

## Audience Taste in Iranian Cinema Based on the Exploration of Main Characters in Popular Comedy Films from 2013-2023

Masoud Naghashzadeh<sup>1</sup>, Masoud Jalilvand Khosravi<sup>2</sup>

Received: 17 October 2023, Accepted: 2 March 2024

### Abstract

Cinema is an influential art form within the cultural landscape of a country. The relationship between the audience's interest in films and the works produced by artists is mutually influential, each impacting the other. One key and vital factor in the appeal of a movie is how the characters are portrayed. Compelling and authentic characters can transform the experience of watching a film into an emotional and intellectual journey for the audience. This research explores the main characters in popular comedy films produced in Iran over the past decade (2013-2023) to better understand the audience preferences for cinematic characters. This understanding of taste may lead to works that better attract audience attention. To achieve this, four films, namely Fossil, The Singer, Hezarpa, and Sperm Whales 2: Roya's Selection, were analyzed using a descriptive-analytical approach from the perspective of character development. This study evaluates the characters concerning their physical characteristics, psychological traits, and social attributes (professional). Through a deep analysis of these characters, specific rules and patterns were identified as likely to be favored by the comedy cinema audience in Iran. These rules and patterns, aside from aiding filmmakers and screenwriters in creating desirable and engaging characters, can also shape the audience's taste for a particular type of comedy cinema.

**Keywords:** Iranian Cinema, Audience Taste, Main Characters, Comedy Films, Audience Research, Audienceology

---

1. Associate Professor, Department of Television, Faculty of Radio and Television Production, IRIB University, Tehran, Iran. Email: m.naghashzadeh@iribu.ac.ir  
2. Ph.D. Candidate in Media Studies, Faculty of Radio and Television Production, IRIB University, Tehran, Iran (Corresponding Author). Email: masoud.jalilvand@iribu.ac.ir

## ذائقه‌یابی مخاطبان سینمای ایران بر پایه تحلیل شخصیت اصلی در فیلم‌های کمدی پربیننده یک دهه (۱۴۰۲ - ۱۳۹۲)

مسعود نقاش‌زاده<sup>۱</sup>، مسعود جلیلووند خسروی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۲۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۲

### چکیده

سینما هنری جریان‌ساز در منظومه فرهنگی کشور است. رابطه‌ی علاقه و اقبال بینندگان به فیلم و آثار تولیدشده از سوی هنرمندان رابطه‌ای دوطرفه است که هر یک بر دیگری اثر می‌گذارد. یکی از عوامل کلیدی و بسیار مهم در جذابیت یک فیلم شخصیت‌پردازی آن است. شخصیت‌های جذاب و واقعی، می‌توانند تجربه تماشای یک فیلم را برای بینندگان تبدیل به یک سفر عاطفی و فکری کنند. آنچه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است، واکاوی شخصیت‌های پرداخته‌شده در فیلم‌های پرفروش کمدی یک دهه (۱۳۹۲-۱۴۰۲) از سینمای ایران است تا ذائقه مخاطب برای پسند شخصیت‌های نمایش داده‌شده در پرده سینما بهتر شناخته شود. این شناخت ذائقه می‌تواند به تولید آثاری منجر شود که احتمال بالاتری در موفقیت برای جلب نظر مخاطبان داشته باشند. بدین منظور چهار فیلم فسیل، مطرب، هزارپا و نهنگ عنبر ۲: سلکشن رؤیا به روش توصیفی - تحلیل و از منظر شخصیت‌پردازی مورد بررسی قرار گرفت. در این مطالعه، شخصیت‌ها از سه بعد خصوصیات ظاهری، ویژگی‌های روانی و ویژگی‌های اجتماعی (حرفه‌ای) تجزیه و تحلیل شده‌اند. با تجزیه و تحلیل عمیق این شخصیت‌ها، قواعد و الگوهای خاصی شناسایی شد که احتمالاً مورد پسند مخاطبان سینمای کمدی در ایران است و می‌تواند یکی از عوامل اقبال مخاطبان به این فیلم‌ها به شمار رود. این قواعد و الگوها می‌توانند جدا از کمک به تولیدکنندگان و نویسندگان فیلم‌نامه در خلق شخصیت‌های مطلوب و جذاب، ذائقه مخاطبان را نیز به گونه‌ای خاص از سینمای کمدی عادت دهند.

واژگان کلیدی: سینمای ایران، ذائقه‌یابی مخاطبان، شخصیت اصلی، فیلم‌های کمدی، مخاطب‌شناسی، مخاطب‌پژوهی

۱. دانشیار گروه تلویزیون، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران.  
Email: m.naghashzadeh@iribu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مطالعات رسانه، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول).  
Email: masoud.jalilvand@iribu.ac.ir

### مقدمه و بیان مسئله

سینما همیشه رسانه‌ای قدرتمند برای داستان‌سرایی، جذب مخاطب و برانگیختن احساسات بوده است. جنبهٔ صنعتی سینما و لزوم توجه به سلیقهٔ مخاطبان سینما منجر به ساخت و مصرف ایده‌های داستانی مختلف و متنوع در سینما شده که گاه با اقبال مخاطب همراه بوده و گاه نتوانسته است موفقیتی در جلب نظر مخاطبین خود به دست آورد. اقبال مخاطبان به فیلم‌های سینمایی یک شاخص برای موفقیت تجاری آن فیلم است و علاوه بر آن عاملی برای شناخت ذائقهٔ مخاطبان و موضوعات و محصولات مورد پسند آنان نیز به شمار می‌رود. پژوهشگران معتقدند عنصر آغازین و بنیادین در ساخت یک فیلم سینمایی و سنگ بنای آن، فیلم‌نامه (Smith, 2022:53) و یکی از شاخص‌های مهم در سنجش قوت فیلم‌نامه، کیفیت شخصیت‌پردازی است (Sharapova, 2012:40). شخصیت در قلب هر داستان قرار دارد. اگرچه ممکن است نکات داستانی جذابی برای مخاطب وجود داشته باشد که در ذهن او باقی بماند اما این لحظات از آن‌رو که ارتباطی با شخصیت فیلم دارند برای بیننده جذاب خواهد بود. آن لحظات، اقدامات انجام‌شده یا پیامدهایی هستند که شخصیت‌ها متحمل می‌شوند و مخاطب آن لحظات را احساس می‌کند (سیگر، ۱۳۸۰:۵۴). لذا مفاهیم داستانی فوق‌العاده‌ای با قلاب‌های قوی موجود در فیلم، همراه با شخصیت به موقعیت‌هایی فراموش‌نشده تبدیل می‌گردند. شخصیت‌ها تجربه هستند و به مخاطب چیزی می‌دهند که مورد علاقهٔ او باشد و یا از آن تفر داشته باشد. به‌واقع شخصیت‌ها هستند که مخاطب را وادار می‌کنند به تماشا ادامه دهد به این امید که ببیند سفرشان را تمام می‌کنند و آنچه را که نیاز دارند یا آنچه را که مخاطب احساس می‌کند سزاوار آن است را به دست خواهند آورد؟

پرواضح است که سلیقهٔ مخاطبان سینما نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری موفقیت و همه‌گیری آن دارد. درک ترجیحات و تمایلات مخاطب برای فیلم‌سازان، تهیه‌کنندگان و توزیع‌کنندگان برای خلق فیلم‌های جذاب و موفق تجاری ضروری است. در طول سال‌ها، مطالعات متعددی جنبه‌های مختلف ذائقه مخاطب، از جمله ترجیحات ژانر، زیبایی‌شناسی بصری و ساختارهای روایی را مورد بررسی قرار داده‌اند. اگرچه عوامل متعددی در کیفیت

هنری و موفقیت تجاری یک فیلم سینمایی مؤثر است و فروش بالای یک اثر را نمی‌توان محدود به یک عامل کرد اما تجزیه و تحلیل شخصیت در فیلم‌های محبوب (به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده سلیقه مخاطب) نیز یکی از عوامل مؤثر بر فروش بیشتر خواهد بود. در حوزهٔ مصرف، سلیقه‌های هنری و فرهنگی از اهمیتی ویژه برخوردارند، زیرا کالاهای فرهنگی، عناصری اساسی از نظام فرهنگ به شمار می‌روند و بنابراین، به میزان فراوان می‌توانند تعیین‌کنندهٔ برخی جهت‌گیری‌های کلی فرهنگ و تغییرات فرهنگی رخ داده باشد. پیش‌تر گفته شد شخصیت‌ها به عنوان نیروی محرکه روایت فیلم عمل می‌کنند و مخاطب را از لحاظ احساسی و فکری با داستان مرتبط می‌سازند. با این منطقی ارزشمند است بدانیم شخصیت‌های ظاهرشده بر پرده سینما در فیلم‌های کمدی محبوب بر اساس چه طرح و نقشه‌ای پرداخته شده‌اند. پژوهشگران این مقاله با تمرکز بر یک دههٔ اخیر سینما ایران یعنی سال‌های ۱۳۹۲ - ۱۴۰۲ خورشیدی (۲۰۲۳ - ۲۰۱۳ میلادی) دریافتند میزان فروش فیلم‌های کمدی دههٔ اخیر فاصله بسیار زیادی با سایر ژانرها دارد. اگرچه پژوهشگران این تحقیق بر تأثیر عوامل متعدد از جمله عبور و یا نزدیک شدن به خطوط قرمز فرهنگی و اجتماعی برای فروش فیلم‌های کمدی واقف هستند و فروش یک فیلم (و به تبع آن سنجش ذائقه مخاطبان) را صرفاً موکول به کیفیت شخصیت‌پردازی نمی‌دانند اما باید توجه کرد که خلق شخصیت از طبقهٔ اجتماعی خاص با ظاهر، سلیقه و عادات رفتاری خاص زمینه‌ساز موقعیت‌های کمدی و یا شوخی‌های رفتاری و کلامی است. لذا شخصیت فیلم‌های کمدی نیز اهمیت بسیار ویژه پیدا خواهند کرد. بدین منظور مقاله حاضر با تمرکز بر حوزهٔ شخصیت‌پردازی در فیلم‌های کمدی ایرانی به دنبال آن است تا ذائقهٔ مخاطبان سینمای کمدی ایران را بر اساس تحلیل شخصیت فیلم‌های کمدی پر مخاطب اکران شده بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ (۲۰۲۳ - ۲۰۱۳ میلادی) مورد بررسی قرار دهد. این در حالی است که تحقیقات قبلی عمدتاً ترجیحات مخاطب را از نظر ژانر و عناصر بصری مورد بررسی قرارداد و پژوهش‌های کمتری است که به درک چگونگی تأثیر شخصیت‌ها بر ذائقهٔ تماشاگران سینما توجه کرده‌اند. نکتهٔ لازم به توجه آن است که مخاطبان با شاخص‌های جمعیتی متفاوت و پیشینهٔ فرهنگی مختلف، دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به

