

## شناسنامه

عنوان: نظرسنجی سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر (۳): گزارش تحلیلی

زیر نظر: رمضانعلی حیدری خلیلی، معاون توسعه فناوری و مطالعات سینمایی

ناظر طرح: علیرضا صدرالدینی

مدیر اجرایی طرح: ابراهیم غلامپور آهنگر

تهیه و تدوین: حمید پاشاپور یوالاری

همکاران: زهره فتحی، پانته آ خاموشی

اسفند ۱۳۹۵

نشانی: خیابان فاطمی غربی نبش خیابان سین دخت پلاک ۲۲۴

دورنگار: ۶۶۵۶۳۲۳۷

تلفن: ۶۶۵۶۳۲۲۰

یکی از رویدادهای فرهنگی بزرگ جمهوری اسلامی ایران که همزمان با ایام... دهه فجر برگزار می‌شود، جشنواره فیلم فجر است. جشنواره‌ای که میعادگاه خیل عظیمی از هنرمندان و سینماگران در کنار مردم و مسئولین و رسانه‌هاست. میعادگاهی از طیف‌های مختلف اجتماعی علاقه‌مند و پیگیر یکی از مهمترین تولیدات فرهنگی ایران که جایگاه جهانی آن سیری رو به صعود دارد و امیدواریم تداوم یابد.

سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر نیز به مانند ادوار گذشته خود در بردارنده نکات و نقاط قابل تأمل و توجهی بوده که دانستن آنها چراغ راهی برای ادوار آینده خواهد بود. در این دوره نیز به مانند گذشته مخاطبان جشنواره که از اصیل‌ترین مخاطبان و حامیان سینمای ایران به شمار می‌روند، این فرصت را برای ما ایجاد می‌کنند تا با بهره‌گیری از دیدگاه‌ها و نظرات آنها بر آگاهی و شناخت سیاستگذاران و برنامه‌ریزان نسبت به سینمای ایران افزوده شود.

بنابر این اعتقاد، طرح نظرسنجی سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر با برنامه‌ریزی و سازماندهی گروه نظرسنجی معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی و تهیه پرسشنامه با تکیه بر پرسشهایی در رابطه با برگزاری جشنواره و وضعیت سینمای ایران و بطور خاص اکران سال ۹۵ برای پنج گروه سینماگران، رسانه‌ها، مسئولین (دولت و مجلس)، طلاب و اساتید حوزه و مردمی در گستره سینماهای جشنواره در تهران و ۲۶ مرکز استان کشور (بجز استانهای اصفهان، خراسان رضوی، خوزستان و گیلان) اجرا گردید.

آنچه در این گزارش می‌آید حاوی اطلاعاتی است که نظر شرکت کنندگان در نظرسنجی را در ارتباط با جشنواره و سینمای ایران نشان می‌دهد و مختصات هر یک از نظرسنجی‌های پنج‌گانه و نحوه استفاده و مقوله بندی آثار را شرح خواهد داد.

امیدواریم انتشار این گزارش و یافته‌های این نظرسنجی بتواند به شناخت و طراحی برنامه‌های دقیق‌تر برای آینده جشنواره بطور خاص و سینمای ایران بطور عام و رفع اشکالات کمک کند و برای بخش‌های مختلف سینمای ایران راهگشا باشد.

**رمضانعلی حیدری خلیلی**

**معاون توسعه فناوری و مطالعات سینمایی**

## فهرست مطالب

مقدمه	۳
۱) سینما در زیست جهان ایرانی	۵
۱-۱- جایگاه سینما در جهان معنا و آگاهی ایرانی	۵
۲-۱- تجربه زنده و زیسته ایرانیان با سینما	۷
۲) چارچوب نظری و مدل تحلیلی	۹
۱-۲- نظریه ایماژینر	۹
۲-۲- الگوی تحقیق	۱۰
۳) تحلیل فکری - شناختی نظرسنجی جشنواره سی و پنجم	۱۱
۱-۳- تحلیل ایستا و جزء نگر	۱۱
۲-۳- تحلیل پویا و کل نگر	۱۶
۴) تحلیل روانی - عاطفی نظرسنجی جشنواره سی و پنجم	۱۷
۱-۴- تحلیل ایستا و جزء نگر	۱۷
۲-۴- تحلیل پویا و کل نگر	۲۲
۵) تحلیل نمادی - ارزشی نظرسنجی جشنواره سی و پنجم	۲۳
۱-۵- تحلیل ایستا و جزء نگر	۲۳
۲-۵- تحلیل پویا و کل نگر	۲۸
۶) تحلیل نهادی - ساختاری	۲۹
۱-۶- تحلیل ایستا و جزء نگر	۲۹
۲-۶- تحلیل پویا و کل نگر	۳۴
۷) تحلیل رفتاری - کارکردی	۳۵
۱-۷- تحلیل ایستا و جزء نگر	۳۵
۲-۷- تحلیل پویا و کل نگر	۴۱
جمع بندی نهایی	۴۲
منابع و مأخذ	۴۴

## مقدمه

گاهی پردازش و تحلیل «ضمنی» داده‌ها و نتایج یک تحقیق اگر از تحلیل «صریح» تحقیق با اهمیت هم نباشد؛ کم اهمیت نیست. کافی است در مطالعات اجتماعی، مخاطب و عامل به سخن درآید و به هر طریقی از گفتگو تا نظرسنجی و از مصاحبه تا نوشتار در پیرامون یک موضوع یا مسأله ابراز نظر کند. معجزه هر تعامل و مبادله زبانی در این است که گفته‌ها و یا ناگفته‌ها، تاکیدها یا بی توجهی‌ها و همچنین افشای رازهای درون ذهنی یا تعمد در حفظ آن‌ها برای جامعه شناس و محقق به یک اندازه از «رازهای مگوی» اجتماعی پرده بر می‌دارد؛ هر چند ممکن است این برداشت به شکل غیر مستقیم، مفهومی، هرمنوتیک و معناگرا از متن پرسشنامه و پاسخنامه باشد.

همّت ما در این گزارش تأملی کیفی به نتایج نظرسنجی‌های سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر تمرکز دارد تا با رهیافتی جامعه‌شناسانه وجوه ذهنی، فکری، عاطفی، رفتاری و نهادی پاسخ دهندگان را به عنوان نمونه‌ای از جامعه ایرانی نسبت به سینما و سینماگران با یک هدف ثانوی و ضمنی جدا از اهداف اولیه تحقیق اصلی مورد مذاقه قرار دهیم. کشف و شناخت ایماژهای ذهنی، ایستارها، انگاره‌ها، جهت‌گیری‌ها، رفتارها و سبک‌ها و قالب‌های فکری و رفتاری جامعه ایرانی از مقوله سینما امری ضروری و غیرقابل اجتناب است که در مسیر توسعه و تعالی این صنعت هنر به بینش و توانش مدیران و سینماگران کمک خواهد کرد.

با بررسی پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان در تک تک سئوالهای نظرسنجی جشنواره؛ شبکه‌ای از امر مجازی و واقعی در روحیه و ذهنیت ایرانی و همچنین در تعامل رفتاری و نهادی امکان واکاوی دارد. همچنین با رفت و برگشت‌های تاریخی، تجربتی و روانشناختی اجتماعی از واقعیت‌ها و خلق و خوی ایرانیان است که می‌توان وضعیت‌ها، سناریوها و آینده‌نگری‌های مختلفی با معدل‌گیری‌های کیفی از همه سئوال‌ها دست یافت و به ایده‌های اساسی و کلی از داستان اصلی جامعه ایرانی و سینما نزدیک شد. توجه به مسائلی چون؛ ارزش و جایگاه سینما در ذهن و عین ایرانی، برداشت و انتظار او از سینما، همدلی‌ها و همراهی‌های جامعه با سینماگران، نحوه حفظ تعامل تماشاگران و سینماگران بر اساس شعور، ذائقه، روحیه و باور جامعه و دیگر مقوله‌های مرتبط با جامعه در روایت-

های مختلف از فرهنگ عمومی، فرهنگ سیاسی، فرهنگ اقتصادی، فرهنگ دینی، فرهنگ قومی و هویت‌های مختلف مذهبی، ملی و جهانی است که اثربخش خواهد بود.

از آنجا که در سیر تحول سینما در ایران، پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی دیگری غیر از مسائل مرتبط با خود سینما هم دخیل و تاثیر گذار بوده، شکل‌گیری مخاطب سینمای ایران را باید در دل زیست-جهان انسان ایرانی در دوران معاصر فهمید تا به درک عمیق‌تری از چرایی و چگونگی مخاطب سینما و رفتارشناسی او دست یافت. این رویکرد در پژوهش‌های سینمایی ایران کمتر دیده می‌شود و مخاطب‌شناسی سینما بیشتر سویه سینمایی تا سویه‌های اجتماعی و فرهنگی داشته است. به عبارت دیگر در شناخت مسائل سینمای ایران بیشتر به تحلیل آماری و حضور کمی تماشاگران پرداخته و کمتر از تحلیل کیفی، پدیدارشناسی و جامعه‌شناسی بهره گرفته شده است. شاید به این دلیل سینماگران به درک عمیق و همه‌جانبه نسبت به مخاطبان خود نرسیده‌اند تا بر این مبنای منظر سینمایی به حل بحران مخاطب کمک کنند.

البته باید توسعه اجتماعی- فرهنگی را هم در ظهور مخاطب تازه فراموش نکرد. توسعه آموزش عمومی و آموزش عالی، همچنین توسعه تکنولوژی‌های نوین ارتباطی به تدریج ذائقه مخاطب ایرانی را هم تغییر داده است. این تغییر قابلیت‌های ارتباطی یا سواد سینمایی مخاطبان تحت تاثیر تحولات جهانی هم است که از طریق گسترش اینترنت و ماهواره و سینمای خانگی و امکان دسترسی آسان به سینمای جهان و تماشای آثار آنها، همچنین گسترش صنعت نشر و رشد مجلات سینمایی چه بسا یک تحولی عظیم در شکل‌گیری آگاهی مخاطبان جدید ایجاد کرده که متفاوت از مخاطبان سنتی آن با توجه به پیچیدگی ذهنی و سواد سینمایی است.

از سوی دیگر سینما هنری جمعی از مرحله تولید تا عرضه و تماشاست و کنش‌های اجتماعی- فرهنگی آن به سادگی قابل درک نیست و به متغیرهای گوناگونی وابسته است. در برخی از کشورها با تقویت جلوه‌های ویژه و بُعد تکنیکی فیلم، سینما از سقوط رهایی یافته است. در ایران نگاه تک‌ساحتی روشنفکرانه به سینما به عنوان عامل بازدارنده در گسترش سینمای عامه‌پسند، نه مبتذل و سطحی، موجب ریزش مخاطب سینمایی آن گردیده است. از بُعد محتوا و روایت فیلم‌ها هم؛ بسیاری از طبقات اجتماعی و مخاطبان سینما با توجه به نیافتن تصویری از تجربه‌های واقعی زندگی خود در آثار دچار نوعی گسست معنایی بین دنیای ذهنی و جهان سینمایی

اثر می‌شوند که این مقوله را نباید در تحلیل مشکلات و مسائل اساسی سینما ساده انگاشت و این گزارش جامعه شناختی با این ضرورت و هدف انجام می‌شود.

## ۱) سینما در زیست جهان ایرانی

توصیف ساخته شدن پدیده‌ای چون سینما در ذهن ایرانی و کشف آن از میان نظرسنجی جشنواره سی و پنجم مقوله‌ای خاص و پیچیده است. ساخته شدن آگاهی از سینما بر اساس تجربه زنده و زندگی روزمره در روش و نظر از جمله رهیافت‌های پدیدارشناسانه از وجه اجتماعی زندگی ایرانیان می‌باشد. در واقع با این سؤال به این گزارش وارد می‌شویم که چگونه سینما در زیست جهان ایرانی سینما می‌شود؟

زیست جهان عرصه زندگی مشترکی است که نحوه زیست و زندگی ما را در میان دیگران رقم می‌زند و همانند فرهنگ، طبیعت ثانوی انسانها به شمار می‌رود. چراکه داستان اجتماعی ما را می‌سازد و ما با آن و در درون آن زندگی می‌کنیم. در واقع جنس آگاهی از سینما در ذهن ایرانی و جاری ساختن آن در ذهن مشترک و جاری زندگی او مسأله مهمی است که در ادامه آن را پی خواهیم گرفت.

