

واکاوی ارزش‌های فرهنگی سینمای در دهه قبل از انقلاب اسلامی ایران

فرشته مجیدی ویزنه^۱، سید علی رحمان زاده^{۲*}، حسن خجسته باقر زاده^۳، سید محمود نجاتی حسینی^۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۱/۲۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۲۹

DOI: 10.30495/JISDS.2022.66693.11710

چکیده

مطالعات مختلف انجام شده در حوزه‌ی ارزش‌های فرهنگی در ایران از دیدگاه‌های متفاوتی به این موضوع پرداخته اند، اما به نظر می‌رسد که دسته‌بندی جامعی از ارزش‌های سنتی و مدرن در جامعه‌ی ایران صورت نگرفته است. یافته‌ی اصلی از مرور بر پژوهش‌های مربوط به موضوع پژوهش نشان از دوگانگی ارزشی (سنتی و مدرن) در ایران است. اصلی‌ترین ارزش‌های سنتی عبارتند از ارزش‌های دینی، خانوادگی و جمع‌گرایی و ارزش‌های مدرن تنوع‌طلبی، لذت‌طلبی، استقلال، جاه‌طلبی، فردگرایی و کسب تجربه‌ی جدید است. در پژوهش حاضر با شناسایی ارزش‌های فرهنگی بازنمایی شده در محتوای فیلم‌های سینمایی و با استفاده از نظریه‌های آلپورت، روکیچ، ساختار مدور شوارتز، نظریه رفیع پور، جان استوارت ونظریه هال و از طریق روش تحلیل گفتمان به مطالعه‌ی ارزش‌های پرداخته شده است. در تحلیل گفتمان مجموعه شرایط اجتماعی، زمینه وقوع متن یا نوشتار، گفتار، ارتباطات غیرکلامی و رابطه ساختار و واژه‌ها در گزاره‌ای کلی نگریسته می‌شود. با توصیف، تفسیر و تبیین ارزش‌های فرهنگی بازنمایی شده در محتوای فیلم‌های سینمایی در دهه قبل از انقلاب اسلامی ایران (فیلم در امتداد شب، قیصر، طوقی، گاو، سوت دلا، گنج قارون) دیالوگ فیلم‌ها از طریق ارزش‌های قدرت، موفقیت، لذت طلبی، برانگیختگی، استقلال، جهان‌گرایی، خیرخواهی، سنگرایی، همنوایی، امنیت‌گرایی، مشروعیت بخشیدن به ثروت، ارزش‌های مذهبی، ارزش‌های ملی با نرم‌افزار maxqda مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. براساس نتایج حاصله از این پژوهش مشابهت‌های بینامتنیت ارزش‌های گفتمان فرهنگی بازنمایی شده در فیلم‌های یک دهه قبل از انقلاب، خیرخواهی، قدرت، سنت‌گرایی، لذت طلبی و ارزش‌های مذهبی است. ارزش‌های گفتمانی بیناگفتمانیت، خیرخواهی، سنت‌گرایی و ارزش‌های مذهبی برجستگی بیشتری در فیلم‌های یک دهه قبل از انقلاب دارند. با بررسی و تحلیل فیلم‌های ساخته شده در این ایام، می‌توان بیان داشت که فیلم‌های این دهه، در جهت خیرخواهی، سنت‌گرایی و ارزش‌های مذهبی بوده است.

واژگان کلیدی: ارزش فرهنگی، بازنمایی، سینمای انقلاب، فیلم سینمایی ایرانی، واکاوی

^۱ گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. a_16162003@yahoo.com
^۲ گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). salirahmanzadeh@gmail.com
^۳ گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران. khojastehasan@yahoo.com
^۴ گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران. nejati.hosseini@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

سینما یکی از وسایل ارتباطی است که با وجود عمر کوتاه یک صد ساله، به دلیل جذابیت‌های خاص به سرعت جای خود را در زندگی مردم باز کرده است. این رسانه علی‌رغم فراز و نشیب‌هایی که داشته، همواره بیش از یک وسیله سرگرمی مدنظر بوده است. زیرا محصولات آن نقش بلند مدتی را در شکل‌گیری فرهنگ مردم بر عهده داشته‌اند. سینما در عین اینکه صنعتی عظیم و متنوع و هنری پیچیده است، نیرویی اجتماعی نیز محسوب می‌شود (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۲۳). فیلم‌سینمایی و تصویر متحرک، محصول شرایط فنی، اقتصادی، اجتماعی و روانی ویژه‌ای بود که به طور مشخص در آن محدوده جغرافیایی و فرهنگی که با عنوان غرب شناخته می‌شود پدید آمده بود. اما این پدیده در غرب نماند و به سراسر جهان پراکنده شد. پراکنده شدن این پدیده عالم‌گیر در جهان، توجهات بسیاری را به خود جلب کرد. جدا از اهمیتی که این پدیده برای اهل سینما داشت بسیاری از فیلسوفان و نظریه پردازان را نیز به خود مشغول کرد. برخی آن را به عنوان تولیدی مبتذل و صنعتی نادیده انگاشته یا تقبیح کرده و برخی دیگر به عنوان آفرینشی هنری و اندیشه‌ای مورد توجه و تمجید قرار داده‌اند. برخی نظریه پردازان در مبنای سینما در باب مطالعه سینما و اهمیت آن در سده بیستم معتقدند که مطالعه سینما در درک ارزش‌های انواع و قالب‌های مختلف سینمایی نظیر سینمای وسترن، افسانه‌ای، علمی و یا ترکیبی از آنها نظیر وسترن و ترسناک و در کنار آن، دینی که فیلم‌های قدیمی به گردن فیلم‌های جدید دارند نیز مفید و مؤثر است. برخی دیگر از نظریه پردازان جدا از ارزش‌های تکنیکی پدیده‌ای مانند سینما به تأثیرات معرفت‌شناسی و انسان‌شناسی این پدیده تأکید کرده‌اند. گروهی دیگر از نظریه پردازان بر بسط و گسترش ارزش‌های انسانی توسط این پدیده جدید تأکید کرده‌اند که معجزه هنری قرن بیستم نام‌گذاری شد. زیرا بخش بزرگی از هنرهای دیگر رادرخودش جمع کرد. در واقع سینما هنری است چند وجهی و از این رو، تأثیراتی بسیار افزون‌تر از هنرهای دیگری چون نقاشی و تئاتر. در قرن بیستم و بیست و یکم داشته و دارد. بی‌شک در سایه همین تأثیر شگرف است که سینما قادر به نقش آفرینی مؤثری در بسط ارزش‌های اخلاقی در میان مخاطبان و جامعه است یعنی سینما، تأثیر هنرهایی چون نمایش، صدا و تصویر، رنگ و لعاب نقاشی و ویدیویی را یکجا درخود دارد. ورود پدیده سینما به ایران به آرامی صورت گرفت اما به سرعت در بین بدنه روشنفکران و هنرمندان رشد کرد. به ویژه در دهه ۳۰، ۴۰ و ۵۰ شمسی، سینمای ایران، تولیدات عظیمی خلق کرد که به بسیاری از کشورهای منطقه صادر می‌کرد. سینما نقش بسیار مهمی در ایجاد یا خلق فرهنگ، تغییر فرهنگ و فرهنگ‌پذیری افراد جامعه دارد و باید ارزش‌هایی را که ترویج و با خود حمل می‌کند شناسایی شود، با انجام این پژوهش ضرورت دارد که ارزیابی شود تا مشخص شود که چه ارزش‌هایی بر محتوای سینمای قبل از انقلاب اسلامی حاکم بوده است. آیا می‌توان از ارزش‌های مطلق و پایدار در جامعه ایرانی رگه‌هایی بدست آورد؟... آنچه ما به مثابه یک مخاطب از ارزش‌های اجتماعی می‌دانیم ناشی از تجربه مواجهه با گزارش‌ها و تصاویری است که بواسطه رسانه‌ها به ما ارائه شده‌است. بنابراین مطالعه بازنمایی رسانه‌ای در مطالعات رسانه‌ای، ارتباطی و فرهنگی بسیار مهم و محوری است. از آنجائی که نمی‌توان جهان را با تمام پیچیدگی‌های بی‌شمار آن به تصویر کشید، ارزش‌های خبری، فشارهای پروپاگاندا، تهبیح، تقابل (که ما را از دیگران جدا می‌سازد) یا تحمیل معنا در قالب مجموعه‌ای از پیچیدگی‌های [فنی و محتوایی] ارایه می‌دهند. براین اساس بازنمایی عنصری محوری در ارایه تعریف [از واقعیت] است. . . بازنمایی، تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. به این معنی که معنا از طریق نشانه‌ها، به ویژه زبان تولید می‌شود. زبان سازنده‌ی معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و صرفاً واسطه‌ای خنثی و بی‌طرف برای صورت‌بندی معانی و معرفت درباره جهان نیست. فرایند تولید معنا از طریق زبان را رویه‌های دلالت می‌نامند. لذا آنچه واقعیت نامیده می‌شود خارج از فرایند بازنمایی نیست. البته این بدان معنا نیست که هیچ جهان مادی واقعی وجود ندارد، بلکه مهم معنایی است که به جهان مادی داده می‌شود. استوارت هال می‌گوید: «هیچ چیز معناداری خارج از گفتمان وجود ندارد؛ و مطالعات رسانه‌ای وظیفه‌اش سنجش شکاف میان واقعیت و بازنمایی نیست بلکه تلاش برای شناخت این نکته است که معانی به چه نحوی از طریق رویه‌ها و صورت‌بندی‌های گفتمانی تولید می‌شود. از دیدگاه هال، ما جهان را از طریق

