



گزارشی از یافته‌های پیمایش ملی ذائقه سینمایی ایرانیان



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



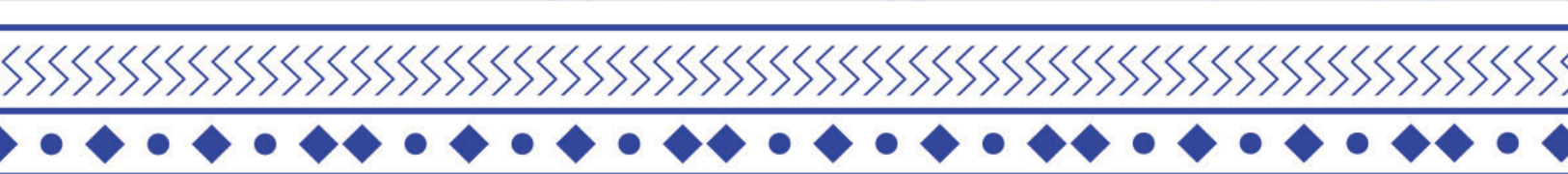
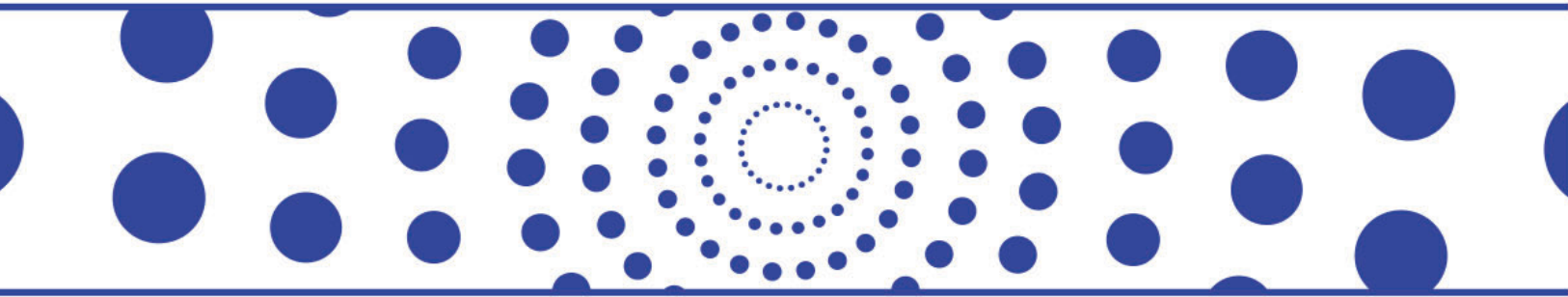
سازمان امور سینمایی و سمعی بصری

تابستان ۱۴۰۰



مدیر علمی :
دکتر فاطمه فلاح

ناظر طرح :
دکتر محمد رضایی





ساختار گزارش

مقدمه

یافته‌های مربوط به پاسخ‌گویانی (۸۱/۷ درصدی) که فیلم و سریال می‌بینند

یافته‌های مربوط به پاسخ‌گویانی (۱۷/۳ درصدی) که فیلم و سریال نمی‌بینند

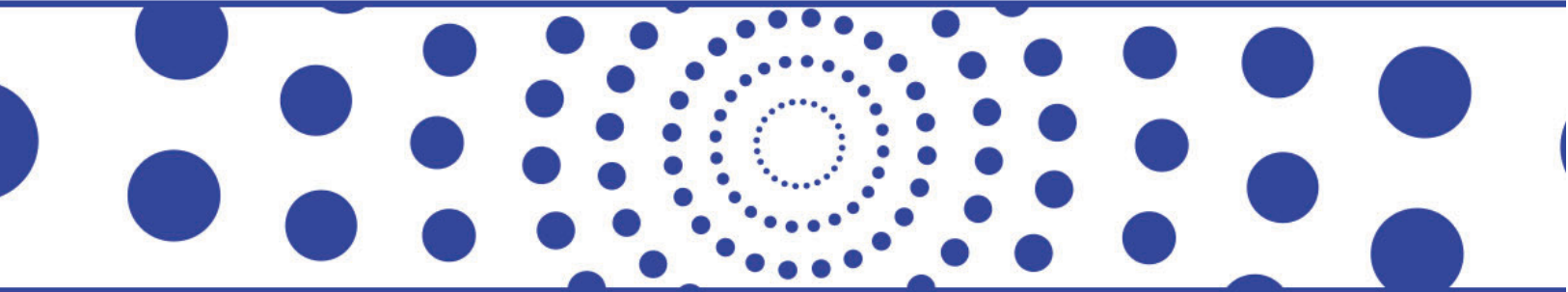
پرسش‌های مشترک هر دو بخش پاسخ‌گویان

نکته پایانی





مقدمه



مقوله ذائقه سینمایی (فیلم و سریال) در پیمایش‌های مختلف در قالب پرسش‌هایی کمابیش یکسان درباره انتخاب‌ها، علایق، گرایش‌ها، آگاهی و اطلاعات پاسخ‌گویان و نظایر آن سنجیده می‌شود. در پیمایش‌های جهانی نیز، پرسش‌ها در همین حال و هوا و فضای مفهومی طرح می‌شوند. اما، طبعاً جهت‌گیری اصلی و تأکیدها و چشمداشت‌های نظری هر پژوهش برآمده از (و یا متناسب با) چارچوب مفهومی آن پژوهش است. در سال‌های اخیر، فضای اجتماعی در همه جا، از جمله ایران، دگرگونی‌های ساختاری مهمی را از سر گذرانده است. برخی از این روندها جنبه جهانی دارند و در ایران نیز عمیقاً مؤثر بوده‌اند. یکی از این تحولات مهم گسترش منطق اقتصادی درون حوزه تولید فرهنگی است. این فقط مسئله‌ای اقتصادی نیست؛ بلکه به لحاظ اجتماعی و هنری و زیباشناختی نیز پیامدهایی چندان گسترده به همراه آورده که به یک معنا کل میدان تولید فرهنگی را دگرگون کرده است. صرف‌نظر از مناقشات فعلی درباره اقتصاد فرهنگ و هنر در ایران، تردیدی نیست که این مؤلفه نقش بسیار مهمی در «مصرف سینمایی» ایرانیان بازی می‌کند و توجه به آن، برای پرهیز از نگاه‌های کلیشه‌ای به ذائقه سینمایی ایرانیان، ضروری است. هرچند هنوز بسیاری از تولیدات سینمایی در ایران - مستقیم یا غیرمستقیم - به بودجه‌های دولتی وابسته‌اند؛ تأثیر مناسبات - تولید فراتر از دولتی/خصوصی بودن - بر فرم و محتوای فیلم و سریال در ایران موضوعی نیازمند مطالعه است. عامل مؤثر دیگر گسترش فناوری‌های ارتباطی است. مصرف فیلم و سینما در ایران متأثر از گسترش رسانه‌های دیجیتال و گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای تا حد زیادی دگرگون شده است. علاوه بر فیلم‌ها و سریال‌های داخلی که پیش‌تر بخش اصلی مصرف مخاطب ایرانی را در اختیار داشتند، سریال‌های شبکه نمایش خانگی، فیلم‌ها و سریال‌های غربی، سریال‌های ترکیه‌ای، کره‌ای و... در سبد مصرف مخاطب ایرانی قرار گرفته‌اند. از این نظر، شناخت الگوهای تازه فیلم و سریال دیدن، چه ابزارها و مدیوم‌های آن و چه گرایش‌های مخاطبان، اهمیت دارد. برای دستیابی به تصویری کلی از انتخاب‌ها و سلیقه‌های سینمایی ایرانیان، پژوهشکده فرهنگ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، به سفارش سازمان امور سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشی درباره ذائقه سینمایی ایرانیان تدارک دید که مشتمل بر اجرای پیمایشی ملی و نگارش متن‌های تحلیلی است. این پیمایش با این هدف طراحی شده است که جایگاه فیلم و سریال را در زندگی روزمره مردم تحلیل کند و از ترجیح‌ها/سلیقه‌های سینمایی مردم شناختی به دست دهد و الگوهای قابل تشخیص در «مصرف سینمایی» پاسخ‌گویان را بازشناسد. به شکل خلاصه، این پژوهش در تحلیل ذائقه سینمایی به چند نکته توجه می‌کند:

- جایگاه فیلم و سریال در زندگی روزمره مردم؛
- شناخت ترجیح‌ها/سلیقه‌های سینمایی مردم و تحلیل الگوهای قابل تشخیص؛
- دلالت‌های فرهنگی و اجتماعی مصرف سینمایی.

