

# گزارش نظرسنجی ارزیابی چهلمین دوره جشنواره فیلم فجر

معاونت توسعه فن آوری و مطالعات سینمایی با همکاری  
دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

بهمن ۱۴۰۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## فهرست مطالب

|         |                                 |
|---------|---------------------------------|
| ۱.....  | بخش اول مقدمه                   |
| ۲.....  | معرفی تحقیق                     |
| ۲.....  | فرایند اجرایی                   |
| ۴.....  | نکاتی درباره گزارش              |
| ۶.....  | بخش دوم مشخصات نمونه            |
| ۷.....  | جنسیت                           |
| ۷.....  | ترکیب سنی                       |
| ۸.....  | وضعیت تأهل                      |
| ۸.....  | تحصیلات                         |
| ۹.....  | اشتغال                          |
| ۹.....  | قومیت                           |
| ۱۰..... | استان و شهر محل سکونت           |
| ۱۱..... | ویژگی های نمونه                 |
| ۱۴..... | بخش سوم ارزیابی برگزاری جشنواره |
| ۱۵..... | علاقه مندی به سینما             |
| ۱۶..... | مشارکت در جشنواره های پیشین     |
| ۱۹..... | علت شرکت در جشنواره             |
| ۱۹..... | همراهان تماشای فیلم             |
| ۲۲..... | مشاهده تبلیغات جشنواره          |
| ۲۴..... | شیوه تهیه بلیت                  |
| ۲۴..... | رضایت از بلیت فروشی             |
| ۲۷..... | رضایت از کیفیت سالن             |

|    |   |
|----|---|
| ۲۹ | ارزیابی شیوه انتخاب فیلم در ادوار جشنواره |
| ۳۱ | منصفانه بودن داوری‌ها                     |
| ۳۲ | رضایت از نحوه برگزاری در این دوره         |
| ۳۵ | بخش چهارم ارزیابی فیلم‌ها                 |
| ۳۶ | رضایت مخاطبان از فیلم‌های جشنواره         |
| ۳۹ | برجسته‌ترین ویژگی فیلم از نگاه مخاطبان    |
| ۴۳ | دلیل انتخاب فیلم از نگاه مخاطبان          |
| ۴۶ | مضمون اصلی فیلم از نگاه مخاطب             |
| ۵۶ | بازتاب مسائل کدام اقتشار                  |
| ۶۵ | ضروری بودن محتوا برای جامعه               |
| ۶۸ | مطابقت فیلم با ارزش‌های جامعه             |
| ۷۱ | بازنمایی تصویر درست از جامعه              |
| ۷۴ | پوشش و آرایش بازیگران                     |
| ۷۷ | پیوست                                     |

## فهرست جداول

- جدول ۱- تعداد شماره تلفن‌های ثبت شده برای خرید هر فیلم ..... ۲
- جدول ۲- ترکیب سنی پاسخگویان ..... ۷
- جدول ۳- قومیت پاسخگویان ..... ۱۰
- جدول ۴- توزیع فراوانی سینما رفتن به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی ..... ۱۶
- جدول ۵- مشارکت در جشنواره‌های پیشین برحسب متغیرهای جمعیت شناختی ..... ۱۸
- جدول ۶- دلایل مخاطبان برای شرکت در جشنواره ..... ۱۹
- جدول ۷- همراهی در تماشای فیلم بر اساس متغیرهای دیگر ..... ۲۱
- جدول ۸- نحوه مشاهده تبلیغات جشنواره برحسب متغیرهای دیگر ..... ۲۳
- جدول ۹- رضایت از شیوه تهیه بلیت برحسب دیگر متغیرها ..... ۲۶
- جدول ۱۰- رضایت از کیفیت سالن سینما برحسب متغیرهای دیگر ..... ۲۸
- جدول ۱۱- میزان منصفانه دانستن انتخاب فیلم‌ها در دوره‌های جشنواره برحسب متغیرهای دیگر ..... ۳۰
- جدول ۱۲- ارزیابی از داوری جشنواره در ادوار گذشته ..... ۳۲
- جدول ۱۳- رضایت از برگزاری جشنواره برحسب متغیرهای دیگر ..... ۳۴
- جدول ۱۴- فروانی رضایت مخاطبان از فیلم‌ها و میانگین نمره رضایت ..... ۳۷
- جدول ۱۵- پنج فیلم اول از نظر کارگردانی به‌عنوان ویژگی مهم فیلم ..... ۴۱
- جدول ۱۶- پنج فیلم اول از نظر بازیگری به‌عنوان ویژگی مهم فیلم ..... ۴۱
- جدول ۱۷- پنج فیلم اول از نظر جلوه‌های ویژه به‌عنوان ویژگی مهم فیلم ..... ۴۱
- جدول ۱۸- پنج فیلم اول از نظر مضمون و محتوا به‌عنوان ویژگی مهم فیلم ..... ۴۲
- جدول ۱۹- دلیل انتخاب فیلم از نگاه مخاطبان ..... ۴۴
- جدول ۲۰- رضایت از فیلم از نگاه کسانی که کارگردان فیلم برایشان اهمیت داشته ..... ۴۵
- جدول ۲۱- رضایت از فیلم از نگاه طرفداران بازیگران ..... ۴۶
- جدول ۲۲- مضامین یا پیام فیلم‌ها در جشنواره ..... ۴۶
- جدول ۲۳- مضامین و پیام فیلم به تفکیک هر فیلم ..... ۵۰
- جدول ۲۴- بازتاب مسائل اقشار در فیلم ..... ۵۶
- جدول ۲۵- بازنمایی مسائل اقشار و گروه‌ها در هر فیلم ..... ۵۷
- جدول ۲۶- ضروری بودن محتوا و مضمون برای جامعه ..... ۶۶
- جدول ۲۷- انطباق فیلم با ارزش‌های جامعه ..... ۶۹
- جدول ۲۸- ارزیابی مخاطب از تصویری که فیلم از جامعه ارائه می‌کند ..... ۷۲
- جدول ۲۹- انطباق پوشش بازیگران با عرف و ارزش‌ها ..... ۷۵

## فهرست نمودارها

- نمودار ۱- ترکیب جنسیتی پاسخگویان ..... ۷
- نمودار ۲- وضعیت تأهل پاسخگویان ..... ۸
- نمودار ۳- تحصیلات پاسخگویان ..... ۸
- نمودار ۴- استان محل سکونت ..... ۱۰
- نمودار ۵- منطقه محل سکونت ..... ۱۱
- نمودار ۶- سینما رفتن قبل از کرونا ..... ۱۵
- نمودار ۷- مشارکت در جشنواره‌های پیشین ..... ۱۷
- نمودار ۸- همراهان در تماشای فیلم ..... ۲۰
- نمودار ۹- نحوه مشاهده تبلیغات جشنواره ..... ۲۲
- نمودار ۱۰- شیوه تهیه بلیت فیلم ..... ۲۴
- نمودار ۱۱- رضایت از دسترسی و تهیه بلیت ..... ۲۵
- نمودار ۱۲- رضایت از کیفیت سالن نمایش ..... ۲۷
- نمودار ۱۳- منصفانه بودن شیوه انتخاب فیلم‌ها برای جشنواره در دوره‌های مختلف ..... ۲۹
- نمودار ۱۴- منصفانه بودن داوری جشنواره در دوره‌های قبل ..... ۳۱
- نمودار ۱۵- میزان رضایت از برگزاری جشنواره در این دوره ..... ۳۳
- نمودار ۱۶- میزان رضایت از فیلم‌های جشنواره ..... ۳۶
- نمودار ۱۷- برجسته‌ترین ویژگی فیلم از نگاه مخاطب ..... ۳۹
- نمودار ۱۸- دلیل اصلی انتخاب فیلم از نگاه مخاطب ..... ۴۳
- نمودار ۱۹- پیام قابل فهم فیلم به تفکیک فیلم ..... ۴۹
- نمودار ۲۰- مقایسه بازنمایی مسائل اقشار مختلف به تفکیک فیلم ..... ۶۳
- نمودار ۲۱- ضروری بودن محتوای فیلم برای جامعه ..... ۶۵
- نمودار ۲۲- ضروری بودن محتوا و مضمون برای جامعه ..... ۶۷
- نمودار ۲۳- همخوانی با ارزش‌های اخلاقی جامعه ..... ۶۸
- نمودار ۲۴- انطباق فیلم با ارزش‌های جامعه ..... ۷۰
- نمودار ۲۵- انطباق فیلم با واقعیت جامعه ..... ۷۱
- نمودار ۲۶- بازنمایی فیلم از جامعه به تفکیک فیلم ..... ۷۳
- نمودار ۲۷- ارزیابی پوشش بازیگران ..... ۷۴
- نمودار ۲۸- ارزیابی پوشش بازیگران به تفکیک فیلم ..... ۷۶

## یافته‌های کلیدی

- ۶۹ درصد از پاسخگویان پیش از شروع پاندمی کووید ۱۹ حداقل ماهی یک‌بار سینما می‌رفته‌اند که نشان می‌دهد بخش اصلی نمونه را علاقه‌مندان حرفه‌ای سینما تشکیل می‌دهد.
- ۱۵ درصد از افراد برای اولین بار در جشنواره فجر فیلم دیده‌اند و ۴۰ درصد نیز حداقل در پنج جشنواره قبلی مشارکت کرده‌اند.
- ۴۸ درصد از افراد علت شرکت در این دوره جشنواره را علاقه شخصی به سینما و جشنواره اعلام کرده‌اند. ۹ درصد هم کسانی هستند که همیشه این جشنواره را دنبال می‌کرده‌اند.
- ۴۳ درصد از پاسخگویان فیلم را به همراه **خانواده** خود و ۳۵ درصد با دوستان خود دیده‌اند. از سوی دیگر ۲۰ درصد نیز فیلم را به تنهایی مشاهده کرده‌اند.
- **شبکه‌های اجتماعی** مهمترین رسانه‌ای است که مردم تبلیغات جشنواره را از طریق آن پیگیری کرده‌اند؛ ۶۹ درصد پاسخگویان این شبکه‌ها را مهم‌ترین منبع‌شان برای پیگیری جشنواره اعلام کرده‌اند.
- **بلیت فروشی آنلاین** در جشنواره چهلیم رضایت مخاطبان را به همراه داشته و ۸۰ درصد از شیوه ارائه و دسترسی به بلیت رضایت بالا داشته‌اند.
- ۸۲ درصد مخاطبان از **کیفیت سالن نمایش** فیلم رضایت بالایی اعلام کرده‌اند.
- مخاطبان نحوه انتخاب فیلم‌ها برای جشنواره و **داوری فیلم‌ها** در دوره‌های قبلی را تا حدی منصفانه می‌دانند؛ ۳۱ درصد نحوه انتخاب فیلم برای راهیابی به جشنواره و ۲۴ درصد نحوه داوری را در ادوار پیشین غیرمنصفانه ارزیابی کرده‌اند.
- ۶۰ درصد مخاطبان **کیفیت برگزاری** این دوره را خوب، ۲۷ درصد متوسط و ۱۴ درصد ضعیف می‌دانند.
- بیشترین میزان **رضایت مخاطبان از فیلم‌ها** به ترتیب به فیلم‌های ملاقات خصوصی، علفزار و موقعیت مهدی تعلق دارد. لایه‌های دروغ، ماهان و ۲۸۸۸ در انتهای فهرست قرار دارند.
- برای دو فیلم برتر از نگاه مخاطبان یعنی ملاقات خصوصی و علفزار ترکیب «محتوا و مضمون» و «بازیگری» مهم‌ترین ویژگی‌های برجسته فیلم بوده است. برای موقعیت مهدی «مضمون و محتوا» و «کارگردانی» ویژگی‌های مهم فیلم از نگاه مخاطب بوده است.
- در میان مضامین مختلف که مخاطبان از فیلم‌ها برداشت کرده‌اند ارزش‌های اخلاقی، روابط انسانی (/عشق/نفرت/خیانت) و امید و تلاش در صدر قرار دارند.
- در مجموع از نظر مخاطبان، فیلم‌های جشنواره بیشتر بازتاب مسائل **طبقه متوسط** (۲۱ درصد)، **طبقه فرودست** (۲۱ درصد) و همه اقشار (۱۹ درصد) است. در میان پنج فیلم اول از نظر رضایت مخاطب، فیلم‌های ملاقات خصوصی،

نگهبان شب و شادروان از نگاه مردم بیشتر به مسائل طبقه متوسط می‌پردازند و دو فیلم علفزار و موقعیت قبلی بیشتر بازتاب مسائل همه اقشار جامعه است و خصلت طبقاتی ندارد.

- از نگاه مخاطبان، فیلم‌های علفزار و موقعیت مهدی بیش از سایر فیلم‌ها به موضوعاتی پرداخته‌اند که برای وضعیت امروز جامعه ضروری است.
- از منظر مخاطبان از جهت انطباق با **ارزش‌های اخلاقی جامعه**، فیلم‌های علفزار و ملاقات خصوصی در صدر قرار دارند.
- در مجموع از نگاه ۸۵ درصد مخاطبان فیلم‌های جشنواره بازتاب واقعی مسائل جامعه امروز ایران هستند و **سیاه‌نمایی** نمی‌کنند. بیشترین میزان سیاه‌نمایی مربوط به فیلم لایه‌های دروغ با ۲۹ درصد است.
- در مجموع ۸۹ درصد مخاطبان **پوشش و آرایش زنان** در فیلم‌ها را مطابق عرف و ارزش‌های جامعه می‌دانند.



بخش اول

مقدمه

## معرفی تحقیق

با توجه به اهمیت جشنواره فیلم فجر به عنوان یکی از مهم‌ترین رخدادهای فرهنگی کشور در طول چهار دهه گذشته و با هدف سنجش ارزیابی عمومی مخاطبان از نحوه برگزاری جشنواره و همچنین محتوای فیلم‌های به نمایش درآمده اجرای یک نظرسنجی در طول برگزاری جشنواره در دستور کار سازمان امور سینمایی قرار گرفت. این نظرسنجی که گزارش آن پیش روی شماست با عنوان «ارزیابی چهلمین دوره جشنواره فیلم فجر» از تاریخ ۱۴ لغایت ۲۶ بهمن‌ماه توسط گروه افکارسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات به صورت تلفنی اجرا شده است. دسترسی به مخاطبان جشنواره با استفاده از داده‌های سامانه مدیریت فروش آنلاین سینماهای کشور (سمفا) صورت گرفته است. در این سامانه بیش از سی هزار شماره منحصر به فرد ثبت شده که متعلق به خریداران بلیت جشنواره است. با استفاده از شماره تلفن این افراد و تماس تلفنی با توجه به فیلمی که بلیت برای آن تهیه شده داده‌های این نظرسنجی گردآوری شده است. شیوه نمونه‌گیری به شکلی بوده که تعداد مخاطبان هر فیلم برابر باشد و بتوان داده‌های به دست آمده را به مخاطبان هر فیلم تعمیم داد. برای تضمین صحت نظرسنجی و قابلیت بررسی داده‌ها، فایل صوتی کلیه مصاحبه‌ها ضبط شده و محتوای هر مصاحبه و شماره تلفن مربوط به آن مستند شده است. پرسشنامه مورد استفاده برای این طرح به دو بخش ارزیابی کلی جشنواره و نظرسنجی پیرامون فیلم‌های اکران شده در جشنواره تقسیم شده است (برای مشاهده پرسشنامه به پیوست مراجعه شود). این پرسشنامه با همکاری سازمان امور سینمایی و پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و با نظرخواهی از نخبگان در این حوزه تنظیم شده است.

## فرایند اجرایی

همان‌طور که گفته شد جامعه آماری این طرح نظرسنجی شامل کلیه افرادی است که از طریق سامانه سمفا بلیت جشنواره را تهیه کرده‌اند. شماره‌های تماس نیز از این سامانه استخراج و پس از پالایش آماری شماره تماس‌های تکراری و تعیین ۳۰ هزار شماره منحصر به فرد با مخاطبین مصاحبه تلفنی صورت گرفت. در جدول زیر فراوانی بلیت‌های خریداری شده برای هر فیلم بر اساس شماره تماس ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود به ترتیب برای فیلم‌های مرد بازنده، ملاقات خصوصی، خائن‌کشی، علفزار و بدون قرار قبلی بیشترین بلیت تهیه شده است.

جدول ۱- تعداد شماره تلفن‌های ثبت شده برای خرید هر فیلم

| نام فیلم     | تعداد شماره تلفن |
|--------------|------------------|
| مرد بازنده   | ۱۱۱۵۷            |
| ملاقات خصوصی | ۸۷۵۱             |

|        |                |
|--------|----------------|
|        |                |
| ۸۵۵۸   | خائن کشی       |
| ۸۰۹۶   | علفزار         |
| ۷۰۱۶   | بدون قرار قبلی |
| ۶۲۳۸   | نگهبان شب      |
| ۶۹۰۸   | بی رویا        |
| ۵۸۷۵   | بی مادر        |
| ۴۷۰۸   | دسته دختران    |
| ۴۴۷۵   | موقعیت مهدی    |
| ۴۱۰۰   | برف آخر        |
| ۳۹۳۴   | شادروان        |
| ۳۶۸۶   | صورت فلکی      |
| ۳۰۸۶   | شب طلایی       |
| ۲۶۳۶   | ضد             |
| ۲۳۸۸   | شهرک           |
| ۲۰۸۲   | ۲۸۸۸           |
| ۱۵۶۳   | بی رو          |
| ۱۵۲۸   | نمور           |
| ۱۴۳۱   | لایه های دروغ  |
| ۱۱۵۹   | درب            |
| ۱۱۴۲   | ماهان          |
| ۱۰۰۵۱۸ | جمع            |

طبقه جدول بالا تعداد بلیت های خریداری شده برای فیلم اول یعنی مرد بازنده حدود ده برابر فیلم آخر یعنی ماهان است. این مسئله خود یک چالش بزرگ بر سر نمونه گیری از مخاطبان فیلم هایی بود که بلیت آن ها کمتر خریده شده بود. با گذشت روزهای ابتدایی جشنواره و مشخص شدن فیلم های پرفردار، استقبال مخاطبین برای مصاحبه در خصوص فیلم های ملاقات خصوصی و علفزار شدت گرفت. افرادی که با آن ها تماس گرفته می شد اغلب ترجیح می دادند درباره فیلم های پرمخاطب صحبت کنند و تمایلی به صحبت درباره فیلم هایی که به نظرشان ضعیف تر بود

نداشتند. خصوصاً در روزهای پایانی فرایند گردآوری اطلاعات، با آنکه برخی افراد بلیت برخی فیلم‌ها را تهیه و آن‌ها را تماشا کرده بودند علاقه‌ای به اظهارنظر در خصوص آن فیلم نداشت و با ابراز واکنش منفی نسبت به آن‌ها، از ادامه مصاحبه انصراف می‌دادند. در نتیجه تکمیل نمونه‌گیری برای فیلم‌های انتهایی جدول بالا بسیار دشوار بود. در نهایت با ۳۰۷۶ مصاحبه تلفنی داده‌های این نظرسنجی تکمیل شد.

### نکاتی درباره گزارش

پس از این بخش مقدماتی در بخش بعدی نمونه تحقیق و ویژگی‌های جمعیت شناختی آن معرفی خواهد شد. سپس ارزیابی کلی مردم از برگزاری جشنواره خواهد آمد و در بخش بعد نظر مردم درباره فیلم‌ها گزارش می‌شود.

در هر بخش از نمودار و جدول برای نشان دادن یافته‌ها استفاده شده است. در تمام موارد از درصد برای نمایش داده‌ها استفاده شده است.

همان‌طور که در مصاحبه پیوست مشاهده می‌شود برخی سؤالات دارای گزینه‌های از پیش تعریف‌شده یا اصطلاحاً سؤالات بسته هستند. برای گزارش نتایج سؤالات بسته در مواردی گزینه‌ها با هم ادغام شده‌اند تا نمایش یافته‌ها و خواندن آن ساده‌تر باشد؛ مثلاً سنجش رضایت مردم از کیفیت سالن با یک سؤال طیفی پنج گزینه‌ای شامل «خیلی نامناسب»، «نامناسب»، «متوسط»، «مناسب» و «خیلی مناسب» پرسیده شده است لیکن در گزارش نتایج گزینه‌های «خیلی نامناسب» و «نامناسب» و همین‌طور «مناسب» و «خیلی مناسب» با یکدیگر ادغام شده و به صورت طیف سه‌تایی «مناسب»، «متوسط» و «نامناسب» گزارش شده‌اند.

بخشی از پرسشنامه به سؤالات باز اختصاص دارد. پاسخ افراد به این سؤالات توسط گروه تحلیل یافته‌ها کدگذاری و دسته‌بندی شده و پاسخ‌های مشابه هم ذیل یک مفهوم دسته‌بندی و گزارش شده‌اند.

در بخش ارزیابی برگزاری جشنواره پاسخ به برخی از سؤالات برحسب متغیرهای جمعیت شناختی مقایسه شده است. این بخش این امکان را فراهم می‌آورد تا خواننده ببیند مثلاً آیا تفاوتی میان زنان و مردان در ارزیابی از برگزاری جشنواره وجود دارد یا خیر. برای آزمون معناداری آماری از  $d$  سامرز استفاده و نتیجه در ستون آخر گزارش شده است. کسانی که با اصطلاحات آماری آشنا نیستند صرفاً به این نکته توجه کنند که اگر در ستون معناداری در برابر یک متغیر علامت \* وجود دارد به این معنی است که تفاوت میان گروه‌ها به حدی است که می‌توان نتیجه گرفت در کل جامعه آماری بین این گروه‌ها تفاوت وجود دارد. علاوه بر متغیرهای جمعیت شناختی از دو سؤال دیگر هم برای مقایسه استفاده شده: تجربه مشارکت در جشنواره‌های قبلی و میزان سینما رفتن قبل از کرونا. با این دو متغیر مثلاً

می‌توان داوری درباره کیفیت جشنواره را بین کسانی مقایسه کرد که جشنواره‌های متعددی را تجربه کرده‌اند و کسانی که تجربه کمتری دارند، یا مشخص کرد کسانی مخاطب حرفه‌ای سینما هستند از این جشنواره راضی‌ترند یا کسانی که چندان سینما نمی‌روند. تقسیم بندی از نظر میزان سینما رفتن به این صورت انجام شده که افرادی که هر هفته یا ماهی چند بار به سینما می‌روند «زیاد»، ماهی یک‌بار «متوسط» و بقیه «کم» کدگذاری شده‌اند.

در بخش مربوط به ارزیابی فیلم‌ها در جدول‌ها و نمودارهایی که امکان مقایسه فیلم‌ها را فراهم می‌کند فهرست فیلم‌ها بر اساس نمره رضایت از فیلم آمده است. در بقیه موارد فیلم‌ها به ترتیب حروف الفبا آمده‌اند.

بخش دوم

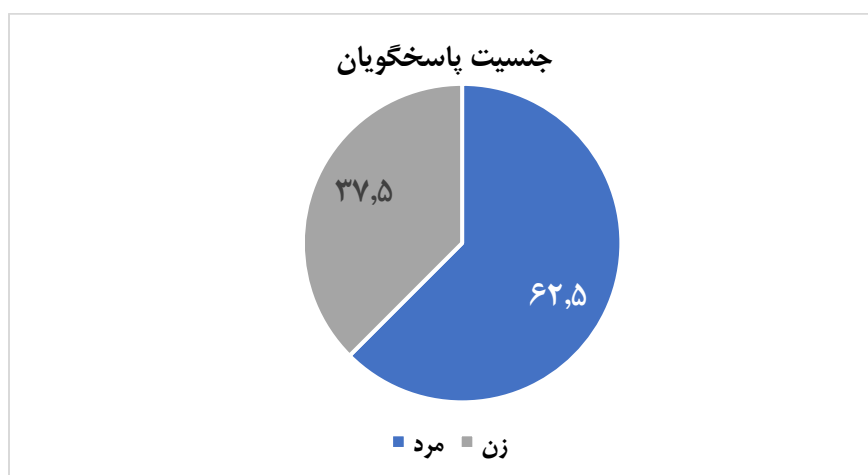
مشخصات

نمونه

## جنسیت

مطابق نمودار زیر ۶۲.۵ درصد از پاسخگویان در این تحقیق مردان بوده‌اند. از آنجا که انتخاب شماره تلفن‌ها از مخزن شماره تلفن سمفا به صورت تصادفی بوده است می‌توان گفت در کل شماره‌های ثبت شده برای خرید بلیت نیز اکثریت با مردان بوده است. البته باید توجه داشت هر فرد ممکن است برای چندین نفر بلیت خریده باشد لیکن آنچه برای نمونه‌گیری در اختیار قرار دارد شماره ثبت شده است و ترکیب نمونه متأثر از این واقعیت است.

نمودار ۱- ترکیب جنسیتی پاسخگویان



## ترکیب سنی

اکثریت پاسخگویان این تحقیق را جوانان تشکیل می‌دهند. همان‌طور که در نمودار دیده می‌شود ۸۴ درصد از پاسخگویان زیر ۴۰ سال هستند و تنها ۳.۴ درصد بیش از ۵۰ سال دارند. میانگین سنی شرکت‌کنندگان در این تحقیق ۳۱ سال و میانه<sup>۱</sup> آن ۳۰ است.

جدول ۲- ترکیب سنی پاسخگویان

| گروه سنی  | فراوانی | فراوانی تجمعی |
|-----------|---------|---------------|
| ۱۵-۱۹ سال | ۷.۱     | ۷.۱           |
| ۲۰-۲۴ سال | ۱۸.۲    | ۲۵.۳          |
| ۲۵-۲۹ سال | ۲۱.۷    | ۴۷.۰          |
| ۳۰-۳۴ سال | ۲۱.۱    | ۶۸.۱          |
| ۳۵-۳۹ سال | ۱۵.۹    | ۸۴.۰          |

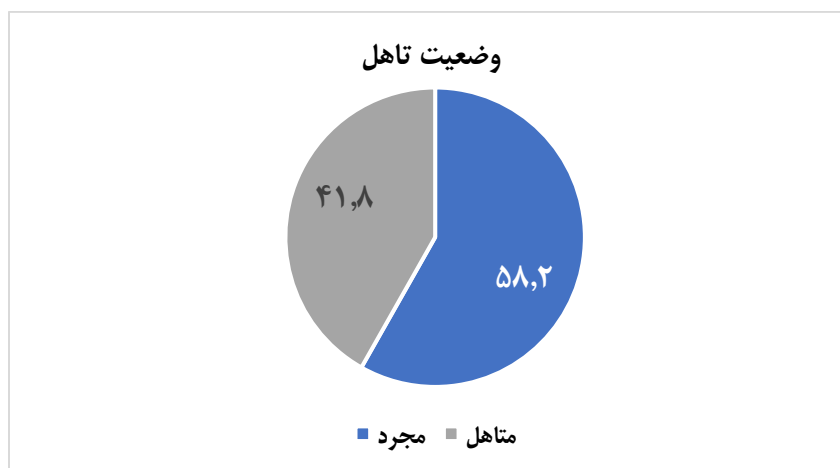
<sup>۱</sup> میانه ۳۰ سال است یعنی نیمی از پاسخگویان کمتر از ۳۰ سال و نیمی بیش از ۳۰ سال هستند.

|       |      |             |
|-------|------|-------------|
| ۹۳.۱  | ۹.۱  | ۴۰-۴۴ سال   |
| ۹۶.۶  | ۳.۵  | ۴۵-۴۹ سال   |
| ۱۰۰.۰ | ۳.۴  | ۵۰ و بالاتر |
| -     | .۱۰۰ |             |

## وضعیت تأهل

مطابق نمودار زیر ۵۸ درصد از پاسخگویان مجرد و ۴۲ درصد متأهل اند. با توجه به جوان بودن نمونه، مجرد بودن اکثریت پاسخگویان قابل فهم است.

