

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۲۴

تاریخ چاپ مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱

پیام زین العابدینی^۱، بهروز محمودی بختیاری^۲

خودنگاری مخاطب در فضای فیلمیک سینمای دفاع مقدس

چکیده

سینمای جنگ معمولاً در سراسر جهان با اقبال عمومی از سوی فیلم‌سازان و مخاطبان مواجه می‌شود. کسب جوایز جشنواره‌های جهانی توسط آثار شاخص این ژانر، به همراه تحلیل‌ها و نقدهای متعدد متخصصین سینما، و آمار تولید و فروش بالای این تولیدات؛ مویذ این ادعاست. جنگ هشت‌ساله ایران و عراق نیز مورد توجه فعالان رسانه سینما بوده و آن‌ها چه در زمان جنگ و چه اکنون که سالها از آن واقعه می‌گذرد، مضامین جنگی را در آثارشان به تصویر کشیده و در بازنمایی و پاسداشت این رخداد کوشیده‌اند؛ به صورتی که ویژگی‌های مختلف و نقش‌های کارکردی خاص فیلم‌های جنگی ایرانی از نقاط تمایز آثار سینمایی ایرانی با تولیدات دیگر کشورهای جهان به شمار می‌رود. تولیدات ژانر جنگی یا دفاع مقدس ایران را می‌توان به ۶ دوره تقسیم نمود؛ که هر کدام از آنها وجوه و شاخصه‌های منحصر بفردی دارند. برخی از مخاطبان به هنگام تماشای فیلم، خود را در جایگاه شخصیت‌های اصلی آن می‌بینند. این رفتار تماشاگر، بین خود واقعی و خود مورد علاقه‌اش - که قهرمان یا شخصیت اصلی فیلم آن را اجرا می‌کند-، خودنگاری خاصی را نزد او بوجود می‌آورد که کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش حاضر با هدفی کاربردی در صدد رفع خلاء علمی در این زمینه است؛ و مسئله اصلی آن واکاوی کارکرد و نقش سینمای دفاع مقدس در ایجاد رابطه تعاملی و خودنگاری مخاطب با کنش‌گران اصلی در فضای فیلم است. روش این پژوهش، کیفی و بر اساس شیوه پدیدارشناسی هرمنوتیکی و بر مبنای جمع‌آوری اطلاعات از آرشیوها، منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه بدون ساختار و نمونه‌گیری هدفمند است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که خودنگاری مخاطب متأثر از همذات‌پنداری، همدلی، خودبازتابندگی، همانندسازی، خودآگاهی، غوطه‌وری، عاملیت و دیگرانگاری است که توسط شیوه‌های بیانی گوناگون در دوره‌های تاریخی فیلم‌های دفاع مقدس ایران صورت گرفته است.

واژگان کلیدی: خودبازتابی، خودآگاهی، خودپنداری، سینمای ایران، سینمای دفاع مقدس

^۱ پسادکتری پژوهش هنر، استادیار گروه هنرهای نمایشی دانشگاه تهران، ایران.

^۲ دانشیار گروه هنرهای نمایشی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول).

مقدمه و بیان مسئله

جنگ بین ایران و عراق، یکی از فرسایشی‌ترین نبردهای قرن حاضر است، که به سختی می‌توان نمونه‌ای شبیه آن در سطح بین‌الملل یافت. جامعه ایرانی تجربه‌ای این چنین دهشتناک نداشت. همچنین هنر و هنرمندان تا آن لحظات با آن روبه‌رو نشده بودند و درکی از آن نداشتند که رویدادها و تبعات آن را در آثارشان بازتاب و بازنمایی کنند. سینمای ایران نیز سابقه‌ای کهن و بیش از یک سده دارد، اما پرداختن به جنگ و مضامین آن در سینمای ایران اندکی بعد از آغاز جنگ تحمیلی ایران و عراق آغاز شد، و «وقوع جنگ تحمیلی به‌عنوان یک رویداد مهم و سرنوشت‌ساز سیاسی - اجتماعی سینمای ایران را تحت تأثیر قرار داد» (سلیمانی، ۱۳۸۱: ۱۴). تولیدات سینمای دفاع مقدس مسیری تجربی داشته و فیلم‌سازان این عرصه تلاش کردند آثاری را خلق کنند که برگرفته از فرهنگ جامعه و تصویری از رویداد واقعی این ناهنجاری باشد. مایکل آبکاسیس^۱ در مقاله‌ای با عنوان «سینمای جنگ ایران: بین واقعیت و خیال» سینمای دفاع مقدس ایران را منحصر به فرد می‌داند و به تحلیل سینمای جنگی کمال تبریزی، خسرو سینایی، ابراهیم حاتمی‌کیا و بهمن قبادی می‌پردازد. از نظر او، سینمای دفاع مقدس سینمایی است که در آن همچون سفری معنوی، روح بین بود و نبود معلق می‌ماند. در انتها به نظر پژوهش‌گر خیال در حس معنویت و روحانیت، محور انسان‌شناسی بصری محسوب می‌شود و دوربین‌ها در سینمای جنگی ایران چیزی را نشان داده که تا به حال ندیده‌ایم، موجودات مقدس افسون‌شده‌ای روی پرده ظاهر شده و در ژرفای حافظه و خاطره جمعی مان پنهان می‌شوند (حمیدزاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳). سینمای جنگ ارزش‌های خاص خود را دارد، چرا که احتمالاً تنها ژانر سینمایی است که نسل انقلاب و جوانان مذهبی را وارد پیکر سینما کرد و موجب پدید آمدن جریان‌های فکری متفاوتی در سینمای ایران شد؛ که تا آن زمان حضور کم‌رنگی داشتند. از سوی دیگر موجب شد که اقشاری از جامعه که همیشه با دیده سوءظن به سینمای ایران می‌نگریستند، داخل سالن‌های تاریک سینما شوند (خوشخو، ۱۳۷۹: ۵۳). رویکردهای مدیران، فیلم‌سازان، مسئولان سینما دفاع مقدس نتوانسته است رسالتی را که سینما - به‌عنوان ابزاری فرهنگی - برعهده داشته به انجام برسانند (شکوهی و اسکندری، ۱۴۰۱: ۳۲-۳۱). متأسفانه سینمای دفاع مقدس به دلیل بی‌برنامگی، به جای رشد و بالندگی، در مسیر افول حرکت کرده و طی سال‌های گذشته - به لحاظ کمی و کیفی - مسیر قهقرا را طی کرده است. وضعیت تولید فیلم‌های دفاع مقدس طی ۴ دهه پس از انقلاب، نشان می‌دهد که تولید آثار سینمایی و دفاع مقدس با افت و خیزهای فراوانی روبه‌رو بوده است. آماري که مازندرانی و همکارانش از درصد تولید فیلم‌های سینمایی دفاع مقدس - در مقایسه با کل تولیدات سینمایی بعد از انقلاب - به دست آورده، نشان‌دهنده آن است که فقط ۱۲٪ از حجم تولیدات سینمایی کشور به موضوع دفاع مقدس پرداخته‌اند و این درصد، هرچه از پایان جنگ دورتر می‌شویم، کم و کمتر می‌شود (مازندرانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۳۰). باید اذعان داشت «تأثیر فیلم منحصراً درون فیلم جای ندارد. بلکه در رخداد دیدن فیلم سرشت‌اش ارتباطی و نسبت‌مند است. آنچه برای یک بیننده ناهمگون است، ممکن است برای دیگری قالبی و کلیشه‌ای باشد. هر فیلم می‌تواند هر یک از این نقش‌ها را ایفا کند (در بافت مناسب برای بیننده مناسب)» (مولارکی، ۱۳۹۶: ۱۲۰-۱۱۹). سینما در واقع، تماشاگر خود را به شکلی در جایگاه تام «چشم‌چران^۲» قرار می‌دهد. سینما با بهره‌گیری از میل تماشاگر برای همذات‌پنداری با چهره و شکلی انسانی که آن را شبیه به خود می‌پندارد، نظربازی را در «شکل نارسیستی (خودشیفته) آن» نیز می‌پروراند (چادوری، ۱۳۹۳: ۶۴). تماشاگران میان دو میل در نوسان هستند. از سویی میل به تصویر وجود دارد، آن‌ها

می‌خواهند همچنان از بسط واقعیت و تجلیل از قدرت نگاه خیره خود لذت ببرند، و از سوی دیگر میل به سلطه، میل آن‌ها به اشراف بر روایت در کار است (ترنر، ۱۳۹۵: ۱۵۳). تماشاگر غرق در فیلم می‌شود و گاه خود را جایگزین قهرمان فیلم کرده و دوست دارد روایت فیلم را بر اساس باورها و خواسته‌های خویش پی‌ریزی کرده و پیش ببرد. رابطه تعاملی و جایگزینی «خود» تماشاگر با «دیگری» که قهرمان فیلم است در دوره‌های مختلفی سبکی سینما وجود داشته و نظریه پردازان مختلفی در این باب نگاشته‌اند، اما در حوزه دفاع مقدس کمتر به آن پرداخته شده است. پژوهش حاضر با درک اهمیت و ضرورت رفع کمبود علمی در این زمینه صورت گرفته است و سعی دارد وضعیت و جایگاه مخاطب را در فضای فیلمیک سینمای دفاع مقدس مورد مذاقه قرار دهد. از این‌روی مسئله اصلی تحقیق واکاوی کارکرد و نقش سینمای دفاع مقدس در ایجاد رابطه تعاملی و جایگزینی خودانگاری مخاطب با دیگر انگاری کنش‌گران اصلی در فضای فیلم است. پاسخ به پرسش‌های زیر می‌تواند در آشکارسازی مسئله پژوهش رهنمون‌ساز و راهگشا باشند.

