



۳۶

ISSN:2538-6298

پژوهش در هنر و علوم انسانی

دوماهنامه علمی پژوهش در هنر و علوم انسانی
سال ششم، شماره ۳ (پیاپی: ۳۶)، شهریور ۱۴۰۰، جلد یک

بررسی نوآوری هنرمندان و بافندگان قالی‌های تصویری دوره
قاجاریه در استمرار هویت و فرهنگ ایرانی
الهه ایمانی

نمادهای مشترک میان آیین مهر و دین مسیحیت
سمانه (ثمین) رستم بیگی

مطالعه بیش‌متنهای ادبی در آثار هانیبال الخاص با توجه به
نظریه ترامتنیت
آزاده لطفی پورنساجی، تکتّم فرمانفرمایی

صورت و معنای نقش مثلث به رنگ قرمز در سوزن دوزی
بلوچستان
مریم براهیمی، غلامرضا طوسی‌ان شاندیز

تحلیل جنبه نمایشی آیین‌های اسب چوبی و نخل گردانی
سبزوار از منظر پال وودراف
فهیمه عباسی، جواد امین خندقی

تحلیل ویژگی‌های بصری-خلاقانه عکاسی تبلیغاتی مواد غذایی
بیلوردهای منطقه ۵ شهر تهران
آمنه جباری نیک، منصور مهرنگار، پژمان دادخواه

بررسی تطبیقی «رگرسیون انسانی» در نمایشنامه‌های گوریل
پشمالو و هاملت با سالاد فصل در سازوکار «امر مدرن»
محمد رضا دبیرنیا

سه نسل موج نوی سینمای ایران
علیرضا عطا



نشریه

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری، کوچه شهید سبحانی، پلاک ۲۸، واحد ۴
کدپستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵
www.RAHS.ir
Shij-journals@gmail.com

آگهی

نشانی: تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸، پلاک ۲۹۳
انتشارات هنر و علوم دانشگاهی، تلفن: ۰۲۱ ۳۳۸۴۰۷۹۲

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: میلاد فتحی

زیر نظر شورای سردبیری

مدیر اجرایی: منیژه ملانی

اعضای شورای علمی و داوری تحریریه: (به ترتیب حروف الفبا)

- دکتر پرپسا آروند، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر حسنعلی آقاجانی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر سجاد اکبری، عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه
- دکتر علیرضا اکرمی، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر بهرام ایمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر اعظم بابکی راد، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد
- دکتر محمد باقری، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر مرضیه تراجی، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر نغمه خرازیان، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر روحاله رحیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر احمد جعفری صمیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر داود رضائی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر بهادر زمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اسلامی تبریز
- دکتر مینو شفائی، عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اصفهان
- دکتر جواد شکاری نیری، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر ناصر صنوبر، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز
- دکتر محمدرضا طبیبی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر مظفر عباسزاده، عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه
- دکتر علی عمرانی پور، عضو هیئت علمی دانشگاه کاشان
- دکتر افشین عموزاده لیچایی، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر غزال کرامتی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز
- دکتر امیررضا کریمی آذری، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر محسن کشاورز، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان
- دکتر محمدمهدی گودرزی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی همدان
- دکتر مهرداد متین، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز
- دکتر بهزاد محبی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر علیرضا محمدی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر حسین مدی، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر مهدی مقیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر علیرضا مهدی زاده، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان
- دکتر سید محسن موسوی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر کیانوش ناصرالمعمار، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- دکتر امیر هوشنگ نظرپوری، عضو هیئت علمی دانشگاه لرستان
- دکتر حجت وحدتی، عضو هیئت علمی دانشگاه لرستان

فراخوان پذیرش مقاله:

نشریه «پژوهش در هنر و علوم انسانی» توسط موسسه مطبوعاتی مطالعات کاربردی شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه مطالعات هنر و پژوهش‌های علوم انسانی، می‌پردازد. از این رو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌شود با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.RAHS.ir در پربارتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند.

برای ارسال مقاله کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید.

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	بررسی نوآوری هنرمندان و بافندگان قالی‌های تصویری دوره قاجاریه در استمرار هویت و فرهنگ ایرانی الهه ایمانی
۱۳	نمادهای مشترک میان آیین مهر و دین مسیحیت سمانه (ثمین) رستم بیگی
۲۵	مطالعه بیش‌متن‌های ادبی در آثار هانیبال الخاص با توجه به نظریه ترامنتیت آزاده لطفی پورنساچی، تکتّم فرمانفرمایی
۳۵	صورت و معنای نقش مثلث به رنگ قرمز در سوزن دوزی بلوچستان مریم براهیمی، غلامرضا طوسی‌ان شاندیز
۴۵	تحلیل جنبه نمایشی آیین‌های اسب چوبی و نخل گردانی سبزوار از منظر پال وودراف فهیمه عباسی، جواد امین خندقی
۵۵	تحلیل ویژگی‌های بصری-خلاقانه عکاسی تبلیغاتی مواد غذایی بیلبردهای منطقه ۵ شهر تهران آمنه جباری نیک، منصور مهرنگار، پژمان دادخواه
۶۷	بررسی تطبیقی «رگرسیون انسانی» در نمایشنامه‌های گوریل پشمالو و هاملت با سالاد فصل در سازوکار «امر مدرن» محمد رضا دبیرنیا
۷۹	سه نسل موج نوی سینمای ایران علیرضا عطا

بررسی نوآوری هنرمندان و بافندگان قالی‌های تصویری دوره قاجاریه در استمرار هویت و فرهنگ ایرانی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۸

کد مقاله: ۴۶۹۹۰

الهه ایمانی*

چکیده

در دوران قاجاریه نوعی تحول در سطح جامعه روی داد که باعث تغییر و رشد در تولید، تجارت و در نتیجه نوآوری در کاربرد و نقوش قالی‌ها شد. از جمله این نوآوری‌ها، قالی‌های تصویری هستند، که برخلاف نقوش انتزاعی قالی‌های ایرانی، دارای مضمون بوده و به دیوار آویخته می‌شدند. این پژوهش به دنبال این مساله است که هنرمندان و بافندگان قالی چگونه مولفه‌های هویت و فرهنگی را در این قالی‌های تصویری به نمایش در آورده‌اند؟ هدف اصلی پژوهش حاضر، دستیابی به شیوه چگونگی نوآوری بافندگان و هنرمندان در این قالی‌ها برای استمرار هویت و فرهنگ ایرانی است. بنابراین روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی بوده و شیوه گردآوری اطلاعات با استفاده از منابع کتابخانه‌ای صورت گرفته است. در این راستا از مجموعه نمونه‌های موجود در حوزه پژوهش، پنج مضمون پادشاهی انتخاب و هر یک با رویکرد تحلیل ساختارگرایانه سوسور برای بررسی جانشینی و همنشینی نقوش تصویری به جای نقوش انتزاعی قالی‌ها پرداخته شده است. در نهایت این نتیجه حاصل شد که هنرمندان و بافندگان علاوه بر نمادها و نشانه‌های هم عصر دوره قاجار، از نشانه‌های اسطوره‌ای، تاریخی و بینا فرهنگی استفاده کرده و با جانشینی نقوش روایی با استفاده از متن‌های مختلف به جای نقوش سنتی و همنشینی آنها با حاشیه و ساختار کلی قالی ایرانی منجر به تداوم هویت و فرهنگ ایرانی در این نوع از قالی‌ها شده‌اند و بدین شکل با نوآوری در جانشینی و همنشینی آنها موفق به استمرار هویت فرهنگی در این قالی‌ها شده‌اند.

واژگان کلیدی: دوره قاجار، قالی‌های تصویری، نوآوری، هویت و فرهنگ

۱- مقدمه

امروزه در روند جهانی شدن یکی از نیازهای ضروری جوامع بحث هویت و استمرار فرهنگی است. در این پژوهش منظور از پایداری و استمرار فرهنگی یعنی شناسایی نحوه انطباق یک هویت با دگرگونی‌های اجتماعی و اقتصادی رخ داده در بطن یک فرهنگ و توان انطباق آن با مسایل بینافرهنگی است. در دوران قاجار در عین تحول و دگرگونی‌های بسیار زیاد در زمینه‌های مختلف استمرار هویت و فرهنگ ایرانی در بسیاری از آثار هنری و معماری و فرش مشهود بود. در حقیقت دوران قاجار یکی از دورانی است که گذر فرهنگی به خوبی در آن مشهود است. بنابراین بررسی چگونگی نوآوری هنرمندان ایرانی در آثار هنری در این دوران، یکی از راه‌های سودمند برای شناسایی چگونگی حفظ هویت و استمرار فرهنگی است. یکی از برجسته‌ترین نمونه‌های موردی که توانایی تبیین قدرت طراحی هنرمندان و بافندگان قالی ایران در پیوند مبانی فرهنگی و دگردیسی‌های اجتماعی را داراست و پژوهش بر روی آن می‌تواند شیوه تداوم فرهنگ ایرانی و انطباق آن با دگردیسی‌های اجتماعی را عیان سازد، قالی‌های تصویری هستند که برای اولین بار در دوران قاجار به وجود آمدند. این قالی‌ها، به عنوان یک سبک جریان‌ساز، با به هم ریختن نظام‌های ساختاری قالی‌های سنتی و کلاسیک ایرانی، موجب تمایز از نظر نقوش و کاربرد شدند. بنابراین سوال مقاله حاضر این است که در دوره تغییر، سنت‌های ایرانی از بعد تصویری و مفهوم در قالی‌های تصویری چگونه استمرار و به حیات خود ادامه داده‌اند؟ بنابراین هدف این مقاله بررسی چگونگی خلاقیت هنرمندان و بافندگان قالی‌های تصویری در برخورد با فرهنگ گذشته ایران و دیگر فرهنگ‌های بیرونی است که در دوره قاجار رواج یافته بود. از آنجایی که دستیابی به توسعه پایدار و تداوم در حوزه‌های مختلف صنایع‌دستی همراه با خلاقیت یکی از ضرورت‌های معاصر در جوامع بین‌المللی می‌باشد به همین دلیل شناسایی نوآوری هنرمندان و بافندگان قالی در دوران آغاز روابط بین‌المللی و گذر فرهنگی برای دستیابی به مولفه‌های استمرار فرهنگی یک از ضروریات اصلی انجام مقاله حاضر است.

پژوهش حاضر بر مبنای ماهیت تحقیقی کیفی با روش توصیفی-تحلیلی است و بر اساس نظریه ساختارگرایانه سوسور بنا شده است. جمع‌آوری اطلاعات از شیوه گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای با استفاده از اسناد تاریخی، با مراجعه به کتاب‌ها، نشریات و سایت‌های اینترنتی صورت گرفته است. جامعه آماری در این پژوهش، پنج تخته از قالی‌های تصویری پادشاهی می‌باشند که در دوره قاجار رواج یافتند. برای دستیابی به جواب سوال از مبانی نظری ساختارگرایانه همنشینی^۱ و جانشینی^۲ فردیناند سوسور^۳ استفاده شده تا خاستگاه متن و نقش این قالی‌ها مشخص گردند. بنابراین در پژوهش حاضر بعد از بیان مقدمه به تبیین تئوری جانشینی و همنشینی سوسور پرداخته شده تا در ابتدا روش بررسی آثار بر اساس مبانی مزبور روشن شود. سپس به بررسی وضعیت قالی بافی و قالی‌های تصویری دوران قاجار و دلایل به وجود آمدن آنها توجه شده است و در آخر ۵ نمونه از قالی‌های تصویری با مضمون پادشاهی از هر گروه فرش شهری و روستایی انتخاب و مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته شده‌اند و در نهایت نتیجه بیان گردیده است.

۲- پیشینه تحقیق

در زمینه قالی‌های تصویری، کتابی توسط پرویز تناولی با عنوان «قالیچه‌های تصویری ایران» در سال ۱۳۶۸ گردآوری شده است که مطالب مفصلی از تاریخ تصویرسازی و تصویربافی در ایران در آن بیان شده است. پژوهش‌های دیگری در قالب‌های مختلف صورت گرفته است که به چند نمونه از آنها اشاره خواهد شد. در مقاله‌ای با عنوان «بازتاب ابعاد اجتماعی مشروطه بر قالی‌های تصویری دوره قاجار» توسط عبدالله میرزایی و فرنوش رحمانی در سال ۱۴۰۰ نگاشته شده که به بررسی تأثیرات مشروطه بر قالی‌های تصویری پرداخته‌اند. مقاله «بازخوانی قالی تصویری هوشنگ شاهی با روش اسطوره‌شناسی تطبیقی کنش‌گرا» نوشته افسانه قانی و دیگران (۱۳۹۸) به مساله حاکمیت پادشاهان قاجار با بازآفرینی قالی‌های هوشنگ شاهی پرداخته است. در مقاله «گفتمان باستانگرایی در نقوش قالی‌های تصویری دوره قاجار» الهه ایمانی (۱۳۹۵) با دیدگاه جامعه‌شناسی لاکلاو و موفه به چگونگی رواج تفکرات باستانگرایی و چرایی به وجود آمدن قالی‌های تصویری توجه شده است. پایان‌نامه «بررسی قالیچه‌های تصویری قرون ۱۳ و ۱۴ ه.ق ایران با موضوع تصویر انسان موجود در موزه فرش ایران» نوشته کشاورز افشار، ۱۳۸۷ و پایان‌نامه ارشد «تبیین ویژگی‌های فنی تصویرهای ادبی بر قالیچه‌های دوره قاجار» به نگارندگی مهدی دهقانی، ۱۳۸۸ و «سیر تحول تصویر بافی در فرش ایران از دیرباز تا امروز» با نگارش حجت‌الله رشادی در سال ۱۳۹۰ در دانشگاه شاهد به تحریر در آمده است که در آن ضمن شناخت از تصویر بافی در دوره‌های مختلف، روند تغییر و تحول این گونه قالی‌بافی را از آغاز این حرکت (قالی‌پازیریک) تا زمان معاصر (تابلو

1 Syntagmatic axis

2 Paradigmatic axis

3 Ferdinand de Saussure (۱۸۵۷-۱۹۱۳) زبان‌شناس سوئیسی

فرش‌ها) مورد مطالعه قرار داده و به شناخت عواملی که باعث به وجود آمدن تصویربافی در قالی شده، پرداخته است. اثر دیگر رساله ایمان زکریایی کرمانی با عنوان «مطالعه‌ی گفتمانی فرش کرمان از منظر نشانه‌شناسی دیداری» در سال ۱۳۹۱ که به قالی به عنوان ابزار تبادل نمادین و عوامل ساختاری مؤثر در جریان تولید معنا پرداخته است. وی در تحلیل‌های خود از روش‌های متعددی از جمله بینامتنیت بهره برده و بیان می‌کند که در شکل‌گیری گفتمان‌های فرش کرمان سه کلان عامل فرهنگ، طبیعت و قدرت دخیل بوده‌اند. وجه تمایز مقاله حاضر در این است که به بررسی چگونگی هم‌نشینی و جانشینی نگاره‌های تصویری در قالی‌ها پرداخته است و روش و نوآوری هنرمندان و بافندگان قالی‌های تصویری برای حفظ هویت فرهنگی مورد بررسی قرار گرفته است.

۳- سوسور و نگرش جانشینی و هم‌نشینی

مهم‌ترین دغدغه سوسور در باب زبان، نشانه‌شناسی است. به زعم وی زبان بیش از هر چیز، نظامی از نشانه‌هاست و برای فهم ساختار و محتوای زبان باید به سراغ نشانه‌شناسی رفت (کالر، ۱۳۹۳: ۱۰۶). به باور سوسور با نشانه‌شناسی می‌توان بنیادهای درونی زبان را به لحاظ ساختار و محتوا مورد نقد و بازاندیشی قرار داد. زبان بیشتر از جنبه آوایی و کلامی که منوط بر مطالعات تاریخ تطبیقی در باب زبان است، نوعی اندیشیدن به محتوا و ساختار درونی لایه‌های آن است. (راه‌باز، خبازی کناری، ۱۳۹۹: ۱۶۱). وی، در کتاب «دوره‌ی زبان‌شناسی عمومی»^۱ که در سال ۱۹۱۶ منتشر شد، می‌نویسد: «می‌توان علمی را در نظر گرفت که به بررسی نقش نشانه‌ها در زندگی جامعه می‌پردازد. نشانه‌شناسی بر ما مشخص می‌سازد که نشانه‌ها از چه تشکیل شده‌اند و چه قوانینی بر آن‌ها حاکم است» (سوسور، ۱۳۷۸: ۲۴-۲۳). سوسور بر خلاف زبان‌شناسان پیش از خود که بیشتر از دید تاریخی یا به عبارتی در زمانی^۲ به بررسی زبان‌شناسی می‌پرداختند تمرکز خود را بر جنبه هم‌زمان آن می‌گذارد، به دیگر بیان ساختار زبان را در بازه‌ای از زمان می‌سنجید. سوسور نشانه را همچون ساختاری مشتمل بر دو جزء «دال»^۳ (تصور صوتی) و مدلول^۴ (تصور مفهومی؛ مفهومی که دال به آن دلالت^۵ می‌کند) می‌داند (سجودی، ۱۳۸۷: ۱۸). او تأکید می‌کند «مدلول چیزی است مرتبط با کنش ذهنی هر کسی که با نشانه رویارو می‌شود. به این اعتبار، نشانه ابزار ارتباط میان دو ذهن است که نیت ایجاد ارتباط با یکدیگر را داشته باشند» (احمدی، ۱۳۷۲: ۱۵). دال و مدلول دو مولفه بنیادی در نشانه‌شناسی است که عطف علم زبان‌شناسی است. در ظاهر به نظر می‌رسد که ما در مورد دو امر مستقل از هم گفتگو می‌کنیم، اما به گفته سوسور، دال و مدلول دو موضوع جدا از هم نیستند (راه‌باز، خبازی کناری، ۱۳۹۹: ۱۶۳). یعنی معنی نه در کلمات بلکه در جمعی پیچیده از روابط و ساختارهای زبانی نهفته است. از دید سوسور نشانه‌ها در اصل به یکدیگر ارجاع می‌دهند و در درون نظام زبان همه چیز وابسته به روابط است (سوسور، ۱۳۷۸: ۱۲۱) هیچ نشانه‌ای قایم بر خود معنی نمی‌یابد بلکه ارزش آن ناشی از رابطه‌اش با نشانه‌های دیگر است، هم دال و هم مدلول مفاهیم تقابلی و مبتنی بر جایگاه و رابطه‌اش با دیگر اجزای اثر هستند (همان). وی معتقد است معنا ناشی از تفاوت دال‌هاست و تفاوت‌ها ناشی از هم‌نشینی و جانشینی‌ها می‌باشد و معنا زمانی حادث می‌شود که مجموعه‌ای از نشانه‌ها کنار هم بنشینند و یک رابطه با هم داشته باشند، آنگاه معنا در راستای دو محور هم‌نشینی و جانشینی منتشر می‌شود. به باور سوسور محور جانشینی بر پایه موارد مشابه تکیه دارد و می‌تواند با هر چیزی که ارزشی مشابه داشته باشد جایگزین شود اما محور هم‌نشینی بر پایه موارد ناهم‌اند تکیه دارد و با چیزهای دیگری که ارزشی متناسب با آنها داشته باشد می‌تواند تغییر یا تبدیل یابند (Rivkin & Ryan, 1988: 84).

۴- دوران قاجار و وضعیت قالببافی در آن

گفته شد عصر قاجار به واسطه آشنایی با غرب به عنوان یک دوره بینابینی میان حفظ ارزش‌های کهن و جاذبه‌های دوران نو محسوب می‌شود، دوره مرحله اصلی گذار از جامعه و فرهنگ ایرانی پیش از مدرن به توسعه نوین ایران به شمار می‌رود (کدی، ۱۳۸۱: ۹). در واقع نیمه اول قرن نوزدهم محصلینی که برای تحصیل و فراگیری دانش جدید به اروپا سفر کرده بودند، به انتقال مفاهیم نوین حکومت و جامعه از غرب پرداخته و در نهایت موجب دگرگونی جامعه ایران و بروز انقلاب مشروطه شدند. در دوران حکومت فتحعلی‌شاه قاجار، آرامش نسبی در جامعه رواج یافت از این رو قالببافی آرام آرام توانست مجدداً احیا گردد. تجارت قالی که تا چندی پیش از آن، تنها برای رفع نیاز بازارهای داخل بافته می‌شد به عنوان یک کالای صادراتی و در رابطه با تقاضای بازار جهانی در نظر گرفته شد. در کنار این‌گونه تولیدات، از دوره فتحعلی‌شاه قالی‌هایی با طرحی کاملاً متفاوت چه در شهرها و چه بین روستاییان و عشایر رواج یافت، که محققان به آن نام طرح و نقش «تصویری» داده‌اند و این قالی‌ها و قالیچه‌ها را «قالیچه‌های تصویری» خوانده‌اند.

1 Cours de linguistique générale
2 diachronic
3. Signifier
4. Signified
5. Signification

بهره‌گیری از نقوش انتزاعی و برخی نقشمایه‌های تزئینی جانوری که سنت غالب طراحی قالی ایران را تشکیل می‌دهد، در قالی‌های تصویری شهری و عشایری عصر قاجار، جای خود را به استفاده از بازنمایی چهره انسانی، شخصیت‌ها، وقایع، صحنه‌های روایی و ... می‌دهد که به مضامین اصلی طراحی قالی‌های تصویری بدل می‌گردند و به عنوان تابلو بر دیوارها نصب می‌شوند. درباره دلایل به وجود آمدن این‌گونه قالی‌ها در پژوهش‌هایی که در پیشینه اشاره شد دلایل زیر ذکر شده است:

- گسترش روابط ایران و اروپا؛ که باعث ورود کارت پستال‌ها و تصاویر اروپایی به ایران شد.
 - تغییر جنبش‌های فکری و هنری؛ که باعث گرایش به شبیه‌سازی و طبیعت‌گرایی در ایران شد و از طرفی دیگر باعث تغییر سبک و کاربری قالی شد.
 - رواج تفکرات باستان‌گرایی؛ گفتمان جامعه به سمت و سوی هویت ایرانی پیش رفت و باستان‌گرایی و بازگشت به گذشته ایران رواج یافت.
 - گسترش چاپ سنگی؛ تصاویر برخی از این قالی‌ها از کتاب‌هایی همچون آثار العجم^۱ و نامه خسروان^۲ است.
 - عکاسی؛ بسیاری از تصاویر قالی‌ها متأثر از عکاسی است.
 - پارچه‌های قلمکار؛ طرح این پارچه‌ها از دوران قاجار به جای طرح گل و اسلیمی شامل نقاشی‌های عامیانه و مردم رایج آن روزگار، حماسه‌ها و شرح جنگ‌های ائمه اطهار شد.
- قالی‌های تصویری از نظر محققین این حوزه به چندین مضمون کلی از جمله پادشاهان و مشاهیر، مضامین اروپایی، مضامین ادبی، مذهبی و عرفانی، باستانی و مضامین خاص تقسیم شده‌اند (تتاولی، ۱۳۶۸: ۱۸) و (ژوله، ۱۳۹۰: ۴۰). که از این میان در پژوهش حاضر قالی‌هایی با مضمون پادشاهی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۵- قالی‌های تصویری با مضمون پادشاهان و مشاهیر

از میان قالی‌های تصویری، تعداد زیادی از قالی‌ها به تصویر پادشاهان اختصاص دارد. از پادشاهان اسطوره‌ای و تاریخی ایران گرفته تا تصویر پادشاهان قاجار. مردیت^۳ در این زمینه می‌نویسد: «از آنجا که پادشاهان قاجار نه آنچنان دعوی ظل‌الاهی داشتند و نه چون سلاطین صفوی متکی بر قزلباشان وفادار و جان بر کف بودند، تولد به تصویر و تمثال شخص شاه برای ایجاد سیمایی رازناک از مشروعیت و اقتدار سیاسی در اذهان عمومی ضروری بود. در واقع شاه، مرکزیت این نمایش را به عهده داشت و با حضور خود در کانون این نمایش‌های با شکوه به آن روشنایی و جلای خاصی می‌بخشید (Meredith, 1972, 61). در دوران حکومت احمدشاه قاجار به دلیل ضعف شدید حکومتی، میدان اجتماعی و سیاسی حاکم تاکید بر حضور شاه داشت به همین دلیل تصاویر وی به تعداد زیاد و در مرکز دید قرار گرفت و تعداد زیادی قالی با تصویر او بافته شد. در جدول ۱، دو نمونه قالی مشاهده می‌شود. زمینه قالی‌ها، طرح سبزی‌کاری کرمان می‌باشد با این تفاوت که طراح تصویر احمدشاه و شاه عباس صفوی را به جای ترنج و در مرکز قرار داده است. بنابراین در قالی‌های این چنینی علاوه بر تاکید جایگاه پادشاه پیوند بین طراحی سنتی ایرانی که خود هویت ایرانی به شمار می‌رود و تاثیر جامعه سیاسی دوران قاجار بر آثار طراحان و هنرمندان قالی کرمان دیده می‌شود. می‌توان گفت استمرار فرهنگی در این قالی با جانشینی تصاویر جدید با نقوش سنتی مشهود است و مفاهیم جدید عصر قاجار با موفقیت با نقوش قالی‌های کرمان هم‌نشین شده است و بدین شکل نوآوری در این قالی‌ها دیده می‌شود.

در ادامه به تحلیل متن پنج قالی از قالی‌های تصویری با مضمون‌های پادشاهی پرداخته شده تا نوآوری و خلاقیت بافندگان و هنرمندان قالی در چگونگی استمرار فرهنگی مشخص گردد. برای بررسی منسجم و ساختار یافته‌تر، قالی‌های مورد مطالعه از بعد نشانه‌شناسی جانشینی و هم‌نشینی سوسور مورد تحلیل قرار داده شده‌اند.

۱- آثار العجم نوشته فرصت الدوله شیرازی می‌باشد.

۲- نامه خسروان نوشته جلال الدین میرزا در سال ۱۲۸۵ ه.ق می‌باشد.

جدول ۱- تصویر احمد شاه قاجار و شاه عباس صفوی در قالی‌های تصویری

تصویر پادشاهان در مرکز قالی		
		
نمونه ای از فرش کرمان (مأخذ: URL 1)	فرش کرمان، حدود ۱۳۲۹ ه.ق (مأخذ: ملول، ۱۳۸۳: ۱۵۳)	فرش کرمان، بین سال‌های ۱۲۹۵ الی ۱۳۰۰ ه.ش (مأخذ: ملول، ۱۳۸۴: ۱۲۹)

۶- بررسی ساختار همنشینی و جانشینی قالی‌های تصویری با مضمون پادشاهی

از میان پادشاهان اسطوره‌ای ایران بیشتر از همه تصویر هوشنگ‌شاه مورد توجه بوده‌است. شاید به این علت که هوشنگ، نخستین انسان و نخستین فرمانروا است (بهار، ۱۳۷۸: ۹۰). وی یکی از پادشاهان پیشدادی است که چهل سال بر هفت کشور با داد و دهش پادشاهی می‌کند (عقیقی، ۱۳۸۳: ۶۴۵). جالب است که حتی مورخین اسلامی از این شخصیت اسطوره‌ای به خوبی یاد کرده‌اند؛ از جمله بلعمی چنین می‌نویسد: «هوشنگ آفریدگان را به خدانشناسی فرا می‌خواند، به دین مسلمانی بوده و دادگر. او مسجدها بنا کرد و نماز خواندن را رواج داد، احداث کاریز برای به دست آوردن آب و گستردن فرش از اوست» (بلعمی، ۱۳۴۱: ۱۲۸-۱۲۹). در این قالی‌ها، هوشنگ‌شاه در متن قالی‌های گوناگون و به شکل‌هایی کمابیش یکسان ترسیم شده‌است.

در **Error! Reference source not found.**، هوشنگ‌شاه در قالی محرابی، جانشین گلدان و یا درخت زندگی شده‌ است. قالی‌های محرابی، پس از آغاز دوران اسلام در پی ایجاد نیاز برای آرایش محیط محراب مساجد مسلمانان در انواع و ابعاد گوناگون، وارد عرصه قالی شدند. در این قالی هوشنگ‌شاه در یک نظام، همنشین با عناصری همچون سیبل‌های تاب‌داده و لباس سرخ قجری، تاج کیانی، ستون‌های^۱ رواج یافته در معماری دوران قاجار شده‌ است. همچنین کتیبه‌ای به همراه نام پادشاه مزبور و گاه به همراه ذکر تاریخ بافت، جانشین قندیل شده‌ است و این بار از نشانگان کلامی در آن استفاده شده‌ است. به عبارتی نام پادشاه در کتیبه، جانشین قندیلی شده‌ است که به عنوان نماد انوار الهی می‌باشد، چرا که «قندیل در قالی‌های محرابی، به معنی تجلی نور الهی می‌باشد» (چیت‌سازیان، ۱۳۸۵: ۴۳). همچنین نقش شیر و خورشید که از نشانه‌های هویتی و فرهنگی ایرانی است از شانه‌های پادشاه بیرون آمده‌ است.

در این اثر می‌توان چهره ناصرالدین شاه را در قالب موضوع هوشنگ شاهی مشاهده کرد. به عبارتی این اثر، تلفیقی از دو نشانگان کلامی و تصویری است و اگر نشانه کلامی در آن نبود به طور حتم به عنوان یک قالی با عنوان ناصرالدین شناخته می‌شد. همنشینی عناصر گوناگون و قرارگیری خورشید و ماه بر روی شانه‌های پادشاه و رویش گیاهی در دو طرف وی، نظام متن زمینه را به یک نظام ارزشی الهی و مقدس و اسطوره‌ای مرتبط کرده‌ است چرا که این تصویر انسان را به یاد متن اسطوره‌ای ضحاک، نیز می‌اندازد. اما با این تفاوت که، نیروهای خیر و باروری، یعنی دو عنصر خورشید و ماه رویده‌ است و همین مساله بلافاصله خواننده متن را، متوجه این امر می‌کند که مطمئناً به شانه‌های پادشاه، خدا بوسه زده‌ است. به این ترتیب می‌توان، چنین نمایش نمادینی را در تحلیل متنی به این ترتیب تاویل کرد که جایگاه پادشاه از دید طراحان و بافندگان و یا سفارش‌دهندگان الهی و مقدس است و بدین ترتیب بافنده روستایی که در بسیاری از مواقع از ذهن و خاطرات و سنت‌های فرهنگی خود برای بافت قالی کمک می‌گیرد با موفقیت توانسته پیوندی بین باورهای فرهنگی خود و فضای اجتماعی دوران قاجار و همچنین فضای قالی با قرار دادن حاشیه‌های قالی برقرار کند.

ستون‌های پر پیچ و خم قاجاری که متأثر از معماری اروپا است، ارتباط بین چند زمان و مکان مختلف را نمایش می‌دهد. در این قالی همچنین ساختار نقوش سه تایی، درخت مقدس و دو نگهبان در دو طرف دیده می‌شود. در تفکرات باستانی «درخت زندگی، ریشه در زمین داشته و شاخه‌هایش در بهشت است» (شوالیه، ۱۳۸۴: ۱۸۹). همچنین «درخت در تفکرات اسلامی همچون درخت زیتون، مظهر نور الهی است و زمین را منور می‌سازد» (توماچ‌نیا؛ طاووسی، ۱۳۸۵: ۱۴). در این قالی پادشاه با توجه به متن-

۱- در دوران قاجار در پی تحولات سیاسی داخلی و خارجی، شاهد نفوذ معماری مدرن غربی در معماری کهن ایران که ادامه دهنده معماری سبک اصفهان بود باعث جایگزینی تدریجی برونگرایی به جای درونگرایی گردید (کمالی، ۱۳۸۹).

های دوران باستانی و اسلامی جانشین درخت مقدس و نگهبانان، جانشین حیوانات نگاهداری شده‌اند. در نهایت بافته این نشانه‌ها و نمادهای گوناگون را در ساختار قالی محرابی هم‌نشین کرده است.

علاوه بر پادشاهان اسطوره‌ای ایران، دیگر پادشاهان قدرتمند و محبوب تاریخی ایران از جمله شاپور در قالی‌ها به تصویر کشیده شده‌است. در قالی روستایی جوزان ملایر شکل ۱، بافته شاپور را در طرح فرش لچک ترنجی طرح‌های ملایر، با لباس سرخ قجری، کفش و لباس‌های اروپایی رواج یافته در عصر قاجار با نقوش گلداری قالی‌های سنتی هم‌نشین کرده و در ساختاری متقارن جانشین ترنج این قالی‌ها کرده که خود نمادی از «نور الهی در میان بهشت، فضایی مقدس، لامکان و لازمان است» (میرزاامینی و بصام، ۱۳۹۰: ۲۷) شده است. در این قالی بافته دو دوره زمانی را با هم تلفیق کرده و تاج پادشاهی و موهای شاپور را بر اساس تصاویر و متون به جا مانده از وی رسم کرده است اما شلوار و کفش‌های او را بر اساس پوشاکی که در دوره قاجار رواج یافته بود، بافته است. در واقع گویی بافته در این قالی، تحت تاثیر تحولات اجتماعی و نمادین جامعه عصر خود، پادشاه را با لباس-های فاخر طبقه بالا نمایش داده است. از این طریق بافته با تفکرات اسطوره‌ای پیشین فرهنگ ایرانی بین نشانه‌های فرهنگی گذشته و عصر خود تعامل برقرار کرده است.



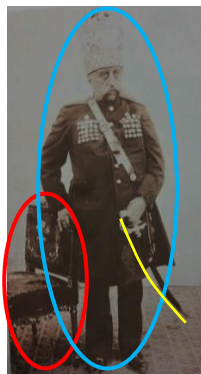
شکل ۱- مقایسه قالی شاپور اول، جوزان ملایر، اواخر قرن سیزدهم ه.ق (مأخذ: تناولی، ۱۳۶۸: ۱۵۹) با نمونه‌ای از قالی ترنج دار ملایر (4: URL) و طرح چاپ سنگی از مجسمه شاپور در کتاب آثار العجم (مأخذ: فرصت، ۱۳۶۲: ۲۹۶) و مجسمه شاپور اول در تنگ‌چوگان نزدیک بیشاپور (مأخذ: تناولی، ۱۳۶۸: ۴۳)

در قالی شهری شکل ۲، طراح شاه‌عباس را در مرکز قالی کرمان، جانشین ترنج و هم‌نشین با دیگر عناصر قالی‌های سنتی قرار داده است. چنین ترکیب‌بندی در تعداد زیادی از قالی‌های پادشاهی دیده می‌شود. شاه عباس پادشاهی است که در تاریخ ایران کم‌نظیر است. «در پایان پادشاهی‌اش، ایرانی در حدود مرزهای ساسانیان، آباد و توانمند بر جای گذاشت» (پارسادوست، ۱۳۸۸: ۱۳). به همین دلیل تصویر وی توسط سفارش دهندگان به واسطه طراحان و هنرمندان بر روی قالی‌ها ظاهر گشت و هنرمندان با پیوند عناصر اصلی قالی و تصاویر پادشاهان پیوند بین سنت و نقوش تصویری جدید را ایجاد کردند. در این اثر تصویر شاه عباس که تا قبل از این در متون دیگر و در قالب تابلو و سپس چاپ گراور و بعد از طریق کتاب‌ها و کارت‌پستال‌ها در جامعه انتشار یافته بود این بار در متن قالی نمایش داده شده است. همچنین دو درخت در اطراف ترنج وجود دارند که زمین و آسمان را با شاخه‌های بلند خود پیوند داده‌اند و ترنج یا به عبارتی، تصویر شاه عباس را در برگرفته‌اند که اشاره به متون اسطوره‌ای و تاریخ اسلامی ایران و مدلول درخت زندگی و فردوس تفکرات باستانی و درخت طوبی و بهشت در تفکرات اسلامی دارد. بدین ترتیب بافته آگاهانه و یا ناآگاهانه با پیوند تفکرات و نگاره‌های سنتی یک قالی با طرح جدید و نوآورانه را ایجاد کرده است و بدین ترتیب باعث تداوم فرهنگی در این نوع از قالی‌ها شده است.



شکل ۲- مقایسه متن فرش کرمان، شاه عباس، حدود ۱۳۲۹ ه.ق (مأخذ: ملول، ۱۳۸۳: ۱۵۳) و متن قالی ترنج دار کرمانی (مأخذ: صوراسرافیل، ۱۳۷۱: ۳۶۲) متن کتاب ملکم؛ شاه عباس کبیر (Malcolm, 1976:524)

پادشاه محبوب دیگر نادرشاه افشار می‌باشد. در شکل ۳، طراح، تصویر نادرشاه را با ژست مظفرالدین شاه، جانشین درخت و یا گلدان در قالی محرابی، کرده است. همچنین تصویر نادرشاه با صندلی فرنگی رواج یافته در دوره قاجار (تناولی، ۱۳۶۸: ۲۰۶)، هم‌نشین شده است. در این اثر بدین گونه هنرمندان هماهنگی بین چندین زمان و مکان را با نقوش قالی ایجاد نموده‌اند. در قالی شکل ۳، بافنده قصد نمایش نادرشاه افشار را داشته است. به همین دلیل طراح بر اساس مطالعات صورت گرفته سعی کرده است، ویژگی‌های توصیف شده در متون تاریخی، درباره نادرشاه را با نشانه‌های رواج یافته در دربار قاجار تلفیق کند. این که نادرشاه را به صورت مظفرالدین شاه تصویر کرده‌اند، شاید به این دلیل بوده که طراح خواسته از نام و قدرت او برای بیان قدرت پادشاهان قاجار استفاده کند، بنابراین چه کنشی بهتر از این که نادرشاه را در قالب مظفرالدین شاه نشان دهد. جانشینی شهریار به جای سرو، اشاره به متون روایی در فرهنگ اساطیر کهن باستان و دوران اسلامی دارد، درباره درخت سرو آمده است که «درخت سرو وقف خورشید است و درخت طوبی از نظر سهروردی، سمبل یا مظهر خورشید معنوی ملکوت یا بهشت است» (استیرلن، ۱۳۷۷: ۱۷۴). پرهام «سرو را مظهر درخت جاویدان و درخت مقدس زندگی می‌داند که در باغی، همیشه بهار و هزار گل که بهشت خداست، جاودانه شکوفاست» (۱۳۷۴: ۴۹). در این اثر نیز باز نوآوری طراح برای تداوم فرهنگی با ترکیب متون مختلف تاریخی دیده می‌شود.



شکل ۳- نادرشاه افشار، اوایل قرن ۱۴ ه.ق (مأخذ: تناولی، ۱۳۶۸: ۱۸۱) و قالی محرابی با سرو و مظفرالدین شاه با تاج کیانی، ۱۳۲۴ ه.ق (مأخذ: ذکاء، ۱۳۸۸: پیکره ۲۹) و مظفرالدین میرزا در تبریز، دهه ۱۲۹۰ ه.ق (همان: پیکره ۲۸)

و اما از بین پادشاهان قاجار بیشترین تصویرها از ناصرالدین شاه و احمدشاه می‌باشد. در قالی شکل ۴ بافنده با تکرار تصویر ناصرالدین شاه و جانشینی تصویر وی به جای بته‌ها در قالی‌های بته‌ای، باعث ساختار هم‌نشینی تازه‌ای در قالی سنتی شده است. این نمونه قالی از جمله معدود قالی‌های تصویری می‌باشد که دارای حاشیه بسیار کوچکی می‌باشد و بیشترین تمرکز بر روی تکثیر تصویر ناصرالدین شاه بوده است.

در قالی ناصرالدین شاه شکل ۴ چنین به نظر می‌رسد که بافنده تحت تأثیر امکان تکثیر متعدد تصویر در رسانه عکاسی و چاپ سنگی در تبرها، قرار گرفته بوده و گویی قصد تأکید بیشتری بر وجود شاه و قدرت وی داشته است؛ شاید بتوان گفت، بافنده روستایی دسته‌ای از تبرها را که تصویر ناصرالدین شاه بر آنها بوده در اختیار داشته است و از متن تبرها ایده‌ای، این چنینی را

گرفته است و سپس جانشین طرح قالی‌های بته‌ای که در ذهن خود داشته کرده است و بدین ترتیب در این اثر نیز تداوم فرهنگی دیده می‌شود.



شکل ۴- مقایسه قالی ناصرالدین شاه، دُرخش، اواخر قرن ۱۳ ه.ق. (مأخذ: تناولی، ۱۳۶۸: ۱۸۷) با قالی نقش بته کاشان (مأخذ: زوله، ۱۳۹۰) و تعدادی از تمبرهای دوران قاجار (URL: 5) و پرتره ناصرالدین شاه در متن عکاسی و نقاشی اثر کمال‌الملک (مأخذ: سهیلی خوانساری، ۱۳۶۸: ۲۴۶)

تا بدین جا با تحلیل‌هایی که بر روی قالی‌ها صورت گرفت نوآوری بافندگان و هنرمندان قالی در استمرار فرهنگی مشخص گردید. در واقع می‌توان گفت استمرار فرهنگی در این قالی‌ها با استفاده از جانشینی و همنشینی تصاویر و مفاهیم جدید با نقوش سنتی مشهود است و بدین شکل نوآوری در این قالی‌ها دیده می‌شود. در واقع در تعریف نوآوری باید گفت نوآوری عملی ساختن یک اندیشه و فکر است که در نتیجه خلاقیت به وجود می‌آید. خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌هاست (رضائیان، ۱۳۷۴: ۷۳) که در این آثار هنرمندان و بافندگان به خوبی توانسته‌اند با ترکیب نشانه‌های تاریخی و زمانی مختلف و همنشینی آنها دست به نوآوری بزنند. برای درک بهتر استمرار فرهنگی توسط هنرمندان و بافندگان این قالی‌ها، جدول ۲ ترسیم شده است.

۸- نتیجه‌گیری

واکاوی و تعمق در نتایج پژوهش حاضر نشان دهنده این است که طراحان قالی‌های شهری و بافندگان قالی‌های روستایی از روش جانشینی و هم‌نشینی نشانه‌های هویتی و فرهنگی ایرانی در قالی‌های تصویری دوره قاجار استفاده کرده‌اند و بدین شکل در کنار استمرار فرهنگی موفق به نوآوری گشته‌اند. به عبارتی از مفاهیم شفاهی و تجسمی سنت و هویت ایرانی در تصویرگری قالی‌ها استفاده کرده‌اند و بدین ترتیب ساختار قالی ایرانی با تصویرگری دوران قاجار هماهنگ شده است.

به سخی دیگر با جانشینی نقوش روایی به جای نقوش سنتی فرش ایرانی و همنشینی درست نشانه‌ها و تصاویر گوناگون از دوران‌ها و مکان‌های مختلف و استفاده از مفاهیم نمادین نقوش و حفظ عناصر اصلی قالی مانند متن، لچک‌های محرابی و حاشیه در قالی‌های تصویری، ساختار ظاهری قالی، بنا بر شرایط جدید تغییر کرده است. بهترین نمونه این امر قالی‌ها و قالیچه‌های محرابی این دوران است که در متن آنها نقوش روایی انسانی به جای نقوش سنتی گیاهی جایگزین شده است. بدین ترتیب طراحان و بافندگان این قالی‌ها توانسته‌اند پیوندی میان سنن اساطیری و اسلامی با دوران جدید قاجار و تحولات بینا فرهنگی رخ داده بین ایران و غرب، برقرار کنند و بدین شکل با خلاقیت خود موفق به نوآوری در تداوم هویت و فرهنگ ایرانی در قالی‌های تصویری شده‌اند.

جدول ۲- بررسی استمرار فرهنگی در نگاره‌های قالی‌های مضمون پادشاهی (ماخذ: نگارنده)

تصویر قالی	نشانه‌ها و متون هویت ملی و باستانی	نشانه‌ها و متون سنن اسلامی	نشانه‌های هم عصر قاجار	متون بینا فرهنگی
 (تناولی، ۱۳۶۸: ۱۴۳)	روایت داستان اسطوره‌ای، نمادهای باروی، تصویر شیر و خورشید و رویش آنها از شانه‌های پادشاه	داستان تخت سلیمان، نحوه نشستن پادشاه به شکل امامان در نقاشی‌ها	قالی محرابی، تزئین ستون‌ها، تخت طاووس، تصویر ناصرالدین شاه به جای هوشنگ‌شاه، لباس قرمز، تاج قاجاریان، خط نستعلیق	تصویرگری واقع‌گرایانه از متون غربی
 (تناولی، ۱۳۶۸: ۱۵۹)	روایت تصویر پادشاه تاریخی پیش از اسلام	قرار گیری پادشاه در سرتاسر بوم در میان نگاره های انتزاعی	قالی ترنج دار، لباس قرمز قجری، لباس- های رواج یافته در آن عصر	تصویرگری واقع‌گرایانه از متون غربی، لباس- های فرهنگی
 (ملول، ۱۳۸۳: ۱۵۴)	حضور درختان مقدس	پادشاه مسلمان شیعی، حضور درختان مقدس یا زندگی (طوبی)	قالی ترنج دار، متاثر از متن کتاب ملکم در سال ۱۹۷۶، خط نستعلیق در قالی	تصویرگری واقع‌گرایانه از متون غربی
 (تناولی، ۱۳۶۸: ۱۸۱)	اشاره به یکی از پادشاهان تاریخی ایرانی	پادشاه دوران اسلامی، قرار گیری پادشاه در محراب در میان گل و بته	قالی محرابی، لباس قرمز قجری، متاثر از متن عکاسی مظفرالدین شاه، خط نستعلیق در قالی، صندلی عصر قاجار	تصویرگری واقع‌گرایانه از متون غربی، صندلی فرهنگی
 (تناولی، ۱۳۶۸: ۱۸۷)	تاکید بر مقام پادشاهی به عنوان منبع باروری	پادشاه دوران اسلامی در قاب محرابی	قالی بته‌ای، تصویر ناصرالدین شاه قاجار در نقاشی‌ها و عکس‌ها	تصویرگری واقع‌گرایانه متاثر از فرهنگ تکثیر در غرب

۱. استیرلن، هانری (۱۳۷۷)، «اصفهان تصویر بهشت»، ترجمه جمشید ارجمند، تهران: فرزانه روز.
۲. بلعمی، ابوعلی محمد بن محمد بلعمی (۱۳۴۱)، «تاریخ بلعمی». به تصحیح محمدتقی بهار و به کوشش محمد پروین گنابادی. جلد اول، تهران: اداره کل نگارش وزارت فرهنگ.
۳. بهار، مهرداد (۱۳۷۸)، «پژوهشی در اساطیر ایران»، چاپ سوم، تهران: آگه.
۴. پارسادوست، منوچهر (۱۳۸۸)، «شاه عباس اول: پادشاهی با درس‌هایی که باید فراگرفت»، جلد اول، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۵. پرهام، سیروس (۱۳۷۴)، «طاق‌ها و ستون‌های بافته». مجموعه مقالات چهارمین کنفرانس بین‌المللی فرش ایران. ۵۲-۳۹.
۶. تناولی، پرویز (۱۳۶۸)، «قالیچه‌های تصویری ایران»، چاپ اول، تهران: سروش.
۷. توماچ‌نیا، جمال‌الدین و طاووسی، محمود (۱۳۸۵)، «نقش درخت زندگی در فرش‌های ترکمن»، گلجام، ش ۴ و ۵: ۲۴-۱۱.
۸. چیت‌سازیان، امیرحسین (۱۳۸۵)، «نمادگرایی و زیبایی‌شناسی در فرش ایران (از دوره صفویان تا پایان قرن سیزدهم هجری قمری)»، رساله دکتری رشته پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس.
۹. ذکاء، یحیی (۱۳۸۸)، «تاریخ عکاسی و عکاسان پیشگام در ایران»، چاپ سوم، تهران: علمی و فرهنگی.
۱۰. راهبار، ندا و خیابانی کناری، مهدی (۱۳۹۹)، «تحلیل ماهیت نشانه از منظر سوسور و فارابی»، مجله آموزه‌های فلسفی، شماره ۲۶، ۱۵۷-۱۷۰.
۱۱. رضائیان، علی (۱۳۷۴)، «خلاقیت و نوآوری، تهران: انتشارات طهوری.
۱۲. ژوله، تورج (۱۳۹۰)، «پژوهشی در فرش ایران»، چاپ دوم، تهران: یساولی.
۱۳. سجودی، فرزانه (۱۳۸۷)، «نشانه‌شناسی کاربردی»، تهران: علم.
۱۴. سوسور، فردینان دو (۱۳۷۸)، «دوره‌ی زبان‌شناسی عمومی»، ترجمه کورش صفوی، تهران: هرمس.
۱۵. سهیلی خوانساری، احمد (۱۳۶۸)، «کمال هنر: شرح زندگانی و آثار محمد غفاری کمال‌الملک»، تهران: علمی و سروش.
۱۶. شوالیه، ژان گریبان آلن (۱۳۸۴)، «فرهنگ نمادها»، ترجمه سودابه فضایی، جلد دوم، تهران: جیحون.
۱۷. صور اسرافیل، شیرین (۱۳۷۱)، «طراحان بزرگ فرش ایران: سیری در مراحل تحول طراحی فرش»، تهران: سروش (انتشارات صدا و سیما).
۱۸. عقیقی، رحیم (۱۳۸۳)، «اساطیر و فرهنگ ایران در نوشته‌های پهلوی»، چاپ دوم، تهران: توس.
۱۹. فرجی، محسن (۱۳۸۴)، «از مهراب تا محراب»، نصب شده در سایت علمی پژوهشی فرش ایران به دست آمده از URL 2. [دسترسی در تاریخ ۲۵/۹/۹۳].
۲۰. فرصت، محمد نصیرین جعفر (۱۳۶۲)، «آثار العجم، در تاریخ و جغرافیای بلاد و اماکن فارس»، تهران: فرهنگسرا.
۲۱. کالر، جانانان (۱۳۹۳)، «فردینان دو سوسور»، ترجمه کورش صفوی، تهران: هرمس.
۲۲. کدی، نیکی، آر (۱۳۸۱)، «ایران دوره قاجار و بر آمدن رضاخان»، ترجمه مهدی حقیقت‌خواه، تهران: ققنوس.
۲۳. کمالی، محمدرضا (۱۳۸۹)، «بررسی معماری دوره قاجار»، دو فصلنامه تخصصی دانش مرمت و میراث فرهنگی. سال پنجم، ش ۴، ش پیاپی ۵، ۴۷-۵۴.
۲۴. ملول، غلامعلی (۱۳۸۴)، «بهارستان: دریچه‌ای به قالی ایران»، تهران: زرین و سیمین.
۲۵. میرزائینی، سید محمد مهدی و بصام، سید جلال‌الدین (۱۳۹۰)، «بررسی نقش نمادین ترنج در فرش ایران»، فصلنامه گلجام، ش ۱۸، صص ۳۰-۹.
26. Malcolm, J. (1976), The History of Persia from the earliest period to the present time. Volume 1. London.
27. Meredith, Colin. (1971), Early Qajar administration: An Analysis of Its Development and Functions. Iranian Studies. Spring- summer 1961.
28. Rivkin, Julie and Ryan, Michael. (1998), (Editotrs), Literary Theory: An Antholog, Blackwell Publishers Inc.
29. URL 1: <http://toranjgraphi.ir/%D9%81%D8%B1%D8%B4-%DA%A9%D8%B1%D9%85%D8%A7%D9%86/>. فرش کرمان - ترنج گرافی.
30. URL2: <http://faradeed.ir/fa/news/2566>
31. URL 3: <https://memaar.online/%D8%A8%D8%A7%D8%BA-%D9%81%D8%B1%D8%AF%D9%88%D8%B3/>
32. URL4: <http://persiancarpet.blogfa.com/tag/%D9%85%D9%84%D8%A7%DB%8C%D8%B1>
33. URL 5: <http://www.eskenaseirani.com/fa/index.asp?p=pages&id=24>

Investigating the Innovation of Qajar Era Artists and Weavers in Continuing Iranian Identity and Culture

Elahe Imani,

Assistant Professor of Department of Carpet, Shiraz University of arts

Abstract

During the Qajar dynasty, a kind of transformation took place in the society that caused changes and growth in production, trade, and as a result, innovation in the use and designs of rugs. Among these innovations are pictorial rugs, which, unlike the abstract designs of Iranian rugs, had a theme and were hung on the wall. This study seeks to find out how rug artists and weavers have displayed the components of identity and culture in these pictorial carpets? The main purpose of this study is to find out how weavers and artists' innovation in these rugs continuity the Iranian identity and culture. Therefore, the research method of the present study is descriptive-analytical and the data has been collected from library resources. In this regard, from all the examples in this research, five kingdom themes have been selected and each of them has been studied with Saussure's structuralism analysis approach to examine the Paradigmatic and Syntagmatic axis of pictorial patterns instead of abstract patterns of rugs. Finally, it was concluded that artists and weavers, in addition to the Symbols and signs of the Qajar region, used mythical, historical, and intercultural symbols and replaced them with narrative motifs using different context instead of traditional motifs and accompanying them with the margin and general structure of Iranian rugs have led to the continuation of Iranian identity and culture in this type of rugs, thus innovation in their Paradigmatic and Syntagmatic axis succeeded in continuing the cultural identity in these rugs.

Key Words: Qajar Era , Pictorial Rugs Innovation, Identity and Culture

نمادهای مشترک میان آیین مهر و دین مسیحیت

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۳۱

کد مقاله: ۶۲۸۶۹

سمانه (ثمین) رستم بیگی^۱

چکیده

ایرانیان بیش از سه هزار سال است که شب یلدا -زاد شب ایزد فروغ را در شب ۱ دیماه -۲۱ دسامبر جشن می گیرند. این روز در مسیحیت مقارن با تولد مسیح است که در سده چهارم میلادی بر اثر اشتباه در محاسبه سال های کیبسه، به ۲۵ دسامبر تغییر یافت. در کلیساهای سرتاسر اروپا نشانه های بسیاری از دین مهر در سده های آغازین مسیحیت برجای مانده است. آیین مهر قرن ها نام فراموش شده ای در اروپا بوده و حتی در سده های پانزدهم و شانزدهم میلادی، باستان شناسان یادمان های کشف شده مهری را نمایانگر خدایان و قهرمانان افسانه ای رم می پنداشتند. لیکن در سالهای اخیر با مطالعه آیین مهر اشتراکات زیادی میان ویژگی های نمادین این آیین با دین مسیحیت به دست آمده است. این مقاله با این سوال که ویژگی های نمادین مشترک میان آیین مهر و مسیحیت در چیست؟ به این نتیجه نایل شد که اشتراکات این دو دین نه تنها در ظواهر نمادین که بعضا در مفاهیم پایه ای و مراحل سیر و سلوک نیز بسیار است. لیکن از آنجا که آباء کلیسا جهت رواج هرچه بیشتر مسیحیت راهی جز برانداختن و نابودی آیین مهری و عناصر آن نداشتند، از این رو بسیاری از نمادها و شعایر این آیین را با اندکی تغییر در شکل و یا در مفهوم وارد دین مسیحی کردند تا بتواند طرفداران پرشمار آیین مهری را به سوی خود جذب کند. از این رو برخی از شعایر کم کم چنان در مسیحیت رسوخ کرد که بخش لاینفک آن گردید. این پژوهش با استفاده از شیوه توصیفی- تحلیلی و با استفاده از فنون مطالعات اسنادی - کتابخانه ای و مشاهده انجام پذیرفته است.

واژگان کلیدی: آیین مهر؛ مسیحیت؛ نمادها و مضامین مهر؛ نمادها و مضامین مسیحیت.

۱- عضو هیئت علمی گروه پژوهش هنر، دانشکده علوم نظری، دانشگاه هنر، تهران، ایران

۱- مقدمه

بررسی های تاریخی نشان می دهد که آریایی ها از دوران باستان شب یلدا را گرامی میداشتند، از آن رو که این شب را شب "تولد مهر" می دانستند. شب نشانه تاریکی اهریمنی و روز نشانه روشنی ایزدیت چون شب یلدا بلندترین شب سال است که پس از آن روزها طولانی تر می شوند و روشنی بر تاریکی چیره می گردد. بعدها در میان پیروان زرتشت این اعتقاد دیده می شود که در این شب "سوشیانس" (منجی) به دنیا می آید. "یلدا"، واژه ای سریانی و به معنی "تولد" است. بررسی های انجام شده دال بر آنست که شب موصوف به یلدا، مفاهیمی همچون زایش، تولد، آفرینش، آمدن، ظهور و پدیداری را با خود به همراه داشته و با مترادف هایی از این دست ارتباط مستقیم دارد.

آیین مهر در امپراتوری روم مهمترین و گسترده ترین نظام دینی بود لیکن امروزه اطلاعات و آگاهی های اندکی از آن داریم. در سده هایی که آن را مسیحی می خوانیم، دین مهر دربرگیرنده ترین دین در جهان غرب بود. برای آباء کلیسا، دین مهر خاری در چشم بود و یادمان های آن از دوران امپراتوری روم حاکی از استقبال و پذیرش شگرف آن در میان مردم است. به عنوان مثال در کشور انگلستان که سیصد سال در دست رومیان بود، آن هم در دورانی که فرض شده مسیحیت در سراسر امپراطوری رخنه و نفوذ داشته، هیچ یادمان و نشانی از مسیحیت به دست نیامده است، حال آن که یادمان هایی که برای بزرگداشت و ستایش مهر برپا شده، فراوان دیده می شود. نفوذ آیین مهر در سرزمین های غربی و بقای ریشه های آن در مسیحیت و همچنین بقای آن به صورت نمادهای تصویری مهری که در ادوار بعدی تکرار و یا بازآفرینی شده اند، موید دربرداشتن چهارچوبهایی محکم در مبانی میتراپسم است که توانسته است با پذیرش تغییرات در مفاهیم و حفظ شکل و یا تغییر شکل با حفظ مفاهیم، به حیات خود تا زمان حاضر ادامه دهد. آباء کلیسا برای نابودی آیین مهر بسیار کوشیدند تا آنجا که بسیاری از طرفداران این آیین به قتل رسیده و بسیاری برای وفاداری به مسلک خویش طریق خفا پیمودند لیکن گسترش آیین مهر ادامه یافت. این امر باعث شد که آباء کلیسا با اخذ مظاهر مهری و وارد نمودن آنها به دین مسیحیت در صدد برآیند تا به واسطه برقراری قرابت های ظاهری و گاه حتی افزودن مفهومی همچون "پیامبر صلح و مهر و نجات بخش"، طرفداران را به سوی خود جلب کنند که البته این تمهید بی تأثیر نبود. این مقاله در نظر دارد که به بررسی ویژگی های مشترک میان آیین مهر و مسیحیت چه از نظر ظاهری و نمادین و چه از نظر تاریخی بپردازد. در این راستا از شیوه توصیفی - تحلیلی و از روش کتابخانه ای و مشاهده استفاده شده است.

۲- پیشینه تحقیق

تا قبل از برگزاری کنگره ی بین المللی مطالعات مهرشناسی اطلاعات زیادی در خصوص آیین مهر وجود نداشت. لیکن بعد از برگزاری دومین کنگره در ۱۹۷۵ و ویرایش اطلاعات مربوط به این آیین در دانشنامه بریتانیکا، کم کم مهر به عنوان یکی از قدیمی ترین آیین های ایرانی که در دوران امپراطوری روم در گستره ی وسیعی از اروپا طرفدار می یابد مطرح می گردد. گزارش های این دومین کنگره و مقالات آن در کتابی با عنوان دین مهر در جهان باستان توسط مرتضی ثاقب فر جمع آوری شده است. کم کم مطالعات در خصوص این آیین گسترش می یابد که از مهمترین تحقیقات پیرامون آن در میان پژوهشگران ایرانی می توان به کتاب در راه مهر ذبیح الله بهروز، جستارهایی درباره مهر و ناهید محمد مقدم، و پژوهشگران غیر ایرانی مارتین ورمازن باکتاب آیین میترا، فرانس کومون با کتاب متون و تصاویر تاریخی در باره رازهای میترا و اسرار میترا می توان اشاره کرد. این پژوهش به تطبیق این آثار و دیگر آثار متاخر جهت دست یافتن به تأثیرات این آیین بر دین مسیحیت و استفاده از شعائر و نمادهای آن در این دین می پردازد.

۳- روش تحقیق

این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه ای و اسنادی و به شیوه توصیفی تحلیلی انجام پذیرفته است و در مواردی تصاویر و شعائر نمادین دین مسیحیت و آیین مهری با هم تطبیق داده شده اند.

۴- اسناد مرتبط با مهرپرستی

کهن ترین سند مکتوبی که نام مهر، این خدای کهن بشری در آن به ثبت رسیده در الواح گلینی است متعلق به ۱۴۰۰ سال پ.م که به سال ۱۹۰۷ در شمال غربی آسیای صغیر، ناحیه ای به نام بغازکوی (در ۱۵۰ کیلومتری شرق آنکارا) پیدا شد که یکی از این لوح ها، نشان دهنده پیمانی میان هیتی ها و میتانی ها است (ورمازن، ۱۳۸۷، ۱۵). برخی از محققان مانند اولانسی، هینلز و گوردون، میتراپرستی در روم را جدا از مهرپرستی در ایران باستان دانسته اند. باید توجه داشت که این ادعا، منکر ارتباط با باورها و عناصر ایرانی و اخذ آنها از سوی میتراپرستان نیست. بنابر این نظریه، آیین مهرپرستی در آسیای صغیر به آیین سری میتراس در روم باستان تبدیل شده که اعتقاد به نقش ستارگان و مناسک سری آن در مهرپرستی شرقی دیده نمی شود. بنا به اعتقاد اولانسی، الهه ی میترا، همان پرسوس از خدایان آسمانی مناطق یونانی نشین آسیای صغیر است که بر اساس نماد آسمانی "صورت فلکی

پرسیاوش" در این مناطق پرستش می شده است. مهرداد اوپاتر، حاکم قدرتمند ایرانی تبار آسیای صغیر قرن اول ق.م، به احتمال قوی، میترا را با رب النوع پرسپوس پیوند داده است (اولانسی، ۱۳۴، ۱۳۸۷، ۱۳۶). بسیاری معتقدند دریازنان آسیای صغیر که بخشی از ناوگان جنگی مهرداد اوپاتر بودند، در انتشار این آیین در یونان و روم نقش مهمی داشته اند (ویدن گرن، ۱۳۷۷، ۳۱۴). «مهر، ایزد زرتشتی است که در طی مهاجرت خود به امپراطوری روم، دستخوش تحول و دگرگونی های بسیاری شد. از جمله این تغییرات یکی آن است که میترا، مانند دیگر خدایان موجود در روم، صاحب اسطوره تولد گشت. زیرا در سنت ایرانیان، اهوراها نه تولد می یابند و نه صاحب فرزند می شوند، ولادت و زایش میترا بسیار شگفت انگیز است، او به گونه ای رهایی بخش به دنیا آمده است. پیروانش افسانه هایی را در این خصوص بیان می داشتند که از لحاظ ساختار تنها می تواند در یک دوره چوپانی ساخته شده باشد» (رستم پور، ۱۳۸۲، ۹۹).

