

بازنمایی کالایی شدن روابط اجتماعی در فیلم‌های سینمایی

مطالعات جامعه‌شناختی

(علمی - پژوهشی)

دوره ۲۶، شماره دو: ۱۹۹-۱۷۱

شاپا ۲۸۰۹-۱۰۱۰

نمایه در ISC

محمد امیرپناهی^۱
عضو هیات علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی
الهه باقرنژاد
دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی و رسانه دانشکده
علوم انسانی دانشگاه آزاد واحد تهران غرب

پذیرش ۹۸/۱۰/۱۲

دریافت ۹۸/۲/۹

چکیده

آثار هنری از جمله فیلم‌های سینمایی، ابزاری جهت بازنمایی و شناسایی گفتمان‌های موجود در هر جامعه‌ای بشمار می‌آید. فیلم‌های سینمایی با ژانرهای مختلف از جمله اجتماعی، درام، دفاع مقدس یا جنگ دارای مفاهیم جدی و برآمده از متن جامعه و بازگوکننده کیفیات روابط اجتماعی و زندگی روزمره مردمان‌اند. این پژوهش به دنبال مطالعه بازنمایی کالایی‌شدن یا صبغه بازاری پیدا کردن روابط اجتماعی در فیلم‌های سینمایی در بازه زمانی دهه ۸۰ و ۹۰ است. چهارچوب مفهومی با الهام از آرای مارکس، لوکاج و پولانی که از دیرباز به موضوع سلطه منطق کالایی و مناسبات بازار بر سپهر اجتماعی جهان مدرن پرداخته‌اند، صورت‌بندی شده است. از میان فیلم‌های سینمایی ۵ فیلم به صورت هدفمند انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها حاکی از آن است که در تمامی فیلم‌های مورد بررسی و ژانرهای مختلف غلبه منطق کالایی و ارزش‌های نظام بازار در روابط فردی، اجتماعی، عاطفی و ... کاملاً مشهود است و سپهر اجتماعی و اخلاقی در تصرف و سیطره منطق اقتصادی و مقاصد نفع‌طلبانه است. اما بیشترین میزان در ژانرهای اجتماعی و دفاع مقدس با تاکید بر تفاوت در مصادیق در این دو ژانر بوده است.

واژگان کلیدی: ژانر، فیلم سینمایی، بازنمایی، نتولیرالیسم، کالایی‌شدن، روابط اجتماعی

^۱ پست الکترونیکی نویسنده رابط amirpanahi@atu.ac.ir

بیان مسأله

در یکی دو دهه اخیر روابط و مناسبات اجتماعی بین افراد در ایران دستخوش تغییرات گسترده‌ای شده است. یکی از مهمترین مصادیق این تغییرات حاکمیت رویکردهای فایده‌گرا، لذت‌جویانه و جستجوی نفع شخصی به هر طریق ممکن در عرصه زندگی اجتماعی است. این موضوع حکایت از این دارد که مواجهه آدمیان در حیات اجتماعی عمدتاً با میانجی یک امر کاملاً اقتصادی یعنی منطق کالایی و در نظر گرفتن طرف‌های رابطه به مثابه واحد سرمایه‌گذاری صورت می‌پذیرد. بنظر می‌رسد در جامعه ایران ما شاهد ظهور، سرایت و تقویت منطق اقتصادی و کالایی در تمامی شئون زندگی اجتماعی هستیم. حاکمیت رویکردهای منفعت‌طلبانه و سودجویانه عرصه و میدان چندانی برای قدرت‌نمایی رویکردهای انسانی و مبتنی بر ارزش‌های دینی در روابط میان آدمیان باقی نمی‌گذارند. در بافت جامعه ایرانی که همواره امر اخلاقی، انسانی و دینی چارچوب مهم تعیین‌بخش مناسبات اجتماعی افراد بوده است، سیطره منطق کالایی و هزینه-فایده می‌تواند گواهی بر تغییرات عمده در نظام فکری و رفتاری مردمان باشد که بررسی و مذاقه در عوامل تعیین‌کننده و آثار و پیامدهای اجتماعی، سیاسی و اخلاقی مترتب بر آن اهمیت بسیار دارد.

بی‌تردید غلبه این منطق در مناسبات اجتماعی دلالت بر هژمون‌شدن گفتمان اقتصادی خاصی در نظام اجتماعی ایران است که تحت عنوان اقتصاد بازار و یا نحله جدیدتر آن یعنی نئولیبرالیسم از آن یاد می‌شود. تحقیق حاضر بنا ندارد که به واکاوی فرایند تاریخی سیطره این گفتمان در جامعه ایرانی بپردازد بلکه هدف عمده این مطالعه نشان دادن آثار، پیامدها و مصادیق آن در نظام روابط و مناسبات اجتماعی است. برای این منظور به سراغ فیلم‌های سینمایی رفته‌ایم چرا که سینما قادر است زبان گویای روایت‌ها و گفتمان‌های حاکم بر نظام اجتماعی یک جامعه باشد. سینما وسیله و زبان ساخت و انتقال معناست. به تعبیر استوارت هال (۲۰۰۳) «بازنمایی» به کارگیری زبان برای بیان چیزهای معناداری است که در جهان پیرامون ما وجود دارد. در حقیقت زبان ابزار ساختن معناست و از طریق زبان است که می‌توان معانی ساخته شده را به دیگر افراد جامعه منتقل و با آنها مبادله کرد. زبان مانند نظام بازنمایی عمل می‌کند و فهم مشترک افراد در زندگی اجتماعی در باب چیزها از این طریق میسر است. سینما و فیلم نیز نوعی شیوه تولید و یا

بیان معناست. در این مطالعه سینما و آثار سینمایی (فیلم‌ها) به مثابه شیوه‌ای از بیان معنا در نظر گرفته شده است. اشاره شد که زبان یکی از رسانه‌هایی است که از طریق آن می‌توانیم افکار، احساسات و خواسته‌هایمان را در زندگی اجتماعی منعکس کنیم. فیلم‌های سینمایی نیز به مثابه زبان عمل می‌کنند و در کار خلق و بیان معانی‌اند. آثار سینمایی شیوه‌ای از بازنمایی جهان اجتماعی‌اند و تابع منطق زبانی است. ما از طریق رسانه‌ای همچون سینما می‌توانیم درک و فهمی از جهان زندگی اجتماعی پیدا کنیم. فیلم‌ها نشانه‌هایی هستند که ایده‌ها و کردارهای ما را نمایندگی می‌کنند، بنابراین ابزار مناسبی برای فهم و تحلیل نظام اجتماعی‌اند. رسانه‌های جمعی به‌طور کلی و سینما به‌طور خاص با بازنمایی الگوهای هنجاری حاکم بر زندگی اجتماعی در قالب اجرای نمایش گونه عملاً نقش بر سازنده و بازتولید کننده این هنجارها را عهده دار هستند. سینما و فیلم این قابلیت را دارند میانجی فهم ما از جامعه و تحولات آن باشند و به عنوان یک عنصر فرهنگی-اجتماعی کیفیات مناسبات اجتماعی ما را بازنمایی نمایند. سینما به عنوان منبعی که مسائل فرهنگی، اجتماعی، دینی، روانشناختی، ملی و غیره جامعه را بیان می‌کند، همواره مورد توجه صاحب‌نظران علوم اجتماعی بوده است. یک فیلم می‌تواند دربردارنده بسیاری از رفتارهای فرهنگی، روابط اجتماعی، آداب و سنت‌ها، آئین‌ها و مناسک و در کل الگوهای فرهنگی در یک جامعه خاص باشد. از این منظر جامعه‌شناسان سینما را به مثابه یک سند و متن فرهنگی که آداب، زندگی روزمره، هنرها، روابط و مناسبات اجتماعی جامعه در آن متبلور است، مورد توجه و مذاقه قرار می‌دهند. با توجه به آنچه گفته شد پژوهش حاضر به دنبال بررسی و مطالعه بازنمایی کالایی‌شدن یا صبغه بازاری پیدا کردن روابط اجتماعی در فیلم‌های سینمایی در بازه زمانی دهه ۸۰ و ۹۰ هجری شمسی است. میزان شیوع، مؤلفه‌ها و مصادیق کالایی‌شدن مناسبات اجتماعی در آثار سینمایی مورد بررسی در کانون توجه مطالعه حاضر است.

مبانی نظری

صاحب‌نظران و اندیشمندان زیادی از جمله مارکس، لوکاج، زیمل، پولانی و ... از دیرباز به موضوع سلطه منطق کالایی و مناسبات بازار بر سپهر اجتماعی جهان مدرن پرداخته‌اند. اما طرح این موضوع به ویژه از دهه ۱۹۸۰ به این سمت آن را به یک مسأله مهم تبدیل کرده است. آنچه

که در دهه‌های اخیر به‌طور گسترده و در سطح جهانی اندیشیدن در باب سیطره نظام کالایی و اقتصاد بازار بر شئون مختلف زندگی اجتماعی را به مسأله‌ای حیاتی بدل کرده است سربرآوردن جریان‌های فکری و سیاسی تحت عنوان نئولیبرالیسم است. این جریان فکری و سیاسی شکل تشدید یافته و افسار گسیخته لیبرالیسم کلاسیک است، جریانی که مارکس با آن درگیر مباحثه‌ای نفس‌گیر بود. آنچه که برای بحث ما حائز اهمیت است مفهوم کالایی‌شدن و شیوه طرح آن از سوی مارکس در قالب بت‌انگاری کالا در برابر اقتصاددانان کلاسیک نظیر آدام اسمیت، ریکاردو و ... است. اختلاف اساسی مارکس با آنان بر سر تبیین منشأ سود بود. شیوه مواجهه مارکس با این مسأله به طرح مفهوم کار به مثابه کالا و تمایز اساسی بین ارزش مصرف و ارزش مبادله می‌انجامد. مارکس می‌گوید کالا محصول کار است اما از نیازها، اهداف و هستی نیروی کار جدا می‌شود. کالا در درون بازار پر رمز و راز و فریبنده مورد مبادله قرار می‌گیرد، از منشأ اصلی‌اش (یعنی کار) منفک می‌شود و واقعیت و هستی مستقلی پیدا می‌کند. به تعبیر خود مارکس "بنابراین، کالا چیز مرموزی است، صرفاً از آنجا که خصیصه اجتماعی کار انسان‌ها را همچون خصلتی عینی می‌نمایاند که بر محصول کار مهر خورده است، از آنجا که رابطه تولیدکنندگان با مجموعه تمامی کار خودشان رابطه‌ای اجتماعی در نظر آنان عرضه می‌شود، ولی نه رابطه میان خودشان، بلکه میان محصولات کارشان. بدین علت است که محصولات کار کالا می‌شوند اشیای اجتماعی که خصوصیاتشان در عین حال هم قابل‌رویت و هم غیرقابل‌رویت از نظر حسی می‌باشد ... رابطه اجتماعی معینی میان انسان‌ها وجود دارد که در چشم آنان صورت خیالی رابطه‌ای میان اشیا را به خود می‌گیرد. من این را بت‌شدگی می‌نامم که خود را به مجرد آنکه محصولات کار به عنوان کالا تولید شدند، به آنها منضم می‌کند" (مارکس، ۱۸۶۷/۱۹۷۰: ۷۶، به نقل از کرایب، ۱۳۸۲: ۱۶۶).

