

The Role of Iranian Narrative Cinema in Strengthening Social Participation (2001–2017)

Farhad Pahlevanzadeh

PhD student in Strategic Cultural Management, Faculty of Strategic Management, National Defense University, Tehran, Iran (Corresponding author).

Email: F.pahlevanzadeh@yahoo.com

 0000-0003-4641-977

S.M.Sadeq Morakabi

Assistant Professor, Television Department, Faculty of Radio and Television Production, Broadcasting University, Tehran, Iran.

Email: morakabi@iribu.ac.ir

 0000-0004-4737-129

Elham Biabani

Master of Social Communication Sciences, Faculty of Social Communication Sciences, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

Email: Elham.biyabani@gmail.com

 0000-0001-9300-3734

Abstract

Cinema, as one of the most influential cultural products, plays an important role in shaping behaviors, attitudes, and social interactions of individuals. This study aims to examine the role of Iranian narrative cinema (1380–1395) in social participation from the perspective of culture and art experts as a strategy in line with paragraph 18 of the general policies of the Seventh Plan. The present study, using qualitative and content analysis methods, through semi-structured interviews with 12 experts in the field of sociology of art, cultural policymaking, and cinema productions, aims to analyze cinema in a multifaceted way for participation in social contribution. The findings show that cinema has an impact on participation through three main paths: first, films through social media, promote collective values and encourage participation in civic action; second, the experience of being in the cinema creates social connections and strengthens interpersonal bonds; and third, the influence of cultural cinema through discursive formation and participation in social content. The research findings suggest that cinema can help promote awareness, rational decision-making, practical participation, and social satisfaction by portraying social issues, fostering a sense of belonging, and motivating participation. However, challenges such as policy-based restrictions and limited access limit the sustainable impact of cinema. This research suggests that the capacity of cinema to strengthen social participation should be utilized by producing diverse content, developing cinematic events, and reducing production barriers.

Keywords: Cinema, social participation, awareness-raising, social interactions, cultural engineering.



Extended abstract

Purpose

Social participation is widely recognized as a fundamental component of social well-being and sustainable development. It encompasses not only involvement in civic, voluntary, and cultural activities but also broader processes such as awareness of collective issues, rational decision-making, social belonging, and satisfaction derived from social interactions. In contemporary societies, cultural industries play a significant role in shaping these dimensions by influencing public attitudes, values, and behavioral orientations. Among these industries, cinema occupies a particularly influential position due to its capacity to combine narrative, emotional engagement, visual representation, and collective experience. Iranian narrative cinema has long served as a major cultural platform through which social realities, public concerns, and collective values are represented and debated. The period between 2001 and 2016 (1380–1395 in the Iranian calendar) is especially important because it witnessed the production of numerous socially oriented films and the expansion of public discourse surrounding social issues. During this period, cinema functioned not only as a form of entertainment but also as a medium for cultural communication and social reflection. The principal purpose of this study is therefore to examine how Iranian narrative cinema between 1380 and 1395 contributed to strengthening social participation and through which mechanisms this influence occurred. To this end, the paper pursues three questions: (1) how does cinematic content promote social awareness and encourage participation; (2) how do cinema-going experiences and cinematic events strengthen social interactions and collective engagement; and (3) what opportunities and challenges affect the capacity of cinema to enhance social participation in contemporary Iranian society?

Design/methodology/approach

This study employed a qualitative research design using thematic analysis as the principal analytical framework. The research focused on Iranian narrative cinema produced during the period 1380–1395 and examined its relationship with social participation through expert perspectives. Data were collected through semi-structured interviews with 12 purposively selected participants. The sample included sociologists of art, cultural experts, cultural policymakers, filmmakers, screenwriters, and cinema producers. Participants were selected according to predefined criteria, including a minimum of ten years of professional experience in culture, media, or cinema, familiarity with sociological and communication theories, and demonstrated professional involvement in cinema-related activities. Data analysis followed Braun and Clarke's thematic analysis procedure: (1) interview transcripts were repeatedly reviewed to ensure familiarity with the data; (2) meaningful statements were

identified and coded; (3) related codes were clustered into conceptual categories; (4) categories were integrated into broader themes representing recurring patterns across participants' narratives; and (5) the themes were interpreted in relation to the theoretical framework and existing literature. To enhance trustworthiness, several validation procedures were employed, including member checking with selected participants, triangulation with prior studies and policy documents, and intercoder reliability assessment conducted by independent analysts. Drawing upon the theoretical perspectives of Max Weber's social action theory, Putnam's social capital theory, and McCombs and Shaw's agenda-setting theory, this study investigates how Iranian narrative cinema contributes to strengthening social participation.

Findings

The analysis revealed four overarching themes and eight major components describing the relationship between cinema and social participation. The first theme, "cinema as an awareness-building and motivational industry," highlighted the educational and transformative role of film content. Participants emphasized that socially oriented films increase awareness of poverty, inequality, environmental concerns, addiction, and other collective challenges. Through narrative engagement and emotional identification with characters, films encourage audiences to reconsider social issues and develop a stronger sense of civic responsibility. Experts further argued that cinematic storytelling can motivate participation in voluntary activities, community initiatives, and public-interest actions. The second theme, "cinema as a bridge for social interaction," focused on the collective nature of cinema-going. According to participants, attending cinemas creates opportunities for dialogue, strengthens interpersonal relationships, reduces social distance, and reinforces feelings of belonging. Cinematic events, particularly film festivals and public screenings, were identified as spaces that facilitate networking, cultural exchange, and public discussion of shared concerns. The third theme, "cinema as a driver of social discourse and advocacy," demonstrated the agenda-setting capacity of films. Participants indicated that cinema can elevate public attention toward neglected social issues, shape social norms, stimulate public debate, and encourage demands for policy reform. Films addressing topics such as family violence, social inequality, environmental degradation, and administrative inefficiency were viewed as catalysts for long-term attitudinal change and civic awareness. The fourth theme, "opportunities and constraints affecting cinema's social influence," revealed significant structural challenges. Participants identified content restrictions, insufficient policy support, limited genre diversity, declining theater attendance, rising ticket costs, and competition from digital platforms as major obstacles. Nevertheless, experts also emphasized substantial opportunities, including the development of educational films, expansion of local film festivals, broader access to public screenings, and greater utilization of Iran's cultural resources. Overall, the findings indicate that cinema contributes positively to four dimensions of social participation: awareness, rational decision-making, practical participation, and social satisfaction.

Research limitations/implications

This research has several limitations that should be acknowledged. First, the reliance on expert perceptions, while providing rich and in-depth insights, may not fully capture the lived experiences and perspectives of cinema audiences themselves. Second, the study's focus on a specific historical period (1380–1395) means that findings may not be directly applicable to contemporary cinema or to other periods with different social and political contexts. Third, the qualitative nature of the research and the use of purposive sampling may limit the generalizability of findings to broader populations or to other cultural industries. Fourth, the study does not empirically measure the actual behavioral effects of cinematic engagement on audiences, relying instead on expert assessments of cinema's potential influence. Accordingly, it is suggested that future research incorporate audience-based investigations to validate and extend the findings, conduct comparative studies across different cultural industries (such as television, theater, and digital media) to identify sector-specific mechanisms of social influence, employ mixed-method approaches capable of examining the long-term behavioral effects of cinematic engagement, and expand the temporal scope to include contemporary cinema and examine how digital platforms have transformed the relationship between cinema and social participation.

Practical implications

The findings of this research are of significant importance for cultural policymakers, filmmakers, and educational institutions. The study demonstrates that Iranian narrative cinema possesses significant potential to strengthen social participation through awareness enhancement, social interaction, discourse formation, and civic motivation. At the policy level, the findings suggest the need for greater support for socially relevant productions, expanded cinematic events, and improved accessibility to increase cinema's contribution to social development. The identification of structural challenges—including content restrictions, insufficient policy support, limited genre diversity, declining theater attendance, rising ticket costs, and competition from digital platforms—provides actionable insights for policymakers seeking to enhance cinema's social role. The opportunities identified, including the development of educational films, expansion of local film festivals, broader access to public screenings, and greater utilization of Iran's cultural resources, offer practical pathways for strengthening cinema's contribution to social participation. Therefore, enhancing cinema's social influence requires a multidimensional approach and simultaneous attention to content development, infrastructure improvement, and policy support.

Social implications

From a social perspective, this research reveals that cinema functions as a multidimensional cultural institution capable of influencing social participation through cognitive, relational, and cultural mechanisms. The awareness-building function identified in the study corresponds closely with Weber's conception of informed social action, suggesting that cinematic narratives can facilitate the transition from passive observation to purposeful engagement. Similarly, the social interaction dimension aligns with Putnam's social capital framework by

demonstrating how collective viewing experiences contribute to interpersonal trust, social networks, and communal bonds. The findings also reinforce agenda-setting theory by illustrating cinema's capacity to prioritize social concerns and shape public discourse. Unlike previous studies that primarily examined general media effects or audience responses, this research provides a more comprehensive explanation of how cinema influences participation through interconnected mechanisms involving content, experience, and cultural discourse. The study underscores that cinema's social influence is evident across multiple dimensions of participation, although structural barriers currently limit the translation of awareness into sustained collective action.

Originality/value

The primary innovation of this article lies in offering a comprehensive analysis of how Iranian narrative cinema contributed to strengthening social participation during the period 1380–1395, using an integrated three-theory analytical framework. In contrast to prior studies, which have either examined general media effects without focusing on cinema specifically or have applied single theoretical perspectives without considering the broader cultural context, this research provides a systematic and theoretically grounded analysis based on the integration of Weber's social action theory, Putnam's social capital theory, and McCombs and Shaw's agenda-setting theory. The identification of four overarching themes—cinema as an awareness-building and motivational industry, as a bridge for social interaction, as a driver of social discourse and advocacy, and the opportunities and constraints affecting cinema's social influence—offers a novel contribution to the literature. The study also provides a nuanced understanding of how cultural production contributes to social development and civic engagement in the specific context of Iranian narrative cinema. Its value accrues to cultural policymakers, filmmakers, cinema producers, educational institutions, researchers interested in cultural studies and social participation, and practitioners working in the cultural industries.

نقش سینمای داستانی ایران در تقویت مشارکت اجتماعی (۱۳۸۰-۱۳۹۵)

فرهاد پهلوانزاده

دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی فرهنگی، دانشکده مدیریت راهبردی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران
(نویسنده مسئول)

Email: F.pahlevanzadeh@yahoo.com

id 0000-0003-4641-9774

سید محمدصادق مرکی

استادیار گروه تلویزیون، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران

Email: morakabi@iribu.ac.ir

id 0000-0004-4737-1295

الهام بیابانی

کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

Email: Elham.biyabani@gmail.com

id 0000-0001-9300-3734

چکیده

سینما به عنوان یکی از تأثیرگذارترین محصولات فرهنگی، نقش مهمی در شکل دهی به رفتارها، نگرش ها و تعاملات اجتماعی افراد ایفا می کند. این پژوهش با هدف بررسی نقش سینمای داستانی ایران (۱۳۸۰-۱۳۹۵) در تقویت مشارکت اجتماعی از دیدگاه متخصصان فرهنگ و هنر به عنوان یک راهبرد در امتداد بند ۱۸ سیاست های کلی برنامه هفتم انجام شده است. مطالعه حاضر با بهره گیری از رویکرد کیفی و به کارگیری روش تحلیل مضمون، از طریق انجام مصاحبه های نیمه ساختارمند با ۱۲ نفر از متخصصان حوزه جامعه شناسی هنر، سیاست گذاری فرهنگی و تولیدات سینمایی، به تحلیل تأثیرات چندوجهی سینما بر مشارکت اجتماعی پرداخته است. یافته ها نشان می دهند که سینما از سه مسیر اصلی بر مشارکت اجتماعی اثر می گذارد: نخست، محتوای فیلم ها از طریق آگاهی بخشی، ترویج ارزش های جمعی و تشویق به کنش مدنی؛ دوم، تجربه حضور در سینما با ایجاد تعاملات اجتماعی و تقویت پیوندهای میان فردی و سوم، نفوذ فرهنگی سینما با گفتمان سازی و تشویق به مطالبه گری اجتماعی. نتایج تحقیق حاکی از آن است که سینما می تواند با نمایش مسائل اجتماعی، تقویت حس تعلق و ایجاد انگیزه برای مشارکت، به ارتقای آگاهی، تصمیم گیری عقلانی، مشارکت عملی و رضامندی اجتماعی کمک کند. با این حال، چالش هایی نظیر محدودیت های محتوایی، کمبود حمایت سیاست گذاری و دسترسی محدود تأثیرگذاری پایدار سینما را محدود می کنند. این پژوهش پیشنهاد می دهد که با تولید محتوای متنوع، توسعه رویدادهای سینمایی و کاهش موانع تولید، از ظرفیت سینما برای تقویت مشارکت اجتماعی بهره برداری شود.

