

## اسطوره و ابرقهرمان سازی سینمایی مدرن از منظر مطالعات فرهنگی

الهه شمس نجف‌آبادی\* افسانه ناظری\*\*

### چکیده

۳۱

ابرقهرمانان سینمایی را می‌توان پدیده‌های فرهنگی و اسطوره‌ای مدرن قلمداد نمود که مانند اسطوره‌های فرهنگ‌های باستان، توابع و مفاهیم مختلف فلسفی را در چندلایگی خویش جای داده‌اند. اشکال متنوع ژانر ابرقهرمان، بخش مهمی از محیط و فرهنگ رسانه‌ای را شکل داده است. هدف از تحقیق پاسخ به این سؤال است که چگونه اسطوره‌های مدرن سینمایی، اهداف متنوع ایدئولوژیک از منظر مطالعات فرهنگی را محقق می‌سازند؟ مطالعات فرهنگی در صدد تحلیل شرایطی است که منجر به تولید و تعیین نقش نیروهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و هم‌چنین ساختارهای قدرت است. در چارچوب مطالعات فرهنگی به دلیل تعاریف نوآورانه رولان بارت از اسطوره، به نشانه‌شناسی فرهنگی وی استناد شده است. نتایج حاصل نشان داد که ابرقهرمان خود به‌عنوان استعاره‌ای از جهان واقعی به‌سادگی قادر است به تجسم معناهای استعاری بی‌شماری بینجامد؛ چراکه فیلم را به عرصه کشمکش تناقض‌ها و تجسم معانی فرهنگی، رسوم اجتماعی و تصورات سیاسی مبدل می‌سازد. هدف اسطوره‌سازی مدرن فراتر از مصرف‌گرایی، درصدد دستیابی به جامعه‌ای همگن با سبک زندگی لیبرال است. هم‌چنین روایت قهرمان سازی در سینما، بویژه سینمای هالیوود در خدمت ایجاد مفهوم مرکزی ایدئولوژیک سرمایه داری امریکا است که براساس تطابق با هنجارهای رایج به انتقال مفاهیم و تجسم معانی فرهنگی می‌پردازد و اهدافی مانند امنیت ملی، جنگ سرد، تغییر نقش‌های جنسیتی، کلیشه‌های نژادی و مسائل زیست‌محیطی را مدنظر قرار می‌دهد.

**کلیدواژه‌ها:** مطالعات فرهنگی، نشانه‌شناسی فرهنگی، رولان بارت، اسطوره، ابرقهرمان، سینما.

\* دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان.  
\*\* استادیار، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر اصفهان. (نویسنده مسئول).  
a.nazeri@au.ac.ir

## مقدمه

ابرقهرمانان سینمایی را می‌توان شخصیت‌های مرکزی در فرهنگ عامه در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم دانست؛ که در بخش گسترده‌ای از محیط و فرهنگ رسانه‌ای به مثابه شخصیت‌های اسطوره‌ای، تجلی بخش هنجارها و ارزش‌های نوین اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گردیده و در جریان مصرف و فرهنگ‌سازی، اهداف ایدئولوژیک خاصی را محقق می‌سازند. به عبارتی اسطوره‌های مدرن و ابرقهرمان‌سازی به مثابه پدیده‌های نوین فرهنگی درصدد انعکاس مجموعه‌ای از روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در جوامع مدرن هستند.

سینما به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین رسانه‌ها و بسترهای مطالعات فرهنگی منعکس‌کننده مجموعه‌ای از پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی در جوامع مدرن است. چارچوب کلی مطالعات فرهنگی در جست‌وجوی بررسی تفاوت‌های فرهنگی با اشاره به نقشه‌ای کلی از روابط اجتماعی است. در این‌گونه مطالعات هدف کشف، تشریح و تحلیل مناسبات فرهنگ و قدرت و چگونگی بسط نحوه‌ها و شیوه‌هایی از تفکر و هنجارسازی، نهادینه کردن و القای آن به افراد یک جامعه است. هدف تحقیق جست‌وجوی معانی پنهان در چندلایگی پدیده فرهنگی ابرقهرمان از منظر مطالعات فرهنگی با استناد به نشانه‌شناسی فرهنگی رولان بارت است. سؤال مطرح آن است که پدیده فرهنگی ابرقهرمان در جریان مصرف، چگونه اهداف ایدئولوژیک را محقق می‌سازد؟ از این‌رو در ابتدا به بررسی دیدگاه مطالعات فرهنگی بر رسانه و ارتباط دوسویه اسطوره و سینما پرداخته می‌شود و سپس ابرقهرمان به‌مثابه یک فرایند مهم فرهنگی بررسی و در نهایت این مقوله از منظر مطالعات فرهنگی کنکاش می‌شود.

## بررسی پیشینه مطالعاتی

در حوزه بررسی سینما و مطالعات فرهنگی اهم مطالعات اخیر در دو دسته مقالات مرتبط با رویکرد مطالعات فرهنگی بر رسانه سینما و دسته دیگر مقالات و کتاب‌های اخیر لاتین در زمینه اسطوره ابرقهرمان به اختصار ذکر می‌گردد. دسته اول مقالات و کتاب‌هایی که به مقوله مطالعات فرهنگی و رسانه پرداخته‌اند عبارت‌اند از:

گل احمر و شهبازی در مقاله‌ای با عنوان «نشانه‌شناسی فرهنگی رولان بارت و تأثیر آن بر مطالعات فرهنگی»، چنین بیان می‌کنند که نشانه‌شناسی از نظر بارت، روش و دستگاهی تحلیلی است که می‌توان از آن برای مطالعه و تحلیل پدیده‌های فرهنگی بهره گرفت. در نظام نشانه‌شناسی بارت، فرهنگ به

طور عام و اسطوره به‌طور خاص از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به همین دلیل این نظام نشانه‌شناسی را می‌توان در مجموع نشانه‌شناسی فرهنگی نامید (گل احمر و شهبازی، ۱۳۹۰). فلکسی در مقاله‌ای با عنوان «نقش زیبایی‌شناسی در مطالعات فرهنگی»، معنا را از منظر مطالعات فرهنگی امری پویا و تعاملی، تحت تأثیر شرایط خاص، سیال و در معرض تغییر می‌داند. به عبارتی لذت‌ها، مسئله‌ها و خط‌مشی‌های متون به شکل ابدی در قالب این متون حک نشده‌اند، بلکه در جریان اجتماعی بر خورد با متن و تفسیر آن آفریده و بازآفریده می‌شوند. در نظر گرفتن فرهنگ به مثابه یک عمل، به معنای رفت و آمد مداوم میان متون و نهادها، زیبایی‌شناسی و تحلیل اجتماعی، نشانه‌شناسی و قدرت است (فلکسی، ۱۳۸۸).

یوسف اباذری در مقاله خود با عنوان «رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی»، درباره مقالاتی که از رولان بارت در سال‌های ۱۹۵۴ تا ۱۹۵۶ در فرانسه منتشر شده، می‌نویسد: «این مقالات ابعاد متفاوت زندگی روزمره و فرهنگ مردمی را مورد توجه قرار داده بود. آنچه این مقالات را از دیگر مقالات در زمینه فرهنگ جدا و منفک می‌ساخت، سوای دید نافذ و نکته‌بین و کنایی بارت، روشی بود که او در نگارش این مقالات از آن سود جسته بود. روشی که او را قادر می‌ساخت تا پودر ماشین لباس‌شویی و صورت‌گرتاگاربو و محاکمه دهقان متهم به قتل و نحوه برخورد جامعه ادبی با شعر شاعری خردسال و برج ایفل و کشتی کج و اسباب‌بازی‌ها را توصیف کند.» (اباذری، ۱۳۸۰: ۱۳۸).

مازیار اسلامی در مقدمه ترجمه خود از سخنان بارت با نام «بارت و سینما»، درباره این اثر و تحلیل بارت از آن این‌گونه اظهار نظر می‌کند: «نظریه فیلم در سال‌های دهه ۱۹۷۰ بسیار وام‌دار کتاب مفصل و تحلیلی بارت با نام S/Z است. این کتاب شرحی دقیق است که با رویکردی علمی به رمان «سارازین» نوشته انوره دو بالزاک می‌پردازد. در این کتاب، بارت می‌کوشد تعریفی دقیق و خدشه‌ناپذیر از متن رئالیستی ارائه کند. رئالیسم که طبق تعاریف سنتی نظریه ادبی، همانندی و یکسانی با جهان واقعی و آشنای پیرامون تعریف می‌شد، در S/Z در مفهومی به مراتب گسترده‌تر به کار می‌رود. به‌زعم بارت بخش عمده‌ای از ادبیات غرب رئالیستی است. او برای اثبات ادعای خویش، تحلیل جزء به جزء سارازین را برمی‌گزیند. رمانی که به خاطر تصویر شیطانی و شرارت‌باری که از اشراف زاده‌های منحط و عیاش ارائه می‌دهد و همچنین روایت ملودراماتیکش، تناسب چندانی با تعریف سنتی رئالیسم ندارد.» (بارت، ۱۳۸۷: ۸). ایدا (۲۰۰۶) در پایان‌نامه دکتری خود با عنوان «تصور جوامع از تلویزیون»،

گیری می‌کند که انتخاب‌هایی از قبیل فیلم‌نامه، کاراکترسازی ابرقهرمانان زن و مرد در جهت بیان اهداف ایدئولوژیکی با استفاده از جنس، جنسیت و نژاد صورت می‌پذیرد (Casper, 2016).

