورد بررسی حداقل در یک حوزه ارزشی (صداقت، تعاون، ادب و احترام، ارتباط با خدا و حجب و حیا) جهت گیری غیر اخلاقی در فیلم دیده می‌شود.

۵۰ درصد فیلم‌های مورد بررسی برآیند جهت گیری اخلاقی شان مثبت است و در ۵۰ درصد دیگر برآیند جهت گیری صفر یا منفی می‌باشد.



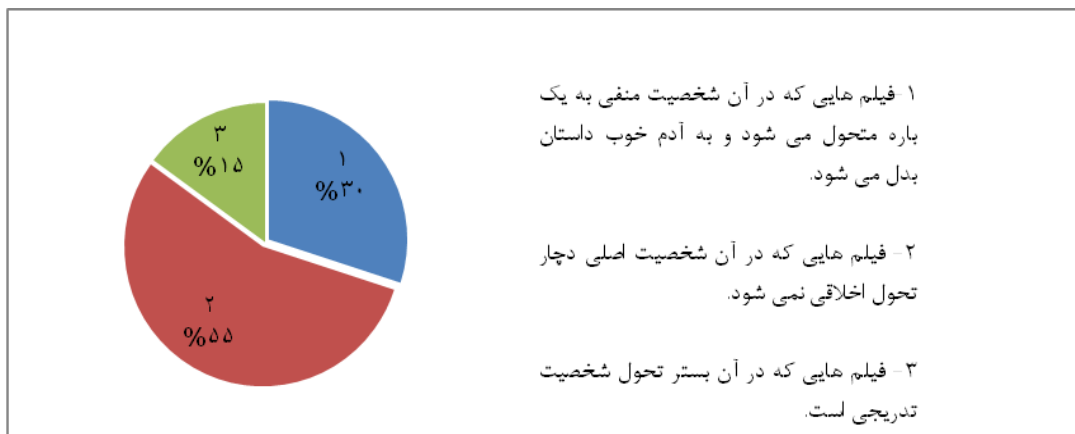
نمودار شماره 2: مجموع کنش های اخلاقی و غیر اخلاقی در هر یک از فیلم‌ها

در فیلم‌های اخراجی‌های 2، اخراجی‌های یک، پوپک و مش ماشاءالله، چارچنگولی، توکیو بدون توقف که همگی فیلم‌های کم‌مدی هستند خیلی از دروغ‌ها و بی‌احترامی‌ها صرفاً برای جذابیت بخشی و خنده آفرینی طراحی شده و به راحتی قابل حذف است.

با بررسی روند تحول قهرمان‌های داستان به این نتیجه می‌رسیم که در ۳۰ درصد فیلم‌ها یعنی فیلم‌های توفیق اجباری (عطا)، پوپک و مش ماشاء الله (مش ماشاءالله)، چارچنگولی (شهرام و احمد) توکیو بدون توقف (پرویز نشاط) اخراجی‌های یک (مجید) و اخراجی‌های دو (بایرام و بیژن) به یک باره متحول می‌شوند و به آدم‌های خوب داستان بدل می‌شوند.

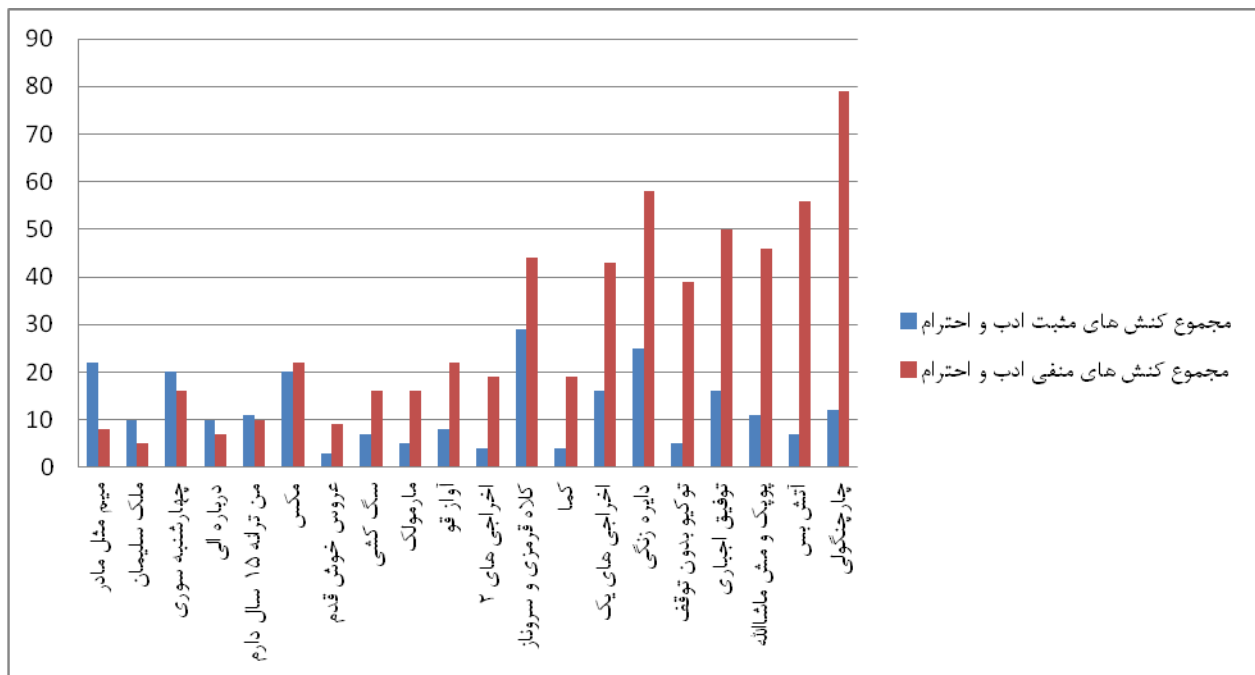
در 55 درصد آثار مورد بررسی یعنی فیلم‌های ملک سلیمان، کلاه قرمزی و سروناز، سگ کشی، دایره زنگی، من ترانه پانزده سال دارم، چهارشنبه سوری درباره‌الی، میم مثل مادر، مکس و کما، عروس خوش قدم آدم‌های اصلی دچار تحول اخلاقی نمی‌شوند. در این فیلم‌ها شخصیت‌های در موقعیتی گیر کرده‌اند و کارگردان دارد آن موقعیت را تشریح می‌کند. بنابراین ممکن است شخصیت به درک تازه‌ای از دنیای اطرافش برسد ولی به لحاظ اخلاقی دچار تحول نمی‌شود.

