

بازنمایی تصویر زن در فیلم شبی که ماه کامل شد (کاربست تحلیل روایت و نشانه‌شناسی رولان بارت)

مهدی اکبری گلزار^{۱*}، قاسم زائری^۲

چکیده

تصویر زنان در سینمای ایران همواره در ژانرهای متنوعی بازنمایی شده است. از گفتمان‌های فمینیستی که به دنبال به تصویر کشیدن تبعیض‌های موجود به زنان در هر دوره است گرفته تا ژانرهایی که به نقش زنان در سال‌های جنگ و پس از آن اشاره دارند، هریک به نحوی به این موضوع پرداخته‌اند. در این میان، اما پرداخت به زنان در یک ایدئولوژی خاص دینی کمتر صورت گرفته است. فیلم شبی که ماه کامل شد از معدود فیلم‌هایی است که به بازنمایی تصویر زن در یک ایدئولوژی دینی (گروهک طالبان) در قالب یک روایت عاشقانه پرداخته است. به همین منظور، در این مقاله با ترکیب روش تحلیل نشانه‌شناختی و تحلیل روایت بارت به دنبال تبیین و بازنمایی تصویر زن در این فیلم خواهیم بود. نتایج تحلیل گویای آن‌اند که کارگردان اثر با روایت دراماتیک یک عضو ارشد گروهک طالبان در پی نشان دادن تأثیر ایدئولوژیک تفکری است که در آن هیچ مانعی نمی‌تواند جلودار دستیابی به هدف مقدس و والای اعضای گروه طالبان بشود. این تصویر از ایدئولوژی طالبان روایت می‌شود که انسان دینی حتی باید برای رسیدن به اهداف، از زن (معشوقه) و فرزند خویش نیز گذر کند و دل مشغولی‌های آن‌ها نباید او را از پرداختن به مأموریت‌هایی بازدارد که گروه طالبان برای آن‌ها در نظر گرفته است. در نتیجه، تصویر زن در این گروهک موجودی بی‌ارزش در مقابل ارزش‌ها و اهداف گروه طالبان و حتی مانعی اضافی برای دستیابی به آن‌ها تلقی می‌شود.

کلیدواژگان

ایدئولوژی دینی، تحلیل روایت، تصویر زن، گروهک طالبان، نشانه‌شناسی.

m.akbarigolzar@ut.ac.ir
qasem.zaeri@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری مردم‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران
۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۴/۲۴، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۷/۲۶

مقدمه و طرح مسئله

در عصر کنونی، رسانه‌ها به دلیل تأثیرات فراوان عرصه واکاوی‌های فرهنگی و اجتماعی بسیاری قرار گرفته‌اند و از سوی دیگر محلی محسوب می‌شوند که پیام را منتقل می‌کنند و به خلق معانی فرهنگی مبادرت می‌ورزند. رسانه‌ها جایگاه و فضای بسترسازی فرهنگی، تأمل و ژرف‌اندیشی درباره اهمیت معنا و اندیشه‌ورزی با توجه به متن فرهنگی و ساخت اجتماعی قلمداد می‌شوند که به تقویت و بازسازی الگویی منسجم از معنا و تأسیس کانون ارزشی مبادرت می‌ورزند [۱۹، ص ۶۰].

درواقع، هر پدیده اجتماعی از جمله فیلم، رسانه‌های جمعی و متون درسی عرصه‌هایی هستند که در آن‌ها گفتمان‌ها به تولید معنا می‌پردازد و برای دستیابی به هژمونی سعی می‌کنند ساختار نظام معنایی گفتمان رقیب خود را بشکنند و آن‌ها را به حاشیه برانند. براساس این نظریه، متن از هر نوعی که باشد، در دایره مغناطیسی قدرت متولد می‌شود. هیچ سوژه، نهاد و متنی نمی‌تواند از چنگال قدرت رهایی یابد. همه پدیده‌های اجتماعی گفتمانی بوده و نمودی از منازعات معنایی میان گفتمان‌هاست. به این ترتیب، می‌توان یک فیلم سیاسی اجتماعی را در بافت‌های وسیع‌تر اجتماعی قرار داد و نشان داد که فیلم‌ها برای تولید و برجسته کردن چه معنایی و برای به حاشیه راندن چه معنایی تولید شده‌اند [۱۰، ص ۷۲].

دوونینو^۱ معتقد است که سینما در مقایسه با دیگر هنرها رابطه تنگاتنگ‌تری با زمینه اجتماعی خود دارد و فیلم‌ها به نوعی تصورات ما را درباره مسائل مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بازنمایی می‌کنند و به شیوه‌هایی که ما درباره این مسائل می‌اندیشیم، شکل می‌دهند [۹، ص ۶]. موضوعی که بر اهمیت سینما به مثابه یک رسانه می‌افزاید این است که بی‌طرف و به دور از قالب‌های فرهنگی نیست؛ به‌ویژه در ایران که دولت نقشی پررنگ در سیاست‌های فرهنگی دارد. سینما نیز همچون دیگر محتواها و مضامین رسانه‌ای مثل اخبار، آگهی، فیلم و سریال می‌تواند بار ایدئولوژیک داشته باشد و از طریق فرایند سوژه‌سازی، روابط و مناسبات فرادستی و فرودستی را بازتولید و حفظ کند.

رسانه می‌تواند نمایان‌گر ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها، باورها، سبک زندگی و... در یک جامعه باشد و از سوی دیگر بر آن‌ها تأثیر بگذارد. البته فیلم‌ها واقعیت را آن‌گونه که هست نشان نمی‌دهند، بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تأثیر می‌گذارند. هرچند نمی‌توانند کاملاً خود را از شرایط حقیقی جدا کنند و به هر روی جنبه‌هایی از جامعه‌ای را نمایش می‌دهند که در آن ساخته شده‌اند. در بسیاری از بازنمایی‌ها، برخی گروه‌ها یا به‌طور کلی بازنمایی نمی‌شوند یا آن‌طور که وجود دارند به نمایش در نمی‌آیند و رسانه به‌گونه‌ای انتخابی عمل می‌کند [۱۶، ص ۱۰۸].

از این رو رسانه و خصوصاً فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی، به‌عنوان محملی برای بازنمایی تصویر واقعیت‌های جامعه، از بسترهای مهمی هستند که با بررسی و تحلیل آن‌ها می‌توان به تصویری بازنمایی‌شده از آن واقعیت‌ها دست یافت.

جنسیت از مفاهیمی است که به شیوه‌های مختلفی نمایش داده می‌شود. سینما را می‌توان ابزاری قوی برای نمایش و ساخت و برساخت فرهنگ جنسیتی دانست. سینما به‌منزله یک رسانه عمومی می‌تواند تأثیری مهم بر فرهنگ جنسیتی بگذارد. به همین دلیل، نقش تولید محتوای آن بسیار مهم است؛ چون با تولید انبوه و جذاب هم می‌تواند کلیشه‌های جنسیتی سنتی را به نفع گروهی خاص تولید کند و هم می‌تواند با انتقاد از تقسیم‌کار جنسیتی موجب آگاهی برای توده اجتماع باشد [۲۰].

تصویر زنان در رسانه‌ها با واقعیت وجودی آنان فاصله زیادی دارد و به‌جرت می‌توان گفت که تصویر درست و منطبق با حقیقت وجودی یک زن به‌عنوان یک انسان در جوامع انسانی بازنمایی نشده است. زن در سینمای بعد از انقلاب اسلامی ایران نخست به شکل زنی خانه‌دار و تأثیرگذار در تربیت فرزند و هدایت‌گر و سپس به شکل زنی با شخصیت اجتماعی تبیین شد. این تصویر در طی زمان و با توجه به شرایط تغییراتی داشته است [۱۸، ص ۸۵].