### ۱-۱- جایگاه سینما در جهان معنا و آگاهی ایرانی

برخی از صاحب نظران سینما معتقدند که میل جامعه به داشتن آگاهی، آموزش و سرگرمی است که به سینما هستی می‌دهد. اگر این توصیف از چیستی و کارکرد اجتماعی سینما را با اغماض و به صورت پیش فرض بپذیریم، در انگاره‌های کلی جامعه نظرسنجی شده جشنواره امسال؛ سینما نهاد اجتماعی بسیار جدی، سیاسی، پرمسئولیت و پدیده‌ای آموزشی و فرهنگی چندوجهی فرض شده است که وجه تفنن و فراغتی آن حداقلی است و وجه جدیت و حقیقت‌جویی آرمانی آن حداکثری است. گویی سرایت تلخی واقعیت در مجاز در اینجا بیش از پیش مجاز بوده است تا آنجا که بر جای یکدیگر می‌نشینند. مفهوم سینما در ایماژ ذهن ایرانی آچار فرانسه و همه کاره هست. گویی انتظار از آن ساماندهی به همه دغدغه‌های اجتماعی و سیاسی است.

این جایگاه رفیع در اصلاح زندگی از مسائل سیاسی تا روابط زناشویی بار گرانی است که آگاهی ایرانی اعم از مدیران، سینماگران و تماشاگران بر سینما تحمیل می‌کنند. با این نوع هستی‌شناختی از این پدیده، بایستی

سینما به ناچار ناکارآمدی دیگر نهادهای اجتماعی را بر عهده بگیرد. در نتیجه حساسیتها، مداخله ها و انتظارات از آن زیاد می شود تا بدانجا که از همه جا و از همیشه بیشتر کنترل می شود، بیشتر سانسور می شود و بیشتر ناکارآمد دیده می شود، چون واقعیت سینما با ذهنیت سینما هماهنگ نیست. شاید هم توازن رابطه کنش متقابل واقعیت اجتماعی و سینما به نفع غلبه ساختار واقعیت بر ساختار سینما به هم می ریزد. یعنی این که آگاهی اجتماعی از مجرای یک ساحت و ساخت مجازی و بازی‌واره تولید و توزیع نمی شود بلکه به ساحت واقعیت های سیاسی و ایدئولوژیکی تبدیل می گردد.

برای مثال در یک پژوهش پیمایشی دیگری که از ۴۰۰ نفر برای تعیین رابطه نیازهای فردی و اجتماعی و میزان استفاده از سینما در تهران انجام شده، به این نتیجه ختم شده که مخاطبان چون پاسخ نیازهای فردی و اجتماعی خود را در سینمای ایران نیافته‌اند از سینما استفاده اندکی می کنند (شاه حسینی، ۱۳۹۳: ۳۴-۱).

آیا اساساً چنین ایماژ ذهنی از چیستی پدیده ای مدرن همانند سینما که توانایی رفع همه نیازهای فردی و اجتماعی کنشگران سینما را داشته باشد، برداشتی درست می باشد؟ این واقعیتی است که ناقص‌الخلقه بودن بسیاری از پدیده های مدرن در جامعه ایرانی؛ حال و حکایت مشابهی دارند و سینما هم از آن مستثناء نیست.

گاهی فراموش می کنیم که از پس فراوانی برخورداری های فنی، علمی، ارتباطی و اطلاعاتی قرن بیستم، ذهن کامل و بزرگ مفهومی و خلاق متعلق به نیمکره راستی های مغز ظهور کرده که مهمترین خصیصه انسان قرن بیست و یکمی است. «دانیل ه. پینک» از آن با عنوان «عصر مفهومی» یاد می کند که بعد از عصر اطلاعات فراگیر می شود و سیادت علمی، اقتصادی و اجتماعی را نصیب کسانی می کند که نگرشهای جامع، همه جانبه- نگر، معناگرا و همدلانه با فلسفه و هنر داشته باشند. علوم کمی، اثباتی و مهندسی برای بروز خلاقیت و شکوفایی ذهن کامل و بزرگ کافی نیست و نیمکره چپ‌هایی چون حسابداران، فن سالاران و بوروکراتها تخت پادشاهی را به فیلسوفان، ادیبان و جامعه شناسان تحویل خواهند داد (پینک، ۱۳۹۴).

مجموعه توانمندی‌های ششگانه طراحی، داستان، همنوایی، همدلی، بازی و معنا که «پینک» با نام «حواس ششگانه مفهومی» طرح می کند در عرصه سینما به صورت امکان و ظرفیت نهفته وجود دارد. با این مدخل به سراغ نظرسنجی‌ها می رویم تا گرایش‌ها و جهت‌گیری‌های همسو با آن را در قالب حس بالا و مفهوم بالا در ذائقه فرهنگی و اجتماعی ایرانی جستجو کنیم.

## ۱-۲- تجربه زیسته و زنده ایرانیان با سینما

سینما رسانه ای است که اقبال حداکثری افراد از طبقات مختلف اجتماعی را نسبت به خود دارد و برخلاف هنرهای دیگر، دارای توان جذب مخاطب توده‌ای است. رسانه‌ای شدن، اطلاعاتی شدن، مصرفی شدن، زنانه شدن، دموکراتیک شدن و فردی شدن فرهنگ در شکل‌گیری خصلت‌های مخاطب امروزی سینمای ایران موثر است. با شناخت تجربه زیسته مخاطب سینما در فضای کنونی؛ می‌توان به تصویر درستی از مناسبات سینمایی در ارتباط با مخاطب رسید. مخاطبی که در تجربه‌های زیسته زندگی، مدرنیته را تجربه کرده و به اصطلاح؛ امروزی و مدرن شده، سینما رفتن را به عنوان یک کنش فرهنگی مدرن در خود نهادینه نکرده یا سینما رفتن به عنوان یک کنش مدرن، تبدیل به یک فرهنگ عمومی نشده است. نکته قابل تأمل این است که در دهه ۶۰ و یا قبل از انقلاب که بالطبع نسبت به زمان معاصر، مظاهر مدرنیته در کشور ما کمتر بسط یافته بود، مردم بیشتر به سینما می‌رفتند و صف‌های طولانی‌تری برای ورود به سینما تشکیل می‌دادند اما اکنون علی‌رغم بسط و گسترش امکان فیلم دیدن در سینما، آمار سینما روها کاهش داشته است. دکتر پرویز اجلالی از پیشگامان جامعه‌شناسی سینما، تجربه زیسته و تاریخ فرهنگی ایرانیان از سینما را به چند دوره تقسیم می‌کند. اولین دوره مربوط به شکل‌گیری سینما در ایران و تاسیس سینمای صحاف باشی در سال ۱۳۰۴ شمسی است. در این دوره مخاطب سینمای ایران هم محدود؛ و مربوط به شخصیت‌های دربار و برخی از طبقات اشرافی است. در این دوره جنینی هنوز نه سینما به یک پدیده همگانی بدل شده و نه مخاطب عمومی شکل گرفته است. دوره دوم مربوط به سال‌های بعد از ۱۳۰۴ تا پایان دوره رضاشاه یعنی سال ۱۳۲۰ است که سینما کمی گسترش پیدا می‌کند و برخی از زنان هم امکان حضور در سینما را پیدا می‌کنند. در واقع سینما اندکی دموکراتیک‌تر می‌شود و تعداد بیشتری از مخاطبان از طبقه متوسط و متوسط به بالا در سینما حضور می‌یابند. دوره سوم هم از دوران پهلوی دوم تا انقلاب اسلامی تعریف می‌شود که دوران رونق گرفتن سینما در ایران است و سینما مخاطب عام پیدا کرده و مردم زمان و هزینه قابل توجهی را برای درک و حضور در سینما پرداخت می‌کنند. در



واقع ویژگی مخاطبان سینما در این دوره همانند ژانرها متنوع و همگانی می شود. برای نمونه در نوروز سال ۱۳۴۶ نزدیک به ۴ میلیون نفر در تهران برای دیدن فیلم های «گوهر شب چراغ»، «یکه بزن» و «طوفان نوح» به سینما می روند که نسبت به جمعیت آن زمان تهران، عدد چشمگیری است که تا به حال این رکورد شکسته نشده است (ماهنامه فیلم، ش ۵۰۸).

دکتر اجلالی به تجربه زیسته ایرانی در دوران بعد از انقلاب هم می پردازد که مرحله اول آن به آغاز انقلاب اسلامی تا پایان دهه ۶۰ مربوط است. عنصر سیاسی نقش پررنگ تری پیدا می کند. مثلاً نگاه انقلاب به سینما و ماهیت و کارکرد آن در چگونگی نسبت مخاطب با سینما تاثیر دارد. در همین بستر است که به دلیل تصویری که بسیاری از مردم نسبت به سینمای قبل انقلاب داشتند و آتش گرفتن سینمای رکس و... در نوع مواجهه مخاطب در اوایل انقلاب نسبت به سینما به شدت موثر بوده است. تحولات انقلابی و ایدئولوژیک در مخاطب سینما نیز تاثیر گذاشته و او خواهان نوعی گفتمان و زبان سینمایی متناسب با زمانه است. لذا شاهدیم که چگونه یک عامل برون سینمایی مثل انقلاب به عنوان یک پدیده سیاسی می تواند در درک پدیدارشناسانه سینما و مخاطبان آن موثر باشد.

در واقع تغییر شرایط سیاسی اجتماعی و فرهنگی منجر به تغییر ماهیت و روحیات مخاطب سینما شده و همین تغییر مخاطب و شرایط بیرونی اش موجب می شود مثلاً فیلم های انقلابی مورد استقبال بیشتر مخاطب واقع شود، چنانچه در دوران جنگ نیز ژانر دفاع مقدس مورد توجه قرار می گیرد. البته این به معنای انطباق و همسویی کامل مخاطب با سینمای دولتی نیست که بعدها شاهد شکاف ایدئولوژیک و زیبایی شناسی بین مخاطب و سینمای رسمی هستیم که خود این عامل در قبض و بسط مخاطبان سینما از حیث کمی نیز تاثیر می گذارد، که خود بحث مفصلی است. از همین رو باید سیاست گذاری های فرهنگی از جمله سینمایی را به عنوان یک عامل برون سینمایی در تحولات درون سینمایی، از جمله ظهور و سقوط مخاطب، دخیل دانست دیالکتیکی که بین نظام سیاسی و نظام سینمایی در یک کشور شکل می گیرد به خلق زبان و ادبیات سینمایی خاصی می انجامد که مخاطب نیز بر ساخته این دیالکتیک است.

## ۲) چارچوب نظری و مدل تحلیلی

جدا از اهداف اولیه رسمی و سازمانی یک نظرسنجی با خصایص آماری و کمی، نباید از وجود شاخص‌ها و مفاهیم کیفی پنهان و مخفی در آن به عنوان یک متن و یک زبان غافل شد که از سلیقه، میل، روحیه، ذهن، هوش و تخیل اجتماعی نسبت به موضوع و پدیده مورد بررسی سخن می‌گوید. با «جامعه‌شناسی ایماژینر» ماهیت و فرآیند چگونگی شکل‌گیری تصویری بلندمدت با جهت‌گیری مثبت یا منفی از پدیده‌ای اجتماعی در ذهن جمعی یک ملت و جامعه را می‌توان بازنمایی و بازخوانی کرد. به تعبیری ایماژها چون بازمانده‌های سرد یک آتشفشان ذهنی هستند که بر اساس تجربه زیسته از واقعیت، از ذهن انسان غیرقابل انفکاک‌اند. مساله مهم این است که ایماژها به رفتارها و تحولات فرهنگی و اجتماعی ختم می‌شوند و بسیاری از ناکارآمدی راه‌حل‌های سیاستی و اجتماعی؛ به دلیل بی‌توجهی به این ایماژها و فرآیند پیدایش و تغییر آن‌ها می‌باشد.

### ۲-۱- نظریه ایماژینری

حال در این گزارش «ایماژ ایرانی» از سینما را با انداختن نور به بخش‌های فراموش‌شده و نامرئی یا بُعد سوم که همان بُعد مفهومی و معنایی در نظرسنجی‌هاست، جستجو می‌کنیم. علاوه بر شناسایی این ایماژ در هر سؤال و پاسخ به صورت انفرادی؛ با رویکردی شبکه‌ای و کل‌نگر روابط همه سؤال‌ها و نظرات مردم را در خلق منظومه‌های جمعی متفاوت از تک سؤال‌ها واکاوی می‌کنیم تا سمفونی ایرانی را نسبت به سینما در کنار تک مضراپها و تک‌آواهای آن بیابیم.

