
***Communicative Anthropology of the Myth of Hero
During the Construction Period (1989-1997)
Case: Narrative Analysis of the film Aagenseh Shisheai***

By: Ali Eskandari, Ph.D.*

Abstract:

During their lifetime, early humans reacted to their surroundings, that is, the terrifying and wonderful world that surrounded them; And based on the fear and fascination with the secret hidden in the universe, they created the first mythological stories. This chain of thought expanded over time until cinema encompassed myths to create storylines in structure, characters and style, and by embedding myths in human life, made it as a most practical form. In this article, using the method of structural analysis of narrative and communicative anthropology, the state of cinema during the construction period (1989-1997) is studied, and along with the analysis of the social, political and cultural situation, the structural analysis of the narrative of one of the outstanding works of this period (film Aagenseh Shisheai) has been discussed using the method of narrative analysis. The results showed that during the construction period, revolutionary values such as sacrifice and martyrdom, spirituality, contentment and simplicity, which were the achievements of the first period of the revolution, gradually faded in the characteristics of the heroes of the movies, and factors such as welfare seeking, competition for wealth and rising expectations and possibilities As one of the main necessities of the hero, welfare and materialism stood up against the revolutionary values; On the other hand, it seems that the political discourse governing the Iranian cinema during this period worked as a tool in the service of the government and in the way of persuading the people to watch works with heroes with a moral and value burden, while the general public did not accept this and they seek the heros with the characteristics of the world of that day.

Keywords: *Myth, Hero, Narrative Analysis, Construction Period, Aagenseh Shisheai*

* Assistant Prof. in Communication, Faculty of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, iran
alieskandari@pnu.ac.ir



مردم‌شناسی ارتباطی اسطوره‌قهرمان در دوران نوسازی (۱۳۶۸-۱۳۷۶): مطالعه موردی: تحلیل روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

علی اسکندری*

چکیده

انسان‌های اولیه در زمان حیات خود، به محیط پیرامونشان، یعنی دنیای ترسناک و شگفت‌انگیزی که آنان را احاطه کرده بود، واکنش نشان دادند؛ و بر پایه خوف و شیفستگی نسبت به راز نهفته در عالم هستی، نخستین داستان‌های اسطوره‌ای را پدید آوردند. این زنجیره تفکر، به‌مرور گسترش یافت تا اینکه سینما برای آفرینش خطوط داستانی در ساختار، نقش‌مایه‌ها و سبک، پذیرای اسطوره‌ها گردید و با جای دادن اساطیر در لابه‌لای زندگی انسان، آن را به کاربردی‌ترین شکل ممکن تبدیل کرد. در این مقاله با استفاده از روش تحلیل ساختاری روایت و مردم‌شناسی ارتباطی، وضعیت سینمای دوران نوسازی (۱۳۶۸-۱۳۷۶) مورد بررسی قرار گرفته و در کنار تحلیل وضعیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، به تحلیل ساختاری روایت یکی از آثار برجسته این دوره (فیلم آژانس شیشه‌ای) با استفاده از روش تحلیل روایت پرداخته شده است. نتایج مقاله حکایت از آن دارد که در دوران نوسازی، ارزش‌های انقلابی مانند ایثار و شهادت، معنویت‌خواهی، قناعت و ساده‌زیستی که ارمغان دوره نخست انقلاب بود، رفته‌رفته در ویژگی‌های قهرمانان فیلم‌های سینمایی کمرنگ شد و عواملی مانند رفاه‌طلبی، رقابت برای کسب ثروت و بالا رفتن توقعات و امکانات رفاهی و مادی به‌عنوان یکی از لوازم اصلی قهرمان، در برابر ارزش‌های انقلابی قد علم کرد؛ از سوی دیگر، به نظر می‌رسد، گفتمان سیاسی حاکم بر سینمای ایران در دوره بازسازی به شکل ابزاری در خدمت حاکمیت و در راه ترغیب مردم به تماشای آثاری با قهرمانان دارای بار ارزشی و اخلاقی فعالیت می‌کرد، حال آنکه عامه مردم این امر را برنمی‌تابیدند و در جست‌وجوی قهرمانانی با ویژگی‌های دنیای آن روز خود بودند.

کلیدواژه‌ها: اسطوره، قهرمان، تحلیل روایت، دوران نوسازی، آژانس شیشه‌ای

مقدمه

اسطوره‌ها از جمله کلان روایت‌هایی هستند که می‌توانند در موقعیت‌های گوناگون اجتماعی، سیاسی و فرهنگی محل اندیشه‌ها، تجربیات و مسائل نوظهور بشری باشند و بر غنای هر نوع ادبی بیفزایند و پیوند روایت و معنا را مستحکم‌تر سازند. از این رو استفاده از اساطیر، در قالب‌های نمایشی، بسیار مورد توجه قرار گرفته است به نحوی که «فیلمنامه‌نویسان و متخصصان حوزه فیلم را به این نتیجه رسانده است که وجود اسطوره می‌تواند به ساختار روایی متن انسجام بخشد و به ماندگاری، جذابیت و تأثیرگذاری آن کمک کند» (وولگر، ترجمه گذرآبادی، ۱۳۹۲: ۳۵). مطالعه نمونه‌های موفق آثار سینمایی حکایت از آن دارد که استفاده از ساختار اسطوره‌ای، عاملی مؤثر برای جذب مخاطب و همسو با همذات‌پنداری وی با قهرمان داستان بوده است (وینکلر^۱، ۲۰۰۱: ۲۷۲).

آشنا بودن داستان‌های اسطوره‌ای برای ناخودآگاه، عاملی بسیار کارآمد در جذب مخاطب جهانی به سینما است؛ بنابراین پیوند میان سینما و اسطوره، پیوندی دوسویه است؛ همان‌گونه که فیلم‌های سینمایی، بستر به تصویر کشیدن اسطوره‌ها را فراهم می‌سازند، اسطوره‌ها نیز بر فراهم کردن ایده و داستان برای تولید فیلم‌های سینمایی تأثیرگذار هستند (متر، ترجمه صدیق، ۱۳۷۶: ۷۰). نکته اصلی در مناسب‌سازی مضمونی اسطوره‌ای برای فیلمنامه امروزی، به‌روزرسانی آن متناسب با نیازها و دنیای مخاطبان است؛ مخاطب باید احساس کند داستانی را می‌شنود، متناسب با ویژگی‌ها و اتفاقات دوره‌ای است که در آن زندگی می‌کند. با مروری بر آثار سینمایی می‌توان مؤلفه‌های تأثیرگذاری را که نه تنها بر مخاطبان بلکه بر جامعه نیز تأثیر گذاشته‌اند و تبدیل به «عنصر مسلط» شده‌اند شناسایی کرد. تحلیل ساختاری روایت در پی تحلیل عناصر مسلط در روایت‌هاست؛ این روش به صنایع و شگردهایی که یک متن در نسبت با آنها تولید می‌شود، می‌پردازد. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر، مطالعه مردم‌شناسی ارتباطی اسطوره در سینمای دوره نوسازی و بررسی وضعیت قهرمانان ظاهرشده و تحلیل ساختار روایت فیلم «آژانس شیشه‌ای» بوده است. در این پژوهش از روش مردم‌شناسی ارتباطی استفاده شده است تا ایدئولوژی برساخته شده را عریان سازد.

فیلم سینمایی «آژانس شیشه‌ای» (۱۳۵۹) به کارگردانی ابراهیم حاتمی‌کیا، از فیلم‌های تأثیرگذار دوران نوسازی است. این فیلم، داستان قهرمانی است

1. Winkler

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

که شرایط اجتماعی دوران پس از جنگ و تغییر ارزش‌های پدید آمده وی را تحت فشار قرار می‌دهد و با دیدن دوست هم‌رزمش و پی بردن به شرایط او، تصمیم به یاری‌اش می‌گیرد؛ به این ترتیب، مسئله اصلی پژوهش پیدا کردن ساختار روایی فیلم آژانس شیشه‌ای مطابق با الگوی پراپ^۱ است. از طرفی دیگر شناسایی وضعیت قهرمانان حاضر در عرصه سینما و مضامین اصلی آثار تولیدشده در این دوران نیز ضروری به نظر می‌رسد. پرسش اصلی مقاله این خواهد بود که وضعیت موضوعی و محتوایی سینما و قهرمانان ظاهرشده در دوره نوسازی چگونه بوده است؟ عناصر مسلط و حوزه‌های کنش قهرمانان فیلم آژانس شیشه‌ای به چه نحوی در فیلم ظاهر شده‌اند؟

پیشینه پژوهش

ذکایی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «روایت، روایت‌گری و تحلیل‌های شرح‌حال‌نگارانه» به دنبال بازنمایی عناصر مسلط در روایت‌هاست و به همین منظور از سطح فرد فراتر می‌رود و به صنایع و شگردهایی که یک متن در نسبت با آنها تولید می‌شود می‌پردازد. وی معتقد است برای کاربست روش تحلیل ساختاری روایت می‌توان از نظریه فرمالیسم بهره جست. مطابق با این نظریه آنچه در مطالعه آثار هنری از درجه اهمیت برخوردار است، فرم است، نه محتوا. اجاللی (۱۳۹۵) در کتاب «دگرگونی اجتماعی و فیلم‌های سینمایی در ایران: جامعه‌شناسی فیلم‌های عامه‌پسند در ایران (۱۳۵۷-۱۳۰۹)»، تلاش کرده است تا نخست، نهاد اجتماعی فیلم‌سازی در ایران را تا پیش از انقلاب توصیف کند، سپس به تحلیل محتوای فیلم‌های سینمایی ایرانی بنشیند و سرانجام نوعی ارزیابی از فرایند امروزی شدن فرهنگ به دست دهد.

پورالخاص و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی اسطوره قهرمان مظلوم در روایت‌های داستانی سینمای دفاع مقدس؛ مطالعه موردی چهار فیلمنامه از چهار دهه سینمای ایران» تلاش کرده‌اند، با مطالعه چهار فیلمنامه مرز، دو چشم بی‌سو، آژانس شیشه‌ای و اتوبوس شب به روش تحلیل روایت، تا بخشی از بازنمایی قهرمان مظلوم را در سینمای دفاع مقدس شرح و تحلیل کند و برای این منظور، نظریه سطوح بازنمایی واقعیت بودریار را به‌عنوان چارچوب خود انتخاب کرده است. این مقاله در جستجوی یافتن ماهیت اسطوره امروزی

1. Vladimir Yakovlevich Propp

قهرمان در سینمای دفاع مقدس است و به این نتیجه می‌رسد که قهرمان فیلم‌های مورد مطالعه، قهرمانی توانمند نیست که بتواند برای مخاطبش به‌عنوان الگو و اسطوره مطرح شود، بلکه همواره در پس پرده و در اندرونی محتوای داستان، جایگاهش را یافته است.