در سال‌های اخیر و با رشد تفکرات بنیادگرایانه دینی، شاهد بازگشت به سنت‌هایی هستیم که تا پیش از این حتی تصور بازگشتن به آن‌ها در این دوران مضحک و محال به نظر می‌رسید. با حضور گروه‌های جهادی مانند جبهه‌النصره و گروهک طالبان و داعش، که تحت ایدئولوژی دینی خود را معرفی می‌کنند، دگربار شاهد مناسبات اجتماعی‌ای هستیم که یا تا پیش از این منسوخ شده بود یا با بازتفسیر جدیدی از متون دینی از جانب این گروه‌ها دوباره سر برآورده است. در این بین، نقش زن در اجتماع مسئله‌ای مهم است که هم موضوع روز محافل فکری است و هم از جایگاه کلیدی در اندیشه ایدئولوژیک این گروه‌ها برخوردار است.

فیلم شبی که ماه کامل شد (۱۳۹۷) ساخته نرگس آبیاری، در خلال درامی عاشقانه تصویر زنی را بازنمایی کرده است که ناآگاهانه وارد زیست جهان گروهک طالبان شده است. به همین منظور، بر آن شدیم تا با تحلیل این فیلم به واکاوی نقش زن در ایدئولوژی گروهک طالبان در فیلم شبی که ماه کامل شد بپردازیم.

پیشینه پژوهشی

هلن اینگرام^۱ (۲۰۰۶) درباره بازنمایی زنان در تلویزیون آمریکا معتقد است امروزه سینما و تلویزیون عموماً به‌عنوان رسانه‌ای که ایدئولوژی فرهنگ جوامع غربی را تقویت می‌کند، کاملاً

1. Helen Ingram

پذیرفته شده است. بوفکین^۱ (۲۰۰۳) در مقاله بازنمایی اقلیت‌های نژادی قومی زنان در فیلم‌های مدرن با استفاده از نظریه‌های فمینیستی فیلم به بررسی و تحلیل محتوای بازنمایی زنان و اقلیت‌های قومی نژادی در پنجاه فیلم عامه‌پسند در سال ۱۹۹۶ پرداخته است. در این فیلم‌ها، به زنان و اقلیت‌های قومی و نژادی نقش‌های دون‌پایه داده شده که بازنمایی کلیشه‌ها و تصورات قالبی اجتماعی است. به اعتقاد او، این نوع تصاویر و انگاره‌ها عوامل مهمی در ساخت اجتماعی واقعیت در میان افراد جامعه محسوب می‌شوند و به نوعی باعث تبعیض جنسی و نژادی در مقیاس وسیع‌تر می‌شوند [۱۸].

ون زون^۲ (۲۰۰۳) با تحلیل آگهی‌های تجاری در امریکا اشاره می‌کند که زنان در مشاغل محدودتری نسبت به مردان به نمایش درآمده و اکثریت آن‌ها در نقش‌های خانوادگی ظاهر شده بودند. علی عبدالرحمن [۱۱] در «بازنمایی تصویر زن در رسانه‌های غربی» به بررسی رسانه‌های نوشتاری، دیداری و نقش مهم تبلیغات بازرگانی چگونگی حضور زن را بررسی می‌کند و نقش ایفاشده را در بیشتر موارد منفی می‌داند. به نظر وی، این نقش زن را تا حد یک شیء، همچون لوازم منزل و دیگر کالاهای تبلیغ شده، تنزل می‌دهد و او را از هویت و شخصیت انسانی خود دور می‌کند.

الهام جمعدار (۱۳۷۳) [۷] در پایان‌نامه خود با عنوان «تحلیل سیمای زن در سینمای پس از انقلاب» با تحلیل محتوای شخصیت زن در سریال‌های خانوادگی و اجتماعی پس از انقلاب تا سال ۱۳۷۲ بیان می‌کند که مشکل اصلی زن در سینمای ایران ناشی از مخدوش بودن و قالبی بودن تصویر زن در جامعه و بازنمایی آن در سینماست؛ به گونه‌ای که در فیلم‌ها زنان اغلب انسان‌هایی احساساتی و فاقد تفکر تصویر شده‌اند و این تصاویر منفی و کلیشه‌ای متأثر از انگاره‌های فرهنگی است [۱۸].

راودراد و نقی‌زادگان (۱۳۹۱) نیز در مقاله «خوانش انتقادی فیلم درباره‌الی...» با استفاده از نظریات بارت و روش نشانه‌شناسی، به موضوع بازنمایی زن در فیلم درباره‌الی ساخته اصغر فرهادی و نیز به نقد ایدئولوژیک این فیلم پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق گویای آن است که این فیلم زن طبقه متوسط را به شکل موجودی بی‌کفایت، بدنام، فرودست و قربانی نشان داده است که در فضایی مردسالار و پدرسالار زندگی می‌کند. به عقیده این دو، آنچه از زنان در این فیلم به تصویر درمی‌آید منطبق بر متن اجتماعی و ایدئولوژی‌های پنهان در هنجارهای اجتماعی است [۱۰].

محمدپور و همکاران (۱۳۹۱) با استفاده از روش تحلیل نشانه‌شناختی، مسائل و مشکلات زنان سه فیلم *کافه‌ترانزیت*، *سگ‌کشی* و *چهارشنبه‌سوری* را بررسی کرده‌اند. یافته‌های ایشان

نمایان‌گر این است که در سه مورد بررسی‌شده، زنان همچون سوژه‌هایی منفعل و خشونت‌پذیر، ناتوان و البته قابل استفاده در برخی شرایط برای مردان برساخت شده‌اند که امکان چندانی برای عاملیت آن‌ها وجود ندارند.

رفعت‌جاه و هومن (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل روایی و نشانه‌شناختی تصویر زن مطلقه در سینمای ایران» تلاش کرده‌اند سوژه زن مطلقه را در محتوای روایی سینمای ایران واکاوی کنند. برای این کار، رویکرد برساخت‌گرا را در نظریه بازنمایی استوارت هال^۱ به‌عنوان چارچوب نظری انتخاب کرده‌اند و با استفاده از ساختار روایت بارت و تحلیل نشانه‌شناسی فیسک در سه سطح رمزگان واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی فیلم‌های انتخابی خود را تحلیل و ارزیابی کرده‌اند. پژوهشگران دو فیلم *ناهمید* و *استراحت مطلق* را برای تحلیل انتخاب کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده این موضوع است که با آنکه زن مطلقه با تدبیر و درایت به نمایش درآمده است، در محیط مردسالار پیرامون خود ضربه می‌خورد و درنهایت با همه تلاش‌ها که می‌کند مغلوب می‌شود.

چارچوب مفهومی

کارکرد اساسی و بنیادین رسانه‌ها عبارت است از بازنمایی واقعیت‌های جهان خارج برای مخاطبان. اغلب دانش و شناخت ما از جهان به‌وسیله رسانه‌ها ایجاد می‌شود و درک ما از واقعیت به‌واسطه و به میانجی‌گری روزنامه‌ها، تلویزیون، تبلیغات، فیلم‌های سینمایی و... شکل می‌گیرد. رسانه‌ها جهان را برای ما تصویر می‌کنند. رسانه‌ها این هدف را با انتخاب و تفسیر خود و به‌وسیله عواملی انجام می‌دهند که از ایدئولوژی اشباع‌اند [ص ۲۲۶].

امروزه مفهوم بازنمایی به‌شدت و امدار آثار استوارت هال است. هال بازنمایی را به همراه تولید، مصرف، هویت و مقررات، بخشی از چرخه فرهنگ می‌داند. او در ابتدا این ایده را مطرح می‌کند که بازنمایی، معنا و زبان را به فرهنگ ارتباط می‌دهد. هال نشان می‌دهد که بازنمایی ویژگی‌های برساختی دارد. او برای بیان نظام بازنمایی خود از دو مفهوم استفاده می‌کند:

۱. بازنمایی ذهن: به معنای سازمان‌دهی، دسته‌بندی و طبقه‌بندی مفاهیم که به‌وسیله آن‌ها بتوان برای مثال بین هواپیما و پرنده، با وجود پرواز هر دوی آن‌ها در آسمان، تفاوت قائل شد؛
۲. بازنمایی زبان: به معنای ساختن فرهنگ مشترک و تفسیر واحد نسبت به جهان است. بنابراین، صرف وجود مفاهیم کافی نیست و به مبادله و بیان معانی و مفاهیم نیاز است [ص ۲۱، ۳۱].