بیشتر سؤالات پیمایش رفتار اظهارشده پاسخ‌گویان را می‌سنجند. افزون بر مصرف سینمایی روزمره مردم و شیوه مصرف پاسخ‌گویان و ترجیحات و علایق آنان، چند پرسش هم به آگاهی و دانش پاسخ‌گویان از سینما اختصاص یافته که در تحلیل ذائقه تماشاگران مهم است. اما یک مسئله مهم درباره سینما در همه جای جهان دلالت‌هایی است که «مصرف سینمایی» به همراه می‌آورد که خود برآمده از گسترش منطق اقتصادی درون حوزه تولید فرهنگی است. این شکل از مصرف در ساخت و بازتولید ذائقه فرهنگی مخاطب مشارکت می‌کند. چند پرسش هم با این هدف طراحی شده که مصرف سینمایی ایرانیان را از این منظر بسنجد. در واقع، اینجا پژوهش قدری پارا از سنجش ذائقه فراتر گذاشته و به دلالت‌های فرهنگی و اجتماعی کلان‌تر ذائقه سینمایی پاسخ‌گویان توجه کرده است. سنجه‌ها با توجه به حساسیت‌های فرهنگی و اجتماعی فعلی در ایران انتخاب شده‌اند. این گزارش صرفاً بازتاب‌دهنده گزیده‌ای از یافته‌های این پیمایش است. متن نهایی این پژوهش در قالب گزارشی تحلیلی به انضمام جستارهایی تحلیلی از پژوهشگران برجسته منتشر خواهد شد.

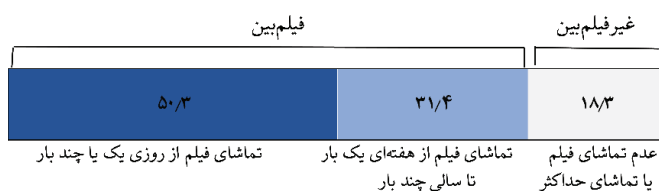
مشخصات کلی پیمایش

پیمایش ذائقه سینمایی ایرانیان در تابستان ۱۴۰۰ در سطح ملی اجرا شده است. هدف اولیه دست‌یافتن به تصویری از انتخاب‌ها و ترجیح‌های پاسخ‌گویان بود. مرحله گردآوری اطلاعات این پیمایش ملی با تعداد نمونه ۵۳۳۹ در تیرماه ۱۴۰۰ صورت گرفت. روش جمع‌آوری اطلاعات و تکمیل پرسش‌نامه به شیوه تلفنی بوده است. بر اساس تجربه به‌دست‌آمده، میزان همکاری و محافظه‌کاری پاسخ‌گویان، ضرورت برخورداری نمونه تحقیق از ویژگی پراکندگی و زمان حضور گروه‌های مختلف سنی و شغلی در خانه، با حدود دوسوم از نمونه‌ها از طریق شماره همراه و با یک‌سوم دیگر از طریق خط ثابت تماس گرفته شد.

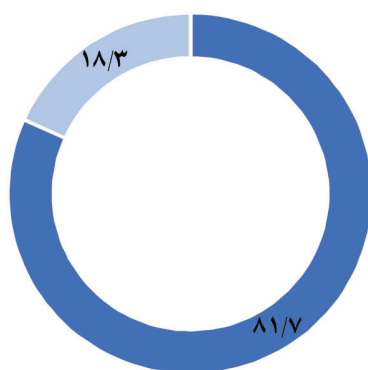
پاسخ‌گویانی که فیلم و سریال می‌بینند و آن‌ها که نمی‌بینند

در این پیمایش، به‌طورکلی، پاسخ‌گویان به دو گروه تماشاکنندگان و غیرتماشاکنندگان فیلم تقسیم‌بندی شده‌اند. پرسش «معمولاً هر چند وقت یک بار فیلم و سریال می‌بینید؟» مبنای این تفکیک بوده است. بر اساس نتایج این پرسش، افرادی که گزینه «هرگز» و «سالی یک بار» را انتخاب کرده‌اند به‌عنوان افرادی که فیلم و سریال نمی‌بینند در نظر گرفته شده‌اند و درباره فیلم و سریال از آن‌ها پرسش نمی‌شود. از این گروه پرسش‌هایی متفاوت شده است. از پاسخ‌گویانی نیز که سایر گزینه‌ها (از روزی یک یا چند فیلم تا سالی چند فیلم) را انتخاب کنند، به‌عنوان تماشاکنندگان فیلم، درباره سنجش ذائقه دیداری‌شان سؤال شده است.

نیمی از پاسخ‌گویان (۵۰/۳ درصد) روزی یک یا چند فیلم یا سریال تماشا می‌کنند. افرادی که از هفته‌ای چند بار تا سالی چند بار فیلم یا سریال تماشا می‌کنند ۳۱ درصد هستند. همچنین ۱۸/۳ درصد نیز اظهار داشته‌اند که فیلم تماشا نمی‌کنند یا حداکثر سالی یک فیلم می‌بینند.



نمودار ۱. توزیع پاسخ‌گویان براساس تماشای فیلم و سریال

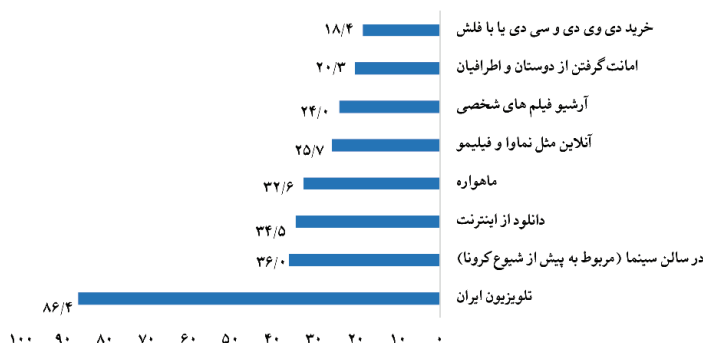


فیلم و سریال تماشا نمی‌کنند ■ فیلم و سریال تماشا می‌کنند ■

نمودار ۲. تماشای فیلم و سریال

یافته‌های مربوط به پاسخ‌گویی که فیلم و سریال می‌بینند (۸۱ درصد)

نحوه تماشای فیلم و سریال به‌طور کلی، ۸۱/۷ درصد پاسخ‌گویان اظهار کرده‌اند که فیلم و سریال می‌بینند و ۱۸/۳ درصد گفته‌اند هرگز فیلم نمی‌بینند یا حداکثر سالی یک‌بار فیلم می‌بینند که این عدد نسبتاً قابل توجه است. تماشای فیلم و سریال از طریق تلویزیون ایران بیشترین فراوانی را در مقایسه با دیگر روش‌ها دارد. بعد از آن، به ترتیب، بارگیری از اینترنت و تماشای فیلم و سریال از طریق ماهواره شیوه‌های رایج پاسخ‌گویان برای تماشای فیلم و سریال‌اند.

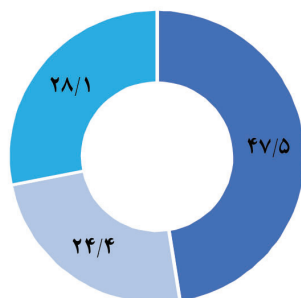


نمودار ۳. روش‌های تماشای فیلم و سریال

استان‌های مرزنشین (آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و خوزستان)، بیش از میانگین کشور، از ماهواره برای تماشای فیلم و سریال استفاده می‌کنند.