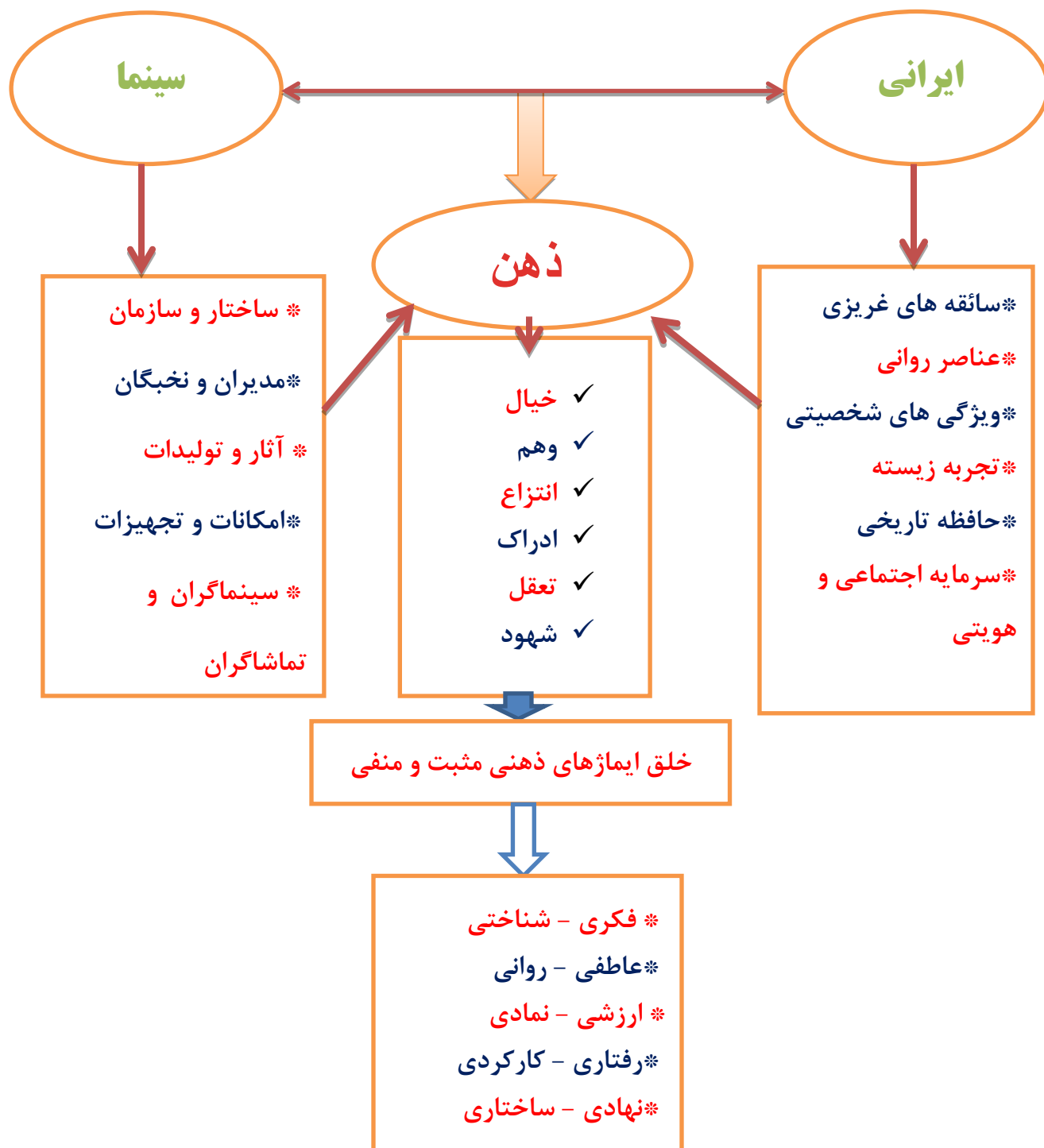
از آنجا که هدف این گزارش تایید یا رد کارکرد شخص یا سازمان خاصی نیست و فارغ از دغدغه‌های بودجه‌ای و عددی؛ به دنبال فراهم کردن حال خوشی برای سال‌های دراز در عرصه سینمایی این سرزمین است، از اینرو با یک تعهد جانانه و عاشقانه جایگاه واقعی این پدیده را در ذهن و روح ایرانی به تصویر می‌کشد تا واقعیت‌اعلای آن را بر هر سیاستگذار و برنامه‌ریزی نمایان سازد تا در تدوین طرحها و سیاستها مورد ملاحظه قرار گیرد. برای اطمینان از روش کار و الگوی تحلیلی در قالب نموداری به توصیف

و تبیین آن می‌پردازیم تا پیش از ورود به بخش عملیاتی گزارش، روش و ابزار آن را با اذهان خوانندگان این متن به اشتراک بگذاریم و مانع از مجادله‌های حاشیه‌ای و غیر ضرور گردیم.

## ۲-۲- مدل تحقیق

نمودار شماره یک

تبیین جامعه شناختی ایماژینری بین‌الاذهانی ایرانیان از سینما



### ۳) تحلیل فکری - شناختی نظرسنجی جشنواره سی و پنجم فجر

از آنجا که عناصر تحلیل حاضر با یک روش ضمنی و ذوقی انتخاب شده؛ و از ابتدای طراحی نظرسنجی کشف رابطه معنادار یا هدفمند بین متغیرها در آن برای این گزارش جامعه شناختی مطرح نبوده است با اندکی اغماض هشت سؤال از چهل و پنج سؤال نظرسنجی جشنواره در این طبقه بندی فکری و شناختی قرار داده شده اند. هدف از فراخوانی مفاهیمی چون تطبیق جشنواره ها، آگاهی از دفترچه سیاستهای سینمایی، راهکارهای رونق سینمای کودک، تغییرات در روند جشنواره فیلم فجر، نظرخواهی در خصوص انتخاب فیلم‌های جشنواره، ژانر مورد اقبال و عامل اصلی جذابیت یک فیلم از دید مشارکت‌کنندگان؛ در واقع تلاش برای شناخت خصایص و نوع آگاهی، اطلاعات و دانش اهالی سینما نسبت به پدیده ای است که دائم با آن در تعامل و مبادله هستند. ارائه ایماژ این شناخت و اندیشه مسأله با اهمیتی است.

در ضمن داده ها با دو روش ایستا- جزءنگر(هرسؤال به صورت مستقل) و پویا- کل نگر(همه سؤال‌ها به شکل شبکه‌ای و منظومه‌وار) با رهیافتی جامعه شناختی در چارچوب نظری مورد اشاره، بررسی و تحلیل می شوند؛ تا خصایص و روابط ناپیدای آن‌ها نمایان گردد.

### ۳-۱- تحلیل ایستا و جزء نگر

کدام ویژگی در فیلم، شما را به سینما می کشاند؟

۱	موضوع فیلم	۱۸۴۷	۲۵,۲
۲	کارگردان	۱۵۹۱	۲۱,۷
۳	بازیگر	۱۲۶۱	۱۷,۲
۴	تبلیغات	۳۷۲	۵,۱
۵	موفقیت در جشنواره(جوایز دریافت شده)	۷۳۴	۱۰,۰
۶	توصیه دوستان	۵۰۲	۶,۹

۷	نقد فیلم در مطبوعات	۴۱۶	۵,۷
۸	جنگالی و بحث بر انگیز بودن آن	۵۱۲	۷,۰
۹	سایر	۸۹	۱,۲
	مجموع	۷۳۲۴	۱۰۰,۰

نزدیک به دوسوم از پاسخ‌دهندگان به این سؤال؛ مهمترین عوامل داستانی و انسانی یک فیلم را شاخص‌ترین جاذبه برای دیدن آن می‌دانند. به خوبی اهالی سینما ماهیت و ساختار داستان اصلی فیلم و نگاه خاص به وجهی از وجوه زندگی را در صدر جذابیت اصلی فیلم می‌دانند. انسان موجودی نرّتیو و روایی است که سینما امکان بازخوانی سریع و دقیق مسائل و حوادث زندگی را برای آگاهی و آموزش رازوارانه و بازی‌گونه با کمترین هزینه‌ها فراهم کرده و در این میان فیلمنامه، کارگردان و بازیگران بیشتر از دیگر عوامل فیلم در ایماژ شناختی ایرانیان اهمیت دارند. ایرانی فیلمنامه خوب می‌خواهد و شرط آن حضور آثار بزرگ و یا نویسندگان مطرح همراه با عوامل انسانی کاربلد و روزآمد در فرآیند فیلمسازی است.

بیشتر طرفدار چه نوع(ژانر) فیلم‌هایی هستید؟

۱	خانوادگی	۱۰۷۷	۲۹,۸
۲	ماجراجویی	۳۹۱	۱۰,۸
۳	علمی، تخیلی	۲۵۳	۷,۰
۴	ملودرام	۵۸۸	۱۶,۳
۵	جنگی	۱۲۵	۳,۵
۶	اجتماعی، سیاسی	۶۲۶	۱۷,۳
۷	تاریخی	۹۵	۲,۶
۸	حادثه‌ای	۸۳	۲,۳
۹	کمدی	۲۸۸	۸,۰
۱۰	وحشت	۹۲	۲,۵
	مجموع	۳۶۱۸	۱۰۰,۰

حدود دوسوم از مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی به ترتیب ژانرهای خانوادگی، اجتماعی-سیاسی و ملودرام را بر دیگر ژانرها ترجیح می‌دهند. این نگاه و شناخت نسبت به سینما تابعی از خلق و خوی ایرانی و زیست جهان

اوست که از گذشته تا به امروز تحت تاثیر جدی سیاست، زن و هنر در فضایی سرشار از هیجان و غلیان احساسات و رازهای بزرگ بوده است. این سه گاهی دوستانی باوفا و گاهی دشمنانی خونین برای او بودند و این نزدیک و دور شدن‌ها در تجربه و واقعیت میل ژانری ایرانی را بیش از بقیه رقم می‌زند.

آیا تا به حال از سیستم (vod) ویدئو درخواستی استفاده کرده اید؟

۱۱,۰	۴۰۳	بلی
۴۶,۲	۱۶۸۷	خیر
۴۲,۸	۱۵۶۴	اطلاعی ندارم
۱۰۰,۰	۳۶۵۴	مجموع

عدم استفاده یا بی خبری نزدیک به نود درصد پاسخ‌دهندگان نه از سیری یا بی اشتهایی ایرانیان در برابر فناوری‌ها و پدیده‌های جدید است و نه از کم دانشی آن‌هاست. بیشتر به نظر می‌رسد یک سیستم تازه تاسیس و با فیلم‌های محدود که چندان تبلیغات گسترده‌ای هم انجام نداده، بایستی با چنین پدیده‌ای روبرو گردد. علاوه بر این صحنه و پرده نمایش و سینما چیز دیگری است که مردم آگاهانه آن را انتخاب می‌کنند.

تا چه حد نشست‌های نقد و بررسی فیلم‌ها را موثر می‌دانید؟

۹,۵	۵۹	خیلی زیاد
۳۰,۰	۱۸۷	زیاد
۴۵,۸	۲۸۶	کم
۱۴,۷	۹۲	خیلی کم
۱۰۰,۰	۶۲۴	مجموع

بیش از شصت درصد پاسخ‌دهندگان به اثربخشی نشست‌های نقد و بررسی پاسخ منفی داده و این مقوله را در توسعه و کیفی شدن سینما موثر نمی‌دانند. فرمالیسیون، صورتگرایی و شکلی شدن برخی از کارهای جمعی با جنس نقد و نقادی در کنار خلق فرهنگی فقدان هنر کار جمعی با ویژگی گفتگویی، پاسخگویی و نقدپذیری

موجب ایجاد ایماژ شناختی منفی نسبت به نشست‌های نقد و بررسی گشته است. برگزاری این نشست‌ها با حضور صاحب‌نظران و نخبگان علمی و سینمایی با تمرکز بر مسائل حرفه‌ای و تخصصی در این ذهنیت شناختی اثر مثبتی خواهد داشت.

✚ تغییرات ایجاد شده در دوره های مختلف جشنواره فیلم فجر ...

۲۸,۲	۲۰۳	مناسب با شرایط کلی سینماست
۳۶,۵	۲۶۳	سبب بی ثباتی و افت کیفی جشنواره می شود
۲۹,۷	۲۱۴	سبب بلاتکلیفی فیلمسازان و مخاطبان در شناخت جایگاه جشنواره فجر شده است
۵,۶	۴۰	سایر موارد
۱۰۰,۰	۷۲۰	مجموع

تجربه زیسته ایرانی از «تغییر» پی در پی در قوانین و قواعد اجرایی امور اداری و سازمانی خاطره خوشی ندارد. این واقعیت موجب ایجاد ایستار و انگاره‌ای منفی و همراه با بی‌اعتمادی شده است. اثربخشی ضعیف در تغییرات بی‌حاصل و پرهزینه؛ ایرانی را نسبت به هرگونه تغییری محافظه‌کارتر کرده و در این میان اهل هنر و روشنفکران که بایستی پیشتازان تغییر و اصلاح باشند، کم و بیش نسبت به آن همانند دیگر ایرانیان بدبین هستند. منفی بودن بیش از دوسوم نظرات موید این ادعاست.