در ۱۵ درصد فیلم‌ها یعنی فیلم‌های آواز قو آتش بس مارمولک بستر تحول شخصیت‌ها تدریجی است. در آتش بس و مارمولک شخصیت‌ها به سمت ارزش‌های اخلاقی گرایش پیدا می‌کنند. در فیلم آواز قو شخصیت پیمان در اثر برخورد غلط اطرافیان از یک جوان آرام به فردی شرور و خلافکار بدل می‌شود.



نمودار شماره ۳: تدریجی بودن تحول شخصیت

یافته‌های تحقیق در خصوص بازنمایی ارزش ادب و احترام در سینمای عامه پسند ایران



نمودار شماره ۴: مجموع کنش های مثبت و منفی به سمت ادب و احترام در هر فیلم

سینمای عامه پسند ایران در زمینه ترویج ارزش ادب و احترام کارنامه موفق ندارد. در 13 فیلم کمدی مجموع رفتارهای بی ادبانه شخصیت‌ها از مجموع رفتارهای مودبانه بیشتر است. بیشتر این رفتارها به کنش شخصیت‌ها مبنی بر تمسخر یکدیگر یا لودگی و جملات توهین آمیز برمی گردد.

علاوه بر این نکته قابل توجه این است که در فیلم‌های پر فروش دهه هشتاد در بیشتر موارد، انسان‌های با ظاهر مذهبی در قالب شخصیت‌های بی ادب و غیر محترم تصویر شده‌اند.

در فیلم‌های پوپک و مش ماشالله (مش ماشالله)، چارچنگولی (احمد)، اخراجی‌های یک و دو (صالح)، دایره زنگی (عبدالله زاده) پدر امیر (کما) شخصیت‌های دارای گرایش‌های دینی و اعتقادی در قالب آدم‌های بی ادب و بی تربیت بازنمایی شده‌اند.

در فیلم‌های درباره الی (احترام به نظر جمع)، میم مثل مادر (احترام به اقلیت‌های دینی)، ملک سلیمان (احترام به همسر و مادر)، چهارشنبه سوری (احترام بین زن و شوهر فقیر)، میم مثل مادر و مارمولک (تواضع قهرمان داستان)، کما (احترام به پدر در خانواده‌های فقیر و بی احترامی به پدر در خانواده‌های مرفه)، پوپک و مش ماشالله (احترام به دیگران در بین شخصیت‌های از فرنگ برگشته)، کلاه قرمزی و سروناز (احترام به شخصیت کودکان) به عنوان یک ارزش مثبت اخلاقی بازنمایی شده‌است.

در فیلم‌های چهارشنبه سوری و سگ کشی شخصیت‌های فرعی به دیگران احترام می‌گذارند. اما بعدها مشخص می‌شود احترامشان ساختگی و دروغین است.

در فیلم دایره زنگی همسایه‌های آپارتمان بعد از قهر و دعوا با هم آشتی و روبروسی می‌کنند و نشان داده می‌شود که اختلافات کوچک به راحتی قابل حل است.

در فیلم‌های کما (بی احترامی به پدر)، آواز قو (بی احترامی به قوانین کشوری و بین المللی)، چهارشنبه سوری (بی احترامی انسان‌های طبقه مرفه به یکدیگر)، پوپک و مش ماشالله، کما، دایره زنگی، اخراجی‌های یک و دو (بی احترامی شخصیت‌های ظاهراً مذهبی به دیگران) را شاهد هستیم.

در فیلم‌های چارچنگولی، عروس خوش قدم و دایره زنگی شخصیت‌ها به قصد توهین و تحقیر همدیگر را به حیوانات همچون خر، الاغ، سگ و گاو شبیه می‌کنند.