بیشتر پاسخ‌گویان مجموعه تلویزیونی و سریال را بیشتر از فیلم سینمایی تماشا می‌کنند. اما، مردان در مقایسه با زنان بیشتر فیلم سینمایی می‌بینند. همچنین، دانشگاهیان نسبت به غیردانشگاهیان و شاغلان نسبت به غیرشاغلان، شهرنشینان نسبت به روستاییان بیشتر بیننده فیلم سینمایی هستند.

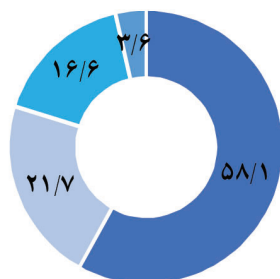
فیلم یا سریال؟



نمودار ۴. ارجحیت دادن به سریال و فیلم سینمایی

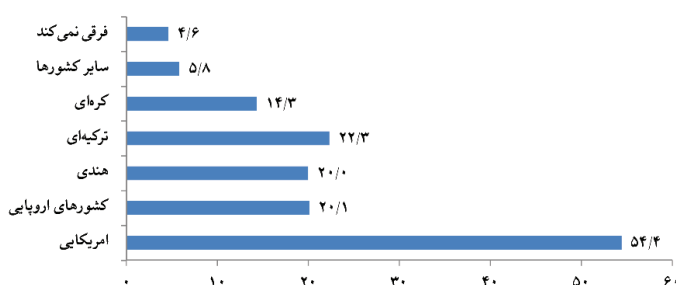
مقایسه یافته‌های ده استان منتخب نشان می‌دهد رفتار تقریباً مشابهی در خصوص ارجحیت‌دادن به فیلم سینمایی و سریال وجود دارد، به طوری که در همه استان‌ها، مشابه برآورد کشوری، پاسخ‌گویان بیشتر سریال تماشا می‌کنند. ترجیح بیش از نیمی از پاسخ‌گویان (۵۸/۱ درصد) بر تماشای فیلم‌های سینمایی ایرانی است. از سوی دیگر، ۲۱/۷ درصد پاسخ‌گویان فیلم‌های سینمایی خارجی را ترجیح می‌دهند. برای ۱۶/۶ درصد نیز کشور سازنده فیلم اهمیتی ندارد.

فیلم ایرانی یا خارجی؟



■ فیلم سینمایی تماشا نمی‌کند ■ هر دو / فرقی نمی‌کند ■ خارجی ■ ایرانی

نمودار ۵. ایرانی یا خارجی بودن فیلم سینمایی



سینمای کدام کشورها
در ایران طرفدار بیشتری
دارد؟

نمودار ۶. کشور سازنده فیلم سینمایی

جدول ۱. «سه تا از بهترین فیلم‌های سینمایی ایرانی را که تاکنون دیده‌اید نام ببرید.»

عنوان	درصد از فیلم‌بین‌ها	درصد از جمعیت کل نمونه
متری شیش و نیم	۴,۱	۲,۶
اخراجی‌ها	۳,۸	۲,۴
آینه بغل	۳,۳	۲,۱
مارمولک	۲,۴	۱,۵
شنای پروانه	۲,۲	۱,۴
ابد و یک روز	۲,۰	۱,۳
شبی که ماه کامل شد	۱,۵	۱,۰
خوب، بد، جلف	۱,۵	۰,۹
خجالت نکش	۱,۴	۰,۹
تگ‌زاس	۱,۳	۰,۹

بهترین فیلم‌های سینمایی
ایرانی از دید مخاطبان

در انتخاب بهترین فیلمی که فیلم‌بین‌ها تاکنون مشاهده کرده‌اند، آنان به ترتیب از متری شیش و نیم، اخراجی‌ها، آینه بغل و مارمولک نام برده‌اند. قرارگرفتن نام هر دو فیلم سعید روستایی، یعنی ابد و یک روز و متری شیش و نیم که مضمون اجتماعی دارند، در میان فیلم‌های برگزیده پاسخ‌گویان در نوع خود توجه‌برانگیز است. این دو فیلم در سالیان اخیر به علل مختلف موضوع توجه مخاطبان قرار گرفته و از مديوح‌های مختلف، مانند اینترنت و ماهواره، در دسترس آنان بوده‌اند. اما روند کلی‌تر عبارت است از محبوبیت فیلم‌های کم‌دی در میان مردم؛ فیلم‌هایی که برخی از آنان به علت کیفیت نازل مورد انتقاد منتقدان سینما قرار گرفته‌اند.

جدول ۲. «سه تا از بهترین فیلم‌های سینمایی خارجی را که تاکنون دیده‌اید نام ببرید؟»

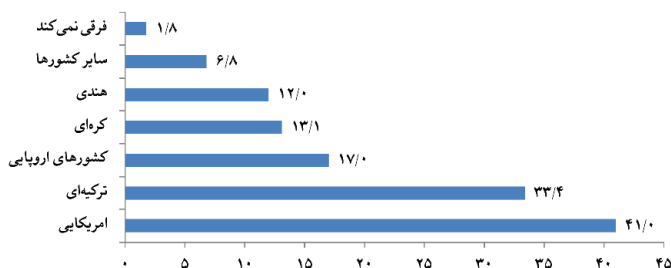
عنوان	درصد از فیلم‌بین‌ها	درصد از جمعیت کل نمونه
سریع و خشن	۸,۴	۲,۳
پدرخوانده	۲,۲	۰,۶
ارباب حلقه‌ها	۲,۰	۰,۵
شعله	۱,۵	۰,۴
بربادرفته	۱,۲	۰,۳
جان ویک	۱,۲	۰,۳
مرد عنکبوتی	۱,۰	۰,۳
تایتانیک	۱,۰	۰,۳
خوب، بد، زشت	۱,۰	۰,۳
رستگاری در شاوشنک	۰,۸	۰,۲

فیلم‌های خارجی برگزیده مخاطبان

مردم شناخت زیادی از فیلم‌های خارجی ندارند و حوزه علائق آنان نیز بسیار متنوع است. جز گروه بسیار ناچیزی از علاقه‌مندان حرفه‌ای سینما، انتخاب سایرین تا حدی تصادفی است و البته به جنبه سرگرم‌کنندگی مرتبط است. به لحاظ ژانر نیز، در این فهرست تنوع به چشم می‌خورد. چند فیلم از فیلم‌های موسوم به اکشن در فهرست فیلم‌های برگزیده خارجی مخاطبان قرار گرفته است.

در پاسخ به پرسش: «بیشتر سریال‌های ایرانی تماشا می‌کنید یا خارجی؟»، اکثر پاسخ‌گویان (۷۳/۹ درصد) اظهار داشته‌اند که سریال‌های ایرانی را بیشتر تماشا می‌کنند. در مقابل، ۱۴/۲ درصد بیشتر سریال‌های خارجی را تماشا می‌کنند. ۱/۷ درصد نیز برایشان ایرانی یا خارجی بودن سریال تفاوتی ندارد.

تماشای سریال‌های ایرانی و خارجی



نمودار ۷. کشور سازنده سریال‌های خارجی مورد تماشا

در میان افرادی که سریال‌های خارجی تماشا می‌کنند، سریال‌های امریکایی و ترکیه‌ای در رده اول و دوم قرار گرفته‌اند. فاصله میان این دو نیز زیاد نیست. همان‌طور که انتظار می‌رفت، سریال‌های ترکیه‌ای جایگاه مهمی در سبد مصرف فرهنگی ایرانیان پیدا کرده‌اند.

تماشای فیلم‌های خارجی و ایرانی در میان گروه‌های مختلف اجتماعی با متغیرهای متنوع جمعیت‌شناختی تفاوت دارد. مردان در مقایسه با زنان فیلم‌های سینمایی خارجی را بیشتر تماشا می‌کنند؛ در حالی که زنان بیشتر طرفدار و تماشاکننده سریال‌های خارجی هستند. همچنین، جوانان نسبت به سنین بالاتر، افراد دارای تحصیلات دانشگاهی نسبت به افراد فاقد تحصیلات عالی، شاغلان نسبت به غیرشاغلان، شهرنشینان نسبت به روستاییان فیلم‌های سینمایی و سریال‌های خارجی را بیشتر تماشا می‌کنند.