«دین مهر سراسر امپراتوری روم باستان را فرا گرفته بود و یادمان های آن هر سال در سراسر اروپا و آسیای آن روزگار به ویژه در شرق ایران (خاصه در قلمرو پادشاهی کوشان) دیده می شد. این جنبش فراگیر در سده سوم پیش از میلاد آغاز گردید که پژوهندگان در پی یافتن علل پیدایش آن هستند. قرن ها گمان می رفت دین مهری یک آیین رازآمیز است که از آیینهای "بغ" (یا ایزد مهر باستانی که در میان ایرانیان و مردمان خویشاوند پرستیده می شد) سرچشمه گرفته باشد. از این رو برای نامگذاری آن عنوان هایی مانند: "کیش مهری سکائی مادی شده" یا "کیش مهری اخیر" پیشنهاد و به کار برده می شد تا این که ذبیح ... بهروز در کتاب "تقویم تاریخ در ایران، از رصد زردشت تا رصد خیام، زمان مهرومانی"، نشان داد که "کیش مهری اخیر" که پانصد سال دین رسمی شاهنشاهی اشکانی و امپراطوری روم بوده با ظهور شخصیت تاریخی مهر آغاز شده است» (مقدم، ۱۳۸۰، ۱۴).

۵- همزمانی تولد مهر و مسیح و گسترده گی آیین مهر

در خصوص شخصیت، میلاد مهر و دوره تاریخی آیین او، روایات مختلفی در نوشته های تاریخی آمده است که گاه در تناقض با یکدیگر نیز هستند که در اینجا به نمونه هایی مهم از آنها اشاره می گردد. مقدم در کتاب خود تولد مهر را چنین می آورد «۶۵ سال پس از سلطنت اسکندر در سال ۳۳۶ پیش از میلاد بوده است» (در برخی روایت ها این سال تحت عنوان پیروزی او بر بابل یا به تخت نشستن او آمده است). به روایتی دیگر نیز تولد مهر در ۲۷۲ پیش از میلاد دانسته شده که مطابق با پنجاه و یکمین سال سلطنت اشکانیان بوده است. آمده است در روز آدینه پنجم فروردین، مادر مهر نوید می یابد و پس از ۲۷۵ روز "مهر" در نیمه شب میان شنبه و یکشنبه سوم و چهارم دیماه برابر با ۲۴ و ۲۵ دسامبر یعنی درست در روز تولد مسیح متولد می شود. پیش از آن که تاریخ راستین مهر پیدا شود گمان می کردند که میلاد مهر مطابق "زایش خورشید" و بازگشت آن از جنوب و آغاز زمستان است. «مقدم، ۱۳۸۰، ۹۴» به گفته افلاطون: «این ایزد نیرومند خورشیدی، در سراسر سرزمین هایی که از هند تا آشور گسترده بوده، ستایش می شده است. کومون درباره آیین میترا چنین می گوید: «دین مهر، نزدیک به چهار سده از زایش عیسی، کماکان پیروانی از ایرانیان و هندیان داشته است» (کومون، ۱۳۸۶، ۱۸). پورداوود در جستاری به نام مهر می نویسد: «از روزی که نام مردم آریایی نژاد در سرگذشت جهان آمده است از نام خداوند نگهبان آنان "میترا" یاد شده است» (پورداوود، ۱۳۲۶، ۱۳). اما در تشریح گسترده گی آیین مهر نظرات مختلفی وجود دارد که به برخی از آنها اشاره می شود. پلوتارک معتقد است که چند تن راهزن از اهالی سیسیلی در سال ۶۵ قبل از میلاد کیش مهر را در قلمرو روم پخش کردند. روشن است که در اثر جهان گشایی های اسکندر و سپس استقرار تمدن هلنیستی در دوران سلوکیدها و شاهان اشکانی و در نتیجه انواع جنگ ها و مراوده ها که بین ایرانیان و مردم آسیای صغیر و دیگر کشورهای امپراطوری روم در آن ازمه روی داد، آئین ایرانی مهر به تدریج به کشورهای آسیایی و اروپایی سرایت و گسترش یافت و از راه سوریه و بین النهرین و آسیای صغیر به روم رفت. در ۶۶ میلادی امپراطور روم نرون به وسیله تیرداد پادشاه ارمنستان به کیش مهر گرایید. در زمان دیوکلئیسین و گالریوس مهر خدای اول روم شد. کنستانتین کبیر قبل از قبول مسیحیت پیرو کیش مهر بود. امپراطوران روم در نقاط مختلف بارها معابدی به نام مهر ساختند یا معابد مهر را ترمیم نمودند. این معابد میتروم نام داشت. کیش مهر شمال افریقا، شبه جزیره بالکان (گویا غیر از یونان)، سواحل دانوب، داسیا (مجارستان کنونی)، زمین های اطراف رن، سرزمین گل، شبه جزیره ایبری و ایتالیا را فرا گرفت و تا جزیره بریتانیا و "دیوار هادرین" در شمال انگلند که دارای نقش هایی از مهر پرستی است پیش رفت (حکمت، ۱۳۴۰، ۲۹۳). به لحاظ جغرافیایی می توان گفت که این آیین پیش از ظهور مسیح در گستره سرزمین های غربی به ویژه اروپایی، پیروان بسیار داشته است. پس از گرویدن امپراطوری روم به مسیحیت به شدت با پیروان مهری برخورد شد و تصمیم بر نابودی این آیین گرفته شد که اسناد تاریخی آن موجود است (ورمازن ۱۳۸۷، ۳۴).

مایکل اسپایدل گسترش آیین مهر در رم را نیز به جهت ارتباط نزدیک ایشان با کوشانیان دانسته است. او در مقاله خود با عنوان "پارت و میتراپرستی ارتش روم" بیان می کند که مغان شهر دوراوپوس از افراد ارتش روم بوده اند، و بنابراین سربازان رومی مستقر در دوراوپوس، میتراپی را می پرستیده اند که همانندی زیادی با ایزد اشکانیان داشته و در واقع شکلی دیگر و نمونه ای قابل قیاس از میترا- مهر اشکانیان در سیاه روم بوده است (اسپایدل، ۱۳۸۵، ۵۲۹). فرانس کومون در فصل پایانی کتاب رازهای میترا می گوید: «آیین های رازورانه مهرپرستی در پیرامون سده سوم میلادی به اوج قدرت خود رسیدند و زمانی چنین می نمود که جهان چاره های جز پذیرش مهرپرستی ندارد». (کومون، ۱۳۸۰، ۲۸) جیمز فریزر در کتاب شاخه زرین از قول رنان نقل می کند

«تردیدی نیست که دین مهرپرستی رقیب وحشتناکی برای مسیحیت بود و به راستی زمانی معلوم نبود که از این رقابت و مبارزه ایمان به مهر پیروز خواهد آمد یا ایمان به مسیح» (فریزر، ۱۳۸۲: ۶۷۰) به عقیده ی مارسل سیمون حضور مذهب مهر در غرب با توجه به یادمان های باقی مانده از آن، به آغاز سده دوم میلادی باز می گردد و کومون اوج رواج آن را اواسط سده سوم می داند (سیمون، ۱۳۸۵: ۵۰۵).

ساموئل لاوکلیسه مرحله پیاپی برای شکل مهرپرستی در اروپا قائل می شود: «میترایسم سده پیش از میلاد لزوما میترایسم سده سوم میلادی نیست و سه نوع میترایسم به ترتیب عبارتند از ۱. میترایسم پیش از یونانی مآبی، یعنی مهرپرستی دین مزدایی که قبل از تماس با آیین رازورانه «مادربزرگ» در آسیای صغیر وجود داشته است. ۲. میترایسمی که به آسیای صغیر رسید و در آنجا تحت تأثیر الهه سی بل قرار گرفت، و ۳. میترایسم امپراتوری روم» یامائوچی آن را چنین تفکیک می کند: ۱. پرستش مهر در دوره پارتیان و دوره یونانی مآبی و ۲. آیین رازورانه ی میترا در امپراطوری روم (ثاقب فر، ۱۳۸۵: ۱۴). به گمان ثاقب فر، در جامعه اشکانی، همانند هخامنشی، مدارای دینی کاملی وجود داشته، و از این رو فرقه های دینی گوناگونی رشد کرده اند، ولی گرایش برخی از پادشاهان اشکانی به مهرپرستی بیشتر بوده است. مک داول نیز در مقاله خود نظر فوق را تأیید می کند. او به نقل از استرابو می گوید در سده یکم میلادی، در ایران هلیوس که به آن میترا می گویند پرستش می شود. و سپس می افزاید: سلسله پادشاهان کوشان، معیار واحدی برای مسکوکات در آسیای میانه و افغانستان و ایالات هندی با فقط یک نوع سکه مسی در نظر گرفت که بر روی آن سر تابان میترا و بر پشت آن شاه کوشان با کلاه فریگی (کلاه مهری) در حال نشسته حک شده بود. دسته سه تایی "اهورامزدا، میترا و آناهیتا" ظاهراً به عنوان مذهبی محبوب و فراگیر در زمان اشکانیان در ایران حفظ شده بود آ.د.ه. بیوار مذهب مهرپرستی رومی را آمیزه ای از عناصر ایرانی بسیار کهن - و در واقع ماقبل زرتشتی - با آیین هولناک ایزد بابلی "نرگل" دانسته و مهرپرستی رومی را مرتبط با ایزد مرگ به شمار آورده است (ثاقب فر، ۱۳۸۵: ۱۱ و ۱۵).

۶- سرشت آیین مهر- میترا و پیوند نمادهای آن با دنیای مسیحیت

در تعریف مهر در دانشنامه بریتانیکا (۱۹۷۵) چنین آمده که بنا به اسطوره، خدای خورشید پیک خود، زاغ را به سوی میترا فرستاد و دستور داد گاو را بکشد اما هنگام مرگ گاو، معجزه ای رخ داد و گاو سپید تبدیل به ماه شد. و آنگاه ردای میترا به گنبد آسمان با ستارگان درخشان و اختران بدل شد و از دم و خون گاو، نخستین خوشه ها و انگور پدید آمد. از اندام تناسلی جانور نطفه مقدسی سرازیر شد که به درون کاسه آمیزنده ای ریخت. هر آفریده ای بر روی زمین از ترکیب نطفه مقدس شکل گرفت. یک سرود میترای چنین آغاز می شود: «تو با ریختن خون ازلی ما را رستگار کردی». پس از قربانی کردن گاو، میترا و ایزد خورشید با هم ضیافتی برگزار کردند. گوشت و نان خوردند و باده نوشیدند. آن گاه مهر سوار بر گردونه خورشید شد و با او سراسر دریای بیکران را در میان هوا پیمود تا به پایان جهان رسید. خونی که مهر بر زمین ریخته است و همه زمینیان را رستگار کرده است مشابهت بسیاری در تفکر مسیحی با جاری شدن خون مسیح و تاوان دادن او برای گناهان کافران و رستگار کردن ایشان دارد (ثاقب فر، ۱۳۸۵: ۶). بعد از کشتن گاو، روح او به آسمان می رود و از آن جا بر گله ها نظارت و پاسبانی می کند و در زمین زندگی تازه ای آغاز می شود (بهار، ۱۳۷۵: ۳۲) که مشابهت با عروج مسیح دارد. «هنگام تولد مهر، دو چوپان برای پرستش وی می آیند که برخی آن دو را کوتس و کوپاتس می خوانند که در دو طرفش با دو مشعل ایستاده اند. یکی مشعلی سوی آسمان گرفته و دیگری مشعلش به سوی زمین سرازیر است. بیرون آمدن میترا از دل سنگ، اشاره به تولد خورشید است. آن که مشعل سوی آسمان دارد، کنایه از طلوع و آن که مشعلش به سوی زمین نگون است، کنایه از غروب است» (هینلز، ۱۳۸۶: ص ۱۲۴). در کتاب عهد جدید نیز ذکر شده است که مسیح پس از تولد مورد ستایش چوپانان و شبانان قرار گرفت و همواره او حامی، سرور و راهنمای ایشان است. همچنین دوازده صورت برج فلکی که از یاران میترا بودند در فرهنگ مسیحی تبدیل به دوازده حواری عیسی مسیح شده اند. از سوی دیگر می توان نقش "میانجی" (یا شفاعت کنندگی) و نقش "منجی" بودن مهر را نیز به عنوان یکی از صفات بارز مسیح نیز نام برد (دوشن گیمن، ۱۳۷۵: ۳۰۷).

۷- نمادها و شعائر مشترک میان آیین مهر و دین مسیحیت مهرابه ها

یکی از نمادهای مهری خرابات یا مهرابه / گاباره است که در توضیح آن چنین آورده اند: «شکاف کوه است و از شکافتن، کافتن، کاویدن است. اصحاب کهف مهریان گاباره نشین بوده اند» (کومون، ۱۳۸۶: ۳۱). مهرابه ها تالاری به شکل مستطیل بودند همانند پلان مستطیل کلیسا ها که بدان بازلیکا می گویند. شکل آن هم نمادین و نوعی تمثیل است. مهراب مهمترین قسمت یک مهرابه بود. نزدیک غار آب روانی باید می بود و سقف و گنبد غار را که نمادی از آسمان بود به صورت قوسی بنا می کردند و یکی از شروط بنای غار تاریکی آن بود. «غار نشانه گنبد آسمان است و به همین علت طاق مهرابه معمولاً محدب و مزین به ستاره های مصنوعی است (ورمازن، ۱۳۸۷: ۵۹). در قرن چهارم در بسیاری از نقاط کلیساها درست بر روی مهرابه ها بنا شده اند تا بدین گونه بر پیروزی حقیقت بر تقلید شیطانی (به زعم مسیحیان) آن تأکید ورزند، که نمونه های بارز آن در رم، کلیساهای سان کلمنته، سانتا پریسکایا سان استفانو و توندو هستند. علاوه بر شباهت های یاد شده می توان به وجود سنگاب در مدخل مهرابه ها اشاره کرد

که امروزه معمولاً همانند آن را در مدخل کلیساها می گذارند که مومنان هنگام ورود به نشانه تطهیر، انگشت خود را در آن فرو می برند به عنوان مثال می توان به زیرزمین کلیسای سنت کلمنت اشاره کرد که در آن مهرابه ای موجود است که از زمان حضور و گسترش آیین مهر در اروپا باقی مانده است. وجود این مهرابه همچون مهرابه های دیگر در زیرزمین و در خفا اشاره ایست به ممنوعیت این دین پس از ظهور مسیحیت و آزار و اذیتی که مسیحیان بر پیروان این آیین وارد آوردند. این غارها و مهرابه ها در مناطق مختلف وجود دارند. از آن قبیل می توان به مهرابه مشهور کلیسای سنت پریسک رم، مهرابه نزدیک والبروکر شهر لندن، مریدا (مریده) در اسپانیا، مهرابه دویچ آلتن بورگنزدیک وین و مهرابه سارمیز گتوزا در رومانی را نام برد (ورمازن، ۱۳۸۷، ۲۲۱).

۷-۱- حیوانات و اشکال نمادین

در پرده نقاشی شده درمهراب سنت پریسک متعلق به ۲۲۰ م عناصر تصویری به کار رفته که با عناصر ایرانی مشابهت دارد. روی پرده دیوار سمت راست، مراسم قربانی گاو، خوک و قوچ نقش شده است. در راس موبک مردی آگاه به اسرار دین مهری که هدایت کننده بقیه است و به همین علت لقب شیر به او داده شده دیده می شود. شخص دیگری در دنبال مرد، در حالی که افسار سپیدی را در دست دارد و سپس "شیری" که حامل "خروسی سفید" رنگ است و لباسی کوتاه بر تنش است، قرار دارند. در پشت اینان مردی خمیده قامت نقش شده است که بره ای را به جلو هدایت می کند. و در آخر صف نیز شیر "حامل پیروزی" و شیر "عطیه خدانودی" "شیر درخشان" یا "فوبوس" و "شیر خندان" یا "گلاسیوس" قرار دارند و هر کدام به ترتیب حامل کوزه و خوک هستند. ورمازن درباره خروس در این نقشه ضمن اینکه خروس را "پرنده ایران" معرفی می کند و خروس سفید را در ایران به عنوان هدیه به اهورامزدا و میترا و پرنده مقدس زرتشیان می داند، چنین می نویسد: «چنانکه گفتیم، به نوای خروس، خاصیت راندن شیطان را منسوب می کردند. موبد نکته مزبور، متون سنگ نوشته هایی است که تشرف به اسرار دینی را در سحرگاهان توصیه کرده اند» (ورمازن، ۱۳۸۷، ۷۵). از این رو می توان چنین گفت که به دلیل آنکه در اوستا میان "خروس سپید" و "ایزد سروش" روابطی بسیار محکم وجود است، حضور نقش خروس در نقاشی های میتراپی خود دلیلی است که سروش همان ایزد یا خدای نقاشی های اروپایی است که هنگامی که مهر سوار بر گردونه خود تازان از افق نمودار می شود طرف راستش سروش که همان "کوت" (کوتس) و طرف چپش رشن که همان "کوتوپات" (کوتوپاتس) است قرار دارند که موبدی بر استفاده از ایزدان ایرانی در نقوش مسیحی است.

الف- کلاغ: در آیین مهر به عنوان اولین مرتبه از مراتب تشرف به این آیین مطرح است. در همگی نقش برجسته های مهری این موجود به تصویر در آمده است. در مهرپرستی اروپایی مهر به چهره یک انسان در آمده است. در سنگ نگاره های مهرابه های کهن اروپا که اکنون همگی کلیسا شده اند، کسی در میان شب و روز در حالی که سر خود را به سوی پرنده ای که از سوی روز و روشنایی به پرواز در آمده بر می گرداند و گاوی را با خنجری که در دست دارد قربانی می کند (گربران، ۱۳۸۳، ج ۴، ۵۸۲).

ب- شیر یا شیرمرد: که با آتش در ارتباط است. و نمادی از خورشید و به غایت درخشان، شیر به معنای سلطان حیوانات و سرشار از فضایل و رذایل ناشی از مقامش یعنی در عین قدرت و عقل و عدالت، دارای غرور و خودپرستی است که مابین این دو قطب، مفاهیم بی شماری نهفته است. در این مرحله آزمون فرد مهری دیگر مربوط به تحمل ریاضت ها و شکنجه های بدنی نبوده و او خود قدرت فهم اسرار را یافته است. او نماد پدر، معلم و یا شاهی است که از شدت قدرت می درخشد و در عین حال مستبد و جبار است. شیر در عین حال در همه فرهنگ ها به جهت دربرداشتن معنای حامی و پدر نمادی از بزرگان دینی است به عنوان مثال: مسیح؛ شیر یهودا، بودا؛ شیر شاکیه و حضرت علی؛ شیر خدا لقب داشتند که به معنای اقتدار و نیروی شکست ناپذیر ایشان است. شیر نماد عدالت و ضامن قدرت های مادی و معنوی است از این رو مرکوب و تخت بسیاری از شاهان و خدایان بوده، همچون تخت سلیمان، تخت شاهان فرانسه یا اسقفان قرون وسطی (گربران، ۱۳۸۳، ج ۴، ۵۸۲). شیر همچنین نشانگر برج اسد و نشانه فصل تابستان است. این نماد نشان دهنده مرحله چهارم از مراتب تشرف به آیین مهر است. این نماد قدرت در مسیحیت و انواع تزئینات مربوط به کلیسا و به عنوان نماد مرقس، یکی از چهار مبلغ مسیحی به کار رفته است.



تصویر ۱. زاده شدن مهر از درخت کاج (مقدم، ۱۳۸۰، ۱۲۸)

ج- درخت کاج- کریسمس: درخت کریسمس پیشینه در مهرپرستی ایران دارد. درخت سرو و کاج در ایران باستان مقدس بودند. در علم عزاداری شیعه سرو همچنان نماد میتراپی است. در تصویر ۱ مهر را می بینید که از درختی زاده می شود. به همین دلیل امروزه مسیحیان درخت کریسمس را تزئین می کنند.

از نقطه نظر سیمون دین میترا، حتی پیش از صلح کنستانتین، توجه برخی از نویسندگان کلیسا را جلب کرده بود. به نظر ترتولین، و نیز ژوستین شهید، آیین های صوفیانه و رازورانه کافران و به خصوص مترپرستی نمایانگر جعل شیطانی از عقاید و آیین های مسیحی بودند:

«شیطان نیز کسانی را که به او باور دارند و مومنان به خود را غسل تعمید می دهد: او به ایشان وعده می دهد که با این غسل گناهانشان پاک خواهد شد. و من باز میترا را به یاد می آورم که بر پیشانی سربازانش نشان می گذارد. او نیز نذر نان(مقدس) را گرامی می دارد و مراسم آن را برگزار می کند. او تصویری از رستاخیز مردگان(روز قیامت) ارائه می کند و زیر شمشیر دودم تاج را بازخرد می کند.(بازخريد گناهان از سوی مسیح در مسیحیت). این سخنان را سیمون به جهت آن نقل می کند که اظهار دارد دین مهر تقلیدی عمدی از مسیحیت دارد(سیمون، ۱۳۸۵، ۵۰۳). آن چه اهمیت دارد آنست که ترتولین که با لفظ یهودیت و مسیحیت از این دو دین یاد می کند هنگام سخن گفتن از کیش مهر از اصطلاح میترای مقدس استفاده کرده و به شباهتی دقیق میان شعائر و فرائض اساسی کلیسا مانند غسل تعمید، کریسماسیون(نقش کردن برخی حروف نام مسیح)، تقدیس نان و شراب(به عنوان گوشت و خون مسیح) با آیین عشاء ربانی میترای اشاره کرده و آن ها را افشا می کند. در همین راستا نیز ژوستین نیز بدین گونه از عشاء ربانی و تقدیس نان و شراب سخن می گوید: «شیطان شرور از این نهاد(کلیسا) در آیین های میترای تقلید کرده اند. در مراسم تشریف، تکه ای نان و پیاله ای آب به نوکیش می خوراندند و دعاهایی که می دانید یا می توانید بدانید می خوانند.» گواهی ژوستین از آن لحاظ جالب تر است که مربوط به زمانی است که آیین مهر هنوز به مذهب رسمی امپراتوری تبدیل نشده است (ثاقب فر، ۱۳۸۵، ۱۷).

د- آب و ماهی: نکته حائز اهمیت دیگر تقدس آب در آیین مهر، و وام گیری این مفهوم از سوی دنیای مسیحیت می باشد. عده ای بر این باور بودند که مادر میترا، آناهیتا(ناهید) در آب از تخمه زرتشت بارور شده است. تخمه یا نطفه زرتشت در آب دریاچه هامون نگهداری می شد، پس مسیحای مژده داده شده باید از آن تخمه بیرون آمده باشد. نمادهای مهری، پیوند خاصی با آب دارند، همانند بارور شدن دوشیزه در آب و بارور شدن صدف و پروراندن مروارید در آب باعث شده است که پیروان میترا تصور کنند که میترا چون مروارید از میان صدف زاده شد و نیز چون تخمه یا فر زرتشت در آب نگهداری می شد به نظر می آید جای نگهداری آن را در گل آبی نیلوفر می دانستند و از این رو نیلوفر با دین مهر بستگی دارد. نیلوفر و صدف دو نماد برجسته آیین میترا است. اما بر اساس نقش ها و تندیس های موجود در پرستشگاه های مهری بهترین نماد در خور نگهداری و پروراندن تخمه در آب، دلفین بود پس می تواند از میترا در آب نگهداری کند(رستم پور، ۱۳۴۴، ۱۰۰). تأثیرگذاری این تقدس آب را می توان در غسل تعمید مسیحیان مشاهده کرد. غسل تعمید مسیحیان در حقیقت ریشه ای میترای دارد که مطابق آن مهرپرستان، نوباوگان و نوآموزان دینی را با غسل، غسل می دادند و وارد دین مهر می کردند. از این رو جانورانی چون دلفین و ماهی از نمادهای مهری و مقدس به شمار می آمده و در مهرابه ها می توان به نمونه هایی از آنها اشاره کرد(تصویر ۲). ماهی یکی از نشانه های میترای است که در سده های اولیه ی مسیحیت به عنوان نشانه عیسویان شناخته شد. ماهی در نقش نماد آب با ایزد بانوی آب ها "آناهیتا" همراه می شود و به عنوان مظهری از برکت و باروری نقشی مقدس می یابد و در جایی دیگر، دو ماهی نقش نگاهبان ریشه های درخت زندگی را که در درون آب ریشه دوانده است، بازی می کنند. مسیحیان ماهی را نماد رستگاری، تبلیغ مسیحیت و همچنین عروج عیسی می دانند؛ از حواریون گاهی با عنوان "ماهیگیران انسان" یاد می شود. حروفی که در زبان یونانی کلمه ماهی را تشکیل می دهند می توانند به مخفف عبارت "عیسی مسیح پسر خدا و ناجی" تعبیر شوند. به طرفداران مسیحیت لقب "پسیکولی" داده بودند که در لاتین به معنای ماهی است. در زمان استیلای امپراطوری روم ماهی نمادی بود که مسیحیان برای شناسایی یکدیگر از آن استفاده می کردند بدینصورت که وقتی دو مسیحی به یکدیگر می رسیدند یکی از آنها نمادی به شکل یک پارانتز باز در آسمان می کشید و نفر دوم اگر مسیحی بود با یک پارانتز بسته شکل ماهی نفر اول را تکمیل می کرد و به اینصورت آن دو مطمئن می شدند که هر دو مسیحی هستند. شکل ماهی روی انگشتر پاپی نیز دیده می شود. از سویی دیگر عده ای معتقدند که "ماهی" سمبلی بوده است که قرن ها قبل از مسیحیان توسط پگانیستها مورد استفاده قرار گرفته است: ماهی نماد "الهه مادر طبیعت" بوده و یا به عبارتی، نماد واژن جنس مونث بوده که به عنوان یکی از سرچشمه های زایش مورد پرستش بوده است. شکل ماهی از دو هلال ماه تشکیل می شود که در جهت مخالف کنار هم واقع شوند و می دانیم که "ماه" مونث و الهه در مقابل "خورشید" مذکر و خدا قرار داشت (البته در آیین پگانیسم)(تصویر ۲).



تصویر ۲. نقش ماهی بر نقش برجسته ی مهرابه (مقدم، ۱۳۸۰، ۱۱۵)

ماهی نمادی اولیه برای عیسی مسیح و به معنی غسل تعمید، عشاء ربانی، شام آخر، رستاخیز و جاودانگی است. استفاده از نماد ماهی به دلیل کلمه یونانی ichthys بوده به معنی ماهی ست که چرا که عقیده داشتند که این واژه از حروف اولیه واژه های عیسی I مسیح Ch فرزند Y خدا T و منجی S تشکیل شده است. در عید پاک هم در سفره ارامنه حتماً باید ماهی باشد همچنین ماهی نمادی از پتروس بزرگ ترین حواری مسیح است (دیکران زهرایان، ۱۳۸۱، ۸).

در کنار مراسم تعمید مراسم "عشاء ربانی" یعنی در آمیختن با جسم خداوند از طریق خوردن نان و شراب (به مثابه گوشت و خون خداوند مهر) در مهرپرستی اجرا می گردید که شباهت فراوان با نظیر این آداب در مسیحیت دارد. میترا آن گاو را ذبح کرد تا پیروانش بتوانند گوشتش را بخورند و خونسش را بنوشند؛ همان گونه مسیح(ع) نیز به روایت انجیل در شام آخر نان و شراب تقسیم

کردوگفت: «اینرا بخورید که گوشت من است واین رابیاشامید که خون من است». مهری ها معتقد بودند که صرف گوشت و خون گاو، حیات تازه‌ای به فردمی‌بخشد و تنها نیروی جسمانی را افزایش می‌دهد، بلکه روان را هم تصفیه می‌کند و به هنگام رستخیز در فروغ ابدی، اثر مفیدی می‌گذارد. به عقیده برخی محققان میتره با قربانی گاو می‌خواست با او وحدت عرفانی برقرار کند. مسیحیان نیز با خوردن نان و شراب مخصوص در کلیسا، به طور نمادین گوشت و خون مسیح را می‌خوردند و با او اتحاد برقرار می‌کنند (نامه اول پولس به قرنتیان، فصل ۱۰ و ۱۱).

برخی خوردن آب "زور" و نان "درون" در نزد زرتشتیان را نیز از بقایای مهر پرستی می‌دانند که به مراسم عشاء ربانی شباهت دارد. باید افزود که تعطیل روز یکشنبه که هنوز در زبان انگلیسی روز خورشید نام دارد و جشن گرفتن روز تولد مهر (روز ۲۵ سامبر) و پیروی از صلیب و نواختن ناقوس و نوازندگی به هنگام دعا خوانی نیز از مهر پرستی به کیش مسیح منتقل شده است. برخی معتقدند که نمی‌توان مدعی شد که این مراسم را مهر پرستان از ترسایان گرفته اند زیرا حتی خود آباء کلیسای مسیح چنین ادعایی نداشتند (ویل دورانت، کتاب سوم، جلد سوم، ص ۱۳۱). آن ها مانند قدیس ژوستن شهید در کتاب "مدیحه" و تروتولین معروف مسیحی در کتاب اقوال ملحدان بر آنند که این شعبده شیطان است که مسیحیت آن را چنین به مهر پرستی شبیه ساخته است (آنشلن، ۱۹۵، ۱۹۶). از دیگر مراسم مشابه میان آیین مهر و مسیحیت مراسم شام آخر می باشد. در برخی تصاویر متعلق به مذهب مهر، در صیافتی که شب آخر حضور میتره به افتخار او برپا شد، علاوه بر دو خدمتگزار، ده نوجوان دیگر هم حضور دارند که مجموعاً دوازده نفر می‌شوند؛ که با تعداد حواریان حضرت مسیح (ع) در شام آخر برابر است.

۵- چلیپا: از دیگر نشانه های مهری وجود چلیپا (یا صلیب) است و در چهار گوشه جهان دیده می شود که نشان مهری و ظاهراً نماد آشتی بزرگ جهانی بوده که تصویر آن را هم روی گرده های نان مخصوص "بزم مقدس" (بگماز زرتشتی و شام آخر مسیحی) می توان مشاهده کرد. چلیپا نماد «هوآشتی» یا «آشتی بزرگ» (صلح اکبر) و برادری و یگانگی میان همه جهانیان است (مقدم، ۱۳۸۰، ۴۲). میتره آخر سر بر گردونه خورشید سوار شد و به آسمان عروج کرد (ورماژرن ۵۸، ۱۳۸۷) و چه بسا از آنجا «صلیب» به عنوان نماد گردونه خورشید، در آیین مهری و بعدها به عنوان وسیله عروج مسیح (ع) در آیین مسیحیت مورد تقدیس و احترام قرار گرفت. گردونه مهر یک چلیپا با شاخه های ۹۰ درجه به سمت راست یا چپ است که معمولاً با جهت افقی یا گوشه هایی با زاویه ۴۵ درجه می باشد. در شکل هندویی نقطه هایی در هر ربع آن قرار می دهند. واژه ی سواستیکا از سانسكریت می باشد و آمیزه ای از سو (خوب) و استیکا (است یا هست) می باشد. به قولی در ایران باستان چنین نشانه ای را گردونه مهر می گفته اند که گردونه ی خورشید نیز نامیده می شده است. گروهی از محققان بر این باورند که این نشانواره نمادی از خورشید است که به مرور تغییر شکل داده شده است. گروهی نیز بر این باورند که در جوامع نخستین، مردم به آتش، احترام می گذاشتند و این نماد، نقشی از ابزار ابتدایی برای به دست آوردن آتش بود. بختورتاش نیز در تأیید همین امر چنین می گوید: «در گذشته از سایش دو چوب بر هم نهاده، چلیپاوار، یا پاره های سنگ آتش به وجد می آمد، به همین دلیل بیشتر پرستش گاه ها و آتشکده ها به صورت چلیپاگونه ساخته شده اند» (بختورتاش، ۱۳۴۴، ۳۰). آنچه در میان تفاسیر مختلف پیرامون معنا و مفهوم گردونه مهر مورد توجه قرار می گیرد، علاوه بر مفهوم نماد خورشید، مهر یا آتش، اشاره این گردونه به آخشیش های چهارگانه (آب، آتش، خاک و باد) است که ممکن است نماد گردونه مهر نشان از آنها باشد. «از آنجا که چلیپا به معنای خورشید است و در اوستا مهر ایزد فروغ و روشنایی و عهد و پیمان و دلیری است و مرتبط با خورشید، می توان چنین نتیجه گرفت که چلیپا نیز یکی از نمادهای مهر است» (باقری، ۱۳۸۷، ۱۴۳).

و- کلاه: مسیحیت نه تنها همه آیین های مهر پرستی را از آن خود کرد، بلکه حتی از تاریخ زایش مهر، از لقب "پدر پدران مهری" (پاپ امروزی) و از کلاه مهری نیز نتوانست بگذرد و می دانیم که در گذشته پاپ ها و امروزه اسقفان مسیحی کلاه مهری بر سر می گذارند و به آن نیز در زبان های اروپایی میتره می گویند، همان گونه که بابائوئل ها نیز در جشن میلاد مسیح- مهر در ۲۵ دسامبر کلاه سرخ رنگ نوک برگشته مهری بر سر می گذارند و همانند مهر ردای سرخ می پوشند. همان گونه که در ایران نیز زرتشتیان سه بار نماز روزانه خود را در سه نوبت طلوع، اوج (ظهر) و غروب ایزد مهر (خورشید) و به سوی مهر برگزار می کنند که به گونه ای مورد تقلید مذاهب دیگر نیز قرار گرفته است، و این همه نشان از قدرت مهر دارد (ثاقب فر، ۱۳۸۵، ۲۰). الئونوردورنر نیز در مقاله خود با عنوان «خدای کلاه به سر» چنین بیان می کند که: «از زمانی که میتر (مهر) در آسیای صغیر و اروپا مورد پرستش قرار گرفت، بر اساس تمامی شواهد و مدارک موجود، کلاهی همانند کله کنونی پاپ به سر داشته که طراحی آن بر اساس هنر ایرانی بوده است، این کلاه با گذشت زمان، به کلاهی نرم تغییر شکل یافته و نماد آسیای صغیر شده است. این ویژگی چنان شهرتی یافته که ووست نیز درباره اش چنین می گوید: «کلاه فریگی مخصوص خدای کلاه به سر است.» دورنر چنین می افزاید که هیچ یک از ایزدان باستانی یونان چنین کلاه آراسته ای نداشته اند. ژوپتر و نپتون با موهای مجعد و آراسته مجسم شده اند. تنها مریخ (بهرام) به عنوان الهه جنگ کلاه خود داشته است. مرکور (عطارد= تیر) گاه با کلاهی سفری یا فضایی توصیف شده است. کلاه در میان یونانیان و هنرمندان ایشان همیشه به عنوان یک نماد شرقی مطرح بوده است، مانند پاریس (در ایلیاد هومر) که به عنوان شاهزاده ای شرقی شهرت دارد. کلاه به سر بودن اودیسه (در حماسه هومر) نشانه آنست که او نیز در کشتی زندگی همانند دیگران سرگردان است. کلاه مهری یا فریگی در میان ملوانان مدیترانه محبوبیت بیشتری داشت و تا قرن نوزدهم نماد سنتی ایشان بود. فرزندان زئوس (ژوپتر)، که ملوانان آن ها را بسیار دوست دارند، نیز معمولاً با کلاه ترسیم شده اند. در میان کشورهای

مستقل آسیای صغیر، ایزد مهر (میترا) در نقش برجسته‌ها و تندیس‌های شاهان کوماگنه (کومازن) که جامه‌های ایرانی به تن دارند دیده می‌شود.



تصویر ۳. سکه آنتیوخوس ششم
(مقدم، ۱۳۸۰، ۱۱۰)

در مجسمه یافته شده در آرسامیا، میترا کلاهی به سبک ایرانی به سر دارد، کلاهی نسبتاً بلند که نوک آن کمی به سمت جلو کج شده است. همچنین تصویر او در یادمان‌های نمود داغ بر روی نقش‌ها و کتیبه‌های دیکسیوسیوس همراه شاه آنتیوخوس که تاجی همانند او به سر دارد دیده می‌شود. در اغلب تصویرها در پشت کلاه قرص خورشید به چشم می‌خورد. به این ترتیب، ترکیبی از مهر ایرانی و تاج ایزد خورشید به نمایش گذاشته شده است (دورنر، ۱۴۶، ۱۳۸۵-۱۴۸) (تصویر ۳)

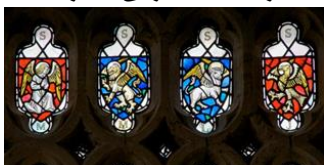
ز- هاله دور سر: هاله نور که ایزدان و برخی از فرمانروایان بر دور سر دارند نمادی از فره است. هاله تقدس، جلوه و ذات پروردگاری در چهره اشخاص است که سبب نورانی شدن و قداست آنها شده است. تعبیر گوناگون هاله تقدس عبارتند از: انرژی الهی، نورساطع شده از تقدس، فره، دایره شکوهمند، فضیلت، صدور قوه حیاتی موجود در سر، نورمتعالی معرفت، قدرت، نبوغ. به این ترتیب می‌توان دریافت که هاله نور در اساس، چه در مورد انسان‌ها و چه ایزدان، همواره با نیروهای فوق طبیعی و سماوی در ارتباط بوده انداز یک تفکر انتزاعی و اساطیری-مذهبی برخاسته و در تصاویر، میان این امر معنوی، با وجود مادی و انسان نمایانه خدایان، ارتباطی پذیرفتنی ایجاد کرده است. نور، آتش، خورشید، چلیپا، حلقه اقتدار، دایره، سیمرغ، شاهین، مروارید، گل لوتوس از نمادهای فر می‌باشند. اکثر این نمادها در ارتباط با آسمان و گردش زمان و کیهان است و به عالم ماورا اشاره دارند (الهی، ۱۳۸۲، ۳۵). داریوش شایگان در این خصوص معتقد است که نورالانوار که از مشرقی به مشرقی دیگر، روشن کننده عوالم است و برآمدن و طلوعش در هر مقام و مرتبه‌ای در حکم نوعی کشف است و نوری که از اعماق هویت الهی برمی‌خیزد، و از آغاز پیدایش جهان تا پایان استحاله آن، دست اندرکار و فعال است، همان خورنه اوستا است. نقش این نور در جهان‌شناسی و انسان‌شناسی مزدیسنا نقش اساسی دارد. هاله، آتش زندگی بخش، فرشته شخصی و عظمی بوده و تقدیر هر موجودی در این نور نهفته است. به منظور عینیت یافتن فر و نمایش آن به عموم مردم، در شمایل‌های مقدس، این نور را به صورت هاله‌ای درخشان تصویر می‌کنند که گرد سر شاهان و روحانیون مذهب مزدیسنا حلقه زده است و همین تصویر است که به چگونگی نمایش تصاویر بودا و نیز به شیوه نگارگری چهره‌های آسمانی در هنر آغازین مسیحیت (بیزانس) منتقل شده است (شایگان، ۱۳۹۲، ۲۲۱). فر به شکل خورشید و حلقه نورانی مدوری در اطراف سر قدسین دیده می‌شود. دایره، نمایشگر حرکتی نامتناهی و جاودانه است که آرامش ایجاد می‌کند (سکینه و خورنه). دایره سمبل روح است و افلاطون نیز روح را مانند یک کره وصف کرده است (یونگ، ۱۳۵۲، ۳۹۴). نماد دایره، در پرستش خورشید، نزد اقوام ابتدایی و مذاهب جدید، در اساطیر و روایا، مانداها، نقشه‌های شهرها و طرح‌های کروی منجمان قدیم، همواره به حیاتی‌ترین جنبه زندگی که تمامیت نهایی آن است، اشاره دارد (همان، ۳۷۹). در مهریشت آمده است که دور سر مهر را هاله‌ای زرین فراگرفته و بر فراز کوه هرابرزایی (البرز) می‌درخشد و از آنجا سرزمین آریایی را نظاره می‌کند (ورمازن، ۱۳۸۰، ۹۴). تاج خار مسیح، همان هاله خورشیدی است که به صورت مادی خود را نشان می‌دهد و از عالم ملکوت به عالم ناسوت تغییر وضعیت پیدا کرده است (غراب، ۱۳۸۴، ۲۵). این نکته که اصل جهان نور و خالق جهان، نورالانوار است ریشه در ادیان "طبیعت محور" دارد و از کیش پرستش خورشید که در بین این گونه مذاهب، دارای مقام خاصی است؛ نشأت گرفته است. در ایران، مهرپرستی (میتراپیسم) از نمونه‌های بارز چنین دینی است. نور، همواره، در اعتقادات و باورهای ایرانیان جایگاهی مهم را دارا بوده است و به عنوان نشانه‌ای ایزدی و الهی مقدس شمرده شده و مورد پرستش بوده است (شایگان، ۱۳۹۱، ۸۰). پیروزی نهایی نور بر تاریکی اهریمنی، یکی از خصایص اصلی دین قدیم ایرانیان بوده است. اندیشه اصالت نور به مثابه ماده و واحد وجود، سه بار در تاریخ تکامل جهان بینی ایران ظهور می‌کند. دوبار به شکل خالص مذهبی (در مزدیسنا و مهرپرستی) و یک بار به شکل فلسفی و استدلالی (در فلسفه "اشراق" یا حکمه التوریه سهروردی). در انسان کامل، نور تماماً از ظلمت جدا گردیده و در وجود او متجلی می‌گردد (نسفی، ۱۳۶۲، ۲۵). در کهن‌ترین تصاویر خورشید-خدایان، هاله تقدس به شکل قرص ظاهر می‌شود. هاله یا به صورت قرص ساده یا پرتوهای نوری در می‌آید که از سر آنها ساطع است (هال، ۱۳۸۶، ۲۲۱). در ایران، میترا و اهورامزدا که خدایان خورشید بودند با دایره‌ای دور سر آنها نمایش داده می‌شدند. این دایره بعدها به صورت هاله تقدس به هنر و آیین بودایی راه پیدا می‌کند (همان، ۳۲۷). و البته به علت تقدم آیین مهر بر دین مسیحی همین وام‌گیری نمادین هاله تقدس را از سوی هنرمندان دوره بیزانس برای نشان دادن تقدس مسیح و ارتباط دادن او با نور می‌توان مشاهده کرد.

۷-۲- بازتاب نمادهای مهری در نمادهای چهار مبلغ انجیل

در حقیقت می‌خوانیم که وقتی نگاه می‌کنیم یک باد طوفانی از قسمت شمال می‌آید: یک ابر بزرگ با روشنایی در اطراف آن و چهار آتش که به طور مداوم می‌درخشند و در میان آتش چیزی شبیه کهربا چشمک می‌زند. در میانه آن چهار مخلوق زنده قرار دارند که ظاهر ایشان چنین است: آنها در هیئت انسانی هستند. هر کدام دارای چهار چهره و چهار بال می‌باشند. چهره‌های ایشان شامل: هر چهار فرد دارای یک چهره انسانی، صورت شیر در سمت راست، صورت گاو در سمت چپ، و صورت عقاب، ایشان را تترامورف می‌خوانند. چهار چهره توضیح داده شده، نمادهای انجیلی هستند که نشانگر چهار نشانه ثابت زودیاک می‌باشند. گاو نماینده توروس، شیر نشانگر برج اسد (شیر)، عقاب نماینده ی برج عقرب و مرد نماد برج دلو می‌باشد. این چهار شکل به همین ترتیب نماد چهار عنصر قدیمی آب، هوا (باد)، خاک و آتش می‌باشد. همچون شرایط و موارد دیگر مسیحیان نمادهای بت پرستان را که برای مردمان آن روزگار آشنا بوده را اخذ نموده و آنها را تبدیل به نمادهای مسیحیت کرده اند (تصاویر ۴ و ۵ و ۶).



تصویر ۴. نمادهای چهار مبلغ در کتاب کلز (سایت اینترنتی شماره ۱)



تصویر ۵. کلیسای ترینیتی مقدس - ابريستويث (سایت اینترنتی شماره ۲)



تصویر ۶. خداوند که با چهار نماد مبلغین انجیل تصویر شده. قرن ۱۸ م. کتاب سرود اتیوپیایی. (سایت اینترنتی شماره ۳)

الف - ماتیو - متی: در تصویرسازی مسیحی او را به صورت مردی بالدار تصویر کرده اند او در نقش انسانیت مسیح زندگی می‌کرد او را اولین جمع‌آوری‌کننده و نویسنده انجیل می‌دانند و در برخی متون از او به عنوان یکی از ۱۲ حواریون نام برده اند (تصاویر ۷ و ۸).

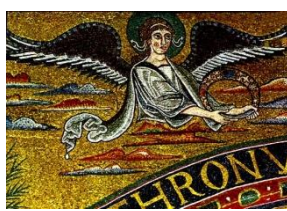
ب - مارک - مرقس: نماد مرتبط با او نقش شیر است. تصویری که مرتبط با بیابان است چرا که آیات ابتدایی انجیل او با اقامت موقت حضرت عیسی در بیابان در میان حیوانات وحشی و وسوسه شیطان در هیئت شیر غرنده آغاز می‌گردد. مردی که او را به صورت نشسته در حال نوشتن نشان می‌دهد که شیری بالدار در کنار او قرار دارد. شیر سمبل سلطنت است و مارک از سلطنت مسیح در انجیل خود بحث می‌کند (تصاویر ۹ و ۱۰).

ج - لوک - لوقا: نماد او گاو نر می‌باشد. گاو نر نماد قربانی در میان یهودیان و دنیای بت پرستان می‌باشد (تصاویر ۱۱ و ۱۲).

د - جان - یوحنا: او جوانترین مبلغ انجیل است و او را در نقش عقاب به تصویر کشیده اند (تصویر ۱۳).



تصویر ۹. سنت مارک. کلیسای لور - هولی هیز. (سایت اینترنتی شماره ۶)



تصویر ۸. سنت ماتیو. کلیسای سنت کلمنت. (سایت اینترنتی شماره ۵)



تصویر ۷. کلیسای سنت آن. اثر جانت هاردی (سایت اینترنتی شماره ۴)



تصویر ۱۱. سنت لوک. کلیسای لور - هولی هیز. (سایت اینترنتی شماره ۸)



تصویر ۱۰. کلیسای سنت آن. اثر جانت هاردی انداز: ۴۰ سانتیمتر (سایت اینترنتی شماره ۷)



تصویر ۱۳. قدیس یوحنا. نقاش: جانت هاردی. دیوار جنوبی کلیسای سنت آن. اندازه: ۴۰ سانتیمتر (سایت اینترنتی شماره ۱۰)



تصویر ۱۲. قدیس لوقا. نقاش: جانت هاردی. دیوار جنوبی کلیسای سنت آن. اندازه: ۴۰ سانتیمتر (سایت اینترنتی شماره ۹)

نتیجه گیری

از شمال جزیره انگلیس تا لبه صحرای آفریقا، در سراسر اروپای غربی و شرقی، و گرداگرد دریا مدیترانه، به ویژه در شهر رم و پیرامون آن بازمانده های مهرابه ها یا پرستشگاه های دین مهری پیدا شده است و هر ساله آثار دیگر و مهرابه های تازه ای از زیر خاک (بیشتر از زیر کلیساهای کهنه) بیرون می آید. امروزه آشکار شده که از سده دوم پیش از میلاد دین مهری در امپراتوری پیروان بسیار داشته و سپس به صورت مهمترین دین امپراتوری درآمده و تا چند سده مقام خود را حفظ نموده است. (دین "پگانی" یا "یغانی" همان دین مهر، و "یغ" عنوان مطلق مهر است). فقط پس از کشمکش بسیار شدید بود که از سده چهارم میلادی دین عیسوی توانست تا حدی جای دین مهری یا مسیحایی را بگیرد، ولی رسم و آیین و معتقدات و اصطلاحات دینی و طرز حکومت کلیسایی و معماری و هنرها و لباسها و نشانهها و نمادها و گاه شماری و موسیقی و همه چیزهای اساسی کلیسای غربی از دین مهری به عاریه گرفته شده یا بر پایه های آن بنیاد گذاشته شده است. در این مسأله اغلب تاریخ نویسان و پژوهندگان همداستند. از آنچه از نوشته های شرقی و غربی باقی مانده است می توان چنین برداشت کرد که دو مسیح در دو عصر ظهور کرده اند که یکی از آن دو مصلوب نشده است. در تاریخ کلیسای عیسوی به چند فرقه برمی خوریم که میان مسیح و عیسی فرق می گذاشتند و آن دو را از یکدیگر باز می شناختند. در خود کتاب مقدس، در رساله دوم پولوس به قرتیان، باب یازدهم، آیه ی چهارم، می خوانیم: «زیرا اگر او که آید سخن فرا گوید از عیسای دیگری که از او سخن نگفتم یا اگر روان دیگری بپذیرد که نپذیرفته بودید یا انجیل دیگری که نه بگرفته بودید نیکو می کردید که با او بردباری کنید، زیرا می دانم که از بزرگترین رسولان اندکی هم کمتر نیستم». همچنین از کتابهای تاریخ که از اوایل دوره اسلامی بازمانده و از تفسیرهای قرآن برمی آید که دو پیغمبر ظهور کرده که مسعودی در مروج الذهب نخستین را "السید المسیح" و دومی را "ایشوع ناصری" می خواند. روایت های کتابهای تاریخ، از جمله طبری، مسعودی، ثعالبی، مقدسی، ابن مسکویه و ابن اثیر و تفسیرهای قرآن زایش مسیح مصلوب نشده را در ۶۵ ملک اسکندر و سال ۵۱ اشکانی در پادشاهی شاپور (یا اشنه پور) پسر اشک و همزمان انتیوخوس سومین پادشاه پس از اسکندر، و مرگ او را در ۴۰ سال پیش از ویرانی دوم بیت المقدس به سال ۱۶۸ پ.م گذاشته اند. بر اساس تحقیقات ذبیح الله بهروز، مهر که دین او سراسر جهان باستان را در دوره شاهنشاهی اشکانیان فرا گرفت، و تحول ژرفی در دین و فرهنگ و هنر پدید آورد که آغاز دوره نوینی در تاریخ بشر بود، شخصی بوده که در خراسان در سال ۵۱ اشکانی (برابر با ۲۷۱ پ.م) شب یکشنبه (۲۵ دسامبر) زاییده شده، در ۲۴ سالگی مبعوث شده، چهل سال در میان مردم به دعوت پرداخته، و روز دوشنبه چهارم شهریورماه نزدیک نیمه شب (برابر با ۲۰۹ پ.م) جهان را بدرود گفته است. این دوشنبه برابر با ۲۷ رجب مقارن با شب معراج است. (مقدم، ۱۳۸۰، ۶۶-۷۱) فیلسوفان هند و ایران و مصر و یونان راه مسیح را در انتشار دین خویش بیش از پیامبران اسرائیل باز کردند. فلسفه مغان همچون عطیه ای گرانقدرتر از زر برای دین مسیح نخواستند بود. اما "تمنیات دینی" که متوقف بر سه مسئله بود: اندیشه اعتقاد به خدا، نیاز به یک میانجی بین خدا و انسان، نجات اخروی و داوری در روز قیامت. در دیده بت پرستان خدایان خواجهگانی مقتدر و دشوار پسند بودند و به صرفه انسان بود که موجب رضایت آنان را فراهم کند. این عقیده ساده و درخور انسان، به سایر افکار مبتنی بر اعتقاد به اجحاف گری خدایان اضافه شد و البته چندان جدی نبود. در دین مهری خدای واحد و جاودانی سرور عالم شد و قادر مطلق جهان بی انتها گشت. تنها خصیصه انسانی ای که در او وجود داشت عقل بود که به حد کمال در او موجود بود. در آغاز و در بن هر شیء عقل هست و عقل خداست، اما عقل خدا سوای عقل انسان هاست که همیشه در معرض تهاجم نیروهای تخیل و احساسات است. تمام مذاهب مبتنی بر سنت، مدعی معرفت بر چنین خدایی شده اند. این خدا در یونان زئوس، در اسکندریه سراییس، در سوریه هداد و بعل، و در پالمیر بعل شمیم نامیده شد. مغان خدا را در اهورامزدا یافتند و از او مفهوم کرونوس را ساختند که سرور زمان بود. حتی زئوس که با فرشتگان بدکار در جدال است، به ظاهر خادم اوست. میترا پسر و قاصد اوست.

چنین دگرگونی در زمینه دین باعث پدید شدن فاصله ای میان خدا و انسان شد و دوباره ضرورت وجود یک موجود میانجی که هم کمال و قدرت خدا را بدارد و هم حیات و تقوی و تجربه انسان را، احساس شد. از این جهت تمام ادیانی که مایل به ادامه ی حیات بودند، بر آن شدند تا بین خدا و انسان میانجی ای پیشنهاد کنند. از این رو ما شاهد حضور پر رنگ منجی در همه ی ادیان هستیم که به نوعی امید برای نجات و رهایی را در دل مومنان زنده نگاه می دارند و همواره ذکر یاد آنان و خدمت به ایشان در

روش زندگی مومنان قرار می گیرد. این مداخله مدام منجیان در زندگی انسانی در هر دوره تاریخی به واسطه ی ویژگی های آن دوره به شکلی نمادین حضور می یابد که همواره پاسخگوی نیاز منتظران است. این نجات اخروی بشر منشأ اعتقاد به ابدیت روح و همچنین سفر نهایی منجی به عالم بالا شد که مساله عروج آنان را رقم زد. چه در مسیحیت و چه در آیین مهر عروج و سفر آنان به سمت نور قابل ملاحظه است. در واقع گذر از تن و رسیدن به نقطه ای که تنها روح می تواند حضور داشته باشد را ما در عروج پیامبر هم می توانیم مشاهده کنیم که خود نشانی از تقدس است. و اما مکان مناسک هر دو آیین در جایگاهی انجام می پذیرد که متمایز از جایگاه پیروان است. واژه آبه، آوه یا آوج که در واژه های فارسی گورابه (گنبدی را گویند که بر سر قبرها سازند)، سردابه، سرداب، گرمابه، گرماوه در ترکیب دیده می شود. آوه ساختمانی طاقدار و گنبددار است. این واژه همراه با دین مهر به اروپا رفته و به زبان لاتین و زبانهای دیگر اروپایی درآمده و در انگلیسی به صورت abbey مانده است که دیر مسیحی است. (مقدم، ۱۳۸۰، ۷۵)

همه آنچه گفته شد می توان چنین نتیجه گرفت که در مقطعی از تاریخ دین مهر و مسیحیت به واسطه ویژگی امید بخش و در عین حال مهرپرور خود مورد توجه تعداد زیادی از مردمان رنج دیده قرار گرفت. به لحاظ ارتباط میان طرفداران این دو دین به نظر می رسد در بسیاری از موارد ویژگی ها و نمادهای آنها بسیار به هم تنیده اند و به لحاظ تقدم آیین مهر بر مسیحیت این گمان می رود که دین مسیحیت در بسیاری از موارد به شرح آنچه گفته شد متأثر از آیین مهر بوده است از جمله مهرابه، هاله، حیوانات و اشکال نمادین، ماهی و آب، موعود زایش، عروج، چوپانان، کلاه فریجی، چلیپا، درخت کاج، شیر، کلاغ.

منابع

۱. آشنلن، شارل. (۱۹۵۰). منشأ مذهب، مبحث میترانیسم و مسیحیت. چاپ و تصحیح ادیسیون سوسیال.
۲. اولانسی، دیوید. (۱۳۸۷). پژوهشی نو در میتراپرستی. ترجمه مریم امینی. تهران: نشر چشمه.
۳. باقری، مهری. (۱۳۸۶). دین های ایران باستان. تهران: انتشارات قطره.
۴. بختورتاش، نصرت الله. (۱۳۴۴). گردونه ی خورشید یا گردونه ی مهر. مجله ی بررسی های تاریخی. شماره ۱. سال هشتم.
۵. بهار، مهرداد. (۱۳۷۵). پژوهشی در اساطیر ایران. تهران: انتشارات آگاه.
۶. پورداوود، ابراهیم. (۱۳۲۶). فرهنگ ایران باستان. گفتارهایی درباره فرهنگ ایران باستان و برخی واژه های ایرانی. بمبئی.
۷. پورداوود، ابراهیم. (۱۳۴۴). ویژگی های آیین زرتشت. ترجمه مهرداد مهرین. تهران: انتشارات فروهر.
۸. ثاقب فر، مرتضی. (۱۳۸۵). دین مهر در جهان باستان (مجموعه گزارش های دومین کنگره مهرشناسی). تهران: انتشارات توس.
۹. چند تن از خاورشناسان. (۱۳۳۷). تمدن ایرانی. ترجمه عیسی بهنام. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
۱۰. حکمت، علی اصغر. (۱۳۴۰). نه گفتار در تاریخ ادیان. جلد دوم. تهران: انتشارات ابن سینا.
۱۱. دورانت، ویل. (۱۳۷۰). تاریخ تمدن. کتاب سوم. جلد سوم. ترجمه احمد آرام و دیگران. تهران: انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
۱۲. دوشن گیمن. (۱۳۷۵). دین ایران باستان. ترجمه رویا منجم. تهران: انتشارات فکر روز.
۱۳. دیگران زهرابیان، آدانا. (۱۳۸۱). مقاله نمادها و سمبلها در هنر مسیحیت (گزیده ای از پایان نامه بررسی و تحلیل بر تصاویر عیسی مسیح) فصل نامه پیمان - شماره ۲۰ - تابستان
۱۴. رستم پور، سالومه. (۱۳۸۲). مهرپرستی در ایران، هندو روم، تهران: انتشارات خورشیدآفرین.
۱۵. شایگان، داریوش. (۱۳۹۲). بت های ذهنی و خاطره ازل. تهران: انتشارات امیر کبیر.
۱۶. شایگان، داریوش. (۱۳۹۱). بینش اساطیری. تهران: انتشارات اساطیر.
۱۷. کومون، فرانتس. (۱۳۸۰). آیین پررمز و راز میترایی: رازهای میترا. ترجمه هاشم رضی، تهران: انتشارات بهجت.
۱۸. فریزر، جیمز جرج. (۱۳۸۲). شاخه زرین. ترجمه کاظم فیروزمند. تهران: انتشارات آگاه.
۱۹. غراب، ناصرالدین. (۱۳۸۴). مقاله دین و بدن. نامه پژوهش فرهنگی سال نهم. دوره سوم. شماره دوم.
۲۰. مقدم، محمد. (۱۳۸۰). جستار در مهر و ناهید. تهران: انتشارات هیرمند.
۲۱. ورمازن، مارتین. (۱۳۸۷). آیین میترا. ترجمه بزرگ نادرزاده. تهران: نشر چشمه.
۲۲. ویدن گرن، گئو. (۱۳۷۷). دین های ایران. ترجمه منوچهر فرهنگ. تهران: انتشارات آگاهان ایده.
۲۳. هینلز، جان. (۱۳۸۶). شناخت اساطیر ایران. ترجمه ژاله آموزگار و احمد تفضلی. تهران: نشر چشمه.
24. URL 1: <https://www.tcd.ie/library/manuscripts/blog/2013/03/the-book-of-kells-symbols-of-the-four-evangelists/>
25. URL 2: <http://stainedglass.llgc.org.uk/image/5644>
26. URL 3: <https://catholicexchange.com/what-are-the-symbols-of-the-four-evangelists>
27. URL 4: <http://stainedglass.llgc.org.uk>
28. URL 5: http://catholic-resources.org/Images/Evangelists/matthew_SanClem.jpg

29. URL 6: <http://www.sspp.ca/Symbols/> 2018/
30. URL 7: <http://www.sspp.ca/Symbols/2018>
31. URL 8: [http://www.sspp.ca/Symbols\)/2018](http://www.sspp.ca/Symbols)/2018)
32. URL 9: [http://www.sspp.ca/Symbols\)/2018](http://www.sspp.ca/Symbols)/2018)
33. URL 10: [http://www.sspp.ca/Symbols\)/2018](http://www.sspp.ca/Symbols)/2018)

Common Symbols between Mithraism and Christianity

Abstract

It's about more than 3 thousand years that the Iranians have celebrated "Yald" in 21th December. This day is celebrated in the Christian world at the birth of Christ, which was changed to December 25th in the fourth century AD due to the mistake of calculating leap years. Many churches throughout Europe have been marked by many signs of Mithraism in the early centuries of Christianity. For the church, Mithraism was intrusive, and its memorials from the Roman Empire show that it is welcoming and gratifying among the people. Clergies have tried a lot to vanish Mithraism. So by their attempts, Mithraism was a forgotten name for a long period in Europe, and even in the 15th and 16th centuries, archeologists considered Mithraism memorials as a symbol of mythical gods and heroes of Rome. But in recent years, by studying the Scriptures, there are many similarities between the symbolic characteristics of this religion and Christianity. The influence of the Mihr on the Western lands and the survival of its origins in Christianity, as well as its survival as pictorial symbols that are repeated or re-established in the next period, have confirmed the adoption of firm foundations of Mithraism, which has been able to accept changes in Concepts but preserve several characters such as symbols, shapes, or vice versa, by preserving concepts and changing its manifestation such as form and manner, survive to the present time as a one of most popular religion in early Christianity. This led officiates to acquire the manifestations of Mithraism and entering them into Christianity, in order to gather followers and attract fans towards themselves through capturing the appearance of Mithraism, and sometimes even by adding some of concepts of this popular rite such as the "Prophet of Peace and kindness and the Savior". This article deals with this question: what are the common symbolic features of Christianity? It was concluded that the commonality of these two religions is not only in the symbolic appearances, which is also often found in the basic concepts and paths of conduct. Moreover, we could result that in a specific period of time these tow religions could attract a lot of people due to the promising and at the same time kind character, which could help suffering peoples and soothe their pains. In this regard, the descriptive-analytical method and the library and observational method are used.

