

# بررسی چگونگی ترویج پاگانسیم در فیلم‌های ابرقهرمانی به‌وسیله استریوتایپ‌سازی از رنگ‌ها(طی سال‌های ۱۹۸۹ - ۲۰۱۲، با تاکید بر سری فیلم‌های بتمن)<sup>۱</sup>

زهرا حسین آبادی<sup>۲</sup>

مهدی فنایی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۷/۰۷

تاریخ تصویب: ۱۳۹۷/۱۱/۰۱

## چکیده

هالیوود همواره، نماینده تفکر غربی بوده است و سعی نموده، تا برای اشاعه فلسفه ماده‌گرایانه‌اش، از ترویج پاگانسیم استفاده نماید. در این میان، فیلم‌های ابرقهرمانی یکی از بهترین ابزارها، می‌باشند؛ زیرا محبوبیت گسترده آن‌ها، سبب انتقال راحت‌تر پیام‌ها می‌گردد. یکی از تکنیک‌های مورد استفاده در این راه، استریوتایپ‌سازی از رنگ‌ها می‌باشد. با دقت در ظاهر ابرقهرمانان هالیوودی مشاهده می‌نماییم که این شخصیت‌ها، اغلب با لباس‌هایی به رنگ قرمز، آبی و زرد معرفی می‌شوند. ابرقهرمانانی که ادعای دفاع از آزادی‌های اجتماعی را دارند و در برابر دشمنانی می‌ایستند که تفکراتی مذهبی دارند و با ظاهری به رنگ‌های سبز، قهوه‌ای و بنفش به نمایش در می‌آیند. بدین شکل، مخاطب با دیدن رنگ‌هایی خاص و مراجعه به ضمیر ناخودآگاهش، به نوعی پیش‌داوری دست زده و هر آن‌که را به عنوان مثال با لباس سبز ببیند، دشمن پنداشته و شنل و یونیفورم قرمز را نماد یک نجات‌دهنده می‌پندارد. این تحقیق نیز با هدف شفاف‌سازی برای فعالان عرصه سینما، ابتدا، به روش توصیفی، پاگانسیم و تاریخچه ابرقهرمانان را بررسی می‌نماید و سپس به تحلیل و اثبات چگونگی استریوتایپ‌سازی رنگ‌ها می‌پردازد.

واژگان کلیدی: پاگانسیم، ابرقهرمان، هالیوود، رنگ، فیلم

1. DOI: 10.22051/ijh.2019.17404.1293

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد مهدی فنایی، با عنوان: چگونگی ترویج پاگانسیم در فیلم‌های ابرقهرمانی (طی سال‌های ۱۹۸۹ تا ۲۰۱۲ با تاکید بر سری فیلم‌های بتمن) است.

۲. دانشیار گروه پژوهش هنر دانشکده هنر و معماری دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران، نویسنده مسئول. hosseinabadi\_2007@yahoo.co.uk

۳. مهدی فنایی دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. mahdifanaei@gmail.com

## مقدمه

کشورهای استعمارگر، همواره به دنبال راه‌های نفوذ در جوامع دیگر و در نتیجه سلطه بر آن‌ها بوده‌اند. در این میان، یکی از رایج‌ترین روش‌ها برای شروع این رخنه، ایجاد سلطه اقتصادی می‌باشد که به مرور زمان، منجر به سلطه فرهنگی و بالعکس نیز خواهد شد. با این اوصاف، جامعه استعمارگر می‌بایست نسبت به کالاهای تولیدی خود، جذابیت و احساس نیاز ایجاد نماید. اما وارد کردن یک کالای فیزیکی به کشورهایی که گردانندگان آن ادعای استعمار ستیزی دارند، آسان نمی‌باشد. از این رو، کالای دیجیتال که هم‌زمان، هم جنبه اقتصادی و هم جنبه فرهنگی دارد، می‌تواند جایگزین بسیار مناسبی باشد و چه کالایی تاثیرگذارتر و محبوب‌تر از فیلم؟

گردانندگان کشوری مانند آمریکا نیز که بزرگ‌ترین صنعت فیلم‌سازی جهان و استودیوهای هالیوودی را در دست دارند، جهت الفاء تفکرات پاک‌نستی و فلسفه-های مدرن خود، مطمئناً، از این ابزار استفاده خواهند کرد و کارآمدترین ابزار، مطمئناً، فیلم‌های ابرقهرمانی خواهند بود. زیرا بیش‌ترین میزان محبوبیت و فروش را دارند.

ابرقهرمانان در فیلم‌های هالیوودی یا انسان‌هایی با قدرت‌های فراطبیعی هستند و یا خدایان باستانی از دوران کافرکیشی، که پا به دوران مدرن گذاشته‌اند. آن‌ها همواره از انسان‌ها در برابر دشمنانی مراقبت می‌کنند که به شکلی افراط‌گرایانه سعی در نابودی مردم یا سلطه بر آن‌ها را دارند. این دشمنان اغلب، انسان‌های امروزی را مردمی فاسد، گناه‌کار و دور مانده از راه خداوند می‌دانند و به همین دلیل، قصد دارند تا نقش دست خداوند یا منجی آسمانی را بازی کنند و زمین را از گناه و تباهی پاک نمایند. ارائه این نوع نگاه خشونت‌آمیز نسبت به افراد مذهبی، سبب می‌گردد تا مخاطب نیز نسبت به ادیان ابراهیمی و خدایی -که برای وی این قتل‌عام‌ها انجام می‌شود- احساس نفرت پیدا کند و پیامی را که توسط ابرقهرمانان منتقل می‌شود، پیامی صحیح و منطقی در نظر بگیرد.