✚ مهمترین راهکار در رونق سینمای گروه کودک و نوجوان چیست؟

۳۱,۸	۱۵۴۴	برگزاری جشنواره ها
۲۷,۳	۱۳۲۳	اختصاص سینماهای ویژه
۱۳,۶	۶۶۲	اختصاص سئانس های خاص
۶,۰	۲۹۳	فروش عروسک ها و محصولات جانبی
۹,۹	۴۸۲	حمایت از تولید فیلم الگو
۷,۹	۳۸۵	اکران فیلم های خارجی
۳,۴	۱۶۴	سایر
۱۰۰	۴۸۵۳	مجموع

نظر مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی نسبت به رونق سینمای کودک حاوی دغدغه‌های تربیتی و جداسازی فضای سینمای کودک از فضای بزرگسالان هست. گویی در این فقره از امر سینمایی ایجاد یک امنیت خاطر برای والدین پیش شرط حضور کودکان در سینماست. بیش از سه چهارم از نظرات مبین این ایماژ شناختی است.

✚ تا چه اندازه از محتوای دفترچه سیاست های سازمان سینمایی آگاهی دارید؟

خیلی زیاد	۹۷	۶,۸
زیاد	۲۶۷	۱۸,۸
کم	۵۷۴	۴۰,۵
خیلی کم	۴۸۱	۳۳,۹
مجموع	۱۴۱۹	۱۰۰

منفی بودن سه چهارم پاسخ‌ها دلایل مختلفی در عدم اطلاع و آگاهی جامعه هدف از سیاست‌های جدید سینمایی می‌تواند داشته باشد. از جمله عدم پوشش خبری رسانه‌های عمومی و اطلاع‌رسانی ویژه در زمره این علل هستند. از طرف دیگر نیاز فوری و ضروری به تخریب دیوارهای بی‌اعتمادی میان مدیران و سینماگران بی-

تاثیر نخواهد بود. در این ایماژ  
حکمرانی خوب در  
سپردن نرم‌افزار به  
اهل سیاست باید  
امور پشتیبانی از

خیلی خوب	۲۴۰	۸,۹
خوب	۱۰۱۴	۳۷,۷

حوزه هنر و سینما،  
اهل هنر است و  
به سخت افزار و  
هنر بسنده کنند.

✚ جشنواره امسال را نسبت به جشنواره سال قبل چگونه ارزیابی می‌کنید؟



ضعیف	۱۰۱۲	۳۷,۶
خیلی ضعیف	۴۲۶	۱۵,۸
مجموع	۲۶۹۲	۱۰۰,۰

با احتساب اصل انحراف از معیار و تقریب در محاسبات آماری مشارکت‌کنندگان به یک اندازه، نسبت به کیفیت سال قبل و سال جاری جشنواره نظر مثبت و منفی داشته‌اند. در عمق معنای شناختی و ادراکی مردم از کارگزاران انتظار بیش از این را دارند. ذهن آرمانی و کمال‌گرای ایرانی طالب بهترین‌هاست.

### ۳-۲- تحلیل پویا و کل نگر

از نتایج نظرسنجی این گروه از سؤال و جواب‌ها در حیطه فکری و شناختی جامعه هدف با رویکرد تعاملی، شبکه‌ای و ترکیبی؛ آموزه‌ها، آثار و واقعیت‌های زیر قابل استخراج و شناسایی می‌باشند:

**الف)** نوع و اندازه شناخت جامعه هدف از اصول و قواعد فیلم و سینما، و همچنین وقایع سینمایی در خروجی نظرسنجی جشنواره؛ شناختی علمی، درست و قابل احترام است که نشان از فعالیت و مشارکت آگاهانه و دانشورانه آن‌ها دارد. این بدان معناست که اهالی سینما، سینما را می‌شناسند و از نقش و جایگاه این پدیده در جامعه اطلاع دارند و به کارکردهای موثر فراغتی، امیدآفرینی، آموزشی و سیاسی آن به عنوان یک نهاد مدرن امروزی آگاهی دارند.

**ب)** تعامل خبری و اطلاع‌رسانی مراکز رسمی و سازمانی سینما با جامعه هدف رابطه ضعیف و غیرقابل قبولی است که نشان از عدم بهره‌گیری گسترده از رسانه‌های جمعی و فراگیر دارد. پایین بودن آگاهی و شناخت از سیاستها و برنامه‌ها، یا عدم اطلاع اهالی سینما از ارائه امکانات و فن‌آوری‌هایی چون ویدئو درخواستی حاکی از وجود چنین واقعیتی است.

**پ)** فرمالیسم، عدم امنیت خاطر، دولتی شدن و بدبینی به سازمانهای رسمی موجب اختلال و عدم اعتدال شناختی نسبت به برنامه‌ها و ساختارهای موجود می‌شود که بخش بزرگی از آن تجربه زیسته دوره های قبلی و

حافظه تاریخی منفی پیشینی است که ایماژهای منفی فکری را پدید آورده و تغییر آن‌ها مستلزم زمان و بهبود روشها و برنامه‌هاست.

ت) درآگاهی و اندیشه اهالی سینما مطالبه فیلمنامه‌های خوب، کارگردانان متفاوت و ایده‌های جدید و جذاب نهفته است. آن‌ها در فکر سینمایی مطلوب خود روایت‌هایی با واقعیت اجتماع‌مدارانه و نه فقط قدرت‌مدارانه را ترجیح می‌دهند. در عصر مفهومی ترکیب عمیق و پیچیده از هنر با سایر علوم و فنون که به تولید با حس بالا و مفهوم بالا برای ذهن‌های بزرگ پاسخگو باشد، مورد نیاز است.

ث) ایماژ شکل گرفته از نقش رسانه خاص سینما در آگاهی مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی، وجود انتظار حداکثری در برابر واقعیت‌های حداقلی است. به سخن دیگر ذهنیت آرمانی و فراتر از واقعیت بر ماهیت شناختی آن‌ها سایه انداخته است. این شکل از آگاهی نسبت به سینما؛ هم یک فرصت و هم یک تهدید است.

#### ۴) تحلیل عاطفی - روانی نظرسنجی جشنواره سی و پنجم فجر

فراخوانی و طبقه بندی شاخصها و مفاهیم رضایت شخصی، طرح پوستر، بهترین فیلم ۹۵، موافقت با حضور فیلم مستند در جشنواره، انعکاس مسائل اصلی سینمای ایران در رسانه های سینمایی، رابطه دولتمردان با سینمای ملی، بهترین فیلم، ارتباط نویسندگان و سینماگران و رضایت از بخشهای سالن سینما برای تحلیل عاطفی- روانی از خروجی و داده‌های نظرسنجی صورت گرفته است که به صورت خرد و کلان به آن می پردازیم.

#### ۴-۱- تحلیل ایستا و جزء نگر

📊 فیلم های جشنواره تا چه حد رضایت شما را جلب کردند؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۹۷	۶,۱۰
زیاد	۸۴۳	۲۶,۱۱
کم	۱۶۱۰	۴۹,۸۷
خیلی کم	۵۷۸	۱۷,۹۰
مجموع	۳۲۲۸	۱۰۰

برای ایرانی اهل تعارف و رودربایستی، حُسن پرسشنامه در این است که بدون هر گونه تعارفی عدم رضایت خود را از فیلم‌های جشنواره با اکثریت بیش از دوسوم اعلام دارد. برخی از مخاطبان سینما به انحاء مختلف در مصاحبه‌ها و گفتگوها اظهار می‌کنند که از دیدن فیلمها حس و حال خوب نمی‌گیرند و این جدا از مسائل جاری سینماست. رضایت از فیلم تنها از تکنیک و ابزار و ستاره سینمایی حاصل نمی‌شود. رضایت آنجا خلق می‌گردد که تماشاگر باطری داستان زندگی‌اش را بتواند با یک فیلم شارژ کند. یعنی امید بگیرد، کارآمدی عشق را حس کند، باور به عدالت و انسانیت را ببیند، عاقبت‌به‌خیری را لمس کند، عزت و کرامت را مرور کند، شادی را تجربه کند، داشته‌های خوب خود را مرور کند و سرمشق‌های اراده و تلاش در زندگی را اخذ کند. فیلمها امروزه در روایت رئال خود آنچنان غرق می‌شوند که تلخی آن را به کام تماشاگر می‌ریزند اما در تولید انرژی مثبت ناکام می‌مانند. روح و روان تماشاگر ایرانی تشنه این اتفاق خوب در فیلم هاست.

📊 تا چه اندازه موافق با طرح پوستر این دوره جشنواره برای سال آینده هستید؟

۱۱,۷	۳۴۷	خیلی زیاد
۳۱,۲	۹۲۲	زیاد
۳۵,۸	۱۰۵۹	کم
۲۱,۳	۶۲۹	خیلی کم
۱۰۰	۲۹۵۷	مجموع

نتیجه پنجاه و هفت درصد عدم موافقت در مقابل چهل و سه درصد موافقت بر این نکته تاکید دارد که با وجود موفقیت نسبی طرح پوستر، در تولید یک طرح فاخر هنری پایدار و فرازمانی ناکام بوده است. شاید هم روحیه نوگرایانه، تنوع‌طلبانه و گریز از تکرار اهالی سینما مانع از تولید یک ایماژ مثبت روانی با رای بالا گشته است. به هر حال خلق یک حس خوب در نزد اهل هنر چندان کار آسانی نیست و باید جدی گرفته شود.

📊 بهترین فیلمی که در سال ۱۳۹۵ دیده اید را نام ببرید؟

۹۹	۵۰ کیلو آلبالو	۱
۷۵	من سالوادور نیستم	۲

۷۶۵	فروشنده	۳
۹۴۵	ابد و یک روز	۴
۹۹	بارکد	۵
۲۴۳	بادیگارد	۶
۱۱۹	سلام بمبئی	۷
۱۵۴	لانتوری	۸
۱۰۷	اژدها وارد می شود	۹
۹۴	ایستاده در غبار	۱۰
۳۲	سیانور	۱۱
۳۱	خشم و هیاهو	۱۲
۳۱	دختر	۱۳
۳۲	نفس	۱۴
۲۳۲	۸۵ فیلم دیگر	۱۵
۳۰۵۸	مجموع	

ترتیب انتخاب بهترین فیلمهای سال ۱۳۹۵ توسط پاسخ‌دهندگان یعنی ابد و یک روز، فروشنده و بادیگارد حاکی از نوع و نحوه صورت‌بندی‌های میل و ذائقه جامعه ایرانی نسبت به داستان و ساختار فیلم‌ها در کنار هویت و شخصیت شناخته شده عوامل سازنده فیلمها دارد. ایماژ عاطفی مشارکت‌کنندگان دارای ویژگی‌های جوان-گرایی، نوگرایی، ساختارشکنی در روایت و مردم‌مداری است.

تا چه حد از نحوه فروش بلیط جشنواره رضایت دارید؟

۱۳,۷	۲۲۷	خیلی زیاد
۲۸,۹	۴۸۰	زیاد
۳۲,۴	۵۳۸	کم
۲۵,۱	۴۱۷	خیلی کم
۱۰۰,۰	۱۶۶۲	مجموع

کم بودن رضایت حدود ۵۸ درصدی جامعه آماری بر عدم شناخت همه سلیق و علایق حاضر در جشنواره و سینماگران اشاره دارد. قشر هنری و جامعه سینمایی نسبت به امکان تهیه بلیط به صورت سهل‌الوصول، عادلانه،

تخصیص حرفه‌ای همراه با عزت و کرامت تاکید دارد و همه روش‌هایی که دارای این شاخص‌ها باشند برای این جامعه جذاب و جالب خواهد بود.

✚ تا چه اندازه با حضور آثار مستند در جشنواره فیلم فجر موافقت می‌کنید؟

۲۵,۸	۱۷۱	خیلی زیاد
۲۸,۵	۱۸۹	زیاد
۲۹,۶	۱۹۶	کم
۱۶,۱	۱۰۷	خیلی کم
۱۰۰,۰	۶۶۳	مجموع

با مشاهده میانگین نظرسنجی به سود کفه حضور فیلم‌های مستند در جشنواره فجر، می‌توان در نگرش و میل سینماگران بر نظریه دریای آبی نه دریای خونین در امکان بهره‌مندی همه استعدادهای فیلمساز و جا دادن به آن‌ها افق‌های بهتری را انتظار داشت. علاوه بر آن؛ چنین خروجی حکایت از علاقه و ایستار مثبت ایرانیان به فیلم‌های مستند، واقعیت بکر و احترام به مخاطب و برداشت آزاد او از مستندات دارد.