لوکاچ با بسط ایده بت‌انگاری کالای مارکس مفهوم شی‌انگاری^۱ را مطرح می‌کند. وی نقطه ورودش به این مقوله را مفهوم مارکسیستی کالا در نظر می‌گیرد که به باورش مسأله مرکزی و ساختاری جامعه سرمایه‌داری در همه جنبه‌های آن است (ریتزر، ۱۳۹۶: ۳۷۸). تفاوت بت‌انگاری و شی‌وارگی در گستره و حوزه دلالت این دو مفهوم نهفته است. لوکاچ بر خلاف مارکس نه

فقط قلمرو اقتصاد بلکه کلیت جامعه سرمایه‌داری را مصداق بارز شی‌انگاری در نظر می‌گیرد. در این باره وی با الهام از تفسیر وبر از مدرنیته و سلطه عقلانیت صوری به نقد مارکسیستی نظام سرمایه‌داری می‌پردازد. به باور لوکاچ هر ارتباط اجتماعی در حاکمیت سرمایه‌داری، خواه ارتباط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی یا فکری بر طبق مقتضیات عقلانیت ابزاری دگرگونی پذیرفته است. شی‌انگاری عام مناسبات اجتماعی، از پیامدهای آن چیزی است که مارکس آن را بت‌وارگی کالا خوانده است (کالینیکوس، ۱۳۹۶: ۳-۳۶۲). مبادله محصولات ناشی از کار در بازار، مناسبات اجتماعی میان انسان‌ها را به مناسبات طبیعی میان چیزها تبدیل می‌کند. رابطه میان افراد به صورت رابطه میان اشیاء در می‌آید. از نظر لوکاچ شی‌وارگی به معنای شیوه‌ای است که طی آن صفات انسانی اشیاء تلقی می‌شوند و حیات غیرانسانی و رازآمیز خاص خود را در پیش می‌گیرند. این موضوع باعث برانگیختن نقد اخلاقی نیرومندی از سرمایه‌داری می‌شود، زیرا این تلقی وجود دارد که نظام سرمایه‌داری مردم را به اشیائی تبدیل می‌کند که می‌توان آن‌ها را در معرض خرید و فروش قرار دارد (کرایب، ۱۳۸۲: ۲۶۴).

کارل پولانی (۲۰۰۱) نیز با نقد جریان کالایی‌سازی کالاهای ناموهوم (نیروی کار، طبیعت و ...) تحت لوای لیبرالیسم بازار گام مهمی در فهم فرایندی بر می‌دارد که به واسطه آن کالایی‌کردن همه چیز در نتیجه سیطره نظم حاصل از لیبرالیسم بازار نتیجه‌ای حتمی در جامعه سرمایه‌داری است. پولانی با طرح مفهوم حک‌شدگی^۱ اقتصادهای نابازار و فک‌شدگی^۲ اقتصاد بازار، این مسأله مهم را مورد تاکید قرار می‌دهد که در جامعه مدرن به جای آنکه اقتصاد تابع منطق سپهر اجتماعی، اخلاقی و سیاسی باشد برعکس منطق اقتصاد، این ساحت‌ها را ضمیمه و تابع خود کرده است. حک‌شدگی بر این امر دلالت دارد که اقتصاد نه مستقل بلکه تابع مذهب، سیاست و مناسبات اجتماعی است. از نظر پولانی این ویژگی همواره در اقتصادهای ماقبل مدرن وجود داشته است اما در نظام بازار خود تنظیم‌گر به جای تابعیت اقتصاد از جامعه، این جامعه است که تابع و ملحقه منطق بازار است. سرانجام، به همین دلیل است که کنترل نظام اقتصادی از سوی بازار، پیامد چشمگیری برای کلیت سازماندهی جامعه دارد: این دقیقاً یعنی اداره جامعه همچون ملحقه بازار. به جای این که نظام اقتصادی در مناسبات اجتماعی حک شود، مناسبات اجتماعی

1 embeddedness

2 disembeddedness

در نظام اقتصادی حک می‌شود (امیرپناهی، ۱۳۹۷: ۹۲). از نظر پولانی در جوامع ماقبل مدرن پدیده‌هایی نظیر، تجارت، پول و بازار از انگیزه‌ها الهام می‌گیرند و نه سود. زندگی اقتصادی در این جوامع بر اساس معامله به مثل یا بازتوزیع بنا نهاده شده است و مکانیزم‌های بازار حق تسلط بر زندگی اقتصادی را نداشتند: عرضه و تقاضا نقشی در تعیین قیمت‌ها ایفا نکرده‌اند بلکه در عوض سنت و مراجع سیاسی تعیین‌کننده بودند. اما، در جوامع مدرن دقیقاً بازار است که تمام زندگی اقتصادی را تعیین می‌کند.

ایده نظری پژوهش حاضر این است که فرایند کالایی‌سازی و تبدیل ساحت‌های انسانی، اخلاق و عواطف انسانی به شیء و ابزار کسب منافع شخصی و اقتصادی در جریان رقابت‌های بی‌امان در عرصه حیات اجتماعی و اقتصادی تغییر مهمی است که در یکی دو دهه اخیر در جامعه ایرانی حادث شده و بی‌راهه نیست اگر بگوییم مرزهای اخلاق و هنجارهای حیات بخش زندگی اجتماعی را تا حدود زیادی پشت سر گذاشته است، و ما تلاش می‌کنیم به میانجی سینما فهمی از این تغییرات به دست آوریم. شی‌کردن همه چیز حتی صفات انسانی آن طور که لوکاج می‌گوید و یا کالایی‌سازی هر آنچه که کالا نیست در باور پولانی، در روزگار کنونی ما به مراتب عمیق‌تر و غیراخلاقی‌تر از گذشته ماهیت زندگی اجتماعی ما را دستخوش تغییرات بنیادی کرده است. بر سر فهم چرایی چنین رخدادی تا حدود زیادی اتفاق نظر وجود دارد مبنی بر اینکه جهان کنونی نتیجه سیطره سیاست‌های اقتصادی نئولیبرال و رقابتی کردن همه چیز برای کسب سود و منفعت اقتصادی است. جورج مونیبو در کتاب چطور به این آشفتگی رسیدیم؟ سیاست، برابری و طبیعت (۲۱۰۶) می‌نویسد برای نئولیبرالیسم اصل رقابت، مشخصه مهم روابط انسانی است. شهروندان به مثابه مصرف‌کنندگانی تعریف می‌شوند که بهترین ابزار انتخابگری دموکراتیک آنان همانا خرید و فروش است. به نظر مونیبو در جهانی که رقابت حکمرانی می‌کند، کسی که عقب می‌ماند و موفقیتی به دست نمی‌آورد، از نگاه دیگران و حتی خودش بازنده بحساب می‌آید. مونیبو با انتقاد از آزادی ادعایی نئولیبرالیسم می‌گوید آن آزادی که نئولیبرالیسم عرضه می‌کند اغواگر است و عملاً به معنای آزادی گرگ‌هاست و نه بره‌ها. به همین خاطر خودخواهی در تار و پود آن تنیده شده است.

وندی براون، یکی از مشهورترین متفکران و نظریه‌پردازان سیاست معاصر، با الهام از فوکو نئولیبرالیسم را فرم متمایزی از «حکمرانی» می‌داند که از خرد اقتصادی اشباع شده و وجه خاص

و جدید آن [در قیاس با لیبرالیسم کلاسیک] اقتصادی کردن همه شئون زندگی انسانی است. به عقیده براون وجه نو در نولیبرالیسم این است که فیلسوفان و اقتصاددانان نولیبرال خرد اقتصادی و بازاری را تنها نوع مناسب خرد می‌دانند ولی باز هم سرمایه‌داری و رقابت را طبیعی قلمداد نمی‌کنند. به جای محدود کردن خرد و روال‌های اقتصادی به حوزه بازار و حوزه تولید نیازهای بشری، درک به خصوص اردولیبرال‌ها از خرد اقتصادی این است که همه شئون زندگی را سامان دهد. یعنی برداشت آنها از خرد اقتصادی چیزی است که باید حکومت بتواند، حیات اجتماعی و سوپرکتیویته را سامان دهد. بنابراین، ایده محوری آن اقتصادی کردن همه شئون زندگی است، از جمله شئونی فراتر از آنچه ما معمولاً اقتصاد یا بازار می‌نامیم. ما امروزه این جنبه از نولیبرالیسم را در برداشتی می‌بینیم که از خودمان، روال‌های اجتماعی‌مان، نحوه نگرشمان به آموزش یا قرار دوستی یا بازنشستگی داریم، همه اینها را بر حسب سرمایه‌گذاری کردن می‌بینیم، بر حسب اینکه اینها به چه شیوه‌هایی می‌توانند ارزش سرمایه انسانی ما را بالاتر ببرند. در همه این حیطه‌ها مثل کارگزاران بازار می‌اندیشیم، و نولیبرالیسم تا این اندازه به نحوه زندگی ما بدل شده است (براون، ۲۰۱۵). بنابراین، در چنین فضایی بازار هم شیوه مناسب حکومت‌مندی برای تمامی شئون زندگی انسانی است و هم آنکه همه شئون زندگی انسانی می‌تواند مناسب اقتصادی شدن و تابع خرد اقتصادی باشد. نولیبرالیسم بی‌وقفه و مرتب رنگ‌وبوی اقتصادی بر آدم‌ها می‌زند. مثال بارز آن آموزش است. از نظر براون برای یک نولیبرال معنا ندارد به آموزش در مقام تولید نوعی شهروندی نگاه کنیم. آموزش یعنی آموزش کمیت‌های کوچکی از سرمایه انسانی، نه شهروندان، اشخاص یا روح‌وجان آنها. نتیجه‌اش تولید فرصت‌های فزاینده برای افراد است تا بر سرمایه انسانی و جریان درآمد و شانس‌های زندگی خویش بیفزایند، نه ایجاد مردمی تحصیل کرده که تا سال‌های سال هدف آموزش عمومی بود (همان). بر همین مبناست که در جهانی که اصل رقابت حرف اول را می‌زند همه ما یا خریدار هستیم یا فروشنده. برای عقب‌نماندن از این قافله نیز همه چیز را به ابزاری برای برنده شدن در این رقابت مبدل می‌سازیم. اینجاست که مفهوم کارآفرین اهمیت بسزایی پیدا می‌کند. مونیبو با اشاره به اینکه ما باورهای ایدئولوژی نولیبرال را درونی و بازتولید می‌کنیم می‌گوید در چنین بافتی فرد، خودش مسئول کامیابی‌ها و ناکامی‌هایش است و لاجرم می‌بایست بیکاری ساختاریافته را بیخیال شود به این دلیل که بیکاری محصول این است که فرد کارآفرین نبوده است (مونیبو، ۲۰۱۶). براون نیز بر این جنبه از تفکر نولیبرال صحنه

می‌گذارد. در خرد نئولیبرال ما واقعاً سوژه اقتصادی آدم اسمیتی نداریم. سیمایی که اسمیت به ما عرضه می‌کند دلال است، موجودی که برای انجام مبادله به بازار می‌رود. این سیمایی نیست که نئولیبرال‌ها به ما عرضه می‌کنند، سیمایی که آنها عرضه می‌کنند کارآفرین است. نه کسی که در فرایند معامله، دادوستد و مبادله دخالت می‌کند بلکه کسی که در حوزه دارایی‌ها کارآفرینی می‌کند (بروان، ۲۰۱۵).