نمودار ۲- وضعیت تأهل پاسخگویان

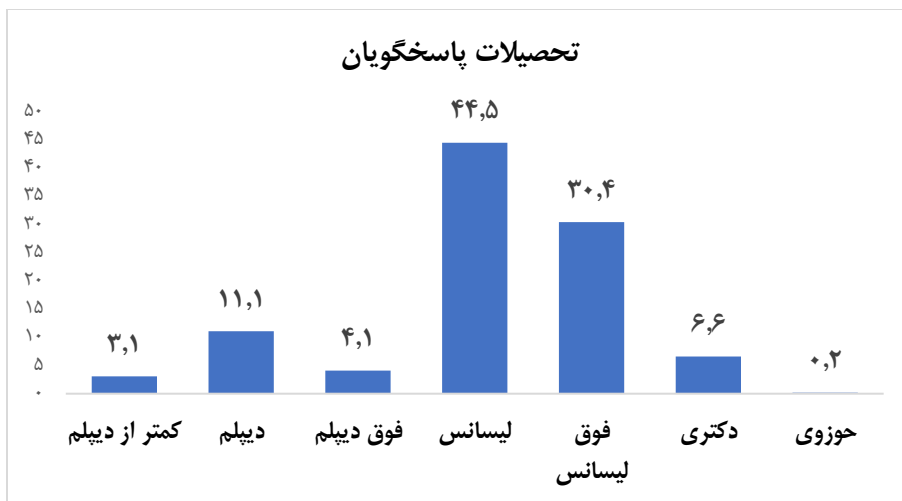


## تحصیلات

اکثریت (۸۱ درصد) پاسخگویان این تحقیق را افراد دارای تحصیلات دانشگاهی تشکیل می‌دهند. بیشترین فراوانی مربوط به دارندگان مدرک لیسانس با سهم ۴۵ درصد از فراوانی کل است.

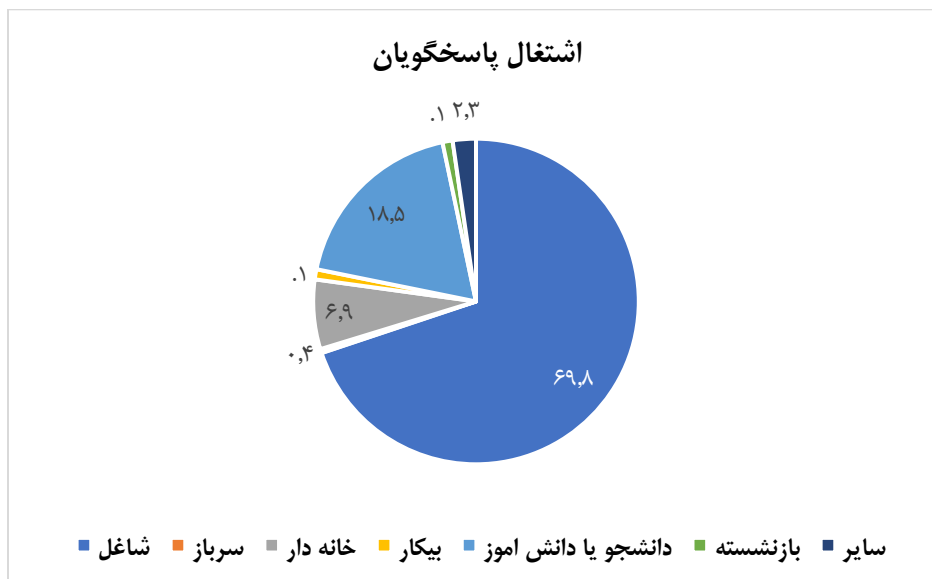
نمودار ۳- تحصیلات پاسخگویان





## اشتغال

از نظر وضعیت شغلی ۷۰ درصد از پاسخگویان را افراد شاغل تشکیل می‌دهند. دانش‌آموزان و دانشجویان با ۱۸.۵ درصد سهم قابل توجهی در نمونه دارند. زنان خانه‌دار با توجه به تعداد آنان در جمعیت کشور سهم اندکی در میان خریداران بلیت دارند و تنها ۷ درصد از نمونه به آن‌ها اختصاص دارد.



## قومیت

از پاسخگویان در مورد قومیت آن‌ها هم سؤال شده است. مطابق نمودار زیر بیشترین فراوانی مربوط به قومیت فارس با ۶۶ درصد بوده و پس از آن ترک‌ها با ۱۸ درصد در رتبه دوم قرار دارند.

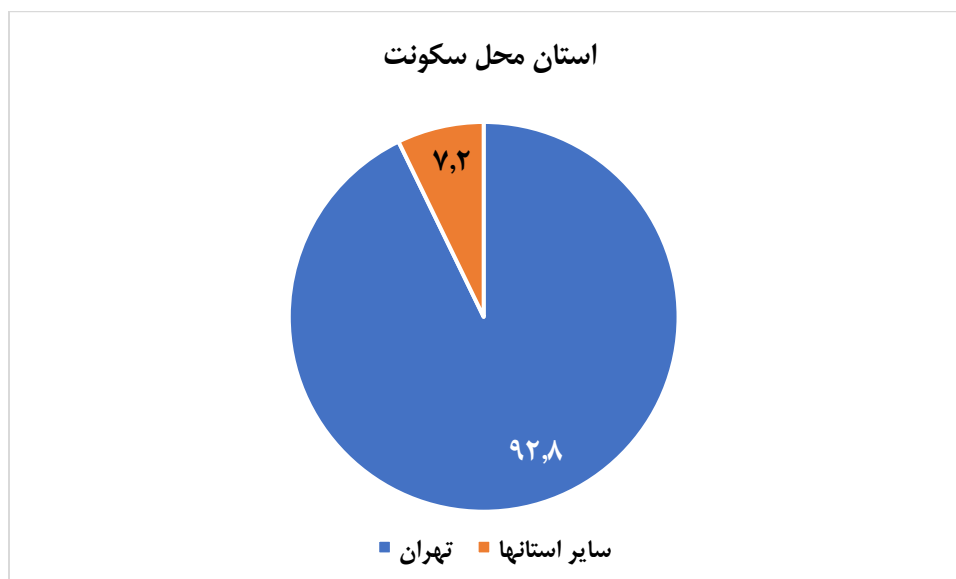
جدول ۳- قومیت پاسخگویان

| قومیت | فراوانی |
|-------|---------|
| لر    | ۵۸      |
| کرد   | ۳۳      |
| فارس  | ۶۵.۷    |
| ترک   | ۱۷.۹    |
| عرب   | ۰.۵     |
| بلوچ  | ۰.۲     |
| لک    | ۰.۱     |
| گیلکی | ۲.۶     |
| مازنی | ۲.۱     |
| سایر  | ۱.۸     |

### استان و شهر محل سکونت

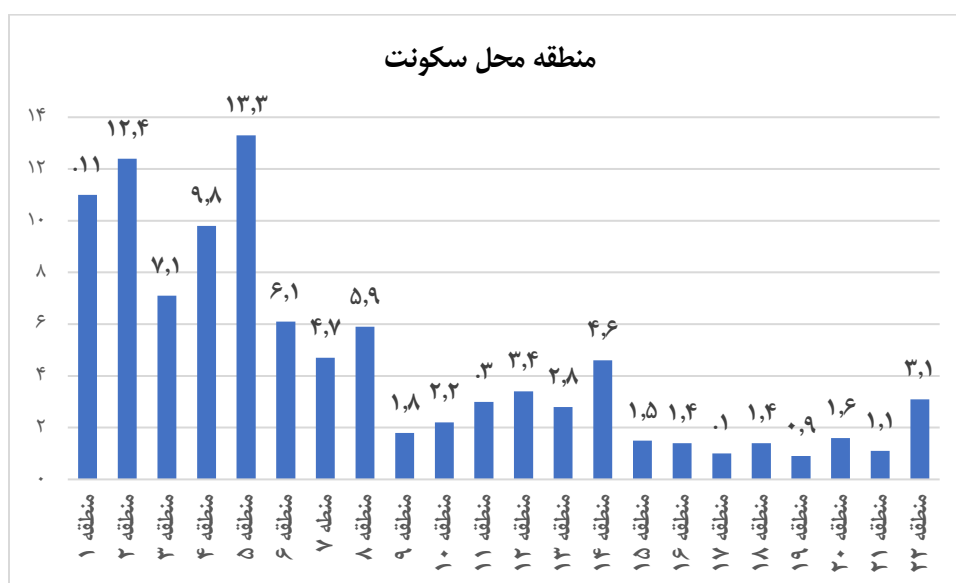
همان‌طور که در نمودار زیر دیده می‌شود اکثریت مطلق پاسخگویان این تحقیق ساکنان استان تهران بوده‌اند و تنها ۷.۲ درصد در دیگر استان‌های ایران زندگی می‌کنند.

نمودار ۴- استان محل سکونت



با توجه سهم حداکثری استان تهران مطابق انتظار اکثریت پاسخگویان ساکن شهر تهران هستند و ۹۰.۷ درصد از کل نمونه را ساکنان این شهر تشکیل می‌دهند. از آنجا که منطقه محله سکونت آن‌ها در میان مناطق ۲۲ گانه تهران پرسیده شده می‌توان تصویری از الگوی سکونت نمونه در شهر را نیز مشخص کرد (نگاه کنید به نمودار زیر).

نمودار ۵ - منطقه محل سکونت



همان‌طور که مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی مربوط به مناطق ۵، ۲ و ۱ شهر تهران است. البته باید در نظر داشت جمعیت مناطق مختلف تهران با هم برابر نیست و در تفسیر این نمودار باید به جمعیت منطقه نیز توجه کرد. لیکن اگر خط خیابان انقلاب مرز میان پهنه شمال و جنوب تهران در نظر گرفته شود جمعیت تهران تقریباً بین این دو پهنه به‌طور مساوی تقسیم شده است. با توجه به فراوانی گزارش شده در نمودار بالا، ۷۳ درصد از نمونه در پهنه شمال تهران قرار دارند. این بدان معنی است که ساکنان مناطق ثروتمندتر تهران سهم بیشتری در نمونه تحقیق داشته‌اند.

### ویژگی‌های نمونه

در ابتدای گزارش گفته شد که نمونه این تحقیق بر اساس انتخاب تصادفی از میان کسانی است که شماره آن‌ها برای خرید بلیت در سامانه فروش آنلاین ثبت شده است. کسانی که از طرق دیگر بلیت تهیه کرده‌اند و فیلم‌ها را دیده‌اند امکان قرار گرفتن در نمونه تحقیق را نداشته‌اند زیرا اطلاعاتی از آن‌ها در دسترس نیست. ضمناً باید به این نکته نیز اشاره کرد که شماره‌های ثبت شده شماره تلفن کسانی است که اقدام به خرید بلیت کرده‌اند و از آنجا که هر نفر

می‌توانسته بیش از یک بلیت بخرد یا بخشی از بلیت‌های خود را در اختیار دیگران قرار دهد، امکان قرار گرفتن بخش دیگری از بینندگان فیلم نیز در نمونه وجود نداشته است.

در نمونه این تحقیق مردان سهم بیشتری دارند و ۶۳ درصد نمونه را تشکیل می‌دهند. اکثر پاسخگویان جوان هستند و نیمی از آن‌ها کمتر از ۳۰ سال سن دارند. ۵۸ درصد مجردند و ۸۱ درصد آن‌ها تحصیلات دانشگاهی دارند. حدود ۷۰ درصد آن‌ها شاغل و ۱۹ درصد نیز دانشجو یا دانش‌آموز هستند. نهایتاً بیش از ۹۰ درصد آن‌ها ساکن شهر تهران هستند و اکثریت هم در پهنه شمال شهر زندگی می‌کنند. پس می‌توان گفت نمونه این تحقیق ویژگی‌های خاصی دارد که می‌توان آن را بیشتر قشری خاص از جامعه و نه لزوماً معرف همه اقشار دانست. برای مقایسه بهتر اگر به نتایج یک پیمایش ملی که در آن نمونه‌گیری از تمام مردم ساکن کشور صورت می‌گیرد بهتر می‌توان به ویژگی‌های خاص نمونه این تحقیق آگاه شد. مثلاً در پیمایش ملی سنجش سنجش ذائقه سینمایی ایرانیان که در دی ماه ۱۴۰۰ انجام شده و در آن جنسیت و سن پاسخگویان بر اساس ترکیب جنسی و سنی کشور بر مبنای سرشماری کنترل شده است، حدود ۳۰ درصد نمونه بالای ۵۵ سال هستند. تنها ۲۶ درصد پاسخگویان تحصیلات عالی دارند، ۳۳ درصد نمونه را زنان خانه‌دار تشکیل می‌دهند و ۷۰ درصد متأهل‌اند. تفاوت میان ترکیب دو نمونه بسیار آشکار است. در نتیجه کسانی که شماره آن‌ها برای خرید بلیت ثبت شده و از آن نمونه‌گیری شده معرف بخش خاصی از جامعه هستند و نمی‌توان آن‌ها را معرف افکار عمومی مردم ایران به معنای عام دانست.

آیا این موضوع به معنای نامعتبر بودن نتایج این تحقیق است؟ پاسخ سریع به این سوال خیر است ولی برای پاسخ تفصیلی به این سؤال باید دو موضوع را از هم جدا کرد. اول اینکه اگر اطلاعات بیشتری از حاضرین در سالن‌ها وجود داشت و نمونه‌گیری دقیق‌تر از همه حضار ممکن بود، شاید ترکیب پاسخگویان از نظر متغیرهای جمعیت شناختی متفاوت می‌شد. لیکن در حال حاضر تنها اطلاعات در دسترس شماره ثبت‌شده کسانی است که برای خرید اقدام کرده‌اند. در نتیجه برای یک تحقیق از مخاطبان راه مقرون به صرفه دیگری وجود ندارد. نکته دوم و بسیار مهم این است که علاقه‌مندان سینما و به‌طور خاص جشنواره را گروهی خاص در جامعه تشکیل می‌دهند و بخش مهمی از جامعه توجهی به رخدادی چون جشنواره ندارد. دنبال کردن اخبار جشنواره و تلاش برای تهیه بلیت بیشتر مختص آن بخش از جامعه است که سینمای ایران را به‌طور جدی دنبال می‌کند. به‌عنوان مثال در پیمایش سنجش ذائقه ایرانیان که در سال ۱۴۰۰ انجام شده ۳۲ درصد از کل پاسخگویان سینما می‌روند و البته در میان افراد با تحصیلات عالی در کل کشور این نسبت ۴۹ درصد است. پس مسئله اینجاست که ترکیب جمعیتی جشنواره‌روها از اساس متفاوت با ترکیب کلی جامعه است. لذا هم محدودیت‌های آمارگیری از مخاطبان جشنواره فیلم فجر و هم ویژگی‌های مخاطبان سینما

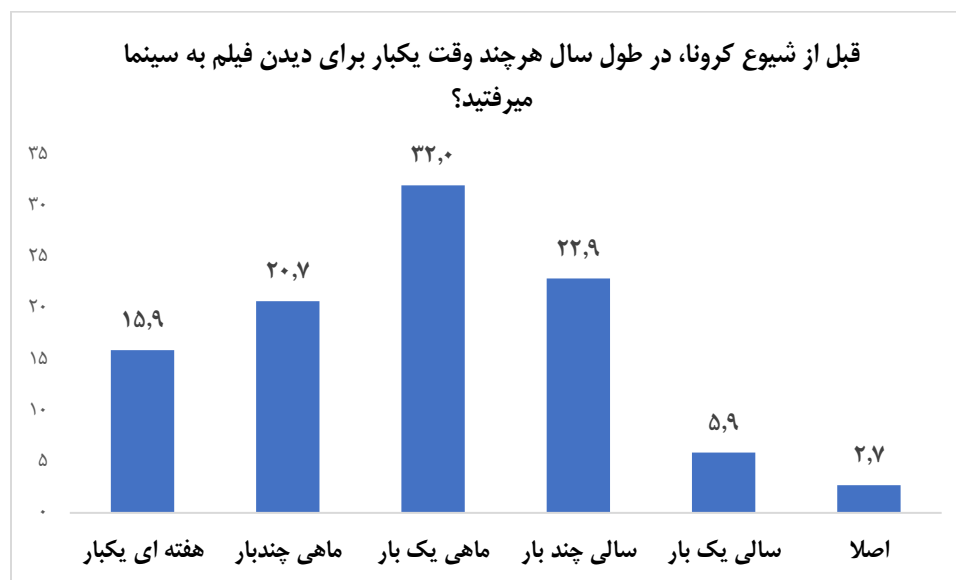
در کشور را باید مورد توجه قرار داد و بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت نتایج این تحقیق می‌تواند تا حد زیادی معرف آن بخش از جامعه ایران باشد که به سینما و جشنواره علاقه‌مند است. در نهایت همین این قشر از جامعه بواسطه دسترسی به رسانه‌ها بیشترین اثر را بر ذهنیت عمومی جامعه از یک فیلم خواهد داشت.

بخش سوم  
ارزیابی برگزاری  
جشنواره

## علاقه‌مندی به سینما

در گام اول در تحقیق سؤالاتی مطرح شد که مشخص می‌کند افراد تا چه اندازه به سینما و جشنواره علاقه‌مند هستند. در ابتدا سؤال شد «قبل از شیوع کرونا، در طول سال هرچند وقت یک‌بار برای دیدن فیلم به سینما می‌رفتید؟». توزیع پاسخ در نمودار زیر آمده است.

نمودار ۶ - سینما رفتن قبل از کرونا



همان‌طور که در نمودار دیده می‌شود تنها ۲.۷ درصد تا پیش از این جشنواره اصلاً سینما نرفته بودند و اکثریت (۶۹ درصد) حداقل ماهی یک‌بار به سینما می‌رفته‌اند. اگر این نسبت را با پیمایش سنجش ذائقه سینمایی ایرانیان (۱۴۰۰) مقایسه کنیم روشن می‌شود که مخاطبان جشنواره در این نمونه از علاقه‌مندترین اقشار به سینما رفتن هستند زیرا در نمونه ملی پیمایش ذائقه تنها ۱۳ درصد از کل پاسخگویان حداقل ماهی یک بار به سالن سینما می‌رفته‌اند. در جدول زیر میزان سینما رفتن به تفکیک دیگر متغیرها آمده است.

جدول ۴- توزیع فراوانی سینما رفتن به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی

| متغیر   | دسته‌بندی           | هفته‌ای<br>یک‌بار | ماهی<br>چندبار | ماهی<br>یک‌بار | سالی<br>چند بار | سالی<br>یک‌بار | اصلاً | کل  | معناداری<br>تفاوت |
|---------|---------------------|-------------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|-------|-----|-------------------|
| جنسیت   | مرد                 | ۱۵.۳              | ۲۰.۱           | ۳۲.۶           | ۲۳.۴            | ۶              | ۲.۶   | ۱۰۰ | -                 |
|         | زن                  | ۱۶.۸              | ۲۱.۸           | ۳۰.۹           | ۲۲              | ۵.۶            | ۲.۹   | ۱۰۰ |                   |
| سن      | ۱۵-۲۴               | ۱۵.۷              | ۲۱.۱           | ۳۳.۱           | ۲۲.۴            | ۵.۷            | ۱.۹   | ۱۰۰ | *                 |
|         | ۲۵-۳۴               | ۱۶.۵              | ۲۱.۷           | ۳۳             | ۲۱.۶            | ۴.۹            | ۲.۴   | ۱۰۰ |                   |
|         | ۳۵ و بالاتر         | ۱۵.۳              | ۱۹.۱           | ۲۹.۸           | ۲۴.۸            | ۷.۲            | ۳.۸   | ۱۰۰ |                   |
| تأهل    | مجرد                | ۱۶.۳              | ۲۰.۴           | ۳۲.۲           | ۲۱.۹            | ۶.۳            | ۲.۹   | ۱۰۰ | -                 |
|         | متأهل               | ۱۵.۳              | ۲۱             | ۳۱.۸           | ۲۴.۳            | ۵.۲            | ۲.۴   | ۱۰۰ |                   |
| تحصیلات | کاردانی و کمتر      | ۱۵.۳              | ۱۹.۶           | ۲۸.۸           | ۲۶              | ۷.۱            | ۳.۲   | ۱۰۰ | -                 |
|         | کارشناسی و حوزوی    | ۱۶.۷              | ۲۰.۸           | ۳۱.۱           | ۲۲.۶            | ۵.۶            | ۳.۲   | ۱۰۰ |                   |
|         | ارشد و دکتری        | ۱۵.۱              | ۲۱.۱           | ۳۴.۷           | ۲۱.۸            | ۵.۶            | ۱.۸   | ۱۰۰ |                   |
| اشتغال  | شاغل یا بیکار       | ۱۶.۷              | ۲۰.۹           | ۳۱.۸           | ۲۲.۲            | ۵.۷            | ۲.۶   | ۱۰۰ | *                 |
|         | دانشجو یا دانش‌آموز | ۱۳.۹              | ۲۱.۴           | ۳۳.۷           | ۲۳.۲            | ۵.۴            | ۲.۵   | ۱۰۰ |                   |
|         | سایر                | ۱۳.۹              | ۱۸             | ۳۰.۱           | ۲۷.۲            | ۷.۵            | ۳.۲   | ۱۰۰ |                   |
| قومیت   | فارس                | ۱۵.۴              | ۲۱.۵           | ۳۲.۸           | ۲۲              | ۵.۶            | ۲.۷   | ۱۰۰ | -                 |
|         | ترک                 | ۱۴.۶              | ۲۱.۴           | ۳۲.۲           | ۲۴.۳            | ۵.۷            | ۱.۸   | ۱۰۰ |                   |
|         | سایر                | ۱۹.۱              | ۱۶.۵           | ۲۹             | ۲۵              | ۷              | ۳.۴   | ۱۰۰ |                   |

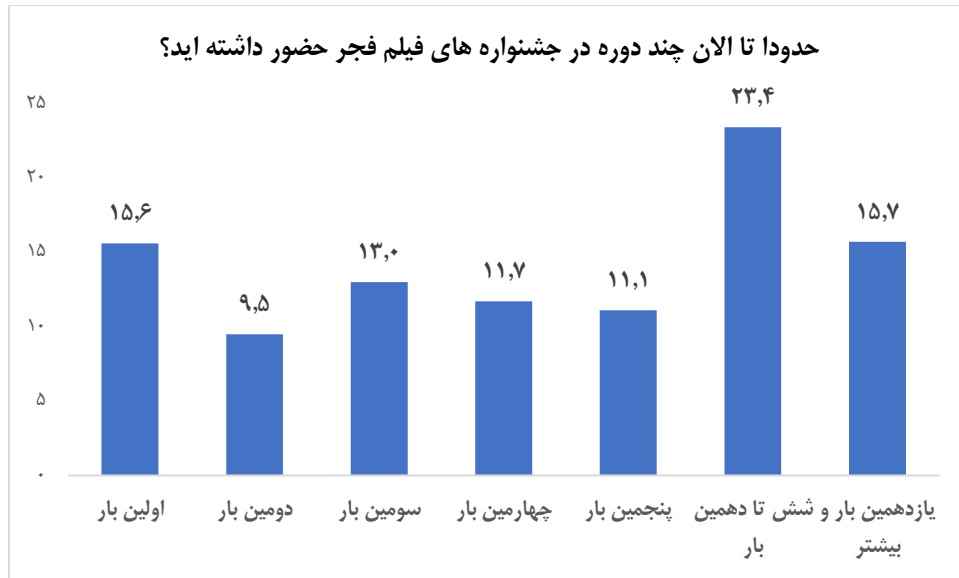
مطابق جدول بالا در میان گروه‌های مختلف در نمونه جز از نظر سن و وضعیت اشتغال تفاوت معناداری در سینما رفتن وجود ندارد. نتایج نشان می‌دهد افراد بالای ۳۵ سال و زنان خانه‌دار و بازنشسته‌ها اندکی کمتر از دیگران به سینما می‌روند.

### مشارکت در جشنواره‌های پیشین

برای مشخص کردن اینکه تا چه اندازه پاسخگویان در سال‌های گذشته نیز پیگیر جشنواره بوده‌اند و اصطلاحاً جشنواره‌روهای حرفه‌ای هستند از افراد سؤال شد برای چندمین بار است که در جشنواره شرکت می‌کنند. در نمودار زیر توزیع پاسخ‌ها آمده است.



نمودار ۷- مشارکت در جشنواره‌های پیشین



همان‌طور که در نمودار دیده می‌شود ۱۶ درصد از پاسخگویان برای اولین بار است که در جشنواره شرکت کرده‌اند. در آن سوی طیف ۱۶ نیز کسانی هستند که بیش از ده جشنواره قبلی را تجربه کرده‌اند. با توجه به میانگین سنی پایین پاسخگویان قابل انتظار است که فقط ۴۰ درصد پاسخگویان حداقل در پنج جشنواره قبلی هم مشارکت کرده باشند.

جدول ۵- مشارکت در جشنواره‌های پیشین برحسب متغیرهای جمعیت شناختی

| متغیر   | دسته‌بندی           | اولین بار | دو تا پنجمین بار | ششمین بار و بیشتر | کل  | معناداری تفاوت |
|---------|---------------------|-----------|------------------|-------------------|-----|----------------|
| جنسیت   | مرد                 | ۱۱.۶      | ۴۳.۶             | ۴۴.۸              | ۱۰۰ | *              |
|         | زن                  | ۲۲.۱      | ۴۸               | ۲۹.۹              | ۱۰۰ |                |
| سن      | ۱۵-۲۴               | ۲۴.۹      | ۶۰.۲             | ۱۴.۹              | ۱۰۰ | *              |
|         | ۲۵-۳۴               | ۱۳.۹      | ۴۷               | ۳۹.۱              | ۱۰۰ |                |
|         | ۳۵ و بالاتر         | ۱۰.۵      | ۳۱.۱             | ۵۸.۵              | ۱۰۰ |                |
| تأهل    | مجرد                | ۱۷.۲      | ۴۹.۶             | ۳۳.۳              | ۱۰۰ | *              |
|         | متأهل               | ۱۳.۳      | ۳۹.۳             | ۴۷.۴              | ۱۰۰ |                |
| تحصیلات | کاردانی و کمتر      | ۲۶.۵      | ۴۸.۹             | ۲۴.۶              | ۱۰۰ | *              |
|         | کارشناسی و حوزوی    | ۱۵.۱      | ۴۷.۴             | ۳۷.۵              | ۱۰۰ |                |
|         | ارشد و دکتری        | ۱۰.۸      | ۴۰.۸             | ۴۸.۴              | ۱۰۰ |                |
| اشتغال  | شاغل یا بیکار       | ۱۱.۸      | ۴۲.۴             | ۴۵.۸              | ۱۰۰ | *              |
|         | دانشجو یا دانش‌آموز | ۲۷        | ۵۶.۸             | ۱۶.۱              | ۱۰۰ |                |
|         | سایر                | ۲۰        | ۴۳.۸             | ۳۶.۲              | ۱۰۰ |                |
| قومیت   | فارس                | ۱۳        | ۴۵               | ۴۲                | ۱۰۰ | *              |
|         | ترک                 | ۲۱        | ۴۴.۶             | ۳۴.۴              | ۱۰۰ |                |
|         | سایر                | ۱۹.۹      | ۴۷.۱             | ۳۳                | ۱۰۰ |                |

قابل‌انتظار است که افرادی که سن بالاتری دارد سابقه بیشتری از جهت شرکت در جشنواره‌ها داشته باشند. نتایج جدول بالا هم این فرضیه را تأیید می‌کند؛ ۵۹ درصد افراد بالای ۳۵ سال بیش از پنج جشنواره را تجربه کرده‌اند با آنکه این نسبت برای افراد ۱۵ تا ۲۴ سال ۱۵ درصد است. اما از جهت دیگر متغیرهای جمعیت شناختی هم تفاوت میان گروه‌ها به لحاظ آمار معنادار است. افراد مجرد و کسانی که تحصیلات کمتری دارند سابقه پایین‌تری در مشارکت در جشنواره داشته‌اند که بخشی از آن می‌تواند تحت تأثیر متغیر سن باشد. نکته مهم دیگر این است که اقوام غیر فارس سابقه کمتری از جهت شرکت در جشنواره‌های قبلی داشته‌اند.

