

فصلنامه علمی - پژوهشی زبان پژوهی دانشگاه الزهراء (س)

سال هشتم، شماره ۱۸، بهار ۱۳۹۵

تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی فیلم نامه آژانس شیشه‌ای

مریم حسینی^۱

فرهاد ساسانی^۲

سارا نظردنیوی^۳

تاریخ دریافت: ۹۱/۸/۱

تاریخ تصویب: ۹۲/۸/۲۶

چکیده

گفتار هر فرد ارائه‌دهنده باورها، ارزش‌ها و جهان‌بینی‌هایی است که به صورت نهفته در زبان فرد جای می‌گیرند و افراد ناخواسته آنچه را که می‌اندیشند، بر زبان خود جاری می‌سازند. استفاده از این خاصیت زبانی، روشی مناسب برای پیشبرد اهداف رسانه‌ها خواهد بود، تا جایی که آنها قادرند با استفاده از این ویژگی، ایدئولوژی‌ای را مثبت تلقی کرده، آن را برجسته کنند و یا ایدئولوژی‌ای را منفی نشان داده، آن را به حاشیه برانند. در این میان، فیلم‌های سینمایی نیز از این قاعده جدا نیستند. به همین

^۱ استاد تمام، عضو هیئت علمی گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه الزهراء (س)؛ drhoseini@alzahra.ac.ir

^۲ دانشیار، عضو هیئت علمی گروه زبان‌شناسی، دانشگاه الزهراء (س)؛ fsasani49@alzahra.ac.ir

^۳ کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه الزهراء (س) (نویسنده مسئول)؛ saranazardonyavi@alzahra.ac.ir

منظور، ما در این مقاله فیلم‌نامه‌آژانس شیشه‌ای، نوشته ابراهیم حاتمی‌کیا را از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی مورد تحلیل قرار دادیم و متوجه شدیم زندگی در فضای دوقطبی، بر ذهن او بی‌تأثیر نبوده است. برای این کار از دو ابزار فرانتش اندیشگانی (در دستور نظام‌مند هلیدی) و قطب‌بندی «خود» و «دیگری» (بر اساس مربع ایدئولوژیک ون‌دایک) استفاده شده است. آن‌گاه بعد از قطب‌بندی شخصیت‌های درون فیلم‌نامه، دریافتیم که قطب ۱ بر ضلع برجسته‌سازی نکات مثبت «خود» بیش از ضلع‌های دیگر مربع ایدئولوژیک تکیه کرده است و این تکیه را با استفاده از فرایندهای مادی نشان داده و قطب مقابل بر برجسته‌سازی نکات منفی «دیگری» تکیه کرده و برای این کار از فرایند رابطه‌ای بهره برده است که این شیوه کاربرد با ویژگی‌های شخصیت‌های فیلم‌نامه متناسب است.

واژه‌های کلیدی: نشانه‌شناسی اجتماعی، فرانتش اندیشگانی، مربع

ایدئولوژیک، آژانس شیشه‌ای

۱. مقدمه

نشانه‌شناسی^۱ به مطالعه چگونگی تولید، انتقال و دریافت معنا می‌پردازد. زمانی که نشانه‌شناس با متنی برخورد می‌کند، هدفش روشن ساختن معنای قطعی متن نیست بلکه کار نشانه‌شناس توضیح این مطلب است که معنا در متن به چه شکل ساخته می‌شود و به عبارتی دیگر، یک متن چگونه با مخاطب خود ارتباط برقرار می‌کند.

«نشانه‌شناسی اجتماعی»^۲ نیز یکی از رویکردها در حوزه نشانه‌شناسی است که به جنبه ذهنی فردی و جنبه‌های اجتماعی و متنی نظر دارد. در واقع نشانه‌شناسی اجتماعی یعنی بررسی هر متن در موقعیت اجتماعی و فرهنگی خاص. نشانه‌شناسان اجتماعی بر این باورند که نمی‌توان معنا را جدا از گوینده، شنونده و بافت^۳ مورد بررسی قرار داد؛ آنها «معنا را

¹ semiotics

² social semiotics

³ context

فراورده فرایندی می‌دانند که طی آن متنی بر اساس الگوها و منابع یک یا چند نظام نشانه‌ای خاص، به‌ویژه زبان، توسط گویشوری در شرایط زمانی و مکانی موقعیتی، اجتماعی و تاریخی فرهنگی خاصی، تولید و بازتولید می‌شود، و در نتیجه همواره با رخ‌دادنی، دوباره در جریان رخ‌دادنی دیگر قرار می‌گیرد و به حرکت خود ادامه می‌دهد» (ساسانی، ۱۳۸۹: ۵۹). مایکل الکساندر کرکوود هلیدی^۱ را می‌توان اصلی‌ترین پرچم‌دار نشانه‌شناسی اجتماعی دانست. وی به پیروی از استادش جان روپرت فرس^۲ و نیز برونیسلاو مالینوسکی^۳ زبان را رفتاری اجتماعی می‌پندارد و به همین دلیل از نشانه‌شناسی اجتماعی سخن می‌گوید. به اعتقاد هلیدی (۱۹۹۴: xiii)، «هر گزینه در زبان، معنای خود را در مقابل وضعیت گزینه‌های دیگری به دست می‌آورد که می‌توانستند انتخاب شوند. این تعبیر نشانه‌شناختی به ما این امکان را می‌دهد که مناسب یا نامناسب بودن گزینه‌های زبانی را در رابطه با بافتی که در آن به کار گرفته می‌شوند، تشخیص دهیم». بنابراین «دستور چیزی از پیش معین شده نیست بلکه منبعی^۴ است که به مرور اندوخته شده و زبان‌ور، انگیزته^۵ آن را در موقعیت‌های مختلف به کار می‌برد. در واقع، نقش‌گرایانی چون هلیدی هم‌زمان به جنبه فردی و جنبه اجتماعی زبان و در واقع دستگاه زبان، ذهن‌گویشور و جامعه نظر دارند» (ساسانی، ۱۳۸۹: ۴۸). هم‌چنین هلیدی معنا را محور اصلی زبان‌شناسی نقش‌گرا^۶ می‌داند و معتقد است الگوهای نحوی تنها برای تشخیص معنا هستند و این «معنا، برابر است با کاربرد؛ که از نظر وی این کاربرد، کاربرد اجتماعی محسوب می‌شود نه صرفاً کاربرد موقعیتی، محدود و موضعی» (همان: ۴۹). وی معتقد است، معنا بر اساس تجربه دنیای بیرونی ما شکل می‌گیرد و محیط پیرامون ما الگوهای رفتاری ما را شکل می‌دهد و ما به‌طور اجتناب‌ناپذیری، رفتارها، اندیشه‌ها و ساختارهای ارزشی خود را در قالب زبان بیان

¹ Michael Alexander Kirkwood Halliday

² John Rupert Firth

در اغلب کتاب‌ها، نام فرس را به شکل فرث می‌نویسند اما به پیروی از ساسانی، نگارش فرس را بر فرث ترجیح دادم.

(رک به ساسانی، ۱۳۸۹: ۹)

³ Bronislaw Malinowski

⁴ source

⁵ motivated

⁶ functional linguistics

می‌کنیم. بنابراین زبان رسانه‌ای خنثی نیست بلکه به‌شدت سوگیری دارد و هر آنچه گفته و نوشته می‌شود، دربردارندهٔ باورها و ایدئولوژی^۱ ذهن‌گوینده است که به‌طور نهفته در زبان قرار می‌گیرد و به مخاطب منتقل می‌شود.