پیشینه پژوهش

در ارتباط با موضوع بازنمایی تحقیقات زیادی صورت گرفته است اما به طور ویژه و مشخص در موضوع تحقیق حاضر مطالعه‌ای صورت نگرفته است، از میان مطالعات انجام شده فقط تعدادی، نسبتاً با موضوع این پژوهش مرتبط‌اند باقی تحقیقات با محور کلی بازنمایی به مطالعه حاضر ربط پیدا می‌کنند که به آنها می‌پردازیم.

احسان آقابابایی و مسعود کیانپور (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای با عنوان "بازنمایی کالایی شدن احساسات در روابط اجتماعی مورد مطالعه: فیلم سینمایی آرایش غلیظ" نشان داده‌اند شخصیت‌های فیلم که همگی در بخش خدمات مشغول به کار هستند و احساسات خود را متناسب با ساز و کار شغلی خود بروز می‌دهند تا به اهداف شغلی خود دست پیدا کنند قواعد بروز و نمایش احساسات در این مشاغل به دلیل فردی شدن بیش از اندازه جریان کار و حرفه و به دلیل نهادمند شدن این رویه در جامعه، شکل جدیدی به خود گرفته است و از نیروی کار خود فروش احساسات را طلب می‌کند. این فروش در واقع نوعی قمار بر سر احساسات است که در آن رسیدن به پول و جایگاه اقتصادی بالاتر هدف نهایی کنشگران خواهد بود. آنان نتیجه گیری کرده‌اند که شخصیت‌های فیلم در روند کالایی شدن احساسات هیچ یک به هدف خود نمی‌رسند و همگی شکست می‌خورند.

در مطالعه‌ای دیگر که از سوی وانی کا (۲۰۱۶) تحت عنوان «کالایی شدن زنان در تبلیغات: هزینه اجتماعی» انجام شده است هزینه‌های اجتماعی ناشی کالایی شدن زنان مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش نشان می‌دهد که تبلیغات علاوه بر اینکه یک کسب درآمد در دست بازاریابان است، نقش مهمی در تأثیرگذاری بر نگرش‌های اجتماعی و استانداردهای اخلاقی ایفا می‌کند. با این حال، دنیای آگهی امروز نسبت به سلامت ساختار اخلاقی جامعه کمتر حساس

بوده و توسط بسیاری از زنان این موضوع مطرح شده است که این تبلیغات زنان را در معرض کالایی شدن قرار می‌دهد. نویسنده معتقد است که زنان در دنیای تبلیغات مانند یک شیء ساده مطرح می‌شوند و این سوء استفاده نظام بازار از بدن زنان است و می‌تواند پیامدهایی جبران ناپذیری برای جامعه و نظام اخلاقی به همراه داشته باشد.

مهدی فرجی و نفیسه حمیدی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان "بازنمایی مصرف‌گرایی در سریالهای تلویزیون نحوه‌ی بازنمایی سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی در سریالهای تلویزیونی" بازنمایی مصرف‌گرایی را از طریق بررسی نسبت میان کالاهای مصرفی بازنمایی شده با موقعیت اقتصادی و اجتماعی افراد و همچنین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی آنان مورد توجه قرار داده‌اند. یافته‌های آنان ناظر بر این است که سریالهای صداوسیما نوعی از مصرف‌گرایی را بازنمایی می‌کنند و میان گفتار و نمایشهای صداوسیما تناقض بسیاری مشهود است. به طوریکه کانون‌گزینی دوربین در سریالهای مورد تحلیل، بیش از هرچیز بر روی کالاها و اجناس است. آن هم اجناس گران قیمت و لوکس که جزو نیازهای مصرفی افراد نیست، بلکه اساساً بیانگر روحیه مصرف‌گرایی است. در حقیقت نمایش افراطی این کالاها از یک طرف روحیه مصرف‌گرایی را ترویج می‌کند و از طرف دیگر بینندگان را بر سر ابهام نگه می‌دارد و مخاطب را دچار اعوجاج ادراکی می‌کند که چگونه ممکن است معلم، کارمند بانک و مشاغلی از این دست در خانه‌های لوکس زندگی کنند؟ افرادی در سنین حدود ۳۰ سال چگونه از آخرین امکانات بهره می‌برند؟ به علاوه یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه‌های اقتصادی به طرز فاحشی بیش از سرمایه‌های فرهنگی به نمایش گذاشته شده است و نسبتی میان کالاهای مصرفی در این سریال‌ها و جایگاه اقتصادی، اجتماعی افراد وجود ندارد.

روش تحقیق

در این مقاله روش تحلیل محتوای کیفی به عنوان روش تحقیق استفاده می‌شود. این روش «یکی از روش‌های کلاسیک تحلیل داده‌های متنی است. یکی از ویژگی‌های برجسته این روش استفاده از مقوله‌هایی است که غالباً از الگوهای نظری اخذ شده‌اند، مقوله‌ها روی داده‌ها اعمال می‌شوند. مقوله‌هایی ضرورتاً بر اساس این داده‌ها تدوین نشده‌اند. در این روش برخلاف سایر رویکردها هدف تقلیل داده‌هاست» (فلیک، ۱۳۹۱: ۳۴۷). در این روش مضامین، مفاهیم و

نشانه‌های اساسی مرتبط با موضوع تحقیق استخراج و مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرند. واحد ثبت نیز با توجه به روش تحلیل محتوای کیفی، واحد مفهوم خواهد بود. به این صورت که چندین مفهوم در کنار هم مبین و بازنمایی کننده پیوستاری از یک اندیشه یا مضمون خاص باشند. برای مثال اگر در فیلم‌های مورد بررسی نشانه‌هایی از ابزاری شدن، عواطف را وسیله کسب منافع قرار دادن، غلبه منطق اقتصادی بر ساحت روابط انسانی، مبادله انسان به مثابه کالا و ... مشاهده گردد در مقوله کالایی شدن روابط اجتماعی و تنزل ارزش رابطه‌های انسانی به ابزار تعقیب اهداف شخصی جای داده خواهند شد. جامعه آماری این تحقیق در مجموع کلیه فیلم‌های سینمایی در ژانرهای مختلف طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۶ بوده که با توجه به روش نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس مشورت با صاحب‌نظران و منتقدان حوزه سینما و مطالعات فرهنگی ۵ فیلم در ژانر اجتماعی و دفاع مقدس انتخاب شده است. هم در ژانر اجتماعی و هم دفاع مقدس مسأله کالایی شدن روابط اجتماعی و غلبه جامعه بازار و تغییرات اجتماعی معطوف به جریان سرمایه سالارتم اصلی فیلم‌های انتخاب شده است. به این دلیل این دو ژانر مورد توجه قرار گرفت که در یکی از آن‌ها غلبه و محوریت با موضوعات و شخصیت‌های مذهبی و انقلابی است که در نتیجه رسوخ ارزش‌های نظام بازار دچار تغییرات رفتاری و هویتی در مواجهه با جهان اجتماعی‌اند. اما در ژانر اجتماعی ترکیبی از شخصیت‌های دیندار و و دیگر گروه‌های اجتماعی مورد توجه است و لزوماً محوریت با شخصیت‌های دینی و انقلابی نیست. ملاحظه نحوه مواجهه این دو ژانر با مسأله تحقیق حاضر می‌تواند شناخت دقیق‌تری از رسوخ منطق کالایی و اقتصادی در تار و پود جامعه ایران به دست دهد.

یافته‌های تحقیق

ژانر اجتماعی

در ژانر اجتماعی فیلم‌های سگ کشی، انتهای خیابان هشتم و سارا و آیدا مورد تحلیل قرار می‌گیرند. در ژانر اجتماعی می‌توان گفت فیلم‌های این ژانر، با پیگیری تغییرات حادث شده در روابط اجتماعی آدمیان تأثیر گسترده روابط پولی و اقتصادی را در روابط اقشار مختلف جامعه نشان می‌دهند، کنش‌های آنها را مورد بررسی قرار داده، به خوبی منحصراً بودن و اساس انگیزه‌های شخصی به خودخواهی و منفعت‌طلبی و محدود کردن منافع شخصی به درآمد و

ثروت را به تصویر می‌کشد. شخصیت‌هایی که این فیلمها بازنمایی می‌کنند، در رفتارهای خود با سنجیدن سود و زیان شخصی، از پیامد اعمال، گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که حداکثر سود را برای آنها تأمین کند حتی اگر این امر با عقلانیت اخلاقی و عواطف آنها سازگار نباشد. در جامعه‌ای که عدالت و اقتصاد و سرمایه در طبقه‌بندی‌های اجتماعی درست تنظیم نشده است افراد خود را محق می‌دانند تا به مال و جان یکدیگر تعرض کنند و از آن برای منافع خود، نهایت استفاده را ببرند. مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از جمله اعتماد، پیوندها و شبکه، مشارکت و انسجام اجتماعی میان افراد رو به کاستی است و همچنین دین کالایی و عرفی شده نمی‌تواند کارکردهای خود را به خوبی ایفا نماید.