## علت شرکت در جشنواره

در سؤالی دیگر از پاسخگویان پرسیده شد: «چه شد که تصمیم گرفتید امسال برای دیدن فیلم‌های جشنواره بیاید؟». در پاسخ به این سؤال باز دلایل متعددی ذکر شد که پس از کدگذاری درنهایت مقوله‌های زیر استخراج شد.

جدول ۶- دلایل مخاطبان برای شرکت در جشنواره

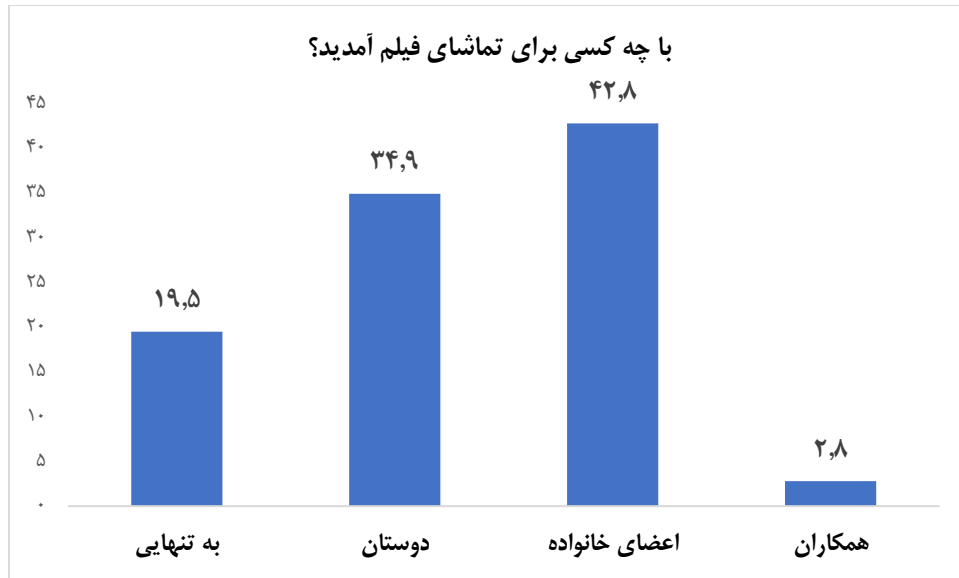
| مقولات استخراج شده  | فراوانی |
|---|---------|
| علاقه شخصی  | ۴۷.۷    |
| هرسال به جشنواره می‌روم   | ۸.۸     |
| به علت شغلی که دارم (کارگردان، خبرنگار و..)                         | ۷.۷     |
| پر کردن اوقات فراغت   | ۶.۷     |
| محتوا و جذابیت فیلم‌ها  | ۴.۶     |
| به خواست دوستان و آشنایان   | ۴.۲     |
| علاقه به بازیگر یا فیلم خاص   | ۴.۱     |
| راحت بودن تهیه بلیت   | ۴       |
| بدون سانسور بودن فیلم‌ها و احتمال اکران نشدن فیلم‌ها بعد از جشنواره | ۲.۸     |
| مرتبط بودن با رشته تحصیلی   | ۲.۸     |
| بهبود وضعیت کرونا   | ۱.۹     |
| تبلیغات   | ۱       |
| داشتن بلیت رایگان   | ۱       |
| حضور در تهران   | ۰.۷     |
| تک‌فروشی بلیت‌ها  | ۰.۴     |
| سایر موارد  | ۱.۸     |

در دلایل ذکر شده بیشتری فراوانی مربوط به علاقه شخصی است که حدود نیمی از پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است. نکته حائز اهمیت این است که اکثریت پاسخگویان پیگیر مسائل سینما هستند و تعداد اندکی به دلایل دیگر مانند بلیت رایگان یا خواست دوستان و آشنایان تصمیم به شرکت در جشنواره گرفته‌اند.

## همراهان تماشای فیلم

نحوه حضور در سالن سینما از موضوعات مورد توجه در این تحقیق بوده و در همین راستا از پاسخگویان سؤال شده «با چه کسی برای تماشای فیلم آمدید؟». در نمودار زیر توزیع پاسخ‌ها آمده است.

نمودار ۸- همراهان در تماشای فیلم



همان طور که دیده می شود ۴۳ درصد از افراد با خانواده خود به تماشای فیلم رفته اند. در ابتدای گزارش گفته شد که نمونه گیری این تحقیق بر اساس شماره های ثبت شده در سامانه سمفا بوده است. اطلاعات این بخش نشان می دهد در ۲۰ درصد موارد فرد خود به تنهایی به دیدن فیلم رفته و در بقیه موارد به همراه دیگران بوده است. ۴۲ درصد از افراد فیلم مورد نظر را به همراه خانواده دیده اند.

جدول ۷- همراهی در تماشای فیلم بر اساس متغیرهای دیگر

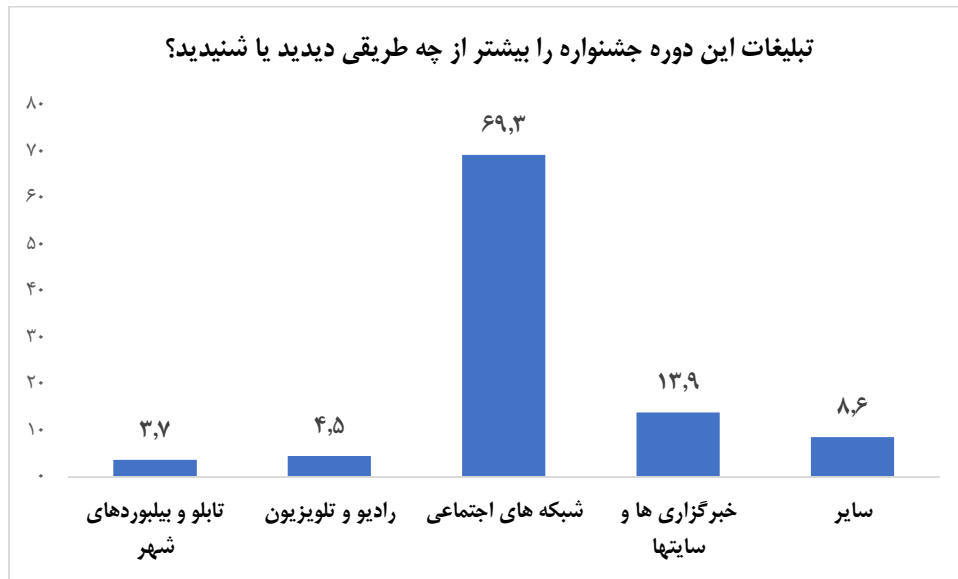
| متغیر                 | دسته بندی           | به تنهایی | دوستان | اعضای خانواده | همکاران | کل  | معناداری تفاوت |
|-----------------------|---------------------|-----------|--------|---------------|---------|-----|----------------|
| جنسیت                 | مرد                 | ۲۲.۴      | ۳۷.۴   | ۳۶.۵          | ۳.۶     | ۱۰۰ | *              |
|                       | زن                  | ۱۴.۸      | ۳۰.۶   | ۵۳.۳          | ۱.۴     | ۱۰۰ |                |
| سن                    | ۱۵-۲۴               | ۲۰.۱      | ۴۹.۴   | ۲۹.۱          | ۱.۴     | ۱۰۰ | *              |
|                       | ۲۵-۳۴               | ۱۷.۸      | ۳۸.۱   | ۴۰.۶          | ۳.۵     | ۱۰۰ |                |
|                       | ۳۵ و بالاتر         | ۲۱.۵      | ۱۹.۱   | ۵۶.۵          | ۳       | ۱۰۰ |                |
| تأهل                  | مجرد                | ۲۴.۹      | ۵۰.۹   | ۲۱.۳          | ۳       | ۱۰۰ | *              |
|                       | متأهل               | ۱۲.۱      | ۱۲.۵   | ۷۲.۸          | ۲.۶     | ۱۰۰ |                |
| تحصیلات               | کاردانی و کمتر      | ۱۸.۳      | ۳۲     | ۴۸.۲          | ۱.۴     | ۱۰۰ | *              |
|                       | کارشناسی و حوزوی    | ۲۱.۲      | ۳۹.۳   | ۳۶.۶          | ۲.۸     | ۱۰۰ |                |
|                       | ارشد و دکتری        | ۱۸.۱      | ۳۰.۷   | ۴۷.۷          | ۳.۴     | ۱۰۰ |                |
| اشتغال                | شاغل یا بیکار       | ۱۹.۵      | ۳۴.۲   | ۴۲.۸          | ۳.۶     | ۱۰۰ |                |
|                       | دانشجو یا دانش آموز | ۲۰.۲      | ۴۷.۰   | ۳۱.۶          | ۱.۲     | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۱۹.۱      | ۱۸.۶   | ۶۱.۷          | ۰.۶     | ۱۰۰ |                |
| قومیت                 | فارس                | ۱۹.۴      | ۳۵.۱   | ۴۲.۷          | ۲.۹     | ۱۰۰ | -              |
|                       | ترک                 | ۱۹.۲      | ۳۳.۵   | ۴۴.۸          | ۲.۶     | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۲۰.۵      | ۳۵.۴   | ۴۱.۴          | ۲.۸     | ۱۰۰ |                |
| سابقه شرکت در جشنواره | اولین بار           | ۱۴.۶      | ۳۷.۴   | ۴۶            | ۱.۹     | ۱۰۰ | -              |
|                       | دو تا پنج بار       | ۱۹.۶      | ۳۶.۷   | ۴۱.۴          | ۲.۳     | ۱۰۰ |                |
|                       | شش بار و بیشتر      | ۲۱.۴      | ۳۱.۸   | ۴۳.۱          | ۳.۷     | ۱۰۰ |                |
| سینما رفتن            | زیاد                | ۱۹.۶      | ۳۴.۵   | ۴۱.۶          | ۴.۴     | ۱۰۰ | -              |
|                       | متوسط               | ۱۹.۱      | ۳۵     | ۴۴.۲          | ۱.۷     | ۱۰۰ |                |
|                       | کم                  | ۲۲.۴      | ۳۵.۴   | ۳۹.۲          | ۳       | ۱۰۰ |                |

زنان، افراد ۳۵ ساله و بالاتر، متأهلین و زنان خانه دار و بازنشسته ها بیش از دیگران به همراه خانواده به دیدن فیلم رفته اند. ۷۲ درصد افراد متأهل که بلیت خریده اند به همراه خانواده به سالن نمایش رفته اند که بالاترین درصد در میان همه گروه هاست.

## مشاهده تبلیغات جشنواره

از مخاطبان خواسته شد اعلام کنند تبلیغات جشنواره را بیشتر از چه طریقی مشاهده کرده‌اند. توزیع پاسخ در نمودار زیر آمده است.

نمودار ۹- نحوه مشاهده تبلیغات جشنواره



شبکه‌های اجتماعی اصلی‌ترین منبع دنبال کردن تبلیغات جشنواره برای مخاطبان بوده است. پس از آن و با فاصله زیاد خبرگزاری‌ها و سایت‌های تخصصی قرار دارند.

جدول ۸- نحوه مشاهده تبلیغات جشنواره بر حسب متغیرهای دیگر

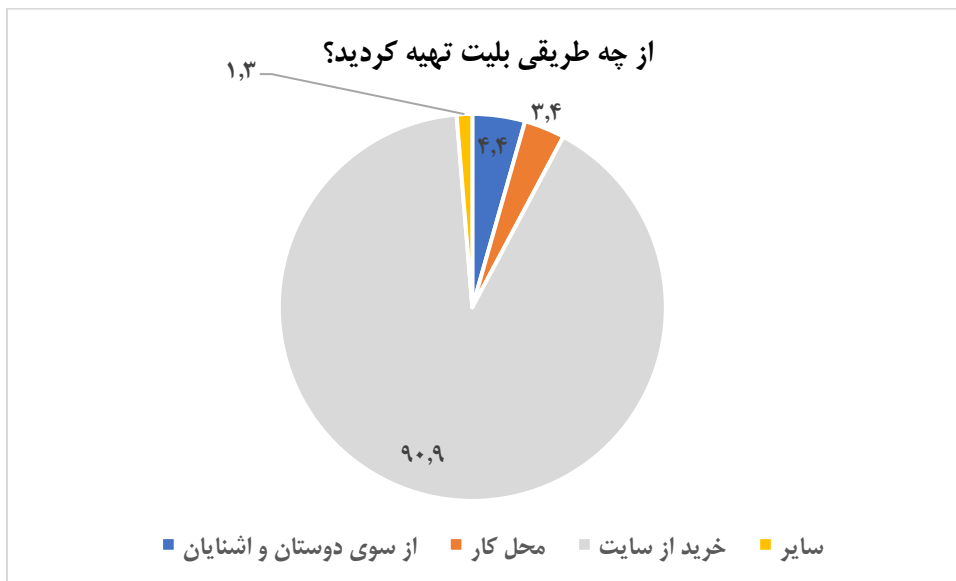
| متغیر                    | دسته بندی           | بیلوردها<br>ی شهر | رادیو و<br>تلویزیون | شبکه های<br>اجتماعی | خبرگزاری<br>و سایت | سایر | کل  | معناداری<br>تفاوت |
|--------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------------|--------------------|------|-----|-------------------|
| جنسیت                    | مرد                 | ۴.۱               | ۴.۵                 | ۶۸.۲                | ۱۴.۴               | ۸.۸  | ۱۰۰ | -                 |
|                          | زن                  | ۳.۱               | ۴.۳                 | ۷۱.۲                | ۱۳.۱               | ۸.۲  | ۱۰۰ |                   |
| سن                       | ۱۵-۲۴               | ۳.۶               | ۳.۴                 | ۷۷.۳                | ۱۰.۴               | ۵.۳  | ۱۰۰ | *                 |
|                          | ۲۵-۳۴               | ۳.۳               | ۳.۱                 | ۷۱.۲                | ۱۴.۴               | ۷.۹  | ۱۰۰ |                   |
|                          | ۳۵ و بالاتر         | ۴.۴               | ۷.۱                 | ۶۰.۶                | ۱۵.۹               | ۱۲   | ۱۰۰ |                   |
| تأهل                     | مجرد                | ۳.۷               | ۲.۶                 | ۷۳                  | ۱۳                 | ۷.۷  | ۱۰۰ | -                 |
|                          | متأهل               | ۳.۸               | ۷                   | ۶۴.۲                | ۱۵.۱               | ۹.۸  | ۱۰۰ |                   |
| تحصیلات                  | کاردانی و کمتر      | ۳.۲               | ۶.۸                 | ۶۸.۹                | ۱۲.۸               | ۸.۴  | ۱۰۰ | *                 |
|                          | کارشناسی و حوزوی    | ۴.۲               | ۳.۴                 | ۷۱.۵                | ۱۲.۸               | ۸.۲  | ۱۰۰ |                   |
|                          | ارشد و دکتری        | ۳.۵               | ۴.۵                 | ۶۶.۹                | ۱۵.۹               | ۹.۲  | ۱۰۰ |                   |
| اشتغال                   | شاغل یا بیکار       | ۴.۱               | ۴.۵                 | ۶۷.۸                | ۱۴.۵               | ۱۴.۵ | ۱۰۰ | -                 |
|                          | دانشجو یا دانش آموز | ۳.۲               | ۱.۹                 | ۷۹.۱                | ۱۰.۴               | ۹.۱  | ۱۰۰ |                   |
|                          | سایر                | ۲.۳               | ۸.۴                 | ۶۲.۳                | ۱۶.۵               | ۵.۴  | ۱۰۰ |                   |
| قومیت                    | فارس                | ۳.۶               | ۴.۷                 | ۶۹.۳                | ۱۳.۹               | ۱۰.۴ | ۱۰۰ | -                 |
|                          | ترک                 | ۳.۷               | ۴.۸                 | ۶۷.۱                | ۱۵.۴               | ۹.۱  | ۱۰۰ |                   |
|                          | سایر                | ۴.۴               | ۳.۲                 | ۷۲                  | ۱۲.۱               | ۸.۳  | ۱۰۰ |                   |
| سابقه شرکت<br>در جشنواره | اولین بار           | ۴                 | ۵                   | ۷۲.۲                | ۱۱.۱               | ۷.۷  | ۱۰۰ | *                 |
|                          | دو تا پنج بار       | ۳.۲               | ۳.۹                 | ۷۱.۸                | ۱۴                 | ۷.۲  | ۱۰۰ |                   |
|                          | شش بار و بیشتر      | ۴.۳               | ۴.۹                 | ۶۵.۴                | ۱۴.۹               | ۱۰.۵ | ۱۰۰ |                   |
| سینما رفتن               | زیاد                | ۳.۵               | ۲.۹                 | ۷۱.۵                | ۱۲.۶               | ۹.۴  | ۱۰۰ | -                 |
|                          | متوسط               | ۳.۸               | ۴.۹                 | ۶۹                  | ۱۴.۶               | ۷.۷  | ۱۰۰ |                   |
|                          | کم                  | ۴.۶               | ۸                   | ۶۱.۶                | ۱۵.۲               | ۱۰.۶ | ۱۰۰ |                   |

مطابق جدول بالا جوان ترها بیشتر از دیگران از شبکه های اجتماعی تبلیغات جشنواره را دنبال کرده اند و هر چه سن بالاتر می رود احتمال بیشتری دارد که فرد از صداوسیما و خبرگزاری های تبلیغات را مشاهده کرده باشد.

## شیوه تهیه بلیت

نمونه گیری در این تحقیق بر اساس شماره های ثبت شده در سامانه فروش بلیت بوده است. همان طور که در نمودار زیر دیده می شود ۹۱ درصد پاسخگویان گفته اند بلیت را از سایت فروش خریده اند.

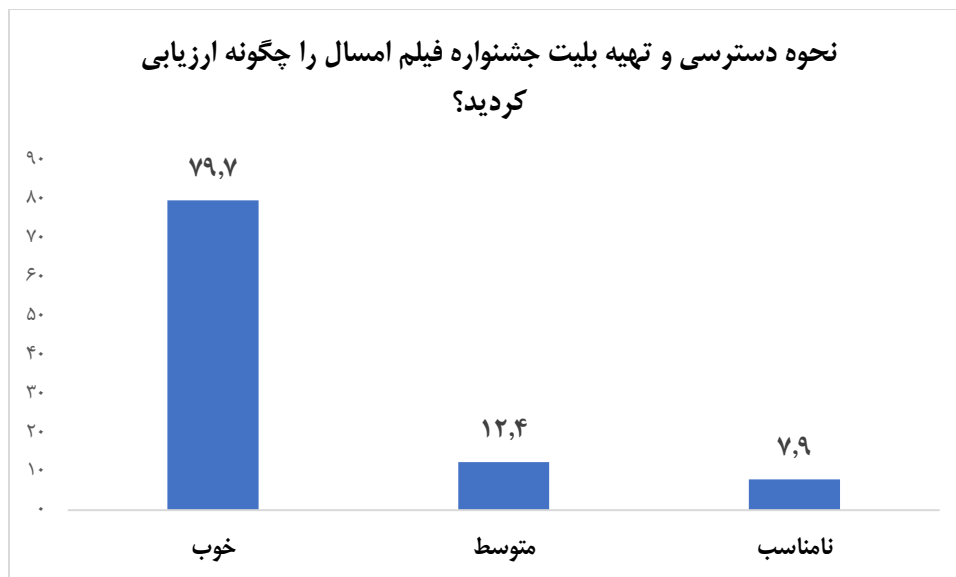
نمودار ۱۰ - شیوه تهیه بلیت فیلم



## رضایت از بلیت فروشی

تهیه بلیت جشنواره از جمله چالش های اصلی مردم برای مشاهده فیلم هاست. برای سنجش میزان رضایت افراد از سایت تهیه بلیت در جشنواره امسال از آنها سؤال شد «نحوه دسترسی و تهیه بلیت جشنواره فیلم امسال را چگونه ارزیابی کردید؟». نتایج در نمودار زیر آمده است.





نتایج این نظرسنجی حاکی از رضایت مخاطبان از شیوه تهیه بلیت در این جشنواره است. تنها ۸ درصد مخاطبان از شیوه تهیه بلیت ناراضی بوده‌اند. در جدول زیر میزان رضایت از تهیه بلیت به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی آمده است. با توجه به اینکه دیدگاه افراد نسبت به برگزاری جشنواره می‌تواند با تمایل فرد به سینما رفتن و همچنین سابقه حضور در جشنواره هم مرتبط باشد این دو متغیر نیز به جدول اضافه شده‌اند.

جدول ۹- رضایت از شیوه تهیه بلیت بر حسب دیگر متغیرها

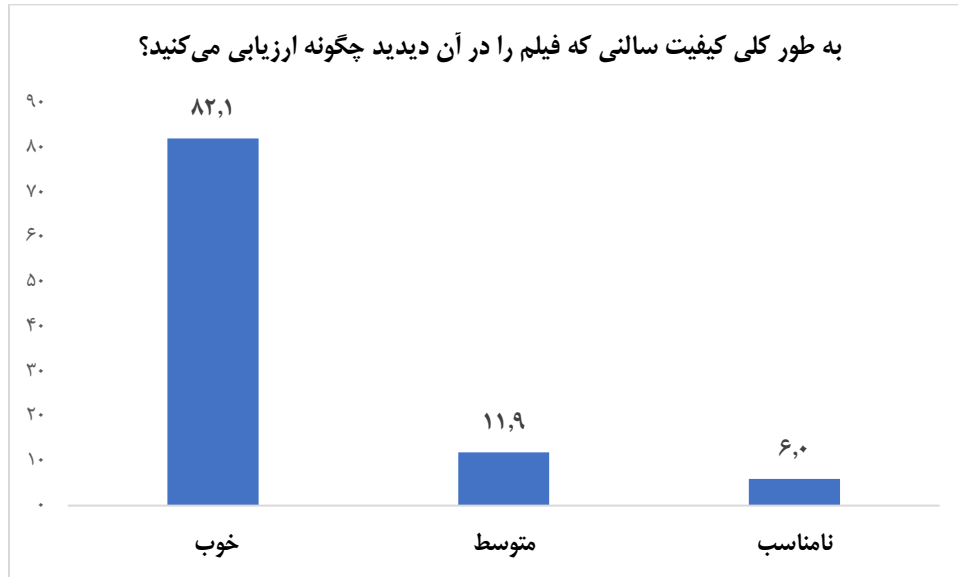
| متغیر                 | دسته بندی           | خوب  | متوسط | نامناسب | کل  | معناداری تفاوت |
|-----------------------|---------------------|------|-------|---------|-----|----------------|
| جنسیت                 | مرد                 | ۷۹.۱ | ۱۲    | ۸.۹     | ۱۰۰ | -              |
|                       | زن                  | ۸۰.۴ | ۱۳.۴  | ۶.۲     | ۱۰۰ |                |
| سن                    | ۱۵-۲۴               | ۸۱   | ۱۲.۵  | ۶.۵     | ۱۰۰ | -              |
|                       | ۲۵-۳۴               | ۷۸.۱ | ۱۳.۳  | ۸.۵     | ۱۰۰ |                |
|                       | ۳۵ سال و بالاتر     | ۸۰.۳ | ۱۱.۵  | ۸.۲     | ۱۰۰ |                |
| تأهل                  | مجرد                | ۷۸.۷ | ۱۳.۱  | ۸.۲     | ۱۰۰ | -              |
|                       | متأهل               | ۸۰.۷ | ۱۱.۷  | ۷.۵     | ۱۰۰ |                |
| تحصیلات               | کاردانی و کمتر      | ۸۱.۸ | ۱۱.۲  | ۷       | ۱۰۰ | -              |
|                       | کارشناسی و حوزوی    | ۷۸.۹ | ۱۳.۴  | ۷.۶     | ۱۰۰ |                |
|                       | ارشد و دکتری        | ۷۹.۳ | ۱۲.۱  | ۸.۶     | ۱۰۰ |                |
| اشتغال                | شاغل یا بیکار       | ۷۸.۶ | ۱۲.۸  | ۸.۶     | ۱۰۰ | *              |
|                       | دانشجو یا دانش آموز | ۸۱.۵ | ۱۱.۴  | ۷.۰     | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۸۲.۵ | ۱۲.۳  | ۵.۳     | ۱۰۰ |                |
| قومیت                 | فارس                | ۷۸.۵ | ۱۳.۵  | ۸       | ۱۰۰ | -              |
|                       | ترک                 | ۸۱.۳ | ۱۰.۳  | ۸.۴     | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۸۱.۸ | ۱۱.۲  | ۷       | ۱۰۰ |                |
| سابقه شرکت در جشنواره | اولین بار           | ۸۵.۳ | ۱۰.۲  | ۴.۵     | ۱۰۰ | *              |
|                       | دو تا پنج بار       | ۸۰.۴ | ۱۲.۶  | ۷       | ۱۰۰ |                |
|                       | شش بار و بیشتر      | ۷۶.۳ | ۱۳.۳  | ۱۰.۳    | ۱۰۰ |                |
| سینما رفتن            | زیاد                | ۷۷.۳ | ۱۳.۳  | ۹.۴     | ۱۰۰ | *              |
|                       | متوسط               | ۸۰.۵ | ۱۲.۳  | ۷.۲     | ۱۰۰ |                |
|                       | کم                  | ۸۳.۶ | ۱۰.۵  | ۵.۹     | ۱۰۰ |                |

جدول بالا نشان می دهد متغیرهای جمعیت شناختی جز اشتغال تفاوتی در میزان رضایت از شیوه تهیه بلیت ایجاد نمی کنند. اما دو متغیر دیگر بر میزان رضایت از تهیه بلیت اثر گذارند. با آنکه میزان رضایت در همه گروه‌ها بالای ۷۵ درصد است اما کسانی که بیشتر سینما می روند و کسانی که سابقه بیشتری در شرکت در جشنواره دارند به نسبت دیگران رضایت کمتری داشته اند.

## رضایت از کیفیت سالن

در نظرسنجی از مخاطبان در مورد کیفیت سالنی که فیلم را در آن مشاهده کردند سؤال شده است. نتایج در نمودار زیر قابل مشاهده است.

نمودار ۱۲ - رضایت از کیفیت سالن نمایش



مطابق نمودار بالا ۸۲ درصد پاسخگویان از کیفیت سالن نمایش راضی بوده‌اند. در جدول زیر توزیع پاسخ‌ها به تفکیک دیگر متغیرها نیز آمده است.

