

تکنیک شناسی رسانه‌ای سینمای هالیوود در راستای ایجاد حس نیاز و اضطراب به منجی

مسعود زائری^۱

چکیده

رسانه‌های صوتی تصویری دنیای غرب، به ویژه هالیوود از حدود سی سال پیش تمایل وافری برای پرداختن به موضوعات آخرالزمانی و منجی‌گرایانه پیدا کرده‌اند. در این بین، یکی از موضوعاتی که با پرداختن به آن، موفقیت قابل توجهی به دست آورده‌اند، ایجاد حس نیاز و اضطراب به منجی در بین مخاطبان خود است. این رسانه‌ها در راستای ایجاد این موضوع، انواع روش‌ها و تکنیک‌ها را به استخدام خود درآورده‌اند؛ تکنیک‌هایی که با زیرکی در لابه‌لای آثار سینمایی جای‌گذاری شده، تا بیشترین تأثیر را در مخاطب ایجاد کنند. تکنیک‌هایی از قبیل دو قطبی سازی خیر و شر، جذاب سازی منجی، باورپذیر نشان دادن منجی، قهرمان‌سازی و ... از جمله مواردی هستند که به منظور ایجاد حس نیاز به منجی، مورد استفاده قرار می‌گیرند. در نوشتار حاضر، ضمن بررسی شماری از آثار شاخص سینمای هالیوود با موضوعات آخرالزمانی، به معرفی و تبیین مختصر تعدادی از این تکنیک‌ها پرداخته خواهد شد.

کلیدواژگان: منجی، احساس نیاز، اضطراب، سینمای هالیوود، تکنیک‌های سینمایی.

^۱. دانش پژوه سطح ۳ مرکز تخصصی مهدویت حوزه علمیه قم. Masodzaeri68@gmail.com

اعتقاد به منجی، از موضوعاتی است که در میان ادیان ابراهیمی و غیر ابراهیمی مورد اتفاق می‌باشد. بحران‌ها و گرفتاری‌های طاقت‌فرسایی که باعث به خطر افتادن موجودیت بشر بوده است و انسان‌ها به خودی خود توان مقابله با آن را نداشته‌اند، مهم‌ترین علتی است که باعث شکل‌گیری اندیشه منجی در ادیان شده است.^۱ مسلمانان، حضرت مهدی عجل‌الله‌تعالی‌فی‌فرجه‌الکونیه، مسیحیان حضرت عیسی، زردتشتیان سوشیانت، و یهودیان، شخصی با عنوان ماشیح را منجی خود می‌شناسند و به انتظارش نشسته‌اند. عدالت‌محوری، ظلم‌ستیزی، و نجات‌بخشی از کارکردهای مشترک منجی در تمام ادیان است.

کارکردهای اشاره شده، از اموری است که هر انسانی به لحاظ فطری به سمت آن‌ها میل و کشش دارد. به بیان دیگر، تلازم میان ظهور منجی، با شاخصه‌هایی مانند گسترش عدالت، ظلم‌ستیزی و... موجب شده است، انسان‌ها با هر آیین و مذهبی همواره به ظهور منجی خود علاقه‌مند باشند. بدیهی است میزان این اشتیاق و علاقه در هر انسانی نسبت به دیگری متفاوت است، تا جایی که ممکن است انتظار منجی برای فردی صرفاً یک مفهوم ذهنی باشد، و تأثیرات آن هیچ‌گاه به حوزه عمل و رفتار او کشیده نشود؛ اما از طرف دیگر می‌تواند برای انسانی زیربنای تمام زندگی او - چه در عرصه‌های عملی و چه در عرصه‌های اعتقادی - باشد.

بدیهی است میزان علاقه و اشتیاق به ظهور منجی، معلول علت‌های مختلف و گوناگونی است. در این بین، یکی از عواملی که در ایجاد این علاقه و اشتیاق، نقش بسزایی ایفا می‌کند، رسانه‌ها و القانات آن‌ها می‌باشد. رسانه‌ها از تأثیرگذارترین ابزارهای دنیای امروز هستند؛ آن‌ها علاوه بر کارکردی که دارند و طی آن، مستقیم بر روی افراد تأثیر می‌گذارند، می‌توانند بر فرهنگ، هنجارها، ملاک‌ها و شاخصه‌هایی که مخاطب اصول رفتاری خود را بر طبق آن‌ها پایه‌ریزی می‌کند، نیز اثرگذار باشند.^۲

^۱. شاکری، منجی در ادیان، ص ۱۶.

^۲. میرزایی، مدل‌های ارتباطات جمعی، ص ۲۳.

این رسانه‌ها با ورود به مقوله‌های مرتبط با موضوع منجی، می‌توانند از جنبه‌های سلبی و ایجابی، تأثیرات تعیین‌کننده‌ای بر حوزه اندیشه و عمل مخاطب بگذارند؛ تا جایی که از یک سو می‌توانند شوق و علاقه به ظهور منجی را برای مخاطب خود به حداقل برسانند، و از سوی دیگر می‌توانند چنان علاقه‌ای ایجاد کنند که نسبت به ظهور او حس بی‌قراری و اضطراب پیدا کند.

در میان انواع رسانه‌ها، رسانه‌های صوتی تصویری در قالب‌های فیلم و سریال، مهم‌ترین و مؤثرترین آن‌ها در ایجاد حس علاقه و اشتیاق به ظهور منجی می‌باشند. رسانه‌های دنیای غرب، به‌ویژه از سال ۱۹۹۰م به شکل ملموس و غیر قابل انکاری به تهیه آثاری با محتوای مسئله منجی و رویدادهای آخرالزمانی روی آوردند؛ به گونه‌ای که طبق آمار، در دهه ۹۰ میلادی، حدود ۶۰ درصد فیلم‌های پرفروش هالیوود رگه‌های آخرالزمانی و منجی‌گرایانه داشته‌اند.^۱ آمار جالب توجه دیگر اینکه مابین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۸ به تنهایی حدود ۴۲۴ فیلم آخرالزمانی در هالیوود به تولید رسیده است.^۲

دنیای رسانه‌ای هالیوود با توجه به سیاست‌گذاری‌های سردمدارانش، با تمرکز بر روی موضوع منجی، سعی کرده است تا در میان مخاطبان خود، حس نیاز و اضطراب به منجی را تقویت کند. در مقاله حاضر سعی شده است با بررسی تعداد محدودی از آثار سینمای هالیوود، به کشف، معرفی، و تبیین تکنیک‌های ایجاد حس اضطراب به منجی در آن‌ها پرداخته شود.