بروکس (۲۰۰۶) در کتاب خود با عنوان «مسیح سینمایی»، مسیح ساخته‌شده هالیوود را قبل از منجی سینمایی یک محصول فرهنگی مذهبی امریکا معرفی می‌نماید. مسیح سینمایی به مجموعه‌ای از نمادهای اساطیری امریکایی تعلق دارد که امریکاییان برای بیان تجربه دینی یا معنوی خود از آن بهره می‌برند. مسیح متجلی شده بر پرده سینما در کشمکش ظریف تغییر و تفسیر مذهبی در میان فیلم و مذهب به ایدئولوژی مداوم فرهنگ امریکایی در جهت سکولاریزاسیون تلاش می‌کند (Humphries Brooks, 2006).

جونز در کتاب خود با عنوان «ابرقهرمان سازی و فرهنگ کودکان»، چنین بیان می‌دارد که اشکال ژانر ابرقهرمان بخش مهمی از محیط و فرهنگ رسانه‌ای کودکان را شکل داده است. کودکان نه تنها مصرف‌کننده متون رسانه‌ای هستند؛ بلکه در این دوره به عنوان قصه‌گویان، بازیکنان و هنرمندان با استفاده از روایت‌های ابرقهرمانان، به خلق معانی تازه می‌پردازند. توانایی کودکان به حرکت سیال در سراسر سیستم عامل رسانه‌ای و در سراسر حالت معناگیری به موفقیت چشم‌گیری از روایت متقابل رسانه‌ای از مبحث ابرقهرمان می‌انجامد. روایت ابرقهرمان در هنر و بازی‌های کودکان، ارائه مشترکی از فرهنگ‌های گوناگون در یک کلاس درسی چند فرهنگی و چند زبانه را پدید می‌آورد (Jones, 2007).

هری‌یادی (۲۰۱۳) در مقاله خود با عنوان «اسلام در سینما»، فیلم و دین را در نقطه تولید روایت مشترک می‌داند. هدف وی در این مقاله بررسی نقش منجی سینمایی است. فیلم دینی با ارائه علائم بصری و سمبل‌های روایی، واسطه جهان بینی و سیستم ارزش‌ها می‌گردد و در این خلال فیلم به تقویت دین می‌انجامد (Hariyadi, 2013).

خانم تقوایی و همکاران (۱۳۹۳) در پایان‌نامه خود با عنوان «اسطوره و انیمیشن: کاربست الگوی اسطوره‌ای در فیلم‌نامه‌نویسی»، مضامین اسطوره‌ای را راهکاری مناسب برای جذب مخاطب در رسانه می‌داند و با توجه به ویژگی تکرارپذیری اسطوره، پیوند اسطوره و سینما را دوسویه بیان می‌کند. از منظر وی شناخت ساختاری داستان‌های اسطوره‌ای می‌تواند صدها ایده جدید را بدون صرف هزینه در اختیار نویسندگان داستان‌های انیمیشن قرار دهد. به این ترتیب نه تنها اسطوره‌های ایرانی بلکه تمامی روایات اسطوره‌ای در صورت تحلیل ساختاری، می‌توانند به فیلم‌نامه‌هایی خلاقانه

چنین بیان می‌کند که مصرف رسانه می‌تواند به عنوان تجربه فرهنگی بیان شود و رسانه‌ها قادر به جدایی از تجارب روزمره نیستند؛ هر چند اگر که توهمات و تصورات را ارائه نمایند. در نتیجه ارتباطی قوی بین شیوه‌ها و فرهنگ رسانه وجود دارد. فن‌آوری رسانه معاصر نقشی مرکزی را به عنوان واسطه تغییرات اجتماعی، فرهنگی و تحولات فردی ایفا می‌کند (Ida, 2006). در مطالعه‌ای ریموند این سؤال را بررسی می‌کند که چگونه مصرف رسانه به یادگیری پویایی‌های فرهنگی منجر می‌شود و چنین نتیجه می‌گیرد که استفاده از فن‌آوری‌های رسانه در زندگی امروزی جاسازی شده است و رسانه‌ها یک پدیده اجتماعی جدید و مرکزی در جهان سرمایه داری صنعتی هستند (Raymond, 1990). فرونت (۲۰۱۲) در مقاله‌ای مجموعه معیارهایی را برای توصیف قهرمان در فیلم سازی و در سازمان بکار می‌گیرد، در این راستا چنین حاصل می‌آید که مدل یکسانی از قهرمان‌سازی در هالیوود و متون مدیریت آموزش استفاده می‌شود (Frounout, 2012). دسته دوم مقالات آثاری هستند که به مبحث ابرقهرمان پرداخته اند که اهم مطالب اخیر ذکر می‌گردد:

پیترکوگان (۲۰۰۶) در کتاب خود با عنوان «ریشه مرموز ابرقهرمان»، در طی یازده فصل اسطوره ابرقهرمان را از حیث ریشه تاریخی، عوامل و چگونگی ظهور، اسطوره‌های کهن و ابرقهرمانان مدرن، اهداف ایدئولوژیک، تأثیرات سیاسی، جامعه شناختی و روان‌شناختی مطالعه می‌کند. وی خدایان رومی و یونانی را زنده شده به همراه عینک و شنل در کالبد ابرقهرمانان امروزی و با ایدئولوژی بسیار ماهرانه و جاسازی شده در لایه‌های خود، معرفی می‌کند. وی در فصل ابرقهرمان به مثابه استعاره، این پدیده را دارای تابع دلالت وسیع و منحصر به فردی می‌داند و اهداف ارائه ابرقهرمان را سیاسی، امنیت ملی، وقایع یازده سپتامبر و توجیه رفتارهای سلطه‌جویانه امریکا در جهت تبدیل به قدرت جهانی و غیرقابل نفوذ می‌داند (Coogan, 2006).

مونیکا کاسپر (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «مردان در مخمصه، زنان در جنگ جنسیت، نژاد و ابرقهرمانان»، معتقد است که کتاب‌های تصویری، سینما و تلویزیون مورد هجوم پدیده فرهنگی و چند لایه ابرقهرمانان قرار گرفته است که ضمن ایجاد جذابیت برای مخاطبین و مخصوصاً کودکان درصدد تجسم معانی فرهنگی، رسوم اجتماعی و تصورات سینمایی هستند. هدف اصلی محقق در این مقاله بررسی ابرقهرمانان زن در مقابل ابرقهرمانان مرد در تقاطع نژاد و جنسیت است. وی بازنمایی ابرقهرمانان را از لحاظ تاریخی، به امنیت ملی و جنگ سرد، تغییر نقش‌های جنسیتی، کلیشه‌های نژادی و مسائل زیست‌محیطی مرتبط می‌داند و در نهایت چنین نتیجه

تبدیل شوند که اسطوره‌ها را با دنیای معاصر پیوند می‌دهند. در این پژوهش با استفاده از نظریه جوزف کمبل با نام تک اسطوره و با تکیه بر تحلیل‌های ساختاری، الگویی بر اساس ساختار اسطوره اژدهاکشی برای استفاده در فیلم‌نامه‌نویسی انیمیشن خلق شده است. نتیجه حاصل از این تحقیق، شناخت جنبه‌های مختلف ساختار یک روایت اسطوره‌ای و تبدیل آن به الگویی برای داستان‌نویسی خلاق است (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۳).

همچنین خانم تقوایی (۱۳۹۴) در روزنامه «فرهنگ و صبا»، به آسیب‌شناسی اقتباس از اسطوره می‌پردازد. وی صنعت انیمیشن ایران را در اقتباس از متون ادبی که مهم‌ترین منابع اسطوره‌ای محسوب می‌شوند، دارای برخوردی خطی و سطحی می‌داند. از منظر ایشان این نوع اقتباس نمی‌تواند تمامی قابلیت‌های ساختار اسطوره را در فیلم‌نامه‌نویسی به کار برد و نگرش سطحی به روایات اسطوره‌ای نه در حوزه هنر، بلکه ریشه‌ای عمیق در مطالعات اسطوره‌شناسی ایران دارد؛ از این رو سینما نیز از این قاعده مستثنا نیست چراکه عدم توجه به قابلیت‌های ساختاری و عدم به‌روزرسانی آن‌ها منجر گشته سینمای ایران در این حیطة در مقایسه با صنعت انیمیشن دنیا آن چنان موفق عمل نکند.