ون‌دایک^۲ نیز معتقد است این زبان است که گفتمان‌ها را معتبر می‌کند و به آنها مشروعیت می‌دهد.^۳ بنابراین زبان در تولید ایدئولوژی نقش مهمی را ایفا می‌کند. وی ایدئولوژی را مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌هایی می‌داند که ما با آنها دنیا را می‌فهمیم و آن را تفسیر می‌کنیم. بنابراین وی معتقد است فرد برای به دست آوردن هویت^۴، جهان را به دو بخش «خود»^۵ و «دیگری»^۶ تقسیم می‌کند چرا که هویت ما در سایهٔ وجود غیر ما شکل می‌گیرد و هویت «چیزی جز آنچه بدان هر آدمی، خود را از دیگری بازمی‌شناسد و کیستی و چیستی خود را در پرتو آن تعریف می‌کند، نیست» (تاجیک، ۱۳۸۴: ۱۱). بنابراین فرد از خود و دیگری، تصویری ایدئولوژیک می‌سازد به‌طوری که خود، همیشه «مثبت» و دیگری، همیشه «منفی» ارزیابی می‌شود. اما باید توجه داشت که گروه خود و دیگری، همیشه خارج از مرزهای سیاسی یک کشور نیستند و گاه در درون یک نظام، گروه‌ها و جناح‌ها، برای کسب هویت، شروع به ساخت دیگری می‌کنند و این همان اتفاقی است که بعد از انقلاب اسلامی رخ داد. سلطانی (۱۳۸۶) در این‌باره می‌گوید: در چهار سال اول انقلاب، گروه‌هایی که در سایهٔ تجدد شکل گرفته بودند، به حاشیه رانده شدند و تنها گروه‌های اسلام‌گرا در صحنه باقی ماندند. اما همان گروه‌های اسلام‌گرا به جهت کسب هویت، نیاز به ساخت یک «دیگری» داشتند؛ بنابراین از درون دو شاخه شدند. گروه‌های راست و چپ سنتی که از سال ۱۳۶۲ شکل گرفته بودند، بعد از رحلت امام^(ره) و پایان جنگ دچار اختلافاتی شدند که این اختلافات در سال ۱۳۷۶ با روی کار آمدن سید محمد

^۱ ideology

^۲ Van Dijk

^۳ اگرچه ون‌دایک از چهره‌های زبان‌شناسی انتقادی و تحلیل‌گفتمان محسوب می‌شود ولی از آنجا که نشانه‌شناسی و تحلیل‌گفتمان ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند، در این مقاله از هر دو نظریه (هلیدی و ون‌دایک) استفاده خواهیم کرد.

^۴ identity

^۵ self

^۶ other

خاتمی افزایش یافت. بنابراین دو گروه محافظه‌کار و اصلاح‌طلب به مقابله سخت‌افزاری و نرم‌افزاری با یکدیگر پرداختند که ساخت فیلم را می‌توان بهترین نمونه مقابله نرم‌افزاری دانست چراکه هنرمند با ساخت فیلم می‌تواند گفتمانی را برجسته و گفتمانی دیگر را به حاشیه براند. بنابراین ما با بررسی زبان فیلم می‌توانیم به ایدئولوژی ذهنی سازندگان آن دست پیدا کنیم چراکه نویسنده، به‌شکلی اجتناب‌ناپذیر، ساختارهای ارزشی، جهان‌بینی و عقاید خود را در زبان شخصیت‌های فیلم‌نامه منعکس می‌سازد که در واقع این همان فرانش اندیشگانی زبان است که هلیدی آن را یکی از سه فرانش مطرح شده در زبان می‌داند. گفتمانی است در این پژوهش، سال ۱۳۷۶ برای ما دارای اهمیت است چراکه با برگزاری هفتمین انتخابات ریاست جمهوری، جامعه وضعیتی به‌شدت دو قطبی می‌یابد و این دو قطبی بودن بی‌شک بر ذهن حاتمی کیا بی‌تأثیر نبوده است. بنابراین ما در این مقاله، با توجه به نظریه زبان‌شناختی هلیدی و مربع ایدئولوژیک ون‌دایک، به دنبال پاسخ دادن به این پرسش هستیم که چطور شخصیت‌های فیلم‌نامه، جهان خود را به دو گروه خود و دیگری تقسیم می‌کنند و مربع ون‌دایک به چه شکل در این فیلم‌نامه بازتاب می‌شود.

۲. مبانی نظری

«از سال ۱۹۷۰ به بعد با گسترش حوزه‌های زبان‌شناسی متن و تحلیل گفتمان و در واقع گذر از نحو و حد جمله به وادی متن، زبان در وضعیت کاربردی آن بیشتر مورد توجه قرار گرفت. در این میان شاید با اطمینان بتوان گفت که بیش از همه مدل مایکل هلیدی و شاگردانش در بررسی متن از نگاه زبان‌شناسی نقش‌گرا اهمیت و تأثیر شگرفی چه در زبان‌شناسی چه در بیرون از زبان‌شناسی داشته است» (ساسانی، ۱۳۸۹: ۱۲۴). از نظر هلیدی، معنا محور اصلی زبان‌شناسی نقش‌گرا است و این معنا از نظر او برابر است با کاربرد. از نظر وی، همه زبان‌ها بر اساس سه معنای بنیادی سازمان‌دهی می‌شوند که آن سه عبارتند از:

فرانقش^۱ اندیشگانی^۲: به اعتقاد هلیدی (۱۹۸۵: ۱۰۱)، یکی از بنیادی‌ترین ویژگی‌های زبان این است که انسان‌ها را قادر می‌سازد تا تصویری ذهنی از واقعیت ساخته و تجربیاتشان را از آنچه در پیرامونشان و در درونشان می‌گذرد، درک کنند (به نقل از سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۱۸). بنابراین «درک و دریافت ما از واقعیت، تجربه ما را سازمان‌بندی می‌کند و چگونگی نگرش ما را به جهان بازمی‌نماید؛ تجربه و نگرشی که هم جهان پیرامون و بیرون از ذهن را در بر می‌گیرد و هم جهان درون را. زبان در پی بازنمایی این فرانقش، کنش‌ها، رویدادها، اشیا، آدم‌ها، کیفیات، پدیدارها، ذهنیات، وهمیات، آرزوها... را در شکل و صورت نظام‌گذرایی نشان می‌دهد» (حقی‌بین، ۱۳۹۰: ۱۲۹).

فرانقش بینافرادی^۳: به اعتقاد هلیدی، در این فرانقش رابطه بین گوینده یا نویسنده با مخاطب مورد بررسی قرار می‌گیرد. «نوع کنش متقابل افراد درگیر در ارتباط، در زبان بازتاب می‌یابد. معنی هم‌چون شکلی از کنش طرح می‌شود و نوع رابطه میان گوینده/نویسنده، شنونده/خواننده ساختار زبان را تعیین می‌کند. این رابطه ممکن است به صورت خیر، فرمان، پرسش، خواهش، پیشنهاد و... باشد. در این صورت، وجه^۴ بازتاب فرانقش بینافرادی در سطح ساختار زبان است» (حقی‌بین، ۱۳۹۰: ۱۳۱).