Key Words: Mithraism; Christianity; Christian Symbols and Meaning; Mithraism Symbols and Meaning



دوماهنامه پژوهش در هنر و علوم تخصصی
سال ششم، شماره ۴ (پیاپی: ۳۶)، شهریور ۱۴۰۰، جلد یک

مطالعه بیش‌متن‌های ادبی در آثار هانیبال الخاص با توجه به نظریه ترامنتیت*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۵

کد مقاله: ۳۹۱۲۶

آزاده لطفی پورنساچی^۱، تکتّم فرمانفرمایی^۲

چکیده

مقاله حاضر با عنوان "مطالعه بیش‌متن‌های ادبی در آثار هانیبال الخاص با توجه به نظریه ترامنتیت" است و در آن ۶ اثر هانیبال الخاص که متن شعر را در کادر نقاشی آورده، باهدف کاربردی و به روش توصیفی و تحلیلی موردبررسی قرار گرفته است. پژوهش حاضر بر اساس نظریه ترامنتیت و رویکرد بیش‌متنیت با مطالعات کتابخانه‌ای، انجام شده و در آن شعر به‌عنوان پیش‌متن و نقاشی به‌عنوان بیش‌متن بررسی شده است. بیش‌متنیت از اقسام ترامنتیت است که رابطه برگرفتگی و تأثیرپذیری متن را با متون قبل از آن بررسی می‌کند. تحقیق به دنبال جوابی برای چگونگی ارتباط شعر و نقاشی در آثار الخاص و چگونگی یافتن معنای آثار او با استفاده از رویکرد بیش‌متنیت است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که طبق فرضیه تحقیق، گرایش الخاص به ادبیات باعث خلق آثاری با درون‌مایه ادبی و برقراری پیوندی دوباره بین نقاشی و ادبیات در هنر معاصر شده است. وی مضامین شعری را با المان‌های نمادین، رنگ‌ها، فرم‌ها و حالات چهره نشان داده و حتی در برخی آثار با استفاده از فضای منفی، طراحی خطی و کاستن رنگ‌ها سعی در انتقال حس، عواطف و تصویرسازی شعر را داشته است.

واژگان کلیدی: ترامنتیت، بیش‌متنیت، هانیبال الخاص، شعر، نقاشی

۱- کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال

۲- استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال (نویسنده مسئول) farmanfarmagallery@gmail.com

*- این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد آزاده لطفی پورنساچی با عنوان "مطالعه بیش‌متن‌های ادبی در آثار هانیبال الخاص با توجه به نظریه ترامنتیت" به راهنمایی دکتر تکتّم فرمانفرمایی است.

۱- مقدمه

بی‌شک یکی از اهداف هنرمندان، رساندن مفهوم و پیام از طریق آثارشان است. هنگام مواجهه با یک متن، پیدا کردن ارتباطات عناصر درون‌متنی و برون‌متنی در درک معنا ضروری است. بیش‌متنیت^۱ در پی یافتن راه‌هایی است برای بیان اینکه چگونه یک متن می‌تواند از تغییر و دگرگونی متون دیگر ساخته شود و همچنین ابزاری است برای مخاطب که به‌وسیله آن به دنبال یافتن سرنخ‌هایی باشد برای درک ارتباطاتی که او را از اصل اثر به متون دیگر برساند.

هانیهال‌الخاص از نقاشان معاصر ایران است که در مضامین گوناگون، آثاری از خود به یادگار گذاشته است. در هنر نگارگری ایرانی که موردتوجه‌الخاص بوده است، ما شاهد هم‌نشینی خط و نقاشی در کنار هم هستیم. اهمیتی که‌الخاص برای این هنرها قائل بوده باعث شده آثاری با ترکیب شعر و نقاشی خلق کند؛ به‌طوری‌که در این آثار دو نظام نشانه‌ای در کنار یکدیگر قابل خوانش باشند. لذا ضرورت یافتن دلالت‌های بین‌نشان‌های این آثار در نقدها و مطالعات هنری محسوس است. مفروضات تحقیق بر این است که گرایش‌الخاص به شعر سبب گشته برخی آثار خود را در پیوند با پاره‌ای از ابیات که در نقاشی خود نوشته، خلق کند. هدف تحقیق، یافتن چگونگی برقراری پیوند بین نقاشی و شعر، در این آثار است. به عبارتی این آثار نوعی ترجمان شعر به نقاشی است که در دسته بیش‌متنیت و برگرفتگی تغییر قرار می‌گیرند؛ و از آنجایی که دگرگونی به‌طورجدی صورت گرفته، بررسی و نقد آثار بر اساس رابطه جایگشتی انجام می‌شود. لذا پژوهش حاضر قصد دارد آن بخش از آثار وی را که از اشعار برخی از شاعران تأثیر گرفته است، با استفاده از نظریه ترامتنیت و از منظر بیش‌متنیت مورد مطالعه قرار دهد.

در ادامه نخست به پیشینه تحقیق و بعد به مباحث نظری پژوهش ازجمله تعریف ترامتنیت، بیش‌متنیت و معرفی هانیهال‌الخاص پرداخته می‌شود؛ سپس ۶ اثر او را مورد تجزیه و تحلیل و بررسی قرار می‌دهیم و در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری خواهیم کرد.

۲- پیشینه تحقیق

منیژه کنگرانی و بهمن نامورمطلق سال ۱۳۸۸ در مقاله‌ای با عنوان «گونه‌شناسی روابط بینامتنی در شعر و نقاشی ایران» در مجموعه مقالات هم‌اندیشی هنر، به بررسی ترامتنیت پرداخته‌اند. این مقاله با توجه به تعدادی از آثار هنرمندان، سه گونه از روابط میان دو متن کلامی و تصویری را مورد شناسایی قرار می‌دهد.

مونا تیرگر، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان: «بررسی بینامتنیت آثار هانیهال‌الخاص»، در سال ۱۳۹۶ به شرح بینامتنیت می‌پردازد و با توجه به این امر که هیچ متنی بدون تأثیر از متون دیگر شکل نمی‌گیرد به بررسی ویژگی‌های فرهنگی، بومی، اعتقادی، ملی و مهم‌ترین عناصر بینامتنی در آثار‌الخاص پرداخته است.

لسلی لنیر^۲ در سال ۲۰۱۹ مقاله‌ای بانام "ترامتنیت چیست؟ درک معنای کلماتی که می‌خوانیم" نوشته است، او نظریه ترامتنیت ژنت را بسیار گسترده می‌داند و در این مقاله به شرح پنج قسم ترامتنیت می‌پردازد که هیچ‌یک مرز مشخصی ندارند و گاهی به‌صورت تناقض و یا هم‌پوشانی غیرقابل‌اجتناب با یکدیگر در ارتباط هستند.

والری مک‌لین^۳ در سال ۲۰۱۸ مقاله‌ای با عنوان "ترامتنیت چیست؟ وصله‌پینه‌های کاغذی" نوشته است. او در این مقاله معتقد است که متن‌ها با یکدیگر و مطمئناً با سایر رسانه‌ها در ارتباط هستند و برای دریافت این پیوندها نیاز به دانش و تخصص کافی است.

مولود زنگین^۴ مقاله‌ای با عنوان "مقدمه‌ای بر بینامتنیت به‌عنوان یک نظریه ادبی" ارائه داده است. خواسته این تحقیق این است که خواندن یک اثر به‌صورت تفسیری و استدلالی انجام شود و معنای متن به‌وسیله معنای متون دیگری که با آن پیوسته و ترکیب‌شده، رمزگشایی و معنا شود.

با مطالعه پیشینه‌های ذکرشده‌ی تحقیق، این نکته روشن است که جای آموزه‌های ترامتنیت در پژوهش‌های هنر معاصر خالی است. به‌خصوص در بررسی آثار هنرمند تأثیرگذاری همچون‌الخاص که در آثارش از عناصر متفاوت ادبی، اجتماعی، تاریخی، تکنیکی و ... بهره برده است.

۳- روش تحقیق

این پژوهش باهدف کاربردی و به‌وسیله تحلیل محتوای کیفی انجام می‌شود. تحلیل محتوا از روش‌های اسنادی، جهت بررسی پیام محتوای یک متن است. توصیف و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری‌شده بر اساس نظریه ترامتنیت با توجه به رویکرد بیش‌متنیت انجام می‌شود. بررسی چارچوب نظری تحقیق با روش کتابخانه‌ای و با ابزارهای مشاهده و فیش‌برداری صورت گرفته است. جامعه

۱- واژه‌ی "Hypertextuality" در کتاب بینامتنیت نوشته نامورمطلق، به زبان فارسی، بیش‌متنیت برگردانده شده و در کتاب بینامتنیت گراهام آلن ترجمه پیام یزدانجو به زیرمتنیت برگردانده شده است، در این پژوهش واژه بیش‌متنیت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

2 Lesley Lanir
3 Valeri Mclean
4 Mevlude Zengin

آماري، آثار نقاشي هانيبال الخاص است كه ۶ اثر او به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شده. صفت مشترك در جامعه آماری این پژوهش تلفیق نوشتار و نقاشی است. روش نمونه گیری هدفمند یا قضاوتی است كه بر اساس قضاوت شخصی و در راستای اهداف مطالعه انتخاب شده است.

۴- چارچوب نظری

برای شناخت ترامتیت ابتدا باید نظریه های ساختارگرایی و بینامتنیت را بشناسیم. ساختارگرایی در دو دوره تعریف می شود: ساختارگرایی باز و ساختارگرایی بسته. در ساختارگرایی بسته فقط دلالت های درون متنی مورد بررسی قرار می گیرد. ساختارگرایی باز جهت یافتن معنا به دنبال پیوندهای ساختاری بیرون از متن است. "یک متن... فضایی چندبعدی است كه در آن طیف متنوعی از نوشته ها، بی آنكه هیچ يك اصیل باشند، درهم آمیخته و باهم مصادف می شوند. متن بافته ای از نقل قول های برگرفته از مراکز بی شمار فرهنگ است" (بارت، ۱۳۸۴: ۱۴۶-۱۴۷) بینامتنیت در دوره ساختارگرایی باز نمود پیدا می كند. بینامتنیت را جولیا کریستوا^۱ در سال ۱۹۶۶ پایه گذاری كرد. "اگرچه کریستوا را به درستی بنیان گذار بینامتنیت می دانند، اما درواقع، بینامتنیت دستاورد یک فرد نیست، بلکه نتیجه جریان ها و كوشش شخصیت هایی است كه مستقیم یا غیرمستقیم در شكل گیری آن نقش داشته اند." (نامورمطلق، ۱۳۹۴: ۲۵) از نظر کریستوا در بینامتنیت هر متنی بر پایه متن های پیشین شكل می گیرد البته بینامتنیت کریستوا، رویکردی نظری بود و جنبه کاربردی نداشت از این رو متفكران زیادی سعی كردند با تعریف های جامع تر، این نظریه را در عرصه نقد، کاربردی كنند. از جمله این نظریات ترامتیت است كه توسط ژنت مطرح شد.

۴-۱- ترامتیت

ژرار ژنت نظریه پرداز ادبی و نشانه شناس فرانسوی بود. ژنت شرط نخست یافتن معنا را، درك مناسبات درونی و ساختاری متن می دانست و تمامی عوامل خارجی را به عنوان نکات فرعی و فرم را به عنوان نکته اصلی مورد بررسی قرار می داد. به عقیده وی "سرانجام باید به ساختار نهایی پردازند كه از مجموعه ی مناسبات میان درون مایه ها تشكيل شده است" (احمدی، ۱۳۷۰: ۳۱۱) ژنت ترامتیت را چنین تعریف می كند "هر چیزی كه پنهانی یا آشكار متن را در ارتباط با دیگر متون قرار می دهد." (genette, 1982: 1) او ابتدا روابط یک متن را با متن های دیگر دسته بندی كرد و از این طریق وسعت گسترده روابط بین متون را سامان دهی كرد. عواملی كه در درك معنای متن مؤثر هستند را به پنج دسته تقسیم كرد و هریك را "شكلی از مناسبات «تعالی دهنده متن» خواند" (احمدی، ۱۳۷۰: ۳۲۰) تفاوت این پنج قسم با یکدیگر در نوع ارتباطی است كه با متن مورد نظر دارند. این پنج قسم به طور خلاصه عبارت اند از: بینامتنیت كه بر اساس رابطه هم حضوری تعریف می شود؛ "پیرامتنیت"^۲ به رابطه میان متن و پیرامتن های پیوسته و گسسته آن اشاره دارد. فرامتن^۳ بر اساس رابطه ی تفسیری یک متن نسبت به متن دیگر استوار شده است و سرمتنیت^۴ رابطه یک متن و گونه ای كه به آن تعلق دارد را مورد بررسی قرار می دهد. " (نامورمطلق، ۱۳۸۸: ۳) و در نهایت بیش متنتیت^۵ كه بر اساس رابطه برگرفتنی است. بیش متنتیت رابطه تأثیر پذیری متن حاضر را با متون پیش از آن مورد بررسی قرار می دهد. "نوع رابطه ای كه هر بیش متن با پیش متن خود دارد از نوع رابطه برگرفتنی است... برگرفتنی یا اشتقاق رابطه ای هدفمند و نیت مندانه است كه موجب می شود بیش متن بر اساس پیش متن شكل بگیرد." (نامورمطلق، ۱۳۹۱: ۱۳۹)

ژنت برای توضیح اقسام ترامتیت سه كتاب تألیف كرد. وی ابتدا در مقاله ای با عنوان «مقدمه ای بر سرمتنیت» همان طور كه از اسمش پیداست به توضیح سرمتنیت پرداخت؛ در كتاب «الواح بازنوشتی» به بررسی بیش متنتیت پرداخته است كه بخش اعظم تحقیقات ژنت را تشكيل می دهد. وی در كتاب «آستانه ها» به توضیح پیرامتنیت می پردازد؛ اما او كتاب مستقلی را جهت توضیح بینامتنیت و فرامتنیت اختصاص نداده از این رو این دو بحث كمی مجهول مانده است. می توان گفت از بین این پنج قسم فقط بینامتنیت و بیش متنتیت روابط بین دو متن را بررسی می كنند. اقسام دیگر ترامتیت روابط ضمنی بین متن مورد نظر با شبهه متن هایی كه با آن در ارتباط هستند را مورد بررسی قرار می دهند.

۴-۲- بیش متنتیت

بیش متنتیت به ارتباط یک متن با متن های قبل از آن می پردازد. متن جدید را كه بیش متن می نامیم، از متن قبلی كه پیش متن می نامیم تأثیر گرفته است. "ژرار ژنت در اندیشه های خود به روابط تأثیر و تأثیری هم اهمیت داد و در مبحث مربوط به روابط

1 Julia Kristeva
2 Paratextuality
3 Metatext
4 Architextuality
5 Hypertextuality

بیش‌متن، تأثیرگذاری میان دو یا چندین متن را محور اصلی مطالعات و پژوهش‌های خود قرارداد.^۱ (محسنی‌نیا، ۱۳۹۳: ۴۱۹) ژنت به شرح کامل بیش‌متنیت در کتاب پالمسست^۲ یا الواح بازنوشتی پرداخته است.

"آنچه ژنت از آن با عنوان زیرمتن یاد می‌کند همان چیزی است که اکثر دیگر منتقدان آن را بینامتن می‌نامند، یعنی متنی که مشخصاً می‌تواند از جمله سرچشمه‌های اصلی دلالت برای یک متن باشد" (آلن، ۱۳۸۵: ۱۵۴) همان‌طور که گفته شد، رابطه بیش‌متنیت بر اساس رابطه برگرفتگی است. برگرفتگی می‌تواند از منظرهای متفاوتی باشد مانند نوع ارجاع، برگرفتگی مضمونی، برگرفتگی سبک، برگرفتگی فرهنگی و اجتماعی. ژنت برگرفتگی و رابطه متون را در بیش‌متنیت از دو منظر تقسیم‌بندی کرده است، یکی از منظر کارکرد که خود به سه‌نظام ادبی-هنری تقسیم می‌شود و بانام‌های تفننی، طنز و جدی آن‌ها را معرفی می‌کند.

از طرفی روابط یک متن با متون دیگر را از منظر تأثیرپذیری مضمونی، سبکی و میزان حضور عناصر، به دو بخش همان‌گونگی و دگرگونی تقسیم می‌کند. همان‌گونگی یا تقلید بر پایه رابطه تقلیدی است که خواسته خالق بیش‌متن، حفظ متن پیشین در متن جدید است؛ یعنی استفاده از عناصر یک متن بدون اینکه بخواهیم تغییری در آن ایجاد کنیم؛ مانند کپی‌کاری در نقاشی. در دگرگونی یا تغییر، حضور متن اول در متن دوم دچار تغییر زیاد یا اندک می‌شود. هنگامی که مؤلف از راه‌های گوناگون متنی پیشین را به‌منظور خلق متنی جدید تغییر می‌دهد با تراگونگی یا دگرگونی روبه‌رو هستیم؛ مانند اقتباس از یک رمان در فیلم. "زیرمتن‌ها می‌توانند متحمل فرآیندهای بسط، آرایش و گسترش شوند" (آلن، ۱۳۸۰: ۱۵۷) در برگرفتگی تغییری، بیش‌متن می‌تواند با تغییر و دگرگونی پیش‌متن خلق شود. "تفاوت تغییر در تقلید و تراگونگی در هدفمند بودن تغییر و میزان آن است؛ یعنی در تقلید، هدف تغییر نیست و میزان آن هم بسیار فاحش نخواهد بود" (نامورمطلق، ۱۳۸۴: ۱۰) گاهی ممکن است دگرگونی معنایی باشد و گاهی ممکن است از نوعی هنر به‌نوعی دیگر باشد. "بخش مهم تراگونگی‌ها در حوزه محتوا صورت می‌گیرد" (نامورمطلق، ۱۳۸۶: ۹۷) اغلب آثار هنری با قصد دگرگونی خلق می‌شوند و معمولاً هنرمندان قصد ندارند بیش‌متنی کاملاً شبیه پیش‌متن را خلق کنند. باید توجه داشت که نه دگرگونی (اثر) و نه همان‌گونگی (اثر) هیچ‌کدام مطلق نیستند؛ زیرا وقتی متنی برای تقلید انتخاب می‌شود، متن جدید متأثر از نظریات و ایده شخصی خالق آن است که منجر به آن انتخاب شده است. در الواح بازنوشتی تعریفی از یگی‌گروس^۳ در رابطه با برگرفتگی آمده است "پارودی^۴ و پاستیش^۵ دو گونه بزرگ روابط برگرفتگی هستند که یک متن را به متن دیگر پیوند می‌زنند، اولی بر تراگونگی و دومی بر تقلید بنا می‌شود" (Genette, 1982: 56)

درواقع بیش‌متنیت ژنت، گونه‌های ادبی-هنری را که بین دو متن از منظر دگرگونی یا تقلید وجود دارد، موردبررسی قرار می‌دهد و در آخر با تقابل این تقسیم‌بندی‌ها شش گونه تعریف می‌شود: پاستیش یا تقلیدنمایی، تقلید آگاهانه، وفادارانه و ستایشگرانه یک متن از متن یا متون پیش از خود است. "در پاستیش تقلید در سبک و تغییر در محتوی صورت گرفته است" (نامورمطلق، ۱۳۹۱: ۱۴۳) پارودی یا نقیضه، تقلید طنزگونه همراه با تغییر و دگرگونی است که می‌تواند جنبه انتقادی داشته باشد. البته که هدف تحقیر و خراب کردن پیش‌متن نیست. ژنت علاوه بر کارکرد تفننی، کارکرد طنز را هم به پارودی تخصیص داده است. شارژ به معنی غلو کردن است که در اینجا منظور غلوی است که با طنز همراه باشد. از نمونه‌های شارژ می‌توان کاریکاتور را مثال زد. تراوستیسمان ضمن دگرگونی، متن جدید با کارکرد طنزی متن پیشین را تحقیر و تخریب می‌کند. "هیچ رابطه‌ای به‌اندازه تراوستیسمان تخریب‌کننده پیش‌متن نیست" (نامورمطلق، ۱۳۹۱: ۱۵۰) فورژری یک تقلید جدی از متن پیشین است مانند زمانی که فردی اثر نیمه‌تمام دیگری را ادامه می‌دهد.

جایگشت برگرفتگی بیناشانه‌ای است که کارکردی جدی دارد. جایگشت رایج‌ترین نوع بیش‌متنیت شناخته می‌شود. مؤلف در اثر خود، پیش‌متن را به‌وسیله اعمال تغییراتی جدی که گشتاور نام دارد، دگرگون می‌کند. "تمام انواع تکثیر ترامنتی که بر پایه بیناشانه‌ای و بینارسانه‌ای صورت گرفته باشد و کارکرد جدی داشته باشد ترانسپوزیسیون^۵ یا جایگشت محسوب می‌شود. اقتباسات بیناهنری اغلب از این‌دست هستند" (نامورمطلق، ۱۳۹۱: ۱۵۰) در دسته‌بندی مطالعات ژنت، آثاری را اقتباس بیناشانه‌ای می‌توان دانست که هنگامی که پیش‌متن به‌طور جدی از یک نظام نشانه‌ای به‌نظام نشانه‌ای بیش‌متن تغییر می‌کند، قابل‌شناسایی باشد؛ مانند ترجمه از یک‌زبان به زبان دیگر، تفسیر غزلیات و نثرها و...

این مقاله با بررسی موضوعی و محتوایی آثار الخاص بر آن است تا عناصر پیش‌متن (شعر) که در خلق بیش‌متن موردنظر (آثار هانیبال الخاص) تأثیر گذاشته است و باعث شکل‌گیری اثر شده‌اند را موردبررسی قرار دهد. آثار موردبررسی این تحقیق جزء بیش‌متن‌های دگرگونی جایگشتی هستند زیرا شعر به نقاشی تغییر کرده است.

۱- واژه palimpsestes در لغت‌نامه انگلیسی آکسفورد به کاغذ پوستی و نظایر آن که دو بار بر روی آن نوشته شده، به‌طوری‌که نوشته اصلی پاک شده باشد، تعریف شده است.

2 Piegay Gros
3 Parodie
4 Pastiche
5 Transposition

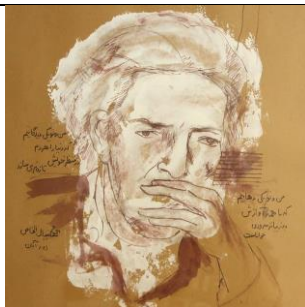
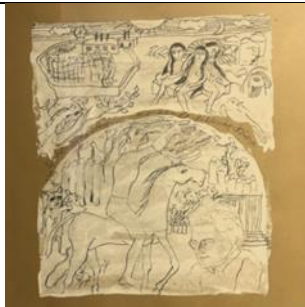
هانیبال الخاص از نقاشان نوگرا، منتقد، مدرس هنری، مترجم و نویسنده ایرانی بود که در سال ۱۳۰۹ در خانواده‌ای آشوری به دنیا آمد و بیماری سبب شد که در شهریور ۱۳۸۹ در آمریکا دیده از جهان فروبند. الخاص در طی پنجاه سال فعالیت هنری خود تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم چشم‌گیری در هنر معاصر ایران داشته است. هانیبال الخاص سبک شخصی خود را داشت که به الخاصیسم معروف است. سبک او ترکیبی است از رنگ‌های فوویسم، قصه‌پردازی نقاشی‌های تاریخی ایران، سبکی که هم در اکسپرسیونیسم جادارد و هم در رئالیسم. هانیبال در نقاشی‌های خود، جسورانه از رنگ‌ها استفاده کرده و در برقراری تعادل و هم‌نشینی رنگ‌های مکمل و متضاد در آثارش بسیار سود جست. اغلب آثار او ترکیب‌بندی و ساختاری فشرده با انبوهی از نقش‌مایه‌های ساده‌شده‌ی انسانی، نمادها، تصاویر، نوشته‌های باستانی، خطوط هندسی، نقوش کتیبه‌های آشوری، فیگورها و نوشته شکل‌گرفته است. الخاص با استفاده از رنگ‌ها و حتی گاهی با استفاده از بی‌رنگی عناصر، قصد بیان مضمون و اندیشه نهفته در ادبیات و شعر را داشته است. "تفاوت رنگ‌ها به خاطر مضمون‌های مختلف بوده زیرا مضمون تعیین می‌کند که چه رنگی را به کار ببریم." (الخاص، ۱۳۸۵، ۱: ۱۲۷)

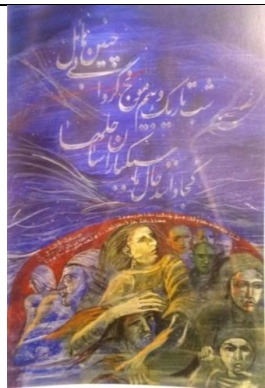
در برخی آثار، از دست‌نوشته‌هایی برای برقراری ارتباط صریح با مخاطب و انتقال معنا بهره برده است و این آثار را اپرای خود معرفی می‌کند. الخاص پیوند دوباره‌ای بین ادبیات و نقاشی ایجاد کرد لیکن، با سبک خودش. "من در مینیاتورهای گذشته و در کتاب‌ها دیده‌ام که بهترین شیوه‌ی مصور کردن ادبیات که خودش شاخه‌ای در هنر نقاشی است، همان‌طور که اپرا شاخه‌ای در موسیقی است، در هنر نقاشی هم شعر را به تصویر درآوردن، یا مصور کردن داستان، هنری است که برای خودش می‌تواند شاخه‌ای باشد." (الخاص، ۱۳۸۵، ۱: ۱۴۰) الخاص شعر را وسیله‌ای می‌دانست که انسان را به اصل خود برمی‌گرداند. او آثار بسیاری را خلق کرد که برگرفته از ادبیات و آثار آن‌ها بوده است. ازجمله این آثار نقاشی‌هایی است که ابیاتی از شعر در نقاشی نوشته‌شده است که در آن‌ها ترجمان بینا‌نشانه‌ای صورت گرفته. الخاص از تلفیق نوشتار و تصویر برای انتقال معنای موردنظر خود بهره برده است. "تفاوت هنرها در ابزارهایی است که برای بیان افکار، حالات و وقایع دارند مثلاً تفاوت نقاشی با ادبیات در این است که نقاشی عنصرش تصویر و ادبیات عنصرش کلام است. در ادبیات از واژه استفاده می‌کنیم، در نقاشی از رنگ ولی پشتوانه این عناصر یکی است، اندیشه و مضمون." (الخاص، ۱۳۸۵، ۹۰: ۹۰) او علاقه زیادی به مصور کردن اشعار داشته است و یا پرتره شاعران و نویسندگانی مانند جلال آل‌احمد، نیما یوشیج، فروغ فرخزاد، احمد شاملو و... را نقاشی کرده است. در مصاحبه‌ای باخانم مریم کیانی بیان می‌کند که شاملو با آینه‌ای که در برابر آینه گذاشته بی‌نهایتی از سوژه می‌سازد و هانیبال خواسته با خطوطی که از بی‌نهایت نقطه ترسیم می‌شود از شاعر و ادیب موردعلاقه خود ابدیتی سازد.

"هر لایه از متن ممکن است با توسل به قراردادهای یک رمزگان متمایز دریافت شود. پس می‌توان گفت که علاوه بر تعامل بین لایه‌های متفاوت متن، با تعامل چند سویه بین رمزگان‌های متفاوت نیز روبرو هستیم. رمزگان‌ها را در اساس می‌توان به رمزگان زبان و رمزگان‌های غیرزبانی تقسیم کرد." (سجودی، ۱۳۸۷: ۲۷۷) در راستای درک معنای آثار الخاص ابتدا شعر تفسیر شده و بعد عناصر نشانه‌ای در نقاشی خوانش شده و درنهایت تحلیل انجام‌شده است. نقاشی-خط نشانه‌شناسی لایه‌ای است و حداقل دولا به خط و تصویر برای بررسی وجود دارد. "تحلیل‌گر درهرحال ابتدا با متن روبروست و سپس برای تحلیل متن به مفهومی بنام نشانه و چگونگی هم‌نشینی آن با نشانه‌های دیگر متوسل می‌شود." (سجودی، ۱۳۸۷: ۲۵۰)

جدول ۱- چگونگی برقراری ارتباط شعر و نقاشی (نگارنده)

نقاشی (پیش‌متن) و شعر (پیش‌متن)	المان‌های برقرارکننده ارتباط شعر و نقاشی	عناصر ترامتبی در نقاشی
 (http://www.hannibal-alkhas.org) شعر جغدی پیر هیس! مبدا سخنی! تاریخ خلق اثر: خرداد ۱۳۷۸	-نمادپردازی جغد به‌عنوان شاعر -پرتره شاعر -استفاده از رنگ‌ها به‌صورت نمادین -رنگ آبی در چهره شاعر -نشان‌دهنده ناامیدی و یاس او است -تصویرسازی امر به سکوت با زبان بدن و کشیدن انگشت جلوی لب‌ها -جهت نشان دادن نام‌آوا "هیس"	-حضور مستقیم پیش‌متن (شعر) در پیش‌متن (نقاشی) -رمزگشایی از پیش‌متن و تصویرسازی آن در پیش‌متن -استفاده نمادین از رنگ‌ها در جهت انتقال احساسات درون پیش‌متن

نقاشی (بیش‌متن) و شعر (بیش‌متن)	المان‌های برقرارکننده ارتباط شعر و نقاشی	عناصر ترامتتی در نقاشی
 (http://www.hannibal-alkhas.org) شعر من و تو «من و تو یکی دهانیم که با همه آوازش به زیباتر سرودی خواناست.» «من و تو یکی دیدگانیم که دنیا را هر دم در منظر خویش تازه‌تر می‌سازد.» تاریخ خلق اثر: آبان ۱۳۸۱	-پرتره شاعر -استفاده از رنگ سفید جهت بیان حالت چهره شاعر -موقعیت مکانی ابیات با توجه به کلمات دهان و دیدگان، در کنار پرتره شاعر برقرارکننده ارتباط تصویری و معنایی شعر و نقاشی است	-حضور مستقیم پیش‌متن (شعر) در بیش‌متن (نقاشی) -ارتباط مکانی عناصر پیش‌متن در بیش‌متن
 (http://www.hannibal-alkhas.org) شعر پریا «پریای نازنی چه‌تونه زار می‌زنین؟» «نمی‌گین برف میاد؟ نمی‌گین بارون میاد؟» و «زار و زار گریه می‌کردن پریا مَن اِبرای باهار گریه می‌کردن پریا...» تاریخ خلق اثر: شهریور ۱۳۸۱	-پرتره شاعر به‌عنوان راوی داستان -استفاده از طراحی خطی جهت تصویرسازی -استفاده از رنگ سفید برای تقسیم‌بندی -ارتباط شعر و نقاشی به‌وسیله تصویرسازی انجام‌شده است مانند پریا، زندان و غلامان اسیر، قهرمان و راوی داستان، بازی حمومک مورچه دارد و عمو زنجیرباف و... -قصه‌پردازی مانند پرده‌های نقالی	-حضور مستقیم پیش‌متن (شعر) در بیش‌متن (نقاشی) -حضور عناصر پیش‌متن در بیش‌متن به‌وسیله تصویرسازی -استفاده از سبک قصه‌پردازی پیش‌متن در اجرای بیش‌متن به شکل پرده نقالی
 (http://www.hannibal-alkhas.org) شعر عصبان «نسیم از من هزاران بوسه بگرفت / هزاران بوسه بخشیدم به خورشید» تاریخ خلق اثر: خرداد ۱۳۷۹	-پرتره شاعر -استفاده نمادین رنگ‌ها برای نشان دادن عناصر شعر مانند نسیم و خورشید در پرتره شاعر -مقصود شعر مصمم بودن شاعر در شعر گفتن است که این مصمم بودن و عصبان را می‌توان در نگاه پرتره شاعر دید	-حضور مستقیم پیش‌متن (شعر) در بیش‌متن (نقاشی) -حضور نمادین عناصر پیش‌متن در بیش‌متن -استفاده از رنگ‌ها به‌صورت نمادین جهت انتقال مفاهیم عناصر پیش‌متن

نقاشی (بیش متن) و شعر (پیش متن)	المان های برقرار کننده ارتباط شعر و نقاشی	عناصر ترامنتی در نقاشی
 (الخاص، ۱۳۸۵: نقاشی ۴) «شب تاریک و بیم موج و گردابی چنین هایل کجا دانند حال ما سبک باران ساحل ها» تاریخ خلق اثر: آبان ۱۳۷۲	- استفاده نمادین از رنگ ها - تقسیم بندی کادر - خوشنویسی شعر مانند نقاشی خط - تصویرسازی شب و هراس و بی پناهی با استفاده از رنگ ها - تصویر نمادین مادرانی که با چهره های هراسان فرزندان خود را در آغوش گرفته اند	- حضور مستقیم پیش متن (شعر) در بیش متن (نقاشی) - تصویرسازی مفهوم لغوی پیش متن در بیش متن - فضا سازی بیش متن با توجه به فضای کلاسیک پیش متن - استفاده از رنگ ها در جهت انتقال احساسات درون پیش متن
 (الخاص، ۱۳۸۶: نقاشی ۱۲) «دوش دیدم که ملائک در میخانه زدند گل آدم بسرشتند و به پیمانه زدند» تاریخ خلق اثر: مرداد ۱۳۸۱	- استفاده نمادین از رنگ ها - تصویرسازی زمین و آسمان و فرشتگان با بال و هاله نورانی روی سر - تصویرسازی خلقت انسان با دستانی که در حال شکل دادن گل هستند و چهره یک مرد به نماد آدم	- حضور مستقیم پیش متن (شعر) در بیش متن (نقاشی) - حضور عناصر پیش متن به شکل نمادین در بیش متن - استفاده نمادین از رنگ ها در جهت انتقال مفاهیم پیش متن

۵- تحلیل

در شعر جغدی پیر، جغدی که در هنگام غروب در جنگلی خاموش و فارغ از هر زیبایی، بالش در خونس فرورفته و ساکت بر سنگی نشسته، گویا نماد خود نیما است "در پایان این شعر کوتاه چهارپاره، جغد را در حالتی می بینیم که «بالش در خونس» و «پای در قیر به راه دارد گوش» بدین سان جغد پیر (خود شاعر یا هر آدم فکوری چون او) در وضعیت فروماندگی، گوش به زنگ حوادث بعدی است." (حمیدیان، ۱۳۸۱: ۱۶۱) الخاص در نقاشی جغدی پیر، نیما را کشیده و با قرار دادن انگشت اشاره بر روی لب، زبان بدن و امر به سکوت را تصویرسازی کرده. این گونه است که نقاش رابطه نمادین بین شاعر و جغد را نشان داده است. سفیدی جغد با مو و سیبل نیما یکی است و هر دو چشم به یک سو دارند، جغد هم مانند نیما نگاهی متفکرانه و عمیق دارد و مانند او ابروی راستش را بالا برده است.

در بیشتر آثار الخاص و بالأخص آثار ذکر شده در تحقیق حاضر شاهد تصویرسازی هستیم؛ علی الخصوص نقاشی شعر پریا. در این دسته از آثار شاهد تغییر شکل نوشتاری به امر خیالی و تصویرسازی ذهنی هستیم و این تعامل ظریف، ما را به گفته ژنت در باب بیش متنیّت می رساند، دیدن تغییر در امر آشنا. پریا همان اثری است که پیش متن فولکلور، در حد یک فرهنگ و جامعه را دارد و نقاش برای نشان دادن قسمت های مختلف داستانی شعر از کادربندی مختص به خود استفاده کرده است. نقاشی پریا نمونه بارز ارتباط ادبیات و نقاشی است که انواع بیش متن های ادبی و فرهنگی در هر دو اثر هم در شعر و هم در نقاشی قابل رؤیت است. گراهام آلن بینامتن ها را گفته هایی وابسته به دیگر گفته ها یا خطاب کننده به آن ها معرفی کرد؛ هیچ گفته ای یکتا و واحد نیست و همه گفته ها از رهگذر دیگر آواهای رقیب و متعارض مطرح می شوند. متقابلاً، در این شعر ما با گفته های بسیاری از لایه های متعدد ادبی و اجتماعی روبه رو می شویم و در نهایت الخاص که با هنر خود این سلسله گفته های به هم مرتبط را در یک قاب کنار هم نشانده و تصویرسازی کرده است. این اثر به صورت تک رنگ و طراحی است؛ نقاش از رنگ ها برای انتقال حس و مفهوم استفاده نکرده است. یک منحنی افقی فضای نقاشی را به دو قسمت تقسیم می کند و در آن فضا بخش هایی از شعر نوشته شده است. نقاش هم مانند شاعر داستان پرداز است و سعی کرده بخش هایی از شعر مانند پریان، غلامان اسیر، فضای شهر و... را تصویرسازی کند و تصویر شاملو را مانند راوی داستان مصور در سمت راست و پایین تصویر ترسیم کرده است.

الخاص در برخی آثار ارتباط شعر و نقاشی را با قرار دادن المان‌ها و کلمات مرتبط شعر، در قسمت‌هایی از کادر و پرتره برقرار کرده است، مانند شعر «من و تو» احمد شاملو. تصویرسازی خاصی در این اثر صورت نگرفته زیرا مهم‌ترین المان‌های شعر در چهره و صورت شاملو وجود دارد و نقاش با کنار هم نشاندن ابیاتی که مربوط به یگانگی دیدگان است در نزدیکی چشمان و ابیاتی که بیانگر یگانگی دهان است در نزدیکی دهان، خواسته عناصر و ابیات موردنظر را در یک قاب کنار هم جمع کند و یگانگی ساده‌ای بین آن‌ها به وجود آورد. همان‌طور که ژنی بیان کرد: "متن‌ها و تصاویر هرگز در کتاب همچون دو نظام کاملاً ناهمگون و منفصل ظاهر نمی‌گردند، بلکه آن‌ها به دلیل تعلقشان به رمزگان متفاوت برای به‌کارگیری در یک فضای مشترک است که گفتگو می‌کنند، آثاری با معانی پیچیده می‌آفرینند که باید آموخت تا در یک خوانش کلی مورد رمزگشایی قرار گیرند." (Jenny, 2003: 18) در نقاشی شعر «من و تو» الخاص از رمز پردازی مکانی در کادر بهره برده است تا ارتباط پرتره شاملو و عناصر شعر را به تصویر بکشد. نقاشی شعر «عصیان» ترکیبی میانه دارد، تصویرسازی مختصر و رنگ‌پردازی اندک است. پرتره سرخ فروغ که گویی پشتش به مخاطب است و از شانه چپ، سر را برگردانده و به عقب نگاه می‌کند. خطوط موجی بالای سر و بخشی از موی او کشیده شده است و نشان‌دهنده نسیمی است که هزاران بوسه از او بگرفته، در سمت راست کادر خورشیدی که نیمی از آن روی موهای فروغ قرار دارد و بخش‌هایی از آن به رنگ زرد است کشیده شده است. در شعر «عصیان» بارزترین المان‌ها، نسیم و خورشید هستند که الخاص آن‌ها را در نزدیک‌ترین حالت به پرتره فروغ کشیده است. خورشیدی که بر فروغ تابیده، با کمی رنگ زرد و مختصر سایه‌های صورت فروغ بارنگ آبی پوشانده شده است و القاء کننده خنکای نسیمی است که فروغ را لمس کرده. همان‌طور که می‌توان مصمم بودن و اشتیاق فروغ برای رهایی از بندها را در نام شعر «عصیان» دید، در نقاشی هم این احساسات را در نگاه فروغ می‌توان دید. نقاش، در این دسته از آثار ارتباط نقاشی و شعر را با ترکیب‌بندی ساده، رنگ‌های مختصر و حالت چهره برقرار کرده است.

با تأمل در نقاشی‌های الخاص متوجه می‌شویم، اشعار نو و سپید فضا سازی مدرن دارند و اشعار کلاسیک دارای فضا سازی کلاسیک هستند و هنرمند، از سبک و المان‌های هنر کهن و ترسیم خط آشوری در این دسته آثار بهره بیشتری برده است. این ویژگی نشان‌دهنده این است که سبک و گونه پیش‌متن شعری در خلق پیش‌متن هنرمند تأثیرگذار بوده. این امر در اشعاری از حافظ که مصور کرده قابل‌رؤیت است؛ مانند نقاشی غزل «شب تاریک و بیم موج و گردابی چنین هایل» برخلاف دیگر آثار، نوع نوشتن خط شعر در نقاشی تحریری است و نشان‌دهنده خواسته نقاش در حفظ فضای کلاسیک پیش‌متن شعری در نقاشی است. نقاشی دارای کادر مستطیلی است که به دو بخش تقسیم شده. حدود دوسوم از فضای بالای نقاشی را رنگ‌های آبی تیره و سرمه‌ای تشکیل داده‌اند که نمایانگر شب و دریای توفانی است؛ بر روی آن خطوط موجی دیده می‌شود که گرداب درون شعر را تداعی می‌کند. بیت «شب تاریک و بیم موج و گردابی چنین هایل/ کجا دانند حال ما سبک‌باران ساحل‌ها» در این قسمت نوشته شده. این بیت هراس او را از شرایط سختی که در آن است بیان می‌کند. هم‌چنین می‌داند کسانی که شرایط و دغدغه او را ندارند نمی‌دانند که او در چه حالی است. قسمت پایین نقاشی با طاقی قرمز رنگ جدا شده است و این هم‌نشینی رنگ قرمز که گویی در دل آن فضای آبی تیره، موج و مضطرب وجود دارد، تداعی کننده ترس و دلهره افراد ساکن این نقاشی است. "تفاوت رنگ‌ها به خاطر مضمون‌های مختلف بوده زیرا مضمون تعیین می‌کند که چه رنگی را به کار ببریم." (الخاص، ۱۳۸۵، ۱: ۱۲۷) در نقاشی بیشتر، از سه رنگ اصلی استفاده شده و می‌توان گفت تصویرسازی این بیت از شعر فقط در جهت نشان دادن معنای ظاهری آن است؛ و هیچ ارتباطی با معانی عرفانی شعر ندارد. نقاش، شب و ترس و بی‌پناهی در توفان و گرداب دریا را با رنگ‌ها و در آغوش کشیدن فرزندان توسط مادران و چهره هراسان و ملول آدم‌های درون نقاشی تصویر کرده است.

در نقاشی «دوش دیدم که ملائک در میخانه زدند/ گل آدم بسرشتند و به پیمانه زدند» تصویرسازی آفرینش انسان توسط فرشتگان از گل در عرش را می‌بینیم. در نقاشی، فضای طاقی ماندنی وجود دارد که کادر را به دو نیمه تقسیم کرده و هر نیمه با رنگ آبی و قرمز از هم متمایز شده‌اند؛ اما این رنگ‌ها به نحوی در کادر جا گرفته‌اند که احساسی متفاوت را نسبت به نقاشی قبلی تداعی می‌کنند؛ در غزل «شب تاریک و بیم موج و گردابی چنین هایل» فضای نامنی، ترس و اضطراب و در نقاشی «دوش دیدم که ملائک در میخانه زدند» شور و اشتیاق آفرینش را القا می‌کنند. الخاص در رابطه با نقاشی «دوش دیدم که ملائک در میخانه زدند» گفته: "به‌جای این که زن‌های بالداری بکشم و پنجره‌ای با کوزه و به این نتیجه برسم که «دوش دیدم که ملائک در میخانه زدند» سعی می‌کنم «گل آدم بسرشتند و به پیمانه زدند» را بکشم" (الخاص، ۱۳۸۶: ۲۳۵) و در این اثر سعی کرده لحظه‌ای که ملائک جمع شده‌اند و در حال به وجود آوردن آدم از گل هستند را به تصویر بکشند. فرم انگشتان و دستان فرشته‌ها، مانند انگشتان سفالگران در هنگام شکل دادن گل است. در نقاشی تعداد زیادی دست وجود دارد که برخی از آن‌ها به هم پیوسته و حالت طاق ماندنی را به وجود آورده‌اند، گویا فضا را به دو بخش تقسیم کرده‌اند بخش بالای طاق قرمز است و بخش داخل طاق آبی رنگ با ابرهای سفید که فضای آسمان را به تصویر کشیده است؛ گنبد آبی رنگ مثل آسمان که با دست‌های ملائک درست شده است؛ و در پایین نقاشی رنگ سبز دیده می‌شود که می‌تواند نمایانگر زمین سرسبز باشد. پیکره‌ها طراحی خطی دارند. در میان ملائک که همه با فیگور زن طراحی شده‌اند فقط یک چهره نیم‌رخ از یک مرد دیده می‌شود که فیگور او از بالا و رأس گنبد که سر او قرار دارد تا پایین تصویر که پاهای او قرار دارد کشیده شده است. این مرد که در محور مرکزی نقاشی قرار دارد، نمایانگر آدم یا شاعر است که نقل کننده بیت شعر است؛ و وجود او توسط فرشتگان در حال شکل‌گیری و ساخته شدن از گل است.

۶- نتیجه‌گیری

سؤال اصلی تحقیق این است که الخاص چگونه به وسیله آثارش بین نقاشی و شعر پیوند برقرار کرده؟ با توجه به تحلیل‌های انجام‌شده این نتیجه حاصل شد که در برخی آثار الخاص مانند هنر کتابت و مینیاتور ایران، سعی در تصویرسازی شعرهای نوشته‌شده در نقاشی را داشته. در آثار او فضای منفی و جای خالی، به‌ندرت دیده می‌شود و اگر در اثری، همهی فضا پر نشده است، پس نقاش به دنبال این بوده که عناصری که در نقاشی حضور دارند بیشتر دیده شوند و اهمیت بیشتری پیدا کنند. در نتیجه فضای خالی حامل معنا یا احساسی است که مدنظر نقاش است. الخاص در بی‌پرده با آفتاب گفته: من بخواهم یک چیزی را مهم کنم، نزدیک می‌کنم و دورش نمی‌کنم. هنگامی که در کادر فقط یک پرتو در نزدیک‌ترین حالت به مخاطب قرار دارد و چند سطر شعر در حوالی او نوشته‌شده است، نشان‌دهنده اهمیت ویژه‌ای است که برای آن فرد و مضمون شعر قائل است. از این‌رو در برخی از آثار که نقش رنگ‌ها کاسته شده و آثار او به سمت طراحی رفته‌اند، هنرمند با حالات چهره، رنگ‌های مختصر و المان‌های نشانه‌ای سعی در انتقال حس و عواطف درون شعر را داشته است. همان‌طور که نامور مطلق رابطه بیش‌متن با پیش‌متن را برگرفتگی یا اشتقاق تعریف می‌کند؛ که موجب می‌شود بیش‌متن بر اساس پیش‌متن شکل بگیرد. در این دسته از آثار الخاص، نقاشی کاملاً برگرفته از شعر است؛ و اهمیت نقاشی فارغ از تصویرسازی در بیان احساس شاعر است که در برخی از آثار برای رسیدن به این هدف از رنگ‌ها استفاده کرده. الخاص در بی‌پرده با آفتاب می‌گوید تفاوت رنگ‌ها به خاطر مضمون‌های مختلف بوده زیرا مضمون تعیین می‌کند که چه رنگی را به کار ببریم. این نشان‌دهنده این است که رنگ‌ها برای او در بیان مضمون پیش‌متن مهم بوده است و در عین حال ابزاری برای برقراری ارتباط مضمونی میان شعر و نقاشی است. در نتیجه وی مضامین شعری را با المان‌های نمادین، رنگ‌ها، فرم‌ها و حالات چهره نشان داده و حتی در برخی آثار با استفاده از فضای منفی، طراحی خطی و کاستن رنگ‌ها سعی در انتقال حس، عواطف و تصویرسازی شعر را داشته است.

همان‌طور که ملاحظه شد آموخته‌های ترامنتیت و بررسی روابط میان متنی به ما کمک کرد تا به چگونگی تأثیر پیش‌متن‌های شعری در نقاشی‌های هانیبال الخاص پی ببریم؛ و افقی گسترده‌تر از یک نقاشی صرف را به روی ما باز کرد تا با بررسی متن‌های تأثیرگذار بر اثر، به معانی زیرین در پوسته کادر نقاشی دست پیدا کنیم؛ و چگونگی ارتباط شعر و نقاشی در یک کادر را بیابیم.

۷- پیشنهادها

- پیشنهاد می‌شود با توجه به جایگاه الخاص و سبک الخاصیسم در هنر معاصر، آثار وی با توجه به اقسام ترامنتیت موردبررسی سبک شناسانه‌ی دقیق قرار بگیرد.
- الخاص آثار بسیاری دارد که از یک متن ادبی به‌عنوان پیش‌متن بهره جسته است. می‌توان این آثار را دسته‌بندی کرد و انگیزه و هدف و نحوه تغییر و تکامل آن‌ها را با توجه به رابطه‌ی ترامنتی مورد تأمل قرارداد.
- همچنین در برخی از آثارش او متن و نوشته‌ای را همراه با نقاشی در یک اثر ارائه کرده است. جا دارد این بخش از آثار اوی با نظریه ادغام مفهومی موردبررسی قرار گیرد.

منابع

۱. احمدی، بابک، ۱۳۷۰، ساختار و تأویل، تهران، نشر مرکز
۲. اخوان ثالث، مهدی، ۱۳۶۹، بدایع و بدعت‌ها و عطا و لقای نیما یوشیج، تهران، بزرگمهر
۳. امین‌پور، قیصر، ۱۳۸۴، سنت و نوآوری در شعر معاصر، تهران، علمی و فرهنگی
۴. آغداشلو، آیدین، ۱۳۷۱، از خوشی‌ها و حسرت‌ها، تهران، فرهنگ معاصر
۵. آل احمد، جلال، ۱۳۴۷، کارنامه سه‌ساله، تهران، انتشارات مشعل و دانش
۶. آلن، گراهام، ۱۳۸۰، بینامتنیت، پیام یزدانجو، تهران، نشر مرکز
۷. آلن، گراهام، ۱۳۸۵، رولان بارت، پیام یزدانجو، تهران، نشر مرکز
۸. بارت، رولان، ۱۳۸۴، از اثر تا متن، ترجمه مراد فرهادپور، ارغنون شماره ۴
۹. براهنی، رضا، ۱۳۴۴، طلا و مس، تهران، چهره چاپ
۱۰. پاکباز، روین، ۱۳۷۸، دایره المعارف هنر، تهران، فرهنگ و هنر
۱۱. حمیدیان، سعید، ۱۳۸۱، داستان دگردیسی، تهران، نیلوفر
۱۲. الخاص، هانیبال، ۱۳۸۵، بی‌پرده با آفتاب، جلد ۱، تهران، مجال
۱۳. الخاص، هانیبال، ۱۳۸۵، بی‌پرده با آفتاب، جلد ۲، تهران، مجال
۱۴. الخاص، هانیبال، ۱۳۸۶، بی‌پرده با آفتاب، جلد ۳، تهران، مجال

۱۵. دالوند، احمدرضا، ۱۳۸۶، نقاش رمزنگار معلم رمزگشا، مجله هنر و معماری آینه خیال
۱۶. دست‌غیب، عبدالعلی، ۱۳۷۳، نقد آثار احمد شاملو، تهران، نشر آروین
۱۷. دست‌غیب، عبدالعلی، ۱۳۸۵، پری کوچک دریا، تهران، آمیتیس
۱۸. سجودی، فرزانه، ۱۳۸۷، نشانه‌شناسی کاربردی، تهران، نشر علم
۱۹. شفعی کدکنی، محمدرضا، ۱۳۸۴، وصف‌های فروغ فرخزاد، مجله بخارا، شماره ۴۴
۲۰. شمیسا، سیروس، ۱۳۸۸، راهنمای ادبیات معاصر، نشر میترا، تهران
۲۱. کنگرانی، منیژه، ۱۳۸۵، خوانش یک اثر هنری در فرآیند بیش‌متنیت، خبرنامه فرهنگستان هنر، شماره ۴۱
۲۲. لاله‌ئی، نعمت، ۱۳۸۷، نقاشی‌های هانیبال الخاص، تندیس، شماره ۱۲۸
۲۳. محسنی‌نیا، ناصر، ۱۳۹۳، ادبیات تطبیقی در جهان معاصر، تهران، علم و دانش
۲۴. مختاری، محمد، ۱۳۹۲، انسان در شعر معاصر، تهران، انتشارات توس
۲۵. نامورمطلق، بهمن و کنگرانی، منیژه، ۱۳۸۸، گونه‌شناسی روابط بینامتنی در شعر و نقاشی ایرانی، مجموعه مقالات هم‌اندیشی، تهران، فرهنگستان هنر
۲۶. نامورمطلق، بهمن، ۱۳۸۴، متن‌های درجه دوم/ بیش‌متنیت در نگاه ژرار ژنت، خردنامه همشهری، شماره ۵۹
۲۷. نامورمطلق، بهمن، ۱۳۸۶، ترامتنیت مطالعه روابط یک متن با دیگر متن‌ها، پژوهش‌نامه علوم انسانی، شماره ۵۶
۲۸. نامورمطلق، بهمن، ۱۳۹۰، درآمدی بر بینامتنیت: نظریه‌ها و کاربردها، تهران، نشر سخن
۲۹. نامورمطلق، بهمن، ۱۳۹۱، گونه‌شناسی بیش‌متنی، فصل‌نامه پژوهش‌های ادبی، شماره ۳۸
۳۰. نامورمطلق، بهمن، ۱۳۹۴، خوانش ترامتنی، مجله باغ نظر، شماره ۳۲
۳۱. نامورمطلق، بهمن، ۱۳۹۵، بینامتنیت: از ساختارگرایی تا پسامدرنیسم، تهران، نشر سخن
۳۲. هروی، حسینعلی، ۱۳۷۵، شرح غزل‌های حافظ، تهران، نشر سیمرغ
۳۳. هیلمن، مایکل، ۱۳۹۵، زنی تنها، حمیدی، تینا، تهران، نشر هنوز
34. Genette, Gerard, 1979, the Architext: an introduction, J.E.Lewin, Berkeley and Los Angeles, University of California press.
35. Genette, Gerard, 1972, Figures, paris, seuil.
36. Genette, Gerard, 1982, palimpsestes, paris, seuil.
37. Genette, Gerard, 1987, Seulis, paris, seuil.
38. Jenny, Laurent, 2003, Les genres litteraires, Genève, Dpt de français modern
39. Kristeva, Julia, 1974, Revolution in poetic language trans, New York, Columbia University Press
40. Piegay-Gros, Nathalie, 1996, Introduction a l'intertextualite, paris, Dunod.
41. <http://www.hannibal-alkhas.org> (access date 2019)
42. <http://www.honar.ac.ir> (access date 2019)

Abstract

The title of the current research is "A study on literary Hypertextuality of Hannibal Alkhas artworks according to transtextuality theory." The purpose of this research is applied done by descriptive-analytical method based on Transtextuality theory and Hypertextuality Approach by desk research on 6 works of Hannibal Alkhas. Hypertextuality is a type of Transtextuality that investigates the derivation and influence of the relationship between the text with the texts before it. In this research, examines those works of Alkhas that include the text of poetry in his painting. Examined poetry as the Hypotext and painting as the Hypertext. Research seeks answers to how poetry and painting are related to Alkhas' works and how to find the meaning of his works by Hypertextuality Approach. The findings show that according to the research hypothesis, Alkhas's tendency to literature has led him to create works that have a literary theme. He established a re-link between painting and literature in contemporary art. He has shown poetic themes with symbolic elements, colors, forms and facial expression. In some of his works, using negative space, sketch and color reduction, he has tried to convey the sense, emotions and illustration of poetry.

Key words: Transtextuality- Hypertextuality - Hannibal Alkhas- Poetry- painting

صورت و معنای نقش مثلث به رنگ قرمز در سوزن دوزی بلوچستان

مریم براهیمی^۱، غلامرضا طوسی‌ان شاندیز^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۳

کد مقاله: ۴۳۱۴۰

چکیده

در نظر گرفتن صورت و معنا برای نقوش و رنگ‌های به‌کاررفته در سوزن‌دوزی بلوچستان همانند سایر مفاهیم و پدیده‌ها که در همه جوامع و مکتب‌ها به‌صورت و معنای آن‌ها توجه شده است، قابل توجه و بررسی بوده و در این پژوهش که به شیوه توصیفی و تحلیلی و جمع‌آوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و با استناد به نمونه‌های در دسترس صورت گرفته، به بررسی و بیان صورت و معنای نقش مثلث‌های قرمز در سوزن‌دوزی بلوچ و ارتباط آن‌ها با پیشینه تاریخی-فرهنگی این قوم پرداخته است و نتیجه گرفته شده که زنان بلوچ متأثر از مناظر طبیعی، آمال و آرزوها، موقعیت اقلیمی منطقه، عوامل روحی و روانی با توجه به پیشینه مردمان مرزنشین بلوچستان با روحیه تلاشگر، مقاوم، خونگرم، باوجود محرومیت، درگیری و کشمکش‌های زیاد در دوران‌های مختلف، به استفاده از فرم‌های مثلث به رنگ قرمز و تکرار این نقوش برای بازنمود درونیات خود به شکل سوزن‌دوزی دست‌دوز بر روی لباس پرداخته‌اند.

واژگان کلیدی: صورت و معنا، نقش مثلث، رنگ قرمز، سوزن‌دوزی بلوچ.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه پیام نور تهران شرق، (نویسنده مسئول) shafagh.86.mb@gmail.com

۲- دکتری مرمت اشیا گرایش فرش، استادیار گروه هنر، دانشگاه پیام نور واحد تهران شرق

از مباحث مهم هنر می‌توانیم به بحث صورت و معنا اشاره کنیم به نظر می‌رسد مفاهیمی مانند ظاهر و باطن، بود و نبود و مانند این‌ها از کلمات مترادف صورت و معنا هستند که باید به آن‌ها توجه شود تمام ادیان انسان‌ها را دعوت به سیر از ظاهر به باطن کرده‌اند و آنچه در نظر ایشان اصیل بوده عالم معناست و اعتبار عالم ظاهر به عالم معنا می‌باشد این طرز فکر تمامی شئون اسلامی انسان‌ها به خصوص هنر را فرا می‌گیرد؛ بنابراین عناصر آثار هنری همواره انسان را متذکر به عالم دیگری می‌کند. یکی از عناصر دیداری برجسته در آثار هنری که همواره در پدیده‌های گوناگون هنری نقش مهمی ایفا کرده رنگ است تعداد زیادی از هنرمندان با بهره‌گیری از ویژگی‌ها رنگی مختلف به بیان خواسته‌های درونی خود پرداخته و از زبان رنگ‌ها رازهای خود را بازگو کرده‌اند رنگ در تمام دوران تاریخ بشر را به خود جلب کرده است در تمدن باستان رنگ مظهر نور بوده و به همین دلیل رنگ را با خدایان ارتباط می‌دادند رنگ مانند نشانه‌ای روشن برای بازگو کردن باورهای مردم در ابزار، وسایل، لباس، سوزن‌دوزی و مانند این‌ها نمود یافته است معنای نمادین رنگ‌ها و شناسایی ویژگی آن‌ها به پیشینه فرهنگی و باورهای دیرینه ملت‌ها بازمی‌گردد و اغلب با پندارهای اساطیری پیوندخورده و از آن‌ها سرچشمه می‌گیرد بانگ‌هایی به هنر بلوچ به ویژه سوزن‌دوزی که جزء هنرهای رودوزی محسوب می‌شود هنری است که در آن «نگاره‌های مختلف بر روی پارچه‌های بدون نقش از طریق دوختن یا کشیدن قسمتی از نخ‌های تار و پود، به وجود می‌آید.» (یاوری، ۱۳۸: ۱۱۱).

آن چه در نگاه اول توجه هر بیننده‌ای را به خود جلب می‌کند استفاده از مجموعه رنگ‌های گرم و تند است روانشناسان معتقدند که انتخاب رنگ‌های اصلی، قرمز، آبی، زرد، نشان‌دهنده نیازهای اساسی است که این موضوع در سوزن‌دوزی بلوچ بسیار نمود دارد و بیشتر از رنگ‌های اصلی به ویژه رنگ قرمز استفاده شده است. در این مقاله به بررسی صورت و معنای مثلث به رنگ قرمز در هنر سوزن‌دوزی بلوچستان می‌پردازیم با هدف بررسی صورت مثلث قرمز و معنای آن در سوزن‌دوزی‌های بلوچستان و ارتباط مفهومی استفاده زیاد از رنگ قرمز با پیشینه تاریخی - فرهنگی اقوام بلوچ در راستای پاسخ به این پرسشها می‌باشد:

- ۱- ارتباط صورت و معنای فرم مثلث به رنگ قرمز در سوزن‌دوزی‌های بلوچستان چگونه است؟
 - ۲- استفاده از مثلثهای قرمز در سوزن‌دوزی بلوچستان چه ارتباطی با پیشینه تاریخی - فرهنگی این قوم دارد؟
- به عنوان فرضیه و پاسخ به پرسش‌ها، می‌توان گفت به نظر می‌رسد با توجه به این که فرم مربع نشان دهنده صورت رنگ قرمز است و مربع تقاطع دو خط مساوی افقی و با دو خط مساوی عمودی پدید می‌آید. در خط هیروگلیف، مزرعه با شکل مربع ترسیم می‌شود و از طرفی، مربع با رنگ قرمز نشانگر ماده است سنگینی و ماتی قرمز با شکل ایستا و موقر مربع سازگار است. مثلث از تقاطع سه خط مایل بدست می‌آید و زوایای تیز آن نمود ستیزه جویانه و تجاوزگرانه ایجاد می‌کند. مثلث فکر است و خصوصیات بی وزن آن، با رنگ زرد درخشان هم خوانی دارد و از طرفی مربع با رنگ قرمز نشانگر ماده است، سنگینی و ماتی قرمز با شکل ایستا و موقر مربع سازگار است (ایتن، ۱۳۹۲، ص ۱۴۹).

