

تحلیل بازنمایی اچ آی وی / ایدز در سینمای آمریکا مطالعه موردی: فیلم «انجمن مصرف‌کنندگان دالاس»

• عاطفه آقایی^۱

چکیده

بیماری اچ آی وی / ایدز دارای ابعاد اجتماعی مانند انواع تحریم و تبعیض‌ها و داغ‌نگ است. بی‌تردید رسانه‌ها از جمله سینما می‌توانند معنای اجتماعی بیماری اچ آی وی / ایدز را تغییر دهند؛ بنابراین مطالعه معنایی که توسط سینما در رابطه با بیماری اچ آی وی / ایدز بر ساخت می‌شود، اهمیت دارد. در این تحقیق فیلم «باشگاه مصرف‌کنندگان دالاس» محصول (۲۰۱۳) که آخرین تولید سینمای آمریکا در مورد بیماری اچ آی وی / ایدز است، انتخاب شد؛ چرا که تجربه کشورهای دیگر در نمایش بیماری اچ آی وی / ایدز می‌تواند در بازنمایی مناسب‌تر این بیماری در کشور ما مفید باشد. در این تحقیق سعی می‌کنم به این سؤالات پاسخ دهم که: در این فیلم بیماری اچ آی وی / ایدز چگونه معنا می‌شود؟ و معنای اجتماعی تولیدشده چگونه زندگی بیمار را به چالش می‌کشد؟ پاسخ به این سؤالات می‌تواند به شناخت ما از قدرت رسانه‌ها در برساخت معناهای متفاوتی از این بیماری یاری رساند. مبانی نظری این تحقیق بر پایه نظریه کنش متقابل نمادین و مفهوم استیگما از گافمن است.

این تحقیق با روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است و مفاهیم به دست آمده از این مطالعه را می‌توان در چهار مقوله کلی دسته‌بندی کرد. «مبارزه برای زندگی در تقابل با مرگ»، «تحول معنای عشق و زندگی در تقابل با نفرت و تعصب»، «به چالش کشیدن داغ‌نگ بیماری در تقابل

با برساخت معنایی مسلط» و «تغییر معنای بیماری برای بیمار». در نهایت نتیجه می‌گیریم که این فیلم با استفاده از قدرت ارتباطی سینما معنایی از بیماری اچ‌آی‌وی/ایدز تولید می‌کند که داغ ننگ مسلط این بیماری در جامعه آمریکا را به چالش می‌کشد. واژگان کلیدی: سینمای آمریکا، اچ‌آی‌وی/ایدز، داغ ننگ، تحلیل محتوا، ارتباطات سلامت، معنای اجتماعی، کنش متقابل نمادین.

مقدمه و طرح مسئله

امروزه بیش از هر زمان دیگری، سلامت یکی از موضوعات اصلی است که به وسیله رسانه‌ها پوشش داده می‌شود. این پوشش رسانه‌ای بر دانش، درک و نگرش شهروندان به دو طریق اثر می‌گذارد. اولاً قدرت زیاد رسانه‌ها در انتشار اطلاعات و شکل دادن به افکار عمومی و توانایی آن در ارائه اطلاعات مناسب یا تحریف اطلاعات. دوم اینکه رسانه‌های جمعی می‌توانند طوفان ارتباطی خلق کنند که تمام توجه‌ها را بر روی یک مسئله خاص بهداشتی متمرکز کند (کاردوسی^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). از این جهت به نظر می‌رسد انجام پژوهش‌هایی در حوزه ارتباطات سلامت اهمیت فراوان دارد. در تعریف ارتباطات سلامت آمده است: ارتباطات سلامت، مطالعه و نحوه کاربرد، تولید، خلق و انتشار اطلاعات و تعاملات سلامت محور، میان نهادها و افراد جامعه و همچنین مطالعه تأثیرات آن‌ها بر اشخاص، گروه‌های اجتماعی و مؤسسات است (خانیکی و تهرانی، ۱۳۹۰).

بیماری اچ‌آی‌وی/ایدز یک مسئله مهم سلامت است که در حوزه ارتباطات سلامت مطالعه می‌شود. بر اساس آمار رسمی سازمان جهانی بهداشت حدود ۳۶٫۹ میلیون نفر تا پایان سال ۲۰۱۴ در سرتاسر جهان به بیماری ایدز مبتلا هستند (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۱۵). در ایران نیز به‌طور میانگین از سال ۱۳۸۸ تا به امروز هر سه‌ماه یک‌بار ۵۰۰ نفر به جمع مبتلایان به این بیماری اضافه می‌شوند (مرکز آمار وزارت بهداشت ایران، ۱۳۹۴). همچنین تاکنون ۶۲۰۲ نفر از افراد مبتلا به اچ‌آی‌وی در کشور فوت کرده‌اند (مرکز آمار وزارت بهداشت ایران، ۱۳۹۴). جدیدترین آمار نیز نشان می‌دهد تا اول فروردین ۱۳۹۶ حدود ۶۶۳۵۹ نفر در کشور به ایدز مبتلا هستند. این آمار در بین زنان افزایش یافته است و شصت درصد افراد مبتلا از بیماری خود بی‌اطلاع هستند و روند انتقال بیماری از طریق روابط جنسی در حال افزایش است (کازرونی^۲، ۱۳۹۶).

اما معنای ایدز در جهان اجتماعی غالباً چیزی فراتر از یک بیماری است. به‌عبارت‌دیگر، از دیدگاه اجتماعی، ایدز به‌عنوان یک داغ ننگ، مرگ، بی‌مسئولیتی در قبال رفتارهای جنسی،

1- Carducci

۲- رئیس اداره ایدز وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی

هم‌جنس‌خواهی و... دیده می‌شود (گزارش سازمان ملل، ۲۰۰۶). در این بین گاهی تصاویر ذهنی ساخته شده، از خود بیماری کشنده‌تر هستند (سانتاگ^۱، ۱۹۸۹). نمایش ایدز در رسانه‌ها در شکل‌گیری شناخت مشترک اجتماعی نسبت به این بیماری تأثیر دارد. به‌طور مثال نشان داده شده است که «طرز برخورد با ایدز در گزارشات خبری، مستندات، برنامه‌های تلویزیونی، فیلم و سینما و دیگر برنامه‌های رسانه‌های جمعی در طول دو دهه گذشته طرز فکر سیاسی و اجتماعی آمریکاییان درباره این بیماری را شکل داده است» (استرادا و کوپینترو^۲، ۱۹۹۹). از این جهت، رسانه‌ها می‌توانند موجب انگ زدایی یا انگ زنی به بیمار شوند. از میان رسانه‌ها، سینما با بهره‌گیری از قدرت تصویر می‌تواند نقش بسزایی در تغییر نگرش مخاطبین رسانه نسبت به وقایع و مسائل مختلف بهداشتی، اجتماعی و فرهنگی داشته باشد (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۳۶۰) و هویت بیماران و نحوه تعامل جامعه با آنان را سامان دهد؛ زیرا معنایی که از نمایش این بیماری در رسانه بر ساخت می‌شود، جهان اجتماعی مخاطبان را شکل می‌دهد.