بازنمایی می‌سازیم و بازسازی می‌کنیم. استورات هال بازنمایی را به همراه تولید، مصرف، هویت و مقررات، بخشی از چرخه فرهنگ می‌داند. او بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای گفتن چیزی معنادار یا برای نمایش دادن جهان معنادار به افراد دیگر تعریف می‌کند. بازنمایی بخشی اساسی از فرایندی است که به تولید معنا و مبادله آن میان اعضای یک فرهنگ می‌پردازد و شامل استفاده از زبان، نشانه‌ها و ایماژهایی می‌شود که به بازنمایی می‌پردازد (هال و جالی، ۱۹۹۷: ۱۵). هال استدلال می‌کند واقعیت به نحو معناداری وجود ندارد و بازنمایی یکی از شیوه‌های کلیدی تولید معناست. معنا صریح یا شفاف نیست و از طریق بازنمایی در گذر زمان، یک دست باقی نمی‌ماند. معنای بی‌ثبات یا لغزنده است و همیشه قرار ملاقاتش با حقیقت مطلق را به تاخیر می‌اندازد، همیشه برای هم‌طین شدن با موقعیت‌های جدید مورد مذاکره قرار می‌گیرد و تغییر می‌یابد، اغلب مورد مجادله بوده و هرازگاهی به شدت بر سر آن جنگ شده است... معانی به شدت در رابطه با قدرت ثبت و حک می‌شوند (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۶). به عبارت دیگر بازنمایی یکی از کارکردهای فرهنگی است که معنا را تولید می‌کند. تأکید بر کردارهای فرهنگی در اینجا بدین معنی است که مشارکت کنندگان در یک فرهنگ هستند که به افراد، ایزه‌ها و حوادث معنا می‌بخشند. چیزها فی‌نفسه دارای معنا نیستند. بنابراین معنای چیزها، محصول چگونگی بازنمایی آن‌هاست و فرهنگ، تفسیر معنادار چیزهاست. معنایی که محصول بازنمایی افراد از آن‌هاست و بازنمایی به عملکرد تأثیرگذار چیزها برای ما بستگی دارد (هال: ۱۹۹۷: ۱). مطالعات فرهنگی با اتخاذ نگرشی برسازنده درباره بازنمایی باور دارد که پدیده‌ها فی‌نفسه قادر به دلالت نیستند بلکه معنای پدیده‌ها ناگزیر باید از طریق واسطه فرهنگ، بازنمایی شود. بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای نیز نه امری خنثی و بی‌طرف، که آمیخته روابط و مناسبات قدرت جهت تولید و اشاعه معانی مرجح در جامعه در راستای تداوم و تقویت نابرابری‌های اجتماعی است. اگر بپذیریم که معنا واجد ماهیتی ثابت و تضمین شده نیست بلکه از بازنمایی‌های خاص طبیعت در فرهنگ ناشی می‌شود، آن‌گاه می‌توان نتیجه گرفت که معنای هیچ چیز نمی‌تواند تغییر ناپذیر، غایی یا یگانه باشد. در واقع، معنای هر چیز همواره از یک زمینه بر می‌آید و مشروط به عواملی دیگر و همچنین تابع مناسبات متحول‌شونده قدرت است. بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای نه امری خنثی و بی‌طرف، که آمیخته به روابط و مناسبات قدرت جهت تولید و اشاعه معانی مرجح در جامعه در راستای تداوم و تقویت نابرابری‌های اجتماعی است (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۶). ریچارد دایر درباره بازنمایی این پرسش را مطرح می‌کند که چه کسی، کدام گروه را به چه شیوه‌ای باز می‌نمایاند. به دنبال چنین رویکردی است که موضوع رابطه میان «بازنمایی»، «قدرت» و «ایدئولوژی» پدیدار می‌شود. به این معنا که بازنمایی فرایند نمایش شفاف واقعیت از طریق رسانه‌ها نیست بلکه اساساً فرایندی است که طی آن برخی امور نمایانده می‌شوند در حالی که بسیاری از امور مسکوت می‌مانند؛ در واقع آنچه بازنمایی می‌شود، احتمالاً با منافع عده خاصی گره خورده است. در اندیشه‌های پست‌مدرنیستی و آنچه رولان بارت بر آن تأکید دارد، «چگونه» واجد اهمیت است و نه «چه». به بیان دیگر چگونگی امور واجد اهمیت است، نه آنچه در اندیشه‌های اومانستی و فضل‌فروشان بورژوازی در پیوند با «چیستی» می‌گذرد. اما در گرماگرم مجادلات میان «چه» و «چگونه»، آنچه مغفول می‌ماند، «چرایی» بازنمایی و یا به تعبیری سیاست بازنمایی است. چرا که یک نوع بازنمایی در یک لحظه خاص تاریخی و در پیوند با شخص، مضمون، نژاد، جنسیت و یا طبقه خاص پذیرفتنی است و در مواقع دیگر ممنوع شمرده می‌شود. رولان بارت همیشه بر چگونگی بازنمایی تأکید می‌ورزید و با این تمرکز، به نوعی متنی کردن و شکل تازه‌ای از سیاست اشاره داشت. به طور کلی می‌توان گفت که در دایره فرهنگی و اندیشگی امروز، بازنمایی زنان، اقلیت‌های نژادی و دیگر گروه‌های سرکوب شده و به حاشیه رانده، مضمون نقد و نظرهای گوناگون بوده است. این نظریات قایل به این است که بازنمایی به هیچ وجه نمی‌تواند طبیعی و خنثی و مستقل از واقعیت‌های بیرونی باشد و همیشه از سوی کدهای فرهنگی موجود و از پیش‌بوده ساخته و پرداخته می‌شود. به عبارت دیگر، بازنمایی فرآیندی است که به وسیله آن، اعضای یک فرهنگ، از زبان برای تولید معنا استفاده می‌کنند. در نتیجه، معنا، همیشه از فرهنگی به فرهنگ دیگر و از زمانی به زمان دیگر تغییر می‌کند. به این علت که معنی در حال تحول است و رمزگان‌ها بیشتر به صورت قراردادهای اجتماعی عمل می‌کنند تا به صورت قوانین ثابت و غیر قابل نقض.