فرانقش متنی^۵: این که چه بخشی از سخن نزد گوینده مهم‌تر تلقی شده است یا این که کدام بخش از کلام را گوینده جزو دانسته‌های شنونده تلقی کرده، در فرانقش سومی بررسی می‌شود که هلیدی آن را فرانقش متنی می‌نامد. هلیدی معتقد است به وسیله این فرانقش است که گوینده یا نویسنده می‌تواند متن تولید کند و شنونده و یا خواننده می‌تواند

^۱ منظور هلیدی از نقش، عملکردهایی انتزاعی است که زبان بدون توجه به استفاده از آنها به خودی خود آنها را داراست؛ به همین دلیل او از اصطلاح فرانقش استفاده می‌کند و معتقد است نقش‌مندی خاصیت ذاتی زبان است (هلیدی، ۱۹۷۸: ۴۷).

^۲ ideational metafunction

^۳ interpersonal metafunction

^۴ mood

^۵ textual metafunction

متن را دریابد. این فرانقش ارتباط‌دهنده دو فرانقش اندیشگانی و بینافردی است و نشان می‌دهد که چگونه آنچه می‌گوییم با آنچه قبلاً گفته شده با بافت مرتبط است.^۱ مهم‌ترین واحد دستوری که این فرانقش‌ها در آن تبلور پیدا می‌کنند «بند» است. بند، یعنی ساده‌ترین شکل یک جمله که دارای یک فاعل و یک فعل زمان‌دار است. بند، مهم‌ترین واحد دستوری است که نقش بازنمایی فرایندها را بر عهده دارد. فرایندها، ناظر بر یک رخداد، کنش یا حالت، احساس، گفتار یا وجود هستند. بر این اساس، هلیدی و متیسن (۲۰۰۴: ۱۷۰) فرایندها را به دو دسته اصلی و فرعی تقسیم می‌کنند. فرایندهای مادی، ذهنی، رابطه‌ای سه فرایند اصلی و فرایندهای رفتاری، کلامی و وجودی سه فرایند فرعی را در نظام گذرایی زبان تشکیل می‌دهند.

فرایندهای مادی^۲: این فرایندها فرایندهای انجام دادن هستند. به واسطه این فرایند، یا شخصی عملی را انجام می‌دهد و یا چیزی را تغییر می‌دهد که ممکن است کس دیگری از انجام این کار و تغییر متأثر شود؛ مانند: ساختن، خاموش کردن و...

فرایندهای ذهنی^۳: این فرایندها تجربیات ما را از دریچه ذهن ما بیان می‌کنند و بر احساس، شناخت و ادراک ما دلالت دارند. فعل‌هایی مانند تفکر کردن، دوست داشتن، خواستن و... بر این فرایند دلالت دارند.

فرایندهای رابطه‌ای^۴: به کمک این فرایندها می‌توان هر دو نوع تجربه درونی و بیرونی را تعبیر کرد با این تفاوت که این تعبیرها به صورت کنش و احساس نیستند بلکه ما تکه‌ای از تجربه را به تکه‌ای دیگر مربوط می‌کنیم. «وظیفه عمده این فرایندها، طبقه‌بندی است که

^۱ لازم به ذکر است که ما در این مقاله، تکیه خود را تنها بر فرانقش اندیشگانی قرار داده‌ایم و از دو فرانقش بینافردی و متنی صرف‌نظر کرده‌ایم.

^۲ material process

^۳ mental process

^۴ relation process

این طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری‌ها با توجه به دیدگاه اجتماعی و فکری ما صورت می‌گیرد» (یارمحمدی، ۱۳۸۵: ۴۲).

فرایندهای رفتاری^۱: این فرایندها دربرگیرنده رفتارهای فیزیکی و روان‌شناختی یک موجود جاندار، به‌خصوص انسان می‌باشد؛ مانند گریه کردن، عطسه کردن، سرفه کردن، لبخند زدن و... این فرایندها حد واسط میان فرایندهای ذهنی و مادی هستند و در واقع برخی از ویژگی‌های فرایند مادی و برخی از ویژگی‌های فرایند ذهنی را دارا هستند.

فرایندهای کلامی^۲: این فرایندها سخن گفتن و هر نوع مبادله نمادین معنا را شامل می‌شوند. فعل اصلی بندی که بیانگر یک فرایند کلامی است، معمولاً «گفتن» یا هر فعل دیگری است که در این حوزه معنایی قرار داشته باشد (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۲۲).

فرایندهای وجودی^۳: این فرایندها از موجودیت یا هستی پدیده‌ای و یا عدم آن سخن می‌گویند. فعل بندهایی که حاوی این فرایند هستند، «بودن»، «وجود داشتن» و مشتقات آنها می‌باشد.

۲.۱. نام‌دهی^۴

زبان به دلیل گستردگی، واژه‌های زیادی را در اختیار گویشوران خود قرار می‌دهد و افراد می‌توانند برای بیان یک مفهوم - از میان انبوهی از واژه‌های مترادف - دست به انتخاب بزنند. انتخاب واژه‌ای و طرد واژه‌ای دیگر، می‌تواند نوع نگرش ما به جهان خارج و نوع ایدئولوژی حاکم بر ذهن ما را نشان دهد؛ به‌عنوان مثال «برای اشاره به عمل فلسطینی‌هایی که برای کشتن سربازان اسرائیلی، خود را نیز به شهادت می‌رسانند، در مطبوعات کشورهای اسلامی از عملیات «شهادت طلبانه» ولی در مطبوعات غربی از «عملیات

¹ behavioral process

² verbal process

³ existential process

⁴ naming

انتحاری» یا «عملیات تروریستی» استفاده می‌شود» (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۲۷). چنانچه ملاحظه شد، در این مثال یک حادثه رخ داده است ولی این حادثه در کشورهای مختلف به شیوه‌های مختلفی نام‌گذاری و یا ارزش‌گذاری می‌شود. در واقع هر کس بنا به نوع اندیشه و ایدئولوژی حاکم بر ذهن خود، واقعیات خارج را در قالب زبان بازنمایی می‌کند. برجسب‌زنی را نیز می‌توان از زیرمجموعه‌های نام‌دهی قرار داد. بر این اساس، ما جهان را به دو دسته خود و دیگری تقسیم می‌کنیم چرا که تعلق به یک گروه و همسان بودن با آن، تنها در صورتی معنادار است که در تقابل با هویتی دیگر باشد و هویت ما در سایه وجود غیر ما شکل می‌گیرد. بنابراین هر چه را ما انجام می‌دهیم، درست، معقول و ارزشمند و هر آنچه را که دیگری انجام می‌دهد، نادرست، غیر منطقی و بی‌ارزش محسوب می‌شود. بنابراین همیشه برجسب‌های مثبت، سهمیه ما و برجسب‌های منفی، سهمیه دشمنان خواهد بود.