چه مولفه‌های در سینمای دفاع مقدس می‌توانند در جذب مخاطبان تاثیرگذار باشند؟

سینمای دفاع مقدس در بازتاب و بازنمایی شرایط، هنجارها و ناهنجاری‌های زمان جنگ و پس از آن نزد مخاطبان از چه جایگاهی برخوردار است؟

سینمای دفاع مقدس دارای چه وجوه زیبایی‌شناسانه و نقش‌های کارکردی است؟

پیشینه پژوهش

پژوهش حاضر نو و بدیع است و تا جایی که پژوهش‌گرانش مشاهده کرده‌اند، تحقیقی با موضوع این مقاله صورت نگرفته است. اما تحقیقاتی نزدیک به این پژوهش وجود دارند که به اختصار به شرح هستند: آزاد ارمکی و خالق پناه (۱۳۹۰) در مقاله‌ای تحت عنوان «سینما درباره سینما: متا سینما در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی و مجادله بر سر خود سینما» اظهار داشته‌اند: متاسینما یا خود بازنمایی و خود ارجاعی‌های سینما به معنایی گسترده‌تر از تقلیل آن به ژانر است، می‌توان آن را مجادله‌ای بر سر جایگاه سینما در جامعه دانست. از این‌رو متاسینما راجع به رابطه سینما و جامعه و به‌طورکلی راجع به ماهیت سینما در فرایند تجربه مدرنیته در ایران نیز هست. بررسی چند متافیلیم شاخص سینمای ایران پس از انقلاب نشان می‌دهد که سه شکل سینما در جایگاه تهدیدی برای نظم امور، امری حقیقی در مجاورت زندگی روزمره و سینما به‌مثابه فرمی که در خلق آن ناتوان هستیم، اشکالی هستند که متاسینما راجع به ماهیت سینما و در نتیجه راجع به مدرنیته به ما می‌گوید. محمدی و رضایی (۱۳۹۱) در مقاله «تحلیل جامعه‌شناختی روایت‌های سینمایی تعامل من/دیگری در فضای اجتماعی»، کاوشی درباره تعامل من/دیگری در فضای اجتماعی نیمه دوم دهه هفتاد و اوایل دهه هشتاد به میانجی سینمای ایران انجام داده‌اند. طبق رویکرد نظری پژوهش، تعامل من/دیگری برساختی اجتماعی است که فرم و محتوای آن به فراخور گشودگی/فروبستگی، زیایی/سترونی و غنا/تهی بودگی جهان زندگی تعیین می‌شود. قلخان (۱۳۹۷) در پایان‌نامه کارشناسی ارشدش با عنوان «بازنمایی نقش مادران شهدای مفقودالاثر در سینمای دفاع مقدس؛ مورد مطالعه فیلم‌های شیار ۱۴۳ و بوسیدن روی ماه» نگاشته است که در بین هنرهای نمایشی، سینما می‌تواند به‌عنوان یک رسانه هنری و بسیار مؤثر در قرن حاضر، ضمن ثبت واقعیت‌های دفاع مقدس، حقایق را با بیانی تاثیرگذار و کامل فراروی مخاطبان انبوه قرار دهد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد نقش مادران شهدای مفقودالاثر

در دو فیلم شیار ۱۴۳ و بوسیدن روی ماه را می‌توان به ۵ نقش اصلی (حمایتی، اخلاقی، دینی، عاطفی، آموزشی و سیاسی) تقسیم‌بندی کرد. رهنمایی یحیی آبادی (۱۳۹۸) در پایان‌نامه خود با عنوان «دردآگاهی سینمای دفاع مقدس با تأکید بر نظریه درد نیچه (بررسی موردی هفت فیلم دفاع مقدس)»، نشان داده است که بشر امروزی تحت سیطره مدرنیته دچار رنجی شده است که به نظر نیچه جز با هنر درمانی برای آن نیست. سینمای ژانر جنگی بهترین نوعی است که می‌تواند سیر تحول شخصیت داستان را همچون داستان‌های کلاسیک به زبان تصویر خلق کند. قدرت سینمای جنگ می‌تواند وحشی‌ترین تصویرها را با شاعرانه‌ترین بیان‌ها به رخ بکشد. بهپورحاجیانی (۱۳۹۷) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «پرده و زیبایی‌شناسی بازتابندگی در سینما، فرم‌ها و کارکردها» اظهار داشته بازتابندگی مفهومی چندوجهی به معنای توجه به خود و یا توجه به رسانه از سوی مؤلف است. بازتابندگی در سیاست، جامعه‌شناسی، فلسفه و هنر کارکردهای متفاوتی دارد ولی در سینما فیلم‌ساز با استفاده از تمهیداتی مخصوص، توجه بیننده را به ذات فیلم و درنهایت به ساختگی بودن فیلم جلب می‌کند. ترکمنی (۱۳۹۹) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته دیپلماسی با عنوان «رابطه مصرف فرهنگی و میزان رضایت‌مندی تماشاگران سینمای ایران از فیلم‌های دفاع مقدس»، یکی از مهم‌ترین مشکلات صنعت سینمای کشور را استقبال اندک مخاطبان از فیلم‌های دفاع مقدس دانسته است. او معتقد است فعالان سینمای دفاع مقدس ملزم به تحلیل نظرات و تعامل با مخاطبان سینما از طریق ابزارهای ارتباطی هستند.

ادبیات پژوهش

سینمای دفاع مقدس

ژانر جنگی یک گونه سینمایی است که در دنیا سابقه طولانی داشته و در انواع فیلم‌های داستانی، مستند، بلند یا کوتاه می‌توان نمونه‌های فراوان و شایان توجه‌ای از آن را ذکر نمود. «سینمای جنگ به سینمایی اطلاق می‌شود که درونمایه اصلی آن را موضوع جنگ تشکیل می‌دهد. سینمای جنگ را می‌توان به سه نوع تقسیم کرد.» (سلیمانی، ۱۳۸۱: ۱۲).

- فیلم‌هایی که روایت آنها در جبهه‌های نبرد می‌گذرد و به عبارتی نبرد با دشمن درون‌مایه اصلی آنهاست. از بین نمونه‌های ایرانی، در این دسته فیلم‌هایی نظیر افق (رسول ملاقلی‌پور، ۱۳۶۷)، نینوا (رسول ملاقلی‌پور، ۱۳۶۲)، مهاجر (ابراهیم حاتمی‌کیا، ۱۳۶۸)، دیده‌بان (ابراهیم حاتمی‌کیا، ۱۳۶۷) و امثالهم قرار می‌گیرند.

- فیلم‌هایی که به تبعات جنگ می‌پردازند و نشان‌دهنده تأثیر جنگ بر پشت جبهه‌ها، وضعیت رزمندگان بازنشسته از جنگ، و مانند آنند. از این نوع فیلم‌ها با عناوینی چون سینمای حاشیه جنگ یا سینمای اجتماعی جنگ یاد می‌شود. باشو غریبه کوچک (بهرام بیضایی، ۱۳۶۴)، دندان مار (مسعود کیمیایی، ۱۳۶۸)، قارچ سمی (رسول ملاقلی‌پور، ۱۳۸۰)، و بوی پیراهن یوسف (ابراهیم حاتمی‌کیا، ۱۳۷۴) مثالهایی از این نوع در سینمای جنگ ایران است.

- فیلم‌هایی که در واقع ترکیبی از دو گونه فوق را نمایش می‌دهند: از سویی به متن جنگ می‌پردازند و از سوی دیگر بیان‌کننده تأثیرات و حاشیه‌های جنگ هستند (پورالخاص و یحیی‌ای، ۱۳۹۷: ۵۹-۶۰). مثل فیلم‌های پناهنده (رسول ملاقلی‌پور، ۱۳۷۲) و از کرخه تا راین (ابراهیم حاتمی‌کیا، ۱۳۷۱)، در دهه شصت، سینماگران با تأثیرپذیری از دفاع مقدس، به ساخت فیلم‌های سینمایی با مضمون جنگ پرداختند. در این آثار،

با توجه به ماهیت جنگ، مردان حضور پررنگ‌تری داشتند. این امر موجب شده تا نقش بانوان، به نقش‌های حاشیه‌ای خلاصه شود (داودآبادی و احمدی، ۱۳۹۵: ۹۶). به طور کلی فیلم‌های دفاع مقدس در دهه ۶۰ به ویژه فیلم‌هایی که در دوره جنگ ساخته شدند، جزو فیلم‌های تبلیغاتی با تعریف خاص خود هستند و بعد از اتمام جنگ و شروع دهه ۷۰ و آغاز تحولات اجتماعی - سیاسی بعد از دوم خرداد ۱۳۷۶، فیلم‌ها به سمت فیلم‌های دسته دوم یا به عبارتی فیلم‌هایی که به اثرات مخرب جنگ بر انسان‌ها می‌پرداختند، رهنمون شدند (مرتضوی قهی و منادی، ۱۳۸۹: ۱۴۳). در مقطع پس از جنگ افزون بر بازسازی صحنه‌های نبرد، مجال بیشتری به پرداختن به پشت جبهه‌ها و زندگی در ایران جنگ زده پدید می‌آید، اما در عین حال فرصتی نیز برای بررسی پیامدهای جنگ و انسانهای از جنگ برگشته، از رزمنده و جانباز و آزاده و خانواده شهید پدیدار می‌شود. (مثل از کرخه تاراین و آژانس شیشه‌ای). فیلم دفاع مقدسی پس از جنگ، فیلم اجتماعی با شخصیت از دل جنگ است. ژانر سینمای طنز دفاع مقدس که از قضا با اقبال بیشتری مواجه شد و تقاضای بیشتری نیز پدید آورد و تولید را به این سمت سوق داد، در این دوره اتفاق افتاد؛ مانند لیلی با من است (کمال تبریزی، ۱۳۷۴)؛ اخراجی‌ها (مسعود ده‌نمکی، ۱۳۸۵) و معراجی‌ها (مسعود ده‌نمکی، ۱۳۹۲)، در طی ۳۵ سال از پایان جنگ و در طی دهه‌های گذشته فیلم‌های متفاوتی بر روی پرده سینماها رفته است که هر کدام از آنها توانسته است بخشی از جامعه را تحت تأثیر قرار دهد و عده‌ای را پای گیشه‌های سینما بکشاند، اما در این سالها فیلم‌هایی بوده‌اند که گوی سبقت را از دیگران ربوده‌اند و توانسته‌اند جزء پرفروش‌ترین فیلم‌های دفاع مقدس باشند (یوسفی، ۱۳۹۸: ۴۵). برخی پژوهشگران حوزه سینمای دفاع مقدس، این آثار را براساس محتوا و مضامین دسته‌بندی کرده‌اند. برخی مانند معدنی (۱۳۹۱) در یک تقسیم‌بندی کلی، این آثار را از لحاظ داستان و روایت به سه گونه تقسیم می‌کنند (صص ۲۱-۲۰):

- فیلم‌هایی که تمام داستان و روایت آنها در جبهه و درگیری با دشمن اختصاص دارد که آن را «سینمای جنگی» می‌نامند.

- برخی فیلم‌ها به حاشیه جنگ یا پیامدهای آن می‌پردازد که برخی منتقدان، این گونه را «سینمای اجتماعی جنگ» می‌نامند.

