

نقش عناصر نمادین در ساخت آینده تأملی آینده‌پژوهانه بر نقش رسانه در بازآفرینی اساطیر

محسن طاهری دمنه^۱، ابوالقاسم غیاشی زارچ^۲

چکیده

یکی از بارزترین وجوه آینده‌پژوهی به‌مثابه یک فناوری اجتماعی، تصویرپردازی از آینده مطلوب و طراحی اقداماتی برای تحقق این آینده است. شکل بخشیدن به واقعیت اجتماعی آینده در فضای بین‌الذهانی جمعی نیاز به رویکردها و ابزارهایی دارد که عمدتاً از جنس عناصر فرهنگی هستند و ریشه در تاریخ و عناصر نمادین مشترک و ارزش‌های یک اجتماع دارند. یکی از مهم‌ترین این عناصر، اسطوره است. در این مقاله ابتدا در چارچوب سنت پژوهش کیفی با تکیه بر روش تأملی و نظورریزی به تشریح نقش اسطوره در ساخت تصاویر ذهنی آینده پرداخته شده است و سپس دو مجموعه تلویزیونی «آب پریا» و «محلہ گل و بلبل» با استفاده از روش نقد اسطوره‌ای، تحلیل شده‌اند تا ظرفیت‌های رسانه برای بازآفرینی اسطوره‌ها به دقت بررسی شود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی به‌مثابه یکی از آبخورهای فرهنگی، ظرفیت بالایی برای استفاده از اسطوره‌ها به‌منظور تصویرپردازی از آینده مطلوب جمعی دارند؛ اما نکته مهم، فهم کهن‌الگوها و تلاش برای بازآفرینی مداوم اسطوره‌ها در قالب داستان‌هایی است که نسل‌های امروز و فردا، بتوانند با آن‌ها ارتباط برقرار کنند.

واژه‌های کلیدی

آینده‌پژوهی، آینده مطلوب، اسطوره، رسانه، کهن‌الگو

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۱۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۳/۱۸

۱. استادیار گروه مهندسی صنایع و آینده‌پژوهی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)
m.taheri@ast.ui.ac.ir

۲. استادیار گروه آموزش زبان فارسی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)
ghiassi@PLC.ikiu.ac.ir

مقدمه

جامعه به سرعت در حال تغییر است، طوری که انگار همگی ما در یک وسیله‌ایم و به ناکجاآبادی در زمان در سفریم. در چنین شرایطی تفکر در مورد آینده بلندمدت، حتی از منظر شخصی نیز غیرواقع‌بینانه می‌نمایند و به نظر می‌رسد آینده، مفهومی مبهم و دوردست، در زمان پیش روست (سردار^۱، ۱۳۹۶: ۱۵). از سوی دیگر نیاز و میل به دانستن در مورد آینده ویژگی انسان است. انسان‌ها در طول تاریخ وسایل و ابزارهای گوناگونی ایجاد کرده تا به پیش‌بینی و شفاف شدن آینده کمک کنند. یکی از بارزترین جنبه‌های این امر این است که به منظور انجام هر عمل و فعالیتی، همیشه باید مدل‌های ذهنی در مورد آینده بسازیم، یعنی توانایی ایجاد فرضیه و ارزیابی درباره چیزی که قرار است آینده باشد. این روند تصویرسازی از آینده نسبتاً ارادی است، اما عناصر نیمه خودآگاه را هم در برمی‌گیرد. وندل بل^۲ تصاویر^۳ و ارزش‌ها^۴ را دو بلوک سازنده هستی‌شناسی و نیز کلیدهای معرفت‌شناسی نظم اجتماعی می‌داند. از منظر او، این استنباط مهم که باورها و ارزش‌های بازیگران اجتماعی باید در ردیف اول تحقیقات علوم اجتماعی قرار گیرند، به دست می‌آید؛ اما مهم‌تر آن است که این مفهوم هسته‌ای، بخشی از یک دیدگاه بزرگ‌تر نسبت به جامعه، به‌عنوان یک فرایند و بخشی از چشم‌انداز تغییر اجتماعی است که در آن نظام باورها و ارزش‌ها، پیش‌برنده‌های اصلی هستند. نتیجه، نظریه اجتماعی است «شبیبه به جامعه‌شناسی دیالکتیکی» با تأکید بر «موازنه‌های پرمخاطره، همواره در حال تغییر، سیال و خودانگیخته» و «فرایندهای پی‌درپی ساختاردهی، ساختارشکنی و ساختاردهی مجدد». بل می‌نویسد که واقعیت اجتماعی «همواره در حال حرکت، لبریز از تنش، در حال نوسان و تجدید است» (Aligica, 2011: 611)

ما پیش‌فرض‌ها و باورهای عمیقی در مورد چگونگی چیزها و چگونگی رشد آن‌ها ساخته و سپس در مورد چگونه بودن آن‌ها در آینده نتیجه‌گیری می‌کنیم. این نتیجه‌گیری‌ها، تصاویر فردی و جمعی از آینده هستند. در این میان از جمله سازندگان این پیش‌فرض‌ها و باورهای عمیق، اسطوره‌ها هستند. درواقع، اسطوره‌ها وجه عینی شده تجربه اجتماعی بشر هستند و در شکل آرزوهای جمعی یک قوم یا ملت ظاهر می‌شوند (کاسیرر^۵، ۱۳۶۲: ۱۵). اسطوره‌ها همیشه در پی سؤال ناخودآگاه جمعی یک ملت از محیط پیرامونش شکل گرفته‌اند و بخشی از هویت

-
1. Ziauddin Sardar
 2. Wendell Bell
 3. Images
 4. Values
 5. Ernst Cassirer

جمعی محسوب می‌شوند. از سوی دیگر در دنیای مدرن، رسانه‌ها دریچه‌هایی هستند که ما را قادر می‌سازند ماورای محیط پیرامون خود را ببینیم (مرتضایی فریزهندی و ادریسی، ۱۳۹۳: ۷۶). رسانه‌ها نیز عرصه‌ای فراهم می‌آورند که روزه‌روز مسائل زندگی عمومی بیشتر در آن عرصه متجلی می‌شود.

رسانه‌ها اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ‌اند، چه به معنی هنر و اشکال نمادین و چه در معنای مدها، خلق و خوی‌ها، شیوه‌های زندگی و هنجارها. رسانه‌ها همچنین به منبع غالب تعاریف و تصاویر واقعیت اجتماعی در نزد افراد، گروه‌ها و جوامع تبدیل شده‌اند. آن‌ها داورهای ارزشی و هنجاری خود را به صورتی غیرقابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه‌های سرگرم‌کننده بیان می‌کنند (کلهر محمدی و رحمان‌زاده، ۱۳۹۶: ۲۲). نقش رسانه به‌عنوان یک عامل ارتباطی، نهادینه‌سازی ارزش‌ها در جامعه است و از طریق تبادل اطلاعات بین نسل حاضر و انتقال آن به نسل‌های آتی، نقش حیاتی در فرهنگ‌سازی و ایجاد احساسات مشترک بین افراد و جوامع دارد (قربان‌زاده سوار و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۳)؛ بنابراین به نظر می‌رسد که رسانه‌ها از طریق بازآفرینی اسطوره‌ها در هماهنگی با تغییرات اجتماعی، می‌توانند هویت و مقصد مشترک جمعی را تعریف و به جامعه عرضه کنند (Taheri Demneh & Morgan, 2018).

در ادامه با رویکردی تحلیلی به تشریح مفاهیم تصاویر آینده، اسطوره و کهن‌الگو پرداخته شده و در نهایت جایگاه رسانه در بازتولید اسطوره‌ها برای تصویرپردازی از آینده مطلوب بررسی شده است.

پیشینه پژوهش

این تحقیق، به بررسی نقش عناصر نمادین در ساخت آینده با توجه به نقش رسانه در بازآفرینی اساطیر از زاویه دید آینده پژوهانه می‌پردازد. محبی و جهان‌بخش (۱۳۹۵) برای ارزش دهی به فضا در معماری اسلامی و آثار هنری، وجود نمادها و نشانه‌های سمبلیک را الزامی می‌دانند و معتقدند که در معماری با استفاده از نمادها و نشانه‌ها، می‌توان فضایی عرفانی با هدف تداعی معانی مقدس و خاطرات جمعی مردم در فضاهای معماری و شهرسازی اسلامی ایجاد کرد. فتوتیان اردبیلی (۱۳۹۸) معتقد است که زیبایی‌شناسی نمادین در شکل‌گیری عناصر شهری مانند مناطق تاریخی و جغرافیایی نقش دارد. این مکان‌ها دارای ارزش و معنایی متفاوت و ویژه می‌شوند. «مردم سوداگران نمادها» هستند و برای آنها، نمادها یکی از راه‌های برقراری ارتباط فرهنگی است. مردم برای تبادل پیام، پیشینه، شئون اجتماعی و جهان بینی‌های خود از معنای نمادین مبلمان، طرح‌های معماری و شیوه‌های طراحی و طراحی منظر و شیوه‌هایی غیر کلامی استفاده می‌کنند.