تذکر این نکته ضروری است که در تحقیقات علمی لازم است بین شخصیت قهرمان، و منجی آخرالزمانی تفکیک قائل شویم. تفاوت‌های مشخصی میان منجی آخرالزمانی و شخصیت قهرمان وجود دارد. عدم شناخت این شاخصه‌ها باعث اشتباه در تشخیص مصادیق خواهد شد؛ به عبارت دقیق‌تر، رابطه بین این دو مفهوم، عموم و خصوص مطلق است؛ به صورتی که هر منجی آخرالزمانی، قطعاً یک قهرمان نیز هست؛ ولی هر قهرمانی لزوماً منجی آخرالزمانی نخواهد بود. منجی آخرالزمانی

۱. مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، جریان‌شناسی روند تصویرسازی از وقایع آخرالزمان در غرب و راهبرد رسانه ملی در مواجهه با آن، ص ۱۱.

۲. رسولی، شیرنگ، تیموری، بازنمایی آخرالزمان در فیلم مردان ایکس؛ اپوکالیپس، ص ۱۲۲.

در فیلم‌هایی تعریف می‌شود که در آن کل جهان به وسیله اتفاقی نابود شده و یا در معرض نابودی است.^۱

مشخص است که مراد از منجی در مقاله پیش رو، منجی آخرالزمانی است و نه قهرمان؛ لذا در بررسی فیلم‌ها، به منظور کشف تکنیک‌های ایجاد حس اضطراب نیز باید فیلم‌های منجی محور را ملاک قرار دهیم؛ اما به دلیل یکسان بودن ملاک و مناسبات، در بعض موارد فیلم‌های قهرمان محور نیز بررسی شده‌اند. با مشخص شدن مطالب فوق، سؤال این است که این رسانه‌ها اولاً به چه دلیلی، و ثانیاً با کمک کدام تکنیک‌ها به تقویت حس نیاز و اضطراب به منجی در مخاطب اقدام می‌کنند.

علت یابی ایجاد احساس نیاز به منجی

صنعت سینما یکی از تولیدات تکنولوژیک دنیای غرب است که نمی‌توان آن را جدای از تفکر و تمدن غرب معنا کرد.^۲ تسلط نهادها و اشخاص یهودی تبار و یا وابسته به منافع یهود، حقیقت غیر قابل انکاری است که نمی‌توان از تأثیر آن بر جریان رسانه‌ای غرب چشم‌پوشی کرد؛ برای نمونه، مهم‌ترین کارگردانان و تولیدکنندگان هالیوود، افرادی مانند جک وارنر،^۳ استیون اسپیلبرگ،^۴ وودی آلن،^۵ رابرت مرداک،^۶ برایان سینگر^۷ و.... همگی یهودی بوده‌اند.^۸ نیل گابلر در کتاب خود می‌نویسد: «لشکری از

۱. فیلم‌هایی مانند children of men و یا Babylon a.d از این قسم محصولات هستند؛ اما فیلم‌هایی مانند batman یا spider mam از محصولات هستند که شاخصه نابودی کل جهان را ندارد؛ به همین دلیل شخصیت اصلی در این فیلم‌ها منجی آخرالزمانی نیستند؛ بلکه به نوعی قهرمان هستند.

۲. خندقی، آخرالزمان و آینده‌گرایی سینمایی، ۷۰.

۳. Jack Warner.

۴. Steven Spielberg.

۵. Woody Allen.

۶. Rupert Murdoch.

۷. Bryan Singer.

۸. <http://www.answers.com/topic/list-of-jewish-american-entertainers> (last accessed: 2021-1-19).

نویسندگان یهودی و اغلب شرقی، به هالیوود هجوم آوردند. قدرتمندترین مؤسسات استعدادیابی را یهودیان اداره می‌کردند. بیشتر امور این صنعت را وکلای یهودی سر و سامان می‌دادند، مهم‌تر از همه اینکه فیلم‌ها را یهودیان می‌ساختند»^۱.

دنیای رسانه‌ای هالیوود با روش‌های مختلف از جمله فیلم‌سازی، با تمام توان خود درصدد نشر و گسترش افکار و ایدئولوژی‌های قوم یهود، در سرتاسر عالم است.^۲ بر همین اساس، بدیهی است ریشه بسیاری از موضوعات مطرح شده در آثار تولیدی هالیوود را باید در عقاید این قوم جست‌وجو کرد.

گزارش‌های تاریخی موجود در تورات و تلمود و همچنین تاریخ معاصر یهودیان عمدتاً گذشته‌ای سیاه و سخت را برای این قوم به تصویر کشیده است؛ گذشته‌ای که در بیشتر برهه‌های زمانی، سرشار از حقارت‌ها و رنج‌ها بوده است. وجود چنین گذشته‌ای باعث شده است آن‌ها روزگار خویش را همواره به امید آینده‌ای روشن و درخشان سپری کنند.^۳ آن‌ها نسل در نسل، نوید آمدن منجی را در بین خود زنده نگاه داشته‌اند؛ به گونه‌ای که انتظار برای آمدن منجی به یکی از اصلی‌ترین ایدئولوژی‌های این قوم تبدیل شده است.

در منابع شیعی نیز روایاتی وجود دارد که بیانگر اشتیاق و انتظار این قوم برای آمدن منجی می‌باشد. مرحوم صدوق در کتاب شریف کمال الدین روایاتی با مضامینی مانند گزارش دادن حضرت یوسف علیه السلام از آینده سخت این قوم و بشارت آمدن منجی،^۴ دلالتی آن‌ها برای آمدن منجی و آرامش یافتن از ذکر اوصاف او^۵ و ... نقل می‌کند. مجموع این گزاره‌ها موید این حقیقت است که اندیشه منجی‌گرایانه و اشتیاق به ظهور او، از مؤلفه‌های اساسی آیین یهود می‌باشد.

۱. شوشتری زاده، امپراطوری هالیوود، مروری بر زندگی خالقان یهودی سینما، ص ۱۹.

۲. علوی طباطبایی، هالیوود و فرجام جهان، ص ۴.

۳. طاهری آکردی، یهودیت، ص ۲۰۹.

۴. ابن بابویه، کمال الدین، ج ۱، ص ۱۴۷.

۵. همان، ص ۱۴۴.