جدول ۳. «سه تا از بهترین سریال‌های ایرانی را که تاکنون دیده‌اید نام ببرید؟»

عنوان	درصد از فیلم‌بین‌ها	درصد از جمعیت کل نمونه
پایتخت (تلویزیون ایران)	۱۸٫۱	۱۲٫۰
دودکش (تلویزیون ایران)	۹٫۷	۶٫۵
یوسف پیامبر (تلویزیون ایران)	۴٫۳	۲٫۹
خانه امن (تلویزیون ایران)	۴٫۰	۲٫۷
ستایش (تلویزیون ایران)	۳٫۹	۲٫۶
گاندو (تلویزیون ایران)	۳٫۹	۲٫۶
پدرسالار (تلویزیون ایران)	۳٫۸	۲٫۶
مختارنامه (تلویزیون ایران)	۳٫۶	۲٫۴
زخم کاری (شبکه نمایش خانگی)	۳٫۶	۲٫۴
نون خ (تلویزیون ایران)	۳٫۴	۲٫۳

بهترین سریال‌های ایرانی مورد تماشا

پاسخ‌گویان سه سریال داخلی پایتخت، دودکش و یوسف پیامبر را به‌عنوان سریال‌های محبوب خود برگزیده‌اند. جز در مورد

سریال محبوب پایتخت و تاحدی سریال دودکش که فصل سوم آن در زمان اجرای پیمایش برای نخستین بار در حال پخش بود، سایر سریال‌ها از سوی شمار اندکی از پاسخ‌گویان به‌عنوان سریال محبوب انتخاب شده‌اند. بیشتر سریال‌هایی که در این فهرست قرار گرفته‌اند در زمان اجرای پیمایش در حال پخش مجدد بوده‌اند؛ بنابراین، قرارگرفتن این سریال‌ها در این فهرست لزوماً به معنای اثرگذاری آن‌ها بر مخاطبان نیست.

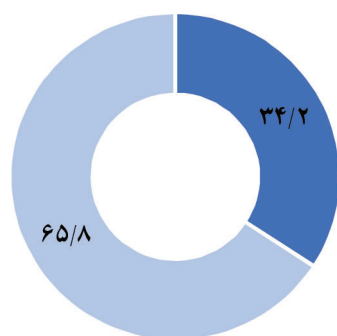
جدول ۴. «کارگردانان ایرانی موردعلاقه شما چه کسانی هستند؟»

کارگردان	درصد از کل جمعیت	درصد از جمعیت کل نمونه
مهران مدیری	۹,۳	۶,۹
ابراهیم حاتمی‌کیا	۷,۹	۴,۷
سیروس مقدم	۶,۳	۴,۶
رضا عطاران	۴,۲	۳,۱
اصغر فرهادی	۴,۱	۳,۱
مهدی فخیم‌زاده	۴,۱	۳,۱
مسعود ده‌نمکی	۳,۵	۲,۶
فرج‌الله سلحشور	۳,۰	۲,۲
داود میرباقری	۲,۴	۱,۸
مسعود کیمیایی	۲,۰	۱,۵

پاسخ‌گویان از مهران مدیری، سیروس مقدم، ابراهیم حاتمی‌کیا، رضا عطاران، اصغر فرهادی و مهدی فخیم‌زاده به‌عنوان کارگردانان ایرانی محبوب نام برده‌اند. حدود یک‌پنجم پاسخ‌گویان نیز اعلام کرده‌اند که اطلاعات و شناخت زیادی در این زمینه ندارند و کارگردانی را نمی‌شناسند. مقایسه یافته‌های پرسش‌های مربوط به بهترین فیلم‌های پاسخ‌گویان و کارگردانان محبوب آن‌ها دال بر این واقعیت است که در برخی موارد فیلم‌های یک کارگردان به علل مختلف برای مخاطبان واجد جذابیت‌هایی بوده است، بدون آنکه نام کارگردان مطرح باشد. فیلم‌های سعید روستایی در این پیمایش مصداق بارز این وضعیت‌اند. اما کارگردانان شناخته‌شده نزد افکار عمومی آن‌هایی هستند که به علل دیگری غیر از فیلم‌هایشان نیز مطرح بوده‌اند. مثلاً، اصغر فرهادی هم‌زمان با اجرای پیمایش به‌علت اکران فیلم قهرمان در جشنواره کن و برخی اظهارنظرهایش در حاشیه جشنواره در رسانه‌ها حضور پررنگی داشت. نام مهران مدیری نیز عمدتاً به‌خاطر اجرای برنامه دورهمی برای مخاطبان آشنا بوده است.

تماشای فیلم‌های عباس کیارستمی

انتخاب کیارستمی صرفاً به این علت نبوده که او پس از انقلاب به نوعی نماد «سینمای روشنفکری» تلقی شده و کارگردانی مقبول و معتبر در سطح جهانی بوده است. روشن است که جایگاه اجتماعی هیچ دو سینماگری الزاماً یکسان نیست و بنابراین، جایگاه کیارستمی را نمی‌توان معادل جایگاه «سینمای روشنفکری» یا «سینمای هنری» و از این قبیل دانست. اما به‌عنوان سینماگری که همواره حتی پس از درگذشتش موضوع بحث و گفت‌وگو بوده و به‌عنوان فردی که از بسیاری جهات چهره‌ای نمادین و شمایل‌گونه (Iconic) دارد، میزان آشنایی مخاطبان با آثار او، که برخی از آن‌ها در طول چند دهه در سالن‌های سینما و شبکه‌های تلویزیونی کشور هم به نمایش درآمده‌اند، می‌تواند ارزش تحلیلی داشته باشد. از پاسخ‌گویان درباره فیلم‌ها و کارگردانان محبوبشان نیز سؤال شد که یافته‌های این پرسش‌ها در کنار یکدیگر قابل تفسیرند.



- تماشای فیلم‌های عباس کیارستمی
- عدم تماشای فیلم‌های عباس کیارستمی

نمودار ۸. تماشای فیلم‌های عباس کیارستمی

افراد میان‌سال (۳۶ تا ۵۵ سال) نسبت به دیگر سنین بیشتر اظهار داشته‌اند که فیلم‌هایی از عباس کیارستمی دیده‌اند. کسانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، نسبت به افراد فاقد تحصیلات عالی، بیشتر مخاطب فیلم‌های کیارستمی بوده‌اند. همین‌طور شهری‌ها نسبت به روستاییان و شاغلان نسبت به غیرشاغلان بیشتر فیلم‌های عباس کیارستمی را تماشا کرده‌اند.

پاسخ‌گویان نام چه فیلمی از کیارستمی را به خاطر می‌آورند؟

از میان پاسخ‌گویانی که در پرسش قبل گفته‌اند حداقل یکی از فیلم‌های عباس کیارستمی را دیده‌اند (۳۴/۲ درصد) خواسته شد تا فیلمی را که دیده‌اند نام ببرند. در مجموع، افرادی که اظهار داشته‌اند حداقل یکی از فیلم‌های عباس کیارستمی را دیده‌اند و نام یکی از فیلم‌های این کارگردان را به درستی ذکر کرده‌اند ۲۱/۳ درصد هستند و این عدد در کل جمعیت نمونه ۵/۴ درصد بوده است.