گلشنی، جدیدی و اسکندری (۱۳۹۱) رسانه را دارای ویژگی «همه جا بودن» می‌دانند. با توجه به عصر سلطه ارتباطات، رسانه‌ها مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی را گسترش داده‌اند و هویت انسان معاصر را تحت تأثیر قرار داده‌اند. به نظر آنها، هویت انسان عصر حاضر، «هویت رسانه‌ای» است. رسانه‌ها می‌توانند هم باعث تقویت و تحکیم پایه‌های یک جامعه پیش بروند و هم در جهت عکس و در جهت تضعیف پایه‌های اصلی جامعه. رسانه‌های خبری نظیر روزنامه، مجله، کتاب، رادیو، تلویزیون، اینترنت و ... با توجه به تأثیرشان بر عقاید و زندگی مردم، واقعیت‌های سیاسی و اجتماعی خاصی را برای مردم خلق می‌کنند که این واقعیات، تعیین کننده چشم‌انداز مردم نسبت به جهان می‌شود. با توجه به فراگیر بودن رسانه‌ها، آنها وظیفه و حراست از محیط و مسئولیت انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر را برعهده دارند. گلشنی و همکاران نتیجه می‌گیرند که رسانه‌ها از یک سو احساس‌های عاطفی، محبت و صداقت را بر می‌انگیزند و از سوی دیگر، احساس زشتی، دشمنی، بی‌اعتمادی، دروغ و خشونت را زنده می‌کنند و این کارکرد رسانه‌ها، به‌طور طبیعی موجب پیدایش تضادهای درونی - رفتاری در مقیاس فردی و اجتماعی می‌شود.

آذرگون (۱۳۹۴) معتقد است دولت‌ها و گروه‌های اجتماعی می‌توانند با استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون و اینترنت سیاست‌های فرهنگی خود را در جامعه تبلیغ کنند و آنها را به گفتمان مسلط در جامعه تبدیل کنند و سطح آگاهی عمومی در جامعه و فرهنگ عمومی را ارتقاء دهند. پرسش اصلی که آذرگون به آن می‌پردازد این است که چگونه گفتمان خصوصی و دولتی در شکل دهی به گفتمان غالب توسعه فرهنگی در جامعه نقش دارند؟ او نتیجه می‌گیرد که تقابل و یا همکاری گفتمان‌های خصوصی و دولتی از یک سو اسباب تثبیت فرهنگ تساهل در جامعه و از سویی دیگر، سبب افزایش آگاهی فرهنگی در جامعه و بالا رفتن سطح سلیقه فرهنگی و در نهایت توسعه فرهنگی می‌شوند.

غیائی زارچ (۱۳۹۷) معتقد است که با ارائه شیوه‌ای نظام‌مند در استخراج اسطوره از متن، می‌توان به بررسی و کشف لایه‌های مشترک ادبی، فرهنگی و اجتماعی جوامع و ملل مختلف دست یافت. تحلیل لایه‌لایه‌ای علت‌ها به عنوان شیوه‌ای نوین در آینده‌پژوهی در چهار سطح به تحلیل آثار گذشته، حال و آینده می‌پردازد. سطح لیتانی؛ نظام اجتماعی؛ گفتمان و جهان بینی؛ و تحلیل اسطوره و استعاره لایه‌های مورد تحلیل در روش تحلیل لایه لایه ای هستند. او در این پژوهش از لایه چهارم که با نقد اسطوره‌های ادبیات تطبیقی مشترک است، استفاده کرده است تا سه روایت آزاد کردن سیصد زندانی از زندان توسط حلاج در تذکره‌الاولیای عطار، آزادسازی انسان‌ها توسط پرومته در پرومته در زنجیر ایشیل و آزادسازی پطرس از زندان توسط یک فرشته در کتاب مقدس را تحلیل کند.

این تحقیق، نقش عناصر نمادین در ساخت آینده به کمک بازآفرینی اساطیر بررسی خواهد کرد.

مبانی نظری پژوهش

تصاویر آینده

تصاویر آینده از باورها، آرزوها، عقاید و فرضیه‌هایی از آنچه آینده خواهد بود، تشکیل شده و ذاتاً نظام‌مند هستند. آن‌ها از دانش ساخته شده‌اند و چاشنی آن‌ها تخیل است. تصاویر آینده با اطلاعاتی در مورد گذشته، مفاهیمی از حال، دانش فرهنگی و اجتماعی، سلیقه شخصی، معیارها، نیازها و همچنین آرزوها، رؤیاها و آرمان‌ها ساخته می‌شوند و به صورت امید، ترس و انتظارات بروز می‌کنند و بر تصمیم‌گیری، انتخاب، رفتار و کنش ما تأثیر می‌گذارند. ما با تصمیمات خود یا می‌خواهیم آینده‌ای را مطرح کنیم که تصویر مثبت و مطلوب ما را پیروان یا تلاش می‌کنیم از وقوع آینده منفی و ناخوشایند اجتناب کنیم (Rubin, 2013: 40) تصاویر آینده یا به عبارتی دیگر تصویرسازی آینده، یکی از ارکان اصلی آینده‌پژوهی است. اینکه چرا گروه‌های گوناگون از مردم تصاویر متفاوتی از آینده دارند و این‌که چگونه تصاویر متفاوت از آینده منجر به رفتار و واکنش‌های متفاوت در زمان حال می‌شود و این‌که چگونه رفتارهای خاص در زمان حال، خود منجر به ایجاد تصاویر مختلف از آینده می‌شوند، از جمله پرسش‌های بنیادین در آینده‌پژوهی هستند (Dator, 2002: 303). تصاویر آینده تحت تأثیر نگرانی‌های اجتماعی و سیاسی زمان حال مانند جنگ، فقر، خشونت و فناوری قرار می‌گیرند (Kaboli & Tapio, 2017: 3-4)، با این وجود پولاک معتقد است تصاویر آینده ابزارهایی انسانی برای مقابله با عدم قطعیت‌های آینده هستند.

ما در طول زندگی خود چه به صورت خودآگاه و چه به صورت ناخودآگاه، تصمیماتی در مورد مسائل گوناگون اتخاذ می‌کنیم. هر فرایند تصمیم‌گیری چهار فاز یا مرحله عمده دارد:

- فراست و آگاهی؛ فهم یک موضوع یا مسئله خاص؛
- طراحی؛ طراحی راه‌حل‌های گوناگون برای رویارویی با مسئله درک شده؛
- انتخاب؛ انتخاب بهترین راه‌حل؛
- بکارگیری؛ بکارگیری راه‌حل انتخاب‌شده.

در دو فاز طراحی و انتخاب، فرد نه تنها مواردی را که قبلاً تجربه کرده است، بلکه آنچه را در آینده امکان اتفاق دارد، نیز مورد توجه قرار می‌دهد. این مسئله در واقع تصویرسازی از آینده است. این مسئله نمایان می‌سازد که چه در سطح فردی، چه سازمانی و چه ملی، رفتار کنونی

هر سیستم انسانی به تصاویر ساخته شده از آینده بستگی دارد (Ono, 2003: 738). بولدینگ^۱ این مقوله را به صورت زیر بیان می کند:

فرد یا ملتی که هیچ حساسیتی به گذر زمان و آینده پیش رو ندارد، احتمالاً رفتاری نوسانی، دمدمی و نامشخص از خود بروز می دهد و چنین سیستمی شانس کمی برای بقا دارد (Boulding, 1965: 7)؛ بنابراین بایستی اذعان داشت که رفتارهای کنونی ما که آینده را شکل می - دهند، خود متأثر از تصاویر ساخته شده در ذهن ما از آینده اند، پس اهمیت تصاویر آینده به مراتب بیشتر از رفتار کنونی است (Mau, 1967: 12).

در زمینه اثرات بلندمدت تصاویر آینده، پولاک^۲ با بکارگیری نظریه تغییرات اجتماعی و مطالعه تاریخ ۳۰۰۰ ساله تمدن بشری، بیان می دارد که تصاویر مثبت و سازنده از آینده، باعث شکوفایی و رشد فرهنگی جوامع شده و بالعکس تصاویر منفی، باعث رخوت و افول فرهنگی شده اند؛ بنابراین دوام و قوت فرهنگ، رابطه معنادار مثبتی با وجود تصاویر قوی از آینده دارد و لذا بدین گونه می توان با مطالعه تصاویر آینده، آینده های بدیل برای یک جامعه را پیش بینی کرد (Polak, 1973: 222). از منظر اجتماعی، تصاویر آینده نقش مهمی در درک تغییرات اجتماعی در رابطه با فرهنگ دارند؛ زیرا چنین تصاویری می توانند به غلبه بر موانع فرهنگی پیش روی تغییر، کمک کنند. به این معنی که چون تصاویر مثبت آینده حس هویت مقصد را برای یک فرهنگ خاص ایجاد می کنند، توانایی تشویق شهروندان را برای پذیرش تغییرات اجتماعی دارند و برای کنار زدن موانع فرهنگی که ممکن است در مقابل مقصد جمعی قرار گیرند، به کار گرفته شوند (Taheri Demneh & Morgan, 2018: 53).