بر این اساس می‌توان علت اصلی یا حداقل یکی از مهم‌ترین عوامل تمرکز هالیوود بر ایجاد حس نیاز و اضطراب به منجی را بر مبنای همین ایدئولوژی تبیین کرد. موید مدّعی فوق این است که در بسیاری از فیلم‌ها، منجی -یا قهرمان- معرفی شده، غالباً شخصی یهودی‌تبار یا دارای گرایش‌های یهودی و در خدمت قوم یهود می‌باشد. نمونه بارز این مطلب را می‌توان در تلاش منجی فیلم ماتریکس برای رهایی و نجات سرزمین زایان یا صهیون مشاهده کرد.^۱

اکنون و پس از آنکه به شکل مختصر، اهداف و انگیزه‌های سینمای هالیوود، در راستای ایجاد و تقویت حس نیاز و اضطراب به منجی تبیین شد، می‌توان به کشف و تحلیل تکنیک‌های استفاده شده در این راستا پرداخت.

تکنیک‌های ایجاد حس نیاز به منجی

روش این نوشتار در معرفی تکنیک‌های ایجاد حس نیاز به منجی، تحلیل تعدادی از آثار سینمای هالیوود و یافتن این تکنیک‌ها در خلال آن‌ها است. مشاهده و تحلیل این فیلم‌ها، ما را به کشف سه تکنیک اصلی رهنمون می‌سازد که در ذیل، به معرفی و مصداق‌شناسی آن‌ها پرداخته خواهد شد.

تکنیک دوقطبی سازی خیر و شر

مهم‌ترین و تأثیرگذارترین ترفندی که از طرف ایده‌پردازان سینمای هالیوود برای ایجاد احساس نیاز و عطش شدید به منجی طراحی شده، ایجاد دو قطبی خیر و شر است. فرهنگ آمریکایی می‌کوشد شخصیت‌های خود را به خیر و شر مطلق تبدیل کند.^۲ شاخصه کلیدی این دو قطبی‌ها، قدرت فوق العاده جانب شرّ می‌باشد؛ قدرتی که هیچ نیروی بازدارنده‌ای در مقابل آن، متصوّر نیست. وجود چنین قدرتی در فیلم‌ها باعث می‌شود همه انسان‌ها تسلیم او شوند و شکست را قبول کنند. پس از ترسیم

۱. فرج‌نژاد، اسطوره‌های صهیونیستی در سینما، ص ۹۷.

۲. یزدیان، رویکردهایی به سواد رسانه، ص ۲۲۹.

چنین فضایی، بهترین موقعیت برای ظهور منجی نجات‌بخش به وجود خواهد آمد.

فیلم‌هایی در القای حسّ نیاز به منجی موفق‌تر عمل خواهند کرد که قدرتمندی جانب شر، و یأس مردم از مقابله با آن را بهتر به تصویر درآورند. مخاطب سینمای هالیوود با دیدن این فیلم‌ها نهایتاً در درون خود احساس می‌کند در دنیای کنونی برای رهایی از شروری که وجود دارد، انسان‌های عادی قدرتی نخواهند داشت؛ بلکه تنها وجود یک منجی با شاخصه‌های مشخص، می‌تواند راه‌گشا باشد. این فیلم‌ها در استفاده از تکنیک فوق، خود را محصور در نوع خاصی از شرور نکرده‌اند؛ بلکه در فیلم‌های مختلف، انواع متفاوت شرور - اعم از ضدّ قهرمان‌ها، حوادث طبیعی، روبات‌ها، هوش مصنوعی، جنگ‌های اتمی، سحر و جادو، و ... - را به تصویر کشیده‌اند که در ادامه دو نمونه از آن‌ها ذکر خواهد شد.

نوع اول: شرارت‌های انسانی یا ضدّ قهرمان‌ها

در این نوع آثار، جنبه منفی و شرّ فیلم، موجودات انسانی یا غیرانسانی^۱ هستند که به انگیزه‌های مختلفی مانند منفعت‌طلبی و زیاده‌خواهی، دست به اقدامات ویرانگر و نابودکننده می‌زنند؛ به گونه‌ای که حتی بشریت را تا مرز نابودی پیش می‌برند. ضدّ قهرمان‌ها در این فیلم‌ها گاهی در فضای آخرالزمانی و پسا آخرالزمانی، و در مواردی هم در بستر جامعه کنونی تعریف شده‌اند. مهم‌ترین کارکرد این ضدّ قهرمان‌ها، قدرت‌نمایی حد بیشتری و ایجاد حسّ یأس و ناامیدی از غلبه بر آن‌ها است. آثاری که در ذیل بیان می‌شود، نمونه‌های بارز این دسته از فیلم‌ها هستند.

۱. مردان ایکس - آخرالزمان (X-Men: Apocalypse): این فیلم محصول سال ۲۰۱۶ میلادی، از سری فیلم‌های مردان ایکس، جزء آثار کلیدی و پرفروش سینمای هالیوود می‌باشد که بر اساس آمار توانسته است به فروش نزدیک ۵۴۴ میلیون دلار برسد.^۲ کارگردانی فیلم را برایان سینگر یهودی بر عهده

۱. مانند ربات‌ها، موجودات فضایی، انسان‌های جهش‌یافته و ...

۲. <https://www.boxofficemojo.com/release/r11417315841> (last accessed: 2021-1-19).

دارد که او نیز از مهم‌ترین و موفق‌ترین کارگردانان سینمای هالیوود است.

برایان سینگر در این فیلم کوشیده است با به تصویر کشیدن ضد قهرمانی به نام APOCALYPSE، قدرت دیوانه‌واری به او عطا کند؛ به گونه‌ای که به راحتی قادر خواهد بود مردم جهان را نابود کند؛ قدرتی که یک نمونه از آن، تصاحب تمام سلاح‌های هسته‌ای جهان می‌باشد.^۱ بدیهی است شخصی که کنترل تمام سلاح‌های هسته‌ای کره زمین در دست او باشد، صاحب قدرتی خواهد بود که کمتر فرد یا افرادی به فکر مقابله با او خواهند افتاد، و همه انسان‌ها تسلیم او خواهند شد. در این بین، فقط ظهور یک منجی می‌تواند نجات‌بخش حیات انسانی باشد.