مش ماشاءالله در فیلم «پوپک و مش ماشاءالله» با 39 کنش منفی در ردیف‌های بالای جدول شخصیت‌های بی ادب 20 فیلم مورد بررسی قرار می‌گیرد. ماشاءالله با تمامی اطرافیانش همچون محسن، پوپک و سامی بی‌ادبانه صحبت می‌کند. گره‌های اصلی فیلم با بی‌احترامی مش ماشاءالله به دیگران شکل می‌گیرد. با توجه به آن که در پایان مش ماشاءالله را در لباس دامادی می‌بینیم و فیلم سرنوشت خوشی را برای او رقم می‌زند، می‌توان گفت گرایش فیلم به ارزش ادب و احترام ضعیف است. در این فیلم خبری از تحول آنچنانی این شخصیت نیست. او با اطرافیان موقتا آشتی می‌کند و زندگی‌اش را پی می‌گیرد. اما اخلاقش تغییری نکرده‌است.

در فیلم «عروس خوش قدم» گرایش مثبت به ادب و احترام در کلیه شخصیت‌ها بسیار پایین و حداکثر دو مورد است. ارتباط آدم‌های داستان با یکدیگر بر مبنای پول و ثروت شکل می‌گیرد و نه بر مبنای احترام به شخصیت انسانی.

در فیلم کلاه قرمزی و سروناز یکی از گره‌های اصلی داستان با بروز یک بی‌ادبی اتفاق می‌افتد. هنگامی که ازدر به کلاه قرمزی بی‌احترامی می‌کند، مجری و نرگس خانه را ترک می‌کنند و در واقع به یک حرکت بی‌ادبانه واکنش تندی نشان می‌دهند. در این فیلم کلاه قرمزی و سروناز و نرگس با 10، 8 و 5 کنش، بیشترین گرایش مثبت به ادب و احترام را دارند.

یافته‌های تحقیق در خصوص بازنمایی ارزش‌یاریگری در سینمای عامه‌پسند ایران:

کلیت فیلم‌ها را به لحاظ مضمونی فارغ از این که در حوزه محبت و یاریگری و تعاون موفق عمل کرده‌اند یا خیر می‌توان در چند گروه دسته‌بندی کرد:

در فیلم‌های کلاه قرمزی و سروناز، میم مثل مادر، من ترانه 15 سال دارم مهربانی مادرانه و فداکاری و جانفشانی یک مادر در برابر فرزندش به چشم می‌خورد (دغدغه محبت مادرانه).

در فیلم‌های پوپک و مش ماشاءالله، توکیو بدون توقف، عروس خوش قدم و آواز قو فراز و نشیب‌های روابط دختر و پسر به تصویر کشیده می‌شود. در این فیلم وجه غالب روابط محبت‌آمیز به ارتباطات بین دختر و پسرهایی برمی‌گردد که در آستانه ازدواج هستند (دغدغه رابطه عاشقانه یا سرد دختر و پسر در آستانه ازدواج).

در فیلم‌های آتش بس، چهارشنبه سوری، سگ کشی و توفیق اجباری بیشترین گرایش منفی یا مثبت به ارزش تعاون بین زوج‌هایی اتفاق می‌افتد که چند سال از ازدواجشان می‌گذرد و با هم زیر یک سقف زندگی کرده‌اند (دغدغه رابطه عاشقانه یا سرد زن و مرد ازدواج کرده).

در فیلم‌های مکس، ملک سلیمان و اخراجی‌های 2 میزان علاقه شخصیت‌ها به ارزش وطن دوستی سنجیده می‌شود. در واقع در این فیلم‌ها دغدغه اصلی شخصیت‌ها کمک به پیشرفت کشور (مکس)، تسلیم نشدن در برابر دشمن (اخراجی‌های 2) و حفظ خاک تحت سلطنت از شر فتنه‌های شیاطین (ملک سلیمان) می‌باشد (دغدغه وطن دوستی).

در فیلم اخراجی‌های یک، مارمولک، چاچنگولی رابطه متقابل روحانی و قشر متدین با آدم‌های معمولی نمایش داده می‌شود (دغدغه ایجاد رابطه مهربانانه بین مردم و روحانیت).

در فیلم درباره‌الی و دایره زنگی و کما رابطه شهروندان طبقه متوسط جامعه با یک فرد تازه وارد نمایش داده می‌شود (دغدغه ایجاد رابطه مهربانانه بین شهروندان).

در فیلم‌های میم مثل مادر، من ترانه پانزده سال دارم، سگ کشی، ملک سلیمان، کلاه قرمزی و سرو ناز و درباره‌الی فداکاری یک نفر برای دیگران را شاهد هستیم.

در فیلم‌های میم مثل مادر، من ترانه پانزده سال دارم، سگ کشی، مارمولک، مکس، ملک سلیمان، کلاه قرمزی و سرو ناز و درباره‌الی قهرمان‌های اصلی گرایش زیادی به ارزش تعاون دارند. این فیلم‌ها سعی دارند فردی مهربان نیکوکار و یاری‌دهنده را به عنوان الگوی محبوب شخصیتی‌شان به مردم معرفی کنند (40 درصد فیلم‌ها).