ستاری (۱۳۹۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «منجی شهر در سینمای آخرالزمانی»، با تحلیل ۳۴ فیلم برگزیده، کاربرد و کارکرد منجی را در سینمای آخرالزمان تحلیل کرده است و چنین نتیجه‌گیری می‌کند که منجی مطرح شده در سینمای آخرالزمانی که در تمدن غربی بر پرده سینماها نمایش داده شده است رفتاری فیزیکی دارد چرا که فقط جسم و جان انسان‌ها را نجات می‌دهد. منجی با سیستم حکومتی به‌طور گسترده و کلان کاری ندارد. در چنین جایگاهی تلاش شده است تا منجی با بهره‌گیری از ویژگی‌های فرهنگ و نشانه‌های سبک زندگی آمریکایی، مبلغ سبک زندگی غربی به‌طور اعم و سبک زندگی آمریکایی به‌طور اخص در فضاهای شهری و زیستی باشد. هر چند در رفتارشناسی منجی نمایش داده شده در سینمای آخرالزمانی، رفتارهایی نظیر حرمت و احترام به محیط زیست و دوستی و خانواده وجود دارد؛ ولی خود این مفاهیم در قالب اندیشه‌های مادی و زمینی مطرح شده است و جایگاه وحی و اندیشه الهی و مشخصات منجی وعده داده شده ادیان و علی‌الخصوص منجی خاص وعده داده شده در اندیشه اسلامی، حضرت مهدی موعود (عج)، در تصویرسازی منجی شهر سینمای آخرالزمانی توسط تمدن غربی، به‌طور جدی آسیب دیده است (ستاری و همکاران، ۱۳۹۵).

امین خندقی (۱۳۹۳) در کتاب «آخرالزمان و آینده‌گرایی

سینمایی» به بررسی و تحلیل بیش از ۵۰۰ فیلم مرتبط پرداخته است. در این کتاب بعد از آشنایی مختصر با نگرش آخرالزمانی در آیین و ادیان مختلف به تحلیل و توصیف فیلم‌های برگزیده آخرالزمانی پرداخته می‌شود. برای مثال، در فیلم‌های نابودگر، کتاب ایلائی، جاده، چیزهای آینده، تعادل، آزمون، جیسن ایکس، پستیچی و... تضاد بارزی با ادیان را بیان می‌کند؛ چرا که در این فیلم‌ها پس از بحران آخرالزمانی گویا تازه بحران آغاز می‌شود و بحران فیزیکی و جسمی جای خود را به بحران روحی و انسانی می‌دهد که این مسئله قطعاً با ادیان در تضاد است؛ چرا که آن دوران طلایی وعده داده شده فرانسی رسد (امین خندقی، ۱۳۹۳).

### رویکرد مطالعات فرهنگی بر رسانه

مطالعات فرهنگی<sup>۱</sup> حوزه‌ای ناهمگن و دربرگیرنده مجموعه‌ای از حوزه‌ها و روش‌های مختلف است که در جهت شیوه‌های تحلیلی خود از دیگر حوزه‌ها مانند جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، زبان‌شناسی و... بهره می‌گیرد. وجه اشتراک تحقیقات انجام شده در این حوزه، بررسی جنبه‌ها و ابعاد مختلف پدیده‌ای به نام فرهنگ است. گل احمر و شهبازی در باب مطالعات فرهنگی می‌گویند: «مطالعات فرهنگی حوزه‌ای همگن و یکپارچه نیست که از روش‌شناسی مشخصی برخوردار باشد. در واقع، مطالعات فرهنگی حوزه‌ای میان رشته‌ای یا پارسارشته‌ای است که تولید و تثبیت فرهنگ یا نقشه‌های معنا را می‌کاود (بارکر ۲۰۰۴، نقل شده در گل احمر و شهبازی، ۱۳۹۰). نکته کلیدی در اینجا، معنا و چگونگی تولید و بازتولید آن درون فرهنگ است. از این رو مطالعات فرهنگی به طور خاص بر کنش‌های دلالت‌گرانه انسان تأکید می‌کند. از این منظر هرگونه کنش دلالت‌گرانه که به تولید معنا بینجامد، در حوزه مطالعات فرهنگی درخور بررسی است» (گل احمر و شهبازی، ۱۳۹۰).

مطالعات فرهنگی به معنی مطالعاتی چند رشته‌ای است و هدف آن تحلیل شریاتی است که بر تولید، دریافت و معنای فرهنگی همه انواع نهادها، شیوه‌ها و محصولات تأثیر می‌گذارند. مطالعات فرهنگی، تعیین نقش نیروهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و همچنین ساختارهای قدرت است که همه پدیده‌های فرهنگی را به‌وجود می‌آورند و عامل ایجاد معانی فرهنگ و حقیقت و گفتمان‌هایی برای بررسی این پدیده‌ها و نیز موقعیت و ارزش نسبی آنها هستند (ام.اچ. ایبرمز، ۱۳۸۴: ۶۲). فرهنگ از نگاهی، همچون رهاورد سخن اجتماعی، به‌سان یک ابرواژه پیش از هر چیز امکان‌هاست (ایگلتون، ۱۳۸۶: ۱۱). باید به فرهنگ همچون تلاقی

## نشانه‌شناسی فرهنگی

در میان ابزارهایی که مطالعات فرهنگی در تحلیل رفتارها و کنش‌های دلالت‌گرانه به کار می‌گیرد، نشانه‌شناسی<sup>۶</sup> جایگاه ویژه‌ای را از آن خود کرده است. نشانه‌شناسی می‌تواند علاوه بر معنای ظاهری، لایه‌ها و سطوح متعدد معنا را هم کشف کند. در این چارچوب، نشانه‌شناسی فرهنگی<sup>۷</sup> رولان بارت<sup>۸</sup> نقش بارزی را در مطالعات فرهنگی به خود اختصاص داده است. چراکه دیدگاه نوآورانه وی به نشانه‌شناسی، چارچوبی مناسب برای تحلیل انواع پدیده‌های فرهنگی مهیا کرده و از سوی دیگر دیدگاه خاص و نوآورانه وی به اسطوره، بررسی و کشف ساختارهای پنهان پدیده‌های فرهنگی را امکان‌پذیر کرده است. (گل احمر و شهبازی، ۱۳۹۰).

در باب ارتباط نشانه‌شناسی فرهنگی رولان بارت و مطالعات فرهنگی باید چنین ذکر نمود که، همانگونه که پژوهشگر مطالعات فرهنگی در جست و جوی دستیابی به نظام‌های پنهان معنا و دلالت در پدیده‌های فرهنگی است، اسطوره‌شناس نیز در صدد دستیابی به بیگانگی ژرف و عمیقی در پس هر چیز خاص و معمولی در جامعه بورژوازی است. به عبارت دیگر بارت اسطوره را متعلق به فرهنگ بورژوازی می‌داند و از آنجا که مطالعات فرهنگی، فرهنگ بورژوازی را آماج حمله قرار می‌دهد، بارت نیز در جهت افشای این فرهنگ می‌کوشد. همچنین دیدگاه نشانه‌شناسانه بارت تمایز میان فرهنگ والا و فرهنگ نازل را به رسمیت نمی‌شناسد؛ چنانچه مطالعات فرهنگی نیز این تمایز را در هم می‌شکند (همان منبع).