ما بر اساس داستان هایی درباره این که چه کسی هستیم، چه اتفاقی می افتد و بعد از این به کجا می رویم، انتخاب های خود را انجام می دهیم. کسانی که می فهمند این داستان ها چگونه ساخته می شوند و چگونه می توان به آن ها شکل داد، احتمالاً بیش از بقیه می توانند کلیدهای قدرت را در آینده در دست داشته باشند. برای مدعیان تمدن، داشتن داستان خود یک ضرورت انکارناپذیر است؛ زیرا قطع یقین در صورت نداشتن چنین داستان و تصویری از آینده، به ناچار داستان دیگران بر ما تحمیل خواهد شد (Pourezat & Others, 2008: 890). در این میان یکی از ابزارهای منحصربه فرد در ساخت و انتقال تصاویر آینده، رسانه ها هستند. رسانه با ذهن احاد جامعه در ارتباط است و از این طریق می تواند تصاویر مشخصی را به جامعه منتقل کند و از همین طریق یعنی از طریق نفوذ بر ذهن جامعه و نشان دادن تصاویر مشخص از آینده، می تواند

1. Kenneth, E Boulding

2. Polak

بر رفتار جامعه اثرگذار باشد؛ اما رسانه برای برقراری ارتباط مؤثر با مردم، نیازمند ابزاری است که ذهن‌ها و فضای بین‌الذهانی جامعه را درگیر کند. این ابزار اسطوره‌ها هستند. در ادامه با استفاده از مفهوم کهن‌الگوی یونگ^۱ به اسطوره و نقش آن در ساخت واقعیت اجتماعی پرداخته شده است.

خواستگاه اولیه اسطوره

«ضمیر ناخودآگاه جمعی^۲» از جمله مفاهیمی است که روان‌شناسی تحلیلی (مکتب یونگ^۳) را از روان‌کاوی (فرویدیسیم^۴) متمایز می‌کند. زمان زیادی از نظریه فروید در باب ناخودآگاه فردی^۵ نگذشته بود که شاگرد وی کارل گوستاو یونگ نظریه استاد را گسترش داد و اظهار داشت که در لایه‌های زیرین ناخودآگاه فردی، ضمیر ناخودآگاه جمعی جای دارد (شکریایی، ۱۳۹۲: ۹۶). یونگ علاوه بر ناخودآگاه فردی، قائل به لایه‌های عمیق‌تری در ذهن است که تصاویر ذهنی جهان‌شمول را در خود جای داده است. ضمیر ناخودآگاه جمعی از روان خود فرد نشأت نمی‌گیرد، بلکه حاصل انباشت دلالت‌های روانی تجربیات عام بشر و به عبارتی میراثی روانی است که از بدو تولد در ذهن هر فرد جای دارد. یونگ تصاویر ذهنی جهان‌شمولی را که در این ضمیر ناخودآگاه جمعی جای دارند «کهن‌الگو^۶» می‌نامد و اسطوره را نمود آن می‌داند (موسوی گیلانی و مولوی، ۱۳۸۹: ۱۴۸). کهن‌الگوهای یونگی ناخودآگاه و زیست‌شناختی‌اند. سرگذشت شخصی فرع بر آن است. این کهن‌الگوها یا مثال‌های اولیه، در سراسر جهان و در مقاطع تاریخی مختلف، در اشکال گوناگون ظاهر شده‌اند. تفاوت ظاهری و پوشش، نتیجه شرایط اولیه محیطی و تاریخی است (کمبل، ۱۳۹۳: ۸۵).

برای مثال در اینجا به دو روایت اشاره می‌کنیم که در عصرها و فرهنگ‌های متفاوتی بروز پیدا کرده‌اند، اما از نظر ساختاری با هم شباهت دارند. به عبارت دیگر از کهن‌الگوهای یکسانی بهره می‌برند و دارای ساختار اسطوره‌ای مشابهی هستند، اما در دو جامعه مجزا و متمایز بازآفرینی شده‌اند.

1. Carl Gustav Jung
2. Collective Unconscious
3. Carl Gustav Jung
4. Freudianism
5. Personal Unconscious
6. Archetype

الف) تولد آتنا^۱

«آتنا دختر زئوس^۲ و متیس^۳ است. متیس باردار است و نزدیک به دنیا آوردن دخترش است که زئوس او را می بلعد. زئوس این کار را به توصیه اورانوس^۴ و گایا^۵ انجام می دهد که برای او فرمانروایی در آسمان را پیش بینی کرده بودند. وقتی موعد وضع حمل فرامی رسد، زئوس به هفائستوس^۶ دستور می دهد که سرش را با یک ضربه تبر از هم بشکافاند. از سر زئوس یک دختر کاملاً مسلح به بیرون می جهد. این دختر، الهه آتنا است، در حالی که فریاد جنگی بر می کشد که در آسمان و زمین می پیچد. الهه جنگاوری مسلح به نیزه و زره چرمین (نوعی چرم از پوست بز) است و نقش مهمی در جنگ با گولها^۷ ایفاء می کند» (Grimal, 1994).

ب) رؤیای سوم فاطمه بنت اسد (س)

«فاطمه بنت اسد می گوید: این رؤیا همچنان در ذهن من بود تا خداوند سه پسر به من عطا کرد: عقیل، طالب و جعفر سپس به علی (علیه السلام) حامله شدم. در آن ماهی که علی را به دنیا آوردم در خواب دیدم عمودی از آهن از وسط سر من جدا شد و در هوا به حرکت درآمد تا به آسمان رسید و سپس به سوی من بازگشت، در خواب پرسیدم: این چیست؟ به من گفته شد: این قاتل اهل کفر و صاحب پیمان پیروزی است. حمله او شدید است و از ترس او به وحشت درمی آیند. او کمک پروردگار برای پیامبرش و تأیید او علیه دشمنش است» (انصاری، ۱۳۸۳: ۲۲).

در این دو روایت هر دو نفر موقع وضع حمل از سرشان یک نوع سلاح خارج می شود. هر دو فرزند متولد شده ندای جنگ و پیروزی سر می دهند. یکی در جنگ با گولها و دیگری در جنگ با اهل کفر، کمک می کند و غیره، لازم به اشاره است که یک روایت مربوط به سرزمین یونان و دیگری مربوط به مکه است. ظاهر این دو روایت شباهتی به هم ندارند و در بافت

1. Athéna
2. Zeus
3. Métis
4. Ouranos
5. Gaïa
6. Héphaïstos
7. Géants

جداگانه و متمایز هستند، اما ساختار مشابهی دارند.

یونگ، شالوده خلق اسطوره‌ها، دیدگاه‌ها، اندیشه‌های مذهبی و برخی از انواع رؤیا را که بین فرهنگ‌های گوناگون و دوره‌های تاریخی مشترک‌اند، در ناخودآگاه جمعی می‌داند (فرضی، ۱۳۹۱: ۱۷۹). از نظر یونگ، کهن‌الگوها حاصل تجربیات ممتد انسانی بوده و پیوسته در حال نو شدن هستند و به شکل اساطیر جلوه می‌کنند. در واقع این اساطیر که نمود کهن‌الگوها هستند، در قالب رمزی تجلی می‌یابند و مداوم در حال تکرار شدن هستند؛ چون نیاز فطری بشراند و در هر دوره بدان‌ها نیاز است، لیکن در هر دوره بنا به اقتضای آن دوره اسطوره قدیمی ناپدیدشده و اسطوره‌ای جدید بنا به شرایط آن دوره، در قالبی نمادین و جدید ظهور می‌یابد (موسوی گیلانی و مولوی، ۱۳۸۹: ۱۴۵). الیاده می‌نویسد: اسطوره‌های باستانی به‌عنوان مهم‌ترین شکل تفکر جمعی موجب کامل شدن تاریخ می‌شوند که این امر در بطن جهان مدرن حفظ شده است؛ بنابراین، نمادهای اسطوره‌ای هرگز ناپدید نمی‌شوند، بلکه فقط به‌تناسب زمان تغییر شکل می‌دهند. چنانچه در ناخودآگاه فردی و جمعی انسان‌ها که به‌وسیله تفسیر رؤیاهایشان کشف می‌شود، نه‌تنها غول‌ها، بلکه خدایان مذکر، مؤنث، پهلوانان و پریان مسکن‌گزیده‌اند (صانع‌پور، ۱۳۸۹: ۱۰۲).

نمودهای کهن‌الگویی گاه فردی‌اند - اگرچه در روان جمعی ریشه دارند - و شخصیت، توانایی و ویژگی‌های فکری و خلاقانه خاصی به فرد می‌بخشند؛ گاهی نیز جمعی‌اند و در شکل‌گیری تمدن‌ها، جهت‌گیری جوامع و حتی تمایلات جمعی و جریان‌های توده‌ای مؤثر هستند. مهم‌ترین بنیاد نظریه یونگ را نیز همین خاصیت آفرینندگی ناخودآگاه جمعی دانسته‌اند (قائمی، ۱۳۸۹: ۳۵).

بنابراین یک نکته را نباید از نظر دور داشت و آن تفاوت میان صورت بنیادی کهن‌الگو و انگاره‌های کهن‌الگویی است. به نظر یونگ، اسطوره‌ها بخشی از بازنمودهای کهن‌الگویی هستند و از این جهت برای اثربخش بودن باید نو به نو و به فراخور زمانه عرضه شوند. اسطوره‌ها، در لباس کهن‌الگوها همیشه و همیشه، تازه و نو، به زندگی دیربازشان ادامه می‌دهند و به شکل‌های مختلف بازنمود می‌یابند و زمانی تصاویری را از آینده می‌سازند که مربوط به حال و آینده باشند. در ادامه اسطوره‌ها به‌صورت عمیق‌تری بررسی شده‌اند.