کلیدواژه ها: سینما، مشارکت اجتماعی، آگاهی بخشی، تعاملات اجتماعی، فرهنگ سازی

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی - فرهنگی

doi 10.22034/scs.2026.545524.1736



صحت مطالب بر عهده نویسنده مقاله است و الزاماً بیانگر دیدگاه پژوهشکده تحقیقات راهبردی نیست.

۱. مقدمه و بیان مسئله

در جوامع معاصر، سلامت اجتماعی به‌عنوان یکی از شاخص‌های کلیدی توسعه پایدار، بر مشارکت فعال افراد در امور جمعی استوار است. مشارکت اجتماعی تنها به حضور در فعالیت‌های مدنی، داوطلبانه و فرهنگی محدود نمی‌شود، بلکه فرایندهایی همچون آگاهی از مسائل مشترک، تصمیم‌گیری جمعی، احساس تعلق و رضامندی از تعاملات اجتماعی را نیز در برمی‌گیرد. در ایران نیز سیاست‌های کلان توسعه بر این موضوع تأکید داشته‌اند. به‌ویژه بند ۱۸ سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه، ارتقای سلامت اجتماعی و پیشگیری از آسیب‌هایی نظیر اعتیاد، حاشیه‌نشینی، طلاق و فساد را در گرو بهره‌گیری حداکثری از مشارکت مردم دانسته است. در این میان، صنایع فرهنگی می‌توانند با ترویج ارزش‌های جمعی، تقویت پیوندهای اجتماعی و تشویق به کنشگری، نقش مکمل نهادهای رسمی را ایفا کنند.

سینمای داستانی ایران در دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ که با گسترش تولید فیلم‌های اجتماعی همراه بوده، یکی از مهم‌ترین این صنایع فرهنگی محسوب می‌شود. این دوره براساس تقسیم‌بندی زین‌العابدینی و همکاران (۱۳۹۸) انتخاب شده است. در این بازه زمانی، فیلم‌های گریزخواه بیشترین فروش را داشته‌اند؛ آثاری که بازتاب‌دهنده ناامیدی، پذیرش تقدیر از پیش تعیین‌شده و سرکوب نیازهای جمعی و فردی بوده‌اند (زین‌العابدینی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۸). با وجود این، بسیاری از این فیلم‌ها با استقبال مخاطبان مواجه شدند و رویدادهایی مانند جشنواره فیلم فجر زمینه گفت‌وگوهای عمومی پیرامون مسائل اجتماعی را فراهم کردند. محتوای فیلم‌ها می‌تواند با برجسته‌سازی مسائل مشترک، مخاطبان را به تأمل وادارد؛ تجربه حضور در سینما نیز بستری برای تعاملات اجتماعی ایجاد می‌کند و نفوذ فرهنگی سینما قادر است نگرش‌ها نسبت به مسئولیت اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. با این حال، عواملی همچون محدودیت‌های محتوایی، کاهش مخاطبان سالنی و رقابت پلتفرم‌های دیجیتال، دامنه و پایداری این تأثیرات را محدود کرده‌اند.

با وجود این ظرفیت‌ها، نقش سینمای ایران در تقویت مشارکت اجتماعی کم‌تر به‌صورت هدفمند بررسی شده است. پژوهش‌های موجود عمدتاً بر تأثیر کلی رسانه‌ها یا سرمایه فرهنگی بر رفتار اجتماعی تمرکز داشته‌اند و کم‌تر به سینما به‌عنوان صنعتی مستقل با سازوکارهای خاص خود پرداخته‌اند. همچنین، اگرچه برخی مطالعات از تأثیر فیلم‌های اجتماعی بر افزایش آگاهی عمومی سخن گفته‌اند، میزان تأثیر این آگاهی بر

مشارکت عملی همچنان روشن نیست. از سوی دیگر، دیدگاه متخصصان حوزه فرهنگ و هنر که در تولید، سیاست‌گذاری و تحلیل سینما نقش دارند، کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است؛ در حالی که این گروه می‌توانند ابعاد واقعی تأثیرگذاری و چالش‌های موجود را تبیین کنند.

براین اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر بررسی این موضوع است که سینمای داستانی ایران در دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ از طریق چه مکانیسم‌هایی، از جمله محتوای فیلم‌ها، تجربه حضور در سالن سینما و نفوذ فرهنگی، بر تقویت مشارکت اجتماعی اثر گذاشته و متخصصان فرهنگ و هنر این نقش را تا چه اندازه مؤثر ارزیابی می‌کنند. همچنین پژوهش حاضر به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در مسیر این تأثیرگذاری می‌پردازد تا بتواند درک دقیق‌تری از نقش سینما در سیاست‌های ارتقای سلامت اجتماعی ارائه داده و مبنایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی هدفمند فراهم سازد. انجام پژوهش‌های هدفمند در حوزه نقش صنایع فرهنگی بر مؤلفه‌های اجتماعی، به‌ویژه در شرایطی که سیاست‌های توسعه ایران بر تقویت مشارکت مردم تأکید دارند، از اهمیت بالایی برخوردار است. سینمای ایران در دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ با تولید صدها فیلم اجتماعی، فرصت‌های متعددی برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتارهای جمعی داشته است؛ اما بررسی دقیق این تأثیرگذاری از دیدگاه کسانی که مستقیماً در تولید، سیاست‌گذاری و تحلیل این صنعت دخیل هستند، کم‌تر صورت گرفته است. این خلأ باعث شده تا درک روشنی از مکانیسم‌های واقعی تقویت مشارکت اجتماعی از طریق سینما - مانند آگاهی‌بخشی از محتوای فیلم‌ها، تعاملات ناشی از تجربه سالنی یا گفتمان‌سازی فرهنگی - وجود نداشته باشد و سیاست‌گذاران فرهنگی نتوانند از این ظرفیت به‌صورت هدفمند بهره‌برداری کنند.

یکی از خلأهای اصلی، نبود تحلیل عمیق کیفی از مکانیسم‌های خاص سینمایی است. مطالعات پیشین اغلب به داده‌های کمی یا تأثیر رسانه، سرمایه اجتماعی اکتفا کرده‌اند و کم‌تر به تجربیات حرفه‌ای تولیدکنندگان، سیاست‌گذاران فرهنگی و جامعه‌شناسان هنر پرداخته‌اند. این متخصصان می‌توانند چالش‌های عملی مانند تأثیر محدودیت‌های محتوایی بر پیام‌های مشارکتی یا نقش رویدادهای سینمایی در شبکه‌سازی اجتماعی را با جزئیات توضیح دهند که این اطلاعات در پژوهش‌های موجود غایب است.

ضرورت دیگر، ارائه مبنایی برای تصمیم‌گیری‌های سیاستی در شرایط فعلی سینمای ایران است. کاهش مخاطب سالنی و رقابت با محتوای دیجیتال، ضرورت

بازنگری در نقش سینما را دوچندان کرده است. نتایج این پژوهش می‌تواند پیشنهادهاى عملی مانند حمایت هدفمند از ژانرهای اجتماعی یا ادغام سینما در برنامه‌های آموزشی مدنی را ارائه دهد و از پراکندگی تلاش‌های فرهنگی جلوگیری کند.

در نهایت، این مطالعه با رویکرد کیفی و تمرکز بر دوره زمانی مشخص (۱۳۸۰-۱۳۹۵)، نوآوری خود را در ترکیب دیدگاه‌های عملی و نظری نشان می‌دهد و می‌تواند الگویی برای تحقیقات مشابه در سایر صنایع فرهنگی باشد. این امر به تقویت پیوند بین فرهنگ و توسعه اجتماعی کمک کرده و از هدررفت منابع در حوزه‌ای با پتانسیل بالا جلوگیری می‌کند.

این پژوهش از نوع کیفی و بنیادی-کاربردی است. بنیادی بودن آن ناشی از تلاش برای تبیین مکانیسم‌های تأثیرگذاری سینمای ایران بر مشارکت اجتماعی از دیدگاه متخصصان است و کاربرد آن در ارائه مبنایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه سلامت اجتماعی نمود می‌یابد.

هدف اصلی پژوهش بررسی نقش سینمای داستانی ایران در دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ در تقویت مشارکت اجتماعی از دیدگاه متخصصان فرهنگ و هنر، با تمرکز بر مکانیسم‌های محتوایی، تجربی و فرهنگی و شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های موجود است.

سؤال اصلی

سینمای داستانی ایران در دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ چگونه و از طریق چه مکانیسم‌هایی بر تقویت مشارکت اجتماعی اثر گذاشته است؟

سؤالات فرعی

۱. محتوای فیلم‌های سینمایی ایرانی تا چه حد و از چه طریقی به آگاهی‌بخشی و تشویق مشارکت اجتماعی کمک کرده است؟
۲. تجربه حضور در سالن سینما و رویدادهای سینمایی چگونه تعاملات اجتماعی را تقویت کرده است؟
۳. متخصصان فرهنگ و هنر چه چالش‌ها و فرصت‌هایی برای نقش‌آفرینی بیشتر سینما در مشارکت اجتماعی شناسایی می‌کنند؟

۲. چهارچوب نظری و مفهومی پژوهش

این بخش به تعریف مفاهیم، بررسی مبانی نظری و ادبیات مرتبط با نقش سینما در مشارکت اجتماعی می‌پردازد و چهارچوب مفهومی و نظری پژوهش را تبیین می‌کند. واژه «مشارکت» یا Participation به انگلیسی از ریشه Part به معنای بخش و جزء گرفته شده است (یزدان‌پناه، ۱۳۸۶، ص. ۱۰۶). از منظر جامعه‌شناختی، میان مشارکت به‌عنوان کنش و تعهد اجتماعی و مشارکت به‌عنوان وضعیت تعلق به یک گروه تفاوت وجود دارد. معنای نخست بر فعالیت اجتماعی و حضور فعال در گروه دلالت دارد و معنای دوم بیانگر عضویت و سهمیم بودن در یک جمع است (بیرو، ۱۳۶۶: ۲۵۷). مشارکت در سطوح خرد، میانی و کلان و در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی قابل بررسی است که در این پژوهش، مشارکت اجتماعی مدنظر قرار دارد. از منظر روان‌شناسی اجتماعی، «سارا برینلینگر»^۱ و «کارولین کلی»^۲ مشارکت را نوعی «کنش جمعی» دانسته و آن را در دو سطح فردی و گروهی تحلیل می‌کنند. در سطح فردی، ویژگی‌های شخصیتی و فرایندهای تصمیم‌گیری افراد مورد توجه قرار می‌گیرد و در سطح گروهی، تعاملات بین‌گروهی به‌عنوان عوامل تسهیل‌کننده یا بازدارنده مشارکت بررسی می‌شوند. در این میان، مفهوم «موقعیت کنترل» اهمیت ویژه‌ای دارد. افرادی که دارای منبع کنترل درونی هستند، نتایج را حاصل تلاش خود می‌دانند و معمولاً مشارکت بیشتری در فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دارند، درحالی‌که افراد دارای منبع کنترل بیرونی رویدادها را خارج از اراده خود تلقی می‌کنند.