(۱۳۹۷) مورد توجه قرار داده‌اند. این مقالات اگرچه فروش آثار سینمایی را بررسی کرده اما نقش ذائقه مخاطب در انتخاب این آثار مورد توجه نبوده است (صلواتیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۷۳). محمدیان (۱۳۹۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «عوامل مؤثر بر جذب تماشاگران فیلم‌های سینمایی ایرانی به سالن‌های سینما» نیز فقط یکی از ۷ فاکتور خود را به خود محصول اختصاص داده است (محمدیان و همکاران، ۱۳۹۰). مطابق با نظریات گذشته، در فیلم‌های سینمایی از جمله فیلم‌های کمدی شخصیت‌های فیلم و ویژگی‌های آن‌ها، از عواملی هستند که در جذب تماشاگران نقش داشته‌اند لذا پژوهش‌های مختلفی در حوزه مطالعات شخصیت و شخصیت‌پردازی (به‌طور عام در سینما) صورت گرفته است. موسوی‌نیا در مقاله «فضای روایت از شخصیت‌پردازی تا درک خواننده: نگاهی به نظریه ساختارگرایان و پسا‌ساختارگرایان» اشاره مختصری به قرارگرفتن شخصیت‌ها در لایه‌های روایتی و وجه تمایز راوی از شخصیت‌های موجود در داستان (موسوی‌نیا، ۱۳۹۶) دارد که به عنوان چارچوب مفهومی پژوهش حاضر قابل توجه است. مقاله باتلز و هیلتن مورو (۲۰۰۲) یکی از مرتبط‌ترین پژوهش‌ها در خصوص شخصیت‌پردازی در ژانر کمدی است و نوع ارتباط مخاطب با این شخصیت‌ها را مورد مذاقه قرار داده است (Battles, & Hilton-Morrow, 2002). شاید مهم‌ترین پژوهش پیرامون ارتباط میان شخصیت و ساختار دراماتیک فیلم را بتوان مقاله نقاش‌زاده و همکارانش دانست. آنها با تکیه بر نظریات ارسطو در بوطیقا، وحدت شخصیت در ساختار فیلم‌نامه‌های مبتنی بر شاه‌پی‌رنگ را مورد بازخوانی قرارداد و به مطالعه سازوکارهای تغییر و جایگزینی شخصیت اصلی پرداخته‌اند. این مطالعه استفاده از ساختار حماسه (امکان پیگیری چند خط داستانی) و همچنین استفاده از ظرفیت‌های پیش‌داستان برای بیان انگیزه‌های شخصیت اصلی و جایگزین یا زمینه‌چینی برای کنش اصلی را از سازوکارهای جایگزین کردن شخصیت می‌داند (نقاش‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷). مقاله نقاش‌زاده و همکارانش به دلیل تبیین جایگاه واقعی شخصیت در داستان، چراغ راهی برای پژوهش حاضر بوده اما از نظر روشی با این پژوهش متفاوت است. مضاف بر آن، هدف اصلی در این تحقیق مطالعه شخصیت‌های پرداخته‌شده در فیلم‌های کمدی

شخصیت‌های فیلم داشته و فهم متفاوتی از او و کنش‌های او خواهند داشت که خود می‌تواند موضوع ارزشمندی برای پژوهش‌های آتی باشد اما در این مقاله اقبال عمومی به فیلم‌های کمدی پر فروش یک دهه سینمای ایران مد نظر قرار گرفته است. از این‌رو در پی آن است تا به سؤالاتی از جنس زیر پاسخ دهد:

۱) شخصیت‌های فیلم از چه نظام ارزشی تبعیت می‌کنند؟ ۲) موقعیت اجتماعی شخصیت‌های اصلی چیست؟ ۳) شخصیت‌های فیلم چه اهدافی دارند و چه آرزوهایی را دنبال می‌کنند؟ ۴) ترجیحات، سلاقی و تفریحات آنها کدام‌اند؟ ۵) شخصیت‌های فیلم روابط اجتماعی خود را بر چه اساسی شکل می‌دهند؟ ۶) ساخت خانوادگی شخصیت‌ها چگونه است؟ ۷) ظاهر شخصیت‌های اصلی چگونه تصویر شده است؟ درنهایت، یافته‌های این تحقیق اطلاعات ارزشمندی در رابطه با ترجیحات و سلاقی مخاطب در رابطه با تحلیل شخصیت‌ها در فیلم‌های کمدی پر مخاطب را در اختیار فیلم‌سازان، تهیه‌کنندگان و استودیوها قرار می‌دهد. با درک ذائقه مخاطبان سینمای ایران در این دوران خاص، متخصصان صنعت سینما می‌توانند تصمیمات آگاهانه‌ای در توسعه، تولید و بازاریابی فیلم‌های آینده اخذ کرده و در نتیجه تجربه‌های سینمایی جذاب‌تر و تجاری موفق‌تری در سینمای ایران داشته باشند. همچنین در صورت مشاهده انحراف در ذائقه مخاطب نسبت به ارزش‌های فرهنگی و هنری و تنزیل ذائقه به آثار مبتذل و کم‌ارزش، در راستای اخذ تصمیمات لازم اقدام نمایند.

### پیشینه پژوهش

تاکنون مطالعات مختلفی در رابطه با صنعت سینما انجام گرفته است تا عوامل مختلف تأثیرگذار بر فروش فیلم‌های سینمایی مورد بررسی قرار گیرند. نعمت‌بخش و همکارانش (۱۴۰۰) در مقاله «عوامل تأثیرگذار بر مصرف فیلم‌های هنری با رویکردی کیفی»، عوامل فروش این‌گونه از فیلم‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند. البته در این مقاله عوامل پیرامونی فیلم مثل برندسازی، تبلیغات و سیاست‌گذاری (نعمت‌بخش و همکاران، ۱۴۰۰) مورد توجه قرار گرفته و کمتر به ویژگی‌های خود فیلم پرداخته شده است. «عوامل مؤثر بر بازاریابی فیلم سینمایی» را نیز صلواتیان و همکارانش

### نمونه پژوهش

نمونه‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر، ۴ فیلم کم‌دی پربیننده در یک دهه گذشته (۱۴۰۲-۱۳۹۲ شمسی) است. به دلیل وجود تورم و افزایش قیمت بلیت سینما، در این تحقیق از میزان فروش کسب‌شده برای هر فیلم در گیشه صرف‌نظر و نمونه مورد بررسی بر اساس تعداد بلیت فروخته‌شده در سینما (تعداد بیننده) انتخاب شد. در «جدول ۱»، اطلاعات پرمخاطب‌ترین فیلم‌های تاریخ سینمای ایران درج شده است.<sup>۱</sup>

جدول ۱. آمار پربیننده‌ترین فیلم‌های سینما ۱۴۰۲-۱۳۹۲  
(Cinematiket.org)

ردیف	نام فیلم	سال اکران	تعداد بیننده	میزان فروش گیشه - تومان
۱	فسیل	۱۴۰۲	بیش از ۶ میلیون نفر	۲۶۵۳۵۷۳۱۸۷۹۰
۲	هزارپا	۱۳۹۷	۴,۲۱۸,۷۹۳	۳۸۰۴۸۱۵۲۰۰۰
۳	مطرب	۱۳۹۸	۳,۲۹۷,۱۳۸	۳۸۰۵۴۸۸۹۱۰۰۰
۴	نهنگ عنبر ۲: سلکشن رؤیا	۱۳۹۶	۲,۶۷۴,۶۴۸	۴۲۰۰۸۴۸۳۶۲۵۲
۵	انفرادی	۱۴۰۱	۲,۴۳۴,۴۶۴	۷۷۵۵۸۶۴۵۰۰۰۰
۶	محمد رسول‌الله	۱۳۹۴	۲,۴۶۳,۱۲۵	۱۴۶۲۰۲۶۴۰۰۰
۷	شهر موش‌ها ۲	۱۳۹۳	۲,۳۳۴,۵۲۲	۹۴۷۱۲۹۳۰۰۰
۸	دینامیت	۱۴۰۰	۲,۲۱۸,۱۴۵	۵۸۱۷۸۳۷۰۷۴۰
۹	فروشنده	۱۳۹۵	۲,۱۶۰,۰۵۰	۱۵۷۱۴۹۱۹۰۰۰
۱۰	گشت ارشاد ۳	۱۴۰۰	۲,۰۸۱,۵۴۰	۴۲۰۰۸۴۸۳۶۲۵۲

با توجه به «جدول ۱»، چهار فیلم فسیل، هزارپا، مطرب و نهنگ عنبر ۲: سلکشن رؤیا به عنوان چهار فیلم کم‌دی پربیننده مابین سال‌های ۱۳۹۲-۱۴۰۲ انتخاب شد و مورد بررسی قرار گرفت. البته در یک دهه اخیر، سینمای ایران چالش‌های بزرگی از جمله شیوع بیماری کووید ۱۹ را از سر گذرانده است که گاه به تعطیلی و افت فروش بسیار زیاد سینما منجر شد. علاوه بر آن آشوب‌های سال‌های ۹۸ و به‌ویژه ۱۴۰۱ نیز در میزان و کیفیت فروش فیلم‌های سینمایی مؤثر بوده است.

پرفروش یک دهه گذشته است تا از آن طریق ذائقه مخاطبان سینما مورد بررسی قرار گیرد. تا پیش‌ازین در پژوهش‌های منتشرشده، نقاط مشترک شخصیت‌های فیلم‌های پرمخاطب کمتر مورد توجه قرار گرفته است و عمده مطالعات پیرامون شخصیت و شخصیت‌پردازی، معطوف به کارکرد شخصیت در سینما و یا بررسی شخصیت‌های یک اثر و یا آثار یک کارگردان بوده است. از این‌رو پژوهش حاضر که با تمرکز بر آثار کم‌دی مورد پسند مخاطبان در پی شناسایی و تبیین شباهت‌ها در شخصیت‌پردازی این آثار است، می‌تواند گامی جدید در وهله اول برای واکاوی ذائقه مخاطبان ایرانی و در وهله دوم برای افزایش فروش این فیلم‌ها باشد.

### روش پژوهش

این پژوهش در واقع، یک پژوهش کاربردی است و به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است. در این روش محقق علاوه بر مشاهده عمیق نمونه‌های مورد بررسی، به تشریح و تبیین چرایی و چگونگی مسئله نمونه می‌پردازد. پژوهشگر برای تبیین و توجیه دلایل، نیاز به چارچوب مفهومی یا چارچوب نظری محکمی دارد که باید در مرحله مرور ادبیات تحقیق آن را فراهم آورد. در این پژوهش غور در نظریات مختلف پیرامون شخصیت در فیلم‌های سینمایی و نحوه شخصیت‌پردازی در این فیلم‌ها، چارچوب مفهومی مورد نیاز را فراهم آورده است. همچنین پرداختن به امکان و چگونگی ذائقه‌سازی مخاطب از طریق آثار هنری، پیش‌فرض موجود در این پژوهش (تأثیر ذائقه مخاطب بر فروش آثار سینمایی) را تبیین می‌کند. در روش توصیفی - تحلیلی محقق می‌بایست جزئیات مرتبط با مسئله تحقیق را از نظر منطقی به‌دقت بررسی کرده و ارتباط آن با گزاره‌های کلی تحقیق را تبیین نماید. تبیین این منظومه محقق را به نتیجه‌گیری می‌رساند که قابل اتکا خواهد بود. این امر مهم در بخش یافته‌ها و نتیجه‌گیری پژوهش حاضر به‌طور مفصل بحث شده است. یکی از مهم‌ترین نکات در روش توصیفی و تحلیلی آن است که محقق نمونه مورد بررسی را بدون هیچ‌گونه دخالتی در موقعیت، وضعیت و نقش متغیرها مورد مطالعه قرار می‌دهد. در این پژوهش نیز فیلم‌های انتخابی تنها از منظر شخصیت‌پردازی مورد کاوش قرار گرفته‌اند.