### پیوند دوسویه اسطوره و سینما

تکرارپذیری ساختار اسطوره ویژگی بسیار کارآمد برای بازسازی آن در جامعه معاصر است. شناخت این ساختار و استفاده از آن در رسانه هنر، عامل اصلی در تجدید حیات اسطوره‌ها به‌شمار می‌رود. در میان هنرهای معاصر، رسانه سینما نقش به‌سزایی در اسطوره‌سازی ایفا می‌کند. اسطوره‌سازی در سینما خلقی از عدم نیست. اسطوره‌های سینمایی محبوب مانند مرد عنکبوتی، سوپرمن، بتمن و... ابرقهرمانانی هستند که به سبب تأثیر در ناخودآگاه مخاطب توانسته‌اند علاقه او را برانگیزند، این قهرمانان همان جذابیتی را برای مخاطب امروز دارند که رستم و فریدون و هرکول در روزگار کهن داشته‌اند؛ بنابراین، ساختار همواره ثابت است و قهرمانان فیلم‌های امروزی شخصیت‌های جای‌گشت<sup>۱۰</sup> یافته‌ای هستند که در پس ظاهر معاصر خود، قهرمانان اسطوره‌ای را به یاد مخاطب می‌آورند. آشنا بودن داستان‌های اسطوره‌ای برای ناخودآگاه، عاملی بسیار کارآمد جهت جذب مخاطب

گاه معانی ناهمساز نیز اشاره کرد: آزادی و جبر، کنشگری و بردباری، داده‌شده و ساخته‌شده و امثال آن‌ها (همان: ۱۳). فرهنگ و ارتباطات در روابط، همزیست و در عمل، انفکاک‌ناپذیرند. به گفته کرس، هر رفتار و عمل فرهنگی، رویدادی ارتباطی است و هر کنش ارتباطی رویدادی فرهنگی محسوب می‌شود (دهشیری، ۱۳۸۸). در ایالات متحده، گرایش به مطالعات فرهنگی ریشه در تاریخ‌گرایی جدید<sup>۲</sup> داشت و متقدمان این حوزه نظریه‌پردازان پساساختارگرایی همچون لویی آلتوسر<sup>۳</sup> و میشل فوکو<sup>۴</sup> و کلیفورد گیرتز<sup>۵</sup> و دیگر انسان‌شناسان شاخه فرهنگی بودند که فرهنگ را به‌مثابه نظام‌های دلالتی بررسی می‌کردند. تصور تاریخ‌گرایان جدید آن بود که متن‌ها، در میان نهادها، آداب اجتماعی و گفتمان‌هایی که کلیت فرهنگ یک زمان و مکان خاص را شکل می‌دهند جای می‌گیرند و با این عوامل تعامل دوسویه دارند؛ یعنی از سویی محصول و از سویی مولد نیروها و رمزگان فرهنگی هستند. محمدی در مقدمه کتاب «درباره مطالعات فرهنگی»، موضوع این گرایش بین‌رشته‌ای را سوژکتیویته و قدرت دانسته و به بررسی این مسئله می‌پردازد که سوژه‌های انسانی چگونه شکل می‌گیرند و چگونه فضاهای فرهنگی و اجتماعی را تجربه می‌کنند. هم‌چنین او با نقل گفته‌ای از ریچارد جانسون معتقد است که فرهنگ در مطالعات فرهنگی مضمونی سیاسی دارد. «فرهنگ از سه حیث دارای اهمیت است: اول اینکه فرایندهای فرهنگی پیوند عمیقی با روابط اجتماعی بالأخص با روابط طبقاتی و شکل‌بندی‌های طبقات تقسیم‌بندی‌های جنسی، شکل‌گیری نژادی روابط اجتماعی و با سرکوب‌های سنی دارند؛ دوم آنکه فرهنگ متضمن قدرت است و موجد نابرابری‌هایی که بین افراد و گروه‌های اجتماعی تعریف و تحقق نیازهایشان وجود دارد؛ سوم اینکه فرهنگ نه حوزه‌ای مستقل است و نه واجد تعینی بیرونی، بلکه قلمرو تفاوت‌ها و تضادها و کشمکش‌های اجتماعی است» (هالس و مک‌رابی، ۱۳۹۰). در این راستا رسانه‌ها به باورپذیری، مفهوم‌سازی و اندیشه‌ورزی و تبیین و تعیین الگوهای فکری و انسجام‌بخشی به نظام‌های معنایی به منظور ارتقای سطح دانش و معرفت عمومی مبادرت می‌ورزند. آن‌ها به تبیین و واکاوی پدیده‌های دنیای اطراف و طبقه‌بندی و معنا بخشی به آن‌ها و نمایاندن رابطه افراد با محیط و ماوراءالطبیعه و سایر اعضای جامعه می‌پردازند و بسته به فرهنگ و زمینه‌های اجتماعی، در گرایش جامعه به یکی از الگوهای فکری و مخاطبان درباره آنچه باید به آن فکر کنند یا مهم تلقی کنند، می‌پردازند. آن‌ها می‌توانند بعضی موضوعات را خاص انتخاب کنند و بر آنها تأکید ورزند و از این آفق باعث شوند جامعه برای این موضوعات اهمیت قائل شود (دهشیری، ۱۳۸۸).



جهانی در سینما است؛ بنابراین پیوند میان سینما و اسطوره پیوندی دوسویه است؛ همان طور که فیلم های سینمایی بستر به تصویر کشیدن اسطوره ها را فراهم می سازند، اسطوره ها نیز در فراهم کردن ایده و داستان برای تولید فیلم های سینمایی تأثیرگذار هستند. شرکت های معروف انیمیشن سازی در دنیا با استفاده از داستان های اسطوره ای شناخته شده در فرهنگ های مختلف، به تولید آثاری دست زده اند که استقبال جهانی را به همراه داشته اند: این در حالی است که با وجود پیشینه عمیق اسطوره ها در ادبیات ایران، انیمیشن های تولید شده با مضمون اسطوره ای هیچ گاه مانند سایر نقاط جهان با استقبال روبرو نشده اند (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۳). نکته اصلی در مناسب سازی مضمونی اسطوره ای برای فیلم نامه انیمیشن، به روز رسانی آن متناسب با نیازها و دنیای مخاطبان امروزی است. برای جذب مخاطب به داستان های اسطوره ای که شاید بارها و بارها تکرار شده اند اما تأثیر لازم را در او به وجود نیاورده اند، چیزی بیش از بازگویی و کپی برداری از روی آنها لازم است. مخاطب باید حس کند که داستان جدیدی را می شنود؛ هر چند ممکن است مضمون آن در ناخود آگاه او بسیار آشنا به نظر آید. برای دستیابی به چنین هدفی مطالعات مرتبط با ساختار روایات اسطوره ای، فیلم نامه نویس را در نوشتن داستانی خلاقانه بر اساس اسطوره ها یاری می دهند (همان).

### بررسی مفهوم اسطوره فرهنگی ابرقهرمان<sup>۱۱</sup> در سینما

کلمه hero از واژه ای یونانی و به معانی قهرمان<sup>۱۲</sup> و شوالیه<sup>۱۳</sup> و نیمه خدا<sup>۱۴</sup> بیان شده است. ریشه کلمه انگلیسی به معنی محافظت و ریشه کلمه اوستایی به معنی همیشه بیدار بودن و مقاومت همیشگی بر وظیفه است. قهرمان یک تصویر جمعی از شجاعت و شرافت و جنگجویی فداکارانه و دارای جوهری از دو منبع طبیعت انسانی و الهی است. اولین نشانه های ظهور قهرمانان در اسطوره های باستانی و افسانه ها و داستان های حماسی مانند سرود رولاند<sup>۱۵</sup>، بئوولف<sup>۱۶</sup>، گیلگمش<sup>۱۷</sup> و... بارز است. گاهی مترادفاتی مانند قهرمان و شوالیه و نیمه خدا برای این مفهوم استفاده می شود. کلیه اقدامات او آمیخته شده با وجدان و شرافت و افتخار است که گویی از عالمی ماورایی به وی دیکته شده است و نشانه بارز قانونی بودن اعمال و اقدامات وی با افزایش شرافت و بزرگ شدن نام وی بعد از مرگش بر همگان اثبات می شود.

پژوهشگر انگلیسی اریک پاتریج معتقد است که کلمه hero دارای ریشه روسی به معنی مدافع است که احتمالاً از ریشه فرانسوی اخذ شده است. ظهور پدیده ابرقهرمان و ایدئولوژی حاکم بر آن را می توان به ظهور اولین کمیک ها