طبیعی، منصور؛ محمدتقی نژاد اصفهانی، رعنا؛ (۱۳۹۹) با تحلیل گفتمان انتقادی، فرودستی زنان از خلال چهار فیلم سینمایی عروس آتش، کاغذ بی خط، خانه پدری و ناهید را تحلیل کرده اند و به این نتیجه رسیده اند که زنانگی‌های مدرن و سنتی نه تنها در تقابل باهم قرار می‌گیرند، بلکه از سویی دیگر، دال زنانه در مقابل سوژه‌های مرد سنتی و مدرن نیز بازنمایی می‌شود.

عظیمی دولت آبادی و داوری مقدم (۱۳۹۸) این پژوهش وضعیت حضور زنان سینماگر در سینما را طی دوره قبل و بعد از انقلاب اسلامی (سال‌های ۱۳۴۷-۱۳۹۲) بررسی کرده است. براساس یافته‌های این پژوهش حضور زنان در عرصه‌های مختلف سینما به استثنای نقش خوانندگی و تا حدودی بازیگری در دوره بعد از انقلاب نسبت به قبل از آن افزایش داشته است. در دوره پیش از انقلاب حضور زنان در نقش بازیگر و خوانندگی در سینما پر رنگ بوده است. در گروه کارگردانی، گروه چهره پردازی و گروه صحنه و لباس حضور زنان سینماگر افزایش داشته است. در دوره سازندگی حضور زنان در جایگاه‌های مختلف تولید فیلم افزایش یافته است. در دوره عدالت محوری، در سه عرصه مهم بازیگری، موسیقی و صدا با کاهش حضور زنان سینماگر مواجه هستیم بحرینی و حسینی (۱۳۹۷) با توجه به نظریه مطالعات فرهنگی چگونه فرهنگ و ابزار آن، بازنمایی-زبان- در عین حال که معنا را با توجه به هنجارهای فرهنگ و گفتمان مسلط تثبیت میکنند، همواره راه را بر ساختارشکنی از خود و ظهور خوانش‌های نو باز می‌گذارند. بنابراین، علیرغم فرهنگ و گفتمان مسلط، همواره میتوان معنای جدید خلق کرد که شاید بتواند رخدادهایی شوند که جریان فرهنگ و هنر را به مسیرهای تازه‌ای ببرند. صابری و ترک (۱۳۹۶) به اخلاق و ارزش‌های انسانی در فیلم‌های سینمایی قبل و بعد از انقلاب اسلامی پرداخته اند. نویسندگان مقاله نتیجه می‌گیرند که در سینمای قبل از انقلاب ارزش‌ها جایگاه فرعی و کوچک داشتند و در میان ابتدال و سطحی‌گری به سختی قابل تشخیص هستند. اما سینمای پس از انقلاب در انطباق با جامعه، فراز و نشیب‌های جامعه را، در قالب داستان روبرویی با موانع، مشکلات و چگونگی فائق آمدن بر آنها با تاکید بر ارزش‌های اخلاقی و آموزه‌های دینی ترسیم می‌کند. رهبرقاسمی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای به ارزش‌های فرهنگی و تاثیرات آن بر نگرش اقتصادی و سیاسی شهروندان پرداخته اند. نتایج نشان می‌دهد که اولاً ارزش‌های فرهنگی در مقایسه با متغیرهای جمعیت شناختی قدرت تبیین‌کنندگی بیشتری داشتند. ثانیاً با تقسیم ارزش‌های فرهنگی به ۴ بعد آمادگی برای تغییر، حفاظت، خودافزایی و تعالی بر اساس نظریات شورتز، نتایج نشان می‌دهد که ارزش تعالی (شامل ارزش‌های جهان‌گرایی و خیرخواهی) باعث گرایش شهروندان به سمت تفکرات سوسیالیسم اقتصادی می‌شود و افرادی که از ارزش‌های تعالی ضعیف‌تری برخوردار هستند عمدتاً به سمت بازار آزاد در حوزه‌های اقتصادی گرایش پیدا می‌کنند. از سوی دیگر یافته‌ها در مورد نگرش‌های سیاسی نشان می‌دهد درحالی که ارزش‌های آمادگی برای تغییر، خودافزایی و تعالی افراد را به سمت گروه‌های سیاسی دموکراتیک سوق می‌دهد، اما ارزش حفاظت باعث گرایش افراد به گروه‌های سیاسی محافظه کار می‌شود.

احمدی و قادرزاده (۱۳۹۵) در مقاله گونه‌شناسی ارزش‌های فرهنگی مبتنی بر هویت، نتایج نشان از بالا بودن معناداری شدت احساس هویت قومی نسبت به دو سطح دیگر از هویت بوده است. نتایج از بالاتر بودن احساس هویت جهانی در مقایسه با احساس هویت ملی حکایت دارد. سه سطح از هویت، هویت‌های قومی، ملی و جهانی روابط متفاوتی با یکدیگر را در نمونه و جامعه آماری مورد مطالعه نشان می‌دهند. هاشمی و فرخی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به بازنمایی نگرش مردم به روحانیت در سینمای ایران (مورد مطالعه: سه فیلم زیرنورماه، مارمولک و طلا و مس) پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که در این فیلم‌ها نسبت به فاصله گرفتن روحانیت از متن جامعه و سنتی بودن روحانیت و استفاده ابزاری روحانیت از لباس مقدس و در پی قدرت و ثروت بودن روحانیون نگرش منفی وجود دارد. بارلت و همکاران (۲۰۰۸) نیز در تحقیقی تأثیر رسانه‌های جمعی بر هویت جنسیتی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج بیانگر آن بود که رسانه‌های جمعی از طریق برنامه‌های خود تصویرهای ایده‌آل از بدن زنان و مردان به مخاطبان خود ارائه (محمدی و کرمانی، ۱۳۹۸). در تحقیقی دیگر، فانگ و اریکما (۲۰۰۰) تفکرات کلیشه‌ای جنسیتی در برنامه‌های تلویزیونی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که تفکرات قالبی درباره جنسیت در میان مردم و برنامه‌های تلویزیونی به وضوح قابل

مشاهده است و تلویزیون کلیشه‌های جنسیتی را منطقی و برخاسته از واقعیت جلوه می‌دهد و با نشان دادن این نقش‌های کلیشه‌ای این گونه تفکرات را باز تولید میکند. استوارت هال (۱۹۹۷) از نظر او بازنمایی به معنای تولید معنا بوسیله زبان است. گفتمان و تصویر نقش اساسی را در مطالعات اخیر در مورد فرهنگ ایفا می‌کند.

جورج گربر در اوایل دهه ۱۹۶۰ در یک پروژه تحت عنوان «مطالعه شاخص‌های فرهنگی» که حدود دو دهه ادامه داشت به بررسی موضوع خشونت در برنامه‌های تلویزیونی پرداخت. نتایج تحقیق گربر نشان داد که «بینندگان پرمصرف» تحت تأثیر محتوای خشونت آمیز برنامه‌های تلویزیونی، باورهای اغراق آمیز از خشونت در جهان واقعی پیدا می‌کنند و جهان را بیش از آنچه واقعاً هست ناامن و خطرناک می‌پندارند. تلویزیون ممکن است تماشاگران پرمصرف را به درک دنیای پست سوق دهد (باهنر و جعفری کیدقان، ۱۳۸۹: ۱۳۹؛ به نقل از: محمدی و کرمانی، ۱۳۹۸). از این رو مقاله حاضر در پی آن است تا ضمن تعریف و دسته بندی ارزش‌های فرهنگی، تبلور آن را در فیلم‌های سینمایی قبل از انقلاب اسلامی بررسی کند. به طور مشخص مسئله مطرح این است که محتوای فیلم‌های سینمایی پیش از پیروزی انقلاب اسلامی ایران چه نوع ارزش‌های فرهنگی را بازنمایی می‌کند؟

پیشینه نظری و مفهومی پژوهش

نظریه آپورت از ارزش‌ها

ارزش‌های شش گانه‌ی آپورت به شرح ذیل تدوین شده اند.