- دسته سوم نیز آن دسته فیلم‌هایی است که ترکیبی از گونه اول و دوم است؛ یعنی هم به جنگ و جبهه نبرد و هم به پشت جبهه و حاشیه جنگ می‌پردازد (گلداری و همکاران، ۱۳۹۹: ۹۵-۹۶). دسته چهارمی هم به به این دسته‌بندی می‌توان اضافه نمود.

- فیلم‌هایی که متأثر از سینمای هالیوود صرفاً به قهرمان‌پردازی و اسطوره‌سازی، در دل جنگ ایران و عراق می‌پردازند. البته تلاش کرده‌اند هویتی بومی و وطنی داشته باشند. فیلم‌هایی مثل کانی مانگا (سیف‌الله داد، ۱۳۶۶)، افعی (محمد رضا اعلامی، ۱۳۷۱) یا خط آتش (فرید و علی سجادی حسینی، ۱۳۷۳). آنچه که مورد توجه می‌باشد این مهم است که سینمای دفاع مقدس توانسته شکلی از فیلم را به نمایش بگذارد که منحصر به ایران است و مابازاء جهانی ندارد. این سبک فیلمسازی بومی‌ترین و ملی‌ترین گونه‌ای است که از زمان جنگ ایران و عراق تا به اکنون تجربه شده و ادامه دارد. سینمای دفاع مقدس نسل‌های گوناگونی را تربیت کرده که توانسته‌اند جریان‌ساز شده و در ثبت رویداد جنگ و بازنمایی آن مشتاقانه و صادقانه عمل کنند. این نکته نیز حائز اهمیت است که تا قبل از فیلم اخراجی‌های ۲ که تهیه‌کننده خصوصی داشته است، تمامی فیلم‌های دفاع مقدس توسط سازمان‌های دولتی اعم از وزارت ارشاد، انجمن سینمای دفاع مقدس، بنیاد سینمای فارابی حمایت مالی و معنوی کامل شده‌اند و این موضوع بشدت وابسته به سیاست‌ها، طرز

توجه و نگاه دولت‌های مختلف پس از انقلاب بوده است. سینمای دفاع مقدس ایران را بر این اساس می‌توان به ۶ دوره زیر تقسیم نمود:

جدول (۱). تولید فیلم‌های ژانر دفاع مقدس در دولت‌های پس از انقلاب

ردیف	دولت‌های گوناگون پس از انقلاب	نقش و میزان توجه به سینمای دفاع مقدس
۱	۱۳۶۸-۱۳۶۰ دولت آیت‌الله خامنه‌ای	حمایت مطلق از آثار دفاع مقدس، تولید آثار فاخر که مستقیم به جنگ و دفاع مقدس می‌پردازند، تولد فیلمسازان اصلی و سنتی این ژانر
۲	۱۳۷۶-۱۳۶۸ دولت هاشمی رفسنجانی	ادامه مسیر دوره قبل و رشد تولیدات، جریان فکری خاصی که باعث دگرگونی فکری در آثار شود دیده نمی‌شود
۳	۱۳۸۴-۱۳۷۶ دولت سیدمحمد خاتمی	حمایت ناقص و افول سینمای دفاع مقدس در تولید، ورود عشق‌های زمینی در محتوای فیلم‌ها، گسترش ژانرهای اجتماعی در تقابل با ژانر دفاع مقدس
۴	۱۳۹۲-۱۳۸۴ دولت محمود احمدی‌نژاد	توجه دوباره به ژانر دفاع مقدس، تغییر در نگرش و ساختار فیلم‌های ژانر دفاع مقدس و نگاه طنزگونه به جنگ
۵	۱۴۰۰-۱۳۹۲ دولت حسن روحانی	تولیدات اندک اما شاخص و تاثیرگذار، تولد نسل دیگری از فیلمسازان جوان به خصوص فیلمسازان زن در عرصه ژانر دفاع مقدس
۶	۱۴۰۴-۱۴۰۰ دولت سیدابراهیم رئیسی	نسبت به تولیدات ژانرهای دیگر با افزایش کمی و کیفی روبرو شده است و در حال گسترش است.

مفاهیم بنیادین

خودانگاری

مفهوم «خودانگاری» در تلاش برای پاسخ به این پرسش است که ما چگونه خود را می‌شناسیم و درک می‌کنیم، و تعبیرمان از خودمان به چه نحوی است. ما می‌خواهیم چگونه باشیم و چگونه هستیم. «به عقیده راجرز، خودانگاره افراد بر اساس فاصله‌ای تعیین می‌شود که بین خود واقعی و خود ایده‌آل آنان وجود دارد. وی اصطلاح خود در آینه را به کار برده است که از نظر او بازتابی از بازخورد دیگران درباره خویشتن است... در نظر راجرز، خود عنصر مرکزی سازنده شخصیت انسان است. خود یک محصول اجتماعی است که در اثر تعامل فرد و محیط به وجود می‌آید و به تدریج پایدار می‌شود. در نظر راجرز، خود یک نیاز اساسی مثبت است.» (نوروزی و رضایی، ۱۳۹۷: ۴۳). مفهوم ساختاری دیگر در این مورد، خودآرمانی (Idealself) است. خودآرمانی، خودپنداره‌ای است که انسان آرزو می‌کند داشته باشد و شامل معانی و ادراکاتی است که فرد برای آن‌ها ارزش زیادی قائل است (شاملو، ۱۳۸۲: ۱۴۲). خودانگاره هر فرد اقدامی است به منظور ساخت یک الگوی ذهنی برای سازماندهی ادراکات، احساسات و نگرش‌هایی که آن فرد در مورد خود دارد (Woolfolk, 1993). خودانگاره ارزیابی کلی فرد از خودش است. این ارزیابی ناشی از ارزیابی‌های ذهنی فرد از ویژگی‌های خود است که ممکن است مثبت یا منفی باشد. خودپنداره مثبت نشان‌دهنده این است که فرد خودش را در مقام شخصی با نقاط قوت و ضعف می‌پذیرد و این امر موجب بالا رفتن اعتمادبه‌نفس او در روابط اجتماعی می‌شود. خودپنداره منفی نیز منعکس‌کننده احساس بی‌ارزشی،

بی‌لیاقتی و ناتوانی فرد است (Bong & Skaalvik, 2003). خودانگاره به مجموعه‌ای از یک سیستم پویا، سازماندهی شده و پیچیده دربارهٔ باورها، نگرش‌ها و دیدگاه‌هایی گفته می‌شود که هر فرد به‌منظور دستیابی به یک قالب حقیقی در رابطه با هستی شخصی خویش ارایه می‌دهد. خودانگاره به‌عنوان یک ساختار پیچیده و بیشتر شناختی از تعمیمات شخصی به خود است که شامل ویژگی‌ها، دانش‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، نقش‌ها و دیگر موضوعاتی است که خود افراد آن‌ها را تعریف کرده و پیوسته داده‌های خود را در مورد آن‌ها یکپارچه می‌کنند و نیز خودانگاره را می‌توان عملکرد انسان دانست که به‌وسیلهٔ عوامل بیرونی، به‌گونه‌ای غیرمستقیم و از راه فرآیندهای مربوط به خود تأثیر می‌پذیرد (Juklová & Ulrichová, 2011).

خودبازتابندگی

بازتابندگی و اصطلاحات وابستهٔ آن همچون خودارجاعی، فراداستان و ضد وهم‌باوری بود. بازتابندگی اصطلاحی برگرفته از فلسفه و روان‌شناسی است (استم، ۱۳۸۹: ۱۸۴). فلسفه و روان‌شناسی، بازتابندگی را برای اشاره به قابلیت از ذهن به‌کار گرفتند که از طریق آن ذهن می‌تواند در فرایند ادراکی، هم‌زمان هم جایگاه سوژه و هم جایگاه ابژه را اتخاذ کند (Stam, Burgoyne & Flitterman-Lewis, 2005: 204). در اصل به قابلیت ذهن برای در نظر گرفتن خود به‌مثابهٔ یک ابژه - مثلاً می‌اندیشم، پس هستم دکارت - اطلاق می‌شود. ولی این اصطلاح به‌شکلی استعاری گسترش یافت و قابلیت خودبازتابندگی رسانه یا زبان را نیز دربر گرفت (استم، ۱۳۸۹: ۱۸۴). وقتی دکارت می‌گوید: «می‌اندیشم پس هستم» نمودی از خودبازتابی است. حتی در محاورهٔ روزمره زمانی که یک نفر می‌گوید: «خودم به خودم کمک می‌کنم»، این نوعی خودبازتابی است، زیرا فعل و فاعل یکی شده‌اند. در عرصهٔ هنر، خودبازتابی به اثری نسبت داده می‌شود که ماهیت هنری خود را همیشه در نظر می‌گیرد (Munday, 2004: 1). از دیدگاه نشانه‌شناسی نیز اثر خودبازتابانه اثری است که رمزگان و عناصر ساختاری خود را آشکار و شفاف به نمایش می‌گذارد. لازمهٔ هر اثر خودبازتابانه این است که مخاطبانش نسبت به نشانه‌هایش آگاه باشند. مخاطب نه‌تنها لازم است که عناصر را بشناسد، بلکه باید قادر به تفسیر آن‌ها نیز باشد (Munday, 2004: 1). از نظر ریشه‌شناسی، اصطلاح «بازتابندگی» از واژهٔ لاتین «reflectere» که به‌معنی خم شدن یا برگشتن روی خود است، گرفته شده است. این عبارت در ابتدا، در گفتار فلسفی و روان‌شناسی برای اشاره به این اصل که ذهن انسان قادر است هم سوژه باشد و هم خود را به‌عنوان ابژه بپذیرد، استفاده می‌شد و سپس در دیگر رشته‌ها برای اشاره به ظرفیت کلی خود-انعکاسی، چه برای زبان و هنر و چه برای ارتباطات، وام گرفته شد. خود-ارجاعی پدیدهٔ جدیدی نیست و از همان ابتدا، بخشی از هر سنت هنری بوده است (Konrath, 2010: 41). خودبازتابی یا خودارجاعی «پدیده‌ای فراژنری و فرارسانه‌ای» است که می‌توان آن را در فرم‌های قدیمی فرهنگ سطح بالا مانند نمایش، داستان، شعر، نقاشی، موسیقی و همچنین در فرم‌های عامه‌پسند مانند فیلم، متن آهنگ‌ها، کمدهای، محصولات تجاری و تبلیغات یافت (Konrath, 2010: 41).