۲. بابل پس از میلاد (Babylon a.d): این فیلم محصول سال ۲۰۰۸ فرانسه است. فیلم مذکور در نظر سنجی‌های معتبر^۲ نتوانسته است امتیاز بالایی کسب کند؛ اما به دلیل پرداخت مستقیم به مسئله منجی، می‌تواند حائز اهمیت باشد. در این فیلم که بستر آن در یک فضای پسا آخرالزمانی ترسیم شده است، شخصی به نام تروپ مأمور می‌شود تا دختری - که در طول فیلم مشخص می‌شود مادر منجی بشریت است - را از صومعه‌ای در قزاقستان به نیویورک منتقل کند. تکنیک دو قطبی سازی خیر و شر در این فیلم به خوبی به اجرا درآمده است. سیاهی و پلیدی آن‌چنان در فضای فیلم گسترده است که در تمام مسیر قزاقستان تا نیویورک، نیروهای جانب شر حضور فعال دارند. به دلیل قدرتمندی و کثرت نیروهای دشمن، بارها در طول فیلم احساس می‌شود، مأموریت انتقال با شکست روبه‌رو خواهد شد. در تک‌تک این صحنه‌ها و رویدادها، مخاطب می‌داند که امیدی جز تروپ وجود ندارد و باید منتظر عکس‌العملی از جانب تروپ^۳ باشد تا به نوعی موجب حفظ جان آن دختر شود.

۱. <https://www.cbr.com/villains-tried-end-world-ranked>(last accessed: 2021-1-19).

۲. https://www.imdb.com/title/tt0364970/?ref_=fn_al_tt_1(last accessed: 2021-1-19).

۳. در این فیلم، تروپ، منجی نهایی معرفی نشده است؛ ولی مهم‌ترین نقش در حفظ جان مادر منجی را دارد و به همین دلیل می‌توانیم خود او را نیز به نوعی منجی بدانیم.

نوع دوم: شروری از جنس حوادث طبیعی

در این نوع فیلم‌ها، شروری به تصویر کشیده می‌شود که منشأ آن‌ها طبیعت است؛ حوادثی از قبیل سیل، زلزله، ویروس‌ها، گودزیلا، طوفان، و... . تمایز این قسم از شرور، در مقایسه با شرور دسته قبل (ضد قهرمان‌ها)، در نوع قدرتمندی آن‌ها است. در حقیقت در شرور قسم قبل، کارگردان باید با انواع ترفندها و سناریوها، به قدرتمندسازی ضد قهرمان‌ها اقدام می‌کرد؛ اما در شروری که از جنس حوادث طبیعی هستند، قدرتمندی در ذات آن‌ها نهفته است و نیاز به اقدام دیگری، غیر از به تصویر کشیدن آن‌ها نیست. فیلم **جنگ جهانی زد (word war z)** از نمونه‌های بارز این دسته از فیلم‌ها می‌باشد.

فیلم مذکور، محصول سال ۲۰۱۳ و یکی از موفق‌ترین فیلم‌های آخرالزمانی می‌باشد. داستان فیلم بدین شرح است که نوعی ویروس در مقیاس جهانی در حال انتشار است که انسان‌ها را از حالت طبیعی خارج، و آن‌ها را به موجودات خون‌آشام (زامبی) تبدیل می‌کند. سرعت انتشار ویروس به حدی زیاد است که در مدت کوتاهی تمام نقاط کره زمین را درگیر می‌کند.^۱

نقطه قوت فیلم در استفاده از تکنیک دوقطبی سازی، نمایش قدرت تخریب فوق‌العاده و سرعت انتشار ویروس است. شخصی که با فرد آلوده در تماس باشد، تنها ۹ ثانیه با از دست دادن انسانیت خود فاصله دارد، و پس از آن تمام تلاش و همت او آلوده کردن دیگران خواهد شد. آلوده شدن حتی یک نفر مساوی با آلوده شدن هزاران انسان دیگر است. انسان‌های آلوده‌ای که بدون هیچ منطقی دست به هر کاری برای آلوده کردن دیگران می‌زنند؛ به گونه‌ای که در قسمتی از فیلم نشان داده می‌شود، در کسری از دقیقه، به طرز دیوانه‌واری خود را ستون یکدیگر قرار می‌دهند تا بتوانند از دیوار بلندی که در اطراف سرزمین‌های اشغالی (اسرائیل) کشیده شده است بالا روند و به داخل نفوذ کنند.

فضای رعب و وحشت در فیلم به گونه‌ای ترسیم شده است که هیچ امیدی برای سالم ماندن از این

¹ <https://m.imdb.com/title/0816711/plotsummary> (last accessed: 2021-1-10).

ویروس متصور نمی‌باشد، و حتی خود منجی معرفی شده در فیلم^۱ نیز از مقابله با این ویروس در مانده می‌شود. در چنین فضایی، بستر مناسب برای ظهور منجی فراهم می‌شود، و او در اثر یک اتفاق، راه حل مشکل را پیدا می‌کند. این فیلم از جنبه‌های مختلفی قابل بحث است؛ اما به دلیل اینکه تلاش این نوشتار صرفاً در راستای بررسی تکنیک‌های ایجاد حس نیاز به منجی می‌باشد، می‌توان گفت این اثر به یقین یکی از موفق‌ترین فیلم‌ها در القای حس نیاز و اضطراب به منجی است.

۲. تکنیک زیباسازی و جذاب‌نمایی

خداوند، انسان را به گونه‌ای آفریده است که سرشت و ذات او، دوست‌دار زیبایی و بیزار از زشتی می‌باشد. شهید مطهری در این مورد چنین می‌فرماید: «در انسان، گرایش به جمال و زیبایی - چه به معنی زیبایی دوستی و چه به معنی زیبایی آفرینی که نامش هنر است - به معنای مطلق وجود دارد. این هم خود یک گرایش است در انسان و هیچ کس نیست که از این حس فارغ و خالی باشد».^۲ برای زیبایی و زشتی تعریف‌های بسیاری صورت گرفته است،^۳ و حتی عده‌ای مانند شهید مطهری قائلند این دو مفهوم، قابل تعریف نیست؛ لکن هر انسانی در درون خود می‌تواند زیبایی و زشتی را درک کند.

صاحبان رسانه با استفاده از این ویژگی انسانی سعی می‌کنند امر مطلوب خود را با ترفندهای مختلف برای مخاطب، زیبا جلوه دهند و او را شیفته و مجذوب کنند. تمرکز اصلی آن‌ها در اجرای این تکنیک، هدف قرار دادن قوای احساسی و عاطفی انسان‌ها می‌باشد. بدیهی است انسانی که شیفته و مجذوب پدیده‌ای شد، تمام تلاش خود را برای رسیدن به آن صرف خواهد کرد.