به نظر حال، رسانه‌ها از طریق سه راهکار کلیشه‌سازی، طبیعی‌سازی و ساخت اجتماعی واقعیت به بازنمایی واقعیت می‌پردازند.

۱. کلیشه‌سازی: این اصطلاح در ساده‌ترین حالت بر ویژگی‌هایی ثابت و تکراری دلالت می‌کند. کلیشه‌ها در واقع ایده‌ها و فرضیه‌هایی هستند که به گروه‌های خاصی از افراد تعلق دارند. کلیشه‌ها به‌مانند دو روی سکه عمل می‌کنند؛ آن‌ها از یک‌سو به طبقه‌بندی گروه‌ها می‌پردازند و از سوی دیگر به ارزیابی آن‌ها اقدام می‌کنند. بنابراین، کلیشه دربرگیرنده سوبیه‌ای ارزشی هستند که قضاوتی جهت‌دار را دربردارند. گرچه کلیشه‌ها به دو شکل مثبت و منفی دیده می‌شوند، اغلب بار منفی دارند و سعی می‌کنند از مجرای موضوع‌هایی سهل‌الوصول، ادراکی از موقعیت یک گروه را فراهم آورند که به شکل قطعی و مشخصی تفاوت‌های موجود در بین گروه‌ها را برجسته کنند. این امر در حالی از خلال فرایندهای کلیشه‌سازی تحقق می‌یابد که از طیف وسیعی از تفاوت‌ها بین گروه‌های مدنظر چشم‌پوشی می‌شود و کلیشه‌ها از خلال فرایندهای ساده‌سازی سعی در یک‌دست کردن این تفاوت‌ها دارند.

۲. طبیعی‌سازی: به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکارا طبیعی هستند. طبیعی‌سازی دارای کارکردی ایدئولوژیک است.

۳. ساخت اجتماعی واقعیت: نظریه ساخت اجتماعی واقعیت بر نقش عوامل زمینه‌ای در شکل‌دهی شناخت سوژه‌ها از جهان مادی استوار است. عوامل زمینه‌ای در قالب ایدئولوژی، اراده معطوف به قدرت، خواسته‌ها و امیال گروهی و بسیاری از مؤلفه‌های دیگر نمود می‌یابند و آنچه از واقعیت شکل می‌گیرد، در کسوت امری برساختی ارائه می‌دهند [۲].

نظریه سوژه جان فیسک^۱ که او در کتاب *درآمدی بر مطالعات ارتباطی* [۱۵] صورت‌بندی کرده نیز در زمینه بازنمایی درخور توجه است. به نظر فیسک، سوژه محصول فرهنگ است؛ برعکس وجود زیستی فرد که محصول طبیعت است. از این‌رو، سوژه برساخته اجتماعی و قابل دست‌کاری است. رسانه یکی از دستگاه‌هایی است که در سوژه‌سازی نقش فعالی دارد و با ارائه ترکیب خاصی از دال‌ها به دنبال ایجاد مدل‌های هدفمند در ذهن مخاطب است. در واقع، هر برنامه رسانه‌ای دربرگیرنده نشانه‌هایی است که از سوی سازندگان آن رمزگذاری شده است. فیسک رمز را نظامی از نشانه‌های قانونمند می‌داند که همه کنشگران یک فرهنگ به قوانین و عرف‌های آن پایبندند. درحقیقت، رمز حلقه واسط بین پدیدآورنده، متن و مخاطب است و نیز حکم عامل پیوند درونی متن را دارد [۱۳].

فیسک برای شناسایی این رمزها آن‌ها را در سه سطح واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی دسته‌بندی کرده است:

۱. سطح نخست واقعیت: ظاهر، لباس، چهره، محیط، رفتار، گفتار، حرکت‌های بدن و صدا. این رمزهای اجتماعی را رمزهای فنی به‌وسیله دستگاه‌های الکترونیکی رمزگذاری می‌کنند؛

۲. سطح دوم بازنمایی: دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صداپردازی که رمزهای متعارف بازنمایی را انتقال می‌دهند و رمزهای اخیر نیز بازنمایی عناصر دیگری را شکل می‌دهند از قبیل: روایت، کشمکش، شخصیت، گفت‌وگو، زمان و مکان و...؛

۳. سطح سوم ایدئولوژی: رمزهای ایدئولوژیک عناصر فوق را در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی مانند فردگرایی، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی، بنیادگرایی، سرمایه‌داری و... قرار می‌دهند [۱۴، ص ۱۲۸].

بارت^۱، برخلاف فیسک، به کارکرد ایدئولوژیک نشانه‌ها توجه می‌کند و معنایی عمیق‌تر برای تصاویر علنی و سطحی نشانه‌ها قائل است. روش‌شناسی بارت بر نوعی کشف یا افشای ایدئولوژی نهفته در متن تأکید دارد. به نظر وی، نشانه‌ها (اسطوره‌ها) از طریق انتقال پیام‌های دروغین موجب تقویت اراده قدرت می‌شود. در این دیدگاه، جامعه بداهت پوشاندن به امور زندگی روزمره نوعی سوءاستفاده ایدئولوژیک است که بورژوازی به آن دست می‌زند [۴].

اروینگ گافمن^۲ به شکل دیگر از بازنمایی اعتقاد دارد که آن را در رابطه با نمایش زنان تحلیل می‌کند. اشکال رسانه‌ای شده نمایش (خودنمایی)، مانند نمایش جنسیت در آگهی مجلات، باعث بازتولید تصاویر مرسوم و متداول آیین‌های تعامل در زندگی اجتماعی می‌شود. به اعتقاد وی، نقش‌های کلیشه‌ای جنسیت در متون رسانه‌ای به این منظور بازنمایی می‌شود که معانی آگهی‌ها بلافاصله به وسیله مخاطبانی که با آیین‌های اجتماعی در نمایش آشنا هستند شناسایی و درک شود. البته کلیشه‌ها به‌تنهایی حامل معنای نمایش جنسیت نیستند، بلکه فهم ساخت وضعیت‌های اجتماعی نمایش نیز مهم است؛ مثلاً فهم معنای تصویر یا نمایشی که در آن مرد در حال غذا خوردن و زن در حال آشپزی است، در گرو فهم متن و بافت یا وضعیت اجتماعی است.

گافمن به شش تصویر مرسوم و متداول نمایش جنسیت در آگهی اشاره می‌کند: اندازه نسبی: در تصاویر رسانه‌ای، معمولاً مردان به لحاظ قد و اندازه بزرگ‌تر از زنان اند. قد و اندازه بزرگ‌تر، به لحاظ آیین‌های اجتماعی، نماد اقتدار است. فقط هنگامی که مردی از نظر شأن و منزلت اجتماعی پایین‌تر از زن باشد، کوتاه‌تر از او نشان داده می‌شود.

لمس زنانه: در آگهی‌ها و تصاویر تبلیغاتی زنان اشیا را لمس و نوازش می‌کنند، ولی هرگز آن‌ها را چنگ نمی‌زنند یا نمی‌قاپند. درحالی‌که مردان اشیا را دست‌کاری می‌کنند یا به آن‌ها

1. Roland Barthes
2. Erving Goffman

شکل می‌دهند. مصادیق این امر می‌تواند در تصاویر به شکل استعمال لذت‌جویانه یک محصول، لمس لباس‌ها، نوازش یک بچه و غیره از سوی زنان باشد. از سوی دیگر، مردان در چنین موقعیت‌هایی نمایش داده نمی‌شوند، بلکه دست مردان صرفاً ابزاری است که با آن محصولات را تولید می‌کنند، دست شریکی را می‌گیرند، محاسبه می‌کنند یا بیسبال بازی می‌کنند.

رتبه‌بندی نقش: در تصاویر، مردان کنش‌های دیگران را کنترل می‌کنند، درحالی‌که زنان تحت کنترل قرار می‌گیرند. بنابراین، مردان اغلب در نقش‌های مدیریتی به تصویر کشیده می‌شوند که به‌ویژه در نقش‌های شغلی به زنان آموزش می‌دهند. همچنین، حتی اگر مردان در مکان‌هایی مثل مهدکودک یا آشپزخانه در نقش مربی مهدکودک و آشپز به تصویر کشیده شوند، این نقش‌ها به‌عنوان امری غیر واقع‌گرایانه تلقی می‌شود.