شاپوری و بشیری (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «بازتاب چهار دهه تحولات سیاسی و اجتماعی در سینمای داستانی ایران پس از انقلاب اسلامی» که با استفاده از روش تحلیل گفتمانی و تحلیل محتوایی انجام شده اظهار کرده‌اند: رابطه مستقیمی میان رویکردهای گوناگون در بررسی انقلاب اسلامی و تصمیم‌گیری و سیاستگذاری دولتمردان در هر دوره سیاسی و شکل‌گیری جریان‌ها و خرده جریانات فکری در بستر سینما وجود داشته است. از منظر وی، در سینمای ایران مسائل اجتماعی و سیاسی، بستر مناسبی برای آثار نمایشی بوده‌اند و این سینما پس از انقلاب اسلامی، فارغ از پارکشی‌های سیاسی، همواره به این مسئله واکنش نشان داده است.

چارچوب مفهومی پژوهش

۱) اسطوره

سال‌هاست که پژوهشگران، روان‌شناسان، تاریخدانان و به‌صورت کلی، دانشمندان حوزه فرهنگ و ارتباطات به اهمیت واژه اسطوره (اساطیر) در مطالعات خود پی برده‌اند و به دنبال تعریفی جامع و کامل از آن بوده‌اند و هر کدام متناسب با پژوهش‌های خود کوشیده‌اند، تعریفی صحیح و مطلوب از آن ارائه دهند. اگرچه ارائه تعریفی جامع و کامل که دربرگیرنده تمامی ویژگی‌های اسطوره باشد کاری سخت و دشوار است، در این بخش سعی شده است تا به‌طور مختصر مهم‌ترین تعاریفی که می‌توانند روشن‌کننده منظور و هدف این مقاله باشند پرداخته شود.

درباره ریشه واژه اساطیر در میان اهل فن دو نظر وجود دارد، یکی اینکه اساطیر از فعل سطر می‌آید و صیغه جمع یا جمع‌الجمع اسطار یا اسطاره، اسطیر یا اسطیره یا اسطور یا اسطوره است، هرچند در قرآن هیچ‌یک از این صیغه‌های مفرد به کار نرفته است. در این صورت، ترجمه واژه اساطیر، نوشته‌ها خواهد بود. دوم اینکه اساطیر جمع اسطوره و این اسطوره هم معرب واژه یونانی ایستوریا است که در زبان انگلیسی، به دو صورت هیستوری (تاریخ) و استوری

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

(داستان، خبر) درآمده است؛ همچنان که در زبان فرانسه هم واژه ایستوار (تاریخ) از همین ریشه است. در زبان یونانی، ایستوریا در چندمعنای پرشش، پژوهش، خبر، داستان و تاریخ به کار می‌رفته است (دریابندری، ۱۴۰۱: ۱۹۲).
به نظر می‌رسد که برای حکم کردن میان این دو مأخذ (سطر و ایستوریا) برهان قاطعی در دست نیست؛ اما امروز بیشتر لغت‌شناسان عرب مایل به این نظرند که ریشه «اسطوره» همان «ایستوریا» یونانی است.

بهار در کتاب جستاری چند در فرهنگ ایران معتقد است: «در تعریف‌های متداول از اسطوره گاهی برداشت‌ها و کاربردهای خطایی وجود دارد و در بنیاد، شکل ظاهری آن در نظر گرفته می‌شود که عبارت است از روایت وقایعی غیرعادی درباره شخصیت‌های غیرعادی و مربوط به زمان و مکان غیرعادی؛ بنابراین تعریف، می‌دانیم که وقایع اساطیر هم مربوط به گذشته و هم مربوط به آینده‌اند و حوادثی بنیادین مانند آغاز و پایان گیتی، آفرینش انسان و حیوان، زبان‌ها و اقوام و دودمان‌های حکومتی را نیز شامل می‌شوند» (بهار، ۱۳۵۲: ۱۹۳).

رابرت آلن سگال^۱ در تعریف اسطوره این‌گونه می‌نویسد: «پیشنهاد می‌کنم که اسطوره را یک داستان بدانیم. اینکه اسطوره هر چیز دیگری هم که باشد، باز یک داستان است، شاید به نظر بدیهی برسد؛ اما اگر از ما بخواهند تعدادی از اسطوره‌ها را نام ببریم، اکثر ما در بدو امر به یاد داستان‌های خدایان و قهرمانان یونان و روم می‌افتیم. باین حال می‌توان اسطوره را به‌نحو وسیع‌تری، به‌عنوان یک باور یا اصلی اعتقادی نیز تلقی کرد» (سگال، ترجمه فرنودفر، ۱۳۸۴: ۱۹).

مالینوفسکی^۲ نماینده مکتب کارکردگرایی، اسطوره را در جامعه‌ای بدوی تنها داستانی نمی‌داند که نقل می‌شود، بلکه آن را واقعیتی زنده می‌پندارد. او اسطوره را آفریده‌ای نمادین نمی‌شمرد؛ بلکه آن را بیان مستقیم و بی‌واسطه موضوعی در نظر می‌گیرد که روایت می‌کند و بر این باور است که «اسطوره بیانگر حقیقتی خودجوش و قدرتمندتر از قصه‌ها و روایات حقیقی است و حیات کنونی بشریت و فعالیت امروزی و تقدیر و سرنوشتش را در آینده تعیین می‌بخشد. درواقع، اسطوره بیش از آنکه خیال‌بافی آدمی بیکار باشد که آزادانه خیال‌سازی می‌کند، نیروی فرهنگی بسیار مهمی است که تأثیر و نفوذ آن، نیک محسوس و مشهود است» (مالینوفسکی، ترجمه عسگری خانقاه، ۱۳۸۱: ۵۳).

1. Rabert Allen Segal

2. Malinowski

رولان بارت^۱ معتقد است: اسطوره به معنای واقعی کلمه، داستانی خام، بی‌پرده و رک و راست است و طبق قاعده مناسکی به دنبال دارد و می‌آورد. اسطوره جزء نظام اجباری تصویر و تصورات مذهبی است و برخلاف افسانه در عالم جاویدان و سرمدی تصور شده است. اسطوره می‌تواند در افسانه رخنه کند، ولی افسانه به هیچ‌وجه نمی‌تواند در اسطوره باشد (بارت، ترجمه دقیقیان، ۱۴۰۰: ۹۰).

میرچا الیاده^۲ در تعریف اسطوره می‌گوید: «اسطوره، نقل‌کننده سرگذشتی قدسی و مینوی است. راوی واقعه‌ای است که در زمان اولین، زمان شگرف بدایت همه‌چیز، رخ داده است...؛ بنابراین، اسطوره همیشه متضمن روایت یک «خلقت» است؛ یعنی می‌گوید که چگونه چیزی پدید آمده، موجود شده و هستی خود را آغاز کرده است» (الیاده، ترجمه ستاری، ۱۳۷۲: ۱۴).
به نظر می‌رسد که دقت در تعاریف یاد شده می‌تواند در قالب چهار گزاره خلاصه نمود:

- اسطوره بیانگر حقیقت است و با حقایق در ارتباط است.
- اسطوره نمایانگر درونمایه‌های ناخودآگاه جمعی و توجیه‌کننده آرزوهای ناخودآگاه و امیال انسانی است.
- اساطیر دارای ساخت واحد و مشترک‌اند، اساطیر تولیداتی همسان از اذهان همانند هستند.

• اسطوره تأثیرگذار و دارای نفوذ محسوس و مشهود است.
نگارنده معتقد است با وجود اینکه برخی برآنند تا اسطوره را یک خیال و باور ذهنی قلمداد کنند، تعاریف، حکایت از واقعی بودن آن دارند و حتی آنجا که فروید و یونگ نیز سعی دارند خاستگاه اسطوره را به ناخودآگاه ذهن بشری ارتباط دهند، از غیرواقعی بودن آن سخنی به زبان نرانده‌اند بلکه برعکس، از اثرات و نفوذ اساطیر بر ذهن بشری گفته‌اند. در حقیقت انسان‌ها هر جا که نتوانسته‌اند به امیال و خواسته‌های درونی‌شان دست یابند، اساطیر را به‌جای آن امیال و آرزوها نشانده‌اند و از این‌روست که اسطوره‌ها، ریشه در باورهای انسان‌ها دارند و دارای ساختی واحد و مشترک هستند. شاید وجود اسطوره‌های مشترک فراوان از حیث کارکرد را در جوامع مختلف بتوان دلیل بر این موضوع دانست. اسطوره قهرمانی، شهرت، زیبایی، بخشندگی و... در ناخودآگاه همه جوامع از دیرباز تاکنون وجود داشته است با این تفاوت که در هر فرهنگی، نامی مشخص

1. Roland Bart

2. Mircea Eliade

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

بر آن نهاده‌اند؛ بنابراین باتوجه‌به چهار ویژگی یادشده، در تعریف آن می‌توان گفت، اسطوره واقعی‌تی است زنده و دارای ساختی واحد و مشترک که متأثر از فرهنگ است و بر آن تأثیر می‌گذارد، نمایانگر درونمایه‌های ناخودآگاه جمعی که هم مربوط به گذشته و هم مربوط به آینده است و در قالب قصه و داستان روایت می‌شود، همچنین می‌تواند در اشکال مختلفی چون قهرمان، زیبایی، بخشندگی و... ظاهر شود.

الف) گونه‌های اسطوره

اسطوره‌ها را از دیدگاه‌های مختلف می‌توان به گونه‌هایی تقسیم کرد. در زیر به مهم‌ترین گونه‌های اسطوره اشاره‌ای مختصر شده است: دومزیل، بزرگ‌ترین اسطوره‌پژوه در اساطیر شرق، برای مفاهیمی چون اسطوره، اهمیت و ارزش ویژه‌ای قائل بود؛ بنابر نظر او، همه اسطوره‌های موجود در یک جامعه، به سه گروه تقسیم می‌شوند که هر یک کارکردی مکمل یکدیگر دارند (گرمال، ترجمه اسماعیل پور، ۱۳۹۸: ۲۴).

ساموئل هنری هوگ نیز اسطوره‌ها را به انواع مختلفی تقسیم کرده است:

۱. **اسطوره بنیاد**: این اسطوره را بیشتر «اسطوره علت‌شناختی» می‌نامند. بعضی از دانشمندان آن را کهن‌ترین گونه اسطوره می‌دانند. کارکرد این گونه اسطوره، بیان علت خیالی بنیاد یک عادت، یک نام و یا حتی یک شی است. برای مثال، به اسطوره عبری درگیری یعقوب با موجودات فراطبیعی می‌توان اشاره کرد که در حقیقت توضیحی است برای یک تابوی خوراکی کهن قوم بنی‌اسرائیل (واحد دوست، ۱۳۸۱: ۱۰۹-۱۰۶).

۲. **اسطوره شخصیت**: کارکرد اسطوره شخصیت آن است که تولد و کارهای برجسته یک قهرمان مشهور را با هاله‌ای از شگفتی و رمز و راز بپوشاند. داستان گذاشتن موسی در سبدی چوبی و انداختن آن در رود نیل می‌تواند بر اساس یک سنت تاریخی بنا شده باشد.