در فیلم‌های پوپک و مش ماشاءالله، دایره زنگی، اخراجی‌های یک و دو، چهارشنبه سوری، آواز قو، آتش بس، کما، عروس خوش قدم، توکیو بدون توقف، چاچنگولی و توفیق اجباری قهرمان‌های اصلی و شخصیت‌های فرعی هم گرایش مثبت به تعاون دارند و هم گرایش منفی به این ارزش. بنابراین نمی‌توان به طور قاطع این قهرمان‌ها را افرادی نیکوکار و یاری‌دهنده برشمرد.

داستان فیلم عروس خوش قدم بر این پایه استوار شده که ازدواج با دنیا برای شوهر شانس می‌آورد و او را پولدار می‌کند. در این فیلم ثروتمند شدن آدم‌ها نتیجه کار و تلاش‌شان عنوان نمی‌شود؛ بلکه آدم‌ها شانس و تصادفی پولدار می‌شوند. در چنین شرایطی طبیعی است که موفقیت در ازدواج با یک دختر خلاصه شود و شخصیت مرد تلاشی برای کمک کردن و خدمت‌رسانی نداشته باشد. دو شخصیت اصلی فیلم چارچنگولی آدم‌های تقریباً بی‌خاصیتی هستند. آن‌ها را در طول فیلم کمتر در حال انجام یک کار مفید می‌بینیم. دریک سکانس می‌بینیم که این دو مشغول تمیز کردن خانه هستند. این سکانس به دلیل این که دو نفر به هم چسبیده‌اند بامزه از آب درآمده و بیشتر کارکرد کمیک دارد.

در فیلم‌های چارچنگولی و اخراجی‌های یک و اخراجی‌های دو، قهرمان‌های اصلی هیچ‌گونه مهارتی ندارند و وجودشان در فیلم فقط صرف ایجاد لحظات و موقعیت‌های کمیک است.

در فیلم توکیو بدون توقف محسن با کوبیدن شیشه نوشابه به سر پرویز (مرد کارخانه دار) به او قدرت فکر خوانی می‌دهد و او را بدل به یک مرد موفق می‌کند. تا جایی که پرویز در به در به دنبال محسن می‌دود تا بار دیگر ضربه‌ای را به او وارد کند.

در فیلم توفیق اجباری، شخصیت محمدرضا گلزار به خاطر خوش تیپ بودنش و چهره زیبایش مورد توجه مردم قرار می‌گیرد. در تمام فیلم هیچ‌جا اشاره‌ای به قدرت او در بازیگری نمی‌شود و به جایش عکس‌های پرتره او را بر در و دیوار می‌بینیم.

در فیلم آواز قو دختر و پسری که عاشق هم هستند، برای همدیگر جانفشانی می‌کنند؛ اما از آن‌جاکه کنش‌هایشان غیر منطقی و افراطی است در نهایت به ضرر اطرافیان و حتی خودشان تمام می‌شود.

در فیلم سگ کشی شخصیت گلرخ کمالی الگوی تعاون و همکاری است. او در مجموع 21 کنش مثبت به ارزش تعاون نشان می‌دهد. گلرخ به خاطر شوهرش خودش را به آب و آتش می‌زند و همه کار می‌کند تا بتواند ناصر معاصر را از زندان آزاد کند. مرگ ناصر به دست طلبکارانش به معنای مجازات او از سوی کارگردان است. بدین ترتیب فردی که شرط دوستی را به جا نیاورده کشته می‌شود و گلرخ در صحنه زندگی باقی می‌ماند.

در فیلم مارمولک قهرمان داستان خیلی لحظات بی‌آنکه بخواهد خودش بخواهد دارد به دیگران کمک می‌کند. در سکانس کمک به فقرا، کمک مالی او به یک پیرزن عامدانه و خودخواسته است. اما خدمت اصلی او شامل مواردی می‌شود که مردم را با دین آشتی می‌دهد. البته رضا مارمولک این کار را ناخواسته و بدون برنامه ریزی انجام می‌دهد.

در فیلم مکس شخصیت خواننده با اجرای کنسرت هایش مردم را شاد می‌کند و نوعی خدمت‌رسانی را انجام می‌دهد. هر چند محتوا و فرم اجرای کنسرت با آن چه که مسوولان دولتی فکر می‌کرده‌اند فرق دارد و سطح پایین است.

یافته‌های تحقیق در خصوص بازنمایی ارزش ارتباط با خدا در سینمای عامه پسند ایران:

در بین 20 فیلم نمونه تحقیق در 9 فیلم شاهد سکانس‌ها و نماها و دیالوگ‌هایی درباره ارتباط مثبت و منفی شخصیت‌ها با خداوند می‌باشیم. این فیلم‌ها به ترتیب تعداد کمیت ارتباط با خدا عبارت‌اند از مارمولک، ملک سلیمان، میم مثل مادر، من ترانه 15 سال دارم، اخراجی‌های 1، اخراجی‌های 2، کما.