در ایران مسائل اجتماعی مختلفی با بیماری اچ آی وی/ایدز پیوند خورده‌اند. افزایش چشمگیر زنان مبتلا به ویروس اچ آی وی، کاهش سن ابتلا، تغییر راه انتقال از تزریق به سمت روابط جنسی و شیوع بیماری‌های مقاربتی (مرکز ملی پیشگیری از ایدز ایران، ۱۳۹۴)، جوانی جمعیت و گسترش روابط جنسی پرخطر در این سنین (آزاد ارمکی و همکاران، ۱۳۹۰)، موجب افزایش موج سوم ابتلا به ایدز (از طریق روابط جنسی) شده است. به‌طوری که ۹۹ درصد بیماران که در تهران به مراکز درمانی مراجعه می‌کنند از طریق روابط جنسی به ویروس اچ آی وی مبتلا شده‌اند (روزنامه شرق، ۱۳۹۲).

آنچه در این مقاله اهمیت دارد نحوه مواجهه رسانه‌ای به خصوص سینما با این بیماری است. بی‌تردید رسانه‌های جمعی نفوذ بسیاری در میان توده‌های مردم دارند و می‌توانند منشا تحولات گسترده‌ای شوند. در مورد اچ آی وی/ایدز نیز که پدیده‌ای بهداشتی-اجتماعی است، اقدامات گسترده فرهنگی، اجتماعی و رسانه‌ای لازم است (زمانی، ۱۳۸۶: ۴۹). از آنجا که یکی از عوامل استیگمای ایدز اطلاعات ناکافی و غلط است (مجله نظام پزشکی، ۱۳۸۸: ۷۸)، بنابراین اصحاب رسانه می‌توانند برای مخاطبان خود با زبانی قابل فهم و شیوه‌ای جذاب و سرگرم‌کننده درباره بیماری اچ آی وی/ایدز برنامه بسازند و اطلاعات صحیحی ارائه کنند. رسانه‌ها می‌توانند با استفاده هم‌زمان از نمایش فیلم‌های مستند، برنامه‌های خبری، پخش آگهی‌های خدمات عمومی و راه‌اندازی وبسایت‌ها به تقویت آگاهی مخاطبان و ارائه پیام‌های مربوط به نگرش‌ها و رفتارها درباره بیماری

1- Sontag

2- Estrada & Quintero

اچ آی وی/ایدز پپردازند (غفاری و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۲). از جمله سینما توانایی تولید تصاویری از وقایع، شیوه‌های زندگی و یا حتی احساسات انسانی را دارد. سینما می‌تواند به‌عنوان یک هنر فعال، با آگاهی دادن به مخاطبان عاملی مشارکت‌کننده در ساخت معانی اجتماعی برای انگ زدایی از این بیماری باشد؛ زیرا این بیماری تأثیر بسیار زیادی بر روی جوامع داشته است، چه به‌عنوان یک بیماری و چه به‌عنوان عاملی برای تبعیض (لئونارد و کرین شاول، ۲۰۱۲: ۳۵۸).

درواقع معنای واقعی بیماری توسط عوامل اجتماعی مختلف در هر جامعه‌ای، ایجاد می‌شود (فی^۲، ۱۹۹۲). یکی از این عوامل رسانه‌ها هستند. به‌طور مثال در آمریکا مجادلات ایدئولوژیکی درباره معنا و مفهوم اجتماعی ایدز وجود داشته است (پیون تک^۳، ۱۹۹۲). از این بیماری در جامعه آمریکایی بیشتر به‌عنوان «سرطان همجنس‌گرایان» نام برده شده (پریور و ریدر^۴، ۱۹۹۳)؛ اما با اینکه موارد گزارش شده در نتیجه انتقال ویروس اچ آی وی از غیرهمجنس افزایش یافت (رایت^۵، ۱۹۹۷)، هنوز هم بسیاری از آمریکاییان ایدز را بیماری دیگران خطاب می‌کنند (نتزامر و شامپ^۶، ۱۹۹۴). در ایران نیز حرف زدن از بیماری ایدز با محدودیت‌های اخلاقی و عرفی همراه است. این بیماری موجب انگ اخلاقی و طرد بیماران از جامعه می‌شود (تبریزی و همکاران، ۱۳۸۸) و بیمار طرد، تبعیض و انواع دیگری از تحریم‌ها را از جامعه دریافت می‌کند (استاین، ۱۹۹۸). بدین ترتیب اچ آی وی/ایدز یک بیماری عادی از سوی جامعه تلقی نمی‌شود (کوکرهام، ۲۰۰۳: ۳۰). پیامدهای این بیماری تنها گریبانگیر بیماران نیست، بلکه آثاری وسیع بر کل جامعه دارد. در مواردی سبب کاهش در کمیت و کیفیت ارتباطات، مراودات و پیوندهای میان خانواده‌ها و در نتیجه ترس ناشی از انتقال بیماری و همین‌طور بدنامی درباره افراد مبتلا به اچ آی وی/ایدز می‌شود (آدام و هر تسلیک، ۱۳۸۵). در این میان رسانه‌های جمعی در مبارزه علیه اچ آی وی/ایدز نقش حیاتی داشته و می‌توانند عاملی در کنترل این بیماری باشند (غفاری و همکاران، ۱۳۸۶).

در این تحقیق فیلم باشگاه مصرف‌کنندگان دالاس محصول سال (۲۰۱۳) از کشور آمریکا که جوایز فراوانی نیز دریافت کرده، انتخاب شده؛ زیرا این فیلم آخرین محصول سینمای آمریکا در مورد بیماری اچ آی وی/ایدز است و جامعه ایران به فیلم‌های آمریکایی برنده جایزه اسکار علاقمند است و آن‌ها را پیگیری می‌کند. نکته دیگر این که فیلم بر اساس زندگی واقعی یک بیماری اچ آی وی/ایدز ساخته شده و دوره‌ای را به تصویر می‌کشد که بیماران در جامعه آمریکا به شدت طرد شده و

1- Leonard & Crainshaw
2- Fee
3- Piontek
4- Pryor & Reeder
5- Wright
6- Netzhammer & Shamp

داغ ننگ می‌خوردند؛ بنابراین تحلیل این فیلم ما را با تجربه بیماران در جوامع دیگر آشنا می‌کند. آنچه برای جامعه ایرانی به خصوص از منظر ارتباطات سلامت در این فیلم اهمیت دارد، نحوه نمایش بیماری اچ آی وی/ایدز است که می‌تواند به‌عنوان تجربه‌ای برای نمایش مناسب‌تر این بیماری در سینمای ایران استفاده شود. زمانی (۱۳۸۶) معتقد است مطالعه تجربه رسانه‌ای جوامع دیگر در مورد نحوه نمایش بیماری اچ آی وی/ایدز و شناخت نقاط قوت و ضعف آنان می‌تواند در ساخت تولیدات رسانه‌ای مناسب‌تر به ما کمک کند. در واقع ما با معناهای تولیدشده در رسانه‌های دیگر جوامع آشنا شده و تجربه‌ای از نحوه انگ زدایی از این بیماری به دست می‌آوریم؛ بنابراین تحلیل محصولات رسانه‌ای جوامع دیگر درباره معنای بیماری اچ آی وی/ایدز ضرورت و کاربرد دارد. این مقاله می‌کوشد به این سؤالات پاسخ دهد که در این فیلم بیماری اچ آی وی/ایدز چگونه معنا می‌شود؟ و معنای اجتماعی تولیدشده چگونه زندگی بیمار را به چالش می‌کشد؟