با توجه به مطالب مذکور، مثلث وقتی با رنگ قرمز نمایان شود هم خصوصیات مثلث و هم معنای رنگ قرمز را بازگو می‌کند یعنی معنا و مفهوم مثلث با رنگ قرمز در سوزن‌دوزی‌های بلوچ، نمودی ستیزه جویانه همراه با سنگینی و ماتی قرمز را دارد؛ و از نظر تاثیر روانشناسی رنگ‌ها، رنگ قرمز انرژی می‌دهد و محرک بسیار نیرومندی است و محیط را بسته‌تر و صمیمی تر القا می‌کند و فعالیت‌های عمومی را افزایش می‌دهد. (فروزانی خوب، پنجویی، ۱۰). قرمز نشانگر آرزوی شدید است، برای تمام چیزهایی که شدت زندگی و کمال تجربه رادر پوشش خوددارند، یعنی محرک اراده برای پیروزی، روحیه تهورآمیز و تلاش است. (لوشر، ۱۳۸۹، ۸۶-۸۷). بنابر بیان موارد ذکر شده، زنان سوزندوز بلوچ متأثر از مناظر طبیعی، عوامل روحی و روانی، موقعیت اقلیمی منطقه محل سکونت خود با توجه به پیشینه تاریخی - فرهنگی مردمان مرزنشین بلوچستان با روحیه تلاشگر، مقاوم، خونگرم، با وجود محرومیت‌های زیاد، درگیری‌ها و کشمکش فراوان در دوران‌های مختلف تاریخی به استفاده زیاد از نقشه‌هایی به فرم مثلث قرمز در سوزن‌دوزی‌ها پرداخته‌اند.

۲- پیشینه ی تحقیق

در مقالات بسیاری به مقوله ی سوزندوزی بلوچ پرداخته شده است. در بسیاری منابع شکل ظاهری این هنر با هدف بیان ویژگیهای کلی اصول دوخت و نیز نقوش آن مورد بررسی قرار گرفته است. از آن جمله میتوان به کتاب سوزندوزی بلوچ از زهرا ریگی (۱۳۹۱)، آشنایی با هنرهای سنتی ایران و شناخت صنایع دستی ایران از حسین یاوری (۱۳۸۹) و سوزندوزی بلوچ از صادقی دخت (۱۳۸۹) اشاره نمود؛ اما از نظر ساختار نقوش و زیبایی شناسی آن میتوان به مقاله ای از سیاوش و داریوش مبارکی اشاره کرد با عنوان «بررسی و تحلیل رنگ و فرم در نقوش اصیل سوزندوزی پرکار بلوچستان» (۱۳۹۵) که در نخستین همایش رودوزیهای استان سیستان و بلوچستان ارائه شده است. مبارکی در این مقاله علاوه بر بررسی رنگ و فرم، سوزندوزیهای بلوچ را به انواعی تقسیم نموده است که علاوه بر انواع حیوانی، انسانی و گیاهی که در آثار دیگر نیز به چشم می‌خورد، تقسم بندیهایی چون حاشیه و کناره را نیز شامل میشود. در مقاله ی «ساختار صوری نقوش طبیعی در سوزندوزی بلوچ با تأکید بر نمونه‌های شهرستان سراوان» از قاسمی و دیگران (۱۳۹۲) نیز مطالعه ی شکل و ساختار نقوش مورد نظر بوده است، اما مسئله اصلی ارتباط بین این نقشها با

عناصر طبیعت بوده و کمتر به وجه هندسی نقوش اشاره شده است. در جدیدترین کتاب این حوزه با عنوان «حکایت بلوچ» از محمود زند مقدم (۱۳۹۷) که در هفت جلد به چاپ رسیده است، جنبه های مختلف فرهنگی این قوم، صنایع دستی و سوز ندوز یهای آنان تشریح شده که دربررسی ابعاد هویتی بلوچ و هنر دست ایشان راهگشا است. حمیده یعقوبی (۱۳۹۳) در مقاله «سوز ندوز ی های پوشاک زنان بلوچ؛ نقش و رنگ» فصل مشترک این نقوشها را نقوش هندسی و شکسته دانسته است. عناصر طبیعی، زیورات، عناصر انتزاعی و باورهای قومی را نیز به عنوان ریشه های شکل گیری این نقوش معرفی کرده است. در مقاله «ساختار صوری نقوش طبیعی در سوز ندوزی زنان بلوچ» نتایج تحقیق تایید کننده آن است که زنان سوز ن دوز بلوچ در طراحی نقوش طبیعی، ضمن توجه به روابط زیبایی شناختی و محیط پیرامون، نقش کارکردی آن ها را نیز در تناسب با شیوه طراحی هندسی مد نظر قرار داده اند. فریبا گرگیچ (۱۳۹۵) درمقاله «بررسی نقوش اصیل سوز ندوزی بلوچ» به معرفی انواع نقوش سوز ندوزی بلوچ پرداخته که در نخستین همایش رودوزی های سنتی سیستان و بلوچستان مورد توجه قرار گرفت. در مقاله «فرم و رنگ در هنر بلوچ» محمد افروغ (۱۳۸۸) به بررسی دو عنصر رنگ و فرم در هنر سوزن دوزی پرداخته است. با وجود مقالات و پایان نامه های متعدد در این زمینه، نسبت به موضوع صورت و معنای تکرار مثلتهای قرمز، تأکید خاصی صورت نگرفته است.

۳- روش تحقیق

روش کار این پژوهش به شیوه توصیفی و تحلیلی است و جمع آوری اطلاعات به روش کتابخانه ای با استفاده از اطلاعات اسنادی و نمونه های در دسترس نقوش سوزن دوزی بلوچ جهت تحلیل ویژگی شاخص هندسی فرم مثلث و رنگ قرمز که بیشترین تکرار و استفاده را در این هنر دارد.

۴- صورت و معنا

یکی از مباحث مهم هنر، بحث صورت و معناست. در تمام ادیان انسان به حرکت از ظاهر به باطن، دعوت شده اند و آنچه اصیل و معتبر بوده عالم معناست و اعتبار عالم ظاهر به عالم باطن است. هدف آثار هنری ادیان مختلف نیز القای همین عالم معنا می باشد (سازمان تبلیغات اسلامی، صورت و معنا در هنر، ص ۱). برای تعریف صورت چنین بیان کرده اند: «هنگامی که انسان چیزی را درک می کند صورتی از آن چیز در ذهنش حاصل می شود و ذهن قوه ای است در وجود آدمی که صورت های اشیاء در آن نقش می بندد و مقصود از صورت چیزی است از شیء که عین آن شیء نیست اما موافق آن شیء است؛ مانند صورت شخص در آینه و در این امر مطلق موافقت کافی نیست، بلکه موافقت، در حقیقت وذات و معنی معتبر است و این مثال از باب توضیح است نه از باب تحقیق، چون صورتی که در آینه دیده می شود در حقیقت با انسان موافق نیست بلکه در ظاهر شکل با او موافق است و صورت اشیایی که در ذهن حاصل می شود در حقیقت، با اشیاء موافق است و موافقت آن تنها در ظاهر امر نیست به دلیل آن که چیزهایی که از ما غایب و دور هستند، ما در نفس خود آنها را نیز مشاهده میکنیم و اینکه حقیقت اشیاء در ذهن حاصل می شود، به علت آن است که اگر صورت حقیقت اشیاء نیز در ذهن حاصل نشود، ممکن نیست که ما بتوانیم حقیقت چیزها را ادراک کنیم» (کیوان سمیعی، ۱۳۷۴، ص ۶). زمانی که از حقیقت و باطن چیزی صحبت می کنیم، منظور عالم شهود است که با چشم دیداری قابل مشاهده نیست و باید با چشم دل دید. جامی در این مورد چنین گفته: «هر عالم علامت و نشانه ای به عالم دیگر است و همه ی این مراتب مظاهر حق یک وجود است که بر حسب اختلاف تجلیات، مراتبی پنجگانه را حاصل شده است» (جامی، ۱۳۸۱، ص ۱۸۱). با توجه به مطالب ذکر شده، مقصود هر هنرمند از آثارش معنایی است که از اثر هنری دریافت می شود و این مقوله در هنر سوزن دوزی بلوچ نیز صدق می کند و در اشکال هنری و رنگ های بکار برده شده توسط سوزندوز بلوچ معنا و مفهومی نهفته و معانی را در پس شکل و رنگ به اشاره بیان کرده است تا بیننده در تعبیر صورت های آن به باطن و معنا راه یابد.

۵- نقش مثلث

شاید شکل مثلث بعد از شکل دایره از اولین اشکال هندسی باشد که انسان در تصاویرش از آن استفاده کرده است. شکل مثلث در تصاویری که انسانهای ما قبل تاریخ بر روی صخره ها از خود به جا گذاشته اند، بسیار به چشم می خورد. در تمام دنیا و توسط ملت های مختلف هر دورانی، معانی گوناگون و بسیاری به این شکل داده اند. فرم های هندسی با گوشه های تیز و بیشتر فرم مثلث بیشترین کاربرد را در هنر سوزن دوزی بلوچ دارد.

۵-۱- رموز هندسی مثلث

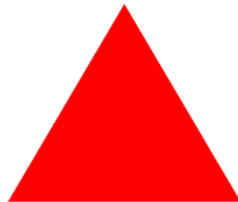
زمانیکه دایره در خارجی ترین نقاط خود با یکدیگر مماس می شود، اولین چند ضلعی یعنی مثلث به وجود می آید. به نقل از بلخاری، ابن سینا در فصل طبیعیات کتاب شفا برای عناصر، اشکال هندسی قائل می شود. او معتقد است، چهار عنصر، سطوح را

می سازند الزاماً باید مستقیم باشند و چون ساده ترین شکلها، مثلث است پس همه ی اجسام از مثلث ساخته می شوند و آب، شکلی است از بیست قاعده ی مثلث و هوا از هشت قاعده ی مثلث و خاک مکعبی است که از سطوح مربع ساخته می شود و مربع بالقوه از مثلث ها ساخته می شود (بلخاری، ۱۳۸۶، ص ۶۵). مثلث رمز مراتب سه گانه، نفس اماره، لوامه و مطمئنه به حساب می آید و انسانها برای رسیدن به کمال باید این مراحل اساسی را بگذرانند و مثلث بیانگر سه جهان علوی، دنیوی و دوزخی است و با تقسیم سه گانه انسا یعنی روح، نفس و بدن مطابقت دارد (چیتیک، ۱۳۸۶، ص ۸۸).

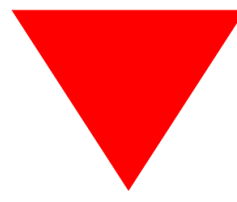
در هندسه هر کدام از اشکال با عددی معادل قرار می گیرند که از نظر معنای رمزی با یکدیگر مطابقت دارند و عدد ۳ به عنوان یک اصل، تثلیث را نشان می دهد و معنای صوری آن مثلث است و به عنوان مادر اشکال با سطح رابطه دارد. عدد ۳ صرفاً اصل آفرینش است و گذرگاهی میان قلمرو مرئی و برتر راشکلی می دهد (لولر، ۱۳۶۸، ص ۲۰). نماد مثلث با راس رو به پایین قمری است، نماد اصل مونث، نماد آبها، سرما و دنیای مادی است. مثلث رو به پایین به عنوان نماد مادر کبیر نقشی زاینده است در نمادهای کوهستان و غار ف کوهستان و مثلث رو به بالا مذکر است (کوپر، ۱۳۸۶، ص ۳۴۴). مثلث نماد طبیعت سه گانه است. در سنت هندوی مثلث متساوی الساقین نماد جنس نر و ماده است. اگر راس آن بالا باشد نماد مرد است، اگر راس آن پایین باشد نماد زن، ترکیب نمادهای زن و مرد، به مفهوم تفکر است (هال، ۱۳۸۰، ص ۱۷). مثلث از تقاطع سه خط مایل بدست می آید و زوایای تیز آن نمود ستیزه جویانه و تجاوزگرانه ایجاد می کند. مثلث فکر است و خصوصیات بی وزن آن، با رنگ زرد درخشان هم خوانی دارد و از طرفی مربع با رنگ قرمز نشانگر ماده است، سنگینی و ماتی قرمز با شکل ایستا و موقر مربع سازگار است (ایتن، ۱۳۹۲، ص ۱۴۹). با توجه به مطالب مذکور، مثلث وقتی با رنگ قرمز نمایان شود هم خصوصیات مثلث و هم معنای رنگ قرمز را بازگو می کند یعنی معنا و مفهوم مثلث با رنگ قرمز در سوزن دوزی های بلوچ، نمودی ستیزجویانه همراه با سنگینی و ماتی قرمز را دارد.



شکل ۳- مثلث با رنگ زرد
(مأخذ: نگارندگان)



شکل ۲- مثلث با راس رو به بالا
(مأخذ: نگارندگان)



شکل ۱- مثلث با راس رو به پایین
(مأخذ: نگارندگان)

۵-۲- معانی انواع مختلف مثلث

الف- مثلث متساوی الاضلاع رو به بالا: نمادی از اندام مردانه است. این مثلث برای هستی‌ها نشانگر شفا بخشی برای مایها نشانگر خورشیدی (به وسیله بسط دادن به باروری) و در هنر سرخپو ستن نشانگر کوه مقدس است. هنرمندان پوئبلو در جنوب غربی آمریکا از مثلث رو به بالا به مثابه نماد کوه استفاده می کردند (فورد، بروس، ۱۳۸۸). علاوه بر اهمیتی که فیثاغورسیان برای مثلث قائلند، این شکل در علم کیمیا به معنای آتش و قلب می باشد (شفرد، ۱۳۹۳). در برخی متون کهن و مفاهیم منتقل شده، مثلث متساوی الاضلاع نمادی از زمین اسات، زیرا این حالت از مثلث نوعی سکون و استحکام را القا می کند. تمام وزن مثلث در همه جای آن یکسان است و به همین دلیل نشانه ای از پایداری و ثبات می باشد. در مسیحیت مثلث که اغلب به صورت متساوی الاضلاع نشان داده می شود و نماد تثلیث است. مثلث به عنوان یک ابزار موسیقی، گاهی از ویژگی های ارارتو الهه یونانی شهر عا شقانه است (مهدیزاده نادری، ۱۳۹۷). هیتیت های باستان از مثلثی که رأس آن بالا باشد به منزله نماد پادشاه و سالامت اساتفاده می کردند. هنرمندان پوئبلو در جنوب غربی آمریکا از مثلث رو به بالا به مثابه نماد کوه استفاده می کردند.

قاعده مربع شکل آن به صورت سنتی نشانه زمین، ماده، شکل و تجملی است. راس آن مظهر آسمان است. به عنوان یک شکل حجیم از نظر ادراک برری یکی از فرم های اصلی است. هرم از نظر احساسی دارای یک نوع دوگانگی خاص است. از طرفی سنگین تر شدن توده فزاینده هرم را هر چه از بالا به پائین می آیم احساس می کنیم و از طرف دیگر هر سطح هرمی به طور چشم گیر هر چه بالاتر برویم جمع و جالب تر می شود. این دو نیروی متقابل ایجاد تنش شدیدتری می کنند که هرم را به یکی از پرتحرک ترین فرم ها مبدل کرده است (فورد، بروس، ۱۳۸۸).

ب- مثلث متساوی الاضلاع رو به پائین: این سه گوش نمادی از زن و همچنین نشانگر عنبر آب است. سومری ها (و دیگران) مثلث رو به پایین را برای نشان دادن زن به کار می بردند. بسیاری از اساطیر آب دارای صداقت باروری و زندگی بخش اند. این این فرم از مثلث را می توان با زیرمجموعه های مرتبط با اساطیر آب در هر فرهنگی نیز مرتبط دانست. در نظر داشتن رابطه میان مثلث ایستاد (رأس بالا) و مثلث واژگون (رأس پایین) قابل اهمیت است، زیرا دومی انعکاسی از اولی، و در معنایی وسیع تر نمادی است از طبیعت الهیو بشری مسیح؛ به عبارت دیگر نمادی است از کوه و غار (گلابچی، زینالی، ۱۳۹۱).

- ج- **مثلث قائم الزاویه**: مثلث قائم الزاویه نمادی از آب اسالت که یکی از مهمترین مفاهیم برای مثلث می باشد. در واقع تمام اشکال را می توان از طریق ترسیم خطوطی از مرکز به زوایای آن ها به مثلث‌هایی تقسیم کرد. همچنانکه هر زايشی با تقسیم صورت می گیرد، بشر نیز قابل مقایسه با مثلث متساوی الاضلاعی است که به دو مثلث قائم الزاویه تقسیم شده باشد.
- د- **مثلث متساوی الساقین**: مثلث متساوی الساقین را با آتش مرتبط دانسته است. مثلث متساوی الساقینی که زاویه راس آن ۱۰۸ درجه باشد حاوی ارقام با معنایی است و هماهنگی خاصی در خود دارد (فورد، بروس، ۱۳۸۸).
- ه- **مثلث مختلف الاضلاع**: مثلث مختلف الاضلاع نمادی از هوا و وسعت است (شفر، ۱۳۹۳).

جدول ۱- کدهای نشانه شناسی مثلث (کشاورز، مکریان)

ردیف	انواع مثلث	مفهوم مرتبط با طبیعت	مفاهیم مقدس	انسان	صفت
۱	مثلث رو به بالا	خورشید، آتش، هوا	کوه مقدس، تثلیث	مذکر، اندام مردانه، پادشاه	شفابخشی، سکون، استحکام، سلامت
۲	مثلث رو به پایین	آب، غار، خاک		مونث، رحم	
۳	مثلث قائم الزاویه	آب، زمین			زایش، خسران واز بین رفتن تعادل
۴	مثلث مختلف الاضلاع	هوا			وسعت
۵	مثلث متساوی الساقین (به بالا)			مذکر	تفکر
۶	مثلث متساوی الساقین (به پایین)			مونث	
۷	مثلث با خطوط چهارخانه	کوه، زمین کشاورزی			

۶- رنگ قرمز

رنگ در تمام دورانها ی تاریخ، بشر را به خود جلب کرده است. برای تمدن های باستان، رنگ، مظهر نور بود و به همین دلیل رنگ را به خدایان نسبت می دادند. در بررسی و تحلیل های رنگ در جامعه، توجه به این نکته ضروری است که شناخت ما نسبت به رنگ، حاصل واکنش غریزی و از طرفی عادت است. رنگ از عناصر برجسته دیداری است که در طول تاریخ در انعکاس باورها و پندارهای آدمی نقش مهمی داشته است. بسیاری از هنرمندان با بهره گیری از ویژگی های رنگی گوناگون، خواسته های درونی خویش را با رنگها بازنمود کرده و از زبان رنگها راز خود را بازگو کرده اند (حسن لی، احمدیان، ۱۳۷۸، ص ۲). درک نسبتاً درستی از مفهوم رنگ از زمان های قدیم وجود داشته است. در بسیاری از فرهنگ ها و بنا به طبیعت جغرافیایی و مفاهیم فرهنگی اعتقادی، همچنین روابط اجتماعی، رنگها نماد معنایی پیدا کرده اند (کارگاه هنر ۱، ص ۲۲۲).

رنگ از عناصر اصلی در هنر اسلامی و تفاوت و ویژگی رنگها از تدابیر و حکمت های خداوندی بوده است که کمک به درک شناخت انسان از جهان پیرامونش شده است. تفاوت رنگ اجسام به عنوان عاملی برای شناخت انسان از دنیا و تفاوت قائل شدن بین خیر و شر، کارکردهای ویژه ای دارد (بهریزی پور، ۱۳۹۸، ص ۹). به عقیده بورکهارت: « رنگها از غنای درونی روشنایی داستان می زنند. چون به روشنی رویاروی دیده بدوزند، کورکننده است و با توازن و هماهنگی رنگهاست که به سرشت راستین آن پی می بریم که همه ی پدیده های دیدنی را خود جلوه گر می سازد (بورکهارت، ۱۳۶۵، ص ۸۸).

از دیدگاه سید حسین نصر آفتاب درخشان فلات ایران، رنگها را درخشان تر و تندتر ساخته و حساسیت روح انسان را نسبت به رنگ افزایش داده است. آمیختن رنگها ثر هنر، به تعبیری کیمیاگری است که تبدیل جوهری می کند و شییی را به شیی دیگر مبدل می کند. هر رنگ دارای تمثیل خاص خود است و نیز هر رنگ سختیتی با یکی از احوال درونی انسان و روح او دارد و استفاده از آن در جوانب مختلف زندگی، اثری عمیق در روحیه ی مردمان داشته و دارد (نصر، ۱۳۸۳، ص ۳)؛ بنابراین رنگها با معانی و مفاهیم ویژه ای همراهند و هنرمند با آگاهی از مفاهیم روان شناختی رنگ به گزینش و چینش آن در اثر خود پرداخته اند و صرفاً از وهم و تخیل هنرمند سرچشمه نگرفته است بلکه نتیجه رویت و شهود، واقعیتی است عینی که فقط از شعور و آگاهی هنرمند برآمده است

(نصر، ۱۳۷۳، ص ۸۵). رنگ یک بعد روانی نیز دارد مثلاً رنگ‌های زرد و قرمز طبعاً به نشانه گرمی به کار می‌رود و غالباً چنین بنظر می‌رسد که رنگ‌های گرم پیشروی می‌کنند (هنر در گذر زمان، ۱۴۰۰، ص ۱۹).

رنگ‌های گرم شامل قرمز، زرد، نارنجی هستند. در حقیقت طول موج رنگ قرمز بسیار به اشعه ماوراء بنفش نزدیک است، که منشاء انتقال گرما است. رنگ‌های گرم تأثیری چون جریان مواد مذاب از دهانه کوه آتشفشان دارد؛ مهاجم و توجه برانگیز. رنگ گرم خود نماست و احساسات را برمی‌انگیزد. وجود رنگ‌های گرم در محل کار آهنگ حرکت را سریع تر می‌کند. در پوست‌ها چشم را به سوی خود می‌کشاند. ترکیب رنگ‌های گرم در کنار هم، جسور، غنی و زنده جلوه می‌کن. (همشینی رنگها، ص ۳۰).

ماکس لوشر در کتاب روانشناسی رنگ بیان می‌کند: «رنگ قرمز که با ترکیب زرد و نارنجی کم رنگ به وجود می‌آید، نشانگر یک شرایط جسمانی به کاربردن انرژی است و نبض را سریع می‌کند، فشار خون را بالا می‌برد و تنفس را بیشتر می‌کند. قرمز بیانگر نیروی حیاتی، فعالیت عصبی و غددی بوده لذا معنای آرزو و تمام شکل‌های میل و اشتیاق را دارد. قرمز یعنی لزوم بدست آوردن نتایج مورد نظر و کسب کامیابی و نشانگر آرزوی شدید برای تمام چیزهایی است که شدت زندگی و کمال تجربه را در خود پوشش می‌دهد. قرمز یعنی محرک اراده برای پیروزی و انگیزه ایست برای فعالیت شدید، پیکار، رقابت، شهوت جنسی و بارآوری تهورآمیز. قرمز از لحاظ نمادی شبیه به خونی است که در هنگام پیروزی ریخته می‌شود و خلق و خوی خونخوار و مردانه دارد. ادراک حسی آن بصورت میل و اشتها ظاهر می‌شود. محتوای عاطفی آن آرزو و آمال است (لوشر، ۱۳۸۹، ص ۸۶-۹۰).



رنگ قرمز به علت تداعی آتش و خون، برای نشان دادن خطر، خشم، خشونت، عشق و شور معنا شده است. به همین دلیل این رنگ را با امور قلبی ارتباط داده اند و باعث افزایش فشار خون و پر حرکتی بدن که برای کم خونی مفید است می‌شود (کارگاه هنر ۱، ص ۲۲۳ و ۲۲۶).

قرمز - نارنجی متراکم و مات است و درخشش آن طوری است که انگار گرمای درونی دارد. اگر قرمز به صورت قرمز-نارنجی باشد، گرمی آن قدرت گرمی آتش را پیدا می‌کند و در این حالت از نظر نشانه شناسی با زمین زنده قابل مقایسه است.

شکل ۴- رنگ قرمز (مأخذ: نگارندگان)

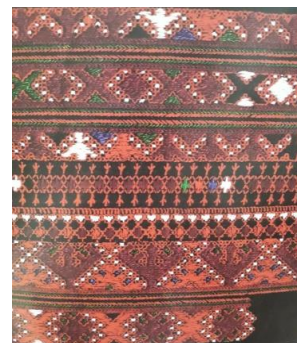
کنتراست صحیح، قرمز-نارنجی را به سوی اکسپرسیونی از هیجان و ستیزه جویی سوق می‌دهد. رنگ قرمز مریخ موجب شده، قرمز به دنیای جنگ و اهریمن تعلق بگیرد و تنها در کنتراست با سیاه است که قرمز-نارنجی، هیجان اهریمنی و شکست ناپذیر خود را ظاهر می‌سازد (ایتن، ۱۳۹۲، ص ۱۶۹-۱۷۰)؛ که این موضوع را در سوزن دوزی بلوچ بروشنی مشاهده می‌کنیم، رنگ قرمز در مجاورت دوخت سیاه دوزی حاشیه ی نقشها بکار رفته است. رنگ به عنوان عامل مهم زیبایی در ایجاد احساسات بصری بسیار تأثیر گذار بوده و باید متناسب با حس مکان انتخاب شود. تأکید بر مهم ترین انتخابهای رنگی بلوچ (رنگ‌های قرمز - نارنجی) برای حفظ هویت و حس مکان در شهرهای بلوچستان بی شک باید جزو اولین اصول سازماندهی مد نظر قرار گیرد. چیزی که بیشتر از همه در هنرهای بصری بلوچ خودنمایی می‌کند (فریدون زاده و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۷۵). با توجه به مطالب ذکر شده، رنگ را می‌توان مهمترین عنصر زیبایی در سوزن دوزی بلوچ دانست، عوامل سنتی، فرهنگی و اجتماعی در واکنش افراد نسبت به رنگها تأثیر دارد و رنگی که در سوزن دوزی بلوچ بیشترین کاربرد را دارد، رنگ قرمز است که در سوزن دوزی های اصیل رنگ، هویت بخشی محسوب می‌شود. البته قرمز خالص کمتر در سوزن دوزیها بکار رفته و آنچه بیشتر متداول بوده است، قرمز اناری یا هوم است (کشاورز، جوادی، ۱۳۹۸، ص ۶).



تصویر ۵- پیش سینه سوزن دوزی اصیل و رنگ‌های سنتی (مأخذ: شناخت نقوش اصیل سوزن دوزی بلوچستان، ۱۳۹۰)



تصویر ۶- روش دوخت همراه با خطوط مرزی پیش سینه (مأخذ: شناخت نقوش اصیل سوزن دوزی بلوچستان، ۱۳۹۰)



تصویر ۷- روش دوخت قسمتی از سرآستین لباس محلی همراه با خطوط مرزی (مأخذ: شناخت نقوش اصیل سوزن دوزی بلوچستان، ۱۳۹۰)

اما در کل، دربین رنگ‌های سوزن‌دوزی بلوچ «رنگ نارنجی روشن و قرمز بر بقیه رنگها غلبه دارد و جزئیات طرح بیشتر از طریق رنگ‌های سبز، سیاه و قهوه ای مشخص می شود» (یاوری، منصوری و سلطانی، ۱۳۹۰، ص ۳۶). رنگ‌های گرم از طیف نارنجی و قرمز به صورت فراوانی در سوزن دوزی سنتی بلوچستان به کار می رفته است. این رنگها در سوزن دوزی معاصر دستخوش تغییراتی شده اما ملاک ارزیابی نمونه‌های اصیل و سنتی است. البته این رنگها در کنار رنگ‌های سرد و به خصوص سبز و سیاه است که معنی پیدا می کند (فریدون زاده و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۷۳).

۷- معرفی استان سیستان و بلوچستان

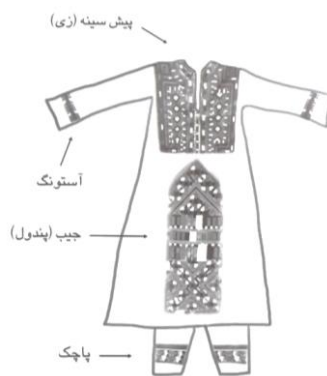
استان سیستان و بلوچستان در جنوب خاوری ایران واقع است و با وسعتی حدود ۱۸۷۵۰۲ کیلومتر مربع، پهناورترین استان ایران می باشد. این استان در بین ۲۵ درجه و ۳ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۵۸ درجه و ۵۰ دقیقه تا ۶۳ درجه و ۲۱ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است و از شمال به استان خراسان جنوبی و کشور افغانستان، از شرق به کشورهای پاکستان و افغانستان، از جنوب به دریای عمان و از مغرب به استانهای کرمان و هرمزگان محدود می شود. استان سیستان و بلوچستان از دو منطقه سیستان و بلوچستان تشکیل می شود که منطقه سیستان از سه شهرستان زابل، زهک و شهرستان هیرمند تشکیل می شود. منطقه بلوچستان از زاهدان که مرکز استان است شروع می شود و شهرستانهای زاهدان، خاش، سراوان، ایرانشهر، سرباز، نیکشهر، چابهار و کنارک- دلگان (به مرکزیت گلپورتنی)- زابلی (مه گس قبلی) سیب سوران (به مرکزیت سوران) را شامل می شود. منطقه سیستان و بلوچستان با توجه به موقعیت جغرافیایی، از یک طرف تحت تاثیر شبه قاره هند و به تبع آن باران های موسمی اقیانوس هند و از طرف دیگر تحت تاثیر فشار زیاد عرض های متوسط قرار دارد که گرمای شدید، مهمترین پدیده مشهود اقلیمی آن است. این استان تابستانهای گرم و طولانی و زمستانهای کوتاه دارد. این ناحیه دو فصل متمایز زمستان با درجه حرارت معتدل و نسبتاً خنک در ماه های آذر، دی و بهمن و تابستان گرم در بقیه فصل های سال دارد (صنایع دستی سیستان و بلوچستان، ص ۱) بلوچ از واژه های فارسی ایران باستان به معنای تاج خروس یا نشانه است (یاوری، ۱۳۸۹، ص ۱۱). همچنین بیان شده بلوچ به معنای چادر نشین یا کولی می باشد (هال، ۱۳۷۷، ص ۳۱۰).

۷-۱- لباس محلی زنان بلوچستان

زنان بلوچ ردای گشاد صافی از جنس نخ یا پشم سبک می پوشند که تا وسط ساق پا می رسد. این ردای یقه ای گرد و ساده دارد که از جلو تا جناق سینه چاک می خورد. آستین ها بلند و گشادند و قدری در مچ تنگ می شوند. این ردای شلوار گشادی به رنگ دیگر پوشیده می شود که در کمر با بندی کشی چین خورده، در قوزک پا تنگ می شود. چشمگیرترین بخش جامه زنان گلدوزی دستی است که جلوی لباس و سر آستین ها و پاچه های شلوار را می پوشانند. این تکه های گلدوزی شده جداگانه آماده و بعداً روی لباس دوخته می شود. تکه جلو بالاتنه (زی) مربع شکل است و سرتاسر این قسمت را از شانه ها تا کمر در بر می گیرد. تکه مستطیل شکل دیگری (کپتان) از کمر تا حاشیه لباس امتداد می یابد و در بالا نوک تیز می شود. اطراف ایت تکه در حدود ۳۰ سانتی متر دوخته نمی شود تا بتوان آنرا آنها همچون جیب های بزرگ استفاده کرد. دو تکه ی دوزنقه ای به عرض ۲۵ و طول ۴۵ سانتی متر بر روی آستین ها دوخته می شود و دو تکه ی مشابه، ولی کمی کوچکتر، زینت بخش لبه های شلوار است (فرهنگ عامه، ص ۳۳۵).



شکل ۶- پیش سینه (مأخذ: شناخت نقوش اصیل سوزن‌دوزی بلوچستان، ۱۳۹۰)



شکل ۵- لباس سنتی زنان بلوچ (مأخذ: شناخت نقوش اصیل سوزن‌دوزی بلوچستان، ۱۳۹۰)



شکل ۹- اجزای تشکیل دهنده پندول
(مأخذ: شناخت نقوش اصیل
سوزن دوزی بلوچستان، ۱۳۹۰)



شکل ۸- جیب یا پندول (مأخذ:
شناخت نقوش اصیل سوزن دوزی
بلوچستان، ۱۳۹۰)



شکل ۷- اجزای تشکیل دهنده پیش
سینه (مأخذ: شناخت نقوش اصیل
سوزن دوزی بلوچستان، ۱۳۹۰)

۷-۲- سوزن دوزی بلوچ

بدون شک یکی از افتخارات هر ملت و کشوری، صنایع دستی بومی آن کشور است. چرا که این صنعت و به عبارتی این هنر- صنعت بی بدیل و بی رقیب حاصل ذوق و هنر، سلیقه، ابتکار و خلاقیت هنرمندان و صنعتگران عزیزی است که صبورانه آداب، سنن و رسوم و در یک کلام پیام فرهنگی نسل ها را در محصولات تولیدی شان متجلی کرده و از آن پاسداری می نمایند. ویژگی های ارزنده دیگری که در این گونه صنایع موجودند از قبیل؛ ملی، غیر وابسته، قابلیت ایجاد و توسعه در کلیه مناطق شهری، روستایی و عشایری، عدم نیاز به کارشناسان خارجی، دسترسی آسان به مواد اولیه و ابزار کار مختصر و ارزان، ارزش افزوده بالا، عدم نیاز به سرمایه گذاری زیاد، بستر ساز صنعت گردشگری، عدم آثار مخرب زیست محیطی، ایجاد درآمد مکمل، قدرت اشتغالزایی و ... از ویژگی ها و مزایای این هنر- صنعت بشمار می آیند.

ویژگی های بارز و انکار ناپذیر این هنر - صنعت باعث شده که تمامی کشورها، چه کشورهای در حال توسعه و یا کشورهای پیشرفته، ناگزیر از لحاظ نمودن نقش این صنعت در برنامه های اقتصادی- اجتماعی خود باشند. امید است با رشد و توسعه صنایع دستی گام های موثری در جهت ایجاد و توسعه این هنر برداشته شود.

سوزن دوزی جزء هنرهای رودوزی به حساب می آید و هنری است که به وسیله ی آن نقشه های مختلف بر روی پارچه های بدون نقش از طریق دوختن یا کشیدن قسمتی از نخ های تار و گود به وجود می آید (یاوری، ۱۳۸۹، ص ۱۱۱). این رودوزی ها با طبیعت رابطه تنگاتنگ دارد پس می توان آن را در ظاهر و باطن این هنر یافت (مالک، ۱۳۹۹، ص ۷۰). سوزن دوزی در واقع تلفیقی صمیمانه از صبر و هنر زنان و دخترانی است که به شکل نقوشی بسیار ظریف و جذاب متجلی می شود.

بی تردید سوزن دوزی بلوچ را می توان از اصیلترین و جالبترین رشته های صنایع دستی کشور، به حساب آورد که بوسیله سوزن و دست هنرمند بر روی پارچه ها نقش می بندد. در این هنر زیبا هیچ قاعده خاص واز پیش تعیین شده ای حاکم نیست و تنها با شمارش تارو پود پارچه، شاهد تجلی ذوق و خلاقیت سوزن دوز می گردیم (صنایع دستی سیستان و بلوچستان، ص ۵). سوزن دوزی هنری است که با استفاده از نخ های رنگارنگ و سوزن، سطح رویی پارچه های ساده را می آرایند. سوزن دوزی یا سوچن دوزی هنری اصیل و ریشه دار است که با طبیعت لطیف و صمیمی زنان بلوچ آمیخته است و از آن برای تامین مایحتاج زندگی و سامان دادن به وضع اقتصادی خانواده های کم درآمد استفاده میکنند. رنگ هایی که عموماً استفاده می شود هندی و از رنگ های اصیل می باشد. سوزن دوزی یکی از روشهای قدیمی تزئین لباس است و در قبل از اسلام به جز جنبه ی تزئینی، جنبه ی طلسم گونه نیز داشته است.

در خصوص قدمت هنر سوزن دوزی زنان بلوچ می توان به آثار کشف شده مربوط به هزاره پنجم و ششم قبل از میلاد که مشابه اشکال هندسی دست دوز زنان بلوچ است، اشاره کرد (محمد بلوچ زهی روزنامه نگار و پژوهشگر فرهنگ عامه). در مورد تاریخچه ی هنر سوزن دوزی بلوچ در کتاب اووماژ دودمسه اثر دیلمونت، این طور آمده که حدوداً ۱۰۰ تا ۲۰۰ سال پیش از ظهور اسلام به ایران قومی که از اسلاوها بودند به ناحیه ای از بلوچستان آمدند و در آنجا ساکن شدند، احتمال می رود آن ها از طریق جاده ابریشم به این منطقه آمده باشند زیرا این منطقه در مسیر جاده ابریشم واقع شده است البته این منطقه در حال حاضر جزء پاکستان است و در گذشته جزء ایران بوده است، این ناحیه که گروه ذکر شده برای سکونت خود انتخاب کردند، کافرستان می گفته اند زیرا این قوم نه اسلام داشتند و نه مسیحی بودند. کافرستانی ها پرورش کرم ابریشم و بدست آوردن نخ از آن و پارچه بافی و سوزن دوزی را به زنان بلوچ آموختند.

نقش و نگارهای سوزن دوزی بلوچ ذهنی بوذه ودر حین کار قابل تغییر است؛ یعنی زن بلوچ نقشه های انتزاعی که نسل به نسل از اجداد خود به ارث برده، بدون مراجعه به الگو و نقشه و به صورت ذهنی روی پارچه پیاده می کند. نقشه های سوزن دوزی از ذهن هنرمند بلوچ سرچشمه گرفته است. برای همین نقشه های هندسی بهترین گزینه برای پیاده سازی این هنر می باشد. نقشه های هندسی که از شرایط اقلیمی و فرهنگ خاص منطقه در قالب خطوط راست و زاویه دار می باشد و کمتر در آن نشانی از اشکال دایره یافت می شود. ویژگی نقوش سوزن دوزی بلوچستان را می توان در ذهنی بودن، اقتباس از دیده ها و شنیده ها، آرزو و آمال

افراد، نقش و نگارهای عامیانه، طبیعت و فرهنگ و از همه مهم تر هندسی بودن آن دانست و این موضوع را تحلیل های گرافیکی نقوش به اثبات می رساند. نقوش هندسی قالب عبارتند از؛ مربع یا لوزی و مثلث که مربع و لوزی را می توان حاصل به هم پیوستن مثلثهای کوچک دانست به این ترتیب نقش مثلث مهمترین نقش در سوزن دوزی بلوچ محسوب می شود.

شواهد تاریخی نیز وجود دارد که قبلاً در منطقه بلوچستان پرورش کرم ابریشم مرسوم بوده و با گذر زمان از بین رفته است. با توجه به مطالب گفته شده در می یابیم برای سوزن دوزی از نخ های ابریشم استفاده می شده و هنر سوزن دوزی با گذر زمان آنچنان با زندگی و سنن بلوچ ها گره خورده که اکنون جزء هویتشان محسوب می شود و نمی توان این هنر را مستقل از آن ها دانست.

۸- نتیجه گیری

نقش و نگارهای سوزن دوزی بلوچ مانند هر هنر دیگری دو جنبه ی روح و جسم، ظاهر و باطن و صورت و معنا داشته که صورت، ظاهر و جسم آن به راحتی و بر روی البسه بانوان بلوچ قابل مشاهده بوده و برای دست یافتن به معنا و روح این هنر نیاز به بررسی نقوش به کاررفته توسط زنان در سوزن دوزی ها می باشد. به نظر می رسد ارتباط تنگاتنگی بین نقوش و رنگ های بکاربرده شده توسط هنرمند بلوچ و ذهنیات او وجود دارد. این نگاره ها بن مایه ذهنی داشته و در حین انجام کار قابلیت تغییر نقش و رنگ را دارد. بانوان بلوچ با زبان تصویر و نقش از آرزوها و محدودیتهای، سختی ها، طبیعت منطقه محل سکونتش و جایگاهش به عنوان زن، درگیری ها و کشمکشهای قبیله ای و مرزی، سخن می گوید و با توجه به احوالات درونی و شخصی خود و تغییرات جامعه محل زندگی بدون استفاده از الگو و طرح خاصی، بصورت تماماً ذهنی، توانایی تغییرنقوش و رنگها را داشته و با ملاحظه طرحها و نقوش در طول زمان می توان به تغییرات فرهنگی و اجتماعی جامعه بلوچ پی برد.

منابع

۱. افروغ، محمد (۱۳۸۸)، «فرم و رنگ در هنر بلوچ»، کتاب ماه هنر (۱۳۳)، صص ۸۵-۸۰.
۲. اصلانی مژگان و مرادپور معصومه و نهاردانی زهره (۱۳۹۱)، «کارگاه هنر ۱»، سازمان پژوهش و برنامه ریزی وزارت آموزش و پرورش، چاپ دوم، تهران، انتشارات گویش نو.
۳. الهی، محبوبه (۱۳۸۹)، «لباس به مثابه ی هویت»، فصلنامه مطالعات ملی؛ ۴۲، سال یازدهم، شماره ۲.
۴. ایتن، یوهانس (۱۳۹۲)، «فرم و رنگ»، ترجمه: عربعلی شروه، چاپ دهم، تهران، انتشارات یساوولی.
۵. بلخاری، حسن (۱۳۸۶)، «حکمت هنر و زیبایی»، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، تهران.
۶. بلوچ زهی، محمد، روزنامه نگار و پژوهشگر فرهنگ عامه.
۷. بورکهارت، تیتوس (۱۳۶۵)، «هنر اسلامی زبان و بیان»، ترجمه: مسعود رجب نیا، تهران، انتشارات سروش.
۸. بهروزی پور، حسین (۱۳۹۸)، «صورت، بیان و معنا در نگارگری ایرانی بر پایه ی دیدگاههای دینی و عرفانی تیتوس بورکهارت و سید حسین نصر، مطالعات باستان شناسی پارسه، شماره ۱۰، ص ۹.
۹. بیهقی، حسینعلی (۱۳۶۵)، «هنر و فرهنگ بلوچ»، فصلنامه هنر (۱۰)، صص ۴۷۱-۴۶۶.
۱۰. پایدار فرد آرزو و نامور مطلق بهمن و محجوبی فاطمه (۱۳۹۴)، «طراحی لباس ملی با الهام از پوشاک سنتی مردم خراسان جنوبی»، فصلنامه مطالعات ملی؛ ۶۲، سال شانزدهم، شماره ۴.
۱۱. تمیم داری، احمد (۱۳۹۹)، چاپ هفتم، تهران، انتشارات مهکامه.
۱۲. جامی، عبدالرحمن (۱۳۸۱)، «نقد النصوص فی شرح نقش النصوص»، با مقدمه و تصحیح ویلیام چیتیک، موسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران، ص ۱۸۱.
۱۳. چیتیک، ویلیام (۱۳۸۶)، «درآمدی بر تصوف»، ترجمه: محمدرضا رجبی، مرکز مطالعات ادیان و مذاهب، قم، ص ۸۸.
۱۴. حسن لی کاووس و احمدیان لیلا (۱۳۸۷)، «بازنمود رنگ های سرخ، زرد، سبز، بنفش در شاهنامه فردوسی»، نشریه علمی پژوهشی دانشکده ادبیات علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، شماره ۲۳، ص ۲.
۱۵. ریگی، زهرا (۱۳۹۱)، «سوزن دوزی بلوچ»، تهران، انتشارات کریم کاویانی.
۱۶. سازمان تبلیغات اسلامی، صورت و معنا در هنر دینی.
۱۷. سمیعی، کیوان (۱۳۷۴)، «مفاتیح الاعجاز فی شرح گلشن راز»، تهران.
۱۸. شفر، راوانا و راپرت (۱۳۹۳)، «صد نما در هنر و اسطوره به چه معناست»، ترجمه: آزاده بیداربخت و نسرین لواسانی، چاپ دهم، تهران، انتشارات نی.
۱۹. شه بخش، محمدسعید (۱۳۸۴)، «نقوش تزیینی بلوچ»، کتاب ماه هنر (۹۰-۸۹)، ف صص ۱۴۶-۱۴۰.
۲۰. شی جی وا، هیداکا (۱۳۸۲)، «همنشینی رنگها»، ترجمه: فریال دهدشتی شاهرخ، چاپ دوم، تهران، نشر کارنگ.
۲۱. صداقت کشفی، سیدمحمد جواد (۱۳۸۵)، «نگاهی به مقوله رنگ در قرآن»، پژوهشهای قرآنی، شماره ۴۷ و ۴۶.

۲۲. صنایع دستی سیستان و بلوچستان، آرشیو اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان، ص ۱
۲۳. عابدوست حسین و کاظم پور زیبا (۱۳۹۵)، «تحلیل ریشه ها و مفاهیم نقوش هندسی و معماری دوره اسلامی در هنر کهن ایران»، فصلنامه علمی - ترویجی نگارینه هنر اسلامی، دوره سوم، شماره ۱۰
۲۴. فروزانی خوب مرجان و بنجویی مهدی، «بررسی مفهوم رنگ از سه رویکرد: میزان تاثیرگذاری، نحوه ابراز مفاهیمو معانی سمبلیک و انتزاعی رنگها»، کنفرانس پژوهشهای معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی ایران
۲۵. فریدون زاده حسن و کشاورز گلنار و یآوری فهیمه (۱۳۹۸)، «زیبایی شناسی منظر فرهنگی شهر در مختصات جغرافیا و قومیت (نمونه موردی: قوم بلوچ)»، نشریه علمی - پژوهشی برنامه ریزی توسعه کالبدی، سال چهارم، شماره ۲
۲۶. شریف کاظمی خدیجه و محمدیان فخرالدین و موسوی حاجی سیدرسول (۱۳۹۶)، «مطالعه نقش مایه های هندسی سفالینه های دوران میانی اسلام»، نشریه هنرهای زیبا، هنرهای تجسمی، دوره ۲۲، شماره ۴، صص ۸۷-۱۰۰
۲۷. کسریان، نصرالله (۱۳۸۰)، «بلوچستان»، تهران، آگاه
۲۸. کشاورز گلنار و عزیزی مونا و منصوری مهسا (۱۳۹۹)، «نقوش هندسی در سوزن دوزی بلوچ»، دوفصلنامه علمی رجشمار
۲۹. کشاورز گلنار و جوادی شهره (۱۳۸۹)، «انتزاع نمادین در زیبایی شناسی هنر بلوچ»، نشریه علمی باغ نظر
۳۰. کشاورز گلنار و مکریان هدیه، «نمادشناسی مثلث در هند ایران دوران پیش از تاریخ»، هفتمین کنفرانس بین المللی یافته های علوم و تکنولوژی
۳۱. کوپر، جی سی (۱۳۸۶)، «فرهنگ مصور نمادهای سنتی»، ترجمه: ملیحه کرباسیان، چاپ دوم، تهران، نشر نو
۳۲. گاردنر، هلن (۱۴۰۰)، «هنر در گذر زمان»، ترجمه: محمد نقی فرامرزی، چاپ سی و سوم، تهران، انتشارات نگاه
۳۳. لوشر، ماکس (۱۳۸۹)، «روانشناسی رنگها»، ترجمه: ویدا ابی زاده، چاپ ۲۷، تهران، انتشارات درسا
۳۴. یآوری، حسین (۱۳۸۹)، «شناخت صنایع دستی ایران»، تهران، انتشارات مهکامه، ص ۱۱۱
۳۵. مالک، سودابه، «شناسایی نقش مایه های مرسوم در سوزن دوزی بلوچ»، دوماهنامه علمی - تخصصی پژوهش در هنر و علوم تخصصی، سال پنجم، شماره ۹، ص ۷۰
۳۶. مبارکی سیاوش و مبارکی داریوش (۱۳۹۵)، «بررسی و تحلیل رنگ وفرم در نقوش اصیل سوزن دوزی پرکار بلوچستان»، نخستین همایش رودوزی های استان سیستان و بلوچستان، صص ۹-۱
۳۷. مقبلی آناهیتا و شیرعلی یان فاطمه (۱۳۹۵)، «نقش مایه های به کاررفته در هنر سیستان و بلوچستان (مطالعه موردی سفال، سوزن دوزی، دست یافته ها، زیورآلات)»، دوفصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات تطبیقی هنر، سال ۶، شماره ۱۱
۳۸. مهدیزاده نادری، شیمیا (۱۳۹۷)، «نماد شناسی در معماری»، هفتمین کنفرانس بین المللی یافته های نوین علوم و تکنولوژی، تهران، انتشارات اول و آخر
۳۹. میت فورد و میراندا بروس (۱۳۸۸)، «فرهنگ مصور نمادها و نشانه ها در جهان»، ترجمه: ابوالقاسم دادور و زهرا تاران، تهران، دانشگاه تهران، نشر دانشگاه الزهرا
۴۰. نصر، سیدحسین (۱۳۸۳)، «ویژگی فرهنگ و هنر ایران»، ماهنامه حافظ، صص ۷-۵
۴۱. نصر، سیدحسین (۱۳۷۳)، «عالم خیال و فضا در مینیاتور ایرانی»، فصلنامه هنر، شماره ۲۶، صص ۸۶-۷۹
۴۲. هال آلستر و جوزه لوچیک ویوسکا (۱۳۷۷)، «گلیم: تاریخچه طرح، بافت»، مترجمین: شیرین همایون فر و نیلوفر الفت شایان، چاپ اول، نشر کارنگ
۴۳. هال، جیمز (۱۳۸۰)، «فرهنگ نگاره ای نمادها در هنر غرب و شرق»، مترجم: رقیه بهزادی، تهران، چاپ اول، نشر فرهنگ معاصر
۴۴. یآوری، حسین (۱۳۸۹)، «شناخت صنایع دستی ایران»، تهران، انتشارات مهکامه
۴۵. یآوری حسین و منصوری آیتا و سلطانی شریفه (۱۳۹۰)، «آشنایی با هنرهای سنتی ایران (۳)»، تهران، انتشارات آذر



تحلیل جنبه نمایشی آیین‌های اسب چوبی و نخل گردانی سبزوار از منظر پال وودراف

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۸

کد مقاله: ۶۳۳۵۶

فهمیه عباسی^۱، جواد امین خندقی^۲

چکیده

شهر سبزوار با قدمتی کهن هرساله برگزاری آیین‌هایی را به خود می‌بیند. ویژگی اصلی این آیین مردمی بودن و هیجانی بودن آن است که از احساس ناخودآگاه مردم نشأت می‌گیرد. در این پژوهش به دو آیین اسب چوبی و نخل گردانی در شهر سبزوار پرداخته شده که آیین اسب چوبی در زمان قبل از اسلام به عنوان آیین طلب باران و در زمان حکومت مغول برای آموزش نظامی کاربرد داشته است. آیین دیگر سبزوار آیین نخل گردانی است. در این مراسم نخل از جایگاه خود حمل می‌شود و در حین مراسم علم گردانی و سینه زنی نیز انجام می‌گیرد. این پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی به بررسی جنبه‌های نمایشی این دو آیین از منظر پال وودراف می‌پردازد. وودراف باور دارد که ادبیات نمایشی و تئاتر برای بسیاری از اهداف والای انسان یک ضرورت است. وی تئاتر را هنری می‌داند که با آن، انسان‌ها کردار انسان را در زمان و مکانی معین تماشایی می‌کنند یا تماشایی می‌یابند. پس بر اساس نظریات وودراف می‌توان این دو آیین را تئاتر دانست. در این دو آیین مردم به طلب نیازهای خود به برگزاری مراسم می‌پردازند.

واژگان کلیدی: آیین، سبزوار، اسب چوبی، نخل گردانی، وودراف

۱- دانشجوی پژوهش هنر، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران (نویسنده مسئول) abbasi135933@yahoo.com

۲- استادیار گروه ادبیات نمایشی، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

۱- مقدمه

در طول تاریخ انسان‌ها برای بیان احساسات درونی خود از ابزارهای مختلفی استفاده می‌نموده‌اند تا مفاهیم فرهنگی و قومی خود را گسترش دهند. اولین نمونه‌ی این انتقال‌ها ترکیب حرکات موزون و اصوات طبیعی بوده است که به‌صورت نمایش‌های قبیله‌ای ریشه در فرهنگ و آداب و آیین‌های قبیله داشته است. هنرهای نمایشی در ارتباط با سایر هنرها اهمیت بسزایی دارد، زیرا ادبیات، مذهب و موسیقی در کنار صحنه‌آرایی بستر ایجاد نمایش را تشکیل می‌دهند که این نکته موجب اهمیت هنرهای نمایشی در ارتباط با سایر هنرها می‌باشد. ایرانیان همواره نمایش‌های مذهبی و آیینی را جزئی از سنت و فرهنگ خود می‌دانند این مراسم و هنرهای نمایشی از ایران باستان در این سرزمین شکل گرفت و با ورود دین اسلام به این سرزمین هنرنمایش، جایگاه خود را از دست نداد و علاوه بر آن یکی از ارزشمندترین آیین‌های ملی و مذهبی ایران یعنی تعزیه و شبیه‌خوانی در این مقطع شکل گرفت که هم الهام‌بخش زندگی و از سوی دیگر راهنمای رستگاری بشریت‌اند و به زبان تمثیلی ترکیبی از دین و آیین و اخلاق و سرگرمی می‌باشند. در این عرصه، هستی، شخصیت‌ها، صحنه‌های نمایش، تمثیل و مظهری از تجلیات وجودی هستند و هدف نهایی برگزاری این آیین با بیان غیر مستقیم، برانگیختن احساسات کیفی و حالات ویژه انسانی است. اشکال مختلف نمایش در ایران، انواع آیین‌های مذهبی از جمله تعزیه، نقالی، نمایش‌های عروسکی، روحوضی، شاهنامه خوانی، بازیهای قهوه خانه ای و انواع ورزش‌های نمایشی بوده است. بر این اساس است که تئاتر از دل اسطوره و آیین‌ها بیرون آمده و رشد کرده است (حسن خویی، ۱۳۹۱: ۱).

۲- آیین

در لغت نامه دهخدا، آیین مجازاً به معنای رسم، آداب، مناسک، روش و خصلت آمده است. در تعریف فعلی آیین می‌توان اینگونه بیان کرد که مراسمی عمومی و رسمی است که بر طبق الگو و کلیشه اجرا می‌شود (ایونس، ۱۳۸۸: ۱۲۱). آیین همچنین اعمالی است که برای تامین نیازهای اساسی انسان اجرا می‌شود که باید با ضرباهنگی مطلوب همراه باشد. این آیین از بدو تولد انسان با او همراه بوده و بدون تردید بسیاری از آیین‌ها در زمانی توسط انسانهای ماقبل تاریخ متولد شده که انسان در تنگنای ترس و بیم از وقایع طبیعت قرار داشته است (فکوهی، ۱۳۷۷: ۳۴).

آیین‌ها و مناسک به همان اندازه برای زندگی اخلاقی ما مهم و ضروری هستند که خوراک برای وضعیت جسمانی ما اهمیت دارد. در تمام ادیان مجموعه‌ای از آیین‌ها وجود دارند که به آداب و رسوم و رفتارهای آن ملت وابسته هستند. به نظر دورکیم، آیین‌ها و مناسک به جهت حفظ انسجام گروهی اجرا می‌شوند ولی اغلب شرکت کنندگان بر این باورند که برگزاری مناسک وضعیت مطلوبی را به همراه دارد و یا اینکه از یک وضعیت نامطلوب جلوگیری می‌کنند (همیلتون، ۱۷۸). در آغاز انسان‌ها بر این باور بودند که مواد غذایی و منابعی که برای حیات خود به آنها وابسته هستند در اختیار نیروهایی قرار دارد. از جایی که این انسان‌ها اطلاعات درستی از عوامل طبیعی موجود نداشتند، آنها را مرتبط به نیروهای ماورایی و جادویی می‌دانستند. پس تلاش می‌کردند که به وسیله‌ای نظر آن نیروها را به سمت خود جلب کنند برای جلب نظر در طی سالها شیوه‌هایی را به کار بردند اما نتیجه مطلوبی از این رویکرد حاصل نشد. این روش‌ها تکرار شدند، تغییر و تکامل پیدا کرده و رسمیت یافتند تا اینکه به آیین تبدیل شدند.

هدف از اجرای آیین ایجاد تغییر در کیفیت امور زندگی است که با استفاده از دگرگون کردن حالات ارواح یا خدایان در عالم هستی اجرا می‌شود. همچنین آیین می‌تواند بازتابی از مفهوم احضار ارواح یا جادو باشد یا اینکه درخواست از آنها برای انجام اعمالی باشد که تحت عنوان دین قرار می‌گیرد، ولی در همه موارد هدف همواره یکی است و آن تغییر در جهانی است که برای نمایش آیینی ثمربخش است. به بیانی دیگر، آیین همواره بر مبنای درخواست یا فرمان اجرا می‌شوند. پس ممکن است به صورت اعمال شفاهی یا غیر شفاهی به اجرا درآیند (Rozic, 1997).

۳- نمایش

در ابتدا لازم است ریشه و مبنای کلمه نمایش را بررسی کنیم:
در فرهنگ عمید واژه نمایش اینگونه بیان شده است: «نمودن، نمایاندن، نشان دادن، ارائه، جلوه، ظهور نمایش» (عمید، ۱۳۸۱: ۳۲۱).

کلمه نمایش به معنی جلوه و منظر بازی در تماشاخانه است که اسم مصدر از نمایاندن یا نمودن نیز می‌باشد. چیزی که بیشتر از همه در تعریف واژه نمایش اهمیت پیدا می‌کند، چشم یا به عبارتی دیدن است که واژه نمایش را معنا دار می‌کند. ما می‌توانیم به این نتیجه برسیم که «نمایش پدیده‌ای است که با دیدن توأم است و با آن نیز آغاز می‌شود» (حسن بیگی، ۱۳۵۵: ۴۰). اسلین در جایی «نمایش را قالبی برای اندیشه معرفی می‌کند که طی آن مفاهیم انتزاعی را به شرایط ملموس برای انسان‌ها بدل می‌کند و آن را شیوه‌ای می‌داند که می‌توان بر اساس آن وضعیتی را بر روی صحنه تنظیم و طراحی نمود و پیامدها و

بازخوردهای آن را سنجید» (اسلین، ۱۳۷۴: ۲۴). نمایش به مجموعه ای سازمان یافته و نظام مند اطلاق می شود که بیشتر از هر چیز به نمایشنامه یا متن نمایش و کارگردان و پس از آن به بازیگری، صحنه‌آرایی، مجسمه‌آرایی، موسیقی، نورپردازی، معماری، نقاشی، سخنوری و ... وابسته است (بیضایی، ۱۳۸۰: ۲۰). یک اجرای نمایش، دنیای واقعی یا تخیلی را توصیف می‌کند و با اهدافی مشخص با مخاطب خود ارتباط برقرار می‌کند که سبب تأیید یا تکذیب باورهایش می‌شود که در طی این تجربه هماهنگی یا بیهودگی باورها حاصل می‌شود. پس می‌توان نمایش را اینگونه معنا نمود که عبارت است از تغییرات عقاید انسان درباره خود و جهان پیرامونش در طول زمان (براکت، ۱۳۸۴: ۳۷).

۴- ارتباط آیین و نمایش

برخی از صاحب نظران (از جمله ارسطو در کتاب فن شعر) اتفاق نظر دارند که «منشاء شکل‌گیری هنرهای نمایشی غریزه تقلید است». برخی افراد تمایل انسان به قصه‌گویی و داستان سرایی و عده‌ای دیگر حفظ حرمت اجداد و درگذشتگان و احترام به نیاکان را در پیدایش آن دخیل می‌دانند اما بسیاری از پژوهشگران و صاحب نظران تاریخ نمایش براین عقیده اند که آیین‌ها، مناسک و مراسم مذهبی منشاء پیدایش نمایش (Drama) است. آنها همچنین نگارش نخستین درام‌های جهان را پس از اجرای آیین‌ها و مراسم نمایشی برای نكوداشت ایزدان و خدایان می‌دانند. «تمدن‌های مصر و بین‌النهرین از جمله نخستین تمدن‌هایی هستند که به اسطوره‌های خود ایمان قلبی داشتند و به منظور بزرگداشت شأن و منزلت ایزد بانوان و ایزدان خود که هرکدام خوشکاری‌های (functions) ویژه‌ای داشتند، در اجرای مراسم مذهبی و آیینی پیشقدم بوده‌اند» (ناظرزاده کرمانی، ۱۳۷۴: ۲۷). انسان نخستین بر این عقیده بودند که تنها عامل که خوشبختی آنان را تضمین می‌کند در اختیار گرفتن نیروهای فوق طبیعی است، قاعده بندی‌های آنان بیشتر از جنبه دنیوی، جنبه‌های روحانی را تحت الشعاع قرار می‌داد.

پس از آن زمانی که انسان نسبت به نیروهای خود اعتماد به نفس پیدا نمود عناصر دنیوی به دنیای درام و نمایش راه یافت و با بروز حوزه‌های تخصصی فعالیت انسانی، آن چیزی را که ما امروزه به عنوان نمایش می‌شناسیم، پدید می‌آید. مراسم آیینی و نمایش هر دو تجربه‌های جمعی هستند که بازخورد تماشاگر به بازیگر، تماشاگر به تماشاگر و بازیگر به تماشاگر پشتوانه آنان می‌باشند. انسان موجودی اجتماعی است، یعنی حیوانی که قادر نیست به تنهایی زندگی کند پس ناگزیر است که واحدهایی از جمله قبیله، طایفه، قوم یا ملت را تشکیل دهد تا بتواند از تجارب جمعی استفاده کند. هویت یک گروه اجتماعی، مجموعه مشترکی از عقاید، آداب و رسوم، زبان، اسطوره‌ها، قوانین و مقررات کنش و واکنش‌های آنان است» (اسلین، ۱۳۷۴: ۲۸). هدف نمایش نیز مانند مراسم آیینی، کسب آگاهی بیشتر و کسب بصیرتی چشمگیر در مورد ماهیت وجودی هستی و بازسازی توان انسان برای مقابله با جهان است که در هنر نمایش به آن پالایش و تزکیه (کاتارسیس از دیدگاه ارسطو) و در اصطلاحات مذهبی از آنان با عناوین اشراق، ارتباط و روشنگری یاد می‌شود. «انسان علاوه بر حس زیبایی که تجربه‌ای بسیار متغیر است، احساس تجربه دینی را نیز دارد که این تجربه سبب ایجاد هنر آیینی می‌شود و در پی آن نمایش با الهام از هنر آیینی ایجاد می‌شود» (ثمینی، ۱۳۸۳). شباهت‌های عمیقی بین نمایش و هنرهای آیینی وجود دارد که تماشاگران، محل اجرا و تماشا، فرد کنترل‌کننده چون کارگردان از جمله آنان هستند (براکت، ۱۳۷۵: ۳۴).