۱. ارزش‌های نظری (علمی): علاقه‌ی شدید به کشف حقیقت: هدف اصلی فرد در زندگی، نظام و قاعده بخشیدن به شناخت و معرفت است.
۲. ارزش‌های اقتصادی: تأکید بر ارزش‌های مفید و علمی اقتصادی است.
۳. ارزش زیباشناسی (هنری): بیشترین تأکید بر شکل و توازن لذت پذیر از هر تجربه و ارزیابی آن برحسب ظرافت تقارن و هم نوایی است.
۴. ارزش اجتماعی: عشق به مردم، نوع دوستی و انسان گرایی است.
۵. ارزش‌های مذهبی: معطوف به عوالم روحانی، جست و جوگری، وحدت در تجربه‌ها و علاقه مند به درک هستی به عنوان یک کل متقارن و هم نوا است.
۶. ارزش‌های سیاسی: علاقه مند به قدرت و نفوذ شخصیتی و شهرت که الزاماً محدود به حوزه‌ی سیاست نیست (احدی، ۱۳۸۰)

نظریه روکیچ از ارزش‌ها

از دید روکیچ ارزش‌ها، راهنمای عمل، رفتار و قضاوت هستند. از دید او ارزش‌های ابزاری به شیوه‌های رفتاری اشاره دارند و ارزش‌های غایی بر حالت‌های غایی، که به دو دسته فردی و اجتماعی تقسیم می‌شوند.

نظریه ساختار مدور ارزش‌های شوارتز

پایه نظریه شوارتز نظریه روکیچ است (فرامزی، ۱۳۷۸). تأکید عمده شوارتز در نظریه‌ی خود بر دو بعد محتوا و ساختار ارزش‌هاست. محتوای ارزش‌ها: "شوارتز" و "بیلیسکی" (۱۹۸۷) اعلام کردند که محتوای اولیه ارزش‌ها، نوعی علاقه‌ی انگیزشی است که آن ارزش در بر دارد. این دو، نوعی سنخ شناسی از محتواها و خصوصیات ارزش‌ها را با این استدلال استخراج کردند که ارزش‌ها در شکل اهداف آگاهانه، بیانگر سه نیازمندی جهانی هستند که همه‌ی افراد و جوامع می‌بایستی به آن‌ها پاسخ دهند. این

سه نیازمندی جهانی عبارتند از: (۱) نیازهای جسمی و زیستی افراد (۲) نیاز به تعامل اجتماعی هماهنگ و (۳) نیازهای حیاتی و رفاهی گروه. این نیازها باید به صورت شناختی ارائه شود و در شکل ارزش‌هایی باشند که افراد با توسعه‌ی شناختی و جامعه‌پذیری، بیاموزند که نیازهایشان را همچون اهداف و ارزش‌ها به طور آگاهانه ارائه کنند و از اصطلاحات مشترک برای ارتباط با این ارزش‌ها و اهداف استفاده نمایند. از این نسخه جهانی شوارتز، هفت گونه‌ی ارزشی (در نسخه‌ی اولیه‌ی این نظریه) استخراج شد. (۱) رفاه اجتماعی (۲) هموعایی محدود کننده (۳) لذت طلبی (۴) موفقیت (۵) بلوغ (۶) استقلال (۷) امنیت‌گرایی.

ساختار ارزش‌ها: شوارتز نظریه‌های قبل از خود را نقد می‌کرد که گرچه محتواهای ارزشی را به صورت تجربی استخراج کرده بودند، اما در مورد برخی از ارزش‌ها که ممکن بود در موقعیت تضادی یا توافقی قرار گرفته باشند قائل ماندند. همچنین دیگران شیوه‌ها و روش‌هایی را که نظام‌های ارزشی را به ساختاری منسجم و مفهومی تبدیل کند پیشنهاد نکردند. تأکید عمده شوارتز بر مجزا کردن مجموعه‌ای از روابط پویا میان گونه‌های انگیزشی ارزش‌هایی است که به ما امکان می‌دهد تا ارزش‌ها را با یکدیگر و با دیگر متغیرها به شیوه منسجم مرتبط نماییم. کلیدی که ساختار روابط ارزشی را مشخص می‌کند این فرض است که کنش‌هایی که در پی آن دسته از گونه‌های ارزشی رخ می‌دهند که دارای نتایج اجتماعی، عملی و روانشناختی هستند، ممکن است در تضاد یا در توافق با دیگر گونه‌های ارزشی باشند. مثلاً پیروی از ارزش‌های موفقیت ممکن است در تضاد با ارزش‌های خیرخواهی باشد. به‌طور کلی، تمام الگوهای روابط تضادی و توافقی میان اولویت‌های ارزشی، شرط اصلی ساختار نظام‌های ارزشی هستند (فرامرزی، ۱۳۷۸). اصلاحات در محتوای ارزش‌ها: در بعد محتوای ارزش‌ها نسخه اولیه نظریه شوارتز اصلاح شد. وی ده نوع انگیزشی جدید را مطابق با نیازمندی‌های عمومی از شرایط انسانی که در تحقیقات فرهنگی متفاوتی تأیید شده بودند، استخراج نموده و هر نوع را با استفاده از اهداف مرکزی تعریف کرد.

- ۱- قدرت‌گرایی (Power) ۲- موفقیت (Achievement) ۳- لذت‌طلبی (Hedonism) ۴- برانگیختگی (Stimulation) ۵-
- استقلال (Self-direction) ۶- جهان‌گرایی (Universalism) ۷- خیرخواهی (Benevolence) ۸- سنت‌گرایی (Tradition) ۹-
- هم‌نوایی (Conformity) و ۱۰- امنیت‌گرایی (Security) (فرامرزی، ۱۳۷۸).

جدول ۱- گونه‌های انگیزشی ارزش‌ها، تعاریف، گونه‌های مثالی و منابع مشتق شده‌ی هر یک

گونه‌ی ارزش Type of v	تعریف Definition	گونه‌های مثالی Examply v	منابع Sources
قدرت	پایگاه و موقعیت اجتماعی، کنترل و تسلط بر افراد و منابع. اعمال کنترل بر روی افراد و منابع	قدرت اجتماعی، اقتدار، ثروت	کنش متقابل، گروه
موفقیت	توفیق فردی از طریق رقابت مبتنی بر معیارهای اجتماعی. کسب صلاحیت مطابق با استانداردهای اجتماع	موفق، توانا، جاه‌طلب، ذی‌نفوذ	کنش متقابل، گروه
لذت‌طلبی	احساس رضایت، کامروایی در زندگی. میل و لذت جهانی افکار	رضایت و لذت‌بردن از زندگی	ارگانستی
برانگیختگی	تحریک‌طلبی، هیجان، نوآوری، مبارزه طلبی در زندگی. تهییج، نوگرایی، مبارزه طلبی	شهامت داشتن، زندگی متنوع، زندگی هیجان‌انگیز	ارگانستی
استقلال	تفکر و انتخاب عمل مستقل، خلق کردن، کشف کردن. خود رهنمود دهی	خلاقیت، آزادی، استقلال، کنجکاو، انتخاب اهداف خود	ارگانستی، کنش متقابل
جهان‌گرایی	فهم، قدردانی، تحمل، حمایت از رفاه همه افراد و طبیعت. محافظت و حمایت از بشر و طبیعت	وسعت نظر (broadminded)، خرد، عدالت اجتماعی، برابری، جهانی در صلح: جهانی سرشار از زیبایی، اتحاد با طبیعت، حفظ محیط	گروه، ارگانستی