سگ کشی

خلاصه فیلم

(گلرخ کمالی) پس از یک سال دوری به تهران برمی‌گردد تا نزد همسرش، (ناصر معاصر) باشد ولی متوجه می‌شود که شریک او (جواد مقدم) به ناصر کلک زده و با هفتصد میلیون تومان گریخته است و قرار است به خاطر چک‌ها، ناصر زندانی شود. (گلرخ) به جبران یک سال دوری از همسرش با طلبکاران تماس می‌گیرد و سعی در جلب رضایت آنها دارد. در این مسیر پیشنهادات، تحقیرها، تهدیدها و فجیع‌ترین اتفاقات را تحمل می‌کند تا سرانجام موفق می‌شود اما در همین زمان که تصور می‌کند، همه چیز بر وفق مراد است، (جواد مقدم) به ملاقاتش می‌آید و ماجرای را خلاف آنچه (ناصر) معاصر نقل کرده است، شرح می‌دهد. گلرخ درمی‌یابد، ناصر همراه منشی‌اش، (فرشته) و همه پول‌های مفقود شده، قصد فرار دارد و در این مدت او و سایرین فقط یک بازیچه بوده‌اند. گلرخ، (ناصر و فرشته) را با (جواد مقدم) و دیگر طلبکاران تنها می‌گذارد.

تحلیل فیلم

تجاری شدن زندگی، تقابل ارزش‌های خانوادگی و ارزش‌های بازار، کاهش هنجارهای

اعتماد

داستان سگ‌کشی در اواخر جنگ تحمیلی اتفاق می‌افتد که جامعه ایران در حال گذر از یک وضعیت نظامی و جنگی به وضعیت سازندگی و ترویج و غلبه فعالیت‌های سوداگرانه است. این

تغییر با خود تغییرات دیگری را در روابط اجتماعی، خانوادگی و... به‌همراه می‌آورد و منطق پولی و کالایی به شئون مختلف حیات اجتماعی و انسانی با هدف پیشبرد فعالیت‌های سوداگرانه و تجاری سرایت می‌کند. داستان در یک فضای شهری که در حال ساخت و ساز و تغییر است، شکل می‌گیرد و این تغییر فضایی و مکانی دلالت بر تغییراتی دارد که دامنه آن‌ها محدود به تغییرات فضایی نیست. غلبه روابط سوداگرانه و قربانی شدن روابط خانوادگی بواسطه آن کلیدی‌ترین تغییری است که فیلم سگ کشی به تصویر می‌کشد. ناصر معاصر در ابتدای فیلم به زندان می‌رود تا گلرخ (همسر ناصر) بتواند چک‌های او را بخرد و می‌خواهد به راحتی خود را از زیر بار وعده‌هایش رها کند. گلرخ کمالی برای خرید چک‌های همسرش به تصور اینکه شریکش پول‌های او را برداشته و به خارج از کشور رفته وارد دنیایی می‌شود که در آن افرادی منفعت‌طلب، دروغگو، ریا کار قرار دارند و او به عنوان فردی که فرهنگی است قوانین بازاری و تجاری را نمی‌داند سعی می‌کند این قواعد را یاد بگیرد تا بتواند چک‌ها را از طلبکاران پس بگیرد و او را از این مخمصه رها کند. نمایش جهان اجتماعی سوداگرانه در صحنه‌های دیگری از فیلم که گلرخ به سراغ طلبکارهای شوهرش می‌رود نیز بخوبی تصویر می‌شود، منتسب اولین کسی است که گلرخ برای خرید چک به سراغ وی می‌رود زمانی که گلرخ به محل کار او می‌رسد خود را به دار آویخته است اما خودکشی او نافرجام است و گلرخ برای خرید چک به بیمارستان می‌رود و وقتی منتسب به هوش می‌آید، همسر او بلافاصله از او می‌گوید: "تو وصیت‌نامه چیزی برای من نگذاشتی". مواجهه بعدی (گلرخ) با فردی به نام حاج نقدی است که تاجر قبر است. در این فیلم، رسوخ منطق سرمایه در همه ابعاد زندگی انسان حتی کالبد بی‌جان افراد نشان داده می‌شود. حاج نقدی در مورد قیمت انواع قبرها می‌گوید: "قیمت قبر انواع مختلف دارد با سنگ و بی سنگ، یک طبقه و سه طبقه تازه توفیر داره مناطق خوش آب و هوا یا زیارتی". منطق سرمایه چنان قدرتمند است که حتی به انسان‌های مؤمن هم رحم نمی‌کند. حاج نقدی که اسم وی نیز ترکیبی پارادوکسیکال (حاجی و فرد مؤمن در کنار یک امر اقتصادی و پولی (یعنی نقدی)) است به (گلرخ) پیشنهاد شریک شدن در کار را می‌دهد و از وی می‌خواهد که به شمال با او بیاید تا تنها در مورد کار صحبت کنند این در حالیست که حاج نقدی فردی مؤمن و دارای همسر و فرزند است و به (گلرخ) حتی پیشنهاد صیغه هم می‌دهد.

دروغ، فریب و تضعیف هنجارهای اعتماد مضمون دیگری از فیلم سگ کشی است که با غلبه منطق اقتصادی و کالایی پیوند تنگاتنگی دارد. دروغ ناصر معاصر به گلرخ، دور زدن و در مخمصه قرار دادن همسرش دلالت بر فروپاشی هنجارهای اعتماد در معتمدترین نهاد اجتماعی یعنی خانواده دارد. جایی که نطفه اعتماد و صداقت بسته می‌شود خود آغازگاه فروپاشی چنین ارزش‌هایی است. در سطحی بالاتر در نظام اجتماعی نیز این بی‌اعتمادی ریشه دوانده است، بعد از آن که منتسب حاضر به فروش چک به گلرخ می‌شود، مشکلی که پیدا می‌شود عدم اعتماد طرفین به یکدیگر است پس برای این کار تصمیم می‌گیرند به بانک رفته و در یک زمان چک‌ها را با هم مبادله کنند. جهان اجتماعی که سگ کشی بازنمایی می‌کند جهانی است که افراد در آن از هیچ عملی برای رسیدن به مقصد و منافعشان روی گردان نیستند، (گلرخ) با توجه به اینکه نمی‌دانست (ناصر معاصر) خود فردی کلاهبردار و متقلب است حاضر به انجام کارهایی که به هیچ عنوان اخلاقی به نظر نمی‌رسد، می‌شود. در نهایت وقتی متوجه فریب توسط همسرش و خیانت می‌شود تنها تصمیمی که می‌گیرد رها کردن (ناصر معاصر) است یا به عبارتی رها کردن جامعه‌ای که به آن تعلق ندارد، رهایی از فضایی که به هیچ عنوان سازگار با اخلاقیات و روحیات گلرخ نیست و اسلحه را که شریک معاصر به گلرخ برای دفاع از خود داده است به او می‌دهد و به او می‌گوید به دردت می‌خورد که این دلالت بر آن دارد که در جهانی که همه چیز بر سر قدرت و سوداگری است اسلحه نیاز واقعی افراد برای دفاع کردن از خود است.

سارا و آیدا

خلاصه

(سارا) و (آیدا) دوستان صمیمی هستند که در یک شرکت بزرگ دولتی با هم همکار هستند. مادر سارا معلمی بازنشسته است که به دلیل ضمانت چک برگشتی میثاق (فرزند دیگرش) به زندان می‌افتد و سارا باید این پول را فراهم کند او به واسطه (سعید) دوست آیدا که جوانی به ظاهر ثروتمند است، مادر را از زندان آزاد می‌کند اما (سعید) در مقابل پول، چند روز بعد از آزادی مادر سارا به او می‌گوید باید مدارک مناقصه را از شرکتی که در آن کار می‌کند سرقت کند سارا با چالش‌های فراوانی روبرو می‌شود. (آیدا) وقتی متوجه می‌شود (سارا) پاکت‌های مناقصه

را برداشته به سراغ (سعید) می‌رود تا آنها را پس بگیرد اما در راه برگشت تصادف می‌کند و کشته می‌شود.

تحلیل فیلم

کالایی‌شدن عواطف، استفاده ابزاری از روابط دوستی، غلبه منافع فردی، طعمه قرار دادن افراد

فیلم سارا و آیدا روایت منازعه عقلانیت غایی و عقلانیت ابزاری است، تنش بین انتخاب زندگی اخلاقی و نفع‌طلبی‌های شخصی تم اصلی این فیلم است. فیلم داستان جامع‌های را روایت می‌کند که در آن کنشگران به واسطه شرایط اقتصادی و اجتماعی بر سر دو راهی‌های اخلاقی و منفعت قرار می‌گیرند اگرچه در نهایت در پایان فیلم شخصیت اصلی داستان لب به اعتراف می‌گشاید و به زندگی اخلاقی برمی‌گردد اما آنچه که حائز اهمیت است نه این پایان بلکه کل روایتی است که نشانه‌های آن به خوبی در جامعه ایران قابل رویت است. در تنگنا قرار گرفتن آدمیان از یک سو و غلبه منطق اقتصادی (با پول می‌توان همه چیز را حل کرد) از سوی دیگر انتخاب‌های دشواری را سر راه آدمیان قرار می‌دهد روایت فیلم از جامعه‌ای است که قربانی عقلانیت اقتصادی و نفع‌طلبی‌های شخصی و گروهی شده است و در آن عرصه بر زندگی اخلاقی و معطوف به ارزش‌های اخلاقی تنگ شده است. زمانی که طلبکار مادر سارا را به خاطر چک ۵۰۰ میلیون تومانی برادرش به زندان می‌اندازد سارا چاره‌ای ندارد جز اینکه به هر نحوی این پول را جورکند سارا سعی می‌کند در دادگاه طلبکار را قانع کند تا چند روز به او مهلت دهد اما طلبکار می‌گوید: ۵۰۰ میلیون پول ماهی ۲۰ درصد هم حساب کنید میشه ۱۰ میلیون سارا می‌گوید: مشکلتان نزول پولشان هست آقای قاضی، طلبکار مقابل قاضی می‌گوید: سود بانکی حساب کردم مگه بانک‌ها نزول خور هستند استغفرالله. سارا به سراغ زن برادر خود می‌رود تا بتواند سند خانه او را برای مادرش گرو بگذارد، زن برادرش حاضر به انجام این کار نمی‌شود و به سارا می‌گوید: یک هفته اون تو بمونه همه چیز درست میشه و (میثاق) مجبور میشه برگرده یعنی حتی همسر میثاق حاضر نیست برای نجات مادرشوهرش از زندان کمک کند به خاطر اینکه معتقد است منافع خودش به خطر می‌افتد و ممکن است سارا نتواند بدهی مادرش را جور کند و او مجبور شود خانه خود را از دست بدهد. به تصویر کشیدن برج‌های سربه فلک کشیده،