هماندسازی

رابطهٔ بین بیننده و بازیگر سیالیتی موقتی پدید می‌آورد و تماشاگر هویت خود را در هنرپیشه تمنا می‌کند که گاهی تبدیل به تقلید کورکورانه می‌شود. «هماندی و سازگاری میان آنچه بیننده احساس می‌کند و آنچه

کاراکتر احساس می‌کند معمولاً در بهترین حالتش نسبی و ناقص است. زنی دارد در دریا شنا می‌کند و خبر ندارد که در معرض خطر حمله یک کوسه است؛ او شاد است، و ما متشنج و ترسیده‌ایم؛ اودیپ به خاطر آنچه انجام داده احساس گناه می‌کند. ما احساس گناه نمی‌کنیم، برای او دلسوزی می‌کنیم. و کرول نتیجه می‌گیرد که همانندی ناقص احساسات برای همذات‌پنداری ناکافی است.» (Carrol, 1990: 90-92)؛ گوت، (۱۳۸۵: ۳۹). نظریه‌های برشتی و روان‌کاوانه، بنا به باورشان در مورد و هم‌انگار بودن بدنه سینما، طبیعتاً معتقدند از آن جایی که بیننده به‌نوعی تحت توهم آن است که وقایع سینمایی واقعی‌اند، پس به‌نوعی تحت این توهم هم هست که خودش، کاراکتری است که دارد با او همذات‌پنداری می‌کند...، مسلماً هیچ جهان ممکن وجود ندارد که در آن من با شخص دیگری همان باشم - صرفاً جهان‌هایی وجود دارند که در آن‌ها من می‌توانم دارای ویژگی‌های کسی دیگر باشم بدون این که خود آن شخص باشم (گوت، ۱۳۸۵: ۳۴). این سؤال که بیننده دقیقاً با چه چیزی همسان‌سازی می‌کند، امر دشواری است. یک پاسخ بدیهی به این سؤال این است که بیننده با شخصیت داستان همانندسازی می‌کند، اما متز به این موضوع اشاره می‌کند که همه فیلم‌ها دارای کاراکتر نیستند. حتی در نمونه‌هایی که شخصیتی داستانی در آن‌ها حضور دارند یک همسان‌سازی تام نمی‌تواند به‌وجود آید: صفحه سینما یک آینه است اما نه در معنای تحت‌اللفظی آن. متز نتیجه می‌گیرد که بیننده باید با خود دستگاه سینمایی (آپاراتوس) همذات‌پنداری کند، و این خلق مجدد عمل دیدن است: بیننده با خودش همذات‌پنداری می‌کند، با خودش به‌عنوان عملی ناب از ادراک ... به‌عنوان موقعیت امکان امر درک شده و بنابراین به‌عنوان نوعی از سوژه (ذهنیت) متعالی که بر هر چیزی مقدم است (Metz, 2000: 413). از نظر لاکان، «خود» دقیقاً همین فرایند مبتنی بر خودشیفتگی است که طی آن ما با یافتن چیزی در جهان پیرامونمان که می‌توانیم هویتمان را با آن همانند سازیم، حس نفس بودگی و وحدت طلبانه را در خویش تحکیم می‌کنیم (Eagleton, 1983: 165). به‌زعم ژان لویی بودری^۳ سینما مثل رؤیا معطوف به ماسبق است به آن معنا که فرایندهای ناخودآگاه ذهن را حاضر می‌آورد و به [سلطه] اصل لذت بر اصل واقعیت نزد فروید شباهت دارد (ترنر، ۱۳۹۵: ۱۵۲). این انتقال چگونگی از ذهنیت‌گرایی فیلمی به سمت بیننده می‌رود؟ چطور این ذهنیت‌گرایی نشان داده شده در فیلم از هر نوعی که باشد ذهنیت‌گرایی بیننده‌اش را تأمین می‌کند؟ پاسخ احتمالی این سؤالات همانندسازی (شناسایی) (Identification) است. عده‌ای معتقدند که «ذهنیت‌گرایی و همانندسازی به‌نوعی یکی هستند: سازه (سوژه) هویت است، ضمیر من (I)» (Chateau, 2012: 16). آلیس^۴ اظهار می‌دارد: تماشاگر به غیر از میل به دیدن و شنیدن چیزی ندارد که در اختیار فیلم قرار دهد. از این‌رو موضع تماشاگر موضع قدرت است، به‌ویژه فهم رویدادها و نه تغییر آن‌ها. همین موضع اشراف است که بر افسون [فیلم] سایه می‌اندازد و میل فیتیشستی را در محاق می‌برد، میل برانداختن همین فاصله و جدایی که فرایند دیدن فیلم را ممکن می‌سازد (Ellis, 1992: 81). همان‌طور که او می‌گوید مخاطب میل دارد تا به فیلم ورود کند و حتی باریک‌ترین مرزهای جداکننده خیال و واقعیت را در سینما برهم بزند. این اتفاق در سطح ناخودآگاه در تماشای فیلم است (ترنر، ۱۳۹۵: ۱۵۴).

همدلی

درک دنیای دیگری به‌نوعی که انگار از چشم دیگری دنیا را لمس و حس می‌کنیم. «برشت هم‌دلی را مهم‌ترین حسی می‌داند که باید در تماشاگر برانگیخته شود، این حس اغلب باعث ایجاد یک کاتارسیس

مخرب نیز می‌شود. استیون هیث، این کاتارسیس را «تظهير معنوی تماشاگر» توصیف می‌کند و می‌نویسد: «این پدیده بیش از هرچیز، در تراژدی یافت می‌شود؛ سبکی ادبی که رنج انسان را امری ذاتی می‌داند، همواره می‌گوید همین است که هست، و واقعیت وضع بشر^۵ را جز این نمی‌داند.» (Heath, ۱۹۷۴: ۱۰۹). بالاش، پودوفکین و کولشوف، مفهوم همدلی^۶ را کامل‌تر کردند. از دید آنان، فیلم تقلیدی است از تجارب ادراکی و تخیلی معمولی تماشاگر. با این دیدگاه، تماشاگر چیزی را می‌بیند که محتمل‌ترین یا منطقی‌ترین تعبیر عالم واقع در شکل توالی تصاویر روی پرده است. تجربه سینما، با توجه به نیروی هدایت‌کننده‌ای که دارد می‌تواند تجربه جهان واقعی را بهبود بخشد. در واقع با استفاده از عمل برش می‌توان کاری کرد که چشم تماشاگر بدون اینکه ناچار باشد به دنبال عناصر مهم صحنه بگردد، به طرف عناصر خاصی از صحنه هدایت شود. وجه دیگری از نظریه همدلی، این ادعاست که تماشاگر چیزی را می‌بیند که محتمل‌ترین تعبیر عالم واقع در شکل توالی تصاویر روی پرده است (کارول، ۱۳۷۱: ۸۸). همدردی و همدلی متقابلاً خود را تأکید می‌کنند. همدردی کردن با یک کاراکتر شامل احساس کردن آنی است که او در دنیای داستان احساس می‌کند؛ از آنجایی که غالب کاراکترها نگران سعادت خود هستند، فرد [بیننده] با همدردی کردن با آن‌ها، با ایشان همدل هم خواهد بود، یعنی نگرانشان می‌شود. از سوی دیگر، اگر بیننده با یک شخصیت همدلی کند، تمایل می‌یابد به این‌که عواطف و احساسات خودش را با عواطف کاراکتر متحد کند، آن‌چه را او احساس می‌کند احساس کند، و در نتیجه با او همدردی کند. در درجه دوم، و مسلم‌تر از اولی، ما تمایل داریم با کاراکترهایی همدلی کنیم که به‌عنوان آدم‌هایی دارای ویژگی‌های گوناگون جذاب بازنمایی می‌شوند. (گوت، ۱۳۸۵: ۴۲). در رویکرد استعلایی باید با روشن‌سازی آگوی^۷ من و متعلقات مربوط به آن، «دیگری» را که به من تعلق ندارد و با حضور غیرمستقیم از طریق تشبیه به آن، معنای وجودی یابد و در آن منقوم شود. فعل همدلی، در تبیین تقویم دیگری به‌صورت آگوی «من» تغییر یافته، نقش مهمی را ایفا می‌کند. در عالم «من»، در آگوی استعلایی من و عالمی که در آن تقویم شده است، تقسیمی به‌وجود می‌آید: از یک طرف، حوزه آگوی «من» و اتصال معنا، شامل تجربه خود من از دنیایی است که به آنچه در ذات خود من است احاله یا تأویل می‌یابد؛ از طرف دیگر، یک حوزه «دیگری» وجود دارد. چه‌بسا این تقسیم، به نحو پدیدارشناختی، ساختار معنای ابژه ۴۹ (Levinas, 1995: 102). را برای هر کس تبیین کند. در همدلی، مرتبه تقویم بخشی «من» مربوط به آگوهای دیگر، افزایش می‌یابد؛ در افزایش معنای کلی، هرکس باید توجهش را به عالم ابتدایی خود من معطوف سازد با این افزایش، عالم می‌تواند خود را به‌عنوان عالم ابژه- یعنی عالم متعین- نشان دهد. بدین ترتیب، آگوی «دیگری» آن را به‌صورت تقویم بخشی، برای حوزه جدید نامحدود «دیگری» ممکن می‌سازد تا به‌منزله عالم عینی، شروع به ظاهر کردن دنیای عینی حوزه خود «من» کند (Kockelmans, 1994: 34-35).

خودآگاهی

از نظر هگل انسان همان ذهن است. ذهنی که ذاتاً به خود آگاه است یا حدودی دارای خودآگاهی است... ذهن فقط از طریق سفر در جهان محسوس خود را از حواس می‌پالاید و فکر و طبیعت ذاتی خود را با مقولات فکری و فلسفی متناسب آن زمان می‌شناسد و به درک آن نائل می‌شود (ابنود، ۱۳۹۵: ۵۲). به نظر جان لاک^۸، عناصر اساسی شخصیت عبارت‌اند از عقل، آگاهی و خودآگاهی. یک موجود عاقل، آگاه و قادر به اندیشیدن است؛

و خودآگاهی از اندیشه تفکیک‌ناپذیر است، یعنی اندیشیدن، دیدن، شنیدن و کارهای دیگر بدون آگاه بودن از خود به‌عنوان انجام دهنده این کارها غیرممکن است. بنابر نظر لاک، یک شخص درکی از خودها و پیوستگی و هویت آن‌ها در طول زمان به‌عنوان یک شخص دارد. بنابراین، سابقه هویت شخصی یا همان بودن موجود عاقل، به‌اندازه سابقه این آگاهی از خودمان است. من تا آنجا همین شخص هستم که بتوانم همین شخص بودم، اندیشیدنم تجربه اندوختنم و انجام کارهایم را به یاد بیاورم. در یک کلام، به نظر لاک، حافظه^۹ معیار هویت شخصی است. حافظه احساس همان بودن را فراهم می‌آورد (Tipton, 1997:306؛ فالزن، ۱۳۸۲: ۱۳۱).