کارگردانان سینمای هالیوود در راستای ایجاد حس نیاز به منجی، به صورت متعدّد از این تکنیک بهره برده‌اند. آنان بدین منظور، کاراکتر منجی را با ترفندهای مختلف به صورتی زیبا و جذاب در معرض نمایش قرار می‌دهند. مخاطب نیز با دیدن زیبایی‌های منجی، مجذوب و شیفته وی خواهد شد؛ به

۱. جری لین که مأمور سازمان ملل است.

۲. مطهری، مجموعه آثار شهید مطهری، ج ۳، ص ۴۹۷.

۳. برای نمونه ر.ک: لذات فلسفه، ص ۲۱۸ و ۲۱۹.

گونه‌ای که بدون وجود او، همواره احساس کمبود و خلأ خواهد کرد.

شاهد بر صحت و درستی ادعای فوق گسترش نمادها، عروسک‌ها و مجسمه‌های ابرقهرمان‌های هالیوودی در میان مردم است. گرایش جامعه به شخصیت‌هایی مانند مرد عنکبوتی، بت‌من و... باعث شده علاقه و اشتیاق به آن‌ها محصور در فضاهای تخیلی فیلم‌ها باقی نماند و به زندگی واقعی نیز کشیده شود. به گزارش سایت هالیوود ریپورتر فقط در سال ۲۰۱۳ مجموع فروش عروسک‌ها و ملزومات مرتبط با کاراکتر مرد عنکبوتی به رقمی بالغ بر ۱٫۳ میلیارد دلار رسیده است.^۱ این اتفاق به کشورهای اروپایی و آمریکایی محدود نمی‌شود؛ بلکه در کل جهان و حتی ایران اسلامی نیز شاهد گرایش جوانان و نوجوانان به نمادها و المان‌های این ابرقهرمان‌ها هستیم.

شایان ذکر است برای استفاده از این تکنیک در قرآن کریم و روایات اسلامی نیز شواهد مختلفی می‌توان ارائه کرد؛ برای مثال در سوره الرحمن، خداوند بهشت و نعمت‌های آن را به گونه‌ای زیبا توصیف می‌کند که هر شنونده‌ای با خواندن این آیات، زیبایی محیرالعقولش را درک، و در خود میل رسیدن آن را پیدا می‌کند. همچنین در روایاتی که در توصیف دوران ظهور آمده، شاهد آن هستیم که به جذابیت‌های بی‌نظیر آن دوران اشاره شده است، و مخاطب با خواندن این اوصاف، به دوران ظهور میل و رغبت پیدا خواهد کرد؛ برای نمونه، امام صادق (ع) در حدیثی بیان می‌فرماید:

قائم ما وقتی قیام کند، زمین به نور پروردگار روشن خواهد شد و بندگان از نور خورشید بی‌نیاز خواهند گشت، ظلمت از بین می‌رود، عمرها به اندازه‌ای طولانی می‌شود که خداوند، هزار پسر به او مرحمت می‌کند، خزائن زمین بیرون آمده و در مقابل چشم مردم قرار می‌گیرد، مردم به دنبال کسی

^۱. [https://www.hollywoodreporter.com/amp/news/superhero-earns-13-billion-a-748281\(last](https://www.hollywoodreporter.com/amp/news/superhero-earns-13-billion-a-748281(last)
accessed:2021-1-19).

می‌روند که از آن‌ها زکات و صدقات بپذیرد و نمی‌یابند، مردم به فضل پروردگار بی‌نیاز می‌شوند.^۱

در هر صورت حس زیبادوستی انسانی، به علاوه خصوصیات و شاخصه‌های خاص موضوع منجی باعث شده تا به وسیله ترکیب این دو باهم، تأثیرگذاری بر مخاطب افزایش یابد و سینماگران در القای حس نیاز به منجی، به مطلوب خود نائل آیند. در ادامه با ذکر مصادیقی از چند فیلم به بیان تعدادی از ترفندهای زیبانمایی و جذاب سازی پرداخته خواهد شد.

زیبایی‌ها و جذابیت‌های ظاهری

همان‌گونه که بیان شد میل به زیبایی، از امیال فطری انسان است که خداوند آن را در درون انسان به ودیعه نهاده است. در این بین زیبایی‌های ظاهری که با حواس پنجگانه درک می‌شوند، ابتدایی‌ترین عاملی است که توجه انسان‌ها را به خود جلب می‌کند. سیره دائمی پیامبر ﷺ در آراستگی ظاهری و معطر بودن^۲ و همچنین تأکیدات ائمه اطهار^{علیهم‌السلام} به شیعیان، مبنی بر زیبایی و آراستگی ظاهری^۳ همگی دلالت دارد که زیبایی‌های ظاهری از مهم‌ترین عوامل در جلب نظر دیگران می‌باشد.

عوامل سازنده فیلم‌های هالیوود با توجه به این خصوصیت، سعی کرده‌اند که منجی را آراسته به عناصر جذابیت‌های ظاهری به تصویر درآورند. انسان‌هایی که فارغ از جنسیتشان، عمدتاً دارای چهره‌هایی زیبا، اندامی موزون، و لباس‌هایی خوش رنگ هستند. مخاطب این فیلم‌ها به محض دیدن این منجی - فارغ از خصوصیات اخلاقی و رفتاری او - شیفته و مجذوب او خواهد شد. منجی‌ها و ابرقهرمان‌ها در فیلم‌هایی مانند کاپیتان آمریکا، مرد عنکبوتی، بتمن، و جنگ جهانی زد، دارای بیشترین