۴-۱- اسب چوبی آیین طلب باران

نمایش اسب چوبی یک واقعه را روایت می‌کند که ریشه در تاریخ پیش از اسلام دارد. ستیز بین اپوش که مظهر پلیدی است و با سبزی و خرمی مخالف است در مقابل تیشتر الهه باران و آناهیتا که نمادی از رویش و زاینده‌گی است قرار می‌گیرند. اپوش در این نمایش در قالب اسب چوبی سیاه رنگ و اسب سوار مرد است و آناهیتا که مظهر سبزه، زایش و خرمی است در قالب اسب چوبی سفید رنگ با لباس سفید که اسب سوار آن زن است، اجرا می‌شود. اسب چوبی از دو مستطیل و دو دایره که مستطیل را احاطه کرده تشکیل شده است، یک دایره که در اصطلاح محلی «قلبر» نام دارد که بازیگر در آن قرار می‌گیرد و دو بند که به اسب وصل می‌شود و بر روی شانه‌های بازیگر قرار می‌گیرد، ساخته می‌شود. فضای مستطیل را هم با پارچه‌ای می‌پوشانند که روی پای بازیگر را بپوشاند و مانع از دیدن پای او شود. تمام اجزای بدن اسب به غیر از سر او که پارچه‌ای است از چوب ساخته شده و بازیگر در میان قلبر جای می‌گیرد و همراه با سازها و آواهای محلی به وسیله حرکات پا و آواز ایفای نقش می‌کند. حرکات دست، پا، شور گرفتن و ضربات چوب بازی، حرکات و حالت یک شمشیر زن همه شکر گزاری به درگاه خداوند است. در این نمایش اسب چوبی سیاه و سفید با ضربات چوب به یکدیگر به مبارزه می‌پردازند که در نهایت اسب سفید که مظهر زایش و خرمی است به پیروزی می‌رسد.

۴-۲- اسب چوبی رزمی

در دوره حکومت ایلخانان مغول و ظلم و جوری که ایلچیان مغول بر مردم خراسان بویژه باشتین داورزن سبزواریا داشتند، سرداران شکل گرفت. در آن دوران جوانان حق آموزش جنگ و جنگاوری نداشتند و در قالب نمایش اسب چوبی به جوانان چوب

زنی (شمشیر زنی) را آموزش می‌دادند. این رسم هنوز پا بر جاست و ثبت میراث معنوی شده است. تمام آنچه از حرکات موزون: با دست، پا، چوب، شمشیر در چوب بازی، اسب چوبی و ... می‌بینیم عبارت از معرفی کشاورزی ما در: کاشت، داشت و برداشت محصولات کشاورزی است که با حماسه آمیختگی دارد. ابتدا شکر گزاری ست که رهبر گروه دستهای خود را به سوی آسمان بلند می‌کند؛ و از یزدان پاک طلب خیر و برکت و روزی می‌کند و سپس پیشانی بر خاک می‌ساید و به جهت سلامت جسمانی که دارند سجده شکر به جا می‌آورند. سپس بازیگران به حالت بیل زدن آهسته و آرام جلو می‌آیند، روی پای راست یا چپ می‌ایستند و با پای دیگر وزن خود را بر بیل وارد می‌کنند بعد بازوی ران پا را تکیه گاه بیل قرار داده و خاک را با هماهنگی فشار دست و پا از زمین جدا می‌کنند و به کنار می‌ریزند که به آن کالش کردن می‌گویند و همینطور کل رقصنده ها جلو می‌آیند. بعد حرکت بذر پاشی با دست راست یا چپ بذر را از توبره بر می‌دارند و به صورت حرکت نیم دایره در حین راه رفتن موزون بر زمین می‌پاشند. بعد حرکت درو است که بازیگران با خم و راست شدن حالت درو را اجرا می‌کنند و بعد محصول را در خرمنگاه خرمن می‌کنند در این حالت دایره می‌زنند و مراسم جشن شکرگزاری و جشن خرمن را با حرکت موزون از راست به چپ انجام می‌دهند.

۳-۴- اسب چوبی بز می

مراسم اسب چوبی در زمان معاصر در عروسی ها و ختنه سوران و جشن های این چینی برگزار می شود. نمایش اسب چوبی رقصنده به صورت کارناوال شادی در حرکت اجرا می شود و رقصنده اسب چوبی جلوتر از همه با چوب بازان در رقص و حرکت هستند. در اینجا دیگر روایت کاشت و داشت و برداشت و جشن خرمن نیست و فقط تفنن مد نظر است.

۴-۴- نخل برداری

شیعیان جهان، به ویژه شیعیان ایران هنگام برگزاری مراسم عزاداری تابوت واره هایی را تزئین می کنند و تحت عنوان تابوت اولیا، در شهر ها و محله ها می گردانند این رسم در ایران به «نخل گردانی» مشهور است. در برخی از شهرها و روستاهای ایران نخل را در ایام محرم، اربعین حسینی، بیست و یکم ماه رمضان و رحلت پیامبر به نشانه عزاداری حمل می کنند(معمدی، ۱۳۷۸: ۶۲۷). اصطخری در مسالک و ممالک می گوید: «مردم شوش تابوتی را بر دوش حمل می کردند که ایرانیان قبل از اسلام در مراسم طلب باران آن را بر می داشتند که این تابوت را به دانیال نبی نسبت داده اند که به هنگام فتح شوش توسط مسلمانان در زیر رودخانه مدفون گردیده است»(اصطخری، ۱۳۶۸: ۹۱). در ایران معاصر نیز گزارش هایی از تابوت برداری به سبب باران خواهی به دست آمده است. در گزارش ابن بطوطه در تشییع جنازه پسر اتابک در ایده از ارتباط تابوت واره با برکت بخشی و حاصلخیزی سخن به میان می آید که تابوت را با گیاهان تزئین نموده اند. تصویری که از تابوت پسر اتابک ارائه شده نشان می دهد که جنازه را در میان درختان ترنج، نارنج و لیمو قرار داشته در حالی که شاخه ها پر از میوه بوده، درخت ها را چندین نفر حمل می کردند به صورتی که تو گویی جنازه در میان باغی حرکت می کند(ابن بطوطه، ۱۹۸۵: ۲۰۸). عنوان نخل که به این تابوت واره ها می دهند، نام درخت معروف و مقدسی در بین النهرین و ایران گرفته شده و شاید به جهت تقدس این درخت است که تابوت واره به این نام معروف شده است(بلوک باشی، ۱۳۸۳: ۴۳). در آیین نخل برداری، نخل نمادی برکت بخش و مرتبط با حاصلخیزی و باروری است؛ و در برخی از نقاط ایران نخل را برای برکت بخشی به مزارع یا به سرچشمه آب می برند(مشهدی نوش آبادی، ۱۳۸۹: ۱۷۱).

۴-۵- معرفی نخل محرم

نخل از نمونه واژگانی ست که برای همه ی ما تداعی کننده ی مفاهیم مشترک است. علل کاربرد این واژه برای آیینی است که همه ساله در عزای امام سوم شیعیان، حسین بن علی(ع) برگزار می گردد. نخل از جمله درختان و گیاهان مقدس در فرهنگ ایرانی اسلامی و به خصوص حوزه کویری ایران است. شجره بزرگان و تقدس خدایان را نیز به این گیاه مقدس نسبت می‌دهند، از جمله، اینکه درخت خرما و نخل را درختی بهشتی و میوه آن را میوه بهشتی می‌دانند. به صورت مختصر می‌توان واژه نخل و نخل عزا را چنین تعریف کرد. «درخت خرما یا خرما بن و مجازاً به معنای هر درخت و نیز درختچه های بومی و تزئینی است. در تداوم عام کنایه از قد و قامت بالا و نام تابوت واره ای است که در عزای امام حسین(ع) به ویژه در روز عاشورا بر دوش می‌کشند و در دسته های عزاداری می‌گردانند»(بلوک باشی، ۱۳۸۳: ۴۱).

نگارنده فرهنگ نظام مهمترین دلیل رواج این نام و رسم را، چنین می‌داند که روایات و اعتقادات مردم، پیکر مقدس امام حسین(ع)، بر روی شاخه های درخت خرما قرار گرفته و به محل دفن حمل شده است.

اما شکل ظاهری نخل عزا یا همان نخل تابوت واره شبیه درخت سرو است. سرو در فرهنگ عامه نشان دهنده خصلت های امام حسین از جمله: جاودانگی، شجاعت، زندگی اخروی و آزادگی است. تابوت و یا نخل عزا آرایشی است که بر روی تابوت مردگان قرار می‌دهند. در واقع حجله ماندنی است که از چوب ساخته می‌شود و با انواع شال های ابریشمی و رنگارنگ پارچه های قیمتی و آینه آراسته می‌شود، در فرهنگ نظام نخل اینگونه تعریف می‌شود: «نخل، تابوت بزرگ و بلندی را گویند که با خنجر،

شمشیر، پارچه های قیمتی و آینه تزئین شده و در روز عاشورا به عنوان تابوت امام حسین(ع) در محله ها می گردانند. در برخی مناطق در مرگ عزیزان و جوانان نیز نخل می گردانند و عزاداری می کنند». اصطلاح «نخل محرم» و «نخل عاشورا» را به سبب مورد استفاده این تابوت واره در عزای امام سوم شیعیان در ظهر عاشورا به کار می برند؛ و اصطلاح های «نخل عزا»، «نخل ماتم» را نیز به سبب کاربرد آن در مراسم سوگ شهیدان و جوانان به کار می برند.

۵- نمادشناسی بر اساس باورهای محلی

در میان باورهای شکل گرفته در طول سالیان که ریشه در عقاید عامیانه مردم محلی دارد، هر کدام از عناصر به کار برده شده در نخل را نمادی از یک حادثه و یا متعلق به شخصی خاص در حادثه کربلا دانسته اند:

- چوب نخل: نماد پیکر سید الشهدا (ع)
- پارچه ی سیاه: نماد دیرینه ی سوگواری و ماتم
- شمشیر و نیزه: نماد تیر و نیزه های وارد شده بر بدن امام حسین(ع)
- سرو و نخل: نماد قد و قامت وارسته ی علی اکبر(ع)
- آینه: نماد نور وجود امام حسین(ع)
- علم ها و پنجه های فلزی: نماد دستان ابوالفضل العباس (ع)
- زنگ ها: (که در قدیم می بسته اند) نماد زنگ کاروان امام حسین(ع)
- پارچه های زینتی: نماد حجله قاسم بن حسن(ع) و تنوع رنگ این پارچه ها نشانی ست از تنوع عقاید، ایده ها و مذاهب گوناگون که در ایام محرم در قالب یک هدف و اعتقاد خاص به اباعبدالله (ع) به صورت متمرکز و متحد به عزاداری می پردازند.
- سیب سرخ و انار قرمز: (که بر سر پنجه های فلزی بالای نخل می گذارند) از طرفی نماد سرخی خون سید و سالار شهیدان و از دیگر سو به حرمت بهشتی بودن این میوه ها اشاره دارد.

۶- معرفی و نظریات وودراف

وودراف فیلسوف، منتقد، مترجم در سال ۱۹۴۳ در نیوجرسی آمریکا به دنیا آمد و به فلسفه روی آورد. دو سال در جنگ ویتنام شرکت کرد علاقه اش فلسفه یونان باستان و سرگرمی اش ترجمه آثار افلاطون، توسیدیدس، سوفوکل و اورپید است. حوزه تخصصی ایشان فلسفه باستان، تاریخ، اخلاق و فلسفه هنر است. وودراف بر این عقیده است که کالای هرکسی تماشایی بودن او است. وی تماشا کردن دیگران و تماشایی کردن خود را لذت بخش می داند نوعی کارورزی در زمینه ی رشد مردم سالاری به شمار می آورد. بر این باور است که جهان تئاتری است که ما در آن حضور داریم و باید بدانیم که تماشا کردن دیگران و تماشایی کردن خود، هم با منش آدمی و رشد آن و هم با علم اخلاق پیوند دارد. وقتی یاد بگیریم که چگونه به رخدادهای زندگی بنگریم و از آنها صحنه های تئاتری بسازیم، آن وقت هر یک از ما منتقدی می شود که می داند چرا به تئاتر می رود، چگونه تماشا می کند و هدفش از این تماشا کردن چیست (وودراف، ۱۳۹۴). چندین کتاب از ایشان به چاپ رسیده است از جمله: دموکراسی اول؛ چالش یک ایده باستان، ضرورت تئاتر هنر تماشا کردن و تماشا شدن، معضل آزاکس؛ عدالت، انصاف و پاداش، احترام تجدید یک فضیلت فراموش شده و باغ رهبران به سوی انقلابی در آموزش عالی. از ایشان دهها مقاله به چاپ رسیده است. به نظر وی تئاتر برای بسیاری از اهداف والای انسان یک ضرورت است. هرگاه تماشاگران و تماشاییان در جایی گرد هم آیند، از هنر تئاتر استفاده شده است.

پس «تئاتر هنری است که با آن، انسانها کردار انسان را در زمان و مکانی معین تماشایی می کنند یا تماشایی می یابند». تماشا کردن حتماً از نوع دیداری نیست منظور جلب توجه دیگران است چنان که فکر کنند این کار ارزش دیدن را دارد (وودراف، ۱۳۹۴: ۲۵). بر اساس نظریات وودراف مردم به تئاتر نیاز دارند. آنان، همانطور که به هم نیاز دارند، به تئاتر نیز نیازمندند؛ همان طور که نیاز دارند دور هم جمع شوند تا درباره مسائل حرف بزنند تا داستانهای مشترکی داشته باشند تا دوستان و دشمنان مشترکی داشته باشند. مردم نیازمند با هم تماشا کردن اند که خودش امری انسانی است. بی این نیاز، موجود دیگری می شدیم. زبان، مذهب و تئاتر سه نیاز پایه فرهنگی ما هستند. به زبان نیازمندیم تا زندگی پروپیمانی را سپری کنیم، اما لزوماً نباید انگلیسی بدانیم. می توان از فرهنگ های متفاوت از فرهنگ خودمان، چیزهایی برای یادگیری یافت. تئاتر یک نیاز است به این معنا که تئاتر یک امر عام فرهنگی است؛ می توان آن را در هر فرهنگی یافت (وودراف، ۱۳۹۴: ۱۸).

۷- وجه نمایشی آیین اسب چوبی

اجرای نمایش و به کار گرفتن هنر برای بیان کردن خاطره‌ی رشادت‌ها و دلیرمردی‌ها و گفتن دردها و مشکلات و معضلات جامعه تأثیر عمیق‌تری دارد؛ زیرا توانایی‌ها و درک بشر از راه قوه بصری لذت بخش و نتیجه بخش‌تر از سایر کارهای هنری است. ادبیات نمایشی که در تاریخ و فرهنگ و هنر این مرز و بوم ریشه دارد، توانسته است در کنار دیگر آثار هنری ذهن و زبان بیننده را با نمایش اسب چوبی تسخیر کند و با جلوه‌های گوناگونی که دارد تأثیر بسیاری بر بیننده بگذارد؛ زیرا نمایش یکی از نخستین فعالیت‌های انسانی و از جمله پایدارترین و شاید برترین آنهاست، حقیقی‌ترین و ثمر بخش‌ترین قدرت خلاقه‌ی انسانی از طریق نمایش به منصه ظهور می‌رسد. نمایش‌های سنتی تنها زبان و بیان یک قوم و یک ملت نیست، بلکه حقیقی‌ترین و زنده‌ترین گواهی تمدن است و در جهان تنها داد و ستد آزاد، یعنی داد و ستد احساسات و اندیشه‌هاست (ستاری، ۱۳۷۴: ۹). اسب چوبی که کارکردی حماسی و دفاعی دارد، نمادی از ستم ستیزی نبرد با دشمنان است. «مطالعه در فرهنگ اقوام و آیین‌ها و نمایش‌های آنها آشکار می‌کند که با گذشت زمان آیین‌ها، آوازه‌ها و مراسم نمایشی به مضامین و منظورها و مشخصه‌ی تفکیک و تجزیه شدن» (نصری اشرفی، ۱۳۸۳، ۱/ ۳۱۸). در نمایش اسب چوبی گاه دو سوار یا پیادگانی چوب در دست، با اسب چوبی به چوب بازی می‌پردازند که صحنه، ترسیمی از صحنه رزم است. همچنین وجود موسیقی فولکلور به شکل موزیکال و معمولاً با همراهی دهل و سرنا، ضرباهنگ جنگ و رزم را به یاد می‌آورد.

۷-۱- مراسم نخل گردانی در سبزوار

آیین نخل گردانی شامل دو بخش است:
نخست: نخل‌آرایی، نخل‌بندی یا همان آماده‌سازی و به اصطلاح آرایش نخل است.
دوم: نخل گردانی و یا نخل برداری است.
نخل‌بندی: با مهار و طناب‌های مویی، تمام چوب‌های نخل با مهارت خاصی توسط «نخل‌بند» به یکدیگر متصل شده و پس از آن بزرگان و خبرگان به تزئین و آماده‌سازی آن می‌پردازند.
نخل گردانی: پس از تزئین و آماده‌سازی نخل، آیین نخل گردانی با حضور پرشور و همت والای سوگواران پیر و جوان و با نظم و طبق آیینی مشخص انجام می‌شود.
افرادی برای حمل نخل در نقاطی مشخص قرار می‌گیرند و جالب آن که این نقاط به صورت موروثی از اجداد و پدربزرگان و پدرانشان به آنان رسیده و هیچ‌کس بی‌اجازه آنها نمی‌تواند در حمل نخل و گرداندن آن شرکت کند.
برای به حرکت در آوردن نخل چند نفر به عنوان راهنما و به اصطلاح محلی «مهارکش» در دو طرف نخل از طریق ریسمان‌ها و با اصوات و اشاراتی خاص کل گروه را هدایت می‌نمایند که نخل را به چپ یا راست بچرخانند، بالا و پایین برند و یا در مسیر مستقیم حرکت دهند. به عنوان مثال با ذکر «حسین، حسین» و حرکت دستان به بالا و پایین، نخل گردانان را متوجه می‌سازند که باید نخل را روی دستانشان به بالا و پایین ببرند.
شیوه حمل و نخل گردانی مهارت‌هایی را می‌طلبد که برای آن تمام افراد از قبل آموزش دیده‌اند؛ چرا که کوچکترین اشتباه و ناهماهنگی با گروه گاهی ممکن است به قیمت جان فرد تمام شود. با این حال تمام این افراد با اعتقاد و اشتیاقی خاص و با پای برهنه نخل گردانی کرده و این گونه ارادت خود را به حضرت ابا عبدالله الحسین (ع) ابراز می‌دارند. طی مراحل نخل‌آرایی و نخل گردانی، افراد بسیاری با نذر و نیازهای مختلف، با پذیرایی از عوامل و خادمین ابا عبدالله (ع) و به روش‌های گوناگون از قبیل پخش نقل و نبات، طبخ و پخش نان و غذاهای محلی و برگزاری مراسمات معنوی دعا و زیارت عاشورا در اطراف نخل، ارادت خود را به ابا عبدالله نشان می‌دهند و بارها اتفاق افتاده است که حاجاتشان روا گردیده است. در شهرهای مختلف استان خراسان بزرگ نیز مراسم نخل گردانی اجرا می‌شود؛ گرچه نحوه‌ی اجرا و نوع تزئین و تعداد نخل‌ها متفاوت است.

۸- تحلیل ساختاری و کارکردهای اجتماعی آیین‌ها

به نظر می‌آید برای مطالعه و بررسی کارکردهای آیین‌ها، مطالعه و تحلیل ساختاری آنان مسیر مشخص‌تری را برای ما روشن می‌کند. ریچارد شکنر کارگردان و نظریه‌پرداز تئاتر و سرپرست گروه پرفورمنس آمریکا در کتاب نظریه اجرا، بازی‌ها، گیم‌ها، ورزش‌ها، تئاتر و آیین‌ها را در زمره فعالیت‌های مربوط به اجرا قرار داده و ویژگی‌های مشترکی نیز برای هر کدام قائل شده است. این ویژگی‌های اساسی مشترک که در همه فعالیت‌های مربوط به اجرا دیده می‌شوند عبارتند از:

۱. نوعی نظم و ترتیب ویژه زمانی
۲. متناسب دانستن برخی ارزش‌ها با اشیاء
۳. مولد نبودن از لحاظ تولید کالاها و اجناس
۴. قواعد، اختصاص مکان‌های ویژه برای اجرای این فعالیت یا ساخت آنها (شکنر، ۱۳۸۶: ۲۴).

این فعالیت‌ها دارای نوعی ترتیب زمانی ویژه برای اجرا هستند که بعضی بر اساس زمان تقویمی که بر اساس تغییرات فصل‌ها و روز و شب است، پیروی می‌کنند؛ اما شکر در ادامه این بحث چنین می‌گوید: «در فعالیت‌های مربوط به اجرا زمان در انطباق با رویداد است و از این جهت دستخوش دگرگونی‌ها و تغییر شکل‌های خلاق بیشمار است» (شکر، ۱۳۸۶: ۲۴).

از نظر شکر این الگو در محیط‌های شهری به طریقی طبیعی رخ می‌دهد. (مثلاً حادثه‌ای که رخ می‌دهد). بر این اساس یعنی الگوی تجمع-اجرا-تفرق؛ شکر تئاتر طبیعی (نمایش‌هایی که برآمده از جریان زندگی باشد) را اینگونه تقسیم‌بندی می‌کند:

- فوران‌ها

- راهپیمایی‌ها

هر دوی این‌ها در نظامی یکپارچه و منسجم، سازنده الگوی دو قطبی از اجراهایی هستند که در مراکز آیینی رخ می‌دادند» (شکر، ۱۳۸۶: ۲۸۷). در تحلیل ساختاری آیین‌ها «مرکز جهان، نقطه‌ای کانونی، یا محوری است که همه چیز حول محور آن می‌چرخد و نقطه کانونی جهان نقطه‌ای است که سکون و حرکت در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند که حرکت همان زمان و سکون همان جاودانگی می‌باشد» (کمبل، ۱۳۸۰: ۱۴۳). «دایره کمال را به نمایش می‌گذارد. جنبه دنیوی دایره آن است که شما از جایی به جای دیگر حرکت می‌کنید و همواره برمی‌گردید. خداوند، منشأ و پایان است» (کمبل، ۱۳۸۰: ۳۱۵). کارکرد فعالیت‌هایی که از این الگوهای مشترک پیروی می‌کنند؛ مراسم‌ها-اجرا‌ها-آیین‌ها؛ به مثابه یک رویداد اجتماعی را می‌توان چنین برشمرد. «اجرا‌ها فعالیت‌هایی هستند که تعامل‌های اقتصادی، سیاسی و مذهبی میان گروه‌های همجوار را که روابطشان با یکدیگر به طریقی ناپایدار همزمان دوستانه و خصمانه است، تنظیم می‌کنند» (شکر، ۱۳۸۶: ۲۸۶).

۹- هنر تماشا کردن از منظر پال وودراف

برای گروهی تماشاگر، هنر تئاتر عبارت است از هنر تماشایی یافتن کردار انسان در زمان و مکانی معین. برای تمرین هنر تماشاگری، دلیل اخلاقی نیز وجود دارد. بخشی از نیاز ما به تماشای تئاتر، از نیازمان به اهمیت دادن به انسان‌های دیگر سرچشمه می‌گیرد. اهمیت دادن به انسان‌ها در دنیای ساختگی صحنه تئاتر می‌تواند توانایی شما را برای اهمیت دادن به انسان‌ها در بیرون افزایش دهد. تئاتر، مردم و فعالیت‌هایشان را قاب می‌گیرد تا دیدنی‌تر شوند. تمرین در جهت چارچوب بخشیدن به کردارهای بشر، به عنوان چیزی دیدنی، کمک‌مان می‌کند تا آدم بودن را رواج دهیم. تئاتر، هنر تماشایی یافتن کردار انسانی است و تئاتر این کار را عمدتاً با یافتن چهره‌های انسانی‌ای که ارزش دل‌نگرانی‌مان را دارند انجام می‌دهد. ما باید این هنر را از هر دوجنبه تمرین کنیم: مردم را تماشایی ببینیم و در مورد خودمان، وقتی نیاز داریم که تماشای مان کنند خودمان را تماشایی کنیم. زمینه‌های این نیاز از این قرار است: نیاز روانشناختی (چون اگر دریابیم که کسی به ما توجهی ندارد، از پا در می‌آییم)، نیاز اجتماعی (چون اگر جامعه‌ای تلاش کند عدالت را در جمعی که کسی تماشاگرش نیست برپا کند، از هم می‌گسلد) و نیاز اخلاقی (چون نمی‌تواند بدون اینکه هنر دیدن را تمرین کرد، فضیلت به دست آورد) خواه ناخواه گاهی هر یک از ما در شمار تماشاگران یا تماشا شوندگان قرار می‌گیریم (وودراف، ۱۳۹۴: ۲۹).

۹-۱- ضرورت تماشا شدن از منظر پال وودراف

کودک خیلی خردسال که توانایی انجام کاری را داشته باشد، می‌تواند آن را تماشایی کند، می‌تواند توجه بزرگتر هایش را مدتی به خود جلب کند. همچنانکه بزرگ می‌شویم، یاد می‌گیریم که نمی‌توانیم توقع داشته باشیم توجه دیگران را به اندازه‌ای که می‌خواهیم جلب کنیم. با این وجود، همچنان خود و دیگران را تماشا می‌کنیم و اگر به خدا یا خدایانی ایمان داشته باشیم، باور داریم که از آن بالاها ما را تماشا می‌کنند.

بنابراین ما تحت تأثیر نوعی نیاز روانی هستیم که خود را با هنر تئاتر بیامیزیم. بخشی از انسان بودن ما پرداختن به این هنر است؛ با این هدف که تماشایی باشیم. پس تئاتر به اندازه تمام چیزهایی که ذاتاً از ما سر می‌زند ضروری است. چرا برای جلب توجه دیگران به عنوان تماشاگر، این همه نیرو صرف می‌کنیم؟ سرشت تئاتر چیزی بیش از یک نیاز روانشناختی است. جوامع برای همبستگی و درمان، به رخدادهای جمعی نیاز دارند. رخدادهای انسانی خاص، نیازمند آن اند که جمع به تماشای شان بنشینند.

۹-۲- ضرورت تماشا کردن از منظر پال وودراف

تئاتر هنر است و نه صرفاً چیزی که ما به طور طبیعی، مثل تنفس انجام می‌دهیم؛ چرا که آن را می‌توان خوب یا سست اجرا کرد و چون کسی به راستی حس نمی‌کند به دیدن چیز خاصی نیاز دارد، تئاتر باید خوب اجرا شود تا بتواند مردم را مشتاق تماشا کند. چون ما نیاز به تماشا شدن را حس می‌کنیم، باید هنر تسخیر تماشاگر را یاد بگیریم، اما این همه کار نیست. خود تماشاگران واقعاً نیازهایی دارند که با تئاتر ارضا می‌شود اگرچه اجرایی نباشد که آنها ملزم به تماشایش باشند؛ اما به هر حال اگر گهگاه تماشاگر باشند، حال و روزشان بهتر می‌شود. آرزوی تماشایی بودن، بخشی از انسان بودن است. بخش دیگر نیاز به سهیم شدن تجارب با افراد گروه اجتماعی است. هنگامی به هم نزدیک می‌شویم که به تماشای یک چیز می‌نشینیم. مردم درگروه‌های اجتماعی، با

سهمی شدن در چیزی که به مناسبت های خاص تماشا می کنند، به این نوع نزدیکی می رسند. در جوامع سنتی، همه گروه های اجتماعی با هم در انواع اجرا های مذهبی شرکت می کنند و همه تجارب مشترکی را کسب می نمایند (وودراف، ۱۳۹۴: ۳۲).

۱۰- تجزیه و تحلیل آیین های اسب چوبی و نخل گردانی براساس دیدگاه های وودراف

آیین ها همواره جزئی از سنت به شمار می آیند و در جامعه ای مانند جامعه ما که غنای فرهنگی و سنتی قوی دارد دارای اهمیت بسیار زیادی است. اصلی ترین ویژگی آیینها مردمی بودن آن است و هدف از برگزاری آیین تغییر در کیفیت امور زندگی با دگرگون کردن حالات ارواح یا خدایان در دایره الوهیت است. آیین ها بر اساس درخواست- فرمان اجرا می شوند و مجموعه ای از اعمال تکرارپذیر و رمزگذاری شده هستند که برای دست یافتن به اهدافی که از قبل مشخص شده به صورت کلامی یا با حرکات بدنی اجرا می شوند. این حرکات و کلمات با تکیه بر اعتقاد به نیروهای قدسی یا قدرت عمل موجودات انجام می گیرند، نیروهایی که شخص اجرا کننده تلاش می کند با آنها وارد رابطه شود تا به خواسته های خود برسد.

نمایش در پی تغییر عقیده انسان که درباره خود و جهان پیدا کرده است به وجود آمد. نمایش زاده و پرورده آیین هاست. همه انسان ها در زندگی روزمره خود خواسته یا ناخواسته به بازیگری می پردازند، چون نمایش تکمیل کننده زبان است و همچنین از ضروریات زندگی اجتماعی محسوب می شود. آیین ها نیز که مجموعه ای از همین اعمال هستند مانند نمایش دارای پشتوانه سه جانبه بازخورد بازیگر به تماشاگر، تماشاگر به تماشاگر و تماشاگر به بازیگر هستند. وودراف در این باره تحلیل هایی دارد و بر این عقیده است که تماشاگران همان طور که از بازیگران تاثیر پذیرند تحت تاثیر دیگر تماشاگران هستند و بر یکدیگر تاثیر می گذارند؛ و این توجه کردن به دیگران و تماشایی کردن خود برای انسان ها لذت بخش است.

انسان باید در ابتدا بتواند خودش را دیدنی جلوه دهد و در مرحله دوم دیگران را دیدنی ببیند این هنر تئاتر است که اینگونه جلوه گر می شود. در دو آیین بررسی شده در این پژوهش رگه هایی از باورهای اسطوره ای بسیار کهن ایران باستان در آن به چشم می خورد که رفته رفته با باورهای مذهبی هر دوره از تاریخ، ترکیبی نو پیدا نموده و یا دست کم بخشی به آن افزوده شده است. بر اساس داستان های اساطیری می توان آیین نخل گردانی را به تابوت گردانی در زمان مرگ سیاوش و آیین اسب چوبی را به نبرد اپوش و تیشتر مرتبط نمود. وجه اشتراک این دو آیین به جهت باران خواهی بوده است؛ یعنی زمانی که باران می بارید مردم چاره ای نداشتند تا اینکه دست به دعا و نیایش بردارند و از ایزد باران، طلب باران کنند و از خشکسالی رهایی یابند.

بر اساس نظریات پال وودراف تئاتر را هنری می داند که کردار انسانی را در زمان و مکانی معین تماشایی می کند. بر اساس این نظریه می توان دو آیین اسب چوبی و نخل گردانی را نوعی تئاتر دانست.

پال وودراف در تقسیم بندی انواع تئاتر فهرستی را بیان می کند. مورد اول تئاتر تقلیدی است که شامل وانمود سازی می شود. در تئاتر های تاریخی، داستانی و مستند می توان از اینگونه تئاتر استفاده نمود که به نظر من می توان آیین اسب چوبی را از بعضی لحاظ نوعی تئاتر تقلیدی دانست چون بازیگران همان شخصیت هایی نیستند که نقش شان را بازی می کنند و کردارشان برای تماشاگران یا بازیگران پیامدهای واقعی ندارد و عناصر وانمود سازی در تمام کردار این انسانها وجود دارد.

بازیگرانی که نقش اپوش و تیشتر را در نمایش اسب چوبی بر عهده دارند شخصیت های واقعی این آیین نیستند بلکه وانمود می کنند. پس نوعی تئاتر تقلیدی محسوب می شود؛ اما در آیین نخل گردانی با وجود اینکه تمام عناصر و اجزا در سال های پیاپی تکرار میشوند اما انسان های اجرا کننده این آیین هیچگاه وانمود به ایفای نقش نمی کنند بلکه با تمام وجود این نقش را اجرا می نمایند و تماشاگران به شدت تحت تاثیر اجرای این مراسم قرار می گیرند.

نوع دیگر تئاتر در تقسیم بندی وودراف تئاتر حضور است. این نوع تئاتر در نظر وودراف از مقوله آیین تقدیس است. واقعه ای که با تقلید آغاز می شود، اما با واقعیت پایان می پذیرد و اجرا کنندگان یا بازیگران این نوع تئاتر خدا را به حضور می طلبند و در پایان کار خود نیز ایمان می آورند که خدا دعوت آنها را پاسخ داده است. در طی اجرای این تئاتر بازیگران قصد دگرگون کردن تماشاگران را دارند و تماشا کنندگان نیز دگرگون می شوند. بر اساس این تعریف می توان این دو آیین را تئاتر حضور دانست که با تقلید از گذشتگان در برگزاری آیین آغاز می شود؛ و خداوند را در طی اجرای هر دو آیین به حضور می طلبند و تماشا کنندگان و تماشا شوندگان خواسته های خود را مد نظر دارند از خدای حاضر در قلب و جان خود اجابت خواسته را طلب می کنند و با اجرای آیین و برگزاری آداب و رسوم تسریع در دریافت خواسته را خواهند.

پس بر اساس نظریات پال وودراف می توان این دو آیین را تئاتر دانست که مانند بسیاری از جلوه های فرهنگی مردم این سرزمین، سینه به سینه منتقل شده است و با گذشت زمان دگرگونی ها و کاربردهای مختلفی را به خود دیده است. می توان این دو آیین را تئاتر نامید که در طی آن افرادی رخدادهایی تماشایی را در زمان و مکان معین می آفرینند و عده ای به سبب مردمی بودن این آیین تماشایشان می کنند و چون تماس نزدیک و بی واسطه است و کنش ها در پیش روی شرکت کنندگان و تماشاگران است سبب می شود که گاهی با آنان نیز همراه شوند؛ و پس از پایان آیین سبک و خالی شدن یا همان تزکیه که از خواسته های انسانها در جهت میل به تغییر خود، دیگران و جهان است را تجربه خواهند کرد. در نتیجه این منفعت ها، انسان به ارزشهای غایی یا همان زندگی خوب می رسد و از تماشای این مراسم احساس رضایت می کند.

آیین ها از گذشته های دور فرهنگ و باور انسان ها را به نمایش می گذارد و احساسات درونی بشر را به شکل ابزاری که مفاهیم فرهنگی و قومی را نشان می دهد، ظاهر می کند. در ابتدا این انتقال از ترکیب حرکات و اصوات بوده که در قبایل انجام می گرفته و ریشه در فرهنگ و آداب و آیین همان قوم داشته است. پس از آن ادبیات، مذهب و موسیقی در کنار یکدیگر بستر نمایش را فراهم آورده و موجب اهمیت هنرهای نمایشی در ارتباط با سایر هنرها می شود.

ایرانیان همواره مراسمات آیینی و مذهبی را جزئی از فرهنگ و سنت خود می دانسته و از دوران باستان هنرهای نمایشی در ایران پا گرفته است و با ورود اسلام رنگ و بوی مذهبی به خود گرفته است. ایرانیان، پس از ورود اسلام، سنت های ایرانی و زرتشتی خود را به گونه ای، به گزینی و بازسازی کردند که با اسلام، سازگار باشد و همین اسلامی شدن و آمیختگی سنت ها با اسلام، موجب دوام و کارآمدی آنها گردید. از میان این آیین ها می توان به دو آیین اسب چوبی و نخل گردانی در سبزوارد پرداخت که هر دو دارای جنبه های اسطوره ای و نمایشی هستند. موضوعات غیر تجربی و موجودات فوق طبیعی، زمینه اجرای این مراسم ها را فراهم می آورد. اینکه این موضوعات و موجودات، نمادهای خدا پنداشته شده یا موضوعاتی هستند که در پس آنها حقیقت و واقعیتی نهفته است، به نقش اصلی آنها در گرایش دادن احساسات و عواطف شرکت کنندگان به ماورای بودن مراسم و حضورشان در محضر خداوند و نظارت روح های مقدس و متعالی بر می گردد.

طبق تحقیقات به عمل آمده این دو آیین در هر دوره بر اساس مقتضیات زمانی و با توجه به ضروریات اجتماعی تغییراتی داشته است. طبق نظریات وودراف تماشاگران نیازهایی دارند که با تئاتر ارضا می شوند. در دو آیین اسب چوبی و نخل گردانی مردم به طلب نیازهای خود به برگزاری یا تماشای آیین می پردازند. در آیین اسب چوبی که در دوره های مختلف تغییر کاربری داده است طبق شواهد موجود می توان گفت که این آیین در ابتدا برای طلب باران اجرا می شده

است. نیاز انسان به آب سبب به وجود آمدن آیین شده است که با گذشت زمان کامل تر شده و با هنرهای پشتیبان (طبق نظریات وودراف) با رقص و موسیقی همراه شده و اجرا می شود. در دوران حکومت مغول بنا بر مقتضیات زمانی و شرایط سیاسی و اجتماعی حاکم بر جامعه، اجرای این مراسم آیینی نقش محرک، یا تعدیل کننده آن بحران را داشته و حتی گاهی منشاء و محرک دگرگونی ها و انقلاب های اجتماعی نیز شده است. در آن دوران مردمان سبزوارد که تحت ظلم و چپاول این حکومت قرار می گرفته به سبب رویارویی با آنان و نیاز به جنگاورانی که با تاراج و غارت مغولان مقابله کنند با اجرای آیین اسب چوبی و چوب گردانی، روشهای مبارزه را به جوانان آموزش می دادند. در دوران معاصر نیز این آیین در مراسم بزم و سرور اجرا می شود که سبب فرحبختی تماشاگران می باشد؛ اما در آیین نخل گردانی و اجرای مراسم مذهبی-آیینی مردم با دلهای نیازمند به استقبال اجرای این مراسم می روند و با جان و دل حتی فرسنگ ها راه را در سرما و گرما می پیمایند تا شاهد یا اجراکننده این مراسم باشند.

کیفیت برگزاری این مراسم مذهبی به نحوی است که فلسفه نهفته در برنامه حوادث تاریخ اسلام و تشیع را احیا نموده و با ابزار و نمادهای به کار برده شده در اجرای این آیین قدرت الهام بخش این حادثه عظیم را از این طریق حفظ می کند. این مراسم حول عنصر نمادین نخل می چرخد و در زمان اجرا، مردم از اعمال و گفتار خاصی دوری می کنند و به اشیاء خاصی تمسک می جویند. این تمسک ها به مراسم تقدس خاصی می بخشد. در این آیین تماشاگران یا اجراکنندگان به سبب نیاز به توجه خدا و ائمه و برای برآورده شدن حاجات و رفع مشکلات خود شرکت می کنند. آنان خواسته هایی از خداوند دارند که مستقیم یا با واسطه قرار دادن امامان در زمان اجرای این آیین به طور آشکارا یا در فکر و ذهن خود مطرح می نمایند تا نیازشان مرتفع گردد. تئاتر هنری است که با آن، انسانها کردار انسان را در زمان و مکان معین، تماشای می کنند یا تماشایی می یابند (وودراف، ۱۳۹۴).

یکی از کارکردهای مراسم آیینی گردهم آمدن مردم در فواصل زمانی منظم و حفظ خطوط ارتباط و همکاری آنها است که از طریق یکپارچه سازی جامعه، باعث اعتبار بخشیدن به وضع موجود و در نهایت، ثبات اجتماعی در سطح جامعه می شود؛ که این مقوله را می توان به وضوح در اجرای این دو آیین نظاره گر بود. بر اساس آیین اسب چوبی و نخل گردانی، به تماشای کردار انسان هایی می نشینیم که خواسته و یا برخی اوقات بر طبق مدلسازی به اجرای مراسم می پردازند و در یک زمان معین به طور مثال خشکسالی و برای طلب باران این آیین ها را اجرا می کنند.

بر طبق نظریات وودراف انسان ها به سهیم شدن تجارب خود با افراد گروه اجتماعی نیازمندند. مردم در زمانی که کنار یکدیگر قرار می گیرند و به تماشای مراسمی که به مناسبت های خاص اجرا می شود، می نشینند به نوعی نزدیکی می رسند. در جوامع سنتی همه گروه های اجتماعی در انواع اجرا های مذهبی شرکت می کنند و بر اساس این عمل به یکدیگر نزدیک می شوند. شرکت در آیین های سوگواری از جمله نخل گردانی که در اجتماعات وسیع و گسترده در زمان و مکان معین انجام می شود باعث نزدیک شدن دلهای انسان ها به یکدیگر می گردد.

اگر در طی اجرای این مراسم یک ارتباط دو سویه بین اجرا کنندگان و تماشاگران این آیین ها برقرار گردد و باعث شود که اجرا کنندگان و تماشاگران تاثیر متقابلی بر یکدیگر بگذارند می توان گفت اجرای این آیین و مراسم موفقیت آمیز بوده است. در زمان برپایی هر آیین انسان های گرداگرد صحنه قرار دارند که تماشاگران این واقعه اند که از لحاظ عقیده نیز با هم هم رأیند که اگر اینگونه نباشد در آن مراسم شرکت نمی کنند. هنر تئاتر مردم را به هم نزدیک یا از هم دور می کند. در برپایی این دو آیین

مردم چه از لحاظ جسمی و چه از لحاظ روحی به یکدیگر نزدیک می شوند چرا که آنها خواسته های مشترکی دارند و برای برآورده شدن آن در کنار یکدیگر آیین را اجرا یا تماشا می کنند. بر اساس تقسیم بندی های وودراف در انواع مختلف تئاتر می توان اجرای آیین اسب چوبی را نوعی تئاتر تقلیدی دانست. چون بازیگران در اجرای این مراسم، نقش بازی می کنند و کردارشان برای بازیگران یا تماشاگران پیامدهای واقعی ندارد.

اما از جهتی نیز می توان این آیین و آیین نخل گردانی را نوعی تئاتر حضور از انواع تقسیم بندی های وودراف دانست. تئاتری که از انواع مقوله آیین تقدیس است. واقعه ای که در ابتدا با تقلید شروع می شود، اما با واقعیت پایان می پذیرد و خداوند را در اجرای آیین به حضور می طلبند و در پایان ایمان می آورند که خدا دعوت آنها را پاسخ گفته است.

در اجرای این دو مراسم در ابتدا به تقلید از گذشتگان با اجرای خاصی در زمان و مکان معین آیین آغاز می شود. در تمام زمان اجرا تمامی شرکت کنندگان در آیین حضور خداوند را خواستارند تا خواسته های آنان را بشنود و پاسخگو باشد. در زمان بارش باران با تمام وجود به حضور خداوند ایمان می آورند و دگرگون می شوند. در تمام طول مراسم امید دارند که خداوند در آنها تجلی پیدا کند و در پایان حضور خداوند را در نزدیکی خود حس میکنند. بنابراین می توان مراسم آیینی را نوع خاص از گفتار و اعمال منظم دانست که از آموزه های دینی و ماورایی سرچشمه گرفته و یا برای بیان احساسات دینی و مذهبی به کار گرفته می شود و به دلیل قدمت زیادی که دارند در بیشتر موارد با سنت و تاریخ مردمان یک منطقه پیوند خورده اند و جزئی از فرهنگ روزانه و انکار ناپذیر مردم شده اند.

منابع

۱. ابن بطوطه، ابو عبدالله محمد ابراهیم (۱۹۸۵)، «الرحله»، بیروت: انتشارات دار بیروت.
۲. اسلین، مارتین (۱۳۷۴)، «نمایش چیست؟»، ترجمه: شیرین تعاونی (خالقی). تهران: انتشارات نمایش.
۳. اصطخری، ابواسحق ابراهیم (۱۳۶۸)، «مسالك و ممالك»، به اهتمام: ایرج افشار، چاپ سوم، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۴. ایونس، الیزابت س (۱۳۸۸)، «آیین»، ترجمه: ابوالقاسم اسماعیل پور. تهران: نشر اسطوره.
۵. براکت، اسکارد (۱۳۸۴)، «تاریخ تئاتر جهان»، ترجمه: آزادی ور، چاپ چهارم، تهران: نشر مروارید.
۶. بلوک باشی، علی (۱۳۸۳)، «تعزیه خوانی (حدیث قدسی مصائب در نمایش آیینی)»، چاپ اول، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۷. بلوک باشی، علی (۱۳۸۳)، «نخل گردانی: نمایش تمثیلی از جاودانگی حیات شهیدان»، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۸. بیضایی، بهرام (۱۳۸۰)، «نمایش در ایران»، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۹. ثمنی، نغمه (۱۳۸۲)، «آیین و ادبیات مقدمه ای بر نمایش»، مجله کتاب ماه هنر. شماره ۵۶ و ۵۵، صص ۸۵-۷۰. ۱۰.
۱۰. حسن بیگی، محمدرضا (۱۳۵۵)، «هنرهای نمایشی ایران (تعزیه)»، مجله تلاش، شماره ۵۶، صص ۴۳-۴۰.
۱۱. حسن خویی، الهه (۱۳۹۱)، «مرکز همایش و نمایش آیین های مذهبی»، کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، دانشکده هنر و معماری، استاد راهنما: قاسم مطلبی.
۱۲. شکندر، ریچارد (۱۳۸۶)، «نظریه اجرا»، ترجمه: مهدی نصرالله زاده، تهران: انتشارات سمت.
۱۳. عمید، حسن (۱۳۸۱)، «فرهنگ عمید»، تهران: انتشارات امیرکبیر. ص ۳۲۱.
۱۴. کمبل، جوزف (۱۳۸۰)، «قدرت اسطوره»، ترجمه: عباس مخبر. تهران: انتشارات مرکز.
۱۵. مشهدی نوش آبادی (۱۳۸۹)، «تاثیر تصوف بر آیین های عزاداری محرم در ایران»، دکتری، مرکز تربیت مدرس دانشگاه قم، استاد راهنما: مجتبی زروانی.
۱۶. معتمدی، سید حسین (۱۳۷۸)، «عزاداری سنتی شیعیان»، چاپ اول، قم: انتشارات ظهور.
۱۷. ناظرزاده کرمانی، فرهاد، «وجوه مشترک تئاتر، تعزیه و هنر آیینی - مذهبی». ماهنامه ادبستان، سال چهارم، شماره ۴۷.
۱۸. نصری اشرفی، جهانگیر (۱۳۸۳)، «نمایش و موسیقی»، چاپ اول، تهران: انتشارات آرون.
۱۹. وودراف، پال (۱۳۹۴)، «ضرورت تئاتر هنر تماشا کردن و تماشایی بودن»، چاپ اول، تهران: انتشارات مینوی خرد.
۲۰. همیلتون، ملکم (۱۳۸۷)، «جامعه شناسی دین»، ترجمه: محسن ثلاثی تهران: نشر ثالث.

تحلیل ویژگی های بصری - خلاقانه عکاسی تبلیغاتی مواد غذایی بیلبردهای منطقه ۵ شهر تهران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۲

کد مقاله: ۲۶۵۱۸

آمنه جباری نیک^{۱*}، منصور مهرنگار^۲، پژمان دادخواه^۳

چکیده

در عرصه شهری، دو فرایند "گرافیک محیطی" و "تبلیغات محیطی" نقش اثر گذاری را در جذب مخاطبان دارند و بیلبردها که از مهم ترین عناصر تبلیغی در گرافیک شهری می باشند، سعی بر معرفی جدی محصول، جذب مخاطب و مانایی در ذهن دارند. نقش عکاسی در بازار تبلیغات مواد غذایی بیلبردهای شهر تهران بسیار حائز اهمیت می باشد. در تبلیغات بیلبردها استفاده از عکس تاثیر به سزایی در جلب توجه مخاطبان داشته، آن چنان که حتی عکس ها زودتر از متن دیده می شوند و در ذهن ماندگارترند. هدف از نگارش این مقاله، تحلیل ویژگی های بصری و خلاقانه بیلبردهای تبلیغ مواد غذایی با حجم نمونه ای در منطقه ۵ تهران می باشد. نوع تحقیق، کیفی، روش در بررسی داده ها، توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری، پیمایشی (مشاهده و ثبت اثر) می باشد. نگارندگان در پی پاسخ گویی به سوال اصلی تحقیق می باشند. ویژگی های بصری و خلاقانه عکس تبلیغی در فرایند اثرگذاری بر مخاطب چیست؟ نتایج تحقیق نشان می دهد که عکس های خلاقانه بیلبردهای تبلیغاتی به شدت در معرض دید و مرکز توجه قرار دارند و بسیاری از مخاطبین بر اثر مواجهه با این بیلبردها، تحت تاثیر قرار گرفته و محصولات تبلیغ شده را خریداری و احساس رضایت مندی در ذهن خود دارند.

واژگان کلیدی: عکاسی تبلیغاتی، بیلبرد های شهری، عکاسی مواد غذایی

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران (نویسنده مسئول)
jabbarinik.a@hnhk.ac.ir

۲- استادیار و عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

۳- مدرس گروه هنر، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

امروزه اگر بخواهیم ارتباطات را از جنبه های مختلف بررسی کنیم، حتما ارتباطات از طریق رسانه های محیطی نظر ما را به خود جلب می کند. در عصر ارتباطات که هم اکنون در آن به سر می بریم یکی از این رسانه ها، بی شک تبلیغات می باشد که مردم هر روزه و در هر نقطه از شهرها با آن مواجه هستند و یکی از این رسانه های تبلیغاتی و اثرگذار بیلبوردها می باشند. بیلبوردها یک رسانه و ابزار اطلاع رسانی هستند و مأموریت اصلی آن ها انتقال اطلاعات و مفاهیم کاربردی در کوتاه ترین زمان ممکن است. پرداخت به نیازهای اجتماعی و فرهنگی و هم چنین رفع نیازهای جامعه به مدد تبادل اطلاعات و تبلیغات تجاری و فرهنگی به شدت وابسته به بیلبوردها می باشد. هم چنین بیلبوردها نقش اطلاع رسانی و آگاهی بخشی و فروش کالا و خدمات را نیز بر عهده دارند و گاهی مردم را به شرکت در مسائل اجتماعی هم چون حضور و مشارکت در کمپین ها ترغیب و تشویق می کنند. برخی بیلبوردها آن قدر خلاق و جذاب و تاثیر گذارند که در عین گذرا بودن بسیار ماندگار نیز می شوند. در واقع بیلبوردها هنری برون گرا هستند که اساس و عناصر اصلی و کاربردی آنها به سه بخش مهم تقسیم می شوند: ۱. عکس ۲. شعار تبلیغاتی ۳. لوگو.

بیلبوردها معمولاً در ابعاد مختلف و در فرم افقی طراحی شده و در پایانه ها، اتوبان ها، میادین، بزرگراه ها و پشت چراغ قرمزها و کلا محیط های خارجی نصب می شوند. در واقع دیدن یک محصول بر روی بیلبورد می تواند یاد آور تبلیغات قبلی مربوط به آن محصول، کالا یا خدمات باشد که در موقعیت های دیگر هم چون تیزرهای تلویزیونی و تبلیغات محیطی دیگر به مخاطب نشان داده شده است. نکته حائز اهمیت درباره بیلبوردها در ابتدا محل قرارگیری است یعنی باید در بهترین نقطه قرار گرفته و نصب گردد. در مرحله بعد پیام نوشتاری و تصویری آن باید به گونه ای باشد که هم باعث جلب توجه شود و هم در کوتاه ترین زمان، هدف مورد نظر را به مخاطبانی که اکثراً سرنشین خودروها هستند منتقل نماید. در ادامه می توان به چند مورد مهم و قابل توجه دیگر در طراحی بیلبورد اشاره داشت؛ مواردی مثل طراحی ساده و قابل فهم/ تمرکز داشتن بر روی یک هدف خاص/ استفاده از رنگ های متضاد/ خوانا بودن فونت و قلم مورد استفاده/ استفاده از نوشته های بزرگ/ در نظر گرفتن مخاطبین عام و خاص/ خلاقیت در طراحی و عکس های با کیفیت فوق العاده عالی و حرفه ای.

در تمام موارد ذکر شده استفاده از تصاویر در تبلیغات بیلبورد ها، از سال های دور یعنی در اولین بیلبوردهای شهری نیز وجود داشته است و در سال های گذشته و با پیشرفت تکنولوژی و حضور دوربین های دیجیتال، استفاده از عکس ها در بیلبورد ها به شدت مورد توجه قرار گرفته است. این روزها طراحان سعی بر این دارند تا با استفاده از عکس هایی با کیفیت از محصولات و یا کالاهای مورد نظر خود و استفاده از عکس های تبلیغاتی و صنعتی تاثیر شگرفی بر ذهن مخاطب و جلب توجه او نمایند.

در این پژوهش، جامعه آماری بیلبوردهای تبلیغاتی مواد غذایی منطقه ۵ تهران می باشند. این منطقه از این جهت انتخاب گردید که نسبت به مناطق دیگر تهران، دارای بزرگراه های اصلی و طولانی تر، فراوانی و تنوع بیلبوردها از لحاظ نوع سازه و ابعاد، وجود مجتمع ها و مراکز خرید تجاری بزرگ و دسترسی آسان به آن ها می باشد.

یکی از مواردی که پیش تر در طراحی بیلبورد به آن اشاره شد، استفاده از عکس های با کیفیت عالی از محصولات یا کالای مورد نظر جهت تبلیغات است؛ که در اینجا حضور یک عکاس تبلیغاتی در کنار طراح گرافیک می تواند منجر به ساخت عکس هایی حرفه ای و خلاق و در نهایت رسیدن به یک بیلبورد اثرگذار گردد. در واقع عکاس با در نظر گرفتن هدف تبلیغ محصول که در این پژوهش، مواد غذایی می باشد؛ غایت آن را به مخاطب نشان می دهد که می تواند مثلاً در تبلیغ یک پنیر صبحانه، خوشمزه ای و تازگی را به مخاطب انتقال دهد.

۲- تبلیغات (تعریف، اهداف و انواع)

تبلیغ در لاتین با معادل advertisement شناخته می شود که به اختصار advert و نیز ad خوانده می شود. در فرهنگ واژگان آکسفورد در زیر کلمه تبلیغ کردن تعاریف زیر آمده است:

۱. پخش کردن یک کالا در انظار عمومی به منظور متقاعد کردن افراد جهت خرید یا استفاده از آن.
 ۲. کاری کنیم که چیزی یا شیئی از نظر عموم یا جامعه شناخته شود نظیر چاپ آگهی در روزنامه (محمودیان، ۱۳۸۱: ۲۲).
- تبلیغات جمع تبلیغ و به معنی اطلاع دادن، پیام رساندن و اشاعه افکار، اطلاعات و بینش ها در قالب نظام ارزشی مطبوع است (بلوریان، ۱۳۷۶: ۲۲).

تبلیغات حوزه ای از تخیل اجتماعی است، که برای منظور کردن شکاف ها (خاها) در ساختار اجتماعی و بهره برداری از آنها وجود دارد. تبلیغات تعهد می کند تا آن بخش های مشاهده ی فردی را که هنوز تحقق نیافته است، برآورده سازد. نگران محیط زیست هستی؟ این خودرو را بخر «محیط زیستی تر» است! نامزد نداری؟ این ادکلن را بخر، «زن ها عاشقش می شوند»، (یعنی عاشق تو!) در واقع تبلیغات هوشمندانه می داند چگونه با گفتگو و صحبت های متقابل درباره کالا، چگونگی وارد کردن آن و حتی بهره برداری از آن به صورت هیجانات شخصی، روحی و اجتماعی، تمام نگرانی هایی که همین حالا هم در تمام فرهنگ ها و بین افراد جریان دارد، فضای خالی را اشغال کند (بیت، ۱۹۵۶: ۱۶۰).

در حدود سال های دهه 50 میلادی سرعت رشد روابط بازرگانی و تجاری چشمگیر شد. در حالی که در ایران هنوز صنعت چاپ و گراور رنگی تکامل نیافته بود و دست اندرکاران از عهده ی این گونه کارها بر نمی آمدند، با این وجود در کنار جاده ها و در نزدیکی شهر های بزرگ از تابلو های تبلیغاتی هم استفاده می شد. هم چنین در حدود سال های ۱۳۵۰ شمسی به بعد تابلو های بسیار بزرگ در کنار جاده ها مشاهده می شدند که تبلیغات پودر رختشویی، نوشابه و روغن نباتی را در بر داشتند. اگر از تابلوهایی که در بالا نام برده شد و هم چنین از تابلوهایی که در زمان جنگ در میدان های شهرها نصب می شدند صرف نظر کنیم و به تاریخچه به کارگیری بیلبرد به شکل امروزی در ایران نگاه کنیم در می یابیم که حدوداً این نوع تابلوها در پائیز سال ۱۳۷۰ در سطح شهر تهران در مسیر بزرگراه ها و میادین نصب شدند (درخشان، ۱۳۸۶: ۲۸).

۳- اهداف تبلیغات

هدف تبلیغات، از نخستین روزهای ظهور آن تاکنون تغییر نکرده است و در این مورد خاص، کارکرد عکاسی تبلیغاتی نیز در قرن اخیر تغییر خاصی نداشته است. عکاسی تبلیغاتی مثل خود تبلیغات، شکلی از هنر کاربردی است که به منظور آگاهی بخشدن، ترغیب کردن و اغواء کردن به وجود آمده است. البته ابتدایی ترین هدف، فروش است که می تواند محصول، نام تجاری، هویت شرکت خدمات عمومی یا خصوصی، یا حتی یک ایده باشد. مهمترین هدف در تبلیغات، بالا بردن علاقه خریدار یا مصرف کننده برای خرید محصول ارائه شده است و کاری که عکاس در تبلیغات انجام می دهد، ایجاد حس و شبیه سازی شخص در موقعیت دارا بودن محصول می باشد. عکاس تبلیغات باید با تصویرسازی و بیان مناسب و هم چنین ایجاد هیجان تمایل به داشتن هر محصولی که تبلیغات برای آن انجام می شود را هرچه بیشتر در مخاطب تقویت کند. مصرف کنندگان و یا سفارش دهندگان این تصویرها را در رسانه های گوناگونی شامل مجله، روزنامه و ... مشاهده می کنند و جذب آن می شوند (حقیقت، ۱۳۹۲: ۲۸).

تبلیغات تا حد زیادی مبتنی است بر تصویر و کالاهایی که برای نمایش محصولات اساسی طراحی شده اند. عکاس آژانس تبلیغاتی، از مهارت های فنی خویش برای خلق مفهوم های خاص استفاده می کند که معمولاً به صورت خلاصه از طرف کارگردان هنری یا خلاق، «افرادی که کارشان خلق ایده هایی در تصویر هاست»، به او ارائه می شود. اینجا به تعریفی کاملاً ضعیف، عکاسی تبلیغاتی به عنوان حوزه ای از عکاسی خلاق قلمداد می شود. صنعت تبلیغات، اختصاص به ساختن تصویرها، در درجه اول بر اساس عکاسی دارد که در آن خلاقیت وسیله ای برای ترغیب مخاطب درباره معانی و ارزش های محصول به شمار می رود. بنابراین صنعت تبلیغات، جایگاه متناقضی را در فرهنگ معاصر اشغال کرده است. از یک طرف به عنوان صنعتی خلاق دیده می شود که می توان آن را به مدارس مشهور دوران رنسانس که توسط هنرمندانی چون میکل آنژ گردانده می شد، تشبیه کرد؛ صنعتی الهام دهنده، پر از ابداعات خلاق، از طرف دیگر حتی توسط منتقدان به عنوان هدر دادن وقت، فضا و پول به حساب می آید. خلاقیت در تبلیغات وسیله ای است که نمایش با آن قانع کننده می شود. به بیانی دیگر، خلاقیت وسیله ای برای رسیدن به هدف است؛ بلاغت تصویر تبلیغی؛ ابزار خلاق ترغیب است. برای همین است که تبلیغات هوشمند دیده می شود (بیت، ۱۹۵۶: ۱۶۰).

هیچ فرمول خاصی برای موفقیت در این تجارت وجود ندارد، البته به جز آن که برای هر عکاس حرفه ای موفق آشناست: روزهای طولانی، شب های طولانی، نظم درونی عالی و عزمی برای ماندن در این راه صرف نظر از اینکه چه روی می دهد (پترسون، ۱۹۵۲: ۱۵۸).

تبلیغات را به ۳ صورت کلی می توان طبقه بندی کرد:

۱- تبلیغات منتخب یا تبلیغات عنوان تجاری

۲- تبلیغات برای تقاضای اولیه و تبلیغات عمومی

۳- تبلیغات سازمان یافته (صدرمحمدی، ۱۳۸۶: ۲۲).

در عصر حاضر تبلیغات بیشتر به شکل اعلان یا پوستر، تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات در بستر بیلبردها، کمپین های تبلیغاتی و تبلیغات فضای مجازی صورت می گیرد که در این میان عکاسی تبلیغاتی از مهم ترین و اثر گذارترین آن ها می باشد.

۴- عکاسی تبلیغاتی

پس از پایان جنگ دوم جهانی نیمه غربی اروپای ویرانه که با کمک های مالی متفق قدرتمندش ایالات متحده رو به بازسازی عمومی می رفت، اندک اندک چون ققنوس از خاکستر بر می خواست و جانی تازه در کالبدش دمیده می شد. بازار تولید که کاملاً بی رونق مانده بود؛ اروپای درمانده را به سوی مصرف گرایی کشاند. چرا که فروشگاه ها خالی بودند و شهروندان نیازمند اقلام روزمره خود بودند. در نتیجه در سرتاسر اروپا بدل به بستری بی نظیر برای ارائه محصولات آمریکایی گردید و در این میان آنچه نقدینه ی بیشتری را راهی جیب کمپانی موفق می ساخت؛ تبلیغات مناسب و تأثیرگذار بود. بی شک با حجم تخریب فراوان جنگ، اروپا صورتی دردمند یافته بود. در نتیجه تبلیغاتی جذاب تر به نظر می رسیدند که پررنگ و لعاب تر بودند. در این سال ها عکاسی

در مقام هنری مستقل شناخته می‌شد و مجله‌های بسیاری در سراسر اروپا و آمریکا به این هنر جوان اختصاص یافته بودند، چه در سطح تکنیکی و چه به مثابه رسانه‌ای هنری (صدری، ۱۳۹۱: ۲۷).