۳. **اسطوره آیینی**: در طول تاریخ اعمال آیینی با کلام، ورد و افسون همراه بوده است که خاصیت جادویی آنها، بخش اساسی آیین را شامل می‌شده است؛ به عبارت دیگر، آیین شامل بخشی بود که اجرا می‌شد و بخش دیگری که گفتاری بود. در آیین اسطوره سرگذشت آنچه را اجرا، می‌شد بیان و اوضاع و احوال آن را تشریح می‌کرد (واحد دوست، ۱۳۸۱: ۱۰۹).

۴. **اسطوره کیش**؛ منظور از اسطوره کیش جشنواره‌هایی است که ادیان مختلف در مناسبت‌های مختلف با همراهی روحانیان برگزار می‌کرده‌اند و اجرای آنها نه با استفاده از نیروی جادو که به یاری نیروی اخلاق صورت می‌گرفته است. برای مثال، در «عید فصیح» مراسم از برخوانی از سوی کاهنان اجرا می‌شد و مردم با تهلیل برگردان‌هایی، کاهنان را همراهی می‌کردند.

۵. **اسطوره جهان پس از مرگ**؛ می‌توان گفت اسطوره جهان پس از مرگ، مشخصه تفکر مسیحی و یهودی است. در حماسه آفرینش بابلی، از پیروزی «مردوک» بر هیولا سخن به میان می‌آید و انبیای اسرائیلی صورت‌های ذهنی لازم را از همین داستان اخذ کرده و برای بیان پیروزی نهایی یهوه بر نیروهای بدی به کار گرفته‌اند (هنری هوک، ترجمه بهرامی و مزدپور، ۱۳۹۱: ۱۶-۱۴).
باتوجه به مقدمات بالا، از گونه‌های اسطوره، «اسطوره قهرمان» به‌عنوان رایج‌ترین و مأنوس‌ترین اسطوره در جهان آن‌گونه که یونگ بدان اذعان می‌کند (یونگ، ترجمه سلطانیه، ۱۳۸۱: ۱۶۴-۱۶۲) موضوع اصلی ما در پژوهش حاضر خواهد بود.

ب) کارکردهای اسطوره

با اینکه اسطوره‌ها ساخته‌وپرداخته ذهن انسان‌های نخستین و حاصل خیال‌پردازی آنان هستند و در آن زمان به‌لحاظ کارکرد مورد توجه نبوده‌اند، ولی باید پذیرفت که همه آنها عین نمونه و الگو بودن، بار مینوی و معنویتی را به دوش می‌کشند که می‌تواند برای انسان نیازمند وجدان، کارساز باشد. بر این اساس کارکرد اسطوره، شامل موارد زیر خواهد بود:

۱. **اسطوره به‌عنوان نمونه و کهن‌الگو**: شفاف‌ترین کاربرد اسطوره‌ها، نمونه و الگو بودن آنهاست. الیاده نیز بیش از هر کارکردی، بر ویژگی سرمشق و نمونه بودن اسطوره‌ها تأکید می‌کند و مهم‌ترین کارکرد اسطوره را کشف و آفتابی کردن سرمشق‌های نمونه‌وار همه آیین‌ها و فعالیت‌های معنادار آدمی از تغذیه و زناشوئی گرفته تا کار، تربیت، هنر و فرزاندگی می‌داند (الیاده، ترجمه ستاری، ۱۳۸۶: ۱۷). با ورود به دنیای اسطوره‌ها، متوجه شخصیت‌ها و روابط تکراری می‌شوید؛ قهرمانان جوینده، پیران دانا، دغل‌بازان، نگهبانان آستانه، تبهکاران سایه‌وار و منادیانی که آنها را به ماجراجویی فرامی‌خوانند. در توصیف این گونه‌های شخصیت، نمادها و روابط، یونگ از اصطلاح کهن‌الگو استفاده می‌کند. کهن‌الگوها در همه اعصار و فرهنگ‌ها، از ثباتی حیرت‌انگیز و یکسان در رؤیاها و شخصیت افراد و تخیل اسطوره‌ای کل

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

جهان برخوردارند (ووگلر، ترجمه گذرآبادی، ۱۳۹۲: ۵۳). جهان‌شمول بودن این الگوها باعث امکان پذیر شدن تجربه مشترک داستان‌گویی می‌شود. کهن‌الگو تصویر شخصیت یا الگوی خاستگاهی است که در ادبیات تکرار می‌شود و چنان قدرتمند است که می‌تواند جهانی باشد.

۲. اسطوره به‌عنوان عنصری برای توجیه جهان و سرنوشت انسانی:

نظریه کارکردگرا در جامعه‌شناسی معتقد است، آن دسته از عناصر فرهنگی که دارای کارکردی مشخص در جامعه‌اند، همواره در رویدادهای اجتماعی باقی می‌مانند. پس از گذشت هزاران سال از حضور انسان بر روی زمین، هنوز اسطوره‌ها در قالب‌های مختلف حضوری پایدار دارند و از اهمیت‌شان در شناسایی خواسته‌های انسانی و نیازهای فردی و اجتماعی کاسته نشده است. بلومبرگ معتقد است «انسان‌ها برای آنکه واقعیت‌خشن و بی‌رحم دنیای پیرامونی خود را مهار کنند اسطوره را ابداع کرده‌اند» (افشاری، ۱۳۸۷: ۱۹). اسطوره‌ها با داستان‌های خود این جهان بی‌نام و غریب را نامگذاری می‌کنند تا از غربت، بیگانگی و به‌تبع آن، ترسناکی آن بکاهند و جهان را زیست‌جهان انسان کنند. انسان به‌واسطه اسطوره، خود را از احساس ناتوانی در برابر طبیعت بی‌ملاحظه و از برون‌نهادده‌شدگی در یک عالم صامت بی‌تفاوت خلاص می‌کند و رهایی می‌بخشد.

۳. اسطوره به‌مثابه عاملی برای ساخت فرهنگ: در حقیقت اساطیر،

روح یک جامعه خاص را نمودار می‌سازند. اسطوره به فرهنگ، بن یا ریشه می‌بخشد و از همین‌رو، می‌توان آن را ترسیم‌گر صورت یا سرنمون یک فرهنگ دانست؛ واقعیتی زنده که به آداب، رفتار، مراسم و آیین‌های آن معنا می‌دهد. در حقیقت اسطوره، همان تاریخ‌مینوی است و آغاز رویدادهای بزرگ ازلی را حکایت می‌کند، آغاز کیهان، آغاز انسان، آغاز زندگی و مرگ، آغاز پیدایش انواع موجودات زنده، آغاز آتش و نظایر آن. از این‌رو، هر بار که مراسمی آیینی اجرا می‌شود، انسان‌ها به وجود خویش‌تن بن می‌بخشند و خود را از نوبنیان می‌نهند.

۴. اسطوره در مقام محور وحدت قومی و ملی: اسطوره یکی از عناصر

سازنده فرهنگ قومی در جوامع نخستین و تشکیل‌دهنده هویت آنها بوده است. اسطوره را می‌توان مشخص‌کننده ساختار حیات اجتماعی یک قوم و ملت دانست. باستید معتقد است: «کارکرد اسطوره مرامی و مسلکی است و اسطوره باعث‌وبانی وحدت قوم می‌باشد، چون آن را بر مبنای نظام ارزشی بنیاد می‌کند

و ما با استنباطات سروکار داریم؛ اما در حالتی دیگر اسطوره، وحدت قوم را با ارائه نمایشنامه و کلیه فعالیت‌های اجتماعی پی می‌افکنند» (الیاده، ترجمه ستاری، ۱۳۷۲: ۱۰۹). حضور اسطوره، در یک جامعه وجه تمایز و هویت مستقل ملی را فراهم می‌آورد. تأثیر شاهنامه فردوسی بر وحدت ملی و زبان فارسی امری آشکار است.

۲) اسطوره و سینما

با گذشت زمان، اساطیر به تدریج متحول شدند و از طریق هماهنگی با امیال و خواسته‌های مردم هر دوره، از نسلی به نسل دیگر انتقال یافتند؛ این انتقال که در دنیای معاصر با تبدیل تخیل ذهنی عمومی به تخیل عینی عمومی، صورت سینمایی به خود گرفته است، در بسیاری از فرهنگ‌ها قابل مشاهده است (مایرز^۱ و کمپبل^۲، ۲۰۱۸: ۱۲۲). در حقیقت با ظهور سینما، رسانه‌ای ایده‌آل برای بازنمایی دنیای خارق‌العاده اسطوره‌ها خلق شد. سینما از اسطوره‌ها، هم برای خلق خطوط داستانی و هم برای تأثیرگذاری عمیق‌تر بر ساختار، موتیف‌ها و سبک‌ها استقبال کرد. برای نمونه، استفاده از اساطیر در آثار سینمایی کشوری مانند آمریکا با تاریخی نه‌چندان طولانی، رواج یافته و تا جایی پیش رفته که سبب ساخت اساطیر مدرن بر پایه استفاده از مطالعات اسطوره‌شناسی شده است. در حقیقت سینما در برخورد با اسطوره، به جای نفی آن، خود به اسطوره‌ای بزرگ‌تر از هر اسطوره‌ای در زندگی بشر و به زهدان تولید انواع اسطوره‌ها تبدیل شده است.

۳) تحلیل ساختاری روایت (پراپ)

هرچند که برخی «ولادیمیر پراپ» را در زمره فرمالیست‌های روسی دسته‌بندی کرده‌اند، آرای او عموماً با ساختارگرایی در مطالعات ادبی شناخته می‌شود. «رامان سلدن» در فصل پنجم کتاب خود با عنوان نظریه‌های ساختارگرا، روایت‌شناسی پراپ را ساختارگرا می‌داند و لوی استروس، گریماس و ژنت را پیرو او می‌خواند (سلدن و ویدوسون، ترجمه مخبر، ۱۴۰۲: ۱۴۰). مطالعات وی درباره قصه‌های عامیانه روس، یکی از مهم‌ترین پژوهش‌های ساختارگرایانه درباره داستان است که الگوی کار بسیاری از ساختارگرایان قرار گرفته است (پراپ، ترجمه بدره‌ای، ۱۴۰۱: ۱۶۲).

1. Moyers

2. Campbell

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

پراپ از رویکرد ریخت‌شناسی برای مطالعه قصه‌های عامیانه سود جست. درواقع این اصطلاح به مطالعه ساختارها و یا شکل‌ها اشاره دارد. از آنجاکه وی تلاش برای تحلیل این قصه‌ها برحسب خاستگاه‌های تاریخی یا درونمایه یا شخصیت‌های آنها را ناکافی می‌دانست (آسابرگر، ترجمه اجلالی، ۱۳۹۰: ۸۵)، راه دیگری در پیش گرفت و به فکر تجزیه قصه‌ها به اجزای تشکیل‌دهنده آنها افتاد. در حقیقت، به عقیده پراپ، از طریق تفکیک اجزای اساسی یک قصه و آگاهی از ارتباط میان آنها می‌توان به ساختار روایت پی برد. پراپ می‌گوید هر تعداد از شخصیت‌های مختلف داستان می‌توانند یک کنش معین انجام دهند. این موضوع، بررسی داستان را برحسب کارکرد شخصیت‌های گوناگون آن ممکن می‌سازد. درواقع، از کارکردها، هم کنش‌های شخصیت‌ها و هم پیامدهای این کنش‌ها برای داستان استنباط می‌شود (پراپ، ترجمه بدره‌ای، ۱۴۰۱: ۳۸).