### چارچوب مفهومی

در روش توصیفی - تحلیلی، به خصوص هنگامی که با تحلیل داده‌های آماری سروکار داریم، چارچوب نظری به معنای معرفی و کاربست نظریه‌های معینی به عنوان زیرساخت تئوریک پژوهش مطرح نیست؛ بلکه بیشتر یک میدان مفهومی به عنوان محدوده و منطق تحلیل داده‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد. به همین دلیل، ما در این جستار ترجیح دادیم ذیل عنوان چارچوب مفهومی، نمونه‌های مطالعاتی را تحلیل و نتایج به دست آمده را تفسیر کنیم. از این رو، این پژوهش با اینکه از نظر ماهیت داده‌ها کیفی و از نظر روش توصیفی - تحلیلی محسوب می‌شود، اما دارای نظریه‌های مفروض یا چارچوب نظری از پیش تعیین شده نیست. با این وجود، لاجرم از گستره‌ای از مفاهیم و آرای متفکران پیرامون شیوه‌های شخصیت‌پردازی مؤثر و تأثیر بر ذائقه مخاطب بهره برده است. توجه به این مفاهیم به محقق اجازه می‌دهد تا در قلمرو نظریات مختلف و مرتبط غور کرده و تحلیل‌های پژوهش را بر پایه این مفاهیم سامان دهد. در ادامه مفاهیم مورد استفاده در این پژوهش تشریح می‌شوند.

### مصرف کالاهای فرهنگی هنری و ذائقه مخاطبان

در حوزه جامعه‌شناسی هنر، آثار هنری به مثابه کالاهایی تلقی می‌شوند که دارای نظام سه‌گانه تولید، توزیع و مصرف‌اند. کالاهای هنری برای یک هدف ارتباطی بزرگ‌تر و مهم‌تر از سودآوری تولید می‌شوند. این آثار علاوه بر آنکه حامل ارزش‌های فرهنگی هستند، ارزش‌های اقتصادی را نیز تعیین می‌کنند (حسینی‌پور و کیاسی، ۱۳۹۲: ۸۷). در این چارچوب، مخاطبان مصرف‌کنندگان یک کالای هنری در نظر گرفته می‌شوند که این آثار را بر اساس سلیقه و ذائقه خود انتخاب می‌کنند. سلیقه نوعی توانایی فردی است برای قضاوت یا درک آنچه خوب یا مناسب می‌نماید؛ به‌ویژه در مواردی همچون هنر، سبک زیبایی و رفتار و اصولی است که مردم را قادر می‌کند در میان کالاهای طبقه‌بندی شده آنچه مناسب است را بشناسند. همچنین ذائقه (قریحه) مجموعه تمایلات درونی است که برخلاف تصور معمول فقط به نوع برداشت یا مواجهه فرد با محصولات فرهنگی و هنری مربوط نمی‌شود (ادریسی و همکاران، ۱۳۹۱). ذائقه به فرایندی اشاره دارد که از طریق آن افراد سبک زندگی و

مصرف کالاهای فرهنگی‌شان را انتخاب می‌کنند. اصطلاح ذائقه در مباحث اجتماعی از زمانی رواج پیدا کرد که نویسندگان و پژوهشگرانی همچون زمبل (۱۹۵۷)، ویلن (۱۸۹۹)، بلومر (۱۹۶۹) و کمبل (۱۹۴۰) به مد، به عنوان پدیده‌ای که در جامعه مدرن و در قرن ۱۹ میلادی شکل گرفت، علاقه‌مند شدند. اصطلاح سرمایه فرهنگی نیز در قیاس با سرمایه اقتصادی و نظریات، قوانین و تحلیل‌های مباحث مربوط به سرمایه‌داری در اوایل دهه ۱۹۷۰ رواج یافت (نجفی و همکاران، ۱۴۰۱). ذائقه همان ظرفی یا توانایی است که افراد را قادر می‌سازد گروهی از اعمال یا اشیا را به صورت مادی و نمادین و به معنای مجموعه‌ای از ترجیح‌های متمایزکننده به کار گیرند. بر اساس نظر بودریو ذائقه یک عملکرد است و یکی از کارکردهایش این است که به افراد ادراکی از جایگاهشان در نظام اجتماعی می‌دهد (Bourdieu, 2018). مصرف فرهنگی یک فعالیت اجتماعی و روزمره است و فرهنگ از طریق این فعالیت‌ها که به آن مصرف فرهنگی می‌گوییم، تولید یا بارور می‌شود. بر این اساس مصرف فرهنگی سبک زندگی جامعه را شکل می‌دهد و نیازها و خواسته‌های افراد را سامان می‌دهد و مواد لازم برای تولید تخیلات و رؤیایا را فراهم می‌کند. همچنین نشان‌دهنده تفاوت‌ها و تمایزات اجتماعی و تولیدات ثانویه ما در استفاده از ابزارهای موجود است. تعریف و ترسیم مفهوم مصرف فرهنگی، ابعاد و شاخص‌های آن برای جوامع مختلف و زمان‌های مختلف متفاوت است، اما عموماً فعالیت‌هایی مانند رفتن به تئاتر، سینما، گوش دادن به موسیقی، کتاب‌خوانی و غیره از عناصر ضروری محسوب می‌شوند. سبک زندگی فرهنگی و مصرف فرهنگی مصرف‌کنندگان محصولات هنری با استفاده از این محصول که می‌تواند کالایی تجربی تلقی شود، در واقع به نیازهای زیبایی‌شناختی و ذوق هنری خود پاسخ می‌دهند. اما چه کسی سلیقه هنری را مشخص می‌کند؟ چنانچه مخاطب از راه تحمیل سلیقه مشروعیت یافته را بپذیرد، این قرائت از روابط اجتماعی بر قبول پارامتر اسباب مشروعیت بخشی به مثابه عامل تعیین‌کننده تأکید می‌کند. یک نظر این است که فرهنگ بر حسب میل مسئولان سیاسی و با توجه به نیازهایی که در ساختارهای واسط میان مخاطب، موضوع فرهنگی و هنرمند حس می‌شود، جهت داده می‌شود (موشنوری، ۱۳۸۵: ۲۱) اما نظر دیگر و غالب این است

که زیباشناسی رایج و پذیرفته‌شده الزاماً آن چیزی نیست که محل‌های مشروعیت بخش ارائه می‌کنند بلکه چیزی است که در مبادله‌های میان افراد یک گروه اجتماعی تولید می‌شود. در حیطهٔ عمومی، اثر هنری از یک سو وسیله‌ای است برای ایجاد مبادله‌ها میان افراد و اینکه بتوانند با واقعیت اجتماعی فاصله بگیرند و از این واقعیت اجتماعی قرائتی داشته باشند است و از سوی دیگر وسیله‌ای است برای نزدیک کردن فرد به همین واقعیت (ترابی اقدم، ۱۴۰۰: ۵۴).

### شخصیت و داستان

سید فیلد معتقد است شخصیت بنیان اساسی درونی فیلم‌نامه و سنگ اصلی تکیه‌گاه آن است. شخصیت قلب، روح و نظام عصبی فیلم‌نامه است. در فیلم‌نامه داستان همواره از بخش آغاز تا پایان، خواه در مسیری خطی و یا غیر خطی به پیش می‌رود و شخصیت همان ماجرای است که نمایش داده می‌شود. در واقع شخصیت همان کاری است که از او سر می‌زند و از آن سخن می‌گوید (فیلد، ۱۳۹۸: ۶۵). نویسنده پیش از آنکه کلامی روی کاغذ بنویسد باید شخصیت اصلی فیلم را بشناسد. از آن‌رو که سینما یک رسانهٔ تصویری است پس می‌بایست به دنبال شیوه‌هایی بود که بتوان تضادهای شخصیت داستان را به صورت تصویری نمودار کرد و مسئولیت نویسنده است که تصویری انتخاب کند که از نظر سینمایی شخصیت او را به صورت‌نمایشی ارائه دهد. رویدادها در فیلم‌نامه به‌ویژه چنان طراحی می‌شوند که حقیقتی را دربارهٔ شخصیت‌های داستان پدیدار کنند تا خواننده و تماشاگر بتواند بر زندگی روزمرهٔ خویش چیره شود. مخاطب در شخصیت‌های روی پرده در واقع خود را بازمی‌یابد و از لحظه‌ای لذت می‌برد که شاید در بردارندهٔ شناخت و درکش باشد. همچنین اگر تماشاگر، نگران شخصیت نباشد، شخصیت‌پردازی موفق نبوده است. برای این منظور ضروری است که هدف داستان، مسئله اصلی شخصیت باشد و او برای حل این مسئله به جنگ با نیروهای قوی و مقاومت‌ناپذیر بپردازد که کشمکش دیدنی را ایجاد کند (مک کی، ۱۳۸۵: ۳۴). در نظر دیگری ماجرا همان شخصیت است. به عقیدهٔ لیندا سیگر داستان همان شخصیت است که به یک کنش واکنش نشان می‌دهد. شخصیت همان کاری است که از او سر می‌زند و از آن سخن می‌گوید. داستان یعنی رفتار و عمل.

نویسنده باید نشان دهد چگونه شخصیت به رویدادهایی که با آنها روبه‌رو شده و بر آن چیره شده (یا چیره نمی‌شود) کنش یا واکنش نشان می‌دهد. چالش خلق آدم‌های واقعی در وضعیت‌های واقعی چنان متنوع، چندوجهی، بی‌همتا، فردی و چالش‌برانگیز است که کوشش برای تعیین آن مثل نگه‌داشتن آب در دستان است (سیگر، ۱۳۸۰: ۷۱). رویداد منبع عمده تمامی ماجراها و تمام شخصیت‌ها است. یکی از پرده‌ترین بحث‌های نظری، ارتباط وحدت پی‌رنگ و وجود یک شخصیت اصلی است که از آرای ارسطو سرچشمه می‌گیرد (ارسطو، ۱۳۳۷). به عقیدهٔ او وحدت داستان در آن نیست که فقط یک شخص را موضوع تقلید قرار دهند، زیرا بر آن یک شخص، وقایع و حوادث بی‌شماری روی می‌دهد که بسیاری از آنها هرگز وحدت نمی‌پذیرند، و همچنین از یک شخص اعمال بسیاری سر می‌زند که هیچ‌گاه به صورت یک عمل واحد در نمی‌آید (هنرمند، ۱۴۰۱). برداشتی که در نگاه اول از گفته ارسطو می‌شود، آن است که وحدت داستان بدون وجود یک شخصیت واحد هم امکان‌پذیر است، اما با دقت به قید فقط در جملهٔ ارسطو، متوجه می‌شویم که او در سلسله‌مراتب اهمیت، اولویت را به کنش و وحدت آن داده است. به‌عبارت‌دیگر، ارسطو وجود یک شخصیت اصلی را علت لازم وحدت درام می‌داند و نه علت کافی آن (نقاش‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۹). سام اسمایلی که دیدگاهی ارسطویی دارد، بر وجود این سلسله‌مراتب تأکید می‌کند: «شخصیت مهم‌ترین ماده برای طرح است. زمانی که تمام گفتارها و اعمال شخصیت‌ها به عنوان اعضای یک کل در نظر گرفته شود، آن کلیت همان طرح داستان خواهد بود. برای فیلم‌نامه‌نویس، ابتدا طرح، سپس شخصیت و سپس باقی چیزها اهمیت می‌یابد (اسمایلی، ۱۳۹۲). یکی از اولین سؤال‌هایی که در صحنه‌های آغازین نمایشنامه مطرح می‌شود، آن است که سرنوشت چه کسی را می‌خواهیم دنبال کنیم؟ به عقیدهٔ داوسن وجود شخصیت اصلی عامل تمرکز بر داستان است (داوسن، ۱۴۰۱). نظریه‌های متأخر، این تفکیک قطعی بین شخصیت و کنش را از میان برداشته‌اند.