منابع Sources	گونه‌های مثالی Examply v	تعریف Definition	گونه‌ی ارزش Type of v
ارگانستی، گروه، کنش متقابل	مفید، درست کار، بخشنده، وفادار، مسئول	تلاش برای حفظ آسایش و رفاه دیگران. حفظ و تقویت رفاه افرادی که فرد در تماس شخصی مستقیم با آنهاست.	خیرخواهی
گروه	خاضع، فروتن، پذیرش، قسمت، و سهم خود از زندگی، دینداری، احترام به سنت و اعتدال	پایبندی به آداب و رسوم فرهنگی و مذهبی، احترام، تعهد، پذیرش، آداب و رسوم و اندیشه‌هایی که از فرهنگ یا مذهب سنتی ناشی می‌شود.	سنت‌گرایی
کنش متقابل، گروه	مودب بودن، مطیع بودن، نظم فردی، احترام به والدین و بزرگترها	محدودیت اعمال و تمایلات و انگیزه‌هایی که محتمل بر صدمه زدن به دیگران و تعهدی از هنجارها و انتظارات اجتماعی است. مهار اعمال و تکانش‌های مطلوب اجتماعی	هم‌نوایی
ارگانستی، کنش متقابل، گروه	امنیت خانواده، امنیت ملی، نظم اجتماعی، نظافت و مبادله منافع	سلامت و تثبیت وضعیت خود و اجتماع. سلامت، هماهنگی و ثبات جامعه، روابط، خود	امنیت‌گرایی

(ماخذ: فرامرز، ۱۳۷۸)

نظریه رفیع پور از ارزش‌ها

رفیع پور (۱۳۷۸) در مقاله‌ای با عنوان تغییر ارزش‌ها در آینه سینما و مطبوعات، به تحقیق در باره تاثیر بخشی از رسانه‌ها بر تغییر نظام ارزشی جامعه ایرانی بین سال‌های ۱۳۵۶ تا ۱۳۷۲ پرداخته است. او در این مقاله تغییر ارزش‌ها را در دوره پیش و پس از انقلاب اسلامی تحلیل و مورد مقایسه قرار می‌دهد. از نگاه او مهمترین تغییر متفاوت انقلاب اسلامی ایران در مقایسه با انقلاب‌های بزرگ جهان، تغییر نظام ارزشی مسئولان انقلاب و مردم از ارزش‌های مدرن و مادی به ارزش‌های سنتی و غیر مادی تا پایان جنگ تحمیلی بود. رفیع پور ارزش‌ها را به چهار گروه مادی، مذهبی، ملی و غربگرایانه دسته‌بندی نموده و مقوله‌ها و معرف‌های اصلی و فرعی آنها را، ابتدا در چهار فیلم «پرفروش» «برزخی‌ها»، «بایکوت»، «عروس» و «هنرپیشه» (با روش تحلیل محتوای کمی مورد بررسی قرار داده است.

نظریه بازنمایی جان استوارت هال

بر اساس نظریه‌های بازنمایی به سه رویکرد نظری تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند، از رویکرد بازتابی reflective approach، رویکرد التفاتی (تعمدی) approach intentional، و بر ساخت (برساخت‌گرا) constructive approach (هاشمی و فرخی، ۱۳۹۴).

روش‌های پژوهش

روش استفاده شده در این پژوهش تحلیل گفتمان انتقادی است؛ میلز «گفتمان را، همچون هر اصطلاح دیگری، در عین حال، عمدتاً از سوی آنچه نیست تعریف می‌کند» (میلز، ۱۳۸۹: ۱۱) و فوکو نیز گفتمان را این گونه تعریف می‌کند: «حیطه کلی همه گزاره‌ها یا احکام تلقی کرده‌ام. گاهی به عنوان مجموعه قابل تمایزی از احکام و گاهی به مثابه رویه ضابطه مندی که شماری از احکام را توضیح می‌دهد» (میلز، ۱۳۸۹: ۱۳). پژوهش‌های کیفی فاقد جامعه آماری می‌باشند. پژوهش تحلیل گفتمان نوعی پژوهش اکتشافی - تحلیلی است که به کمک این پژوهش‌ها می‌توان تغییرات را در طول زمان دنبال کرد. در این پژوهش فیلم‌ها به عنوان سند با استفاده از تحلیل گفتمان مطالعه و بررسی می‌شود. متن گفتمانی واحد تحلیل می‌باشد، بدین صورت که با مشاهده صحنه‌های

هر فیلم ارزش‌های فرهنگی استنباط شده هر فیلم استخراج و توصیف می‌شود. معمولاً یک صحنه از تعدادی پلان که روابط نزدیکی با هم دارند و موضوع واحدی را بیان می‌کنند تشکیل شده است و مجموعه صحنه‌هایی که بر روی هم به بیان یک موضوع واحد می‌پردازند یک سکانس را تشکیل می‌دهند. جامعه مورد پژوهش شامل همه فیلم‌های ساخته شده در این مقطع زمانی است. براین اساس، پژوهش حاضر از نظر قلمرو زمانی جامعیت لازم را در بررسی فیلم‌های تولید شده دارد. به طوری که یک دوره ده ساله قبل از انقلاب اسلامی انتخاب شده اند. حجم نمونه برای تحلیل گفتمان ۶ مورد بوده است. انتخاب فیلم‌ها با استفاده از روش دلفی بوده است؛ به این منظور، فهرستی از فیلم‌های سینمایی با محوریت موضوع ارزش‌های فرهنگی به صورت پرسش‌نامه در اختیار پانلی از متخصصان سینما قرار داده شد و با جمع آوری آرای آن‌ها و بررسی پاسخ‌هایشان بر این فیلم‌ها توافق نظری صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

تفسیر نتایج

الف: تفسیر بینامتنیت

بینامتنیت به روابط میان متنها با یکدیگر اشاره دارد با این تفاوت که در بیناگفتمانیت، گفتمانها جایگزین متنها شده اند. فیلم طوقی با فیلم‌های درامتدادشب، گاو و گنج قارون در مقوله‌ی خیرخواهی مشابهت بینامتنی دارد و با فیلم قیصر در ارزش قدرت و با سوته دلان با ارزش سنتگرایی شباهت داشته است. فیلم درامتدادشب با فیلم‌های گاو، گنج قارون و قیصر در مقوله خیرخواهی و با سوته دلان در ارزش لذت طلبی وجه اشتراک داشته است. فیلم گاو با فیلم گنج قارون در ارزش گفتمانی سنتگرایی با فیلم قیصر در خیرخواهی و با فیلم سوته دلان در ارزش‌های مذهبی همپوشانی بینامتنیت داشته است. فیلم گنج قارون با فیلم قیصر در ارزش گفتمانی قدرت و با فیلم سوته دلان در ارزش سنتگرایی همپوشانی داشته است. وجه اشتراک بینامتنیت فیلم قیصر با فیلم سوته دلان در ارزش گفتمانی سنتگرایی مشاهده شده است. در مجموع ارزش‌های خیرخواهی، قدرت، سنتگرایی، لذت طلبی و ارزش‌های مذهبی وجه اشتراک بینامتنیت فیلم‌های یک دهه قبل از انقلاب می‌باشد.