یا کتاب های مصور حاضر در دهه های روزنامه فروشی ژوئن ۱۹۳۸ آمریکا مربوط دانست. کتاب های مصور عرضه شده، بستر ظهور شخصیت هایی بود که جذابیت کتاب را رقم می زد؛ چرا که این مسئله کاملاً وابسته به حضور و پیچیدگی این شخصیت ها بود. در کل چنین می توان ذکر کرد که این کتاب های مصور بدون حضور قهرمانان و ضد قهرمانان، کتاب نقاشی بیش نبود (Reynolds, 1994). کارشناسان اسطوره شناسی، ابرقهرمانان را ادامه اساطیر کهن دانسته و آنان را به مثابه جای گشت های این اسطوره ها قلمداد می کنند. از منظر اسطوره شناسان خدایان رومی و یونانی زنده اند و تنها با عینک یا ماسک یا شنل به ابرقهرمانانی مانند بتمن و سوپرمن و... بدل گشته اند و با قدرتی فوق العاده در جهت مبارزه با پلیدی و خواسته های جمعی با هنر آفرینی جلوه گر می شوند. رولان بارت پایان اسطوره را جهانی بی حرکت می نامد. میرچا الیاده اساطیر را بر پایه تغییر استوار می داند. برای مثال فیلم ارباب حلقه ها در ناخود آگاه جمعی ساختار اساطیری عمیقی را نشان می دهد (Bolourieh, 2012). اسطوره های سینمایی مدرن، بنا به مخاطبین به سه گروه ابرقهرمانان زن و ابرقهرمانان نوجوان و ابرقهرمانان مرد تبدیل شده اند که این تقسیم بندی نیز چهار گروه زیر را در بر می گیرد: ابرقهرمانان ملی، کاپیتان آمریکا؛ ابرقهرمانان مذهبی و nagi بر اساس مذهب هندو. برای مثال ابرقهرمانان گروهی شامل چهار شگفت انگیز، ابرقهرمانان برخاسته از طبقه فرودست جامعه، بتمن و رایبن هستند (Bolourieh, 2012). در این زمینه لازم به ذکر است که اسطوره های ابرقهرمانی زاده نمی شوند؛ بلکه آن ها ساخته می شوند (Favreau et al, 2008). ابرقهرمان یک مفهوم چندمنظوره پیچیده است که بر اساس تفاسیر چند لایه شخصیت سازی می شود. نکته حائز اهمیت آن است که اسطوره به عنوان واقعیتی زنده، همواره با جای گشت های بی شمار در کالبد پدیده های مدرن فرهنگی و قهرمان سازی حاضر می شود و در هر ظهور با توجه به تاریخ و بافت و فرهنگ و جامعه، معانی متفاوتی را به همراه می آورد (Shadrina, 2014). اسطوره های مدرن سینمایی با بیان دو لایه پدیده های تاریخی را طبیعی، فریبنده را معصومانه و موقتی را جاودانه به تصویر می کشند. در این رویکرد از اسطوره های کهن خبری نیست و اسطوره ها همان مظاهر ویژه زندگی روزمره غربی زیر فشار کاپیتالیسم و تا حدی کمونیسم است (نامور مطلق، ۱۳۹۳).

## دلایل ظهور ابرقهرمان از منظر مطالعات فرهنگی

اسطوره ابرقهرمان برای اولین بار در کتاب‌های مصور پدید آمد و بعد از آن به فیلم انتقال داده شد. ابرقهرمان‌سازی کتاب‌های کمیک را می‌توان ناشی از بحران اقتصادی و اجتماعی سال ۱۹۲۰ دانست؛ (Coogan, 2006; Dipaolo, 2011; Dittmer, 2011). الگوی ابرقهرمان در رابطه با جنگ و صلح و بحران اقتصادی زمان ایجاد می‌شود. در این راستا عوامل اجتماعی و تاریخی نقش مهمی را در مقایسه و کنتراست ابرقهرمان در آثار مختلف بازی می‌کند. وقایع آسیب‌زای یازده سپتامبر نیز دست‌آویز خوبی برای هالیوود بود که به شهر نیویورک وجه آخر الزمانی ببخشد و به ابرقهرمان فیلم، قدرت، تأمین امنیت و فرار از واقعیت و به مخاطب قدرت تمیز قهرمانان از خائنان را بدهد. از نظر بارت اسطوره‌های سینمایی نیز فرایندی طبیعی خودساخته و معصومانه نیستند؛ بلکه برساخت‌هایی هستند که قصدمندی‌های ویژه‌ای را مانند تبدیل تاریخ به طبیعت، تبدیل موقتی به جاودانه، تبدیل فرهنگی به جهانی و تبدیل برساخته به خودساخته را هدف قرار می‌دهند (نامور مطلق، ۱۳۹۳). ابرقهرمان‌سازی در فیلم، انسان را به دنیایی فانتزی و به دور از واقعیت‌های زندگی و ضعف‌ها و کاستی‌های انسانی سوق می‌دهد. به گونه‌ای که در این فرایند با هم‌صدایی و پایه‌پایی با ابرقهرمان خود را نیز ابرقهرمانی با ویژگی‌هایی خاص و شگفت‌انگیز احساس می‌کند. این مسئله نشانگر قدرت فیلم است. فیلم دارای قدرت تقلید واقعیت و واقعی پنداشتن تصاویر توسط مخاطبان است. این تصاویر واقعی به طور گسترده‌ای به آموزش زندگی و تقویت و برقراری مفروضات غالب جامعه می‌پردازند (Hooks, 1996).

اسطوره‌های ابرقهرمانی زمانی پدیدار می‌شوند که قهرمان شکست می‌خورد. یک تعریف ممکن از ابرقهرمان سینمای مدرن موجودی با قدرت خارق‌العاده است که با بدی‌ها مبارزه می‌کند و به‌واسطه یک ویژگی خود از لحاظ توانایی انجام حرکات نمایشی، لباس ویژه، نقاب، دارای نیروی ارواح و... به عنوان ابرقهرمان شناخته می‌شود. در این راستا به‌عنوان سبک تکامل یافته، قهرمانان زن پدید آمدند. به‌عنوان ابرقهرمانی که نه به‌واسطه قدرت فوق‌العاده، بلکه به‌واسطه نیروی عضلانی، قدرت مغز و تفکر و فن‌آوری در جنگ‌ها حضور می‌یابند (Vyas, 2012). ایده شکست ابرقهرمان، مسلماً سیکل شکست دیگر قهرمانان و ایده‌های قهرمانی را به‌وجود می‌آورد. در این چرخه خدا به‌عنوان بزرگ‌ترین قهرمان شکست‌خورده در خلال قرن نوزدهم و بیستم معرفی گردید. خشونت و ناامیدی فراگیر شده پس از دو جنگ جهانی و درگیری‌های مداوم در اکثر

نقاط کره زمین، بیش از هر چیز شکست خدا را در این سیکل رقم می‌زند؛ چراکه جهان چنان خشن است که اعتقاد به خدا جایی ندارد. در این جهان نیهیلیستی مفهوم ابرقهرمان جایگزین خدا می‌شود. باور به مرگ خدا یکی از زمینه‌هایی است که منجر به ظهور یک ابرقهرمان محبوب در دل فرهنگ تخیلی می‌گردد. آین تامسون در این باره می‌گوید: «قهرمانان به ما کمک می‌کنند که بگوییم که هستیم و برای چه قصدی مقاومت می‌کنیم. قهرمان‌سازی به‌خاطر وجود یک بحران صورت می‌پذیرد و بنا به جهان غربی و غیر غربی و بحران‌ها و دنیاهای متفاوت، قهرمانان نیز متفاوت زاده خواهند شد» (Coogan, 2006). به‌عبارت دیگر یکی از دلایل اصلی ترویج اسطوره‌های سینمایی در جهان مدرن نیل به اهداف سیاسی و اجتماعی از طریق تبدیل تاریخ به طبیعت است. همان‌طور که بارت می‌گوید: «اسطوره، تاریخ را به طبیعت تبدیل می‌کند». همچنین هالیوود به‌منظور مسلط‌نمودن الگوهای فرهنگی غربی از طریق نهاد‌های مختلف سعی بر معرفی نمودن پدیده‌های فرهنگی به‌عنوان پدیده‌های جهانی و طبیعی دارد (نامور مطلق، ۱۳۹۳).

## تجدید حیات اسطوره در هالیوود و سینمای کودک ایران

اسطوره‌شناسی<sup>۱۸</sup> در ایران با وجود پیشینه عمیق اسطوره‌ای هنوز آن‌طور که شایسته است به حوزه سینما راه پیدا نکرده و تعامل صحیح میان فیلم‌نامه‌نویسی و اسطوره‌شناسی جای خود را به تقلید سطحی از داستان‌های اسطوره‌ای داده است. در حالی که در صنعت سینمای آمریکا پیوند دیرینه‌ای میان ساختار اسطوره‌ای و سینما برقرار شده است. حلقه نخست این پیوند با کشف ساختار مشترک داستان‌های اسطوره‌ای جوزف کمبل<sup>۱۹</sup> صورت پذیرفت. او شباهت تمام داستان‌ها را ناشی از تکرار الگویی واحد می‌داند که در مراسم گذار و آیین‌های تشریف نیز قابل مشاهده است؛ با توجه به این نظریه، تمام داستان‌های اسطوره‌ای، قهرمانی دارند که مقاطع متشکل از سه مرحله عزیمت، تشریف و بازگشت را در خلال سفر خود تجربه می‌کند. شباهت مراحل سفر قهرمان به ساختار سه قسمتی فیلم‌نامه باعث شد تا کریستوفر و همکاران<sup>۲۰</sup> تحلیل‌گر حرفه‌ای سینمای هالیوود از آن به‌عنوان الگویی برای فیلم‌نامه‌نویسی استفاده کند (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۴). اسطوره مدرن ابرقهرمان در سینما، به شخصیتی مرکزی در فرهنگ عامه در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست‌ویکم بدل شده است. ابرقهرمان پرسودترین ژانر در فرهنگ هنری مدرن سینمایی است.