جدول ۱۰- رضایت از کیفیت سالن سینما برحسب متغیرهای دیگر

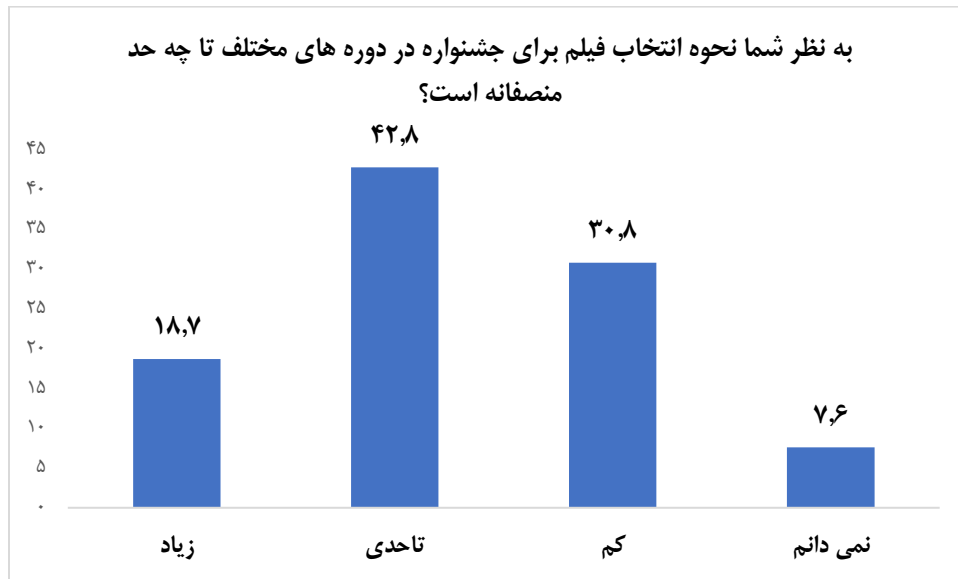
| متغیر                 | دسته بندی           | خوب  | متوسط | نامناسب | کل  | معناداری تفاوت |
|-----------------------|---------------------|------|-------|---------|-----|----------------|
| جنسیت                 | مرد                 | ۸۱.۲ | ۱۲.۳  | ۶.۵     | ۱۰۰ | -              |
|                       | زن                  | ۸۳.۶ | ۱۱.۲  | ۵.۲     | ۱۰۰ |                |
| سن                    | ۱۵-۲۴               | ۸۳.۹ | ۱۱.۶  | ۴.۵     | ۱۰۰ | -              |
|                       | ۲۵-۳۴               | ۸۰.۵ | ۱۲.۸  | ۶.۸     | ۱۰۰ |                |
|                       | ۳۵ و بالاتر         | ۸۲.۹ | ۱۱.۱  | ۶       | ۱۰۰ |                |
| تأهل                  | مجرد                | ۸۱.۴ | ۱۲.۸  | ۵.۸     | ۱۰۰ | -              |
|                       | متأهل               | ۸۳.۱ | ۱۰.۷  | ۶.۲     | ۱۰۰ |                |
| تحصیلات               | کاردانی و کمتر      | ۸۳.۶ | ۱۱.۴  | ۵       | ۱۰۰ | -              |
|                       | کارشناسی و حوزوی    | ۸۲.۴ | ۱۰.۹  | ۶.۷     | ۱۰۰ |                |
|                       | ارشد و دکتری        | ۸۱.۱ | ۱۳.۳  | ۵.۶     | ۱۰۰ |                |
| اشتغال                | شاغل یا بیکار       | ۸۱.۵ | ۱۱.۷  | ۶.۸     | ۱۰۰ | -              |
|                       | دانشجو یا دانش آموز | ۸۳.۷ | ۱۲.۷  | ۳.۷     | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۸۳.۲ | ۱۱.۹  | ۴.۹     | ۱۰۰ |                |
| قومیت                 | فارس                | ۸۱.۸ | ۱۲.۳  | ۵.۹     | ۱۰۰ | -              |
|                       | ترک                 | ۸۳   | ۱۰.۶  | ۶.۴     | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۸۲.۳ | ۱۱.۷  | ۶       | ۱۰۰ |                |
| سابقه شرکت در جشنواره | اولین بار           | ۸۶   | ۱۰.۹  | ۳.۱     | ۱۰۰ | *              |
|                       | دو تا پنج بار       | ۸۲.۵ | ۱۱.۷  | ۵.۸     | ۱۰۰ |                |
|                       | شش بار و بیشتر      | ۸۰.۱ | ۱۲.۶  | ۷.۳     | ۱۰۰ |                |
| سینما رفتن            | زیاد                | ۸۴.۱ | ۱۰.۲  | ۵.۷     | ۱۰۰ | *              |
|                       | متوسط               | ۸۱.۹ | ۱۲.۴  | ۵.۷     | ۱۰۰ |                |
|                       | کم                  | ۷۵.۳ | ۱۵.۶  | ۹.۱     | ۱۰۰ |                |

متغیرهای جمعیت شناختی در رضایت از سالن تغییری ایجاد نمی کنند اما کسانی سابقه بیشتری در سینما رفتن دارند از سالن ها رضایت بیشتری نسب به بقیه داشته اند. در مقابل افرادی که سابقه بیشتری در حضور در جشنواره دارند از کیفیت سالن ها رضایت کمتری نسبت به سایرین ابراز کرده اند.

## ارزیابی شیوه انتخاب فیلم در ادوار جشنواره

منصفانه بودن نحوه انتخاب فیلم برای جشنواره از موضوعاتی است که در این نظرسنجی به آن پرداخته شده است. ارزیابی پاسخگویان از شیوه راه یافتن فیلم‌ها به جشنواره در نمودار زیر آمده است.

نمودار ۱۳- منصفانه بودن شیوه انتخاب فیلم‌ها برای جشنواره در دوره‌های مختلف



همان‌طور که در نمودار دیده می‌شود ارزیابی مردم از شیوه انتخاب فیلم‌ها چندان مثبت نیست. در واقع تنها ۱۹ درصد منصفانه بودن این فرایند را «زیاد» می‌دانند. در مقابل ۳۱ درصد هم این فرایند را چندان منصفانه قضاوت نمی‌کنند. جدول زیر می‌تواند شناخت بهتری از ذهنیت پاسخگویان نسبت به نحوه انتخاب رعایت می‌کند.

جدول ۱۱- میزان منصفانه دانستن انتخاب فیلم‌ها در دوره‌های جشنواره برحسب متغیرهای دیگر

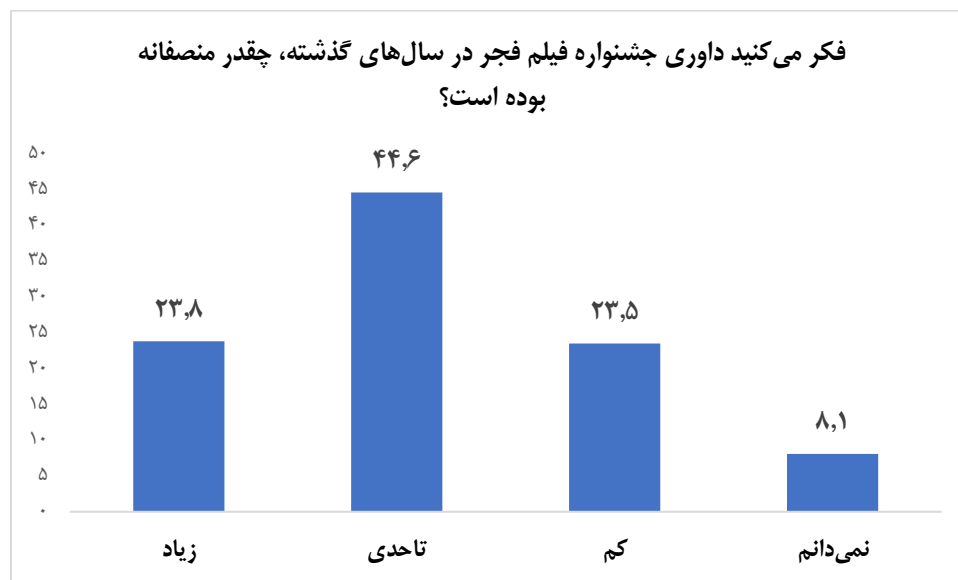
| متغیر                 | دسته‌بندی           | خوب  | متوسط | نامناسب | نمی‌دانم | کل  | معناداری تفاوت |
|-----------------------|---------------------|------|-------|---------|----------|-----|----------------|
| جنسیت                 | مرد                 | ۱۷.۸ | ۴۱.۷  | ۳۴.۴    | ۶.۱      | ۱۰۰ | -              |
|                       | زن                  | ۲۰.۱ | ۴۴.۸  | ۲۴.۹    | ۱۰.۲     | ۱۰۰ |                |
| سن                    | ۱۵-۲۴               | ۲۳.۵ | ۴۵.۸  | ۲۳.۹    | ۶.۹      | ۱۰۰ | *              |
|                       | ۲۵-۳۴               | ۱۷.۴ | ۴۲.۹  | ۳۲.۷    | ۷.۱      | ۱۰۰ |                |
|                       | ۳۵ و بالاتر         | ۱۶.۶ | ۴۰.۵  | ۳۳.۹    | ۹.۱      | ۱۰۰ |                |
| تأهل                  | مجرد                | ۱۸.۱ | ۴۲.۵  | ۳۲.۶    | ۶.۸      | ۱۰۰ | -              |
|                       | متأهل               | ۱۹.۴ | ۴۳.۲  | ۲۸.۵    | ۸.۹      | ۱۰۰ |                |
| تحصیلات               | کاردانی و کمتر      | ۲۴.۴ | ۴۲    | ۲۶      | ۷.۷      | ۱۰۰ | *              |
|                       | کارشناسی و حوزوی    | ۱۷.۳ | ۴۳    | ۳۲.۸    | ۶.۹      | ۱۰۰ |                |
|                       | ارشد و دکتری        | ۱۷.۵ | ۴۳    | ۳۰.۹    | ۸.۵      | ۱۰۰ |                |
| اشتغال                | شاغل یا بیکار       | ۱۷.۴ | ۴۲.۱  | ۳۳.۴    | ۷.۲      | ۱۰۰ | *              |
|                       | دانشجو یا دانش‌آموز | ۲۳.۷ | ۴۳.۲  | ۲۵.۱    | ۸.۱      | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۱۸.۶ | ۴۷    | ۲۴.۶    | ۹.۹      | ۱۰۰ |                |
| قومیت                 | فارس                | ۱۷.۷ | ۴۳.۴  | ۳۱.۲    | ۷.۷      | ۱۰۰ | -              |
|                       | ترک                 | ۱۹.۶ | ۴۳.۷  | ۳۰.۳    | ۶.۴      | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۲۱.۱ | ۴۰    | ۳۰.۲    | ۸.۷      | ۱۰۰ |                |
| سابقه شرکت در جشنواره | اولین بار           | ۲۱.۵ | ۴۰    | ۱۸.۶    | ۱۹.۹     | ۱۰۰ | *              |
|                       | دو تا پنج بار       | ۲۰.۴ | ۴۶.۴  | ۲۶.۴    | ۶.۸      | ۱۰۰ |                |
|                       | شش بار و بیشتر      | ۱۵.۶ | ۴۰    | ۴۰.۷    | ۳.۷      | ۱۰۰ |                |
| سینما رفتن            | زیاد                | ۱۷.۳ | ۴۲.۵  | ۳۴.۸    | ۵.۳      | ۱۰۰ | -              |
|                       | متوسط               | ۱۹.۸ | ۴۴.۱  | ۲۷.۹    | ۸.۲      | ۱۰۰ |                |
|                       | کم                  | ۱۷.۵ | ۳۶.۱  | ۳۲.۳    | ۱۴.۱     | ۱۰۰ |                |

کسانی که سن بالاتری دارند و تحصیلاتشان بالاتر است بیشتر احتمال دارد از فرایند انتخاب فیلم‌ها ناراضی باشند. همین‌طور کسانی که سابقه بیشتری از جهت شرکت در جشنواره دارند در خصوص نحوه انتخاب فیلم‌ها نسبت به بقیه بدبین‌ترند.

## منصفانه بودن داوری‌ها

ارزیابی از داوری جشنواره در دوره‌های قبل از جمله موضوعاتی دیگری است که در این تحقیق بدان پرداخته شده و از پاسخگویان خواسته شده نگرش خود به منصفانه بودن داوری‌ها را اعلام کنند. نتایج در نمودار زیر دیده می‌شود.

نمودار ۱۴- منصفانه بودن داوری جشنواره در دوره‌های قبل



همان‌طور که در نمودار دیده می‌شود ۲۴ درصد داوری‌ها را منصفانه و ۲۴ درصد نیز غیر منصفانه می‌دانند. جدول زیر فراوانی پاسخ‌ها به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی و دو متغیر دیگر را ارائه می‌کند.

جدول ۱۲- ارزیابی از داوری جشنواره در ادوار گذشته

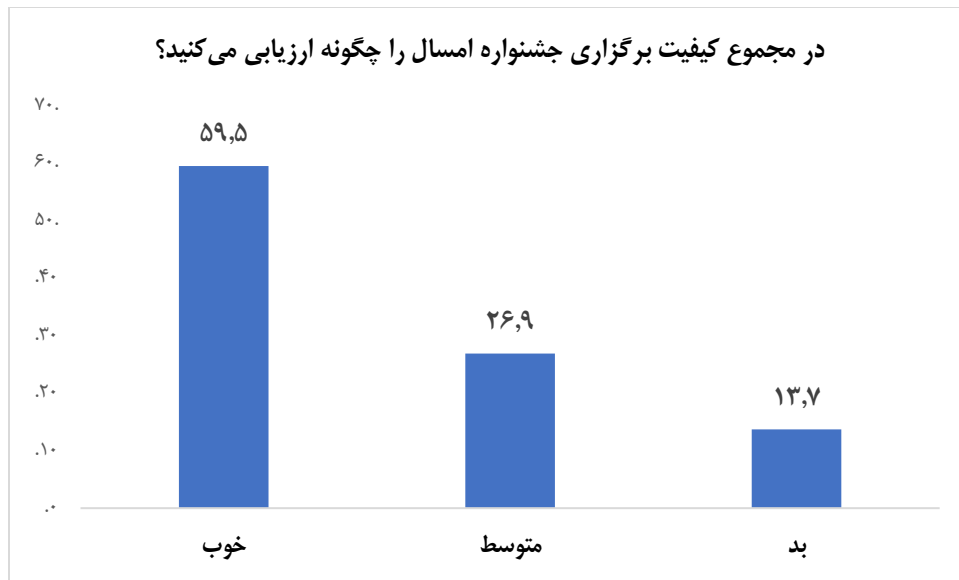
| متغیر                 | دسته بندی           | خوب  | متوسط | نامناسب | نمی دانم | کل  | معناداری تفاوت |
|-----------------------|---------------------|------|-------|---------|----------|-----|----------------|
| جنسیت                 | مرد                 | ۲۲.۷ | ۴۵.۹  | ۲۴.۶    | ۶.۷      | ۱۰۰ | -              |
|                       | زن                  | ۲۵.۵ | ۴۲.۴  | ۲۱.۶    | ۱۰.۵     | ۱۰۰ |                |
| سن                    | ۱۵-۲۴               | ۲۸.۴ | ۴۲.۴  | ۲۰.۶    | ۸.۶      | ۱۰۰ | *              |
|                       | ۲۵-۳۴               | ۲۲.۹ | ۴۶.۵  | ۲۳.۸    | ۶.۸      | ۱۰۰ |                |
|                       | ۳۵ و بالاتر         | ۲۱.۵ | ۴۳.۶  | ۲۵.۳    | ۹.۶      | ۱۰۰ |                |
| تأهل                  | مجرد                | ۲۳.۶ | ۴۵.۵  | ۲۳.۴    | ۷.۵      | ۱۰۰ | -              |
|                       | متأهل               | ۲۴.۱ | ۴۳.۴  | ۲۳.۵    | ۹        | ۱۰۰ |                |
| تحصیلات               | کاردانی و کمتر      | ۲۶.۵ | ۳۶.۵  | ۲۴.۹    | ۱۲.۱     | ۱۰۰ | -              |
|                       | کارشناسی و حوزوی    | ۲۳.۸ | ۴۵.۲  | ۲۳.۹    | ۷.۱      | ۱۰۰ |                |
|                       | ارشد و دکتری        | ۲۲.۵ | ۴۷.۸  | ۲۲.۳    | ۷.۴      | ۱۰۰ |                |
| اشتغال                | شاغل یا بیکار       | ۲۲.۳ | ۴۶.۲  | ۲۴.۴    | ۷.۱      | ۱۰۰ | -              |
|                       | دانشجو یا دانش آموز | ۲۸.۴ | ۴۱.۱  | ۲۰.۹    | ۹.۶      | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۲۵.۵ | ۴۰.۳  | ۲۲      | ۱۲.۲     | ۱۰۰ |                |
| قومیت                 | فارس                | ۲۱.۸ | ۴۷.۴  | ۲۳.۳    | ۷.۴      | ۱۰۰ | -              |
|                       | ترک                 | ۲۸.۷ | ۳۷.۷  | ۲۳.۴    | ۱۰.۲     | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۲۶.۶ | ۴۱.۲  | ۲۳.۷    | ۸.۵      | ۱۰۰ |                |
| سابقه شرکت در جشنواره | اولین بار           | ۲۳   | ۳۳.۷  | ۱۵.۷    | ۲۷.۶     | ۱۰۰ | -              |
|                       | دو تا پنج بار       | ۲۷.۶ | ۴۴.۱  | ۲۲.۸    | ۵.۵      | ۱۰۰ |                |
|                       | شش بار و بیشتر      | ۱۹.۷ | ۴۹.۴  | ۲۷.۴    | ۳.۵      | ۱۰۰ |                |
| سینما رفتن            | زیاد                | ۲۳.۴ | ۴۶.۴  | ۲۴.۱    | ۶.۱      | ۱۰۰ | *              |
|                       | متوسط               | ۲۴.۵ | ۴۴.۱  | ۲۳.۴    | ۷.۹      | ۱۰۰ |                |
|                       | کم                  | ۲۰.۵ | ۳۹.۹  | ۲۱.۷    | ۱۷.۹     | ۱۰۰ |                |

### رضایت از نحوه برگزاری در این دوره

برای سنجش میزان رضایت پاسخگویان از این دوره جشنواره از آن‌ها سؤال شد «در مجموع کیفیت برگزاری جشنواره امسال را چگونه ارزیابی می‌کنید؟». توزیع پاسخ مخاطبان در نمودار زیر آمده است.



نمودار ۱۵- میزان رضایت از برگزاری جشنواره در این دوره



مطابق نمودار بالا ۶۰ درصد از پاسخگویان از نحوه برگزاری جشنواره در این دوره راضی بوده‌اند و تنها ۱۴ درصد رضایت خود را پایین اعلام کرده‌اند. جدول زیر اطلاعات بیشتری در مورد رضایت مخاطبان از جشنواره ارائه می‌کند.

جدول ۱۳- رضایت از برگزاری جشنواره برحسب متغیرهای دیگر

| متغیر                 | دسته بندی           | خوب  | متوسط | نامناسب | کل  | معناداری تفاوت |
|-----------------------|---------------------|------|-------|---------|-----|----------------|
| جنسیت                 | مرد                 | ۵۶.۹ | ۲۷.۶  | ۱۵.۴    | ۱۰۰ | *              |
|                       | زن                  | ۶۳.۷ | ۲۵.۶  | ۱۰.۷    | ۱۰۰ |                |
| سن                    | ۱۵-۲۴               | ۶۲.۲ | ۲۷    | ۱۰.۸    | ۱۰۰ | -              |
|                       | ۲۵-۳۴               | ۵۷.۴ | ۲۶.۵  | ۱۶.۱    | ۱۰۰ |                |
|                       | ۳۵ و بالاتر         | ۶۰   | ۲۷.۵  | ۱۲.۶    | ۱۰۰ |                |
| تاهل                  | مجرد                | ۵۷.۵ | ۲۸.۸  | ۱۳.۷    | ۱۰۰ | -              |
|                       | متاهل               | ۶۲.۱ | ۲۴.۳  | ۱۳.۷    | ۱۰۰ |                |
| تحصیلات               | کاردانی و کمتر      | ۶۵.۶ | ۲۳.۷  | ۱۰.۸    | ۱۰۰ | *              |
|                       | کارشناسی و حوزوی    | ۵۸.۶ | ۲۶.۶  | ۱۴.۸    | ۱۰۰ |                |
|                       | ارشد و دکتری        | ۵۷.۵ | ۲۸.۹  | ۱۳.۷    | ۱۰۰ |                |
| اشتغال                | شاغل یا بیکار       | ۵۶.۹ | ۲۸.۲  | ۱۵      | ۱۰۰ | *              |
|                       | دانشجو یا دانش آموز | ۶۴.۱ | ۲۴.۵  | ۱۱.۴    | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۶۸   | ۲۲.۸  | ۹.۲     | ۱۰۰ |                |
| قومیت                 | فارس                | ۵۸.۶ | ۲۶.۷  | ۱۴.۷    | ۱۰۰ | -              |
|                       | ترک                 | ۶۲.۴ | ۲۵.۸  | ۱۱.۸    | ۱۰۰ |                |
|                       | سایر                | ۵۹.۱ | ۲۹.۱  | ۱۱.۸    | ۱۰۰ |                |
| سابقه شرکت در جشنواره | اولین بار           | ۶۸.۴ | ۲۶.۳  | ۵.۳     | ۱۰۰ | *              |
|                       | دو تا پنج بار       | ۶۰.۵ | ۲۶.۵  | ۱۳      | ۱۰۰ |                |
|                       | شش بار و بیشتر      | ۵۴.۸ | ۲۷.۶  | ۱۷.۶    | ۱۰۰ |                |
| سینما رفتن            | زیاد                | ۵۷.۷ | ۲۶.۶  | ۱۵.۷    | ۱۰۰ | -              |
|                       | متوسط               | ۶۰.۹ | ۲۶.۸  | ۱۲.۳    | ۱۰۰ |                |
|                       | کم                  | ۵۷.۷ | ۲۸.۵  | ۱۳.۸    | ۱۰۰ |                |

همان گونه که در نمودار دیده می شود زنان و کسانی که تحصیلات کمتری دارند بیش از بقیه از کیفیت برگزاری جشنواره راضی بودند. در بین کسانی که سابقه زیادی در حضور در جشنواره های قبلی دارند هم اکثریت از برگزاری راضی هستند اما به نسبت دیگران میزان رضایت در این گروه پایین تر است.

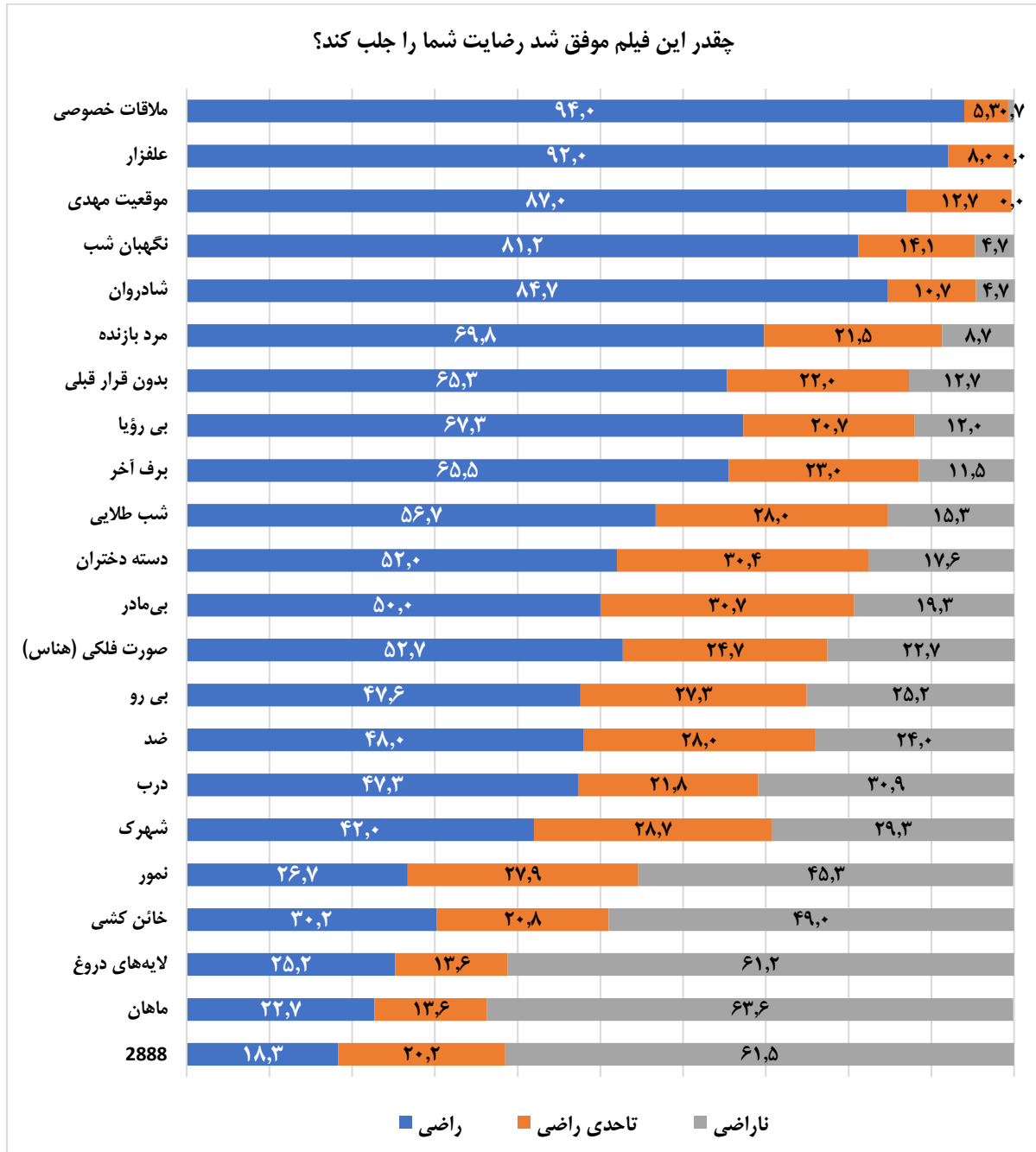
بخش چهارم

ارزیابی فیلم‌ها

## رضایت مخاطبان از فیلم‌های جشنواره

بهترین فیلم از نگاه مخاطب یکی از مناقشه‌برانگیزترین موضوعات در جشنواره چهلیم بود. در این نظرسنجی برای تعیین میزان محبوبیت فیلم‌ها از مخاطبان هر فیلم سؤال شد که تا چه اندازه فیلمی که دیده‌اند رضایت آن‌ها را جلب کرده است. در جدول زیر توزیع پاسخ برحسب هر فیلم آمده است.