اسطوره‌ها

اسطوره واقعیت فرهنگی بسیار پیچیده با مفهومی گسترده و طیفی وسیع است. در بیشتر تخیلات می‌توان نشان‌هایی از اسطوره دید و در زیرساخت بسیاری از اندیشه‌ها، گفته‌ها و کردارها، ردپایی از اسطوره‌ها را می‌توان یافت (آموزگار، ۱۳۸۶: ۶۱). لذا اسطوره نه شخص

است، نه یک روایت مفرد است و نه حتی یک داستان. بلکه اسطوره یک واقعیت فرهنگی است که نمودهای مختلفی دارد و گاه آن‌چنان این نمودها جلوه‌گری می‌کنند که خود اسطوره را تنها با شیوه‌های پیچیده می‌توان از دل این نمودها، استخراج نمود^۱. اسطوره نظامی از ارتباط است؛ اسطوره پیام و شیوه‌ای از دلالت است (بارت^۲، ۱۳۸۰: ۸۵). اسطوره نوعی گفتار است به شرط این‌که منتقل‌کنندهٔ گفتمان خاصی باشد. گفتار اسطوره‌ای به گفتار شفاهی محدود نمی‌شود، بلکه مشتمل بر شیوه‌هایی از نوشتار و بازنمایی‌ها، عکاسی، سینما، گزارش، ورزش، نمایش و تبلیغات است (نزاکتی و درخشه، ۱۳۹۰: ۱۹۶).

تحلیل اسطوره همواره می‌تواند راهگشای درک بهتر سازوکارهای درونی هر فرهنگی باشد (فکوهی، ۱۳۷۹: ۱۳۸). دیلم صالحی می‌نویسد: اسطوره‌ها به‌مثابه نخستین و دیرینه‌ترین خاستگاه تفکر انسانی، نقشی مؤثر و برجسته در «ساخت معنا» داشته‌اند. از این منظر اسطوره‌ها در برگیرنده باورهای مقدس انسان در سیر تحولات و تطورات اجتماعی جوامع ابتدایی‌اند؛ به‌طوری‌که پلی میان انسان، پدیده‌های جهان پیرامونش و نظام کائنات می‌سازند (دیلم صالحی، ۱۳۸۵: ۶). اسطوره به‌عنوان رؤیای جمعی اجتماع، خواست‌ها، آرزوها و آمال یک گروه و جماعت را بیان می‌کند. اسطوره در این کارکرد، بیشتر چشم به آینده دارد و همان نجات و رهایی واپسین جهان، نمونهٔ بارز این کار است (رضایی، ۱۳۸۴: ۳۸).

اما در نگاه مدرن به اسطوره‌ها، عنصر اصلی که مورد توجه قرار گرفته، ماهیت الگووار آن‌ها برای ساخت و جهت‌دهی به هویت مدرن جوامع در حال شکل‌گیری است (امینیان و مشهدی، ۱۳۹۱: ۳۲). اسطوره‌ها، به‌ویژه ابعاد سیاسی‌شان، عموماً به ابزاری برای معنادار نمودن فرهنگ سیاسی جوامع بدل گردیده و در پروسه / پروژه ملت‌سازی، به‌عنوان نمونه‌های متعالی و الگوواره برای نسل‌های آینده به نمایش گذاشته می‌شوند. آنچه در این میان اهمیت می‌یابد، نحوهٔ بهره‌گیری از اساطیر در ساخت هویت ملی و به‌تبع آن، مفهوم بخشیدن به ارزش‌های سیاسی مدنظر نخبگان برای شکل دادن به نگرش مردم یک کشور است؛ بنابراین، در فرایند شکل‌گیری یک ملت، اسطوره به‌صورت طبیعی (و در مواردی تعمدی) نقش تعیین‌کننده‌ای پیدا می‌کند (امینیان و مشهدی، ۱۳۹۱: ۲۹). اگر بپذیریم که قسمتی از معنابخشی به حیات هر جامعه‌ای، آرمان‌ها و تصاویر آیندهٔ شکل گرفته در فضای بین‌الذهانی آن جامعه است، آن‌گاه اساطیر به‌رغم آنچه در وهله اول به ذهن می‌رسانند که مفاهیمی مربوط

۱. به کمک نقد اسطوره (Mythocritique) می‌توان اسطوره را از لایه‌های زیرین آثار ادبی یا اجتماعی استخراج نمود.

به گذشته هستند، اما توان علی بالایی برای ساختن آینده دارند. در ادامه در این مورد مباحثی مطرح شده است.

اسطوره‌ها به مثابه مکانیزم ساخت تصاویر آینده

نقش و تأثیرگذاری اسطوره در شکل‌دهی تصاویر ذهنی آینده، بستگی به شناخت قدرت نمادپردازی ذهن دارد. وفق نظر ستاری در کتاب «اسطوره و رمز» در واقع تشابه یا نسبتی که چیزی را به نمادش پیوند می‌زند، ممکن است انواع مختلف داشته باشد، از قبیل مشابهت در شکل، صورت، رنگ، صدا، تماس، قربت و مجاورت در مکان و زمان، هم‌زمان و متفقاً به ذهن و فکر متبادر شدن (رابطه قراردادی و تصنعی) یا همانندی احساسات مقارن (احساس توقیر و احترام واحدی ممکن است تصور پدر و اندیشه خدا را به هم نزدیک و مربوط کند). نمادپردازی یعنی نمایش چیزی توسط نماد، از تداعی معانی و پیوستگی تصورات و تصاویر ذهنی و احساسات، نتیجه می‌شود و از این لحاظ، به‌راستی فرایند روان‌شناختی بنیادینی است که همه فعالیت عقلانی و بخش عظیمی از زندگی عاطفی‌مان از آن نشأت می‌گیرد (ستاری، ۱۳۸۷: ۱۴-۱۳).

تصاویر مقولاتی ذهنی و آکنده از ترس‌ها و امیدهای ما به آینده هستند. حال اگر اسطوره‌ها را متأثر از صورت‌های بنیادی و انگاره‌های کهن‌الگویی بدانیم که جایگاهی در آگاهی و ناآگاهی آدمی دارند، پر بیراهه نیست اگر بپذیریم که تصاویر آینده می‌توانند متأثر از صورت‌ها و روایت‌های اسطوره‌ای باشند. چه اگر دانش اندک‌مان در مورد آینده را که از دل پیش‌بینی‌ها و تحلیل روندها و مقولاتی این‌چنین که همگی تحت لوای آینده‌نگاری^۱ خلاصه می‌شوند، لوگوس^۲ بدانیم، تصاویر، صورتی میتوس^۳ وار بر خود می‌گیرند. لوگوس با اندیشه اسطوره‌ای و با میتوس کاملاً فرق دارد. لوگوس، برخلاف اسطوره، باید دقیقاً بر واقعیات عینی منطبق باشد. درست مانند هنگامی که دست به پیش‌بینی وقوع سیل بر اساس واقعیات عینی مانند میزان بارش باران، سرعت وزش باد و غیره می‌زنیم؛ اما حقیقت اسطوره یا میتوس نه از آن‌روست که اطلاعات واقعی در اختیار ما می‌گذارد، بلکه از آن‌روست که مؤثر است. بنابراین، به‌دلیل همین وجه تأثیرگذاری، اگر اسطوره در مورد معنای زندگی، ما را به بینشی تازه مجهز نکند، مردود می‌شود. اگر کار کند، یعنی ما را وا دارد تا ذهن‌ها و دل‌های خود را تغییر دهیم، امید تازه‌ای در جان ما بدمد و به زندگی پربارتری هدایت‌مان کند، اسطوره‌ای معتبر است. اسطوره

1. Foresight
2. Logos
3. Mythos

تنها در صورتی ما را متحول خواهد کرد که رهنمودهایش را دنبال کنیم، اساساً اسطوره یک راهنما است (آرمسترانگ^۱، ۱۳۹۰: ۷)؛ بنابراین پرواضح است که اسطوره در ساحت معنا تصویرساز است. یک مثال را می‌توان با دقت نظر در تاریخ زیست انسان و بر مبنای پژوهش‌های باستان‌شناسی و مردم‌شناسی مورد توجه قرار داد. شکارچیان اولیه که تنها به منظور بقا دست به شکار می‌زدند، حول این رخداد، اساطیر و مناسک مختلفی ایجاد کردند. برای آن‌ها شکار یک مراسم باشکوه و ویژه بود که معمولاً با آداب و رسوم خاصی صورت می‌گرفت و مقدس شمرده می‌شد. شکار محترم بود و کشتن حیوان مانند کشتن یک دوست در نظر می‌آمد و اعضای قبیله پس از سفر شکار موفق، غالباً احساس گناه می‌کردند (آرمسترانگ، ۱۳۹۰: ۲۰). شاید بتوان این انگاره اسطوره‌ای را در دنیای جدید به‌گونه‌ای دیگر پیاده‌سازی کرده و در خدمت توسعه پایدار قرار داد. البته تفاوت بزرگ ساخت روایت اسطوره‌ای رخداد شکار در جهان امروزی در این است که انسان خردمند امروزی که البته می‌داند می‌تواند به پرورش گونه‌های اهلی شده حیوانات آن هم در مقیاس بزرگ دست بزند، دیگر نمی‌تواند پذیرای روایت دوستی با حیوانات باشد. لذا زنده کردن آیین‌های کهن با همان سبک و سیاق شاید معنایی ایجاد نکند. این‌گونه است که ما از خوردن گوشت حیوانات احساس گناه نمی‌کنیم؛ اما بن‌مایه کهن‌الگویی فهم انسان از وابستگی شدیدش به طبیعت را می‌توان در صورت‌های نوینی مانند انتخاب یک‌گونه خاص جانوری به‌عنوان نماد یک ملت یا کمپین‌های صیانت از طبیعت دنبال کرد. در رسانه ملی به محافظت و حفظ گونه یوزپلنگ ایرانی پرداخته شد (سریال پایتخت چهار) و بعد از آن حتی روی لباس‌های بازیکنان تیم ملی فوتبال کشور نیز نقش بست. همین‌طور در سریال آب پریا، به مسأله محافظت از آب و کمبود آب پرداخته شد. زمانی نیز دریاچه ارومیه به نمادی ملی برای محافظت از محیط‌زیست و آب کشور تبدیل شد. به تعبیر یونگ، یوزپلنگ و دریاچه ارومیه در اینجا فارغ از واقعیت‌های عینی‌شان، اسطوره‌هایی برآمده از کهن‌الگوی رابطه انسان و طبیعت هستند و به تعبیر رولان بارت^۲ اسطوره‌هایی برآمده از نظام نشانه‌شناسی و معناشناسی هستند. در اسطوره‌شناسی رولان بارت، اسطوره نوعی گفتار است و لذا هر چیزی می‌تواند اسطوره باشد به شرط آنکه گفتمانی را انتقال دهد.