ساخت و سازهای سودآور، مناقصه‌های صوری و غیراخلاقی در فیلم، همگی نشان از آن دارد که اخلاق و عقلانیت غایی در لابه لای خشت‌ها و آجرها دفن شده است و هر گونه تلاش برای حفظ و بازآفرینی ارزش‌های اخلاقی عاقبتی جز مرگ و نیستی ندارد، چنان که آیدا قربانی این تلاش می‌گردد. دوستی (سعید) با (آیدا) دوستی منفعت‌طلبانه است و راهی است غیراخلاقی برای ترقی و نردبان پیشرفت اقتصادی. منطق اقتصادی و سود انگارانه نه تنها در قلمرو امر اقتصادی بلکه سایر شئون زندگی (در اینجا عواطف و احساسات انسانی) را نیز در خود فرو برده است و از آنها ابزاری برای خدمت به این منطق ساخته است. قدرت و غلبه این منطق اقتصادی چنان سنگین است که (سارا) علی رقم کلنجار و تنش‌های درونی بسیار سرانجام تسلیم آن می‌شود و پاکت‌های مناقصه را می‌دزدد و در اختیار (سعید) قرار می‌دهد بنابراین داستان فیلم، داستان جامعه‌ای است که زیر بار سنگین منطق اقتصادی و تلقی کالا گونه انسان کم‌رزش خمیده شده است و هر نوع پوششی برای رهایی و نجات اخلاق با هزینه‌های سنگینی روبه‌رو است جایی که افراد حکم کالا را برای همدیگر پیدا می‌کنند و دوستی‌ها و مراودات بر این مبنا شکل می‌گیرند هرگونه زندگی اجتماعی اخلاقی به محاق می‌رود. نفع‌ها و ترجیحات شخصی سیطره پیدا می‌کنند و این آغاز زوال جامعه و جایگزینی آن به واسطه فردیت‌هایی در جستجوی منفعت شخصی است این مسئله به خوبی در سکانس درگیری (سعید) با (آیدا) زمانی که آیدا ماجرای دزدی پاکت‌های مناقصه را پی می‌برد نشان داده می‌شود. درگیری خشن و خالی از علقه دوستانه و تهی بودن رابطه سعید با آیدا از علاقه و احساس بر ملامت می‌شود وقتی آیدا به سعید می‌گوید: "تو اصلاً برای همین (پاکت‌های مناقصه) با من دوست شدی" و بعد از دعوای لفظی که بین آنها شکل می‌گیرد سعید به او می‌گوید: "قبر خودت رو کندی". روابط احساسی بین افراد زمانی که پاسخگوی منطق اقتصادی نباشد به راحتی شکسته می‌شود عقلانیت ابزاری (سعید) ماهیت واقعی رابطه را عریان می‌کند برهنگی تن و تهی از هر نوع امر اخلاقی. تمامی تلاش (سارا) در پایان فیلم و تلاش آیدا برای بازپس‌گیری پاکت‌ها در برابر غلبه این منطق اقتصادی است که در تار و پود روابط میان افراد نفوذ کرده است. حتی نامزد سارا که از ماجرا بی‌خبر بوده بعد از آنکه آیدا کشته می‌شود ماجرای پاکت‌های مناقصه توسط پلیس پیگیری می‌شود سعی می‌کند به واسطه دوستی که با مدیرعامل شرکت دارد ماجرا را پنهان کند تا منافع

او و سارا نامزدش به خطر نیفتد هرچند که در این میان بدنامی برای آیدا باقی بماند، آنچنان این منفعت‌طلبی در افراد جامعه نفوذ کرده که حاضرند تا افراد دیگر را قربانی این امر کنند.

انتهای خیابان هشتم

خلاصه

برادر (نیلوفر)، (سعید) در شرف اعدام است و سه روز قبل از اجرای حکم، ولی دم در ازای گرفتن ۱۰۰ میلیون تومان قرار است از قصاص چشم پوشی کنند. (نیلوفر) تصمیم می‌گیرد کلیه خود را بفروشد، (موسی) که در اصطبل مشغول کار و مسابقات زیرزمینیست می‌خواهد مبلغی را برای کمک به نیلوفر تهیه کند و دوستش سعید را نجات دهد، (بهرام) ماشین خود که تنها دارایی اوست برای فروش می‌گذارد. (نیلوفر)، (بهرام) همسر نیلوفر، (موسی) برادر بهرام و دوست سعید تا دو روز قبل از اعدام ۳۵ میلیون تومان جمع‌آوری کردند اما داستان از آنجا شروع می‌شود که این جمع‌می‌خواهند بقیه پول دیه را جور کنند و جمع‌آوری بقیه پول آنها را درگیر مسائل غیراخلاقی می‌کند.

تحلیل فیلم

کالایی‌شدن سلامت، ابزاری شدن بدن، سوداگرانه شدن امور خیریه، فاصله‌گیری از

پیوندهای خونی

نیلوفر در ابتدای فیلم تلاش می‌کند تا بتواند پول دیه را تأمین کند وی برای تأمین بخشی از این هزینه به سراغ فروش کلیه خود به بیمارستان می‌رود. وقتی که (نیلوفر) وارد بیمارستان برای فروش کلیه خود می‌شود تمام افرادی که آنجا هستند افرادی مضطرب و نگران و از قشر ضعیف جامعه هستند کسانی که نظام اقتصادی آنها را مجبور کرده تا اعضای بدن خود به مثابه کالا عرضه کنند. این امر در فیلم به صورت قانونی و دارای نظامی بروکراتیک معرفی شده است و به مثابه یک سازوکار سازمانی حاکی از غلبه نگاه سودانگاران به بدن انسان در جامعه است. به تعبیر مایل سندل اساس خرید و فروش اعضای بدن، در نظام‌های اقتصادی تغذیه‌شدن یا زندگی و آینده سرمایه‌داران از فقرا است این بازارها نگاهی شیء‌گونه و تحقیرآمیز به بدن انسان را رواج می‌دهند که انسان را مثل مجموعه قطعات یدکی می‌بیند (سندل، ۱۳۹۵).

(بهرام) دوستی به نام (امیر) دارد که در پمپ بنزین کار می‌کند، صاحب پمپ بنزین دلال امور جنسی (سکس) است و مدام به افرادی که وارد دفتر کارش می‌شوند نگاه خریدارانه و جنسی دارد. در نهایت (امیر) از صاحب پمپ بنزین تقاضای پول می‌کند او می‌خواهد خود (نیلوفر) را ببیند تا پول را به او بدهد، (نیلوفر) هم درخواست او را قبول می‌کند و فکر می‌کند که برای تشکر باید پیش او برود وقتی نیلوفر به محل قرار می‌رسد با پیشنهاد تن‌فروشی صاحب پمپ بنزین در ازای گرفتن پول مواجه می‌شود. امری که از نظر نیلوفر امری انسانی و خیرخواهانه تلقی می‌شود، در جامعه‌ای سوداگر از نگاه صاحب پمپ بنزین مناسبتی اقتصادی بوده و در ازای خدمات جنسی قابل‌انجام است. بدن بدل به کالایی می‌شود که دارای کارکردی سوداگرانه است و می‌تواند به عنوان یک کمیت مورد مبادله قرار گیرد.

برای تصویر بهتر رسوخ ارزش‌های جامعه بازار در نظام اجتماعی، فیلم به سراغ لایه‌های دیگری می‌رود که نشان می‌دهد ویژگی‌های سوداگرانه در قلمروهایی که به طور بنیادین نسبتی با سوداگری ندارند نیز سرایت کرده است. نیلوفر در روز آخر، موفق به پیدا کردن سازمان خیریه‌ای می‌شود که قبول می‌کند مبلغ دیه را فراهم کند و تا حدودی از اضطراب نیلوفر را کم می‌کند. نیلوفر برای تأیید دریافت پول نزد صاحب خیریه به ساختمان نیمه‌ساخته‌ای می‌رود که نشانه‌ای از تجارت پر سود صاحب خیریه است. صاحب خیریه به او می‌گوید که فقط قادر است نصف مبلغ دیه را پرداخت کند. در جامعه بازار خیریه‌ها محلی برای پولشویی و فرار از مالیات هستند بطوریکه نشان داده می‌شود خیریه که دارای ساختمان بسیار گران‌قیمت است و صاحبان آن دارای پروژه‌های عظیم ساختمانی هستند. لایه دیگر رسوخ ارزش‌های سوداگرانه را در سکاسی می‌بینیم که موسی به خاطر اینکه بتواند دوست خود را از اعدام نجات دهد حاضر می‌شود دخترش را که بسیار به آن وابسته است به زنی که به لحاظ اخلاقی و سبک زندگی مورد پذیرش او نیست، بفروشد تا بتواند پول بیشتری برای دیه دوست خود فراهم کند و همچنین بتواند زندگی آینده دختر خود را تضمین کند. فیلم انتهای خیابان هشتم به خوبی فرازونشیب‌ها، تضادها و جدال‌های افراد را برای حفظ اخلاق در جامعه‌ای به تصویر می‌کشد که تاروپود آن را ارزش‌های بازار و منطق کالایی فرا گرفته است. از فروش اعضای بدن و کالایی شدن امر سلامت و پزشکی گرفته تا تن‌فروشی، عبور و دست‌کشیدن از روابط خونی و

پیوندهای خانوادگی، سوداگرانه‌شدن امور خیریه‌ای و ... همگی تصویرگر جدال دایمی افراد بر سر حفظ ارزش‌های انسانی و اخلاقی در جهان بشدت آغشته به منطق اقتصادی و بازاری است.

ژانر دفاع مقدس

مقدمه

در ژانر دفاع مقدس نیز موضوع سیطره ارزش‌های سوداگرانه و بازاری در جهان اجتماعی مورد نظر است اما تفاوت فیلم‌های با موضوع دفاع مقدس در به تصویر کشیدن مسأله رسوخ ارزش‌های بازار در کلیت نظام اجتماعی با سایر ژانرها عمدتاً از منظر پرداختن به امور دینی و مرکزیت شخصیت‌های متصف به ارزش‌های دینی و انقلابی و تقابل ارزش‌های دینی و دنیوی قابل توجه و پیگیری است. در این ژانر عمدتاً با شخصیت‌های انقلابی و دینی سروکار داریم که در نتیجه تغییر نظام ارزش‌ها و ساختارهای اجتماعی بر مبنای منطق اقتصادی و کالایی با جهان اجتماعی مواجه می‌شوند. در ادامه به فیلم دیوانه‌ای از قفس پرید از این منظر می‌پردازیم.