۲.۲. ایدئولوژی

از دید مارکسیست‌ها، ایدئولوژی آن چیزی است که باعث می‌شود ما زندگی را به سبک بخصوصی تجربه کنیم. اما افراد دیگری چون باختین^۱ و مدودف^۲، تعریف دیگری از ایدئولوژی ارائه می‌دهند. آنها ایدئولوژی را مترادف با فرهنگ می‌دانند. ولوشینف^۳ نیز معتقد است همه نشانه‌ها سرشار از ایدئولوژی‌اند و هر چیز ایدئولوژیکی، دارای ارزش نشانه‌ای است. فرکلاف، ایدئولوژی را ساخت‌هایی معنایی می‌داند که در تولید و بازتولید و تغییر روابط نابرابر قدرت نقش دارند (سجودی، ۱۳۸۷: ۱۸۷-۱۸۳). افرادی چون ون‌دایک (۱۹۹۸: ۱۳۹) نیز ایدئولوژی «نظامی از ایده‌ها، باورها، ارزش‌ها و مقوله‌ها است که یک شخص، گروه یا جامعه با مراجعه به آن دنیا را ادراک می‌کند، می‌فهمد و تفسیر می‌کند». ایدئولوژی‌ها معمولاً توسط زبان بیان می‌شوند زیرا زبان نقش مهمی در تولید آنها دارد ولی این بدان معنا نیست که زبان تنها وسیله بازنمود ایدئولوژی است بلکه به این معنا

¹ Bakhtin

² Medvedev

³ Voloshinov

است که زبان نقش مهم تری در میان دیگر کردارهای اجتماعی ایفا می‌کند. از نظر ون‌دایک، «جنبه گفتمانی ایدئولوژی‌ها توضیح می‌دهد که چگونه ایدئولوژی‌ها بر گفتار و نوشتار روزانه ما تأثیر می‌گذارند، چگونه ما گفتمان ایدئولوژیک را می‌فهمیم و چگونه گفتمان در بازتولید ایدئولوژی در اجتماع نقش دارد» (ون‌دایک، ۲۰۰۱: ۲-۱).

گفتمان ون‌دایک (۱۹۹۸: ۲۶۷) برای ساختن رابطه‌ای ایدئولوژیک شامل چهار حرکت است:

۱. بیان و تأکید بر اطلاعات مثبت درباره‌ی ما
 ۲. بیان و تأکید بر اطلاعات منفی درباره‌ی آنها
 ۳. سرپوش گذاشتن و رفع تأکید از اطلاعات منفی درباره‌ی ما
 ۴. سرپوش گذاشتن و رفع تأکید از اطلاعات مثبت درباره‌ی آنها
- این چهار حرکت، مربع معروف ایدئولوژیک را تشکیل می‌دهند که در نظریه‌ی ون‌دایک نقش خاصی را ایفا می‌کند.

۳. اوضاع سیاسی - اجتماعی ایران در سال ۱۳۷۶

اگر فیلم‌های سینمایی را محصولات فرهنگی بدانیم که زبان، بخش جدانشدنی آنها محسوب می‌شود، بی‌شک معترف خواهیم شد که فیلم یکی از بهترین ابزارهایی است که قادر است گفتمان‌های موجود در جامعه را بازتولید کند و یا به برجسته‌سازی یکی از گفتمان‌ها بپردازد. بنابراین برای آن که درک درست تری از فیلم‌نامه‌آژانس شیشه‌ای داشته باشیم، لازم است نیم‌نگاهی به اوضاع سیاسی - اجتماعی سال ۱۳۷۶ بیندازیم تا مشخص شود نویسنده در پی برجسته‌سازی کدام گفتمان موجود در جامعه بوده است. برای این کار لازم است کمی به عقب برگردیم یعنی به سال ۱۳۵۷ و پیروزی انقلاب اسلامی؛ سال‌هایی که به علت جو سیاسی آن دوران، تمام گروه‌ها و حزب‌های داخلی با یکدیگر همراه شدند چراکه

اساساً مجموعه گفتمان‌هایی که در حال مبارزه با یک گفتمان حاکم‌اند، هویت خود را بر اساس غیریت‌سازی با گفتمان حاکم شکل می‌دهند؛ برای مثال گفتمان

پهلویسم، غیرمشرک همه گفتمان‌های تجددطلب و سنتی بود و منبع هویت‌یابی آنها به حساب می‌آمد. اما به مجرد این که گفتمان حاکم طرد می‌شود، خرده‌گفتمان‌ها برای هویت‌یابی شروع به غیریت‌سازی در میان خود می‌کنند. در این میان، گفتمان‌های قوی‌تری که قابلیت دسترسی، مشروعیت و اعتبار بیشتری برای معناسازی دارند، گفتمان ضعیف را حذف و طرد می‌کنند. از این رو گفتمان انقلاب اسلامی، بعد از فروپاشی گفتمان پهلویسم، تدریجاً غیره‌ای خارجی و داخلی متفاوتی را شکل داد (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۴۵-۱۴۴).

بنابراین در سال‌های اولیه انقلاب، شکاف بین دو نیروی سنتی و مدرن که در ابتدای انقلاب با یکدیگر هماهنگ شده بودند، در قالب دو گرایش اسلامی و غیر اسلامی ظاهر شد. «مهم‌ترین تشکل‌های بلوک سنتی را جامعه روحانیت مبارز تهران، جامعه مدرسین حوزه علمیه قم و حزب جمهوری اسلامی تشکیل می‌دادند و در مقابل، جبهه ملی، نهضت آزادی و جنبش مسلمانان مبارز، تشکل‌های بلوک مدرن را شکل دادند که تفسیر فقهی از حکومت اسلامی را نمی‌پذیرفتند و یا اصلاً قائل به تلفیق دین و دولت نبودند» (بشیریه، ۱۳۸۴: ۷۸). «دور دوم غیریت‌سازی‌ها هم میان اسلام‌گرایان بنیادگرای راست و اسلام‌گرایان رادیکال چپ شروع شد. روحانیت مبارز تهران و جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، نمونه تشکل‌های راست سنتی و گروه‌هایی مانند مجمع روحانیون مبارز - که از سال ۱۳۶۶ از جامعه روحانیت مبارز جدا شد - سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی و دفتر تحکیم وحدت نیز تشکل‌های چپ سنتی را شکل دادند» (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۴۸). گروه‌های راست سنتی «هوادر مالکیت خصوصی و عدم دخالت گسترده دولت در اقتصاد بودند و در مقابل [چپ سنتی] از نوعی اقتصاد اسلامی، اصلاحات ارضی، قسط و عدالت، مداخله دولت در اقتصاد و... حمایت می‌کردند» (بشیریه، ۱۳۸۴: ۸۲). البته باید توجه داشت که وجود امام خمینی^(ره) مانع از درگیری‌های جدی بین دو گروه راست و چپ سنتی شد اما از سال ۱۳۶۸، به علت فقدان امام و پایان یافتن جنگ، اختلافات گسترش یافت و منجر به وجود آمدن دو گروه «محافظه کار و اصلاح طلب از دل راست و چپ سنتی شد» (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۴۹).

اطلاح‌طلبان که تا سال ۱۳۶۰ سهم چندانی در اداره‌ کشور نداشتند، از مهر ۱۳۶۰، با روی کار آمدن نخست‌وزیر وقت، نفوذ خود را بر تشکیلات حکومتی افزایش دادند و این سیر تا اوایل دهه ۱۳۷۰ ادامه پیدا کرد. «دور بودن جناح راست از قدرت، تا شکل‌گیری دولت هاشمی رفسنجانی و به‌دنبال آن تشکیل مجلس چهارم ادامه یافت. اما با پایان یافتن دولت‌سالاری چپ، قدرت‌یابی جناح راست آغاز شد. جناح چپ به حاشیه رانده شد و این مسئله تا هفتمین انتخابات ریاست جمهوری (۱۳۷۶/۳/۲) و انتخاب شدن سید محمد خاتمی ادامه یافت» (روشن‌فکر، ۱۳۸۷: ۲۶).