در دو فیلم عروس خوش قدم و سگ کشی ضد ارزش قطع ارتباط با خدا با کنش خودکشی یا تصمیم به خودکشی شخصیت تصویر شده‌است. بقیه فیلم‌ها نیز در این رابطه سکوت کرده‌اند.

بررسی این فیلم‌ها نشان می‌دهد که شخصیت‌های فیلم‌ها در لحظات سختی و بحرانی به یاد خدا می‌افتند و از او کمک می‌گیرند. برخی چون ترانه (من ترانه 15 سال دارم) و سپیده (میم مثل مادر) به هدفشان می‌رسند و دعایشان مستجاب می‌شود. برخی نیز مثل حسن (کما) و رضا (مارمولک) با شکست مواجه می‌شوند و دعایشان بی‌اثر است.

در بین تمامی فیلم‌ها مارمولک و کما تنها فیلم‌هایی هستند که شخصیت منفی‌اش با خداوند ارتباط برقرار می‌کند. چرا که در دیگر فیلم‌ها این آدم‌های خوب و مثبت داستان هستند که به سوی ارتباط با خدا می‌روند.

از بین 157 شخصیت شمارش شده 13 شخصیت (8/2 درصد) در مجموع گرایش مثبت به ارزش ارتباط با خدا داشته‌اند.

از بین این 13 نفر 10 نفر مرد و 3 نفر زن می‌باشند.

از بین این 13 نفر رضا، عذرا، دل انگیز (مارمولک) و حسن (کما) آدم های منفی داستان هستند که با خدا ارتباط برقرار می کنند و بقیه مثبت یا خنثی و خاکستری اند.

از بین این 13 نفر رضا مارمولک، حسن، سلیمان پیامبر، سپیده و ترانه جزو شخصیت های اصلی فیلم هستند. بنابراین فقط در 5 فیلم پر فروش دهه 80 (25 درصد) قهرمان های اصلی با خداوند ارتباط معنوی برقرار کرده اند.

یافته های تحقیق در خصوص بازنمایی ارزش صداقت در سینمای عامه پسند ایران:

در رابطه با ارزش صداقت باید اشاره کرد که در 35 درصد فیلم ها فرد دروغگو شکست می خورد یا دستش رو می شود. یعنی این که دروغ به عنوان یک ارزش اخلاقی منفی بازنمایی شده است. در 40 درصد فیلم فرد دروغگو گاه شکست می خورد و گاه پیروز می شود. 15 درصد از فیلم ها راجع به دروغگویی موضع خاصی ندارند. چون سرنوشت فرد دروغگو نامشخص است و در حاشیه داستان قرار می گیرد. در 10 درصد از فیلم های نیز دروغ به عنوان یک ارزش اخلاقی منفی بازنمایی نشده است. یعنی فرد دروغگو عاقبت به خیر می شود.

در 35 درصد از فیلم ها یعنی فیلم های مارمولک (رضا)، درباره الی (سپیده)، کلاه قرمزی و سروناز (اژدر)، دایره زنگی (شیرین)، من ترانه پانزده سال دارم (امیر حسین و خانم کشمیری)، چهارشنبه سوری (مرتضی) و سگ کشی (ناصر و فرشته) فرد دروغگو شکست می خورد یا دستش رو می شود. بنابراین می توان گفت این فیلم ها گرایش زیادی به بازنمایی صداقت به عنوان یک ارزش اخلاقی پسندیده دارند.

در مرحله بعد می توان فیلم های کما، اخراجی های 1، اخراجی های 2، مکس، آواز قو، آتش بس، توکیو بدون توقف را قرار داد. در این فیلم ها گاه صداقت در قالب رفتارهای شخصیت های مثبت بازنمایی شده و گاه شخصیت های مثبت رفتار غیرصادقانه ای از خود نشان می دهند. همچنین گاه فرد با تکیه بر رفتارهای صادقانه پیروز می شود و گاه برعکس. بنابراین در این فیلم ها به طور قاطع نمی توان گفت که صداقت به عنوان یک ارزش اخلاقی مثبت بازنمایی شده است.

در فیلم چهارشنبه سوری دروغگوترین شخصیت قصه مرتضی است که رابطه اش را با سیمین از شخصیت ها و مخاطب مخفی می کند. با این که زنجیره ای از دروغ ها در فیلم گفته می شود؛ ولی از نگاه آخر مزده و آن سکوت طولانی می توان فهمید که او واقعیت را فهمیده است. شخصیت ها اگر چه با دروغ هایشان یکدیگر را موقتا فریب می دهند؛ ولی در نهایت همه چیز عیان می شود و رابطه پنهانی مرتضی لو می رود. سکانس پایانی که انزوای آدم ها را نشان می دهد، نشان از موضع گیری کارگردان درباره ارزش صداقت دارد. او بدین وسیله می خواهد زشتی و پلشتی دروغ را نشان بدهد.

درباره فیلم دایره زنگی می توان گفت کارگردان به جای نقد آدم ها بیشتر یک شرایط را نقد کرده است. در واقع فیلم دروغ و پنهان کاری را به عنوان یک معضل به تصویر می کشد؛ ولی موضع گیری مثبت یا منفی راجع به آدم هایی که مرتکب این عمل می شوند ندارد.