دیوانه‌ای از قفس پرید

خلاصه فیلم

(یلدا) با (روزبه) که جانباز جنگ بوده ازدواج کرده، ولی (روزبه) به علت شدت گرفتن بیماری‌اش در آسایشگاه برای مراقبت و درمان بستری می‌شود. یلدا با علاقه زیادی که به (روزبه) دارد، در مورد رابطه‌اش دچار تردید شده است. (روزبه) در دادگستری کار می‌کند و پیگیر پرونده‌های مفاسد اقتصادی است. (مستوفی)، عموی (یلدا) است که در سال‌های پس از جنگ تحمیلی از طریق رباخواری و قاچاق و اختلاس، نفوذ زیادی را به دست آورده است. از طرفی پسر خوانده (مستوفی) عاشق (یلدا) است و با قصد استفاده از نفوذ و موقعیت پدرش سعی در ازدواج با (یلدا) دارد. (مستوفی) هم در این بین سعی دارد با استفاده از اوضاع به هم ریخته روحی (یلدا) و همچنین بیماری (روزبه)، باعث جدایی این دو شود. از سوی دیگر (مستوفی) با چشم داشتی که به ثروت پدر (یلدا) دارد، قصد مسموم کردن وی را دارد تا به بهانه مداوای پدر (یلدا)، او را در شرایط سختی قرار دهد. (مستوفی) که در اجرا کردن نقشه‌هایش جلو رفته، در مرحله آخر (فراست) را وارد این بازی می‌کند، به این خاطر که (فراست) رئیس

شعبه حقوقی و املاک بانکی است که ثروت و دارایی‌های پدر (یلدا) در آنجا قرار دارد. در این بین (فراست) عاشق یلدا می‌شود و (مستوفی) برای اینکه از شر (روزبه) خلاص شود، او را مقابل (فراست) قرار می‌دهد، که زمانی همین شخص استاد (روزبه) بوده است. (روزبه) که با کمک (آصف) که دوست دوران جنگش می‌باشد در این بین پیگیر رسیدن به حقیقت ماجرا و نقشه‌های (مستوفی) هستند، تصمیم می‌گیرند، حق (یلدا) و پدرش را بگیرند و (یلدا) هم که برای مداوای پدرش در آستانه تن دادن به خواسته‌های (مستوفی) و (فراست) است، در آخر به سمت (روزبه) متمایل می‌شود. (مستوفی) مجدداً (روزبه) را هم مسموم می‌کند تا وی دوباره بستری شود. زمانی که (یلدا) به دیدن (روزبه) می‌رود با حضور (فراست) و (مستوفی) روبرو می‌شود، که پس از خروج آن‌ها از اتاق (روزبه)، صدای شلیک گلوله به گوش می‌رسد.

تحلیل فیلم

افول ارزش‌های دینی و سیطره روابط پولی، هدفمند شدن روابط اجتماعی، حذف افراد

بخاطر منافع اقتصادی، شکل‌گیری روابط منفعت‌طلبانه، مبادله زن به مثابه کالا

فیلم "دیوانه‌ای از قفس پرید" بازنمایی‌کننده تغییرات مهمی است که جامعه ایران بعد از انقلاب اسلامی با آن مواجه شده است. تغییراتی که ساختار ارزش‌ها و فرهنگ یک جامعه را تحت تأثیر قرار داده است. گویی افراد جامعه به دو گروه تقسیم شده‌اند. اکثریتی که منفعت‌طلب و فردگرا شده‌اند و اقلیتی که برای ماندن بر سر ارزش‌های خود دیوانه می‌شوند. با نگاه به شخصیت‌های فیلم به خوبی می‌توان روند بازاری شدن جامعه ایران را مشاهده کرد. فیلم با صحنه طلاق (یلدا) از (روزبه) شروع می‌شود. جایی که (یلدا) برای بیان دلایل جدایی‌اش پر از تناقض و حرف‌هایی است که دلایل بلاتکلیفی اوست. (یلدا) فردی است که با ارزش‌های اخلاقی و آرمان‌های انقلابی ازدواج کرده و حالا بعد از گذشت چند سال دچار سردرگمی شده است و فکر می‌کند زندگی او مسیر اشتباهی را طی کرده و دیگر آرمان‌ها پاسخگوی نیازهای او نیستند و طلاق مهمترین نشانه برای بازنمایی بی‌ثباتی جامعه در حال تغییر است. فیلم با نشان دادن رشد خودخواهی‌های فردی، فردگرایی و تفاوت‌ها در سبک زندگی، این نهاد شبه زهدانی زندگی (یلدا) و (روزبه) را در موقعیت انتخاب قرار داده است. جدایی نشانه‌ای برای تغییر به سمت ارزش‌های فردگرایانه است. (یلدا) می‌گوید: "جناب قاضی باور کنید دوستش دارم، از ته دل،

هنوز که هنوز اسمش را می‌شنوم دلم می‌لرزد. چند تا مرد اگر در عالم باشد یکیش خود نامردشه" قاضی: هم دوستش داری هم می‌خواهی ازش طلاق بگیری؟ (یلدا): ایشون برای خودشون یک قهرمان هستند، مردش یه جور قهرمان زنش یک جور دیگه. اون احساس افتخار می‌کند تو زندگیش به هر چی خواسته رسیده اما من چی؟ یه روز اسیر احساسات بودم. فکر می‌کردم زندگی یعنی یک آرمان بزرگ اما امروز ته همه اون آرمان‌ها یک سراب می‌بینم."

(روزبه ایرانی) فرمانده دیروز و جانباز امروز است که سعی دارد در راه خدمت به جامعه‌اش به ارزش‌های دفاع مقدس وفادار بماند. وی به عنوان کارمند دادگستری پیگیر پرونده مفاسد اقتصادی است و حاضر به زد و بند نیست. اما اطرافیان او همگی از وجود شخصیت اخلاق مدار او در عذاب هستند. عموی یلدا (مستوفی) نشانه یکی از همین افرادی است که آن چنان غرق این نظام سرمایه‌داری و مال اندوزی شده است که حاضر نیست هزینه درمان برادرش را بدهد، مگر اینکه (یلدا) از (روزبه) جدا شود و طعمه‌ای باشد تا فسادهای او را لاپوشانی کند. (یلدا) وقتی از عمویش برای درمان پدرش کمک می‌خواهد شاهد است که چطور عمویش با اخلاق و ارزش معامله می‌کند. (مستوفی) از او می‌خواهد طعمه‌ای شود تا رئیس شعبه املاک از خانه پدری (یلدا) که در گروهی دولت است صرف نظر کند تا او بتواند خودش خانه را تصاحب کند. نظام سرمایه‌داری سعی می‌کند افراد را در حالت استیصال قرار دهد تا مجبور شود به کارهایی دست بزند که مطابق با شاخص‌ها و هنجارهای آن نظام باشد. (یلدا) در وضعیتی که پدرش بیمار است، خانه‌اش در گرو بانک است، چاره‌ای جز پذیرش و مورد معامله قرار گرفته شدن، ندارد. همانطور که (لوکاچ) می‌گوید: ذات محاسبه عقلانی که بر شناخت و محاسبه زنجیره‌ای اتفاقات در اطرافش شکل می‌گیرد سرشت انسان جامعه سرمایه‌داری را نظاره گرانه و منفعل می‌کند. (فراست) رئیس شعبه حقوقی و املاک بانک است. او فردی است مذهبی و نمادی از دولتمردانی که پس از سال‌ها ارزش‌های اخلاقی خود را فراموش کرده و با وعده‌های نظام سرمایه‌داری تغییر ارزش داده و صفات والای انسانی آن‌ها مانند یک شیئی تقلیل می‌یابد و نهایتاً در خدمت نظام بازار قرار می‌گیرد و دیگر حتی ارزش‌های اخلاقی هم نمی‌توانند او را از این مبادله‌رهایی بخشند. (فراست) به (مستوفی) می‌گوید: "اومدی با یک دانه گندم چهل سال شرافت را دود کنی بره هوا". در نهایت پیشنهاد (مستوفی) را قبول می‌کند و در ازای ازدواج با (یلدا) و یک ویلا در شمال حاضر می‌شود

پرونده فساد مالی (مستوفی) را پنهان کند. (فراست) آن چنان فرد مذهبی که حتی دکتر برای تجویز پزشکی خود برای او از کلمات حلال و حرام و مستحب استفاده می‌کند. "نمک، حرام-خونسردی، واجب-پیاده روی، مستحب". اما گویی دین به همین کلیشه‌ها و مفاهیم تهی تنزل یافته است و در نتیجه سیطره اخلاق سوداگرایانه کارکرد حقیقی خود را از دست داده است. این موضوع در سکانسی که خانه مجلل فراست در شمال شهر را می‌بینیم نیز به خوبی نمایان است. منفعت‌طلبی در تارو پود آدم متصف به ارزش‌های دینی رخنه کرده است و دین بدل به مفاهیم بی‌روح در زندگی فاقد روح وی شده است و هر کجا لازم باشد به راحتی می‌توان آن را برای منافع فردگرایانه رها کرد و به دست نظام بازار سپرد. (یلدا) برای پذیرش پیشنهاد (فراست) مبنی بر ازدواج با او به دفتر کار (فراست) می‌آید و بدون مقدمه و حتی حال و احوال متعارف شروع به صحبت می‌کند. کاملاً برای (یلدا) روشن است که حضورش در دفتر (فراست) برای انجام یک معامله است و می‌گوید: "دیر بجنید" آقا، پدر از دست من بره منم از دست شما رفتم، (فراست): "مشکل خانه حل شده، هزینه سفر تأمین شده" (یلدا): "از ما فقط شکل آدم مانده" (فراست): "آدمیزاد به قول و قرارش است اگر سر قرارش بمونه مهر و وفا برقراره و ... " (یلدا) سند طلاق خودش را برای اینکه نشان دهد قول و قرارش با (فراست) پا برجاست به او می‌دهد، این سکانس از فیلم به خوبی نشان می‌دهد که چگونه هر دو شخصیت‌ها می‌دانند که عملی که انجام می‌دهند یک معامله عقلانی و در حکم مبادله کالایی در بازار بوده و فاقد ماهیت واقعی روابط اجتماعی بین آن‌هاست. در واژگان وبری سوگیری افراد در جامعه بازار به هنجارهایی است که "از نظر فنی درست" باشد، یلدا و فراست به فرم و شکل رابطه پایبندند. منطق کالایی و اقتصادی در یکی از دیالوگ‌های ماندگار روزبه آن وقت که از آصف می‌شنود که مدارک علیه مستوفی سرقت شده است، به نحوی درخشانی مطرح می‌شود، (آصف) به (روزبه) می‌گوید: "مدارک سرقت شده، حقیقت که گم نشد" (روزبه): "حقیقت تکه تکه شده به اسم معرفت افتاده دست یک مشت آدم بی‌معرفت" (آصف): "مستوفی پشتش گرمه از یه جایی حمایت می‌شه." (روزبه): "بله می‌دونی به کجا؟ همون جایی که حقیقت مثله شد، حقیقت پشت برج و باروهای سر به فلک کشیده است، وقتی هوس می‌کنی تو طبقه بیستم برج شنا کنی وجدانت از خشتکت می‌زنه بیرون، آب جکوزی بقیه احساساتت را می‌شوره می‌بره اونجایی که عرب نی انداخت"، در