پیشینه پژوهش

هیچ تحقیقی در خلأ صورت نمی‌گیرد، بنابراین هر پژوهشی در تداوم پژوهش‌های پیشین به انجام می‌رسد. در این مقاله نیز مروری بر تحقیقات داخلی و خارجی انجام داده‌ام. سینگهال و واسانتی^۱ (۲۰۰۶) در تحقیقی به تحلیل نقش یک فیلم هندی معروف در برانگیختن گفتمان عمومی در ارتباط با اچ آی وی/ایدز پرداختند. آن‌ها معتقدند در کشور هندوستان چالش ارتباطی این است که چگونه می‌توان مسئله اچ آی وی/ایدز را از حالت تابو خارج کرده و سکوت را در سطح فردی، اجتماعی و ملی شکست. آن‌ها راه‌حل را در برانگیختن مباحث عمومی، خصوصی و رسانه‌ای می‌دانند که از اچ آی وی/ایدز انگ زدایی می‌کند. نتایج تحقیق نشان داد مخاطبان از طریق تماشای فیلم با تفاوت بین اچ آی وی و ایدز، نحوه انتقال ویروس و نحوه پیشگیری از شیوع بیماری آشنا شدند. همچنین این فیلم آگاهی آن‌ها را از داغ ننگ و تبعیض علیه بیماران مبتلا به اچ آی وی/ایدز افزایش داده است. در نهایت آن‌ها نتیجه گرفتند که فیلم‌های جریان اصلی و محبوب می‌توانند به شکستن سکوت درباره اچ آی وی/ایدز کمک کرده و مسئله این بیماری را از حوزه شخصی و خصوصی به حوزه عمومی ببرند. نتایج تحقیق لوین^۲ (۲۰۰۳) نیز نشان داد فیلم‌های مرتبط با بیماری اچ آی وی/ایدز در ایجاد گفتگوهای آزاد در جامعه درباره موضوع‌هایی مانند نابرابری جنسیتی، پنهان‌کاری در مورد بیماری، فقر، نژادپرستی، ترس، انگ، تجاوز به عنف، غم، مرگ و بیماری مؤثر هستند. این فیلم‌ها مخاطبان را به تفکر انتقادی در مورد استعاره‌های

1- Singhal & Vasanti

2- Levine

تحقیق‌آمیزی که معمولاً با داغ ننگ بیماری اچ آی وی/ایدز مرتبط است، تشویق می‌کند. در واقع سینما می‌تواند نشان‌دهنده داغ ننگ‌ها و پیامدهای آن در جامعه باشد. هودس^۱ (۲۰۰۷) در مقاله‌ای به مطالعه نمایش اچ آی وی/ایدز در سینمای مستند آفریقای جنوبی پرداخت. در این مطالعه معانی برساخت شده از بیماری اچ آی وی/ایدز نشان داد، در بسیاری از مستندهای مورد مطالعه، پیش‌داوری‌ها و داغ ننگ این بیماری که ناشی از قطبیت‌های نژادی و فضای سیاسی این کشور بود، تصویر شده است.

ویلیس و همکاران^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی تأثیر ساختن فیلم از روایت زندگی نوجوانان مبتلا به اچ آی وی/ایدز را بر روند درمانی آن‌ها مطالعه کردند. در این تحقیق بر اساس روش روایت درمانی، هر بیمار (قصه‌گو) یک فیلم دیجیتال که در آن تجربه‌های زیسته خود را روایت می‌کند، می‌سازد. در ادامه بیماران دریافتند که این فرآیند اثری درمانی دارد زیرا به آن‌ها کمک می‌کند که از تم‌های منفی دوری کنند و بتوانند دیدگاهی ارزشمندتری به زندگی خود پیدا کرده و بر چالش‌های آن غلبه کنند. همچنین مشاهده فیلم‌های تولیدشده توسط ارائه‌دهندگان خدمات درمانی موجب شد آن‌ها در برابر چالش‌هایی که با آن مواجه هستند، به بینش جدیدی دست یابند.

کریگ^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی فیلم‌های تلویزیونی با تم بیماران اچ آی وی/ایدز را مطالعه کرد. بر اساس نتایج این پژوهش اکثر شخصیت‌ها در این فیلم‌ها تلاش می‌کنند از کنج عزت بیرون آمده و زندگی با عزت و احترامی را آغاز کنند. کریگ نشان داد که چگونه این فیلم‌ها توانستند کمک شایانی به آموزش مخاطبان کنند. او به این جمع‌بندی رسید که می‌توان از طریق همکاری با تولیدکنندگان برنامه‌های رسانه‌ای مسائل مختلف اجتماعی را با استفاده از سرگرمی در جامعه مورد توجه قرار داد. کریل^۴ و همکارانش (۲۰۱۱) یک برنامه رادیویی را که در آن افراد مبتلا به ایدز درباره زندگی روزمره خود داستان‌هایی تعریف می‌کردند، مورد مطالعه قرار دادند. بر اساس نتایج این پژوهش میزان شرم و ترس مخاطبان این برنامه از تماس با افراد مبتلا به اچ آی وی/ایدز پس از گوش دادن به این برنامه به میزان زیادی کاهش یافت. نتایج این پژوهش نشان داد که مشارکت افراد مبتلا به اچ آی وی/ایدز در برنامه‌ها و رسانه‌های جمعی می‌تواند داغ ننگ این بیماری را در جامعه کاهش دهد.

زمانی (۱۳۸۵) در تحقیق با عنوان «نگاه رسانه‌ای به اچ آی وی/ایدز» با طرح این پرسش که رسانه‌ها چه می‌توانند بکنند؟ به نکاتی در این مورد اشاره می‌کند از جمله اینکه لازم است رسانه‌ها درباره اچ آی وی/ایدز صحبت کنند. وی معتقد است رسانه‌های جمعی را می‌توان ابزاری

1- Hodes

2- Willis

3- Craig

4- Creel

مناسب در شکستن سکوت در مورد این بیماری و ایجاد محیط تشویقی برای بحث درباره چگونگی محافظت فردی و تغییر رفتاری دانست. او بر نقش آموزش از راه سرگرمی در مورد رسانه‌ها تأکید می‌کند. وی همچنین به نقش رسانه‌ها در مقابله با انگ و تبعیض اشاره می‌کند و معتقد است امکان ایجاد بسیج رسانه‌ای برای غلبه بر پیش‌داوری‌ها وجود دارد.

الوندی (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان «اصول گزارشگری ایدز؛ مبانی نظری و راهکارهای عملی» بر این نکته تأکید می‌کند که گاهی ساخت‌های رسانه‌ای از واقعیتی به نام اچ آی وی / ایدز می‌تواند آثار نامطلوبی را برای جامعه به بار آورد. پژوهشگر با تأکید بر مواردی مانند اصول گزارش‌گری بیماری اچ آی وی / ایدز پیشنهاد می‌دهد که لازم است زبان استفاده‌شده در رسانه‌ها در مورد این بیماری اصلاح شود و رسانه‌ها از زبانی استفاده کنند که منجر به ایجاد چارچوب‌هایی شود که بازنمایی بهتری از واقعیت ارائه می‌کنند. درنهایت او به این جمع‌بندی می‌رسد که روزنامه‌نگاران حوزه اچ آی وی / ایدز به‌عنوان ارتباطات گران ایدز باید در مسیر انگ زدایی و آگاهی بخشی در مورد این بیماری گام بردارند.