سازندگان فیلم‌های ابرقهرمانی در جهت تزریق بهتر تفکرات ضد مذهبی و پاک‌نستی خود، دست به استریوتایپ سازی از رنگ‌ها نیز زده‌اند. بدین صورت که همواره، ابرقهرمانان را در لباس‌هایی با رنگ‌های خاص به نمایش گذاشته‌اند و دشمنان خداپرستانشان را نیز با رنگ‌هایی دیگر، تکرار این رنگ‌ها و تصاویر،

باعث می‌شود که مخاطب، این فرمول خاص را فراگیرد و در فیلم‌های بعدی نیز نسبت به رنگ‌ها حساس باشد. این مساله، باعث می‌شود تا فرایند رسوخ فلسفه‌ها و تفکرات مدرن غربی در ذهن مخاطب، آهنگ سریع‌تر و روان‌تری نیز به خود بگیرد.

## پیشینه تحقیق

از آن‌جا که، این تحقیق به چگونگی استریوتایپ‌سازی رنگ‌ها در فیلم‌های ابرقهرمانی می‌پردازد، در این رابطه، می‌توان نظرات ارزشمندی را از محققینی هم‌چون جرج شینیتز (Jörg Schweinitz) (۲۰۱۱)، در کتاب «فیلم و استریوتایپ (Film and stereotype)» یافت. هم‌چنین در خصوص استریوتایپ‌سازی از رنگ‌ها در جهت ایجاد ترس یا امید، می‌توان به پدیده‌ای به نام ترس از تهدید سبز (Fear of the green man)، اشارات بسیاری در کتاب‌های سیاسی یافت. در عبارت ترس از تهدید سبز، رنگ سبز نمادی از اسلام بوده و اشاره به اسلام‌هراسی دارد که پس از حادثه ۱۱ سپتامبر افزایش یافت.

پروفسور جان اسپوزیتو (John Esposito) (۱۹۹۹)، در کتاب «تهدید اسلام: افسانه یا واقعیت (The Islamic threat: Myth or reality)» و پروفسور داگلاس پرات (Douglas Pratt) (۲۰۱۶) نیز در کتاب «ترس از مسلمانان: نگاهی جهانی بر اسلام‌هراسی (Fear of Muslims: International Perspectives on Islamophobia)»، در برداشتی مشابه، رنگ سبز را پدیده‌ای برای استفاده در اسلام‌هراسی می‌شناسد؛ با این تفاوت که، وقوع انقلاب اسلامی ایران را سبب شروع این ترس می‌دانند. ارتباط رنگ سبز و اسلام‌هراسی در کتاب «گناهکار: حکم هالیوود برای اعراب (Guilty: Hollywood's Verdict on Arabs After 9/11)» نوشته جک شاهین (Jack G. Shaheen) (۲۰۰۸) نیز به صورت گسترده دیده می‌شود.

پایان‌نامه‌هایی را نیز می‌توان یافت که بر تاثیر روان‌شناسانه رنگ در سینما تاکید دارند. همانند پایان‌نامه لیلی همتی‌زاده (۱۳۹۰)، با عنوان «کاربرد روان‌شناسی و زیبایی‌شناسی رنگ و عناصر گرافیکی در سینمای معاصر» و پایان‌نامه حمید توکلی (۱۳۷۸)، با عنوان «رنگ در تصویر سینمایی» که هر دو، سینمای ایران را مورد مطالعه قرار داده‌اند. تحقیقات دیگری هم‌چون «تحلیل شیطان‌گرایی جدید از فضای مجازی» نوشته رفیعی (۱۳۹۶)؛ «بازنمایی آخرالزمان

در سینمای هالیوود «نقشه سرخیل (۱۳۹۱)» و «نقش هالیوود در سیاست خارجی آمریکا» نوشته هیلندی (۱۳۹۱) انجام شده است؛ که گرچه بر استفاده ابزاری از صنعت سینما تاکید دارند، اما به موضوعاتی متفاوت از این تحقیق می‌پردازند.

### روش تحقیق

این تحقیق، به روش توصیفی انجام شده است؛ ابتدا، به توضیح پاگانیزم و فیلم‌های ابرقهرمانی و تاریخچه آن‌ها می‌پردازد؛ در ادامه، پس از مشاهده و بررسی فیلم‌های ابرقهرمانی - که طی سال‌های ۱۹۸۹-۲۰۱۲ میلادی اکران شده‌اند - و ثبت لحظات مهم در قالب تصاویر دیجیتال، با روش تحلیلی، به صورت کامل، نحوه استفاده از رنگ و فیلمنامه را بیان می‌نماید.

### پاگانیزم

پاگانیزم، طیف گسترده‌ای از عقاید را شامل می‌شود و نمی‌توان معادل فارسی دقیقی برای آن، در نظر گرفت. همچنین ریشه کلمه «پاگان» به صورت دقیق مشخص نیست و محل بحث می‌باشد. با این حال، قدیمی‌ترین تعریفی که از کلمه پاگان وجود دارد، آن‌را برگرفته از کلمه لاتین «Paganus» معرفی می‌کند که در انگلیسی Rustic، ترجمه شده و به معنای «روستایی» می‌باشد. از قرن پنجم میلادی، مولفین مسیحی، اصطلاح Pagan را برای مردمانی روستایی به کار می‌بردند که هم‌چنان به سنت اجداد خود به «بت-پرستی» می‌پرداخته‌اند (Davies, 2011: 22-25).

امروزه پاگانیزم و مخصوصاً «پاگانیزم جدید» - که با اصطلاح Neo-Paganism و Modern Paganism شناخته می‌شود - به مذهبی اطلاق می‌گردد که همراه با جنبش‌های جدید دینی (New religious movements) از سال ۱۹۶۰ میلادی به بعد، به وجود آمده‌اند (Hunt, 2003: 147). این پدیده، در زبان فارسی با عنوان «عرفان‌های نوظهور» شهرت یافته است. طبق آمار سال ۲۰۱۲ میلادی، پیروان ادیان ابراهیمی، ۵۴ درصد از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند. بنابراین، ۴۶ درصد باقی مانده نیز شامل ادیانی می‌شود که معتقد به خدایی یکتا نیستند و یا دینی چند خدایی دارند (URL).