ادامه روزه سرقت را گردن دوستان خودش می‌اندازه که حاضر به حروم خوردن شدن برای اینکه در مناطق بالای شهر زندگی می‌کند. (روزبه) به عنوان نماینده‌ای از نسل گذشته سعی دارد ارزش‌های خود را حفظ کند و به کمک همان ارزش‌ها، فرد را نجات دهد اما خود (روزبه) نیز متوجه تغییر نظام باورها شده است. جامعه بازار تا دندان مسلح به ارزش‌های سرمایه‌دارانه که برای حقیقت و اخلاقیات ارزشی قائل نیست. در سکانشی دیگر (یعقوب) که از ابتدا عاشق (یلدا) بوده، بعد از طلاق (یلدا) او را فوراً به عقد خود در می‌آورد، اما چون جیره خوار (مستوفی) است به درخواست او عقب می‌نشیند تا راه برای (فراست) باز شود و (یلدا) فقط رسماً در شناسنامه (یعقوب) باقی می‌ماند. (یلدا) که می‌خواهد به خانه (فراست) برود در بین راه (یعقوب) شناسنامه را به او می‌دهد (یلدا) می‌گوید: تو این معامله ما به چه کسی فروخته شدیم؟ (یعقوب): ما طبق فرموده کار می‌کنیم دیروز فرمودند رضایت به عقد جناب (فراست) دادید امروز فرمودند: شما را پیشکش کنیم داریم میریم. فیلم به خوبی روابط اجتماعی را بازنمایی می‌کند که در آن نهاد خانواده، عرف، انسان و ... بازیچه نظام مبتنی بر منطق اقتصادی و کالایی است. (یلدا) حتی نمی‌داند اسم چه کسی در شناسنامه به عنوان همسر او نوشته شده است و همچون کالایی مورد معامله قرار گرفته است. به تعبیر دیویس و بنسل نئولیبرالیسم با تغییر شیوه حاکمیت به دنبال استفاده از روش‌های نوین برای رام‌تر کردن اشخاص و توان‌تر کردن آن‌ها برای خدمت به سرمایه است (دنیس و بنسل، ۲۰۰۷). در نهایت سکانش آخر فیلم با صحنه‌ای از برج‌های سر به فلک کشیده که نماد سرمایه‌داری است سیطره و استمرار جریان سرمایه و کالایی‌کردن سپهر اجتماعی را به عنوان یک جریان یکطرفه و گریزناپذیر به تصویر می‌کشد. روزه هم راهی تمیازستان می‌گردد و آخرین مقاومت‌ها در برابر این جریان درهم شکسته می‌شود.

بادیگارد

خلاصه فیلم

(حاج‌حیدر) از محافظین قدیمی سیاسیون ایران بعد از این‌که در آخرین مأموریتش نمی‌تواند مانع از ترور دکتر صولتی (یکی از شخصیت‌های بلند پایه سیاسی و معاون رئیس‌جمهور) شود تصمیم می‌گیرد این شغل را کنار بگذارد تا روز بازنشستگی‌اش فرا برسد. اما رئیسش از او

می‌خواهد بجای این کار، محافظت از یک جوان نابغه هست‌های به نام (میثم زرین) را به عهده بگیرد که فرزند هم رزم سابق او است و در جنگ شهید شده است. در همین حال مأمور اداره امنیت ملی در حال بررسی علل ترور معاون رئیس جمهور (دکتر صولتی) است و سعی دارد تا (حاج حیدر) را به کوتاهی از محافظت متهم کند. (حاج حیدر) رابطه عاطفی عمیقی با همسر خود (راضیه) و دو دخترش دارد، دختر بزرگش (مریم) قرار است با همکار پدرش (الیاس) ازدواج کند اما دچار تردید می‌شود.

تحلیل فیلم

حسابگری در برابر اعتقاد، تقابل اخلاق و وظیفه و اخلاق مسئولیت، کار به مثابه ارزش در مقابل کار به مثابه کالا (دستمزد)

فیلم بادیگارد بازنمایی‌کننده ارزش‌های دو نسل در جامعه ایران است که در برابر یکدیگر قرار دارند. (حاج حیدر ذبیحی) که نقش اصلی را در فیلم بازی می‌کند، تابع "اخلاق و وظیفه" است و نماینده نسلی است که خود را قربانی سیستم موجود بوروکراتیک و سرمایه سالار می‌داند و تلاش می‌کند ارزش‌های خود را زنده نگه دارد. ارزش‌هایی که بر پایه اخلاقیات و تفکرات انقلابی شکل گرفته است، اما با گذر زمان و تغییر ارزش‌های اخلاقی و سیطره عقلانیت ابزاری و نظم بوروکراتیک، ناخودآگاه نه تنها از جامعه، بلکه از نظامی که با اعتقادات او شکل گرفته طرد می‌شود. در ابتدای فیلم وقتی (حاج حیدر) برای مشکل بینایی پیش دکتر می‌رود، دکتر به او می‌گوید: شغل او چیست؟ و او می‌گوید: محافظ. دکتر می‌گوید: پس بادیگارد هستی! و او اصرار دارد که محافظ است و بین این دو تفاوت قائل است. از نظر (حاج حیدر) محافظ، فردی است که به خاطر دفاع از اعتقادات از فردی محافظت می‌کند، اما بادیگارد، فردی حسابگر و مزدور است که با گرفتن پول از هر چیزی محافظت می‌کند، حتی اگر با اعتقادات او همخوانی نداشته باشد. در نظام سرمایه‌داری بادیگارد کالایی است که دارای ارزش مادی مشخصی است و بازار نرخ آن را تعیین می‌کند.

(حاج حیدر) پس از مأموریتی که در آن (معاون رئیس جمهور) آسیب می‌بیند باز می‌گردد، با سؤالات مأمور امنیتی مواجه می‌شود که در آن، او را مقصر آسیب دیدن معاون رئیس جمهور می‌داند. در اینجا مقام‌های امنیتی، نماد نظامی هستند که در آن موقعیت شغلی اشخاص سیاسی

مهم است و نه خود افراد. حتی اگر آن‌ها افرادی فاسد و مخرب باشند. در حالی که دغدغه (حاج حیدر) پاسداری و حفاظت از شخصیت، هویت و ارزش‌های نظام است، اما این مسئله دیگر برای نسل جدید بی‌معنا شده است. وقتی خبرنگار می‌خواهد راجع به حادثه پرس و جو کند، در ابتدا به سراغ مشاور معاون رئیس جمهور می‌رود. اما بعد از اینکه او را می‌شناسد، از گرفتن مصاحبه با او منصرف می‌شود، و خبرنگار می‌گوید: شما پرونده جنجالی‌تان (فساد مالی) در مناطق آزاد هنوز باز است. این دیالوگ در فیلم نشان دهنده تغییر رویه افراد در نظامی است که بر پایه اخلاقیات شکل گرفته، اما به تدریج آن نظام اخلاقی تبدیل به یک نظام سرمایه‌سالار و تابع ارزش‌های بازار گردیده است. نظام سیاسی که حتی محافظانش در محافظت از آن دچار شک و تردید شده‌اند. (حاج حیدر) به فرمانده خود می‌گوید: "من دیگه نمی‌تونم محافظ سیاسی باشم". فرمانده: "تو که به همه چیز شک نکردی؟" (حاج حیدر): "نمی‌دونم". (اشرفی) فرمانده (حاج حیدر) نماد فردی است که در دو راهی بین اخلاق و عقلانیت گیر کرده است و سعی دارد (حاج حیدر) را متقاعد کند تا رفتارش را با تغییر زمان تغییر دهد، تا بتواند در درون سیستم باقی بماند، سیستمی که از طریق یک نظم بروکراتیک و حسابگرانه کار می‌کند. (اشرفی) به حاج حیدر می‌گوید: "فکر نکنم رئیس‌جمهور بدش بیاد تو مراسم بهت نشان افتخار بده". (حاج حیدر): "ما داریم می‌شیم بادیگارد". (اشرفی): "خب! زموئه بادیگارد می‌خواد. تموم شد دهه شصت، الان دهه نوده". بحث بین (حاج حیدر) و (اشرفی) شکاف اعتقادی آن‌ها را به خوبی نشان می‌دهد. (اشرفی) به دنبال بهره‌گیری ابزاری و حسابگرانه از ارزش‌ها و باورهای دوران ایثار و شهادت است به طوریکه هر کجا لازم باشد، باید آن‌ها را برای پیشرفت خود استفاده کرد.

در بخشی دیگر از فیلم گفتگوی (میثم زرین فرد نخبه‌ای که حاج حیدر مسئول حفاظت از او را به عهده می‌گیرد) با نامزدش سحر به خوبی مواجهه ارزش‌های بازار با ارزش‌های اخلاقی را نشان می‌دهد. (میثم زرین) در مواجهه با (سحر) نامزد خود سعی می‌کند به او نشان دهد که اعتقاداتش بر همه چیز اولویت دارد و دستخوش تغییر نمی‌شود. (سحر) سعی می‌کند که (میثم) را متوجه ارزش‌های مادی کند و به او بفهماند که در کشورهای غربی برای کار و اندیشه او بهای کافی می‌پردازند. (سحر) به (میثم) می‌گوید: "تو فقط کافیه لب تر کنی". (میثم): "من گرونم". (سحر): "اونا قیمت تو را می‌دانند". (میثم): "قیمت من چقدره؟" (سحر): "من

نمی‌دونم. از دوست‌ها و رفیق‌ها که رفتن بپرس." (میثم): "اونا قیمت خودشونو دارند، من هنوز خودم را حراج نذاشتم." (سحر): "دیر یا زود مجبور میشی." موضع (سحر) نشان‌دهنده ارزش‌های جامعه سرمایه‌داری است که در آن سنجش هر چیزی بر اساس ارزش سودمندی و اقتصادی است و می‌تواند برای هر چیزی بهایی تعیین کند و آن را به کالا بدل نماید.

تعارض بین (حاج حیدر) و (قیصری) رئیس شورای عالی امنیت ملی نیز بیانگر تعارض میان منطقی است که در پی کالایی‌کردن همه چیز است و باوری که منطق اقتصادی را تابعی از اخلاق و ارزش‌های دینی می‌داند. (قیصری) بر این باور است که افرادی که از نظام سود می‌برند، باید همانند کالایی در خدمت نظام برای حفظ ارزش‌های آن باشند. حتی اگر این ارزش‌ها در طول زمان تغییر کند، باز هم افرادی که نظام منافع آن‌ها را تعیین می‌کند، حق اعتراض و طغیان ندارند. (قیصری) می‌گوید: "الان صحبت سر محافظیه که باید فدای شخصیت نظام بشه، ولی شخصیت را فدای خودش می‌کند، این جرم بزرگیه." (اشرفی) در جواب (قیصری) می‌گوید: "برادر داری راه را اشتباه میری. نسل (حیدر) ترس نمی‌شناسد کلید انفجار جای دیگریست باید دنبال کلید بگردیم. (حیدر): "من اگر قراره عزیزترین سرمایه خودم را فدا کنم، باید وجودم دلیلش را بدونم." (قیصری): "یعنی تو این همه سال که حقوق گرفتی، دلیلش را نفهمیدی؟" (حیدر): "حقوق منظورتون اسکناسه؟ عزیز اوضاع خیلی فرق کرده." (قیصری): "وظیفه شما فرق نکرده، پس بهتره بگم شما فرق کردید." (حیدر): "حیدر نه اولین نفره، نه آخرین نفر. می‌ترسم از روزی که این کشتی سوراخ شه."