۱. مفید، الإرشاد، ج ۲، ص ۳۸۲. إِنَّ قَائِمَنَا إِذَا قَامَ أَشْرَقَتِ الْأَرْضُ بِنُورِ رَبِّهَا وَاسْتَعْنَى الْعِبَادُ عَنْ ضَوْءِ الشَّمْسِ وَذَهَبَتِ الظُّلْمَةُ وَ يُعَمَّرُ الرَّجُلُ فِي مَلِكِهِ حَتَّى يُوَلَّدَ لَهُ أَلْفٌ ذَكَرَ لَا يُوَلَّدُ فِيهِمْ أَنْثَى وَ تُظْهَرُ الْأَرْضُ كُنُوزَهَا حَتَّى يَرَاهَا النَّاسُ عَلَى وَجْهِهَا وَ يُطْلَبُ الرَّجُلُ مِنْكُمْ مَنْ يَصِلُهُ بِمَالِهِ وَيَأْخُذُ مِنْهُ زَكَاتَهُ فَلَا يَجِدُ أَحَدًا يَقْبَلُ مِنْهُ ذَلِكَ اسْتَعْنَى النَّاسُ بِمَا رَزَقَهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ.
۲. ر.ک: الکافی، ج ۶، ص ۵۱۵، ح ۲؛ بحار الانوار، ج ۱۶، ص ۲۴۸.
۳. برای نمونه، ر.ک: قَالَ أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ: لِيَتَرَيَنَّ أَحَدَكُمْ لِأَخِيهِ الْمُسْلِمِ كَمَا يَتَرَيَنَّ لِلْغَرِيبِ الَّذِي يُحِبُّ أَنْ يَرَاهُ فِي أَحْسَنِ الْهَيْئَةِ؛ هر یک از شما خود را برای برادر مسلمانان آن‌گونه بیازاید که برای بیگانه‌ای که دوست دارد وی را در بهترین شکل ببیند، می‌آراید (الکافی، ج ۶، ص ۴۳۹، ح ۱۰).

عناصر زیبایی‌های ظاهری و بصری می‌باشند، و مخاطب را وادار به مجذوب شدن خواهند کرد.

فداکاری‌ها و ازخودگذشتگی‌ها

از دیگر مواردی که موجب جذاب‌سازی منجی برای مخاطب می‌شود، به تصویر کشیدن از خودگذشتگی‌ها و فداکاری‌های اوست. مخاطب با مشاهده اینکه منجی قرار است جان خود را در راه نجات او و دنیایش فدا کند، شیفته و مجذوب، و به تبع همواره منتظر و مشتاق آمدن چنین شخصی خواهد شد. در ذیل برای نمونه، به فیلمی اشاره می‌شود که در آن‌ها به زیبایی از این ترفند استفاده شده است.

فیلم **میان ستاره‌ای (interstellar)**: در این فیلم که روایت‌گر دوران پساآخرالزمانی است، مشاهده می‌کنیم بشر به دلیل بلایای طبیعی با مشکل تأمین آذوقه مواجه شده، و در عمل ادامه زندگی در کره زمین سخت و غیرممکن شده است. در این بین، عده‌ای از مأموران سازمان ناسا، نقشه‌ای طراحی کرده‌اند تا بتوانند سیاره قابل سکونت دیگری را شناسایی کنند. عمده‌ترین مشکلی که در این مأموریت وجود دارد، مسئله زمان است؛ به گونه‌ای که سپری شدن هر یک ساعت زمان از این مأموریت در فضا، برابر با چندین سال زمینی خواهد بود.

در این بین خلبانی به نام کوپر با علم به اینکه رفتن به این سفر موجب از دست دادن بسیاری از اولویت‌های زندگی‌اش از جمله خانواده خواهد بود، حاضر می‌شود برای نجات بشریت، رهبری و هدایت این سفر را به عهده گیرد. کارگردان فیلم با طراحی موقعیت‌های دراماتیک با زیرکی سعی کرده است از خودگذشتگی این خلبان را به شکل تأثیرگذاری به رخ مخاطب بکشد.

صحنه‌هایی از قبیل وداع دردناک پدر و دختر نوجوانی که به دلیل فقدان مادر، تنها تکیه‌گاه زندگی وی، پدرش می‌باشد یا صحنه‌ای که پدر در سفینه فضایی در حالی که چند روزی را بیشتر پشت سر گذاشته است؛ اما فیلم ارسالی از دخترش را در حالی می‌بیند که او به سن جوانی رسیده است^۱ و آه و

^۱. این اتفاق به دلیل عدم تطابق زمانی بین سیاره‌ها رخ می‌دهد.

حسرت از نهادش بلند می‌شود که نتوانسته در این دوران حسّاس کنار دخترش باشد، و یا صحنه دلخراش آخر فیلم که وقتی او از مأموریت بازمی‌گردد با بدن فرسوده و فرتوت پیرزنی در بیمارستان مواجه می‌شود که در حقیقت همان دختر اوست. همه این صحنه‌ها و فضا سازی‌ها آنچنان مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهد که چاره‌ای جز علاقه‌مندی و تحسین این منجی نخواهد داشت و در دنیای خارج همواره انتظار چنین شخصی را خواهد کشید.

استفاده از این ترفند در اغلب فیلم‌هایی درباره منجی و ابرقهرمانی هالیوود مشاهده می‌شود. در سری فیلم‌های انتقام جویان و یا ارباب حلقه‌ها شاهد از خودگذشتگی دسته جمعی عده‌ای برای نجات دنیا هستیم. افرادی که زندگی معمولی و بی‌خطر خود را کنار گذاشته، جانشان را کف دست می‌گیرند و به مبارزه با شرور موجود قیام می‌کنند.

شجاعت و بی‌باکی

به تصویر کشیدن افراد شجاع و بی‌باکی که در موقعیت‌های خطرناک داوطلب حل مشکلات می‌شوند، یکی دیگر از ترفندهای جذاب‌سازی منجی در سینمای هالیوود است. کارگردانان با طراحی سناریوهای پیچیده، سعی می‌کنند موقعیت‌های خطرناکی را خلق کنند که هیچ‌کس غیر از منجی حتی تصوّر ورود به آن را نیز نخواهد کرد.

نمونه مشخص استفاده از این ترفند را در فیلم ۲۰۱۲ مشاهده می‌کنیم؛ هنگامی که به علت خرابی چرخ‌دنده‌های درب کشتی (کشتی حمل بازماندگان از آب‌گرفتگی کره زمین) جان تمام مسافران در خطر می‌باشد. در این بین شخصیت اصلی فیلم و پسرش داوطلب می‌شوند تا به محل خرابی بروند و مشکل را حل کنند. شجاعت این پدر و پسر وقتی نمایان می‌شود که آن‌ها برای رسیدن به چرخ‌دنده‌ها باید خود را به قسمت انتهایی کشتی برسانند، یعنی جایی که آب تمام آن را فرا گرفته و امکان خفگی در آن بسیار زیاد است. بدیهی است کمتر کسی شجاعت رفتن به چنین مکانی را دارد؛ اما این پدر و پسر با شجاعت بسیار وارد این مهلکه خطرناک می‌شوند و با این عمل، شجاعت و جسارت خود را به مخاطب فیلم نشان می‌دهند.