بعد از دوم خرداد، انتخابات مجلس ششم در شرایطی برگزار گردید که نتایج انتخابات ریاست جمهوری شرایط را برای پیروزی گروه‌های چپ و هواداران رئیس‌جمهور تحت عنوان «جبهه دوم خرداد» مهیا کرده بود و در نهایت ائتلافات نیروهای چپ دوم خرداد حدود ۷۰٪ کرسی‌های مجلس را به دست آوردند (فوزی توپسرکانی، ۱۳۸۴: ۳۲۶-۳۲۴). بنابراین بعد از انتخابات، محافظه‌کاران دچار شکست سنگینی شدند و دو قوه مجریه و مقننه را از دست دادند و تنها قوه قضاییه برای آنها باقی ماند. بنابراین برای حفظ گفتمان خود چاره‌ای جز مقابله سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نداشتند؛ در مقابل، اصلاح‌طلبان نیز واکنش‌هایی مشابه از خود نشان دادند چرا که گروه‌های سیاسی مجبورند برای حفظ قدرت خود به برجسته‌سازی نکات مثبت خود و به حاشیه‌رانی گفتمان رقیب بپردازند.

بنابراین اصلاح‌طلبان که وزارت ارشاد را در اختیار داشتند، زمینه را برای نشر مطبوعات فراوانی آماده کردند [...] و در مقابل، محافظه‌کاران که قوه قضاییه را در دست داشتند از ابزار قانون استفاده کرده، بیش از صد نشریه را به تعطیلی کشاندند. هم‌چنین فشارهای زیادی از سوی مجلس، که در اختیار اصلاح‌طلبان بود، به نهاد‌های وابسته به محافظه‌کاران وارد شد. برای نمونه می‌توان تلاش مجلس برای اعمال نظارت و فشار بر صدا و سیما را ذکر کرد (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۶۰).

۴. بررسی شخصیت‌های آژانس شیشه‌ای و مرزبندی آنها

در فیلم‌نامه آژانس شیشه‌ای ما با دو شخصیت اصلی و کلیدی روبه‌رو هستیم که دو قطب اصلی فیلم را شکل می‌دهند:

قطب ۱: کاظم، که بر اعتقادات دیروز خود استوار است اما امروز ارزش‌هایش مورد فراموشی قرار گرفته است.

قطب ۲: سلحشور، که در جنگ حضور نداشته و نسبت به اوضاع سال‌های جنگ معترض است.

ما در این فیلم‌نامه، در کنار این دو شخصیت اصلی، شخصیت‌های فرعی دیگری نیز داریم که در ماجرای پیش آمده به یکی از این دو قطب می‌پیوندند. فاطمه، اصغر، عباس، سرگرد نامور و مدیر آژانس جزو این افراد محسوب می‌شوند. اما علاوه بر این شخصیت‌ها، شخصیت‌های فرعی دیگری نیز در فیلم‌نامه وجود دارند که نمی‌توانیم آنها را به راحتی در یکی از این دو گروه قرار دهیم و مرزی قاطع برای آنها مشخص کنیم چرا که این افراد در طول فیلم، بنابر موقعیت‌های پیش آمده، تغییر موضع می‌دهند؛ مثلاً احمد کوهی در کنار سلحشور و در قطب ۲ قرار می‌گیرد اما به محض شناختن کاظم، موضع خود را تغییر داده و از قطب ۲ به قطب ۱ منتقل می‌شود. دکتر بهمن و نرگس نیز با وجود آن که از آشنایان کاظم محسوب می‌شوند، بعد از مسئله پیش آمده با رفتار کاظم مخالفت می‌کنند اما با این وجود در قطب ۲ قرار نمی‌گیرند. سلمان نیز در ابتدا از رفتارهای پدرش ناراضی است اما در انتها، کمی از مخالفت‌هایش کاسته می‌شود ولی او به طور کامل در قطب ۱ قرار نمی‌گیرد. این مسئله حاکی از آن است که قطب‌بندی در این فیلم‌نامه به شکلی خطی نبوده و مرز این گروه‌ها مرزی قاطع نیست. بنابراین ما مجبوریم قطب دیگری به نام «بینابین» در بین دو قطب ۱ و ۲ قائل شویم که بتوانیم شخصیت‌هایی چون سلمان، دکتر بهمن و نرگس را در آن جای دهیم. اما علاوه بر این شخصیت‌ها، ما با تعدادی گروگان و یا به قول حاج کاظم، شاهد مواجه هستیم که اگرچه بعضی از آنها با کاظم مخالفت می‌کنند و تعدادی حمایت، اما به طور کلی اکثریت این افراد تنها به فکر نجات خود هستند و برای این کار گاهی به

التماس و گاهی به تهدید متوسل می‌شوند. بنابراین ما مجبوریم در بین دو قطب ۱ و ۲ به قطب دیگری به نام قطب «خنثی» برای این افراد قائل شویم. بنابراین به طور کلی می‌توانیم شخصیت‌های این فیلم‌نامه را به دو گروه اصلی و دو گروه فرعی تقسیم کنیم.

جدول ۱. دسته‌بندی شخصیت‌های آژانس شیشه‌ای

قطب ۲	گروه خنثی	گروه بینابین	قطب ۱
سلحشور سرگرد نامور مدیر آژانس تعدادی از گروگان‌ها	تعدادی از گروگان‌ها (حاجی فیروز، نادیا، پیرمرد کروات، حاجی و همسرش، مرد کاسب، زن چادری و مرد مشتری بلیط لندن)	دکتر بهمن سلمان نرگس	کاظم / عباس اصغر / احمد کوهی فاطمه تعدادی از گروگان‌ها

۴. ۱. جمع‌بندی داده‌های آژانس شیشه‌ای

پس از بررسی و دسته‌بندی دیالوگ‌های ردوبدل شده میان شخصیت‌های فیلم‌نامه، نتایجی حاصل شد که این نتایج را به شکل آماری در جدول‌هایی که در ادامه خواهد آمد، بیان کرده‌ایم.

در جدول زیر، میزان کل فرایندهای به کار گرفته شده در فیلم‌نامه‌آژانس شیشه‌ای و نیز میزان استفاده هر کدام از گروه‌ها از این فرایندها را نشان داده‌ایم.