«دیوید سیلز»^۳ نیز مشارکت را پدیده‌ای پیچیده می‌داند که تحت تأثیر عوامل فردی و اجتماعی متعددی قرار دارد. وی این عوامل را در سه دسته نیروهای اجتماعی نظیر منزلت، آموزش و مذهب؛ تفاوت‌های شخصیتی؛ و محیط‌های اجتماعی شامل نهادها، ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی طبقه‌بندی می‌کند. به اعتقاد او، این عوامل به‌صورت درهم‌تنیده بر مشارکت اثر می‌گذارند و تمرکز صرف بر یکی از آنها نمی‌تواند تبیین کاملی ارائه دهد (محسنی‌تبریزی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۶۵).

مشارکت اجتماعی به مجموعه کنش‌های فردی و جمعی اطلاق می‌شود که با هدف تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌ها و امور عمومی انجام می‌گیرد. همکاری در گروه‌های

1. Sarah Breinlinger

2. Carolyn Kille

3. David L. Sills

اجتماعی، انجمن‌های داوطلبانه و سازمان‌های غیردولتی از مهم‌ترین مصادیق آن به شمار می‌روند (علوی‌تبار، ۱۳۷۹: ۵۷).

در سوی دیگر، جاروی معتقد است نسل امروز به‌طور گسترده تحت تأثیر آموزش و یادگیری از طریق فیلم قرار گرفته است، زیرا سینما از زمان تبدیل شدن به یک هنر، تأثیر عمیقی بر جوامع انسانی داشته است (جاروی، ۱۳۷۹: ۴۴). سینما امروزه به‌عنوان ابزاری اجتماعی، در شکل‌دهی افکار عمومی، فرهنگ‌سازی و ایجاد تأثیرات فرهنگی نقش مهمی ایفا می‌کند. مخاطب ضمن تجربه فردی فیلم، در فرایند ادراک جمعی نیز مشارکت دارد و از طریق همذات‌پنداری با شخصیت‌ها و روایت‌ها، خود را در جهان فیلم بازتعریف می‌کند (زین‌العابدینی، ۱۴۰۱: ۹۲).

با گسترش فناوری‌های ارتباطی و تغییرات سریع در الگوهای زندگی، جوامع با چالش‌هایی همچون کاهش تعاملات رودررو، افزایش فردگرایی و تضعیف پیوندهای اجتماعی مواجه شده‌اند که می‌تواند به تضعیف مشارکت اجتماعی منجر شود. در این میان، سینما به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار می‌تواند از طریق تولید محتوای فرهنگی و هنری، نه تنها بر افکار و احساسات فردی افراد جامعه تأثیر بگذارد، بلکه می‌تواند نقش مؤثری در تقویت مشارکت اجتماعی ایفا نماید. درواقع، سینما می‌تواند نقش مؤثری در شکل‌دهی به الگوهای ارتباطی و تقویت تعاملات اجتماعی ایفا کند (Castells, 2010, p.320). بدین ترتیب مشارکت اجتماعی به‌عنوان یک مفهوم کلیدی در علوم اجتماعی و رسانه‌ای، از منظر نظریه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. این مفهوم شامل فعالیت‌های مدنی، تعاملات اجتماعی و درگیری در مسائل جمعی است که براساس منابع موجود، ترجیحات شخصی و معانی فردی شکل می‌گیرد (Levasseur et al, 2022, p.44). به گفته لواسور و همکاران (۲۰۲۲)، مشارکت اجتماعی نه تنها به حضور فیزیکی در فعالیت‌ها، بلکه به تعامل معنا دار با دیگران و جامعه بستگی دارد که می‌تواند از طریق رسانه‌هایی مانند سینما تحت تأثیر قرار گیرد.

در این تحقیق از آنجاکه یک نظریه مشخص واحدی که بتواند ارتباط بین سینما و مشارکت اجتماعی افراد جامعه را به‌طور مفصل و دقیق تبیین نماید وجود ندارد بنابراین چهارچوب نظری ترکیبی، بر پایه سه نظریه اصلی کنش اجتماعی ماکس وبر و نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پاتنام و نظریه برجسته‌سازی مک کامبز و شاو بنا شده است.

۱-۲. نظریه ماکس وبر: آگاهی و تصمیم‌گیری در کنش اجتماعی

ماکس وبر در کتاب «اقتصاد و جامعه» کنش اجتماعی را رفتاری می‌داند که فرد در آن به رفتار دیگران توجه کرده و برای آن معنای ذهنی قائل است. وی چهار نوع کنش ایدئال را معرفی می‌کند: عقلانی هدفمند، عقلانی ارزشی، عاطفی و سنتی. کنش عقلانی هدفمند بر محاسبه وسایل و پیامدها برای دستیابی به هدف استوار است و کنش عقلانی ارزشی بر پایه باور به ارزش‌های اخلاقی، مذهبی یا اجتماعی شکل می‌گیرد، فارغ از میزان موفقیت آن (وبر، ۱۳۹۴: ۳۰۲-۳۰۵). به اعتقاد وبر، در جوامع مدرن کنش عقلانی غلبه می‌یابد و آگاهی از شرایط اجتماعی پیش‌شرط آن است؛ در غیر این صورت، کنش به سمت الگوهای سنتی یا عاطفی سوق یافته و مشارکت معنادار اجتماعی کاهش می‌یابد.

در ارتباط با سینمای ایران، محتوای فیلم‌ها می‌تواند زمینه‌گذار از کنش منفعل به کنش عقلانی را فراهم کند. فیلم‌های اجتماعی این دوره با بازنمایی واقعیت‌های پیچیده‌ای مانند بحران‌های خانوادگی و نابرابری‌های اجتماعی، مخاطب را به تأمل و تصمیم‌گیری آگاهانه برای مشارکت اجتماعی ترغیب می‌کنند. همچنین نفوذ فرهنگی سینما از طریق ارائه الگوهای ارزشی و شخصیت‌های عدالت‌خواه، کنش ارزشی را تقویت می‌کند. از این منظر، سینما نه تنها موجب افزایش آگاهی اجتماعی می‌شود، بلکه می‌تواند انگیزه لازم برای کنش عملی و مشارکت اجتماعی را نیز فراهم آورد؛ بنابراین، نظریه وبر نقش سینما را در تقویت دو بُعد اساسی مشارکت، یعنی آگاهی و تصمیم‌گیری عقلانی، تبیین می‌کند.

۲-۲. «نظریه سرمایه اجتماعی»^۱

رابرت پاتنام در کتاب «بولینگ تنها: فروپاشی و احیای جامعه آمریکایی» سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و هنجارهای همکاری می‌داند که همکاری میان افراد را تسهیل می‌کنند. وی سرمایه اجتماعی را در سه مؤلفه اصلی شبکه‌ها، اعتماد و هنجارهای متقابل تبیین کرده و معتقد است کاهش فعالیت‌های جمعی به فرسایش سرمایه اجتماعی و افت مشارکت مدنی منجر می‌شود. از نظر او، فعالیت‌های اوقات فراغت مشترک نوعی «پل اجتماعی» ایجاد می‌کنند که افراد با پیشینه‌های متفاوت را به یکدیگر متصل ساخته و سرمایه اجتماعی پل‌ساز را تقویت

1. Social Capital Theory

می‌کنند (Putnam, 2000, p.220-224). در مقابل، فعالیت‌های فردی و منفعلانه موجب تضعیف این سرمایه می‌شوند.

در ارتباط با سینمای ایران، حضور در سالن‌های سینما و مشارکت در رویدادهای سینمایی را می‌توان نمونه‌ای از فعالیت جمعی دانست که به شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی، افزایش اعتماد و تقویت هنجارهای همکاری کمک می‌کند. همچنین، محتوای فیلم‌ها از طریق بازنمایی مسائل و دغدغه‌های مشترک، حس تعلق اجتماعی و سرمایه پیوندی را افزایش می‌دهد. از این منظر، سینما در دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ علاوه بر کارکرد فرهنگی، بستری برای تقویت سرمایه اجتماعی و مشارکت مدنی فراهم کرده است. در مقابل، کاهش مخاطبان سالنی و جایگزینی تجربه جمعی با مصرف فردی رسانه می‌تواند این کارکرد را تضعیف کند؛ بنابراین، نظریه پاتنام تبیین می‌کند که چگونه تجربه سینمایی می‌تواند به افزایش مشارکت اجتماعی و رضامندی جمعی منجر شود و درعین حال کاهش مشارکت در فعالیت‌های سینمایی را تهدیدی برای سرمایه اجتماعی به شمار آورد.

۳-۲. «نظریه برجسته‌سازی»^۱

نظریه برجسته‌سازی که توسط ماکسول مک کامبز و دونالد شاو بیان شده است، یکی از اولین نظریه‌ها در این زمینه است که نشان می‌دهد رسانه‌ها با برجسته کردن موضوعات خاص، توجه عمومی را به آن‌ها جلب کرده و اولویت‌های اجتماعی افراد را تعیین می‌کنند. در زمینه سینما، این نظریه پیشنهاد می‌کند که فیلم‌هایی که موضوعات اجتماعی مانند فقر، محیط‌زیست یا نابرابری را برجسته می‌کنند، می‌توانند آگاهی عمومی را افزایش داده و مردم را به مشارکت در فعالیت‌های مرتبط تشویق کنند. به عنوان مثال، یک فیلم پرمخاطب در مورد تغییرات آب‌وهوا ممکن است بحث‌های اجتماعی را برانگیزد و مردم را تشویق به پیوستن به جنبش‌های زیست‌محیطی کند (McCombs & Shaw, 1972, p.181). با ارائه رفتار قابل قبول در رسانه، انطباق رفتاری نیز در جامعه تشویق و ترویج می‌شود، به همین ترتیب پیام‌های ارائه شده از طریق رسانه‌ها می‌توانند بر میزان مشارکت اجتماعی مخاطبان تأثیرگذار باشد (پورنوروز، ۱۳۸۳: ۲۲۴). در زمینه سینمای ایران، فیلم‌های پرمخاطب یا جشنواره‌ای با تمرکز مکرر بر موضوعات اجتماعی (مانند اعتیاد، نابرابری جنسیتی یا بحران‌های

1. Agenda-Setting Theory

زیست‌محیطی در دوره ۱۳۸۰-۱۳۹۵)، این مسائل را در صدر افکار عمومی قرار می‌دهند. شناخت هدف فیلم و ماهیت مخاطب دو عنصر اساسی است، با این شناخت، نویسندگان و کارگردان می‌توانند به نمایش تأثیرگذار وجوه مختلف زندگی دست یابند (زین‌العابدینی، ۱۴۰۲ به نقل از بوریچ، ۱۳۷۷). برای مثال، فیلمی که فقر شهری را برجسته می‌کند، نه‌تنها توجه عمومی را به آن جلب می‌کند، بلکه با تکرار در گفتمان‌های پس از اکران یا رسانه‌ها، مطالبه‌گری اجتماعی را تحریک می‌نماید. این سازوکار توضیح می‌دهد که چگونه نفوذ فرهنگی سینما گفتمان‌سازی می‌کند و افراد را به مشارکت در پویش‌ها یا فعالیت‌های مدنی مرتبط ترغیب می‌کند. در شرایط محدودیت‌های محتوایی ایران، حتی فیلم‌هایی که به‌طور غیرمستقیم موضوعات حساس را برجسته می‌کنند، می‌توانند اولویت‌های اجتماعی را تغییر دهند و زمینه مطالبه‌گری ایجاد کنند.