جدول ۵. «کارگردانان خارجی موردعلاقه شما کدام‌اند؟»

کارگردانان خارجی موردعلاقه

عنوان	درصد از فیلم‌بین‌ها	درصد از جمعیت کل نمونه
کریستوفر نولان	۵٫۰	۰٫۹
آلفرد هیچکاک	۱٫۹	۰٫۴
مارتین اسکورسیزی	۱٫۷	۰٫۳
اسپیلبرگ	۱٫۳	۰٫۲
تارانتینو	۰٫۸	۰٫۲
جیمز کامرون	۰٫۵	۰٫۱
دیوید فینچر	۰٫۴	۰٫۱
استنلی کوبریچ	۰٫۳	۰٫۱
اسکوسیس	۰٫۳	۰٫۱
روسیلینی	۰٫۳	۰٫۱

پاسخ‌گویان با نام کارگردانان خارجی آشنایی اندکی دارند و تنها ۲۲/۹ درصد افرادی که فیلم و سریال تماشا می‌کنند نام یک یا دو کارگردان خارجی موردعلاقه خود را اعلام کرده‌اند. پاسخ‌گویان کریستوفر نولان را با فاصله‌ای نسبتاً قابل توجه به‌عنوان محبوب‌ترین کارگردان خارجی انتخاب کرده‌اند. حتی اگر کارگردانان ایرانی محبوب پاسخ‌گویان را در نظر بگیریم، باز هم نولان در جایگاه چهارم کارگردانان برگزیده تماشاگران (اعم از داخلی و خارجی) قرار خواهد گرفت. پخش آثار او از تلویزیون، نماوا و فیلمو صرفاً می‌تواند یکی از علل محبوبیت این کارگردان در میان پاسخ‌گویان باشد. اما با توجه به آنکه بیشتر مخاطبان فیلم و سریال به‌ویژه درباره آثار خارجی به نام کارگردان توجه نمی‌کنند، این یافته شایسته ارزیابی و تحلیل است.

بازیگران محبوب

جدول ۶. «بازیگران ایرانی محبوب شما چه کسانی هستند؟»

عنوان	درصد از فیلم‌بین‌ها	درصد از جمعیت کل نمونه
شهاب حسینی	۹,۴	۷,۱
مهران مدیری	۸,۰	۶,۱
محمدرضا گلزار	۷,۶	۵,۸
جواد عزتی	۶,۱	۴,۶
پرویز پرستویی	۵,۴	۴,۱
امین حیایی	۴,۸	۳,۷
رضا عطاران	۴,۷	۳,۶
نوید محمدزاده	۴,۶	۳,۵
محسن تنابنده	۳,۵	۲,۶
علی صادقی	۳,۴	۲,۶

یافته‌ها گواه تنوع و تکثر دیدگاه پاسخ‌گویان درباره بازیگران است، بدین معنا که هیچ بازیگری از محبوبیتی فراگیر در میان پاسخ‌گویان برخوردار نیست. افزون بر این، بازیگرانی که در صدر فهرست بازیگران ایرانی محبوب قرار گرفته‌اند در این ویژگی اشتراک دارند که، در زمان اجرای پیمایش، سریال‌ها یا برنامه‌های تلویزیونی‌ای از آن‌ها در حال پخش بوده و از این لحاظ در خاطره پاسخ‌گویان زنده و حاضر بوده‌اند. به عبارتی، هیچ «ابریستاره‌ای» که بخش بزرگی از پاسخ‌گویان به او علاقه نشان دهند در میان بازیگران مشاهده نمی‌شود.

جدول ۷. «بازیگران خارجی موردعلاقه شما کدام‌اند؟»

عنوان	درصد از فیلم‌بین‌ها	درصد از جمعیت کل نمونه
جیسون استتھام ^۱	۵,۲	۱,۱
برد پیت	۳,۷	۰,۸
دی کاپریو	۲,۷	۰,۶
تام کروز	۲,۶	۰,۶
دوئین جانسون (راک)	۲,۴	۰,۵
آنجلیا جولی	۲,۳	۰,۵
آلپاچینو	۲,۲	۰,۵
سلمان‌خان	۱,۵	۰,۳
جانی دپ	۱,۵	۰,۳
جکی چان	۱,۴	۰,۳

۱. برخی پاسخ‌گویان از «جیسون» به‌عنوان بازیگر موردعلاقه خود نام برده‌اند که احتمالاً منظورشان جیسون استتھام بوده است.

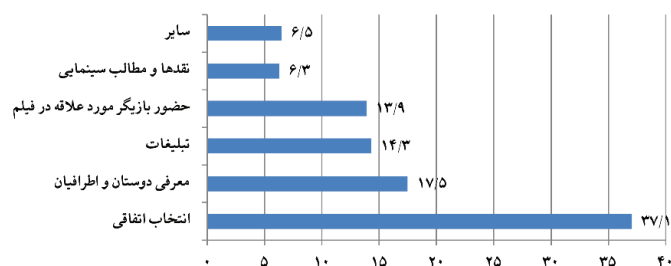
درباره بازیگران خارجی محبوب پاسخ‌گویان نیز، دست‌کم در نگاه اول، منطق خاصی نمی‌توان یافت. از بازیگران فیلم‌های اکشنی که به‌کرات از تلویزیون و ماهواره پخش شده‌اند تا بازیگران برجسته‌ای مانند آل پاچینو و تا سلبریتی/بازیگرانی

مانند آنجلینا جولی در این فهرست به چشم می‌خورند. شاید ویژگی مشترک بازیگران محبوب خارجی آن‌ها در فیلم‌هایی مانند تایتانیک، پدرخوانده و سریع و خشن است که از قبل نیز می‌دانستیم در ایران فیلم‌های محبوبی بوده‌اند.

نکته کلی همان‌طور که انتظار می‌رود «بازیگران»، با توجه به نوع کار خود، نسبت به «کارگردان» و سایر عوامل ساخت فیلم، برای مخاطبان شناخته‌شده‌تر هستند. از دید جامعه‌شناختی، این یکی از ویژگی‌های «ذائقه عامه‌پسند» به شمار می‌رود. در مقابل، «ذائقه نخبه» به «کارگردان» اهمیت بیشتری می‌دهد و در این پیمایش درصد بسیار ناچیزی نام کارگردان را انگیزه و محرک خود برای تماشای فیلم عنوان کرده‌اند.

شبکه‌های ماهواره‌ای شبکه **جم تی‌وی** و شبکه **من و تو** از جمله شبکه‌های ماهواره‌ای هستند که افراد بیشتری برای دیدن فیلم و سریال از آن استفاده می‌کنند. ۶۷/۵ درصد گفته‌اند فیلم و سریال‌های پخش شده از شبکه‌های ماهواره را تماشا نمی‌کنند. در کل، شمار کمی از پاسخ‌گویان اعلام کرده‌اند که از شبکه‌های ماهواره‌ای فیلم و سریال می‌بینند. ممکن است محافظه‌کاری ناشی از مصاحبه تلفنی نیز در نتیجه به دست آمده مؤثر باشد. همچنان که در پیمایش مصرف کالاهای فرهنگی میزان تماشای شبکه‌های ماهواره ۲۲ درصد گزارش شده است. پرسش «**فیلم‌هایی را که می‌بینید غالباً چطور انتخاب می‌کنید؟**» می‌تواند در شناخت آگاهی، جدیت و ترجیح‌های پاسخ‌گویان پرسش مهمی باشد. ۳۷ درصد پاسخ‌گویان گفته‌اند که بیش از هر عامل دیگری «اتفاقی» فیلمی را برای تماشا انتخاب می‌کنند. ۱۷/۵ درصد پاسخ‌گویان اطرافیان و دوستان را مهم‌ترین مرجع انتخاب فیلم برای تماشا عنوان کرده‌اند، حدود ۱۴ درصد تبلیغات را، و ۱۴ درصد نیز حضور بازیگر موردعلاقه‌شان را ملاک اصلی در انتخاب فیلم دانسته‌اند؛ اما، سهم کارگردان ۲/۴ و نقدهای سینمایی صرفاً کمی بیش از ۶ درصد است.

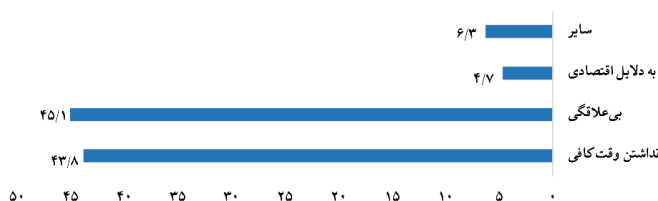
معیارهای انتخاب فیلم



نمودار ۹. معیارهای انتخاب فیلم

داده‌هایی که تا اینجا به آن‌ها اشاره شد نظر پاسخ‌گویانی است که فیلم و سریال می‌دیدند. اما چنان‌که در ابتدای این گزارش یادآوری شد، از بخش دیگری از پاسخ‌گویان که فیلم و سریال در «سبد مصرف فرهنگی» آنان جایی ندارد پرسش‌های دیگری مطرح شده است، با این هدف که بتوان از مجموعه پرسش‌های این بخش تصویری کلی از سبک زندگی این گروه از جمعیت به دست داد.