1. Karen Armstrong

2. Roland Barthes

برای مطالعه بیشتر در خصوص اسطوره‌شناسی رولان بارت رک: بارت، رولان (۱۳۷۷)، اسطوره در زمان حاضر، ترجمه یوسف اباذری، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۸. اندیشه‌های بارت در باب اسطوره بسیار پرمحتوا و آموزنده هستند. امید دارم که در آینده این اندیشه‌ها بیشتر مورد توجه آینده پژوهان قرار گیرند.

نقش رسانه در بازآفرینی اسطوره‌ها

چه چیزی از یک آینده اتفاق نیفتاده ممکن است بین افراد یک جامعه مشترک باشد؟ اگر بتوانیم پاسخی منطقی برای این سؤال بیابیم، به اعتبار «مشترک» بودن، می‌توان از آن به منزله مؤلفه‌ای هویت‌ساز در سطح جمعی نام برد. تصاویر آینده، آن جوهی را بازنمایی می‌کنند که می‌توانند به صورت مشترک تعریف شوند. این تصاویر می‌توانند با یکدیگر بر سر «تصاحب آینده» رقابت کنند و تا حد زیادی، بین باورمندان به خود، انسجام و چسبندگی ایجاد کنند (طاهری دمنه و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۱). در نگاه مدرن به اسطوره‌ها، عنصر اصلی که مورد توجه قرار گرفته، ماهیت الگوار آن‌ها برای ساخت و جهت‌دهی به هویت مدرن جوامع در حال شکل‌گیری است. چنان‌که به پندار «سورل» یکی از کاراترین ابزارها برای نفوذ در یک اجتماع، آن است که تصویرهای خلاصه‌شده و ساده‌شده‌ای از یک آینده فرضی به آن اجتماع عرضه شود تا احساسات، جهت بگیرند و آن جمع، به سوی فعالیت رانده شوند. بدین ترتیب تا آن اندازه که می‌توان اسطوره‌های مورد پذیرش مردم را به وجود آورد، می‌توان آنان را به فعالیت واداشت.

اسطوره‌هایی که بدین‌گونه مشخص شده‌اند، گونه‌هایی از مسلک‌های ساده‌شده، یا به بیان بهتر، تصویرهایی هستند که به شکل موضوع‌های محض و ناگهانی درآمده‌اند. به تدریج که جریان این اسطوره‌های ساختگی بتوانند در هماهنگی با اسطوره‌های سنتی، درونی شوند، نیروی بزرگ‌تری به دست می‌آورند. این اسطوره‌های اجرایی، به همان اندازه که قادر به ایجاد نهضت‌های انقلابی هستند، می‌توانند به حفظ نظام مستقر نیز یاری برسانند. از اینجاست که نقش اسطوره‌ها در هویت‌سازی نوین روشن می‌شود. اسطوره با ایجاد پلی میان گذشته شکوهمند و آینده آرمانی، گروه‌های مردم را در این ایده که به کلیت واحدی به نام ملت تعلق دارند و از آینده مشترکی برخوردارند، متفق می‌سازد. این اتفاق آزا که از طریق کارکرد اسطوره حاصل می‌آید، نقش تعیین‌کننده‌ای در ایده ملت و فرایند ملت‌سازی دارد (امینیان و مشهدی، ۱۳۹۱: ۲۸).

اسطوره به‌طور معمول به سه شکل خود را نشان می‌دهد: متن (مثلاً نوشته‌های هومر یا شاهنامه فردوسی)، گفتار (مثلاً آوازا و سخنانی که در جامعه‌های ابتدایی و سنتی گفته می‌شود که میرچاد الیاده در کتاب چشم اندازه‌های اسطوره^۱ (Eliade, 1963) در این باره مثال‌هایی ارائه می‌کند.) و تصویر (مثلاً یک کوزه یا یک نقاشی). برای مثال نقاشی زیر، صحنه کشته شدن اسفندیار به دست رستم را روایت می‌کند.



تصویر ۱. نقاشی کشته شدن اسفندیار به دست رستم

اسطوره در روایت شنیداری که شامل موسیقی و گفتار است، بیان می‌شود، مانند اپرای *آرفه*^۱، باله *آرفه در دوزخ*^۲ و *مرارت‌های آرفه*^۳. همچنین اسطوره در روایت دیداری که شامل نقاشی، فیلم، نمایش، مجسمه، عکس و... است، خود را بیان می‌کند، مانند *سقوط تیتان‌ها*^۴، *هرکول*^۵، *چهل سرباز*^۶ یا حتی به قول رولان بارت *تصویری از یک سرباز سیاه‌پوست در حال ادای احترام به پرچم فرانسه*؛ اما هر روایت تصویری اسطوره محسوب نمی‌شود. برای مثال، هر سه تصویر زیر نشانگر فردی هستند که در حال تیراندازی با کمان است؛ اما هر سه تصویر بیانگر روایت دیداری از اسطوره نیستند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

1. Orphée (1982), opéra en cinq actes de Renaud Gagneux
2. Orphée aux Enfers (1858-1874), opéra-bouffe de Jacques Offenbach
3. Les Malheurs d'Orphée (1927), opéra-minute de Darius Milhaud
4. Clash of the Titans (2010), réalisé par Louis Leterrier
5. Hercules (2005/I) (TV), réalisé par Roger Young et Hercules (1997), réalisé par Ron Clements et John Musker

۶. *چهل سرباز سربازی* است به کارگردانی محمد نوری‌زاد و محصول ۱۳۸۶ است که در ۲۸ قسمت تهیه و از شبکه دو صداوسیما جمهوری اسلامی ایران پخش شد. این سریال به شکل همزمان به روایت سه داستان از افسانه‌های ایران باستان همانند نبرد رستم و اسفندیار، زندگی‌نامه فردوسی و زمانه او و ظهور اسلام می‌پردازد.



تصویر ۲. معنابخشی به سه تصویر از منظر انتقال فهم اسطوره‌ای

تصاویر شماره دو و سه هر دو ورزشکارانی را نشان می‌دهد که در حال تمرین پرتاب تیر از کمان هستند؛ اما تصویر یک، در محیط فرهنگی ایران، معنایی وسیع‌تر دارد. آرش کمانگیر در بالای کوه (زیر پای تصویر قطعه‌ای از سنگ کوه قرار دارد)، در حال پرتاب تیری است که به واسطه آن مرز میان ایران و توران مشخص می‌شود و او به این واسطه جان خود را نیز از دست می‌دهد. حس وطن‌پرستی و فدا کردن جان در برابر حفظ مهین، یکی از پیام‌هایی است که در پس اسطوره آرش کمانگیر نهفته است. برای کسی که از روایت آرش کمانگیر اطلاع دارد، تصویر یک با تصویرهای دیگر تفاوت پیدا می‌کند و گرنه تنها تفاوتشان در تصویر انسان و مجسمه بودن خواهد بود و روایتی را نقل نمی‌کنند.

حال اگر رسانه‌ها این اسطوره و جان‌فشانی‌های از این دست اسطوره‌ها را به گوش مخاطب برسانند، باعث بقای اسطوره آرش کمانگیر و مفهوم جان‌فشانی در راه کشور می‌شوند. اگر بخواهیم با زمان امروزی خود مقایسه کوتاهی انجام بدهیم، این مرزبانان هستند که با جان‌فشانی‌های خود باعث ایجاد آرامش و امنیت در داخل کشور شده‌اند؛ بنابراین مهین‌پرستی این بار در صورت‌های جدیدی رخ نشان داده است و رسانه باید معنی جان‌فشانی برای وطن را در این صورت‌های جدید به نسل جوان منتقل کند.

اما اگر منظور و هدف ما ساخت تصاویر از آینده‌های مطلوب باشد و اگر بپذیریم که اسطوره‌شناسی می‌تواند مقدمه‌ای بر آینده‌شناسی باشد، خود را آماده آفرینش تصاویر بدیل از آینده کرده‌ایم. تصاویری به مراتب فراتر و گسترده‌تر از آنچه که پیشینیان قادر به تصور و آفرینش آن در ذهن دو جایگاهی خود بودند^۱ (حجازی، ۱۳۸۸). تحقیقات اخیر، ساختارهای اساطیری

۱. البته از نظر نگارندگان، بهتر بود این جمله چنین نگارش می‌شد: اگر بپذیریم که اسطوره‌شناسی می‌تواند در فرایند شناخت آینده بکار آید.