در یک روایت خاص، یک شخصیت ممکن است بیش از چند نقش (حوزه کنش) را بر عهده بگیرد یا اینکه چند شخصیت یک نقش را ایفا کنند؛ بنابراین پراپ به‌ویژه، عناصر یا ویژگی‌های تکرارشونده (عناصر پایدار شامل کارکردها و اشخاص) و عناصر یا ویژگی‌های تصادفی و پیش‌بینی‌ناپذیر (متغیرها شامل پیونددهنده‌ها، انگیزش‌ها/اهداف اشخاص و عناصر وصفی) قصه‌های پریان را پیگیری می‌کرد. از نظر او، عناصر ثابت و متغیر، ریخت‌شناسی یا سازگان اندام‌وار قصه‌ها را تشکیل می‌دهند (حری، ۱۳۸۲: ۱۷).

وی کوشید تا نشان دهد که قصه پریان روسی نیز از پی‌رنگ مشترکی پیروی می‌کند که در آن قهرمان وارد یک ماجراجویی موفقیت‌آمیز می‌شود و هنگام بازگشت از سفرش، ازدواج می‌کند و به تاج‌وتخت می‌رسد. الگوی پراپ، از تولد و مرگ قهرمان چشم‌پوشی می‌کند. پراپ در قصه‌های پریان روس به ۳۱ کارکرد اصلی اشاره می‌کند که به‌صورتی تکرارشونده در اکثر داستان‌ها پیدا می‌شوند و در کنار این ۳۱ کارکرد از هفت دسته شخصیت نام می‌برد؛ شرور، بخشایشگر، مدرسان، متواری تحت تعقیب، پیام‌رسان، قهرمان، قهرمان دروغین. وی معتقد است همه قصه‌های پریان مورد بررسی او به‌طورقطع در داخل ۳۱ «کارکرد» شکل می‌گیرند. یک قصه پریان ممکن است که تمامی «۳۱ کارکرد» را نداشته باشد، اما کارکردی متفاوت و بیرون از این ۳۱ «کارکرد» نیز نخواهد داشت.

به عبارت دیگر، پراپ در پی تحلیل عناصر یا ویژگی‌های تکرارشونده (ثابت‌ها) و عناصر یا ویژگی‌های اتفاقی و پیش‌بینی‌ناپذیر (متغیرها) است؛ بنابراین با اینکه شخصیت‌ها، بسیار گوناگون‌اند، کارکردهایشان در قصه و اهمیت کنش آنها به نسبت ثابت و پیش‌بینی‌پذیر و تعداد و توالی این کارکردها ثابت است (حری، ۲۰۱۳: ۲۰۱۳۸۲ به نقل از پراپ، ۲۰۱۴: ۲۱). ضمن اینکه همه آنها از لحاظ ساختار به یک نوع تعلق دارند (اسکولز، ترجمه طاهری، ۱۳۹۸: ۹۶). در واقع، نام قهرمانان و صفات آنها تغییر می‌کند، اما کارها و کارکردهایشان تغییر نمی‌کند. اینجاست که مطالعه قصه بر اساس کارکرد قهرمانانش اهمیت می‌یابد (پراپ، ترجمه بدره‌ای، ۲۰۱۴: ۵۰). با الگویی که پراپ مطرح می‌کند، در مورد سینما نیز این سؤال را می‌توان مطرح کرد که در یک فیلم، چند «کارکرد» وجود دارد و این کارکردها، چگونه در حوزه‌های کنش، روایت را ایجاد می‌کنند.

روش‌شناسی پژوهش

در مقاله حاضر، از روش تحلیل روایت استفاده شده است. روش تحلیل روایت را می‌توان روشی جامع‌نگر دانست که به نحوی، با تمامی پدیده‌های عالم در ارتباط است و از طرفی محدود به آثار هنری نمی‌شود؛ «روایت، تنها به آثار تخیلی و هنری محدود نمی‌گردد ... روایت، از محصولات رسانه‌ها محسوب می‌شود ... ضمن اینکه ما جهان را از طریق روایت کردن آن تفسیر می‌کنیم. روایت، ایدئولوژی یک فرهنگ را نیز منتقل می‌کند و یکی از ابزارهای ترویج و تکثیر ارزش‌ها و ایده‌آل‌ها به صورت فرهنگی است. به همین دلیل، از تحلیل روایت، غالباً برای کشف مقصود ایدئولوژیک یک اثر یا متن استفاده می‌شود» (استوکس^۱، ۲۰۲۱: ۷۰).

در این مقاله به‌طور کلی، از روش «نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند» استفاده شده است. این روش بر قضاوت شخصی و هدف‌های مطالعه و ماهیت پژوهش استوار است. در «نمونه‌گیری هدفمند» یا «قضاوتی»، نمونه بر اساس آگاهی از جمعیت، عنصرهای جمعیت و ماهیت پژوهش انتخاب می‌شود (ببی، ترجمه فاضل، ۲۰۱۴: ۴۰۴). در نمونه‌گیری نظری پژوهشگر برای دستیابی به مقولات عینی که مبین نظریه باشند، به انتخاب نمونه‌هایی دست می‌زند. ملاک پایان یافتن روش نمونه‌گیری در این مقولات «اشباع نظری» است. بر این اساس،

1. Stokes

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

حجم نمونه در این پژوهش - تعداد فیلم‌های مورد بررسی - به مستندسازی ادعای پژوهش بر مبنای نظریه بستگی دارد. در ادامه، بعد از دیده شدن تمامی فیلم‌های این دوره، تعدادی که بیشترین ارتباط را با چارچوب نظری پژوهش داشتند پس از مصاحبه با چند تن از کارشناسان حوزه سینما در نظر گرفته شدند. در نهایت نیز فیلم‌های زیر برای مطالعه کلی انتخاب شدند.

جدول ۱. اسامی فیلم‌های مرتبط با نظریه پژوهش در دوران نوسازی

Table1 . Names of movies related to research theory
in the modern era

کارگردان Director	نام فیلم Film	کارگردان Director	نام فیلم Film	کارگردان Director	نام فیلم Film
محمد رضا بزرگ‌نیا	جنگ نفت‌کش‌ها	ابراهیم حاتمی‌کیا	وصل نیکان	بهروز افخمی	عروس
ابراهیم حاتمی‌کیا	بوی پیراهن یوسف	شهرام اسدی	روز واقعه	جعفر پناهی	بادکنک سفید
رسول ملاقلی‌پور	سفر به جزایه	کمال تبریزی	لیلی با من است	ابراهیم حاتمی‌کیا	از کرخه تا راین
کیومرث پورا احمد	خواهران غریب	سعید سهیلی	مردی شبیهِ باران	داربوش مهرجویی	پری
داوود میرباقری	آدم‌برفی	رخشان بنی‌اعتماد	بانوی اردیبهشت	مجید مجیدی	بچه‌های آسمان
ابراهیم حاتمی‌کیا	آژانس شیشه‌ای	مجتبی راعی	تولد یک پروانه	-	-

مراحل انجام تحلیل روایت فیلم در این پژوهش به ترتیب زیر خواهد بود:
مطالعات مقدماتی در مورد فیلم: در تحلیل روایت، تحلیل راوی و پیشینه آن اهمیت زیادی دارد. همان‌گونه که پیش‌ازاین نیز اشاره شد، راوی می‌تواند شبکه‌ای از افراد، از نویسندگان تا کارگردان و بازیگر را شامل شود. به‌طور ضمنی، مطالعات مقدماتی را می‌توان شامل مواردی همچون؛ شناخت راوی یا روایان فیلم، شرایط تولید فیلم، حمایت‌های مالی، وضعیت مخاطبان، شرایط سیاسی و اجتماعی قبل و پس از اکران و مواردی از این دست دانست.

تبدیل فیلم به متن نوشتاری: تماشای دقیق فیلم و یادداشت‌برداری از وقایع، گفت‌وگوها و تصاویر، در این مرحله اهمیت بسزایی دارد. از همین‌رو، هر آنچه در تحلیل نیازمند آن هستیم، باید به‌صورت مکتوب تهیه شود. در پایان، متن مکتوب کاملی که همه اجزای متن فیلم را در بردارد، در اختیار پژوهش قرار می‌گیرد.

تبدیل متن نوشتاری به متن روایی: در این مرحله، متن، خلاصه و اجزای غیر روایی آن حذف می‌شود. به‌این‌ترتیب، متن به گزاره‌هایی روایی تبدیل خواهد شد که برآمده از گفت‌وگوها، تصاویر و روند کلی داستان است. **گزینش گزاره‌های روایی در موضوع پژوهش:** پس از تبدیل متن به گزاره‌های روایی، گزاره‌هایی که در موضوع این پژوهش قرار دارند، گزینش می‌شوند. در پایان این مرحله، تنها گزاره‌هایی از روایت باقی خواهند ماند که به‌لحاظ موضوعی، ارتباط کافی با پژوهش داشته باشند. این گزاره‌ها هم شامل کنش‌های قهرمان و روند کلی داستان است و هم رمزگان صحنه‌های سینمایی و گفت‌وگو را در برمی‌گیرد.

تحلیل روایت بر اساس الگوی پراپ: پس از گزینش گزاره‌های روایی مرتبط، تحلیل روایت بر اساس الگوی پراپ آغاز می‌شود.

یافته‌های پژوهش

الف) وضعیت موضوعی و محتوایی سینما در دوره نوسازی

در حوزه جامعه‌شناسی سینما دهه ۱۳۷۰ برای سینما پرسروصدا آغاز شد چراکه یارانه‌ها تولید فیلم برداشته شد و با چشم‌اندازی غم‌انگیز از تورم و هزینه‌های بالای تولید، فیلم‌سازان ایرانی به‌نحو فزاینده‌ای به بازارهای جهانی و جشنواره‌های فیلم رو آوردند. این اتفاقات باعث شد که در همان اولین سال دهه ۱۳۷۰، جریانی با زیر سؤال بردن عملکرد مسئولان سینمایی، مجموعه سینمای ایران را به‌لحاظ حرکت‌های روشنفکرانه و غیرانقلابی، مورد تردید قرار دهد و حضور فیلم‌های ایرانی را در جشنواره‌ها و مجامع فرهنگی بین‌المللی را توطئه‌ای علیه ارزش‌های اصیل انقلاب اسلامی عنوان کند (طالبی‌نژاد، ۱۳۷۷: ۶۲).