### بنا کردن شخصیت

شخصیت در ادبیات داستانی و دراماتیک عبارت است از کنش‌ها واکنش‌ها و تصمیم‌های مهمی که او می‌گیرد. اگرچه جزییات شخصیت‌پردازی در بازنمایی طبع انسان و شیوهٔ

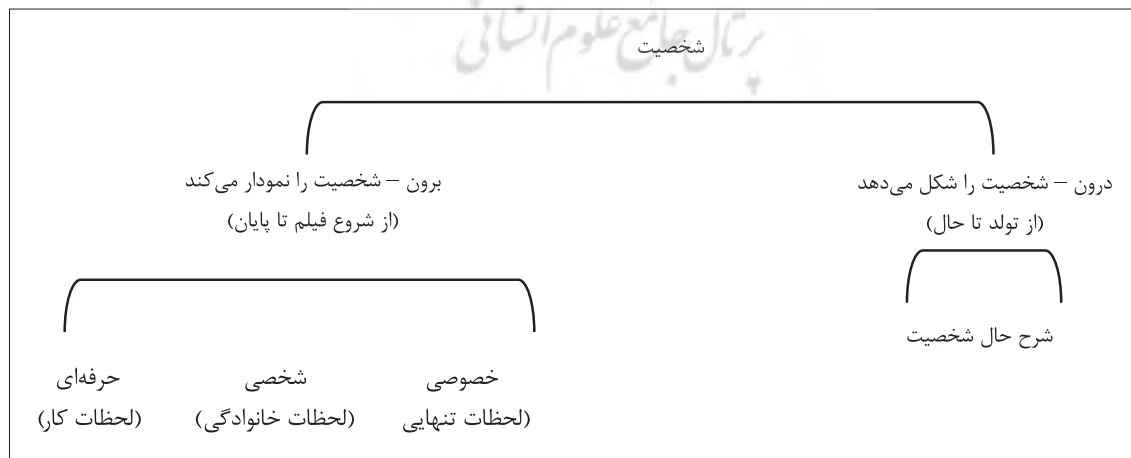
پس از آنکه زندگی درونی شخصیت از طریق زندگینامه‌اش مشخص شد، به جنبه بیرونی آن پرداخته می‌شود. در اینجا مهم بررسی رابطه‌هایی است که در زندگی شخصیت‌های مختلف داستان شکل می‌گیرد. چراکه این رابطه‌ها اکنون به صورت منبعی برای ارائه ژرفای بیشتر در شخصیت اصلی از جمله پیدایش داستان‌های فرعی، ماجراهای ثانویه و بسیاری تناوب‌های ممکن در داستان درمی‌آیند که در اصل زیربنای پیوند میان شخصیت و داستان را تشکیل می‌دهند. نیاز شخصیت (نیاز نمایشی - آنچه شخصیت می‌خواهد به دست آورد) مشخص‌کننده ساختار نمایشی فیلم‌نامه است. نیاز شخصیت است که تصمیمات او را در طول فیلم‌نامه تعیین می‌کند و هرچه این نیاز به روشنی مشخص باشد، نویسنده می‌تواند شخصیت را به صورت سه‌بعدی و واقعی ارائه دهد. به‌طور عملی برای واقعی جلوه دادن شخصیت‌ها، زندگی شخصیت به عناصر تشکیل‌دهنده اساسی آن تجزیه می‌شود: زندگی شخصی، زندگی حرفه‌ای و زندگی خصوصی (فیلد، ۱۳۹۸: ۵۸).

#### یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش بر اساس مشاهده عمیق نمونه‌های انتخابی حاصل شده است و شامل بررسی و توصیف شخصیت‌های این فیلم‌ها است. بدین منظور شخصیت‌های اصلی و فرعی چهار فیلم فسیل، مطرب، هزارپا، و نهنگ عنبر ۲: سلکشن رؤیا از سه بعد مختلف - ۱. خصوصیات

نگریش به دنیا و آنچه می‌خواهد خود را نشان دهد. اما با نشان دادن جنبه‌های حرفه‌ای و شخصی او به بیننده آشکار می‌شود. علاوه بر آن شخصیت‌پردازی برابر تمام ویژگی‌های قابل مشاهده در هر انسانی است که با دقت در زندگی او می‌توان به آنها پی برد؛ مانند سن و میزان هوش، جنس و تمایلات جنسی، سبک حرف زدن و ادا و اطوار، علایق میزان تحصیلات و شغل، وضعیت روحی و عصبی، ارزش‌ها و نگرش‌ها (مک کی، ۱۳۸۵: ۹۸) در خصوص پرداختن به بعد روان‌شناختی یک شخصیت، لاجوس اگری معتقد است که موارد زیر می‌بایست مد نظر قرار گیرد. ۱. شخصیت چه عقایدی مرتبط با مسائل غریزی و مبانی اخلاقی دارد ۲. چه اهدافی را برای زندگی انتخاب کرده است ۳. در زندگی چه شکست‌ها و نومیدی‌هایی را تجربه کرده است ۴. حالات و خلق و خوی شخصیت چگونه است ۵. شخصیت در رؤیایی با زندگی چه می‌کند ۶. چه بیماری‌های روحی دارد ۷. در مواجهه با دیگران چه رفتاری از خود بروز می‌دهد ۸. چه توانایی‌ها و استعدادهایی دارد ۹. سلیقه او چیست ۱۰. چه ویژگی‌های شخصی و فردی دارد (اگری، ۱۴۰۱: ۱۷۷).

سید فیلد معتقد است که روش‌های متعددی برای خلق شخصیت وجود دارد که همه آنها معتبر هستند. زندگی درونی شخصیت، از زمان تولد تا لحظه شروع فیلم است. در این مسیر شخصیت داستان شکل می‌گیرد. زندگی برون شخصیت از شروع فیلم تا انتهای داستان است. در این مسیر شخصیت داستان خود را آشکار می‌کند.



شکل ۱. ویژگی‌های شخصیت (فیلد، ۱۳۹۸).



ظاهری شخصیت، ۲. ویژگی‌های روانی، و ۳. ویژگی‌های اجتماعی (حرفه‌ای) - بررسی شده‌اند. در ادامه یافته‌های پژوهش در این سه بعد بیان شده است.

### خصوصیات ظاهری شخصیت

هر شخصیت دارای خصوصیتی است که در مواجهه اول معرف اوست. این خصوصیات هم خصوصیات فیزیکی (سن و سال، جنسیت، رفتار، قیافه، نقایص جسمی، وراثت) و هم خصوصیات جامعه‌شناختی (طبقه اجتماعی، شغل، تحصیلات، زندگی خانوادگی، مذهب و...) را شامل می‌شود. این مشخصات لایه ابتدایی شخصیت‌پردازی فیلم است.

آنچه در چهار فیلم بررسی شده به چشم می‌خورد تمرکز کارگردان بر جنبه نوستالژیک ظاهری افراد است. در فیلم مطرب، شخصیت اصلی فیلم (ابراهیم) که یک خواننده پیش از انقلاب است، با پوششی متناسب آن زمان به تصویر کشیده می‌شود که این پوشش بسیار شبیه به یکی از خوانندگان معروف آن دوران (ابراهیم حامدی) است. به تصویر کشیدن این شخصیت با مو و ریش بلند همراه با پیراهن یقه پهن (در اصطلاح عامه پیراهن یقه خرگوشی) به همراه کت و شلوار با پاچه‌های پهن و کفش نوک‌تیز براق نشانه‌هایی از رعایت پوشش آن دوران دارد. در پس از انقلاب نیز این شخصیت پوششی مشابه با خواننده ترک‌زبان (ابراهیم تاتلیس) دارد. صورتی گرد، سیبیل به همراه ریش‌های تراشیده و کت و شلوار آراسته به همراه کراوات پوششی است که ابراهیم پس از انقلاب برای خود برگزیده است. انتخاب نام ابراهیم برای این شخصیت نیز نقطه اتصال او با دو شخصیت حقیقی (خواننده) را به روشنی بیان می‌کند. مشابه با این شخصیت نیز دقیقه در فیلم فسیل به تصویر درآمده است. شخصیت اصلی فیلم فسیل (اسماعیل) نیز یک خواننده نه‌چندان موفق در پیش از انقلاب است که بخشی از زندگی او به پس از دوران انقلاب مربوط می‌شود. ظاهر و پوشش اسماعیل نیز دقیقه الگوبرداری شده از پوشش پیش از انقلاب است. موهای بلند و مجعد، به همراه سیبیل بلند (در اصطلاح عامیانه دسته‌موتوری)، خط ریش‌های بلند چکمه‌ای، پیراهن‌های گشاد با دکمه‌های باز و شلوار پاچه گشاد پوششی است که برای اسماعیل در نظر گرفته شده تا او را به یک خواننده تپیکال پیش از انقلاب اسلامی تبدیل

کند. این پوشش و ظاهر در باقی شخصیت‌های فیلم نیز رعایت شده است. به عنوان مثال سعید و صفا (دو دوست صمیمی اسماعیل) نیز پوششی مشابه آن ایام دارند. حتی در ظاهر صفا رعایت شده است تا او شمایی از گروه‌های چریکی چپ‌گرا را نیز داشته باشد. فرنگیس به عنوان نامزد اسماعیل نیز از کت‌دامن تنگ همراه با کلاه و رنگ‌های شاد استفاده می‌کند. با پیروزی انقلاب اسلامی در پوشش شخصیت‌ها نیز تغییراتی رخ می‌دهد. مثلاً در فیلم فسیل سعید (دوست اسماعیل) که به دلیل نامعلومی به عضویت سپاه پاسداران درآمده است با محاسنی بلند، انگشتر عقیق در دست، شلوار پارچه‌ای و پیراهنی خاکی و سبز که بر روی شلوار انداخته شده به تصویر کشیده می‌شود. فرنگیس نیز مانند گشاد قهوه‌ای به تن دارد و روسری خود را به سبک دهه ۶۰ خورشیدی به سر کرده است. فیلم فسیل با تغییر زمان فیلم (از دهه ۵۰ به دهه ۶۰) پوششی را ارائه می‌کند که در هر دو فیلم هزارپا و نهنگ عنبر به‌وضوح مشخص است. در فیلم نهنگ عنبر شخصیت اصلی (ارژنگ) جوانی از طبقه متوسط و با ظاهری معمولی و نه‌چندان زیباست. پوشیدن شلوار گشاد به سبک دهه ۶۰ با پیراهن‌های جلف مد روز و یا لباس‌های شلخته و نامتناسب بخشی از تدبیر کارگردان برای معرفی شخصیت او است. معشوقه ارژنگ (رؤیا) نیز از طبقه مرفه جامعه و بهره‌مند از امکانات رفاهی است. طراحی لباس شخصیت رؤیا و دوست او نیز مطابق با لباس دهه شصت شمسی و سال‌های جنگ تحمیلی است. مانتوهای گشاد با سرشانه‌های اپل‌دار همراه با مقنعه و با روسری‌های بلندی که در زیر چانه محکم گره زده می‌شدند بارزترین ویژگی ظاهری زنان آن دوره است که به‌مرور در دهه هفتاد رنگ باخت. شخصیت زن محوری فیلم هزارپا زنی به نام خانم عباسی است. ظاهر خانم عباسی از نظر پوشش نیز بسیار شبیه به فرنگیس در فیلم فسیل و رؤیا در فیلم هزارپا است. در فیلم هزارپا که در سال‌های ابتدایی و میانه جنگ تحمیلی روایت می‌شود، پوشش شخصیت‌ها کمی متفاوت است. البته همچنان ویژگی نوستالژیک خود را حفظ کرده و بیننده را با مرور خاطرات مواجه می‌کند. در این فیلم بین ویژگی‌های ظاهری و ویژگی‌های رفتاری شخصیت فیلم تناقض وجود دارد. رضا که خود را به عنوان یک جانباز معرفی کرده است لباسی ساده شبیه به نیروهای معتقد به تن می‌کند. حتی خارج از لحظات فریبکاری، پوشش او

بازنمایی موقعیت اجتماعی زیبا در آینده است به شرطی که محدودیت‌های خوانندگی زنان در ایران برداشته شود. در بازنمایی پوشش این خواننده سعی شده است علاوه بر رعایت محدودیت‌های تصویری سینمای جمهوری اسلامی، از لباس‌های شکیل، زیبا و گران‌قیمت بهره‌گیری شود.