جدول ۲. میزان به کارگیری فرایندها در آژانس شیشه‌ای

فرایند	کل فرایندهای به کار رفته	درصد	میزان استفاده قطب ۱	درصد	میزان استفاده قطب ۲	درصد	میزان استفاده گروه بینابین	درصد	میزان استفاده گروه خشتی	درصد
مادی	۳۲۲	%۳۵	۱۶۰	%۳۹	۸۰	%۳۱	۳۵	%۲۹	۴۷	%۳۴
ذهنی	۱۴۴	%۱۵	۵۷	%۱۴	۴۰	%۱۵	۲۱	%۱۷	۲۶	%۱۹
رابطه‌ای	۳۱۹	%۳۴	۱۲۳	%۳۰	۱۰۱	%۳۹	۴۶	%۴۶	۴۹	%۳۶
کلامی	۱۰۱	%۱۱	۴۹	%۱۲	۳۱	%۳۱	۱۲	%۱۲	۹	%۶
وجودی	۳۱	%۳	۱۷	%۴	۶	%۶	۳	%۲	۵	%۳
رفتاری	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
کل	۹۱۷		۴۰۶	%۴۴	۲۵۸	%۲۸	۱۱۷	%۱۳	۱۳۶	%۱۵

همان‌طور که مشاهده شد، در فیلم‌نامه آژانس شیشه‌ای، ما ۹۱۷ فرایند داریم که از این تعداد ۳۲۲ (%۳۵) فرایند مادی و ۳۱۹ (%۳۴) فرایند رابطه‌ای است که بیش‌ترین میزان فرایندها را به خود اختصاص داده‌اند. هم‌چنین در این فیلم‌نامه از هیچ فرایند رفتاری استفاده نشده است و فرایند وجودی با ۳۱ (%۳) مورد کمترین فرایند مورد استفاده در این فیلم‌نامه بوده است. هم‌چنین قطب ۱ دیالوگ‌های بیشتری را نسبت به دیگر گروه‌ها ردوبدل کرده است و در نتیجه میزان استفاده این گروه از فرایندها بیشتر بوده است که این مسئله خود حاکی از تأکید نویسنده بر این قطب است.

در جدول بعد، میزان استفاده قطب ۱ از فرایندها، هم‌چنین به کارگیری این فرایندها را در هر کدام از اضلاع مربع ایدئولوژیک نشان داده‌ایم.

جدول ۳. میزان استفاده قطب ۱ از هر کدام از فرایندها و مربع ایدئولوژیک

قطب ۱	در گفتگو با گروه	برجسته‌سازی نکات مثبت خود	به حاشیه‌رانی نکات منفی خود	برجسته‌سازی نکات منفی دیگری	برجسته‌سازی نکات مثبت دیگری	به حاشیه‌رانی نکات منفی دیگری	دیگر جمله‌ها
فرایند مادی	قطب ۱ / ۲ / ۶۷	۶	۸	۱۵	۲		۳۶
	%۴۲	%۹	%۱۲	%۲۲	%۳		%۵۴
	بینابین / ۴۱	۱	۲	۲			۳۴
	%۲۸	%۲	%۵	%۵			%۸۳
	خشی / ۵۲	۲۳	۷	۲			۱۸
	%۳۳	%۴۴	%۱۴	%۴			%۳۵
کل	۱۶۰	۳۰	۱۷	۱۹	۲	۸	۸۸
درصد	%۵۱	%۱۹	%۱۱	%۱۲	%۱		%۵۵
فرایند ذهنی	قطب ۱ / ۲ / ۲۰	۲	۱	۷	۱		۹
	%۳۵	%۱۰	%۵	%۳۵	%۵		%۴۵
	بینابین ۲۲	۴	۳	۱			۱۳
	%۳۸	%۱۸	%۱۳	%۴ / ۵			%۵۹
	خشی ۱۵	۴	۱	۱			۹
	%۲۶	%۲۷	%۷	%۷			%۶۰
کل	۵۷	۱۰	۵	۹	۱	۱	۳۱
درصد	%۴۰	%۱۷ / ۵	%۹	%۱۶	%۲		%۵۴
فرایند رابطه-ای	قطب ۱ / ۲ / ۴۶	۹	۴	۷	۱		۲۲
	%۳۷	%۱۹ / ۵	%۹	%۱۵	%۲		%۴۸
	بینابین ۲۹	۳	۳	۱			۲۰
	%۲۳	%۱۰	%۱۰	%۳ / ۴			%۶۹

^۱ منظور از «خود» در اینجا گروه بینابین است.

قطب ۱	در گفتگو با گروه	برجسته‌سازی تکات مثبت خود	به حاشیه‌رانی تکات منفی خود	برجسته‌سازی تکات منفی دیگری	برجسته‌سازی تکات مثبت دیگری	به حاشیه‌رانی تکات منفی دیگری	دیگر جمله‌ها
	خشتی ۴۸	۱۷	۸	۲		۱	۲۰
	%۳۹	%۳۵	%۱۵	%۴		%۲	%۴۲
کل	۱۲۳	۲۹	۱۵	۱۰	۱	۵	۶۲
درصد	%۳۸ / ۵۵	%۲۳ / ۵	%۱۲	%۸	%۰ / ۸	%۰ / ۸	%۵۰
فرایند کلامی	قطب ۲ / ۲۱	۱	۲	۴	۱	۲	۱۱
	%۴۳	%۵	%۹ / ۵	%۱۹	%۵	%۹ / ۵	%۵۲
	بینابین ۱۷	۱	۱			۴	۱۱
	%۳۵	%۶	%۶			%۲۳ / ۵	%۶۵
	خشتی ۱۱	۶	۱				۴
	%۲۲	%۵۴ / ۵	%۹				%۳۶
کل	۴۹	۸	۴	۴	۱	۶	۲۶
درصد	%۴۸ / ۵	%۱۶	%۸	%۸	%۲	%۱۲	%۵۳
فرایند وجودی	قطب ۲ / ۱۱	۴		۲			۵
	%۶۵	%۳۶		%۱۸			%۴۵
	بینابین ۲						۲
	%۱۲						۱۰۰ %
	خشتی ۴	۳	۱				
	%۲۳ / ۵	%۷۵	%۲۵				
	کل	۱۷	۷	۱	۲		۷
درصد	%۵۵	%۴۱	%۶	%۱۲		%۴۱	
کل	۴۰۶	۸۴	۴۲	۴۴	۵	۲۰	۲۱۰
درصد	%۴۴	%۲۱	%۱۰	%۱۱	%۱	%۰ / ۲	%۵۲

قطب ۱ در گفتگوهایش با استفاده از واژه‌های مربوط به حوزه جنگ، به «برجسته‌سازی نکات مثبت خود» پرداخته و از فرایند مادی بیش از سایر فرایندها استفاده کرده است. استفاده زیاد از فرایندهای مادی، تب‌وتاب و جوشش و حرکت را در گوینده نشان می‌دهد که این مسئله نیز با ویژگی‌های کاظم که مرد جنگ محسوب می‌شود هم‌خوانی دارد. مسئله بعدی در این جدول، مسئله استفاده از مربع ایدئولوژیک است. در فیلم‌نامه‌آژانس شیشه‌ای، کاظم نه تنها نکات مثبت گروه مقابل را به حاشیه نمی‌راند بلکه در مواردی نکات مثبت گروه مقابل را هم برجسته می‌کند که می‌توان این مسئله را شگردی مناسب برای منطقی نشان دادن خود و غیرمنطقی نشان دادن گروه مقابل محسوب کرد.