تمثیلات و سلوک‌هایی را که از طریق وسایل ارتباط‌جمعی به جامعه تزریق می‌شوند، روشن ساخته‌اند. آدم‌های داستان‌های مصور^۱، روایت جدیدی از قهرمانان اساطیر هستند. آن‌ها به قدری مظهر مجسم آرمان‌های بخش عظیمی از جامعه شده‌اند که دستکاری احتمالی نحوه کردار یا بدتر از آن، مرگشان، بحران‌های واقعی نزد خوانندگان برمی‌انگیزد؛ در این صورت مخاطبان از خود به شدت عکس‌العمل نشان می‌دهند و با ارسال هزاران هزار پیام به نویسندگان داستان‌های مصور و مدیران روزنامه‌ها، اعتراض می‌کنند.

آدمی موهوم و شگرف، ابرمرد^۲، به برکت هویت مضاعفش، به غایت مردم‌پسند شده است. ابرمرد که از سیاره‌ای نابودشده به دنبال فاجعه‌ای آمده و صاحب قدرت‌های شگرف است، در روی زمین با ظاهر محقر روزنامه‌نگاری به نام کلارک کنت^۳ زندگی می‌کند. خود را خجول و کمرو، فروتن و زیر نفوذ و سلطه همکارش نشان می‌دهد. این استتار تحقیر قهرمانی که قدرت‌هایش به معنای واقعی کلمه، نامحدود است، در واقع مضمون اساطیری کاملاً شناخته‌ای را از سر می‌گیرد. اگر به کُنه مطلب برسیم، درمی‌یابیم که اسطوره سوپرمن، دل‌تنگی و اشتیاق پنهان انسان جدید را که با علم به مسکنت و محدودیت خویش، آرزو دارد روزی چشم از خواب بگشاید و خود را شخصی استثنایی و قهرمان بیاید، تشفی می‌بخشد (الیاده، ۱۳۹۲: ۱۸۷ - ۱۸۸).

میلز^۴ در کتاب «قهرمان و دریا: الگوهای آشوب در اسطوره‌های باستانی»، روایت‌گر نبرد قهرمانان داستان‌های اساطیری با امور آشوب بنیاد است. او مدعی است که روایت‌های اسطوره‌ای از سویی می‌کوشند که معنایی به تجربه هولناک امر آشوب بنیاد بدهند و از سوی دیگر چهارچوب مفهومی بنیادینی بسازند که با آن، به روش‌های معنادار، پیروزی قهرمان را بر امر آشوب بنیاد برای زندگی جوامع خاص خود مناسب می‌کنند (میلز، ۱۳۹۳: ۳۲)؛ و این آشوبناکی‌ها در هر دوره از زیست انسان به طریقی متفاوت بر زندگی او تحمیل شده است و از این روست که در جایی که نمی‌توانسته با عینیات به مقابله با آشوب برخیزد، دست به دامان اسطوره‌ها می‌شده است. الگوهای روایت‌های اسطوره‌ای معمولاً به شیوه‌های فهم‌پذیر با ویژگی‌های مهم محیط انسانی مطابقت دارند، به‌خصوص هنگامی که الگوها مستلزم روابطی پویا و نامنظم‌اند. این امر به‌ویژه در مورد محیط‌های اجتماعی صدق می‌کند (میلز، ۱۳۹۳: ۲۱۴).

-
1. Comic Strips
 2. Superman
 3. Clark Kent
 4. Donald H. Mills

روش پژوهش

این پژوهش، از منظر هدف، کاربردی است، زیرا قصد آن را دارد که نتایجی قابل کاربرد ارائه دهد. آینده‌پژوهی به‌خصوص ساحت ساخت آینده از طریق تصویرپردازی از آینده‌های مطلوب، سپهر فکری قالب بر این پژوهش است. همچنین به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از دو روش استفاده شده است. روش اول نظر ورزی یا دیدگاه تبیینی است. این نوع از پژوهش به طرح اندیشه‌ای نو و مرزشکنا می‌پردازد یا اندیشه‌ای مهم و مهجور مانده در یک حوزه تخصص را بسط می‌دهد (مهرمحمدی، ۱۳۹۲: ۲۴).

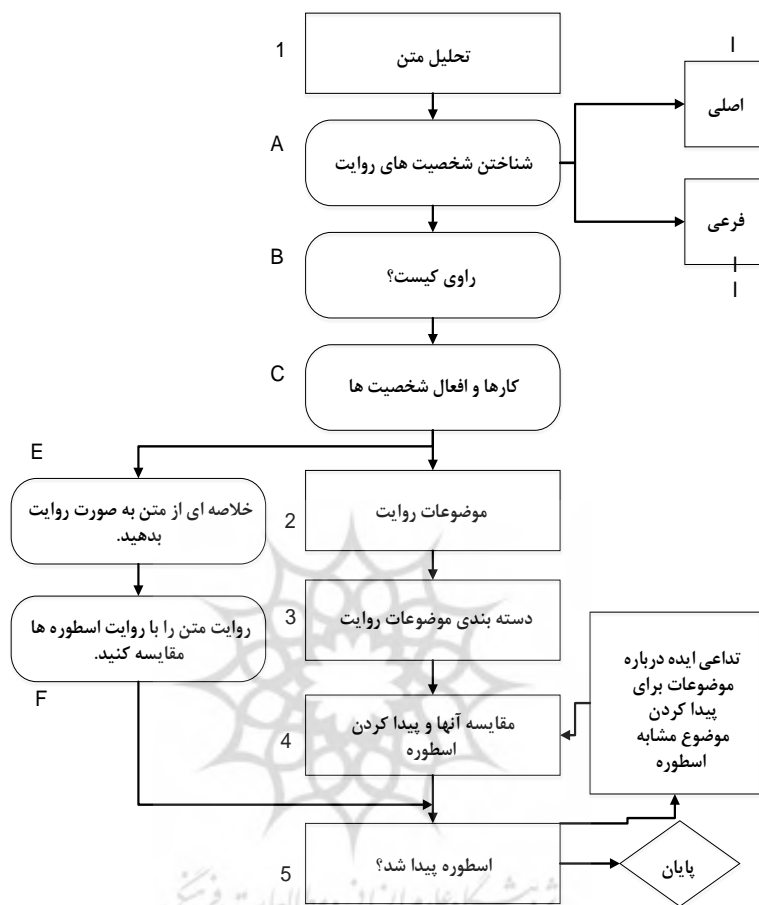
دیدگاه تبیینی در این پژوهش می‌کوشد با تکیه بر مطالعات کتابخانه‌ای، کولاژی از جایگاه اسطوره‌ها در تصویرپردازی از آینده‌های مطلوب ایجاد کند. نتایج این بخش از پژوهش در قسمت‌های قبلی ارائه شد. روش دوم موردکاوی دو مجموعه تلویزیونی پرمخاطب بین کودکان و نوجوانان در سال‌های اخیر است که با استفاده از روش نقد اسطوره‌ای به بررسی نقش بازآفرینی اسطوره‌ها در آن‌ها پرداخته شده است.

شیوه جستجو، استخراج و شناخت اسطوره‌های یک ملت، از نظر ساختاری، مشابه استخراج اسطوره از متن است؛ زیرا در قدم اول، باید یک روایت از جامعه ارائه کنیم. اسطوره مستخرج از این روایت، در صورت صحت روایت از جامعه، می‌تواند اسطوره آن روایت از ملت باشد. در صورتی که جمع بیشتری از خبرگان بر روی این روایت مهر تأیید زدند، می‌توان آن را اسطوره غالب آن ملت در نظر گرفت.

برای استخراج اسطوره، پنج مرحله: «تحلیل متن، پیدا کردن موضوعات^۱ روایت^۲، دسته‌بندی موضوعات روایت، مقایسه آن‌ها و پیدا کردن اسطوره» باید طی شود. در تحلیل متن، باید به شناختن شخصیت‌های روایت (شخصیت‌های اصلی و شخصیت‌های فرعی)، شناختن راوی و اینکه آیا راوی در بین شخصیت‌های روایت است یا خیر، مشخص کردن کارها و افعال شخصیت‌ها و ارائه خلاصه‌ای از متن به صورت روایت پرداخت (غیاثی، ۱۳۹۷: ۶۵). شمای کلی استخراج اسطوره به شکل زیر است:

1. Thèmes

2. Récit



شکل ۱. شمای استخراج اسطوره از متن (غیاثی، ۱۳۹۷: ۶۶)

یافته‌های پژوهش

یکی از اسطوره‌های تغییر یافته و بازآفرینی شده در زمان حاضر سریال «آب پریا» است که به مسأله محیط‌زیست و کمبود آب می‌پردازد. سه خواهر به نام‌های ابرپری، سبزپری و برف‌پری در جستجوی خواهر دیگر خود آب‌پری هستند که در دست دیو خشک‌سالی اسیر شده است. آن‌ها به زمین می‌آیند تا بتوانند خواهر خود را به کمک چند انسان نجات بدهند. برای رسیدن به این منظور، باید خوان‌ها یا مراحل را بگذرانند. بیشتر این مرحله‌ها مربوط به آب است. مثلاً زمانی که یک خانواده در مصرف آب صرفه‌جویی کند، یا ماهی به رودخانه‌ای بازگردد، بخشی

از مراحل آزادسازی آب‌پری تسهیل می‌شود. سریال آب‌پریا یک بازآفرینی از اسطوره ناهید، الهه محافظ آب است. «به فرمان ایزد ناهید، از فراز آسمان باران و تگرگ و برف و ژاله فرو می‌بارد که به گله و رمه می‌افزاید و سراسر کشور را خوشی و نعمت فرا می‌گیرد.» (یاحقی، ۱۳۸۶: ۸۱۴). در این سریال که مخاطب آن نوجوانان و کودکان هستند، به صورتی جدید نسخه‌ای از الهه ناهید به صورت امروزی ارائه می‌شود تا احترام به طبیعت و آب آموزش داده شود و تصویری از آینده در صورت عدم توجه به آب در ذهن کودک شکل بگیرد. سریال آب‌پریا می‌کوشد با ارائه راهکارهایی کودکان را در شکل‌دهی به آینده‌ای مثبت کمک نماید.