### ویژگی‌های روانی

همان‌گونه که بخشی از شخصیت‌پردازی به خلق ظاهر بیرونی و رفتار شخصیت مربوط می‌شود، شناخت اعمال درونی نیز بخش مهمی از شخصیت است. این بخش بعد روان‌شناسی شخصیت را در برمی‌گیرد. باید اشاره کرد حوزه روانشناسی شخصیت مجزا از پرداختن به شخصیت‌های عجیب و غیر عادی است بلکه تمرکز اصلی آن بر محرک‌های پنهان و نیروهای ضمیر ناخودآگاه برای هر نوع شخصیتی است. همچنین در روانشناسی شخصیت نقش پیش‌داستان پیرامون شخصیت پررنگ است. شرایط محیطی از جمله حوادث زمان گذشته بر شخصیت تأثیر می‌گذارد. شیوه درونی کردن این حوادث که گاهی سرکوب می‌شوند و گاهی دوباره سر بر می‌آورند بر تأثیر عاطفی منفی یا مثبتی مبتنی است که این حوادث بر زندگی شخصیت می‌گذارند و هر دو اهمیتی یکسان دارند. غالباً شرایط بیرونی روان شخصیت را نمی‌سازد بلکه این وظیفه را چگونگی واکنش شخصیت نسبت به شرایط به انجام می‌رساند. همچنین حوادث گذشته بر زندگی فعلی آدمی تأثیر می‌گذارد. همچنین معمولاً آن چیزی که ناشی از ضمیر ناخودآگاه انسان است او را به انجام کاری تحریک می‌کند که شامل احساسات، خاطرات، تجربیات و برداشت‌هایی است که از زمان تولد در ذهن نقش بسته است. در سایه ناخودآگاه می‌توان غضب، تمایلات جنسی و افسردگی را یافت و به عبارت دیگر می‌توان هفت گناه کبیره خشم، حرص، تبلی، نخوت، حسادت، خست و شهوت را پیدا کرد (سیگر، ۱۳۸۰). مضاف بر آن نوع خلق و خوی شخصیت داستان در چگونگی انتخاب رفتارهای او مؤثر است. مثلاً انسان‌های عصبی مزاج با افراد سرد و آرام واکنش‌های متفاوتی خواهند داشت.

یکی از ویژگی‌های مشاهده‌شده در نمونه‌ها نقش روایتگری شخصیت اصلی استدر فیلم مطرب شخصیت محوری (ابراهیم) نقش راوی داستان را بر عهده دارد و

به‌گونه‌ای است که می‌توان او را به عنوان یک کارمند اداری پذیرفت. این پوشش در زمان انجام اعمال خلاف قانون مؤید شخصیت دو رو رضا است. وجود پا مصنوعی در هیبت رضا نیز به این موضوع دامن می‌زند.

در تمام این فیلم‌های شخصیت‌های فرعی نیز وجود دارند که همگی از نظر رعایت ظاهر و پوشش مطابق با گفته‌های پیشین است. به عنوان مثال فیلم فسیل دارای شخصیت‌های فرعی دیگری همچون مأمورین ساواک و مأمورین سپاه پاسداران نیز هست که سعی شده است ظاهر این شخصیت‌ها در برهه‌های مختلف تاریخی مطابق با ارزش‌های فرهنگی متداول آن دوران باشد. مثلاً ساواکیان با صورت‌های اصلاح‌شده و کت و شلوار و کراوات، مأمورین کمیته و سپاه پاسداران با ریش‌های انبوه و لباس مخصوص و تسیح در دست و گروه موسیقی نیز با موهای بلند، سیبل، شلوارهای پاچه گشاد و پیراهن‌های جلف تصویر شده‌اند. در فیلم هزارپا جانبازان ساکن در آسایشگاه هرکدام دارای شخصیت مربوط به خود هستند و سعی شده است تنوع شخصیت در بین این افراد انتخاب شود. از این‌رو افراد از قومیت‌های مختلف، با نوع جانبازی متفاوت و حتی ویژگی‌های ظاهری متفاوت همچون قد و وزن و... هستند. عنصر مشترک میان جانبازان این آسایشگاه وابستگی به سیگار است! فیلم هزارپا دارای شخصیت‌های فرعی دیگر همچون اعضا خانواده رضا و منصور، سایر کارکنان آسایشگاه، اعضا سازمان مجاهدین خلق و پدرخانم عباسی نیز هست که به دلیل حضور کم‌رنگ در داستان از تشریح آن صرف‌نظر شده است.

پیش‌تر اشاره شد که به‌جز فیلم مطرب، زمان باقی فیلم‌های مورد بررسی متعلق به گذشته (حداقل ۳۰ سال قبل از زمان تماشا) است. اما فیلم مطرب با توجه به تقدم زمانی در رخ داد وقایع، از پوشش و ظاهری مطابق با زمان حال استفاده می‌کند. پسر و دختر ابراهیم که جوانان متعلق به دهه ۹۰ خورشیدی هستند، پوششی متفاوت از پدر خود دارند. استفاده از هودی و تیشرت با رنگ‌های متنوع، لباس‌های جین، همراه با گردنبند و سایر اکسسوری‌های رایج نمونه‌ای از این تفاوت است. زیبا (دختر ابراهیم) نیز اگرچه تقید زیادی به رعایت حجاب نداشته اما در زمان شرکت در مراسم مولودی، چادر به سر دارد. پوشش او با خوانندهٔ ترک‌زبان مقایسه می‌شود چراکه این خواننده

پیشینه بخشی از شخصیت او را تشکیل می‌دهد و حلقه‌ای برای تکمیل روایت فعلی فیلم است. او وقوع انقلاب اسلامی را مانعی برای خوشبختی و رسیدن به آرزوهای خود می‌داند. او هنوز درگیر فرهنگ پیش از انقلاب ایران است و عامل سرخوردگی خود را تغییر رژیم و رویکرد فرهنگی می‌داند. ابراهیم فردی محتاط است و مسیر موفقیت را با چاشنی احتیاط طی می‌کند اما پسر و دخترش بی‌پروا تر از او هستند و برای موفقیت حاضر به ریسک هستند. پسر از راه قاچاق از ایران خارج می‌شود و دختر نیز با هدف خروج از ایران دولت و پدر را به گونه‌ای فریب می‌دهد تا در عمل انجام‌شده قرار بگیرند. ابراهیم به وطن مهر دارد و برخلاف پسر و دخترش مهاجرت از کشور را راهی برای رسیدن به آرزویش انتخاب نمی‌کند. اگرچه تحت شرایطی او بالاخره در میان‌سالگی موفق به خروج از ایران شده و به آرزوی خود می‌رسد. این خروج سرشار از حس آزادی، رهایی و موفقیت است. ابراهیم در فلاش‌بکی به گذشته به یاد می‌آورد که با پیروزی انقلاب عقده فروخته‌ای دارد. انقلاب باعث شده او مجبور باشد برای علاقه‌اش سختی‌هایی مثل زندان را تحمل کند. ابراهیم در این فضای خفقان‌آلود، حتی برای خوانندگی در خلوت خود هم مجبور به قتل‌کردن در و کشیدن پنجره است تا بتواند صدای خود را آزاد کند. ابراهیم عقدهٔ فروخوردهٔ خود را در دختر خود بازآفرینی می‌کند و سعی دارد دختر خود را نیز خواننده کند. او در میان‌سالگی به شخصیتی تنها، افسرده درون‌گرا و پرخاشگر تبدیل شده است. در فیلم نهنگ عنبر ۲ از آن‌رو که این فیلم در دو زمان به فاصلهٔ بیست سال روایت می‌شود لذا اتفاقات مرتبط با گذشته را نمی‌توان پیشینهٔ داستانی شخصیت‌ها دانست بلکه این اتفاقات خود متن فیلم است. با گذشت بیست سال، مخاطب درمی‌یابد شخصیت‌ها تغییر محسوس اخلاقی نداشته‌اند. رضا همچنان شخصیت عاشق‌پیشه است که برای معشوق خود حاضر است هر کاری انجام دهد و رؤیا معشوق کم‌توجهی است که با توجه به آگاه بودن از عشق رضا و وجود کشش به سمت او، اما اولویت‌های دیگری برای توجه و انتخاب دارد. مهم‌ترین وجه شخصیت ارژنگ حسادت است. ارژنگ به هر چیز که نظر رؤیا را بیش از او جلب کند حسادت می‌ورزد. این حسادت به پرخاشگری و عصبانیت منجر می‌شود. شخصیت ارژنگ پرخاشگر نیست اما نسبت به اتفاقات پیرامون رؤیا واکنش‌های پرخاشگرانه

مخاطب داستان را به مثابه نجوای درونی ابراهیم تماشا می‌کند. از این‌رو در طی فیلم بیننده با انتقال تجربیات از گذشته توسط ابراهیم، نصیحت، عبرت‌گیری شناخت راه درست از غلط در زندگی مواجه است. در فیلم نهنگ عنبر ۲ نیز شخصیت اصلی نقش راوی فیلم را دارد و این روایت بیشتر معطوف به یادآوری اتفاقات گذشته است.