### ابرقهرمانان

از دهه ۱۹۳۰ میلادی و تقریباً هم‌زمان با سال‌های ابتدایی جنگ جهانی دوم، داستان‌های ابرقهرمانی در قالب کتاب‌های مصور در آمریکا رایج شدند و به سرعت، چنان پرتعداد شدند که از اواخر دهه ۳۰ تا اوایل دهه ۵۰ میلادی را «عصر طلایی کتاب‌های مصور»

می‌نامند. «مارول کامیکس (Marvel Comics)» امروزه، در کنار مجموعه مجلات «دی سی (DC)» جزو محبوب‌ترین مجلات مصور هستند که بیش‌ترین و مشهورترین شخصیت‌های ابرقهرمانی هم‌چون «سوپرمن» و «بتمن» را طراحی کرده‌اند. علاقه‌مندی به مجلات مصور از سوی مخاطبین، در خلال جنگ سرد (Cold War)، کاهش یافت. اما با شروع قرن بیست و یکم، موج جدیدی از «ابرقهرمان‌ها» این بار در قالب فیلم وارد عرصه سینما شدند و تولدی دوباره در این حوزه، شکل گرفت (York, 2012: 36).

همان‌گونه که جنگ‌های جهانی، سبب رشد محبوبیت ابرقهرمان‌ها در مجلات شدند، به نظر می‌رسد، با وجود جنگ‌های مختلف در سطح جهان - که اکثر ایشه مذهبی دارند - مردم، نیاز بیش‌تری به ابرقهرمان‌های سکولاری پیدا نموده‌اند که نقش مدافع و نجات‌دهنده را در برابر افراط‌گرایان مذهبی برای آن‌ها ایفا نمایند.

### استریوتایپ نمودن رنگ‌ها

در روان‌شناسی اجتماعی، «استریوتایپ» به تفکری گفته می‌شود که در ذهن افراد یک جامعه شکل می‌گیرد؛ در حالی که، ممکن است این طرز فکر، برابر با واقعیت نبوده باشد و به‌گونه‌ای پیش‌داوری منجر شود (McGarty, 2002: 15). یکی از راه‌های ایجاد استریوتایپ، استفاده از رنگ است؛ به‌عنوان مثال، در فرهنگ آمریکایی، رنگ آبی در لباس، همواره، نمادی از جنس مذکر و صورتی، نمادی از جنس مونث می‌باشد. بررسی فیلم‌های ابرقهرمانی نیز نشان می‌دهد که در طراحی ابرقهرمانان برای ایجاد استریوتایپ در ذهن مخاطب، اغلب از سه رنگ: «قرمز»، «آبی» و «زرد» استفاده شده است. اما شخصیت‌های پلید، در بیش‌تر موارد با رنگ «سبز»، «بنفش» و «قهوه‌ای» به تصویر درآمده‌اند. استفاده از این رنگ‌ها در جامعه غربی، دلایلی هنری و تاریخی دارد. برخی از این دلایل به شرح زیر می‌باشند:

- **قدرت جلب توجه:** سه رنگ قرمز، آبی و زرد - که رنگ‌های اصلی نیز می‌باشند - نسبت به رنگ‌های ترکیبی، قابلیت بیش‌تری برای جلب توجه دارند. «تحقیقات نشان می‌دهند که قرمز، بیش‌ترین قابلیت را برای جلب توجه دارد؛ و در یک تصویر، فردی که لباس قرمز پوشیده باشد، نسبت به دیگر افراد نزدیک‌تر به نظر می‌رسد؛ حتی اگر آن‌ها در یک فاصله برابر، قرار گرفته باشند» (Heller, 2000: 48). این مساله، درباره دو رنگ آبی و زرد نیز صادق است.

- **نماد قدرت و ثروت:** رنگ قرمز در غرب، همواره توسط طبقه اشراف برای نمایش قدرتشان مورد استفاده قرار می‌گرفته است. «قرمز، رنگ پرچم

امپراتوری بیزانس بود و در شهر ونیز، اشرافی‌ها از لباس‌های قرمز استفاده می‌کردند» (Butler, 2009: 39). رنگ آبی نیز در دوره‌های مختلف، نمادی از قدرت بوده است؛ چنان که «لوئی نهم، اولین پادشاه فرانسه بود که لباس‌هایی به رنگ آبی پوشید و باعث شد تا اشراف‌زادگان این سنت را دنبال نمودند و به مرور زمان، در اروپا، آبی تبدیل به رنگ سلطنتی شد» (Pastoureau, 2000: 51). رنگ زرد نیز به صورت تاریخی با پول مرتبط بوده و «در دوره رنسانس، نمادی از بیهودا بود؛ که به خاطر چند سکه طلا، به مسیح خیانت کرد» (Heller, 2000: 82).

**- نمادی ضد مذهب:** رنگ‌های آبی، زرد و مخصوصاً قرمز در گذر زمان، تبدیل به نمادی ضد مذهب شده‌اند؛ به عنوان مثال، آلو استیفلر، در کتاب «نمادهای ایمان مسیحی»، اشاره می‌کند که در هنر مسیحی، شیطان معمولاً با پوششی سرخ رنگ به تصویر در می‌آید (Steffler, 2002: 132). فردریش گوستاو، دانشمند آلمانی هم معتقد است که قرمز، همواره به عنوان پدیده‌ای تاریک و پلید دیده شده و مخصوصاً در الهیات مسیحی با روابط جنسی، گناه و شیطان مرتبط بوده است (Friedrich, 1812: 320). سه رنگ سبز، قهوه‌ای و بنفش، بیش‌تر در طراحی لباس شخصیت‌هایی استفاده شده‌اند که دشمن ابرقهرمانان می‌باشند. برخی از دلایل استفاده از این سه رنگ، ریشه‌ای تاریخی دارند که در ادامه، به برخی از آن‌ها، اشاره خواهیم کرد:

**- رنگ سبز:** به صورت سنتی از دیدگاه جوامع غربی، نمادی از اسلام دیده شده است که این مسأله، می‌تواند به دلایل مختلف باشد: ۱. لباس بهشتیان در قرآن، سبز رنگ توصیف شده است (۲۱/۷۶). در احادیث نیز آمده است که پرچم حضرت محمد (ص) سبز بوده است (طباطبائی، ۱۳۸۵: ۱۶۷). ۲. پرچم سلسله شیعیان فاطمی - که در طی دو قرن بر بخش بزرگی از خاورمیانه حکومت می‌کرده - سبز رنگ بوده است و به همین خاطر، طی جنگ‌های صلیبی، هنرمندان مسیحی، رنگ سبز را به عنوان نمادی از اسلام می‌شناختند. ۳. «در زمان حکومت مسلمانان در اسپانیا، مسیحیان و یهودیان، فقط اجازه داشتند لباس‌هایی به رنگ آبی بپوشند؛ زیرا رنگ سبز، مخصوص مسلمانان بود» (Varichon, 2005: 175). امروزه نیز پرچم بسیاری از کشورهای مسلمان از جمله عربستان، سبز رنگ می‌باشد و پس از گذشت قرن‌ها، هم‌چنان رنگ سبز به عنوان نمادی از اسلام دیده می‌شود.

**- رنگ قهوه‌ای:** در طول تاریخ، به عنوان نمادی از طبقه پایین جامعه بوده است. آن چنان که «در قرون وسطی نیز رنگ قهوه‌ای مختص طبقه فقیر و بربرها

بوده است» (Britnell, 1986: 55). البته، «در دهه ۱۹۲۰ میلادی، رنگ قهوه‌ای تبدیل به رنگ حزب نازی آلمان شد و در پایان به قدرت رسیدن حزب نازی در سال ۱۹۳۳ میلادی نیز به انقلاب قهوه‌ای شهرت یافت» (Toland, 1978: 42). به‌طور کلی، امروزه هیتلر و حزب نازی، به خاطر ضدیت با یهودیان، روابط با مسلمانان فلسطین و عقاید افلاطونی‌شان، توسط رسانه‌های غربی به عنوان پدیده‌هایی کاملاً منفور معرفی می‌شوند و اغلب، در فیلم‌های هالیوودی، شخصیت‌هایی که هم‌چون هیتلر، تفکراتی سلطه‌جویانه و تمامیت‌خواه دارند، با لباس‌هایی به رنگ قهوه‌ای معرفی می‌شوند.

**- رنگ بنفش:** در عقاید مسیحی رنگ بنفش، سمبلی از توبه است و کشیشان به هنگام شنیدن اعترافات دیگران، لباسی بنفش به تن می‌کنند. اوا هلر، جامعه‌شناس آلمانی نیز در این باره می‌نویسد: «در غرب، رنگ بنفش بیش‌تر از هر رنگ دیگری، به عنوان نمادی از ایمان و تقوای الهی شناخته می‌شود» (Heller, 2000: 162). اما رسانه‌های غربی و مخصوصاً فیلم‌های هالیوودی از رنگ بنفش برای نمایش جادوگران پلید و شخصیت‌های بد فیلم استفاده می‌کنند. شخصیت‌هایی که غالباً تفکرات مذهبی دارند و به خداوندی که در ادیان ابراهیمی معرفی شده است، ایمان دارند.

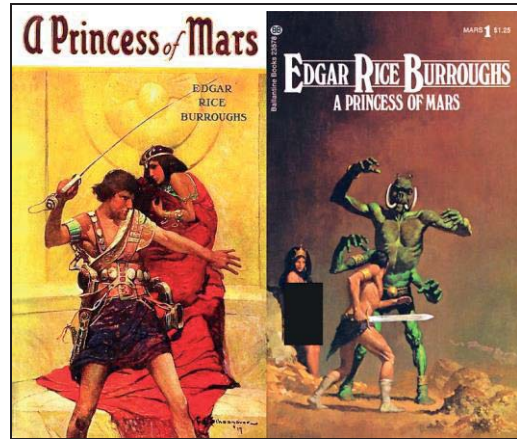
#### استریوتایپ‌سازی رنگ‌ها در مجلات مصور

استریوتایپ نمودن رنگ‌ها در «فیلم‌های ابرقهرمانی» از منبع اصلی آن‌ها، یعنی «مجله‌های مصور ابرقهرمانی» نشأت می‌گیرد. اما همین کدهای رنگی نیز - همان‌طور که در بخش قبلی به آن اشاره شد - به صورت کاملاً تدریجی، در فرهنگ و هنر غربی شکل گرفت و در اواسط قرن بیستم میلادی، با محبوبیت یافتن مجلات مصور در میان عامه مردم، فرمول‌های دقیق‌تری برای استفاده از این رنگ‌ها ایجاد شد.

در سال ۱۹۱۷ میلادی، ادگار رایس باروز (Edgar Rice Burroughs)، نویسنده آمریکایی، مجموعه داستان‌هایی علمی - تخیلی شاهزاده خانمی از مریخ (Princess of Mars) را منتشر کرد؛ گرچه کاملاً مصور نبود. اما استریوتایپ‌سازی از رنگ‌ها را می‌توان در معدود تصاویر آن و شرح و وصف‌های موجود در داستان، به وضوح مشاهده کرد. این کتاب، ماجراهای مردی زمینی را روایت می‌کند که به صورت اتفاقی، به مریخ رفته و در میان درگیری‌های اقوام مختلف موجود در این سیاره، قرار می‌گیرد که هر کدام رنگ خاصی دارند. «قرمزها، نژادی کاملاً متمدن هستند. به حریم خصوصی یک‌دیگر احترام می‌گذارند و برقراری عدالت



برایشان اهمیت دارد. با وجود این که از تکنولوژی‌های بسیار پیشرفته‌ای استفاده می‌کنند، هم‌چنان برای مفاهیمی، هم‌چون عشق و احترام به خانواده ارزش قائلند» (Slotkin, 1998: 132).



تصویر ۱- نمونه جلدهای طراحی شده برای کتاب شاهزاده خانمی از مریخ، تصویر سمت راست، نژاد سبز را نشان می‌دهد که نژادی وحشی هستند و جلد سمت چپ، زنی از نژاد قرمز را نشان می‌دهد که مردمی متمدن هستند؛ اثر ادگار رایس باروز، ۱۹۱۷ میلادی (URL2).