✚ رسانه‌های سینمایی تا چه میزان در راستای مسائل اصلی سینمای ایران عمل می‌کنند؟

۶,۵	۶۶	خیلی زیاد
۳۷,۳	۳۸۰	زیاد
۴۳,۵	۴۴۳	کم
۱۲,۸	۱۳۰	خیلی کم
۱۰۰,۰	۱۰۱۹	مجموع

معدل داده‌ها و پاسخها در این مسأله به سمت احساس منفی نسبت به تخصصی بودن، حرفه‌ای عمل کردن و در خدمت تعالی بخشی به سینماست. رسانه‌ها به استقلال و کیفی شدن بیشتری برای کسب همدلی اهالی سینما نیاز دارند. ترجیح منافع و اهداف حوزه فیلم و سینما و ممانعت از ابزاری شدن هنر در دست سیاسیون به این رسانه‌ها اعتبار و آبرو می‌بخشد که در این صورت دوام ایماژ عاطفی آن قابل توجه خواهد بود.

وضعیت تعامل دولتمردان با سینمای ملی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

۱۶,۳	۹۴	خیلی خوب
۳۰,۲	۱۷۷	خوب
۳۶,۷	۲۱۵	ضعیف
۱۷,۱	۱۰۰	خیلی ضعیف
۱۰۰,۰	۵۸۶	مجموع

ایماژ روانی- عاطفی در حافظه تاریخی ایرانی، بیانگر وجود شکاف بین جامعه و حکومت است که گاهی فعال و گاهی خاموش است. تعامل دولتمردان با امتیاز نزدیک به پنجاه درصد با سینما؛ با توجه به واقعیت فضای منفی فعال تاریخی و با دولت قبلی؛ قابل تأمل و تحسین است.

به نظر شما ارتباط نویسندگان با سینما گران در ایران چگونه می‌باشد؟

۵,۲	۵۳	خیلی خوب
۳۸,۰	۳۹۰	خوب
۴۳,۵	۴۴۶	ضعیف
۱۳,۳	۱۳۶	خیلی ضعیف
۱۰۰,۰	۱۰۲۵	مجموع

مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی خواهان بهبود و ترمیم هر چه بیشتر تولیدکنندگان متون و روایتها با سینماگران هستند و این رابطه با رعایت شأن نویسندگان و تامین حقوق تالیفی و معنوی آن امکان خواهد یافت. سینمادوستان حس بهتری برای توسعه این رابطه دارند.

از کدامیک از بخش های سالن سینما بیشتر رضایت دارید؟

نتیجه این داده‌ها نشان می‌دهد که بکارگیری فن و ابزار با کیفیت، بیشتر از منابع انسانی در تولید رضایت اهالی سینما اثرگذار است و این واقعیت به مقوله استخدام، آموزش و تربیت نیروی انسانی به عنوان رکن اساسی در توسعه سینمایی تاکید دارد.

۲۲,۹	۲۸۸	کیفیت صدا
۳۱,۶	۳۹۶	کیفیت تصویر
۱۶,۸	۲۱۱	نظم سینما
۴,۹	۶۱	تهویه هوا
۱۷,۱	۲۱۴	رفتار مسئولین
۶,۸	۸۵	سایر
۱۰۰,۰	۱۲۵۵	مجموع

## ۴-۲- تحلیل پویا و کل نگر

الف) با وجود رضایتمندی نسبی مشارکت کنندگان در نظرسنجی از فیلم‌ها و فضاهای سینما، ایماژ روانی-عاطفی آن‌ها در طلب بهترین موقعیتها و شرایط برای سینمای ایران است چراکه آن را چون فرزند عزیز می‌دارند و خواهان سیرحیاتی سینما با تمام قوا و پتانسیل به سوی توسعه و تعالی می‌باشند.

ب) حساسیت‌ها، روحیات و احساس مطلوب اهالی سینما در گرو احترام و تکریم، اختیار و اعتماد، و همچنین استقلال و همدلی فعال حاکمیت در قبال سینماست. آن‌ها همیشه با احتیاط و مردد به این رابطه می‌نگرند و این فضای روانی بر تعاملات سایه می‌اندازد.

پ) از بعد روانی-عاطفی جامعه هدف؛ به نوگرایی و تغییر در سازندگان فیلمها، جوانگرایی در عوامل انسانی سینما، مردم مدار بودن داستان اصلی به شدت علاقه دارند و به نوعی این امور را در مسیر توزیع عادلانه فرصتها و ایجاد اعتماد به نفس در تازه‌واردها موثر می‌دانند. با رکود، پیرسالاری و بن‌بست عاملان تکراری؛ حال خوش پیدا نمی‌کنند و این را به انحاء مختلف از زبان بدن تا بی‌میلی‌های سینمایی از خود نشان می‌دهند.

ت) ذهن پر تب و تاب ایرانی در ترکیب با روح و روان پیچیده‌اش او را غیر قابل پیش‌بینی کرده و این اصل بارها در انتخابات سیاسی، رقابت‌های ورزشی، فعالیت‌های اجتماعی و خیرخواهانه اثبات شده است. روحیات و خلقیات پنهان و ناپیدایی در بزنگاه‌های اجتماعی با میل جدیدی از لذت و تفریح در حال ظهور هستند که چه بسا مدیران و مجریان را مات و مبهوت خواهند کرد. به لحاظ عاطفی و روانی این رفتار جمعی در حوزه سینما هم دور از ذهن نیست و باید آن را جدی گرفت.

ث) تلاش در مثبت شدن ایماژ عاطفی اهالی سینما با توجه به روحیه هیجانی و احساسی ایرانیان؛ به ترمیم و فراهم کردن مشارکت فعال در امور اساسی، حضور در سینما و سایر مقوله‌ها اثربخش است. حال خوش، احساس امید و رسیدن به یک حس بالا و فوق‌العاده این مسیر را آسان می‌کند. در امر فرهنگی جامعه از دولت قابل اعتمادتر و کارآمدتر است و این تجربه‌ای جهانی و علمی است. هر چه سیاست در امور هنر دست کوتاهی داشته باشد، مردم برای حضور همه جانبه احساس بهتری خواهند داشت.



## ۵) تحلیل ارزشی - نمادی نظرسنجی جشنواره سی و پنجم فجر

انتخاب مفاهیم کانونی از نظرسنجی همچون؛ انتقال امید و اعتماد ملی، نقش فیلمها در ایجاد ارتباط منطقه‌ای ملل، همسویی سینما با آموزه‌های انقلابی، همسویی با سبک زندگی ایرانی اسلامی، فیلم‌های جشنواره و انطباق با سبک زندگی، سازندگی و محرومیت‌زدایی، مفاهیم دینی و اعتقادی و چهره روحانیت در سینمای ایران جملگی در زمره مسائل ارزشی و نمادی جامعه ایرانی است. خروجی نظرسنجی در قبال این مفاهیم و متغیرها، دارای معانی و جهت گیری های خاصی است که بر اساس الگوی گزارش به آن می پردازیم.

### ۵-۱- تحلیل ایستا و جزء نگر

به نظر شما فیلم های جشنواره تا چه حد در انتقال مفاهیم امید و اعتماد به نفس ملی موثرند؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۹۱	۵,۹۱
زیاد	۷۷۳	۲۳,۹۲
کم	۱۴۲۴	۴۴,۰۷
خیلی کم	۸۴۳	۲۶,۰۹
مجموع	۳۲۳۱	۱۰۰

هر چند برای تعیین دقیق و علمی انتقال یا عدم انتقال مفاهیم امید و اعتماد به نفس ملی تعیین شاخصهای کمی و کیفی مناسبی مورد نیاز هست تا واقعیت امر از کارکرد آثار در این مقوله روشن شود اما با احترام به حس شهودی یا تخمین ریاضی مشارکت کنندگان در نظرسنجی به نظر می آید که در انگاره آن‌ها دغدغه‌های هویت ملی در نزد فیلمسازان دارای اولویت اول نیست. فاصله نسبتاً زیاد نظرات مثبت و منفی در این متغیر نشانگر آن است که نه تنها در متن بلکه درحاشیه فیلمها نیز چنین تلاشی کم رنگ بوده است.

به نظر شما فیلم‌های جشنواره تا چه حد با مخاطب منطقه‌ای (مسلمانان و فارسی زبانان) ارتباط برقرار می‌کند؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۲۰	۶,۰
زیاد	۶۹۳	۳۴,۷
کم	۸۸۱	۴۴,۲
خیلی کم	۳۰۱	۱۵,۱
مجموع	۱۹۹۵	۱۰۰

بهره‌گیری مناسب از سرمایه‌های نمادین و فرهنگی از دید حاضران در نظرسنجی برای ارتباط با مخاطب منطقه‌ای کافی نیست و بر کم بودن آن تاکید دارد. نسبت منفی شصت به چهل گواه این ادعاست. تنوع نمادهای قومی، دینی و ملی بر پیچیدگی این مقوله افزوده است.

سینمای ایران تا چه اندازه با آموزه‌های انقلابی همسو است؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۷۸	۱۴,۶
زیاد	۱۸۰	۳۳,۶
کم	۲۱۳	۳۹,۷
خیلی کم	۶۵	۱۲,۱
مجموع	۵۳۶	۱۰۰

بار معنایی و ایستارهای سیاسی این سؤال با پاسخ‌های همگن مواجه بوده و با کمی اغماض روشی در آمار، نسبت به دو درصد تفاوت بین نظرهای خوش‌بینانه و بدبینانه، این عملکرد سینما قابل قبول به نظر می‌رسد. این پاسخ به نوعی نگرش به این آموزه‌ها در میان اهالی سینما را هم نشان می‌دهد و کم و بیش با واقعیت‌های سیاسی جامعه انطباق دارد. از طرف دیگر آموزه‌های انقلابی دیروزی در وضعیت استقرار حکومت امروزی به

تعارض و تباین منجر می‌شود مگر این که بر آرمانها و اهداف تاکید گردد. به این معنا که آموزه‌های اخلاقی، مدنی، دینی و معنوی دغدغه مهم سینماگران می‌باشد.

✚ فیلم های سینمایی سال ۱۳۹۵ تا چه میزان مبتنی بر سبک زندگی ایرانی - اسلامی بوده است؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۷۱	۱۷,۹
زیاد	۱۱۷	۲۹,۵
کم	۱۴۰	۳۵,۴
خیلی کم	۶۸	۱۷,۲
مجموع	۳۹۶	۱۰۰,۰

از آنجا که سبکها و الگوهای زندگی در طول زمان و مبتنی بر منابع هویتی فرهنگی به عنوان قالبها و چارچوبها پدیدار می شوند و به روح و جان افراد جامعه در فرآیندهای جامعه پذیری شکل می‌دهند؛ و در نهایت به صورت جلوه های فکری و رفتاری بروز می‌کنند تا جایی که در گویش، پوشش، خورش، مناسک، بهداشت و جشن و عزای مردم نمایان است. هر فیلم از این منظر یک منبع غنی دموگرافیک و انسان شناسی است. با توجه به تعادل پاسخهای موافق و مخالف و برداشت متفاوت آیینی و ظاهری یا معنایی و عملگرا از این مقوله، سینما نسبت به سبک زندگی ایرانی - اسلامی توجه مناسبی داشته است.

✚ فیلم های جشنواره تا چه میزان مبتنی بر سبک زندگی ایرانی - اسلامی هستند؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۲۵	۱۰,۸
زیاد	۵۸	۲۵,۱
کم	۸۸	۳۸,۱
خیلی کم	۶۰	۲۶,۰
مجموع	۲۳۱	۱۰۰,۰

فاصله معنادار ایستار مثبت و منفی در خروجی نظرسنجی این سؤال نسبت به سؤال قبلی که از یک متغیر در دو دوره سؤال گردیده، حاکی از نگاه موضوعی و ژانری نه نگاه فرهنگی و مردم‌شناسانه به محتوا توسط پاسخ‌دهندگان به این متغیر بوده است. به هر حال نمادهای حجاب، لباس، مسجد، شهید، نماز، دعا، مراسم دینی و ملی در همه فیلم‌ها به وفور نمایان است و از آن طرف کم و بیش دستاوردهای علمی و فنی کشور در سکانس‌ها انعکاس دارد.

چهره روحانیت در آثار سینمایی تا چه حد به روحانی واقعی نزدیک است؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۲	۲,۴
زیاد	۲۰	۲۴,۱
کم	۳۶	۴۳,۴
خیلی کم	۲۵	۳۰,۱
مجموع	۸۳	۱۰۰,۰

مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی بر این باورند که روایت چهره روحانیت در سینما با واقعیت آن در اجتماع، فاصله‌ای نسبتاً زیاد دارد که البته معلوم نیست این تباین واقعیت و مجاز در چه وجه ایجابی یا سلبی است. به هر حال از دید جامعه هدف، نماد روحانی در سینما کلیشه‌ای و غیرواقعی است.