افرادی که فیلم و سریال نمی‌بینند در پاسخ به پرسش «چرا فیلم و سریال تماشا نمی‌کنید؟» نداشتن وقت کافی و بی‌علاقگی را علت ندیدن فیلم و سریال بیان کرده‌اند.



نمودار ۱۰. علل عدم تماشای فیلم

از جمع پاسخ‌گویانی که فیلم و سریال نمی‌بینند

حدود ۵۵ درصد در گذشته نیز اهل دیدن فیلم و سریال نبوده‌اند.

در حالی که ۴۵/۱ درصد از آن‌ها اظهار داشته‌اند که اخیراً فیلم دیدن را از برنامه خود حذف کرده‌اند؛ هرچند این عدد بر اساس برداشت‌های محتمل پاسخ‌گویان از پرسش مطرح‌شده نیازمند واریسی دقیق‌تر است، اما داده قابل تأملی است؛ زیرا، این پرسش را برجسته می‌کند که اخیراً در زندگی این جمعیت قابل توجه چه تغییری رخ داده که «حال و حوصله‌ای» برای تماشای فیلم و سریال باقی نگذاشته است.

نزدیک به نیمی از افرادی که فیلم و سریال تماشا نمی‌کنند اخبار روز را از تلویزیون پیگیری می‌کنند. همچنین ۲۲/۶ درصد مسابقات ورزشی، ۱۲/۴ درصد مستند، و ۱۰/۴ درصد نیز برنامه‌های مذهبی را از طریق تلویزیون ایران دنبال می‌کنند. ۱۲/۴ درصدشان نیز اظهار داشته‌اند که اصلاً تلویزیون ایران را تماشا نمی‌کنند.

از میان افرادی که فیلم و سریال نمی‌بینند ۳۱/۶ درصد اظهار داشته‌اند که کتاب (درسی و غیردرسی) می‌خوانند؛ در حالی که پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی سال ۹۸ نشان می‌دهد ۴۶/۶ درصد اظهار داشته‌اند که کتاب درسی یا غیردرسی مطالعه می‌کنند. همچنین ۳۸/۸ درصد افرادی که فیلم و سریال نمی‌بینند اظهار کرده‌اند به موسیقی نیز گوش نمی‌دهند. در حالی که طبق پیمایش ملی مصرف کالاهای

فرهنگی، ۲۷/۶ درصد ایرانیان موسیقی گوش نمی‌دهند. از سوی دیگر، نیمی از افرادی که فیلم و سریال تماشا نمی‌کنند (۵۰ درصد) عضو هیچ‌کدام از شبکه‌های اجتماعی نیز نیستند. درحالی‌که یافته‌های نظرسنجی ایسپا (تیر ۱۴۰۰) نشان می‌دهد تنها ۱۷/۹ درصد پاسخ‌گویان گفته‌اند از هیچ‌کدام از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند.

۱. با جامعه آماری افراد ۱۸ سال به بالا.

مقایسه یافته‌های این تحقیق با نتایج دیگر پیمایش‌های اجتماعی، نشان می‌دهد مصرف فرهنگی افرادی که فیلم و سریال نمی‌بینند در حوزه‌های مختلف نسبت به دیگر افراد کمتر است. به سخن دیگر، صرفاً فیلم و سریال نیست که در زندگی این دسته از پاسخ‌گویان جایی ندارد؛ بلکه به‌طورکلی مطالعه کتاب، گوش دادن به موسیقی و حتی عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی آنان نیز نسبت به دیگر افراد کمتر است.

پرسش‌های مشترک پاسخ‌گویان

(آن‌ها که فیلم و سریال می‌بینند و آن‌ها که نمی‌بینند)

نظر پاسخ‌گویان درباره اظهارنظرهای سیاسی هنرمندان در قالب پرسش «در خصوص اظهارنظر هنرمندان درباره مسائل سیاسی چه نظری دارید؟» سنجیده شده است. این گویه که «هنرمندان حق دارند در خصوص مسائل سیاسی اظهارنظر کنند» با موافقت ۴۴ درصد جمعیت نمونه روبه‌رو شده است. معنای دیگر این عدد آن است که بیش از نیمی از پاسخ‌گویان اساساً حق اظهارنظر درباره مسائل سیاسی را برای هنرمندان به رسمیت نمی‌شناسند. ۲۷/۸ درصد پاسخ‌گویان بر این باورند که هنرمندان نباید به سیاست کاری داشته باشند و اظهارنظر کنند. همچنین حدود ۱۷ درصد نیز گزینه «نظری ندارم» را انتخاب کرده‌اند. بینندگان فیلم و سریال در قیاس با پاسخ‌گوییانی که فیلم و سریال نمی‌بینند بیشتر با اظهارنظر هنرمندان در خصوص مسائل سیاسی موافق‌اند.

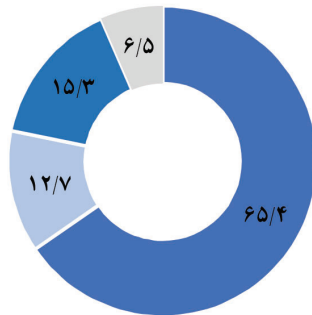
اظهارنظر سیاسی هنرمندان

در انتخابات ریاست‌جمهوری سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۶ هنرمندان به نحوی پرشور در حمایت از نامزدهای انتخاباتی در کارزارهای انتخاباتی مشارکت کردند. این رفتار هنرمندان به شکل‌های متفاوتی ارزیابی شده است و ضمناً این پرسش نیز همواره مطرح بوده که هنرمندان تا چه حد بر شکل‌دادن به روند انتخابات مؤثرند.

اهمیت موضوع سیاسی هنرمندان

مطابق یافته‌های این پیمایش، برای بخش بزرگی از پاسخ‌گویان (۶۵/۴ درصد) موضوع سیاسی هنرمندان اهمیتی ندارد. از سوی دیگر، ۱۵/۳ درصد گفته‌اند جهت‌گیری‌های سیاسی هنرمندان در مورد نامزدها در ایام انتخابات ریاست‌جمهوری برایشان اهمیت دارد. همچنین ۱۲/۷ درصد نیز ارزیابی بینابینی در این خصوص داشته‌اند. در کل، با استناد به این داده‌ها می‌توان تأثیر هنرمندان بر انتخاب‌های سیاسی پاسخ‌گویان را نسبتاً اندک ارزیابی کرد. با این‌همه، نباید فراموش کرد که ممکن است برخی پاسخ‌گویان تمایل نداشته باشند به تأثیر هنرمندان بر انتخاب‌های سیاسی‌شان اذعان کنند.

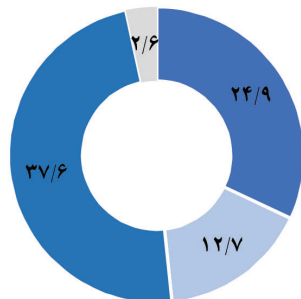
همچنین مطابق یافته‌ها، تماشاکنندگان فیلم و سریال در قیاس با پاسخ‌گوییانی که فیلم و سریال نمی‌بینند اهمیت بیشتری برای مواضع سیاسی هنرمندان قائل‌اند.