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش گردید تا از طریق بررسی فیلم‌های سینمایی، منطق حاکم بر روابط اجتماعی در جامعه تاحدودی آشکار و درک شود. به نظر ما این منطق نوعی منطق کالایی و اقتصادی است که بواسطه شکل‌گیری و تقویت نوع خاصی از نظام سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اقتصادی و اجتماعی و در یک دوره تاریخی خاص در جامعه ایران پدیدار شده است. سرآغاز آن به دوره پس از جنگ تحمیلی بر می‌گردد. پایان جنگ تحمیلی در تاریخ ایران، از منظر سیاسی و اقتصادی پایان یک دوره و آغاز دوره‌های جدید بود. پایان جنگ و ضرورت بازسازی خرابی‌های ناشی از جنگ، مشکلات مالی و ساختاری در عرصه اقتصاد و ... جامعه را

وارد دوره جدیدی کرده بود که سیاست‌گذاری اجتماعی و اقتصادی در آن اشکال تازه‌ای پیدا کرد. جامع‌های که تا پیش از آن به مدد انقلابی که پشتوانه ایدئولوژیک داشته و با جنگ، شکلی از همبستگی اجتماعی بی‌واسطه را تجربه کرده بود، با خارج شدن از وضعیت استثنایی و بحران، دیگر توان تداوم اشکال پیشین همبستگی اجتماعی را نداشت. همبستگی که برای حکومت سرمایه سیاسی و اقتداری و برای مردم سرمایه اجتماعی و فرهنگی بشمار می‌رفت. هشت سال جنگ و در کنار آن تلاش برای استقرار نظمی نوین برای حکومت‌داری، سیاست‌گذاران و دولت را از یکسو با محدودیت شدید منابع مواجه کرده بود و از سوی دیگر میل به بازسازی جامعه و قرارداد آن در مسیر به اصطلاح توسعه و پیشرفت را افزایش داده بود. در چنین شرایطی بسته‌های سیاست‌گذاری توسعه توصیه‌شده از سوی بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول به‌عنوان تنها الگوهای موجود «علمی» ممکن و مطلوب برای موفقیت و پیشرفت به همه کشورهای صادر شده و در ایران نیز از دوره سازندگی به شکل دستوری پذیرفته و به‌کار بسته شد.

این دوران سرآغاز راهی بود که تا به امروز در جامعه ایران طی شده است و تغییرات مهمی در بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه ایجاد کرده است. این راه همان میدان دادن به اقتصاد بازار در چارچوب برنامه تعدیل ساختاری است که مسیر خصوصی سازی ها و واگذاری‌های اقتصادی و صنعتی به افراد و شرکت‌های خصوصی را هموار کرد و جامعه دو دستی به منطق بازار سپرده شد. منطق بازار در تعارض با سعادت و نیازهای اکثریت جامعه رشد می‌کند و در فرآیند رشد آن، گروه کوچکی از برندگان بازار با ثروت‌های کلان در برابر اکثریت بازندگان شکل می‌گیرند که باید هزینه‌های رشد بازار را پرداخت کنند. به موازات رشد اقتصاد بازار و غلبه اصل مبادله در جامعه شاهد شکل‌گیری منطق خاصی در روابط اجتماعی و زندگی روزمره، قلمرو خانواده، قلمرو کار و حتی قلمرو سیاسی و ... هستیم که تمامی شئون زندگی را به منطق اقتصادی و کالایی تقلیل می‌دهد. این منطق که امروز از آن تحت عنوان منطق نئولیبرالی یاد می‌شود، با تاکید بر فرد و منافع فردی، عرصه را بر هر گونه وجه اجتماعی، اعتقادی و اخلاقی زندگی بشر تنگ کرده است و چنین ارزش‌هایی را از زندگی اجتماعی بیرون رانده است. سینما می‌تواند بازگو کننده و بازنمایی کننده شرایط و وضعیت جامعه ایران به لحاظ فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی باشد. همانطور که نشان داده شد در تمامی فیلم‌های موردبررسی نمودهایی از کالایی‌شدن و بازاری شدن روابط فردی، اجتماعی، عاطفی و ...

مشاهده می‌شود. کالایی‌شدن و رسوخ ارزش‌های بازار در روابط اجتماعی از خلال فیلم‌های اجتماعی و دفاع مقدس مورد بررسی قرار گرفت، در هر دو سیطره منطق کالایی بر زندگی اجتماعی تصویر شده است اگر چه مفاهیم و مصادیق اش در آنها متفاوت است. در ژانر اجتماعی می‌توان گفت فیلم‌ها، با پیگیری تغییرات حادث شده در روابط اجتماعی آدمیان تأثیر گسترده روابط پولی و اقتصادی را در روابط اقشار مختلف جامعه نشان می‌دهند، کنش‌های آنها را مورد بررسی قرار داده، به خوبی منحصر بودن و اساس انگیزه‌های شخصی به خودخواهی و منفعت‌طلبی و محدود کردن منافع شخصی به درآمد و ثروت را به تصویر می‌کشند. شخصیت‌هایی که این فیلم‌ها بازنمایی می‌کنند، در رفتارهای خود با سنجیدن سود و زیان شخصی، از پیامد اعمال، گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که حداکثر سود را برای آنها تأمین کند حتی اگر این امر با عقلانیت اخلاقی و عواطف آنها سازگار نباشد. در ژانر دفاع مقدس نیز موضوع سیطره ارزش‌های سوداگرانه و بازاری در جهان اجتماعی مورد نظر است اما تفاوت فیلم‌های با موضوع دفاع مقدس در به تصویر کشیدن مسأله رسوخ ارزش‌های بازار در کلیت نظام اجتماعی با سایر ژانرها عمدتاً از منظر پرداختن به امور دینی و مرکزیت شخصیت‌های متصف به ارزش‌های دینی و انقلابی و تقابل ارزش‌های دینی و دنیوی قابل توجه و پیگیری است. در این ژانر عمدتاً با شخصیت‌های انقلابی و دینی سروکار داریم که در نتیجه تغییر نظام ارزش‌ها و ساختارهای اجتماعی بر مبنای منطق اقتصادی و کالایی با جهان اجتماعی مواجه می‌شوند. در این نوع فیلم‌ها بیشتر با تغییر و تبدیل هنجارها و ارزش‌های ایدئولوژیک با ارزش‌های منفعت‌طلبانه، تقابل اخلاق وظیفه در مقابل اخلاق مسئولیت، کار به مثابه کالا و نه ارزش و ... سروکار داریم. در این نگاه، سینمای دفاع مقدس نه با دیدی حقیقت‌جویانه (که این نگاه بیشتر در ژانر اجتماعی مشهود است) بلکه با دیدی انتقادی و حیرت‌زدگی، شرایط و وضعیت کالایی‌شدن روابط در جامعه را به تصویر می‌کشد.

منابع

- آقابابایی، احسان و مسعود کیان‌پور (۱۳۹۶)، بازنمایی کالایی‌شدن احساسات در روابط اجتماعی مورد مطالعه: فیلم سینمایی آرایش غلیظ، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و هشتم، شماره ۴.
- امیرپناهی، محمد (۱۳۹۷)، ساخت اجتماعی بازار، تحلیل جامعه‌شناختی پیدایش بازار با تأکید بر بازار بانه در استان کردستان، مجله علمی پژوهشی مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی) دوره ۲۵، شماره ۱، ص ۹۲.
- پولانی، کارل (۲۰۰۱)، دگرگونی بزرگ، ترجمه محمد مالجو ۱۹۹۱ شرکت نشر و پژوهش.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۴)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی، چاپ دهم.
- زیمل، گئورگ (۱۳۷۲)، مقاله پول در فرهنگ مدرن، گئورگ زیمل، ترجمه یوسفعلی اباذری، نامه علوم اجتماعی جلد ۲، شماره ۴، دانشگاه تهران.
- سندل، مایکل (۱۳۹۵)، آنچه با پول نمی‌توان خرید: مرزهای اخلاقی بازار، نشر مرکز.
- فرجی، مهدی و نفیسه حمیدی (۱۳۸۸)، بازنمایی مصرف‌گرایی در سریال‌های تلویزیونی، نحوه بازنمایی سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی، مجله علمی پژوهشی (وزارت علوم)، شماره ۲۳.
- فلیک، اووه (۱۳۹۱)، درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- کالینیکوس، الکس (۱۳۹۶)، درآمدی تاریخی بر نظریه‌های اجتماعی، ترجمه اکبر معصوم بیگی، نشر آگه.
- کرایب، یان (۱۳۸۹)، نظریه اجتماعی مدرن، ترجمه عباس مخیرباقر پرهام، انتشارات علمی و فرهنگی.
- گئورگ زیمل (۱۳۹۰)، پول در فرهنگ مدرن، ترجمه یوسف اباذری، ارغنون، شماره ۳.
- نعمت‌الله، حمید (۱۳۹۳)، آرایش غلیظ، مجله سینمایی بیست و چهار، شماره ۵۶، ص ۵۵-۵۷.
- هال، استوارت (۲۰۰۳)، معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، ترجمه احمد گل محمدی ۱۳۹۲. نشر نی.
- واندنبرگ، فردریک (۱۳۸۶)، تأملی بر فلسفه پول جورج زیمل: بردگان اشرافی، مترجم: عبدالحسین نیک‌گهر، روزنامه ایران، شماره ۳۷۸۸، ص ۱۰، فرهنگ و اندیشه، ۲۸ آبان.
- Dillard, Dudley (1987) "Money as an Institution of Capitalism", Journal of Economic Issues, Vol. 21, No. 4, Evolutionary Economics II: Institutional Theory and Policy Dec. 1987, pp. 1623-1647
- Hochschild, A. (1983). The managed heart: Commercialization of human feeling. Berkeley: University of California Press.

- Norman, Armando H. Russell, Andrew J. Merli, Claudia, The Quality and Outcomes Framework: Body commodification in UK general practice. SFU university. Social Science & Medicine, December (2016).
- Wani, KA. (2016). Commodification of Women in Advertising: The Social Cost.
- Monbiot, George (2017) "How Did We Get Into This Mess? Politics, Equality, Nature.
- Davies, B. & Bansel, P. (2007). Neoliberalism And Education. International Journal of Qualitative Studies In Education. Special Issue on Neoliberalism and Education Edited By Bronwyn Davies And Peter Bansel.