دو رنگ «قرمز» و «سبز» به عنوان نمادهایی از «تمدن» و «وحشی‌گری»، در مقابل هم قرار داده شده‌اند.

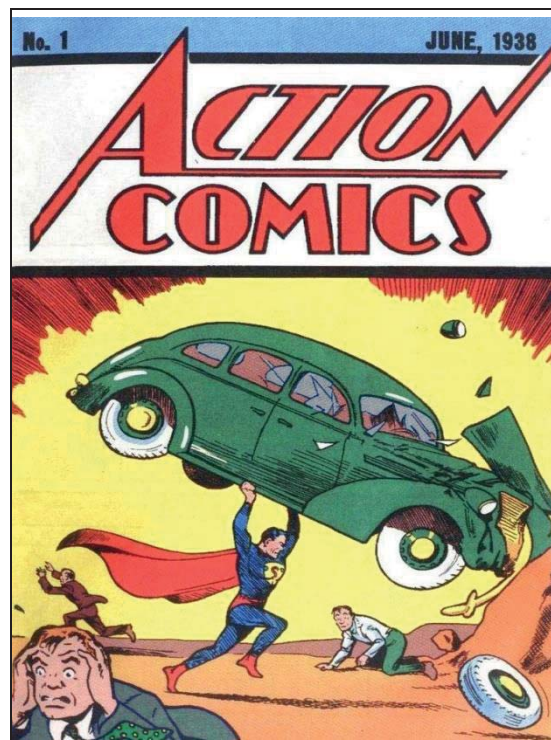
سرانجام در سال ۱۹۳۸ میلادی، اولین شماره از مجله اکشن کامیکس (Action Comics) با معرفی «سوپرمن» (Superman) منتشر شد. این بار، داستان و طراحی-ها، کاملاً فکر شده هستند و فرمول‌های رنگی انتخاب شده در اولین شماره از مجله اکشن کامیکس برای معرفی ابرقهرمانان و دشمنان‌شان تا به امروز نیز هم‌چنان مورد استفاده قرار می‌گیرند. این مساله، حتی از جلد اولین شماره این مجله نیز کاملاً هویداست. جایی که سوپرمن در جامه‌ای «آبی» رنگ، همراه با شنلی «قرمز» و نشانی «زرد» در حال نابود کردن اتومبیلی «سبز رنگ» است. در واقع، این کدهای رنگی، تا قبل از این هم، در آثار مختلف استفاده شده بودند؛ اما هیچ‌کدام به اندازه طراحان مجله اکشن کامیکس، دقیق و هدفمند نبودند.



تصویر ۳- بخش‌هایی از صفحات داخلی شماره ۲۷ مجله دیتکتیو کامیکس، بتمن برای اولین بار در این مجله معرفی می‌شود، ۱۹۳۹ میلادی (URL3).



تصویر ۴- فیلم سوپرمن، کارگردان: ریچارد دایر، ۱۹۷۸ میلادی (آرشیو نگارنده).



تصویر ۲- جلد اولین شماره از مجله اکشن کامیکس، طراحی شده توسط جو شوستر، ۱۹۳۸ میلادی (URL3).

اما در مقابل «نژاد سبز، موجوداتی وحشی و جنگ-طلب هستند و تشکیل خانواده نمی‌دهند. آن‌ها به دوستی و محبت اعتقادی ندارند و از شکنجه‌کردن لذت می‌برند. به صورت جمعی و قبیله‌ای زندگی می‌کنند» (Ibid: 184). همان‌طور که، اشاره شد در این مجموعه کتاب‌ها، که محبوبیت زیادی نیز یافتند، کاملاً

هم‌زمان با آغاز جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۳۹ میلادی، یکی دیگر از محبوب‌ترین ابرقهرمانان آمریکایی، یعنی «بتمن» در شماره ۲۷ مجله دیتکتیو کامیکس (Detective Comics) معرفی گردید. بر روی جلد این مجله، بتمن را می‌بینیم که مردی را با کت و شلوار سبزرنگ دستگیر نموده است و در صفحات داخلی نیز اغلب دشمنان و شخصیت‌های پلید

داستان، با لباس‌هایی به رنگ سبز و قهوه‌ای به تصویر درآمده‌اند. در حالی که، دو رنگ آبی و زرد از شناسه-های لباس بتمن هستند. به‌طور کلی، استفاده از فرمول تقابل رنگ‌ها، مخصوصاً برای شناساندن شخصیت‌های بد در داستان‌های مصور بتمن، در طی زمان، جلوه بیش‌تری نیز پیدا می‌کند و رنگ‌های قهوه‌ای و مخصوصاً سبز و بنفش، تبدیل به رنگ اصلی در طراحی دشمنان بتمن می‌گردد.

هم‌چنین در میان فیلم‌های ابرقهرمانی، از اولین شماره از سری فیلم‌های «سوپر من»، این شخصیت همواره در لباسی با سه رنگ «قرمز، آبی، زرد» به نمایش در می‌آید. اما آنچه می‌تواند سوپرمن را نابود کند، سنگی از سیاره اصلی سوپرمن با نام «کریپتون» است که رنگی «سبز» دارد و این رنگ نیز در تمام فیلم‌های سوپرمن تغییر نکرده است. در واقع، رنگ سبز نماینده سیاره کریپتون می‌باشد، سیاره‌ای که پیش از نابودی شدن، حکومتی افلاطونی، شبه مذهبی و بدون احساسات انسانی داشته است.



تصویر ۵- انتقام جویان، تصویر راست: ابرقهرمانانی همچون کاپیتان آمریکا و مرد آهنین، چپ: لوکی شخصیت پلید فیلم، کارگردان: جاس ویدون، ۲۰۱۲ میلادی.