مجلات رنگی و مصور که با قیمت بسیار ارزان و در تیراژهای بسیار بالا ارائه می‌شد، همگان را به خرید محصولات و هم چنین سفر و جهانگردی فرا می‌خواندند. ویلیام برن باخ مدیر هنری برجسته آن سال‌ها چنین می‌گوید: «تبلیغات در اصل متقاعد کنندگی است و متقاعد کنندگی نمی‌تواند یک علم باشد، بلکه هنر است». والتر نورنبرگ عکاس تبلیغاتی در سال ۱۹۴۰ چنین نوشته است: «عکس تبلیغاتی باید ایده داده شده را به فرمی ملموس ترجمه کند؛ آن چنان که برای بیننده کاملاً آشکار و نمایانگر موضوع مورد فروش باشد». این بدان معناست که عکاس اگر هنرمند باشد؛ باید از جزئیات پنهانی که می‌خواهد نشان دهد آگاه باشد و آن را برای نظاره گر بیان کند. به طوری که بیننده موضوع عکس را به همان شکل بفهمند و حس کند. چنین ایده‌ای که ریشه‌هایش از دهه‌های ۱۹۳۰ اندک اندک تا سال‌های دهه ۱۹۶۰ بر این باور تأکید داشتند که مضمون یک آگهی تبلیغاتی سبب ترغیب مشتری به خرید می‌شود و نه فرم آگهی و همین تغییر نگرش سبب توجه بسیاری در رابطه میان متن و تصویر موجود در آگهی شد، چرا که بر مبنای تجربه عمومی، مخاطب در مواجهه با آگهی شامل عکس و متن ابتدا نگاهی گذرا به عکس می‌اندازد سپس متن را می‌خواند و در نهایت با دقتی بیشتر به تصویر باز می‌گردد (همان، ۲۸).

در واقع عکس‌های تبلیغاتی در جهت معرفی کالاها و تولیدات صنایع، محصولات مختلف کارخانجات، کشاورزی و غیره با نمادهای خاص با رنگ بندی گرافیکی و با وضوح حساب شده عکس برداری می‌شوند. به دلیل سفارشات کارفرمایان، دخالت هنری، ایده‌های خلاقانه برای عکاسان محدود می‌شود، ارائه عکس‌ها بسته به گسترش سوژه در حیطه‌های محلی، شهری، استانی، کشوری و بین‌المللی هستند. به دست آوردن یک کیفیت فوق حرفه‌ای باعث می‌شود که از لوازم حرفه‌ای عکاسی و گران قیمت استفاده شود (محمدخانی، ۱۳۹۰: ۴۸).

عکاسی تبلیغاتی مثل خود تبلیغات شکلی از هنر کاربردی است که به منظور آگاهی بخشیدن، ترغیب کردن و اغواء کردن به وجود آمده است. در واقع جوهره عکاسی تبلیغاتی ارائه ایده‌های نهفته در پس کالا از طریق عکسی که مخاطب را تسخیر می‌کند. همان گونه که در همه عرصه‌های مختلف تبلیغات، درون مایه مهم تر از شکل ظاهری است، یک عکس تبلیغاتی باید قادر باشد به جای کیفیات غیرقابل لمسی هم چون زیبایی، قدرت، اعتماد، اطمینان، کارایی، سلامت و غیره به هدف این عکس‌ها که عبارت از فروش کالا یا خدمت معینی است توجه داشته باشیم. برای آن که بیننده بپذیرد آنچه در تبلیغ می‌بیند از محصول مشابه برتر و کارآمدتر است باید چنین کیفیت غیرقابل لمسی را به کمک ارزش‌های گرافیکی نشان داد (فاینینگر، ۱۳۶۶: ۸).

عکاسی تبلیغاتی شاخه‌ای از عکاسی است که در آن از کالاهای تجاری یا چگونگی ارائه خدمات، عکس‌هایی تهیه می‌شود تا به تبلیغ، آگاهی دادن به مردم، رونق دادن به فروش کالا و جذب مشتری یاری برساند (عباسی، ۱۳۹۶: ۱۷۴). ترکیب بندی نقش نسبتاً متفاوت در عکس‌های تبلیغاتی بازی می‌کند. عکاسان ترجیح می‌دهند برای این نوع کارها از دوربین‌های آتلیه قطع بزرگ استفاده کنند تا بتوانند کنترل کاملی بر پرسپکتیو و عمق میدان داشته باشند. مهم نیست که این دوربین‌ها به پشتی فیلمی مجهزند و یا پشتی دیجیتال، چون ابعاد عکس قطعاً بزرگ خواهد بود، بالاترین کیفیت ممکن را تولید می‌کند. عناصری مانند سرتیتر یا کپی‌ها باید در منظر کلی تصویر گنجانده شوند. حتی در عصر دیجیتال هنوز هم کاغذ طراحی و مداد رنگی برای طرح ریزی فضای مورد نیاز که باید در تصاویر پیچیده به منظور درج متن، نگاره یا تصویر دوم در نظر گرفته شوند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. صفحه مات بزرگ دوربین‌های قطع بزرگ انجام این کار را ساده تر می‌کند، گرچه این روزها این کار بر روی صفحه نمایش همراه دوربین‌های دیجیتال انجام می‌شود (پرکل، ۲۰۰۴: ۱۶).

از علائم فروشگاه مواد غذایی، نمایش ویتترین مغازه‌ها، سفارش پستی و کاتالوگ‌های آنلاین یکسره تا لوازم آرایش درجه یک، در صحنه‌ای مطلوب، نگاهی به اشیاء انداخته می‌شود. محصول یا حوزه‌ای که در آن ارزیابی می‌شود هرچه باشد، می‌توان آنها را در این صحنه‌ها به تصویر کشید. مثلاً همبرگر را بیشتر با پس زمینه‌های انتزاعی و بدون هیچ چیز دیگر در صحنه نمایش می‌دهند. این عکس‌ها به لحاظ بصری، غذا را در مقابل پس زمینه‌ای تمیزی نشان می‌دهند و معمولاً عاری از هرگونه زمینه فرهنگی خاص هستند. بیننده، تنها موضوع یا همان کالا را می‌بیند. گاهی اوقات به نظر می‌آید روی سطح میز گونه‌ای نشان داده می‌شوند ولی هیچ چیز واقعی دیده نمی‌شود. این انتزاع از هر زمینه یا پس زمینه‌ای اجتماعی، به غذا کیفیتی ناشناس می‌دهد؛ به هیچ کس تعلق ندارد. تصویر، محصول را برای مخاطب عمومیت می‌دهد: «می‌تواند مال شما باشد!» آن را بخريد (بیت، ۱۹۵۶: ۱۶۶).

آژانس‌های نوین تبلیغاتی، محصول سده بیستم هستند، پدیده‌هایی که وقتی روشن شدند نیاز به هماهنگی رشد در صنعت تولید، توزیع و نشان دادن تصاویر تبلیغی است، توسعه یافتند. آژانس‌های تبلیغاتی کانون جدیدی برای صنایع شدند. مشتریان به دنبال آن‌ها می‌گشتند و کارفرمایانی برای عکاسان شدند؛ متن‌های چاپی، عناوین فرعی و زیرنویس‌ها را برای تصاویر تبلیغاتی نوشتند و طراحی کردند. تصویرهای تبلیغاتی مدیریت شده در جهت فروش کالا و شیوه‌های زندگی معقول، خوش‌بینی پرشوری ایجاد می‌کنند (همان، ۱۶۴).

همه انسان‌ها کالاهای خاصی را تحت تاثیر تبلیغات خریداری می‌کنند. تبلیغات پیام فروش را بهتر از هر روشی دیگر انتقال می‌دهد. مفهوم تبلیغات از دیدگاه افراد گوناگون متفاوت است. مدیر فروش، تبلیغات را شیوه ارتباط با عموم مردم می‌داند که

می‌تواند عمل فروش را تسهیل ببخشد. برای حسابدار، تبلیغات از هزینه‌هایی است که برای انجام کار ضروری است و از دید اقتصاددان بخشی از سیستم بازرگانی امروز است (روشن، ۱۳۷۹: ۲۰).

۵- عکاسی تبلیغاتی (مواد غذایی و نوشیدنی ها)

عکاسی غذا و نوشیدنی ها یکی از جنبه های پر چالش تر کار عکاس طبیعت بی جان است. عکاس به مقدار زیادی شگردهای کوچک نیاز دارد اما همواره باید مراقب قواعد واقعیت در تبلیغات باشد. در صورتی که با شما قرارداد بسته می‌شود که از سوپ، بستنی یا کیک زنجیرک عکس بگیرید، می‌توانید برای اشتها آور نشان دادن محصول هر کاری که بخواهید انجام دهید. می‌توانید به سوپ سنگ مرمر اضافه کنید تا سبزی‌ها در سطح آن شناور شوند یا به همبرگر اسید اضافه کنید تا بخار از آن بلند شود، اما در صورتی که از برگرهای مک دونالد عکاسی می‌کنید نمی‌توانید آنها را اندکی تغییر بدهید. در این صورت سبزی‌ها نباید در سطح شناور شوند، باید در ته ظرف سوپ باقی بمانند و بخار برگر باید ناشی از گرمای واقعی باشد. بنابراین در صورتی که نمایش زنجیرک تهیه کنید، واقعا می‌توانید خیلی مایه بگذارید؛ اما اگر عکس به محصول خاصی مربوط باشد قانونا مسئولید که واقعیت را مصور کنید. هنگام عکس گرفتن از غذا به کمک یک طراح یا آشپز خوب خانگی نیاز دارید. او معمولاً ملزومات را جمع‌آوری می‌کند و طراحی غذا بر روی ظرف‌ها را انجام می‌دهد. لازم است طراحی پیدا کنید که با شما هم فکر باشد. نورپردازی غذا مستلزم مقدار زیادی دوراندیشی است. وقتی موادی مثل گوشت مرغ یا گاو سر و کار دارید، این کار به سادگی عکاسی یک تکه کرم با اندکی نور پر کننده نیست.



شکل ۱- نمونه عکس تبلیغاتی
(مأخذ: yadollahvalizadeh.com، ۱۴۰۰)

نوشیدنی ها یا مایعات، غالباً به نورپردازی ویژه نیاز دارند، زیرا مایع ممکن است تیره تر و غلیظ تر از شیشه ای که در آن قرار دارد به نظر بیاید و نور به آسانی از شیشه نمی‌گذرد تا مایع را روشن کند. غذا و نوشیدنی ها مستلزم اعجاز و نبوغ بیشتری هستند تا تصویری از خوشمزه بودن ایجاد کنند. خوب جلوه دادن غذا در تصویر یک هنر است و ملزومات، نورپردازی، طراح و هر شگرد مفیدی که مجازید، به کار ببرید تماماً عناصر مهمی هستند (پرویلر، ۱۳۹۰: ۶۴).

۶- ویژگی‌های عکس تبلیغاتی مواد غذایی - نوشیدنی

یکی از هدف های عمده برای به کارگیری تصویر در فعالیت‌های تبلیغاتی، ایجاد واکنش در میان مخاطبان است. تصاویر تبلیغاتی سه نقش عمده را پی می‌گیرند: اولاً با شبیه سازی و به تصویر کشیدن صورت و اندام انسان و یا هر چیزی که با انگیزه های بنیادی ارتباط دارند، به برانگیختن هیجانات دامن می‌زنند، دوماً از چیزی که گویی محقق است و یا واقعاً اتفاق افتاده است یک مدرک تصویری به ظاهر مستند به دست می‌دهند و سوم این که در هر حال می‌تواند میان محصول و تصاویر یک نوع ارتباط پنهان برقرار کند. این سه کارکرد از ویژگی های اساسی رسانه های تصویری است که ماهیت زیر بنایی تصاویر تبلیغاتی را پی ریزی کرده و آن را از زبان کلامی و گونه های دیگر ارتباطات بشری متمایز می‌کند. فرا مرزی شدن هدف های تبلیغ کنندگان سبب شده است که به تبلیغات تصویری، تأکید بیشتری به عمل آید. زیرا تصاویر با توجه به ویژگی های شمایی خود، همه گیر هستند و بسیار راحت تر از بیان های کلامی قادرند فرهنگ ها و سرزمین های مختلف را در نور دیده و منتشر شوند (مساری، ۱۳۷۹: ۲۵). به سان تبلیغ مواد و متریال های دیگر، تبلیغ مواد غذایی و نوشیدنی نیز ویژگی هایی را در بر می‌گیرند که در عکاسی از محصولات باید بدان توجه جدی کرد:

۱. شناخت جامعه و محیط: عکاس می‌بایست جامعه و محیطی را که قرار است عکس او در آن جا پخش شود کاملاً بشناسد و با آداب و رسوم و اعتقادات آن ها آشنایی داشته باشد، مثلاً عکسی که برای یک جامعه ی مذهبی گرفته می‌شود باید کاملاً متفاوت باشد با عکسی که برای جامعه ای بی دین گرفته می‌شود.

۲. روان شناختی افراد و شناخت تاثیر عوامل مختلف بر ذهن آن ها: عکاس بعد از شناخت محیطی که برای آن عکاسی می‌کند باید بداند که چه مفاهیمی چه تاثیراتی بر ذهن افراد آن جامعه به جای می‌گذارد. مثلاً تاثیر رنگی خاص یا یک عنصر خاص که مردم آن جامعه به آن اعتقاد دارند.

۳. معرفی ویژگی های محصول: عکس می‌بایست تمامی ویژگی های محصول را ارائه کند.

۴. استفاده از خلاقیت و نوآوری در راستای تفهیم ویژگی ها: عکاس برای این که بتواند مخاطب را بیشتر جذب و ترغیب کند باید نوآوری داشته باشد. استفاده از خلاقیت و نوآوری که خارج از عادت باشد مخاطب را بیشتر جذب می‌کند. مثلاً برای نشان دادن استقامت یک کف پوش می‌توان از آن به صورت ساده عکاسی کرد و می‌توان مثلاً نشان داد که چکشی محکم به آن ضربه وارد کرده و کف پوش ایرادی پیدا نکرده است. تمامی انواع تبلیغات برای ثمر بخشی به متقاعد کردن مخاطبان خود

نیاز دارند. متقاعد سازی به طور خلاصه فرایندی برای تغییر نگرش است و حوزه مطالعاتی آن روانشناسی اجتماعی است (حکیم آرا، ۱۳۷۹: ۲۲).

۵. ایجاد واکنش یا به تعبیر روانشناختی آن، برانگیختن پاسخ در میان مخاطبان: در هر یک از حوزه های فرهنگ و ارتباطات، مخاطب را از منظری خاص تعریف و بررسی می کنند. مخاطب از منظر ارتباطات گفتاری واژه ای است به جا مانده از اعصار منتهی به ارتباطات شفاهی که حتی می توان در نوشته های ارتباطی ۲۳۰۰ سال پیش ارسطو نیز اثری از آن دید. در جامعه شناسی فرهنگ، مخاطب کسی است که در محافل هنری و فرهنگی حضور پیدا می کند، از موزه بازدید می کند یا به دیدار هنرهای نمایش می رود (موشوری، ۱۳۸۶: ۲۳).

امروزه با توسعه فن آوری اطلاعات و ارتباطات، مفهوم مخاطب با تحولات جدیدی مواجه شده است و به جای توجه به فاعل، مفعول، مورد توجه قرار گرفته است و اصطلاح مخاطب شدن با ابعاد جستجوگرانه رواج یافته است (Rosse&Nightingale, 2008: 4).

در هر ارتباطی حداقل سه جزء اصلی فرستنده، پیام و مخاطب وجود دارد. واژه مخاطب می تواند شنونده، بیننده، خواننده و یا ترکیبی از اینها باشد. در مجموع، هر فرد یا گروهی که رسانه ای را مورد استفاده قرار می دهند به نوعی مخاطب به شمار می آیند. شناسایی و تعریف دقیق مخاطبان رسانه های جمعی کار دشواری است؛ چرا که اصطلاح مخاطب ماهیتی انتزاعی دارد و به طور مستمر در حال دگرگونی است و اغلب جزء به شکل پراکنده و غیر مستقیم قابل مشاهده نیست. در نتیجه مخاطبان را به شیوه های متفاوت و متنوع برای مثال بر اساس زمان، موقعیت های زیستی اجتماعی افراد و بر اساس گرایش ها و عقاید تعریف کرده اند. از دیدگاه مشورتی، مخاطب گروهی نیست که یک بار برای همیشه تشکیل شده باشد بلکه ارگانیک و زنده است که مرکب از گروه های اجتماعی مختلف بر حسب دوره های زمانی، شکل می گیرد و از شکل می افتد. او تاکید می کند که مخاطب فرهیخته کیفیت اثر هنری را مشروعیت می بخشد، در حالی که مخاطب عام، به نهاد مربوط مشروعیت می بخشد.

در تعریف مخاطب توجه به دو موضوع مرتبط مهم است: اول تفاوت مخاطب به عنوان توده مردم و یا مخاطب به عنوان یک گروه و جامعه ای خاص و دوم تفاوت مخاطب فعال و منفعل. بسیاری از پژوهشگران رسانه ها نیز معتقدند که مخاطب در شرایط مختلف ترکیبی از چهار موضوع را در بر می گیرد، اما در تعریف مخاطب آنچه بیش از همه اهمیت دارد این است که مخاطبان، هم محصول زمینه های اجتماعی و هم واکنشی به الگوی خاص شرایط رسانه هستند (کوایل، ۱۳۸۰: ۴).

انگیزه استفاده مخاطبان بر پایه این نیازها و هدف هایی قرار دارد که برای مخاطبان مهم می باشند. در نظریه مخاطب فعال، دو فرض اساسی وجود دارد: اول اینکه، مخاطبان با انتظار های مختلف و هدف های متفاوت در جستجوی نیازها و خواسته های شان می باشند. دوم اینکه، رفتار ارتباطی شامل انتخاب رسانه و استفاده از آن با هدفمندی، نیت و انگیزه داشتن است (مهدی زاده، ۱۳۸۴: ۱۸۹-۱۹۱). همچنان که ذکر گردید با توجه به نوع فرایند تبلیغی، شیوه تبلیغی و فرایند اثر گذاری، نوع مخاطب و جامعه هدف نیز متغیر است. به تعداد شیوه های تبلیغی مختلف، بسترهای تبلیغی متناسب با اهداف تبلیغ وجود دارد و از این روی با توجه به شعاع و زاویه دید در گرافیک محیطی، با توجه به تبلیغ مواد غذایی-نوشیدنی، سطوح گسترده تبلیغی مانند بیلپورد از اهمیت خاصی برخوردار است.

۷- بیلپورد

واژه بیلپورد به معانی مختلفی آمده که در زیر بیان می گردد و مرکب از دو بخش Bill و Board است. Bill تیزر انتهای لنگر، لایحه قانونی، قبض، صورت حساب، اسکناس، شمشیر پیاده نظام، آگهی کردن، قولنامه کردن را معنی می دهد و Board نیز به معانی تخته، تخته یا مقوا یا هر چیز مربع یا مستطیلی، صحنه تئاتر یا نمایشگاه، کف انبار پشم، میز، غذای روی میز، میز شورا یا دادگاه، مقوای جلد کتاب، حاشیه یا لبه هر چیز، کناره یا لبه کشتی، سپر، تخته بندی کردن، تابلو و... است. واژه Board برآمدگی روی کشتی که لنگر روی آن قرار می گیرد؛ تخته اعلانات و آگهی ها، هر قسمت از نرده و دیوار که روی آن اعلان یا آگهی نصب می شود را معنی می شود (محقق امینی، ۱۳۹۰: ۶۴). در واقع بیلپوردها سطوح بزرگی اند که در ارتفاع خاصی نصب می شوند و کارایی آن ها به گونه ای است تا ناظر بتواند با سرعت زیاد و فاصله ی دور، اطلاعات روی آن را به راحتی بخواند و پیام تصویری آن را درک کند (ایلوخانی، ۱۳۸۸: ۶۵). کارایی یک بیلپورد موفق بطور کلی وقتی حاصل می شود که:



شکل ۲- نمونه بیلپورد (مأخذ: pinterest.com, ۱۴۰۰)

الف: شکل فیزیکی بیلپورد زیبا طراحی شده باشد.
ب: موضوع مورد طراحی از نظر نوشتار، تصاویر، خوانا و موجز بودن، شعار و پیام تبلیغاتی، ارتباط متن با زمینه به زیبایی ترکیب بندی شده باشد. البته ارائه طرح های جدید موضوعی است که به این ترکیب بندی زیبا بسیار کمک می کند.
ج: محل نصب بیلپورد (ارتفاع و حوزه دید)، رنگ آن در محیط.

د: میزان تابش نور طبیعی یا مصنوعی و انعکاس آن به اطراف یا روی بیلبورد. بعضی از بیلبوردها بیش از چند زاویه دید دارند، بنابراین تمام زوایاء مورد توجه قرار می گیرند. از آن جا که این وسیله های تبلیغ بسیار بزرگ و سنگین اند، در طراحی و ساخت آن ها، برای پایداری آن ها باید نکات فنی لحاظ شود، زیرا ممکن است برای ساخت هر کدام با توجه به موقعیت محلی که در آن قرار می گیرد «تحت تأثیر بارش، باد و نور شدید آفتاب» مواد گوناگونی برای آن به کار رود (همان، ۶۶).

۸- تجزیه و تحلیل بیلبوردهای مواد غذایی تهران

با توجه به ضرورت و اهمیت نوع مواد غذایی، سلیقه مخاطبین، جامعه هدف و در این بخش به تجزیه و تحلیل بیلبوردهای مواد غذایی در تهران و منطقه ۵ می پردازیم که نمونه های مورد بررسی هدفمند انتخاب گردیده است. آن چه در این انتخاب مورد توجه قرار گرفته، "محل قرار گیری"، "اندازه یا ابعاد بیلبورد" و "نوع محصول با توجه به بافت فرهنگی و اقتصادی" بوده است. تجزیه و تحلیل با در نظر گرفتن دو مورد ارائه گردیده است:

الف: توصیف اثر که شامل "نوع بیلبورد"، "نام طراح"، "محل نصب" و "قطع یا اندازه" می باشد.
ب: تحلیل اثر که شامل "عناصر شاکله بیلبورد"، "نوع عکس (ژانر)"، "عناصر شاکله بصری (فرم و رنگ)"، "شاخصه رنگی"، "ایده اثر" و "هدف طرح" می باشد.

۸-۱- بیلبورد شماره یک

توصیف اثر: بیلبورد مذکور، تبلیغ مواد غذایی شکلات فندقی پارمیدا است که طراح آن کانون ایران نوین و محل نصب آن در بزرگراه حکیم و قطع آن ۳ در ۵ متر می باشد.
تحلیل اثر:

هدف طرح: در این اثر عکاس تلاش کرده است تا در نهایت سادگی و با به کارگیری یک عکس تبلیغاتی خلاق و یک عکس صنعتی، در مرحله اول مخاطب را جذب کرده و بعد اطلاعات مورد نیاز از قبیل خوشمزه گی، محتویات داخل شکلات و اسم برند محصول را نشان دهد. در نهایت می توان گفت: طراح و عکاس به هدف خود به خوبی دست یافته اند.

ایده اثر: استفاده از ترفند شکستن و معلق بودن شکلات در فضا، همراه با فندق و چیدمانی جذاب و محرک برای نمایش ترد بودن، کیفیت، تازگی و مرغوبیت عالی شکلات و مواد داخلی آن، هم چنین منتقل کردن حس خوشمزه گی بی نهایت شکلات پارمیدا و ترغیب مخاطب به خرید محصول.

عناصر شاکله بصری (فرم و رنگ):

در این تصاویر بیشتر از فرم های هندسی و ایجاد تضاد و کنتراست استفاده شده است.

نوع (ژانر) عکس:

الف- عکس تبلیغاتی شکلات: استفاده از شکلات شکسته و معلق در فضا به جهت نمایش تازگی، هیجان، خوشمزه گی و کیفیت عالی محصول و محتویات داخل آن است.

ب- عکس صنعتی: در این تصویر، بسته بندی و شکل ظاهری محصول عکاسی شده است تا چشم مخاطب با بسته بندی و لوگو پارمیدا نیز آشنا گردد. در این عکس صنعتی از زاویه و نورپردازی مناسبی استفاده شده است و کاملاً گویای ویژگی های محصول می باشد.

شاخصه رنگی: رنگ غالب: قرمز / رنگ ثانویه: سفید



شکل ۳- بیلبورد شماره یک
(مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۴- بیلبورد شماره یک
(مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۵- بیلبورد شماره یک (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۶- بیلپورد شماره یک (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)

۸-۲- بیلپورد شماره دو

توصیف اثر: بیلپورد مذکور، تبلیغ مواد غذایی شیرکاکائو نسکوئیک است که طراح آن کانون سیما آرا و محل نصب آن بزرگراه حکیم و قطع آن ۲ در ۷ متر می باشد.

تحلیل اثر:

هدف طرح: در این اثر عکاس برای جلب توجه و جذب هر چه بیشتر مخاطب و ایجاد عکس تبلیغاتی خلاق، از تکنیک فتومونتاز و یک عکس صنعتی استفاده کرده است تا به صورت هم زمان مخاطب با بسته بندی محصول نیز آشنا شود. در این فتومونتاز، کودکی بسیار سرحال و شاداب را نشان داده که بسیار شادمان از مصرف شیرکاکائو نسکوئیک است.

ایده اثر: استفاده از تکنیک پاشیدن و ریختن مایعات که در این جا شیرکاکائو است و ایجاد حرکت و در نهایت به وجود آمدن یک عکس فتومونتاز حرفه ای که از تلفیق چند تصویر به وجود آمده است، تا به مخاطب حس شادابی و پر انرژی بودن کودکان را پس از استفاده شیرکاکائو نسکوئیک القاء کنند.

عناصر شاگله بصری (فرم و رنگ): در این تصاویر بیشتر از فرم های دوار و آکشن و حرکات سیال استفاده شده است. نوع (ژانر) عکس:

الف- عکس تبلیغاتی شیرکاکائو: استفاده از تکنیک اسپلش و ساخت یک فتومونتاز جذاب برای نشان دادن خوشمزه گی و انرژی بخش بودن محصول است.

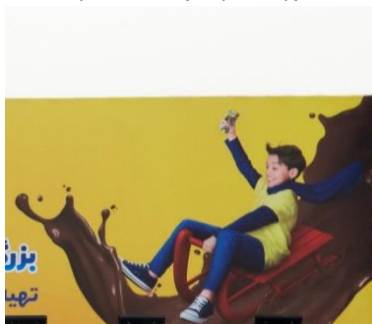
ب- عکس صنعتی: در این تصویر، بسته بندی و شکل ظاهری محصول عکاسی شده است تا چشم مخاطب با بسته بندی و لوگو نسکوئیک نیز آشنا گردد. در این عکس صنعتی از زاویه و نورپردازی مناسبی استفاده شده است و کاملاً گویای ویژگی های محصول می باشد.

شاخصه رنگی: رنگ غالب: زرد_ نارنجی / رنگ ثانویه:

آبی



شکل ۷- بیلپورد شماره دو (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۸- بیلپورد شماره دو (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۹- بیلپورد شماره دو (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۱۰- بیلپورد شماره دو (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)

۸-۳- بیلپورد شماره سه

توصیف اثر: بیلپورد مذکور، تبلیغ مواد غذایی فیله مرغ سوخاری پمینا است که طراح آن کانون فرایند هنر و محل نصب آن بزرگراه حکیم و قطع آن ۲ در ۳ متر می باشد.

تحلیل اثر:

هدف طرح:

در این این رعکاس برای نشان دادن تازگی، کیفیت و شکل سرو شده مرغ سوخاری از عکس تبلیغاتی «کلوزآپ» استفاده کرده است. در سمت چپ بیلپورد عکسی صنعتی از بسته بندی محصول در بکگراندی به رنگ بنفش و متناسب با بسته بندی قرار داده شده است. هم چنین شعار تبلیغاتی پمینا نیز در زیر لوگو آن قرار داده شده است. در نهایت می توان گفت: عکاس و طراح به خوبی توانستند منظور خود را به مخاطب برسانند.

ایده اثر: استفاده از یک عکس «کلوزآپ» یا همان نمای کاملاً نزدیک در جهت نمایش فرم، رنگ و بافت عالی فیله مرغ سوخاری پمینا، تاکید بر مواد بسیار با کیفیت و تازه و بر انگیختن حس گرسنگی و بالا بردن تمایل حس خرید در مخاطب.

عناصر شاکله بصری (فرم و رنگ): در این تصاویر بیشتر از فرم های منحنی استفاده شده است.

نوع (ژانر) عکس:

الف - عکس تبلیغاتی: در این بیلپورد از یک عکس کلوز آپ مرغ سوخاری آماده سرو ؛ استفاده شده است تا بیشتر تازگی و کیفیت آنها را به نمایش بگذارد.

ب - عکس صنعتی: در این تصویر، بسته بندی و شکل ظاهری محصول عکاسی شده است تا چشم مخاطب با بسته بندی و لوگو پمینا نیز آشنا گردد. در این عکس صنعتی از زاویه و نورپردازی مناسبی استفاده شده است و کاملاً گویای ویژگی های محصول می باشد.

شاخصه رنگی: رنگ غالب: بنفش / رنگ ثانویه: سبز



شکل ۱۱- بیلپورد شماره سه (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۱۲- بیلپورد شماره سه (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۱۳- بیلپورد شماره سه (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۱۴- بیلپورد شماره سه (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)

۸-۴- بیلپورد شماره چهار

توصیف اثر: بیلپورد مذکور، تبلیغ مواد غذایی سس کنجد عقاب است که طراح آن کانون ایران نوین و محل نصب آن شهرک غرب و قطع آن ۲ در ۳ متر می باشد.

تحلیل اثر:

هدف طرح: در این تصویر عکاس سعی داشته تا از زاویه جدیدی، بطری سس را به مخاطب نشان دهد و به همین منظور بطری سس و استیک را به گونه ای مونتاژ کرده است که حس هیجان و خوشمزگی و جدایی ناپذیری آن ها از یکدیگر را به مخاطب القاء می کند. هم چنین معلق بودن سوژه ها، حس پرواز را تداعی می کند. در این عکس به علت استفاده از بطری سس، شکل بسته بندی کاملاً گویا و واضح در ذهن مخاطب خواهد ماند. عکاس در این ایده پردازی موفق بوده و مخاطب حس خوشمزگی را کاملاً دریافت می کند.

ایده اثر: استفاده از تکنیک فتومونتاژ و تلفیق یک بطری سس با مواد غذایی خوشمزه و جذاب و معلق در فضا که گویی حس سبکی و پرواز را به مخاطب القاء می کند. در این عکس تبلیغاتی سوژه اصلی که همان بطری سس هست حتی بزرگ تر از مواد غذایی و سوار بر آن ها قرار گرفته داده شده است، گویی در این تبلیغ گفته می شود که سس کنجد عقاب حتی خوشمزه تر و برتر از خود مواد غذایی هست. این عکس در نوع خود بسیار اکتیو، هیجان انگیز و جدید است.

عناصر شاکله بصری بیلپورد (فرم و رنگ):

الف- عکس تبلیغاتی سس: در این بیلپورد از تکنیک فتومونتاژ بطری سس با استیک، قارچ و سبزیجات استفاده شده است. در این فتومونتاژ به گونه ای اغراق نیز دیده می شود، بطری سس بزرگتر از غذا هست و گویی به مخاطب این گونه القاء می شود که سس حرف اول را می زند و حتی بسیار خوشمزه تر از اصل غذا است.

شاخصه رنگی: رنگ غالب: قرمز / رنگ ثانویه: شکلاتی



شکل ۱۵- بیلپورد شماره چهار (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۱۶- بیلپورد شماره چهار (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)



شکل ۱۷- بیلپورد شماره چهار (مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹)

۹- نتیجه گیری

عکاسی تبلیغاتی دارای جایگاه ویژه ای در تبلیغات محیطی از جمله تبلیغات بیلورد ها می باشد. عکس ها از طریق ارتباط بصری که با مخاطب خود برقرار می کنند بر ذهن آنان تاثیر گذاشته و ماندگاری بالاتری نسبت به تبلیغاتی که صرفاً نوشتاری بوده است، خواهند داشت. در واقع تصاویر تبلیغاتی به کار رفته در بیلوردها حامل پیام مشخصی هستند که طراح و سفارش دهنده تبلیغ به دنبال آن ها هستند و در نهایت به جریان مهمی که همان اثرگذاری و ترغیب مخاطب و نهایتاً خرید محصول تبلیغ شده می باشد منجر خواهد شد. در این میان و برای رسیدن به تبلیغات موفق از طریق بیلوردها، باید به نوع محصول و ویژگی های آن در سطح جامعه، زمان به نمایش درآمدن تبلیغ، طراحی گرافیک، تکنیک های مناسب عکاسی از محصول و موارد دیگر دقت و توجه لازم را داشت. آن دسته از عکس های تبلیغاتی موفق خواهند بود که دارای جذابیت، خلاقیت، ابتکار و نوآوری لازم، جهت جذب هر چه بیشتر مخاطب باشند. از حدود صد سال قبل عرصه و بستر تبلیغات به استفاده از تصاویر روی آورد و هر روز استفاده از آن پررنگ تر و مهم تر شده است تا جایی که امروزه در اغلب تبلیغات محیطی تاثیر و جذب مخاطب با کمک عکس تبلیغاتی صورت می گیرد. تاثیرگذاری عکاسی تبلیغاتی و تأثیرپذیری مخاطب از تصاویر، رابطه ای محکم و دوطرفه را رقم زده است. اگر این رابطه دو طرفه به شکل درست و موفق به اجرا و نمایش درآید تبلیغاتی کاملاً موفق و تاثیرگذار را شاهد خواهیم بود.

امروزه با پیشرفت تکنولوژی موانع مختلف از سر راه عکاسان برداشته شده است و با حضور دوربین های دیجیتال پرداختن به ایده ها و ترفند های عکاسی بسیار آسان تر گشته است. هدف اصلی از عکاسی تبلیغاتی در واقع تولید هیجان و احساسی است که یک محصول می تواند در بیننده ایجاد نماید تا به فروش و یا ایجاد حس نیاز به خرید در مخاطب خود منجر شود. در عکس های تبلیغاتی فاکتورهای هم چون رنگ، نور، کادربندی و چیدمان بسیار قابل توجه هستند تا به خلق عکس های جذاب و خلاقانه منتهی گردند. عکاسی تبلیغاتی خلاقانه جایگاه بسیار ویژه ای در صنعت تبلیغات دارد و با پرورش تفکر خلاقه عکاس به وجود می آید. گاهی حتی یک عکس خلاقانه می تواند روایت گر یک داستان جذاب و جالب باشد و مخاطب خود را از این طریق با خود همراه سازد. در عکاسی تبلیغاتی سبک و شیوه های متفاوت و متنوعی برای رسیدن به یک عکس تبلیغاتی خلاق وجود دارد. خلاقیت عکاس در هنگام خلق عکس بسیار در نتیجه نهایی تاثیر گذار می باشد و هر چه خلاقیت و ابتکار در عکس ها بیشتر باشد، مسلماً برای مخاطب نیز جدید و جذاب خواهد بود و او تشویق خواهد شد تا آن محصول مورد تبلیغ را پیگیری و خریداری یا از آن خدمات استفاده کند.

در این پژوهش به بررسی ویژگی های بصری-خلاقانه عکاسی تبلیغاتی در جذب مخاطبان پرداخته شد و بیلوردهای مواد غذایی منطقه ۵ تهران مورد بررسی قرار گرفت. در همه این بیلوردها ویژگی های مشترکی وجود داشتند: تکنیک های Break، Splash، floating، Close-up، Photomontage در عکاسی تبلیغاتی مواد غذایی به کار گرفته شده است.

از کادربندی افقی در هنگام عکاسی و طراحی استفاده شده تا کاملاً با فرم اصلی بیلوردهای تبلیغاتی هماهنگ باشد. استفاده از چیدمان و ترکیب بندی متناسب با محصول مورد نظر، استفاده از رنگ های جذاب و درخشان مثل قرمز و زرد در پس زمینه تصاویر برای جذب و جلب توجه بیشتر مخاطب و به وجود آوردن فضایی کاملاً محرک. استفاده از نورپردازی هایی مناسب و بسیار روشن برای نمایش هر چه بهتر جزئیات و تازه بودن مواد غذایی.

منابع

۱. ایلو، خانی، مسعود (۱۳۸۸)، «گرافیک محیطی»، چاپ اول، تهران، نشر فاطمی
۲. بیت، دیوید (۱۹۵۶)، «نگاهی به مفاهیم بنیادی عکاسی»، ترجمه: شیرین حکمی. چاپ اول، تهران: نشر کتاب پرگار
۳. بلوریان، محمد (۱۳۷۶)، «جایگاه تبلیغات در طیف فعالیت های بازاریابی»، ماهنامه بررسی های بازرگانی، ۱۱۸، ۲۲.
۴. پترسون، برایان (۱۹۵۲)، «دید خلاقانه در عکاسی»، ترجمه: محمدرضا شهبازی. چاپ سوم، تهران: نشر پشوتن
۵. پرکل، دیوید (۱۳۹۳)، «ترکیب بندی در عکاسی»، ترجمه: اسماعیل عباسی و احسان قنبری فرد. چاپ اول، تهران: کتاب پرگار
۶. پروبلر، گری (۱۳۹۰)، «اسرار عکاسی طبیعت بی جان»، ترجمه: فواد نجف زاده. چاپ اول، تهران: انتشارات سمت
۷. حکیم آرا، محمدعلی (۱۳۷۹)، «تبلیغ کوششی برای متقاعد سازی»، مجله رسانه، ۱۱، ۲۲.
۸. حقیقت، صفورا سادات (۱۳۹۲)، «بررسی کاربرد عکاسی تبلیغات دو دهه اخیر اروپا»، پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه هنر و معماری. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
۹. درخشان، یاسمین (۱۳۸۶)، «بررسی کارکرد و محتوای عکس در بیلوردهای شهر تهران در سال ۱۳۸۶». پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه هنر. دانشگاه هنر
۱۰. روشن، حسن و نوربخش، کامران (۱۳۷۹)، «بررسی قوانین و مقررات تبلیغاتی در ایران»، چاپ اول، تهران: اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد

۱۱. صدری، سوفیا (۱۳۹۱)، «تحلیل و بررسی کارکرد عکاسی در بیلبردهای تبلیغاتی»، پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه ارتباط تصویری. دانشکده هنر و معماری. دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.
۱۲. صدر محمدی، علیرضا (۱۳۸۶)، «تبلیغات با بیان ساده»، چاپ اول، تهران: انتشارات سیتِه
۱۳. عباسی، اسماعیل (۱۳۹۶)، «عکاسی مقدماتی، چاپ اول»، تهران: کتاب پرگار
۱۴. فاینینگر، آیفریالس (۱۳۶۶)، «طبیعت عکاسی»، ترجمه نصرآ... کسرائیان. مجله عکس، ۶، ۸.
۱۵. محمودیان، محمود و آقاجان، عباس (۱۳۸۱)، «آسیب شناسی تبلیغات در ایران»، چاپ اول، تهران: انتشارات حروفیه
۱۶. محقق امینی، سارا سادات (۱۳۹۰)، «طراحی تبلیغاتی در بیلبردهای سه بعدی»، پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه گرافیک و چاپ دانشکده هنر. دانشگاه الزهراء
۱۷. محمدخانی، داریوش (۱۳۹۰)، «بوطیقای عکاسی، چاپ اول»، تهران: انتشارات جمال هنر
۱۸. مساری، پال (۱۳۷۹)، «نقش تصویر در تبلیغ متقاعد سازی دیداری»، ترجمه محمدعلی حکیم آرا. مجله رسانه، ۳، ۲۵.
۱۹. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۰)، «مخاطب شناسی»، ترجمه: مهدی منتظر قائم. چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
۲۰. موشتوری، آنتیگون (۱۳۸۶)، «جامعه شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری»، ترجمه: حسین میرزایی. چاپ اول، تهران: نشر نی
۲۱. مهدی زاده، شراره (۱۳۸۴)، «تلویزیون، مخاطب و نگرش نو»، مجله جامعه شناسی ایران، ۲۴، صص ۲۱۱-۱۸۵.
22. Ross, Karon & Virginia Nightingale (2008) Media and Audiences: new perspectives, Open University Press, The University of California.



بررسی تطبیقی «رگرسیون انسانی» در نمایشنامه‌های گوریل پشمالو و هاملت با سالاد فصل در سازوکار «امر مدرن»

محمدرضا دبیرنیا*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۱

کد مقاله: ۲۰۳۴۹

چکیده

نمایشنامه گوریل پشمالو یکی از جلوه‌های هنر اکسپرسیونیستی در نمایشنامه‌نویسی قرن بیستم با نگاهی سوژکتیو دنیای شخصیتی عصیانگر و فرودست به نام ینک از طبقه کارگر آمریکا را ترسیم می‌کند که در برابر صورت‌بندی‌های اجتماعی طبقه سرمایه‌دار تاب نیاورده و به دنبال هویت خود است. یوجین اونیل به عنوان نویسنده‌ای تیزبین نسبت به دگرش اجتماعی دهه‌های اخیر، فضای دو قطبی بورژوا - پرولتاریایی را خلق می‌کند که از یک طرف، طبقه بورژوازی و طرف دیگر طبقه‌ای است که باید حق خود را از بورژواها بگیرد. به پیامد این کنش معنادار، «ینک» با «رگرسیون» به فرجام می‌رسد. در طرف دیگر اکبر رادی در هاملت با سالاد فصل به تأسی از دگرش‌های اجتماعی در دهه ۴۰ و ۵۰ ایران به آفرینش این اثر دست می‌زند. رادی در این نمایشنامه با خلق شخصیت «پروفسور دماغ چُخ بختیار» فروپاشی شخصیت و رگرسیون وی را در برابر طبقه مسلط اجتماعی به نمایش می‌گذارد. این پژوهش بر آن است تا با استفاده از نظریات انتقادی کارل مارکس، گرامشی، پولانی و دیگر منتقدان امر مدرن دو نمایشنامه گوریل پشمالو و هاملت با سالاد فصل را با توجه به بستر فرهنگی به مثابه عملکردهای معنادار بازنمایی بررسی نماید و به تفاوت‌ها و شباهت‌های این دو اثر بپردازد.

واژگان کلیدی: ادبیات تطبیقی، رگرسیون انسانی، گوریل پشمالو، هاملت با سالاد فصل، فرودست

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ادبیات نمایشی، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس

ماکس وبر^۱ معتقد بود که کنش‌های اجتماعی همیشه کنش‌هایی معنادار هستند و این عاملی است که آن‌ها را از واکنش‌های زیستی صرف متمایز می‌کند. منظور وبر این نبود که کنش‌ها فقط یک معنای حقیقی دارند، بلکه این بود که همه کنش‌های اجتماعی در معنا خانه کرده‌اند و به طور ضمنی پدیده‌هایی فرهنگی‌اند. انسان‌ها برای انجام یک کنش اجتماعی باید معنایی به آن بدهند، برداشتی از آن داشته باشند، و بتوانند به طور معناداری درباره آن بیندیشند؛ بنابراین تولید معناها اجتماعی شرط ضروری برای عملی شدن یک کنش اجتماعی است و از آن جا که معناها نمی‌توانند ثابت باشند و پیوسته در حال دگرگونی‌اند و همواره مورد مجادله هستند، هیچ چیز نمی‌تواند اهمیت معناها اجتماعی را بهتر از واژه «مدرن» توضیح دهد. ریموند ویلیامز^۲ می‌گوید که در زبان انگلیسی واژه «مدرن» نخستین بار در سده شانزدهم به کار رفت و به بحثی اشاره داشت که میان دو مکتب فکری - قدیمی - ها و مدرن‌ها - جریان داشت. پیش‌انگاشت کلی از امر مدرن بر این پایه بود که گویی با چیزی دهشتناک و گمانی پلید مواجه هستیم. در اوایل سده بیستم بود که «مدرن» معنایی معادل «بهتر» پیدا کرد (ر.ک، ویلیامز، ۱۹۷۶: ۱۷۴). این امر نشان می‌دهد که گفتمان «امر مدرن» هیچ‌وقت توصیفی نبوده است، بلکه تاریخ بحث برانگیزی دارد. هر عصر که جانشین عصری دیگر می‌شود - رنسانس، روشنگری، سده نوزدهم (عصر انقلاب‌ها) سده بیستم - در برابر این توهم مدرنیته تاب نیاورده و از پا درآمده است.

یکی جلوه‌های انتقادی امر مدرن مارکسیسم است که بیش از هر چیز شکلی از ماتریالیسم تاریخی است. این دیدگاه بر خاص - بودگی تاریخی تلاش‌های انسانی و ویژگی متغیر صورت بندی‌های اجتماعی تأکید دارد که ویژگی‌های محوری آن در شرایط مادی هستی جای گرفته است. مارکس استدلال می‌کرد که اولویت نخست انسان‌ها تولید ابزارهای معیشت از طریق کار است؛ بنابراین کار و شیوه‌های تولید مقوله‌های مرکزی مارکسیسم هستند. در واقع مارکسیست‌ها ستیزهای اجتماعی را به مثابه موتور تغییر تاریخی در نظر می‌گیرند. به علاوه، با اولویت دادن به تولید معتقدند روابط اقتصادی به سایر جنبه‌های روابط انسانی مانند آگاهی، فرهنگ، هنر و سیاست ساختار می‌دهد. در مارکسیسم، تاریخ فرایند تکاملی همواری نیست، بلکه برحسب گسست‌های مهم و انقطاع‌ها در شیوه‌های تولید مشخص می‌شود. به همین دلیل مارکس درباره تغییر از شیوه تولید باستانی به شیوه تولید فئودالی و سپس شیوه تولید سرمایه‌داری سخن می‌گوید. بخش عمده کار مارکس تحلیل تقسیم طبقاتی بنیادین در سرمایه‌داری بین صاحبان ابزار تولید (بورژوازی) و طبقه پرولتاریای فاقد مالکیتی است که باید کار خود را برای زنده ماندن بفروشد. مارکس استدلال می‌کند که این نمود، استثمار بنیادی در کار را پنهان می‌کند؛ بنابراین، کالایی شدن روندی مربوط به سرمایه‌داری است که به واسطه آن اشیاء کیفیت‌ها و نشانه‌ها تبدیل به کالا می‌شوند. یعنی هنگامی که پرولتاریا از هسته مرکزی فعالیت انسانی، یعنی فرایند کار، بیگانه می‌شد از خود نیز بیگانه می‌شود. در واقع جریان سرمایه‌داری به خلق طبقه پرولتاریای فاقد مالکیتی منجر می‌شود که باید خود را برای زنده ماندن بفروشد. مارکس در دیباچه کتاب نقد اقتصاد سیاسی بیان می‌کند: شیوه تولید زندگی مادی تعیین‌کننده خصلت کلی روندهای اجتماعی، سیاسی و معنوی زندگی است. آگاهی انسان‌ها نیست که تعیین‌کننده هستی آن‌هاست، بلکه برعکس هستی اجتماعی آن‌هاست که آگاهی‌شان را تعیین می‌کند. با دگرگونی شالوده اقتصادی کل روبنای عظیم کم و بیش به سرعت دگرگون می‌شود (ر.ک، مارکس، ۱۳۹۳). مفهوم‌سازی وبر از طبقات از راه‌های مهم دیگری با مفهوم‌سازی مارکس فرق می‌کرد. وی ضمن این که می‌پذیرفت که تقسیم عمده‌ای در جامعه میان طبقات صاحب مالکیت و فاقد مالکیت وجود دارد، به شدت هم تأکید می‌کرد که درون این گروه‌ها هم تقسیمات وجود دارد.

مارکس، انسان را موجودی جدا از جامعه خویش تصور نمی‌کرد، بلکه موجودیت او را در تعلق به جامعه می‌پنداشت. مارکس قائل به این بود که نظام اقتصادی سرمایه‌داری، گونه‌ای از خودبیگانگی در بطن زندگی انسان است. خودبیگانگی بدین معنا است که در جوامع سرمایه‌داری، آدمی وجود خویش را فراموش می‌کند و نسبت به خود بیگانه می‌شود (ر.ک، آرون، ۱۳۷۰: ۱۸۷). نظام اندیشه مارکس بر پایه مالکیت پی‌ریزی می‌شود. مارکس مالکیت خصوصی را موجب از خودبیگانگی انسان تلقی می‌کند. این فرایند در نهایت موجب از هم پاشیدن هویت و هستی انسان می‌گردد و به موجب آن می‌توان شاهد از هم گسیختگی طبقات بود. از منظر مارکس، اجتناب ناپذیر بودن پیکار بین طبقه استثمارشده و استثمارکننده را چونان نتیجه‌ای قابل پیش‌بینی در پی بازیابی هویت آدمی است. در نظرگاه مارکس، سیاست منتج از شکاف بین طبقات است و در نتیجه این گسست است که نیروهای ناسازگار جامعه به سمت کشمکش سوق می‌یابند. این دیدگاه که سیاست از شکاف ناشی می‌شود، اشاره به ارتباط استوار اندیشه مارکس و هگل دارد (ر.ک، بشیریه، ۱۳۸۵: ۳۲-۳۰).

با این وجود مارکسیسم سنتی برای آن که بتواند حیات خود را تضمین کند با استفاده از اندیشه ایدئالیستی مبانی مارکسیسم جامعه‌شناسانه را پی‌ریزی می‌کند. دو نماینده اصلی‌اش آنتونیو گرامشی و کارل پولانی بودند. هر دو از ایده جامعه استفاده کرده‌اند تا هم بینش سوسیالیستی را و هم پیوند تنگاتنگشان با طبقه کارگر را حفظ کنند. اما «جامعه»، در درجه اول، ابداعی مفهومی بود برای درک دوام سرمایه‌داری و شکست ناپذیری‌اش در برابر قوانینی که مارکس درباره‌اش پیش کشیده بود. بدین سان، مارکسیسم جامعه‌شناسانه نهایتاً با معنای جامعه دست و پنجه نرم کرد، چیزی که جامعه‌شناسی نتوانسته انجام بدهد. در واقع مارکسیسم

1 Max Weber

2 Raymond Williams

جامعه‌شناسانه، مجهز به همین برداشت از جامعه، خودش را از جامعه‌شناسی از چهار جهت متمایز می‌کند. در ابتدا «جامعه مدنی» و «جامعه فعال»، فراورده‌های تاریخی مشخصی درباره سرمایه‌داری اروپایی در سده نوزدهم‌اند. در حقیقت، «جامعه»، در هر دو تجلی‌اش، دقیقاً با تکوین جامعه‌شناسی کلاسیک نمایان می‌شود. در عصر مدرن، هم قوت یا ضعف «جامعه» و هم رابطه‌اش با دولت و اقتصاد از پیامدهای سرنوشت‌سازی برای گسترش هم سرمایه‌داری و هم سوسیالیسم برخوردار بوده است. دوم این که جامعه سپهر مستقلی نیست که در مابقی از توافق خودجوش بر سر ارزش‌ها شناور باشد. مارکسیسم جامعه‌شناسانه در تصریح جامعه به منزله فضایی نهادی که به اشغال احزاب سیاسی و آموزش همگانی و انجمن‌های داوطلبانه و اتحادیه‌های کارگری و کلیسا و حتی خانواده درآمده است بر مناسبات میان دولت و جامعه تمرکز می‌کند. سوم این که جامعه‌شناسی امروزی مفاهیم مرتبط جامعه مدنی و سرمایه اجتماعی را به منزله شرایط ثبات و کارآمدی نهادهای سرمایه‌داری به تصاحب خودش درآورده است، از نگاه مارکسیسم جامعه‌شناسانه اما جامعه چهره‌ای ژانوسی و دورو است چندان که از سویی برای تثبیت سرمایه‌داری عمل می‌کند اما از دیگر سو زمینه عبور از سرمایه‌داری را فراهم می‌کند. چهارم، مارکسیسم جامعه‌شناسانه هم از انزجار جامعه‌شناسی از فایده‌گرایی و توتالیتاریسم کمک می‌گیرد و هم به شعله‌های چنین انزجاری دامن می‌زند. در واقع گرامشی و پولانی ایده‌ای مشابه را بنا نهادند که با واسازی مارکسیسم کلاسیک به دیدگاه‌های مکمل درباره ارتباط «جامعه» با سرمایه‌داری رسیدند.

از طرفی در طول فرایند مدرنیته معنای واژه «فرهنگ» تغییر کرده است. «فرهنگ» بر اساس اصطلاح ریموند ویلیامز به کل شیوه زندگی اطلاق می‌شود. ویلیامز نشان می‌دهد که تحول مفهوم فرهنگ چگونه در پیوند تنگاتنگ با تغییر و دگرگونی در زندگی مردم رخ می‌دهد. در نظر ویلیامز، از یک سو مفهوم فرهنگ واکنشی کلی است به تغییری کلی در شرایط زندگی و از سوی دیگر، از آن جا که فرهنگ همیشه سیاسی است، دگرگونی‌های اجتماعی که جرعه آغازین این فرایندهای سیاسی را می‌زنند، در کردارها و رفتارهای فرهنگی بازتاب می‌یابند. در واقع فرهنگ رنگ و بوی مشخصاً طبقاتی به خود می‌گیرد. هردو نویسنده آلمانی که تأثیر به سزایی در علوم اجتماعی، خصوصاً جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی داشته است در تعریف واژه «فرهنگ‌ها» به شیوه‌های متمایز زندگی، ارزش‌ها و معانی مشترک رایج در دوره‌های مختلف تاریخی و گروه‌های مختلف - ملت‌ها، طبقات اجتماعی، خرده‌فرهنگ‌ها^۲ (به عنوان مثال فرهنگ طبقه کارگر و فرهنگ بورژوازی) اشاره دارد. در تعریف دیگر به جای تمرکز بر «چیستی» فرهنگ، به «کاری که فرهنگ می‌کند» می‌پردازد. از این منظر فرهنگ بیشتر یک کنش اجتماعی است یا یک وضعیت. در واقع کسانی که چنین تعریفی از فرهنگ را می‌پذیرند بر این باورند که زبان یک کنش بنیادین اجتماعی است، زیرا سخن‌گویان یک زبان را قادر می‌سازد تا با یکدیگر ارتباط معنادار برقرار سازند. تصور استقرار جامعه‌ای که از دل مناسبات بین فردی بیرون می‌آید، بدون در نظر گرفتن قابلیت ایجاد ارتباط و تبادل معنی و در نتیجه ساختن فرهنگی مشترک ناممکن است. پس بنا به این تعریف، فرهنگ مجموعه‌ای از کنش‌هایی است که به واسطه آن‌ها معانی، در قالب یک گروه، تولید و مبادله می‌شوند.

لازم به ذکر است که یک مورد پژوهش «قربانی شدن انسان در مناسبات تیره اجتماعی در نمایشنامه‌های گوریل پشمالو اثر یوجین اونیل و پلکان اکبر رادی اثر اکبر رادی دکتر عطاالله کوپال، روزالین شیدی» که از لحاظ مضمونی به این پژوهش نزدیک است، به چشم می‌خورد که این پژوهش صرفاً به تحلیلی توصیفی و سطحی از قربانی شدن انسان پرداخته است. در صورتی که پژوهش حال حاضر با بسط نظریات انتقادی مارکسیسم به «امر مدرن» و همچنین «فرهنگ» به «گرسیون انسانی» پرداخته است و از حیث ادغام نظریات انتقادی مارکسیسم و فرهنگ در راستای مدرنیته برای تحلیل «گرسیون انسانی» پژوهش متفاوتی و نوینی به حساب می‌آید.

۲- نگاهی مختصر به دو اثر نمایشی

در ابتدا اگر بخواهیم مروری بر نمایشنامه *هاملت با سلاطین* داشته باشیم در این اثر دماغ و ماهیما از سفری (ماه غسل) هفت ساله به شوق دیدن پدر بزرگ بازگشته‌اند. خانواده ماهیما با عدم پذیرش دماغ او را به جرم ازدواج با ماهیما و عدم رعایت قوانین مورد محاکمه قرار می‌دهند. به گفته خود اکبر رادی اگر یکی دو برگ عیش برای خودم فرستاده باشم، اولی همین است که هر زمان و هر کجا روی صحنه بیاید، برای تماشاگران خوب و راسته دیدنی است. (امیری، ۱۳۷۹: ۲۶۳). این نمایشنامه که طی یک دهه بازنویسی شده است. شخصیت اصلی آن یعنی دماغ به عنوان روشنفکری شکست خورده به دامن طبقه سرمایه‌دار پناه آورده است و در این مسیر مکانیزم دفاعی خود را از دست داده است.

در طرف دیگر این بررسی، *گوریل پشمالو* اثر یوجین اونیل قرار دارد. یوجین اونیل به عنوان نمایشنامه‌نویس برنده جایزه نوبل ادبیات در تاریخ آمریکا، تمام زندگی خود را صرف معنای وجودی انسان و قدرت بالقوه و سرنوشت می‌کند. نمایشنامه حول «ینک» به عنوان نمادی از طبقه کارگر شکل می‌گیرد. «ینک» کارگر آتشیخانه یک کشتی است. در بین همکارانش ینک دارای خصوصیات فیزیکی متفاوتی است. صدای خشن، فیزیک غول پیکر و سیه چرده است. ینک همواره دوستانش را به راضی بودن از زندگی‌شان و کارشان تشویق می‌کند. در ادامه نمایشنامه خانم میلدرد که از طبقه سرمایه‌دار است از آتشیخانه بازدید می‌کند و در جریان این

بازدید، ینک را حیوانی کثیف خطاب می‌کند. به پیامد این برخورد، ینک درصدد انتقام از طبقه سرمایه‌دار برمی‌آید که در این راه ناکام می‌ماند و در آخر به باغ وحش پناه می‌برد تا با گوریلی همدم بشود. در پایان هنگامی که ینک، گوریل را آزاد می‌کند تا او را از نابودی نجات دهد حیوان او را در میان دست‌هایش لِه می‌کند و نابود می‌سازد.

۳- تحلیل نمایشنامه گوریل پشمالو

یوجین اونیل در نمایشنامه گوریل پشمالو بر اساس تجربه‌های شخصی خود به خلق شخصیتی ماندگار به نام «ینک» دست می‌زند. نام «ینک» مخفف کلمه ینکی یا سرباز آمریکایی در دوره جنگ‌های تمدنی در تاریخ آمریکا است. هدف از این جنگ برقراری مساوات و برابری بین بردگان یا فقرا و برده‌داران یا ثروتمندان آن عصر بود. در ابتدا این که ینک را به عنوان نمادی از طبقه کارگر جامعه آمریکا انتخاب می‌کند، نشان‌دهنده نگاه تاریخی یوجین اونیل است. این نمایشنامه به «گرگسیون» به عنوان مفهومی که انسان‌ها در طبقات پایین جامعه قربانی مدرنیته و ارزش‌های جامعه مدرن می‌شوند، می‌پردازد. دنیایی که بر مبنای ارزش‌گذاری نیروی کار، انسان‌ها تبدیل به ماشینی در خدمت نیروی مسلط جامعه که همانا طبقه سرمایه‌دار است، می‌شوند. ینک به عنوان فرودست^۱ قادر به تفکر نیست و هر بار که می‌خواهد فکر کند تنها ژست فکر کردن را بازنمایی می‌کند.

در ابتدای نمایشنامه شاهد هستیم مردان کارگر در اتاقی همچون زندان به سر می‌برند. در واقع تصویر ابتدایی نمایشنامه تا حدی بازگوکننده شرایط زندگی طبقه کارگر در عصر هژمونی سرمایه‌داری است. یوجین اونیل برای مخاطب شرایطی را ترسیم می‌کند که گویی کارگران کشتی همچون کل طبقه زیردست جامعه در قفس آهنینی که به دست طبقه سرمایه‌دار بنا شده است، قرار دارند و در واقع نیروی کار آن‌ها خریده شده است. با بارز جلوه دادن خوی غریزی کارگران کشتی گویی به عصر مدرنیسم نگاه انتقادی دارد که افراد زیردست چون حیواناتی در خدمت طبقه مسلط جامعه هستند.

گویی حیواناتی خشمناک و سردرگم‌اند که اینک در قفس گرفتارند و دیگران را به مبارزه می‌طلبند (اونیل، ۱۹).

سقف استراحتگاه آن قدر کوتاه است که تون تابان نمی‌توانند راست بایستند (اونیل، ۲۰).

طبق نظر مارکس، طبقه کارگر (پرولتاریا) طبقه‌ای از کارگران صنعتی است که نه ثروتی و نه جایگاهی در جامعه دارد. این طبقه از سه ستون اجتماعی ویر - ثروت، شأن و قدرت - فاقد دو مورد از آنها است که در نمایشنامه گوریل پشمالو شاهد این امر هستیم که جامعه صرفاً در ازای فروش قدرت بدنی و نیروی کار به آنها مزد می‌دهد. به طور مثال عدم توانایی تفکر ینک گویی نشان‌دهنده این امر است در عصر مدرنیزاسیون، جامعه به نیروی فکری کارگر هیچ احتیاجی ندارد. همچنین اونیل با ترسیم کشتی به عنوان نمادی از جامعه به خوبی مراتب بالا و پایینی را چه از لحاظ بصری و چه به عنوان یک مفهوم استعماری مورد توجه قرار داده است. کارگران در طبقه پایین کشتی سوخت کشتی و نیروی محرکه آن را تأمین می‌کنند. گویی آنان هستند که چون موتوری محرک این کشتی را به جریان می‌اندازند اما با استعاره‌ای بی‌نظیر اونیل طبقه سرمایه‌دار را بالای سر آنها فرض کرده است که با هر گام برداشتن آن‌ها کارگران همچون بردگان استخوان‌هایشان زیر گام‌های بورژواها می‌شکنند. به طور مطلق هیچ‌کدام از این کارگران از ستون‌های اجتماعی ویر، بهره‌ای ندارند. نه ثروتی و شأنی دارند و نه حتی به معنای واقعی کلمه «قدرت». در ادامه شاهد این امر هستیم که قدرت ینک در چارچوب آتشخانه صرفاً معنای فیزیکی پیدا می‌کند و بیرون از این آتشخانه هیچ قدرتی ندارد.