نمودار ۱۶- میزان رضایت از فیلم‌های جشنواره



جدول ۱۴- فروانی رضایت مخاطبان از فیلم‌ها و میانگین نمره رضایت

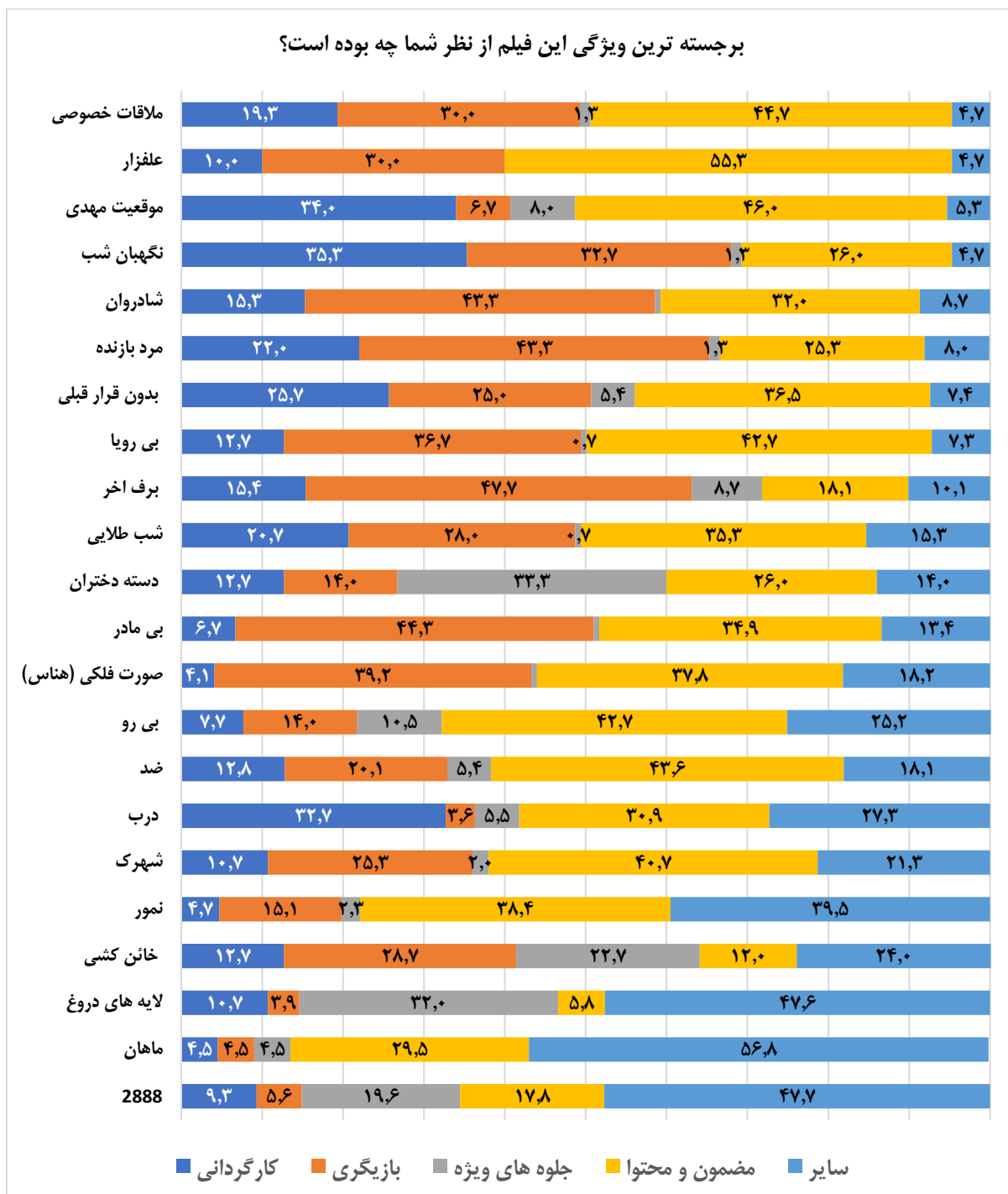
| رتبه | نام فیلم         | راضی | تاحدی راضی | ناراضی | میانگین درصدی |
|------|------------------|------|------------|--------|---------------|
| ۱    | ملاقات خصوصی     | ۹۴   | ۵.۳        | ۰.۷    | ۸۸.۳۳         |
| ۲    | علفزار           | ۹۲   | ۸          | ۰      | ۸۶.۶۷         |
| ۳    | موقعیت مهدی      | ۸۷   | ۱۲.۷       | ۰      | ۸۵.۰۰         |
| ۴    | نگهبان شب        | ۸۱.۲ | ۱۴.۱       | ۴.۷    | ۷۹.۷۰         |
| ۵    | شادروان          | ۸۴.۷ | ۱۰.۷       | ۴.۷    | ۷۹.۵۰         |
| ۶    | مرد بازنده       | ۶۹.۸ | ۲۱.۵       | ۸.۷    | ۷۲.۱۵         |
| ۷    | بدون قرار قبلی   | ۶۵.۳ | ۲۲         | ۱۲.۷   | ۶۹.۶۷         |
| ۸    | بی رؤیا          | ۶۷.۳ | ۲۰.۷       | ۱۲     | ۶۹.۶۷         |
| ۹    | برف آخر          | ۶۵.۵ | ۲۳         | ۱۱.۵   | ۶۸.۰۸         |
| ۱۰   | شب طلایی         | ۵۶.۷ | ۲۸         | ۱۵.۳   | ۶۲.۸۳         |
| ۱۱   | دسته دختران      | ۵۲   | ۳۰.۴       | ۱۷.۶   | ۶۱.۹۹         |
| ۱۲   | بی مادر          | ۵۰   | ۳۰.۷       | ۱۹.۳   | ۵۹.۸۳         |
| ۱۳   | صورت فلکی (هناس) | ۵۲.۷ | ۲۴.۷       | ۲۲.۷   | ۵۹.۳۳         |
| ۱۴   | بی رو            | ۴۷.۶ | ۲۷.۳       | ۲۵.۲   | ۵۷.۵۲         |
| ۱۵   | ضد               | ۴۸   | ۲۸         | ۲۴     | ۵۶.۵۰         |
| ۱۶   | درب              | ۴۷.۳ | ۲۱.۸       | ۳۰.۹   | ۵۴.۵۵         |
| ۱۷   | شهرک             | ۴۲   | ۲۸.۷       | ۲۹.۳   | ۵۳.۰۰         |
| ۱۸   | نمور             | ۲۶.۷ | ۲۷.۹       | ۴۵.۳   | ۴۱.۵۷         |
| ۱۹   | خائن کشی         | ۳۰.۲ | ۲۰.۸       | ۴۹     | ۳۹.۹۳         |
| ۲۰   | لایه‌های دروغ    | ۲۵.۲ | ۱۳.۶       | ۶۱.۲   | ۳۲.۵۳         |
| ۲۱   | ماهان            | ۲۲.۷ | ۱۳.۶       | ۶۳.۶   | ۳۱.۲۵         |
| ۲۲   | ۲۸۸۸             | ۱۸.۳ | ۲۰.۲       | ۶۱.۵   | ۳۱.۱۹         |

همان‌طور که در جدول دیده می‌شود ملاقات خصوصی، علفزار و موقعیت مهدی در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفته‌اند. لایه‌های دروغ، ماهان و ۲۸۸۸ نیز سه فیلم آخر هستند. برای مقایسه دقیق‌تر میانگین نمره رضایت نیز بر اساس طیف پنج‌تایی «خیلی راضی» تا «خیلی ناراضی» حساب شده و در مقیاس صد نمره گزارش شده است که بر اساس آن فیلم‌ها رتبه‌بندی شده‌اند.

## برجسته‌ترین ویژگی فیلم از نگاه مخاطبان

در تحقیق از مردم خواسته شد که برجسته‌ترین ویژگی فیلمی که دیده‌اند را اعلام کنند. در نمودار و جدول زیر فراوانی پاسخ مخاطبان آمده است.

نمودار ۱۷- برجسته‌ترین ویژگی فیلم از نگاه مخاطب



برجسته‌ترین ویژگی فیلم از نگاه مخاطبان

| نام فیلم         | کارگردانی | بازیگری | جلوه‌های ویژه | مضمون و محتوا | سایر |
|------------------|-----------|---------|---------------|---------------|------|
| ملاقات خصوصی     | ۱۹.۳      | ۳۰      | ۱.۳           | ۴۴.۷          | ۴.۷  |
| علفزار           | ۱۰        | ۳۰      | ۰             | ۵۵.۳          | ۴.۷  |
| موقعیت مهدی      | ۳۴        | ۶.۷     | ۸             | ۴۶            | ۵.۳  |
| نگهبان شب        | ۳۵.۳      | ۳۲.۷    | ۱.۳           | ۲۶            | ۴.۷  |
| شادروان          | ۱۵.۳      | ۴۳.۳    | ۰.۷           | ۳۲            | ۸.۷  |
| مرد بازنده       | ۲۲        | ۴۳.۳    | ۱.۳           | ۲۵.۳          | ۸    |
| بدون قرار قبلی   | ۲۵.۷      | ۲۵      | ۵.۴           | ۳۶.۵          | ۷.۴  |
| بی رؤیا          | ۱۲.۷      | ۳۶.۷    | ۰.۷           | ۴۲.۷          | ۷.۳  |
| برف آخر          | ۱۵.۴      | ۴۷.۷    | ۸.۷           | ۱۸.۱          | ۱۰.۱ |
| شب طلایی         | ۲۰.۷      | ۲۸      | ۰.۷           | ۳۵.۳          | ۱۵.۳ |
| دسته دختران      | ۱۲.۷      | ۱۴      | ۳۳.۳          | ۲۶            | ۱۴   |
| بی‌مادر          | ۶.۷       | ۴۴.۳    | ۰.۷           | ۳۴.۹          | ۱۳.۴ |
| صورت فلکی (هناس) | ۴.۱       | ۳۹.۲    | ۰.۷           | ۳۷.۸          | ۱۸.۲ |
| بی‌رو            | ۷.۷       | ۱۴      | ۱۰.۵          | ۴۲.۷          | ۲۵.۲ |
| ضد               | ۱۲.۸      | ۲۰.۱    | ۵.۴           | ۴۳.۶          | ۱۸.۱ |
| درب              | ۳۲.۷      | ۳.۶     | ۵.۵           | ۳۰.۹          | ۲۷.۳ |
| شهرک             | ۱۰.۷      | ۲۵.۳    | ۲             | ۴۰.۷          | ۲۱.۳ |
| نمور             | ۴.۷       | ۱۵.۱    | ۲.۳           | ۳۸.۴          | ۳۹.۵ |
| خائن کشی         | ۱۲.۷      | ۲۸.۷    | ۲۲.۷          | ۱۲            | ۲۴   |
| لایه‌های دروغ    | ۱۰.۷      | ۳.۹     | ۳۲            | ۵.۷           | ۴۷.۶ |
| ماهان            | ۴.۵       | ۴.۵     | ۴.۵           | ۲۹.۵          | ۵۶.۸ |
| ۲۸۸۸             | ۹.۳       | ۵.۶     | ۱۹.۶          | ۱۷.۸          | ۴۷.۷ |

همان‌طور که در نمودار و جدول بالا دیده می‌شود برای برخی از فیلم‌ها مانند نگهبان شب کارگردانی و بازیگران نقاط قوت اصلی فیلم بوده‌اند و برخی نیز مانند بی‌رو یا ضد به لحاظ محتوا و مضمون مخاطب را جذب کرده‌اند. در مجموع فیلم‌هایی مانند ملاقات خصوصی، علفزار یا موقعیت مهدی که در رتبه‌های بالاتری از نظر رضایت کلی



مخاطب قرار دارند توانسته‌اند علاوه بر جذب مخاطب از محتوا و مضمون، کارگردانی و بازیگری بهتری را نیز ارائه کنند. پنج فیلم اول از نظر اینکه مخاطبان کارگردانی، بازیگری، جلوه‌های ویژه و مضمون و محتوا را به‌عنوان ویژگی برجسته آن اعلام کرده‌اند در جداول زیر آمده است.

جدول ۱۵- پنج فیلم اول از نظر کارگردانی به‌عنوان ویژگی مهم فیلم

| نام فیلم       | درصد |
|----------------|------|
| نگهبان شب      | ۳۵.۳ |
| موقعیت مهدی    | ۳۴   |
| درب            | ۳۲.۷ |
| بدون قرار قبلی | ۲۵.۷ |
| مرد بازنده     | ۲۲   |

جدول ۱۶- پنج فیلم اول از نظر بازیگری به‌عنوان ویژگی مهم فیلم

| نام فیلم         | درصد |
|------------------|------|
| برف آخر          | ۴۷.۷ |
| بی‌مادر          | ۴۴.۳ |
| شادروان          | ۴۳.۳ |
| مرد بازنده       | ۴۳.۳ |
| صورت فلکی (هناس) | ۳۹.۲ |

جدول ۱۷- پنج فیلم اول از نظر جلوه‌های ویژه به‌عنوان ویژگی مهم فیلم

| نام فیلم      | درصد |
|---------------|------|
| دسته دختران   | ۳۳.۳ |
| لایه‌های دروغ | ۳۲   |
| خائن کشی      | ۲۲.۷ |
| ۲۸۸۸          | ۱۹.۶ |
| بی‌رو         | ۱۰.۵ |

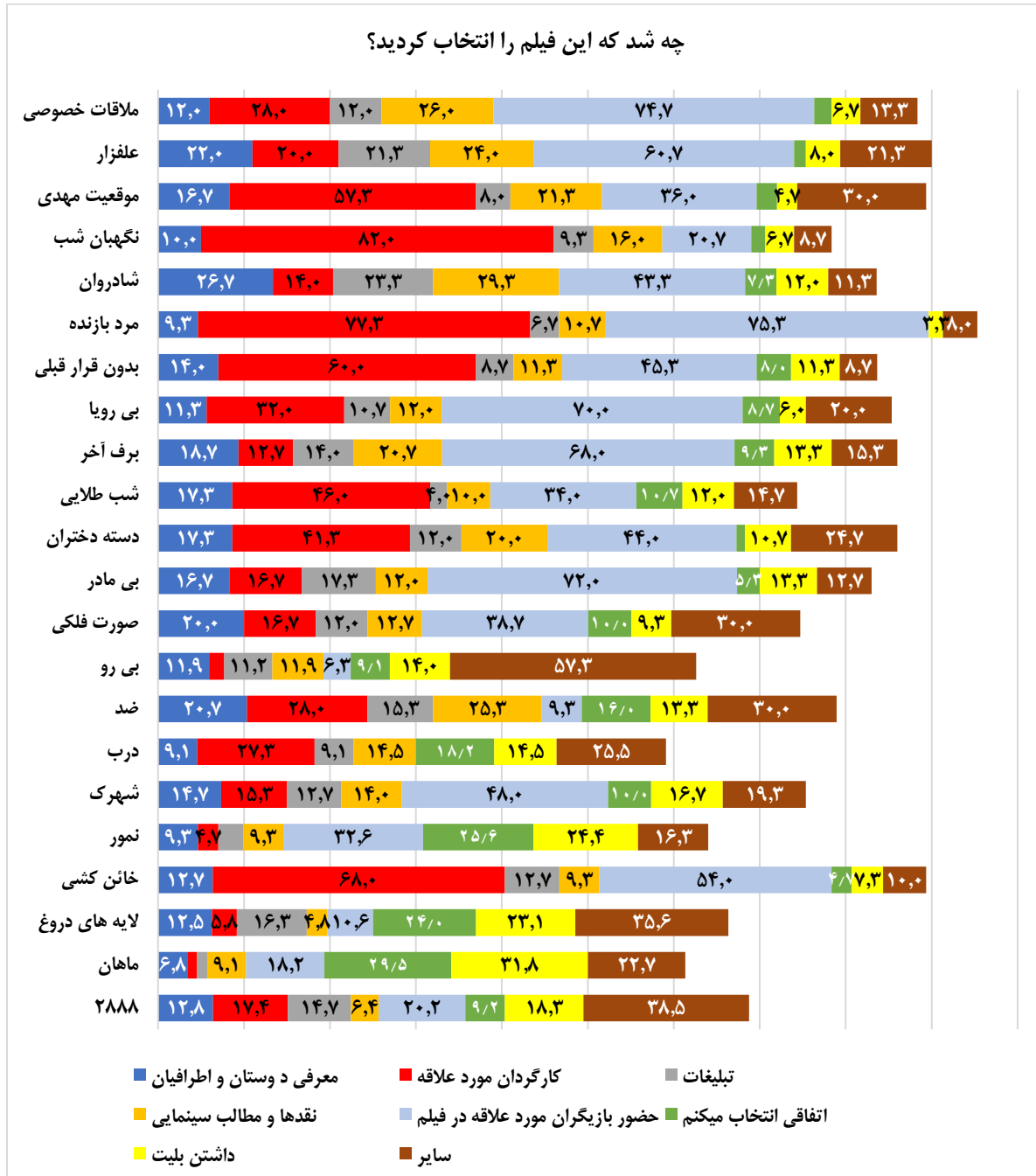
جدول ۱۸- پنج فیلم اول از نظر مضمون و محتوا به عنوان ویژگی مهم فیلم

| نام فیلم     | درصد |
|--------------|------|
| علفزار       | ۵۵.۳ |
| موقعیت مهدی  | ۴۶   |
| ملاقات خصوصی | ۴۴.۷ |
| ضد           | ۴۳.۶ |
| بی رؤیا      | ۴۲.۷ |
| بی رو        | ۴۲.۷ |

## دلیل انتخاب فیلم از نگاه مخاطبان

از پاسخگویان سؤال شد که فیلم موردنظر را به چه دلیل انتخاب کرده‌اند. همان‌طور که در نمودار و جدول زیر دیده می‌شود مجموعه‌ای از عوامل در پاسخ مردم ذکر شده است. توجه شود که از آنجا که هر پاسخگو می‌توانسته بیش از یک پاسخ انتخاب کند مجموع درصدها بیش از صد است.

نمودار ۱۸- دلیل اصلی انتخاب فیلم از نگاه مخاطب



جدول ۱۹- دلیل انتخاب فیلم از نگاه مخاطبان

| نام فیلم       | معرفی<br>دوستان و<br>اطرافیان | کارگردان<br>موردعلاقه | تبلیغات | نقدها و<br>مطالب<br>سینمایی | بازیگران<br>موردعلاقه | اتفاقی<br>انتخاب<br>می‌کنم | داشتن<br>بلیت | سایر |
|----------------|-------------------------------|-----------------------|---------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|---------------|------|
| ملاقات خصوصی   | ۱۲                            | ۲۸                    | ۱۲      | ۲۶                          | ۷۴.۷                  | ۴                          | ۶.۷           | ۱۳.۳ |
| علفزار         | ۲۲                            | ۲۰                    | ۲۱.۳    | ۲۴                          | ۶۰.۷                  | ۲.۷                        | ۸             | ۲۱.۳ |
| موقعیت مهدی    | ۱۶.۷                          | ۵۷.۳                  | ۸       | ۲۱.۳                        | ۳۶                    | ۴.۷                        | ۴.۷           | ۳۰   |
| نگهبان شب      | ۱۰                            | ۸۲                    | ۹.۳     | ۱۶                          | ۲۰.۷                  | ۳.۳                        | ۶.۷           | ۸.۷  |
| شادروان        | ۲۶.۷                          | ۱۴                    | ۲۳.۳    | ۲۹.۳                        | ۴۳.۳                  | ۷.۳                        | ۱۲            | ۱۱.۳ |
| مرد بازنده     | ۹.۳                           | ۷۷.۳                  | ۶.۷     | ۱۰.۷                        | ۷۵.۳                  | ۰                          | ۳.۳           | ۸    |
| بدون قرار قبلی | ۱۴                            | ۶۰                    | ۸.۷     | ۱۱.۳                        | ۴۵.۳                  | ۸                          | ۱۱.۳          | ۸.۷  |
| بی رؤیا        | ۱۱.۳                          | ۳۲                    | ۱۰.۷    | ۱۲                          | ۷۰                    | ۸.۷                        | ۶             | ۲۰   |
| برف آخر        | ۱۸.۷                          | ۱۲.۷                  | ۱۴      | ۲۰.۷                        | ۶۸                    | ۹.۳                        | ۱۳.۳          | ۱۵.۳ |
| شب طلایی       | ۱۷.۳                          | ۴۶                    | ۴       | ۱۰                          | ۳۴                    | ۱۰.۷                       | ۱۲            | ۱۴.۷ |
| دسته دختران    | ۱۷.۳                          | ۴۱.۳                  | ۱۲      | ۲۰                          | ۴۴                    | ۲                          | ۱۰.۷          | ۲۴.۷ |
| بی‌مادر        | ۱۶.۷                          | ۱۶.۷                  | ۱۷.۳    | ۱۲                          | ۷۲                    | ۵.۳                        | ۱۳.۳          | ۱۲.۷ |
| صورت فلکی      | ۲۰                            | ۱۶.۷                  | ۱۲      | ۱۲.۷                        | ۳۸.۷                  | ۱۰                         | ۹.۳           | ۳۰   |
| بی‌رو          | ۱۱.۹                          | ۳.۵                   | ۱۱.۲    | ۱۱.۹                        | ۶.۳                   | ۹.۱                        | ۱۴            | ۵۷.۳ |
| ضد             | ۲۰.۷                          | ۲۸                    | ۱۵.۳    | ۲۵.۳                        | ۹.۳                   | ۱۶                         | ۱۳.۳          | ۳۰   |
| درب            | ۹.۱                           | ۲۷.۳                  | ۹.۱     | ۱۴.۵                        | ۰                     | ۱۸.۲                       | ۱۴.۵          | ۲۵.۵ |
| شهرک           | ۱۴.۷                          | ۱۵.۳                  | ۱۲.۷    | ۱۴                          | ۴۸                    | ۱۰                         | ۱۶.۷          | ۱۹.۳ |
| نمور           | ۹.۳                           | ۴.۷                   | ۵.۸     | ۹.۳                         | ۳۲.۶                  | ۲۵.۶                       | ۲۴.۴          | ۱۶.۳ |
| خائن کشی       | ۱۲.۷                          | ۶۸                    | ۱۲.۷    | ۹.۳                         | ۵۴                    | ۴.۷                        | ۷.۳           | ۱۰   |
| لایه‌های دروغ  | ۱۲.۵                          | ۵.۸                   | ۱۶.۳    | ۴.۸                         | ۱۰.۶                  | ۲۴                         | ۲۳.۱          | ۳۵.۶ |
| ماهان          | ۶.۸                           | ۲.۳                   | ۲.۳     | ۹.۱                         | ۱۸.۲                  | ۲۹.۵                       | ۳۱.۸          | ۲۲.۷ |
| ۲۸۸۸           | ۱۲.۸                          | ۱۷.۴                  | ۱۴.۷    | ۶.۴                         | ۲۰.۲                  | ۹.۲                        | ۱۸.۳          | ۳۸.۵ |

همان‌طور که در جدول و نمودار دیده می‌شود خصوصاً در مورد فیلم‌های موفق مخاطبان با شناخت قبلی به دیدن فیلم رفته‌اند. در نیمه پایینی وزن مواردی چون انتخاب اتفاقی یا داشتن بلیت پررنگ‌تر است. در بالای نمودار و جدول بالا

جایی که فیلم‌های موفق از نظر رضایت مردم قرار دارند در اغلب موارد ترکیب بازیگر و کارگردان نقش به سزایی در انتخاب فیلم داشته است. تنها استثنا فیلم خائن کشی است که از نظر این دو معیار در رده بالایی است اما رضایت مخاطب را جلب نکرده است. نقدها سینمایی در شش فیلم دلیل انتخاب بیش از ۲۰ درصد مخاطبان بوده اما این نسبت به هیچ فیلمی به ۳۰ درصد نرسیده است.

برای شش فیلم بیش از ۴۰ درصد مخاطبان کارگردان را یکی از دلایل انتخاب فیلم معرفی کرده‌اند. اگر فقط همین گروه را در نظر بگیریم در جدول زیر میزان رضایت از فیلمی که دیده‌اند آمده است.

جدول ۲۰- رضایت از فیلم از نگاه کسانی که کارگردان فیلم برایشان اهمیت داشته

| نام فیلم       | راضی | تاحدی راضی | ناراضی |
|----------------|------|------------|--------|
| نگهبان شب      | ۸۴.۴ | ۱۲.۳       | ۳.۲    |
| مرد بازنده     | ۶۹.۵ | ۲۰.۹       | ۹.۶    |
| خائن کشی       | ۳۳.۷ | ۱۹.۸       | ۴۶.۵   |
| بدون قرار قبلی | ۶۶.۶ | ۲۲.۲       | ۱۱.۲   |
| موقعیت مهدی    | ۸۷.۲ | ۱۲.۸       | ۰      |
| شب طلایی       | ۵۵.۱ | ۲۶.۱       | ۱۸.۸   |
| دسته دختران    | ۵۸.۱ | ۲۹         | ۱۳     |

همان‌طور که در جدول دیده می‌شود طرفداران هادی حجازی فر (موقعیت مهدی) و رضا میرکریمی (نگهبان شب) کاملاً راضی از سالن بازگشته‌اند. محمدحسین مهدویان (مرد بازنده)، بهروز شعبی (بدون قرار قبلی)، منیر قیدی (دسته دختران) و یوسف حاتمی کیا (شب طلایی) نیز مخاطبان‌شان را ناامید نکرده‌اند. مسعود کیمیایی (خائن کشی) اما هوادارانش را چندان راضی نکرده است و این بار هم فیلمش در اندازه نام او نبوده است.

برای یازده فیلم، بیش از ۴۰ درصد مخاطبان بازیگران را یکی از دلایل انتخاب فیلم معرفی کرده‌اند. در جدول زیر میزان رضایت این گروه از فیلمی که دیده‌اند آمده است.

جدول ۲۱- رضایت از فیلم از نگاه طرفداران بازیگران

| نام فیلم       | راضی | تا حدی راضی | ناراضی |
|----------------|------|-------------|--------|
| مرد بازنده     | ۶۹   | ۲۲.۱        | ۸.۸    |
| ملاقات خصوصی   | ۹۶.۴ | ۳.۶         | ۰      |
| بی‌مادر        | ۵۳.۷ | ۳۰.۶        | ۱۵.۷   |
| بی‌رؤیا        | ۶۷.۶ | ۲۰          | ۱۲.۴   |
| برف آخر        | ۶۷   | ۲۲          | ۱۱     |
| علفزار         | ۹۳.۴ | ۶.۶         | ۰      |
| خائن کشی       | ۲۳.۸ | ۲۲.۵        | ۵۳.۸   |
| شهرک           | ۵۲.۸ | ۲۶.۴        | ۲۰.۸   |
| بدون قرار قبلی | ۶۰.۳ | ۲۳.۵        | ۱۶.۲   |
| دسته دختران    | ۵۷.۸ | ۲۱.۹        | ۲۰.۳   |
| شادروان        | ۹۶.۹ | ۳.۱         | ۰      |

ملاقات خصوصی، علفزار و شادروان بیشترین رضایت را از سمت هواداران بازیگرانشان داشته‌اند. در اینجا هم خائن کشی بیش از سایر فیلم‌ها هواداران را ناامید کرده است.

### مضمون اصلی فیلم از نگاه مخاطب

در یک سؤال باز از پاسخگویان سؤال شد «به نظر شما مضمون یا پیام اصلی این فیلم در یکی یا دو جمله چه بوده است؟». کلیه پاسخ‌ها کدگذاری شده و در نهایت مضامین اصلی استخراج شد که در جدول زیر گزارش شده است. در این جدول همه مضامین صرف نظر از فیلم آمده است.