خانواده: زنان اغلب در موقعیت‌های خانوادگی و مردان در موقعیت‌های بیرون از خانه نشان داده می‌شوند. گافمن دریافت که همچنین روابط خاصی میان کودکان و والدینی که به لحاظ جنسی شبیه آن‌ها هستند وجود دارد. در تبلیغات، معمولاً مردان یا از خانه غایب‌اند یا از آن فاصله دارند. وی معتقد است که فاصله کارکردی ویژه را نشان می‌دهد. نقش مرد نظارت و حمایت است و خانه به‌طور سنتی یک حوزه زنانه تلقی می‌شود. بنابراین، تبلیغات تمایل دارند زنان را به‌منزله سامان‌دهندگان به امور خانه نشان دهند. در آگهی‌ها، زنان در امور مربوط به پخت‌وپز، نظافت و خرید اقتدار دارند.

آیینی‌شدن فرودستی و فرمان‌برداری: در تصاویر و آگهی‌های رسانه‌ها زنان در وضعیت انقیاد نسبت به مردان و تابع آن‌ها نشان داده می‌شوند. زنان بیشتر رفتارهای دلجویانه‌ای همچون سرویس‌دادن به مردان و لبخندزدن به مردان را نشان می‌دهند و از خود حالت‌های ناتوانی بروز می‌دهند. حالات ترس و انعطاف‌پذیری زنانه نیز در این ویژگی‌ها ظاهر می‌شود. در مقابل، مردان کاملاً جدی و مقتدرند [۱۷، ص ۱۹۷-۱۹۸].

گافمن مشاهده کرد که در تبلیغات تصویری، زنان بیش از مردان درگیر موقعیت‌هایی می‌شوند که آن‌ها را به لحاظ روان‌شناختی از موقعیت‌های اجتماعی حذف می‌کند. وی درگیری و پنهان‌کاری عاطفی و وابستگی مادی به دیگران را نشانه‌های عقب‌نشینی و حذف برمی‌شمارد که به صورت از دست‌دادن کنترل احساسات و اشک‌ریختن، بیخود خندیدن، پنهان‌کردن چهره پشت دست‌های خود، از روی ترس، کمرویی، دست‌پاچی و اضطراب در رفتار زنان ظاهر می‌شود. از نظر گافمن، شکل ملایم‌تر نمایش‌های عقب‌نشینی می‌تواند از طریق برگرداندن سر یا چشم، هنگامی که مجذوب دیگری و از خود بیخود شده است، در تصاویر رسانه‌ای دیده شود. این‌گونه نمایش‌ها از آن‌رو عقب‌نشینی محسوب می‌شود که فرد دخیل در آن‌ها نسبت به هرکس که در موقعیت حاضر است، عقب‌نشینی و کناره‌گیری می‌کند [۱۷، ص ۱۹۸].

گافمن معتقد است کنش تصویر مرسوم و متداول از نمایش جنسیت، صرفاً از رهگذر

کلیشه‌سازی رسانه‌ای ساخته نمی‌شود، بلکه تولید آن‌ها به واسطه روابط پویا بین آیین‌های تعامل ساخته‌شده (به وسیله رسانه‌ها) و آیین‌های اجتماعی صورت می‌گیرد. همچنین، معانی تصاویر به طور مجزا و از طریق مراحل تولید و دریافت ساخته نمی‌شود، بلکه در تعامل بین تولیدکنندگان (سازندگان تصاویر) و مخاطبان (دریافت‌کنندگان تصاویر) با ارجاع به آیین‌ها و رسوم اجتماعی ساخته می‌شود.

رسانه‌ها، از جمله آگهی‌ها، گونه ساختگی یا مصنوعی آیین‌ها، هنجارها و قواعد اجتماعی مانند فرودستی مردان در برابر زنان را که به‌واقع در وضعیت‌های اجتماعی وجود دارد، عرضه می‌کنند. گافمن، این فرایند را «حاد آیینی‌سازی» یا «تشدید آیینی‌سازی» [۲۲] می‌نامد که در آن رسانه‌ها به آیینی‌سازی اشکال تعامل، که به صورت آیین در جهان اجتماعی وجود دارد، تمایل دارند. به این معنا، تعاملات رسانه‌ای شده (و تعاملات ما با رسانه‌ها) صرفاً بازتولید امور واقعی است؛ اموری که ما درباره زندگی‌مان از طریق تعاملات رودررو یاد می‌گیریم و درک می‌کنیم.

روش تحقیق

روش این پژوهش با ترکیب نظریه‌های نشانه‌شناسی از یک‌سو و تحلیل روایت از سوی دیگر صورت گرفته است. نظریه‌های نشانه‌شناختی نوین با کار زبان‌شناس سوئیسی، دوسوسور، و فیلسوف امریکایی، پیرس، آغاز شده است. نشانه‌شناسی به دنبال یافتن معنای موجود در متن از طریق رمزگشایی است؛ با این توضیح که رمزگشایی در مقابل رمزگذاری قرار می‌گیرد که به ترتیب به تفسیر و تولید متون اشاره دارند. بدین ترتیب، متون رسانه‌ای از موضوع‌های مهم مطالعه‌شده در نشانه‌شناسی هستند.

نشانه‌شناسی روشی است برای رسیدن به مضامین و معانی نهفته در متن. نشانه‌شناسی با کنار زدن سطح به عمق می‌نگرد تا معانی پنهان آن را آشکار کند. علم نشانه‌شناسی معتقد است که واقعیت مادی را هرگز نمی‌توان بدیهی و مسلم فرض و معنای آن را بر انسان‌ها تحمیل کرد. واقعیت همیشه از طریق یک نظام معنایی خاص ساخته و برای انسان‌ها قابل درک می‌شود. این نظام معنایی هرگز بی‌گناه نیست، بلکه همیشه هدف یا علاقه خاصی را به دنبال دارد که نشانه‌شناسی می‌تواند آن را روشن کند. تجربه ما از دنیا هرگز خالص یا بی‌طرفانه نیست و این نظام‌های معنایی هستند که آن‌ها را قابل درک می‌کنند [۱۷، ص ۱۹۲]. چیزی به نام تجربه خالص، عریان و عینی درباره دنیای واقعی و عینی وجود ندارد. دنیای عینی وجود دارد، اما قابلیت درک آن به رمزهای معنا یا نظام‌های علائم، مانند زبان، بستگی دارد.

نشانه می‌تواند شامل هر چیزی نظیر کلمات، تصاویر، صداها، بو، مزه، کنش‌ها و اشیا شود لیکن این‌ها هیچ یک ذاتاً دربردارنده معنا نیستند و مادامی که معناسازی نشوند، به‌عنوان نشانه شناخته نمی‌شوند. نشانه عبارت است از هر چیزی که به‌عنوان دلالت‌گر، ارجاع‌دهنده یا

اشاره گر، به چیزی غیر از خودش، تلقی شود. دوسوسور نشانه را کلیتی دوقسمی متشکل از دال و مدلول می‌داند که دارای ارتباط دیالکتیکی به نام دلالت هستند. دال یک واسطه است و حتماً به ماده و موضوعی نیاز دارد و جوهر دال همیشه مادی است (صداها، اشیاء، تصاویر و تخیلات). مدلول نیز در پس دال قرار دارد و فقط از طریق دال می‌توان به آن دست یافت و آن چیزی است که از دال فهم می‌شود [۳].