نگرش زیبایی‌شناختی، نگرشی نمایشی است؛ یعنی در آن سهیم می‌شویم، اما خودآگاهی از بودن خویش را از دست نمی‌دهیم، و در این سهیم شدن امتزاج خویش با ابژه هرگز کامل نیست، بلکه محدود و اعطا شده است. جذبه عالی‌ترین سطح در این نگرش و سواس‌گونه است، درحالی‌که این فقط نقطه افتراق است، چون نگرش رازورزانه که امری فردی است، در ابژه اندیشه مخاطب تعالی پیدا می‌کند... درحالی‌که هدف هنرهای کلاسیک نشان دادن حرکت از طریق غیاب حرکت و زندگی از طریق نشان دادن غیبت زندگی است؛ وظیفه سینما بیان زندگی از طریق خود زندگی است. سینما از جایی آغاز می‌شود که دیگر هنرها به پایان می‌رسند و برای همین است که تحت تأثیر قواعد و دستورالعمل‌های هنرهای دیگر قرار نمی‌گیرد (Tipton, 1997: 535-534). زیبایی‌شناختی هیچ نسبتی با «تماشا» ندارد (هرچند ممکن است گاهی داشته باشد) بلکه بیشتر با «مشارکت» یا شاید تماشای فعال ربط داشته باشد (میتری، ۱۳۹۴: ۲۰۵-۲۰۴). مهم‌ترین ویژگی چنین تماشاگری، برخورداری از میزان قابل قبولی از خودآگاهی و فاعلیت است (Smit, 1996: 137-138).

به باور سابچک، پیکر فیلم، مانند یک ابزار است که ادراک فیلم‌ساز را به ادراک تماشاگر متصل می‌کند و باعث برقراری ارتباط میان آنان می‌شود... او پیکر تماشاگر را «سوژه ابزاری خودآگاهی قصده» می‌داند و آن را با پیکر فیلم مقایسه می‌کند که از دیدگاه او «خودآگاهی تجربه است و به کمک فناوری تولید و القا می‌شود» (Sobchack, 1992: 168).

خودآگاهی^{۱۰} در ذات خود، ساختاری مبتنی بر هم‌بستگی انگاشته می‌شود (هوسرل ۱۹۱۳؛ سارتر ۱۹۴۳؛ Heidegger, 1927 [1962]; Sobchack, 1992). مایکل دوفرن، ابژه زیبایی‌شناختی خودآگاهی را «نیم‌سوژه^{۱۱}» می‌نامد؛ یعنی چیزی میان ذهنیت انتزاعی هنرمند و عینیت اثر هنری که به‌عنوان یک واقعیت مادی در جهان وجود دارد و دیده می‌شود. ویوین سابچک (که از آرای دوفرن به‌عنوان منشأ استدلال‌های خود نام می‌برد) و جنیفر بارکر، هر دو با دوفرن موافق و معتقدند که وقتی فیلم را یک «سوژه» تلقی می‌کنیم، این متضمن وجود نوعی دیالوگ و دیالکتیک میان تماشاگر و فیلم است. بر اساس این دیدگاه، فیلم نه تنها ادراک و تجربه می‌شود، بلکه یک «ادراک‌کننده دارای «پیکر» است؛ «ابژه-سوژه^{۱۲}» ای که می‌توان آن را یک «دیگری» نیز به‌شمار آورد. اما به باور دوفرن و مرلوپونتی، این رابطه نه دوسویه، بلکه سه‌سویه است: شامل یک سوژه انسانی بیننده که تماشاگر نامیده می‌شود؛ یک یا چند سوژه انسانی ارایه‌کننده به نام فیلم‌ساز(ها)؛ و یک ابژه نمادین که تجربه می‌شود، وسیله برقراری ارتباط است، و معنا را ابراز می‌کند و اثر هنری سینمایی (فیلم) نام دارد. دو سوژه مورد اشاره، یعنی تماشاگر و فیلم‌ساز، در دو سوی فیلم قرار می‌گیرند. یکی فیلم را به کمک تمایلات و انتخاب‌های زیبایی‌شناختی خود می‌آفریند؛ دیگری نیز به کمک نیروی ادراک و حواس خود، فیلم را تجربه می‌کند (Yacavone, 2016: 173). استعاره سینما و آثار سینمایی یافت می‌شوند که خود را به‌عنوان همسان‌های خودآگاهی، در حالت‌های بازتابنده و بینایی آن، معرفی می‌کنند، چنان‌که گویی تحقیق در ماهیت و فرایندهای تجربه، در این فرم هنری قرن حاضر، حالتی بازتابنده و به

طرز منحصر به فردی مستقیم و چشمگیر به خود گرفته است. پندارگرایی تازه‌ای که در هنر دوره ما ایجاد شده، منعکس کننده وضعیت‌هایی است که دانش و آگاهی پیدا کرده‌اند. به این ترتیب، به سادگی می‌توان تمرکز سنجش گرانه‌ای به بی‌واسطه بودن تجربه در گذشت زمان ایجاد کرد^{۱۳} (بوردول، ۱۳۹۱: ۷۸). نسبت دادن خودآگاهی مبتنی بر فیلم، ناشی از شباهت میان نیروی ادراک انسان و ادراک فیلم است. در کتاب فیلموسوفی (فیلم‌شناسی در قالب نظام فلسفی - ۲۰۰۶)، فرامپتون از شباهت میان فیلم و ذهن انسان سخن می‌گوید... فرامپتون بیان می‌دارد که فیلم می‌تواند شکل متفاوتی از مفهوم فراذهنیت^{۱۴} باشد که نمی‌توان آن را به آن چه ما انسان‌ها از مفهوم ادراک و خودآگاهی می‌فهمیم، محدود کرد (Frampton, ۲۰۰۶: ۴۶). ما به عنوان تماشاگر «از ابتدا در نمایش حضور داریم... نمایش، خودآگاهی^{۱۵} تماشاگر است، به این دلیل بنیادین که تماشاگر به غیر از محتوایی که او را از پیش به نمایش پیوند می‌دهد، خودآگاهی دیگری ندارد (Merquior, ۱۹۶۶ & Verso, ۱۹۸۶: ۱-۶).

غوطه‌وری

غوطه‌وری یعنی مسحور شدن عمیق، جهش ذهنی از دنیای واقعی به دنیای تخیلی (کالی، ۱۳۹۵: ۱۳). از نظر ریان (۲۰۰۸) این موضوع به یک هدف زیبایی‌شناختی مهم برای روایات تعاملی مرتبط می‌شود که توانایی ایجاد غوطه‌وری^{۱۶} روایی است. او می‌گوید که این غوطه‌وری و همه‌جانگی حداقل سه شکل دارد: فضایی، زمانی و عاطفی (هیجانی). با توجه به این دیدگاه، ارتباط بین مشارکت و تعامل بیشتر بررسی می‌شود. قصه‌سرایی و سخت‌افزار هر دو استراتژی‌هایی هستند که می‌توان برای تشدید و تقویت تجربه همه‌جانیه بیننده به کار گرفت. مثلاً تماشای یک فیلم ماجراجویانه از مخاطب می‌خواهد که بدون هیچ‌گونه تعاملی راحت نشسته و لم بدهد، و در یک حس زمانی غرق شود، با کنجکاو توالی عمل‌ها و کنش‌ها را روی پرده دنبال کند (Vosmeer & Schouten, 2014: 145). مانوویچ معتقد است: واقع‌گرایی کلاسیک نیازمند این است که تماشاگر تا انتهای فیلم توهم را بپذیرد. در مقابل متارنالیسم جدید بر مبنای تناوب بین توهم و از بین بردن توهم است، و بدین‌سان بیننده بین توهم، و نمایش آشکار واقعیت غوطه‌ور است (Manovich, ۲۰۰۲: ۱۸۸).

عاملیت

جنبه‌های اصلی عاملیت از دیدگاه بندورا شامل قصدمندی^{۱۷}، آینده‌اندیشی^{۱۸}، خودواکنش‌سازی^{۱۹} اندیشه ورزی^{۲۰} است (السون و هرگنهان، ۱۳۹۴)

قصدمندی: ویژگی قصدمندی عاملیت انسانی به اعمال عمده و ارادی اشاره دارد که طرح‌ریزی و استفاده از راهبردهایی برای واقعیت بخشیدن به قصد و اراده انسان است (Bandura, ۲۰۰۶). مشخصه اصلی عاملیت انسانی، توانایی شروع اعمال با هدف مشخص است. برنامه‌های مربوط به آینده به ندرت در آغاز با جزییات کامل، مشخص هستند، اما به‌رحال تحقق آن‌ها در آینده مستلزم قصدها و نیت‌هایی در زمان حاضر است که حرکت به سمت جلو را هدایت و حفظ کند (Bandura, ۲۰۰۱)

- آینده‌اندیشی: در آینده‌اندیشی، افراد با ایجاد برنامه‌های عملی، اتخاذ اهداف و تجسم نتایج احتمالی اقدامات خود، هدایت و برانگیخته می‌شوند. در این شکل مقدماتی از خودهدایتی^{۲۱}، رفتار به جای یک وضعیت تحقق‌ناپذیر، با اهداف تجسم‌یافته و نتایج پیشبینی‌پذیر هدایت می‌شود. آینده‌نگری، افراد را توانمند می‌سازد تا از اجبارهای محیط فوری خود فراتر روند و حال را برای تحقق آینده مطلوب شکل دهند و تنظیم

کنند (Bandura, 2018)

- خودواکن‌سازی: انسان‌های عامل فقط طراح و پیش‌اندیش نیستند، بلکه خودتنظیم‌کننده^{۲۲} هم هستند. فرد نمی‌تواند صرفاً با انتخاب قصد و طرح یک عمل منتظر باشد تا عملکرد مناسب ظاهر شود (Bandura, 2006). افراد رفتارهایشان را به وسیله خودتأییدی^{۲۳} از طریق سیستم خودحکومتی^{۲۴} مدیریت می‌کنند. آن‌ها برای انجام این کار، استانداردهای رفتاری اتخاذ می‌کنند و از این طریق به ارزیابی عملکردشان می‌پردازند. آن‌ها بسته به اینکه رفتار آن‌ها تا چه حد به استانداردهای اتخاذشده خود وابسته است، با واکنش‌های مثبت یا منفی ارزشیابی خودواکنش‌سازی^{۲۵} پاسخ می‌دهند (Bandura, 2018).