نظریه‌های مرتبط

مبانی نظری این تحقیق بر پایه نظریه کنش متقابل نمادین و مفهوم داغ ننگ گافمن است که معنای اجتماعی بیماری اچ آی وی و پیامدهای آن را در جامعه روشن می‌کند. هاکینگ^۱ (۲۰۰۴) معتقد است اهمیت نظریه گافمن در این است که گافمن به این موضوع می‌پردازد که افراد در زندگی روزمره و در تعاملات شان چگونه یکدیگر را شکل داده، خود را تعریف کرده و همدیگر را درک می‌کنند. در واقع افراد جامعه ابتدا در تعاملات رو در رو و در زندگی روزمره است که معنای اجتماعی را تولید می‌کنند. همین تولید معنا در زندگی روزمره و روشن ساختن فرآیند اجتماعی مواجهه با معنای بیماری اچ آی وی / ایدز در روایت یک فیلم سینمایی موضوع محوری این مقاله است.

نظریه کنش متقابل نمادین و مفهوم استیگما

نظریه پردازان کنش متقابل نمادین، معتقدند معنا نه از فراگردهای ذهنی بلکه، از فراگرد کنش متقابل بر می‌خیزد. انسان‌ها نمادها و معانی را طی کنش متقابل اجتماعی فرا می‌گیرند. آن‌ها در برابر نمادها به شیوه‌ای متفکرانه عکس‌العمل نشان می‌دهند. نمادها از این جهت تعیین‌کننده‌اند که به انسان‌ها اجازه می‌دهند تا به شیوه‌هایی انسانی عمل کنند. انسان‌ها به خاطر وجود نمادها در

برابر واقعیتی که خودش را نشان می‌دهد انفعالی واکنش نشان نمی‌دهند، بلکه جهانی را که در آن عمل می‌کنند، فعالانه تولید و بازتولید می‌کنند (ریترز، ۱۳۷۴: ۲۸۵). همانطور که اشاره شد ارتباط انسان‌ها از طریق کنش متقابل و به واسطه نمادها انجام می‌شود. نمادها توسط فرهنگ هر جامعه تعریف می‌شوند. از جمله رسانه‌های فرهنگی که نمادها را تولید و بازتولید می‌کند سینما است. در این پژوهش نمادهایی که در سینما به‌عنوان یک رسانه مهم برای برقراری ارتباط بین بیمار و افراد دیگر در جامعه به‌عنوان یک کنش متقابل در نظر گرفته شده است مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

نکته اساسی اینجاست که مردم مستقیماً به جهان خارج واکنش نشان نمی‌دهند، بلکه به دنیای خارج معنایی اجتماعی می‌دهند و نسبت به آن معنی واکنش نشان می‌دهند. در بسیاری از جوامع رفتارهای پرخطر شامل مصرف مواد مخدر، بی بند و باری جنسی، همجنس‌گرایی منفی ارزیابی شده است و واکنش منفی از طرف جامعه دارد. این موارد همگی نمادهایی از رفتار پرخطر هستند. در واقع نمادها همان معنایی هستند که از طریق مفاهیم مشارکتی ساخته می‌شوند و جملگی آن‌ها برساخته شده‌اند. رفتار پرخطر توسط جامعه از طریق کنش متقابل افراد معنا شده و به‌عنوان انحراف از هنجارهای پذیرفته شده شناخته می‌شود.

وقتی ما درباره رفتار یا عملکردی که نرمال است فکر می‌کنیم، ممکن است از لغاتی مانند نوعی، معمول، متعارف استفاده کنیم. این لغات دلالتی بر قضاوت درباره ارزش رفتار ندارند، اما گاهی اوقات رفتار، عملکرد و تجربه‌ها از آنچه مورد انتظار است منحرف می‌شوند. در مکالمات روزانه لغت «منحرف» می‌تواند بازخورد معنای ضمنی منفی و نامطبوع باشد؛ اما با دیدی جامعه‌شناسانه می‌توان به سادگی از انحراف به‌عنوان رفتاری که هنجارهای پذیرفته شده عموم را شکسته صحبت کنیم (شیف، ۲۰۰۵: ۷۰). انحراف بسته به اینکه تا چه حد از تأیید نشدن برخوردار باشد با واکنش جامعه رو به رو می‌شود. گروه‌های جامعه ممکن است از این طریق نسبت به منحرفانی که رفتار غیر عادی‌شان مورد تأیید جامعه قرار نمی‌گیرد، واکنش نشان دهند. فرد مبتلا به اچ آی وی / ایدز گونه‌ای مضاعف برچسب منحرف را دریافت می‌کند. شخص مبتلا به اچ آی وی / ایدز یک بیمار است که گاهی به او به چشم مجرمی که مجازاتی جز مرگ در انتظار او نیست، نگریسته می‌شود. در اینجاست که مفهوم استیگمای گافمن برای فهم این مسئله به ما کمک می‌کند.

استیگما که توسط گافمن تعریف شده است یک نشان بی‌اعتبار کننده است. گافمن علاقمند بود که شکاف میان آنچه یک شخص باید باشد، یعنی همان «هویت بالقوه» و آنچه یک شخص واقعاً هست، «هویت اجتماعی بالفعل» را مطالعه کند. هر کسی که شکافی میان این دو هویت اش باشد، داغ خورده است (ریترز، ۱۳۷۴: ۲۸۶). اصطلاح داغ ننگ برای اشاره به ویژگی یا صفتی به کار می‌رود که به شدت بدنام کننده یا ننگ‌آور است. باید توجه کرد که قدرت داغ زنی یک صفت نه در ذات خود صفت، بلکه در روابط اجتماعی ریشه دارد (گافمن، ۱۳۸۶: ۳۲). ما تصور می‌کنیم که

یک فرد داغ خورده انسان کاملی نیست و بر اساس همین تصور انواع تبعیض‌های مختلف را علیه وی اعمال می‌کنیم و فرصت‌های زیستی‌اش را کاهش می‌دهیم. در واقع یک نوع نظریه داغ ننگ می‌سازیم. یک ایدئولوژی که پست بودن وی را تبیین کند و دلیلی برای خطرناک تلقی کردنش در اختیار ما بگذارد (گافمن، ۱۳۸۶:۳۲). هرک و همکاران (۱۹۹۸، به نقل از هولزمر، ۲۰۰۴) از اصطلاح «استیگمای مرتبط با ایدز» استفاده می‌کنند، که به معنای تعصب، تنزل، بی‌اعتباری و تبعیض است که متوجه مردمی است که با داشتن ایدز در فردیت‌ها، گروه‌ها و جوامع شناخته می‌شوند.

مطابق با نظر آلونزو و رینولدز^۱ (۱۹۹۵) افراد آلوده به ایدز داغ ننگ می‌خورند، برای اینکه مسئله بیماری آن‌ها:

با رفتار انحرافی آن‌ها مرتبط است؛ خواه به‌عنوان نتیجه آن یا به‌عنوان موجد رفتار انحرافی. مسئولیت فردی آنان تلقی می‌شود.

بر اساس یک باور مذهبی و فرهنگی و با تلقی کردن آن به‌عنوان رفتاری غیراخلاقی و قابل مجازات، از حیث اخلاقی زیر سؤال می‌رود.

یک بیماری واگیردار است و برای جامعه تهدید تلقی می‌شود.

به یک نوع مرگ ناخواسته و ناخوشایند منجر می‌شود.