جدول ۲۲- مضامین یا پیام فیلم‌ها در جشنواره

| مضمون                       | فراوانی |
|-----------------------------|---------|
| ارزش‌های اخلاقی             | ۷.۳     |
| روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت | ۷       |

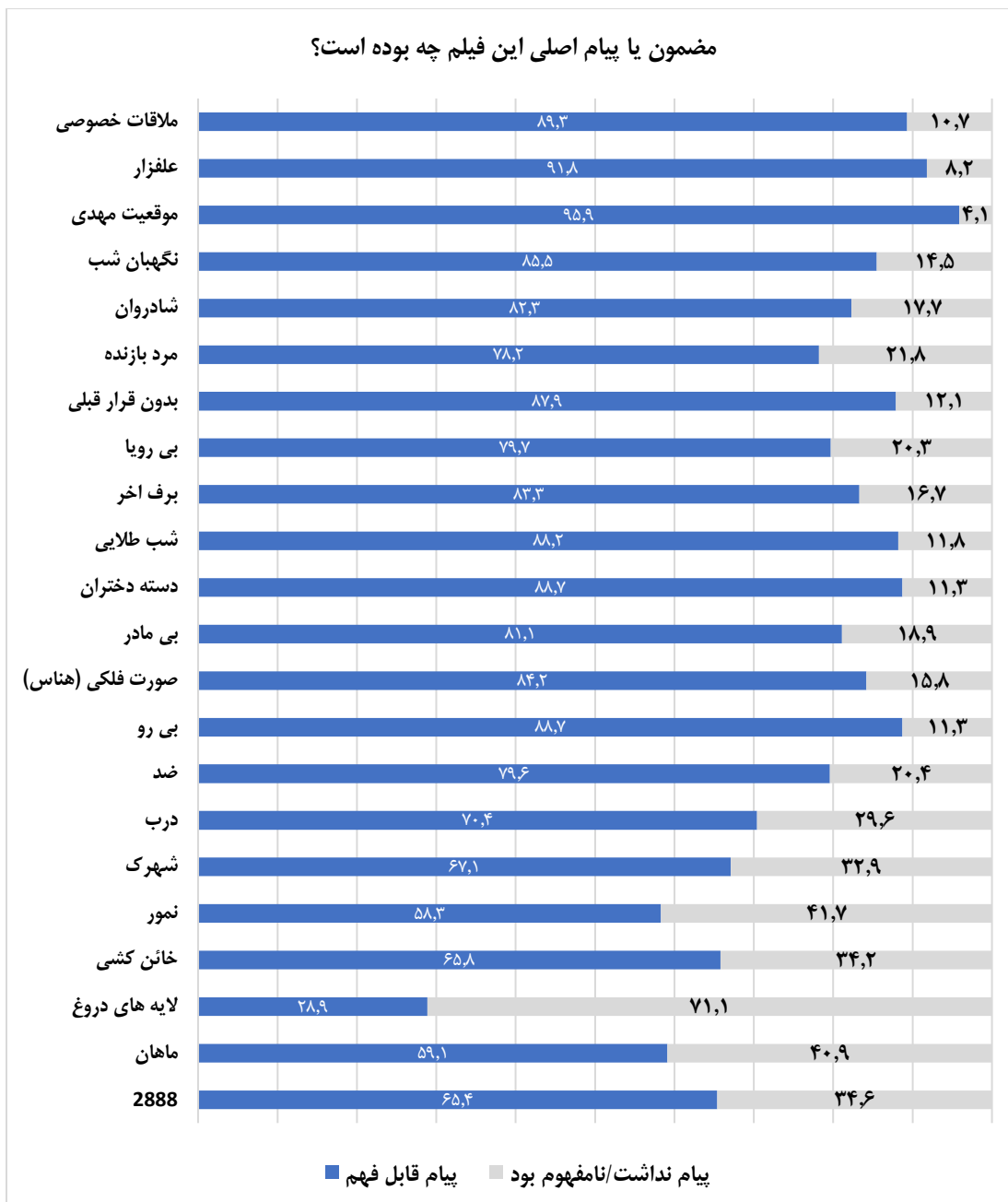
|     |  |
|-----|--|
| ۵.۹ | امید و تلاش  |
| ۵.۱ | دفاع مقدس و خانواده شهدا                             |
| ۵.۱ | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                    |
| ۴.۸ | مسائل و ناهنجاری‌های اجتماعی                         |
| ۳.۷ | پرداختن به بیماری‌های جسمی/ذهنی و روانی              |
| ۳.۳ | ایثار و از خود گذشتگی                                |
| ۲.۹ | عدالت خواهی و ظلم ستیزی                              |
| ۲.۹ | نقش زنان در جنگ                                      |
| ۲.۷ | نمایش اختلافات طبقاتی و برابری انسان‌ها              |
| ۲.۷ | روایت‌های سیاسی اوایل انقلاب در خصوص منافقین         |
| ۲.۴ | وطن دوستی و اتحاد ملی                                |
| ۱.۹ | محیط زیست و مسائل آن                                 |
| ۱.۹ | مسائل و روایت زندگی شهدای هسته‌ای و خانواده‌هایشان   |
| ۱.۶ | فساد در میان مسئولان و صاحبان قدرت و مناصب           |
| ۱.۵ | نمایش عواطف و احساسات مادران و از خود گذشتگی‌های او  |
| ۱.۳ | مسائل و مشکلات بازیگران و دنیای سینما                |
| ۱.۳ | روایت سیاسی و تاریخی                                 |
| ۱.۲ | هویت و بحران‌های هویتی (از خود بیگانگی)              |
| ۱.۱ | تعهد و مسئولیت پذیری                                 |
| ۱.۱ | زندگی‌نامه و بیوگرافی                                |
| ۰.۸ | بازگشت به اصل خویش                                   |
| ۰.۸ | نحوه مواجهه و تصمیم‌گیری در شرایط سخت                |
| ۰.۸ | روایت ملی شدن صنعت نفت                               |
| ۰.۶ | عرفانی، معنوی و اعتقادی                              |
| ۰.۶ | درک مرگ و توجه به جریان زندگی                        |
| ۰.۶ | مسائل و مشکلات خانواده‌های درگیر با ناباروری         |
| ۰.۵ | زنان و اهمیت دادن به حقوق آن‌ها                      |
| ۰.۵ | معرفی قهرمانان ملی                                   |
| ۰.۵ | نقد سرمایه‌داری و مادیات                             |
| ۰.۴ | پرداختن به باورها و سنت‌های ایرانی و احترام به آن‌ها |
| ۰.۴ | مهاجرت (مسائل و مشکلات آن)                           |

|      |                                  |
|------|----------------------------------|
| ۰.۴  | نقد سیستم قضایی                  |
| ۰.۳  | مذموم بودن جنگ                   |
| ۰.۲  | روایت تنهایی انسان               |
| ۳.۷  | سایر                             |
| ۲۰.۵ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم |

همان طور که مشاهده می شود ارزش های اخلاقی، روابط انسانی و امید و تلاش در رده های اول تا سوم قرار دارند. نکته قابل توجه این است که ۲۰ درصد از پاسخگویان فیلم را فاقد پیام مشخص دانسته اند یا گفته اند پیامی از فیلم متوجه نشده اند. اگر دو دسته کلی «دارای پیام» و «بدون پیام» را در نظر بگیریم نمودار زیر بر حسب فیلم نشان می دهد کدام فیلم ها پیام روشن تری برای مخاطب داشته اند.



نمودار ۱۹- پیام قابل فهم فیلم به تفکیک فیلم



نمودار بالا نشان می دهد در نیمه بالایی که فیلم های موفق تر در جلب رضایت مخاطبان قرار دارند احتمال مفهوم بودن پیام فیلم برای مخاطب بالاتر است. در نیمه پایینی شش فیلم قرار دارند که بیش از ۳۰ درصد مخاطبان گفته اند پیام فیلم را متوجه نشده اند یا اساساً فیلم از نگاه آن ها پیامی نداشته است. در جدول زیر مضامین و پیام فیلم ها از نگاه مخاطبان به تفکیک هر فیلم آمده است.

جدول ۲۳- مضامین و پیام فیلم به تفکیک هر فیلم

| فرآوانی | مضمون و پیام  | نام فیلم       |
|---------|---|----------------|
| ۴۶.۷    | دفاع مقدس و خانواده شهدا                            | 2888           |
| ۵.۶     | ایتار و از خود گذشتگی                               |                |
| ۳.۷     | مذموم بودن جنگ                                      |                |
| ۲.۸     | روایت سیاسی و تاریخی                                |                |
| ۶.۵     | سایر  |                |
| ۳۴.۶    | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |                |
| ۱۴.۸    | وطن دوستی (پرستی) و اتحاد ملی                       | بدون قرار قبلی |
| ۱۱.۴    | بازگشت به اصل خویش                                  |                |
| ۱۰.۱    | عرفانی، معنوی و اعتقادی                             |                |
| ۸.۷     | ارزش های اخلاقی                                     |                |
| ۸.۱     | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                   |                |
| ۶.۷     | پرداختن به باورها و سنت های ایرانی و احترام به آنها |                |
| ۶.۷     | مهاجرت (مسائل و مشکلات آن)                          |                |
| ۶       | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |                |
| ۴       | درک مرگ و توجه به جریان زندگی                       |                |
| ۳.۴     | امید و تلاش   |                |
| ۲.۷     | پرداختن به بیماری های جسمی/ذهنی و روانی             |                |
| ۲       | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی                        |                |
| ۳.۴     | سایر  |                |
| ۱۲.۱    | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |                |
| ۳۶.۸    | محیط زیست و مسائل آن                                | برف آخر        |
| ۱۴.۶    | ارزش های اخلاقی                                     |                |
| ۵.۶     | نحوه مواجهه و تصمیم گیری در شرایط سخت               |                |
| ۴.۹     | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |                |
| ۴.۹     | سایر  |                |
| ۲.۸     | روایت تنهایی انسان                                  |                |
| ۲.۱     | امید و تلاش   |                |
| ۲.۱     | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                   |                |
| ۲.۱     | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی                        |                |

|      |  |          |
|------|--|----------|
| ۲.۱  | درک مرگ و توجه به جریان زندگی                      |          |
| ۲.۱  | زنان و اهمیت دادن به حقوق آنها                     |          |
| ۸.۴  | سایر   |          |
| ۱۶.۷ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                   |          |
| ۶۴.۲ | پرداختن به بیماری های جسمی/ذهنی و روانی            | بی رؤیا  |
| ۷.۴  | هویت و بحران های هویتی (از خود بیگانگی)            |          |
| ۲    | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                        |          |
| ۶.۳  | سایر   |          |
| ۲۰.۳ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                   |          |
| ۱۴.۷ | نمایش عواطف و احساسات مادران و از خود گذشته های او | بی مادر  |
| ۱۱.۲ | مسائل و مشکلات خانواده های درگیر با ناباروری       |          |
| ۸.۴  | نمایش اختلافات طبقاتی و برابری انسان ها            |          |
| ۷    | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                        |          |
| ۷    | ارزش های اخلاقی                                    |          |
| ۶.۳  | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                  |          |
| ۵.۶  | ایثار و از خود گذشته گی                            |          |
| ۵.۶  | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی                       |          |
| ۲.۱  | امید و تلاش  |          |
| ۱۳.۳ | سایر   |          |
| ۱۸.۹ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                   | بی رو    |
| ۷۸   | امید و تلاش  |          |
| ۴.۳  | زندگینامه و بیوگرافی                               |          |
| ۶.۴  | سایر   |          |
| ۱۱.۳ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                   | خائن کشی |
| ۱۸.۵ | ارزش های اخلاقی                                    |          |
| ۱۶.۴ | روایت ملی شدن صنعت نفت                             |          |
| ۱۳.۷ | روایت سیاسی و تاریخی                               |          |
| ۶.۸  | وطن دوستی (پرستی) و اتحاد ملی                      |          |
| ۴.۱  | عدالت خواهی و ظلم ستیزی                            |          |
| ۳.۴  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                        |          |
| ۲.۸  | سایر   |          |

|      |   |          |
|------|---|----------|
| ۳۴.۲ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |          |
| ۲۰.۴ | ارزش های اخلاقی                                     | درب      |
| ۱۶.۷ | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |          |
| ۵.۶  | ایثار و از خود گذشتگی                               |          |
| ۵.۶  | تعهد و مسئولیت پذیری                                |          |
| ۲۲.۶ | سایر  |          |
| ۲۹.۶ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |          |
| ۵۴   | نقش زنان در جنگ                                     |          |
| ۱۷.۳ | دفاع مقدس و خانواده شهدا                            |          |
| ۴    | ایثار و از خود گذشتگی                               |          |
| ۳.۳  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |          |
| ۲.۷  | وطن دوستی (پرستی) و اتحاد ملی                       |          |
| ۷.۳  | سایر  |          |
| ۱۱.۳ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |          |
| ۲۸.۶ | نمایش اختلافات طبقاتی و برابری انسان ها             | شادروان  |
| ۱۴.۳ | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                   |          |
| ۱۴.۳ | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی                        |          |
| ۱۰.۲ | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |          |
| ۸.۲  | امید و تلاش   |          |
| ۶.۹  | سایر  |          |
| ۱۷.۷ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |          |
| ۳۹.۶ | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                   | شب طلایی |
| ۱۳.۹ | ارزش های اخلاقی                                     |          |
| ۱۱.۸ | نمایش عواطف و احساسات مادران و از خود گذشتگی های او |          |
| ۷.۶  | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی                        |          |
| ۵.۶  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |          |
| ۲.۱  | نحوه مواجهه و تصمیم گیری در شرایط سخت               |          |
| ۷.۷  | سایر  |          |
| ۱۱.۸ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    | شهرک     |
| ۲۴.۵ | مسائل و مشکلات بازیگران و دنیای سینما               |          |
| ۱۵.۴ | هویت و بحران های هویتی (از خود بیگانگی)             |          |

|      |  |        |
|------|--|--------|
| ۷    | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                        |        |
| ۶.۳  | امید و تلاش  |        |
| ۳.۵  | ارزش‌های اخلاقی                                    |        |
| ۲.۸  | نحوه مواجهه و تصمیم‌گیری در شرایط سخت              |        |
| ۷.۷  | سایر   |        |
| ۳۲.۹ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی‌دانم                   |        |
| ۳۷   | مسائل و روایت زندگی شهدای هسته‌ای و خانواده‌هایشان |        |
| ۱۸.۵ | وطن‌دوستی (پرستی) و اتحاد ملی                      |        |
| ۱۳   | ایثار و از خودگذشتگی                               |        |
| ۲.۷  | دفاع مقدس و خانواده شهدا                           |        |
| ۲.۷  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                        |        |
| ۲.۷  | عدالت‌خواهی و ظلم‌ستیزی                            |        |
| ۲.۱  | معرفی قهرمانان ملی                                 |        |
| ۵.۶  | سایر   |        |
| ۱۵.۸ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی‌دانم                   |        |
| ۵۴.۹ | روایت‌های سیاسی اوایل انقلاب در خصوص منافقین       | ضد     |
| ۸.۵  | روایت سیاسی و تاریخی                               |        |
| ۴.۲  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                        |        |
| ۳.۵  | ارزش‌های اخلاقی                                    |        |
| ۸.۴  | سایر   |        |
| ۲۰.۴ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی‌دانم                   |        |
| ۲۵.۳ | مسائل و ناهنجاری‌های اجتماعی                       | علفزار |
| ۲۵.۳ | عدالت‌خواهی و ظلم‌ستیزی                            |        |
| ۹.۶  | فساد در میان مسئولان و صاحبان قدرت و مناصب         |        |
| ۸.۲  | ارزش‌های اخلاقی                                    |        |
| ۸.۲  | نقد سیستم قضایی                                    |        |
| ۴.۱  | زنان و اهمیت دادن به حقوق آن‌ها                    |        |
| ۳.۴  | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                  |        |
| ۲.۱  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                        |        |
| ۵.۵  | سایر   |        |
| ۸.۲  | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی‌دانم                   |        |

|      |  |               |
|------|--|---------------|
| ۹.۳  | ارزش های اخلاقی                            | لایه های دروغ |
| ۲.۱  | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی               |               |
| ۲.۱  | روابط انسانی /عشق/نفرت/خیانت               |               |
| ۱۵.۲ | سایر                                       |               |
| ۷۱.۱ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم           |               |
| ۲۷.۳ | امید و تلاش                                | ماهان         |
| ۱۱.۴ | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه          |               |
| ۶.۸  | پرداختن به بیماری های جسمی/ذهنی و روانی    |               |
| ۴.۵  | ایثار و از خود گذشتگی                      |               |
| ۴.۵  | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی               |               |
| ۲.۳  | عرفانی، معنوی و اعتقادی                    |               |
| ۲.۳  | درک مرگ و توجه به جریان زندگی              |               |
| ۴۰.۹ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم           |               |
| ۲۲.۵ | فساد در میان مسئولان و صاحبان قدرت و مناصب | مرد بازنده    |
| ۱۸.۳ | عدالت خواهی و ظلم ستیزی                    |               |
| ۹.۹  | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه          |               |
| ۵.۶  | ارزش های اخلاقی                            |               |
| ۴.۹  | روابط انسانی /عشق/نفرت/خیانت               |               |
| ۴.۲  | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی               |               |
| ۲.۸  | امید و تلاش                                |               |
| ۹.۹  | سایر                                       |               |
| ۲۱.۸ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم           |               |
| ۵۶.۷ | روابط انسانی /عشق/نفرت/خیانت               |               |
| ۱۴.۷ | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی               |               |
| ۶    | نمایش اختلافات طبقاتی و برابری انسان ها    |               |
| ۴.۷  | ایثار و از خود گذشتگی                      |               |
| ۲    | نحوه مواجهه و تصمیم گیری در شرایط سخت      |               |
| ۱.۳  | ارزش های اخلاقی                            |               |
| ۰.۷  | امید و تلاش                                |               |
| ۳.۳  | سایر                                       |               |
| ۱۰.۷ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم           |               |

|      |   |             |
|------|---|-------------|
| ۴۴.۶ | دفاع مقدس و خانواده شهدا                            | موقعیت مهدی |
| ۱۹.۶ | ایثار و از خود گذشتگی                               |             |
| ۱۶.۹ | زندگینامه و بیوگرافی                                |             |
| ۲.۷  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |             |
| ۲.۷  | ارزش های اخلاقی                                     |             |
| ۲    | مذموم بودن جنگ                                      |             |
| ۲    | وطن دوستی (پرستی) و اتحاد ملی                       |             |
| ۲    | عدالت خواهی و ظلم ستیزی                             |             |
| ۲    | معرفی قهرمانان ملی                                  |             |
| ۱.۴  | سایر  |             |
| ۴.۱  | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |             |
| ۲۸.۳ | ارزش های اخلاقی                                     |             |
| ۱۵.۹ | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |             |
| ۱۱   | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی                        |             |
| ۷.۶  | نمایش اختلافات طبقاتی و برابری انسان ها             |             |
| ۴.۸  | نقد سرمایه داری و مادیات                            |             |
| ۲.۸  | امید و تلاش   |             |
| ۱۵.۳ | سایر  |             |
| ۱۴.۵ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    | نمور        |
| ۱۷.۹ | ارزش های اخلاقی                                     |             |
| ۱۱.۹ | خانواده و اهمیت و جایگاه در جامعه                   |             |
| ۸.۳  | ایثار و از خود گذشتگی                               |             |
| ۴.۸  | روابط انسانی/عشق/نفرت/خیانت                         |             |
| ۳.۶  | مسائل و ناهنجاری های اجتماعی                        |             |
| ۳.۶  | نمایش عواطف و احساسات مادران و از خود گذشتگی های او |             |
| ۸.۴  | سایر  |             |
| ۴۱.۷ | پیامی نداشت/نامفهوم بود/نمی دانم                    |             |

## بازتاب مسائل کدام اقشار

در یک سؤال باز دیگر از مخاطبان سؤال شد «به نظر شما این فیلم بازتاب مسائل و دغدغه های کدام قشر یا طبقه از جامعه ایران است؟». پس از کد گذاری پاسخها در نهایت مقولات اصلی استخراج شد که در جدول زیر دیده می شود.

جدول ۲۴- بازتاب مسائل اقشار در فیلم

| فرآوانی | طبقه/قشر/گروه                              |
|---------|--|
| ۲۰.۹    | طبقه متوسط                                 |
| ۲۰.۹    | طبقه پایین و آسیب پذیر                     |
| ۱۹.۳    | همه اقشار                                  |
| ۵.۵     | جوانان و نوجوانان                          |
| ۴.۹     | هیچ قشری                                   |
| ۳.۷     | طبقه بالا و مرفه                           |
| ۳.۶     | زنان و دختران                              |
| ۲.۴     | مذهبی، ارزشی، انقلابی و اخلاقی             |
| ۱.۸     | سیاسیون و مسئولین                          |
| ۱.۸     | شهدا و شهرها و افراد درگیر دوران دفاع مقدس |
| ۱.۵     | نخبگان، دانشمندان هسته ای و خانواده هایشان |
| ۱.۴     | بیماران روانی و ذهنی                       |
| ۱.۳     | قشر روستایی                                |
| ۱.۳     | بازیگران و هنرمندان                        |
| ۱.۱     | نظامیان و خانواده های آنان                 |
| ۰.۸     | قشر فرهیخته و تحصیل کرده                   |
| ۰.۵     | محیط بانان و دوستداران محیط زیست           |
| ۰.۵     | قشر روشنفکر                                |
| ۰.۴     | نسل قدیم و سالمندان                        |
| ۰.۴     | کسانی که مهاجرند و یا قصد مهاجرت دارند     |
| ۰.۳     | وطن پرستان                                 |
| ۰.۳     | زنان و خانواده های درگیر ناباروری          |
| ۰.۲     | دلسوزان جامعه                              |
| ۰.۲     | آتش نشانان                                 |
| ۰.۲     | ورزشکاران                                  |



|     |                       |
|-----|-----------------------|
| ۲.۳ | سایر                  |
| ۲.۳ | نظری ندارم (نمی دانم) |

همان طور که دیده می شود طبقه فرودست و طبقه متوسط هر کدام با ۲۱ درصد در صدر قرار دارند و پس از آن همه اقشار قرار می گیرد. در جدول زیر پاسخها برحسب هر فیلم به طور مجزا آمده است. آن دسته از مقولاتی که فراوانی آنها کمتر از ۲ درصد بوده ذیل مقوله سایر دسته بندی شده است.

جدول ۲۵- بازنمایی مسائل اقشار و گروهها در هر فیلم

| فراوانی | طبقه/قشر/گروه                                      | نام فیلم       |
|---------|--|----------------|
| ۲۲.۶    | همه اقشار  | ۲۸۸۸           |
| ۲۲.۶    | نظامیان و خانواده های آنان                         |                |
| ۱۴.۲    | شهادت و شهرها و افراد درگیر جنگ در دوران دفاع مقدس |                |
| ۱۱.۳    | طبقه متوسط   |                |
| ۱۱.۳    | هیچ قشری   |                |
| ۲.۸     | مذهبی، ارزشی، انقلابی و اخلاقی                     |                |
| ۹.۳     | سایر   |                |
| ۵.۷     | نظری ندارم (نمی دانم)                              |                |
| ۳۱.۱    | طبقه متوسط   | بدون قرار قبلی |
| ۲۵      | همه اقشار  |                |
| ۱۳.۵    | طبقه بالا و مرفه                                   |                |
| ۶.۱     | مذهبی، ارزشی، انقلابی و اخلاقی                     |                |
| ۵.۴     | کسانی که مهاجرند و یا قصد مهاجرت دارند             |                |
| ۵.۴     | هیچ قشری   |                |
| ۲.۷     | جوانان و نوجوانان                                  |                |
| ۷.۶     | سایر   |                |
| ۳.۴     | نظری ندارم (نمی دانم)                              | برف آخر        |
| ۲۵.۲    | طبقه متوسط   |                |
| ۲۰.۴    | قشر روستایی  |                |
| ۱۵.۶    | همه اقشار  |                |
| ۱۵      | طبقه پایین و آسیب پذیر                             |                |

|      |                                   |         |
|------|-----------------------------------|---------|
| ۱۰.۲ | محیط بانان و دوستاناران محیط زیست |         |
| ۹    | سایر                              |         |
| ۲    | زنان و دختران                     |         |
| ۲    | هیچ قشری                          |         |
| ۰.۷  | نظری ندارم (نمی دانم)             |         |
| ۲۶.۸ | بیماران روانی و ذهنی              | بی رؤیا |
| ۲۶.۲ | طبقه متوسط                        |         |
| ۲۴.۲ | همه اقشار                         |         |
| ۷.۴  | هیچ قشری                          |         |
| ۶    | طبقه بالا و مرفه                  |         |
| ۳.۴  | جوانان و نوجوانان                 |         |
| ۳.۴  | سایر                              |         |
| ۲.۷  | نظری ندارم (نمی دانم)             |         |
| ۳۶.۲ | طبقه پایین و آسیب پذیر            |         |
| ۳۱.۵ | همه اقشار                         |         |
| ۱۱.۴ | طبقه متوسط                        |         |
| ۷.۴  | طبقه بالا و مرفه                  |         |
| ۴    | زنان و دختران                     |         |
| ۴    | زنان و خانواده های درگیر ناباروری |         |
| ۲.۷  | جوانان و نوجوانان                 |         |
| ۲.۷  | نظری ندارم (نمی دانم)             |         |
| ۶۳.۴ | طبقه پایین و آسیب پذیر            | بی رو   |
| ۱۶.۹ | جوانان و نوجوانان                 |         |
| ۶.۳  | طبقه متوسط                        |         |
| ۳.۵  | هیچ قشری                          |         |
| ۳.۵  | ورزشکاران                         |         |
| ۲.۸  | همه اقشار                         |         |
| ۳.۵  | سایر                              |         |
| ۲۰.۱ | همه اقشار                         |         |
| ۱۸.۸ | طبقه متوسط                        |         |
| ۱۲.۱ | طبقه پایین و آسیب پذیر            |         |

|      |   |             |
|------|---|-------------|
| ۱۱.۴ | هیچ قشری  |             |
| ۶.۷  | سیاسیون و مسئولین                                 |             |
| ۶    | جوانان و نوجوانان                                 |             |
| ۵.۴  | قشر روشنفکر                                       |             |
| ۴    | قشر فرهیخته و تحصیل کرده                          |             |
| ۲.۷  | وطن پرستان  |             |
| ۸    | سایر  |             |
| ۴.۷  | نظری ندارم (نمی دانم)                             |             |
| ۴۷.۳ | طبقه پایین و آسیب پذیر                            | درب         |
| ۲۰   | همه اقشار   |             |
| ۱۴.۵ | قشر روستایی                                       |             |
| ۷.۳  | هیچ قشری  |             |
| ۳.۶  | طبقه متوسط  |             |
| ۵.۴  | سایر  |             |
| ۱.۸  | نظری ندارم (نمی دانم)                             |             |
| ۴۴.۲ | زنان و دختران                                     | دسته دختران |
| ۲۰.۴ | همه اقشار   |             |
| ۱۰.۲ | شهدا و شهرها و افراد درگیر جنگ در دوران دفاع مقدس |             |
| ۸.۸  | طبقه متوسط  |             |
| ۴.۸  | هیچ قشری  |             |
| ۳.۴  | طبقه پایین و آسیب پذیر                            |             |
| ۲.۷  | مذهبی، ارزشی، انقلابی و اخلاقی                    |             |
| ۲.۷  | جوانان و نوجوانان                                 |             |
| ۲    | نظری ندارم (نمی دانم)                             |             |
| ۰.۷  | سایر  |             |
| ۷۹.۲ | طبقه پایین و آسیب پذیر                            | شادروان     |
| ۱۴.۸ | طبقه متوسط  |             |
| ۳.۴  | همه اقشار   |             |
| ۲.۱  | سایر  |             |
| ۰.۷  | نظری ندارم (نمی دانم)                             |             |
| ۵۱.۷ | طبقه متوسط  |             |

|      |  |                        |      |
|------|--|------------------------|------|
| ۲۷.۹ | همه اقشار  |                        |      |
| ۵.۴  | طبقه بالا و مرفه                                   |                        |      |
| ۲.۷  | جوانان و نوجوانان                                  |                        |      |
| ۲.۷  | زنان و دختران                                      |                        |      |
| ۲.۷  | هیچ قشری   |                        |      |
| ۲    | طبقه پایین و آسیب پذیر                             |                        |      |
| ۳.۵  | سایر   |                        |      |
| ۳۰   | جوانان و نوجوانان                                  |                        | شهرک |
| ۲۳.۳ | بازیگران و هنرمندان                                |                        |      |
| ۱۹.۳ | طبقه متوسط   |                        |      |
| ۱۲.۷ | همه اقشار  |                        |      |
| ۴    | طبقه پایین و آسیب پذیر                             |                        |      |
| ۳.۳  | هیچ قشری   |                        |      |
| ۴    | سایر   |                        |      |
| ۳.۳  | نظری ندارم (نمی دانم)                              |                        |      |
| ۳۰   | نخبگان، دانشمندان هسته‌ای و خانواده‌هایشان         | صورت<br>فلکی<br>(هناس) |      |
| ۱۶.۷ | همه اقشار  |                        |      |
| ۱۳.۳ | طبقه متوسط   |                        |      |
| ۷.۳  | مذهبی، ارزشی، انقلابی و اخلاقی                     |                        |      |
| ۷.۳  | قشر فرهیخته و تحصیل کرده                           |                        |      |
| ۴    | سیاسیون و مسئولین                                  |                        |      |
| ۳.۳  | شهادا و شهرها و افراد درگیر جنگ در دوران دفاع مقدس |                        |      |
| ۲.۷  | جوانان و نوجوانان                                  |                        |      |
| ۲.۷  | هیچ قشری   |                        |      |
| ۲    | زنان و دختران                                      |                        |      |
| ۲    | وطن پرستان   |                        |      |
| ۶.۸  | سایر   |                        |      |
| ۲    | نظری ندارم (نمی دانم)                              |                        |      |
| ۱۸.۲ | همه اقشار  |                        | ضد   |
| ۱۶.۲ | طبقه متوسط   |                        |      |
| ۱۴.۹ | سیاسیون و مسئولین                                  |                        |      |

|      |                                |               |
|------|--------------------------------|---------------|
| ۱۲.۸ | مذهبی، ارزشی، انقلابی و اخلاقی |               |
| ۸.۸  | جوانان و نوجوانان              |               |
| ۶.۸  | هیچ قشری                       |               |
| ۴.۷  | طبقه پایین و آسیب پذیر         |               |
| ۲    | قشر روشنفکر                    |               |
| ۱۳.۱ | سایر                           |               |
| ۲.۷  | نظری ندارم (نمی دانم)          |               |
| ۴۲.۷ | همه اقشار                      | علفزار        |
| ۱۸.۷ | طبقه متوسط                     |               |
| ۱۱.۳ | زنان و دختران                  |               |
| ۸    | طبقه بالا و مرفه               |               |
| ۶    | طبقه پایین و آسیب پذیر         |               |
| ۵.۳  | جوانان و نوجوانان              |               |
| ۳.۳  | سیاسیون و مسئولین              |               |
| ۴    | سایر                           |               |
| ۰.۷  | نظری ندارم (نمی دانم)          |               |
| ۳۲.۷ | هیچ قشری                       | لایه های دروغ |
| ۱۴.۳ | طبقه بالا و مرفه               |               |
| ۱۴.۳ | طبقه متوسط                     |               |
| ۱۲.۲ | همه اقشار                      |               |
| ۷.۱  | سایر                           |               |
| ۵.۱  | جوانان و نوجوانان              |               |
| ۵.۱  | نظری ندارم (نمی دانم)          |               |
| ۵.۱  | آتش نشانان                     |               |
| ۴.۱  | طبقه پایین و آسیب پذیر         |               |
| ۷.۱  | سایر                           |               |
| ۳۰.۲ | طبقه متوسط                     | ماهان         |
| ۱۶.۳ | طبقه پایین و آسیب پذیر         |               |
| ۱۶.۳ | همه اقشار                      |               |
| ۱۱.۶ | جوانان و نوجوانان              |               |
| ۴.۷  | طبقه بالا و مرفه               |               |