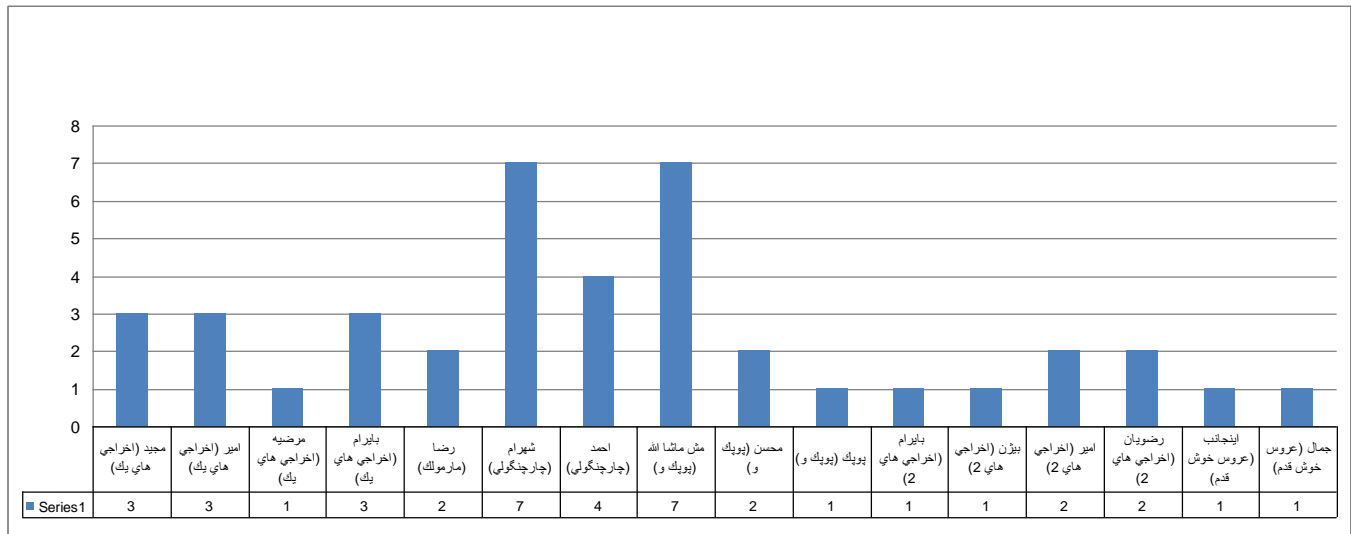
نام فیلم	شخصی که دروغ	انگیزه اش از دروغ گفتن	سرنوشت شخصیت
----------	--------------	------------------------	--------------

		می گوید	
موفق می شود	فریب دادن چند نفر از طلبکاران و آزاد کردن شوهرش از زندان	گلرخ کمالی	سگ کشی
اتفاقی کشته می شوند	پولدار شدن و ازدواج با دنیا	جمال و بهنام	عروس خوش قدم
موفق می شود	ازدواج با دختر مورد علاقه اش به نام ناهید	محسن	توکیو بدون توقف
زندگی شیرینش را ادامه می دهد	جبران زحمات سیمین خانم که به او محبت کرده است	روح انگیز	چهارشنبه سوری
شهادت می شود	تظاهر به مومن شدن و ازدواج با دختر مورد علاقه	مجید	اخراجی های یک
نامشخص است	تظاهر به مومن شدن و ازدواج با دختر مورد علاقه	بایرام	اخراجی های یک
نامشخص است	آزار و اذیت دیگران با هدف تفریح و خوشگذرانی	عطا	توفیق اجباری
ازدواج می کند	ازدواج با زهره	ماشاء الله	پوپک و مش ماشاءالله
جزو اسرای خوب معرفی می شود	ترس از شکنجه های دشمن در هنگام اسارت	بایرام	اخراجی های دو
دروغش لو نمی رود و پنهان می ماند	نمایش تیزهوشی اش نسبت به همسر و ترس از بهانه گیری های او	سایه	آتش بس
موفق می شود	تظاهر به مومن بودن و گاه تفریح و سرگرمی	احمد	چارچنگولی
نامشخص است	ظاهرسازی پیش دانش آموزان مدرسه و تظاهر به دینداری	مهناز	دایره زنگی

جدول شماره 1: شخصیت‌هایی که به کمک دروغ به هدفشان رسیده‌اند یا این که فیلم پایان خوش یا نامعلومی را برایشان رقم زده است.

یافته های تحقیق در خصوص بازنمایی ارزش حجب و حیا در سینمای عامه پسند ایران: در 40 درصد فیلم‌ها یک یا چند بار حریم شکنی در حوزه حجب و حیا از سوی حداقل یکی از شخصیت‌ها صورت گرفته است و 20 درصد فیلم‌ها حاوی پیام‌های مثبت درباره گرایش به حجب و حیا هستند. در فیلم‌های مکس، آواز قو، توفیق اجباری، درباره الی و توکیو بدون توقف هیچ گونه گرایش منفی یا مثبت به ارزش حجب و حیا از سوی هیچ شخصیتی دیده نمی‌شود. فیلم‌های چهارشنبه سوری، میم مثل مادر، کلاه قرمزی و سرو ناز و من ترانه پانزده سال دارم (20 درصد فیلم‌ها) حاوی پیام‌های مثبت درباره گرایش به حجب و حیا هستند. مکس، آواز قو، توفیق اجباری، درباره الی، توکیو بدون توقف، ملک سلیمان و دایره زنگی را می‌توان فیلم‌هایی خنثی در این رابطه به شمار آورد. در دیگر فیلم‌ها (8 فیلم) یک یا چند پیام منفی درباره موضوع حجب و حیا وجود دارد.