توسط اجتماع محلی و افراد عادی جامعه درک نمی‌شود و با نگاه منفی ارائه‌کنندگان خدمات بهداشتی و پزشکی همراه است.

شیوه تحقیق

روش پژوهش در این تحقیق تحلیل محتوای کیفی است. پژوهش کیفی فرآیندی از یک مطالعه عمیق و جدی درباره جنبه‌های مختلف دنیای اجتماعی است. همه روش‌های کیفی به دنبال درک این مطلب هستند که جهان چگونه ساخته شده است (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰:۳۳). اگر فیلم سینمایی را به‌عنوان داستانی از زندگی روزمره افراد جامعه بدانیم، در این تحقیق روشن می‌کنیم که بیماری اچ آی وی/ایدز در فیلم باشگاه مصرف‌کنندگان دالاس چه معنای اجتماعی را تولید می‌کند. از این جهت روش تحلیل محتوای کیفی در این مطالعه کاربرد دارد.

تحلیل محتوای کیفی با به‌کارگیری فنون مختلف، به تحلیل نظام‌مند متون می‌پردازد. در تحلیل محتوای کیفی، متن به شیوه‌ای قاعده‌مند و گام به گام به واحدهای تحلیلی تقسیم می‌شود و با دنبال کردن مسئله پژوهش، مقوله‌ها بر اساس جنبه‌های نظری تکوین می‌یابند (حریری،

۱۳۸۵: ۲۶۴). میرینگ^۱ (۲۰۰۰) برای تحلیل محتوای کیفی دو شیوه «تکوین استقرایی مقوله‌ها^۲» و «به‌کارگیری قیاسی مقوله‌ها^۳» را مطرح می‌کند. در پژوهش حاضر برای تحلیل محتوای متن‌ها، شیوه تکوین استقرایی مقوله‌ها به کار برده شده است. ایده اصلی در تکوین استقرایی مقوله‌ها، عبارت از فرمول‌بندی ملاک تعریف یعنی معیار انتخاب، برگرفته از چارچوب نظری و مسئله پژوهش است که این ملاک تعیین‌کننده جنبه‌هایی از متن است که باید در تحلیل محتوا مدنظر قرار بگیرد. متن با در نظر گرفتن این ملاک، تحلیل شده و مقوله‌های استقرایی به‌صورت آزمایشی و گام به گام استخراج می‌شوند. این مقوله‌ها از طریق یک حلقه بازخورد، بازنگری شده و در نهایت به‌صورت مقوله‌های اصلی در می‌آیند (حریری، ۱۳۸۵: ۲۶۵). هدف در تحلیل محتوای کیفی کاهش متن اصلی، خلاصه و مقوله‌بندی کردن آن است و کدگذاری با هدف مقوله‌بندی انجام می‌شود. کدها ابتدا حتی الامکان نزدیک به متن ساخته شده و سپس بیشتر و بیشتر انتزاعی می‌شوند. گام بعدی طبقه‌بندی کدها است تا به مقوله‌ها دست پیدا کنیم. کدهایی که از مشاهده حاصل شده، هر کدام در یک یا چند طبقه قرار داده می‌شود. این طبقه‌ها کمک می‌کند تا مفهومی که از جمع کدها حاصل می‌شود، شناخته شده و بتوان به مفاهیم کلی‌تر موجود در محتوا دست یافت. طبقه‌بندی اولیه و ثانویه می‌تواند پاسخگوی سؤال تحقیق باشد.

در این تحقیق ابتدا فیلم مشاهده شد. برای تشخیص سکانس‌های معنادار، چندین بار فیلم مرور شد. ابتدا سکانس‌های مختلف فیلم بر حسب واحدهای معنایی از هم مجزا شده، سپس سکانس‌هایی که ارتباط چندانی با پرسش تحقیق نداشتند کنار گذاشته شدند. سکانس‌های معنادار کدگذاری شدند که این کدها در ابتدا به متن نزدیک بوده و سپس کدها بر اساس تشابه معنایی در طبقه مفاهیم دسته‌بندی شدند. مفاهیم به دست آمده از کدهای اولیه انتزاعی‌تر بوده و بعد از مقایسه و مرور مفاهیم مشابه، آن‌ها در سطح انتزاعی‌تری تلخیص شده و با جمع‌بندی مفاهیم نزدیک به هم مقوله‌های اصلی استخراج شدند.

نمونه مورد مطالعه در این تحقیق فیلم باشگاه مصرف‌کنندگان دالاس به کارگردانی ژان مارک والی از کشور آمریکا است. دلیل انتخاب یک فیلم از کشور آمریکا تفاوت‌های فرهنگی و معنایی است که این معناها با توجه به موقعیت‌های اجتماعی و در کنش‌های متقابل افراد جامعه تولید می‌شود. از آنجا که بیماری اچ‌آی‌وی/ایدز را یک پدیده بهداشتی-اجتماعی می‌دانیم، واکنش جوامع به این بیماری و داغ‌ننگ ناشی از آن متفاوت است. شناخت معناهای متفاوت تولیدشده در سینمای کشورهای دیگر می‌تواند مواجهه‌های رسانه‌ای و راهکارهای ارتباطی مختلف را در مورد بیماری اچ

1- Mayring

2- Inductive Category Development

3- Deductive Category Application

آی وی/ایدز برای ما روشن کند.

تحلیل فیلم «انجمن خریداران دالاس»

در کل می‌توان مفاهیم به دست آمده از تحلیل محتوای کیفی این فیلم را در چهار مقوله کلی دسته‌بندی کرد. «مبارزه برای زندگی در تقابل با مرگ»، «تحول معنای عشق و زندگی در تقابل با نفرت و تعصب»، «به چالش کشیدن داغ ننگ بیماری در تقابل با برساخت معنایی مسلط» و «تغییر معنای بیماری برای بیمار». هر کدام از این مقولات کدهای معنایی را که فیلم به مخاطب انتقال می‌دهد آشکار می‌کند.

مقوله کلی	مفهوم	سکانس فیلم
مبارزه برای زندگی در تقابل با مرگ	شروع فعالیت‌های ران برای شناخت و مبارزه با بیماری	ران به کتابخانه می‌رود و در مورد بیماری اچ آی وی/ایدز و راه‌های انتقال آن تحقیق می‌کند
	ادامه فعالیت‌های ران در روند مبارزه‌اش با بیماری	بر اساس تحقیقاتش، پیشنهاد گرفتن داروی ATZ را می‌دهد و نتایج مطالعاتش را به دکتر نشان می‌دهد
		به مکزیک می‌رود و در آنجا داروهای دیگری را مصرف کرده و آن داروها را به قاچاق می‌کند
	مبارزه برای زنده ماندن او را به مبارزه با سازمان غذا و داروی آمریکا می‌کشاند	وارد مبارزه با سازمان غذا و دارو شده و آن‌ها را به دادگاه می‌کشد و در مقابل داروی تأیید شده آن‌ها که خطرناک است، داروهایی را که به بیماران کمک کند وارد می‌کند و البته سود فراوانی به دست می‌آورد
		به کشورهای مختلف سفر کرده و برای به دست آوردن داروهای غیرمجاز در آمریکا تلاش می‌کند
		نتیجه تحقیقاتش را به جلسات مختلف برده و به بیماران و سایر مردم اعلام می‌کند دارویی که سازمان غذا و داروی آمریکا به آن‌ها می‌دهد خطرناک است
	استعاره‌ای از ادامه مبارزه ران	سکانس آخر ورود دوباره ران به زمین گاوچرانی است با این تفاوت که این بار خودش وارد زمین می‌شود اما در ابتدای فیلم تنها تماشاگر بود

همانطور که مفاهیم به دست آمده از تحلیل فیلم نشان می‌دهد یکی از مقوله‌های اصلی فیلم تقابل بین مرگ و زندگی است. در برابر پیوند معنایی بیماری اچ آی وی/ایدز با ناامیدی و مرگ، تأکید این فیلم بر تلاش برای زنده ماندن و ارزشمند بودن زندگی است؛ تا جایی که ران را به مبارزه با نهادهای قدرت کشانده و او که دیگر شهروندی مسئول است برای کسب حق خود و دیگران تلاش می‌کند.