از نظر پیشینه شخصیت‌ها تقریباً می‌توان گفت همهٔ شخصیت‌های اصلی این چهار فیلم دارای پیشینه هستند. شخصیت‌های فیلم فسیل همگی دارای پیشینهٔ داستانی هستند که به پیش از انقلاب بازمی‌گردد. این شخصیت‌ها در دوران پهلوی عمدتاً علاقه‌مند به دربار و سلطنت بوده و وابستگی با آن دارند. شخصیت اصلی فیلم (اسماعیل) فردی عیاش، مشروب‌خوار، عصبی مزاج، غیرتی، عاشق‌پیشه و فاقد تحصیلات و جایگاه اجتماعی است. او به دلیل ده‌سال در کما بودن، نتوانسته است خود را با تغییر رژیم تطبیق دهد اما شخصیت‌های دیگر فیلم پس از پیروزی انقلاب به‌طور کامل تغییر کرده و عموماً به شخصیتی متضاد با شخصیت قبلی خود تبدیل شده‌اند. اسماعیل که شخصیتی عصبی است و مهارتی جز خوانندگی ندارد با پیروزی انقلاب جایگاه اجتماعی خود را ازدست‌داده و در پی یافتن هویتی جدید است که با شرایط فعلی جامعه هم‌خوانی داشته باشد. دوست صمیمی اسماعیل (صفا) نیز موقعیت اجتماعی خود را تغییر داده و با مجاهدین خلق به مبارزهٔ مسلحانه روی آورده است. اما عضو سوم گروه موسیقی یعنی سعید (داماد اسماعیل)، با چرخش مواضع خود به یک مجاهد انقلابی تبدیل شده که حتی در جنگ نیز جانباز شده است. تصمیمات اخذشده از واکنش‌های شخصیت‌های فیلم فسیل به‌شدت وابسته به شرایط زمانی و مکانی است. به دلیل آنکه فیلم در دو مقطع زمانی کاملاً متفاوت روایت می‌شود، لذا نوع برخورد اشخاص در موقعیت‌های مختلف نیز متفاوت است. به عنوان مثال سعید دارای دو شخصیت متفاوت در پیش و پس از انقلاب است. اگرچه اسماعیل در تطبیق دادن خود در بین این برهه از زمان ناموفق است و همین عدم موفقیت او باعث ایجاد چالش‌هایی در پس از انقلاب می‌شود. برخی از واکنش‌های عصبی اسماعیل علاوه بر ریشه داشتن در خوی عصبی او، به واسطه عدم تطبیق او با تغییرات عمیق فرهنگی است. در فیلم مطرب نیز ابراهیم دارای پیشینهٔ داستانی زیادی است به‌گونه‌ای که این

شخصیت‌ها با افراد دیگری در دنیای حرفه‌ای خود در ارتباط هستند. این روابط می‌توانند موقعیت‌های جالبی در داستان ایجاد کرده و به تعاملات شخصیت‌ها عمق بیشتری ببخشند. همچنین، چالش‌ها و موانعی که در زمینهٔ حرفه‌ای با آن مواجه می‌شوند، نقش مهمی در تعیین تغییرات و تکامل شخصیت‌ها ایفا می‌کنند.

در نمونه‌های بررسی‌شده، رخدادها ارتباط کمتری با شغل و فضای کاری شخصیت‌ها دارند. شخصیت‌های این فیلم‌ها عموماً فاقد شغل حرفه‌ای هستند. در فیلم هزارپارضا و منصور از طریق کیف‌قاپی امرارمعاش می‌کنند. ارژنگ و رویا در فیلم نهنگ عنبر ۲ شغل مشخصی ندارند و ارژنگ به دلایل کاملاً نامعلومی در آینده شخصیت متولی دارد که اطلاعاتی از شغل او به مخاطب داده نمی‌شود. ابراهیم، زیبا و فؤاد در فیلم مطرب فاقد شغل قابل توجهی هستند و اسماعیل در فیلم فسیل نیز شغل ثابتی ندارد. مهم‌ترین حرفه‌ای که در این فیلم‌ها به رسمیت شناخته می‌شود خوانندگی است. به عنوان مثال در فیلم فسیل اسماعیل یک خواننده دوران پهلوی است که ارتباط نزدیکی با دربار پیدا کرده است. او به همراه دو تن از دوستانش (سعید و صفا) یک گروه موسیقی ایجاد کرده‌اند. اسماعیل خواننده‌ای ابله است که شعر و آهنگ‌هایش فاقد ارزش هنری است. ترانه‌های او مطابق با ذائقه سطح پایین جامعه است. او رابطهٔ محترمانه‌ای با پدر، خواهر و شوهر خواهر خود ندارد. فردی منفع‌طلب است که تصمیمات و رفتارهایش فاقد منطق درست و مبتنی بر اصول فکری است. ابراهیم فیلم مطرب فاقد تحصیلات بوده و تمام هنر و مهارت او خوانندگی است و حرفه‌ای جز خوانندگی ندارد. معیار سنجش انسان‌ها از نظر ابراهیم، مهارت در خوانندگی و صدای خوب است و به نوعی عنصر صدا برای ابراهیم عنصر مهمی در تأیید یا رد انسان‌ها است. او که تاکنون نتوانسته است به موفقیتی برسد، عامل سرخوردگی خود را حکومت اسلامی می‌داند که هنر او را نمی‌شناسد و با او به مثابه عنصری مخرب و فاقد ارزش نگاه می‌کند. تنها انگیزهٔ او برای زندگی خوانندگی است که حتی او را مجبور می‌کند با وجود بیماری در صحنهٔ اجرا حاضر شود. او سعی دارد نقش حامی را برای دختر و پسر خود ایفا کند اما نمی‌تواند تکیه‌گاه محکمی برای آنان باشد. او که پدری شکست‌خورده از گذشته است، در زندگی فعلی خود نیز موفق نیست. عقدهٔ خوانندگی تمام زندگی و ارتباط

دارد. همچنین رویا به عنوان شخصیت اصلی زن فیلم، دختری ساده و ظاهرین است که میان عشق و رفاهیات زندگی مردد است. باید افزود در فیلم هزارپا جز اطلاعات محدودی در خصوص وضعیت جسمی شخصیت اصلی، اطلاعاتی از پیشینهٔ شخصیت‌ها به مخاطب داده نمی‌شود. این فیلم برخلاف سه فیلم دیگر، روایتی کاملاً خطی و پیوسته را دنبال می‌کند. می‌توان ادعا کرد فیلم هزارپا بر اساس تضادهای شخصیتی بنا شده است. رضا به منظور دستیابی به ثروت یک دختر، خود را به جای شخصیتی متضاد خود جا می‌زند. این تضاد در تمامی شئون زندگی او از ظاهر، رفتار، علایق، احساسات، انتخاب‌ها و... جاری است. در بسیاری از صحنه‌ها مخاطب رضا را در وضعیتی می‌بیند که در عین بی‌توجهی به موقعیت احساسی با مضمونی فداکاری شهدا و جانبازان، در حال بازی با یک خوراکی یا وسیله‌ای بی‌اهمیت است. او توانایی تکرار زبانی الفاظ متناسب را ندارد، با فضای جبهه و جنگ بیگانه است، نمی‌تواند نام عملیات دفاع مقدس را به خاطر بسپارد. اما در عوض ترانه‌های عام‌پسند پیش از انقلاب را حفظ است، خوانندگان را می‌شناسد، با انواع راه‌های دزدی و خلافکاری آشناست. این دورویی و نفاق، به شیوه‌ای دیگر در فیلم فسیل و مواجهه اسماعیل و پدر فرنگیس با نیروهای ارزشی نیز مشاهده می‌شود.

### ویژگی‌های اجتماعی (حرفه‌ای)

در فرایند خلق شخصیت‌های فیلم‌نامه، ویژگی‌های زندگی حرفه‌ای شخصیت‌ها بسیار حائز اهمیت هستند. این ویژگی‌ها در تعیین و شکل‌دهی به شخصیت‌ها و توصیف ابعاد مختلف زندگی و شخصیت آنها نقش کلانی ایفا می‌کنند. هر شخصیت در فیلم دارای هدف و شغل خاصی است که به عنوان محور داستان عمل می‌کند. این هدف می‌تواند تعقیب یک شغل حرفه‌ای و دستیابی به موفقیت در آن زمینه باشد، که به شخصیت اهمیت و انگیزه می‌بخشد. ویژگی‌های حرفه‌ای همچنین در تعیین شخصیت و نگاه او به جهان نقش بسزایی دارند. تجربیات گذشته شخصیت‌ها می‌تواند به آنها درکی عمیق‌تر از دنیای اطرافشان و ایجاد انگیزه‌های ویژه‌ای برای دنبال کردن هدف حرفه‌ای‌شان بدهد. مضاف بر این، شغل حرفه‌ای می‌تواند به تخصص‌ها و مهارت‌های خاصی منجر شود. در زمینهٔ روابط حرفه‌ای،

نوع دیگری از روابط میان شخصیت‌ها که اتفاقاً در موقعیت شغلی متبلور می‌شود، رابطه بر مبنای نفاق است. جدا از ظاهرسازی‌های رضا در فیلم هزارپا در برابر خانم عباسی و جانبازان جنگ تحمیلی، کشمکش بین رضا و کریم (از اعضا مجاهدین خلق) است. در فیلم مطرب حضور زیبا که یک خواننده زن است در مراسم مولودی خوانی نیز نمونه دیگری است. در فیلم فسیل نیز گروه موسیقی اسماعیل به دلیل اجرا قطعه‌ای سیاسی که متضاد با ارزش‌های سیاسی حکومت پهلوی است، دچار چالش می‌شود و مجبور است به خواسته‌های آنان تن دهد. کنش میان شخصیت‌های اصلی و فرعی مبتنی بر رفع چگونگی این چالش‌هاست. پس از دوران کما و پیروزی انقلاب، کشمکش میان اسماعیل و دیگر شخصیت‌های داستان اوج می‌گیرد. چراکه او با ارزش‌های فرهنگی دوران طاغوت رشد کرده و با توجه به مهارت خوانندگی، امکان بروز اجتماعی در دوران پس از انقلاب اسلامی را ندارد. از این رو با نیروهای سپاه از جمله برادرزن خود دچار چالش است. یکی از این چالش‌ها تضاد میان هنر خوانندگی اسماعیل (پیش از انقلاب) و صورت جدید موسیقی در پس از انقلاب (سرود) بروز پیدا می‌کند. نوع ارتباط اسماعیل با هیچ‌کدام از نیروهای پیش و پس از انقلاب، ارتباط نزدیکی، همدلانه و مشابه نیست. اسماعیل با هردو گروه تضاد دارد. فیلم سعی دارد اسماعیل را فردی با هویت گم‌شده معرفی کند که به دنبال یافتن جایگاهی برای خوانندگی (در حکومت پهلوی) و یافتن هویت از دست‌رفته (پس از انقلاب) است.

### نتیجه‌گیری

با کنار هم قرار دادن یافته‌ها از واکاوی شخصیت‌های اصلی و فرعی چهار فیلم فسیل، مطرب، هزارپا و نهنگ عنبر ۶: سلکشن رؤیا می‌توان برخی عناصر مشترک در جلب نظر مخاطبان را دریافت کرد. باید توجه داشت که مخاطبان این فیلم‌ها را نمی‌توان مخاطبان بالقوه سینمای ایران دانست چراکه وضعیت سینمای امروز ایران خالی از فیلم‌های متنوع در ژانرهای گوناگون است. لذا در این وضعیت مخاطبان نمی‌توانند سلیقه اصلی خود در انتخاب فیلم را ابراز کرده و بالاجبار به فیلم‌های موجود بسنده خواهند کرد. مضاف بر آن سینمای کم‌مدی ارائه‌شده در برخی از فیلم‌ها (از جمله فیلم‌های پرفروش) آلود به عنصر ابتذال است. این آلودگی

او با دیگر شخصیت‌ها را تشکیل می‌دهد. هم دختر و هم پسر او خواننده هستند. دختر (زیبا) به دلیل جبر جمهوری اسلامی مجبور است صدای خود را در جلسات مولودی خرج کند و پسر نیز به دلیل فراهم نبودن شرایط، اقدام به مهاجرت به امریکا برای شکوفا شدن استعدادها و خوانندگی خود کرده است. نازان به عنوان یک خواننده ترک‌زبان با اصالت ایرانی نیز دارای پیشینه داستانی است که از جهاتی شبیه به شخصیت اصلی و دیگر شخصیت‌های فرعی است. او نیز به دلیل رویای خوانندگی در کودکی مجبور به ترک ایران شده است. این شخصیت‌پردازی زمانی قوت می‌گیرد که مثلث پدر- برادر و نازان به روی استیج ظاهر می‌شوند و زیبا مجبور است در پشت‌صحنه کنسرت با حسرت به آزادی و خوانندگی نازان نگاه کرده و اشک بریزد. گویی حق اوست که به جای نازان، همراه پدر و برادرش روی استیج باشد. در کنار ابراهیم پسر و دختر او نیز عقده حقارت را با خود حمل می‌کنند و به هر حربه‌ای متوسل می‌شوند تا بتوانند با خروج از کشور به آرزوی خود برسند. عقده حقارت حتی در شخصیت فرعی فیلم (ماشالله - نوازنده ابراهیم) نیز به چشم می‌خورد. او با التماس به پسر ابراهیم می‌گوید برایش کاری انجام دهد تا بتواند از ایران برود. او معتقد است در ایران همه‌چیز خود را از دست داده است.