۲-۴. مفاهیم بنیادین تأثیر سینما بر مشارکت اجتماعی

با توجه به نظریات مطرح شده می‌توان نتیجه گرفت که ادبیات موجود نشان می‌دهد که سینما از سه جنبه اصلی بر مشارکت اجتماعی تأثیرگذار است: از طریق محتوای فیلم، توسط تجربه حضور در سینما و نهایتاً به‌وسیله نفوذ فرهنگی.

۲-۴-۱. محتوای فیلم

محتوای فیلم‌ها می‌توانند دیدگاه‌ها و رفتارهای مربوط به مشارکت اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. به‌عنوان مثال، مویر گوسه (۲۰۰۸) نتیجه گرفت که فیلم‌های داستانی با پیام‌های آموزشی می‌توانند از طریق همذات‌پنداری با شخصیت‌ها، رفتارهای مشارکتی را گسترش دهد. در علم روان‌شناسی تجربی نیز این فرض وجود دارد که رفتار انسان تابعی از آگاهی‌ها و اطلاعاتی است که کسب می‌کند؛ بنابراین، با تغییر اطلاعات، رفتارها نیز به‌تناسب دستخوش تغییر می‌شوند (گنجی، ۱۴۰۰: ۱۲۴). به‌طور کل، همان‌گونه که اتکینسون و همکاران بیان کرده‌اند، میان آگاهی و دانش افراد با اعمال و رفتار آنان ارتباط و پیوندی نزدیک وجود دارد (اتکینسون، ۱۴۰۳: ۱۳۱).

به گفته بوردول و تامپسون، عناصر فرمال فیلم مانند روایت و میزانشن مخاطب را به ساخت فعال معنا و مشارکت عاطفی وامی‌دارند که این فرایند شناختی می‌تواند به تغییر رفتار اجتماعی و تقویت حس مسئولیت جمعی منجر شود (Bordwell & Tamplin, 2007).

Thompson, 2010, p.57). این دیدگاه مکمل نظریه وبر است و نشان می‌دهد که محتوای فیلم‌ها از طریق فرم هنری خود، آگاهی و تصمیم‌گیری عقلانی را تحریک می‌کنند. سینما بازتاب‌دهنده بافتارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است یا در شکل‌دهی این جریانات اثرگذار است. مفهوم بازنمایی از مفاهیم کلیدی در تحلیل متون و رسانه است پیوند این مفهوم با موضوع نمایش واقعیت، بیان می‌دارد آنچه ما در نزد خود واقعی فرض می‌کنیم چیزی نیست که خارج از بازنمایی وجود داشته باشد (تلوری، ۱۴۰۳: ۱۵۵). هنرمند گاه در تلاش است بدون هیچ دخل و تصرفی در بیان سوژه‌ها به سمت واقع‌نمایی صرف تلاش کند و گاه زاویه دیدش در نمایان ساختن تصویری از واقعیت در قاب سینما مشهود است و خالق اثر بر مبنای داشته‌های فکری و تخیلش به دنبال ایجاد موجی جدید در جامعه با رویکردی ایدئولوژیک است (زین‌العابدینی، ۱۴۰۱: ۸۳).

همچنین به عقیده گیدنز، کنش‌های انسان به دلیل تماس دائمی با زمینه‌های کنش، در معرض فرایند تأمل هستند. این فرایند باعث تغییر در ماهیت پدیده‌های اجتماعی و اعمال افراد می‌شود. از نظر گیدنز، از آنجایی که امروزه اطلاعات و دانش به‌طور گسترده و آسان در دسترس همگان است، افراد می‌توانند از آن برای تأمل و تغییر اعمال روزانه خود استفاده کنند (Giddens, 2000, p.124)؛ بنابراین از نظر گیدنز می‌توان گفت که در کنش‌های مصرفی و به‌ویژه در کنش مصرف سینمایی، سطح آگاهی افراد می‌تواند به بازاندیشی در رفتار و در نهایت تغییر آن منجر شود، به‌گونه‌ای که نوعی آگاهی مانند آگاهی حاصل از سینما می‌تواند منجر به تغییر رفتار شده و میزان مشارکت اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. به‌گونه‌ای که افراد به نسبت سطح، میزان و نوع آگاهی که کسب می‌کنند در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کنند.

۲-۴-۲. تجربه حضور در سینما

تجربه حضور در سینما خود به‌عنوان یک نوع مشارکت اجتماعی نیز مورد توجه قرار گرفته است. مطالعات نشان می‌دهد که تماشای فیلم به‌صورت گروهی می‌تواند به تقویت روابط اجتماعی و بحث‌های پس از فیلم منجر شود که نوعی مشارکت اجتماعی است. این جنبه با نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام نیز هم‌راستا است، زیرا سینما می‌تواند به‌عنوان محلی برای تعاملات اجتماعی عمل نماید (Putnam, 2000, p.321).

ترنر تأکید می‌کند که تجربه سینمای جمعی، بخشی از عمل اجتماعی فیلم است و سالن سینما فضایی برای تعاملات فرهنگی و شکل‌دهی به هنجارهای جمعی فراهم

می‌کند (Turner, 2006, p.125-127). این سازوکار با نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام هم‌خوانی دارد و توضیح می‌دهد که چگونه حضور گروهی در سینما شبکه‌ها و اعتماد اجتماعی را تقویت می‌نماید.

۲-۴-۳. فرهنگ‌سازی

نفوذ فرهنگی سینما از طریق شکل‌دهی به هنجارها و ارزش‌های اجتماعی نیز بررسی شده است. به‌طور کلی مؤلفه‌های فرهنگی قابلیت نفوذ و تأثیرگذاری در جنبه‌های درونی و کیفی یک نظام اجتماعی را دارا هستند (عرفان‌منش، ۱۴۰۱: ۳۵۹). Brown و Basil (۱۹۹۵) نتیجه‌گیری کردند که فیلم‌ها می‌توانند با نمایش شخصیت‌های الهام‌بخش، داوطلبی و مشارکت اجتماعی را ترویج کنند. همچنین، McCombs و Shaw (۱۹۷۲) استدلال کردند که برجسته‌سازی موضوعات خاص در رسانه‌ها می‌تواند توجه عمومی را به موضوعات اجتماعی جلب نموده و مشارکت اجتماعی را افزایش دهد. همچنین رسانه‌ها می‌توانند داوطلبی و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی را ترویج کنند، به‌ویژه زمانی که شخصیت‌های برجسته یا داستان‌های الهام‌بخش را نمایش دهند.

همچنین ترنر سینما را به‌عنوان عملی اجتماعی می‌بیند که ایدئولوژی‌ها را تولید و بازتولید می‌کند و از طریق گفتمان‌سازی، اولویت‌های فرهنگی و اجتماعی را شکل می‌دهد (Turner, 2006, p.4).

۲-۵. چهارچوب مفهومی تحقیق

با توجه به نظریه‌ها و ادبیات ذکرشده، چهارچوب مفهومی این تحقیق در این چهارچوب قرار دارد که سینما از سه طریق بر مشارکت اجتماعی تأثیر گذار است:

۱. محتوای فیلم: از طریق افزایش آگاهی، ترویج ارزش‌های جمعی و یا حتی

فردی و ارائه مدل‌های رفتاری (مبتنی بر نظریه ماکس وبر)؛

۲. تجربه حضور در سینما: از طریق ایجاد تعاملات اجتماعی و تقویت ارتباطات

(مبتنی بر نظریه سرمایه اجتماعی)؛

۳. فرهنگ‌سازی: از طریق شکل دادن به هنجارها و برجسته‌سازی مشارکت

اجتماعی (مبتنی بر نظریه برجسته‌سازی).

۳. پیشینه پژوهش

۳-۱. تحقیقات داخلی

حبیب‌پور (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «نقش سینمای ایران در تغییر شاخص‌های توسعه اجتماعی» در چهارچوب نظریه‌های الگوسازی و انتظارات اجتماعی، تأثیر سینمای ایران را بر شاخص‌های توسعه اجتماعی در میان ۱۲۱۶ نفر از مخاطبان سینماهای تهران بررسی کرد. نتایج نشان داد سینمای ایران در بهبود آگاهی، ارتباطات اجتماعی، مسئولیت‌پذیری و ارزش‌های جمع‌گرایانه نقش مثبت داشته، اما در شاخص‌هایی همچون اعتماد عمومی و نهادی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، درگیری مدنی، هویت ملی و اجتماعی و جامعه‌پذیری تأثیر منفی بر جای گذاشته است.

سردارنیا (۱۳۹۸) در پژوهش «تأثیر رسانه‌های جدید با واسطه‌گری متغیرهای اجتماعی بر مشارکت سیاسی» نشان داد دسترسی و تعامل فعال با شبکه‌های اجتماعی، گروه دوستان، عضویت در انجمن‌های مدنی و داوطلبانه و همچنین استفاده از رسانه‌های داخلی و خارجی، تأثیر مثبت و معناداری بر مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه شیراز داشته‌اند.

خواجeh‌سروی و همکاران (۱۳۹۷) با بررسی الگوی مصرف رسانه‌ای شهروندان تهرانی دریافتند میان مصرف رسانه‌ای و شاخص‌های مختلف مشارکت سیاسی، ازجمله حضور در انتخابات، راهپیمایی‌ها، فعالیت‌های حزبی، گفت‌وگوهای سیاسی و پیگیری اخبار، رابطه معناداری وجود دارد.

کشاورزی و همکاران (۱۳۹۶) نیز با بررسی میزان استفاده از رسانه‌های مختلف و تأثیر آن‌ها بر مشارکت اجتماعی، نقش مؤثر رسانه‌های جمعی را در کنار سایر عوامل اجتماعی تأیید کردند.

شمس‌مشهدی و کفاشی (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای پیرامون تأثیر رسانه‌های ملی بر سرمایه اجتماعی و مشارکت اجتماعی نشان دادند که برنامه‌های نمایشی، ازجمله فیلم‌های سینمایی، از طریق افزایش آگاهی و رضایت‌مندی، مشارکت اجتماعی را تقویت می‌کنند؛ هرچند این تأثیر در سینمای ایران به دلیل محدودیت‌های محتوایی کمتر از ظرفیت مورد انتظار است.

زارع و روهنده (۱۳۹۴) در پژوهشی درباره عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی سیاسی به این نتیجه رسیدند که رضایت‌مندی اجتماعی، رسانه‌های جمعی،

درآمد و جنسیت با مشارکت رابطه معنادار دارند. همچنین بین میزان مصرف رسانه‌ای و مشارکت اجتماعی-سیاسی هم‌بستگی معناداری مشاهده شد. یافته‌های آنان بر ضرورت ترویج فرهنگ مشارکت از طریق رسانه‌های داخلی تأکید دارد.

کیا و شاه‌حسینی (۱۳۹۳) در پژوهش «سینمای ایران، مخاطب و نیازهای فردی و اجتماعی» نشان دادند که سینمای ایران کم‌تر توانسته به نیازهای اجتماعی مخاطبان، از جمله مشارکت مدنی، پاسخ دهد؛ باین حال، تجربه جمعی حضور در سالن سینما به‌طور غیرمستقیم زمینه تقویت مشارکت اجتماعی را فراهم می‌کند.

۲-۳. تحقیقات خارجی

تروری (۲۰۱۸) با بررسی تجربه حضور در سینما به‌عنوان بخشی از زندگی فرهنگی، نشان داد که این تجربه جمعی می‌تواند پیوندهای اجتماعی را تقویت کرده و از طریق گفت‌وگوها و تعاملات پس از فیلم، زمینه‌ساز نوعی مشارکت اجتماعی شود.