بی پاسخ/ نمی دانم ■ زیاد ■ تاحدی ■ کم
نمودار ۱۱. میزان اهمیت موضوع سیاسی هنرمندان

اثر بخشی حضور هنرمندان در عرصه تبلیغات

تبلیغ کالا از سوی هنرمندان در بیلبوردهای تبلیغاتی در سطح شهرها به امری کمابیش عادی بدل شده است. در این پیمایش، از پاسخ‌گویان پرسیده شد: «تا به حال پیش آمده به دلیل اینکه هنرمندی کالایی را تبلیغ کرده است آن را خریداری کرده باشید؟» در پاسخ، قاطبه پاسخ‌گویان (۹۰/۴ درصد) اظهار داشته‌اند که تا به حال پیش نیامده به علت اینکه هنرمندی کالایی را تبلیغ کرده است آن کالا را خریداری کرده باشند. در مقابل، تبلیغات تجاری هنرمندان بر حدود ۱۰ درصد پاسخ‌گویان تأثیرگذار بوده است. در اینجا نیز باید یادآوری کنیم که در مواردی ممکن است تبلیغات تجاری ناخودآگاه بر رفتار یا انتخاب مخاطبان مؤثر باشد.



بی پاسخ/ نمی دانم ■ مخالف ■ نه موافق نه مخالف ■ موافق
نمودار ۱۲. موافقت با انجام تبلیغات کالاها و خدمات از سوی هنرمندان

هرچند بیشتر پاسخ‌گویان ابراز کرده‌اند که تبلیغات کالا از سوی هنرمندان بر آن‌ها تأثیری ندارد، اما شمار نسبتاً زیادی از پاسخ‌گویان مخالفتی با نفس این‌گونه تبلیغات تجاری ندارند. بر اساس یافته‌ها، ۳۷/۶ درصد پاسخ‌گویان مخالف انجام تبلیغات کالاها و خدمات از سوی هنرمندان هستند. در مقابل، حدود یک‌چهارم پاسخ‌گویان با تبلیغات تجاری هنرمندان موافق هستند. ۳۴/۹ درصد نیز نظر بینابینی در این خصوص دارند.

ارزش‌گذاری پاسخ‌گویان درباره نفس تبلیغ کالاها از سوی هنرمندان

دستمزدهای میلیاری هنرمندان

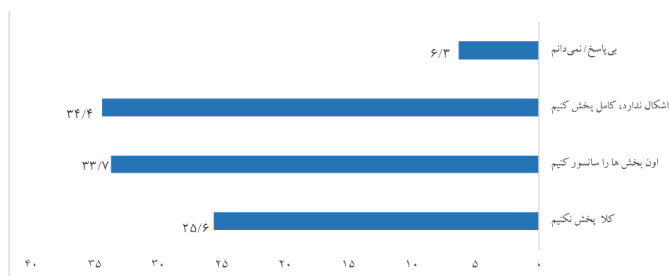
دستمزدهای میلیاری هنرمندان در بحبوحه مشکلات اقتصادی کشور در سال‌های اخیر با واکنش‌های مختلفی در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی روبه‌رو شده است.

مطابق یافته‌های این پیمایش، ۳۰/۴ درصد پاسخ‌گویان مخالف پرداخت دستمزدهای میلیاری به هنرمندان هستند. در مقابل، ۲۱/۶ درصد دستمزدهای میلیاری هنرپیشه‌ها را بدون اشکال می‌دانند. ۲۷/۶ درصد نیز اظهار داشته‌اند دستمزدهای میلیاری برخی از هنرمندان اشکال ندارد، اما چنین حقی را برای همه هنرمندان قائل نبوده‌اند.

هرچند مخالفت ۳۰ درصدی پاسخ‌گویان خود جالب‌توجه است، اما در مجموع نمی‌توان ارزیابی پاسخ‌گویان از دستمزدهای میلیاری برخی هنرمندان را منفی تلقی کرد.

در خصوص چگونگی مواجهه با برخی صحنه‌ها و یا «پوشش نامناسب» بازیگران در فیلم‌ها، دیدگاه‌های پاسخ‌گویان متنوع است؛ ۲۵/۶ درصد پاسخ‌گویان معتقدند بهتر است چنین فیلم‌هایی را پخش نکنیم و ۳۳/۷ درصد نیز بر این باورند که بهتر است این صحنه‌ها به صورت موردی حذف و سانسور شوند. در مقابل، ۳۴/۴ درصد گفته‌اند پخش چنین صحنه‌هایی در فیلم‌ها اشکال ندارد.

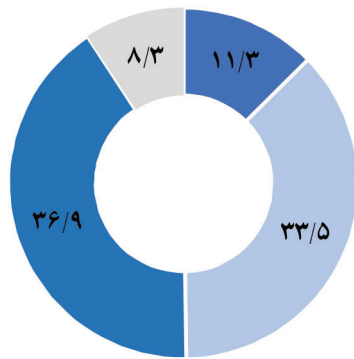
سانسور برخی از صحنه‌ها



نمودار ۱۳. موافقت با سانسور برخی از صحنه‌های فیلم‌ها

یکی از موارد مناقشه‌انگیز در سالیان گذشته انعکاس برخی «مسائل اجتماعی حساس» در فیلم و سریال بوده است. در این پیمایش، از پاسخ‌گویان پرسیده شده است که «به نظر شما، هنرمندان برای طرح مسائلی مانند خیانت، روابط دختر و پسر، و مواردی از این دست در فیلم و سریال‌ها چقدر باید اختیار عمل داشته باشند؟».

اختیار عمل هنرمندان در انتخاب موضوع



بی پاسخ/ نمی دانم ■ کم ■ تا حدی ■ زیاد

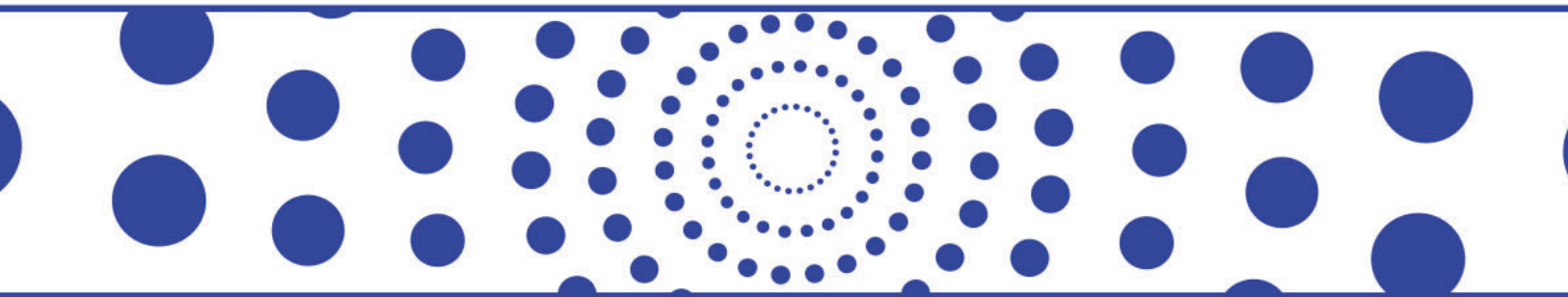
نمودار ۱۴. موافقت با داشتن اختیار عمل هنرمندان در انتخاب موضوع

چنان‌که از نمودار ۱۴ پیداست، پاسخ‌گویان در این زمینه دیدگاه‌های متنوعی دارند و در این موضوع تفاوت معناداری میان تماشاکنندگان فیلم و سریال و غیرتماشاکنندگان مشاهده نمی‌شود.





نکتہ پایانی



فقدان تمایز در ذائقه پاسخ‌گویان

یافته‌های متنوع این پیمایش در گزارش نهایی و در قالب متنی تحلیلی به انضمام جستارهای شماری از پژوهشگران منتشر خواهند شد. در اینجا فقط به یکی از محورهای پژوهش، یعنی ترجیح‌ها و سلیقه‌های سینمایی پاسخ‌گویان، اشاره می‌کنیم. هرچند تماشای فیلم و سریال به شکل‌های مختلف بخشی از زندگی روزمره مردم را شکل می‌دهد، اما تا آنجا که یافته‌های پیمایش به ما امکان تحلیل می‌دهند، **در مجموع، جز گروه بسیار ناچیزی از علاقه‌مندان حرفه‌ای سینما، انتخاب سایرین در حوزه فیلم و سریال تا حدی تصادفی است و البته با جنبه سرگرم‌کنندگی مرتبط است؛** چه بسا محدودیت‌های پیمایش به شکل عام یا محدودیت‌های مفهومی و اجرایی پیمایش پیش رو نیز در پدید آمدن چنین برداشتی دخیل باشند. باین‌همه، از یافته‌های کنونی، چه در این پیمایش و چه در پیمایش‌های مشابه، به دشواری می‌توان نتیجه متفاوتی گرفت.