رضا و منصور دو جوان دو شخصیت فیلم هزارپا، جوانانی لاابالی و نامرتبی هستند که ارتباط زیادی با خلاقانان ندارند. همین ارتباط آنها را به کارهای غیر قانونی همچون کیف‌قاپی، مشروب‌سازی، شرارت و... مشغول می‌دارد. نقشه رضا برای نزدیک شدن به دختری پولدار موقعیت شغلی و نوع ارتباطات او را تغییر می‌دهد. عباسی، دختر پولدار، مبادی آداب و وسواسی فیلم هزارپا، مدیر یک آسایشگاه برای نگهداری از جانبازان جنگ تحمیلی است. به نظر می‌رسد علت انتخاب این شغل از سوی او، ادای دین به دوست برادرش است تا جایی که حتی نذر کرده است با یک فرد جانباز ازدواج کند. روابط او با کارمندان زیردستش، تحکمی و قاطعانه است و جانبازان حاضر در آسایشگاه نیز رفتاری مبتنی بر ترس، کنترل و پنهان‌کاری از او دارند. رضا در شخصیت حقیقی خود با خانم عباسی تضاد دارد اما در شخصیت ساختگی سعی دارد این تضادها را برطرف کرده و نقاط اشتراک را ایجاد نماید. این تلاش به نوعی جذابیت فیلم را ایجاد می‌نماید.

در فیلم نهنگ عنبر ۲ و کوچه و خیابان‌های دههٔ شصت در فیلم هزارپا از جمله موارد قابل ذکر است که شخصیت‌ها را به کنشی منطبق با موقعیت وامی‌دارد.

عنصر مشترک میان تمام شخصیت‌های چهار فیلم بررسی‌شده، جایگاه فرهنگی است. ابراهیم در فیلم مطرب و اسماعیل در فیلم فسیل هر دو زندگی خود را وقف خوانندگی کرده‌اند و ارژنگ فیلم نهنگ عنبر و رضا در هزارپا نیز علاقه‌مند موسیقی هستند. فصل مشترک این چهار شخصیت نوع موسیقی و همچنین جایگاه هنری کالای فرهنگی مورد استفاده آنان است. در این فیلم‌ها آنچه از موسیقی شنیده‌شده و یا نام برده می‌شود، موسیقی عامه‌پسند ایرانی و یا به اصطلاح «خالتور» است. مخاطب در این چهار فیلم با نوعی از کالای هنری مواجهه است که در سطحی‌ترین حالت خود ارائه می‌شود. کالایی که منحصر به همان زمان روایت‌شده در فیلم است. لذا می‌توان برداشت کرد شغل این شخصیت‌ها (خوانندگی) و علاقه‌مندی آنها به کنش در فرهنگ عامیانه برای مخاطب امروزی جذاب است. مخاطب دوست دارد شخصیت‌های وابسته به و یا برخاسته از آن فرهنگ مذکور را بر روی پرده سینما تماشا کند. این موضوع شاید ریشه در علاقه مخاطب به تماشای ممنوعیات فعلی جامعه داشته باشد. این فیلم‌ها شخصیت‌های خود را به‌گونه‌ای پرداخته‌اند که اعمال خلاف قانون را به‌گونه‌ای دلپذیر انجام می‌دهند. بزهکاری، مشروب‌خواری، دروغ، زورگیری مطربی و... که امروزه جزء لایه‌های زیرین فرهنگی جامعه است، در شخصیت‌های موردپسند مخاطبان به‌گونه‌ای عیان به تصویر کشیده می‌شود. حتی نام‌گذاری شخصیت‌های این فیلم‌ها نیز به‌گونه‌ای تداعی‌کننده شخصیت‌های قدیمی است که امروزه در جغرافیای ایران توانایی بروز ندارند. استفاده از نام ابراهیم در فیلم مطرب و شباهت ظاهری و اسمی با ابراهیم تات لیس (خواننده ترک‌زبان)، فتانه در فیلم فسیل و همچنین نام بردن و اشارات به دیگران خوانندگان پیش از انقلاب در فیلم مطرب، فسیل، هزارپا و نهنگ عنبر ۲ نشانه‌ای از پیوند شخصیت‌های فیلم با شخصیت‌های حقیقی پیش از انقلاب است. به نظر می‌رسد این پیوند برای مخاطب فعلی سینما جذاب است و حتی اگر خود با این شخصیت‌ها نسبتی نداشته باشد اما می‌پسندد شخصیت‌های فیلم این ارتباط را ایجاد نمایند. به‌علاوه شخصیت‌های اصلی این چهار فیلم همگی در

در کنار نزدیک شدن به خطوط قرمز محتوایی و تصویری عاملی جدا از کیفیت هنری یا شیوه‌های شخصیت‌پردازی این فیلم‌هاست که می‌تواند بخشی از مخاطبین را به سالن‌های سینما بکشاند که تماشای فیلم هدف ثانویه آنها از خرید بلیط باشد. لذا به قطعیت نمی‌توان گفت اگر فیلم کم‌دی از شیوه خاصی از شخصیت‌پردازی بهره‌گیری نماید، می‌تواند فروش بیشتری را نیز کسب نماید. اما به هر صورت چهار فیلم انتخاب‌شده در این مقاله در صدر لیست فیلم‌های پرمخاطب (تعداد بلیط فروخته‌شده و نه مجموع ریالی فروش فیلم) قرار دارند که شباهت‌هایی در شخصیت‌های اصلی و فرعی این فیلم‌ها وجود دارد. لذا در یک بررسی دقیق‌تر می‌توان برخی از ویژگی‌های مشترک این فیلم‌ها را به بحث گذاشت تا به شناخت نزدیک‌تری از ذائقه مخاطبان فیلم‌های کم‌دی در سینمای ایران دست پیدا کرد.

در وهلهٔ اول آنچه پیش از هر چیز توجه را جلب می‌نماید زمان رخداد وقایع فیلم است. سه فیلم فسیل، نهنگ عنبر ۲ و هزارپا متعلق به اواخر دههٔ ۱۳۵۰ تا اوایل دههٔ ۱۳۷۰ خورشیدی یعنی فاصله زمانی ۳۰ تا ۵۰ سال پیش از زمان مخاطب فعلی سینما است. حتی وقایع فیلم مطرب نیز اگرچه در دههٔ ۹۰ رخ می‌دهد اما مسئله محوری شخصیت اصلی فیلم مربوط به سال‌های پیروزی انقلاب اسلامی است. بدین ترتیب کنش‌های شخصیت‌ها با خاطرهٔ پیشین مخاطب گره خورده و فضایی نوستالژیک را برای او تداعی می‌کند. لذا می‌تواند برداشت کرد اتفاقات پیرامون دههٔ شصت شمسی، فضای سال‌های ابتدایی پیروزی انقلاب، شکاف‌های فرهنگی پیش و پس از انقلاب، مخاطب را به پیگیری کشمکش‌های داستان علاقه‌مند می‌کند. اگرچه متولدین دههٔ هفتاد و پس‌از آن که بخش بزرگی از مخاطبین فعلی سینما را تشکیل می‌دهند تجربه زیسته پیش از دوران فعلی را ندارند اما آن مقطع از تاریخ ایران به دلایلی که در ادامه بیان خواهد شد برای این مخاطبان جذاب و ویژه است. همچنین بازآفرینی ظاهر شخصیت‌ها از منظر پوشش و آرایش چهره و موقعیت‌هایی متعلق به آن دوران شخصیت‌ها را به شخصیت‌های مورد علاقه مخاطب تبدیل می‌کند. مخاطب امروز دوست دارد لباس‌های دههٔ پنجاه و شصت شمسی را بر پرده سینما مشاهده کند، اصطلاحات آن دوران را بشنود و شخصیت‌ها را در آن موقعیت‌ها تصور کند. به عنوان مثال نمایش کاباره در فیلم مطرب و فسیل، پناهگاه

هر چهار فیلم شخصیت محوری مرد است و کنش رسیدن به معشوق، یک کنش مردانه است. روایت عاشقانه در هر چهار فیلم نیز برگرفته از کلیشه پسر فقیر - دختر غنی است. هر چهار قهرمان فیلم (در فیلم مطرب، شخصیت فرعی است) مردانی از طبقه فرودست هستند که سعی دارند نظر محبوبی از طبقه فرادست را جلب کنند. با کمی اغماض می‌توان کنش شخصیت‌های فیلم‌ها را بر اساس دسته‌بندی نه‌گانه لوریس هرمن در «وضعیت موفقیت» دسته‌بندی کرد. این وضعیت بدان معنی است که شخصیت فیلم برای رسیدن به هدف خود تلاش می‌کند و این تلاش یا به موفقیت ختم شده و یا شخصیت در این تلاش شکست می‌خورد. همان‌گونه که عنوان شد در این چهار فیلم هم شخصیت‌ها برای رسیدن به عشق زمینی و یا علاقه به خوانندگی تلاش می‌کنند و در هر چهار فیلم نیز این تلاش تا حدی به موفقیت منجر می‌شود. البته وضعیت روایی این چهار فیلم را می‌توان در وضعیت «موانع عشق‌ورزی» در دسته‌بندی سی و شش‌گانه ژرژ پولتی نیز تحلیل نمود. وضعیت موانع عشق‌ورزی به موانعی همچون اختلاف طبقاتی، شکست عشقی، جنگ و... می‌پردازد که مانع رسیدن عاشق به معشوق است. در این وضعیت سه عامل وجود دارند: ۱. یک یا دو عاشق ۲. معشوق و ۳. مانع. این عوامل همگی در این چهار فیلم وجود دارند.