جدول ۴. میزان استفاده قطب ۲ از هر کدام از فرایندها و مربع ایدئولوژیک

قطب ۲	کل	نکات مثبت برجسته‌سازی خود	نکات منفی حاشیه‌رانی	نکات منفی دیگری	تکات منفی برجسته‌سازی دیگری	تکات منفی به حاشیه‌رانی	دیگر جمله‌ها
فرایند مادی	۸۰	۴	۰	۴۵	۱	۳۰	
درصد	%۲۵	%۵	۰	%۵۶	%۱	%۳۷	
فرایند ذهنی	۴۰	۰	۴	۲۳	۲	۱۱	
درصد	%۲۸	۰	%۱۰	%۵۷ / ۵	%۵	%۲۷	
فرایند رابطه-ای	۱۰۱	۳	۵	۵۴	۲	۳۷	
درصد	%۳۲	%۳	%۵	%۵۳	%۲	%۳۶	
فرایند کلامی	۳۱	۲	۲	۷	۲	۱۸	
درصد	%۳۱	%۷	%۷	%۲۳	%۷	%۵۸	
فرایند وجودی	۶	۰	۳	۳	۰	۰	
درصد	%۱۹	۰	%۵۰	%۵۰	۰	۰	
کل	۲۵۸	۹	۱۴	۱۳۲	۷	۹۶	
درصد	%۲۸	%۳	%۵	%۵۱	%۲	%۳۷	

قطب ۲ با زیر سؤال بردن مفاهیم ارزشی مثل جنگ، بر ضلع «برجسته‌سازی نکات منفی دیگری» تکیه کرده و از فرایند رابطه‌ای بیش از سایر فرایندها استفاده کرده است. وظیفه الگوهای رابطه‌ای، طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری است که این طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری‌ها با توجه به دیدگاه اجتماعی و فکری ما صورت می‌گیرد. این مسئله نیز با توجه به ویژگی‌های سلحشور که مرتب قصد زیر سؤال بردن ارزش‌های کاظم را دارد، هماهنگ است. هم‌چنین، قطب ۲ با تکیه بر ضلع «برجسته‌سازی نکات منفی دیگری» همواره به گروه مقابل به چشم «دیگری» نگاه می‌کند و برعکس قطب ۱ هیچ‌گونه نرمشی به خرج نمی‌دهد.

جدول ۵. میزان استفاده گروه بینابین از هر کدام از فرایندها و مربع ایدئولوژیک

گروه بینابین	کل	برجسته‌سازی نکات مثبت خود	برجسته‌سازی نکات منفی دیگری	برجسته‌سازی منفی خود	دیگر جمله‌ها
فرایند مادی	۳۵		۲	۱۳	۲۰
درصد	%۲۲		%۶	%۳۷	%۵۷
فرایند ذهنی	۲۱			۱۱	۱۰
درصد	%۲۹			%۵۲	%۴۸
فرایند رابطه‌ای	۴۶	۱	۱	۱۴	۳۰
درصد	%۱۵	%۲	%۲	%۳۱	%۶۵
فرایند کلامی	۱۲			۵	۷
درصد	%۱۲			%۴۲	%۵۸
فرایند وجودی	۳				۳
درصد	%۱۰				%۱۰۰
کل	۱۱۷	۱	۳	۴۳	۷۰
درصد	%۱۳	%۰٫۸	%۲٫۵	%۳۷	%۶۰

گروه بینابین نیز بیشترین فرایند را برای «برجسته‌سازی نکات منفی خود»^۱ به کار برده و در این میان از فرایندهای رابطه‌ای و مادی بیش از دیگر فرایندها استفاده کرده است.

جدول ۶. میزان استفاده گروه خنثی از هر کدام از فرایندها و مربع ایدئولوژیک

گروه خنثی	کل	به حاشیه‌رانی نکات منفی خود	برجسته‌سازی نکات منفی دیگری	دیگر جمله‌ها
فرایند مادی	۴۷	۲	۱۶	۲۹
درصد	%۲۹	%۴	%۳۴	%۶۲
فرایند ذهنی	۲۶	۲	۸	۱۶
درصد	%۱۸	%۸	%۳۱	%۶۲
فرایند رابطه‌ای	۴۹	۱	۱۳	۳۵
درصد	%۱۵	%۲	%۲۶	%۷۱
فرایند کلامی	۹		۳	۶
درصد	%۹		%۳۳	%۶۶
فرایند وجودی	۵		۳	۲
درصد	%۱۶		%۶۰	%۴۰
کل	۱۳۶	۵	۴۳	۸۸
درصد	%۱۵	%۴	%۳۲	%۶۵

گروه خنثی از بیشترین فرایند برای «برجسته‌سازی نکات منفی دیگری»^۲ استفاده کرده است و در این میان از فرایند رابطه‌ای و مادی بیش از دیگر فرایندها بهره است. در جدول بعد، ما تعداد دیالوگ‌هایی را که بر یکی از اضلاع مربع ایدئولوژیک تکیه کرده‌اند، نشان داده‌ایم.

^۱ منظور از «خود»، در دیالوگ‌های گروه بینابین، قطب ۱ و منظور از «دیگری» قطب ۲ است.

^۲ منظور از «دیگری» در دیالوگ‌های گروه خنثی قطب ۱ است.

جدول ۷. میزان استفاده از مربع ایدئولوژیک توسط هر کدام از گروه‌ها

مجموع	دیگر جمله‌ها	برجسته‌سازی نکات مثبت دیگری	برجسته‌سازی نکات منفی خود	به حاشیه‌رانی نکات منفی دیگری	برجسته‌سازی نکات منفی دیگری	به حاشیه‌رانی نکات منفی خود	برجسته‌سازی نکات مثبت خود	
۳۲۶	۱۹۱	۲	۲۵	۴	۵۷	۲۱	۲۶	کل
	۵/۵۸	۰/۱۶	۷/۷	۱/۱	۱۷/۱۷	۶/۶	۸/۸	درصد
۷۰	۴۶	۲	۳		۷	۴	۸	قطب ۱ با قطب ۲
	۲۴/۲۱	۱۰۰/۱	۱۲/۱۲		۱۲/۱۲	۱۹/۱۹	۳۱/۳۱	درصد
۵۳	۳۴		۶		۲	۵	۶	قطب ۱ با بینابین
	۱۸/۱۶		۲۴/۲۴		۳/۵	۲۴/۲۴	۲۳/۲۳	درصد
۳۷	۲۰		۱	۱	۳	۷	۵	قطب ۱ با خنثی
	۱۱/۱۱		۴/۴	۲۵/۲۵	۵/۵	۳۳/۳۳	۱۹/۱۹	درصد
۸۹	۴۴			۳	۳۲	۴	۶	قطب ۲
	۲۷/۲۷			۷۵/۷۵	۵۶/۵۶	۱۹/۱۹	۲۳/۲۳	درصد
۴۴	۲۷		۱۵		۱		۱	گروه بینابین
	۱۳/۱۳		۶۰/۶۰		۲/۲		۴/۴	درصد
۳۳	۲۰				۱۲	۱		گروه خنثی
	۱۰/۱۰				۲۱/۲۱	۵/۵		درصد

همان‌طور که ملاحظه شد، از مجموع ۳۲۶ دیالوگ ردوبدل شده بین چهار گروه فیلم‌نامه‌آژانس شیشه‌ای، ۵۷ دیالوگ (۱۷٪)، مربوط به «برجسته‌سازی نکات منفی دیگری» است که بیشترین تکیه مربع ایدئولوژیک در این فیلم‌نامه محسوب می‌شود که از این تعداد، ۳۲ دیالوگ توسط قطب ۲ مطرح شده است. بنابراین این گروه بیش از سایر گروه‌ها بر این ضلع تکیه است.