اعلامیه بارسلونا درباره صنایع فرهنگی و خلاق (۲۰۱۸) بر نقش این صنایع در توسعه پایدار تأکید دارد. براساس این سند، صنایع فرهنگی و خلاق علاوه بر سهم اقتصادی، با تقویت نوآوری، غنی‌سازی زندگی اجتماعی و ایجاد حس تعلق، آثار اجتماعی مهمی بر جوامع دارند و می‌توانند به انسجام و مشارکت اجتماعی کمک کنند (به نقل از کاظمی مقدم، ۱۴۰۲: ۱۱).

امیلی مویر گاس (۲۰۰۸) در پژوهش «به‌سوی نظریه اقناع: تبیین اثرات اقناعی پیام‌های آموزشی سینما» نشان داد که فیلم‌های داستانی دارای پیام‌های آموزشی، از طریق روایت‌پردازی و درگیر ساختن مخاطب، قادرند رفتارهای مثبت اجتماعی را تقویت کرده و افراد را به مشارکت در فعالیت‌های جمعی ترغیب کنند.

۳-۳. نتیجه‌گیری پیشینه پژوهشی

تحقیقات داخلی و خارجی مرور شده نشان می‌دهند که سینما می‌تواند از طریق آگاهی‌بخشی، تقویت روابط اجتماعی و گفتمان‌سازی بر مشارکت اجتماعی اثر مثبت داشته باشد، اما این تأثیر اغلب در ایران به‌دلیل محدودیت‌های محتوایی، کاهش مخاطب سالنی و تمرکز بر رسانه‌های همگانی‌تر مانند تلویزیون، محدود یا ناپایدار بوده است. مطالعات داخلی عمدتاً به نقش کلی رسانه‌ها یا سرمایه اجتماعی در مشارکت پرداخته‌اند و کم‌تر به‌طور خاص به مکانیسم‌های سینمایی (محتوا، تجربه حضوری و

نفوذ فرهنگی) توجه کرده‌اند. همچنین، این پژوهش‌ها اغلب کمی بوده یا بر مخاطبان عمومی تمرکز داشته‌اند و دیدگاه متخصصان حرفه‌ای حوزه فرهنگ و هنر را به عنوان منبع اصلی تحلیل قرار نداده‌اند.

تحقیقات خارجی نیز بر پتانسیل فیلم‌ها در تغییر نگرش و تقویت پیوندهای اجتماعی تأکید دارند، اما در زمینه‌های فرهنگی متفاوت (مانند اروپا یا آمریکا) انجام شده‌اند و به شرایط خاص سینمای ایران (۱۳۸۰-۱۳۹۵) - مانند محدودیت‌های محتوایی و رقابت با پلتفرم‌های دیجیتال نوظهور - نپرداخته‌اند.

نوآوری اصلی پژوهش حاضر در مقایسه با مطالعات پیشین، تمرکز کیفی بر دیدگاه متخصصان فرهنگ و هنر (جامعه‌شناسان هنر، سیاست‌گذاران فرهنگی و تولیدکنندگان سینما) است که امکان تحلیل عمیق و عملی مکانیسم‌های تأثیرگذاری را فراهم می‌کند. این پژوهش برخلاف کارهای قبلی که اغلب کلی یا کمی بوده‌اند، دوره زمانی مشخص ۱۳۸۰-۱۳۹۵ را بررسی می‌کند، چالش‌های واقعی دسترسی و محدودیت‌ها را می‌پذیرد و از چهارچوب ترکیبی سه‌گانه (وبر، پاتنام و برجسته‌سازی) برای تبیین نقش سینما استفاده می‌نماید. این رویکرد نه تنها خلأ بررسی دیدگاه خبرگان را پر می‌کند، بلکه مبنایی عملی برای سیاست‌گذاری فرهنگی در راستای سلامت اجتماعی ارائه می‌دهد و از پراکندگی مطالعات موجود فاصله می‌گیرد.

۴. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با استفاده از رویکرد کیفی و به روش «تحلیل مضمون»^۱ انجام شده است. تحلیل مضمون به عنوان یک روش کیفی، به شناسایی، سازمان‌دهی و تفسیر الگوهای معنادار در داده‌ها می‌پردازد (Braun & Clarke, 2006, p.87). بدین منظور مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند انجام شده تا نقش سینما در مشارکت اجتماعی را به‌طور عمیق بررسی کند. روش کیفی برای این تحقیق مناسب است زیرا به ما امکان می‌دهد برداشت‌ها، تجارب و نگرش‌های متخصصان و فعالان حوزه سینما و فرهنگ را درباره نقش سینما بر مشارکت اجتماعی تحلیل کنیم. در این تحقیق به‌جای بررسی آماری، به دنبال فهم چگونگی و چرایی تأثیر سینما بر مشارکت اجتماعی بوده‌ایم. این پژوهش به عنوان یک مطالعه موردی بر سینمای داستانی ایران در دوره ۱۳۸۰-۱۳۹۵ متمرکز است. روش جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق مصاحبه نیمه‌ساختارمند بوده که به محقق

امکان می‌دهد سؤالات انعطاف‌پذیر طرح کند و در صورت نیاز سؤالات تکمیلی بپرسد و پاسخ‌دهندگان می‌توانند بینش‌های خود را آزادانه بیان کنند که امکان تحلیل عمیق دیدگاه‌های متخصصان را فراهم می‌کند. تعداد مصاحبه‌شوندگان تا اشباع نظری، شامل ۱۲ نفر از متخصصان مورد مصاحبه بوده است.

جامعه مورد مطالعه:

- ❖ متخصصان حوزه جامعه‌شناسی هنر، فرهنگ و سینما؛
- ❖ مدیران و سیاست‌گذاران فرهنگی؛
- ❖ هنرمندان، تهیه‌کنندگان و نویسندگان فیلم‌نامه.

معیارهای انتخاب افراد برای مصاحبه:

- ❖ حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت حرفه‌ای در حوزه فرهنگ و سینما؛
- ❖ آشنایی با مفاهیم جامعه‌شناسی و رسانه؛
- ❖ داشتن آثار، پژوهش‌ها یا تجربه در سینما.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل داده‌ها به روش تحلیل مضمون (Braun & Clarke, 2006, p.92) شامل مراحل زیر انجام شده است:

- ❖ آشنایی با داده‌ها: خواندن و بررسی اولیه متن مصاحبه‌ها
- ❖ کدگذاری اولیه: شناسایی و دسته‌بندی عبارات کلیدی و مفاهیم مهم
- ❖ استخراج مؤلفه‌ها: گروه‌بندی کدهای مرتبط برای کشف الگوهای مشترک در داده‌ها
- ❖ گروه‌بندی براساس مضامین: مقایسه و ترکیب مؤلفه‌ها برای استخراج نتایج نهایی
- ❖ تفسیر یافته‌ها: ارائه تحلیل و تبیین نقش سینما بر مشارکت اجتماعی
- برای اعتبار و پایایی تحقیق مراحل زیر انجام گرفته است:
- ❖ اعتبار محتوا: بررسی یافته‌ها با برخی از مصاحبه‌شوندگان برای تأیید صحت تحلیل‌ها؛
- ❖ «سه‌سوزی»^۱: مقایسه نتایج با مطالعات پیشین و اسناد مرتبط؛
- ❖ پایایی کدگذاری: بررسی هم‌خوانی کدگذاری‌ها بین دو تحلیل‌گر مستقل.

۵. یافته‌های پژوهش

این بخش به تحلیل یافته‌ها و نتیجه‌گیری تحقیق براساس داده‌های مصاحبه‌ها، پیشینه تحقیق و مبانی نظری پرداخته و یافته‌ها تحلیل و با نظریه‌های مرتبط تطبیق داده شده‌اند. ابتدا یافته‌ها در قالب مضامین اصلی، مؤلفه‌ها و کدهای اولیه ارائه می‌شوند، سپس تحلیل علمی با ذکر مثال‌هایی از مصاحبه‌ها و ارجاع به نظریه‌ها انجام می‌شود و در نهایت نتیجه‌گیری ارائه می‌گردد.

تحلیل مضمون براساس سؤال‌های مصاحبه نشان داد که سینما از جنبه‌های مختلف بر مشارکت اجتماعی تأثیر می‌گذارد. پس از کدگذاری اولیه پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، چهار مضمون اصلی همراه با مؤلفه‌ها و کدهای اولیه استخراج شدند که در ادامه با توضیحات جامع ارائه و تحلیل می‌شوند.

۵-۱. سینما صنعت آگاه‌بخش و انگیزه‌ساز

این مضمون بر نقش دوگانه سینما در افزایش آگاهی و ایجاد انگیزه برای مشارکت اجتماعی تمرکز دارد. مصاحبه‌شوندگان بر این نکته تأکید کرده‌اند که سینما از طریق محتوای خود می‌تواند ذهنیت مخاطبان را نسبت به مسائل اجتماعی تغییر دهد و آن‌ها را به کنشگری ترغیب کند.

مؤلفه ۱: سینما ابزار آموزش و آگاهی‌بخشی

کدهای اولیه: افزایش آگاهی از مسائل اجتماعی، نمایش چالش‌های جامعه، ترویج ارزش‌های جمعی، تغییر نگرش‌ها

تحلیل و توضیح: فیلم‌هایی که به موضوعات اجتماعی مانند فقر، نابرابری جنسیتی یا مشکلات زیست‌محیطی می‌پردازند، ابزار مؤثری برای آگاهی‌بخشی و شکل‌دهی نگرش مخاطبان هستند. این آثار با نمایش واقعیت‌های تلخ یا ارزش‌های جمعی، زمینه تأمل و حساسیت اجتماعی را در تماشاگران ایجاد می‌کنند؛ به گونه‌ای که مواجهه مداوم با این محتواها می‌تواند ادراک افراد از واقعیت اجتماعی را تغییر دهد، همان‌طور که در نظریه کاشت جرج گربرنر (۲۰۰۲) نیز بر آن تأکید شده است. در این چهارچوب، تکرار ارزش‌هایی مانند هم‌بستگی در فیلم‌ها می‌تواند به پذیرش و بازتولید آن‌ها در زندگی واقعی منجر شود. برای مثال، آثاری مانند «ابد و یک روز» با نمایش پیامدهای اعتیاد در خانواده، می‌توانند سطح آگاهی مخاطب را افزایش داده و او را به سمت کنش‌های اجتماعی مانند حمایت از نهادهای خیریه یا فعالیتهای آموزشی سوق دهند.

مؤلفه ۲: سینما مشوق مشارکت مدنی

کدهای اولیه: تشویق از طریق داستان‌ها، ایجاد حس مسئولیت‌پذیری، تشویق به فعالیت‌های داوطلبانه

تحلیل و توضیح: فیلم‌ها از طریق روایت داستان‌های تأثیرگذار می‌توانند انگیزه‌های قوی برای مشارکت مدنی ایجاد کنند؛ این انگیزه معمولاً از همذات‌پنداری با شخصیت‌ها یا الهام‌گیری از تلاش آن‌ها برای حل مسائل اجتماعی شکل می‌گیرد. برای نمونه، نمایش شخصیتی که برای نجات آسیب‌دیدگان یک حادثه مانند زلزله تلاش می‌کند، می‌تواند مخاطب را به مشارکت در فعالیت‌های مشابه ترغیب کند. این امر با دیدگاه ماکس وبر نیز هم‌خوان است که بر نقش آگاهی‌بخشی و معنا در تغییر رفتار اجتماعی تأکید دارد؛ به این معنا که مواجهه با ارزش‌ها و الگوهای رفتاری در قالب داستان می‌تواند زمینه‌ساز کنش اجتماعی شود.

به‌طور مثال فیلم «نارنجی‌پوش» با نمایش تحول یک عکاس که به فعالیت‌های پاک‌سازی محیط‌زیست می‌پیوندد، می‌تواند حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در مخاطب تقویت کند و او را به مشارکت در کنش‌های مشابه سوق دهد؛ زیرا این نوع روایت‌ها نشان می‌دهند که اقدام فردی و جمعی در بهبود مسائل محیط‌زیستی اثرگذار است.