در حالی که هیچ کس حاضر به بحث درباره دلایل و اهمیت حضور ابرقهرمان جدای از بحث سودآوری آن نیست. در این راستا سینمای آمریکا نیز از دیرباز اقدام به ابرقهرمان سازی چه برای کودکان و چه بزرگسالان نموده است. (Wood, 1977). ایدئولوژی سرمایه داری آمریکا به عنوان ارزش ها و مفروضاتی است که مصرانه در سینمای کلاسیک هالیوود تقویت و تجسم یافته است. سوپر قهرمان سازی در سینمای هالیوود در خدمت ایجاد مفهوم مرکزی ایدئولوژی سرمایه داری آمریکا است. برای مثال فیلم مرد آهنی به انتقال مفاهیم و اعتقادات فرهنگ غالب بر اساس تطابق با هنجارهای سبک می پردازد. این ارزش ها در فیلم مرد آهنی در نهایت به بیان یک طبقه، جنسیت، جنس و نژاد می انجامد که انتقال این مفاهیم و ارزش های مذکور از طریق لنز سرمایه داری معاصر آمریکا انجام می پذیرد (Schlender, 2014). ایدئولوژی سرمایه داری آمریکا از تثبیت سه نظریه مارکسیست و مؤلف و سبک به تعادل رسیده است. در این راستا تئوری مارکسیسم جهان بینی های سیاسی و اجتماعی و اقتصادی را به منظور تسهیل نقد سرمایه داری و ارائه یک ایدئولوژی مرتبط با مقوله ابرقهرمان سازی در هر فیلم ارائه می دهد. تجزیه و تحلیل مقوله ابرقهرمان در فیلم مرد آهنی نمایانگر کدهای ایدئولوژیک جاسازی شده در فیلم است (Kolker, 2006). همچنین سینمای هالیوود در جهت زمینه سازی معرفی منجی جهانی تلاش های مداومی داشته است و در این راستا با تعریف ایده آل منجی از منظر مسیحیت فیلم های سینمایی و انیمیشن های بی شماری در ژانر علمی تخیلی تولید می کند. از این رو قبل از درک منجی سینمایی، باید آن را یک محصول فرهنگی مذهبی آمریکا دانست. حتی آن زمان که او دیگر تنها نماد انحصاری کلیسا نباشد. مسیح سینمایی به مجموعه ای از نمادهای اساطیری آمریکایی تعلق دارد که آمریکاییان برای بیان تجربه دینی یا معنوی خود از آن بهره می برند. جدا شدن اجماع پروتستان، با خارج نمودن مسیح از کنترل کلیسا، وی را ملموس تر و محبوب تر ساخت. از این رو موقعیت قهرمانانه مسیح بارزتر شد. با دیدی نزدیک تر می توان نمونه این تغییر و تحول را در منجی سینمایی<sup>۳۱</sup> از طریق پدیده عیسی مسیح سوپرستار مشاهده نمود. تغییر از حماسه تاریخی به سنگ اپرا با عملکردی جدید به معرفی عیسی مسیح به عنوان ناجی جهانی پرداخت (Humphries, 2006). اما نکته ای ملموس در این آثار نشان می دهد که مسیحیت در میان این باورها و فرآیند عمل و پذیرش و ایمان به این باورها قرار گرفته است؛ بدین معنا که دین در تقاطع فیلم و مذهب با نگاهی اجمالی به فرهنگ، تصویر

بصری از نقش مذهب در جامعه را به تصویر می کشد. در واقع تجسم دین نه به معنای سرگرمی، بلکه به معنای بازنمایی واقعی آنچه به آن ایمان آورده شده و آن گونه که به آن عمل می شود، در هالیوود جایی ندارد. بلکه صنعت سینمای آمریکا با اصلاح و کاراکترسازی مسیح به عنوان یک قهرمان رضایت بخش آمریکایی، تغییرات مداوم فرهنگ آمریکایی در جهت دین را در خدمت سکولاریزاسیون جهت دهی می نماید. البته سیاست های هالیوود به سادگی مذهب را در جهت سکولار نفی نمی کند؛ بلکه در کشمکش فرآیند ظریف تغییر و تفسیر مذهبی آمریکا، این مسئله صورت می پذیرد. در این راستا عیسی به عنوان ناجی جهانی، در مرکز فرهنگ معاصر آمریکایی بدون هیچ تلاشی برای مقدمه چینی زمینه های تاریخی مسیحیت و کتاب مقدس، به همگان معرفی گردید. هالیوود از طریق این ایدئولوژی به تبیین آینده ای نفوذناپذیر می اندیشد. با فیلم آخرین وسوسه مسیح ترکیب وضعیت پست مدرن و الهیات مسیحی در جریان اصلی هالیوود رخ داد (Brooks, 2006). تصویرسازی منجی در هالیوود، ویژگی هایی را در راستای تأمین منافع قدرتهای بزرگ ایفا کرده است، که نگاهی زمینی و بر مبنای نگرش اومانستی اندیشه غربی به تصویر می کشد (ستاری ساریانقلی، ۱۳۹۵).

### ابرقهرمان و معنا سازی های متفاوت از منظر مطالعات فرهنگی

سینما به عنوان یکی از محبوب ترین شیوه های مطالعات فرهنگی منعکس کننده مجموعه ای از پدیده های اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی در جوامع مدرن است. چارچوب کلی مطالعات فرهنگی در جست و جوی بررسی تفاوت های فرهنگی با اشاره به نقشه ای کلی از روابط اجتماعی است. در این گونه مطالعات هدف آن است که چگونه فرهنگ باید در ارتباط با اقتصاد و حوزه اجتماعی تعریف شود (Eirini, 2003). اسطوره با فرآیند تهی کردن نشانه به خدمت گرفته شده، منجر به ابهام در خوانش می شود و در اینجا است که اسطوره فرآیند ماهرانه تحمیلی خود را آغاز می نماید و از نظر بارت به مثابه ماشینی به دگرگونی و تخریب سبک های سنتی حمل و نقل و در نهایت به مسلط ساختن سبک و سیاق خود در جامعه مدرن می پردازد (نامور مطلق، ۱۳۹۳). فیلم نه تنها به ارائه یک روایت برای گفتمان های خاصی از نژاد و جنسیت و طبقه می پردازد؛ بلکه اقدام به ایجاد تجربه ای مشترک و تعیین نقطه شروعی برای گفت و گوی مخاطبین مختلف می نماید (Hooks, 1996). از طریق نیروهای دوگانه سبک و ایدئولوژی، الگوها در متن فیلم پدیدار می شوند. در این زمان کاوش در جهان بر اساس



ابرقهرمانان به امنیت ملی و جنگ سرد، تغییر نقش‌های جنسیتی، کلیشه‌های نژادی و مسائل زیست‌محیطی مرتبط شده است. ابرقهرمانان زن نیز به تعریف کلیشه‌های جنسیتی منطبق با اهداف ایدئولوژیک می‌پردازند. حال سؤالی که اینجا مطرح می‌گردد، این است که این اسطوره‌های مدرن جامعه بورژوازی و لیبرال برای هویت ملی، حافظه فرهنگی و امید جمعی چه می‌کنند؟ (Casper, 2016).

از منظر مطالعات فرهنگی مهم‌ترین هدف اسطوره پردازی هالیوود مصرف‌گرایی و سودجویی است که غیر از رسیدن به سود مالی و اقتصادی هدفی کلان‌تر از مصرف‌گرایی را دنبال می‌کند و آن تغییر اساسی زندگی بشری در جهت دستیابی به جامعه‌ای همگن با سبک زندگی لیبرالی است و همچنین به منظور توجیه رفتارهای سلطه‌جویانه و دستیابی به هدف اسطوره را دست‌آویزی در جهت جایگزینی مکانیسم نظامی و سلطه مستقیم قرار می‌دهد (نامور مطلق، ۱۳۹۳).

ابرقهرمان اغلب به‌عنوان استعاره‌ای از دنیای واقعی خلق می‌شود و به اهداف متنوع ایدئولوژیک می‌انجامد؛ چنانچه جهش غیرطبیعی مردان ایکس به‌عنوان یک اقلیت تحت ستم که منجر به نقد مداوم نژادپرستی می‌شود و یا مردان ایکس یک گروه متعلق به تعصبات اجتماعی هستند و به طور بالقوه می‌توانند مخالفان انسانی خود را نابود کنند. ژانر ابرقهرمان به‌عبارت دیگر منجر می‌شود که خواسته‌های روایت در مقابله با اهداف اجتماعی روایت شوند. از منظر جامعه‌شناسی سیاسی نیز اسطوره، ظرفیت بسیار مناسبی برای به‌همراه کشیدن توده مردم در عرصه سیاسی دارد. از اسطوره در این حوزه، به‌عنوان الگو و راهبر یاد می‌شود. در این زمینه، به‌ویژه، رسانه‌ها نقش مهمی ایفا می‌کنند. رسانه‌ها به‌ویژه سینما، در راستای اهداف سیاسی حاکم بر خود، با اسطوره پردازی، اقدام به اسطوره‌سازی کرده و مخاطب با تعلق خاطر به آن، به‌طور خودآگاه یا ناخودآگاه از آن الگوپذیری می‌کند.