بارت اما برای بیان دیدگاه خود نظام نشانه‌شناختی را دست‌کاری می‌کند و دال را با عنوان شکل معنایی، مدلول را با عنوان مفهوم و نشانه را با عنوان دلالت می‌نامد. بارت معانی ایدئولوژیک نهفته در متن را در اسطوره‌ها می‌دید. از نظر وی، اسطوره پیامی مخدوش را می‌رساند [۱]. وی تأکید دارد که اسطوره چیزی را پنهان نمی‌کند، بلکه کارکرد اسطوره تحریف‌کردن و مخدوش‌کردن است. اسطوره‌ها ارزش‌های یک فرهنگ را به یک ارزش عام و طبیعی بدل می‌کنند. اسطوره فرهنگ را به طبیعت بدل می‌کند، حال آنکه هنوز و همچنان بر جایگاه خود به‌عنوان اسطوره، به‌عنوان یک محصول فرهنگی، واقف است. همین دورویی اسطوره (ساختی که خود را عام و طبیعی جلوه می‌دهد) است که بیانگر کارکرد ایدئولوژیک آن می‌شود.

تفاوت مهم میان نشانه‌شناسی سوسوری و بارتی این است که در نشانه‌شناسی سوسوری نسبت میان دال و مدلول دلخواه است، اما در اسطوره بارتی نسبت میان شکل معنایی و مفهوم امری کاملاً انگیزشی است و این انگیزش ریشه‌هایی ایدئولوژیک دارد [۱۲، ص ۶۶].

بارت این بحث را در روایت‌های گوناگون مانند اسطوره، افسانه، داستان، رمان، نمایش و... پی می‌گیرد. او روایت را مانند قصه‌ای خام و مبنایی می‌داند که رویدادها و کنش‌ها بر آن استوارند و نشانه‌ها در خلال آن‌ها شکل می‌گیرند. بارت سه سطح را برای هر روایت برمی‌شمارد: سطح اول سطح کارکردها، سطح دوم کنش‌ها و سطح سوم خود روایت‌ها هستند [۵].

از این میان، آنچه روایت را پیش می‌برد سطح کارکردی است. بارت دو نوع کارکرد را از هم متمایز می‌کند؛ ابتدا کارکردهای ویژه، که به یک کنش مکمل و نتیجه‌دار برمی‌گردد، و سپس علامت‌ها که به مفهومی کم‌وبیش نامعین اشاره دارند و علامت‌های منس روان‌شناختی شخصیت‌ها، حالات و نقش‌های آن‌ها در سیر روایت را شامل می‌شود [۱۶، ص ۱۱۵]. بارت معتقد است با تحلیل روایات در این سطوح می‌توان به معناهای نهفته در لایه‌های زیرین روایات و ایدئولوژی‌های نهفته پشت آن‌ها دست یافت.

این بحث روش نشانه‌شناسی و تحلیل روایت بارت را به شکل یک پیوستار متصل نمایان می‌کند که هر دو در پی روشن کردن نظام‌های معنایی در جهان‌های اجتماعی مختلف‌اند. از این رو، در این پژوهش، در جهت کشف ایدئولوژی بازنمایی شده در فیلم شبی که ماه کامل

شد، ما ابتدا از روش نشانه‌شناسی بارت بهره خواهیم برد و سپس به تحلیل روایت این فیلم، آن‌طور که از نظر بارت اشاره کردیم، می‌پردازیم.

خلاصه داستان فیلم

حمید پسری از قوم بلوچ است و مغازه‌لوازم آرایشی زنانه دارد. او برادر عبدالمالک ریگی، سرکرده گروهک طالبان، است ولی ارتباطی با آن‌ها ندارد و زندگی معمولی را در تهران سپری می‌کند. تا اینکه روزی فائزه را در مقابل مغازه خود می‌بیند و عاشق او می‌شود. پس از یک سال که حمید و فائزه باهم دوست باقی می‌مانند، حمید به خواستگاری می‌رود و موفق می‌شود که رضایت خانواده فائزه را جلب کند. مادر فائزه فقط یک شرط می‌گذارد که دخترش نباید دور از او زندگی کند و حتی برای اجاره خانه نیز باید یک خانه در نزدیکی مادرش اجاره شود. داستان عاشقی حمید و فائزه ادامه می‌یابد و با یکدیگر روزهای خوبی را سپری می‌کنند تا اینکه به مناسبت به دنیا آمدن فرزندشان تصمیم می‌گیرند به خانه پدری حمید در سیستان و بلوچستان، که در نزدیکی مرز پاکستان قرار دارد، سفر کنند. در این سفر، فائزه متوجه خطری که از جانب خانواده حمید (فعالیت‌های تروریستی) آن‌ها را تهدید می‌کند می‌شود و حمید را مجاب می‌کند که برای اینکه او هم درگیر ماجراهای آن‌ها و برادرش نشود باید حتماً از ایران بروند؛ اما مهاجرت به کشورهای اروپایی و امریکایی برای آن‌ها تقریباً ناممکن است. حمید بهانه‌ای پیدا می‌کند و به پاکستان سفر می‌کند و طی تماسی تلفنی به فائزه اطلاع می‌دهد که از آنجا می‌تواند مقدمات سفر به انگلستان را محیا کند و او هم باید به پاکستان بیاید. فائزه نیز، با وجود مخالفت‌های شدید مادرش، با برادرش، شهاب، بدون اطلاع به مادرش، راهی پاکستان می‌شود. در پاکستان، فائزه در خانه حبس می‌شود و عملاً در دل نیروهای القاعده، که حمید هم به آن‌ها پیوسته است، گیر می‌افتد. شخصیت و اعتقادات حمید به تدریج دگرگون می‌شود. او در ابتدا برادرش، عبدالمالک ریگی، و افکارش را قبول نداشت؛ اما با گذشت زمان به حرف‌های دینی او ایمان می‌آورد و به جانشین او در گروهک تروریستی القاعده تبدیل می‌شود. در این حین، عبدالمالک برادر فائزه را جلوی دوربین می‌کشد و از حمید نیز می‌خواهد که فائزه را بکشد تا آن‌ها را به ایران لو ندهد. او به حمید می‌گوید برای جهاد در راه خدا باید از همه چیزش، حتی نزدیک‌ترین افراد خانواده‌اش، نیز بگذرد. نهایتاً حمید پس از جدال درونی‌اش مبنی بر ادامه زندگی با فردی که عاشقش است و عمل به دستورات رهبر القاعده، به محل اقامت فائزه می‌رود و او را با اسلحه، درحالی که بی‌هوش شده است، به قتل می‌رساند.

تحلیل نشانه‌شناختی فیلم

برای آغاز روند تحلیل فیلم، طبق روش بارت، ابتدا اشکال معنایی داخل فیلم را استخراج می‌کنیم تا به مفاهیمی از دل آن‌ها برسیم و سپس از آن مفاهیم به دلالت‌های ایدئولوژیک موجود در فیلم، که در اینجا به‌مثابه یک متن در نظر گرفته شده است، دست بیابیم. در جدول ۱ این روند به نمایش درآمده است.

جدول ۱. تحلیل نشانه‌شناختی فیلم

ردیف	شکل معنایی متن	مفهوم	دلالت
۱	پلان اول دختر (فائزه) تنها در بازار است.	اجازه‌داشتن دختر برای این که تنها در بازار باشد.	آزادی دختر
۲	پسر مشغول کار در مغازه لوازم آرایشی‌فروشی خود	زندگی ساده پسر که به فراخور شغلش، مواجهه دائمی با زنان دارد.	شخصیت روزمره یک پسر ساده و عادی
۳	غریبه‌ای مزاحم دختر می‌شود و پسر (حمید) برای دفاع اقدام می‌کند.	غیرتی‌شدن و آغاز داستان عاشقی	شخصیت روزمره یک پسر ساده و عادی
۴	حمید با صورتی سه‌تیغ شده است. به دنبال دختر می‌رود و باهم دوست می‌شوند.	پسر در قیود سفت و سخت مذهبی نیست. او می‌داند عروس در چه وضعیتی قرار خواهد گرفت.	غیر مذهبی بودن دلسوزی زنانه برای یک زن
۵	جلسه خواستگاری مادر حمید ناراضی است.		
۶	صحبت تلفنی حمید با برادرش (عبدالمجید ریگی): ناراضیتی عبدالمجید از آرایش دختر و رعایت نکردن حیا و... مخالفت حمید و فحش دادن به برادرش بعد از قطع تلفن.	تضاد میان حمید و برادرش در ابتدای فیلم	نگاه منفی به زن
۷	سکانس عروسی و شادی و رقص	اعتقادات مذهبی نه‌چندان سخت‌گیرانه	تقید کمتر به مذهب
۸	سفر به زاهدان خانه پدری حمید و هدیه طلا از جانب مادر حمید به فائزه به مناسبت زایمان	اکرام عروس از جانب مادر همسر	ذهنیت متفاوت مادر خانواده به زن
۹	در پاکستان حمید ریش گذاشته است.	تغییر ظاهر حمید	تغییر تدریجی عقاید
۱۰	فائزه در گوشی حمید فیلمی از ترور انسان‌ها توسط گروه القاعده می‌بیند.	جذب در گروهک القاعده	رشد رفتار ایدئولوژیک