۵-۲. سینما به‌عنوان پل ارتباطی و مقوم تعاملات اجتماعی

این مضمون بر نقش تجربه حضور در سینما و رویدادهای سینمایی در ایجاد و تقویت پیوندهای اجتماعی تمرکز دارد. مصاحبه‌شوندگان بر جنبه‌های جمعی و تعاملی سینما تأکید کرده‌اند.

مؤلفه ۱: سینما عامل اتفاق و تعاملات اجتماعی

کدهای اولیه: تقویت روابط میان‌فردی، ایجاد فرصت گفت‌وگو، کاهش شکاف‌های اجتماعی، حس تعلق به جامعه

تحلیل و توضیح: تماشای فیلم به‌صورت گروهی در سینما فراتر از یک فعالیت منفعل است و می‌تواند به بروز تعاملات اجتماعی و گفت‌وگوهای میان‌فردی منجر شود. زمانی که افراد همراه با دوستان یا خانواده به سینما می‌روند، پس از تماشای فیلم درباره موضوعات آن بحث می‌کنند و همین گفت‌وگوها به تقویت پیوندهای اجتماعی کمک می‌کند. همچنین، نمایش تنوع فرهنگی یا مسائل مشترک انسانی در فیلم‌ها

می‌تواند شکاف‌های اجتماعی را کاهش داده و احساس تعلق به جامعه را تقویت کند. این موضوع با نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پاتنام (۲۰۰۰) هم‌راستا است که فعالیت‌های جمعی اوقات فراغت، مانند سینما رفتن را به‌عنوان «پل‌های اجتماعی» می‌داند که موجب افزایش اعتماد و هنجارهای متقابل و در نهایت تقویت مشارکت اجتماعی می‌شوند.

فیلم «درباره‌الی» با نمایش روابط پیچیده میان دوستان در موقعیتی بحرانی، می‌تواند زمینه‌ساز بحث‌هایی درباره اخلاق، مسئولیت و دوستی شود؛ بحث‌هایی که نه‌تنها روابط میان تماشاگران را عمیق‌تر می‌کند، بلکه می‌تواند آن‌ها را به سمت شکل‌گیری تعاملات و فعالیت‌های اجتماعی مشترک سوق دهد.

مؤلفه ۲: رویدادهای سینمایی شکل‌دهنده شبکه‌های اجتماعی خاص کدهای اولیه: افزایش مشارکت از طریق جشنواره‌ها، شکل‌گیری بحث‌های عمومی، تعاملات بین‌فرهنگی

تحلیل و توضیح: رویدادهای سینمایی مانند جشنواره‌ها و اکران‌های عمومی، بستری برای گردهم‌آیی افراد با علایق مشترک فراهم می‌کنند و از این طریق به شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و تقویت ارتباطات میان‌فردی کمک می‌نمایند. این رویدادها علاوه بر ایجاد فرصت گفت‌وگو درباره فیلم‌ها، زمینه تعاملات بین‌فرهنگی را نیز فراهم می‌کنند؛ به‌ویژه در جشنواره‌های بین‌المللی که افراد از فرهنگ‌های مختلف در آن حضور دارند. این روند با نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پاتنام هم‌راستا است که فعالیت‌های جمعی را عاملی برای تقویت پیوندهای اجتماعی، اعتماد و همکاری میان افراد می‌داند.

در پیشینه داخلی نیز کیا و شاه‌حسینی (۱۳۹۳) نشان داده‌اند که تجربه جمعی حضور در سینما، به‌خصوص در قالب رویدادهای سینمایی، می‌تواند به‌طور غیرمستقیم مشارکت اجتماعی را تقویت کند؛ زیرا این فضاها احساس تعلق و ارتباط اجتماعی بیشتری ایجاد می‌کنند. برای مثال، جشنواره فیلم فجر هر ساله مخاطبان گسترده‌ای را گرد هم می‌آورد و زمینه‌ساز شکل‌گیری بحث‌های عمومی درباره مسائل اجتماعی، فرهنگی و هویتی می‌شود؛ بحث‌هایی که در برخی موارد به تشکیل گروه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی پایدارتر منجر می‌گردد.

۵-۳. سینما و نقش‌پردازی در سیاست‌گذاری و مطالبه‌گری اجتماعی

این مضمون بر نقش سینما در شکل‌دهی گفتمان‌های اجتماعی و تشویق به مطالبه‌گری و کنش مدنی تمرکز دارد. مصاحبه‌شوندگان بر قدرت سینما در تغییر نگرش‌ها و جلب توجه عمومی تأکید کرده‌اند.

مؤلفه ۱: گفتمان‌سازی اجتماعی

کدهای اولیه: برجسته‌سازی مسائل اجتماعی، شکل‌دهی هنجارها، تغییر نگرش‌های پایدار، ایجاد حساسیت نسبت به موضوعات

تحلیل و توضیح: سینما با برجسته‌سازی موضوعات اجتماعی مهم مانند حقوق زنان، فساد یا محیط‌زیست می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری گفتمان‌های جدید در جامعه شود. این گفتمان‌ها علاوه بر افزایش آگاهی عمومی، بر هنجارها و ارزش‌های اجتماعی نیز اثر می‌گذارند و در برخی موارد به تغییرات پایدار در نگرش‌ها منجر می‌شوند. برای نمونه، فیلم‌هایی که مسائل اقشار محروم را بازنمایی می‌کنند، می‌توانند حساسیت اجتماعی را افزایش داده و بحث‌های عمومی را در جامعه فعال کنند. این روند با نظریه برجسته‌سازی مک‌کامبز و شاو (۱۹۷۲) هم‌راستا است که رسانه‌ها را در تعیین اولویت‌های فکری جامعه و جلب توجه عمومی به موضوعات خاص مؤثر می‌داند.

در پیشینه خارجی نیز مویرگاس (۲۰۰۸) نشان داده است که فیلم‌های داستانی دارای پیام‌های آموزشی می‌توانند از طریق همذات‌پنداری با شخصیت‌ها، نگرش‌ها را تغییر داده و رفتارهای اجتماعی مثبت را تقویت کنند. در ایران نیز فیلم «خانه پدری» با پرداختن به خشونت خانوادگی و مسائل زنان، نمونه‌ای از آثاری است که می‌تواند حساسیت نسبت به این موضوعات را افزایش داده و زمینه‌ساز شکل‌گیری گفتمان عمومی درباره ضرورت تغییر هنجارهای فرهنگی و اجتماعی شود.

مؤلفه ۲: ترویج مطالبه‌گری و سیاست‌گذاری

کدهای اولیه: تشویق به حضور در فعالیتهای مدنی، القا حس نقش‌آفرینی، درخواست تغییر سیاست‌ها

تحلیل و توضیح: سینما می‌تواند با نمایش مسائل اجتماعی و ارائه راه‌حل‌های احتمالی، مخاطبان را به سمت مطالبه‌گری و مشارکت در فرایندهای اجتماعی و حتی سیاست‌گذاری سوق دهد. این اثر زمانی تقویت می‌شود که فیلم احساس نقش‌آفرینی و توان تغییر را در مخاطب ایجاد کند. برای مثال، بازنمایی فساد اداری یا نایابری اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز حساسیت بیشتر و حتی مشارکت در کنش‌هایی مانند

پویش‌ها یا تجمعات اجتماعی شود. این یافته با پژوهش Basil و Brown (۱۹۹۵) در پیشینه خارجی هم‌راستا است که نشان می‌دهد رسانه‌ها از طریق ارائه الگوهای الهام‌بخش، می‌توانند مشارکت مدنی و فعالیت‌های داوطلبانه را افزایش دهند. در ایران نیز فیلم «قصه‌ها» با نمایش پیچیدگی‌های نظام اجتماعی و قضایی، می‌تواند مخاطب را به تأمل درباره ضرورت اصلاحات قانونی و اجتماعی وادار کند و در برخی موارد به شکل‌گیری گرایش به مشارکت در فعالیت‌های مدنی یا حمایت از پویش‌های اصلاح‌طلبانه منجر شود.

۴-۵. چالش‌ها و فرصت‌های سینما در مشارکت اجتماعی

این مضمون به محدودیت‌ها و ظرفیت‌های سینما در ایران از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان می‌پردازد.

مؤلفه ۱: موانع تأثیرگذاری سینما

کدهای اولیه: محدودیت‌های محتوایی، کمبود حمایت سیاست‌گذاری، ضعف در تنوع ژانرها، تأثیرات موقتی

تحلیل و توضیح: مصاحبه‌شوندگان به چالش‌هایی مانند سانسور، محدودیت‌های محتوایی و کمبود حمایت دولتی از تولید فیلم‌های متنوع اشاره کرده‌اند. این موانع می‌توانند توانایی سینما در تأثیرگذاری پایدار بر مشارکت اجتماعی را محدود کنند. همچنین متخصصان اذعان داشتند که با وجود پتانسیل سینما، کاهش مخاطب سالی به دلیل هزینه بلیت، رقابت پلتفرم‌های دیجیتال و محدودیت‌های محتوایی، تأثیرگذاری پایدار را محدود کرده است. به عنوان مثال، اگر فیلم‌ها نتوانند آزادانه به موضوعات حساس بپردازند، تأثیر آن‌ها ممکن است سطحی یا موقتی باقی بماند. این یافته با مطالعه داخلی حبیب‌پور (۱۴۰۱) هم‌راستا است که نشان داد سینمای ایران در برخی شاخص‌ها مانند آگاهی و مسئولیت‌پذیری موفق است، اما در مشارکت مدنی و انسجام اجتماعی به دلیل محدودیت‌ها ضعف دارد. مثلاً، ضعف در تنوع ژانرها در سینمای ایران ممکن است باعث شود مخاطبان به فیلم‌های خارجی روی بیاورند و از ظرفیت سینمای داخلی برای مشارکت اجتماعی بهره‌مند نشوند.

مؤلفه ۲: فرصت‌های بالقوه سینما

کدهای اولیه: استفاده از ظرفیت فرهنگی، تقویت مشارکت از طریق آموزش، توسعه رویدادهای سینمایی

تحلیل و توضیح: مصاحبه‌شوندگان به پتانسیل بالای فرهنگ غنی ایران و توانایی سینما در آموزش و فرهنگ‌سازی اشاره کرده‌اند. آن‌ها پیشنهاد می‌دهند که با تولید فیلم‌های آموزشی یا برگزاری رویدادهای سینمایی گسترده‌تر، مشارکت اجتماعی تقویت شود. این یافته با اعلامیه بارسلونا (۲۰۱۸) هم‌خوانی دارد که صنایع فرهنگی را عامل توسعه پایدار و تقویت حس تعلق می‌داند و تأکید می‌کند که این صنایع می‌توانند از طریق غنی‌سازی زندگی، اثرات اجتماعی مثبتی داشته باشند. از منظر نظری، نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام (۲۰۰۰) نیز نشان می‌دهد که رویدادهای فرهنگی مانند جشنواره‌های سینمایی می‌توانند شبکه‌های اجتماعی را گسترش دهند و مشارکت را افزایش دهند. به‌عنوان مثال، توسعه جشنواره‌های محلی یا اکران‌های عمومی در مناطق محروم می‌تواند افراد را به فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی جذب کند و از این طریق هم تعاملات اجتماعی را تقویت کند و هم به آموزش عمومی کمک کند.