یکی دیگر از برنامه‌هایی که به مبحث بازآفرینی اسطوره به صورتی نامحسوس پرداخته است، برنامه «محلۀ گل‌وبلبل» است. در سری جدید این برنامه شخصیت‌هایی حضور دارند که از اسطوره‌ها نشأت گرفته‌اند. افرادی مانند عمو نوروز شخصیت یاری‌رسان و کمک‌کننده است که اجازه می‌دهد افراد محلۀ گل‌وبلبل از نظر فرهنگی و ذهنی رشد کنند و در زمان لازم، به آن‌ها در شکست دادن نیروهای منفی کمک می‌کند. برفک، سنجاق قفلی، استاد جرزنی و ... بخشی از شخصیت‌های منفی هستند که با دست‌آویز قراردادن بد اخلاقی‌ها یا کارهای ناپسند در جامعه امروز، سعی در ایجاد تفرقه و جدایی بین مردم محلۀ دارند. با هر بار پیروزی بر دسیسه این صورت‌های بازآفرینی شده اساطیر که خود را به شکل انسان‌های عادی درآورده‌اند، از نظر فرهنگی مردم محلۀ گل‌وبلبل قوی‌تر و همدل‌تر می‌شوند. پرهیز از دروغ گفتن، توصیه به کمک و یاری‌رسانی به هم‌نوع و حضور آگاهانه در فضای مجازی از پیام‌های این برنامه است که با بازآفرینی امروزی صورت‌های کهن‌الگوی «خیر و شر» در قالب نمادهای اسطوره‌های انیمیشنی صورت می‌گیرد.

برفک همیشه در جنگ با عمو نوروز و خوبی‌هاست. علاقه به تاریکی و سیاهی دارد و در این راه از توانایی فریب دادن مردم با تغییر چهره استفاده می‌کند. عمو نوروز برای از بین بردن این نیروها از طبیعت، گل، پروانه و مهر و محبت مردم کمک می‌گیرد تا بر توطئه‌های برفک و استاد جرزنی چیره شود. او، حامی انسان‌هایی است که همیشه در برابر برفک، استاد جرزنی و نیروهای شر آسیب‌پذیر هستند. صداوسیما با تولید و پخش این سریال، به نوعی به بازآفرینی اساطیر پرداخته است. شخصیت‌های مجموعه برنامه محلۀ گل‌وبلبل ساختاری اسطوره‌ای دارند.

برفک مانند الهه اریس^۱ که الهه نفاق، دروغ و فریب است، ویژگی‌هایی مانند: «مجازات

شدن، گرسنگی، فراموشی، بی‌نظمی، مرافعه، بدبختی، درد و اندوه، دروغ و بحث‌وجدل^۱ دارد و در هر بخش، یکی از این ویژگی‌های زندگی امروزی مطرح و نتیجه آن عدم تفاهم و ایجاد اختلاف بین مردم محله گل‌وبلبل می‌شود؛ اما در مقابل، این عمو نوروز و دوستانش هستند که در مقابل او قد علم می‌کنند و سعی در خنثی کردن توطئه‌های او دارند.

بازآفرینی اسطوره اریس برای کودکان به‌عنوان نسل آینده کشور، ایجاد تصاویری از آینده است که نشان‌دهنده جامعه ایست که اگر ارتباطات خانوادگی، دوستی و یکدلی‌ها حاکم باشند، جامعه‌ای یگانه خواهد بود، به‌عبارت‌دیگر، محله گل‌وبلبل خواهد بود و اگر تفاهم و دوستی در آن کمرنگ شود، جامعه سیاه و تاریک می‌شود و برفک و دوستانش بر همه حکومت خواهند کرد. لازم به ذکر است که برنامه محله گل‌وبلبل که برنامه خاص کودکان است، در سال ۱۳۹۴ سومین برنامه پرمخاطب صداوسیما شناخته شد^۲. این تأثیرگذاری رسانه با بازآفرینی مناسب اسطوره‌ها توانسته است تصویری مثبت از یک جامعه در ذهن کودکان و والدین آن‌ها ایجاد نماید.

محله گل‌وبلبل از سال ۱۳۹۴ تا سال ۱۳۹۸ در ۲۸۹ قسمت و در سه فصل در شبکه دو (ویژه خانواده و کودک) به‌صورت مرتب و گاهی با تکرار قسمت‌های قبل، پخش شده است. تأثیر این برنامه روی بچه‌ها و بخشی از خانواده‌ها با توجه به محبوبیت عمو پورنگ (بازیگر اصلی مجموعه) و نقش‌آفرینی در شبکه‌های مجازی، نشان‌دهنده تأثیرگذاری قابل‌قبول این مجموعه بر روی مخاطبان کودک است. معمولاً کودکان شعرهای آهنگین متنوع این مجموعه را حفظ و بازخوانی می‌کنند؛ مانند اردک تک‌تک، تک‌تک اردک که در برنامه‌های بزرگسالان نیز به طنز از آن استفاده می‌شود^۳.

بحث و نتیجه‌گیری

دانستیم که اسطوره‌ها تصویرسازند و ساخته دست اساطیر نه حقایق عینی که اقتناع در پذیرش و حرکت است؛ اما در مورد هر اسطوره باید توجه داشت چه کسی، برای چه کسی و در چه زمانی آن را نقل می‌کند (ستاری، ۱۳۸۹: ۱۴۸). اسطوره‌ها توانایی تأثیرگذاری عمیق بر رفتار

1. [http://www.genealogiedesdieuxgrecs.com/Genealogie_des_Dieux_grecs/2011/03/eris/\(1396-3-18\)](http://www.genealogiedesdieuxgrecs.com/Genealogie_des_Dieux_grecs/2011/03/eris/(1396-3-18))

2. <http://www.ana.ir/news/214847> (1396-3-18)

۳. در پیام‌هایی که خانواده‌ها در شبکه دو، ذیل این سریال گذاشته‌اند، پیام این مادر، به خوبی تأثیر این برنامه را نشان می‌دهد: ریحانه: ۱۴/۱۱/۱۳۹۵ - با سلام پسر ۴ ساله من خیلی با علاقه برنامه عمو پورنگ رو دنبال میکنه. اما از برفک خیلی میترسه. لطفاً یه فکری برای برفک بکنید.

<https://www.tv2.ir/News/service/59> (1398-08-25)

انسان‌ها را دارند و باید متناسب با زمانه، فرم و شکل آن‌ها تغییر بیابند تا مخاطب امروزی، آن‌ها را درک کند. رسانه‌ها با داشتن قابلیت بازآفرینی اسطوره‌ها متناسب با شرایط امروز، می‌توانند در ساختن آینده مناسب برای نسل امروز و فردا، نقش مهمی را ایفاء نمایند. مسأله مجهز کردن یک نسل به باورها، اعتقادات و آداب‌ورسوم اصیل و ناب آن، از مسیر مطمئن بازآفرینی اسطوره می‌گذرد؛ بنابراین برای ساخت تصاویر آینده‌های مطلوب جمعی، این رسانه است که نقشی بی‌بدیل در گسترش، زنده نگه داشتن و محافظت از این تصاویر مطلوب بر عهده دارد. رسانه‌ها با استفاده از رویکردهای آینده‌پژوهانه و جامعه‌شناسانه می‌توانند تغییرات اجتماعی را در راستای آینده مطلوب هدایت نمایند و از ایجاد یا فعال شدن گسل‌های فرهنگی و اجتماعی جلوگیری نمایند. نسل امروز و فردا نیاز دارند تا اسطوره‌ها را در لباسی امروزی ببینند تا بتوانند با آن‌ها ارتباط برقرار کنند. در غیر این صورت برای آن‌ها اسطوره داستانی از گذشته خواهد بود که در بهترین حالت با آن ارتباطی نوستالژیک برقرار خواهند کرد و اسطوره‌های غیربومی ذهن نسل‌ها را شکل‌دهی خواهند کرد.

پژوهش در باب این پرسش که فرایند شکل‌گیری و پایداری یک تصویر در ذهن چگونه است با پاسخ‌هایی که روان‌شناسان و دانشمندان علوم شناختی به دنبال آن هستند، موضوعاتی هستند که برای پژوهش‌های بعدی در این حوزه پیشنهاد می‌شوند. همچنین نقد و آسیب‌شناسی کژکارکردهای رسانه در نشان دادن اسطوره‌ها می‌تواند دست‌مایه پژوهش‌های بعدی باشد.