گسترش ارتباطات جمعی، توسعه شهرها و روستاها، رشد و توسعه مراکز آموزشی و پژوهشی، افزایش میزان سواد و موضوع مهاجرت به دلایل مختلف، به یکی از موضوعات اصلی جامعه تبدیل شد و به‌این‌ترتیب، مضمون مهاجرت در فیلم‌های سینمایی دهه ۱۳۷۰ در مقابل هویت اینترناسیونالیستی دهه ۱۳۶۰ خودنمایی کرد.

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

ب) وضعیت تیپ‌های قهرمان در سینمای دوران نوسازی

از زمانی که سینما به‌عنوان یک صنعت وارد بازار فرهنگ شد، قهرمانانی را باتوجه‌به هر دوره تاریخی و با شکل و شمایلی خاص بازنمایی کرد تا علاوه بر اینکه صدایی از درون مردم و عاملی برای همذات‌پنداری باشد، به الگویی برای رساندن جامعه به وضعیت مطلوب تبدیل شود؛ بنابراین در هر دوره تاریخی، تیپ یا تیپ‌هایی را می‌توان تعریف کرد، مرور تیپ‌های قهرمانان در سینمای دوران نوسازی و اشاره به ویژگی‌های آنان از این‌رو، به پژوهش حاضر کمک می‌کند که قهرمان دوره مورد بررسی را می‌توان با آنها مقایسه کرد.

۱. **قهرمان عاشق پیشه خوش‌رو**؛ این تیپ برای اولین بار بود که در تاریخ سینمای بعد از انقلاب، بر پرده سینماها ظاهر می‌شد. قهرمانی که توانست قابلیت ستاره‌سازی را برای نخستین‌بار وارد سینمای ایران کند. از نظر ظاهری بسیار جوان بود، خوش‌قیافه و مد روز. به‌شدت احساساتی بود، اما غرورش اجازه هر کاری را به او نمی‌داد. نه فکر می‌کرد و نه مطالعه، تنها غمگین و عاشق بود. ابوالفضل پورعرب را در فیلم عروس، می‌توان نخستین قهرمان فیلم‌هایی از این نوع دانست.

۲. **قهرمان کودک و نوجوان**؛ قهرمانان کودک و نوجوان از دوران جنگ به‌صورت دسته‌و‌گریخته در آثار مطرح سینمای ایران ظاهر شدند اما اکثر جوایز بین‌المللی برای آنان در دوران نوسازی به دست آمد. نمونه بارز چنین قهرمانانی در دو فیلم بادکنک سفید و بچه‌های آسمان ظاهر شدند.

۳. **قهرمان جبهه‌های جنگ**؛ این تیپ هم از نمونه‌های قهرمان در دوران نوسازی بود که در دو دسته قابل تقسیم‌بندی است؛ دسته نخست، قهرمانانی که در جبهه‌های نبرد در حال پیکار با دشمن متخاصم هستند و یا در دوگانه عشق و وطن، دومی را برمی‌گزینند و یا دسته دیگر، آنانی که یا از اثرات ناشی از جنگ در حال اضمحلال و نابود شدن هستند و یا خانواده‌هایشان انتظار بازگشت آنها را می‌کشند. این قهرمانان اگرچه در دوران جنگ به شکل بارزتری ظهور و بروز داشتند، در این دوران نیز به اشکال دیگری در راه حفظ ارزش‌های دوران گذشته می‌کوشند.

۴. **قهرمان معترض**؛ با اطمینان می‌توان گفت که هیچ قهرمان یا شخصیتی در سینمای ایران به‌اندازه قهرمانان معترض با استقبال مواجه نشده‌اند؛ قهرمانان معترض به وضعیت سیاسی - اجتماعی حاکم که وضعیت موجود را بر نمی‌تابند

و علیه بی‌عدالتی‌ها برمی‌خیزند. این نوع از قهرمانان تکیه کلام‌هایشان تا سال‌ها در دهان مردم می‌چرخد و خیلی‌ها بدون اینکه تصویر روشنی از این نوع قهرمان داشته باشند، مؤلفه‌های ظاهری آن را در جامعه باز تولید می‌کنند.

۵. قهرمان دوران کهن: این تیبی است که برای اولین بار در سینمای بعد از انقلاب پدید آمد. این قهرمان، برآمده از دوران کهن است، دورانی که متعلق به یک دوره تاریخی است و بر اساس مستندات تاریخی طراحی شده و به مرحله تولید درآمده است.

۶. قهرمان زن؛ برای نخستین بار در سینمای بعد از انقلاب، شاهد ظهور قهرمانان زنی هستیم که با وجود سختی‌ها و مشقت‌های شرایط اجتماعی، به تنهایی بار زندگی را به دوش می‌کشند و در برابر ناملایمات، خم به ابرو نمی‌آورند و تا زمانی که جبر اجتماعی آنان را مجبور به تسلیم نکند، از حقشان کوتاه نمی‌آیند. این قهرمانان شباهت زیادی به قهرمان معترض دارند و البته تفاوت آنها، وجوه روشن‌فکری همچون داشتن تحصیلات دانشگاهی یا ارتباط با کتاب و نویسندگی است که از مهم‌ترین ویژگی‌های آنان است. این نوع قهرمان، پاسخی بود به نیازهای جامعه، افزایش جمعیت جوان کشور و همچنین ورود این قشر به عرصه دانشگاهی و درخواست مطالبات آزادیخواهانه.

در نهایت با جمع‌بندی قهرمانان سینمایی این دوره می‌توان گفت که گفتمان سیاسی حاکم بر سینمای ایران در دوره بازسازی، به نظر می‌رسد، به شکل ابزاری در خدمت حاکمیت قرار داشت و به ترغیب مردم برای تماشای آثاری می‌پرداخت که قهرمانان آنها دارای بار ارزشی و اخلاقی بودند، حال آنکه عامه مردم بیشتر به فیلم‌های کمدی و آثار با درونمایه احساسی و جذابیت‌های ظاهری اقبال نشان می‌دادند. به عبارت دیگر، اگر محوری‌ترین عناصر گفتمان دهه شصت حول ایشار، عدالت‌خواهی، مام‌وطن، طرفداری از مستضعفان و شهادت‌طلبی در جریان بود، گفتمان سازندگی به شکل‌گیری فضایی اجتماعی انجامید که مشخصه‌های آن عبارت بود از: عرفی شدن، پولی شدن مناسبات انسانی، شکاف طبقاتی و تغییر سبک زندگی.

در پی این دگردیسی گفتمانی، علایق مردم و آنچه از سوی حاکمیت در سینما تبلیغ می‌شد، با تقابلی شدید روبه‌رو شد؛ شاهد مثال این موضوع، تفاوت بین میزان فروش فیلم‌های سینمایی و آثاری بود که از سوی جشنواره فجر برگزیده می‌شوند. برای مثال، فیلم‌های طنزی چون دیگه چه خبر؟ (تهمینه میلانی)،

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

دو نیمه سیب (کیانوش عیاری)، جیب‌برها به بهشت نمی‌روند (ابوالحسن داودی) و دو نفر و نصفی (یدالله صمدی) به‌عنوان فیلم‌های پرفروش سال ۷۱ انتخاب شدند. حال آنکه از کرخه تا راین (ابراهیم حاتمی‌کیا) جایزه بهترین فیلم سال ۱۳۷۱ را به خود اختصاص داد و یا در سال ۱۳۷۳ «کلاه قرمزی و پسرخاله» به‌عنوان پرفروش‌ترین فیلم آن سال انتخاب شد در حالی که «روز واقعه» برگزیده جشنواره فجر بود. این روند تقابلی تا سال ۱۳۷۶ ادامه یافت.

شکل ظهور اسطوره در دوران بازسازی، جز در یک مورد که بازتولید و انتقال اسطوره کهن است، بر اساس «قهرمان سینمایی» بوده است. الگوی مورد استفاده در این دوران در کل بر اساس مدل جوزف کمپیل طراحی شده که در تمامی موارد مورد بررسی سه مرحله جدایی، تشرف و بازگشت پرداخته شده ولیکن در هر کدام یکی از سه مرحله مورد تأکید قرار گرفته و یا این مسیر مورد بررسی قرار گرفته است. کارکرد اسطوره‌ای فیلم‌های این دوره عمدتاً بر اساس نمونه و کهن‌الگو بوده است و عنصری برای ساخت فرهنگ بوده است. به‌عبارتی‌دیگر، سرمشق و نمونه بودن اسطوره قهرمان و تبدیل شدن آن به عاملی در جهت تبدیل کردن یک کنش به یک فرهنگ از کارکردهای اصلی قهرمان در این دوره بوده است.

ج) تحلیل ساختار روایت فیلم آژانس شیشه‌ای به‌منظور احصای کارکردهای اصلی داستان

آنچه در ادامه می‌آید، خلاصه‌ای از فیلم آژانس شیشه‌ای است که در قالب یک متن بیان شده است؛ این متن با توجه به موضوع قهرمان و ویژگی‌های آن و با تماشای فیلم و یادداشت‌برداری به‌دست آمده است.