جدول ۱: ساختار نهایی مضامین، مؤلفه‌ها و کدهای اولیه

مضامین	مؤلفه‌ها	کدهای اولیه
سینما صنعت آگاه بخش و انگیزه‌ساز	سینما ابزار آموزش و آگاهی‌بخشی	افزایش آگاهی از مسائل اجتماعی
		نمایش چالش‌های جامعه
		ترویج ارزش‌های جمعی
		تغییر نگرش‌ها
	سینما مشوق مشارکت مدنی	تشویق از طریق داستان‌ها
		ایجاد حس مسئولیت‌پذیری
		تشویق به فعالیت‌های داوطلبانه
سینما به‌عنوان پل ارتباطی و مقوم تعاملات اجتماعی	سینما عامل اتفاق و تعاملات اجتماعی	تقویت روابط میان‌فردی
		ایجاد فرصت گفت‌وگو
		کاهش شکاف‌های اجتماعی
		حس تعلق به جامعه
	رویدادهای سینمایی شکل‌دهنده شبکه‌های اجتماعی خاص	افزایش مشارکت از طریق جشنواره‌ها
		شکل‌گیری بحث‌های عمومی
سینما و نقش‌پردازی در سیاست‌گذاری و مطالبه‌گری اجتماعی	گفتمان‌سازی اجتماعی	تعاملات بین‌فرهنگی
		برجسته‌سازی مسائل اجتماعی
		شکل‌دهی هنجارها
		تغییر نگرش‌های پایدار
	ترویج مطالبه‌گری و	ایجاد حساسیت نسبت به موضوعات
		تشویق به حضور در فعالیت‌های مدنی

مضمین	مؤلفه‌ها	کدهای اولیه
چالش‌ها و فرصت‌های سینما در مشارکت اجتماعی	سیاست‌گذاری	القای حس نقش‌آفرینی
		درخواست تغییر سیاست‌ها
	موانع تأثیرگذاری سینما	محدودیت‌های محتوایی
		محدودیت دسترسی عمومی
		کمبود حمایت سیاست‌گذاری
		ضعف در تنوع ژانرها
		تأثیرات موقتی
	فرصت‌های بالقوه سینما	استفاده از ظرفیت فرهنگی
		تقویت مشارکت از طریق آموزش
		توسعه رویدادهای سینمایی

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهند که سینما از سه مسیر اصلی بر مشارکت اجتماعی تأثیر می‌گذارد: محتوای فیلم‌ها (با آگاهی‌بخشی و انگیزه‌بخشی)، تجربه حضور در سینما (با تقویت تعاملات اجتماعی) و نفوذ فرهنگی (با گفتمان‌سازی و مطالبه‌گری). این نتایج با چهارچوب مفهومی تحقیق که براساس نظریه‌های کنش اجتماعی ماکس وبر و نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پاتنام و نظریه برجسته‌سازی مک کامبز و شاو شکل گرفته، هم‌راستا هستند. سینما در ایران می‌تواند به‌صورت فعال، مشارکت را تقویت کند، به‌ویژه زمانی که محتوای انگیزشی ارائه دهد یا تجربه‌ای جمعی فراهم کند؛ بنابراین سینمای ایران پتانسیل تقویت مشارکت اجتماعی را دارد؛ اما این تأثیرگذاری در حال حاضر به‌دلیل محدودیت‌های ساختاری و دسترسی، بیشتر در سطح آگاهی و گفتمان باقی‌مانده تا مشارکت عملی گسترده.

۶-۱. تأثیر بر ابعاد مشارکت اجتماعی

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که سینما به‌عنوان یک ابزار چندوجهی، بر هر چهار بُعد مشارکت اجتماعی تأثیر مثبت دارد. چهار بُعد مشارکت اجتماعی شامل آگاهی، تصمیم‌گیری، مشارکت داشتن و رضامندی معمولاً در مطالعات و مدل‌های مرتبط با مشارکت اجتماعی در علوم اجتماعی و مدیریت مطرح می‌شوند و می‌توانند به نظریه‌ها یا چهارچوب‌های ترکیبی اشاره داشته باشند که توسط محققان مختلف توسعه

یافته‌اند. این ابعاد به نظریه‌های گسترده‌تری مانند نظریه‌های ماکس وبر، در زمینه کنش اجتماعی و فرهنگ یا نظریه‌های معاصر در حوزه مدیریت و جامعه‌شناسی مرتبط هستند که به‌صورت ضمنی این ابعاد را پوشش می‌دهند. برای مثال، در نظریه‌های شناختی مشارکت (برگرفته از دیدگاه‌های وبر)، آگاهی و تصمیم‌گیری به‌عنوان عناصر کلیدی کنش اجتماعی مطرح می‌شوند.

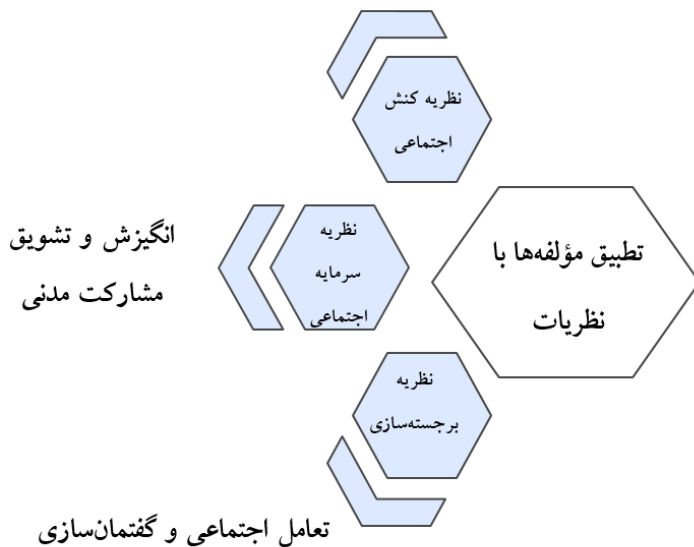
♦ آگاهی: سینما با نمایش مسائل اجتماعی مانند فقر، اعتیاد، یا نابرابری و ترویج ارزش‌هایی مانند هم‌بستگی و عدالت، شناخت و آگاهی افراد را نسبت به محیط اطرافشان افزایش می‌دهد. این با دیدگاه ماکس وبر در نظریه کنش اجتماعی هم‌راستا است که آگاهی را پایه کنش عقلانی می‌داند. مثلاً، تماشای فیلمی که مشکلات کارگران را نشان می‌دهد، می‌تواند مخاطب را به فکر حمایت از حقوق آن‌ها بیندازد؛

♦ تصمیم‌گیری: با ارائه الگوهای موفق و داستان‌های الهام‌بخش، سینما افراد را به انتخاب آگاهانه مشارکت ترغیب می‌کند. این نیز با نظریه وبر سازگار است، زیرا تصمیم‌گیری عقلانی براساس آگاهی و ارزش‌ها شکل می‌گیرد. به‌عنوان مثال، فیلمی که یک فعال اجتماعی را نشان می‌دهد، می‌تواند تماشاگر را به تصمیم برای پیوستن به فعالیت‌های مشابه سوق دهد؛

♦ مشارکت داشتن: از طریق تعاملات گروهی در سینما و رویدادهای سینمایی، سینما مشارکت عملی را تسهیل می‌کند. این با نظریه پاتنام هم‌خوانی دارد که مشارکت را نتیجه انتظار پاداش (مانند تعلق یا تأثیرگذاری) می‌داند. مثلاً، حضور در جشنواره فیلم می‌تواند افراد را به عضویت در گروه‌های فرهنگی تشویق کند؛

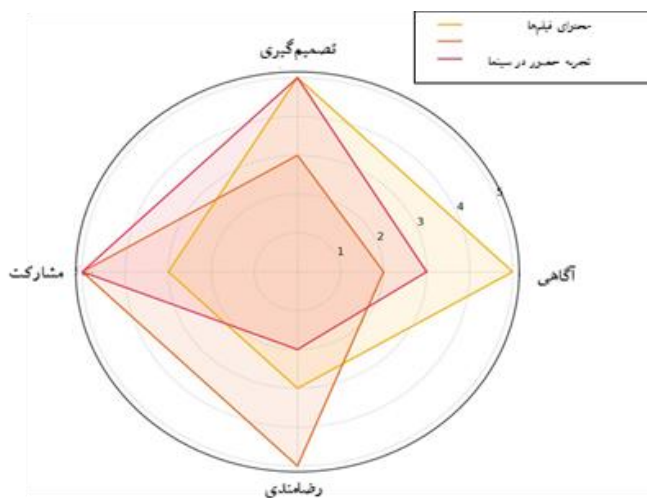
♦ رضامندی: با تقویت حس تعلق، ارائه پاداش‌های اجتماعی (مانند دوستی یا قدردانی) و ایجاد تجربه‌های مثبت، سینما انگیزه مشارکت را پایدار می‌سازد. این نیز با نظریه پاتنام سازگار است، زیرا رضامندی از تعاملات اجتماعی، انگیزه ادامه آن‌ها را تقویت می‌کند. مثلاً، بحث پس از تماشای فیلم با دوستان می‌تواند حس رضایت و تعلق را افزایش دهد.

آگاهی بخشی و مطالبه گری



نمودار ۱: تطبیق نظریه‌ها و یافته‌ها براساس مؤلفه‌های تحقیق

این نمودار نشان می‌دهد که هر نظریه در کدامیک از مؤلفه‌های تحقیق به کاررفته و یا منعکس شده است.



نمودار ۲: میزان تأثیر سه عنصر سینما بر ابعاد مشارکت اجتماعی

این نمودار میزان تأثیر سه عنصر کلیدی سینما - «محتوای فیلم‌ها»، «تجربه حضور در سینما» و «فرهنگ‌سازی (نفوذ گفتمانی)» - را بر چهار بُعد مشارکت اجتماعی (آگاهی، تصمیم‌گیری، مشارکت، رضامندی) نمایش می‌دهد.

سینما در ایران، علی‌رغم چالش‌هایی مانند محدودیت‌های محتوایی و کمبود حمایت سیاست‌گذاری، پتانسیل بالایی برای تقویت مشارکت اجتماعی دارد. این صنعت نه تنها بازتاب‌دهنده مسائل و ارزش‌های جامعه است، بلکه می‌تواند به عنوان ابزاری فعال در آموزش، تقویت شبکه‌های اجتماعی و ترویج مطالبه‌گری عمل کند. برای بهره‌برداری از این ظرفیت، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران فرهنگی با حمایت از تولید محتوای متنوع و آموزشی، توسعه رویدادهای سینمایی در سطوح محلی و ملی و کاهش موانع تولید، از سینما به عنوان اهرمی برای ارتقای تعاملات اجتماعی و مشارکت مدنی استفاده کنند. این تحقیق نشان داد که سینما می‌تواند فراتر از سرگرمی، به عنوان یک نیروی اجتماعی مؤثر، در بهبود کیفیت زندگی و تقویت پیوندهای اجتماعی نقش‌آفرینی کند.

جدول ۲: ماتریس تأثیر سینما بر ابعاد مشارکت اجتماعی

رضامندی	مشارکت	تصمیم‌گیری	آگاهی	تأثیر
متوسط	متوسط	زیاد	زیاد	محتوای فیلم‌ها
زیاد	زیاد	متوسط	کم	تجربه حضور در سینما
کم	زیاد	زیاد	متوسط	فرهنگ‌سازی (نفوذ گفتمانی)

- ❖ محتوای فیلم‌ها بیشترین تأثیر را در ایجاد آگاهی و تقویت تصمیم‌گیری عقلانی برای مشارکت دارد، به‌ویژه از طریق روایت‌های اجتماعی، نمایش چالش‌ها و مدل‌سازی کنش‌های مثبت؛
- ❖ تجربه حضور در سینما به دلیل ماهیت گروهی و ارتباطی‌اش، می‌تواند تأثیر بالایی بر مشارکت عملی و احساس رضایتمندی اجتماعی دارد؛
- ❖ فرهنگ‌سازی از طریق گفتمان‌سازی سینمایی، در ابعاد تصمیم‌گیری و ایجاد کنش جمعی (مشارکت داشتن) مؤثر است، ولی در بعد رضامندی تأثیر مستقیم کمتری دارد.