سینمای ایران در ارائه مفاهیم دینی و اعتقادی چگونه عمل کرده است؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی خوب	۷۸	۱۹,۷
خوب	۱۵۹	۴۰,۲
ضعیف	۱۱۰	۲۷,۸
خیلی ضعیف	۴۹	۱۲,۴
مجموع	۳۹۶	۱۰۰,۰

اکثریت نسبتاً چشمگیری از اهالی سینما نظری مثبت نسبت به ارائه مفاهیم دینی و اعتقادی دارند و برخلاف برخی از ادعاها و تندرهای، سینمای ایران با ارزش‌های دینی و اعتقادی همراه و هم‌دل است و این ایماژ مثبت بسیاری از انگاره‌ها و برداشت‌های یک‌جانبه را خنثی و بی‌اثر می‌کند. فرهنگ دینی مبتنی بر عقل و شعور مهمترین خواسته جامعه فرهیخته و طبقه متوسط ایرانی است که از فرهنگ تاجر و یا فرهنگ دین‌ابزاری به شدت تمایز دارد.

نقش روحانیون را در ارتقای سینمای ایران چگونه ارزیابی می‌کنید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی خوب	۷۳	۱۸,۷
خوب	۱۳۰	۳۳,۳
ضعیف	۱۰۹	۲۷,۹
خیلی ضعیف	۷۸	۲۰,۰
مجموع	۳۹۰	۱۰۰,۰

در پاسخ به این سؤال؛ جامعه آماری رویکردی متعادل و متعارف نسبت به نقش روحانیون در ارتقای سینمای ایران دارد و از این نظر قابل تأمل است. نباید فراموش کرد که طبقه روحانیت طبقه‌ای روشن‌بین و حق‌مداری است که از پدیده‌هایی که در تقلیل آلام جامعه و تنویر فکری مردم نقش دارند، حمایت می‌کنند و این واقعیت متفاوت از ایماژهای منفی عوامانه در مورد روحانیت می‌باشد.

تا چه حد فیلم‌ها به بازنمایی سازندگی و محرومیت زدایی کشور کمک می‌کنند؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۶۵	۱۶,۸
زیاد	۱۴۳	۳۶,۹
کم	۱۱۸	۳۰,۴
خیلی کم	۶۲	۱۶,۰
مجموع	۳۸۸	۱۰۰,۰

در ایماژ نمادی و ارزشی حاضران در نظرسنجی، وجه ایجابی و مثبت به فیلم‌ها برای بازتاب سازندگی و محرومیت‌زدایی مشاهده می‌شود. اکثریت پاسخ‌دهندگان بر وجود این نماد و ارزش در آثار سینمایی تاکید دارند و برخی از نظریه‌های توطئه؛ چون سیاه‌نمایی سینماگران و خودباختگی آن‌ها در یک نگاه منصفانه با این رای مردمی باطل می‌گردد. عدم شناخت درست از ساختار، ماهیت و کارکرد این پدیده به ناداوری‌های تند و غیرواقعی ختم می‌شود.

## ۵-۲- تحلیل پویا و کل نگر

الف) ایماژ اهالی سینما نسبت به جایگاه، اهمیت و نقش سرمایه‌های ارزشی و نمادین جامعه در قالب نمادهای مختلف هویتی اعم از ملی، مذهبی و ایدئولوژیکی یک ایماژ مثبت و فعال است که دائم در حال تغییر، بهبود و بازبایی است. نشانه‌شناختی (Semiology) فیلم‌ها در وجه کلامی یا غیرکلامی دارای نمادهای اراده، ایمان و آگاهی؛ تولید غیرت و جسارت؛ توزیع عزت و وحدت؛ حمایت از دفاع مشروع، حمایت از نیازمندان، جانانگی ایثار و برّ؛ همگامی و همدلی با هم‌نوعان و هم‌وطنان، تعهد و مسئولیت در برابر دیگری، وفای به عهد، پرهیز از خشونت، خطر فقر و فساد؛ و ترویج عقلانیت و معنویت می‌باشند.

ب) داده‌های نظرسنجی از کم‌توجهی به نمادها و ارزشهای ملی نسبت به دیگر ارزش‌های هویتی حکایت دارد چرا که در شاخص‌های با هویت ملی، انگاره‌های پاسخ‌دهندگان نسبت به توجه سینما به نمادها و مفاهیم ملی

منفی می باشد. شاید در تطبیق این نمادها با نمادهای دینی یا جهانی این برداشت ایجاد گردیده که به هر حال ایماژ قابل توجهی در امر فرهنگی است.

پ) در ایماژ هنری و سینمایی ایرانی علاقه به طرح ارزشها به صورت رازواره‌های تو در تو یا هزارتوهای زیست-جهان و جهان معنایی که از ابتدا با یک دوراهی خوشبختی یا بدبختی آغاز نمی‌شود و در رفت و برگشت‌های زندگی یا شکست و موفقیت‌های مسیر حاصل می‌شود، دیده می‌شود. استفاده از نمادهای غیرکلامی، احترام به برداشت مخاطب از نمادها و ارزش‌ها، عمق معنایی و فرار از ظاهرگرایی و تعصب کورکورانه به حس بالای او در ورود به ارزشها و باورهای مختلف دینی و انسانی ختم می‌شود.

ت) چرا سینما در این مقوله با کلاس درس، نصیحت والدین و موعظه منبری اشتباه گرفته می‌شود؟ سینما امکان و ظرفیت طرح نمادهای ارزشی با استفاده از استعاره، بازی، شادی، معنا، همدلی و طراحی‌های مختلف را دارد که با حال خوش و در عین حال غیر کلامی، آزادانه، غیرمستقیم و عملگرایانه قابل انتقال است. تبدیل ارزشها به خشونت نمادین در بین گروه‌های مختلف مردم خطر بزرگی است که ممکن است سینما هم به آن کم و بیش دامن بزند. استفاده و نگاه ابزاری و هزینه‌کرد سرمایه‌های ارزشی در مسیر منافع خاص اثرگذاری نمادها را در یکپارچگی و انسجام جامعه معکوس خواهد کرد.

## ۶) تحلیل نهادی - ساختاری نظرسنجی جشنواره سی و پنجم فجر

در این بعد از تحلیل با انتخاب شاخص‌هایی چون علل افزایش مخاطب سینمای ایران، مهمترین دستاورد سینمای ایران در دولت یازدهم، سیاست‌های سینمایی و اثر آن بر توسعه سینما، مهمترین نقش دولت در سینما، فیلم کوتاه، هنر و تجربه، برگزاری همزمان جشنواره در سراسر کشور، ورود کارگردانهای فیلم اولی و تعامل مجلس با سینمای ملی به بررسی خروجی نظرسنجی از چشم انداز نهادی و ساختاری با رویکرد جامعه شناختی می پردازیم.

### ۶-۱- تحلیل ایستا و جزء نگر

مهمترین دستاورد سینمای ایران در دولت یازدهم را چه می دانید؟

ردیف	پاسخ	فراوانی	درصد
۱	جلب اعتماد سینماگران	۱۹۹	۹,۳
۲	فروش بالای سینماها	۳۳۵	۱۵,۷
۳	افزایش کیفیت آثار سینمایی	۲۹۶	۱۳,۹
۴	ایجاد سامانه های عرضه اینترنتی (VOD)	۱۱۳	۵,۳
۵	افزایش تعداد سالنهای سینما	۱۹۶	۹,۲
۶	دیجیتالی کردن سالنهای سینما	۱۸۹	۸,۹
۷	حضور گسترده جوانان در عرصه فیلمسازی	۲۱۴	۱۰,۰
۸	ایجاد گروه هنر و تجربه	۲۱۱	۹,۹
۹	برپایی جشنواره های تخصصی	۲۷۵	۱۲,۹
۱۰	حضور بین المللی سینمای ایران	۱۰۵	۴,۹
	مجموع	۲۱۳۳	۱۰۰,۰

سه شاخص فروش بالا، افزایش کیفی آثار و حضور گسترده جوانان در عرصه فیلمسازی به عنوان مهمترین دست‌آوردهای دولت یازدهم از سوی پاسخ دهندگان معرفی شده اند. چنانچه دغدغه های مردم و نظام در دوره حاضر مربوط به معیشت، اشتغال و توسعه است، حداقل ساختار مدیریتی سینما هماهنگ با سیاست‌های بالادستی و نیازهای واقعی جامعه سینما عمل کرده است. از طرف دیگر حرکت اصولی و ساختاری که به نهادینگی، قانونمندی و استقلال مالی سینماگران ختم گردد، موفقیت بزرگی است.



سیاست های سالانه سازمان سینمایی تا چه میزان بر حل مشکلات و توسعه سینمای ایران تاثیر دارد؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۷۶	۱۳,۰
زیاد	۳۹۰	۲۸,۹
کم	۵۱۷	۳۸,۳
خیلی کم	۲۶۸	۱۹,۸
مجموع	۱۳۵۱	۱۰۰

بر اساس نتیجه نظرسنجی در این شاخص و در امتداد سؤال قبلی؛ اهالی سینما با داشتن تجربه پیشینی، انگاره تردیدآمیز نسبت به نهادهای حکومتی سینما، با انتساب توسعه این بخش به سینماگران بیش از انتساب به سازمان سینمایی موافق اند. نکته مهم این است که اتفاق خوب برای سینمای ایران افتاده و همه آن را قبول دارند. تکرار همکاری‌ها، همراهی‌ها و همبختی‌ها به همفکری‌ها و همدلی‌ها ختم می‌شود و این امر نیاز است که در طول زمان به تعاملی پایدار تبدیل شود.

تا چه حد با ادغام و داوری یکجای آثار سینمایی بخش هنر و تجربه، فیلم اولی‌ها و فیلم‌های حرفه ای در جشنواره موافقید؟

خیلی زیاد	۲۰۲	۱۴,۸
زیاد	۴۴۳	۳۲,۴
کم	۴۵۱	۳۲,۹
خیلی کم	۲۷۳	۱۹,۹
مجموع	۱۳۶۹	۱۰۰

موافقان و مخالفان این تصمیم سیاستی، حدود پنجاه- پنجاه هستند. جوانان، نسل‌های جدید و بخش‌های حاکمیتی با تغییر و ارائه برنامه‌های نو و فشرده کردن کارها و رقابتها موافق‌اند و پیشکسوتان، با تجربه‌ها و مسن‌ها چندان روی خوش به تغییر به ویژه از طریق سازمان‌ها نشان نمی‌دهند. برخی هم شأن و وجهت دیگری

به کار خود در نسبت با آثار غیر حرفه ای قائل هستند. به هر حال فراهم شدن فضای گفتگویی، نظرخواهی و مشارکت همه به ویژه توجه به تجمیع تفاوتها در کار مدیریتی و نهادی معجزه‌ای اجتماعی را رقم می زند.

به نظر شما مهمترین نقش دولت در سینما چه باید باشد؟

پاسخ	فراوانی	درصد
عدم دخالت دولت	۴۶۹	۳۴,۹
حمایت مالی از آثار	۳۵۶	۲۶,۵
حمایت حقوقی از سینماگران	۱۹۲	۱۴,۳
توسعه زیرساختهای سینمایی	۱۶۳	۱۲,۱
نظارت بر تولید آثار	۳۷	۲,۸
حمایت از موضوعات خاص سینمایی	۳۹	۲,۹
دخالت کامل بدون ورود به تولید فیلم	۲۱	۱,۶
دخالت همه جانبه	۶۷	۵,۰
مجموع	۱۳۴۴	۱۰۰,۰

طبع و ایماژ سینماگر ایرانی نسبت به تقسیم نقش‌ها و وظایف در انتخاب سه گزینه ساختاری فوق به روشنی گویای خواست و انتظار جامعه سینمایی است. نرم افزار متعلق به سینماگران و سخت افزار متعلق به سازمانهای رسمی و دولتی، با هدف تعالی و توسعه سینما و افتخار متعلق به ملت ایران؛ در واقع همه معنای نهفته در نتیجه نظرسنجی از این مقوله است.

تا چه حد با انتخاب فیلم های جشنواره موافقید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۴۷	۷,۳
زیاد	۱۳۶	۲۱,۰
کم	۳۲۴	۵۰,۱
خیلی کم	۱۴۰	۲۱,۶

۱۰۰,۰	۶۴۷	مجموع
-------	-----	-------

این فاصله از عدم رضایت در انتخاب فیلم‌ها با انحراف از معیار طبیعی، حسادت و دیگر مقوله‌ها قابل تفسیر و تحلیل نیست. سینماگران ضوابط، معیارها و داوری ویژه‌ای را می‌خواهند که شفافیت و نگاه تخصصی و حرفه‌ای در انتخاب‌ها بدون مداخله و ملاحظه مسائل و عوامل دیگر، تعیین‌کننده اصلی در انتخاب فیلم‌ها باشند. عطش رعایت انصاف و عدالت در میان قشر هنرمند همراه با اقناع ذهنی و فکری ضرورت ترمیم این مساله ساختاری است.