با توجه به واکاوی دقیق شخصیت‌های فیلم‌های مورد بررسی، آنچه ارتباط میان شخصیت‌ها را شکل می‌دهد، عنصر تضاد است. تضاد و همچنین تراحم محور اصلی کنش‌های شخصیت‌هاست. این تضاد هم در بین شخصیت‌ها و هم در رابطه شخصیت اصلی با اجتماع و زیست‌فرهنگی جامعه به چشم می‌خورد. به نظر می‌رسد انتخاب بازه زمانی فیلم‌ها (دهه ۵۰ و ۶۰ خورشیدی) به دلیل ظرفیت بالای این مقطع از تاریخ برای بروز تضادها است. در این فیلم‌ها نیروهای امنیتی همچون کمیته و سپاه پاسداران به عنوان عناصری تندرو به‌طور دائم در تراحم با شخصیت‌های اصلی هستند. حتی در فیلم مطرب که بخش بیشتری از روایت متعلق به زمانی نزدیک به مخاطب فعلی سینما است، علاوه بر یادآوری تضادهای گذشته، کنش متضاد شخصیت‌ها در خارج از مرزهای ایران (ترکیه) رخ می‌دهد. آنجا که شخصیت‌ها رفتاری متضاد از آنچه در ایران داشته‌اند از خود بروز می‌دهد. در فیلم هزارپا نیز رفتار

جایگاه اجتماعی پایینی قرار دارند. همگی ساکن پایین شهر هستند، فاقد تحصیلات بالا، کم‌بهره از آداب اجتماعی و در مواردی بزه‌کار هستند. اگرچه به دلیل آنکه هر چهار فیلم در ژانر کمدی ساخته شده‌اند این صفات به‌گونه‌ای غلوآمیز و به جهت افزایش بار طنز فیلم به‌کاربرده شده است اما همچنان شخصیت فیلم‌ها ریشه در این جایگاه اجتماعی دارند. اصطلاحات مورد استفاده، شوخی‌ها و اشارات جنسی، فحاشی، قلدری، پرخاشگری و... نمونه‌های دیگری از این ابعاد را شامل می‌شوند.

یکی دیگر از ویژگی‌های مشترک شخصیت‌های این چهار فیلم تعارض هویتی و مثلاً حفظ فاصله از شخصیت‌های متدین و با ظاهر مذهبی است. این حفظ فاصله در برخی لحظات به تمسخر این قشر می‌رسد. در فیلم فسیل قشر مذهبی افرادی بدون انعطاف و زاویه‌دار با شادی و موسیقی هستند. نیروهای کمیته به‌طور مرتب در روابط افراد دخالت می‌کنند و پیشینه سعید که حالا عضو سپاه پاسداران است، عضویت در یک گروه موسیقی مبتدل است. در فیلم مطرب عامل بدبختی ابراهیم و مهاجرت پسر و احساس عقده دختر او، حکومت جمهوری اسلامی است. همچنین شخصیت‌های مذهبی - حکومتی افرادی ساده‌لوح هستند که یک خواننده طاغوتی را به جای خواننده سبک سنتی اشتباه می‌گیرند و یا ظاهر و باطن متفاوتی دارند. این تمسخر در دو فیلم هزارپا و نهنگ عنبر ۲ بیشتر به چشم می‌خورد. رضا بهانه شادی در لباس جانبازان، موقعیت‌های مختلف ریاکارانه خلق کرده و نیروهای انتظامی نیز در فیلم نهنگ عنبر ۲ همواره محل شادی شخصیت‌های اصلی هستند.

در این چهار فیلم، کنش شخصیت‌ها و کشمکش ایجادشده در قصه مبتنی بر تلاش برای رسیدن به یک عشق و علاقه است. در دو فیلم هزارپا و نهنگ عنبر ۲، داستان محوری تلاش برای رسیدن به معشوق است و در دو فیلم مطرب و فسیل تلاش برای رسیدن به علاقه خوانندگی. البته در این دو فیلم نیز داستان تلاش برای جلب نظر معشوق نیز به عنوان خط فرعی داستان دنبال می‌شود. بدین ترتیب تلاش شخصیت‌های فیلم برای رسیدن به عشق زمینی را می‌توان مورد پسند مخاطب فعلی سینمای کمدی دانست هرچند این تلاش همان‌گونه که در این چهار فیلم مشاهده می‌شود آلوده به فریبکاری و دغل‌بازی باشد. نکته قابل‌توجه آنکه در

جامعه از پرداختن به آن پرهیز می‌شود، شالوده کلی فیلم‌های کمدی پرمخاطب را تشکیل می‌دهد. شخصیت‌ها در این فیلم‌ها از الگوی آدم اشتباه در جای اشتباه بهره می‌برند و این الگو به یکی از زیرساخت‌های مهم کمدی در فیلم‌های ایرانی تبدیل شده است. کنش‌ها در فیلم‌های کمدی پرفروش عمدتاً مبتنی بر مجاورت نظام‌های ارزشی متضاد با هم هستند و داستان به نوعی محصول تضاد نظام‌های ارزشی است که شخصیت اصلی فیلم آن را تجربه کرده است. مهم‌ترین این تضادها نیز با پیروزی انقلاب اسلامی و تغییر پارادایم اجتماعی رخ داده است. چراکه جمهوری اسلامی با حکومت پیش از خود به‌طور کامل (از ایدئولوژی تا مظاهر بیرونی) متفاوت است و همین موضوع دستمایه فیلم‌های کمدی ایرانی قرار گرفته است.

ریاکارانه رضا (شخصیت اصلی) کاملاً متضاد با شخصیت اصلی اوست. حتی صرف حضور رضا به عنوان یک دزد معلول در آسایشگاه جانبازان مبتنی بر تضاد فکری و رفتاری است. در فیلم فسیل نیز دو برهه پیش و پس از انقلاب روایت‌شده در فیلم فضای فرهنگی متضادی ایجاد می‌کند. اگرچه شخصیت اصلی فیلم وابسته به هیچ‌کدام از این دو نیست. با این ادعا به نظر می‌رسد مخاطب فعلی سینمای ایران رفتارهای متضاد و غلوآمیز بر پرده سینما را می‌پسندند. اگرچه این چهار فیلم در ژانر کمدی دسته‌بندی شده و کنش‌های شخصیت‌ها عمداً غلوآمیز به تصویر کشیده شده است اما نمی‌توان منکر وضعیت متضاد ایجادشده توسط کارگردان شد. نهایتاً می‌توان گفت تمرکز بر تضاد یا تعارض‌هایی که در

### پی‌نوشت‌ها

۱. به گزارش مرکز داده‌پردازی رستاک، میزان فروش فیلم‌های کمدی سال‌های ۱۳۹۱-۱۴۰۲ مبلغ ۱۲،۲۸۶ میلیارد ریال بوده است. ژانر درام و اجتماعی به ترتیب با فروش ۲،۴۹۵ و ۱،۴۴۰ میلیارد ریال به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.
۲. این آمار در تاریخ ۱۴۰۲/۰۷/۱۲ استخراج شده است.

### فهرست منابع

- ادریسی، افسانه؛ رحمانی خلیلی، احسان؛ حسینی، سیده نرگس (۱۳۹۱)، سرمایه فرهنگی خانواده و ذائقه فراغتی دانشجویان با رویکرد نظری بودریو (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تهران)، جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۲۷.۵-۵۰.
- ارسطو (۱۳۳۷)، بوطیقا، ترجمه فتح‌الله مجتبیایی، تهران: نگاه نشر و اندیشه.
- اسمایلی، سام (۱۳۹۲)، نمایشنامه‌نویسی: ساختارکنش، ترجمه صادق رشیدی، پرستو جعفری، تهران: افراز.
- اگری، لاجوس (۱۴۰۱) فن نمایشنامه‌نویسی، ترجمه مهدی فروغ، تهران: نگاه.
- حسینی‌پور، نیکنام؛ کیاسی، سهیلا (۱۳۹۲)، صنایع فرهنگی و صنایع خلاق، یاسوج: فرهنگ مانا.
- داوسن، س.و. (۱۴۰۱)، درام، ترجمه فیروزه مهاجر، تهران: مرکز.
- سیگر، لیندا (۱۳۸۰)، خلق شخصیت‌های ماندگار، ترجمه عباس اکبری، تهران: سروش.
- صلواتیان، سیاوش؛ روحبخش، مهناز، درفشی، احمدرضا (۱۳۹۷)، عوامل مؤثر بر بازاریابی فیلم‌های سینمایی ایرانی از طریق رسانه‌های اجتماعی. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات. (۴۱) ۱۹. ۱۵۱-۱۷۵.
- فیلد، سید (۱۳۹۸)، چگونه فیلمنامه بنویسیم، تهران: تابان خرد.
- محمدیان، محمود؛ دهشتی شاهرخ، زهره؛ سبزواری حبیبی، الهام (۱۳۹۰)، عوامل مؤثر بر جذب تماشاگران فیلم‌های سینمایی ایرانی به سالن‌های سینما، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
- محمود ترابی اقدم (۱۴۰۰)، ذائقه مخاطبان تئاترهای پرفروش ایران در دهه ۱۳۹۰ (ابعاد، مؤلفه‌ها، علل و عوامل)، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، (۲) ۱۲. ۴۵-۶۸.
- مک کی. رابرت (۱۳۸۵)، داستان (ساختار، سبک و اصول فیلم‌نامه‌نویسی)، ترجمه محمد گذرآبادی، تهران: هرمس.
- موسوی نیا، سیدرحیم (۱۳۹۶)، فضای روایت از شخصیت‌پردازی تا درک خواننده: نگاهی به نظریه‌های ساختارگرایان و پساساختارگرایان. نقد زبان و ادبیات خارجی (پژوهشنامه علوم انسانی)، (۱۹) ۱۴. ۲۹۷-۳۱۶.
- موشنوری، آنتیگون (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی



و هنر، ترجمه حسین میرزایی، تهران: نی.  
 نجفی، مهدی؛ قدیمی، بهرام؛ محمداسماعیل، صدیقه؛ باصری، علی؛  
 علی پوردرویشی، زهرا (۱۴۰۱)، سرمایه فرهنگی و ذائقه فرهنگی  
 مصرف کتاب در میان شهروندان شهر تهران، مطالعات فرهنگ -  
 ارتباطات، ۲۳(۶۰)؛ ۲۳۹-۲۶۰.  
 نعمت‌بخش آبکنار، فرزین؛ علیقلی، منصوره؛ نوریخس، سید کامران؛  
 صفرزاده، حسین (۱۴۰۰)، عوامل تأثیرگذار بر مصرف فیلم‌های هنری،  
 مدیریت کسب و کار نوآورانه، ۵۵(۱۴)، ۲۱۸-۱۹۹.  
 نقاش‌زاده، مسعود؛ نظری، کاظم؛ صادقی، شهریار (۱۳۹۷)، بازخوانی  
 وحدت شخصیت در ساختار فیلم‌نامه‌های مبتنی بر شاه‌پیرنگ؛ مطالعه  
 سازوکارهای تغییر و جایگزینی شخصیت اصلی، نامه هنرهای نمایشی  
 و موسیقی، ۸(۱۶)، ۹۷-۱۱۲.  
 هنرمند، سعید (۱۴۰۱)، بوطیقای ارسطو. تهران: نشر چشمه.

Battles, K., & Hilton-Morrow, W. (2002). Gay characters in conventional spaces: Will and Grace and the situation comedy genre. *Critical studies in media communication*, 19(1), 87-105.  
 Bourdieu, P. (2018). Distinction a social critique of the judgement of taste. In *Inequality* 287-318. Routledge.  
 Sharapova, M. A. (2012). On the character transformation in the Russian Cinema. *Vestnik VGIK I Journal of Film Arts and Film Studies*. 4(1). 34-43.  
 Smith, M. (2022). Engaging characters: Fiction, emotion, and the cinema. *Oxford University Press*.