جدول ۲- اشتراکات بینامتنیت ارزش‌های گفتمان فرهنگی در فیلم‌های قبل از انقلاب

نام فیلم	طوقی	درامتدادشب	گاو	گنج قارون	قیصر	سوته دلان
طوقی	-	خیرخواهی	خیرخواهی	خیرخواهی	قدرت	سنتگرایی
درامتدادشب	خیرخواهی	-	خیرخواهی	خیرخواهی	خیرخواهی	لذت طلبی
گاو	خیرخواهی	خیرخواهی	-	سنتگرایی	خیرخواهی	ارزش‌های مذهبی
گنج قارون	خیرخواهی	خیرخواهی	سنتگرایی	-	قدرت	سنتگرایی
قیصر	قدرت	خیرخواهی	خیرخواهی	قدرت	-	سنتگرایی
سوته دلان	سنتگرایی	لذت طلبی	ارزش‌های مذهبی	سنتگرایی	سنتگرایی	-

ب: تفسیر بینا گفتمانیت

بیناگفتمانیت گونه‌ای از بینامتنیت است و به وضعیتی اشاره دارد که در آن تمامی رخدادهای ارتباطی به رخدادهای پیشین متکی اند. بیناگفتمانیت هنگامی واقع می‌شود که گفتمانها و ژانرهای مختلفی در یک رخداد ارتباطی واحد با یکدیگر مفصل بندی شوند. بیناگفتمانیت به روابط میان گفتمان‌ها با یکدیگر می‌پردازد. فیلم‌های یک دهه قبل از پیروزی انقلاب اسلامی ارزش‌های گفتمان فرهنگی، متنوع، متفاوت و بعضاً متضادی را عرضه می‌کنند. نتایج تحلیل گفتمانی این فیلم‌ها نشان می‌دهد، ارزش خیرخواهی (مقوله اصلی: تلاش برای حفظ آسایش و رفاه دیگران، حفظ و تقویت رفاه افرادی که فرد در تماس شخصی مستقیم با آنهاست و مقوله فرعی: وفادار و مسئول)، مشروعیت بخشیدن به ثروت (مقوله اصلی: تأیید و مشروعیت دادن به نابرابری‌های اجتماعی مقوله

فرعی: مثبت یا منفی جلوه دادن ثروت، نوع منزل)، سنتگرایی (مقوله پابندی به آداب و رسوم فرهنگی و مذهبی، آداب و رسوم و اندیشه‌هایی که از فرهنگ یا مذهب سنتی و مقوله فرعی: احترام به سنت و دینداری)، جهان‌گرایی (مقوله اصلی: فهم و مقوله فرعی: وسعت نظر و خرد) و ارزش‌های مذهبی (مقوله اصلی: تقویت ارزش‌های مذهبی) نسبت به مقولات دیگر برجستگی دارند. در نتیجه می‌توان گفت، ارزش‌های گفتمانی بیناگفتمانیت، خیرخواهی، سنت‌گرایی و ارزش‌های مذهبی برجستگی بیشتری در فیلم‌های قبل از انقلاب دارند.

جدول ۳- ارزش‌های گفتمانی مسلط در دیالوگ فیلم‌های قبل از انقلاب

ارزش‌ها													قدرت	موفقیت	لذت‌طلبی	پرانگیزختگی	استقلال	جهان‌گرایی	خبرخواهی	سنتگرایی	همنوایی	مشروعیت‌بخشیدن	امنیت	ارزش‌های مذهبی	ارزش‌های ملی
۵	-	۱	-	۱	۱	۸	۱۴	۷	-	-	۱۶	۱													
۱	-	۲	۲	-	-	۹	-	۲	-	-	۲	-													
۲	-	۱	۳	-	-	۶	۶	۱	-	-	۳	-													
۹	-	۴	۲	۲	۲	۹	۴	۳	۱۳	-	۱	۱													
۵	-	۱	۱	۱	۱	۴	۱۰	۴	-	۲	۱۱	۱													
-	-	۱	-	-	-	۴	۱۳	۵	۶	-	۷	-													

تبیین نتایج

در مرحله تبیین به این سؤال پاسخ داده می‌شود که دلایل بازنمایی این شش گروه از ارزش‌های گفتمانی قدرت، خیرخواهی، برانگیزختگی، مشروعیت‌بخشیدن به ثروت، موفقیت، لذت‌طلبی، استقلال، جهان‌گرایی، سنتگرایی، همنوایی، امنیت‌گرایی، ارزش‌های مذهبی، ارزش‌های ملی در یک دهه قبل از انقلاب در چیست؟ از بعد تاریخی، جنبش‌های اجتماعی از جمله انقلاب‌ها را می‌توان به دو دوره تقسیم نمود: جنبش‌ها و انقلاب‌های اجتماعی قبل از شکل‌گیری رسانه‌ها، جنبش‌ها و انقلاب‌های اجتماعی پس از پیدایش و گسترش رسانه‌ها. این وسایل ارتباط جمعی مدرن، در شکل‌دادن و هدایت افکار عمومی، به وجود آوردن هیجان‌ات جمعی، ایجاد توده‌ها و پیدایش و گسترش عرصه عمومی نقش مهمی ایفا می‌نمایند که این نقش با توجه به گسترش روز افزون رسانه‌ها هر روزه بیشتر می‌شود. از بعد نحوه تأثیرگذاری وسایل ارتباط جمعی بر جنبش‌های اجتماعی نیز می‌توان میان دو مسأله تفاوت قائل بود: ۱- فرایند طبیعی و ذاتی تأثیرگذاری رسانه‌ها. ۲- فرایند انسانی تأثیرگذاری رسانه‌ها. در بعد نخست، رسانه‌ها مانند هر پدیده‌ای به محض موجود شدن، نقشی را در این جهان ایفا می‌کنند. در بعد دوم، رسانه‌ها از سوی حکومت‌ها و نیروهای انقلابی، به منظور شکل‌دادن به افکار عمومی، ایجاد اعتماد یا بی‌اعتمادی، بسیج توده‌ها یا ضد بسیج بکار گرفته می‌شدند. در خصوص سینما، معمولاً توسط حکومت‌ها و به ویژه در رژیم‌های دیکتاتوری، از آن به عنوان ابزاری برای سرگرمی مردم، جامعه‌پذیری سیاسی و شکل‌دادن به افکار عمومی در راستای منافع و یا آرمان خاص استفاده می‌گردد (رهبری و محمدزاده، ۱۳۹۰: ۸۷-۸۶). در آغاز انقلاب چند دیدگاه درباره سینما یا چند گفتمان سینمایی مطرح شد. اولین دیدگاه همان دیدگاه سنتی در میان متشرعین بود که سینما را حرام می‌دانستند، به سینما نمی‌رفتند و به فرزندانشان اجازه سینما رفتن نمی‌دادند، مطابق این دیدگاه پس از انقلاب اسلامی سینما می‌بایست تعطیل می‌شد. دیدگاه دوم متعلق به مسلمانان انقلابی بود. این گروه که امام خمینی و دیگر رهبران انقلابی را شامل می‌شد، با سینما مخالف نبودند و حتی آن را ابزاری بالقوه برای گسترش ارزش‌های اسلامی می‌دانستند. اما