نمودار ۳: چالش‌ها و فرصت‌های سینما در تقویت مشارکت اجتماعی

این نمودار نشانگر خلاصه چالش‌ها و فرصت‌های سینمای ایران در تقویت مشارکت اجتماعی و راهکارهای پیشنهادی است.

فهرست منابع

- اتکینسون، ریتا آل؛ اتکینسون، ریچارد سی (۱۴۰۳). *متن کامل زمینه روان‌شناسی هیلگارد*. ترجمه محمد نقی براهنی و همکاران. تهران: نشر رشد.
- بیرو، آلن (۱۳۶۶). *فرهنگ علوم اجتماعی*. ترجمه باقر ساروخانی. تهران: کیهان.
- پورنوروز، منیژه (۱۳۸۳). *انگاره‌سازی از اعتیاد و معتاد در مجموعه‌های تلویزیونی*. پژوهش‌های ارتباطی، ۳۷، ۲۱۹-۲۳۶.
- تلوری، علیرضا؛ بشیر، حسن؛ متقی، ابراهیم (۱۴۰۳). *تحلیل گفتمان فیلم‌های سینمایی در رابطه با دولت در سینمای ایران در سال‌های ۱۳۶۹-۱۳۵۸*. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱۳(۴)، ۱۵۴۱-۱۵۷۰.
- جاروی، آی. سی (۱۳۷۹). *جامعه‌شناسی و سینما: ارتباط کلی سینما و جامعه‌شناسی با جامعه‌شناسی رسانه‌ها*. ترجمه راودراد، اعظم. فصلنامه سینمایی فارابی، شماره ۳۸، ۳۹-۵۶.
- حبیب پور گتایی، کرم (۱۴۰۱). *نقش سینمای ایران در تغییر شاخص‌های توسعه اجتماعی*. نشریه رسانه، ۳۳(۳)، ۲۶۷-۲۹۶.
- خواجه سروری، غلامرضا؛ نوربخش، سید مسعود (۱۳۹۷). *نحوه تأثیر رسانه‌های جمعی در مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی*. جستار سیاسی معاصر، ۲(۲۸).
- زارع، بیژن؛ روهنده، مجید (۱۳۹۴). *بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی - سیاسی مطالعه‌ای در باب شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج*. مطالعات اجتماعی ایران، ۹(۲)، ۶۴-۸۷.
- زین‌العابدینی، پیام (۱۴۰۱). *رهیافت آپاراتوس در بازتاب و شکل‌دهی جامعه مخاطب سینمای ایران*. مطالعات راهبردی ارتباطات، ۲(۲)، ۸۱-۹۴.
- زین‌العابدینی، پیام؛ محمودی بختیاری، بهروز (۱۴۰۲). *واکاوی جایگاه فیلم کوتاه در ایران با رویکردی مخاطب محور*. نشریه هنرهای کاربردی، ۳(۱۰).
- زین‌العابدینی، پیام؛ الستی، احمد (۱۳۹۸). *از اتویبای خیالی تا واقعی سینمای ایران*. نشریه باغ نظر، ۷۹(۱۶)، ۶۰-۵۱.
- سردارنیا، خلیل اله؛ امینی زاده، سینا؛ حسن‌وند، مظفر (۱۳۹۸). *تأثیر رسانه‌های جدید با واسطه‌گری متغیرهای اجتماعی بر مشارکت سیاسی دانشجویان مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز*. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۰(۷۴).

- شمس مشهدی، ته‌مین، کف‌اشی، مجید (۱۳۹۶). *تأثیر رسانه‌های ملی بر سرمایه اجتماعی با تأکید بر مشارکت اجتماعی*. پژوهش اجتماعی، ۳۴، ۱۱۷-۱۲۶.
- عرفان منش، ایمان (۱۴۰۱). *آسیب‌شناسی فرهنگی جشنواره فیلم فجر از منظر سینمای تمدنی: مطالعه موردی چهلمین دوره*. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱۱(۲)، ۳۴۹-۳۷۶.
- علوی تبار، علیرضا (۱۳۷۹). *مشارکت در اداره امور شهرها*. تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور.
- کاظمی مقدم، علیرضا (۱۴۰۲). *اعلامیه بارسلونا در مورد صنایع فرهنگی و خلاق، اندیشکده حکمروایی فرهنگ و صنایع خلاق*. پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف.
- کشاورزی، سعید؛ خواجه نوری، بیژن؛ غفاری نسب، اسفندیار (۱۳۹۶). *ارزیابی تأثیر رسانه‌های مختلف بر میزان مشارکت در جنبش‌های محیط‌زیستی: مورد جنبش رفتگران طبیعت ایران*. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۷(۲۵)، ۷۳-۹۲.
- کیا، علی‌اصغر؛ شاه‌حسینی، سعید (۱۳۹۳). *سینمای ایران، مخاطب و نیازهای فردی و اجتماعی*. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۱ (۶۴)، ۱-۳۴.
- گنجی، حمزه (۱۴۰۰). *روان‌شناسی اجتماعی*. تهران: ساوالان.
- محسنی‌تبریزی، علیرضا؛ طباطبائی، محمود؛ مرجایی، سید هادی (۱۳۸۵). *نظریه‌های روان‌شناختی و رویکردهای تلفیقی مشارکت*. سیاست داخلی، شماره ۱.
- وبر، ماکس (۱۳۹۴). *اقتصاد و جامعه*. ترجمه عباس منوچهری. تهران: انتشارات سمت.
- وبستر، فرانک (۱۳۹۰). *نظریه‌های جامعه‌اطلاعات*. ترجمه اسماعیل قدیمی. تهران: امیرکبیر.
- یزدان‌پناه، لیلیا (۱۳۸۶). *موانع مشارکت اجتماعی شهروندان تهرانی*. رفاه اجتماعی، ۷ (۲۶)، ۱۳۰-۱۰۵.

References

- Ahn, C. (2022, December 21). *Documentary Genre in Environmental Education*. Oxford Research Encyclopedia of Education. Retrieved 8 Mar. 2025.
- Alavitabar, A. (2000). *Participation in urban governance*. Tehran: Organization of Municipalities Publications. [In Persian]
- Atkinson, R. L., & Atkinson, R. C. (2024). *Hilgard's introduction to psychology (Full text)*. Trans. M. N. Baraheni et al. Tehran: Roshd Publications. [In Persian]
- Beiro, A. (1987). *Dictionary of social sciences*. Trans. B. Sarookhani. Tehran: Keyhan. [In Persian]
- Bordwell, David, & Thompson, Kristin. (2010). *Film Art: An Introduction (9th ed.)*. McGraw-Hill.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Brown, W. J., & Basil, M. D. (1995). *The role of media in promoting volunteerism*. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 3(2), 15-30.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Erfanmanesh, I. (2022). Cultural pathology of Fajr Film Festival from the perspective of the Civilizational Cinema: A case study of the 40th period. *Socio-Cultural Strategy*, 11(2), 349-376. doi: 10.22034/scs.2022.147930 [In Persian]
- Ganji, H. (2021). *Social psychology*. Tehran: Savalan. [In Persian]
- Giddens, A. (2000). *Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press.
- Habibpour Gatabi, K. (2022). *The role of Iranian cinema in changing social development indicators*. *Rasaneh*, 33(3), 267-296. doi: 10.22034/bmsp.2022.311540.1636 [In Persian]
- Javari, I. C. (2000). *Sociology and cinema: The relationship between cinema and society with media sociology*. Trans. A. Rawdarad. *Farabi Journal*, 38, 39-56. [In Persian]
- Kazemi Moghaddam, A. (2023). *Barcelona Declaration on cultural and creative industries*. Tehran: Governance of Culture and Creative Industries Think Tank, Sharif University of Technology. [In Persian]
- Keshavarzi, S., Khajehnoori, B., & Ghafari-Nasab, A. (2017). *Evaluation of the impact of media on environmental movements participation: The case of Iran's nature cleaning movement*. *Public Policy Strategic Studies*, 7(25), 73-92. [In Persian]
- KhajehSarvi, G. and Noorbakhsh, S. M. (2018). *How mass media influence the Tehran citizens' political participation*. *Contemporary*

- Political Studies, 9(2), 55-81. doi: 10.30465/cps.2018.3406 [In Persian]
- Kia, A. A., & Shahhosseini, S. (2014). *Iranian cinema, audience, and individual and social needs*. Social Sciences Quarterly, 21(64), 1–34. <https://doi.org/10.22054/qjss.2014.341> [In Persian]
- Levasseur, M., Lussier-Therrien, M., Biron, M. L., Raymond, É., Castonguay, J., Naud, D., Fortier, M., Hudon, S., & Tremblay, L. (2022). *Scoping study and co-construction of a definition of social participation*. Ageing & Society, 51(2), afab215.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176-187.
- Mohseni-Tabrizi, A., Tabatabaei, M., & Marjai, H. (2006). *Psychological theories and integrated approaches to participation*. Domestic Policy Journal, 1, 147–176. [In Persian]
- Pornooroz, M. (2004). *Construction of addiction and addicts in television series*. Communication Research, 37, 219–236. [In Persian]
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Sardarnia, K., Aminizadeh, S. and Hasanvand, M. (2019). *The Impact of Media and Social Variables on Students Political Participation in Political Parties and Political Organizations; Case Study of Shiraz University Students*. Journal of Applied Sociology, 30(2), 85-100. doi: 10.22108/jas.2018.109527.1307 [In Persian]
- Shams-Mashhadi, T., & Kafashi, M. (2017). *The impact of national media on social capital with emphasis on social participation*. Social Research, 34, 117–126. [In Persian]
- Smithikrai, C. (2016). *Effectiveness of Teaching with Movies to Promote Positive Characteristics and Behaviors*, Procedia Social and Behavioral Sciences, 217, 522-530. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.02.033>.
- Telvari, A, Bashir, H and Mottaqi, I. (2024). *Discourse Analysis of movies related to State in Iranian cinema in the years 1358-1369 A.H*. Socio-Cultural Strategy, 13(4), 1541-1570. doi: 10.22034/scs.2024.458221.1574 [In Persian]
- Treverri Gennari, Daniela. (2018). *Understanding the Cinemagoing Experience in Cultural Life: The Role of Oral History and the Formation of 'Memories of Pleasure'*. Tijdschrift voor Mediageschiedenis, 21(1), 39–53. doi:10.18146/2213-7653.2018.337
- Turner, Graeme. (2006). *Film as Social Practice (4th ed.)*. Routledge.
- Weber, M. (2015). *Economy and society*. Trans. A. Manoochchri. Tehran: SAMT Publications. [In Persian]

- Webster, F. (2011). *Theories of the information society*. Trans. E. Ghadimi. Tehran: Amir Kabir. [In Persian]
- Yazdanpanah, L. (2007). *Barriers to social participation of Tehran citizens*. Social Welfare, 7(26), 105–130. [In Persian]
- Zare, B and Rohandeh, M. (2015). *Investigating Social Factors Affecting the Social and Political Participation (18 and Above Years Old Citizens of Karaj)*. Journal of Iranian Social Studies, 9(2), 64-87. [In Persian]
- Zinalabedini, P. and Mahmoodi-Bakhtiari, B. (2023). *A Scrutinizing of the Situation of Short Films in Iran with an Audience-Oriented Approach*. Journal of Applied Arts, 3(2), 41-54. doi: 10.22075/aaj.2024.33461.1217 [In Persian]
- Zinalabedini, P. (2022). *The cinematic Apparatus approach in reflecting and shaping the audience community Iranian cinema*. Strategic communication studies, 2(2), 81-94. doi: 10.22034/rcc.2022.254083 [In Persian]
- Zinalabedini, P and Alasti, A. (2019). *From Imaginary Utopia to Real Dystopia in Iranian Cinema*. The Monthly Scientific Journal of Baghe Nazar, 16(79), 51-60. doi: 10.22034/bagh.2019.149360.3781 [In Persian]