فرایند تعاملی گروه‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها آغاز می‌شود (Foss, 2008). فیلم مرد آهنی<sup>۲۲</sup> نیز در جهت پیوستن به این فرایند تعاملی بر اسطوره مدرن ابرقهرمان تکیه می‌کند. در طول روایت تلاش کارگردان در جهت تأسیس ارزش‌های سرمایه داری است.

ویژگی‌های تکرارپذیری اسطوره ابرقهرمان و مشترکات موجود میان روایات متعدد با ایجاد قراردادهایی منجر به ایجاد ساختاری آسان و جذاب برای دنبال کردن فیلم می‌شود. موفقیت یک اسطوره در گرو ایجاد ساختاری سازگار با بافت، فرهنگ و جامعه‌ای است که در آن بازگو می‌شود. فیلم نیز با ایجاد ساختاری در جهت ایجاد ارتباط و هم‌ذات‌پنداری مخاطب با جای‌گشت‌های اسطوره در کالبد ابرقهرمانان مدرن درگیر است. از این رو داستان‌های اسطوره‌ای با ساختار مشخص خود به‌مثابه فرمولی خاص برای درک ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی، مصرف‌آسان توسط مخاطب را در پی خواهند داشت. اسطوره ابرقهرمانان هالیوود نمایانگر چشم‌اندازی از قدرت منحصر به فرد امریکاست. این اسطوره‌های مدرن سینمایی قادر به حل مشکلاتی هستند که مقامات عادی به‌راحتی قادر به غلبه بر آن نیستند. این بینش از قدرت، به خوبی متناسب با موقعیت امریکا در جنگ سرد است. ابرقهرمانان هالیوودی برای اهداف متنوع ایدئولوژیک استفاده می‌شوند. در اروپا و آسیا ابرقهرمانان به‌عنوان مخالفین نظامی‌گری، ظلم و ستم و تحمل‌ناپذیری تداوم قدرت بودند که تصویری از جامعه امریکای واحد و یکپارچه را تصویر می‌کردند. از اوایل ۱۹۶۰ ابرقهرمانان برای تقویت اجماع عمومی خوش‌بینانه از امریکا و متکی بر عقاید ضد کمونیسم، اصناف، مصرف، خانواده، خواسته‌های طبقه اجتماعی متوسط و ... بود.

سوپرمن، زن شگفت‌انگیز، مرد عنکبوتی، بتمن، کاپیتان امریکا، فانوس سبز، مرد آهنی و دیگر اسطوره‌های مدرن ابرقهرمانی امریکا به‌تجسم معانی فرهنگی، رسوم اجتماعی و تصورات سیاسی می‌انجامند. از لحاظ تاریخی، بازنمایی

## نتیجه‌گیری

اسطوره به‌عنوان واقعیتی زنده در طی جای‌گشت‌های ساختاری بی‌شماری از خدایان رومی و یونانی در قالب ابرقهرمانان مدرن جلوه‌گر گشته است. ابرقهرمان نیز به‌عنوان پدیده‌ی مدرن فرهنگی به‌شخصیتی مرکزی در فرهنگ عامه در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست‌ویکم تبدیل شده است. ابرقهرمان پرسودترین ژانر در فرهنگ هنری مدرن سینمایی است. مصرف‌گرایی و سودجویی را می‌توان مهمترین هدف اسطوره‌سازی هالیوود در جهت دستیابی به جامعه‌ای همگن با سبک زندگی لیبرالی دانست. ابرقهرمانان، پدیده‌ی فرهنگی و اسطوره‌شناسی مدرن محسوب می‌شوند و به‌مانند اسطوره‌های فرهنگ‌های باستان، توابع و پیام‌هایی دارند و مفاهیم مختلف فلسفی در چند لایگی این پدیده مدرن نهفته است. سؤال مطرح در این مقاله این بود که ابرقهرمان‌سازی چگونه از طریق کنش مصرف به تولید ارزش‌های اجتماعی و زبان‌های فرهنگی جدید می‌انجامد؟ چنانچه استعاره‌ای لغزنده است و قادر است از دیدگاه‌های ایدئولوژیک متفاوتی خوانده شود، این سؤال را ایجاد می‌کند که چگونه ابرقهرمان به‌مانند استعاره‌ای از جهان واقعی به اهداف ایدئولوژیک سازندگان می‌انجامد؟ در پاسخ به سؤال مطرح شده، چنین حاصل شد که ابرقهرمانان مدرن سینما چشم‌اندازی از قدرت منحصر‌به‌فرد آمریکا هستند. این پدیده فرهنگی مدرن در صدد طبیعی جلوه دادن عناصر غیرطبیعی و راه‌کاری در جهت نیل به اهداف سیاسی و اجتماعی است. چنانچه ایدئولوژی سرمایه‌داری آمریکا به‌عنوان ارزش‌ها و مفروضاتی است که مصرانه در سینمای کلاسیک هالیوود تقویت و تجسم شده‌اند. سوپر قهرمان‌سازی در سینمای هالیوود در خدمت ایجاد مفهوم مرکزی ایدئولوژی سرمایه‌داری آمریکا است. همان‌طور که فیلم مردآهنی به انتقال مفاهیم و اعتقادات فرهنگ غالب بر اساس تطابق با هنجارهای سبک از طریق لنز سرمایه‌داری معاصر می‌پردازد و در نهایت این ارزش‌ها به بیان یک طبقه، جنسیت، جنس و نژاد می‌انجامد. در این راستا تئوری مارکسیسم جهان‌بینی‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را به منظور تسهیل نقد سرمایه‌داری و ارائه‌ی ایدئولوژی مرتبط با مقوله‌ی ابرقهرمان‌سازی در هر فیلم ارائه می‌دهد. ابرقهرمانان می‌توانند به حل مشکلاتی بپردازند که مقامات عادی به‌راحتی قادر به غلبه بر آن نیستند. این بینش از قدرت به‌خوبی متناسب با موقعیت آمریکا در پس جنگ سرد است. از این رو ابرقهرمان برای اهداف متنوع ایدئولوژیکی استفاده می‌شود. در اروپا و آسیا ابرقهرمانان به‌عنوان مخالفین نظامی‌گری، ظلم و ستم و تحمل‌ناپذیری تداوم قدرت و تصویری از جامعه آمریکای واحد و یکپارچه را تصویر می‌کردند. از اوایل ۱۹۶۰ ابرقهرمانان برای تقویت اجماع عمومی خوش‌بینانه از آمریکا و متکی بر عقاید ضد کمونیسم، اصناف، مصرف، خانواده، خواسته‌های طبقه اجتماعی متوسط و ... بود. از دیدگاه مطالعات فرهنگی نیز ژانر ابرقهرمان به‌سادگی قادر است به تجسم معناهای استعاری بی‌شماری بینجامد. چنان‌که از منظر بارت نیز اسطوره‌های سینمایی فرایندی طبیعی خودساخته و معصومانه نیستند، بلکه برساخته‌هایی هستند که قصدمندی‌های ویژه‌ای را ارائه می‌دهند. از این رو مطالعات انجام‌شده نشان داد ابرقهرمانان سینمایی دارای معنای واحدی نیستند؛ چراکه از طریق ساختار چند لایه معنای واحد متن فیلم را نفی کرده و آن را تبدیل به عرصه‌ی کشمکش تناقض‌ها و میدان جنگ رقابت‌ها می‌نماید. حتی اگر ایده‌ای پیروز میدان گردد؛ اما همچنان شکاف باقی است. چراکه ابرقهرمان اغلب به‌عنوان استعاره‌ای از دنیای واقعی خلق می‌شود. چنان‌که جهش غیرطبیعی مردان ایکس به‌عنوان یک اقلیت تحت ستم، منجر به نقد مداوم نژادپرستی می‌شود. سوپرمن، زن شگفت‌انگیز، مردعنکبوتی، بتمن، کاپیتان آمریکا، فانوس سبز، مردآهنی و ... تعدادی از اسطوره‌های مدرن ابرقهرمانی آمریکا به تجسم معانی فرهنگی، رسوم اجتماعی و تصورات سیاسی می‌انجامند. از لحاظ تاریخی، بازنمایی ابرقهرمانان به امنیت ملی و جنگ سرد، تغییر نقش‌های جنسیتی، کلیشه‌های نژادی و مسائل زیست‌محیطی مرتبط شده است.