جدول ۲. توصیف متن به منظور تحلیل کارکرد

Table 2. Text description for functional analysis

کاظم (یکی از فرماندهان عملیات خیبر در دوران جنگ)، به‌طور ناگهانی عباس (آر. پی. جی. زن گردانش در جبهه) را چهار روز مانده به سال نو، در خیابان‌های تهران می‌بیند. عباس به اصرار همسرش برای مداوا به تهران آمده است. ترکشی که سال ۱۳۶۵ در عملیات کربلای ۵ به گردن عباس اصابت کرده، در حال حاضر به شاه‌رگ او نزدیک شده و لخته خونی ایجاد کرده است که بر اثر آن به‌صورت موقت ارتباط خونی یکی از رگ‌ها با مغز قطع می‌شود و دست و پای او را لمس و کرخت می‌کند. کاظم پیگیری کارهای عباس را به عهده می‌گیرد. یکی از هم‌زمان مشترک آنها به نام دکتر بهمن، عباس را برای معاینه نزد پزشک متخصص می‌برد. پزشک به عباس تأکید می‌کند که برای عمل کردن سه‌چهار روز فرصت دارد و به دلیل امکانات اندک جراحان ایرانی، لندن را پیشنهاد می‌دهد. کاظم به همراه عباس و همسرش به بنیاد جانبازان مراجعه می‌کنند و پس‌ازآنکه با برخورد سرد و جواب‌های سربلای آنان مواجه می‌شوند، به‌پیشنهاد یکی از جانبازان تصمیم می‌گیرند خود برای عزیمت به انگلیس اقدام کنند. کاظم مسئولیت تهیه بلیت و پول را بر عهده می‌گیرد و مجبور می‌شود خودرویی را که منبع درآمدش است، بفروشد تا بتواند هزینه سفر را فراهم کند. سلمان، پسر کاظم، مخالف فروختن ماشین برای تأمین خرج مداوای عباس است. او با خریدار ماشین در آژانس هواپیمایی کاکتوس قرار می‌گذارد. کاظم پس‌ازآنکه در آژانس از پیدا کردن خریدار ماشین ناامید می‌شود، سعی می‌کند با رئیس آژانس صحبت و او را راضی کند که تا بعدازظهر به آنها مهلت بدهد. رئیس با خواسته او مخالفت می‌کند و ارزش‌های مقبول کاظم را به سخره می‌گیرد. ناگهان کاظم با مشت خود محکم به شیشه سکوریت اتاقک رئیس می‌کوبد و با تصاحب اسلحه سربازی که برای جلب کردن او فراخوانده شده است، عده‌ای را در آژانس به گروگان می‌گیرد. خواسته او این است که همراه عباس با هواپیمای لندن به انگلستان سفر کند. تلاش نیروهای انتظامی برای صحبت کردن با کاظم آغاز می‌شود و هیچ‌یک به نتیجه مورد نظر خود نمی‌رسند. احمد (از نیروهای آموزشی کاظم در جبهه) به دنبال صحبت کردن با کاظم و ختم کردن غائله است. همکار احمد (سلحشور) نیز به دنبال آن است که کاظم را از پیامدهای عملش در بعد بین‌المللی و رسانه‌ای آگاه سازد. هیچ‌یک از این تلاش‌ها سرانجامی ندارد. اصغر (از نیروهای هم‌رمز کاظم و عباس) با تعدادی از موتورهای بسیجی به کمک آنها آمده است. کاظم قبول نمی‌کند و این نسخه را صرفاً مربوط به خودش می‌داند. در نهایت، اصغر برای کمک به آنها می‌ماند. گروگان‌ها هر یک به‌نحوی به دنبال پرداخت بهای آزادی خود هستند. همین امر، عباس را به شدت عصبی می‌کند. سلمان با پدرش و همسر عباس با وی مشغول صحبت می‌شوند. تلاش‌های مجدد احمد و سلحشور به نتیجه‌ای نمی‌رسد و کاظم در نهایت تا فردا صبح به آنها مهلت می‌دهد که برای اعزامشان به لندن تلاش کنند. در نهایت پس از تهدیدهای مکرر کاظم، بنزی تشریفاتی جلوی در آژانس آماده می‌شود. کاظم و عباس وارد بنز می‌شوند و می‌فهمند که سلحشور سوپج ماشین را از راننده گرفته است. در همین حین، آژانس تسخیر می‌شود. کاظم که ناامید شده است راهی برای نجات عباس نمی‌بیند؛ تا اینکه احمد با نامبری از مقامات بلندمرتبه نظام همراه با هلیکوپتر جلوی ماشین بنز پیاده می‌شود و کاظم و عباس را در عین ناباوری سلحشور با خود می‌برد. پس‌ازآنکه هواپیما به مقصد لندن بلند می‌شود، عباس با احساس تشنگی به شهادت می‌رسد.

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

فیلم آژانس شیشه‌ای داستان قهرمانی را روایت می‌کند که شرایط اجتماعی دوران پس از جنگ و تغییر ارزش‌های به‌وجود آمده وی را تحت فشار قرار می‌دهد و با دیدن دوست هم‌رزمش و دیدن شرایط وی، تصمیم می‌گیرد به او کمک کند. قهرمان این داستان از نوع «قهرمان راغب» است که کارکرد دراماتیک آن «ایثار» خواهد بود.

کارکردهای داستان بر اساس نظریه پراپ

جدول ۳. کارکردهای قصه در فیلم آژانس شیشه‌ای

Table 3. Functions of the story in The Glass Agency Movie

معرفی اعضای خانواده و قهرمان (معرفی عباس، همسرش، کاظم و فاطمه)	وضعیت اولیه
یکی از اعضای خانواده به سفر می‌رود یا می‌میرد. (عباس برای درمان راهی تهران می‌شود)	غیبت
قهرمان قصه از کاری نهی می‌شود. (ممانعت از فروش خودرو در جریان اعزام عباس)	نهی
ممنوعیت، نادیده گرفته می‌شود. (همه‌انگاری برای فروش خودرو)	نقض نهی
ضدقهرمان برای کسب اطلاعات تلاش می‌کند. (متصدی فروش بلیت از کاظم می‌خواهد در صورت کنسل شدن سفرشان، بلیت را به فرد دیگری بفروشد)	خبرگیری
ضدقهرمان برای فریب قربانی اقدام می‌کند. (سلمان با رفتار خود به عباس نشان می‌دهد که از اتفاقات پیش آمده ناراضی است)	فریبکاری
قربانی فریب می‌خورد و ناخودآگاه، آب به آسیاب دشمن می‌ریزد. (عباس تصمیم می‌گیرد به لندن نرود)	همدستی
یکی از اعضای خانواده یا فاقد چیزی یا در آرزوی داشتن آن است. (نیاز به رفتن عباس به لندن با اولین پرواز)	نیاز
فاجعه آشکار می‌شود. قهرمان از خانه به محل حادثه می‌رود. (مدیر آژانس با حرف‌ها و کنایه‌هایی که به عباس می‌زند زمینه‌ساز یک اتفاق می‌شود)	وساطت، رویداد رابطه‌دهنده
قهرمان جستجوگر تصمیم به مقابله می‌گیرد. (حاج کاظم با عبارتی سعی در جلب نظر مدیر آژانس دارد (غیرت اون اجنبی از توی هموطن بیشتره))	مقابله آغازین

ادامه جدول ۳.

کارکرد اول بخشیده	آزمایش و پرسش از قهرمان (مدیر آژانس در پاسخ به درخواست حاج کاظم می‌گوید: مگه اون زمانی که رفتی جنگ از من اجازه گرفتی که حالا از من طلب داری)
واکنش قهرمان	قهرمان در مقابل اعطاکننده واکنش نشان می‌دهد. (کوبیدن مشت به شیشه در اتاق مدیر)
دریافت شی جادو	قهرمان اختیار استفاده از عامل جادویی را می‌یابد. (گرفتن تفنگ از سربازی که قصد حمله به سمت حاج کاظم حمله کند)
کشمکش	قهرمان و شریر به نبرد تن‌به‌تن می‌پردازند. (گروگان گرفتن افراد حاضر در آژانس که قصد سفر دارند)
داغ، بدنامی	بر بدن قهرمان داغ گذاشته می‌شود یا او رابدنام می‌کنند. (بخچال، تلویزیون و سهمیه دانشگاه)
پیروزی	شریر شکست می‌خورد. (در درگیری بین سلحشور و کاظم، سلحشور شکست می‌خورد)
حل و فصل	بدبختی مصیبت یا کمبود التیام می‌یابد. (پلاک و چفیه ارسال شده از سوی فاطمه)
بازگشت	قهرمان بازمی‌گردد. (حاج کاظم مصمم به انجام وظیفه و فرستادن عباس به لندن است)
تعقیب	قهرمان تعقیب می‌شود.
رهايي	قهرمان از شر تعقیب‌کننده رها می‌شود.
رسیدن به ناشناختگی	قهرمان ناشناس به خانه یا سرزمین دیگری می‌رسد.
ادعاهای بی‌پایه	قهرمان دروغین ادعاهای بی‌پایه مطرح می‌کند. (سلحشور با گواه گرفتن از مردم آنان را خواهان صلح و وارد نشدن به عرصه جنگی دیگر معرفی می‌کند و بر این اساس، کاظم و عقایدش را مربوط به گذشته و نه امروزی می‌شمرد)
کار دشوار	انجام کاری سخت از قهرمان خواسته می‌شود.
حل مسئله	مأموریت انجام و مشکل حل می‌شود. (حاج کاظم به همراه عباس با استفاده از هلیکوپتر راهی فرودگاه شده و عازم لندن می‌شوند)
شناسايي	قهرمان شناخته می‌شود. (عباس شهید می‌شود)

همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد پراپ هفت حوزه کنش را برای داستان در نظر می‌گیرد؛ این حوزه‌ها عبارت‌اند از: قهرمان (جستجوگر یا قربانی)، شریر یا شخص خبیث، شاهزاده خانم و پدرش، یاور، گسلینده، بخشنده یا اهداکننده و قهرمان دروغین. بر این اساس در فیلم آژانس شیشه‌ای؛

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

جدول ۴. حوزه‌های کنش در فیلم آژانس شیشه‌ای

Table 4. Areas of action in The Glass Agency Movie

<p>۱. قهرمان؛ داستان حاج کاظم است. ۲. شریر یا خبیث؛ سلحشور ۳. بخشنده؛ احمد کوهی ۴. یاریگر؛ اصغر که وظایف مختلفی چون خنداندن عباس، کمک در نگهداری گروگان‌ها پس از پرواز هواپیما و... بر عهده می‌گیرد. ۵. گسیلنده؛ جانبازی که در بنیاد شهید به کاظم پیشنهاد اقدام شخصی می‌دهد. ۶. یاور؛ فاطمه همسر کاظم است که با ارسال چغیه و پلاک، وی را در راه انجام وظیفه‌اش مستحکم‌تر می‌کند.</p>
--

جدول ۵. حوزه‌های کنش در فیلم آژانس شیشه‌ای

Table 5. Areas of action in The Glass Agency Movie

<p>بخش اعظم رمزگان فنی و فرمی آژانس شیشه‌ای در خدمت روایت‌پردازی تعامل دو گفتمان «ارزش‌مداری و توسعه‌گرایی» در برهه خاصی از حیات اجتماعی جامعه ایران، است. تقابل دو قطب با محورهای اصلی کاظم و سلحشور؛ کاظم فردی است که دوران جنگ را درک کرده است و اکنون ملول از شرایط پیش آمده، با سکوت این درد را تحمل می‌کند، سوی دیگر اما سلحشور است که جنگ را ندیده و فقط وصفش را شنیده و نگاه به آینده را نسبت به یادآوری گذشته ارجح می‌داند.</p>	<p>ارزش‌مداری و توسعه‌گرایی</p>
<p>در حقیقت درخواست کاظم برای فهم اشخاصی که جانشان را در راه دفاع از وطن داده‌اند در مقابل منطق دادوستد پولی و عقلانیت ابزاری این تقابل را به شکل بارزی نمایان کرده است. شاید بتوان نگاه کاظم به ارزش‌های دوران جنگ را با نگاه سلحشور به آینده و رویارو نشدن با جنگ به دوگانه «گذشته‌گرایی/آینده‌گرایی» تعبیر کرد.</p>	<p>گذشته‌گرایی و آینده‌گرایی</p>
<p>از دیگر تقابل‌های برجسته حاکم در فیلم می‌توان به تقابل «فرد و جامعه» اشاره کرد. آژانس نماد جامعه است؛ جامعه‌ای مدرن، شیک و سراسر عقلانیت که قواعد خاص خودش را دارد، مکانی با تمام قواعد و سلسله‌مراتب بوروکراتیک و انسان‌های متمدن که حضور افرادی چون «کاظم» و «عباس» در آنجا همچون وصله‌ای ناجور جلوه می‌کند. از سوی دیگر کاظم و عباس مصداق بارز «فرد» هستند، افرادی که بیشتر از آنکه عقل‌گرا باشند بیشتر کنش‌هایشان توأم با احساس است؛ از این‌رو، می‌توان از دوگانه «عشق‌مداری/عقل‌مداری» در این حوزه یاد کرد.</p>	<p>مداری‌مداری و عقل‌عشق</p>