بیشترین گرایش منفی به حجب و حیا از سوی شخصیت‌ها به ترتیب در فیلم‌های اخراجی‌های یک (11 کنش منفی)، چارچنگولی (11 کنش منفی)، پوپک و مش ماشا الله (10 کنش منفی)، اخراجی‌های 2 (6 کنش منفی)، آتش بس (4 کنش منفی)، عروس خوش قدم (2 کنش منفی) مشاهده می‌شود.



نمودار شماره 5: گرایش منفی شخصیت‌ها به ارزش حجب و حیا

البته در مقابل فیلم‌های کمدی مثل مکس، توفیق اجباری، دایره زنگی، توکیو بدون توقف را داریم که برای خندانند مخاطب دست به دامان عناصر سخیف و مبتذل نشده‌اند.

از آن طرف فیلم‌های اجتماعی با درجات مختلف گرایش مثبتی به این ارزش نشان می‌دهند. این فیلم‌ها بیشتر در پی میرا نشان دادن شخصیت زن از بدی‌ها و پلیدی‌ها می‌باشند. در فیلم‌هایی مثل سک کشی، من ترانه پانزده سال دارم، میم مثل مادر، درباره الی و آواز قو زن‌های قهرمان انسان‌هایی پاکدامن و نیکوکار معرفی می‌شوند.

اشاره به روابط جنسی در فیلم‌ها صرفاً از طریق دیالوگ و یا نمایش اتاقی که دو نفر زن و مرد به آن وارد می‌شوند صورت می‌گیرد. مثلاً: در فیلم پوپک و مش ماشا الله شخصیت اصلی به زنی که می‌خواهد با او ازدواج کند (با بازی بهاره رهنما) می‌گوید: با هم می‌ریم خونه مون، بعد هم صبح می‌شه.

نتیجه گیری کلی:

یکی از ضعف‌های بزرگ کارهای سینمایی الصاق مستقیم و **لحن گل درشت** مفاهیم و ارزش‌های اخلاقی به قصه است. در یک فیلم اخلاق محور قصه همه چیز را به دوش می‌کشد و پیام‌های اخلاقی در یک ساختار دراماتیک درست پردازش می‌شود. بدون این که مخاطب این فرایند تربیتی را حس کند یا پیام اخلاقی در کنار درام امری زاید به نظر برسد. بازنمایی دین و مفاهیم و ارزش‌های اخلاقی در آثار نمایشی از آن جا که قرار است تصویر زبان سخن این مفاهیم باشد، بسیار دشوار و پیچیده است که هم به مخاطب شناسی و زمان شناسی نیازمند است و هم به زبان شناسی درام و ظرافت‌های آن. **به ویژه وقتی که قرار است تحول اخلاقی یک شخصیت دستمایه کار قرار بگیرد.** گاه بسیاری از این تحولات فاقد منطق روان شناختی و حتی مذهبی بوده و خیلی ناگهانی و لحظه‌ای و سطحی رخ می‌دهد. بازنمایی این گونه تحولات اخلاقی بیش از هر چیز باید در بستر درام شکل گرفته و دلایل عقلانی و روان شناختی داشته باشد. روایت غیر منطقی از این دگردیسی اخلاقی که ریشه در

شخصیت پردازی ناپخته و خام دارد یا تصویر ذهنی غلط نویسنده از شخصیت و موقعیت انسانی او موجب می‌شود تا پیام اخلاقی تاثیر پذیری لازم را نداشته باشد.

در 30 درصد فیلم‌های مورد بررسی آدم‌های بد به یکباره متحول می‌شوند و به اصطلاح راه صد ساله را یک شبه طی می‌کنند و عاقبت بخیر می‌شوند. یکی از مسائل مهم در بحث رابطه اخلاق و سینمای عامه پسند ایران موضوع تحول‌های یک باره شخصیت‌های شرور است. فیلمسازان باید از نمایش تحول یک باره یک شخصیت خوب به بد و یا برعکس بپرهیزند. به جای این کار باید بستری تدریجی برای تحول شخصیت فراهم کنند و نمایش دهند چطور او در نتیجه کشمکش‌های درونی اش راه رستگاری یا تباهی را انتخاب می‌کند. فیلمسازان کمدی باید از نمایش دیالوگ‌ها و رفتارهایی که لودگی شخصیت را نشان می‌دهد و صرفاً جهت خنده آفرینی طراحی شده پرهیز کنند. نمایش بی اخلاقی در یک فیلم کمدی باید در جهت نقد یکی از آسیب‌های اجتماعی باشد. نه لودگی و تمسخر شخصیت‌های درون فیلم. بیان مسائل غیراخلاقی و زننده باید در جهت هدف اخلاقی مشخصی باشد. نه با انگیزه تشویق دیگران به انجام اعمال ناشایست و یا ایجاد جذابیت‌های کاذب در فیلم و رونق دادن به گیشه. شخصیت‌های شرور و منفی نباید به گونه‌ای جذاب و دوست داشتنی بازنمایی بشوند.