حال با توجه به مطالب گفته شده این مسئله مطرح می‌شود که اسطوره‌های مدرن جامعه بورژوازی و لیبرال چگونه به هویت ملی، حافظه فرهنگی و امید جمعی می‌انجامند؟ چرا که اسطوره ابرقهرمان خواسته‌های روایت را در مقابله با اهداف اجتماعی قرار می‌دهد. در این راستا رسانه‌ها به‌ویژه سینما نقش مهمی را در اسطوره‌سازی دارند و از آنجا که اسطوره، ظرفیت بسیار مناسبی برای به‌همراه کشیدن توده مردم در عرصه سیاسی دارد؛ به عنوان الگو و راهبر شناخته می‌شود.

1. Cultural Studies
2. New Historicism
3. Louis Pierre Althusser
4. Paul Michel Foucault
5. Clifford Geertz
6. Semiotics
7. Cultural Semiotics
8. Roland Barthes
9. Mircea Eliade
10. Displacement
11. Superhero
12. Hero
13. Knight
14. Demigod
15. The Song of Roland
16. Beowulf
17. Gilgamesh
18. Mythology
19. Joseph Campbell
20. Christopher Vogler
21. Cinematic Savior
22. Iron Man

## منابع و مآخذ

- ابادری، یوسف (۱۳۸۰). رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی. ارغنون. (۱۸)، ۱۵۷-۱۳۷.
- امین خندقی، جواد (۱۳۹۳). آخرالزمان و آینده‌گرایی سینمایی، بررسی و تحلیل بیش از پانصد فیلم. چاپ اول، قم: ولا منتظر.
- ایبزمز، ام. اچ (۱۳۸۴). فرهنگ توصیفی اصطلاحات ادبی. سعید سبزیان مرادآبادی (مترجم)، تهران: رهنما.
- ایگلتن، تری (۱۳۸۶). ایده فرهنگ. علی ادیب‌راد (مترجم)، تهران: حرفه نویسنده.
- بارت، رولان (۱۳۸۷). بارت و سینما: گزیده مقالات و گفتگوهای رولان بارت درباره سینما. مازیار اسلامی (مترجم)، تهران: گام نو.
- تقوایی، سماء؛ مختاریان، بهار و پورعلم، مهرداد (۱۳۹۳). اسطوره و انیمیشن: کاربست الگوی اسطوره‌ای در فیلم‌نامه نویسی. پایان‌نامه دانشگاه هنر اصفهان.
- تقوایی، سماء (۱۳۹۴). اقتباس انیمیشن ایران از ادبیات کهن. روزنامه فرهنگ و صبا.
- دهشیری، محمدرضا. (۱۳۸۸). رسانه و فرهنگ‌سازی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره دوم، (۸)، ۱۷۹-۲۰۸.
- ستاری ساربانقلی، حسن (۱۳۹۵). منجی شهر در سینمای آخرالزمانی. رسانه و فرهنگ. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال ششم. شماره اول ۴۲-۱۹.
- فلسکی، ریتا و شاموی، دیوید (۱۳۸۸). مجموعه مقالات مسائل هنر و زیبایی‌شناسی معاصر: مطالعات فرهنگی و زیبایی‌شناسی. نیما ملک محمدی (مترجم)، تهران: موسسه تالیف، ترجمه و نشر آثار هنری متن.
- گل احمر، احسان و شهبازی، شیما (۱۳۹۰). نشانه‌شناسی رولان بارت و تأثیر آن بر مطالعات فرهنگی. نامه نقد مجموعه مقالات نخستین همایش ملی نظریه و نقد ادبی در ایران. چاپ اول، تهران: خانه کتاب.
- نامورمطلق، بهمن (۱۳۹۳). اسطوره‌شناسی‌های بارت اسطوره‌شناسی یک نشانه‌شناس. نقدنامه هنر، نقد اسطوره‌شناسی هنر، کتاب تخصصی در حوزه پژوهش و نقد هنر، شماره ۶.
- هال، استورات و مک‌رابی، آنجلا (۱۳۹۰). در باره مطالعات فرهنگی. جمال محمدی (مترجم)، تهران: چشمه.

- Barker, C. (2004). **The Sage dictionary of cultural studies**. London: Sage Publications.
- Bolourieh, F. & Alemi, A. (2012). Modern mythology in animation. **Journal of Basic and Applied Scientific Research**. 2 (8), 8485-8489.
- Casper, M. J. (2016). Men in tights, women who fight: Gender, race, & superheroes. <http://hsp.arizona.edu/course/men-tights-women-who-fight-gender-race-and-superheroes>. Retrieved 1 Sep. 2017.
- Coogan, P. (2006). **Superhero: The secret origin of a genre**. Austin, Texas: Monkey Brain Books.
- Dipaolo, M. (2011). **War, politics and superheroes: Ethics and propaganda in comics and film**. Jefferson, North Carolina: McFarland and Company Publishers Inc.
- Favreau, J. (2008). Director, **Iron Man** [Film]. USA: Paramount Pictures and Marvel Enterprises.
- Favreau, J. (2010). Director, **Iron Man 2** [Film]. USA: Paramount Pictures and Marvel Enterprises.
- Foss, K. A. & Littlejohn, S. W. (2010). **Theories of human communication**. Long Grove, Illinois: Waveland Press Inc.
- Fournout, O. (2012). The hero figure in business and cinema. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00700131>. Retrieved 1 Sep. 2017.
- Hariyadi, H. (2013). Finding Islam in cinema: Islamic films and the identity of Indonesian Muslim youths. **Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies**. 51 (2), 443-473.
- Hooks, B. (1996). **Reel to real: Race, sex and class at the movies**. New York: Routledge.
- Humphries-Brooks, S. (2006). **Cinematic savior: Hollywood's making of the American Christ**. Westport, London: Praeger.
- Ida, R. (2006). **Watching Indonesian Sinetron: Imagining communities around the television**. Ph.D. Thesis: Curtin University of Technology.
- Jones, S. (2007). Superheroes and Children's Culture. [https://www.academia.edu/6121160/Superheroes\\_and\\_Childrens\\_Culture](https://www.academia.edu/6121160/Superheroes_and_Childrens_Culture). Retrieved 1 Sep. 2017.
- Kolker, R. (2006). **Film, form and culture**. New York, NY: McGraw Hill.
- Raymond, W. (1990). **Television: Technology and cultural form**. London: Routledge.
- Reynolds, R. (1994). **Super heroes: A modern mythology**. Jackson, Mississippi: University Press of Mississippi.
- Schlender, J. (2014). Wealth, power, American dream, Iron Man. **The McNair Scholars Journal of the University of Wisconsin Superior**. <https://minds.wisconsin.edu/handle/1793/6682>. Retrieved 1 Sep. 2017.
- Shadrina, K. (2014). Social hero evolution in mass universal cinema xx-xxi centuries. **International Journal of Research in Social Science**. 3 (8), 67-73.
- Vyas, S. (2012). **God, gods and superheroes**. International Centre for Muslim and non-Muslim Understanding, University of South Australia.
- Wood, R. (1977). Ideology, genre, auteur. **Film Theory and Criticism**. 13 (1), 46-51.





Received: 2016/06/20/

Accepted: 2016/11/19

## **The Myth and Modern Cinematic Superhero-Making from the Perspective of Cultural Studies**

**Elaheh Shams\* Najafabadi Afsaneh Nazeri\*\***

### **Abstract**

Cinematic superheroes can be considered as modern cultural and mythic phenomena whose multilayered characters enjoy various philosophical meanings like ancient myths. Diverse forms of superhero genre constitute a significant part of media culture and environment. The aim of this study is to answer how modern cinematic myths fulfill various ideological goals from the perspective of cultural studies. Cultural studies tries to analyze the conditions which lead to the production and determination of the role of social, economic and political forces as well as the power structures. Within cultural studies, the cultural semiotics of Roland Barthes has been used in this study due to his innovative definitions of myth. The results of this study show that the superhero, as a metaphor of real life, can simply embody countless metaphorical meanings since s/he turns the film into an arena of conflict between paradoxes, cultural meanings, social customs and political suppositions. More than consumerism, the aim of modern mythologization is to achieve a homogenous society in line with liberalist life style. Moreover, the hero-making narrative of cinema, especially Hollywood, is at the service of creating the central signifier of the American capitalist ideology which transfers the cultural concepts in accordance with current norms and regards some goals like national security, the Cold War, changing the racial and sexual stereotypes as well as environmental issues.

**Keywords:** cultural studies, cultural semiotics, Roland Barthes, myth, superhero, cinema

---

\* PhD Candidate, Faculty of Higher Art Researches and Entrepreneurship, Art University of Isfahan.

\*\* Assistant Professor, Faculty of Visual Arts, Art University of Isfahan.