مقوله کلی	مفهوم	سکانس فیلم
تحول معنای عشق و زندگی در تقابل با نفرت و تعصب	نگاه جنسی به زن	رابطه ران با زنان قبل از بیماری تنها در حیطه روابط جنسی است
	شروع تغییر نگاه ران به زنان	ران متوجه می‌شود زنی که در بیمارستان دیده بود و فکر می‌کرد پرستار است دکتر بوده است.
	یگانگی و دوستی ران با زن و تغییر نگرش ران نسبت به زنان	با خانم دکتر در یک کافه قرار ملاقات می‌گذارد و از زندگی خصوصی‌شان صحبت می‌کنند
		ران تابلو نقاشی که مادرش کشیده به خانم دکتر هدیه می‌دهد و کمک می‌کند که تابلو را به دیوار نصب کند
		در مسیر مبارزه با سازمان غذا و دارو خانم دکتر کم کم با ران همراه می‌شود
		وقتی خانم دکتر در مقابل همکاری‌اش می‌ایستد و او را اخراج می‌کنند. ران به او به خاطر شجاعتش تبریک می‌گوید
	زن به‌عنوان شریک و معنای زندگی برای ران	او در دیالوگی به خانم دکتر می‌گوید که به دنبال معنای زندگی است و دلش می‌خواهد با همسرش برقصد و بچه داشته باشد

داغ ننگ ناشی از بیماری اچ آی وی/ایدز با طرد و انزوای بیماران پیوند دارد. در این فیلم تعاملات روزمره ران نه تنها داغ ننگ ناشی از این بیماری، بلکه سایر برساخت‌های اجتماعی مانند کلیشه‌های جنسیتی و نژادی را نیز به چالش می‌کشد.

بیماری اچ آی وی/ایدز این فرصت را برای ران فراهم می‌کند که نگرشش نسبت به زندگی، زنان و سیاه‌پوستان تغییر کند. ران که تا قبل از بیماری روابط اجتماعی ضعیفی دارد، پس از ابتلا به بیماری و در مسیر مبارزه برای زندگی، این امکان را می‌یابد که زندگی‌اش را مجدداً معنا کرده و روابط اجتماعی مناسب‌تری داشته باشد. امکان عشق ورزیدن، دوست داشتن و دوست داشته شدن با بیمار شدن ران افزایش می‌یابد.

مقوله کلی	مفهوم	سکانس فیلم
به چاش کشیدن داغ ننگ بیماری در تقابل با برساخت معنایی مسلط	آشنایی با بیماران دیگر و همسویی با برساخت مسلط جامعه در برخورد با آنان	در بیمارستان با بیماران دیگری که با روش‌های مختلفی به بیماری مبتلا شده‌اند آشنا می‌شود و ابتدا با آن‌ها برخورد تندی دارد
		برای فروش داروها با رایان یکی از بیماران دیگر شریک می‌شود
	همدلی با بیماران دیگر و نفرت از قدرت دولتی	دوست قدیمی‌اش را می‌بیند و او رایان را که همراه ران است مسخره می‌کند اما ران با دوست قدیمی‌اش درگیر می‌شود
		با کمک بیماران و سایر طردشدگان اجتماعی دیگر انجمن‌اش را توسعه دهد.
	احساس دوستی با سایر بیماران	او بیماران دیگری از جمله رایان را که مردم از دست زدن به آن‌ها هراس دارند، در آغوش می‌گیرد
		وقتی رایان می‌میرد او به شدت ناراحت می‌شود و گریه می‌کند

ران در ابتدا با بیماران مبتلا به اچ آی وی/ایدز بر اساس مفاهیم مرتبط با داغ ننگ این بیماری تعامل برقرار کرده، در مورد آن‌ها قضاوت می‌کند و آن‌ها را از خود می‌رانند؛ اما بیماری به ران این فرصت را می‌دهد که در تجربه زندگی روزمره و در تعامل با سایر بیماران برساخت معنایی و داغ ننگ ناشی از اچ آی وی/ایدز در جامعه آمریکا را به چالش بکشد.

مقوله کلی	مفهوم	سکانس فیلم
تغییر معنای بیماری برای بیمار	بیماری نمادی از انحراف	ران با نسبت دادن بیماری به انحراف جنسی، بیماری‌اش را انکار می‌کند.
		ران از بیماری شرم دارد و سعی می‌کند بیماری‌اش را از اطرافیانش پنهان کند
	آغاز تحول نگرش ران نسبت به بیماری	ران بیماری‌اش را پذیرفته و حاضر می‌شود روند درمان را آغاز کند
		ران تلاش می‌کند در مورد بیماری‌اش اطلاعات بیشتری کسب کند
	کسب هویت جدید با تغییر معنای بیماری	ران خودش را در فضای عمومی جامعه به‌عنوان یک بیمار مبتلا به اچ آی وی معرفی کرده و از حقوقش دفاع می‌کند.

ران تا پیش از آنکه خودش به بیماری مبتلا شود، اچ آی وی/ایدز را بیماری منحرفان جنسی دانسته و به همین دلیل در ابتدا بیماری‌اش را انکار می‌کند. او حاضر نمی‌شود در بیمارستان بستری شده و درمان را بپذیرد. حتی بیماری‌اش را از دوستان و اطرافیانش پنهان می‌کند؛ اما رفته رفته با پذیرش بیماری و کسب اطلاعات در مورد بیماری اچ آی وی/ایدز نگرشش نسبت به بیماری تغییر پیدا می‌کند. بیمار شدن در واقع موقعیتی برای ران است که مجدداً بیماری اچ آی وی/ایدز را معنا کرده و بر حسب این معنای جدید هویت خودش را نیز تعریف کند.