اگر مورد فیلم‌های طنز را که نامشان در میان علایق بخش بیشتر از پاسخ‌گویان به چشم می‌خورد کنار بگذاریم، عملاً گرایش‌های قابل‌تشخیصی در ترجیح‌ها و انتخاب‌های پاسخ‌گویان نمی‌توان یافت. بیشتر آنان حتی فیلم‌ها و سریال‌هایی را که اخیراً تماشا کرده بودند به خاطر نمی‌آوردند.^۱ **تماشای فیلم و سریال برای بخش بزرگی از جمعیت از منطق مفهومی یا زیباشناختی معینی تبعیت نمی‌کند.** طبعاً این موضوع درباره فیلم‌های خارجی بهتر خود را نشان می‌دهد. **بیشتر پاسخ‌گویان (جز اقلیتی چند درصدی) نه فقط شناخت چندانی از فیلم‌سازان یا فیلم‌های غیرایرانی ندارند، بلکه حتی در فضای «سلبریتی‌زده» کنونی با بازیگران هالیوودی هم آشنا نیستند.** مطابق یافته‌های پیمایش، جز آن دسته سلبریتی‌های تلویزیون داخلی^۲ که در همان زمان اجرای پیمایش برنامه‌ای در حال پخش داشته‌اند و در خاطره تماشاگران حاضر بوده‌اند، دیگر هنرمندان در بهترین حالت صرفاً مورد توجه بخش بسیار کوچکی از جمعیت‌اند. نکته‌ای که ممکن است نقض این یافته به نظر رسد دنبال‌کننده‌های میلیونی بازیگران در اینستاگرام است. این تعداد دنبال‌کننده را نباید لزوماً به معنای شناخته‌شده بودن در کل افکار عمومی دانست.^۳ با استناد به این یافته‌ها، به نظر می‌رسد **تأثیرگذاری فیلم‌ها و سریال‌ها و هنرمندان داخلی در کلیت متنوع و پیچیده افکار عمومی یا نگرش‌های اجتماعی کمتر**

۱. مطمئناً بخشی از این ماجرا به محدودیت‌های روش پیمایش برمی‌گردد. تا حدی طبیعی است که پاسخ‌گویان نتوانند به پرسش‌ها درباره کارگردان و بازیگر محبوب و نظایر آن بدون تأمل قبلی پاسخ دهند.

۲. میزان محبوبیت این دسته نیز چندان گسترده نیست. در صدر فهرست، شهاب حسینی با محبوبیتی هفت‌درصدی قرار دارد. در زمان اجرای پیمایش، برنامه هم‌رئیس حسینی به‌کرات در رسانه‌ها و مدیوم‌های مختلف در حال پخش بود.

۳. برآوردی که بر اساس یافته‌های این پیمایش از شمار دنبال‌کننده‌های هنرمندان می‌توان به دست داد با آنچه در صفحه‌های شخصی این هنرمندان می‌بینیم فاصله بسیار زیادی دارد. اگر افراد زیر پانزده سال را، که در نمونه این پیمایش جایی نداشته‌اند و ممکن است در شبکه‌های اجتماعی فعال باشند، کنار بگذاریم، شاید مهم‌ترین توضیح درباره فاصله ارقام این پیمایش با دنبال‌کننده‌های هنرمندان این باشد که بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی شمار زیادی از افراد مشهور را «دنبال می‌کنند»، اما در پرسش مطرح‌شده در پیمایش، پاسخ‌گویان مجاز بوده‌اند تنها از سه نفر نام ببرند.

از آن چیزی است که عموماً تصور می‌شود. گرچه بازهم باید درباره محدودیت‌های یافته‌های پیمایشی برای ارزیابی‌های قاطع در این موضوع تذکر بدهیم.

بنابراین، در تصویری کلی ما با جامعه‌ای روبه‌رو هستیم که در بخشی حدود ۲۰ درصدی از آن اساساً فیلم و سریال جایی ندارد. این بخش از جامعه مصرف فرهنگی کمتری در قیاس با کل جمعیت دارد. بخش شایان توجهی از جمعیت فیلم و سریال را عمدتاً از طریق شبکه‌های مختلف **صداوسیما** دنبال می‌کند. برای این بخش، مهم‌ترین مسئله سرگرمی است و معمولاً به شکل جدی با این آثار مواجه نمی‌شود، چنان‌که بیشتر پاسخ‌گویان فقط نام فیلم‌ها و سریال‌های درحال‌پخش را به خاطر می‌آورند. فیلم‌ها و سریال‌های طنز و اکشن بخت بیشتری برای جلب توجه مردم دارند، اما **نمی‌توان نقشه ترجیح‌های مردم از فیلم و سریال را بر اساس ژانرها ترسیم کرد؛ زیرا، با استناد به یافته‌های پژوهش نمی‌توان ذائقه‌های تمایز یافته‌ای را به تفکیک گروه‌های اجتماعی مختلف بازشناخت.** بخش دیگری از جمعیت (که در مقیاس کل جمعیت کشور عدد کوچکی هم نیست) به واسطه بارگیری از اینترنت یا تماشا از ماهواره به فیلم و سریال دسترسی می‌یابد. ذائقه بخش اعظم پاسخ‌گویان با فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی انس بیشتری دارد. در میان فیلم‌ها و سریال‌های خارجی، هم در فیلم و هم در سریال، مخاطبان به **تولیدات امریکایی** و پس از آن **ترکیه‌ای** علاقه نشان داده‌اند. پس جای تعجب هم نیست که شبکه جم، که عمدتاً سریال‌های ساخت ترکیه را پخش می‌کند، بیش از سایر شبکه‌های ماهواره‌ای محل رجوع این دسته از مخاطبان است. محصولات شبکه نمایش خانگی نیز از توجه مخاطبان دور نمانده‌اند؛ هرچند در میان ده سریال محبوب پاسخ‌گویان فقط نام یکی از آثار شبکه نمایش خانگی به چشم می‌خورد که البته این موضوع با کیفیت و جذابیت سریال‌های این شبکه که در زمان اجرای پیمایش در حال پخش بوده‌اند بی‌ارتباط نیست.

پس در مجموع، نوعی تنوع و پراکندگی در انتخاب‌ها و سلیقه‌های مردم در حوزه فیلم و سریال به چشم می‌خورد که با این یافته پژوهش که بخش زیادی از پاسخ‌گویان فیلم و سریال را به شکل «تصادفی» انتخاب می‌کنند هم سازگار است.

اگر به یافته‌های پرسش‌هایی که دلالت‌های اجتماعی/سیاسی ذائقه سینمایی مردم را می‌سنجد استناد کنیم، بخش زیادی از پاسخ‌گویان نه در انتخاب‌های سیاسی‌شان از هنرمندان تأثیر می‌پذیرند و نه به‌ویژه به تبلیغات تجاری هنرمندان واقعی می‌نهند. در موضوعاتی مانند دستمزدهای میلیاردری بازیگران، سانسور برخی از صحنه‌های فیلم‌ها و سریال‌ها، و میزان آزادی عمل هنرمندان با طیفی از آراء روبه‌رو هستیم. در این موضوعات نمی‌توان برآیند مشخصی از افکار عمومی ارائه کرد. این نکته نیز شایان یادآوری است که وقتی بخشی از پاسخ‌گویان درباره سریال‌های درحال‌پخش یا بازیگران مشهور نظر مشخصی ندارند، درباره این مباحث که دغدغه بخش بزرگی از جمعیت نیست احتمالاً دیدگاه‌شان چندان از پیش‌اندیشیده و شکل‌یافته نخواهد بود. اگر به هر علتی این نوع مباحث در عرصه عمومی مطرح شوند، آن‌گاه شاید افکار عمومی نیز به شکل متفاوتی با آن‌ها مواجه شود.