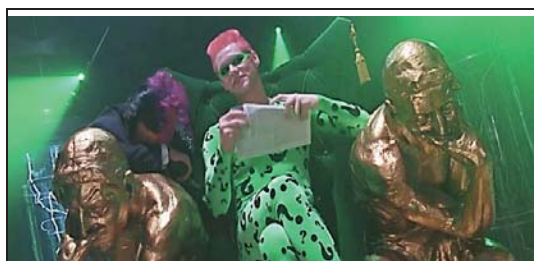
در اولین شماره از فیلم‌های انتقام جویان - که در سال ۲۰۱۲ میلادی، ساخته شده است - تقریباً تمام ابرقهرمانان، مانند کاپیتان آمریکا، مرد آهنین، ثور و دیگر شخصیت‌ها، لباس‌هایی متشکل از سه رنگ قرمز، آبی و زرد دارند. در مقابل، شخصیت پلید فیلم با نام «لوکی» که قصد دارد انسان‌ها را مجبور به پرستش خود نماید، لباسی عمدتاً، سبز رنگ به تن دارد. شخصیتی طراحی شده است که موضوع پرستش خدا در ادیان مختلف را زیر سوال ببرد.

شنل و لباس بتمن در داستان‌های مصور با ترکیبی از رنگ‌های «آبی و زرد» طراحی شده‌اند، اما در نسخه ۱۹۸۹ که «تیم برتون» آنرا کارگردانی نموده، بیش‌تر لباس، سیاه رنگ شده و تنها رنگ «زرد» کمربند و نشان بتمن باقی مانده است. شخصیتی که در این فیلم در برابر بتمن می‌ایستد، مردی به نام «جوکر» است که مردم شهر «گاتهام» را انسان‌هایی گناه‌کار می‌بیند. حال سازندگان فیلم، چنین شخصیتی را - که ضد آرمان‌ها و فلسفه غربی بوده و گرایش‌های مذهبی دارد -

با رنگ‌های «سبز و بنفش» مشخص می‌کنند و این رنگ‌ها، نه تنها در لباس وی دیده می‌شوند، بلکه هر آنچه در فیلم، خطرناک، عامل ایجاد وحشت و ضد فلسفه غربی باشد، با رنگ‌های بنفش، قهوه‌ای و مخصوصاً سبز، به نمایش در می‌آیند.



تصویر ۶- بتمن، جک نیپیر در لباسی به رنگ بنفش و سبز بعد از تبدیل شدن به شخصیت جوکر، کارگردان: تیم برتون، ۱۹۸۹ میلادی (آرشیو نگارنده).



تصویر ۷- بتمن برای همیشه، ریدلر و مرد دوچهره با رنگ سبز و بنفش بر روی تخته قهوه‌ای نشسته‌اند، کارگردان: جوئل شوماخر، ۱۹۹۵ میلادی (آرشیو نگارنده).

در تیتراژ «بتمن برای همیشه» ۱۹۹۵ میلادی، نام بازیگری که نقش یک ابرقهرمان را بازی می‌کند، با یکی از سه رنگ «قرمز، آبی، زرد» به نمایش در می‌آید و ضدقهرمانان با سه رنگ «سبز، قهوه‌ای و بنفش». در بتمن برای همیشه، شاهد شخصیت منفی «ریدلر» هستیم که با کمک «مرد دوچهره» تکنولوژی را اختراع می‌کند که به تلویزیون‌های شهر متصل شده و می‌تواند ذهن تمام مردم شهر را کنترل نماید. نکته مهم اینجاست که لوگوی این تکنولوژی، شبیه «صلیب» به نمایش در می‌آید و حتی نوری که از این دستگاه ساطع می‌شود، «سبز» است.

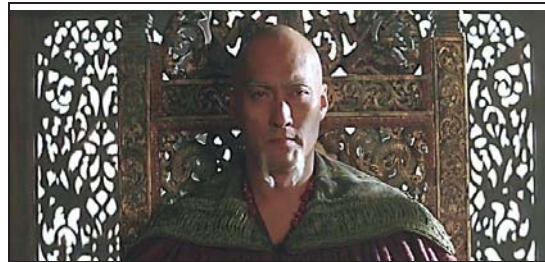


تصویر ۸- شوالیه تاریکی، شخصیت جوکر با لباس و موهایی به رنگ سبز و بنفش، کارگردان: کریستوفر نولان، ۲۰۰۸ میلادی.

در «بتمن آغاز می‌کند» ۲۰۰۵ میلادی، باز هم بتمن را در کودکی با لباس «قرمز و آبی» می‌بینیم و در



اواخر فیلم نیز کسی که بتمن، شخصا او را نجات می‌دهد، کودکی است با لباس «قرمز». اما شخصیت بد فیلم «رأس الغول» است. او نامی عربی دارد، از سرزمینی مسلمان برمی‌خیزد؛ اولین بار با سه رنگ «سبز، قهوه‌ای و بنفش» نشان داده می‌شود و رهبر گروهی از تروریست‌ها، با نام «لیگ سایه‌ها» است، که قصد دارند مردم شهرهای بزرگ را -که در گناه فرو می‌روند- قتل عام کنند؛ تا زمین بتواند دوباره به تعادل بازگردد. با این اوصاف، بتمن مدافع آزادی‌های غربی خواهد بود و دشمنانش افراط‌گرایان و خشونت‌طلبان مذهبی هستند که آزادی‌ها را گناه می‌بینند.



تصویر ۹- بتمن آغاز میکند، رأس الغول شخصیت منفی فیلم در کنار رنگ‌های سبز، بنفش و قهوه‌ای، کارگردان: کریستوفر نولان، ۲۰۰۵ میلادی (آرشیو نگارنده).

«شوالیه تاریکی» (۲۰۰۸ میلادی)، داستان شوالیه‌ای را تعریف می‌کند که از تاریکی برخاسته و مدافع آن نیز می‌باشد. در واقع، تاریکی که سمبل اهریمن بوده، حال، نماد خوبی است. شخصیت منفی فیلم، یعنی «جوکر»، باز هم سعی دارد، ثابت نماید که مردم شهر گاتهام، تبدیل به مردمی فاسد و گناهکار شده‌اند. شهری که در واقعیت نماد نیویورک، دومین شهر بزرگ جهان می‌باشد. شخصیت جوکر، هم‌چنان با لباس‌های «سبز و بنفش» دیده می‌شود. یعنی باز هم آنچه در مقابل شخصیت‌های ضد خدا و پاگانیست می‌ایستد، مردی افراط‌گرا با ظاهر سبز و بنفش است.