نتیجه‌گیری

همانطور که آونزو و رینولدز اشاره کردند، اسیتگمای بیمای اچ آی وی/ایدز با مفاهیمی همچون طرد و انزوای اجتماعی، انحراف و مرگ پیوند دارد. از طرفی نظریه کنش متقابل نشان داد که معناها در کنش متقابل افراد در جامعه تولید و بازتولید می‌شود. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که در این فیلم معنایی که در کنش‌های متقابل بین بیمار مبتلا به اچ آی وی/ایدز با افراد جامعه تولید می‌شود در تقابل مفهومی با داغ ننگ این بیماری قرار می‌گیرد. یافته‌های تحقیق چهار تقابل معنایی «مبارزه برای زندگی در تقابل با مرگ»، «تحول معنای عشق و زندگی در تقابل با نفرت و تعصب»، «به چالش کشیدن داغ ننگ بیماری در تقابل با برساخت معنایی مسلط» و «تغییر معنای بیماری برای بیمار» را در فیلم نشان داد. همانطور که مشخص است در هر چهار تقابل شاهد مبارزه شخصیت اصلی فیلم برای به چالش کشیدن داغ ننگ این بیماری هستیم. یکی از کارکردهای رسانه‌ها تولید اجتماعی معنا است و این فیلم معنایی از بیماری اچ آی وی/ایدز تولید می‌کند که در تقابل با معناهاى مسلط جامعه قرار گرفته است. در واقع این فیلم استراتژی ارتباطی مناسبی برای انگ زدایی از بیماری اچ آی وی/ایدز ارائه می‌دهد و آن مطرح ساختن این بیماری در حوزه گفتمان عمومی جامعه و بازنمایی کنش‌های زندگی روزمره یک بیمار مبتلا به اچ آی وی/ایدز بر پرده سینما و تولید معنایی است که در تقابل با داغ ننگ این بیماری قرار دارد. در واقع این فیلم راهکار مناسبی را در جهت انگ زدایی از بیماری اچ آی وی/ایدز در اختیار متولیان ارتباطات سلامت قرار می‌دهد تا با توجه به زمینه‌های فرهنگی، دینی و اجتماعی جامعه ایران از قدرت ارتباطی سینما استفاده کرده و مسائل مرتبط با این بیماری را به حوزه عمومی جامعه کشاند. نکته قابل توجه دیگر نقد قدرت و ارتباط آن با تولید اجتماعی معنای بیماری و مفهوم داغ ننگ است. وقتی در کنش‌های متقابل اجتماعی معنایی تولید و بازتولید شده و با داغ ننگ پیوند می‌خورد، فرصت‌های زیستی فرد داغ خورده کاهش می‌یابد. در واقع برای طرد بیماران از جامعه به‌نوعی ایدئولوژی نیاز است که داغ ننگ این فرصت را فراهم می‌کند. در مورد بیماری اچ آی وی/ایدز نیز برچسب‌هایی چون منحرف جنسی، فرصت‌های زیستی بیمار را کاهش می‌دهد. در این فیلم نیز بیمار ابتدا از جامعه طرد شده و انگ می‌خورد، اما تلاش بیمار مبتلا به اچ آی وی/ایدز برای کسب حقوق مدنی‌اش افشاگر نقش ساختارهای اجتماعی در بازتولید داغ ننگ بیماری اچ آی وی/ایدز است و نشان می‌دهد ساختارهای قدرت با استفاده از امکان حذف و طردی که داغ ننگ بیماری اچ آی وی/ایدز فراهم می‌کند، منافع اقتصادی و سیاسی خود را پیش می‌برند. نقش داغ ننگ بیماری در پیشبرد منافع قدرت در سینمای ایران در مورد فیلم‌های اچ آی وی/ایدز باید در نظر گرفته شود تا نقد لایه‌های عمیق‌تر و ساختارهای اجتماعی در برساخت معنایی از بیماری اچ آی وی/ایدز امکان‌پذیر شود. این فیلم نمونه مناسبی از افشای قدرت را در برساخت بیماری اچ آی

وی/ایدز نشان می‌دهد.

نکته قابل تأمل دیگر تأثیری است که این داغ ننگ بر برداشت بیمار از خودش دارد. داغ ننگ منجر می‌شود احساس هویت فرد درباره اینکه چه کسی هست تغییر کند و در نهایت خودپنداره فرد ضایع شود. در این فیلم بیمار در ابتدا هویت خودش را مطابق داغ ننگ این بیماری یعنی منحرف جنسی معنا کرده و اعمالی را که ناشی از موقعیت یک منحرف و گناهکار است، انجام می‌دهد که اوج آن را در انکار بیماری، عدم پذیرش درمان و پنهان کردی بیماری از اطرافیان مشاهده می‌کنیم؛ اما بیمار در فرآیند مبارزه‌اش برای زندگی و به چالش کشیدن داغ ننگ بیماری، معنای بیماری را تغییر می‌دهد. دیگر این معنای داغ ننگ نیست که هویت بیمار را می‌سازد، بلکه او با خلق معنایی جدید از بیماری‌اش هویتش را تعریف می‌کند. آنچه در سینمای ما به خصوص لازم است به آن توجه شود چالش بیماران با داغ ننگ این بیماری است. نمایشی از بیماران اچ آی وی/ایدز در سینمای ایران که بتواند داغ ننگ این بیماری را به چالش بکشد، می‌تواند نگاه مخاطبان و حتی بیماران را دگرگون کرده و هویت تازه‌ای برای بیماران رقم زده و تعاملات جامعه با این بیماران را بهبود دهد.

نکته دیگر این که هر چند در سکانسی از فیلم، نحوه انتقال ویروس اچ آی وی/ایدز نمایش داده می‌شود، اما داستان فیلم تحت تأثیر نحوه آلودگی به بیماری نیست و هیچ قضاوتی در مورد بیمار نمی‌شود. یکی از مفاهیمی که با داغ ننگ مرتبط است امکان قضاوت و طبقه‌بندی افراد در کنش‌های متقابل اجتماعی است. قضاوت در مورد بیمار و تأکید بر ریشه‌های گناه‌آلود بیماری، مفهوم «منحرف» را که در پیوند با داغ ننگ این بیماری است، تقویت می‌کند؛ اما این فیلم در تقابلی معنایی با داغ ننگ، از قضاوت در مورد نحوه انتقال ویروس خودداری کرده و بر تلاش بیمار برای زنده ماندن تکیه می‌کند. در واقع بیماری نقطه شروع زندگی جدید به حساب می‌آید. این فیلم تفکر انتقادی را در مخاطبان تقویت کرده و با استفاده از قدرت ارتباطی سینما معنای جدیدی از بیماری به مخاطب انتقال می‌دهد. این استراتژی که بر نحوه ابتلای به بیماری متمرکز نشده و در مورد بیماران بر حسب نوع انتقال ویروس به آن‌ها قضاوت نمی‌کند، می‌تواند نمونه مناسبی برای ساخت تولیدات رسانه‌ای کشور ما در جهت انگ زدایی از این بیماری باشد.