ردیف	شکل معنایی متن	مفهوم	دلالت
۱۱	فائزه فیلم را به مادر حمید نشان می‌دهد و او می‌گوید تو نمی‌توانی چیزی را عوض کنی. اینجا زن بی‌مقدار است؛ چه مادر باشد و چه همسر.	بی‌توجهی به زن	ایدئولوژی القاعده
۱۲	مادر حمید می‌گوید من دهانم بسته بود و نمی‌توانستم در مقابل پسرانم حرفی بزنم؛ او می‌گوید در مرام القاعده زن از سگ هم کمتر است.	مقام پست زن	ایدئولوژی القاعده
۱۳	حمید برای فائزه خادم می‌گیرد و با اینکه شرایط بدی را برای او به وجود آورده، به او می‌گوید در قلبش است.	هنوز هم به فائزه اهمیت می‌دهد و او را دوست دارد.	تغییرات حمید تدریجی است.
۱۴	فائزه با همکاری مادر حمید سعی بر فرار از پاکستان دارد که توسط عبدالمالک ریگی جلوگیری می‌شود و او را در خانه حبس می‌کنند.	سلب اختیار و اراده از زن	عدم اعتقاد به نظر مستقل زن
۱۵	بچه فائزه را از او جدا می‌کنند.	بی‌توجهی به احساس مادری و نقش مادر در تربیت بچه	پرورش نیروی مبارز بدون محبت مادری اولویت ایدئولوژی
۱۶	عبدالمالک (سرکرده القاعده) به حمید می‌گوید باید زنت را به دلیل اینکه جاسوسی آنها را می‌کند بکشد.	بی‌عاطفه بودن	القاعده بر همه چیز سیطره
۱۷	حمید در زمان زایمان همسرش به دلیل حضور در القاعده غایب است.	غرق شدن در القاعده	ایدئولوژیک
۱۸	عبدالمالک به حمید می‌گوید: «یک مجاهد واقعی از همه چیز می‌گذره در راه خدا. از زن، بچه، خانواده و... پرو زنت رو بکش. این یک امر دینی و واجبه. مجاهد واقعی باید از نزدیکان خودش بگذره. وگرنه تو رو مرتد می‌خونم.»	اطاعت تام از دستورات مافوق خود	دیدگاه ایدئولوژیک القاعده
۱۹	در پلان آخر، حمید با اسلحه فائزه را می‌کشد.	عمل به خواسته رهبر القاعده	تسلط کامل ایدئولوژیک القاعده

تحلیل روایت فیلم

با دلالت‌های به‌دست‌آمده حاصل از تحلیل نشانه‌شناختی فیلم، به تحلیل نهایی حاصل از آن‌ها در پی روشن‌سازی گفتمان حاکم بر سناریو فیلم، که نقش زن در آن به نمایش درمی‌آید، می‌پردازیم. این تحلیل ما را در درک آن چیزی که کارگردان در طول فیلم به دنبال روایت آن است کمک می‌کند.

سطح کار کردی

فیلم در گام نخست با به تصویر کشیدن زندگی ساده و در جریان دو شخصیت اصلی فیلم (حمید و فائزه)، در پی روایتی ساده از زندگی عموم مردم در شهر تهران است که شاید بتوان از آن به‌منزله طبقه متوسط یاد کرد. این خط سیر براساس دگرگونی تدریجی شخصیت حمید در کل داستان پیگیری می‌شود.

یکی از مواردی که کارگردان به دنبال نمایش آن است نسبی‌گرایی دینی شخصیت‌های فیلم در ابتداست. مادر فائزه و خانواده حمید اگرچه در نقشی مذهبی ظاهر می‌شوند، عروسی آن‌ها همراه با رقص و پایکوبی و در فرمی است که مورد قبول قرائت رسمی دین نیست. این مسئله به‌عنوان نحوی از دینداری نشان داده می‌شود که در میان عموم مردم رواج دارد. به عبارت دیگر، دینداری که در موارد ضرور پای خود را از حیطة دینی فراتر می‌گذارد و چنین اعمالی را نیز برای خود نقص تلقی نمی‌کند؛ مثلاً مقید به نماز و روزه مداوم و عمل به تکالیف شرعی خود است، اما از رقصیدن در عروسی، دست دادن با نامحرم، در مواردی نوشیدن شراب و... نیز روی برگردان نیست. طبقه متوسط نوعی دین متوسط را نیز با خود به وجود می‌آورد که حدود آن را به میل خود تعیین می‌کند و با قرار گرفتن در کانتکس زندگی مدرن، تناقضات آن را به راحتی حل می‌کند. سکانس‌های ابتدایی فیلم نیز در حال نشان دادن چنین تصویری از نحوه دینداری انسان‌هاست.

در این تصویر، مادر فائزه نقش محوری دارد و در جلسه خواستگاری، اوست که به‌عنوان نفر اول با پدر داماد مذاکره می‌کند؛ درحالی که مادر داماد کوچک‌ترین صحبتی نمی‌کند. کارگردان می‌خواهد نشان بدهد در فضای موجود در طبقه متوسط تهرانی، یک زن، که خودش نیز شاغل است، می‌تواند به اصطلاح گلیم خودش را از آب بیرون بکشد و در تصمیمات مهم مانند ازدواج دخترش نقش اول را ایفا کند. اما مادر حمید، که از بلوچستان برای خواستگاری به تهران آمده، حق و توان هیچ‌گونه مداخله‌ای در این امر را ندارد. باین حال، او (مادر حمید) از جایگاهی که فائزه در آن قرار خواهد گرفت آگاه است و سعی می‌کند فائزه را نیز غیرمستقیم آگاه کند، اما به دلیل عشق میان آن دو، فائزه متنبه نمی‌شود.

اولین نشانه‌ها از موقعیتی که فائزه در آن قرار خواهد گرفت در مکالمه تلفنی حمید با برادرش عبدالمجید (که همان عبدالمالک ریگی سرکرده گروه القاعده است) نمایان می‌شود. عبدالمجید در تلفن می‌گوید آن دختر (فائزه) برای ازدواج مناسب نیست، زیرا حجب و حیا ندارد و آرایش می‌کند و... اساساً نظام اعتقادی عبدالمجید، به‌عنوان یک بنیادگرای تندروی دینی، چنین مواردی را برنمی‌تابد و نوع مواجهه او با زن و جایگاهش به کلی متفاوت است.

در پاکستان، زندگی برای فائزه دگرگون می‌شود. حمید به یکباره ریش می‌گذارد. در اینجا ریش برای حمید از کارکردهای روایی محسوب می‌شود که همان‌طور که بارت اشاره می‌کند،

نشانه منش روان‌شناختی شخصیت و تغییر حالات اعتقادی و نقشی او در ادامه روایت است. این سیر روایی به صورت تدریجی به دگرگونی بنیادین افکار و اعتقادات حمید و بالتبع شخصیت فردی او منجر می‌شود. کشاکش دائمی او میان اعتقادات بنیادگرایانه جدیدش و عشق به فائزه تا انتهای روایت با او همراه است و مشغله ذهنی ثابتی برای او به وجود می‌آورد. این مشغله، خصوصاً در زمان‌هایی که در کنار برادرش، عبدالمالک ریگی، قرار می‌گیرد و با القائاتی که او می‌کند، به اوج خود می‌رسد.