تصویر ۱۰- شوالیه تاریکی قیام می‌کند، دشمنان بتمن در لباس‌های قهوه‌ای رنگ، کارگردان: کریستوفر نولان، ۲۰۱۲ میلادی (آرشیو نگارنده).

در «شوالیه تاریکی قیام می‌کند» (۲۰۱۲ میلادی)، بتمن، هنگامی که لباس سیاه خود را به تن ندارد، از رنگ «آبی» استفاده می‌نماید، رنگی که در لباس دوستان وی نیز دیده می‌شود. شخصیت منفی فیلم

هم زنی به نام «تالیا» است که لباسی «قهوه‌ای» و با طرح‌های اسلامی می‌پوشد؛ و قصد دارد تا با انفجار یک بمب اتمی، شهر را از مردم گناهکار پاک نماید. اما در پایان فیلم، بتمن جلوی آن‌ها را می‌گیرد و این پیام را به مخاطب منتقل می‌نماید که هرچند جامعه غربی دچار مشکلاتی باشد، باز هم باید به فلسفه ماده‌گرا و انسان مدار آن، وفادار ماند؛ زیرا قبول حاکمیت یک تفکر مذهبی و خدا محور، باعث از بین رفتن آزادی‌های انسان غربی و نابودی جامعه خواهد شد.

### نتیجه‌گیری

پاگانیسم به معنای چند خداپرستی و یا انکار وجود خدای یکتا، تاریخی به قدمت خود بشر دارد و همواره، عده‌ای سعی در ترویج آن داشته‌اند. زمانی، ادیان پاگان به کمک معابد و کاهنان به ترویج عقاید خود می‌پرداخته‌اند؛ اما امروزه، تفکرات پاگانیستی، به‌راحتی از طریق رسانه‌های جمعی مختلف به اذهان جهانیان رسوخ می‌کند.

اگر زمانی کاهنان مردم را به پرستش خدایان و بت‌ها تشویق می‌کردند، امروزه بت‌های سنگی و چوبی، جای خود را به بت‌های دیجیتال داده‌اند. ابرقهرمانان فیلم‌های هالیوودی، با قدرت‌های خدا گونه‌شان، به‌خوبی جای خالی الهه‌ها و خدایان مصری و یونانی را پر کرده‌اند و بر عاشقان آن‌ها نیز روز به روز افزوده می‌شود.

در این میان، هالیوود برای آن‌ها که ابرقهرمانانش را -که نماد خدایانی نیک هستند- از دشمنانشان -که تفکراتی یکتاپرستانه دارند- راحت‌تر متمایز نماید، از استریوتایپ کردن رنگ‌ها استفاده می‌کند. ابرقهرمانان را با لباس‌های «قرمز»، «آبی» و «زرد» به نمایش می‌گذارد و دشمنان دین‌گرا را با رنگ‌های «سبز»، «بنفش» و «قهوه‌ای».

به این ترتیب، با تکرار استریوتایپ‌های رنگی در قالب فیلم‌های مختلف، مخاطب بلافاصله با دیدن این رنگ‌ها و مراجعه به ضمیر ناخودآگاهش، به نوعی پیش‌دوری دست زده و هر آن‌که را به عنوان مثال با لباس سبز ببیند، دشمن پنداشته و شل و یونیفورم قرمز را نماد یک نجات‌دهنده می‌پندارد.

ابرقهرمانان، طرفدار آزادی انسان‌ها هستند و علم را بر عقاید به اصطلاح خرافی مذهبی ترجیح می‌دهند. در حالی که خداپرستان، انسان‌هایی خشک، مخالف آزادی و خشونت‌طلب معرفی می‌شوند. گرچه در واقعیت نیز، هستند خدا باورانی که چنین ویژگی‌هایی دارند و در تاریخ نیز، کلیسا تا پیش از دوره رنسانس، نماد چنین

- McGarty, C. et al. (2002). *Stereotypes as Explanations: The formation of Meaningful Beliefs about Social Groups*. U.K.: Cambridge University Press.
- Nolan, Ch. (2005). *Batman Begins*. United States: Legendary Pictures [Video File].
- Nolan, Ch. (2008). *The Dark Knight*. United States: Legendary Pictures [Video File].
- Nolan, Ch. (2012). *Dark Knight Rises*. United States: Legendary Pictures [Video File].
- Pastoureau, M. (2000). *Bleu. Histoire d'une Couleur*. Paris: Editions du Seuil.
- Rafiee, A. (2017). *Analysis of New Satanism of Cyberspace* (M.A. Thesis). Qom: Al-Mostafa University (Text in Persian).
- Schweinitz, J. (2011). *Film and Stereotype: A Challenge for Cinema and Theory*. New York: Colombia University Press.
- Shaheen, J. G. (2008). *Guilty: Hollywood's Verdict on Arabs After 9/11*. U.K.: Olive Branch Pr.
- Slotkin, R. (1998). *Gunfighter Nation: The Myth of the Frontier in Twentieth-Century America*. New York: University of Oklahoma Press.
- Sorkhil, Z. (2012). *Reproduction of the Apocalypse in Hollywood Cinema* (M.A. Thesis). Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Text in Persian).
- Steffler, A. W. (2002). *Symbols of the Christian Faith*. U.S.: Eerdmans.
- Tabataba'i, M.H. (2006). *Sonan ul-Nabi (Life & Traditions of the Holy Prophet)*. Qom; Salat (Text in Persian).
- Tavakkoli, H. (1999). *Color in Cinema Pictures* (M.A. Thesis). Tarbiat Moadres University, Tehran, Iran (Text in Persian).
- The Holy Quran*. (2010). (Mehdi Elahi Qomshei, Trans.). Qom: Dar Al-Saqallain (Text in Persian).
- Toland, J. (1978). *Hitler: The Pictorial Documentary of his Life*. New York: Doubleday.
- Varichon, A. (2005). *Colors: Pigments and Dyes in the Hands of Peoples*. Paris: Editions du Seuil.
- York, Ch. & York, R. (2012). *Comic Books and the Cold War: 1946-1962: Essays on Graphic Treatment of Communism, the Code and Social Concerns*. U.S.: McFarland & Company.