- اندیشه‌ورزی^{۲۶}: منظور از اندیشه‌ورزی، توانایی فرانشاختی تفکر درباره جهت‌ها، پیامدها و معنای نقشه‌ها و عمل‌های فرد است (السون و هرگنهان، ۱۳۹۴). افراد نه تنها خودتنظیم‌گر هستند، بلکه آزمون‌گر عملکرد خودشان نیز هستند. آن‌ها برای فهم چالش‌های معین، درستی افکار، اعمال و ارزش‌هایشان، معنا و اخلاق تأمل می‌کنند. در واقع اندیشه‌ورزی، درگیری افراد بین مسیرهای متفاوت عمل و ارزش‌های رقابتی و توجه به یک مسیر در مقایسه با مسیرهای دیگر را نشان می‌دهد. مهم‌ترین ویژگی عاملیت توانایی فرانشاختی، تأمل فرد بر توانایی‌ها، افکار و اعمالش است (Bandura, 2018) (مهقانی و دیگران، ۱۴۰۰: ۲۱-۲۰).

روش پژوهش

پژوهش حاضر کیفی و بر اساس روش پدیدارشناسی هرمنوتیکی است. از این‌رو جهت جمع‌آوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و آرشیوهای صوتی و تصویری و مصاحبه بدون ساختار و نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. مصاحبه‌شوندگان افراد بین ۱۲ الی ۴۵ سال با تحصیلات مختلف و جنسیت مرد و زن هستند.

جدول (۲). مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تعداد	میزان تحصیلات	رسانه محل رجوع
۱	۲۰	فوق‌لیسانس، لیسانس، فوق‌لیسانس، دکتری	سینما، کانون‌های فیلم دانشجویی، فضای مجازی
۲	۲۰	معلمان مدرسه در مقاطع مختلف و اساتید دانشگاهی حوزه‌های دانشی گوناگون	سینما، اینترنت و فضای مجازی
۳	۲۰	بی‌سواد، کم‌سواد، دیپلم یا با تحصیلات تجربی	تلویزیون و سینما

باید اذعان داشت «پدیدارشناسی...» از طریق تحلیل توصیف‌های افراد، به دنبال کشف شناخت و درک افراد از تجربه‌های آن‌ها درباره پدیده است» (معینی و مرآتی، ۱۳۹۴: ۱۴۹). هدف پدیدارشناسی هرمنوتیکی، کشف معانی پنهانی است که بدون واسطه بر ما آشکار نمی‌گردد؛ لذا تفسیر در این نوع نگاه نوعی پرده برداشتن از معانی نهفته و گشودن لایه‌های پنهانی است (اسپیلبرگ، ۲۰۱۳: ۲۰۲۳) به نقل از امامی کوپانی و دیگران، ۱۳۹۹: ۴۷۴). اصحاب هرمنوتیک و نظریه‌پردازان ادبی در بحث از فهم متن سه نظریه را مطرح کرده‌اند:

الف) متن محوری

ب) مؤلف محوری

ج) مفسر محوری (شیری و عظیمی، ۱۳۹۱: ۹۱)

متن محوری

قصه مؤلف و خوانش خواننده برای آن‌ها ملاک فهم نیست. «ما در حال حاضر نه درباره خواستگاه‌ها تفحص می‌کنیم و نه درباره نتایج، بلکه به خود اثر تا آن‌جا که می‌توان آن را فی‌نفسه بیکره‌ای از معنا قلمداد کرد می‌پردازیم» (بلزی، ۱۳۷۹: ۳۳).

مؤلف محوری

برخی از نظریه‌پردازان ادبی و اصحاب هرمنوتیک از نظریه مؤلف محوری یا قصه مؤلف دفاع کرده‌اند. به‌زعم آن‌ها در مطالعه یک متن، باید به بررسی دیدگاه مؤلف پرداخت. یعنی این‌که مراد وی از بیان مطالب خود چه بوده است. جهان‌بینی و روان‌شناسی مؤلف و شرایط تاریخی و اجتماعی زمانه وی به مفسر یاری می‌رساند تا قصه مؤلف را شناسایی کند.

مفسر محوری

سومین نظریه در فهم متن، نظریه مفسر یا خواننده محوری است. طرفداران این نظریه به خوانش خواننده اهمیت می‌دهند. یعنی آن‌چه را که یک خواننده یا مفسر از متن در می‌یابد همان را باید ملاک فهم تلقی کرد. خواننده می‌تواند یک سلسله معانی را به متن ببخشد. در متن معانی بالقوه‌ای نهفته است که خواننده می‌تواند آن‌ها را فعلیت ببخشد (نصری، ۱۳۹۰: ۱۳۴، نیز نک. شیری و عظیمی، ۱۳۹۱: ۹۱). در روش هرمنوتیک توصیه می‌شود که محقق ارزش‌های انسان‌ها را برای تفهم رفتارشان بررسی کند، ولی باید ارزش‌های خود را کنار بگذارد. آن‌چگونه مقدور است... محقق برای تفهم معنای رفتار کنشگران، باید از یک طرف خود را به جای او بگذارد و از طرف دیگر از ارزش‌های خود خالی شود (همان: ۹۴).

جامعه آماری: در این پژوهش آثار منتخب از ابراهیم حاتمی‌کیا (۴ فیلم دیده‌بان، از کرخه تا راین، موج مرده، آژانس شیشه‌ای)، رسول ملاقلی‌پور (۵ فیلم پرواز در شب، افق، سفر به چزابه، قارچ سمی، مزرعه پدری)، احمدرضا درویش (۴ فیلم آخرین پرواز، کمیا، سرزمین خورشید، دوئل)، رخشان بنی‌اعتماد (فیلم گیلان)، کمال تبریزی (فیلم لیلی با من است)، بهرام بیضایی (فیلم باشو غریبه کوچک)، سیف‌الله داد (فیلم کانی مانگا)، محمدعلی باشه آهنگر (۳ فیلم فرزند خاک، ملکه، سرو زیر آب)، نرگس آبیاری (۲ فیلم شیار ۱۴۳، نفس)، منیر قیدی (۲ فیلم ویلایی‌ها، دسته دختران)، بهرام توکلی (فیلم تنگه ابوقریب)، پرویزی شیخ‌طادی (فیلم دفتری از آسمان)، مصطفی کیایی (فیلم ضد گلوله)، محمد مهدی عسگرپور (فیلم مهمان داریم)، هادی حجازی‌فر (فیلم موقعیت مهدی)، مسعود ده‌نمکی (فیلم اخراجی‌ها)، عزیزالله حمیدنژاد (۲ فیلم هور در آتش، اشک سر ما)، بهزاد بهزادی‌پور (فیلم خداحافظ رفیق)، محمدحسین مهدویان (فیلم ایستاده در غبار)، کیومرث پوراحمد (فیلم اتوبوس شب)، مهدی جعفری (فیلم ۲۳ نفر)، محمدحسین لطیفی (۲ فیلم روزسوم، غریب) که دارای جوایز و فروش قابل قبول یا موضوعی ویژه بودند از موارد مطلوب گزینش شد.

رویکرد پژوهش: محقق پس از بررسی و فیش‌برداری از اطلاعات کتابخانه‌ای که به صورت موجز در ادبیات پژوهش تحقیق نگاشته شده است، سئوالاتی را از آن در جهت رسیدن به مسئله پژوهش استخراج کرد و در

اختیار مصاحبه شوندگان قرار داد. سئوالات مطرح شده به صورت جزئی تر در راستای سئوالات مطرح شده و مسئله اصلی پژوهش است. پاسخ‌های بدست آمده از سئوالات توسط نرم افزار اطلس تی آی (Atlas.ti) مورد بررسی قرار گرفت و آنالیز شد و یافته‌های زیر حاصل شد.

یافته‌های پژوهش

سینمای دفاع مقدس بر اساس نگرش‌های سیاسی دولت‌های مختلف به ۶ دوره تقسیم می‌شود که هرکدام از این دوره‌ها تأثیرات بارز توجهی بر ساختار هنری و نحوه ارتباطی فیلم‌های این ژانر گذارده‌اند که به شرح زیر است.

جدول (۱). مؤلفه‌های اصلی و فرعی استخراج شده از کنش و نقش‌های کارکردی فیلم‌های دفاع مقدس

ردیف	دوره‌های گوناگون سینمای دفاع مقدس	شیوه بیانی، کارکرد ارتباطی و نحوه پیام رسانی
۱	۱۳۵۹-۱۳۶۷	سختیم، آشکار و محدودیت در استفاده از مجاز، نمادگرایی و ایجاد فضای استعاری
۲	۱۳۶۷-۱۳۷۶	دور شدن از فضای تبلیغاتی آشکار و استفاده از ویژگیهای هنری و ژانری ملودرام، کمدی و...
۳	۱۳۷۶-۱۳۸۴	از شیوه بیانی آشکار، نیمه آشکار و ضمنی استفاده شده است. فیلم‌ها هم تبلیغاتی هستند و هم هنری.
۴	۱۳۸۴-۱۳۹۲	تولیدات با دو نگاه مضاروت هنری یا عامه‌پسند به طبقه‌های اجتماعی و اشخاصی از جامعه که کمتر به آن‌ها پرداخته شده توجه داشته‌اند.
۵	۱۳۹۲-۱۴۰۰	تکنولوژی به کمک فیلمسازان آمده و تولیدات متنوعی مشاهده می‌شود. نقش صحوری زنان با بیانی آشکار در این دوره بارز توجه است.
۶	۱۴۰۰-۱۴۰۲	سینمای دفاع مقدس در این دوره کوناها با آثار متنوعی که به فرماندهان، عملیات‌ها، زنان، قشر عمومی جامعه پرداخته شایان توجه است.