عناصر و پارامترهای زیباسازی و جذاب‌نمایی منجی در سینمای هالیوود منحصر به سه مورد فوق نمی‌باشد و عوامل دیگری همچون شوخ طبعی، روحیات عاطفی، خانواده دوستی و نیز باعث جذابیت منجی برای مخاطب خواهد شد. در بسیاری از فیلم‌ها شاهد آن هستیم که منجی، دارای تعداد متعددی از این خصوصیات می‌باشد.^۱

نکته مهم و کلیدی در مورد عناصر فوق، استفاده بجا و درست از آن‌ها است؛ طراحی آن‌ها در ابعاد شخصیتی منجی، همگی در راستای جذاب‌سازی او برای مخاطب صورت گرفته و از استفاده بی‌مورد خودداری شده است؛ برای مثال در فیلم میان ستاره‌ای، شخصیت منجی فیلم، فردی به شدت خانواده دوست است. کارگردان از ابتدای فیلم سعی در برجسته کردن این صفت دارد تا در موقع مناسب از آن بهره‌برداری کند. مخاطب باید درک کند که این شخصیت با این حجم از علاقه به خانواده حاضر شده است برای نجات بشریت، علایق شخصی خود را فدا، و خانواده‌اش را رها کند. نقطه مقابل این سناریو، زمانی است که شدت علاقه او به خانواده مانع انجام مأموریت شود، در این صورت خصوصیت خانواده‌دوستی، نه تنها موجب جذابیت او نمی‌شود؛ بلکه باعث می‌گردد مخاطب فیلم چنین شخصیتی را مورد مذمت و نکوهش قرار دهد.

تکنیک باورپذیر ساختن منجی از طریق هم‌ذات‌پنداری

هم‌ذات‌پنداری با شخصیت‌های خاص، یکی از عوامل مهم در فرایند اثرگذاری است؛ زیرا مخاطب فیلم، به شخصیت‌هایی که هم‌ذات‌پنداری کرده است، توجه بیشتری خواهد داشت.^۲ هم‌ذات‌پنداری موجب باورپذیری برای مخاطب خواهد شد. مخاطب سینما اگر نتواند منجی معرفی شده در فیلم را باور کند، به سختی می‌تواند با او ارتباط برقرار نماید؛ زیرا او را از خود غریبه می‌پندارد؛ در نتیجه تمایلی برای ظهورش احساس نخواهد کرد. به این منظور شخصیت منجی در فیلم‌ها را به گونه‌ای به

^۱. برای مثال: منجی فیلم میان ستاره‌ای، شخصیتی شجاع، عاطفی، خانواده‌دوست، فداکار و همچنین دارای ظاهری متناسب می‌باشد.

^۲. یزدیان، نادعلی، بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای، ص ۲۰۱.

تصویر کشیده‌اند که برای مخاطب، ملموس و باورپذیر باشد.

هم‌ذات‌پنداری مخاطب با شخصیت‌های فیلم زمانی اتفاق خواهد افتاد که با او دارای شباهت‌هایی باشد یا واجد خصلت‌هایی باشد که مخاطب از داشتن آن‌ها محروم است؛ ولی آرزو دارد به آن‌ها نائل شود.^۱ بر همین اساس کارگردان، شخصیت منجی را به گونه‌ای طراحی می‌کند که دارای خصوصیات مشترکی با بیشتر انسان‌ها باشد؛ خصوصیت‌هایی که به منظور هم‌ذات‌پنداری مخاطب با منجی به تصویر کشیده می‌شود، به تناسب موقعیت‌های مختلف می‌تواند متفاوت باشد؛ برای نمونه به دو مورد اشاره خواهد شد:

الف. به تصویر کشیدن ضعف‌های انسانی: ذات انسان بستری برای انواع و اقسام خصوصیات متضاد و گوناگون می‌باشد. ترس و شجاعت، ناامیدی و امیدواری، و... صفاتی هستند که هر انسانی به تناسب شخصیت خود آن‌ها را توأماً تجربه کرده است. به تصویر کشیدن نوعی منجی که دارای شجاعت صرف باشد، هرچند جذابیت‌های خاص خود را دارد، برای مخاطب چندان باورپذیر نیست و نمی‌تواند با او هم‌ذات‌پنداری کند؛ به همین دلیل در بسیاری از آثار سینمایی هالیوود مشاهده می‌کنیم منجی فیلم -حتی با وجود قدرت‌های ماورایی- در برخورد با نیروی اهریمنی،^۲ ابتدا دچار ترس و ناامیدی می‌شود. مخاطب نیز با قرار دادن خود در موقعیت موجود در فیلم، دقیقاً همین حس ترس و ناامیدی را تجربه خواهد کرد. همین اتفاق موجب باورپذیری منجی برای او می‌شود.

بر همین اساس می‌توان گفت یکی از علل غیر باورپذیر بودن بیشتر قهرمان‌های سینمای بالیوود، نداشتن مشخصه فوق است. قهرمان‌های این دنیای سینمایی معمولاً دارای صفاتی مانند شجاعت در عالی‌ترین حد خود می‌باشند؛ به گونه‌ای که ضعف و ترس به هیچ وجه در آن‌ها وجود ندارد. قهرمان‌هایی که در موقعیت‌های مختلف، فقط به دلیل داشتن شجاعت افراطی، به انجام کارهایی اقدام

۱. یزدیان، رویکردهایی به سواد رسانه‌ای، ص ۱۳۲.

۲. اعم از ضد قهرمان‌ها، حوادث طبیعی و ...

می‌کنند که هیچ منطقی در ورای آن‌ها نیست. همین عامل باعث شده است مخاطب هیچ‌گاه نتواند با این نوع از قهرمان‌ها هم‌ذات‌پنداری کند و به آن‌ها فقط در حد یک سرگرمی چند ساعته نگاه کند.

ب. به تصویر کشیدن انتخاب‌های اشتباه: هر انسانی در زندگی خود کم یا زیاد، تصمیم‌گیری‌های نادرستی را تجربه کرده و در دوراهی‌های زندگی، مسیرهای نادرستی را پیموده است. به تصویر کشیدن منجی که بعضاً دچار اشتباهاتی در حوزه تصمیم‌گیری، یا در حوزه رفتار می‌شود، در ظاهر امر، موجب ناراحتی مخاطب فیلم از این اشتباه می‌شود؛ اما در حقیقت، موجب خواهد شد، در ورای ذهن خود با منجی هم‌ذات‌پنداری کند.