<p>دوگانه «وظیفه‌محوری/نتیجه‌محوری» از تقابل‌های اصلی فیلم است که کارگردان در موارد متعددی سعی در بازنمایی آن داشته است. حاج کاظم مصداق بارز وظیفه‌محوری، است فردی که به کنش مورد نظر خود با دید اصالت می‌نگرد و آن را فارغ از آنکه چه نتیجه و پیامدی برای وی به بار خواهد آورد، صرفاً به دلیل انجام خود عمل، انجام می‌دهد، از سوی دیگر، سلحشور مصداق فردی است مصلحت‌اندیش و نتیجه‌محور؛ فردی که هر عملش به‌منظور رسیدن به نتیجه خاصی صورت می‌گیرد و در نهایت نیز مصلحت را به‌عنوان یک اصل قلمداد می‌کند.</p>	<p>وظیفه‌محوری و نتیجه‌محوری</p>
<p>از دیگر تقابل‌های حاکم در فیلم می‌توان به دوگانه «ارزش‌های حاکم بر جامعه در زمان جنگ و پس از جنگ» اشاره کرد. عباس، جوان روستایی مشهدی، رزمنده دیروز و کشاورز امروز، خودش زمانی که با خیل عظیم تهمت‌ها مواجه می‌شود، زبان به سخن می‌راند: «قبل از جنگ روی زمین کار می‌کردم با تراکتور، بعد از جنگ برگشتم سر همون زمین بی‌تراکتور. من حتی دفترچه بیمه هم ندارم...». از سوی دیگر، بیشتر کسانی که در آژانس حاضرند، در یک نقطه با یکدیگر اشتراک دارند: پول. اینان به همه‌چیز از دریچه پول می‌نگرند و هیچ ارزش دیگری جز پول برایشان معنا ندارد. از جنبه‌ای دیگر نیز می‌توان این تقابل را به دوگانه «واقعیت و آرمان» یا «عقیده‌گرایی/عمل‌گرایی» تعبیر کرد؛ آرمانی که حفظ ارزش‌های دوره جنگ و فهم کسانی که زمانی داوطلبانه برای دفاع از میهن راهی جبهه شدند، یک‌سوی آن است و واقعیتی که اکنون بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان آن را می‌سازند، سوی دیگر آن.</p>	<p>عقیده‌گرایی و عمل‌گرایی</p>
<p>از دیگر تقابل‌های حاکم در فیلم می‌توان به دوگانه «درون‌گرایی و برون‌گرایی» اشاره کرد؛ درواقع این تقابل به دسته‌ای از جهت‌گیری‌های کنشی اشاره دارد که یا متوجه منافع «خود» است یا منافع «دیگری». در این زمینه از خودگذشتگی کاظم زمانی که با عباس در خیابان مواجه می‌شود و پیگیری درمان او با فروش خودرو شخصی و پذیرفتن عواقب گروگانگیری، همه حکایت از این دارند که برون‌گرایی قهرمان داستان وجه پررنگ‌تری نسبت به درون‌گرایی او دارد.</p>	<p>درون‌گرایی و برون‌گرایی</p>

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

بحث و نتیجه‌گیری

تغییر فضای گفتمانی با اتمام جنگ و رحلت رهبر انقلاب بیش‌ازپیش گفتمان دنیامحوری و عقلانی را پررنگ ساخت و ساختارهای گفتمانی جنگ را مورد نقد قرار داد؛ به‌این‌ترتیب، کشور نیز وارد نوعی دیالکتیک فرهنگی جدید شد. نشانه مرکزی گفتمان حاکم، بحث سازندگی و تعدیل، آن‌هم به‌گونه‌ای عام و نه صرفاً اقتصادی بود (زیباکلام و اتفاق‌فر، ۱۳۸۷: ۱۳۰). از سوی دیگر، نشانه‌هایی چون بازسازی ویرانی‌های جنگ، مدیریت علم‌محور، بهره‌گیری از نیروهای متخصص و تکنوکرات، مصلحت‌اندیشی، جامعه مدنی، توجه به موازین و قواعد بین‌المللی و دگرسازی ملایم‌تر از دوره انقلاب نیز از محورهای اصلی دولت سازندگی بود.

بر این اساس، با ورود به دوران نوسازی و پیرو توسعه و بازسازی کشور پس از جنگ، رفته‌رفته، نظام فرهنگی و ارزشی جدیدی در جامعه شکل گرفت که بازارش‌ها و هنجارهای نظام سیاسی کشور هماهنگی و تعادل نداشت (رفیع‌پور، ۱۳۷۹: ۴۷). از این‌رو، روزبه‌روز شکاف ارزشی میان این دو نظام (فرهنگی و سیاسی) عمیق‌تر شد و رونق بخشیدن و مشروعیت دادن به تجمل‌گرایی به شکل کاملاً ملموسی، وارد عرصه اجتماعی شد. لذا معیارهای اقتصادی و مادی، ملاک و میزان ارزیابی‌ها قرار گرفت و رفته‌رفته، سرمایه از اهمیت و ارزش بسیار برخوردار شد؛ رفاه‌طلبی، تجمل‌گرایی، ثروت‌اندوزی، مصرف‌گرایی و سودجویی در برابر ارزش‌های معنوی و مذهبی وجه غالبی در میان مردم به خود گرفت. از سوی دیگر، گسترش ارتباط جمعی، توسعه شهرها و روستاها، رشد و توسعه مراکز آموزشی و پژوهشی، افزایش میزان سواد که از پیامدهای برنامه‌های توسعه کشور بود، در شکل‌گیری جریان روشنفکری تأثیر مستقیم نهاد و سبب آگاهی‌بخشی گروه‌ها و نیروهای سیاسی - اجتماعی در جامعه شد (رفیع‌پور، ۱۳۷۹: ۸۷). در این دوران، سطح توقعات و انتظارات گروه‌های مختلف بالاتر از واقعیت‌های موجود قرار داشت و شعارهایی چون راه‌اندازی کارخانه‌ها، فقرزدایی، تأمین اجتماعی، مهار تورم و... در مقابل واژه کانونی دهه شصت، یعنی از خودگذشتگی، شهادت و فداکاری و جانبازی به‌نوعی بازگوکننده تقابل گفتمانی بود.

صنعت سینما نیز در دوران نوسازی، دچار حساسیت‌های بسیاری شد؛ چراکه یارانه‌های برای تولید فیلم برداشته شدند و با چشم‌اندازی غم‌انگیز از تورم و هزینه‌های بالای تولید، فیلم‌سازان ایرانی به‌نحو فزاینده‌ای، به استفاده از بازارهای جهانی از طریق جشنواره‌های فیلم رو آوردند.

در این سال‌ها علاوه بر پرداختن به تعارض فرهنگ زندگی شهری و ترسیم وضعیت رزمندگان و نحوه مواجهه آنان با شرایط کنونی، نگاه دیگرگونه‌ای به مقوله جنگ انداخته شد؛ مضمون بازگشت به خانه پس از جنگ یا ترسیم زندگی آسیب‌دیدگان ذهنی و جسمی جنگ و نحوه مقابله اعضای جامعه با آنان، قهرمانان جدیدی را وارد عرصه سینمایی کرد که برخلاف سینمای دوران جنگ که در آن داستان قهرمان‌پروری آنان حکایت می‌شد، به قصه غربت و مصائبشان می‌پرداخت. از سوی دیگر، مردم نیز خسته از فضای پر از التهاب جنگ به فضایی تازه و متفاوت از جنگ و کشتار نیاز داشتند و به این ترتیب، سینمای ایران خود را با این نیاز همراه کرد. بر همین اساس، ورود مضامین جدید به سینمای دهه هفتاد اجتناب‌ناپذیر بود و این کشش درونی، سینمای ایران را خواه‌ناخواه به سوی حریم‌های جدیدی روانه ساخت. پرداختن به موضوعات سیاسی با محوریت استکبارستیزی، متأثر از حوادثی مانند اصابت موشک در خلیج فارس به هواپیمای مسافربری ایرباس ایران در تابستان ۱۳۶۷ و یا تولید آثاری در بیرون از مرزهای سرزمینی با محوریت ایران‌هراسی بود، از جمله، «تهدید حجاب» (سیروس نورتاش)، «بدون دخترم هرگز» (برایان گیلبرت)، «تفنگ آخته» (دیوید زوکر، ۱۹۸۸) و «ترور در بورلی هیلز» (جان میهرز، ۱۹۹۱) در تولید فیلم‌هایی که با محوریت استکبارستیزی، به ارائه چهره‌ای مثبت از ایران و ایرانی می‌پرداخت، بسیار تأثیرگذار بود.

نمایش رابطه عشق و ثروت نیز در سینمای بعد از انقلاب، برای اولین بار در این دوران به وقوع پیوست؛ بر این اساس، تیپ جوان عاشق‌پیشه در دهه هفتاد، پس از سال‌ها دوری شکل گرفت. این تیپ به‌طور معمول جوانی خوش‌پوش و خوش‌تیپ با چهره‌ای دلنشین بود، عاشقی که برای رسیدن به معشوق از هر مانعی می‌گذشت و حتی هویت و سبک زندگی خود را تغییر می‌داد تا جامعه فردگرا و پر از زرق‌وبرق آن دوران وی را به رسمیت بشناسد. در این فیلم‌ها، عشق زمینی نقطه عزیمت گذار جامعه به امیال شهری و جایگزین شدن امیال دنیوی بود و در تعارض با گفتمان دهه شصت قرار داشت که ارزش‌های معنوی و دینی را به‌عنوان معیار برتری قلمداد می‌کرد.

هرم سنی جامعه را در این دوره بیشتر جوانان تشکیل می‌دادند و با افزایش افراد تحصیل‌کرده و گسترش دانشگاه‌ها، آرایش کمی و کیفی جامعه ایرانی دچار تحولات اساسی‌تر شده بود؛ از سوی دیگر، گسترش ارتباطات جمعی، توسعه

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

شهرها و روستاها، رشد و توسعه مراکز آموزشی و پژوهشی، افزایش میزان سواد و موضوع مهاجرت به دلایل مختلف، از موضوعات اصلی جامعه تبدیل شده بود و به‌همین دلیل، مضمون مهاجرت در فیلم‌های سینمایی دهه ۱۳۷۰ در مقابل هویت اینترناسیونالیستی دهه ۱۳۶۰ خودنمایی می‌کرد.

از لحاظ جنسیت با اینکه تعداد قهرمانان زن نسبت به دوره‌های گذشته رشد چشمگیری داشته، جنسیت غالب قهرمانان با ۷۱ درصد مرد بوده است. زن بازنمایی شده در فیلم‌های این دوره از کارکرد «مادر» در دهه شصت خارج شده و به شکل شخصیتی مدرن، درآمده است. در اینجا زن نماد زیبایی و جذابیت است که در کنار ثروت به‌عنوان یکی از شاخص‌های محوری گفتمان فرهنگی جدید خودنمایی می‌کند و در نهایت، شخصیت پیروز داستان می‌شود.