سطح روایی

سطح روایی فیلم از دو روایت کاملاً مجزا تشکیل شده است:

۱. زندگی عادی و طبق روال در تهران: این روایت، همان‌طور که به آن اشاره شد، یک روایت عادی از منظر یک طبقه متوسط در همه شئون اعم از دینی، اجتماعی و اقتصادی را به تصویر می‌کشد. خانواده فائزه یک خانواده با دینداری نسبی هستند. فرزند خانواده (شهاب) رؤیای پیشرفت و مهاجرت به خارج از کشور را دارد و از یک مغازه کوچک لوازم آرایشی زنانه امرار معاش می‌کنند.

۲. زندگی تحت سیطره ایدئولوژی القاعده در پاکستان: نیمه دوم فیلم با سفر به پاکستان آغاز می‌شود و حاصل آن اتفاقات مهمی است که در به تصویر کشیدن جایگاه زن در فیلم نقش مهمی دارد. نزدیک‌شدن و پیوستن حمید به القاعده، اطلاع فائزه از ماجرا و حبس او در خانه و اقدام برای فرار، کشتن شهاب و تحت سیطره کامل درآمدن ذهن حمید توسط ایدئولوژی گروهک القاعده از این اتفاقات هستند که خط سیر فیلم را تعیین می‌کنند. بنابراین، با استناد به آن‌ها به تحلیل لایه‌های زیرین فیلم خواهیم پرداخت.

در این فیلم، کارگردان در پی تأکید بر دو جریان پیش و پس از پیوستن شخصیت اصلی فیلم به گروه القاعده است تا از این طریق بتواند به صورت تطبیقی تفاوت ورود ایدئولوژی القاعده را در زندگی شخصیت اصلی نمایش دهد. این تکنیکی رایج است که برای بهتر به تصویر کشیدن یک مسئله و القای آن، به‌عنوان یک وضعیت مدنظر، تصویری از شرایط متضاد آن به نمایش درمی‌آید تا مخاطب با مقایسه هر دو تصویر بتواند به تفاوت‌های آن پی ببرد؛ مثلاً برای نشان‌دادن یک فرد زیبا، یک فرد به‌ظاهر بدترکیب را در کنار نقش او قرار می‌دهند؛ با این کار ذهن مخاطب به صورت ناخودآگاه با دیدن تفاوت آن دو، به زیبایی فرد اصلی اقرار می‌کند و آن وضعیت را تثبیت می‌کند. این تکنیک به بهترین نحو در سیر روایی این فیلم مورد استفاده قرار گرفته است تا مخاطب بتواند درک عمیق‌تری از وضعیت به‌وجودآمده از تصویر زندگی و به طور خاص تصویر زن تحت تأثیر سیطره ایدئولوژی القاعده به دست آورد. بخش اول فیلم روایت یک داستان عاشقانه در کانتکس اجتماعی طبقه متوسط را به تصویر

می‌کشد و تا پایان این بخش این روایت دستخوش هیچ تحولی نمی‌شود. اما بخش دوم، که با روایت سفر به پاکستان و جذب شدن حمید به القاعده آغاز می‌شود، دائماً در دو ساحت عاطفی و اعتقادی در رفت‌وآمد است. حمید از یک‌سو همچنان عاشق فائزه است، اما کشش اعتقادی گروهک القاعده دائماً او را در تنگنای عاطفی و ارزشی قرار می‌دهد. به بیان دیگر، تا پیش از این تجربه، جهان معنایی حمید در رابطه با فائزه و عشق او شکل می‌گرفت، اما حالا این گروهک القاعده است که نظام ارزشی خود را به او تحمیل می‌کند و از او انسانی در تراز استانداردهای تندروانه خود می‌سازد.

سطح کنشی

یکی از مفاهیمی که در لایه‌های زیرین فیلم به تصویر کشیده می‌شود خشونت علیه زن است که در سطح کنشی روش تحلیل روایت جای می‌گیرد. از زمان پیوستن حمید به گروه القاعده، اگرچه او همچنان نشان می‌دهد که فائزه را دوست دارد، رفتار بسیار پرخاشگرانه‌ای با او در پیش می‌گیرد. به محض اینکه که فائزه به وضع نامطلوب خودش در پاکستان اعتراض کوچکی می‌کند، حمید به سرعت از کوره درمی‌رود و صدای خود را بالا می‌برد. این اتفاق در دو سکانس از رستوران و مقابل چشم همگان اتفاق می‌افتد که باعث تحقیر فائزه می‌شود. این تصویر بازنمایی شده یکی از نتایج پیوستن حمید به گروه القاعده است که او را در تنگنای شدیدی قرار داده است.

باین حال، ایدئولوژی اصلی‌ای که فیلم به دنبال به تصویر کشیدن آن است در دو سکانس به‌عینه به نمایش درمی‌آید. صحنه اول آنجاست که فائزه با دیدن فیلم آدم‌کشی گروه القاعده در گوشی حمید متوجه پیوستن او به این گروه می‌شود و در اعتراض به مادر او می‌گوید چرا جلوی فرزندان را نگرفته است. مادر حمید در پاسخ می‌گوید: «ذهن اون‌ها با اعتقاداتشون پر شده. من زبونم بسته‌ست و نمی‌تونم چیزی بگم؛ در نگاه القاعده، زن از سگ پست‌تره.» این صحنه دلالت مستقیمی بر ایدئولوژی القاعده نسبت به زن دارد.

پس از این ماجرا، فائزه، که قصد فرار از خانه را دارد، از میانه راه توسط عبدالمالک ریگی دستگیر و در خانه حبس می‌شود. حبس او در خانه بازنماینده نقش زن در تصور گروه القاعده است. آن‌ها هیچ اعتقادی به حضور زن در اجتماع و نقش‌آفرینی او در عرصه‌های گوناگون ندارند و به زن صرفاً به‌عنوان وسیله‌ای برای ارضای نیازهای جنسی و انجام‌دادن امور خانه و فرزندآوری نگاه می‌کنند و در بسیاری از مواقع هم مانعی در دستیابی به اهداف والای خود.

در صحنه دوم، عبدالمالک که معتقد است فائزه جاسوسی آن‌ها را می‌کند و حضور او در کنار حمید خطرناک است، از حمید می‌خواهد او را به قتل برساند. درواقع جاسوسی برای عبدالمالک بهانه است و او می‌داند که کشش دائمی ذهنی حمید میان عشقش و اعتقاداتش

مانع از این می‌شود که او برای گروه القاعده نیرویی قوی و کارآمد باشد. او در یک سکانس به حمید می‌گوید: «یک مجاهد واقعی از همه چیز می‌گذرد در راه خدا. از زن، بچه، خانواده و... برو زنت رو بکش. این یک امر دینی و واجبه. مجاهد واقعی باید از نزدیکان خودش بگذرد. وگرنه تو رو مرتد می‌خونم.» در آخر، کشاکش ذهنی حمید میان عشق و ایدئولوژی‌اش به سود ایدئولوژی خاتمه می‌یابد و حمید فائزه را با اسلحه به قتل می‌رساند.

همان‌طور که بارت اشاره می‌کند، فهم این نشانه‌ها فقط در نظام معنایی خودشان امکان‌پذیر است و نسبت میان شکل معنایی و مفهوم امری کاملاً انگیزشی است و این انگیزش ریشه‌هایی کاملاً ایدئولوژیک دارد. به این ترتیب، تصویر بازنمایی‌شده زن در ایدئولوژی القاعده مانعی برای دستیابی به اهداف دینی خودپنداره در چارچوب ایدئولوژی بنیادگرایی است که در فیلم شبی که ماه کامل شد به بهترین نحو نمایش داده می‌شود.