از تحلیل منابع کتابخانه‌ای و نظرات مصاحبه‌شوندگان می‌توان دریافت که فیلم‌های دفاع مقدس را می‌توان مانند متن‌های در نظر گرفت. این متن‌ها در بستر دوره‌های تاریخی دارای وجوه متمایز یا مشابهی متأثر از ۳ رویکرد هستند. (۱) تولیداتی که متن‌محور هستند. این تولیدات قصه‌گو هستند و اساسشان بر پایه ویژگی‌های موضوعی است که به صورت آشکار برای هر مخاطبی واضح و قابل درک است. (۲) تولیداتی که وابسته به دیدگاه کارگردان بوده و تفسیر ایشان از واقعیت جنگ در آن مشاهده می‌شود و درک آن برای مخاطبان نسبی است. (۳) فیلم‌های که درک و تحلیل‌شان نیاز به واکاوی عمیق‌تری دارد و توسط مفسران خبره تفسیر شده، برای مخاطبان آگاهی‌ساز می‌شود.

جدول (۲). ویژگی‌های هرمنوتیکی متن فیلم سینمای دفاع مقدس

ردیف	دوره‌های سینمای دفاع مقدس	متن محوری	مؤلف محوری	مفسر محوری
۱	۱۳۵۹-۱۳۶۷	+	-	-
۲	۱۳۶۷-۱۳۷۶	+	+	-
۳	۱۳۷۶-۱۳۸۴	+	+	+
۴	۱۳۸۴-۱۳۹۲	+	+	+
۵	۱۳۹۲-۱۴۰۰	+	+	-
۶	۱۴۰۰-۱۴۰۲	+	-	-

پس از بررسی آرای مصاحبه‌شوندگان عوامل زیر مشخص شد که در جذب مخاطب فیلم‌های دفاع مقدس مؤثر بوده و پاسخ‌دهندگان، خودانگاری و همذات‌پنداری‌شان را متأثر از آن‌ها دانسته‌اند.

جدول (۳). مؤلفه‌های تأثیرگذار در جذب مخاطب

ردیف	شرایط و امکانات	توضیحات
۱	توجه ویژه به تولیدات انبوه و متنوع	در دوره‌های که ژانرها و موضوعات مختلف در حوزه دفاع مقدس تولید انبوه شده، توانسته است در جلب و توجه مخاطب مؤثر بوده و او را متأثر از ایده‌ها و پیام‌هایش سازد.
۲	جنگ و هنجارهای اجتماعی	فیلم‌های که در زمان جنگ یا شرایط سیاسی و اجتماعی خاص ساخته شده است، از سوی مخاطب بازتاب دهنده و وضیعی واقعی قلمداد شده و او را در محیطی باورپذیر غوطه‌ور ساخته است.
۳	مجاز گرفتن مضامین مردود گذشته	در دوره‌های شرایط سیاسی، اجتماعی و تصمیمات شخصی مدیران، موضوعاتی را از سید تولید فرهنگی حذف کرده است. پس از آنکه این موضوعات مجوز گرفته‌اند، مخاطبان انبوه آگاهانه و خودانگارانه با قهرمان این آثار همذات‌پنداری کرده‌اند.
۴	تکنولوژی	ضعف ساختاری در تولیدات برخی دوره‌ها، غوطه‌وری مخاطب در فضای فیلمیک را کم‌رنگ ساخته، و اثر برایش باورپذیر یا جذاب نیست. تکنولوژی توانسته موضوعاتی که قبلاً ساعت‌شان مهیا نبود را مهیا و مخاطب را نسبت به تماشایشان فعال سازد.

پس از بررسی فیلم‌ها، منابع مکتوب و نظرات مصاحبه‌شوندگان نقش‌های محوری و اصلی فیلم‌های دفاع مقدس را می‌توان به شرح زیر دسته‌بندی کرد که هرکدام بر اساس ویژگی‌های کارکردی، کنشی را در فیلم ایجاد می‌کنند که تم اصلی و موضوع آن را شکل داده و هدایت می‌کنند.

جدول (۴). مؤلفه‌های اصلی و فرعی استخراج‌شده از کنش و نقش‌های کارکردی فیلم‌های دفاع مقدس

ردیف	کنش‌های اصلی و نقش‌های کارکردی در فیلم که مخاطب را تحت تأثیر قرار داده‌اند	مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی
۱	نقش زنان، خواهران و مادران	اکثر آخان‌دار و دارای نقش حامی خانواده هستند	در قیاس با کل تولیدات خیلی محدود نقش اصلی و محوری داشتند
۲	نقش پدران، برداران و شوهران	فضای فیلم‌ها مردسالارانه است و اساس قصه بر رفتار آنها شکل گرفته است	به غیر از جنگ به مضامین اجتماعی، سیاسی و غیره تیز می‌پردازند
۳	نقش جوانان و نوجوانان	نقش محوری داشته، مطیع‌اند و عموماً درام بر مبنای آنها پی‌ریزی شده است	با وجود پاک، تیره، کاتارسیس و تزکیه در رفتارشان نهادینه شده است
۴	انگیزه‌های ملی	همه اقشار ایرانی در فیلم یکصدا هستند و تیار دراماتیک را شکل داده است	باورهای مذهبی تشدیدش می‌کند
۵	فرهنگ‌ها و قومیت‌ها	انواع فرهنگ‌ها و قومیت‌ها در کنار هم و برای حمایت از یکدیگر جان می‌دهند	هدف آثار، نمایش دفاع از وطن است اما توجه به اقوام را نیز برجسته می‌کند.
۶	اسطوره قهرمان	در تولیدات کمتر به قهرمان‌سازی و قهرمان پروری توجه شده است.	به تیپ‌ها و اقدار طبقه پائین نیز پرداخته شده است
۷	اسطوره شهید	شهید و ویژگی‌هایش تم اصلی آثار را بطور آشکار یا ضمنی تشکیل داده‌اند	فراموشی رشادت شهدا مورد نقد و توجه قرار می‌گیرد
۸	مسائل نظامی	هدف اصلی آثار بازتاب مفاهیم انسانی و مذهبی در دفاع از وطن بوده است	بطور آشکار یا ناآشکار به ویژگی نظامی و توانایی نیروهای مردمی توجه شده است
۹	سختی با اهریمن و دشمن	از پای درآوردن و بیرون راندن دشمن از خاک وطن کنش اصلی کاراکترها است	نحوه مقابله با دشمن توسط گروه‌های سیاسی، مردمی، نظامی نقد شده است.
۱۰	دین و مذهب	پیروان مذاهب و ادیان مختلف در جنگ رشادت کرده و در آثار بازتابی شده	باورهای مشترک فرهنگی مذاهب مختلف ایرانی در فیلم‌ها بازتابی شده است.

مؤلفه‌های در نقش کارکردی فیلم‌های دوره‌های تاریخی سینمای دفاع مقدس ایران مؤثر بوده که فراوانی آن پس از بررسی آرای مصاحبه‌شوندگان به شرح زیر است.

جدول (۵). فراوانی مؤلفه‌های استخراج شده از کنش و نقش‌های کارکردی فیلم‌های دفاع مقدس

ردیف	مؤلفه‌های خودآگاهی		خودآگاهی	همدلی	هماتندسازی	خودبازتابندگی	دوره‌های سینمای دفاع مقدس	دیگری
	عاملیت	غوطه‌وری						
۱	۸۲٪	۸۵٪	۹۵٪	۹۷٪	۸۵٪	۹۰٪	۱۳۵۹-۱۳۶۷	
۲	۹۷٪	۹۰٪	۹۶٪	۹۷٪	۹۶٪	۹۴٪	۱۳۶۷-۱۳۷۶	
۳	۵۰٪	۴۴٪	۶۵٪	۴۹٪	۴۸٪	۵۰٪	۱۳۷۶-۱۳۸۴	
۴	۶۵٪	۵۵٪	۷۵٪	۶۹٪	۷۰٪	۶۸٪	۱۳۸۴-۱۳۹۲	
۵	۹۲٪	۸۵٪	۹۰٪	۸۸٪	۸۵٪	۹۰٪	۱۳۹۲-۱۴۰۰	
۶	۹۰٪	۹۰٪	۹۴٪	۹۲٪	۹۲٪	۹۰٪	۱۴۰۰-۱۴۰۲	

نتیجه‌گیری

در سینما می‌توان هر مضمونی را با هر سیاق و سبکی به‌گونه‌ای شگفت‌انگیز و زیبا به نمایش گذاشت. مخاطب با وجود مشکل و اضطراب‌های اجتماعی و زیستی فراوان به تماشای فیلم می‌نشیند و ممکن است نسبت به فرهنگ آن بیگانه بوده و نسبت به شرایط اجتماعی و پدیده‌های موجود در آن بی‌اطلاع و غریبه باشد، اما وارد جهان فیلم شده و با شخصیت اصلی آن همذات‌پنداری می‌کند و در زمان مشاهده و پس از آن انگار که تخلیه هیجانی^{۲۷} شده باشد، بسیاری از نگرانی‌ها از او دور می‌شود. هرچه این کنش و رفتار بازخورد بیشتری از سوی تماشاگران داشته باشد، فیلم باورپذیرتر بوده و فیلم‌ساز توانسته است در جلب هواداران و رساندن پیام اصلی فیلم موفق‌تر به نظر آید. رسانه سینما به دلیل ویژگی واقع‌نمایی، همدلی، همذات‌پنداری و گریزخواهی^{۲۸} اش یک واسطه عینی و عملی در فرآیند برقراری ارتباط است و با جامعه بزرگی مواجه است. سینما در ادراک مخاطب تأثیرگذار بوده و محیط سیالی را مهیا می‌سازد تا او غرق و غوطه‌ور در آن، باورها و خواسته‌هایش را جست‌وجو کند. سینمای دفاع مقدس ایران نیز چنین ماهیتی داشته است. مخاطبان متأثر از بافتارهای بومی و فرهنگی و شرایط گوناگون گاه در جهت گریز و فراموش کردن مشکلات به تماشایش نشسته و آمال و آرزوهایشان را در جریان فیلمیک آن پنداشته و خودآگاهی کرده‌اند، و گاه از رویداد فیلم متأثر شده و خود واقعی‌شان را از آن برگرفته و می‌سازند. این رفتار رابطه‌ای دوسویه و تعاملی را ایجاد می‌کند. آنچه حاصل پژوهش حاضر است نشان از آن دارد سینمای دفاع مقدس به علت شرایط اقتصادی، اجتماعی، تصمیم‌گیری‌های افراطی یا سهل‌انگارانه شخصی برخی از مدیران دارای فرازونشیب‌های مختلفی شده است، اما چون که موضوعش از بطن جامعه برخاسته و پاره‌ای از تاریخ ملی مردم را متصور می‌سازد، آثارش مانا مانده است و مخاطبان رده‌های سنی مختلف حتی آنان که جنگ را ندیده‌اند را با خود همراه ساخته است. نسل‌های مختلف از سینمای دفاع مقدس پیام‌های ارتباطی را درک کرده‌اند که گاهی از هدفی که فیلم‌ساز به آن اشاره کرده و اذعان داشته دور است، و گاه هم‌سو با آن بوده است و مسبب آن خودآگاهی آگاهانه مخاطب است. غوطه‌وری، عاملیت، همانندسازی، همدلی، خودآگاهی، خودبازتابندگی و جایگزینی خود با دیگری که همانا قهرمان قصه است، مؤلفه‌های هستند که در این خودآگاهی نقش دارند. سینمای دفاع مقدس روندی زنده

از تاریخ را جاری می‌سازد که همواره تازه است و با گذشت سالیان دراز از برخی از تولیداتش، همچنان نزد مخاطبانش دیدنی و باورپذیر است.

