

عنوان مقاله:

بازنمایی مصرف در فیلم های سینمایی دوره دفاع مقدس

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 13، شماره 17 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 44

نویسندگان:

مهدی سلطانی گردهرامری - کارشناس ارشد جامعه شناسی عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی واحد تربیت معلم

عبدالله بیچرانلو - دکتری مدیریت رسانه عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر چگونگی بازنمایی مصرف در فیلم های سینمایی عصر دفاع مقدس را بررسی می کند پرسش اصلی بررسی حاضر این است که مصرف چگونه در فیلم های سینمایی عصر دفاع مقدس 1359-1367 بازنمایی شده و با هویت های اجتماعی کنشگران فیلم ها گره خورده است روش این مطالعه تحلیل نشانه شناختی است که با بکارگیری آن پنج فیلم سینمایی منتخب ساخته شده در این دوره بررسی شده اند این پنج فیلم عبارتند از: سناتور گلهای داوودی اجاره نشین ها زردقناری و عروسی خوبان یافته ها نشان میدهد که همه پنج فیلم بررسی شده در سطح رمزگان های ایدیولوژیک مصرف گرایی به سبک مدرن را نفی م یکنند یا درحاشیه قرار میدهد همچنین یافته ها نشان میدهد به جهت حاکمیت گفتمانی متفاوت و حتی متعارض با بسیاری از گفتمان های سیاسی اجتماعی و فرهنگی در جهان در دهه 1360 حتی نظریه های مرسوم جامعه شناختی متداول نی ز در این زمینه صدق نمی کنند و این مقاله به نوعی یکی از این نظریه ها را در بویه آزمون قرار داده است

کلمات کلیدی:

مصرف، مصرف گرایی، بازنمایی، عصر دفاع مقدس، فیلم های سینمایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602419>