Archive of SID

- احمدی، بابک. (1380). *مدرنیته و اندیشه انتقادی*. تهران: مرکز، چاپ چهارم.
- اجلالی، پرویز (1383). *دگرگونی اجتماعی و فیلم های سینمایی در ایران*. تهران: فرهنگ و اندیشه، چاپ اول.
- بکر، مریلین. (1387). *اخلاق در فیلمنامه نویسی، ترجمه مریم خرقة پوش*. تهران: انتشارات بنیاد سینمایی فارابی.
- پاینده، حسین. (1381). *جایگاه ادبیات عامه پسند در مطالعات فرهنگی، فصلنامه ارغنون (ص 203-214)*، ش 20.
- تابش، نصرت الله. (1390). *اخلاق و سینما*. ماهنامه فیلم نگار (ص 3-5)، شماره 103.
- تن، اکلسیس. (1388). *نظریه ها و پژوهش های ارتباط جمعی*. (نعیم بدیعی، مترجم)، تهران: انتشارات همشهری.
- دلاور، علی. (1385). *مبانی نظری و علمی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*. تهران: انتشارات رشد.
- رفیع پور، فرامرز. (1378). *وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش های اجتماعی*. تهران: مرکز پژوهش های سازمان صدا و سیما.
- شهبازی، شاپور. (1390). *تئوری های فیلمنامه در سینمای داستانی*. تهران: نشر چشمه.
- شیخ محمدی، علی. (1383). *تعامل فرهنگی اجتماعی فیلم مردم پسند*. تهران: انتشارات سوره مهر.
- دادویی، رضا. (1388). *پرونده سینما و اخلاق، فصلنامه هنر و اندیشه*. (ص 4-8)، انتشارات ناجی هنر، تهران: سال اول، شماره 3.
- فتحعلی خانی، محمد. (1386). *آموزه های بنیادین علم اخلاق*. جلد اول. تهران: انتشارات مرکز اطلاعات و مدارک اسلامی.
- محبی، سیده فاطمه. (1379). *مجموعه مقالات همایش زن و سینما*. تهران: انتشارات سفیر صبح.
- میرفخرایی، تژا. (1381). *رمان های عامه پسند و گفتمان فرهنگی*. شورای فرهنگ عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- موناکو، جیمز. (1385). *چگونگی درک فیلم*. (حمیدرضا احمدی لاری، مترجم). تهران: انتشارات بنیاد سینمایی فارابی.
- نوذری، حسینعلی. (1384). *نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی و انسانی*. تهران: نشر آگه.

- Dainton M and Zelly E (2005). *Applyng communication theory for profesional llife*, sage publications
- Mcquail D (2006). *Mcquail s Masscommunication theori*, sage publications.
- Bandura A (2002). "social cognitive theory of Mass communication" in J.Bryant and D.zillman (eds), Media Effects: Advances in theory and Research Hills dale NJ:Erlbaum.

Representation of values and social norms in 80's Iranian cinema blockbuster movies

Tejha Mirfakhrayi (PhD) *
Ehsan Rahimzadeh (MA) **

Abstract

This research has been done to examine the ethnic values in the best seller Iranian movies in 80s. Qualitative and quantitative contents analysis have been used in this research. Five main social values has been studied: honesty, politeness, cooperation, modesty and Relationship with God.

Statistical society is the highest grossing films in 80s that among them 20 movies has been chosen. This statistical society has been picked to observe the ethical tendency in popular movies.

In general, 2028 ethical scenes has been selected among those movies which among them, 951 scenes were moral and 1077 scenes were immoral. This research is formed based on some principle communication theories such as Representation Theory (Stuart Hall) and Theory of Culture Industry (Theodor W. Adorno).

The result of this research represents that the most shown moral value in that movies is cooperation and the other values have not been paid attention a lot.

In 30 percent of the analyzed movies the negative characters with weak moral values, would achieve salvation or their destiny is not obvious. In 45 percent of the studied movies, there is immoral orientation in at least one of the selected ethical values. Also, in 50 percent of the studied movies, the average of ethical orientation is positive and in 50 percent of them, there is negative orientation or no specific orientation at all.

Among the selected movies, "I am Taraneh,15" has become the best ethical movie and the two movies "Char Changooli " and "Poopak va Mash Mashallah" have negative ethical orientation in three of selected ethical values and they are at the lowest part of the ethical movies' list.

Keyword: ethical values, negative and positive value orientation, action figures, representation, blockbuster movies in 80s.

* Assistant Professor and Faculty Member-Islamic Azad University/Tehran Central Branch

msstudenttez@gmail.com

** MA in Communication-Islamic Azad University/Tehran Central Branch

ehsancinema88@gmail.com