در میان روایات و تراث شیعی نیز شاید بتوان برای استفاده از تکنیک هم‌ذات‌پنداری نمونه‌هایی پیدا کرد. در روایتی که مرحوم صدوق نقل می‌کند، امام صادق علیه السلام در مورد حضرت مهدی علیه السلام می‌فرمایند: «يَسِيرُ فِيمَا بَيْنَهُمْ وَيَمْشِي فِي أَسْوَاقِهِمْ وَيَطَأُ بُسْطَهُمْ»؛ در میان مردم رفت و آمد و در بازارهاشان عبور و مرور می‌کنند و بر سر بساط مردم حاضر می‌شوند». با توجه به فضای کلی حدیث، هدف امام صادق علیه السلام از بیان این عبارات، مطلب دیگری است؛ اما شاید به نوعی بتوان گفت: توصیف امام زمان علیه السلام با این خصوصیات، می‌تواند موجب باورپذیری آن حضرت برای مخاطب شود؛ زیرا مخاطب احساس می‌کند امام زمان علیه السلام نیز فردی است که مانند او زندگی زمینی و عادی دارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. ابن بابویه، کمال الدین، ج ۱، ص ۴۴.

نتیجه‌گیری

امروزه در جوامع غربی، شاهد رشد روزافزون اقبال عمومی برای ظهور منجی با قرائت سکولار آن هستیم. بی شک تولیدات رسانه‌ای، به‌ویژه فیلم‌ها و سریال‌ها تأثیر بسزایی در روند افزایشی این موضوع داشته است؛ تولیداتی که در آن‌ها به منظور ایجاد حس نیاز و اضطراب به منجی از دقیق‌ترین طرف‌ها و تکنیک‌ها استفاده شده است. دامنه تأثیرگذاری این تولیدات در سطح جهانی است و به گستره جغرافیایی خاصی محدود نمی‌شود. در این میان متأسفانه شاهد غفلت دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی جهان اسلام در مقابله با این قبیل تولیدات هستیم. از طرف دیگر استفاده از ظرفیت‌های شگرف رسانه‌ای در راستای انتقال مفاهیمی از قبیل ایجاد حس اضطراب برای ظهور منجی اسلامی، همواره مورد غفلت واقع شده است. بدین منظور شایسته و بایسته است که فعالان رسانه‌ای جهان اسلام ضمن شناخت و واکاوی دقیق تکنیک‌های ایجاد حس نیاز و اضطراب به منجی، آن‌ها را در راستای ترویج حس اضطراب به امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الیه بومی‌سازی کنند و در تولیدات خود به کار گیرند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مطالعات مهدوی

سال یازدهم / شماره ۵۰ / زمستان ۱۳۹۹

منابع

*قرآن کریم.

۱. آرت سیلور بلات، جین فری، باربارا فینان، رویکردهایی به سواد رسانه‌ای، مترجم: امیر یزدیان، صدا و سیما جمهوری اسلامی، قم، ۱۳۹۳.
۲. پاتر، جیمز، بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای، مترجم: امیر یزدیان، مناداعلی، پیام آزادی، قم، ۱۳۹۱.
۳. خندقی، امین، آخرالزمان و آینده گرایی سینمایی، ولاء منتظر، چاپ اول، قم، ۱۳۹۱.
۴. دورانت، ویل، لذات فلسفه، مترجم: عباس زریاب خویی، علمی فرهنگی، تهران، ۱۳۹۲.
۵. رسولی، مهدی، شبرنگ، هدی و تیموری، میشا، بازنمایی آخرالزمان در فیلم مردان ایکس، اپوکالیپس، مجله عصر آینه، ش ۲۵، بهار ۱۳۹۷.
۶. شاکری زواردهی، روح الله، منجی در ادیان، بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود، چاپ سوم، قم، ۱۳۸۷.
۷. صدوق، محمد بن علی بن بابویه، کمال الدین و تمام النعمة، اسلامیه، ۲ جلد، چاپ دوم، تهران، ۱۳۹۵.
۸. طاهری آکردی، یهودیت، مرکز بین المللی ترجمه و نشر المصطفی، چاپ اول، قم، ۱۳۹۰.
۹. علوی طباطبایی، ابوالحسن، هالیوود و فرجام جهان، هلال، تهران، ۱۳۸۶.
۱۰. فرج نژاد، محمدحسین، اسطوره‌های صهیونیستی در سینما، هلال، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۸.
۱۱. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، دار الکتب الإسلامیة، ۸ جلد، چاپ چهارم، تهران، ۱۴۰۷ق.
۱۲. گابله، نیل، امپراطوری هالیوود: مروری بر زندگی خالقان یهودی، مترجم: الهام شوشتری زاده، چاپ اول، تهران، ۱۳۹۱.
۱۳. مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی، بحار الأنوار، دار إحياء التراث العربی، بیروت، ۱۴۰۳ق.
۱۴. مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، جریان‌شناسی روند تصویرسازی از وقایع

آخرالزمان در غرب و راهبرد رسانه ملی در مواجهه با آن، مرکز پژوهش‌های اسلامی، قم، ۱۳۸۹.

۱۵. مک کوایل، دنیس و ویندال، سون، مدل‌های ارتباطات جمعی، ترجمه گودرز میرزایی، تهران، طرح آینده، ۱۳۸۸.

۱۶. مطهری، مرتضی، مجموعه آثار شهید مطهری، صدرا، تهران، ۱۳۶۷.

۱۷. مفید، محمد بن محمد، الإرشاد، کنگره شیخ مفید، ۲ جلد، چاپ اول، قم، ۱۴۱۳ ق.

۱۸. <http://www.answers.com/topic/list-of-jewish-american-entertainers>

۱۹. <https://www.boxofficemojo.com/release/r11417315841>

۲۰. <https://www.cbr.com/villains-tried-end-world-ranked>

۲۱. https://www.imdb.com/title/tt0364970/?ref_=fn_al_tt_1

۲۲. <https://www.hollywoodreporter.com/amp/news/superhero-earns-13-billion-a-748281>

۲۳. <https://m.imdb.com/title/0816711/plotsummary>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مطالعات
مندی

سال یازدهم / شماره ۵۰ / زمستان ۱۳۹۹