منابع و مأخذ

- آذرگون، نسرين (۱۳۹۴). «نقش رسانه ها در توسعه فرهنگی». **کنفرانس بین المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی**. مشهد: موسسه تحقیقاتی رایمند پژوه.
- https://www.civilica.com/Paper-MCED01-MCED01_549.html
- آرمسترانگ، کارن (۱۳۹۰). **تاریخ مختصر اسطوره**، ترجمه عباس مخبر، چاپ اول، تهران: نشر مرکز.
- الیاده، میرچا (۱۳۹۲). **چشم‌اندازهای اسطوره**، ترجمه جلال ستاری، چاپ سوم، تهران: انتشارات توس.
- امینیان، بهادر و سارا مشهدی (۱۳۹۱). «نقش اسطوره‌ها در هویت ملی و ملت‌سازی: مورد ایران»، **نشریه ادبیات پایداری**، شماره ۶: ۴۶ - ۲۷.
- آموزگار، ژاله (۱۳۸۶). **زبان، فرهنگ و اسطوره (مجموعه مقالات)**، چاپ اول، تهران: انتشارات معین.
- انصاری، محمدباقر (۱۳۸۳). **گزارش لحظه‌به‌لحظه از ولادت علی (ع) در کعبه**، قم: دلیل ما.
- بارت، رولان (۱۳۸۰). «اسطوره در زمانه حاضر»، ترجمه یوسف اباذری، **فصلنامه ارغنون**، شماره: ۱۸ - ۱۳۵ - ۸۵.
- حجازی، علیرضا (۱۳۸۸). **گیل گمش؛ اسطوره‌ای که الهام‌بخش آینده شد**، شبکه اینترنتی آفتاب (www.aftabir.com)، تاریخ مشاهده: ۱۳۹۳/۸/۱۹.
- دیلم صالحی، بهروز (۱۳۸۵). «اسطوره و حماسه، دو بنیاد هویت ایرانی»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۳: ۲۵ - ۳.
- رضایی، مهدی (۱۳۸۴). **آفرینش و مرگ در اساطیر**، چاپ دوم، تهران: انتشارات اساطیر.
- ستاری، جلال (۱۳۸۷). **اسطوره و رمز**، چاپ سوم، تهران: انتشارات سروش.
- سردار، ضیاءالدین (۱۳۹۶). **آینده: تمام آنچه اهمیت دارد**، ترجمه محسن طاهری دمنه، تهران: انتشارات آینده‌پژوه.
- شکرایی، محمد (۱۳۹۲). «تقدیر قهرمان شدن با تولد نمادین در اسطوره و افسانه»، **ادب پژوهی**، شماره ۲۶: ۱۱۷ - ۹۵.
- صانع پور، مریم (۱۳۸۹). «انسان‌گرایی مدرنیته و مبانی اسطوره‌ای آن، غرب‌شناسی بنیادی»، **پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی**، شماره ۱: ۱۱۶ - ۸۷.
- طاهری دمنه، محسن؛ علی اصغر پورعزت و محمد مهدی ذوالفقارزاده (۱۳۹۴). «تأملی در مفهوم تصاویر آینده به‌مثابه ساخت هویت اجتماعی در بین جوانان»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۴۷، ۷۶ - ۶۱.
- غیائی زارچ، ابوالقاسم (۱۳۹۷). «بررسی ساختار اسطوره‌ای الهه بندگان و بند گسَل (مطالعه سه روایت با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی متفاوت)»، **پژوهش‌های ادبیات تطبیقی**، شماره ۴: ۸۱ - ۶۰.

نقش عناصر نمادین در ساخت آینده... ❖ ۶۱

فتوتیان اردبیلی، پویان (۱۳۹۸). «نقش زیبایی شناسی نمادین در شکل گیری عناصر شهری». ششمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مهندسی عمران، معماری و مدیریت شهری. تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی،

https://www.civilica.com/Paper-CEUCONF06-CEUCONF06_0322.html

فرضی، حمیدرضا (۱۳۹۱). «نقد کهن الگویی شعر «قصه شهر سنگستان» مهدی اخوان ثالث»، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی (زبان و ادبیات فارسی)، شماره ۲۸: ۲۱۱-۱۷۹.

فکوهی، ناصر (۱۳۷۹). «تحلیلی ساختنی از یک اسطوره سیاسی/ اسطوره «وای» در فرهنگ ایرانی و هم‌تایان غیر ایرانی آن»، مطالعات جامعه‌شناختی، شماره ۱۶: ۱۶۶-۱۳۷.

قائمی، فرزاد (۱۳۸۹). «پیشینه و بنیادهای نظری رویکرد نقد اسطوره‌ای و زمینه و شیوه کاربرد آن در خوانش متون ادبی»، فصلنامه علمی پژوهی نقد ادبی، شماره ۱۱ و ۱۲: ۵۶-۳۳.

قربان‌زاده سوار، قربانعلی؛ مهدی رحمتی و هاشم ناطقی (۱۳۹۵). «رسانه و هویت ملی (تأثیر رسانه بر شاخص‌های هویت ملی)»، رسانه و فرهنگ، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،

شماره ۱: ۱۳۵-۱۱۳.

کاسیرر، ارنست (۱۳۶۲). افسانه دولت، ترجمه نجف دریا بندری، تهران: انتشارات خوارزمی.

کله‌ر محمدی، نگار و سیدعلی رحمان‌زاده (۱۳۹۶). «بررسی رابطه رسانه مورداستفاده با میزان گرایش به ارزش‌های دموکراسی»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، شماره ۴: ۳۸-۲۱.

کمبل، جوزف (۱۳۹۳). قدرت اسطوره، ترجمه عباس مخبر، چاپ نهم، تهران: نشر مرکز.

گلشنی، علیرضا، جدیدی، علی، اسکندری، صالح (۱۳۹۱). «نقش رسانه در توسعه سیاسی و اجتماعی با تأکید بر جامعه معناگرای ایران». فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. شماره ۱: ۵-

۲۸.

محبی، فاطمه، و حیدر جهانبخش (۱۳۹۵). «بازشناسی نقش عناصر نمادین هنر اسلامی در تبیین رابطه عرفان و معماری معاصر». دومین کنفرانس شهرسازی، مدیریت و توسعه شهری، شیراز:

موسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی،

https://www.civilica.com/Paper-UONFKH02-UONFKH02_039.html

مرتضایی فریزه‌ندی، کبری؛ افسانه ادریسی (۱۳۹۳). «هویت‌یابی ملی در فضای رسان‌های»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۲: ۹۴-۷۵.

موسوی گیلانی، سیدرضی و مریم مولوی (۱۳۸۹). «اعتقاد به منجی، بر اساس ضمیر ناخودآگاه جمعی یونگ؛ با بررسی اسطوره کهن سیمرغ و تبیین اسطوره مدرن بشقاب‌پرنده»، فصلنامه علمی پژوهشی مشرق موعود، شماره ۱۷: ۱۷۱-۱۴۳.

مهرمحمدی، محمود (۱۳۹۲). جستارهای نظرورژانه در تعلیم و تربیت، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، مرکز نشر آثار علمی.

میلز، داندل اچ (۱۳۹۳). الگوهای آشوب در اسطوره‌های باستانی، ترجمه آرتمیس رضاپور و افشین رضاپور، تهران: انتشارات ققنوس.

نزاقتی، فرزانه و جلال درخشه (۱۳۹۰). «رمزگشایی اسطوره در نظام‌های نشانه‌ای»: فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره ۱۳: ۲۰۲ - ۱۸۵.
 یاحقی، محمدجعفر (۱۳۸۶). فرهنگ اساطیر و داستان‌واره‌ها در ادبیات فارسی، تهران: فرهنگ معاصر.

- Aligical, paul dragos (2011), A critical realist image of the future Wendell Bell's contribution to the foundations of futures studies, **Futures**, 43, PP.610 – 617.
- Boulding, Kenneth, E (1965), **The image: Knowledge in life and society**, University of Michigan Press, Ann Arbor.
- Dator, Jim (2002), Introduction: The future lies behind—Thirty years of teaching futures studies, in: J. Dator(Ed.), **Advancing Futures, Praeger**, Westport CT, PP. 1–30.
- Eliade, Mircea, (1963), **Aspects du myth**, Paris : Gallimard.
- Kaboli, Seyedeh Akhgar; Tapio, Petri (2017), How late-modern nomads imagine tomorrow? A Causal Layered Analysis practice to explore the images of the future of young adults, **Futures**, 96, PP. 32-43.
- Grimal, Pierre, (1994), **Dictionnaire de la mythologie grecque et romaine**, Paris: PUF.
- Mau, James (1967), **Social change and images of the future**, Schenkman, Cambridge, MA.
- Ono, Ryota (2003), learning from young people's image of the future: a case study in Taiwan and use, **Futures**, 35, PP.737- 758.
- Polak, Fred (1973), **The image of the future**, Elsevier, Amsterdam.
- Pourezat, Ali Asghar; Mollae, Abdolazim; Firouzabadi, Morteza (2008); "Building the future: Undertaking proactive strategy for national outlook", **Futures**, Vol. 40, PP. 887-893.
- Rubin, Anita (2013), hidden, inconsistent, and influential: images of the future in changing times, **futures**, 45, PP. 38 –44.