تا چه اندازه با حضور بخش فیلم کوتاه در جشنواره فیلم فجر موافقت می‌کنید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۵۹	۲۴,۵
زیاد	۱۸۹	۲۹,۱
کم	۱۶۵	۲۵,۴
خیلی کم	۱۳۶	۲۱,۰
مجموع	۶۴۹	۱۰۰,۰

موافقان و مخالفان در مورد فیلم کوتاه تقریباً به یک اندازه جهت‌گیری دارند و حرفه‌ای‌ها با این سیاست چندان رابطه خوبی ندارند.

تا چه اندازه با حضور بخش هنر و تجربه در جشنواره فیلم فجر موافقت می‌کنید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۶۶	۲۵,۹
زیاد	۲۳۹	۳۷,۳
کم	۱۴۰	۲۱,۹
خیلی کم	۹۵	۱۴,۸
مجموع	۶۴۰	۱۰۰,۰

موافقان بخش هنر و تجربه دوسوم آراء را در اختیار دارند و این نشان از رغبت حرفه‌ای‌ها و پیشتازان عرصه سینما با این سیاست و تصمیم مدیریتی است.

📊 تا چه حد با برگزاری همزمان جشنواره در سرتاسر کشور موافقت می‌کنید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۰۵	۳۳,۷
زیاد	۱۰۷	۳۴,۳
کم	۶۰	۱۹,۲
خیلی کم	۴۰	۱۲,۸
مجموع	۳۱۲	۱۰۰,۰

جامعه آماری در نظرسنجی نسبت به فراگیر شدن، همگانی شدن و فعال ساختن توانایی‌های توزیعی و استخراجی برای استفاده از فرصتهای موجود ملی را در حوزه سینما خواهان هستند.

📊 ورود کارگردان‌های فیلم اولی در عرصه سینما را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی خوب	۱۲۷۶	۲۸,۹
خوب	۲۴۲۷	۵۵,۰
ضعیف	۵۵۸	۱۲,۶
خیلی ضعیف	۱۵۵	۳,۵
مجموع	۴۴۱۶	۱۰۰,۰

فرهنگ عمومی ایرانی با اولین‌ها، تازه‌ها و جوانها حس مطلوب و ایماژ مثبت دارد. همراه شدن سینماگران حرفه‌ای و صاحبان منافع شاید با این مورد سیاستی نسبت به دیگر موارد با مشکلات کمتری مواجه باشد. انرژی، امید، همکاری بدون چشمداشت، توقع کم، سادگی و صداقت آورده‌هایی هستند که چنین کارگردانانی را برای هر سخت‌پسندی قابل احترام و پذیرش می‌سازد.

وضعیت تعامل مجلس شورای اسلامی (به ویژه کمیسیون فرهنگی) با سینمای ملی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی خوب	۷۰	۱۲,۱
خوب	۱۶۶	۲۸,۷
ضعیف	۲۱۰	۳۶,۳
خیلی ضعیف	۱۳۲	۲۲,۸
مجموع	۵۷۸	۱۰۰,۰

چالشهای سیاسی اهل فرهنگ با دولت قبل و مجالس هشتم و نهم به ویژه بعد از حوادث سال ۸۸ دیوار بی-اعتمادی را بالا و بالاتر برد. ایماژ منفی حاصل از این دوره در هیچ تاریخی در سینما با این شدت یافت نمی‌شود. اکثریت رای منفی در این مقوله بیانگر گذار از این مرحله و ورود به مرحله جدیدی است که ترمیم آن زمان نیاز دارد. به هر حال در پرتو فضای جدید همدلانه و عاقلانه به اهل سینما و هنر بایستی فضای جدید باورآفرین باشد. مصاحبه احمد مازنی عضو این کمیسیون و فریدون جیرانی در برنامه اینترنتی ۳۵ در تاریخ ۱۸ اسفند ۹۵ حاکی از گذار به تعاملی هنرمحور و مصلحانه است.

## ۶-۲- تحلیل پویا و کل نگر

(الف) اهالی سینما در نظرسنجی با سیاست‌های توسعه‌ای، گفتگویی، انبساطی، تفویضی، تعاملی و مشارکتی بیش از پیش همراهی و همدلی دارند. هر چند تلخی آثار منفی دوره‌های پیشین در کام سینماگران همچنان باقی است اما روند موجود نشان از یک دوره گذار مطلوب برای اهل هنر دارد.

(ب) انتخاب فیلم برای فیلمسازان به مثابه فصل درو و برداشت برای کشاورزان است. با این تفاوت که ناداوری یا بد داوری ریشه‌های هنر را می‌خشکاند و این امر بیشتر ریشه در سلیقه‌ای شدن یا شفاف نبودن معیارها در این بخش از مسائل سینمایی است. برخورد حرفه‌ای و تخصصی با این مقوله یکی از خواسته‌های جدی سینماگران است که دل و دماغ آن‌ها را برای آثار بعدی آماده نگه می‌دارد. البته این امر در عزلت و دوری‌گزینی سینماگران از نهادها و سازمانها هم ریشه دارد.

(پ) اهل سینما و فرهنگ؛ نقشه کلان تعاملی خود با ساختارهای دولتی را علاوه بر فضای گفتگویی، تکریم متقابل و به دور از سیاست‌زدگی یا سیاست‌گریزی؛ در یک تقسیم کار اصولی می‌دانند. به این معنا که تولید محتوا و آثار به عنوان نرم افزار این حوزه توسط سینماگران؛ و سیاستهای کلان، ساختاری، پشتیبانی و مالی بر عهده دولت در مسیر توسعه و تعالی سینما و کسب افتخار ملی برای همگان صورت پذیرد.

(ت) از منظر مشارکت‌کنندگان در نظر سنجی، دولت یازدهم در رابطه با سینما موفق عمل کرده و توانسته در فروش فیلمها، کیفی شدن آن‌ها، فراهم کردن فعالیت جوان‌ها و توسعه زیرساخت‌ها گام‌های مناسبی بردارد. علاوه بر این، ایماژ جامعه هنر و سینما نسبت به دولت یازدهم مثبت و مبتنی بر اعتماد است که این برای

مدیران در تقویت زیرساخت‌ها، سازماندهی و نهادینه کردن بسیاری از امور سینمایی سرمایه و فرصت خوبی فراهم می‌کند.

ث) راه خدمت سینما و هنر به جامعه متفاوت از کارکردهای ساختارهای اقتصادی، سیاسی و نظامی یا اداری است. گاهی روایت انتقادی، گاهی هشدار، گاهی سخره و گاهی فریاد در نهایت به اصلاح و ترمیم ضعف‌ها و شکاف‌ها می‌انجامد و نباید کسی از تلخی نقد سینما بر آشفته گردد که در طبیعانه بودن آن شکی نیست.

#### ۷) تحلیل رفتاری - کارکردی نظرسنجی جشنواره سی و پنجم فجر

در این سطح و حیثه از تحلیل متغیرهای کارکردی و رفتاری چون؛ موفقیت فیلم سازان در طرح مسائل روز جامعه، افزایش مخاطب، نقش رسانه در سینمای ایران، شیوه تبلیغ، قابلیت اکران جهانی فیلمهای جشنواره، میزان فروش در اکران عمومی، کارکرد تلویزیون (صدا و سیما) در رشد کمی و کیفی سینمای ایران، کارکرد و میزان انعکاس دغدغه های نظام و دولت، میزان حضور در سینمای مخاطبان و تماشاگران از میان گزینه های نظرسنجی به دلیل تناسب شکلی و مفهومی با ماهیت این طبقه بندی تحلیلی؛ انتخاب و مورد مطالعه و مذاقه همه جانبه قرار گرفته اند.

#### جزء نگر

سازان در طرح مسائل  
چگونه ارزیابی می

درصد	فراوانی	پاسخ
۲,۱	۴۴	خیلی خوب

#### ۷-۱- تحلیل ایستا و

موفقیت فیلم  
روز جامعه را  
کنید؟

۱۸,۳	۳۸۴	خوب
۶۱,۶	۱۲۹۲	ضعیف
۱۷,۹	۳۷۶	خیلی ضعیف
۱۰۰	۲۰۹۶	مجموع

در صورتی که مدنظر سئوال کننده؛ مشکلات مختلف اقتصادی، رفاهی، علمی، معنوی، هویتی، سیاسی و اخلاقی جامعه در زمان حال با خصیصه انتقادی و اصلاحی است، به نظر می آید برخی از فیلمها کم و بیش به این مقولهها ورود پیدا کرده‌اند. به ویژه در ژانر زن، خانواده، فقر و اعتیاد و تهدید اخلاقی در میان برگزیدگان جشنواره چنین آثاری کم نیستند، هر چند که برخی دیگر از این مسائل بر زمین مانده و به آنها پرداخته نشده است. در رویکرد بعدی اگر سخن از انتخاب اولویت‌دار مشکلات اجتماعی یا کیفیت انتقال معانی و مفاهیم کانونی از نگاه فیلمسازان برای شناساندن مسائل مهم و اساسی در ذهن مخاطب و اثرگذاری شناختی، ارزشی و مهارتی است، در این مورد معدل و میانگین نظرات و پاسخ‌های مشارکت کنندگان، کیفیتی ضعیف و در واقع عدم موفقیت فیلمسازان را نشان می‌دهد. آگاهی مخاطب، آشنایی و دسترسی به آثار جدید جهانی و همچنین تجربه زیسته و واقعی در جامعه، به فاصله مطالبات و انتظارات با واقعیت‌های علمی، فنی، مالی و ساختاری سینمای ایران افزوده است. این شکاف در آینده برای گریز نسل جوان از سینما که حافظه تاریخی برای تطابق کیفیت گذشته و حال را نیز ندارد، یک تهدید اساسی به شمار می‌رود.

به نظر شما کدامیک از موارد زیر در افزایش مخاطب سینمای ایران در سال ۱۳۹۵ موثرتر بوده اند؟

ردیف	پاسخ	فراوانی	درصد
۱	استفاده از فضای مجازی برای تبلیغ آثار	۱۷۰۵	۱۹,۳
۲	افزایش امید مردم برای زندگی	۴۸۱	۵,۵
۳	بالا رفتن رفاه نسبی مردم	۶۲۴	۷,۱
۴	برنامه ریزی خوب برای اکران	۷۵۶	۸,۶



۱۲,۳	۱۰۸۱	پایین بودن کیفیت و کمیت آثار به نمایش درآمده در صدا و سیما	۵
۱۲,۵	۱۱۰۲	تبلیغات ماهواره ای	۶
۱۶,۱	۱۴۱۶	کیفیت خوب آثار سینمایی اکران شده	۷
۹,۹	۸۷۶	حضور جوانان در عرصه فیلمسازی	۸
۸,۸	۷۷۶	موفقیت فیلمها در جشنواره ها	۹
۱۰۰,۰	۸۸۱۷	مجموع	

خروجی نظرسنجی نشان می دهد که کارکرد فناوریهای ارتباطی و رسانه‌ای در ایماژ ایرانی در مقوله جذب مخاطب سینمایی اولویت و اهمیت کارکردی اول را دارد. آن ها فضای مجازی، کارکرد تلویزیون و تبلیغات ماهواره ای را جدا از نتیجه منفی یا مثبت شان مهم می دانند. این جامعه آماری بعد از فناوری، شاخص کیفیت آثار تولیدی را در جذب تماشاگران سینما و فیلم قرار داده اند. بدین ترتیب بکارگیری فضای مجازی، ماهواره و تلویزیون در تبلیغ آثار و کیفی شدن تولیدات سینمایی به افزایش مخاطب در سال ۱۳۹۵ منجر شده است. شناخت الگوهای ذهنی و رفتاری ایرانی در برابر جذب مخاطبان سینما به برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌های دقیق و اثربخش کمک خواهد کرد.

نقش رسانه در سینمای ایران.....

پاسخ	فراوانی	درصد
حمایتی است	۱۴۳	۱۹,۹
جریان سازی است	۲۱۶	۳۰,۰
نقد جدی است	۷۹	۱۱,۰
تحلیلی است	۶۶	۹,۲
خبررسانی است	۲۱۶	۳۰,۰
مجموع	۷۲۰	۱۰۰,۰

از منظر پاسخ دهندگان؛ کارکرد دیگر رسانه های جمعی در قبال سینما که خود یک رسانه است کارکردهای بدیهی و مشخصی است. به نظر می رسد اطلاع رسانی و ایجاد موج مثبت و منفی در حمایت از فیلمها و سینماگران حداکثر انتظار در وضع موجود بوده و دیگر کارکردهای نظارتی، آموزشی، جهت دهی، فرهنگ سازی و توسعه را از رسانه ها طالب نیستند. شاید هنوز کارکردهای اولیه رسانه های در خدمت به سینما قرار ندارد که پاسخ دهندگان آن را مطلوب و وضع ایده آل می دانند.