با سینمای موجود چه سینمای غرب و چه سینمای ایران و یا هندوستان مخالف بودند. پیش از انقلاب اسلامی اغلب مؤمنین و متشرعین به سینما نمی‌رفتند فیلم ندیده بودند و آشنایی اغلب ایشان با سینما به آنچه در پلاکاردها و پوسترهای سردر سینماها می‌دیدند محدود می‌شد، اما گروه کوچکی هم بودند که جزء انقلابیون مسلمان به شمار می‌آمدند ولی فیلم هم دیده بودند و حتی فیلم هم ساخته بودند. دیدگاه سوم مربوط به این گروه بود. آنان در عین حالی که طرفدار سینمای اسلامی بودند اما با لوازم این صنعت و هنر هم تا حدودی آشنا بودند و خواهان سینمایی ملی بودند که جای سینمای آمریکا و سینمای عامه پسند پیش از انقلاب را در ایران بگیرد و اوقات فراغت مردم را پر کند و در عین حال به طور غیرمستقیم مبلغ ارزش‌های اسلامی باشد. غیر از این دیدگاه‌ها دو دیدگاه دیگر هم وجود داشت که چون جزء گفتمان انقلاب اسلامی نبودند و نفوذی نیز نداشتند. یکی از این دو دیدگاهی بود که سینما را هنر می‌شناخت و از پیش از انقلاب راه خود را از راه به اصطلاح فیلم فارسی سازان جدا کرده بود و نام سینماگران پیشروان بر خود گذاشته بود و دیدگاه دیگر هم همان دیدگاه غالب در سینمای پیش از انقلاب ایران بود که سینما را صنعت و سرگرمی می‌دانست (اجلالی ونوری پرتو، ۱۳۹۶). سینما رسانه و صنعتی است که در آن فرهنگ ملت‌ها و جوامع به نمایش گذارده می‌شود. فیلم‌ها با ثبت دنیای قابل رؤیت، سرنخ‌هایی برای درک پروسه‌های مخفی روانی و حیات درونی جوامع به دست می‌دهند. آن چه در واقع فیلم‌ها منعکس می‌سازند. گرایش‌های روحی و روانی و ضمیر ناخودآگاه جمعی است. فیلم، نظامی از معانی است که هم از واقعیت بازنمایی می‌کند و هم آن را بازسازی می‌نماید و هم حساسیت‌های خود را از واقعیت بیان و تولید می‌کند. فیلم‌ها حتی فیلم‌های تخیلی به نحوی جامعه‌ی اطراف خود را به تصویر می‌کشند و با توجه به این که بازتابنده واقعیت یا بازنمایی از واقعیت کرده و یا به بیان حساسیت‌ها و نقد خود را از واقعیت پردازند، روح هر دوره یا جامعه را تعریف و با با نقد و تحلیل در صدد اصلاح آن برمی‌آیند. فیلم‌ها با افشای نهادهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی یک جامعه روحیات یک دوران را مجسم می‌سازند (صفری، ۱۳۸۷: ۱۰۳). بنابراین در پاسخ به این سؤال کلی یک سؤال جزئی تر مطرح می‌شود: تبیین ارزش‌های گفتمان فرهنگی بازنمایی شده در فیلم‌های دهه قبل از انقلاب در چیست؟ ساختار فرهنگی ایران در طی دوره ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷ علی‌رغم گسترش حوزه علمیه و مدارس مذهبی و ساختار اجتماعی متمایل به فرهنگ مذهبی، ساختاری ضددینی بود. در این دوره، تأثیر پذیری سینمای ایران از مدرنیسم و وامانیسم غربی و تقابل سنت و مدرنیته بسیار مشهود است. در اواخر دهه ۳۰ و اوایل دهه ۴۰، هم زمان با تغییرات و تحولات ساختاری فرهنگ ایران و نمود یافتن فرهنگ غربی و اشاعه آن در سطح عامه و اکثریت خواص جامعه، سینما نیز از این تغییر و تحولات عقب نماند و غلبه عناصر سکس و خشونت بر مفاهیم فیلم‌های تولیدی در بدنه سینمای ایران در این دوران بود. حکومت پهلوی با ممانعت از شکل‌گیری یک سینمای سیاسی، با پافشاری بر دو وجه غالب سرگرمی و تبلیغ در این دوران، بر کارکرد غیر سیاسی سینما تأکید کرده است. (اشرفی، خاگرد، ۱۳۹۶: ۱۰۴). سینمای قبل از انقلاب خود را مقید به ارزش خاصی نمی‌دانست و بیشتر سعی می‌کرد تا مانند سینمای آمریکا یعنی هالیوود، عنصر سرگرم کننده در این نوع سینما نقش برتر را داشته باشد. زیرا سینمای ایران به ویژه در دهه‌های ۳۰ و ۴۰ تحت تأثیر شدید سینمای هالیوود قرار داشت. در واقع سینمای ایران قبل از انقلاب، سینمایی متکی به کمپانی‌های بزرگ تولید فیلم بود که مسئله اصلی آنها هم گیشه و بازگشت سرمایه بود. در این نوع سینما مسئله ارزش‌های اخلاقی جایگاه ویژه‌ای نداشت. هر چند می‌شد در برخی از فیلم‌های تولیدی در این نوع سینما نیز عناصری پیدا کرد که رگه‌هایی از سینمایی انتقادی و اجتماعی و انسان‌گرایانه را بازنمایی می‌کرد (صابری و تورک، ۱۳۹۶: ۲). در اواخر دهه ۱۳۴۰، مهاجرت به شهر و افزایش شهرنشینی بسیار کند و حتی سیاست‌های اتخاذی حکومت بر مبنای نگه داشتن روستائیان در روستاها بود. در همین دوره تاریخی، سیاست‌هایی مانند انقلاب سفید شاه و میهن که در دی ماه ۱۳۴۱ اعلام و در بهمن ماه همان سال مردم برای تأیید این اصلاحات به پای صندوق رأی رفتند و نمونه‌ای از ساختار فرهنگی و سیاسی در حال تغییر ایران در دوره پهلوی دوم بود. حکومت پهلوی، در این ساختار سازی فرهنگی، سیاسی و اجتماعی، نتوانست توده مردم سنت‌گرا و متمایل به مذهب را با خود همراه نماید. سیلست‌های انقلاب سفید و برنامه سوم توسعه، بر خیل بیکاران جامعه افزود و نوعی نگرش منفی را در میان این جوانان

پدید آورد. حکومت پهلوی در مواجهه با خیل بیکار که سردرگم و نگران آینده خود بودند، برنامه ریزی فرهنگی از طریق رسانه قدرتمندی مانند سینما را درپیش گرفت. (اشرفی، خاکرند، ۱۳۹۶: ۱۰۵). در سال‌های ۱۳۴۹ تا ۱۳۵۱ فیلم‌ها با درون مایه‌های اجتماعی و بازتاب واقعیات تلخ جامعه تولید شده و به نمایش درآمدند و سرخوردگی‌های اجتماعی جامعه آن روز ایران را تا اندازه زیادی به نمایش می‌گذاشتند (اشرفی، خاکرند، ۱۳۹۶: ۱۰۶). بابررسی و تحلیل فیلم‌های ساخته شده در این ایام، می‌توان بیان داشت که فیلم‌های این دهه، در جهت خیرخواهی، سنت‌گرایی و ارزش‌های مذهبی بوده است.

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر، با هدف معرفی تحلیل گفتمان انتقادی یا به عنوان روش تحقیق کیفی نگاشته شده است. به طور کلی، تحلیل گفتمان به معنی تحلیل و تفسیر گفتار و کردار اجتماعی و پی بردن به عمق و معنای نهفته در لابه‌لای جملات و متنها و دیالوگ‌ها است. این پژوهش بر مبنای نظریات ساختار مدور شوارتز و تحقیقات پیشین صابری و تورک (۱۳۹۶) که به اخلاق و ارزش‌های انسانی در فیلم‌های سینمایی قبل از انقلاب اسلامی پرداخته و به این نتیجه رسیده است که در سینمای قبل از انقلاب ارزش‌های اخلاقی جایگاه فرعی و کوچکی داشتند و در میان ابتدال و سطحی‌گری به سختی قابل تشخیص هستند. اما نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که در فیلم‌های قبل از انقلاب ارزش‌های اخلاقی به چشم می‌خورد. طالبان و دیگران (۱۳۸۹) به بررسی روند دگرگونی ارزش‌ها در ایران (۱۳۵۳-۱۳۸۸) پرداخته‌اند. آنان به این نتیجه رسیده‌اند که میزان اهمیت ارزش‌های مادی برای جامعه ایران از دهه پنجاه تا دهه سوم انقلاب افزایش داشته است و نسبت اهمیت بیشتر شاخص‌های ارزش‌های معنوی از دهه پنجاه تا دهه سوم انقلاب کاهش یافته است. پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد که ارزش‌های مادی در فیلم‌های دهه قبل از انقلاب بوده است. مشابهت‌های بینامتنیت ارزش‌های گفتمان فرهنگی بازنمایی شده در فیلم‌های یک دهه قبل از انقلاب، خیرخواهی، قدرت، سنت‌گرایی، لذت‌طلبی و ارزش‌های مذهبی است. ارزش‌های گفتمانی بیناگفتمانیت، خیرخواهی، سنت‌گرایی و ارزش‌های مذهبی برجستگی بیشتری در فیلم‌های یک دهه قبل از انقلاب دارند. پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آینده پژوهشگران به تحلیل و تفسیر فیلم‌های قبل از انقلاب در دهه‌های مختلف (مقایسه هر دهه با یکدیگر)، تحلیل فیلم‌های قبل از انقلاب براساس (ژانر و موضوع فیلم)، بررسی و مقایسه فیلم‌های قبل از انقلاب با یکدیگر با توجه به ژانر فیلم‌ها، بررسی و مقایسه فیلم‌های قبل از انقلاب براساس سازنده فیلم (مقایسه سبک و نگاه یک کارگردان با کارگردان دیگر در فیلم‌های مختلف) پردازند.