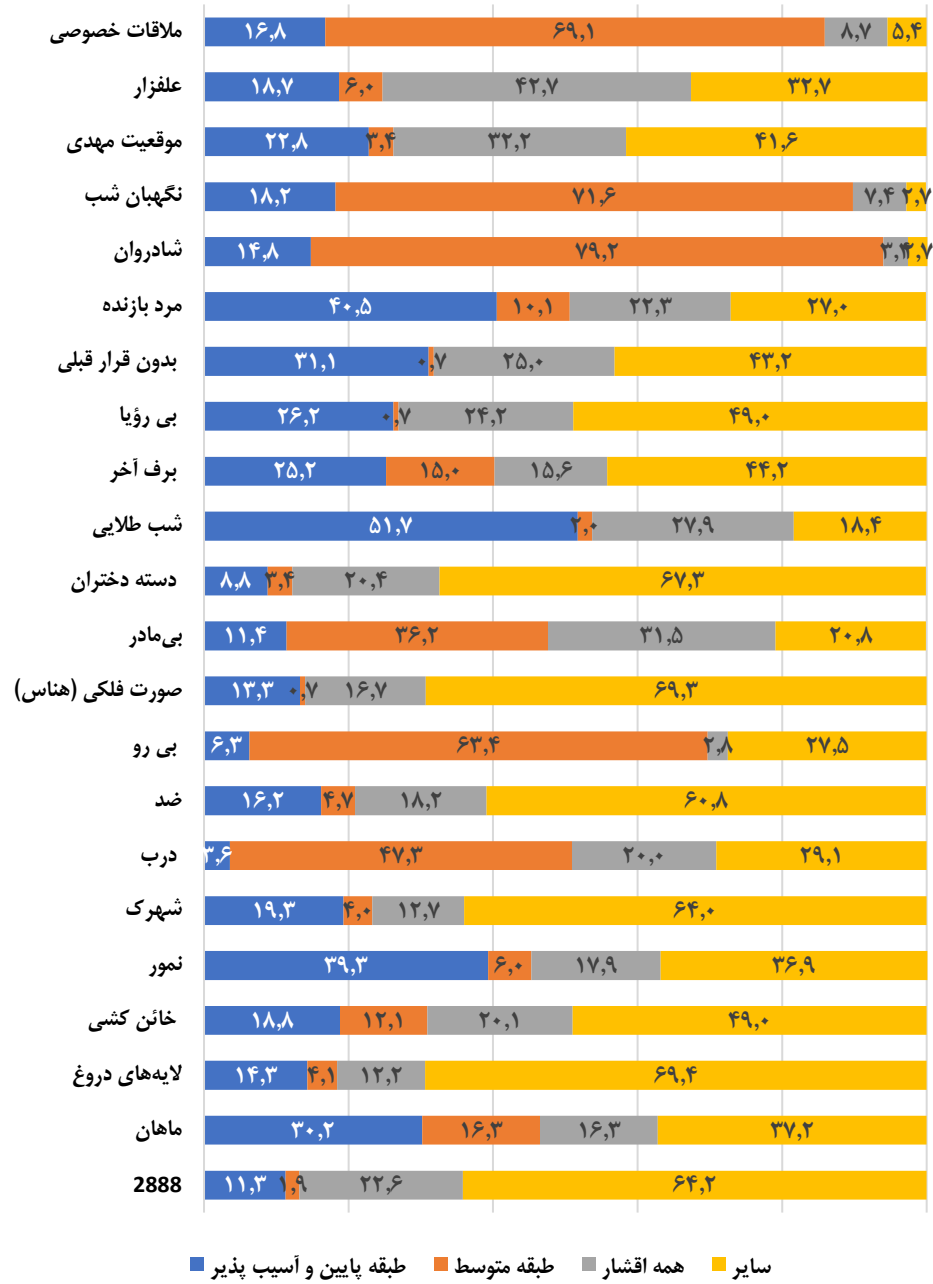
|      |  |             |
|------|--|-------------|
| ۴.۷  | هیچ قشری   |             |
| ۲.۳  | دلسوزان جامعه                                      |             |
| ۲.۳  | بازیگران و هنرمندان                                |             |
| ۲.۳  | سایر   |             |
| ۹.۳  | نظری ندارم (نمی دانم)                              |             |
| ۴۰.۵ | طبقه متوسط   | مرد بازنده  |
| ۲۲.۳ | همه اقشار  |             |
| ۱۰.۱ | طبقه پایین و آسیب پذیر                             |             |
| ۸.۸  | طبقه بالا و مرفه                                   |             |
| ۷.۴  | جوانان و نوجوانان                                  |             |
| ۳.۴  | نظامیان و خانواده های آنان                         |             |
| ۱.۴  | سیاسیون و مسئولین                                  |             |
| ۱.۴  | هیچ قشری   |             |
| ۱.۴  | نسل قدیم و سالمندان                                |             |
| ۰.۷  | کسانی که مهاجرند و یا قصد مهاجرت دارند             |             |
| ۵.۶  | سایر   |             |
| ۲    | نظری ندارم (نمی دانم)                              |             |
| ۶۹.۱ | طبقه پایین و آسیب پذیر                             |             |
| ۱۶.۸ | طبقه متوسط   |             |
| ۸.۷  | همه اقشار  |             |
| ۳.۴  | جوانان و نوجوانان                                  |             |
| ۲    | سایر   |             |
| ۳۲.۲ | همه اقشار  | موقعیت مهدی |
| ۲۲.۸ | طبقه متوسط   |             |
| ۱۴.۸ | مذهبی، ارزشی، انقلابی و اخلاقی                     |             |
| ۱۰.۷ | شهادت و شهرها و افراد درگیر جنگ در دوران دفاع مقدس |             |
| ۳.۴  | طبقه پایین و آسیب پذیر                             |             |
| ۳.۴  | هیچ قشری   |             |
| ۳.۴  | نظری ندارم (نمی دانم)                              |             |
| ۲.۷  | جوانان و نوجوانان                                  |             |
| ۲.۷  | سیاسیون و مسئولین                                  |             |

|      |                        |           |
|------|------------------------|-----------|
| ۴.۱  | سایر                   |           |
| ۷۱.۶ | طبقه پایین و آسیب پذیر | نگهبان شب |
| ۱۸.۲ | طبقه متوسط             |           |
| ۷.۴  | همه اقشار              |           |
| ۲.۸  | سایر                   |           |
| ۳۹.۳ | طبقه متوسط             |           |
| ۱۷.۹ | همه اقشار              | نمور      |
| ۹.۵  | طبقه بالا و مرفه       |           |
| ۶    | طبقه پایین و آسیب پذیر |           |
| ۶    | جوانان و نوجوانان      |           |
| ۶    | هیچ قشری               |           |
| ۲.۴  | زنان و دختران          |           |
| ۱۰.۷ | سایر                   |           |
| ۲.۴  | نظری ندارم (نمی دانم)  |           |

با توجه به پراکندگی گروه‌ها و اقشار در نگاه مردم اگر صرفاً سه گروه اصلی طبقه متوسط، طبقه ضعیف و همه اقشار را در نظر گرفته و بقیه ذیل دسته سایر طبقه‌بندی کنیم آنگاه در نمودار زیر می‌توان وضعیت فیلم‌ها را از این جهت مقایسه کرد.

نمودار ۲۰- مقایسه بازنمایی مسائل اقشار مختلف به تفکیک فیلم

به نظر شما این فیلم بازتاب مسائل و دغدغه های کدام قشر یا طبقه از جامعه ایران است؟



همان طور که دیده می شود از پنج فیلم برتر، فیلم های ملاقات خصوصی، نگهبان شب و شادروان از نگاه مردم به مسائل طبقه متوسط می پردازند. در مورد فیلم علفزار و موقعیت مهدی قضاوت قاطعی وجود ندارد اما همه اقشار را می توان بهترین توصیف دانست. در میان سایر فیلم ها فیلم شب طلایی به مسائل طبقه فرودست می پردازد که از نظر

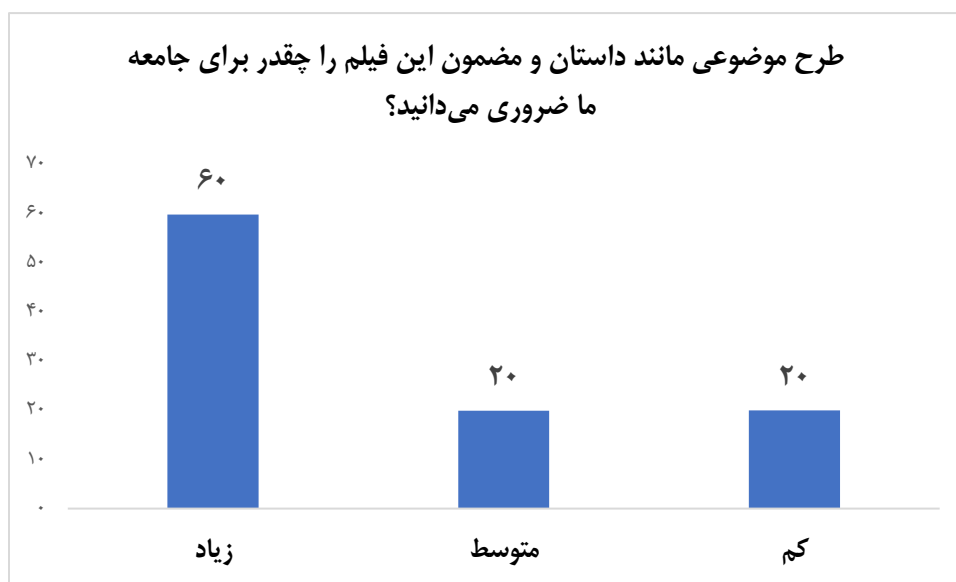


رضایت مخاطب در رده‌های میانی قرار دارد. مرده بازنده نیز از نظر مخاطب بازتاب مشاغل طبقه پایین است که در رده ششم قرار دارد.

### ضروری بودن محتوا برای جامعه

در پاسخ به این سؤال که چقدر محتوا و مضمون این فیلم را برای جامعه امروز ضروری می‌دانید. همان‌طور که در نمودار زیر دیده می‌شود همان‌طور که در نمودار زیر می‌شود در مجموع ۶۰ درصد از کل پاسخگویان طرح موضوع داستانی و مضمون فیلمی که در جشنواره دیده‌اند را برای جامعه ضروری می‌دانند.

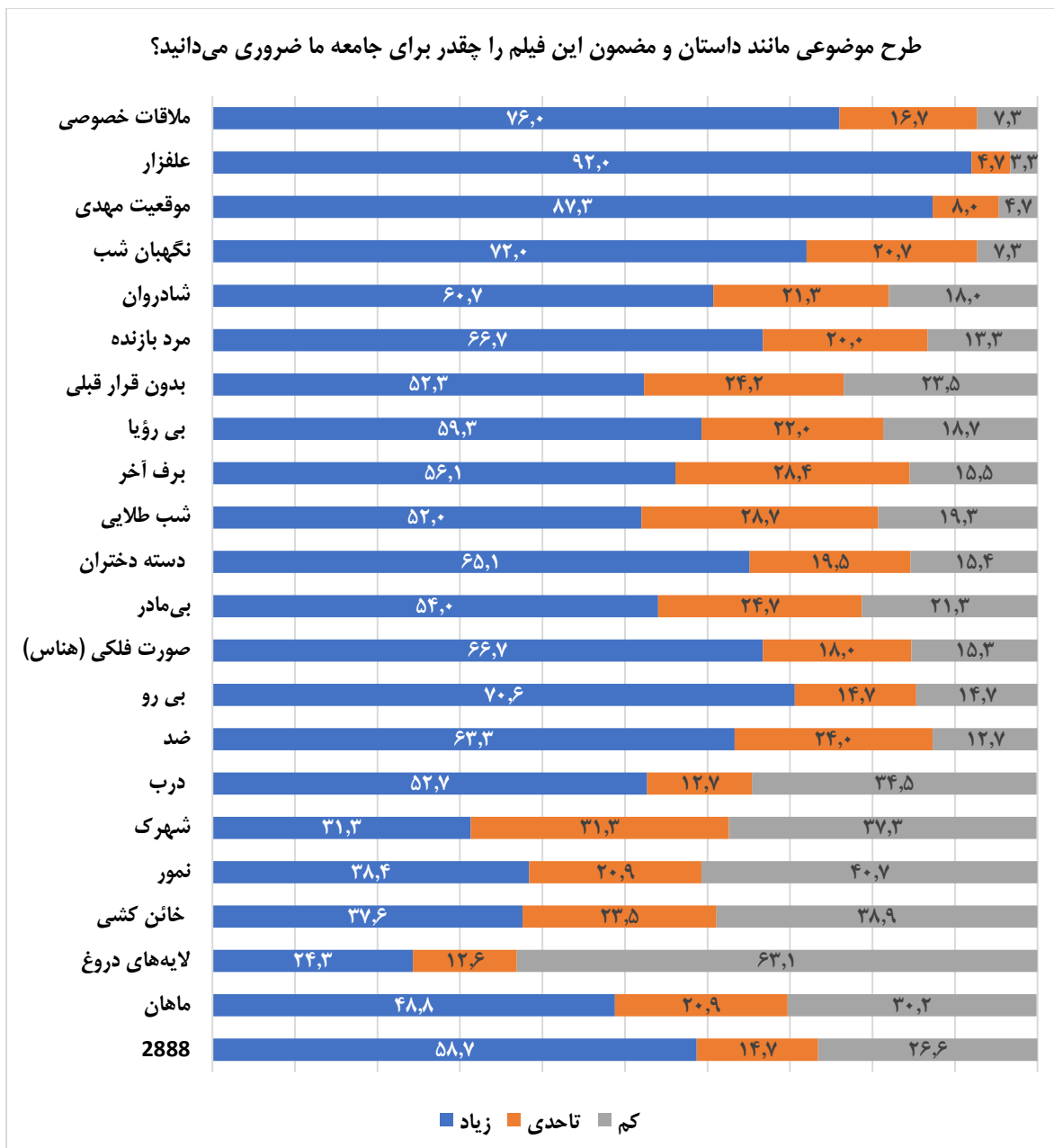
نمودار ۲۱- ضروری بودن محتوای فیلم برای جامعه



اگرچه در کل ۶۰ درصد موضوع مطرح‌شده در فیلم را برای جامعه امروز مناسب می‌دانند اما این نسبت برای فیلم‌ها متغیر است. در جدول زیر پاسخ به همین سؤال به تفکیک فیلم آمده است.

جدول ۲۶- ضروری بودن محتوا و مضمون برای جامعه

| نام فیلم         | زیاد | تاحدی | کم   | میانگین درصدی |
|------------------|------|-------|------|---------------|
| ملاقات خصوصی     | ۷۶   | ۱۶.۷  | ۷.۳  | ۷۴.۵          |
| علفزار           | ۹۲   | ۴.۷   | ۳.۳  | ۸۹            |
| موقعیت مهدی      | ۸۷.۳ | ۸     | ۴.۷  | ۸۳.۷۵         |
| نگهبان شب        | ۷۲   | ۲۰.۷  | ۷.۳  | ۷۵.۲۵         |
| شادروان          | ۶۰.۷ | ۲۱.۳  | ۱۸   | ۶۴.۵          |
| مرد بازنده       | ۶۶.۷ | ۲۰    | ۱۳.۳ | ۶۹.۵          |
| بدون قرار قبلی   | ۵۲.۳ | ۲۴.۲  | ۲۳.۵ | ۶۱            |
| بی رؤیا          | ۵۹.۳ | ۲۲    | ۱۸.۷ | ۶۵.۲۵         |
| برف آخر          | ۵۶.۱ | ۲۸.۴  | ۱۵.۵ | ۶۴.۷۵         |
| شب طلایی         | ۵۲   | ۲۸.۷  | ۱۹.۳ | ۶۱.۷۵         |
| دسته دختران      | ۶۵.۱ | ۱۹.۵  | ۱۵.۴ | ۶۸            |
| بی مادر          | ۵۴   | ۲۴.۷  | ۲۱.۳ | ۶۲.۷۵         |
| صورت فلکی (هناس) | ۶۶.۷ | ۱۸    | ۱۵.۳ | ۷۰.۲۵         |
| بی رو            | ۷۰.۶ | ۱۴.۷  | ۱۴.۷ | ۷۰.۷۵         |
| ضد               | ۶۳.۳ | ۲۴    | ۱۲.۷ | ۷۰            |
| درب              | ۵۲.۷ | ۱۲.۷  | ۳۴.۵ | ۵۶.۷۵         |
| شهرک             | ۳۱.۳ | ۳۱.۳  | ۳۷.۳ | ۴۶.۲۵         |
| نمور             | ۳۸.۴ | ۲۰.۹  | ۴۰.۷ | ۴۳.۵          |
| خائن کشی         | ۳۷.۶ | ۲۳.۵  | ۳۸.۹ | ۴۷.۲۵         |
| لاپه‌های دروغ    | ۲۴.۳ | ۱۲.۶  | ۶۳.۱ | ۳۰.۷۵         |
| ماهان            | ۴۸.۸ | ۲۰.۹  | ۳۰.۲ | ۵۳.۵          |
| ۲۸۸۸             | ۵۸.۷ | ۱۴.۷  | ۲۶.۶ | ۶۲.۵          |

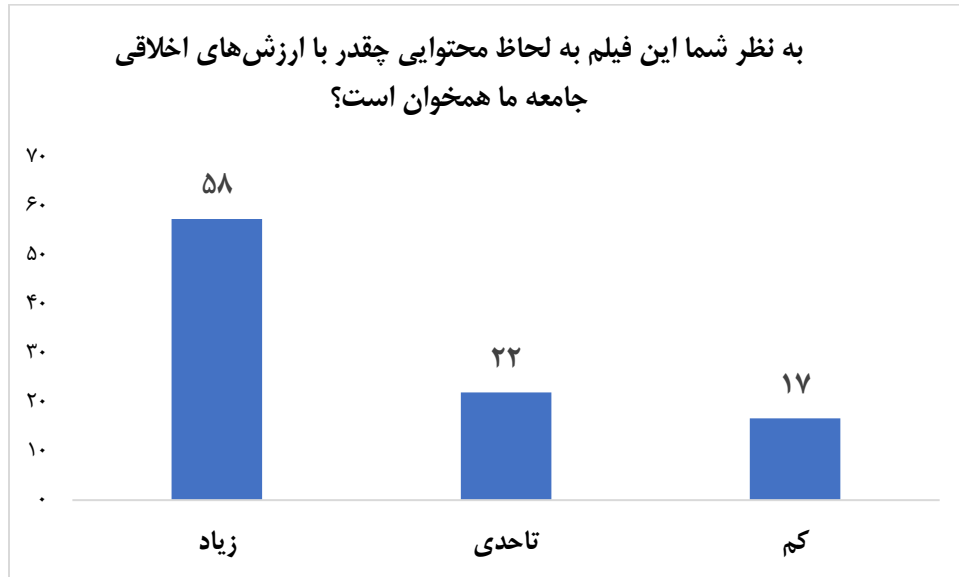


از نظر ضروری بودن پرداختن به مضمون با توجه به شرایط امروز جامعه علفزار در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن موقعیت مهدی در رتبه دوم است. در انتهای جدول هم لایه‌های دروغ قرار گرفته است که تنها ۲۴ درصد ضرورت مضمون آن را زیاد دانسته‌اند.

## مطابقت فیلم با ارزش‌های جامعه

در یکی از سؤالات تحقیق از مخاطبان پرسیده است «به نظر شما این فیلم به لحاظ محتوایی چقدر با ارزش‌های اخلاقی جامعه ما همخوان است؟». در مجموع کل پاسخگویان ۵۸ درصد محتوای فیلم را تا حد زیادی مطابق ارزش‌های اخلاقی جامعه می‌دانند.

نمودار ۲۳- همخوانی با ارزش‌های اخلاقی جامعه

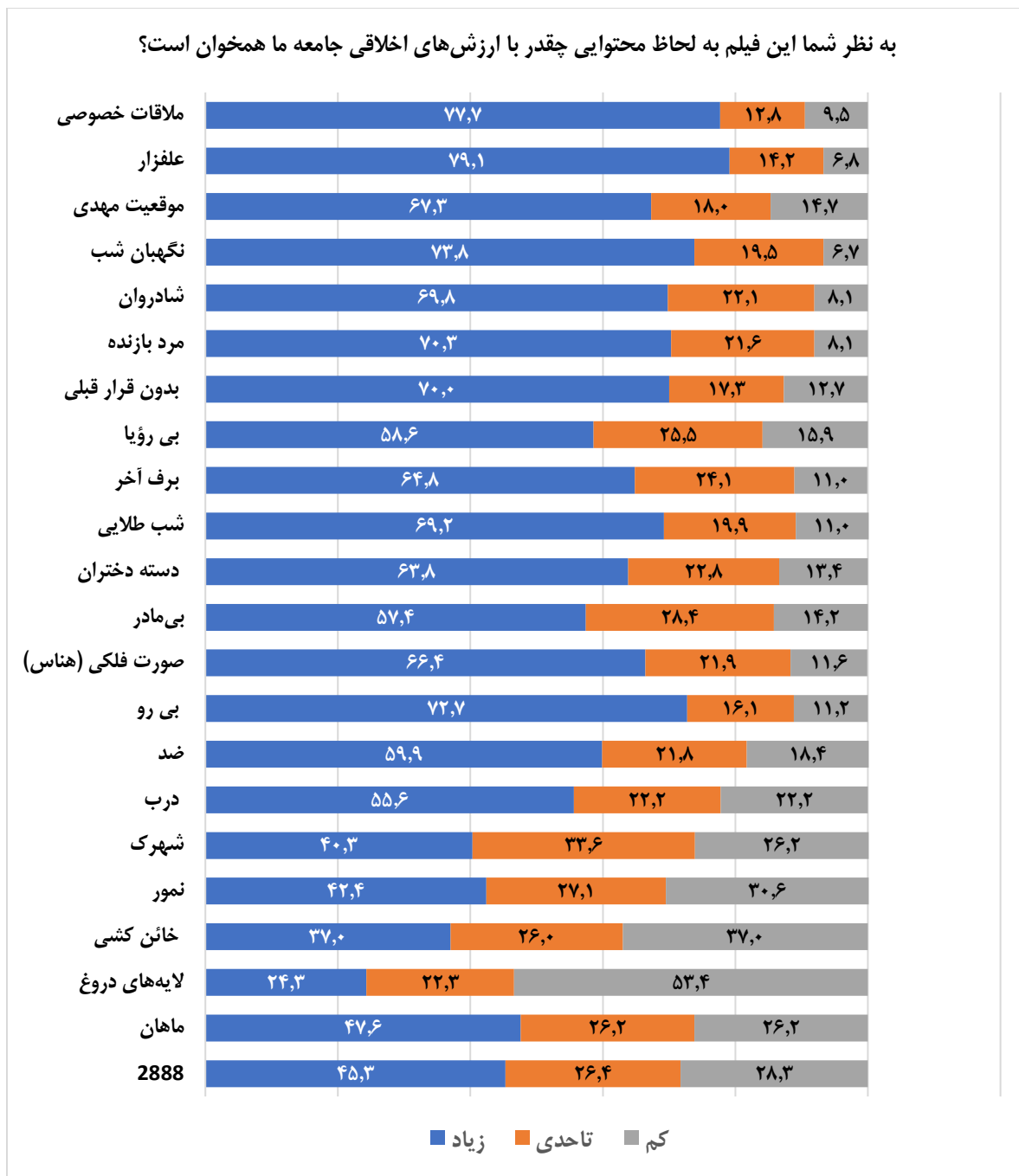


فراوانی پاسخ مردم به سؤال مربوط به انطباق محتوای فیلم با ارزش‌های اخلاقی به تفکیک فیلم مشاهده شده در جدول زیر آمده است.