روایت نمایشی زن به‌گونه‌ای است که آغازگر داستان، پیش برنده و در نهایت، خاتمه‌دهنده آن است. برای مثال، در فیلم «آدم‌برفی» داستان با محوریت شخصیت زن و عشق به او شکل می‌گیرد. فردی که در پی زندگی آسوده‌تر وطن را ترک می‌کند و برای رسیدن به این مقصد، ناگزیر خود را به شکل زن درمی‌آورد، در میانه راه، عاشق پاک‌ی و صداقت زنی می‌شود و همین عشق پاک، او را به هویت واقعی خویش رهنمون می‌کند. به‌این ترتیب، رؤیاهای بلندپروازانه حول محور شخصیت زن به مفهوم واقعی خود نزدیک می‌شوند و زن همچون یک عامل نجات‌بخش، فرد و جامعه را نجات می‌دهد.

در خصوص با سیر قهرمان و فراز و فرود آن با توجه به الگوی پراپ می‌توان گفت دقت، در مراحل سیر قهرمان و انطباق آن با الگوی پراپ حکایت از آن دارد که ابتدا، در تمامی فیلم‌های مورد بررسی، سه مرحله جدایی، تشریف و بازگشت قهرمان قابل ملاحظه هستند اما بسته به نگاه کارگردان تمرکز اصلی داستان ممکن است در هریک از مراحل یاد شده باشد. در فیلم‌های مورد بررسی این دوران، قهرمان گاه نیز در نقش ضدقهرمان، ظاهر و دچار نقص می‌شود اما مخاطب همچنان با وی همذات‌پنداری می‌کند. از سوی دیگر، شریر به‌عنوان کنشگری که در برابر قهرمان داستان قرار می‌گیرد و در این نزاع با او شکست می‌خورد، وجود ندارد، هرچند در داستان با شریر مواجه هستیم.

در فیلم‌های این دوره برخلاف الگوی پراپ که آخرین کنش قهرمان، نشستن بر تخت پادشاهی و عروسی است، قهرمان پس از بازگشت یا متنبه می‌شود یا وظیفه آگاه‌سازی عموم مردم را بر عهده می‌گیرد (روز واقعه و عروس) و در سیری که داشته است، بدون نتیجه به خانه بازمی‌گردد (آژانس شیشه‌ای و بادکنک سفید).

شاید بتوان این‌گونه جمع‌بندی کرد که گفتمان سیاسی حاکم بر سینمای ایران در دوره بازسازی، به شکل ابزاری در خدمت حاکمیت و در راه ترغیب مردم به تماشای آثاری که قهرمانان آن دارای بار ارزشی و اخلاقی استوار بودند، فعالیت می‌کرد حال آنکه عامه مردم، بیشتر به فیلم‌های کمدی یا فیلم‌های درونمایه احساسی و جذابیت‌های ظاهری اقبال نشان می‌دادند. به عبارت دیگر، اگر محوری‌ترین عناصر گفتمان دهه شصت، حول ایثار، عدالت‌خواهی، مام‌وطن، طرفداری از مستضعفان و شهادت‌طلبی جریان داشت، گفتمان سازندگی به شکل‌گیری فضایی اجتماعی انجامید که مشخصه‌های آن عبارت از: عرفی شدن، پولی شدن مناسبات انسانی، شکاف طبقاتی و تغییر سبک زندگی بود.

پیشنهادها و راهکارهای رسانه‌ای

تلویزیون در سال‌های اخیر با ساخت اسطوره قهرمان در اشکال مختلف، در بیشتر موارد حافظ قدرت بوده است تا ناقد آن. در این میان، فیلم‌هایی که بتوانند در نقد جریان حاکم و پررنگ کردن مشکلات و معضلات گروه‌های خاصی از مردم، قهرمانانی را پرورش دهند، مقبولیت بیشتری نزد عموم مردم خواهد یافت. به این ترتیب، پرداختن به قهرمانان امروزی و متناسب با شرایط حال جامعه و حرکت در مسیر پروراندن قهرمانان آینده‌نگر ضرورتی است که بیش از پیش احساس می‌شود و در صورت تحقق نیافتن، امکان ورود تلویزیون به عرصه رئالیسم سیاه (آرمان‌گرایی غیرواقع‌گرایانه) را محتمل می‌سازد. راه‌گزیر این پدیده، ساخت فیلم‌هایی مبتنی بر واقعیت با نگاه آینده‌نگرانه خواهد بود. پیشنهاد می‌شود شبکه‌های مختلف سیما از جمله شبکه مستند، ضمن برگزاری فراخوان‌های ساخت مستند تلویزیونی با محوریت «اسطوره قهرمان آینده‌نگر» زمینه را برای ورود این شکل از قهرمان به عرصه تلویزیون هموارتر سازند.

نوآوری و محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش به بررسی مراحل سیر اسطوره قهرمان در یکی از آثار نمایشی پرداخته است. استفاده از روش مردم‌شناسی ارتباطی، یعنی بررسی وضعیت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن دوران در کنار تحلیل متن، از جمله نوآوری‌هایی بوده که تاکنون در کمتر آثار پژوهشی دیده شده است. از سوی دیگر، مطالعه

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸-۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

و بررسی فیلم‌های دوره بازسازی به‌منظور فهم و شناخت کلی از جامعه‌شناسی سینما و همچنین حجم بالای داده‌های جمع‌آوری شده، باعث شده است که به دلیل محدودیت حجم مقاله، مراحل سیر قهرمان و تحلیل روایت، صرفاً در یک اثر نشان داده شود.

منابع

- آسابرگر، آرتور. (۱۳۹۰). *روش‌های تحلیل رسانه‌ها* (ترجمه پرویز اجلالی). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- اجلالی، پرویز. (۱۳۹۵). *دگرگونی اجتماعی و فیلم‌های سینمایی در ایران: جامعه‌شناسی فیلم‌های عامه‌پسند ایرانی (۱۳۵۷-۱۳۰۹)*. تهران: آگاه.
- اسکولز، رابرت. (۱۳۹۸). *درآمدی بر ساختارگرایی در ادبیات* (ترجمه فرزانه طاهری). تهران: آگاه.
- افشاری، رحمان. (۱۳۸۷). نگاهی به کارکرد اسطوره در دیداری با هانس بلومبرگ. *کتاب ماه فلسفه*، ۸ (۱)، ۲۵-۱۶.
- الیاده، میرچا. (۱۳۷۲). *رساله‌ای در تاریخ ادیان* (ترجمه جلال ستاری). تهران: سروش.
- الیاده، میرچا. (۱۳۸۶). *چشم‌اندازهای اسطوره* (ترجمه جلال ستاری). تهران: توس.
- بارت، رولان. (۱۴۰۰). *اسطوره/امروز* (ترجمه شیریندخت دقیقیان). تهران: مرکز.
- باستید، روز. (۱۳۹۲). *دانش اساطیر* (ترجمه جلال ستاری). تهران: توس.
- بی، ارل. (۱۴۰۲). *روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی* (ترجمه رضا فاضل). تهران: سمت.
- بهار، مهرداد. (۱۳۵۲). *اساطیر ایران*. تهران: انتشارات بنیاد فرهنگ ایران.
- پراپ، ولادیمیر. (۱۴۰۱). *ریخت‌شناسی قصه پریان* (ترجمه فریدون بدره‌ای). تهران: توس.
- پورالخاص، شکرالله؛ سبحان، یحیایی و محمد، یحیایی. (۱۳۹۷). بازنمایی اسطوره قهرمان مظلوم در روایت‌های داستانی سینمای دفاع مقدس؛ مطالعه موردی چهار فیلمنامه از چهار دهه سینمای ایران. *رسانه و فرهنگ*، ۸ (۲).

- حری، ابوالفضل. (۱۳۸۲). روایت و روایت‌شناسی. *زیبا شناخت*، ۸ (۲)، ۳۵۰-۳۲۱.
- دریابندری، نجف. (۱۴۰۱). *افسانه اسطوره*. تهران: کارنامه.
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۷). روایت، روایت‌گری و تحلیل‌های شرح‌حال نگارانه. *پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی*، ۸ (۱)، ۹۸-۷۰.
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۹). *توسعه و تضاد، کوششی در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی آن*. تهران: سهامی انتشار.
- زیباکلام، صادق و فرشته‌سادات، اتفاق‌فر. (۱۳۸۷). *هاشمی بدون روتوش*. تهران: روزنه.
- سگال، رابرت آلن. (۱۳۸۴). *اسطوره* (ترجمه فریده فنودفر). تهران: بصیرت.
- سلدن، رامان و پیتر، ویدوسون. (۱۴۰۲). *راهنمای نظریه ادبی معاصر* (ترجمه عباس مخبر). تهران: طرح نو.
- شاپوری، مرتضی و حمیدرضا، بشیری. (۱۴۰۱). بازتاب چهار دهه تحولات سیاسی و اجتماعی در سینمای داستانی ایران پس از انقلاب اسلامی. *سومین همایش ملی هنرهای نمایشی و دیجیتال*، تهران.
- طالبی‌نژاد، احمد. (۱۳۷۷). *در حضور سینما: تاریخ تحلیلی سینمای پس از انقلاب*. تهران: نشر بنیاد سینمایی فارابی.
- گریمال، پیر. (۱۳۹۸). *انسان و اسطوره* (ترجمه ابوالقاسم اسماعیل‌پور). تهران: هیرمند.
- مالینوفسکی، برانیسلاو. (۱۳۸۱). *اسطوره اقوام ابتدایی* (ترجمه اصغر عسگری خانقاه). تهران: گام نو.
- متز، کریستین. (۱۳۷۶). *درباره تأثیر واقعیت در سینما* (ترجمه کیانوش صدیق). تهران: فارابی.
- واحددوست، مهوش. (۱۳۸۱). *رویکردهای علمی به اسطوره‌شناسی*. تهران: سروش.
- ووگلر، کریستوفر. (۱۳۹۲). *سفر نویسنده* (ترجمه محمد گذرآبادی). تهران: هرمس.
- هنری هوک، ساموئل. (۱۳۹۱). *اساطیر خاورمیانه* (ترجمه علی‌اصغر بهرامی و فرنگیس مزداپور). تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- یونگ، کارل گوستاو. (۱۳۸۱). *انسان و سمبول‌هایش* (ترجمه محمود سلطانیه). تهران: جامی.

مردم‌شناسی ارتباطی
اسطوره قهرمان در
دوران نوسازی
(۱۳۶۸ - ۱۳۷۶)؛
مطالعه موردی: تحلیل
روایت فیلم آژانس شیشه‌ای

Moyers, B. & Campbell, J. (2018). *The Power of Myth*. Betty Sue Flowers (Ed). Doubleday.

Segal, R. (1998). *The Myth and Ritual Theory an Anthology*. Blackwell Publisher

Stokes, J. (2021). *How to Do Media and Cultural Studies*. London: Sage.

Winkler, M. (2001). *Star Wars and the Roman Empire*. London: Oxford Press.