#### URLs:

- URL1. <http://www.britannica.com>
- URL2. <https://www.wikia.com>
- URL3. <http://www.wikipedia.org>

فعالیت‌های افراط‌گرایانه‌ای بوده است. اما یکتاپرستی در ذات آموزه‌های خود، مروج اعتدال می‌باشد. از این‌رو، می‌بایست با تشریح استراتژی‌های به‌کار رفته در فیلم‌های ابرقهرمانی و شیوه‌های ترویج پاگانسیسم، در برابر ایجاد تفکرات نادرست، روشنگری نمود و جامعه و مخاطبانی پرورش دهیم که نسبت به آنچه تماشا می‌نمایند، نگاهی نقادانه‌تر داشته و خود حافظ سلامت روح و ذهن خود باشند.

#### منابع

- قرآن کریم، (۱۳۸۹)، ترجمه مهدی الهی قمشه‌ای، انتشارات دارالثقلین، قم.
- بیلندی، عباس (۱۳۹۱). *نقش هالیوود در سیاست خارجی آمریکا*، کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- توکلی، حمید (۱۳۷۸). *رنگ در تصویر سینمایی*، کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- رفیعی، احمد (۱۳۹۶). *تحلیل شیطان‌گرایی جدید از فضای مجازی*، کارشناسی ارشد، دانشگاه المصطفی.
- سرخیل، زهرا (۱۳۹۱). *بازنمایی آخرالزمان در سینمای هالیوود*، کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- طباطبائی، محمد حسین (۱۳۸۵). *سنن النبوی*، قم: صلاه.
- همتی‌زاده، لیلی (۱۳۹۰). *کاربرد روان‌شناسی و زیبایی‌شناسی رنگ و عناصر گرافیکی در سینمای معاصر*، کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

#### References:

- Bilandi, A. (2012). *Hollywood's Role in the U.S. Foreign Policy* (M.A. Thesis). Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Text in Persian).
- Britnell, R.H. (1986). *Growth & Decline in Colchester, 1300-1525*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burroughs, E. R. (1917). *A Princess of Mars*. U.S.: Harvard University.
- Burton, T. (1989). *Batman*. U.S.: Warner Bros [Video File].
- Butler Greenfield, A. (2009). *A Perfect Red: Empire, Espionage, and the Quest for the Color of Desire*. New York, London, Toronto, Sydney: Harper Perennial.
- Pratt, D., & Woodlock. R. (2016). *Fear of Muslims: International Perspectives on Islamophobia*. New York: Springer.
- Davies, O. (2011). *Paganism: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Donner, R. (1978). *Superman*. United States: Film Export [Video File].
- Esposito, J. L. (1999). *The Islamic Threat: Myth or Reality*. New York: Oxford University Press.
- Heller, E. (2009). *Psychologie De La Couleur - Effets et Symboliques*. pp. 48 and 58.
- Hemmati Zadeh, L. (2011). *Application of Psychology & Aesthetics of Color & Graphic Elements in Contemporary Cinema* (M.A. Thesis). Central Tehran Azad University, Tehran, Iran (Text in Persian).
- Hunt, S. J. (2003). *Alternative Religions: A Sociological Introduction*. U.K.: Ashgate Publishing.
- Oehler, G. F. (1812). *Theology of the Old Testament*. New York: Funk & Wagnalls.



# A Study of Promotion of Paganism in Superhero Movies through Stereotype Making of Colors (With an Emphasis on Batman Series of 1989-2012)<sup>1</sup>

Z. Hosseinabadi<sup>2</sup>  
M. Fanaei<sup>3</sup>

Received: 2017-09-29  
Accepted: 2019-01-21

## Abstract

The Hollywood has always represented the western philosophy and thought and has endeavored to promote their materialistic approaches through paganism. To this purpose, one of the best Hollywood tools is the production of superhero movies because the popularity of these types of movies facilitates the delivery of the message to the audience.

Color stereotyping is one of the main methods used to this end. Focusing on the appearance of Hollywood superheroes, we find out that most of these characters wear red, blue and yellow clothes. These superheroes claim to defend the human rights and social freedom and are ready to wipe the earth of sins and corruption through any violent action. They stand against those enemies with religious thoughts who are displayed wearing green, brown and purple colors. This way of stereotyping colors can facilitate the process of transferring messages and the audience mind may relate these colors with what they see in reality and thus, the Hollywood studio owners achieve the aimed results. In fact, watching these clichés and checking in into their subconscious minds, the audience come to this prejudgment that anyone wearing green clothes is enemy while those in red are the saviors.

This research conducted aiming to shed light on the atmosphere for cinema activists, will first cover paganism and the history of superheroes through a descriptive method followed by analyzing the process of color stereotype making by Hollywood superhero movies and the way in which characterization, dialogue and script is trying to demonstrate its anti-religious, superheroes as protectors of human rights, and the enemies of this western superheroes as some extremists whom, with their religious beliefs and for the sake of God, are ready to do anything against humans.

**Keywords:** Paganism, Superhero, Hollywood, Film, Color, Stereotype.

<sup>1</sup>DOI: 10.22051/jjh.2019.17404.1293

<sup>2</sup>Associate Professor, Faculty of Art & Architecture, University of Sistan and Baluchestan (Corresponding Author). Hosseinabadi\_2007@yahoo.co.uk

<sup>3</sup>M.A. Student, Faculty of Art & Architecture, University of Sistan and Baluchestan. mahdifanaei@gmail.com