فهرست منابع

- احمدی پور، زهرا؛ جعفرزاده، حسن؛ بویه، چمران. (۱۳۹۵). نقش راهبرد رسانه‌ای در شکل‌گیری جنبش‌های نوین اجتماعی در خاورمیانه.
- اشرفی، مجتی؛ خاکرند، شکرالله (۱۳۹۶). بررسی نقش و جایگاه سینمای ایران در سیر تحولات فرهنگی و سیاسی منتهی به انقلاب اسلامی ایران، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی. سال ۱۴، شماره ۵۱.
- بحرینی، شیما، حسینی، مالک (۱۳۹۷). زبان به منزله بازنمایی فرهنگ از دیدگاه استوارت هال با توجه به نظر فردیناند دو سوسور، دانشگاه شهید بهشتی، دوفصلنامه فلسفی شناخت، دوره یازده، شماره ۱، ۷-۲۲.
- جعفرزاده پور، فروزنده؛ ساعی، منصور و جاروندی، رضا (۱۳۸۸). الگوهای قدرت در روابط بین نسلی، بازنمایی سریال‌های ایرانی تلویزیون مطالعه شبکه‌های ۳ و ۳؛ پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال سوم/ شماره دوم.
- رهبرقاضی، محمودرضا؛ امام جمعه زاده؛ سیدجواد، نوربخش؛ سوسن و خاکی، مینا (۱۳۹۶). ارزش‌های فرهنگی و تاثیرات آن بر نگرش اقتصادی و سیاسی شهروندان، فصلنامه علمی پژوهشی جامعه پژوهی فرهنگی، دوره ۸، شماره ۱، صفحه ۴۵-۶۰.

- رهبری، مهدی؛ محمدزاده، سعید (۱۳۹۰)، سینما و وقوع انقلاب اسلامی در ایران، پژوهشنامه متین، دوره ۱۳، شماره ۵۰، رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸). تغییر ارزش‌ها در آینه سینما و مطبوعات، نامه پژوهش؛ دوره ۴ شماره ۱۴ و ۱۵، از صفحه ۵ تا صفحه ۳۰. صابری، محمد. تورک، محمت سزای (۱۳۹۶). اخلاق و ارزش‌های انسانی در فیلم‌های سینمایی قبل و بعد از انقلاب اسلامی، تهران: فصلنامه اخلاق در علوم رفتاری و فناوری، سال دوازدهم، شماره ۲.
- صفری، فاطمه (۱۳۸۷)، تحلیل نشانه‌شناختی نهادهای اجتماعی در سینمای رسول صدر عاملی، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۹، شماره ۱.
- طبیعی، منصور؛ محمدتقی نژاد اصفهانی، رعنا؛ (۱۳۹۹). زنانگی، ایدئولوژی و مقاومت در برابر فرودستی تحلیل گفتمان فرودستی زنان در سینمای ایران با تکیه بر نظریه خودمداری، مجله زن در فرهنگ و هنر؛ شماره ۴۴ علمی - پژوهشی از ۱۸۵ تا ۲۱۷) عظیمی دولت آبادی، امیر. داوری مقدم، سعیده (۱۳۹۸). بازنمایی حضور و نقش زنان در سینمای قبل و بعد از انقلاب اسلامی، تهران: مجله مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران دوره ۸ شماره ۲.
- فرامرزی، داوود (۱۳۷۸). نظریه ساختار مدور ارزش‌های شوارتز؛ نامه پژوهش : دوره ۴ , شماره ۱۵-۱۴ ; از صفحه ۱۰۷ تا صفحه ۱۲۹.
- میلز، سارا (۱۳۸۹). میشل فوکو، ترجمه داریوش آشوری، تهران: مرکز.
- مهدیزاده، سید محمد (۱۳۸۷)، رسانه‌ها و بازنمایی، تهران، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- هاشمی، محمدصادق. فرخی، میثم (۱۳۹۴). بازنمایی نگرش مردم به روحانیت در سینمای ایران (مورد مطالعه: سه فیلم زیرنورماه، مارمولک و طلا و مس)، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، مجله رسانه و فرهنگ، سال پنجم، شماره اول، ۱۲۶-۱۵۰.
- Barlett, C. P. , Vowels, C. L. , & Saucier, D. A. (2008). Meta-analyses of the effects of media images on men's body-image concerns. *Journal of social and clinical psychology, 27*(3), 279-310.
- Fung, A. , & Ma, E. (2000). Formal vs. informal use of television and sex-role stereotyping in Hong Kong. *Sex roles, 42*(1-2), 57-81
- Fung, A. , & Ma, E. (2000). Formal vs. informal use of television and sex-role stereotyping in Hong Kong. *Sex roles, 42*(1-2), 57-81.
- Hall, S. and S. Jhally (2007). *Representation and The Media*, Northampton. MA: Media Education Foudation .
- Hall, S. (1997). *The Work of Representation*, In *Cultural Representation and Signifying*, London: Sage .
- Hall, Stuart, *Representation, Cultural Representations and Signifying Practices*, U. S, Sage publication in association with the open university, 1997

An analysis of the cultural values of cinema in the decade before the Islamic Revolution of Iran

Fereshteh Majidi Vizane¹

*Ph. D student of Social Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences and Media Studies,
Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran*

Seyed Ali Rahmazadeh^{2*}

*Assistant Professor, Communication sciences, Islamic Azad University, East Tehran Baranch Tehran, Iran
(corresponding author)*

Hasen Khojasteh Bagherzadeh³

Associate Professor of the Department of Audiovisual University, Tehran, Iran

Seyed Mahmoud Nejati Hosseini⁴

*Assistant Professor, Department of Social Communication Sciences, Ashtian Branch, Islamic Azad University,
Ashtian, Iran*

Abstract: *Various studies in the field of cultural values in Iran have addressed this issue from different perspectives, but it seems that a comprehensive classification of traditional and modern values in Iranian society has not been done. The main finding of the review of research related to the research topic shows the duality of values (traditional and modern) in Iran. In the present study, by identifying the cultural values represented in the content of movies and using the theories of Allport, Rokeach, Schwartz circular structure, Rafiqpour theory, John Stewart and Hall theory and through the method of discourse analysis, the values studied. Is. By describing, interpreting and explaining the cultural values represented in the content of cinematic films in the decade before the Islamic Revolution of Iran (films along the night, Qeysar, Toghi, Gao, Soteh Delan, Ganj Qarun) Dialogue of films through the values of power, success, pleasure Demand, arousal, independence, cosmopolitanism, benevolence, traditionalism, conformity, security, legitimization of wealth, religious values, national values have been studied with maxqda software. According to the results of this study, the intertextual similarities of the values of cultural discourse represented in the films of a decade before the revolution are benevolence, power, traditionalism, hedonism and religious values. Examining and analyzing the films made in these days, it can be said that the films of this decade have been in the direction of benevolence, traditionalism and religious values.*

Keywords: *Cultural value, representation, revolutionary cinema, Iranian cinema, analysis.*

¹ Email: a_16162003@yahoo.com

² Email: salirahmanzadeh@gmail.com (Corresponding Author)

³ Email: khojastehhasan@yahoo.com

⁴ Email: nejati.hosseini@gmail.com