جدول ۲۷- انطباق فیلم با ارزش‌های جامعه

| نام فیلم         | زیاد | تاحدی | کم   | میانگین درصدی |
|------------------|------|-------|------|---------------|
| ملاقات خصوصی     | ۷۷.۷ | ۱۲.۸  | ۹.۵  | ۷۵.۲۵         |
| علفزار           | ۷۹.۱ | ۱۴.۲  | ۶.۸  | ۸۰.۷۵         |
| موقعیت مهدی      | ۶۷.۳ | ۱۸    | ۱۴.۷ | ۷۰.۷۵         |
| نگهبان شب        | ۷۳.۸ | ۱۹.۵  | ۶.۷  | ۷۶            |
| شادروان          | ۶۹.۸ | ۲۲.۱  | ۸.۱  | ۷۲.۷۵         |
| مرد بازنده       | ۷۰.۳ | ۲۱.۶  | ۸.۱  | ۷۳.۲۵         |
| بدون قرار قبلی   | ۷۰   | ۱۷.۳  | ۱۲.۷ | ۷۰.۷۵         |
| بی رؤیا          | ۵۸.۶ | ۲۵.۵  | ۱۵.۹ | ۶۷.۷۵         |
| برف آخر          | ۶۴.۸ | ۲۴.۱  | ۱۱   | ۶۹.۷۵         |
| شب طلایی         | ۶۹.۲ | ۱۹.۹  | ۱۱   | ۷۲            |
| دسته دختران      | ۶۳.۸ | ۲۲.۸  | ۱۳.۴ | ۶۶.۲۵         |
| بی مادر          | ۵۷.۴ | ۲۸.۴  | ۱۴.۲ | ۶۶            |
| صورت فلکی (هناس) | ۶۶.۴ | ۲۱.۹  | ۱۱.۶ | ۷۲            |
| بی رو            | ۷۲.۷ | ۱۶.۱  | ۱۱.۲ | ۶۹.۷۵         |
| ضد               | ۵۹.۹ | ۲۱.۸  | ۱۸.۴ | ۶۴.۲۵         |
| درب              | ۵۵.۶ | ۲۲.۲  | ۲۲.۲ | ۶۴.۵          |
| شهرک             | ۴۰.۳ | ۳۳.۶  | ۲۶.۲ | ۵۴.۲۵         |
| نمور             | ۴۲.۴ | ۲۷.۱  | ۳۰.۶ | ۵۳.۷۵         |
| خائن کشی         | ۳۷   | ۲۶    | ۳۷   | ۴۷.۷۵         |
| لایه‌های دروغ    | ۲۴.۳ | ۲۲.۳  | ۵۳.۴ | ۳۶.۵          |
| ماهان            | ۴۷.۶ | ۲۶.۲  | ۲۶.۲ | ۵۵            |
| ۲۸۸۸             | ۴۵.۳ | ۲۶.۴  | ۲۸.۳ | ۵۶            |

نمودار ۲۴- انطباق فیلم با ارزش‌های جامعه

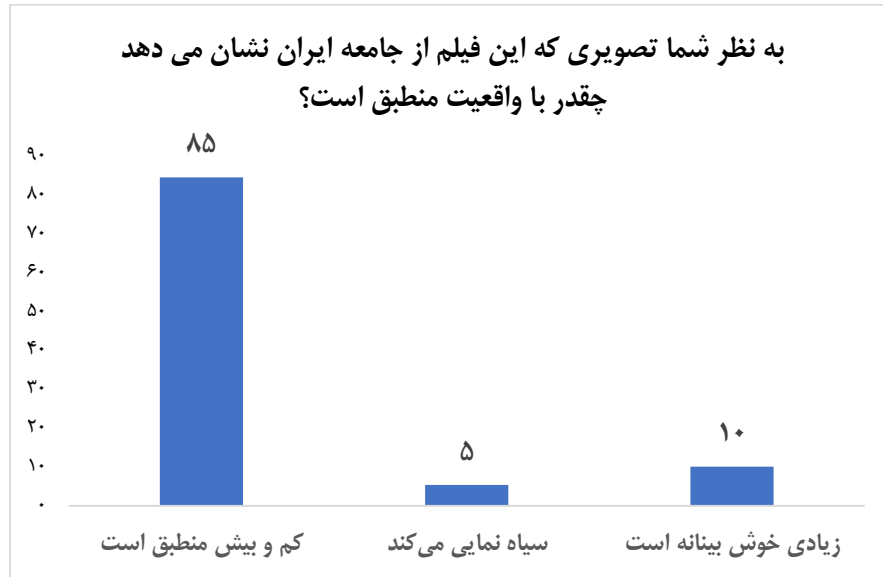


از نظر انطباق با ارزش‌های اخلاقی جامعه قضاوت در مورد فیلم‌ها تفاوت نسبتاً قابل ملاحظه‌ای دارد. در حالی که در فیلم‌هایی مانند علفزار، ملاقات خصوصی، نگهبان شب، بدون قرار قبلی، بی‌رو و مرد بازنده بیش از ۷۰ درصد فیلم را تا حد زیادی مطابق ارزش‌های اخلاقی جامعه می‌دانند، این نسبت برای فیلم لایه‌های دروغ ۲۴ درصد و برای خان کشی ۳۷ درصد است.

## بازنمایی تصویر درست از جامعه

از مخاطبان در مورد نحوه بازنمایی شرایط جامعه در فیلم سؤال شده و سه گزینه در برابر مخاطبان قرار داشته است: سیاه نمایی، انطباق یا خوش بینی. ۸۵ درصد از مجموع پاسخگویان فیلمی که دیده‌اند را منطبق با واقعیت‌های جامعه ارزیابی کرده‌اند.

نمودار ۲۵- انطباق فیلم با واقعیت جامعه

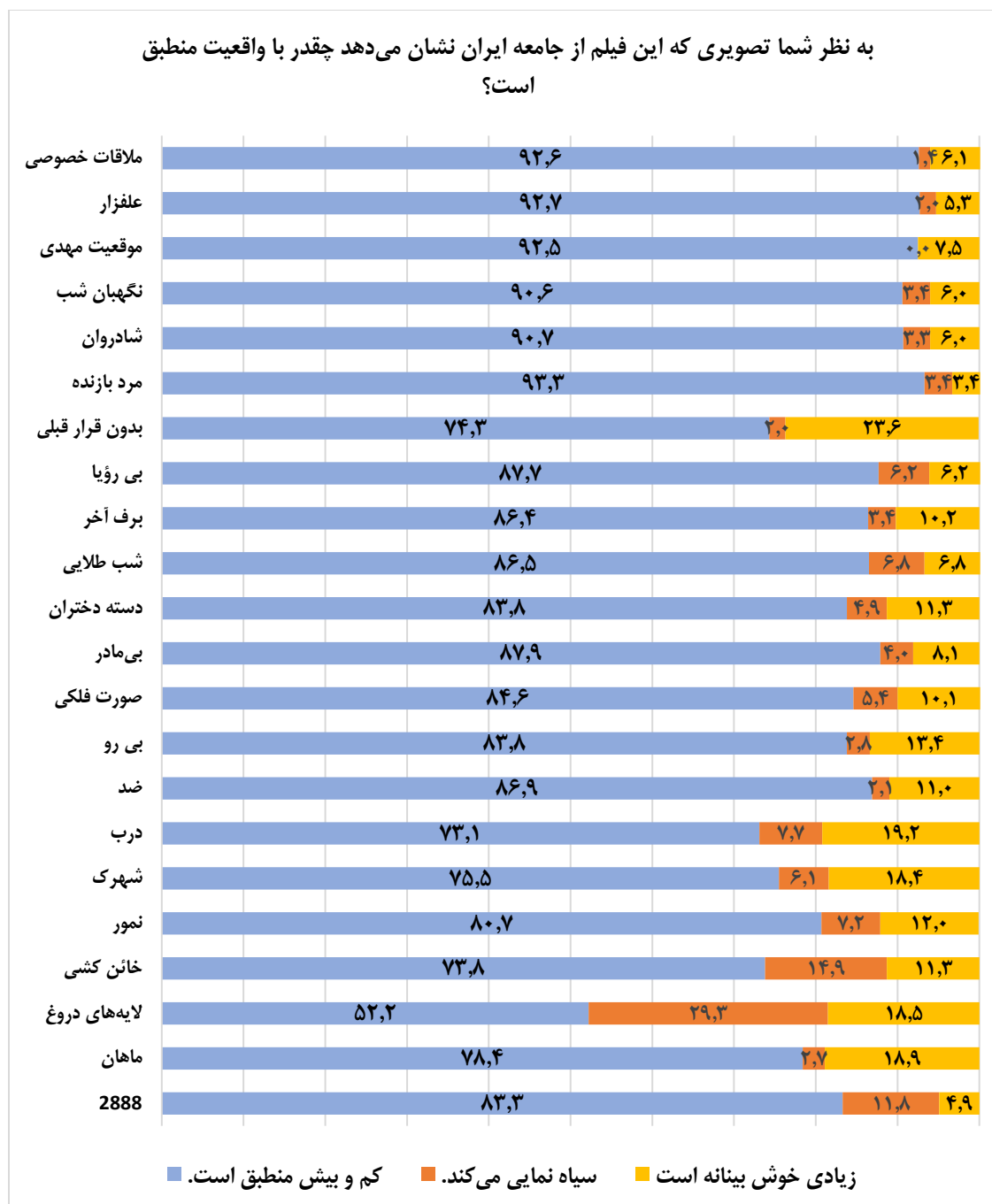


فراوانی توزیع پاسخ به سؤال مربوط به مطابقت تصویر فیلم از جامعه با واقعیت به تفکیک هر فیلم در جدول زیر آمده است.

جدول ۲۸- ارزیابی مخاطب از تصویری که فیلم از جامعه ارائه می کند

| نام فیلم       | سیاه نمایی می کند. | کم و بیش منطبق است. | زیادی خوش بینانه است |
|----------------|--------------------|---------------------|----------------------|
| ملاقات خصوصی   | ۱.۴                | ۹۲.۶                | ۶.۱                  |
| علفزار         | ۲                  | ۹۲.۷                | ۵.۳                  |
| موقعیت مهدی    | ۰.۰                | ۹۲.۵                | ۷.۵                  |
| نگهبان شب      | ۳.۴                | ۹۰.۶                | ۶                    |
| شادروان        | ۳.۳                | ۹۰.۷                | ۶                    |
| مرد بازنده     | ۳.۴                | ۹۳.۳                | ۳.۴                  |
| بدون قرار قبلی | ۲                  | ۷۴.۳                | ۲۳.۶                 |
| بی رؤیا        | ۶.۲                | ۸۷.۷                | ۶.۲                  |
| برف آخر        | ۳.۴                | ۸۶.۴                | ۱۰.۲                 |
| شب طلایی       | ۶.۸                | ۸۶.۵                | ۶.۸                  |
| دسته دختران    | ۴.۹                | ۸۳.۸                | ۱۱.۳                 |
| بی مادر        | ۴                  | ۸۷.۹                | ۸.۱                  |
| صورت فلکی      | ۵.۴                | ۸۴.۶                | ۱۰.۱                 |
| بی رو          | ۲.۸                | ۸۳.۸                | ۱۳.۴                 |
| ضد             | ۲.۱                | ۸۶.۹                | ۱۱                   |
| درب            | ۷.۷                | ۷۳.۱                | ۱۹.۲                 |
| شهرک           | ۶.۱                | ۷۵.۵                | ۱۸.۴                 |
| نمور           | ۷.۲                | ۸۰.۷                | ۱۲                   |
| خائن کشی       | ۱۴.۹               | ۷۳.۸                | ۱۱.۳                 |
| لایه های دروغ  | ۲۹.۳               | ۵۲.۲                | ۱۸.۵                 |
| ماهان          | ۲.۷                | ۷۸.۴                | ۱۸.۹                 |
| ۲۸۸۸           | ۱۱.۸               | ۸۳.۳                | ۴.۹                  |



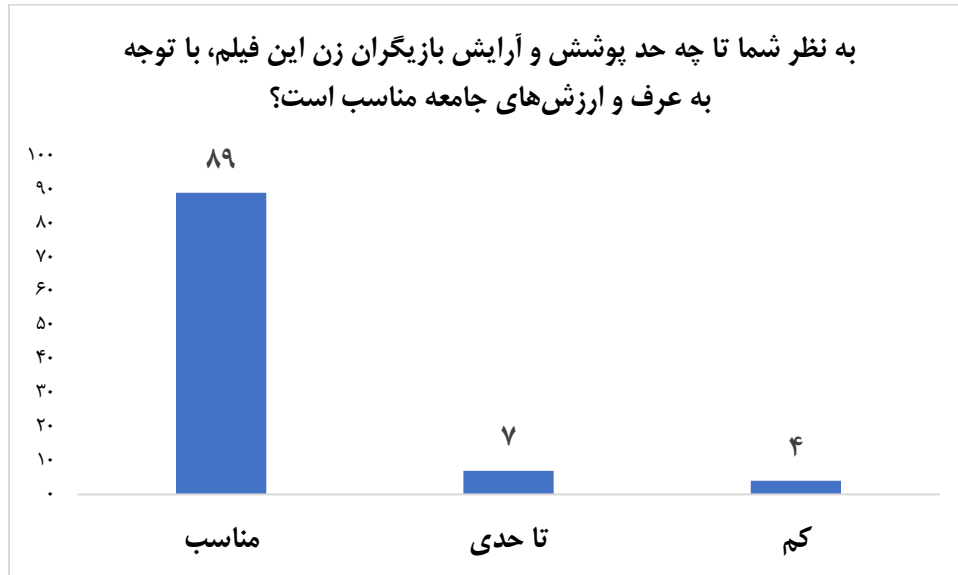


همان‌طور که مشاهده می‌شود در همه فیلم‌ها به جز فیلم لایه‌های دروغ بیشتر از ۷۰ درصد مخاطبان فیلم را توصیف منصفانه‌ای از واقعیت جامعه ایران دانسته‌اند. در شش فیلم اول از نظر میزان رضایت مخاطبان بیش از ۹۰ درصد فیلم را واقع‌بینانه می‌دانند. در حدود یک‌چهارم مخاطبان فیلم بدن قرار قبلی هم فیلم را بیش از حد خوش‌بینانه می‌دانند.

## پوشش و آرایش بازیگران

در پیمایش از افراد سؤال شد «تا چه حد پوشش و آرایش بازیگران زن این فیلم، با توجه به عرف و ارزش‌های جامعه مناسب است؟». در مجموع کل پاسخگویان ۸۹ درصد پوشش بازیگران فیلم را مطابق عرف و ارزش‌های جامعه می‌دانند.

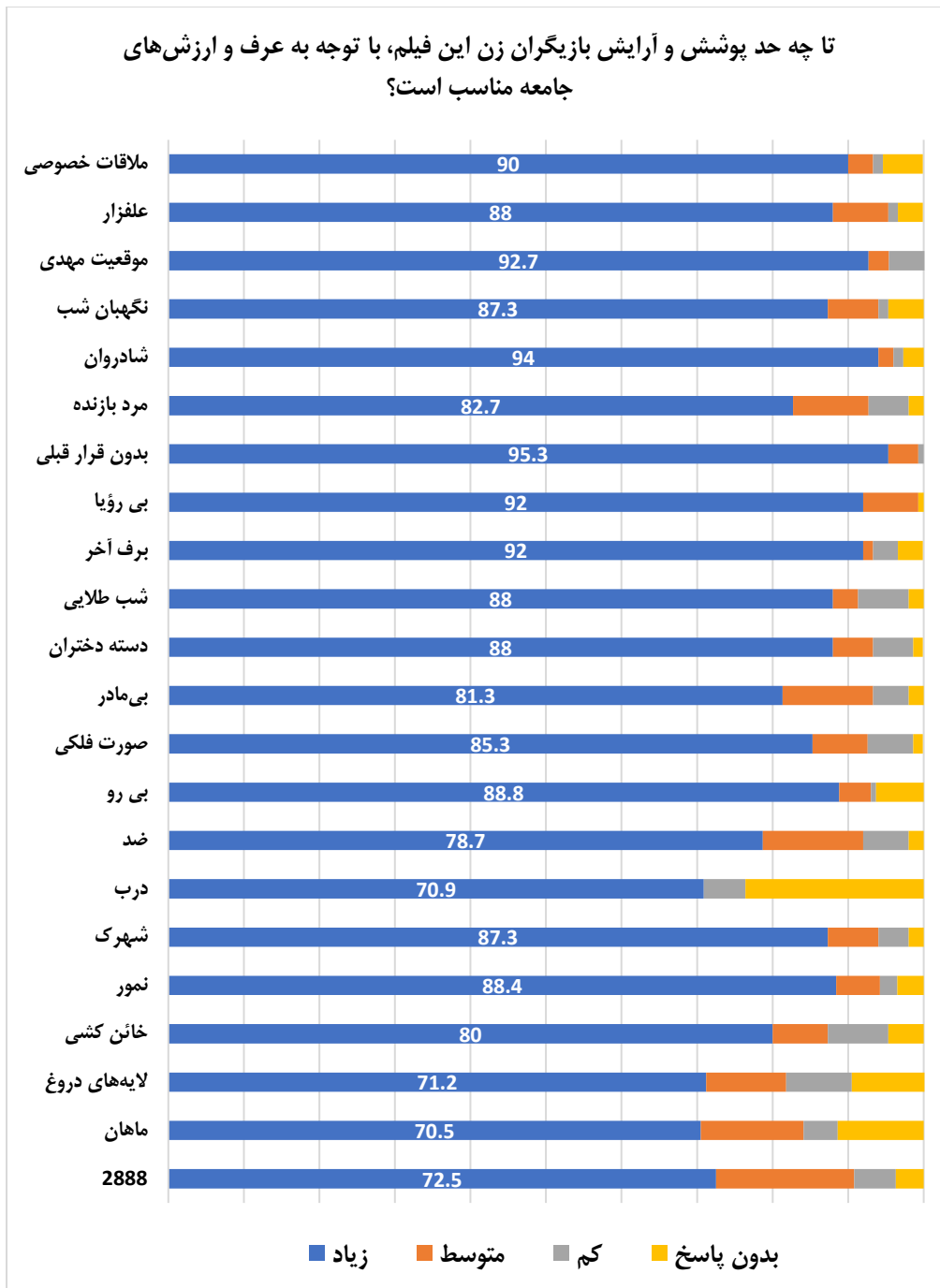
نمودار ۲۷- ارزیابی پوشش بازیگران



فراوانی توزیع پاسخ به سؤال مطابقت حجاب و پوشش زنان با ارزش‌های و عرف جامعه به تفکیک فیلم در جدول زیر آمده است.

جدول ۲۹- انطباق پوشش بازیگران با عرف و ارزش‌ها

| نام فیلم       | زیاد | متوسط | کم  | بدون پاسخ |
|----------------|------|-------|-----|-----------|
| ملاقات خصوصی   | ۹۰   | ۳.۳   | ۱.۳ | ۵.۳       |
| علفزار         | ۸۸   | ۷.۳   | ۱.۳ | ۳.۳       |
| موقعیت مهدی    | ۹۲.۷ | ۲.۷   | ۴.۷ | ۰.۰       |
| نگهبان شب      | ۸۷.۳ | ۶.۷   | ۱.۳ | ۴.۷       |
| شادروان        | ۹۴   | ۲     | ۱.۳ | ۲.۷       |
| مرد بازنده     | ۸۲.۷ | ۱۰    | ۵.۳ | ۲         |
| بدون قرار قبلی | ۹۵.۳ | ۴     | ۰.۷ | ۰.۰       |
| بی رؤیا        | ۹۲   | ۷.۳   | ۰.۰ | ۰.۷       |
| برف آخر        | ۹۲   | ۱.۳   | ۳.۳ | ۳.۳       |
| شب طلایی       | ۸۸   | ۳.۳   | ۶.۷ | ۲         |
| دسته دختران    | ۸۸   | ۵.۳   | ۵.۳ | ۱.۳       |
| بی‌مادر        | ۸۱.۳ | ۱۲    | ۴.۷ | ۲         |
| صورت فلکی      | ۸۵.۳ | ۷.۳   | ۶   | ۱.۳       |
| بی‌رو          | ۸۸.۸ | ۴.۲   | ۰.۷ | ۶.۳       |
| ضد             | ۷۸.۷ | ۱۳.۳  | ۶   | ۲         |
| درب            | ۷۰.۹ | ۰.۰   | ۵.۵ | ۲۳.۶      |
| شهرک           | ۸۷.۳ | ۶.۷   | ۴   | ۲         |
| نمور           | ۸۸.۴ | ۵.۸   | ۲.۳ | ۳.۵       |
| خائن کشی       | ۸۰   | ۷.۳   | ۸   | ۴.۷       |
| لایه‌های دروغ  | ۷۱.۲ | ۱۰.۶  | ۸.۷ | ۹.۶       |
| ماهان          | ۷۰.۵ | ۱۳.۶  | ۴.۵ | ۱۱.۴      |
| ۲۸۸۸           | ۷۲.۵ | ۱۸.۳  | ۵.۵ | ۳.۷       |



همان‌طور که در جدول زیر اکثریت مطلق مخاطبان پوشش و آرایش بازیگران در همه فیلم‌ها را خلاف عرف و ارزش‌های جامعه نمی‌دانند. بدترین قضاوت در این مورد مربوط به فیلم لایه‌های دروغ است که ۸.۷ درصد مردم مطابقت آن با ارزش‌ها و عرف را «کم» دانسته‌اند.

پیوست

## پرسشنامه ارزیابی چهلمین جشنواره فیلم فجر

### قبل از تماس:

شماره تماس:..... نامه فیلم بر اساس بلیت..... نام سالن و سینما بر اساس بلیت.....

### پاسخگوی گرامی، باسلام

من برای انجام یک نظرسنجی درباره جشنواره فیلم فجر با شما تماس گرفته‌ام. این گفتگو چند دقیقه بیشتر وقت شما را نمی‌گیرد ولی نتایج آن می‌تواند برای دست‌اندرکاران برگزاری جشنواره مهم و موثر باشد. بدون این که از شما نامی ذکر شود فقط نتایج کلی تحقیق برای مسئولان و مردم منتشر خواهد شد. از همکاری شما سپاسگزارم

### بخش اول: ارزیابی جشنواره

- ۱- قبل از شیوع کرونا، در طول سال هر چند وقت یک‌بار برای دیدن فیلم به سینما می‌رفتید؟  
 هفته‌ای یک‌بار  ماهی چندبار  ماهی یک‌بار  سالی چندبار  سالی یک‌بار  اصلاً
- ۲- برای چندمین بار است که برای دیدن فیلم به این جشنواره می‌آیید؟ ..... بار
- ۳- حدوداً تا الان چند دوره در جشنواره‌های فیلم فجر حضور داشته‌اید؟ (در هر دوره حداقل یک فیلم دیده باشید)؟.....
- ۴- چه شد که تصمیم گرفتید امسال برای دیدن فیلم‌های جشنواره، بیایید؟.....
- ۵- از چه طریقی بلیت تهیه کردید؟  
 از سوی دوستان و آشنایان  محل کار  خرید از سایت  سایر:.....
- ۶- نحوه دسترسی و تهیه بلیت جشنواره فیلم امسال را چگونه ارزیابی می‌کنید؟  
 خیلی خوب  خوب  متوسط  بد  بسیار بد
- ۷- به طور کلی، کیفیت سالنی که فیلم را در آن دیدید، چگونه ارزیابی می‌کنید؟  
 کاملاً مناسب  مناسب  متوسط  نامناسب  بسیار نامناسب

۸- برخی اعتقاد دارند که همه فیلم‌های شایسته، امکان راهیابی به جشنواره فیلم فجر را ندارند، اما برخی با این نظر مخالفند

به نظر شما نحوه انتخاب فیلم‌ها برای جشنواره در دوره‌های مختلف، تا چه حد منصفانه است؟

خیلی زیاد  زیاد  تاحدی  کم  خیلی کم

۹- فکر می‌کنید داوری جشنواره فیلم فجر در سال‌های گذشته، چقدر منصفانه بوده است؟

خیلی زیاد  زیاد  تاحدی  کم  خیلی کم

۱۰- در مجموع کیفیت برگزاری جشنواره امسال را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

خیلی خوب  خوب  متوسط  بد  بسیار بد

۱۱- با چه کسانی برای تماشای فیلم آمدید؟

به تنهایی  دوستان  اعضای خانواده  همکاران

۱۲- تبلیغات این دوره از جشنواره را بیشتر از چه طریقی دیده یا شنیده‌اید؟ (فقط یک مورد)

تابلو و بیلборدهای شهری  رادیو تلویزیونی  شبکه‌های اجتماعی مانند بله، اینستاگرام، تلگرام  
 خبرگزاری‌ها و سایت‌ها  سایر

## بخش دوم: ارزیابی در خصوص فیلم مورد تماشا / نام فیلم: .....

۱۳- چه شد که این فیلم را انتخاب کردید؟ (سه اولویت اول را نام ببرید)

معرفی دوستان و اطرافیان  کارگردان مورد علاقه  تبلیغات  نقدها و مطالب سینمایی  حضور  
بازیگر مورد علاقه در فیلم  اتفاقی انتخاب می‌کنم  داشتن بلیت  سایر: .....

۱۴- برجسته‌ترین ویژگی این فیلم از نظر شما چه بود؟

کارگردانی  بازیگری  جلوه‌های ویژه  مضمون و محتوا  سایر: .....

۱۵- به نظر شما مضمون یا پیام اصلی این فیلم، در یکی دو جمله چه بوده است؟ .....

۱۶- طرح موضوعی مانند داستان و مضمون این فیلم را چقدر برای جامعه ما ضروری می‌دانید؟

خیلی زیاد  زیاد  تاحدی  کم  خیلی کم

۱۷- به نظر شما این فیلم به لحاظ محتوایی، چقدر با ارزش‌های اخلاقی جامعه ما همخوان است؟

خیلی زیاد  زیاد  تاحدی  کم  خیلی کم

۱۸- به نظر شما، این فیلم بازتاب مسائل و دغدغه‌های کدام قشر یا طبقه از جامعه ایران است؟ .....

۱۹- به نظر شما، تصویری که این فیلم از جامعه ایران نشان می‌دهد، چقدر با واقعیت منطبق است؟

کم و بیش منطبق است  سیاه‌نمایی می‌کند  زیادی خوش‌بینانه است

۲۰- به نظر شما تا چه حد پوشش و آرایش بازیگران زن این فیلم، با توجه به عرف و ارزش‌های جامعه، مناسب است؟

خیلی مناسب  مناسب  تاحدی  کم  خیلی کم

۲۱- چقدر این فیلم موفق شد رضایت شما را جلب کند؟

کاملاً راضی  راضی  تاحدی راضی  ناراضی  کاملاً ناراضی

### بخش سوم: مشخصات پاسخگو

جنسیت:  مرد  زن

سن: .....

وضعیت تأهل:  مجرد  متأهل  بدون همسر (بر اثر طلاق / فوت)

تحصیلات:  کمتر از دیپلم  دیپلم  فوق دیپلم  لیسانس  فوق لیسانس  دکتری  حوزوی

وضعیت اشتغال:

شاغل  سرباز  خانه‌دار  بیکار  دانشجو یا دانش‌آموز  بازنشسته  نظامی  سایر: .....

قومیت:  لر  کرد  فارس  ترک  عرب  بلوچ  ترکمن  لک  گیلکی  مازنی  سایر: .....

شهر و استان محل سکونت: .....

در صورت سکونت در تهران: شماره منطقه شهرداری: .....