ینک: شماها هم اون سروصداتونو ببرین. مگه کورین نمی‌بینین دارم فرک می‌کنم؟ (اونیل، ۲۴)

اما همان طور که ذکر شد «ینک» قادر به تفکر کردن نیست و تنها به مانند مجسمه رودن سعی می‌کند ادای آن را در بیاورد. «ینک» سمبلی از بدویت وحشی و مهارناپذیر را به نمایش می‌گذارد که تفکر - به زبان خوش «فرک کردن» - برایش دشوار است. این که ینک هر بار برای فکر کردن می‌بایست ادای آن را درآورده ریشه در استیصال وی در قدرت تفکر دارد. گویی همان طور که بازگو شد در عصر صنعتی شدن به نیروی فکری کارگر احتیاجی نیست و صرفاً قدرت فیزیکی لازمه حیات طبقه پرولتاریا است.

عقل ابزاری^۲ ویژگی جامعه‌های پیش سرمایه‌محور و سرمایه‌محور است اما فقط در جامعه‌های سرمایه‌محور تبدیل به اصلی ساختاری می‌شود در این نظام طبیعت به خودی خود معنا ندارد. عقل ابزاری به دنبال این است که طبیعت را به ابژه تقلیل دهد اما در همین جریان خود دچار پوچی می‌شود و از مقام سوژه به ابژه‌ای بی‌معنا مانند طبیعت تغییر می‌کند. به این ترتیب آدورنو و هورکهایمر اعتقاد دارند انسان‌ها از طبیعت برای یادگیری چگونگی به کارگیری آن، برای غلبه کامل بر طبیعت و انسان‌ها استفاده می‌کنند (ر.ک، هورکهایمر، آدورنو و دیگران، ۱۳۹۶).

۱- گرامشی در کتاب دفترچه‌های زندان که در دولت فاشیستی موسولینی در ایتالیا نوشته است کلمه‌ی «فرودست» را به جای زیردست یا آلت دست برای ارجاع به گروه‌ها یا طبقات اجتماعی غیرهژمونیک به کار برده است. (گرامشی ۱۹۷۸).

در ادامه شاهد هستیم که ینک برخلاف کارگران دیگر آن قفس و آتشخانه را خانه خود می‌داند.

ینک: خونه! گور بابای خونه، اینو کی یادت داده؟ خونه اینجاس، می‌فهمی؟ (اونیل، ۲۵).

به عقیده مارکس، در نظام سرمایه‌داری به نوعی با اعمال محدودیت بر افراد، آن‌ها را مطیع خود درمی‌آورند. برای همین سلطه فرودست به امری ثابت در این نوع از نظام‌ها در می‌آید. ینک را که تمثیلی از کارگر تحت انقیاد است با تعلق خاطر به کار تکراری خود احساس قدرت می‌کند و آنجا را خانه خود می‌داند. آرمان مارکس تحقق بخشیدن به شعار انقلاب کبیر فرانسه که همانا برقراری آزادی، برابری و برادری بود. این آرمان را در دیالوگی از سوی لانگ مشاهده می‌کنیم:

لانگ: آدما همشون آزاد و برابر دنیا میان. بچه‌ها! کتاب خدا همینو میگه. ولی کی گوشش بدهکار این حرفاس؟ منظورم اون خوکای تنه‌لش تن پروره که اون بالا بالاها. همش تقصیر اوناس. اونا ما رو این پایین زنجیر زدن و شددیم یه مشت برده مزدور که باس این پایین جون بکنیم و عرق بریزیم. (اونیل، ۲۶)

و ینک در پاسخ لانگ می‌گوید:

ینک: همه این حرفا مال اون سپاه رستگاری سوسیالیستی که دیگه نمی‌خوام چرت و پرتاشونو بشنم (اونیل، ۲۷).

در واقع لانگ همان آرمان مارکس را در حرف‌های خود بیان می‌کند که مورد مخالفت کارگران و ینک قرار می‌گیرد و به مذاقشان خوش نمی‌آید. لانگ شخصیتی است که به آگاهی رسیده است. به عقیده مارکس تنها راه برون رفت از این استثمار، رسیدن به آگاهی جمعی است. در نمایشنامه شاهد این امر هستیم که کارگران و در رأس آن‌ها ینک گمان می‌کنند که کشتی تحت سلطه آنهاست. در واقع تشکیل طبقاتی را می‌توان در سه سطح آگاهی سیاسی جمعی تحلیل کرد. اولین سطح عبارت است از واحد اقتصادی که در آن اعضای طبقه بر طبق منافع اقتصادی محلی‌شان عمل می‌کنند، مثلاً در نقش این یا آن شاخه از طبقه کارفرمایان و کارگر است. در این جا با انجمن‌های صنفی مواجهیم. دومین سطح عبارت است از طبقه اقتصادی که در آن طبقات به طرز دسته‌جمعی در پی منافعشان هستند اما فقط در سطح اقتصادی فعالیت می‌کنند. کارگران اتحادیه‌ای که برای مبارزه جهت تصویب قوانینی که از چانه‌زنی دسته‌جمعی و مقررات حداقل دستمزد و بیمه حمایت می‌کنند. اما در سطح سوم، این سطح هژمونیک که در آن طبقه‌ای منافع خودش را منافع همگان در نظر می‌گیرد. گرامشی در این جا جنبه دومی از استیلای «هژمونیک» را بسط می‌دهد. اگر اولین جنبه آمیزه زور و رضایت که هژمونی را از دیکتاتوری متمایز می‌سازد، دومین جنبه به آشتی توافق شده برجای منافع آشتی ناپذیر می‌نشیند و آنتاگونیسم همیارانه بر جای تضادی که در آینه آن باخت بازنده برابر با برد برنده است. طبقه مسلط با رواج این فکر که کارگران موتورهای حرکت (در اینجا کشتی) هستند آن‌ها گمان می‌کنند که صاحب اصلی کشتی هستند در صورتی که منافع اقتصادی به نفع طبقه سرمایه‌دار است و سهم آن‌ها هیچ است. در جای‌جای این نمایشنامه ینک گمان می‌کند او صاحب کشتی است.

ینک: این کشتی رو کی راه می‌اندازه؟ مگه ما رانش نمیندازیم؟ خب پس، اینجا مال ماس، مام مال ایجاییم. همین و بس (اونیل، ۲۷).

گرامشی و پولانی به دنبال نمونه‌های نهادی برای شکل‌دهی به «اراده جمعی» و ابتنای باورهای سوسیالیستی‌شان می‌گشتند. گرامشی در پی همانندهایی برای شوراهای بلندآوازه روسی بود. طبقه کارگر تورینی طی سال‌های ۱۹۱۹ تا ۱۹۲۰ مسئولیت شهر را به عهده گرفت. جنبش بدون حمایت ملی گسترده‌تر اتحادیه‌های کارگری و حزب سوسیالیست به ناگاه فروخواید. همین تجربه شکست بود که گرامشی را در سراسر عمرش به تردید انداخت و وادارش کرد از سویی به قدرت هژمونی سرمایه‌داری و از سویی دیگر به ضرورت حزب طبقه کارگر برای رویارویی با همین هژمونی پی ببرد. گرامشی، از اعضای بنیان‌گذار حزب کمونیست ایتالیا و نهایتاً دبیرکل حزب، می‌کوشید با کارگرانی برخوردار از بیش‌ترین آگاهی طبقاتی در ارتباط باقی بماند و جریانی را میان «رادیکالیسم بدلی» ابستانسیونسم^۱ و «رفرمیسم عقیم» اتحادیه‌های کارگری هدایت کند.

پولانی گرچه همیشه از سیاست حزبی کناره می‌گرفت عمیقاً تحت تأثیر سوسیالیسم شهری وین سرخ قرار داشت. این سوسیالیسم، به سازمان‌دهی سوسیال دموکرات‌های اتریشی و به نظریه‌پردازی اتوبائو^۲ که «دموکراسی کارکردی» نام‌گذاری‌اش می‌کرد، به دنبال قدرت‌دهی به سازمان‌های طبقه کارگر و ارتقای فرهنگ طبقاتی‌شان بود.

1 Abstentionism، خودداری از اجرای وظایفی از قبیل وظایف انتخاباتی و امتناع از رأی دادن

2 Otto Bauer

پدی: این پایین تو آتیش خونه کمرمون شیکسته و دلامون لگدمال شده. مدام باید به کوره خوراک بدیم. ولی آخه خوراک کوره که فقط زغال سنگ نیس. اون پایین جسم و جونمونم خورک کوره می‌شه. مٹ میمونای باغ وحش حسابی اسیر و ابیر این قفس فولادی شده‌یم (اونیل، ۳۱).

مارکس، انسان را از جدا از جامعه خویش تصور نمی‌کرد و آدمی را در درون جامعه فرض می‌کرد. از نظرگاه مارکس، ارزش انسان امری تجربیدی نیست که هر فردی از آن برخوردار باشد. در واقع گوهر انسان خود مجموعه مناسبات اجتماعی است (ر.ک، احمدی، ۱۳۷۹: ۷۷۷). مارکس بیان کرد که جامعه می‌تواند به دو ساحت زیرینا و روبینا طبقه‌بندی گردد. هر آنچه که مربوط به تولید است می‌توان فرض کرد که در زیرمجموعه زیرینا قرار می‌گیرد که بنادهنده ساختار اقتصادی جامعه است و از طرف دیگر سیاست در سطح روبینا قرار می‌گیرد (همان: ۷۸۶). در واقع پدی پیر و ناتوان شده تصویری از آینده «ینک» است. او واقعیت تلخ زندگی خود و دیگران را می‌شناسد. اما «ینک» که هنوز ذهنیت واقع‌بینی ندارد، همواره با او به درگیری لفظی می‌پردازد و او را تحقیر می‌کند. از لحاظی «ینک» به عنوان کاراکتر اصلی (Protagonist)، نمادی از همان پرولتاریاست که در تلاش بود دنیا را تغییر دهد و از حق خود دفاع کند و جامعه را به عدالت برساند. اونیل «ینک» را موجودی مغرور تصویر می‌کند.

ینک: اصلاً من خود کشتی‌ام ... من نوظهورم ... اگه من نباشم همه چیز وامیسه، دنیا به آخر می‌رسه ... اول و آخر هر چیزی منم (اونیل، ۳۳).

در دنیای «ینک» همه چیز مطابق قانون طبیعت عمل می‌کند. هیچ تمایزی بین خیر و شر وجود ندارد و تنها نیاز ممکن یک رهبر است. وی خصوصیات حیوانات را دارد. تمدن صنعتی و جریان سرمایه‌داری مانند یک قفس قدرتمند انسانیت مردم را در معرض خطر قرار می‌دهد. یوجین اونیل با طراحی چنین فضایی تلنگری به جامعه خود می‌زند که ادامه همچنین روندی باعث از بین رفتن هویت فردی انسان‌ها می‌شود. در واقع قبل از این که میلدرد وارد شود ینک دارای تعادل است. در آن لحظه ینک در دنیای خود با آلمان‌های انسان‌های اولیه زندگی می‌کند. «ینک» پس از رویارویی با میلدرد، حیوان خطاب می‌شود در درون خود دچار یک تغییری می‌شود. میلدرد با آن که نقش کم‌رنگی در بطن نمایشنامه دارد تأثیر به سزایی در سیر روایی نمایشنامه دارد. در واقع با حضور میلدرد، ینک دیگر ینک سابق نیست و اندیشه انتقام از طبقه سرمایه‌دار را به خاطر تحقیری که شده است، در سر می‌پروراند.

در این جا لانگ از حالت تعارض به تعامل با ینک درمی‌آید. فرهاد ناظرزاده کرمانی در کتاب اکسپرسیونیسم در ادبیات نمایشی بیان می‌کند: «این رجعت به سبب جبر محیط، یعنی مضایق و مظالم جامعه‌ای است که طبقات و اقشار ممتاز استثمارگر آن، بر طبقات و اقشار محروم و فرودست تحمیل کرده‌اند» (ناظرزاده کرمانی، ۱۳۶۸: ۱۱۷).

لانگ: از اون کثافتای خریپوله، یه سرمایه‌دار کثیف! اون قد پولداره که می‌تونه با طلاهاش این تاغار مرگی رو غرق کنه! می‌کن نصف فولاد دنیا رو اون تولید می‌کنه! این تاغارم مال اونه! معلومه دیگه رفقا، من و شمام نوکرای اونیم! قضیه از این قراره که یارو دختره به اونا میگه می‌خواد ما حیوونا رو این پایین ببینه (اونیل، ۵۴).

عدم رضایت کارگران و انقلاب ناشی از اعتراض آنان مسئله‌ای بود که مارکس آن را نتیجه دیالکتیک اقتصادی پیش‌بینی کرده بود. قابل ذکر است که همراه توسعه صنعتی نظام سرمایه‌داری، طبقه متوسط در این نظام تحلیل می‌رود و جذب طبقه کارگر می‌شود و در نتیجه تضاد طبقاتی شکل می‌گیرد. طبقه پرولتاریا همراه با رشد تضادهای عینی و ذهنی با به دست آوردن خودآگاهی دست به انقلاب می‌زند. در این جا «ینک» به دنبال انتقام از طبقه سرمایه‌دار در پیامد توهین میلدرد است. او در اینجا برخلاف گذشته با لانگ موافق می‌شود. مارکس معتقد است که وقتی کارگران متوجه می‌شوند که چگونه آنان را استثمار می‌کنند، نظام موجود را نظامی ناعادلانه می‌بینند و درصدد تغییر آن برمی‌آیند. تجربه و آگاهی مشترک از استثمار می‌تواند پایه‌ای برای عمل متحد طبقاتی باشد، از این طریق پرولتاریا سرانجام به پا می‌خیزد تا کل نظم اقتصادی سرمایه‌داری را سرنگون کند. در واقع لانگ و ینک به عنوان نمادی از طبقه کارگر این نقش را ایفا می‌کنند؛ بنابراین از نظر مارکس، طبقه کارگر طبقه‌ای دارای پتانسیل انقلابی سوسیالیستی است.

اگر بخواهیم به بررسی موضوع «عدالت» از نگاه مارکس بپردازیم؛ نظریات مارکس را می‌توان در پرتو اندیشه عدالت اجتماعی محسوب کرد به این دلیل که مارکس برای پیگیری بر بی‌عدالتی در جامعه سرمایه‌داری، کسب قدرت سیاسی توسط کارگران (پرولتاریا) و رفتن به سوی جامعه کمونیستی را پیشنهاد می‌کند. در گوریل پشمالو به طور مستقیم شاهد کنایه و تمسخر عدلیه در نظام سرمایه‌داری هستیم.

لانگ: می‌تونیم اعلام جرم کنیم، می‌تونیم بریم عدلیه ...

صحنه پنجم در خیابان پنجم نیویورک که محل زندگی اشرافزادگان است می‌گذرد. در اینجا با وجوهی از زندگی «ینک» آشنا می‌شویم که تا به حال با آن روبرو نبودیم. یکی از نکاتی که باید متذکر شویم وجه مذهبی «ینک» و پذیرفتن بی‌اراده مذهب و کلیسا رفتن به عنوان امری مذهبی و از سر عادت اوست. به طوری که مارکس بیان می‌کند: دین نوعاً تریاک مردم و افیون توده‌ها است، چون در نگاه مارکس، دین، اولاً انسان را به امر ماورائی و جهان غیرمادی دعوت می‌کند، در حالی که تنها جهان موجود جهان مادی است، ثانیاً، به واسطهٔ تعلیم خود، انسان را از پرداختن به جهان مادی و مسائل اجتماعی باز می‌دارد. (پی‌یتر، ۱۳۶۰: ۲۶-۲۷ و ۳۳۶؛ استیونس، ۱۳۶۸: ۱۱) و ثالثاً با آموزش تحمّل سختی‌ها و وعده‌های اخروی، مانع از انقلاب توده‌ها علیه حکومت‌های استبدادی می‌شود و از آنجا که او خدا و دین را معلول اختلافات طبقاتی و مالکیت خصوصی، خدا و دین نیز خودبه‌خود از بین می‌روند. (پی‌یتر، ۱۳۶۰: ۳۱) در این صحنه ما شاهد هستیم که لانگ به کلیسا رفتن سرمایه‌دارها و دعاکردن آن‌ها اشاره می‌کند و متوجه می‌شویم که «ینک» نیز با آن که پدر و مادری غیرمذهبی داشته است، هر یکشنبه به کلیسا می‌رفته است.

ینک: کلیسا، ها؟ یه وختی خودمم می‌رفتم کلیسا ... آره، کوچولو بودم. بابا و ننه‌م زورکی منو می‌فرستادن. (اونیل، ۶۵)

اگر بخواهیم فرهنگ را در قالب نظامی ساختاری و حامل معنا بررسی نمائیم، فرهنگ در گذر زمان در گذار از فئودالیسم به سرمایه‌داری آغازین، و در گذر از جامعهٔ سنتی به جامعهٔ مدرن نقش تاریخی‌ای را ایفا کرده است. به واقع ماکس وبر بر سلطهٔ دولت مدرن بر ابزارهای اعمال خشونت تأکید کرده بود، اما نقش مهم‌تر وی در این زمینه، تحلیل همه‌جانبه‌اش در مورد نقش ارزش‌های فرهنگی و باورهای دینی در شکل‌گیری سرمایه‌داری غربی بود. وبر ساختارگرا نبود؛ ولی وی با بهره‌گیری از تقابل‌ها انواع سرمایه‌داری و انواع نمادهای فرهنگی را طبقه‌بندی می‌کند. به طور مثال وی آنچه را خود «سرمایه‌داری ماجراجو»^۱ می‌نامد در مقابل «سرمایه‌داری عقلانی، صلح‌طلب و بورژوازی» قرار می‌دهد. «سرمایه‌داری ماجراجو» برای کسب سود، بر خشونت و جهان‌گیری اتکا داشت. این نوع از سرمایه‌داری در دورهٔ تملک اروپاییان بر مستعمره‌های آفریقایی، آسیایی گونهٔ غالب بود.

گونهٔ دوم همانا «سرمایه‌داری بورژوازی» بود که بر کنش عقلانی و توسل به ابزارهای مسالمت آمیز برای بهره‌کشی از نیروی کار متکی بود. وبر معتقد بود که این گونهٔ تازهٔ سرمایه‌داری از دل مجموعه‌ای از ارزش‌های فرهنگی نشأت گرفته که بر مفهوم «رسالت» استوار است؛ و این رسالت یا وظیفه‌ای است که خدا بر دوش انسان گذاشته است. «یکی از عناصر بنیادین روح سرمایه‌داری مدرن و در واقع یکی از عناصر بنیادین کل فرهنگ مدرن سلوکی عقلانی استوار بر مفهوم رسالت است ... و این رسالت از دل روح زهد مسیحی زاده شده است ... پس وقتی زهد از حجره‌های صومعه‌ها به زندگی روزمره کشانده شد و بر اخلاق دنیوی حاکم گشت، نقش خود را در ساختن جهان عظیم نظم اقتصادی مدرن ایفا کرد (وبر، ۱۹۹۱: ۱۸۱-۱۸۰).» در واقع وی اعتقاد داشت که سرمایه‌داری عقلانی و مدرن بدون میانجی‌گری فرهنگ دینی نمی‌توانست ظهور کند. در جای‌جای این متن و ادامه نمایشنامه شاهد این امر هستیم که یوجین اونیل از طریق لانگ مانیفست خود و به نوعی مارکسیسم را از زبان او بیان می‌کند:

لانگ: منم می‌خوام بهت حالی کنم که اون مُشتی از خروارو می‌خوام تو اون کلهٔ بی‌مخت آگاهی طبقاتی پیدا بشه. اون‌وخ می‌فهمی که اگه بخوای بجنگی، باید با طبقهٔ اون بجنگی، نه فقط با اون دخترهٔ لعنتی! (اونیل، ۶۷)

همان‌طور که دیدیم مارکس را با واژهٔ طبقه شناختیم. مارکس، در دوره سرمایه‌داری از بورژواها، پرولتاریاها، خرده بورژوازی، دهقانان و لومین پرولتاریا صحبت کرده است. سرمایه‌داران طبقه‌ای هستند که مالکیت ابزار تولید را در دست دارند و فکر آنها بر جامعه حاکم است. برای مارکس، ملاک و معیار تفکیک طبقات از هم مالکیت و نوع آن و نیز میزان آزادی شخصی است (بشیریه، ۱۳۸۶). بورژواها که در شهرها بودند و همان‌طور که اشاره شد کارخانه‌های متعدد را ایجاد کردند و پرولتاریا آمدند تا در شرایط نابرابر کارشان را بفروشند. شرایط زندگی آنها شرایط نامساعدی بود که انگلس هم آن را پر از بی‌رحمی و خشونت و ظلم توصیف کرده بود. تولیدی که به دست این افراد انجام می‌شد ارزش اضافه‌ای را به وجود می‌آورد و سرمایه‌داری بحران‌های ادواری را گونه‌ای سوپاپ اطمینان دیده بود. آن ارتش ذخیره اقتصادی (کار) که در اختیار داشت برایش دلگرمی بود زیرا کارگران دیگر جرأت اعتراض به آن نابرابری را نداشتند، همیشه پشت درهای کارخانه گروه عظیمی از کارگران بودند که حاضر بودند با دستمزد پایین‌تر کار کنند و این راهی برای خفه کردن فریاد حق‌خواهی پرولتاریا بود. مارکس چنین استدلال می‌کرد که اکثر کسانی که وسایل تولید را در اختیار دارند قدرتمندترین طبقه را در جامعه تشکیل می‌دهند. در واقع اونیل با آشنایی‌زدایی از مفهوم انسان و حیوان و حتی جامعه و وضعیت اجتماعی، فاجعه‌ای اجتماعی؛ سیاسی و انسانی را آسیب‌شناسی می‌کند و طبقه سرمایه‌دار آمریکا را به فرانکشتاین تشبیه می‌کند:

¹ Adventurer capitalism

ینک: اینان همانند گروهی عروسک خیمه‌شب‌بازی پرزرق و برق‌اند و، در عین حال، ناآگاهی مکانیکی و انزوای آن‌ها وحشت و ترسی همانند دیدن «فرانکشتاین» در انسان برمی‌انگیزد (اونیل، ۶۹).

«ینک» وقتی محیط شهری را تجربه می‌کند به مانند فردی که از غاری بیرون آمده باشد نسبت به همه چیز کنج‌کاو است. او در واقع با رفتار بدوی خود می‌خواهد انتقام خود را از جامعه‌ای که به او توهین کرده است (او از حقوق خود باخبر نیست و صرفاً به دنبال انتقام است)، بگیرد. در واقع او فکر می‌کند نماینده کارگران روی زمین است:

ینک: (به آسمان خراشی که آن‌سوی خیابان در دست ساخت است اشاره می‌کند. با خودستایی) اون ساختمونو می‌بینی؟ اسکلت فولادیشو می‌بینی؟ اون منم! شماها رو فولاد زندگی می‌کنین و فرک می‌کنین داخل آدمین. ولی من خود فولادم، شیرفهم شدم؛ اگه این ساختمون بالا می‌ره، چیزی که سرپا نیگرتس می‌داره منم (اونیل ۷۱).

در واقع «ینک» با توهمی که از قدرت فیزیکی خود دارد هیچ دفاعی از خود ندارد و در آخر به سادگی توسط پلیس دستگیر می‌شود. صحنه ششم، ینک را در زندان نشان می‌دهد، زندانی که به بیان ینک میله‌هایش از فولادی که داگلاس، پدر میلدرد تولید می‌کند، است. او در آنجا توسط زندانیان دیگر با «اتحادیه جهانی کارگران صنعتی» آشنا می‌شود و تصمیم می‌گیرد به منظور مقابله با داگلاس و شرکت فولادش به این اتحادیه بپیوندد ولی از آنجایی که نامتعادل رفتار می‌کند، افراد او را جاسوس به شمار می‌آورند و ینک را بیرون می‌کنند.

در صحنه ششم یکی از زندانی‌ها تعریفی از «رگسیون» به معنای بازگشت انسان به شرایط بدوی به ما می‌دهد:

صدا: می‌خواهند جامعه متمدن و پرشکوه ما را به کشتارگاه و اینجا را به مخروبه‌ای تبدیل کنند با این هدف که انسان، این اشرف مخلوقات، دوباره به حالت بدوی برگردد. یعنی به حالت توحش، مثل گوریل‌ها (اونیل، ۸۲-۸۳)

در صحنه هفتم شاهد ورود ینک به اتحادیه کارگری هستیم. در اینجا متوجه می‌شویم ینک مدت‌هاست که هویت و نامش را فراموش کرده است و نام اصلی او «رابرت اسمیت» است. در واقع انگار یوجین اونیل سقوط و رگسیون یک فرد تحت انقیاد نظام را از قبل از شروع نمایشنامه آغاز کرده است همان جایی که او بنده سیستم سرمایه‌داری شده است. در صحنه انتهایی هم شاهد انتقال ینک به قفسی هستیم که محل نگهداری گوریل می‌باشد. در واقع ینک قربانی ساختارهای اقتصادی و اجتماعی شده است که او را از بین می‌برد.

اگر به دومین فرایند مارکس در نظریه گذار از سرمایه‌داری به کمونیسم بنگریم، مشاهده می‌شود که به موازات تعمیق بحران-ها، سرمایه‌داران کوچک در طبقه کارگر هر چه همگن‌تر و خوارشده‌تر مستحیل می‌شوند. تجمع ثروت در یک قطب جامعه و تجمع فقر در قطبی دیگر به وقوع می‌پیوندد. آگاهی طبقاتی میان طبقه کارگر هر چه گسترده‌تر و همگن‌تر رشد می‌کند. قطبی‌شدگی طبقاتی به تشدید تضادهای طبقاتی می‌انجامد همان گونه که در گوریل پشمالو شاهد هستیم این امر در لانگ و در منازعات ابتدایی با دیگر کارگران، سپس شاهد ائتلاف‌های کارگری به نام اتحادیه کارگران هستیم.

۴- بررسی نمایشنامه «هاملت با سالاد فصل» با رویکردی تطبیقی

با بررسی نمایشنامه گوریل پشمالو بر اساس رویکرد کارل مارکس، رگسیون نه به عنوان یک مفهوم روانکاوانه بلکه به عنوان یک مفهوم فرهنگی در شخصیت «ینک» ظاهر می‌شود و هویت او را در سیری نزولی قرار می‌دهد. با تحلیل مارکس به این نتیجه رسیدیم که تبعات جامعه سرمایه‌داری بر روی قشر فرودست یا کارگر به شدت ملموس است و می‌تواند آن‌ها را در معرض یک فروپاشی یا رگرسیونی قرار دهد که از انسانیت خود خارج شوند. اکبر رادی که دغدغه‌های اجتماعی در آثار او به طرز ملموسی هویداست در نمایشنامه هاملت دست به یک سنت‌شکنی زده است تا با بیانی نمادین، مسائل فرهنگی و اجتماعی عصر زیست نویسنده را به نمایش در بیاورد. در واقع می‌توانیم با بررسی تأثیرپذیری اکبر رادی از یوجین اونیل به بررسی تطبیقی دست بزنیم که مبنای آن‌ها دو شخصیت «ینک» و «دماغ» می‌باشند که در سیر روایی نمایشنامه به تنزل هویت و «رگسیون» منتهی می‌شوند.

امپریالیسم نوعی اشرافیت کارگری در کلان‌شهرها می‌آفریند، یعنی در جایی که کارگران و سرمایه‌داران نفع مشترکی در استثمار مستعمره‌ها دارند. به علاوه، دموکراسی لیبرال آورده دوپهلوی خودش برای فرونشاندن منازعه طبقاتی را داشت. در نمایشنامه اکبر رادی شاهد این امر هستیم که خاندان ماه‌سیما به عنوان یک خانواده برخاسته از نظام فئودالی نه به مثابه یک نظام صرفاً اقتصادی بلکه به عنوان یک نظام فرهنگی به فئودالیت مدرن تبدیل شدند که حال در برج سکونت می‌کنند. در این فئودالیت مدرن رفتار ارباب و رعیت دیگر به یک قشر یا یک گروه محدود نمی‌شود، بلکه به عنوان یک عنصر فرهنگی همه را، از جمله کارگر و حتی روشنفکر طبقه متوسط جامعه را در برمی‌گیرد. در واقع رفتار اربابی و فئودال با تمام ابعاد آن به عنوان یک الگوی فرهنگی و رفتاری از قشر بالا به قشرهای پایین (Downward) انتشار می‌یابد و همه بخش‌های جامعه را فرا می‌گیرد.

در این نمایشنامه طبقه بورژوازی به صاحبان اصلی ثروت و از این رو به طبقه مسلط اجتماعی تبدیل شده است. پدربزرگ با دوربین خود در اوج آسمان خراش به مثابه یک قدرت مطلقه جامعه را کنترل می‌کند. در واقع سرمایه‌داری مدرن در شکاف‌های اقتصاد فتودالی رشد کرد. از این رو، خیلی معنا ندارد که بگوییم جوامع مدرن به طور همزمان آغاز شدند و در یک زمان تاریخی واحد به طور یکسان شکل گرفتند.

۴-۱- نام‌گذاری دو شخصیت

همان طور که در قسمت قبل بررسی شد «ینک» نام مستعاری است که یوجین اونیل هوشمندانه بر شخصیت اصلی خود قرار می‌دهد تا نشانه‌ای بینامتنی بر ستیز طبقاتی در تاریخ آمریکا داشته باشد و ینک را به عنوان فردی بدوی که می‌خواهد از طبقه کارگر بر طبقه سرمایه‌دار شورش کند، نشان می‌دهد. در طرف دیگر «دماغ» را داریم که نام کامل او «پروفسور چخ دماغ بختیار» است که ارجاعی به اصالت فرهنگی (بختیار) و درجه علمی این فرد (پروفسور) دارد. در واقع او فرد باسواد و اسیلی است که به دلیل صورت‌بندی‌های نادرست اجتماعی و هژمونی طبقه سرمایه‌دار دچار «رگرسیون» و تنزل هویتی شده است و فردی با این درجه مرتب مورد تحقیر خانواده ماهسیما قرار می‌گیرد. در واقع اکبر رادی با انتخاب نام دماغ بر این فرد مسلول، دقت او را در تشخیص بوها و به تبع آن اطرافش نشان بدهد. اگر بخواهیم مقایسه‌ای تطبیقی داشته باشیم نام هر دو فرد ارجاعاتی دارد که در مورد ینک تاکید بیشتر ارجاعات برون متنی و در مورد دماغ این ارجاع درون متنی و تمثیلی از یک روشنفکر است.

۴-۲- روشنفکر در مقابل کارگر

همان طور که بررسی شد «ینک» فرد بدوی است که تمثالی از گوریل در ویژگی‌های جسمانی او مشاهده می‌شود. در مقابل دماغ شاید از طبقه‌ای فرودست باشد که برای اضافه حقوق بایستی سبزی پاک کند ولی به یقین از طبقه کارگر نیست و فرد بسیار دانایی است که همین دقتش او را در مخمصه می‌اندازد. اما با نگاهی دقیق‌تر به شخصیت «ینک» مشاهده می‌نمائیم که بعد از هر حادثه‌ای که برای او رخ می‌دهد، با توجه به وضعیت روحی و موقعیت او به مجسمه «تفکر» اثر رودن اشاره می‌کند. در نتیجه این مجسمه پیش‌شرط و نهایتاً نمادی برای موقعیت‌های متفاوت و نیز روشنفکر کردن ینک می‌شود تا بلکه انتظاری که تماشاگر یا خواننده اثر دارد برآورده شود و این انسان نئاندرتال خود را از حیوانیت ناخواسته‌ای که بخش قابل توجهی از شخصیت او را تشکیل می‌دهد، نجات دهد. اونیل با استفاده از نحوه نشستن و تفکر او شرایط ذهنی او را به تصویر می‌کشد که در نوسان بین موجودیت گوریل و انسان است. در واقع با توجه به بافت فرهنگی عصر زیست دو نویسنده مسئله مهم‌تر به نمایش گذاشته می‌شود. اکبر رادی، خود و روشنفکران دهه چهل ایران را هاملت گونه‌هایی دانسته که البته نه به سبک هاملت راه می‌رفته‌اند، نه سیاه می‌پوشیده‌اند و صد البته شاهزاده هم نبوده‌اند (نک: رادی، ۱۳۷۹: ۱۷۰) در برداشت تمثیلی اکبر رادی از روشنفکران که آن‌ها را «فرقه مجهول» می‌نامد به نوعی در این نمایشنامه به شکست گفتمان روشنفکری اذعان دارد. در واقع هاملت با سالاد فصل آینه‌ای است برای نگاهی به نقش روشنفکر که در آخر تحت اختیار طبقه مسلط درمی‌آید.

پولانی بیان می‌کند که: سرنوشت طبقات را نیازهای جامعه بیش‌تر تعیین می‌کند تا سرنوشت جامعه را نیازهای طبقات (پولانی، ۱۳۹۹: ۲۹۷-۲۸۹) وقتی طبقات برای منافع گروهی‌شان مبارزه می‌کنند بی‌تاثیر واقع می‌شوند اما وقتی برای دفاع از جامعه می‌ستیزند احتمال موفقیت به مراتب بیش‌تری خواهند داشت. پولانی حرکت از «جامعه در خود» به «جامعه برای خود» را به جای حرکت متعارف از «طبقه در خود» به «طبقه برای خود» می‌نشانند (گیدنز، ۱۹۸۴؛ هاروی، ۱۹۸۹).

۴-۳- رگرسیون به مثابه جهشی در طول تاریخ آفرینش انسان

مهم‌ترین مسئله‌ای که در این دو نمایشنامه برمی‌خوریم این است که انسان‌ها فارغ از بافت جغرافیایی و فرهنگی در اثر فشار اجتماعی و نظام سرمایه‌داری می‌توانند دچار فروپاشی هویتی شوند. در واقع بر اثر مدرنیزاسیون و ورود به عصر تکنولوژی طبقه فرودست با فروش هویت خود به طبقه مسلط جامعه، دچار از خودبیگانگی می‌شوند. این از خودبیگانگی به طور تمثیلی با جانورانی مثل موش و گوریل نشان داده می‌شود که تحت انقیاد همان نظام طبقاتی به زنجیر نیز کشیده می‌شوند. مارکس به این نتیجه می‌رسد که بنیاد از خودبیگانگی انسان را نه در بازنمایی‌های دینی، بلکه بر روی زمین خاکی و در زندگی واقعی باید جست و از همین رو، به نقد سیاست و جامعه پرداخت. یکی از مهم‌ترین فرضیه‌های مارکس این است که شرایط اقتصادی عامل تعیین‌کننده افکار، عقاید و خلاصه شعور اجتماعی است. در نمایشنامه هاملت با این حقیقت روبرو می‌شویم که «دماغ» هفت سال با پای برهنه به دنبال ماهسیما بوده است و او را به مانند یک غلام حلقه به گوش همراهی می‌کرده است. شغل دماغ بایگان دیوان عالی عدلیه بوده است و نوه غنچه خانم یکی از کنیزکان باغ پدربزرگ است. وی در محل کار خود به کارهای بیهوده مشغول بوده است و اگر به وجه مکانی عدلیه کمی توجه نماییم به این نتیجه می‌رسیم که در جوامع با شکاف‌های طبقاتی، حتی مکانی به نام عدلیه وجه عمومی خود را از دست داده و کارکرد آن از رسیدگی به شکایات به سبزی پاک کردن تقلیل پیدا کرده است. به بیان مارکس، اساس هر جامعه را شیوه تولید (اقتصاد) تشکیل می‌دهد و بر اساس این ساخت، روبنای حقوقی، سیاسی، اخلاقی، هنری که خود منطبق بر

شکل‌های خاصی از شعور اجتماعی است، ظهور می‌کند. در ادامه و پرده دوم نمایشنامه هاملت می‌بینیم که این خانواده برای حل مشکلات حقوقی خود نیازی به مراجعه به عدلیه ندارند و خود با ساختارهای شخصی و قانون خودنوشته، «دماغ» را محکوم به اعدام می‌کنند.

در نظام‌های سرمایه‌داری افراد زیردست مدام تحت کنترل غیرمستقیم نیروهای بالادستی جامعه هستند در هاملت می‌بینیم که خانه آنها با دوربینی مدام رصد می‌شود تا دست از پا خطا نکنند. نظریه طبقاتی مارکس بیان می‌کند که تاریخ جوامع، تاریخ نیروهای طبقاتی است؛ بنا بر این نظر، جامعه بشری همین که از حالت ابتدایی و به نسبت تمایز یافته‌اش بیرون آمد، پیوسته منقسم به طبقاتی بوده است که در تعقیب منافع طبقاتیشان با یکدیگر برخورد داشته‌اند (ر.ک، کوزر، ۱۳۸۷: ۸۱). تحلیل مارکس پیوسته بر این محور دور می‌زند که چگونه بنا به میزان دسترسی افراد به منابع نادر و قدرت‌های تعیین کننده بستگی دارد. در گوریل پشمالو نیز میلدرد به عنوان دختر یکی از سرمایه‌داران بزرگ آمریکا همچنین نقشی را اجرا می‌کند و در هاملت نیز خانواده ماه‌سیمما بنا به موقعیت طبقاتی خویش به خود اجازه می‌دهند دماغ را تحقیر کنند. این تحلیل را که سرمایه‌داری چگونه انسانیت ذاتی را نابود می‌کند و افراد چندبعدی را به افراد تک‌بعدی تبدیل می‌کند پولانی از نوشته‌های اولیه مارکس بیرون کشید. پولانی، همسو با نوشته‌های سیاسی مارکسی درباره فرانسه، عرف خوش‌بینانه روزگار را اتخاذ کرد: تضاد سرمایه‌داری با دموکراسی. جهانیان با انتخاب تلخ و ناگزیری میان فاشیسم (سرمایه‌داری بدون دموکراسی) و سوسیالیسم (دموکراسی بدون سرمایه‌داری) مواجه بودند. گرایش‌های سرمایه‌داری به بحران را پولانی از نوشته‌های اقتصادی مارکس اخذ کرد. گرامشی، برعکس، به نظروزی درباره سرشت غایی انسان اصلاً تن نداد. بدیل‌های تلخ و ناگزیر فاشیسم و سوسیالیسم را رها کرد و سرمایه‌داری را با دموکراسی لیبرال همان‌قدر با فاشیسم سازگار دانست.

ماه سیمما: دفاع کن دمی جان، حرف بز بن به یاد بیار گذشته رو به یاد بیار بگو کی هستی و چه بلایی سرت اومده. تو آدم بودی تو آدم مهمی بودی. کالج! کالج! فلسفه یاد می‌آد؟ فیزیک فضای؟ حقوق بین الملل؟ بطلموس؟ یاد می‌آد؟ تو ائستباه نیومدی عزیزم. تو انتخاب کردی. می‌خواستی برای پدر بزرگ، برای حجله ما ترانه بگی. می‌خواستی اتاق‌های ما منظره داشته باشه پاک و قشنگ و پر از آفتاب باشه ... حرف بز بن به یاد بیار خودتو به یاد بیار (رادی، ۱۳۹۵: ۷۷).

در گوریل پشمالو «ینگ» از قفسی به قفسی دیگر در حرکت است. در واقع یوجین اونیل با ظرافت هرچه تمام زیرزمین را شبیه قفسی قدرتمند تصویر کرده است که ینک آن را خانه خود می‌داند و در انتها نیز به قفسی واقعی در کنار گوریل‌ها رهسپار می‌شود. در هاملت با سلاله فصل نیز رادی یک قفس قدرتمندی را در نمایشنامه خلق کرده است که سرمایه‌داران، افراد فرودست جامعه را به دام می‌اندازند و نقش دکتر موش هم دقیقاً محافظت از همان قفسی است که دماغ وقتی پنجره‌ای از آن را باز می‌کند، مجازات و به دار آویخته می‌شود. در واقع خانه خانواده ماه‌سیمما استعاره‌ای از یک قفس قدرتمند است که فضای خفقان‌آوری دارد.

عالی جناب قنبل: من در معنا روی این بز اخفش سرمایه‌گذاری کردم تا قرب و قیمتی پیدا کنه و به زودی وارد حاشیه من شه (همان: ۲۸).

بافت فرهنگی جوامع موجود در دو نمایشنامه موجود تفاوت‌هایی را رقم می‌زند و این که در جامعه ایران نظام سرمایه‌داری آمیخته به خوی استبداد می‌شود به طوری که در گوریل پشمالو همچنین چیزی مشهود نیست. به واقع در هاملت می‌بینیم که پدر بزرگ با دوربینی در یک آسمان خراش در حال رصد کردن است. رصد کردن لایه‌های اجتماعی. در واقع پدر بزرگ به مثابه یک دیکتاتور و و پدر و عموی سیمما به مثابه خرده دیکتاتورهایی که بخشی از ویژگی پدر بزرگ را دارند رفتاری در خور بافت فرهنگی ایران دارند. این همان تعریفی است که مدرنیسم را دارای مکان و زمان و ویژگی‌های مشخص نمی‌داند.

**عالی جناب: من از مشارکت خوشم نمی‌آد پسر جان.
دکتر موش: ولی من از مشارکت خوشم می‌آد عمو جان.
استاد: اصلاً مشارکت چه چیزه؟**

دکتر موش: یه انسان یه پنجره می‌سازه، دو انسان سه پنجره (همان: ۵۳).

یا این که:

عالی جناب قنبل: عجالتاً انبار و کتابخانه می‌کنیم و افسار شو می‌بندیم همون جا، که روزها برای خودش لای کتاب‌ها وول بزنه و شب‌ها دنبال ماه‌سیممای ما بیفته و توی مجالس و دوره‌ها و سرمونی‌های ما کیک بیره، دستی ببوسه، قصیده‌ای بوخونه و از این دغلبازی‌ها (همان: ۳۳).

زور هرگز ناپدید نمی‌شود بلکه به موازات این که قلمرو رضایت بسط می‌یابد کمتر می‌تواند رویت شود. زور به پشت‌صحنه منتقل می‌شود تا بر ضد انحراف‌های افراد و برای پیشگیری از لحظه‌های بحرانی بسیج شود.^۱ هم گرامشی و هم پولانی مارکسیسم کلاسیک را که طبق آن سرمایه‌داری بذرهای نابودی خودش را می‌افشاند از دور خارج کردند بر طبق مارکسیسم جامعه شناسانه، سرمایه‌داری مسبب نه انحلال خودش بلکه تکوین جامعه‌ای می‌شود که شالوده‌های شکل جدیدی از سرمایه‌داری را پی-ریزی می‌کند که در این شکل از سرمایه‌داری با جامعه پیوند می‌خورد. گرامشی نوعی گذار در بطن سرمایه‌داری از دیکتاتوری سیاسی به هژمونی سیاسی را شرح می‌دهد که در غرب، اما نه در شرق به وقوع می‌پیوندد. جامعه فعال پولانی از کالایی‌سازی کار و زمین و پول ممانعت می‌کند. گذار در این جا از استبداد بازار به تنظیم بازار است که در اروپا، اما نه در مستعمره‌های اروپا، به وقوع می‌پیوندد. خاستگاه‌های دیکتاتوری سیاسی و استبداد بازار انقلاب‌های منفعلانه‌ای هستند که طبقات فرودست را از هم می‌پاشانند. خاندان ماه‌سیما مرتب دماغ را تحقیر می‌کنند. کتاب را بی‌ارزش می‌پندارند و پدربزرگ کتاب امپراتور را ممنوع اعلام کرده است. اما در *گوریل پشمالو* شاهد حضور اتحادیه کارگری هستیم که برای حق و حقوق خود مبارزه می‌کند در روزنامه آگهی چاپ می‌کند و حتی عضو می‌پذیرد. در واقع در *نمایشنامه هاملت با سالاد فصل* ما شاهد از دست دادن خرد و عقل پروفیسور دماغ که به اذعان خود دانشمندی بی‌همتا نشان از فروپاشی افراد روشنفکر یا مهاجرت آن‌ها در پیامد این صورت‌بندی‌های اجتماعی است، هستیم. مارکسیسم جامعه‌شناسانه سه اصل را مطرح می‌کند: ابتدا به جای این که اقتصاد سرمایه‌داری بذرهای نابودی خودش را بیاشاند، سرمایه‌داری یک‌جور جامعه فعال یا جامعه مدنی می‌آفریند که گرایش‌ها به سوی بحران و تضاد را کنترل می‌کند اما از بین نمی‌برد. البته این بحث هم به وجود می‌آید که امکان محقق شدن جامعه مدنی در همه کشورها امکان‌پذیر است؟ بافت سیاسی، اجتماعی کشورها این امر را تا حد زیادی نشان می‌دهند که امکان محقق شدن این امر وجود ندارد. به طور مثال اگر محل وقوع *نمایشنامه هاملت با سالاد فصل* را ایران در نظر بگیریم این امر را می‌توان منتفی شده به حساب آورد. اصل دوم بر این قرار است که به جای این که منازعه طبقاتی در خلال دوقطبی شدن ساختار طبقاتی تشدید شود، منازعه طبقاتی در میدان جامعه فعال یا جامعه مدنی سازمان‌دهی می‌شود. در واقع اگر جامعه آمریکا را جامعه مدنی فرض نماییم، ینک به عنوان معترض به قفس رهسپار می‌شود. گرامشی تحلیل مجاب‌کننده‌ای از هژمونی به منزله سازمان‌دهی منازعه طبقاتی درون محدوده‌های سرمایه‌داری دارد. اصل سوم به این می‌پردازد که به جای این که وقتی نیروهای تولید سرمایه‌دارانه زنجیر می‌شوند، شرایط سوسیالیسم به طرز خودجوش فراهم می‌آید. به نوعی این تعبیر را می‌توان داشت که حیات اجتماعی سالم در گروهی به بند کشیدن قدرت سرمایه‌داری است.

۵- نتیجه‌گیری

اشراف پولانی و گرامشی بر دامنه فوق‌العاده‌ای از تجربیات زیسته طبقات گوناگون به آنجایی منتهی شد که هیچ‌کدام سرشت فراملیتی جامعه را به حساب نمی‌آوردند. می‌توانیم گرامشی و پولانی را بگسترانیم تا بینش‌های جدیدی درباره ایده جامعه فراملیتی به دست دهند. امروزه «پسامدرنیسم» به چالش با «مدرنیسم‌ها» برخاسته است. پایان تاریخ همچنان به سوی آینده پیش می‌رود. گاهی به نظر می‌رسد که امر «مدرن» بیش از آن که دوره یا شکل خاصی از سازمان‌بندی اجتماعی باشد، این واقعیت است که به واسطه حرکت همواره پیش‌رونده زمان و تاریخ، به واسطه آنچه برخی از نظریه‌پردازان آن را فشرده‌ی زمان و مکان می‌نامند، اندیشه توسعه و پیشرفت بی‌وقفه تغییر پویا جامعه را در بر گرفته و بر آن سایه افکنده است. (گیدنز، ۱۹۸۴؛ هاروی، ۱۹۸۹) عنصر اساسی اندیشه مدرنیته این باور است که تقدیر هر چیزی آن است که سرعت بگیرد، زایل شود، جایگزین شود، تغییر کند، و شکلی دیگر به خود بگیرد و گذار واقعی به مدرنیته همین تغییر مادی یا فرهنگی—به جانب این برداشت نوین از زندگی اجتماعی است. در خصوص «امر مدرن» و «مدرنیته» می‌توانیم ادعا کنیم که هر چه پیش برود، سوئیۀ تاریک آن نیز آشکارتر می‌شود. در واقع «امر مدرن» در هر دوره‌ای با ویژگی‌های خود به سمت تغییر اوضاع فعلی آن جامعه می‌رود. در این دو نمایشنامه با جریانی از سرمایه‌داری روبرو هستیم که برای بقای خود نیاز به نابودی طبقات دیگر اجتماع دارد. در بررسی تطبیقی صورت گرفته شاهد بودیم که اتمسفر خلق شده در هر دو نمایشنامه با توجه به بافت فرهنگی آن جامعه می‌تواند تفاوت‌هایی داشته باشد. اما مفهوم «رگرسیون» در آن به طور مشخصی برای هر دو شخصیت هویداست. سقوط ارزش‌های انسانی در گیرودار جامعه‌ی مزین به ارزش‌های سرمایه‌داری. سقوط، از خودبیگانگی و تنزلی که شاهدش هستیم در هر دو نمایشنامه به وضوح اتفاق می‌افتد. در واقع بنا به صحبت خود یوجین اونیل که شخصیت ینک را این گونه توصیف می‌کند: تکاپوی ینک برای آنکه به جایی، کاری و کسی تعلق داشته باشد و یا یافتن تار و یا پودی که وی را در بافته‌ی زندگی بگنجانند، تکاپوی همه‌ی ماست. یک فکر اصلی که در انشای این نمایشنامه همیشه در ذهن من خطور نموده: یافتن و نمودن آن تار یا پود گمشده‌ای است که انسان را جزو تافته و بافته زندگی و جامعه می‌کند، من این تار و پود را فهم و درک نا از اوضاع و احوال همدیگر تلقی می‌کنم. (به نقل از ناظرزاده کرمانی، ۱۳۶۸ : ۱۲۴) فرقی نمی‌کند که یک روشنفکر باشد یا یک کارگر که می‌خواهد فکر کند و نمی‌تواند در هر صورت که باشد وقتی در فشار

¹ Gramsci, Selections from the Prison Notebooks, 80

لایه‌های اجتماعی بالادست قرار بگیرد، سقوط و رگرسیون دارد. گاه این رگرسیون به وجهی نمادین خود را به صورت تبدیل شدن به یک موش یا گوریل نشان می‌دهد گاه با سلب شدن حقوق اولیه انسانی.

منابع

۱. ابراهیمی، نادر، (۱۳۸۳)، «اکبر رادی، تابش تد نور، شناختنامه اکبر رادی»، به کوشش فرامرز طالبی، تهران: نشر قطره.
۲. احمدی، بابک، (۱۳۷۹)، «مارکس و سیاست مدرن»، تهران: نشر مرکز.
۳. اونیل، یوجین، (۱۳۸۷)، «گوریل پشمالو»، ترجمه بهزاد قادری سهی، تهران: انتشارات بیدگل.
۴. ایگلتن، تری، (۱۳۸۳)، «مارکس و آزادی»، ترجمه اکبر معصوم بیگی، تهران: نشر آگه.
۵. باکاک، رابرت، (۱۳۸۶)، «فهم جامعه‌ی مدرن، صورت بندی‌های فرهنگی جامعه‌ی مدرن»، ترجمه‌ی مهران مهاجر، تهران: نشر آگاه.
۶. بوراوی، مایکل، (۱۳۹۴)، «مارکسیسم جامعه‌شناسانه»، تهران: نشر نی.
۷. پولانی، کارل، (۱۳۹۹)، «دگرگونی بزرگ»، تهران: نشر شیرازه.
۸. پی یتر، آندره، (۱۳۶۰)، «مارکس و مارکسیسم»، ترجمه شجاع‌الدین ضیائی، تهران: دانشگاه تهران.
۹. رادی، اکبر، (۱۳۸۷)، «پشت صحنه‌ی آبی (گفت‌وگو با اکبر رادی)»، پدیدآور، مهدی مظفری ساوجی، تهران: مروارید.
۱۰. رادی، اکبر، (۱۳۸۷)، «هاملت با سالاد فصل»، چاپ دیجیتال، تهران: نشر قطره.
۱۱. رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۷۸)، «آنا‌تومی جامعه». تهران: شرکت سهامی انتشار.
۱۲. ساروش، ایشتون، (۱۳۸۰)، «نظریه‌ی بیگانگی مارکس»، ترجمه حسن شمس‌آوری، تهران: نشر مرکز.
۱۳. کمالی، علی، (۱۳۷۹)، «مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی نابرابری‌های اجتماعی»، تهران: نشر سمت.
۱۴. غرب، ادواردج، (۱۳۸۱)، «نابرابری اجتماعی، دیدگاه‌های نظریه‌پردازان کلاسیک و معاصر»، ترجمه‌ی محمد سیاهپوش و احمدرضا غروی زاده، تهران: نشر معاصر.
۱۵. لوکاچ، گئورگ، (۱۳۵۹)، «مقاله‌ای از تاریخ و آگاهی طبقاتی»، ترجمه بابک احمدی، تهران: نشر تندر.
۱۶. مارکس، کارل و دیگران، (۱۳۷۹)، «ایدئولوژی آلمانی»، ترجمه پرویز بابایی، تهران: نشر چشمه.
۱۷. مارکس، کارل، (۱۳۹۳)، «سرمایه/ نقد اقتصاد سیاسی»، ترجمه حس مرتضوی، تهران: نشر لاهیتا.
۱۸. وبر، مارکس، (۱۳۸۲)، «اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری»، ترجمه دکتر عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری کاشانی، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.



دوماهنامه پژوهش در هنر و علوم تخصصی
سال ششم، شماره ۴ (پیاپی: ۳۶)، شهریور ۱۴۰۰، جلد یک

سه نسل موج نوی سینمای ایران

علیرضا عطا^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۲

کد مقاله: ۷۲۶۲۷

چکیده

موج نوی سینمای ایران به عنوان مهم ترین تحول در سینمای قبل از انقلاب ایران مطرح است، جریانی به نام موج نو سینما در دهه های ۴۰ و ۵۰ هجری شمسی، ساختار سینمای ایران را بر اثر عوامل اجتماعی و سیاسی که در مناسبات سنتی جامعه رخ داد، تغییرات اساسی ایجاد شد. خاستگاه اصلی موج نو، ادبیات داستانی و به ویژه ادبیات داستانی مدرن است. ارتباط سینماگران با ادبیات، موجب تحول در شیوه های روایتگری آثار سینمایی آن ها گردید. در پژوهش حاضر، با استفاده از روش اسنادی و رویکرد توصیفی-تحلیلی، به تحلیل موج نوی سینما ایران پرداخته شد. تأثیر جریان ادبی مدرن بر موج نو، در سه نسل از سینماگران ایران مشاهده می شود. موج اول قبل از انقلاب، موج دوم بعد از انقلاب و موج سوم که در دهه ۸۰ شکل گرفت و آثار متعددی از آن را در محافل سینمایی داخلی و خارجی به نمایش در می آید و جوایز ارزنده ای نیز دریافت می کنند.

واژگان کلیدی: سه نسل، موج نو، سینما

۱. دانشجوی کارشناسی رشته سینما، aliata1200@gmail.com

یکی از رسانه‌های ارتباط جمعی، سینما و محصول آن فیلم است. سینما به دلیل اینکه هم رسانه است و هم هنر، در رابطه با مخاطبان نقش مهم‌تری در مقایسه با سایر رسانه‌ها و هنرها دارد. سینما به اعتبار رسانه بودن با عده کثیری از مخاطبان در مدت زمان کوتاهی ارتباط برقرار می‌کند و به اعتبار هنر بودن، علاوه بر تأثیرگذاری مستقیم، غیرمستقیم نیز بر آن‌ها اثر می‌گذارد. اثرات غیرمستقیم هنر و سینما از آنجاکه بیشتر با ناخودآگاه افراد سروکار دارد، نقش تعیین‌کننده‌تری در تثبیت یا تغییر ذهنیت آن‌ها درباره مسائل گوناگون دارد. همچنین، فیلم و سینما احساسات گوناگون و متفاوتی را در مخاطب برمی‌انگیزد که تأثیرپذیری از موضوع‌های مطرح شده را دو چندان می‌کند (راووداد، ۱۳۹۷).

سینما در عصر حاضر، سوای اینکه یکی از ابزارهای اصلی شکل دهی به فرهنگ، هویت و زندگی است، میانجی تأمل در این پدیده‌ها نیز هست. این هنر با بازنمود ستیز گفتمان‌ها و آشکال زندگی، نقشی اساسی در به تصویر کشیدن جهان دارد و به مدد فرم، تکنیک، روایت، فرایندهای بیانی، شیوه‌های بازنمایی و جز اینها، ایماژهایی تأثیرگذار از حیات فرهنگی و هستی اجتماعی انسان می‌آفریند. این شکل هنری به سبب رابطه ارگانیک و در همبافت‌های آن با زمینه اجتماعی تعامل دیالکتیکی، می‌تواند میانجی فهم ظریف، دقیق، ژرفاها و پیچیدگی‌های تحولات در حیات اجتماعی باشد؛ بنابراین سینما با جامعه، آن را به یکی از قویترین میانجی‌های فهم جهان اجتماعی مبدل می‌سازد (محمدی، ۱۳۹۲).

فیلم به مثابه اثر هنری از دو بعد قابل مطالعه است: اولی، مطالعه اثر از منظر زیباشناسی است که خود شاخه‌ای از فلسفه است و حاصل تاملات متفکرینی چون افلاطون، ارسطو، هگل و دیگران است و نوع دوم، مطالعه و بررسی اثر از منظر جامعه‌شناسی است، بدین معنا که سعی شود هم ارزی و ارتباط بین ساختار و محتوای اثر با ساختارهای عینی و واقعیات اجتماعی محیطی که اثر در آن به وجود آمده یا هنرمند در آن زیسته، کشف شود. با وجود اینکه جامعه‌شناسی فیلم خیلی نوظهور نیست اما بسیار مهجور مانده و توسعه‌چندانی پیدا نکرده است و تا حدی هنوز وابسته به جامعه‌شناسی ادبیات است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۳).

تحولاتی که در عالم سینما صورت می‌گیرد غالباً متأثر از نگاهی است که فیلم ساز نسبت به پدیده‌های جهان دارد. دانش فیلم سازی هسته‌ی اصلی و تقویت کننده این نگاه محسوب می‌شود. اگر فیلمساز بتواند علم خود را در این رهگذار افزایش دهد نه تنها به خلق اثر تازه‌های دست می‌یابد بلکه ممکن است سبک خاصی را نیز در عالم سینما بنیان نهد. توجه به نظریه‌های مهم فیلم و سینما و به کارگیری آنها در ساخت فیلم نشان از دقت فیلم ساز در خلق اثری باب طبع مخاطب دارد؛ زیرا این نکته مهم است که فیلم‌ها اساساً برای اقناع مخاطب و ترغیب و تقریب سازی بین ذهن او و دنیای مجازی فیلم ایجاد گردیده‌اند و از این طریق فیلم ساز تلاش می‌کند که هرچه بیشتر بتواند خود را به دنیای ذهنی مخاطب نزدیک کند. لذا سعی می‌کند از حقایق عالم واقع در خلق عالم خیال فیلم با اختیار در گزینش حقایق بهره‌برد. اساس شکل‌گیری نظریه‌های فیلم نیز بر این مبنا بنا نهاده شده است؛ اما از آنجا که در اوایل شروع کار سینما هنوز تجارب کافی در به کارگیری دیدگاه‌های صاحب نظران سینمایی به دست نیامده بود، برداشت‌های متفاوت و گاه همراه با نقص موجب گردید اختلافات عدیده‌ای در نحوه نگرش به ساخت فیلم در میان فیلم سازان و نظریه پردازان به وجود آید. این امر موجب پدیدار شدن نوعی جبهه بندی در بین نظریه پردازان و سینماگران گردید و نتیجه‌ی آن، علی‌رغم آنکه منجر به تقویت مکاتب نظری فیلم شد، سبب گردید تا بین نظریه‌های فیلم و محصولات سینمایی تولید شده فاصله‌ای به وجود آید. در نتیجه بعدها فیلم سازانی پا به عرصه گذاشتند که میزان آشنایی آنها با مکتب‌های نظری فیلم در حداقل ممکن وجود داشت اما با این حال با کسب مهارت‌های تجربی از صنعت سینما و با کمترین اتکا به نظریه‌های سینمایی دست به ساخت آثاری زدند که رابطه معکوسی با مبانی تئوریک فیلم و فلسفه هنر سینما داشت (قبادی کیا و همکاران، ۱۳۹۴).

در این مقاله، با روش اسنادی و رویکرد توصیفی-تحلیلی، به تحلیل موج نوی سینما ایران پرداخته می‌شود. گردآوری اطلاعات درباره‌ی موضوع اصلی این پژوهش با مراجعه به بولتن‌ها، نشریات و گزارش‌هایی انجام شده که از طریق نسخه‌های چاپی یا وبسایت رسمی این مجموعه منتشر شده و در دسترس عموم قرار گرفته‌اند. موج نو سینمای ایران هم با توجه به اینکه مصادف با دوره تغییرات پرشتاب و دامنه دار اجتماعی و امکان انتخاب آن، اقتصادی و فرهنگی ایران است می‌تواند انعکاس دهنده این تحولات باشد.

۲- بیان مسئله

پدیده سینما و تصویر متحرک، محصول شرایط فنی اجتماعی، اقتصادی و روانی ویژه‌ای بود که به‌طور مشخص در آن محدوده‌ی جغرافیایی/ فرهنگی که با عنان غرب شناخته می‌شود، پدید آمده بود. (ماسی، ۲۰۰۴). اما این پدیده در غرب نماند و به سراسر جهان پراکنده شد. پراکنده شدن این پدیده عالم گیر در جهان، توجهات بسیاری را به خود جلب کرد. جدا از اهمیتی که

این پدیده برای اهل بسیاری از فیلسوفان و نظریه پردازان را نیز به خود مشغول کرد. برخی آن را به عنوان تولیدی مبتذل و صنعتی و برخی دیگر به عنوان آفرینشی هنری و اندیشه ده ای مورد توجه و تمجید قرار دادند (یزدانجو، ۲۰۰۴).

برخی نظریه پردازان درمبانی سینما درباره مطالعات سینما و اهمیت آن در سده بیستم معتقدند که مطالعه ی سینما در درک ارزش های انواع و قالب های مختلف سینمایی، نظیر سینمای وسترن، افسانه ای، علمی و یا ترکیبی از آنها نظیر وسترن و ترسناک و در کنار آن، دینی که فیلم های قدیمی به گردن فیلم های جدید دارند، نیز مفید و موثر است (فیلیپس، ۲۰۰۵). برخی دیگر از نظریه پردازان جدا از ارزش های تکنیکی پدیده ای مانند سینما، تأثیرات معرفت شناسی و انسان شناسی این پدیده تأکید کرده اند. گروهی دیگر از نظریه پردازان بر بسط و گسترش ارزش های انسانی توسط این پدیده ی جدید تأکید کرده اند. هنری که معجزه قرن بیستم نام گذاری شد. زیرا بخش بزرگی از هنرهای دیگر را در خودش جمع کرد. در واقع سینما هنری است چند وجهی و از این رو، تأثیرات آن بسیار افزون تر از هنرهای دیگری چون نقاشی و تئاتر و ... در قرن بیستم و بیست و یکم داشت و دارد. بی شک در سایه ی همین تأثیر شگرف است که سینما قادر به نقش آفرینی موثری در بسط ارزش های اخلاقی در میان مخاطبان و جامعه است. یعنی سینما تأثیر هنرهایی چون نمایش صدا و تصویر ویدیویی، رنگ و لعاب نقاشی و ... را یکجا در خود دارد. مجموعه ورود این پدیده به ایران به آرامی صورت گرفت اما به سرعت در بین بدنه ی روشنفکران و هنرمندان رشد کرد. به ویژه در دهه ۴۰ و ۳۰ و ۵۰ شمسی، سینمای ایران، تولیدات، عظیمی خلق کرد و به بسیاری از کشورهای منطقه صادر می کرد (صابری و همکاران، ۱۳۹۶).