۵. نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی زبان شخصیت‌های فیلم‌نامه‌آژانس شیشه‌ای بود. بدین منظور پس از قطب‌بندی شخصیت‌های فیلم‌نامه، به بررسی فرایندها و مربع ایدئولوژیک گفتار هر کدام از شخصیت‌ها پرداختیم. نتایج اصلی به‌دست آمده در پژوهش حاضر به قرار زیر است:

۱. در فیلم‌نامه‌آژانس شیشه‌ای، از مجموع ۳۲۶ دیالوگ ردوبدل شده میان چهار گروه قطب ۱، ۲، ۳، ۴، بینابین و خنثی، ۱۶۰ مورد (۴۹٪) از دیالوگ‌ها متعلق به قطب ۱ است که این مسئله حاکی از آن است که نویسنده بر روی این قطب تأکید بیشتری داشته و در پی برجسته‌سازی این قشر از جامعه بوده است. هم‌چنین از این تعداد دیالوگ ۵۷ دیالوگ (۱۷٪) مربوط به «برجسته‌سازی نکات منفی دیگری» است که بیشترین تکیه مربع ایدئولوژیک در این فیلم‌نامه محسوب می‌شود که از این تعداد ۳۲ دیالوگ توسط قطب ۲ مطرح شده است. بنابراین این گروه بیش از سایر گروه‌ها بر این ضلع تکیه کرده که این مسئله را می‌توان شگردی برای غیرمنطقی نشان دادن این گروه بدانیم.
۲. در این فیلم‌نامه، ما غیر از چهار ضلع مشهور مربع ایدئولوژیک، اضلاع دیگری را نیز مشاهده می‌کنیم؛ مثلاً قطب ۱ در گفتگوی با قطب ۲، نه تنها نکات مثبت این گروه را به حاشیه نمی‌راند بلکه با واژه‌هایی چون «وظیفه»، «صراحت»، «خدمت» و «به‌خطر انداختن جان» نکات مثبت این گروه را نیز برجسته می‌سازد. هم‌چنین قطب ۱ در مواردی، نکات منفی قطب مقابل را به

حاشیه رانده، از آن چشم پوشی می کند. اما در مقابل قطب ۲ بیشترین تکیه خود را بر نکات منفی قطب مقابل قرار داده و هیچ مورد مثبتی از گروه ۱ را به حاشیه نمی راند چرا که از نظر این گروه قطب ۱ دارای ویژگی مثبتی نبوده که لازم به حاشیه رانی از آن باشد. با این حساب می توان نتیجه گرفت که نویسنده قطب ۱ را بسیار منطقی تر و معقول تر از قطب ۲ ترسیم می کند. هم چنین در این فیلم نامه، قطب ۱ از میان چهار ضلع مربع ایدئولوژیک بر «برجسته سازی نکات مثبت خود» تأکید بیشتری کرده است و این کار را با واژه های مربوط به «حوزه جنگ» نشان داده است؛ در مقابل قطب ۲ با به زیرسؤال بردن آن ارزش ها و منفی نشان دادن آن مفاهیم بیشتر بر «برجسته سازی نکات منفی دیگری» تکیه می کند، در نتیجه تا حدودی مخالف مفاهیم مربوط به جنگ نشان داده می شود.

۳. در این فیلم نامه قطب ۱ از فرایند مادی و دیگر گروه ها از فرایند رابطه ای استفاده کرده اند که این مسئله نشان از اهمیت کنش برای گروه ۱ و اهمیت حالت برای دیگر گروه ها دارد.

۴. در این پژوهش بعد از قطب بندی اصلی شخصیت های فیلم نامه، مشخص شد برای برخی از شخصیت ها نمی توان مرزی قاطع کشید و آنها را در گروه خاصی قرار داد. بنابراین چاره ای نبود که در کنار دو قطب اصلی، قطب های فرعی دیگری را نیز قرار دهیم؛ هر چند افرادی هم که در درون یک قطب اصلی قرار گرفته اند، در شرایط های مختلف، موضع خود را تغییر می دهند (مانند احمد کوهی).

منابع

- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴). *روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان*. تهران: فرهنگ گفتمان.
- حق بین، فریده (۱۳۹۰). «تحلیل دیداری عکس های دوره دفاع مقدس بر مبنای نظریه نشانه شناختی اجتماعی هلیدی». نام آور (۲) (بیست مقاله و گفتاورد درباره مطالعات

نشانه‌شناختی جنگ/ دفاع مقدس). به اهتمام علیرضا کمری. تهران: سوره مهر. صص ۱۳۱-۱۲۹.

روشن فکر، محمد مهدی (۱۳۸۷). «گونه‌شناسی سیاسی، اقتصادی چپ و راست در ایران». زمانه. اسفند. ۷۸. صص ۲۷-۲۳.

ساسانی، فرهاد (۱۳۸۹). معنا کاوی: به سوی نشانه‌شناسی اجتماعی. تهران: علم.

سجودی، فرزانه (۱۳۸۷). نشانه‌شناسی کاربردی. ویراست دوم. تهران: علم.

سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۴). قدرت، گفتمان و زبان (سازوکار جریان قدرت در جمهوری اسلامی ایران). تهران: نی.

_____ (۱۳۸۶). تحلیل گفتمانی فیلم‌های سیاسی-اجتماعی: نگاهی به «پارتی» سامان مقدم. فصل‌نامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. پاییز ۳ (۹). صص ۴۱-۲۵.

فوزی توپسر کانی، یحیی (۱۳۸۴). تحولات سیاسی اجتماعی بعد از انقلاب اسلامی در ایران (جلد دوم). تهران: عروج (وابسته به مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی).

یارمحمدی، لطف‌الله (۱۳۸۵). ارتباط از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی. تهران: هرمس.

Halliday, M.A.K. (1978). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.

_____ (1985). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.

_____ (1994). *Introduction to Functional Grammar*. 2nd ed. London: Arnold.

Halliday, M.A.K. & Christian M. I. M. Matthiessen (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. 3rd ed. London: Arnold.

Van Dijk, T. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage Publications.

_____ (2001). "Multidisciplinary CDA: A Plea for Diversity". *Methods of Critical Discourse Analysis*. R. work & M. Meyer (eds.). London: Sage Publications. pp 1-2.

A Social Semiotic Analysis of One Screenplay: *The Glass Agency*¹

Maryam. Hosseini²

Farhad. Sasani³

Sara. Nazardonyavi⁴

Received: 2012/10/22

Accepted: 2013/11/17

Abstract

People's speech shows their beliefs, values and views which run over their tongue unconsciously, in other words people say whatever they think. Using this property of language makes it possible for viewers to discover a film producer's ideology by dealing with the language of a film. In this research we have analyzed the scripts of the movie "*The Glass Agency*" by Ebrahim Hatamikia. In this research we have used the ideational metafunction (of Systematic Functional Grammar of Halliday) and the polarity of self and the other -on the basis of the ideological

(DOI): 10.22051/JLR.2016.2277

¹. Professor, Alzahra University (department of Persian literature),
drhoseini@alzahra.ac.ir

². Associate Professor, Alzahra University (department of linguistics) ,
fsasani@alzahra.ac.ir

³. MA, Alzahra University saranazardonyavi@alzahra.ac.ir

square of Van Dijk - . After grouping the characters of the scripts, we found that in the script of "*The Glass Agency*", group one (the first character and his companion's) has emphasized the "foregrounding of the positive points of self" more than the other sides of the ideological square and has shown this emphasis by the use of the material process. But the opposite group has emphasized the "foregrounding of the negative points of the other" and it has made use of relational process for doing this.

Keywords: social semiotics, ideational metafunction, ideological square, *The Glass Agency*