درواقع نتایجی که از تحلیل این فیلم به دست آمده و نقاط قوت فیلم در نمایش بیماری اچ آی وی/ایدز است می‌تواند به متولیان حوزه ارتباطات سلامت و تولیدکنندگان محصولات رسانه‌ای ایده‌های مناسبی برای نمایش مناسب‌تری از بیماری اچ آی وی/ایدز ارائه کند؛ زیرا رسانه‌های ایران تولیدات اندکی در مورد بیماری اچ آی وی/ایدز دارند و مطالعه نمونه‌های موفق کشورهای دیگر می‌تواند تجربه‌ها را منتقل کرده و این امکان را فراهم کند که در ایران نیز از قدرت ارتباطی رسانه‌ها به خصوص سینما برای انگ زدایی از بیماری اچ آی وی/ایدز استفاده بهتری شود.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و شریفی ساعی، محمدحسین، ایثاری، مریم، طالبی، سحر (۱۳۹۰) «سنخ‌شناسی الگوهای روابط جنسی پیش از ازدواج در ایران»، جامعه پژوهی فرهنگی، شماره ۴، صص ۳۴-۱.
- الوندی، پدram (۱۳۸۶) «اصول گزارشگری ایدز؛ مبانی نظری و راهکارهای عملی»، نشریه علمی-ترویجی رسانه، شماره ۷۲، صص ۲۲۶-۲۱۵.
- آدام، فیلیپ و هرتسلیک، کلودین (۱۳۸۵) جامعه‌شناسی بیمار و پزشکی، ترجمه لورانس و دنیا کتبی، تهران: نشر نی.
- استراوس، آنسلم و کوربین ب، جولیت (۱۳۹۰) مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- تبریزی، غلامرضا، تبریزی، سحر، و وطن‌خواه، مرضیه، (۱۳۸۸) «بررسی اختلالات شخصیت در بیماران مبتلا به ایدز با الگوی رفتارهای پرخطر»، فصلنامه خون، دوره ۶، شماره ۴، صص ۳۰۰-۲۹۲.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵) اصول و روش‌های پژوهش کیفی، تهران: نشر دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- خانیک، هادی و راثی‌تهرانی، حبیب (۱۳۹۰) «بررسی نگرش مخاطبان درباره تأثیر پیام‌های سلامت تلویزیون»، مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال دوازدهم، شماره ۴۷، صص ۱۵۱-۱۸۷.
- ریتزر، جرج (۱۳۷۴) نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- روزنامه شرق (۱۳۹۲) ابتلا به اچ‌آی‌وی ایدز، در دنیا کاهشی و در دنیا افزایشی. شماره ۱۸۴۲. قابل دسترسی در: www.sharghdaily.ir
- زمانی، امید (۱۳۸۵) نگاه رسانه‌ای به اچ‌آی‌وی و ایدز؛ راهنمایی برای مدیران، کارشناسان و دست‌اندرکاران رسانه‌های جمعی، شورای سیاست‌گذاری سلامت صداوسیما و دفتر مبارزه با جرم و مواد سازمان ملل متحد.
- زمانی، امید (۱۳۸۶). نقش رسانه‌های جمعی در آموزش و اطلاع‌رسانی درباره ایدز. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. شماره ۵۰. صص ۶۵-۴۸.
- سایت خبرگزاری ایلنا (۱۳۹۶) جدیدترین آمار مبتلایان به ایدز در کشور اعلام شد. در گفتگو با پروین افسر کازورنی، رئیس اداره ایدز وزارت بهداشت. تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۵/۲۱ کدخبر: ۵۲۲۲۲۳
- غفاری، محتشم. رخشنده رو، سکینه، نیک‌نامی، شمس‌الدین و رمضانخانی، علی (۱۳۸۶). رسانه: پاسخی به ایدز. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. شماره ۵۰، صص ۲۱۹-۲۲۱.
- گافمن، اروینگ (۱۳۸۶) داغ‌ننگ: چاره‌اندیشی برای هویت ضایع شده، ترجمه مسعود کبانیپور، تهران: نشر مرکز.

مک کوایل، دنیس (۱۳۸۲) درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

مجله نظام پزشکی (۱۳۸۸) نشریه سراسری سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران، شماره ۵۲ و ۵۳

مرکز آمار و فناوری اطلاعات وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی (۱۳۹۴). برگرفته از وبسایت:

www.it.behdasht.gov.ir

مرکز ملی پیشگیری از HIV ایدز ایران (۱۳۹۴). برگرفته از وبسایت: www.aids.ir
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (۱۳۹۴). آخرین آمار مبتلایان به بیماری ایدز در کشور. شماره خبر: ۱۲۹۳۶۰. برگرفته از وبسایت وزارت بهداشت (تاریخ ۱۳۹۴/۵/۴):
<http://WWW.behdasht.gov.ir>

منابع لاتین:

- Alonzo, A & Reynolds, N. (1995). Stigma, HIV and AIDS: an Exploration and Elaboration of a Stigma Trajectory, *Social Science and Medicine*, 41(3). pp.345-398
- CarducciA, AlfaniS, SassiM, CininiA, CalamusaA(2011) Mass media health information: 82:475 Cullen, T (2003). HIV/AIDS: 20 years of press coverage. *Australian studies in journalism*. 12.
- Cockerham, W. (2003), Iran: Tehran Being to Confront the Time Bomb of HIV, at: <http://www.payvand.com/news/03/nov/1073.html>
- Creel, A. H., Rimal, R. N., Mkandawire, G., Böse, K., & Brown, J. W. (2011). Effects of a mass media intervention on HIV-related stigma: 'Radio Diaries' program in Malawi. *Health education research*, 26(3), 456-465
- Craig, D. R. (2014). Coming out of the Television: LGBT-themed Made-for-Television Movies as Critical Media Pedagogy.
- Estrada, A., & Quintero, G. A. (1999). Redefining categories of risk and identity: The appropriation of AIDS prevention information and constructions of risk. *Power in the blood: A handbook on AIDS, politics, and communication*, 133-147.
- Fee, E. (1992). *AIDS: the making of a chronic disease*. University of California Press.
- Haching, I (2004), Between Michel Foucault and Ervin Goffman: between discourse in the abstract and face to face interaction, *Economy and Society*, 33(3), pp.277-302
- Holzmer, W. L. (2004), Managing AIDS Stigma. *Journal des aspects Sociaux du HIV*. 1(3)
- Hodes, R. (2007). HIV/AIDS in South African Documentary Film, c. 1990–2000. *Journal of Southern African Studies*, 33(1), pp.153-171.
- Leonard, B. J., & Crainshaw, J. Y. (Eds.). (2012). *Encyclopedia of religious controversies in the United States*. ABC-CLIO.
- Levine, S. (2003). Documentary film and HIV/AIDS: New directions for applied visual anthropology in southern Africa. *Visual Anthropology Review*, 19(12). pp. 57-72.
- Mayring, P. (2000). *Qualitative Content Analysis*. Klagenfurt, Austria
- Netzhammer, E. C., & Shamp, S. A. (1994). Guilt by association: Homosexuality and AIDS on prime-time television. *Queer words, queer images: Communication and the construction of homosexuality*, 91-106.
- Piontek, T. (1992). Unsafe representations: Cultural criticism in the age of AIDS. *Discourse*, 128-153.
- Pryor, J. B., & Reeder, G. D. (1993). *The social psychology of HIV infection*. Lawrence Erlbaum.
- Sheaf, M. (2005). *Sociology and Health care: an introduction for Nurses, Midwives and Health professionals*. London: Open University Press
- Singhal, A & Vasanti, P.A. (2006). The Role of Popular Narratives in Stimulation the Public Discourse on HIV and AIDS, *South Asian Popular Culture*, 3(1), 3-15
- Stine G.J (1998). *Acquired immune Deficiency Syndrome: Biological, Medical, Social and legal Issues*, 3th edition. Upper Saddle River
- Sontag, S. (1989). *AIDS and its metaphors*. London: Penguin.
- Unaid, W., & Unicef. (2015). *Epidemiological Fact Sheet on HIV and AIDS: How AIDS changed everything*. URL: http://www.unaids.org/en/resources/campaigns/How_AIDS_changed_everything/factsheet
- UNAIDS (2006). *2006 Report on the global AIDS epidemic*. ISBN 92-9173-479-9. Archived from the original on 19 March 2013.
- Wright, E. R. (1997). The social construction of AIDS. *Teaching the sociology of HIV/AIDS*, 69-88.
- Willis, N., Frewin, L., Miller, A., Dziwa, C., Mavhu, W., & Cowan, F. (2014). "My story"—HIV positive adolescents tell their story through film. *Children and Youth Services Review*, 45, pp.129-136.