اگر نگاهی گذرا به نشریات سینمایی قدیمی (اوایل دهه پنجاه شمسی) بیندازیم. به بحث هایی خواندنی درباره موج نوی سینمای ایران بر می خوریم که در آن زمان حرف و ایده تازه ای محسوب می شد. جالب اینکه برخی از فیلمسازان که خود نیز داخل این جریان تعریف می شدند، اساساً وجود چنین جریانی را انکار می کردند! حالا که قریب به نیم قرن از آن زمان فاصله گرفته ایم و به روشنی می توان نشانه ها و نتایج این تغییر و تحول را بیرون از آن زمان و با اشراف بهتری دید. به نظر بخش مهمی از این مخالفت ها با موج نوی سینمای ایران، به نامگذاری آن برمی گشت که متأثر از موج نوی سینمای فرانسه (در دهه پنجاه میلادی) انجام شده بود و همین مسئله ناخودآگاه پای قیاسی مع الفارغ را به میان می کشید که نهایتاً منجر به رد کل ماجرا می شد؛ اما جدا از شباهت نامها، این دو موج نو، در محتوای خود تفاوت های بنیادین داشتند. موج نو سینمای ایران در دل یک سینمای کاملاً تجاری، اما به لحاظ تکنیکی ابتدایی رخ داد؛ برخلاف موج نو فرانسه که برای چالش کشیدن یک سینمای حرفه ای و تجاری با شکستن قواعد و تکنیک حاکم بر آن شکل گرفت؛ بنابراین خروجی آنها نیز کاملاً متفاوت بود، موج نو سینمای ایران به شکل گیری یک سینمای متفاوت و تازه با رویکرد هنری ختم نشد، بلکه توفیق چشمگیر تجاری قیصر (مسعود کیمیایی) شاخه مهمی از موج نو را نمایندگی می کرد، سینمای تجاری را نیز تحت تأثیر قرار داد و سینمای گنج قارونی رایج را به سمت سوی سینمای جاهلی و کلاه مخملی سوق داد و از این منظر واقعاً از موج نو فرانسه متفاوت و ممتاز بود (طالعی نژاد، ۱۳۹۷). «موج نوی سینمای ایران» بی گمان تأثیرگذارترین جریانی است که تاریخ سینمای ایران به خود دیده و تبعات این تأثیر تا به امروز نیز رسیده و پر بیراه نیست اگر بخشی از موفقیت های سینمای ایران در دهه های گذشته را، در ادامه حرکتی دانست که با موج نو سینمای ایران آغاز شد. تمامی فیلمسازان موسوم به موج نو، از دل مدیوم های مختلف هنری به عرصه سینما رسیدند. در واقع جریانی که در آن دهه سینمای ایران ایجاد شد، جریانی بود متأثر از ادبیات و تئاتر و سایر جریان های روشنفکری. به همین دلیل چند پاره است و به وحدت نمی رسد.

مسعود کیمیایی یکی از ارکان تأثیرگذار در موج نوی سینمای ایران است. نگاه وی به سینما نگاهی خاص، عمیق و پردغدغه که از تفکر و بینش او نسبت به جامعه برآمده است. این نگاه در عظم راسخ و خستگی ناپذیر وی در قالب و بستر باورها و ارزش های انسانی، او را تبدیل به فیلم سازی کرده که همواره با نگاهی مستقل و جامعه گرا، آثارش در برگه های تاریخ سینما نقش بسته است. در فیلم های کیمیایی مضامین قصه لحن مردمی و روایت متعهد نسبت به مردم جامعه و هویت ایرانی، از گذشته تاکنون به سینمای او جایگاهی یگانه بخشیده است. در فیلم های کیمیایی بارها و بارها با لحنی اعتراض آمیز و آرمانگرا بدنبال عدالت طلبی، در تقابل خیر و شر، همراه و همگام با مردم جامعه فریاد زده و در جستجوی سینمایی ست که در آن بتوان بیای رفاقت و پاکی ایستاد و با خیانت و زشتی همراه نشد. قهرمانان فیلم های او در بیشتر مواقع با مشکلات سیاسی و اجتماعی درگیر می شوند اما نکته جالب در این است که آنان حاضر نیستند، دست از ارزش های خود بردارند و همین چالش ها در فیلم برای مردم خوشایند است. سه عنصر شاخص در فیلم های وی موسیقی، دیالوگ و ارتباط انسانی – عاطفی هستند و به نوعی شناسنامه کاری او محسوب می شوند. مسعود کیمیایی از جمله اولین فیلم سازانی است که آثارش همیشه و همزمان توجه مردم و منتقدان را به همراه داشته و از معدود هنرمندانی محسوب می شود که مسیر کاری خود را تا امروز با همه افت و خیزهای آن، در یک راه دشوار ادامه داده است. در میان فیلمسازان دهه ۴۰ و ۵۰ می توان گفت کیمیایی کاملاً با بقیه فرق دارد؛ زیرا او جزو معدود کسانی است که از دل "سینما" می آید و تغییر ایجاد می کند. هر چند تاریخ سینمای ایران را به قبل و بعد از «قیصر» تقسیم می کنند.

نسل اول موج نوی سینمای ایران با فیلم سینمایی گاو شروع شد. برخی از برجسته‌ترین فیلم‌های سینمایی نسل اول موج نوی سینمای ایران عبارتند از: گاو، قیصر، حسن کچل، آقای هالو، پنجره، رضا موتوری، آدمک، فرار از تله، درشکه‌چی، سه قاپ، خداحافظ رفیق، داش آکل، آرامش در حضور دیگران، رگبار، پستچی، یک اتفاق ساده و... می‌شوند. در ادامه برخی از بهترین آن‌ها را مرور می‌کنیم.

الف- فیلم سینمایی گاو: فیلم سینمایی گاو به کارگردانی داریوش مهرجویی در ابتدا به دلیل محتوای خود که در واقع مروری رئال و واقعی از زندگی تلخ و سخت روستاهای ایران بود موفق به دریافت پروانه نمایش نشد؛ اما دقیقاً بعد از همین ناکامی به صورت مخفیانه به خارج از کشور رسید و توانست جایزه منتقدان جشنواره ونیز را از آن خود کند. این موقعیت، حال و هوای عجیب و جدیدی را برای سینمای ایران ایجاد کرده بود که در نهایت باعث شد که مدتی بعد این فیلم بتواند پروانه نمایش خود را در کشور دریافت کند.

ب- فیلم سینمایی حسن کچل: فیلم سینمایی حسن کچل به کارگردانی زنده‌یاد علی حاتمی نیز در سال ۱۳۴۸ ساخته شد. نکته ویژه و قابل توجه و متفاوتی که در رابطه با این فیلم سینمایی وجود دارد آن است که تصویرگر موقعیت ایران قدیم بود و به نوعی به عنوان اولین فیلم موزیکال سینمای ایران شناخته شد. موضوع مهم دیگری که این فیلم را از دیگر فیلم‌های هم زمان خود متمایز می‌کرد نگاه همه‌جانبه علی حاتمی به موضوع اخلاق بود. به همین دلیل هم در این فیلم سینمایی می‌توان با نگرش‌های متفاوتی از فرهنگ عامه مردم ایران روبه‌رو شد و آنها را به انتقاد کشاند.

ج- فیلم سینمایی رضا موتوری: این فیلم نیز به کارگردانی مسعود کیمیایی در سال ۱۳۴۹ اکران شد. فیلم فوق توانست افتخارات بسیاری از جمله جایزه بهترین بازیگر نقش اول مرد و همین‌طور بهترین موسیقی متن از جشنواره سینمایی سپاس در سال ۱۳۴۹ دریافت کند و به عنوان یکی از بهترین فیلم‌های موج نوی سینمای ایران در نسل اول خود باشد.

د- فیلم سینمایی رگبار: رگبار به عنوان اولین فیلم بلند بهرام بیضایی در سال ۱۳۵۱ ساخته شد و مورد توجه بسیاری قرار گرفت؛ اما نکته قابل توجه در مورد فیلم وجود دارد آن است که نتوانست فروش چشمگیری داشته باشد. با این حال این فیلم نیز به عنوان یکی از باارزش‌ترین آثار سینمای ایران توانست خود را در میان فیلم‌های نسب اول موج نوی سینمای ایران جای دهد.

ه- فیلم سینمایی گوزن‌ها: گوزن‌ها به کارگردانی مسعود کیمیایی در سال ۱۳۵۳ ساخته شد و توانست در جشنواره جهانی فیلم تهران جایزه دریافت کند. موضوع قابل توجه در مورد فیلم فوق این است که یک سال بعد از ساخت فیلم توانست با اعمال سانسورهای بسیار زیاد به نمایش درآید و توجه مردم عامه را به خود جلب کند.

و- فیلم سینمایی قیصر: فیلم سینمایی تأثیرگذار دیگری که در شکل‌گیری نسل اول موج نوی سینمای ایران تأثیر بسیاری داشت، فیلم قیصر بود. این فیلم سینمایی به کارگردانی مسعود کیمیایی روایت گر داستانی پرماجر با یک ریتم سنجیده و در نهایت نیز تصاویر شایسته‌ای از غیرت و مردانگی و... را به نمایش در آورد. نقطه عطف فیلم سینمایی قیصر موفقیت در فروش گیشه که نشان‌دهنده نقطه نظر و ترجیح عموم مردم از دیدن فیلمی با محتوایی تازه و آثاری منحصر به فرد در آن زمان بوده است.

نجف دریابندری، مترجم ایرانی نیز درباره «قیصر» می‌گوید: می‌گویند که چرا قیصر به کلاتنری نرفته‌است تا افسر نگهبان با کمال جدیت به کارش رسیدگی کند؟ سؤال مهمی است. این از قضا سرگذشت آدمی است که به کلاتنری نرفته است. آن‌هایی که به کلاتنری رفته‌اند، سرگذشت دیگری دارند. اشخاص می‌توانند سرگذشت یکی از این آدم‌ها را روی پرده بیاورند. هرکس پرسید چرا قهرمان آن‌ها به کلاتنری رفته‌است، سؤالش به همان اندازه مهم خواهد بود (دریابندری، ۱۳۴۸).

صدر در کتاب تاریخ سیاسی سینمای ایران در توصیف کیمیایی می‌گوید: «کیمیایی تحصیلکرده سینما نیست، ولی شناخت او از زبان عامه مردم و فرهنگ طبقات فرودست کیفیتی به آثارش می‌بخشد که تماشاگر را جذب می‌کند. او گلایه‌های آدم‌هایش را از بطن فرهنگ عامه و روزمرگی بیرون می‌کشد» (صدر، ۱۳۸۱).

با وجود اهمیت چشمگیری که موج نو در تاریخ سینمای ایران داشته است، آن گونه که شایسته بوده مورد بررسی و تجزیه تحلیل قرار نگرفته است. فیلم‌های کیمیایی روایت گر داستان‌های اجتماعی بوده که بیشتر از جنبه‌های جامعه‌شناسی فیلم قابلیت بررسی و تجزیه و تحلیل را دارد.

۳- چارچوب نظری

۳-۱- سینما

سینمایی که برادران لومیر در ۱۸۹۵م در غرب به وجود آوردند، همانند تمامی شئون فرهنگ مدرن غربی، بدیع و منحصر به فرد بود و به نوعی ارتباط و پیوند سینما با رشد موزون همه‌ی جوانب مدرن اعم از نظام اقتصادی، تولیدی، علمی، اخلاقی، سیاسی، فرهنگی و رشد تکنولوژیک و ارزش‌های نوین مدرنیت در غرب قابل ادراک است. سینما عصاره و آیین و پیام این دوران جدید، زندگی جدید و مناسبات مدنیت جدید بوده است (امید، ۱۳۶۹).

سینمایی که وارد ایران شد همانند تمامی واردات فکری غربی، کارکردهای آن را نداشت و به طور (شبه) مورد استفاد قرار گرفت، اما نکته ای که باید به آن توجه نمود این است که اصولاً تجربه ی مدرنیت غرب، تجربه ای اصیل و از درون خود جامعه برمی خیزد و وارداتی نیست و تجربه ی سایر کشورها تجربه ای عاریتی است که متناسب با برداشت ها و زمینه های فرهنگی اجتماعی خود به تفسیر از آن دست می زنند و انطباق کامل آن، با مبدأ آن کاری ناممکن و عبث است.

سینما در ایران توسط دربار مظفرالدین شاه، در خلال سفر شاه به اروپا در سال ۱۹۰۰م وارد شد و منحصر به ثبت فیلم هایی از شاه و دربار بود و کارکرد اصلی خود (در غرب) را نداشت، اما رفته رفته به درون جامعه کشیده شد. وارد شدن سینما توسط شاه در ایران را نباید دلیلی بر جدایی میان سینما و جامعه ی ایران دانست، بلکه دلیل آن عدم توان جامعه ی ایرانی در تولید تفکرات جدید است. میرزا ابراهیم صحاف باشی نخستین تلاش ها برای عمومی کردن سینما را کرد و در سال ۱۲۸۴ه.ش در خیابان چراغ گاز (امیرکبیر فعلی) نخستین سینمای عمومی ایران را ایجاد کرد. اگرچه پس از مدت کوتاهی گروهی از مردم با صحاف باشی به مخالفت برخاستند و شیخ فضل الله نوری حکم تکفیر او را صادر کرد و او دستگیر و تبعید شد، اما کار او را روسی خان (ایوانف) ادامه داد و سینمایی را در لاله زار ایجاد نمود. همچنین آقاویف و اردشیر خان سالن هایی را در تهران رواج دادند (امید، ۱۳۶۹).

سینما در آغاز ورود خود به جامعه ی ایران با مخالفت های شدیدی از جانب روحانیون و افراد سنتی روبرو شد، به طوری که بسیاری از خانواده های تهرانی آن را حرام می دانستند. در سال ۱۳۰۷ مادام پری آقابابیان در سینمای خود واقع در کوچه نشین مخبرالدوله می رقصید تا تماشاگران را برای تماشای فیلم (باراباس) ترغیب کند. علی وکیلی در سینمای خود در گراند هتل لژی را مخصوص بانوان ترتیب داد و خانبابا معتضدی نیز سینمایی مخصوص بانوان ساخت (فیلم مستند تاریخ سینمای ایران، ۱۳۸۴).

مجموع این اقدامات باعث کمتر شدن اختلافات افراد سنتی و سینما شد و زمینه ی گسترش سالن های سینمایی را فراهم کرد؛ بنابراین سینما رفته رفته از انحصار دربار خارج گردید و به فضای عمومی راه یافت. معتضدی که مورد حمایت دربار رضاشاه بود، فیلمی مستند از سفر شاه به ترکیه را ساخت؛ او فیلم های فراوانی را در سینماهای تهران به نمایش درآورد. اوانس اوگانیانس با کمک تعدادی از روشنفکران از جمله سعید نفیسی و عباس مسعودی در سال ۱۳۰۸ه.ش یک مدرسه ی سینمایی تأسیس کرد و نخستین فیلم ایرانی با نام (آبی و رابی) (تولید ۱۳۰۹) را ساخت. همچنین او با ساختن فیلم (حاجی آقا آکتور سینما) در صدد آشتی دادن سینما با اندیشه ی سنتی برآمد. او داستانی را به روایت می کشد که در آن شخصی که با سینما مخالفتی سرسختانه دارد، طی تحولی موافق سینما می شود و اجازه می دهد که دخترش ستاره ی سینما شود (محمدی، ۱۳۸۰).

عبدالحسین شیرازی (سپنتا) فرد تأثیرگذار دیگری در سینمای ایران است که در ۱۳۱۲ نخستین فیلم ناطق سینمای ایران به نام (دختر لر) را ساخت. این فیلم یک سال بر روی پرده ی سینماهای تهران بود و از آن استقبال شد (تهامی نژاد، ۱۳۸۰) با اقدامات مذکور سینما رفته رفته جای خود را در جامعه ی ایرانی باز کرد و تبدیل به اسباب تفریح و سرگرمی برای مردم شد. در کنار این گسترش مخاطب، فضاها و تکنیک های سینمایی نیز رو به افزایش نهاد و شرکت های مختلف فیلم به وجود آمد و کم کم پای خوانندگان و رقاصان نیز به سینما باز شد؛ اما مشکلی که در آغاز برای سینمای ایران به وجود آمد، پیوند صرف با جریان های فکاهی و مردم پسند بود؛ بنابراین توجه ادیبان و روشنفکران را به خود جلب نکرد (محمدی، ۱۳۸۰).

هرچند که سینما در ایران تحت نظارت و سانسور دستگاه حکومتی قرار داشت، اما این مانع از پیوندش با جامعه ی مدنی نبود. توقیف بسیاری از فیلم ها نشان از واقعی بودن فیلم های انتقادی اجتماعی و سیاسی می دهد، کما اینکه همان فیلم ها با اندکی توضیح سازنده یا تغییر در اجزا قابلیت اکران پیدا می کردند و به هر حال منظور خود را به مخاطب تیزبین می رساندند (امانی، ۱۳۹۳).

۳-۲- سینمای ایران قبل و بعد از مرداد ۱۳۳۲

در منابع تاریخی ذکر شده ورود نخستین دستگاه سینما توگراف به ایران در سال ۱۲۷۹ هجری خورشیدی توسط مظفرالدین شاه سر آغازی برای سینمای ایران به حساب می آید. صنعتی که ابتدا جنبه تفننی در درگاه مظفرالدین شاه قاجار داشت چند سال بعد به جامعه هنری ایران راه پیدا کرد و سبب ساز ساخته شدن اولین فیلم های ایرانی شد. ۲۵ سال بعد همزمان با رشد صنعت سینما در آمریکا اولین فیلم ناطق ساخته شد: «چراغ های نیویورک». ۵ سال بعد در ایران هم اولین فیلم ناطق ایرانی به روی پرده سینما رفت: «دختر لر». از آن تاریخ به بعد سینمای ایران متأثر از وضعیت سیاسی و اجتماعی کشور رشد کرد و برای مردمی که روز به روز ولع دیدن فیلم های جدید داشتند آثار بیشتری داشت. در دهه سی خورشیدی و بعد از واقعه مرداد ۳۲ وضعیت خاصی بر اوضاع سیاسی و اجتماعی ایران حاکم شد. شرایط اقتصادی جامعه نیز پس از ۲۸ مرداد دچار افت سنگینی شد. «شاخص هزینه زندگی شهری در چهار سال پایان حکومت رضاشاه از ۱۰۰ به ۱۶۲ و در طول جنگ جهانی دوم به شدت افزایش یافت و در سال های پایان جنگ به ۱۰۳۰ رسید، در دوره رکود پس از جنگ به ۸۳۲ و در بحران نفتی اواخر ۱۳۳۲ به ۱۰۴۷ رسید.» (ابراهامیان، ۱۳۸۳). با افت چشمگیر اقتصاد ایران و خفقانی که حکومت بعد از مرداد ۳۲ و حصر محمد مصدق بر جامعه حاکم کرده بود، سینما به سمت ساخت آثار سطحی و نازل پیش رفت. «اینان سعی می کردند ضمن استفاده از لودگی و مسخرگی یا سوژه های

سوزناک بی سر و ته در هر فیلم، بی مناسبت یا با مناسبت، صحنه‌هایی از رقص‌های نیمه عریان و آوازهای ساز و ضربی بگنجانند» (مهرابی، ۱۳۷۱). ساخت این آثار تا حدی ادامه پیدا کرد تا اینکه تبدیل به درونمایه اصلی فیلم‌های سینمایی در سال‌های بعد شد. حالا دیگر اکثر فیلم‌ها باید کاراکترهای لات جوانمرد عاشق، دختر همیشه منتظر یک قهرمان کلاه مخملی و مقادیر زیادی نوچه و بزن بهادر و چاقوکش می‌داشتند تا می‌توانستند در سینماها فروش داشته باشند. این وضعیت تا دهه چهل خورشیدی ادامه داشت. در این دهه اقتصاد ایران شاهد رشد چشمگیری بود. «درآمدهای نفتی ایران که در سال ۱۳۳۳، ۳۴ میلیون دلار بود در سال ۱۳۳۵ به ۱۸۱، در سال ۱۳۳۹ به ۳۵۸ و در ۱۳۴۱ به ۴۳۷ میلیون دلار رسید و این رشد شتابنده را تا سال ۱۳۵۵ ادامه داد» (ابراهامیان، ۱۳۸۳). حکومت حاکمه که تلاش زیادی می‌کرد تا سبک زندگی ایرانیان را به سمت غرب متمایل کند، دست به اصلاحاتی در بدنه اقتصادی و اجتماعی جامعه در قالب انقلاب سفید و اصلاحات ارضی زد. این اصلاحات جامعه شهری را گسترده‌تر می‌کرد. تشویق برای تسریع حرکت جامعه به سمت سبک زندگی غربی روز افزون می‌شد. پیامد این امر، به وجود آمدن طبقات مختلف اجتماعی و ایجاد شکاف عمیق بین آنها بود.

۳-۳- سینمای روشنفکری ایران

سینمای روشنفکری ایران در مقابل جریان غالب سینمای عامه پسند دهه ی سی و چهل شاهد شکل‌گیری یک سینمای روشنفکرانه هستیم که عکس‌العملی به (فیلم فارسی) است. فیلم جنوب شهر ساخت هی فرخ غفاری (۱۳۳۷) آغازگر سینمای روشنفکرانه در ایران است. شب قوزی دیگر فیلم غفاری (۱۳۴۳) نیز این روند را طی می‌کند، ابراهیم گلستان، از دیگر کارگردانانی است که برخلاف جریان غالب سینما عمل می‌کند و فیلم خشت و آینه را در (۱۳۴۴) می‌سازد. اگر سینمای عامه پسند به موفقیت و تماشاگر زیاد می‌انداخت، این سینما به هیچ وجه دغدغه‌ی تماشاگر ندارد و از همین جهت کم‌کم به یک سینمای شخصی می‌انجامد. سینمای روشنفکرانه به شدت از کلیشه‌ها، حتی کلیشه‌های کلاسیک روایت داستان گویی پرهیز دارد (محمدی، ۱۳۸۰). آثار سینمای روشنفکری تنها در سینما کاپری به نمایش در می‌آمد و این سینمایی نبود که به قول تحلیل‌گران آن روزها تماشاگر تخمه شکن خیلی مایل به ورودش باشد. با توجه به جایگاه بالای فیلم‌های عامه پسند در جامعه در این دوران و عدم جذب تماشاگر به سینمای روشنفکری، این سینما نتوانست موجب تحولی اجتماعی گردد، اما به طور خاصی بر روی سینمای دهه ی پنجاه تأثیر گذاشت و زمینه ساز به وجود آمدن موج نو سینمای ایران و سینمای تأثیر گذار و جنبش ساز سال‌های قبل از انقلاب شد، هرچند که به مانند سینمای عامه پسند در دهه ی بعدی نیز حضور داشت و تا امروز نیز تداوم دارد (امانی، ۱۳۹۳).

۳-۴- اصطلاح موج نو

اصطلاح موج نو به فیلم‌هایی اشاره دارد که به طور کلی توسط نسل جدید فیلمسازان فرانسوی ساخته شدند. فیلم‌هایی که با هزینه کم ساخته می‌شدند و مهم‌تر از همه این فیلم‌ها سر جنگ داشتند با رویکردهای رایج در دهه ۱۹۵۰ که عبارت بود از سینمای مبتنی بر اقتباس‌های ادبی، درام‌های لباس و محصول مشترک عظیم سینمایی که گروه مجله «کایه دو سینما» نام سینمای پیر و پاتال‌ها را به آن داده بود. بخش عمده‌ای از نخستین فیلم‌های موج نو ی پرفروش را منتقدان پرنفوذ کایه دو سینما یعنی: کلود شابرول، ژان لوک گدار، ژاک ریوت، اریک رومر و فرانسوا تروفو ساخته بودند (هیوارد، ۱۳۹۳). رویه فیلم‌سازی در این دوره یعنی تکنولوژی آن، رویه اجتماعی یعنی مصرف را بر ملا می‌کرد. به این معنی که دیگر فیلم‌های هالیوودی با تولیدات عظیم، سرمشق نبودند و دوربین روی دست، حذف ستاره‌ها و استودیو به عنوان ضد سینما در برابر تکنولوژی فیلم‌سازی در آمریکا، به روی کار آمد. تنش‌های شخصی و بعد از آن تنش‌های سیاسی‌ای که نسل‌های جوان‌تر با آن‌ها روبرو بودند، درون مایه فیلم‌ها را تشکیل می‌داد. موج نو تلاش می‌کرد از سوژه‌های متفاوت و سبک روایت متفاوت در ساخت و تهیه فیلم استفاده کند و برخلاف سینمای کلاسیک آمریکا، از ستاره‌های سینمایی استفاده نمی‌کرد (به همین دلیل استفاده از نابازیگر زیاد دیده می‌شود). در این فیلم‌ها تماشاگر در قضاوت و خوانش فیلم آزادی دارد (موج نو فرانسه: ویکی پدیا).

۳-۵- چگونگی شکل‌گیری موج نو

موج نو سینمای ایران همچون دیگر جریان‌ها و جنبش‌های سینمایی و بالاخص علاوه بر مفاهیم تخصصی سینمایی و هنری که دچار دگردیسی می‌شود، مرهون شرایط تاریخی و سیاسی و اجتماعی و اقتصادی دوران خویش است. پس از رکود تقریباً یک دهه ای تولید فیلم ایرانی از ۱۳۲۷، بار دیگر فعالیت فیلم‌سازی آغاز شد و در دهه ۳۰ در ایران علاوه بر پیشرفت‌های فنی، افراد بیشتری به تولید فیلم ایرانی در برابر فیلم خارجی ترغیب شدند. در عین حال که ساخت این فیلم‌ها مردم بیشتری را به تماشای فیلم در سینما متمایل کرده بود، ولی سینمای ایران از لحاظ ساختاری و اصول و قواعد فیلم‌سازی پیشرفت چندانی نداشت و فیلم‌های کم‌مایه ای تولید می‌شد. در این میان منتقدان و هنردوستان و نیز افراد تحصیل کرده که با اصول فیلم‌سازی در اروپا

آشنایی داشتند، علیه این تولیدات جبهه گرفتند. از آن میان می‌توان به «هوشنگ کاووسی» اشاره کرد که در واقع اصطلاح «فیلم فارسی» را ابداع کرد. فیلم فارسی اصطلاحی است که اولین بار توسط وی در مجله ی فردوسی برای نقد سینمای عامه پسند ایران به کار برده شد. منظور از این اصطلاح، آن دسته از آثار سینمایی است که مؤلفه هایی همچون داستان پردازی عجولانه، قهرمان سازی، رقص و آواز، بدون ارتباط به داستان، عدم رعایت روابط علت و معلولی، فقدان اصول فیلمنامه نویسی و تقلید ناشیانه از فیلم های خارجی بود، با این تفاوت که قهرمانان به فارسی صحبت می کردند. البته منظور این منتقدان از به کار بردن اصطلاح فیلم فارسی، توهین به سینما و آثار ایرانی - که واقعا با معیارهای فرهنگی - هنری کشور هماهنگ باشد و در عین حال از فنون سینمایی به میزان شایسته بهره برده باشد نبود. «کاووسی یکی از پیگیرترین مخالفین خیل فیلم های تجاری مبتذل بود و اصطلاح فیلم فارسی (یعنی که فقط زبان این فیلم ها فارسی است و هیچ پیوندی با جامعه ایرانی ندارد) به جای فیلم ایرانی از اوست» (جلالی، ۱۳۸۳). یکی از اتفاقات مهمی که در دهه ۴۰ هجری در سینمای ایران رخ داد، فروش کم نظیر فیلم گنج قارون (سیامک یاسمی، ۱۳۴۴) و نمایش فیلم شب قوزی (فرخ غفاری، ۱۳۴۳) است. شب قوزی بر خلاف این فیلم شرایط جامعه را نشان می دهد و از جمله معدود فیلم هایی است که در آن سال ها فیلمنامه ای اقتباسی دارد. شب قوزی مورد توجه منتقدان قرار گرفت، ولی فروش چندانی نداشت؛ اما مهمترین اتفاقی بود که در این سالها افتاد که می توان گفت یکی از اتفاق های مهم سینمای ایران باشد. علاوه بر تولید فیلم شب قوزی تا سال ۱۳۴۸ که فیلم های قیصر و گاو ساخته می شوند، دو فیلم دیگر ساخته شد که از هر لحاظی در تقابل با سینمای رایج ایران قرار می گرفت؛ خشت و آینه (۱۳۴۳) اثر ابراهیم گلستان که نه تنها از هر نظر مخالف با سینمای فیلم فارسی بود بلکه شکل روایت و ساختار سینمایی مدرن فیلم هم نمونه ای بدیع در سینمای ایران به شمار می آید. «با فیلم خشت و آینه است که سینمای روشنفکری موجودیت یافت و به عنوان یک سینمای آلترناتیو در مقابل سینمای فیلم فارسی مطرح شد» (جاهد، ۱۳۸۴). در اواخر دهه ی ۴۰ یعنی سالهای ۱۳۴۸ و ۱۳۴۹ هجری شمسی، سه فیلم سینمایی ساخته شد که تحول عظیمی در ساختار سینمای ایران به وجود آوردند. قیصر، گاو و آرامش در حضور دیگران فیلم هایی بودند که از سینمای فیلم فارسی فاصله گرفتند و جریان تازه های را در سینمای ایران نوید دادند. «سال ۱۳۴۸ نقطه عطفی در تاریخ سینمای ایران است. کیمیایی و مهرجویی و تقوایی فیلمهای قیصر، گاو، آرامش در حضور دیگران را می سازند. هدف مشترک این فیلمسازان دوری جستن از بازار فیلم فارسی بود و خلق سینمایی که سنت ناپایدار فیلم هایی مانند شب قوزی و خشت و آینه را تداوم بخشد» (حیدری، ۱۳۷۷).

آنچه که در خصوص سه فیلم قیصر، گاو و آرامش در حضور دیگران به عنوان مهمترین آثار موج نو، مشهود است مقوله ادبیات و تأثیرپذیری از آن است. دو فیلم از سه فیلمی که آغاز موج نو را با تولید آنها می دانند، از ادبیات اقتباس شده اند و فیلم دیگر یعنی قیصر توسط فیلمسازی نوشته شده که با توجه به فیلمنامه اثر، شیوه داستنگویی و حتی دیالوگ نویسی، مشخص است که با ادبیات قرابت دارد؛ بنابراین خاستگاه موج نوی سینمای ایران را باید در ادبیات جست و نه تنها این سه فیلمساز بلکه حضور فیلمسازان دیگری در جریان موج نو همچون ابراهیم گلستان، بهرام بیضایی، بهمن فرمان آرا، علی حاتمی و ... این فرضیه را تأیید می کنند. گلشیری یکی از نویسندگان نوگرای ایرانی که در نوشتن فیلمنامه شازده احتجاب مشارکت داشته، در این باره می نویسد: «سینمای ایران بیش و کم مدیون داستان های داستان نویسان معاصر است و اغلب فیلم های قابل ذکر بازسازی شده ی داستان های معاصر است: شوهر آهو خانم نوشته علی محمد افغانی، آرامش در حضور دیگران، گاو ف اشغالدونی از ساعدی، تنگسیر چوپک، آوسنه ی باباسبحان دولت آبادی، داش آکل هدایت، شازده احتجاب و معصوم اول من، وام هایی است به سینما. حتی بعضی از کارگردانان خود ابتدا داستان نویس یا نمایشنامه نویس بوده اند، از گلستان گرفته تا تقوایی و زکریا هاشمی و بیضایی...» (گلشیری، ۱۳۷۸).

ساخته شدن فیلم هایی که در تضاد با فیلم فارسی ها بودند باعث شد تا بعدها منتقدین سینما از آن به عنوان موجی در برابر سینمای بدنه یاد کنند. عده ای از آنها حتی پارا فراتر گذاشته و متاثر از جریان اصیل سینمای هنری اروپا نام «موج نو» بر این دست از فیلم ها نهادند. «موج نوی سینمای ایران، جنبشی سینمایی بود که در دهه ی چهل شمسی در سینمای ایران شکل گرفت. این جنبش که فیلم سازانی با سبک ها و گرایش های متفاوت را دربر می گیرد، به عنوان یک جریان سینمایی رادیکال به وجود آمد و پاسخی به نیازهای مخاطبان سینمای هنری، روشنفکرانه و جدی ایرانی بود که از سینمای فارسی و تولیدات آن خسته و دلزده بودند و سینمایی را طلب می کردند که بتواند مسائل مهم جامعه ایران را بیان کرده و از نظر زیبایی شناسی و ساختار روایی، مدرن و پیشرو باشد» (یورو نیوز: پرویز جاهد). همانطور که اشاره شد عنوان موج نو توسط منتقدین در آن دوره بعد از اکران چند فیلم به آنها اطلاق شد:

«کیمیایی: ما این عنوان (موج نو) را انتخاب نکردیم. مطبوعات خودشان این اسم را روی ما گذاشتند»

- مهرجویی: هم زمان با اعتراض های مان بود. روزنامه ها نوشتند موج نو سینمای ایران و سینمای متفاوت. فکر کنم فریدون رهنما این عنوان را مطرح کرد. او خیلی در تئوری روز سینما خبره بود. آندره بازن و رابین وود و امثالهم را خوب می شناخت. یک کنفرانس مطبوعاتی هم داشتیم.

کیمیایی: من هم سخن گو بودم در آن کنفرانس. مدام از من در مورد موج نو می‌پرسیدند و من حرفی برای گفتن نداشتم چون ما این عنوان را برای خودمان انتخاب نکرده بودیم. خلاصه حکومت ماجرا را خیلی سفت گرفت. خیلی مسلط بودند به اوضاع. خوب می‌دانستند که چه کسی مشغول چه کاری است. ما ۱۷ نفر بودیم که از جریان غالب سینمای آن دوران جدا شدیم. بعد آقای فردین به ما خرده گرفت که شما اسم خودتان را گذاشته‌اید پیشرو. مگر ما پس‌رو هستیم که هژیر داریوش رفت آن بالا و گفت آدم که چلوکبابی باز می‌کند، اسمش را می‌گذارد چلوکبابی خوشمزه، نمی‌گذارد چلوکبابی بدمزه!» (گفتگوی خواندنی میان مسعود کیمیایی و داریوش مهرجویی: سایت مد و مه)

موج نو اما جریانی نبود که یک شبه و با ساخته شدن چند فیلم حاصل شود. این موج مقدماتی داشت: «بازگشت سینماگران ایرانی تحصیل کرده در رشته سینما از غرب (فریدون رهنما، فرخ غفاری، هوشنگ کاووسی، هژیر داریوش، پرویز کیمیایی، داریوش مهرجویی، آربی اوانسیان، کامران شیردل، بهمن فرمان آرا، سهراب شهیدثالث و...)»

– تاسیس کانون فیلم تهران به وسیله فرخ غفاری و نمایش آثار شاخص و برجسته سینمای کلاسیک و هنری اروپا و آمریکا و آشنایی سینماگران ایرانی با آثار سینمای مدرن

– رشد ادبیات و نقد سینمایی و گفتمان انتقادی فیلم در ایران، تاثیر جنبش‌ها و جریان‌های سینمایی مدرن مثل نئورئالیسم ایتالیا و موج نوی فرانسه

– تاسیس استودیو گلستان و شکل‌گیری و تحول سینمای مستند و تاثیر آن بر بیان سینمایی فیلمسازان ایرانی

– شکل‌گیری جشنواره‌های سینمایی و هنری مثل جشن و هنر شیراز و جشنواره جهانی فیلم تهران

– رشد و تاثیر ادبیات داستانی، تئاتر و هنر مدرن و ارتباط خلاق بین سینماگران، نویسندگان و هنرمندان

– تاسیس بخش سینمایی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

– تاسیس دانشکده‌های سینمایی در ایران

بدین گونه موج نوی سینمای ایران، اگرچه برخلاف هم‌تاهای فرانسوی یا آلمانی یا برزیلی، به عنوان جریانی سینمایی با استراتژی و اهداف سینمایی مشخصی شناخته نمی‌شود و بیشتر کوشش‌های فردی و پراکنده‌ی برخی سینماگران شاخص و صاحب سبک مثل مهرجویی، کیمیایی، تقوایی، شهیدثالث، نادری و بیضایی است، اما وقتی حاصل این کوشش‌های پراکنده و متنوع را در کنار هم قرار می‌دهیم، به جریانی مهم و تاثیرگذار با هویت سینمایی ویژه و متمایز با جریان غالب سینمای تجاری ایران مواجه می‌شویم که نمی‌توان از اهمیت و تاثیرگذاری آن غافل ماند» (پرونیوز: پرویز جاهد).

فیلم‌های معروف به موج نو با فیلم‌هایی مستند و داستانی از ابراهیم گلستان مثل «خشت و آینه»، «جنوب شهر» و «شب قوزی» از ساخته‌های فرخ غفاری و «سیاوش در تخت جمشید» فریدون رهنما آغاز شدند و زمینه را برای تحولی جدی در سینمای ایران و ظهور سینماگران مدرن و خلاق مثل مهرجویی، تقوایی، کیمیایی، بهرام بیضایی، امیر نادری، آربی اوانسیان، پرویز کیمیایی، محمدرضا اصلانی، کامران شیردل، سهراب شهیدثالث و عباس کیارستمی آماده کردند. آقای هالو (داریوش مهرجویی، ۱۳۴۹)، رضا موتوری (مسعود کیمیایی، ۱۳۴۹)، آدمک (خسرو هریتاش، ۱۳۴۹)، مغول‌ها (پرویز کیمیایی، ۱۳۵۲) آرامش در حضور دیگران (ناصر تقوایی، ۱۳۵۲)، تنگنا و تنگسیر (امیر نادری، ۱۳۵۲)، زیر پوست شب (فریدون گله، ۱۳۵۳)، شازده احتجاب (بهمن فرمان آرا، ۱۳۵۳)، اسرار گنج دره جنی (ابراهیم گلستان، ۱۳۵۳)، گوزن‌ها (مسعود کیمیایی، ۱۳۵۴) و باقی فیلم‌های این گروه همگی به نوعی بازتاب شرایط سیاسی-اجتماعی ایران بودند. موج نو بعد از پیروزی انقلاب در سال ۵۷ خورشیدی هم ادامه پیدا کرد.

۳-۶- موج نوی سینمای ایران نسل دوم

بعد از انقلاب اسلامی، موج نوی سینمای ایران با نسل دوم فیلم‌سازی روبرو شد. شروع دوران فیلم‌سازی بعد از تحولات سیاسی و اجتماعی در کشور، بستر مناسبی را برای تغییرات سینمایی و جریان‌های ناشی از آن فراهم آورد. از جمله فیلم‌های تاثیرگذار در شکل‌گیری نسل دوم موج نوی سینمای ایران می‌توان به فیلم‌های سینمایی دوده، طعم گیلاس، بچه‌های آسمان، زیر پوست شهر، طلای سرخ، زمانی برای مستی اسب‌ها و همین‌طور گبه اشاره کرد.

۳-۷- موج نوی سینمای ایران نسل سوم

سومین و آخرین نسل از موج نوی سینمای ایران در دهه ۸۰ شمسی شکل گرفت. اصغر فرهادی در این موج نقشی اساسی ایفا کرد. رشد و ارتقای فیلم‌سازی ایران در این دوره به علاوه روی کار آمدن نسل جدیدی از کارگردانان و بازیگران، شرایط خوبی را برای شکل‌گیری نسل سوم موج نوی سینمای ایران فراهم کرد. از فیلم‌های سینمایی موج نوی سوم سینما می‌توان به فیلم‌های درباره‌الی، جدایی نادر از سیمین، نفس عمیق و هم‌چنین فروشنده اشاره کرد.

موج نوی سینمای ایران همانقدر که تئوریسین ها و هواداران زیادی داشت در مقابل منتقدین و مخالفین جدی ای هم پیش روی خود می‌دید. یکی از این مخالفین، ابراهیم گلستان؛ از مبدعین موج نو سینمای ایران است؛ نویسنده و کارگردان شهیر ایرانی که معتقد است در سینمای ایران موج نو وجود ندارد: «آخه این قضیه (پیدایش موج نو در سینمای ایران) خیلی پرته. تو به من میگی درباره چیزی حرف بزنم که بهش اعتقاد ندارم. در تو یک تصورات و فکریهائی هست که فکر می‌کنی اون هائی که فیلم ساختند، درس خونند» (ابراهیم گلستان، ۱۳۸۴). برخی منتقدین نیز بر این باورند موج نو آنطور که در فرانسه پدید آمد و عقبه تئوری و فکری مستحکمی پشت آن بود در ایران شکل نگرفت و اصولاً نمی‌توان برای ساخته شدن چند فیلم به زعم آنها شبه روشنفکری در دهه چهل عبارت موج نو را نام نهاد. «سینمای اروپا را براساس جریان‌ها و سینمای آمریکا را بر مبنای ژانر تعریف می‌کنند. موج نو در سینمای اروپا به دنبال جریانی است که ژانر در آن کمرنگ و تاریک شده است از طرف دیگر قیمت ابراز فیلمسازی پایین آمده بود و فرصت فیلم سازی در خارج از استودیو برای جوان‌ها به وجود آمده بود؛ اما در ایران تولید فیلم گاو محصول پولدار شدن دولت در مشارکت آن در ساخت فیلم های سینمایی توسط افرادی همچون مهرجویی، نصرت کریمی، شهید ثالث و مسعود کیمیایی است» (ایلنا، نشست بررسی جریان فیلم فارسی، حسن حسینی). «موج نو مفهومی است که مثل فیلم فارسی تعین ندارد و تعریف روشنی از آن در دست نداریم. نکته‌ی اصلی مورد نظر من این است که موج نو پدیده‌ای برآمده از واقعیت تولید سینمای ایران نیست، بلکه برساخته‌ی ذهن منتقدان است؛ یعنی گروهی از منتقدان، به دلایلی که به آن اشاره می‌کنیم، کوشیدند آن تلقی ذهنی را که از مفهوم موج نو فرانسه داشتند، بدون توجه به تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی دو جامعه در سینمای ایران بازتولید کنند؛ بنابراین می‌خواهم بگویم موج نو بیشتر پدیده‌ای مرتبط با تاریخ نقد فیلم در ایران است تا تحول تاریخی تولید فیلم در ایران» (سایت ماهنامه شبکه آفتاب، حسن حسینی).

۴- پیشینه تحقیق

سینا و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی تحت عنوان تحلیل اجتماعی تکوین موج نوی سینمای کرد بر بستر سینمای قومی ایران پرداختند. تحلیل و واکاوی جریان های سیاسی-اجتماعی موثر بر شکل گیری موج نوی «سینمای کرد» در دوران اصلاحات، هدف اصلی این مطالعه بوده است. به همین منظور در یک خوانش استنتاجی و به روش تفسیری-تحلیلی در قالب یک تحلیل مقوله بندی با استناد به مدل پیشنهادی محققان که شکل بومی شده نظریه نول اسمیت، تری لاول و جرج هواکو در پیدایی موج های نو سینمایی است، به چگونگی تکوین «فیلم به زبان کردی» بر بستر سینمای روشنفکری ایران تحلیل گردید. این مطالعه نشان داد که در نیمه دوم دهه هفتاد شمسی و فراهم شدن شرایط مناسب ساختاری برای تشکیل جنبش های سینمایی نوظهور، ابتدا «سینمای قومی ایران» و سپس جنبش ساخت فیلم به زبان کردی شکل گرفت که بعدها فیلم سازان این جنبش با برجسته سازی مشخصه های سبکی جدید در فیلم هایشان و نیز روی آوردن به تولید مشترک فیلم با منطقه کردستان عراق و همسویی با جریان های مشابه در اروپا و ترکیه، توانستند ضمن حفظ مشترکاتی با سینمای ایران خود را از آن متمایز سازند و شرایط لازم برای ایجاد موج نوی «سینمای کرد» را پدید آورند.

صادقی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی تحت عنوان تحلیل جامعه شناختی روند شکل گیری و تحول جریان موج نو سینمای ایران (۱۳۵۷-۱۳۴۸) پرداختند. تحقیق فوق با اتخاذ رویکرد بازتاب درپی این است که مشخص کند بین شرایط و زمینه های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و نیز جریان روشنفکری ایران بعد از اصلاحات ارضی از یک سو و از سویی دیگر فیلم های موج نو سینمای ایران چه رابطه ای وجود دارد. این تحقیق کیفی با به کارگیری تکنیک تحلیل نشانه شناختی به مطالعه این فیلم ها پرداخته است. یافته های این تحقیق نشان می دهد که تحولاتی که در عرصه های ذکر شده جامعه ایران را تحت تاثیر قرار داده بود به طور مثبت یا منفی در فیلم های مورد مطالعه انعکاس داشته است. از جمله این تحولات می توان به موارد زیر اشاره کرد: تغییر ساختار اجتماعی در نتیجه مهاجرت به شهرها، تغییر نقش اجتماعی زنان و حضور اجتماعی آنها، تقابل سنت و مدرنیته، تغییر نظام اقتصادی بعد از اصلاحات ارضی، اقتصاد تک محصولی و وابستگی به نفت، رواج مناسبات سرمایه دارانه، رشد مصرف گرایی، فساد و ناکارآمدی حاکم بر حکومت، جو نارضایتی و بی اعتمادی عمومی، بوجود آمدن حرکات چریکی، غرب گرایی یا غرب زدگی، ورود عناصر فرهنگی جدید، فقر فرهنگی، نقش اجتماعی مذهب، نفی غرب گرایی، بازگشت به خویشتن، تعریف جدید از دین، نقش اجتماعی روشنفکران، تقدیس مبارزه، انتقاد از روشنفکران به خاطر بی عملی و تسلیم شدگی و ...

امانی (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان تاثیر سینمای موج نو ایران د جنبش های اجتماعی سال های ۱۳۴۷-۱۳۵۷ ه.ش پرداخت. سینما به عنوان یکی از پدیده های هنری دوران مدرن سهم زیادی در زندگی روزمره انسانها دارد و به عنوان یکی از موضوعات جامعه شناسی هنر مورد بررسی قرار می گیرد. در ایران با ورود به عرصه ی مدرنیزاسیون، سینما نیز گسترش یافت و به عنوان هنری وارداتی از دربار به سطح جامعه کشانده شد. روند گسترش این هنر جدید در مضمون نیز توسعه یافت و از جنبه ی

صرفاً سرگرم کننده و آرمانی به حوزه ی تفکر و واقعیت کشانده شد. سینمای فیلم فارسی دهه ی سی و چهل شمسی، زمینه را برای به وجود آمدن سینمای روشنفکری و موج نو فراهم کرد. در فاصله ی سال های ۱۳۴۷-۱۳۵۷ فیلم هایی در ایران ساخته شد که علاوه بر موضوعات واقعی، مضمون و بیانی انتقادی از اوضاع اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی داشت و همین مسئله می توانست زمینه را برای آگاهی های جمعی و بروز جنبش های اجتماعی فراهم آورد.

اجلالی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان بررسی تطبیقی تصویر شهر در سینمای موج نو ایران و فرانسه پرداختند. مسئله اساسی پژوهش فوق ابتدا پرداختن به رابطه ی میان شهر و سینما و در مرحله ی بعد بررسی تطبیقی تصویرهایی است که از شهر در فیلم های سینمایی در دو مقطع مهم تاریخی - سینمایی دو کشور ایران و فرانسه (موج نو) به نمایش درآمده اند. تلاش برای روشن تر شدن چگونگی درک شهر و تصویر ذهنی آن نزد شهروندان، همواره یکی از دغدغه ها و موضوع های مورد مطالعه بسیاری از کارشناسان مسایل شهری بوده است. در این میان به نظر می رسد عدم توجه کافی به منبع تصویری مهمی چون سینما موجب شده تا مباحث تحلیلی درباره ی تصویرهایی که از شهر در این هنر - صنعت - رسانه ی مهم قرن اخیر بازتاب یافته تا حد زیادی مسکوت باقی بماند. تحلیل محتوای ساخت گرایانه ی فیلم های مورد مطالعه در پژوهش فوق با استفاده از روش نشانه شناسی نشان می دهد که نوع نگاه به شهر و شهرنشینی و در نتیجه تصویری که از شهر در موج نو فرانسه و ایران به نمایش درآمده بسیار متفاوت و گاه در تضاد است. شهر در موج نو فرانسه بستری است برای پرسه زندی، احساس رهایی و آزادی، شادی و گردش، امنیت و زیبایی، برخورد های اتفاقی، تنوع و همچنین جایگزینی برای رباط سنتی خانوادگی؛ اما در سینمای موج نو ایران، شهر به عرصه ی انتقام گیری و یا شکست قهرمانان شهری فیلم ها تبدیل می شود؛ شهری افسارگسیخته و نامتجانس، حاوی تضادهای کالبدی و اجتماعی متعدد، با پوسته ای بعضاً مدرن اما شهرنشینی سنتی، نقطه ی مقابل امنیت فضاهای خصوصی، درحال گذار از مقیاس اسانی به فرانسائی و گاه هراس انگیز که گویی هیچ چشم انداز روشنی را برای آینده متصور نیست.

غلامعلی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی تحت عنوان تأثیر روایت مدرن بر موج نوی سینمای ایران (مورد کاوی: فیلم های گاو و شازده احتجاب) پرداختند. سینمای ایران از آغاز تا امروز تحولات مختلفی را به خود دیده است. جریانی به نام موج نو سینمای ایران، در دهه های ۴۰ و ۵۰ هجری شمسی، ساختار سینمای ایران را دگرگون کرد. فیلم هایی که تا آن زمان تولید می شدند از لحاظ فرم و ساختار سینمایی و به ویژه شیوه روایتگری در سطح بسیار نازلی قرار داشتند و اصول متعارف فیلم سازی غالباً در آنها رعایت نمی شد. در دهه های ۴۰ و ۵۰ هجری بر اثر عوامل اجتماعی و تغییرات که در مناسبات سنتی جامعه رخ داد، فیلمسازانی که با محافل روشنفکری، فرهنگی، ادبی و هنری جامعه ایران و نیز جهان در ارتباط بودند، فیلم هایی برخلاف سینمای غالب تولید کردند که دارای ارزش های زیباشناختی فراوانی بودند. خاستگاه اصلی موج نو، ادبیات داستانی و به ویژه ادبیات داستانی مدرن است. ارتباط سینماگران با ادبیات، موجب تحول در شیوه های روایتگری آثار سینمایی آنها گردید. در پژوهش فوق، با استفاده از توصیف و تحلیل و به شکل کیفی، ادبیات و روایت مدرن، چگونگی شکل گیری آن، تأثیر ادبیات داستانی مدرن بر شکل روایت در فیلم های گاو و شازده احتجاب (از مهم ترین آثار موج نو) مورد پژوهش قرار گرفته و نتایج به دست آمده که نشان دهنده تأثیر جریان ادبی مدرن بر موج نو می باشد، ارائه گردیده است.

۵- نتیجه گیری

موج نوی سینمای ایران همچون دیگر جریان ها و جنبش های سینمایی مرهون شرایط تاریخی و سیاسی و اجتماعی و اقتصادی دوران خویش است. موج نوی سینمای ایران به عنوان یکی از مهمترین تحولات در سینمای قبل از انقلاب ایران است، هرچند مطابق با الگوهای مرسوم یک موج نو، همچون موج نوی سینمای فرانسه و یا ابرهاوزن نیست ولی با ورود این موج، جریان و سینمایی متفاوت با سینمای گذشته به وجود آورد. از اتفاقات مهمی که در دهه ۴۰ هجری در سینمای ایران رخ داد، سه فیلم سینمایی ساخته شد که تحول عظیمی در ساختار سینمای ایران به وجود آوردند. قیصر، گاو و آرامش در حضور دیگران فیلم هایی بودند که از سینمای فیلم فارسی فاصله گرفتند و جریان تازه های را در سینمای ایران نوید دادند. سال ۱۳۴۸ نقطه عطفی در تاریخ سینمای ایران است. کیمیایی و مهرجویی و تقوایی فیلم های قیصر، گاو و آرامش را ساختند. هدف مشترک این فیلمسازان دوری جستن از بازار فیلم فارسی بود. دو فیلم از سه فیلمی که آغاز موج نو با تولید آنها آغاز شد، فیلم گاو و قیصر بود زیرا از ادبیات اقتباس شده و فیلم توسط فیلمسازی نوشته شده که با توجه به فیلمنامه اثر، شیوه داستانگویی و حتی دیالوگ نویسی آن، مشخص است که با ادبیات قرابت دارد؛ بنابراین خاستگاه موج نوی سینمای ایران را باید در ادبیات جست. موج دوم که بعد از انقلاب اسلامی، موج نوی سینمای ایران با نسل دوم فیلم سازی روبرو شد. فیلم های سینمایی دونه، طعم گیلان، بچه های آسمان، زیر پوست شهر، طلای سرخ، زمانی برای مستی اسب ها و همین طور گبه اشاره کرد. سومین و آخرین نسل از موج نوی سینمای ایران در دهه ۸۰ شمسی شکل گرفت. اصغر فرهادی در این موج نقشی اساسی ایفا کرد. از فیلم های سینمایی موج نوی سوم سینما می توان به فیلم های درباره الی، جدایی نادر از سیمین، نفس عمیق و همچنین فروشنده اشاره کرد. سینماگران موج نو توانستند از

طریق ارتباطی که سینما و ادبیات جهان و کشور و به خصوص نویسندگان مدرن ایرانی، سطح فکری بازتر و بالاتر نسبت به سینماگران گذشته را نشان دهند؛ بنابراین زمانی که شروع به فیلمسازی کردند، نگاه متفاوتی را عرضه کردند. علاوه بر تأثیرگذاری ادبیات مدرن بر مضامین و ساختار روایی این فیلم ها، کارگردانان موج نو در عین حال که بسیاری از آنها در زمینه سینما تحصیلات دانشگاهی نداشتند و فیلمسازی تجربی بودند، توانستند آثاری تولید کنند که از لحاظ ساختار سینمایی مانند مؤلفه های میزانشن، تدوین، بازیگری، فیلمبرداری و در نهایت اصول فیلمنامه نویسی در حد و اندازه های استاندارد سینمای جهان را رعایت کنند. آثار متعددی در موج نوی سینمای ایران وجود دارد که از شیوه های روایتگری مدرن برخوردارند. هرچند از نظر منتقدان سینما موج نو مفهومی است که مثل فیلم فارسی تعین ندارد و تعریف روشنی از آن در دست نداریم؛ اما نکته ای اصلی این است که موج نو پدیده های برآمده از واقعیت تولید سینمای ایران نیست و مانند موج نو در فرانسه و آمریکا و سایر کشورهای ابر سینمایی جهان نبوده و نیست.

منابع

۱. آبراهامیان، یرواند، (۱۳۸۹)، «تاریخ ایران مدرن»، ترجمه محمد ابراهیم فتاحی، تهران: نشر نی
۲. امید، جمال، (۱۳۶۹)، «تاریخ سینمای ایران». تهران: نشرنگاه
۳. اجلالی، پرویز؛ گوهری پور، حامد، (۱۳۹۲)، «بررسی تطبیقی تصویر شهر در سینمای موج نو ایران و فرانسه»، دو فصلنامه دانشگاه هنر، شماره ۱۲
۴. امانی، میثم، (۱۳۹۳)، «تأثیر سینمای موج نو ایران در جنبش های اجتماعی سالهای ۱۳۴۷-۱۳۵۷ ه.ش»، خردنامه، شماره ۱۲
۵. تهامی نژاد، محمد، (۱۳۸۰)، «سینمای ایران»، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی
۶. جاهد، پرویز، (۱۳۸۴)، «نوشتن با دوربین، رو در رو با ابراهیم گلستان»، نشر اختران، چاپ دوم
۷. جلالی، پرویز، (۱۳۸۳)، «دگرگونی اجتماعی و فیلم های سینمایی در ایران، جامعه شناسی فیلم های عامه پسند (۱۳۰۹-۱۳۵۷)»، تهران، انتشارات فرهنگ و اندیشه
۸. حیدری، غلام، (۱۳۷۷)، «فیلمسازان نام آور سینمای ایران و مقام و جایگاه آنها»، فصلنامه سینمایی فارابی، شماره ۳۲ و ۳۳، صص ۴-۴۴
۹. دریابندری، نجف، (۱۳۴۸)، «قیصر، پس از بیست سال سیاه مشق»، کیهان، ش ۷۹۵۶، یکشنبه ۵ بهمن، ص ۱۲
۱۰. راودراد، اعظم، (۱۳۹۷)، «جامعه ایران در آینه سینما»، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول
۱۱. سینا، خسرو؛ افشار، حمیدرضا، (۱۳۹۵)، «تحلیل اجتماعی تکوین موج نوی سینمای کرد بر بستر سینمای قومی ایران»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال دوازدهم، شماره ۴۵
۱۲. صادقی، علی؛ راد، فیروز، (۱۳۹۳)، «تحلیل جامعه شناسی روند شکل گیری و تحول جریان موج نو سینمای ایران (۱۳۵۷-۱۳۴۸)»، نشریه مطالعات جامعه شناسی، سال ششم، شماره ۲۴، صص ۵۰-۳۵
۱۳. صابری، محمد؛ تورک، محمت سزای، (۱۳۹۶)، «خلاق و ارزش های انسانی در فیلم های سینمایی قبل و بعد از انقلاب اسلامی ایران (مقاله مروری)»، نشریه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۱-۱۲
۱۴. صدر، حمیدرضا، (۱۳۸۱)، «درآمدی بر تاریخ سیاسی سینمای ایران (۱۳۸۰-۱۲۸۰)»، ناشر: نشر نی، چاپ اول
۱۵. طالبی نژاد، احمد، (۱۳۹۷)، «کتاب موج نو»، ناشر: چشمه، چاپ اول
۱۶. غلامعلی، اسدالله؛ شیخ مهدی، علی، (۱۳۹۱)، «تأثیر روایت مدرن بر موج نوی سینمای ایران (مورد کاوی: فیلم های گاو و شازده احتجاب)»، نشریه هنرهای زیبا - هنرهای نمایشی و موسیقی دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۲۵-۳۴
۱۷. فیلم مستند تاریخ سینمای ایران. (۱۳۸۴). قسمت اول، تصویر دنیای هنر
۱۸. قبادی کیا، علی؛ یام خانبانی، علی اکبر، (۱۳۹۴)، «رهگیری تحول نظریه فیلم و سینما از دیدگاه نظریه پردازان سینمایی»، دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در مهندسی، علوم و تکنولوژی، کشور امارات، دبی
۱۹. گلشیری، هوشنگ، (۱۳۷۸)، «باغ در باغ»، جلد دوم، انتشارات نیلوفر، تهران
۲۰. محمدی، مجید، (۱۳۸۰)، «سینمای امروز ایران». تهران: جامعه ی ایرانیان
۲۱. مهربانی، مسعود، (۱۳۷۱)، «تاریخ سینمای ایران از آغاز تا سال ۱۳۵۷»، نشر مولف، چاپ هفتم
۲۲. هیوارد، سوزان، (۱۳۹۳)، «مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی»، مترجم: فتح محمدی، نشر هزاره سوم، چاپ پنجم
23. Massey JR. (2004). Method for the sale of movies prior to the production thereof. U.S. Patent; 6(7): 410-411

24. Philips W. (2005). Cinema basics. Translated by: Ghasemian R. Tehran. Saghi publication. P. 5- 6. (In Persian)
25. Yazdanju P. (2004). Thought: Some chapters in cinema philosophy. Tehran. Markaz Nashr Publication. (In Persian).
26. Fa.Wikipedia.Org/Wiki
27. Persian.Euronews.Com/2016/01/27/Iran-New-Wave-Cinema-Review-In-Finland
28. Www.Magazine.Aftabnetdaily.Com
29. Www.Ilna.Ir
30. Www.Madomeh.Com/Site/News/News/3655.Htm

پژوهش در هنر و علوم انسانی

بررسی نوآوری هنرمندان و بافندگان قالی‌های تصویری دوره
قاجاریه در استمرار هویت و فرهنگ ایرانی
الهه ایمانی

نمادهای مشترک میان آیین مهر و دین مسیحیت
سمانه (ثمین) رستم بیگی

مطالعه بیش‌متنهای ادبی در آثار هانیبال الخاص با توجه به
نظریه ترامتیت
آزاده لطفی پورنساچی، تکتّم فرمانفرمایی

صورت و معنای نقش مثلث به رنگ قرمز در سوزن دوزی
بلوچستان
مریم براهیمی، غلامرضا طوسی‌ان شاندیز

تحلیل جنبه نمایشی آیین‌های اسب چوبی و نخل گردانی
سبزوآر از منظر پال وودراف
فهمیه عباسی، جواد امین خندقی

تحلیل ویژگی‌های بصری-خلاقانه عکاسی تبلیغاتی مواد غذایی
بیلبوردهای منطقه ۵ شهر تهران
آمنه جباری نیک، منصور مهرنگار، پژمان دادخواه

بررسی تطبیقی «رگرسیون انسانی» در نمایشنامه‌های گوریل
پشمالو و هاملت با سالاد فصل در سازوکار «امر مدرن»
محمدرضا دبیرنیا

سه نسل موج نوی سینمای ایران
علیرضا عطا

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری،
خیابان شهید سبحانی، پلاک ۴۸، واحد ۴
کدپستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵

۰۲۱۳۳۲۰۲۴۸۷
۰۲۶۳۴۴۵۳۱۳۱
www.RAHS.ir

ISSN:2538-6298