کدام شیوه تبلیغ را در معرفی آثار سینمایی در زمان اکران موثرتر می دانید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
صدا و سیما	۱۸۹۳	۳۶,۵
تبلیغات محیطی	۴۹۹	۹,۶
رسانه های دیجیتال	۴۰۰	۷,۷
ماهواره	۶۹۸	۱۳,۵
فضای مجازی و اینترنت	۱۴۷۳	۲۸,۴
مطبوعات	۱۰۸	۲,۱
سایر	۱۱۴	۲,۲
مجموع	۵۱۸۵	۱۰۰

در این سؤال همانند سؤال اول؛ صدا و سیما، فضای مجازی و ماهواره ها به عنوان کارآمدترین شیوه و ابزار تبلیغ در حین اکران فیلم شناخته شده اند. علاوه بر این؛ ترکیب مراجعه و استفاده پاسخ دهندگان به این رسانه ها را هم با این سؤال و جواب می توان شناخت. به هر حال تعامل تلویزیون و سینما به دلایل مختلف سیاسی و اقتصادی در جامعه ایران که یکی از ابزارهای مهم توسعه سینماست، همچنان نامطلوب است که در نهایت به هنر و فرهنگ آسیب می زند.

به نظر شما فیلم های جشنواره تا چه حد قابلیت اکران جهانی را دارد؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۲۷	۴,۱
زیاد	۶۲۵	۲۰,۳
کم	۱۵۹۱	۵۱,۷
خیلی کم	۷۳۳	۲۳,۸
مجموع	۳۰۷۶	۱۰۰

اهالی سینما نسبت به سطح و توانمندی آثار تولیدی در اکران جهانی تردید جدی دارند. حدود ۷۵ درصد پاسخ دهندگان با مقوله اکران جهانی مشکل دارند و این عدد، فاصله معنادار سطح کیفی فیلم‌ها با دیگر رقیبان را گوشزد می‌کند. در ضمن سازنده فیلم گویی بیشتر و همیشه برای ایرانی و داخل کشور فیلم می‌سازد و در افق نگاه او میل و سلیقه فراملی مورد توجه نیست. هر چند ممکن است برای برخی هم مرغ همسایه غاز باشد و عقاب خود، گنجشک.

فیلم های جشنواره به چه میزان در اکران عمومی فروش خواهند داشت؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۱۴۷	۸,۴
زیاد	۷۱۸	۴۰,۹
کم	۷۳۲	۴۱,۷
خیلی کم	۱۵۸	۹,۰
مجموع	۱۷۵۵	۱۰۰

با وجود فروش به نسبت مناسب سال ۱۳۹۵ اما با توجه به پیشینه نه چندان مطلوب اکران در سال‌های قبل افزایش نگرش مثبت به آن قابل تامل است. هر چند که اتفاق بزرگی در این زمینه روی نخواهد داد. جامعه آماری نسبت به عملکرد اکران عمومی نسبت به گذشته خوشبین تر می‌باشند.

به نظر شما تلویزیون (صدا و سیما) چه اندازه در رشد کمی و کیفی سینمای ایران موثر است؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی زیاد	۴۰۷	۱۷,۰
زیاد	۶۵۵	۲۷,۳
کم	۶۱۷	۲۵,۷
خیلی کم	۷۲۲	۳۰,۱
مجموع	۲۴۰۱	۱۰۰,۰

پاسخ دهندگان بیش از وضع موجود از تلویزیون در توسعه سینما انتظار دارند. تردید در خروجی نظرسنجی، بیانگر وجود انگاره ای منفی از عملکرد صدا و سیما در این زمینه است.

نقش فیلم ها در انعکاس دغدغه های نظام و دولت را چگونه ارزیابی می کنید؟

پاسخ	فراوانی	درصد
خیلی خوب	۲۱	۹,۳
خوب	۶۲	۲۷,۳
ضعیف	۹۵	۴۱,۹
خیلی ضعیف	۴۹	۲۱,۶
مجموع	۲۲۷	۱۰۰,۰

بیش از دوسوم اهالی سینما چندان با حاکمیتی بودن دغدغه های فیلم ها رابطه خوبی ندارند. هنوز شکاف جامعه و دولت در ایران در ایماژها فعال است که یکی از موانع توسعه و هم افزایی نهادی و کارکردی در بین ایرانیان به شمار می رود.

معمولا هر چند وقت یک بار به سینما می روید؟

۱۴,۱	۵۳۰	۲-۱ بار در سال
۱۶,۱	۶۰۲	۴-۶ بار در سال
۱۲,۳	۴۶۰	۷-۱۰ بار در سال
۲۶,۸	۱۰۰۵	بیشتر از ۱۰ بار در سال
۳۰,۷	۱۱۵۲	هر وقت فیلمی جذاب باشد
۱۰۰,۰	۳۷۴۹	مجموع

پاسخ سینماروها نسبت به استقبال از سینما امیدوارکننده است. اما این رفتار مطلوب سینمایی مشروط به کیفیت و جذابیت فیلم از طرف پاسخ دهندگان شده است. به نظر می آید؛ چشم انداز و افقی روشن تر برای سالهای آتی در انتظار است.

## ۷-۲- تحلیل پویا و کل نگر

الف) در ایماژ پاسخ دهندگان نسبت به کارکردهای تبیینی مسائل روز جامعه از طرف فیلمسازان، عملکرد سینما در انعکاس دغدغه های نظام، قابلیت اکران جهانی فیلمها و پخش فیلمها در تلویزیون؛ جهت گیری و انگاره های منفی وجود دارد. عدم رضایت در عملکردها و کارکردهای فوق از طرف اهالی سینما نشان از نیاز به سیاستگذاری ها و برنامه ریزی های مناسب برای رفع آنها دارد.

ب) خروجی نظرسنجی از باور مشارکت‌کنندگان به کارآمدی روشها و ابزارهای فن‌آورانه و ارتباطی نسبت به سایر روشهای سنتی برای جذب مخاطب، تبلیغ و توسعه سینما حکایت می‌کند. ایماژ ایرانی در این زمینه فن‌آورانه و تکنیک پایه است. بهره‌گیری مناسب از این فن‌آوری‌ها در حفظ و افزایش مخاطبان سینما اثر بخش خواهد بود.

پ) رفتار مخاطبان و کنش آن‌ها برای رفتن به سینما مشروط به کیفیت فیلم‌ها و گرفتن حس و حال خوب از سینما بیان شده است. این امر حاکی از آن است که مطلوبیت نهایی کالایی به نام فیلم نباید حداقل برای مصرف‌ماهان به مطلوبیت کل آن لطمه بزند و این تنها در گرو کیفیت رضایت‌مصرف‌کننده آن اتفاق می‌افتد. به این معنا که برای شکل گرفتن فرهنگ و رفتار مطلوب مصرف‌کالای سینمایی حداقل ماهانه یک فیلم متفاوت برای دیدن وجود داشته باشد و با دیدن آن مطلوبیت حاشیه‌ای مخاطبان به منفی گرایش نیابد چرا که تکرار آن مانع از پیدایش سبک زندگی همراه با سینما می‌شود.

ت) امید به بهبود، ترمیم و بازیابی کارکردهای فروش، کیفی شدن، سینما رفتن و جذب مخاطب نشانه‌های رونق سینما در سالهای آتی است. روندها برای پاسخ دهندگان با توجه به واقعیت‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی امید بخش و روشن است.

جمع بندی نهایی:

یافته های ایماژینری از جشنواره سی و پنجم فیلم فجر			
ارزشی - نمادی	عاطفی - روانی	فکری-شناختی	سطح و حیطه ماهیت ایماژ
<p>-احترام به سرمایه های ارزشی و نمادین هویت ملی و دینی</p> <p>-نشانه شناسی مثبت فیلمها با آموزه های مختلف اخلاقی</p>	<p>-حس بالا و علاقه عمیق به فیلم و سینما</p> <p>-روحیه نوگرایی، جوانگرایی عدالت خواهی و استقلال</p>	<p>-آگاهی از نقش و جایگاه سینما در زیست جهان مدرن</p> <p>-آشنایی با عوامل و مولفه های یک فیلم و اثر خوب</p>	<p>ایماژ مثبت</p> <p>فعال</p>
<p>-انعکاس کمتر نمادهای هویت ملی در آثار و فیلمها</p> <p>-ظاهرگرایی و تعصب جاهلانه</p>	<p>- فقدان اختیار، اعتماد و تکریم و همدلی پایدار</p> <p>-احساس بن بست با عاملان تکراری</p>	<p>-شکاف بین شناخت ایده-آلیستی و توان واقعی سینما</p> <p>-بحران انتظارات و امکانات</p>	<p>ایماژ منفی</p> <p>فعال</p>
<p>-طرح روایتها به صورت رازواره، بازی گونه و هزارتو</p> <p>-استقبال از ارزشها و سرمایه های نمادین مشترک انسانی</p>	<p>-اقبال و اعتماد به اهالی هنر و سینما در محتوا</p> <p>-پدیدار شدن جوانه های امید و همدلی در سینماگران</p>	<p>-ترجیح روایت اجتماع مدارانه بر قدرت مدارانه</p> <p>-ترجیح شناخت مفهومی و معناگرا از فیلم و سینما</p>	<p>ایماژ مثبت</p> <p>نیمه فعال</p>
<p>-گریز از پند و نصیحت کلامی، مستقیم و ساده انگارانه</p> <p>-سیاه و سفید دیدن ارزشها و نمادهای هویتی</p>	<p>-غیرقابل پیش بینی بودن کنش هیجانی و عاطفی</p> <p>-روح لطیف و زودرنج</p>	<p>-پایین بودن آگاهی از سیاستها و برنامه ها</p> <p>-تزلزل و تردید به فرمالیسم، سازمان های رسمی و دولتی</p>	<p>ایماژ منفی</p> <p>نیمه فعال</p>

یافته های ایماژینری از جشنواره سی و پنجم فیلم فجر		
رفتاری - کارکردی	نهادی - ساختاری	سبک و حیطه نوع و اندازه
<p>- کارآمدی روشها و ابزارهای فن‌آوری‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی در جذب مخاطب</p> <p>- ارتقاء کیفی عوامل فیلمسازی در همه زمینه‌ها برای ایجاد مطلوبیت نهایی در مخاطبان</p>	<p>- موفقیت دولت یازدهم در رونق فروش، کیفی سازی و حمایت از جوانان</p> <p>- تقسیم نرم‌افزاری و سخت‌افزاری امور سینما بین سینماگران و دولت</p>	<p>ایماژ مثبت</p> <p>فعال</p>
<p>- کارکرد ضعیف فیلمها در انعکاس مسائل روز جامعه و مشکلات مردم</p> <p>- ضعف اکران جهانی و انعکاس دغدغه‌های نظام و دولت در فیلم‌ها</p>	<p>- مداخله نهادهای سیاسی و دولتی در محتوا و فیلمسازی</p> <p>- عدم تمکین نهادها به روش انتقادی و متفاوت در سینما</p>	<p>ایماژ منفی</p> <p>فعال</p>
<p>- رفتار مشروط برای سینما رفتن در خصوص کیفیت فیلم ها نه مشکلات فردی و مالی</p> <p>- نقش انکارناپذیر رسانه‌های تصویری و مجازی در توسعه و جذب تماشاگران</p>	<p>- سیاست‌های گفتگویی، مشارکتی، تفویضی، تعاملی و انبساطی</p> <p>- همراهی و همدلی با دولت یازدهم</p>	<p>ایماژ مثبت</p> <p>نیمه فعال</p>
<p>- ضعف در کارکرد عمومی و همکاری پایین تلویزیون و رسانه ها برای توسعه و تعالی سینما</p> <p>- آرزوی دیدن فیلمهای با حس و حال خوب در هر ماه</p>	<p>- سلیقه‌ای و غیر شفاف بودن انتخاب فیلمها و عدم رضایت از آن</p> <p>- گریز و عزلت سینماگران از کار جمعی و هم افزایی</p>	<p>ایماژ منفی</p> <p>نیمه فعال</p>



## منابع و مأخذ

- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۴). ما ایرانیان، تهران: نشرنی.
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۹۴). زیست جهان و اهمیت آن برای نظریه سیاسی، تهران: رخداندنو.
- کیا، علی اصغر وسعید شاه حسینی (۱۳۹۳). «سینمای ایران، مخاطب و نیازهای فردی و اجتماعی»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۶۴، صص ۱-۳۴.
- ماهنامه فیلم (۱۳۹۵)، ش ۵۰۸.
- ه.پینک، دانیل (۱۳۹۳). ذهن کامل نو: گذر از عصر اطلاعاتی به عصر مفهومی، ترجمه رضا امیررحیمی، تهران: انتشارات کندوکاو.