به این ترتیب، با استناد به بارت، تحلیل روایت سه سطح کارکردی، کنشی و روایی فیلم شبی که ماه کامل شد، با توجه به دلالت‌های نشانه‌شناختی‌ای که از آن برداشت شد، در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲. تحلیل روایت در سه سطح

سطح کارکردی	سطح کنشی	سطح روایی
تغییر ویژگی منش شخصیتی:	تغییر رفتار پس از پیوستن به القاعده:	
۱. تغییرات ظاهری	۱. فعالیت در گروهک القاعده	تمایز میان دو سبک زندگی:
۲. تندروی مذهبی	۲. خشونت علیه زن	۱. زندگی عادی و طبق روال در تهران
۳. پیروی کورکورانه	۳. حبس زن در خانه	۲. زندگی تحت سیطره ایدئولوژی القاعده در پاکستان
۴. بی‌ارزش انگاشتن نقش زن	۴. پنهان نگاه داشتن فعالیت‌های تروریستی از زن	
۵. زن مانعی در جهت رسیدن به اهداف والای خودپنداشته	۵. به قتل رساندن زن	
۶. ترجیح ارزش‌های دینی بر هر چیز دیگری		

بحث و نتیجه‌گیری

تصور رایج این است که رسانه‌های جمعی، از جمله سینما، به‌طور کلی زنان را به‌عنوان ابژه یا وجودی ابزاری و حاشیه‌ای به نمایش می‌گذارند؛ به گونه‌ای که این بازنمایی ربطی به واقعیت و زندگی پیچیده آن‌ها ندارد. به‌طور کلی مردان در رسانه‌ها با مناصب بالا و به‌عنوان موجوداتی عاقل، نیرومند، کارا و مرجع قدرت تلقی می‌شوند و زنان افرادی هستند احساساتی، وابسته، ضعیف و منفعل. تلویزیون و سینما، به‌طور نمادین، زنان را نادیده می‌گیرد و به حاشیه می‌راند و با نشان دادن اکثریت مردان در همه انواع برنامه‌های تلویزیونی و سینما در واقع به جامعه

می‌گوید که زنان آن قدرها هم مهم نیستند. اما در فیلم شبی که ماه کامل شد دیدیم که اتفاقاً زن و تصویری که از آن به نمایش کشیده می‌شود در نقطه اصلی سناریو در مقابل ایدئولوژی بنیادگرای تندروی دینی قرار می‌گیرد.

در این پژوهش، سعی شد نوع نگاه گروهک القاعده به زن، که درون‌مایه اصلی فیلم شبی که ماه کامل شد بود، تحلیل و بازنمایی‌های نشانه‌شناختی و روایی آن واکاوی شود. این بازنمایی در یک سیر روایی به شکل زیر در فیلم به نمایش درمی‌آید:

۱. روال عادی زندگی، ۲. سفر به پاکستان و پیوستن به القاعده، ۳. تغییر تدریجی رفتار و عقاید، ۴. بی‌ارزش دانستن زن، ۵. حبس زن در خانه و سلب اختیار او، ۶. تسلط ایدئولوژی القاعده و ۷. زن مانعی بر سر راه رسیدن به اهداف و لزوم حذف آن.

این سیر، روایتی را به تصویر می‌کشد که با عشق و دلدادگی آغاز می‌شود، اما با تسلط ایدئولوژی القاعده به حبس خانگی و پرخاشگری و در انتها به قتل رساندن زن در جهت اعتلای ایدئولوژی بنیادگرایانه دینی ختم می‌شود. ذیل این ایدئولوژی است که هیچ‌چیز، حتی خانواده و افراد نزدیک انسان، نباید مانعی بر سر راه او در راه رسیدن به اهداف والای خویش‌پندار گروهک القاعده باشند.

با بازگشت به مفاهیم نظری‌ای که بارت به آن‌ها اشاره می‌کند، رابطه انگیزشی موجود در اشکال معنایی فیلم با مفهوم موردنظر کارگردان اثر، دلالت بر ایدئولوژی‌ای بنیادگرایانه و تندرو تحت لوای اندیشه دینی دارد که اگرچه ظهور و بروز آن در زمان حاضر با توجه پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیک فراگیر می‌تواند محل بحث مبسوط باشد، این ایدئولوژی اقتضاهای خاص خود را در همین عصر به بار آورده است که در این فیلم تأثیر آن را بر تغییر و دگرگونی افکار شخصیت اصلی و تصویر بازنمایی‌شده زن، همان‌طور که اشاره شده، مشاهده کردیم.

منابع

- [۱] ابادری، یوسف (۱۳۸۰). «رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی»، فصل‌نامه/رغنون، ش ۱۸.
- [۲] استریناتی. د. (۱۳۸۱). مقدمه‌ای بر نظریات فرهنگ عامه، ترجمه ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- [۳] بارت، رولان (۱۳۷۰). عناصر نشانه‌شناسی، ترجمه مجید محمدی، تهران: الهدی.
- [۴] _____ (۱۳۸۰). «اسطوره در زمانه حاضر»، ترجمه یوسف ابادری، رغنون، ش ۱۸.
- [۵] _____ (۱۳۸۷). پیشینه دانش روایت‌شناسی: درآمدی بر تحلیل ساختاری روایت‌ها، ترجمه محمد راغب، تهران: فرهنگ صبا.
- [۶] بروجردی، مهدخت، حداد، نسرين (۱۳۹۱). «ارزش‌های اخلاقی ارائه‌شده در تبلیغات»، فصل‌نامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، س ۱۳، ش ۱۷، ص ۲۱۳-۲۴۵.
- [۷] جمعدار، الهام (۱۳۷۳). «تحلیل سیمای زن در سینمای پس از انقلاب»، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه تهران.

- [۸] چندلر، دانیل (۱۳۸۷). *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه مهدی پارسا، تهران: سوره مهر.
- [۹] دووینو، ژ. (۱۳۷۹). *جامعه‌شناسی هنر*، ترجمه مهدی سحابی، تهران: مرکز.
- [۱۰] راودراد، اعظم و تقی زادگان، معصومه (۱۳۹۱). «سپیده یا الی؛ خوانش انتقادی فیلم *درباره‌الی*»، فصل‌نامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، س ۹، ش ۳۱، ص ۱۵۷-۱۷۳.
- [۱۱] عبدالرحمن، علی (۱۳۸۳). «بازنمایی تصویر زن در رسانه‌های جهان غربی»، ترجمه احسان قرنی، نشریه پژوهش‌های ارتباطی، ش ۳۸، ص ۸۷-۱۱۶.
- [۱۲] سروی زرگر، محمد (۱۳۸۹). «مصرف در آگهی‌های تجاری یک تحلیل نشانه‌شناختی»، فصل‌نامه پژوهش‌های ارتباطی، س ۱۷، ش ۶۱، ص ۵۹-۹۲.
- [۱۳] فیسک، جان (۱۳۸۱). «فرهنگ و ایدئولوژی»، ترجمه مژگان برومند، مجله/ارغنون، ش ۲۰.
- [۱۴] _____ (۱۳۸۰). «فرهنگ تلویزیون»، ترجمه مژگان برومند، مجله/ارغنون، ش ۱۹.
- [۱۵] _____ (۱۳۸۶). *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*، ترجمه مهدی غبرایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- [۱۶] کسرای، محمدسالار؛ مهرورزی، پروشات (۱۳۹۶). «بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب ایران»، فصل‌نامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، س ۸، ش ۴، ص ۱۰۷-۱۳۵.
- [۱۷] کوثری، مسعود؛ عزیزی، فرید؛ عزیزی، حمید (۱۳۹۳). «بازنمایی زنان در تبلیغات تلویزیون پودر لباسشویی پرسیل»، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی ایران، س ۷، ش ۴، ص ۱۸۹-۲۱۲.
- [۱۸] مهدیزاده، سیدمحمد؛ اسمعیلی، معصومه (۱۳۹۱). «نشانه‌شناسی تصویر زن در سینمای ابراهیم حاتمی‌کیا»، فصل‌نامه زن در فرهنگ و هنر، س ۴، ش ۱، ص ۸۵-۱۰۵.
- [۱۹] هوور، استوارت؛ لاندبای، نات (۱۳۸۲). *بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.
- [۲۰] هیوارد، سوزان (۱۳۸۱). *مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی*، ترجمه فتح محمدی، تهران: هزار سوم.

[21] Hall, S (1997). *The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice*, Sage Publication.

[22] Gaffman, E. (1981). *Forms of Talk*, Oxford: Blackwell.