پی‌نوشت

1. Michael Abecassis
۲. اشاره به یکی از افسانه‌های آنگلو ساکسون که در آن بانو گادایوا که همسرش قصد دارد مالیات سنگینی از مردم شهر بگیرد برهنه بر اسب می‌نشیند و در شهر می‌گردد تا او را از تصمیم‌اش مصرف نماید. تام که دزدکی مشغول دید زدن او بود کور می‌شود.
3. Jean- Louis Baudry
4. John Ellis
5. Human condition
6. Empathy
7. Ego
8. John Locke
9. memory
10. Consciousness
11. Quasi-subject
12. Object-subject
13. Michelson, "Toward Snow" p. 172.
14. Trans-subjectivity
15. Consciousness
16. Immersion
17. Intentionality
18. Forethought
19. self-reactiveness
20. self-reflectiveness
21. self-guidance
22. self-regulators
23. self-sanctions
24. self-governing
25. self-reactions
26. self-reflectiveness
27. Catharsis
28. Escapism

فهرست منابع

استم، رابرت (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر نظریه فیلم/ متن واقع‌گرایانه کلاسیک، ترجمه احسان نوروزی، تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

السون، م.، و هرگنهان، ب. ر (۱۳۹۴). مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری، ترجمه علی اکبر سیف. تهران: دوران.

- امامی کوپائی، سمانه. نوروز برازجانی، ویدا و صافیان، محمدجواد (۱۳۹۹). «کاربست روش پدیدارشناسی هرمنوتیکی در آشکارگی سرشت زیبایی/ نمونه مورد مطالعه: میدان نقش جهان»، دو فصلنامه پژوهش‌های هستی‌شناختی، ۹(۱۸)، صفحه‌های ۴۹۷-۴۶۷.
- اینوود، مایکل (۱۳۹۵). هگل/ دانشنامه زیبایی‌شناسی، ویراسته بریس گات و دومینیک مک آیور لوپس، ترجمه گروه مترجمان، تهران: فرهنگستان هنر.
- بلزی، ک (۱۳۷۹). عمل نقد، ترجمه ع. مخبر. تهران: نشر قصه.
- بوردول، دیوید (۱۳۹۱). معناسازی/ استنتاج و بلاغت در تفسیر سینما، ترجمه شاپور عظیمی تهران: فرهنگستان هنر.
- پورالخاص، شکرالله. یحیایی، محمد (۱۳۹۷). «بازنمایی اسطوره قهرمان مظلوم در روایت‌های داستانی سینمای جنگ تحمیلی (مطالعه موردی چهار فیلم‌نامه از چهار دهه سینمای ایران)»، دو فصلنامه رسانه و فرهنگ، ۸(۲)، صفحه‌های ۷۶-۵۹.
- ترنر، گریم (۱۳۹۵). سینما: کنش اجتماعی، ترجمه علی سیاح، تهران: دنیای اقتصاد.
- چادوری، شوهینی (۱۳۹۳). فیلم و منتقدان فمینیست، ترجمه محسن خاکپور و فرهاد جعفری، ج اول، تهران: پروژه.
- حمیدزاده، عبدالله (۱۳۹۸). «تیین روایت‌شناختی مستندهای جنگی روایت فتح»، رساله دکتری پژوهش هنر، استاد راهنما: ایمان زکریایی کرمانی و احمد الستی، دانشگاه هنر اصفهان، رشته پژوهش هنر.
- خوشخو، آرش (۱۳۷۹). «تولد یک ژانر در سینمای ایران/ جنگ برای صلح: مروری بر سینمای دفاع مقدس»، گردآورنده: مسعود فراستی، ویژه‌نامه انجمن سینمای انقلاب و دفاع مقدس.
- داودآبادی، مهدی. احمدی، فاطمه (۱۳۹۵). «بازنمایی نقش زن در سینمای دفاع مقدس؛ از واقعیت تا نمایش، نشریه معرفت فرهنگی اجتماعی، ۷(۲۷)، ۹۵-۱۱۵.
- سلیمانی، محمد (۱۳۸۱). پایداری در قاب، جلد اول، تهران: فرهنگ کاوش.
- شاهلو، سعید (۱۳۸۲). مکتب‌ها و نظریه‌ها در روان‌شناسی شخصیت، تهران: رشد.
- شکوهی، حسین. اسکندری، مهرداد (۱۴۰۱). «انعکاس عملکرد سینمای دفاع مقدس در ادبیات علمی؛ مروری نظام‌مند بر آثار علمی- پژوهشی سینمایی دفاع مقدس»، فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس، ۸(۲)، صفحه‌های ۳۴-۹.
- شیرری، طهمورث. عظیمی، ندا (۱۳۹۱). «بررسی مقایسه‌ای تحلیل محتوای کیفی و روش هرمنوتیک»، مجله مطالعات جامعه‌شناسی، ۴(۱۵)، صفحه‌های ۹۹-۷۹.
- فالزن، کریستوفر (۱۳۸۲). فلسفه به روایت سینما، ترجمه ناصرالدین علی تقویان. تهران: قصیده‌سرا.
- کارول، جان. ام (۱۳۷۱). «چند مسئله حل نشده در نظریه سینما»، ترجمه حمید احمدی لاری. نشریه فارابی، ۵(۱۷)، صفحه‌های ۹۹-۷۴.
- کالی، جاسمین (۱۳۹۵). از گیم تا فیلم/ نقش گیم در دگرگونی‌های شکلی سینمای امروز، ترجمه شیوا مقالو، تهران: بیدگل.
- گلدار، زهره. مسعودی، امیدعلی و اسکندری نسب، محمد (۱۳۹۹). «دفاع مقدس در سینمای محمدعلی باشه آهنگر؛ مطالعه فیلم‌های «فرزند خاک»، «ملکه»، «سرو زیر آب»، فصلنامه دولت پژوهشی در جمهوری اسلامی ایران، ۶(۲)، صفحه‌های ۱۲۰-۹۵.
- گوت، بریس (۱۳۸۵). «همدات‌پنداری و احساسات در سینمای روایی»، ترجمه بابک تیرایی، نشریه فارابی، ۳(۶۱)، صفحه‌های ۴۸-۳۱.
- مازندرانی، حبیب‌الله. مزیدی شرف‌آبادی، علی محمد و افشانی، علیرضا (۱۴۰۰). «جامعه‌شناسی ژانر فیلم‌های دفاع مقدس در سینمای ایران (۱۳۶۰-۱۴۰۰)»، فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۱۵(۴)، صفحه‌های ۱۴۲-۱۲۱.
- مازندرانی، حبیب‌الله. مزیدی شرف‌آبادی، علی محمد و افشانی، علیرضا (۱۴۰۰). «طراحی و تدوین مدل ارتقای تولیدات سینمای دفاع مقدس با رویکرد نظریه زمینه‌ای»، فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۴(۱۱) دوره ۴، صفحه‌های ۱۵۰-۱۲۹.
- مرتضوی قهی، فاطمه. و منادی، مرتضی (۱۳۸۹). «دفاع مقدس در گذر از سینمای ایران»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات

- فرهنگی و ارتباطات، ۷(۲۵)، صفحه‌های ۱۴۸-۱۲۸.
- معدنی، سعید (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی جنگ و سینمای دفاع مقدس، تهران: بهمن برنا.
 - معینی، علی و مرآتی، احسان (۱۳۹۴). «تدوین روش توسعه چارچوب معماری سازمانی: مطالعه پدیدارشناسی تفسیری»، مجله مدیریت فناوری اطلاعات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۷(۱)، صفحه‌های ۱۶۲-۱۴۳.
 - مولارکی، جان (۱۳۹۶). فلسفه سینما: فصل‌هایی درباره اندیشه و تصویر، ترجمه مهرداد پارسا، تهران: شونند
 - مهقانی، زهرا. حجازی، الهه و سجادیه، نرگس (۱۴۰۰). «ادراک و شناخت نوجوانان از مفهوم عاملیت: مطالعه پدیدارشناسانه»، فصلنامه پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی، ۱۲(۱)، صفحه‌های ۳۸-۱۹.
 - میتری، ژان (۱۳۹۴). روان‌شناسی و زیبایی‌شناسی سینما، ترجمه شاپور عظیمی، تهران: سوره مهر.
 - نصری، ع (۱۳۹۰). راز متن: فلسفه و دین، نقد ادبی، هرمونتیک، تهران: سروش.
 - نوروزی حسین، رضایی الهام (۱۳۹۷). «بررسی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر خودانگاره و تأثیر آن در خرید کالای لوکس»، دوفصلنامه مطالعات مصرف‌کننده، ۵(۲)، صفحه‌های ۳۹-۵۴.
 - نوریان رامشه، میلاد. دهقان شاد، حوریه (۱۴۰۰). «نقش تغییر گفتمان‌های سیاسی و اجتماعی در سینمای دفاع مقدس (نمونه مورد مطالعه: آثار ابراهیم حاتمی‌کیا)»، فصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناختی، ۱۵(۴)، صفحه‌های ۱۸۰-۱۵۹.
 - یوسفی، رسول. ابن‌الدین، محسن و حداد، فاطمه (۱۳۹۸). «رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تقاضای سینمای دفاع مقدس در جوانان: (مطالعه موردی مدرسه سینمایی حوزه هنری انقلاب اسلامی)»، فصلنامه شاهد اندیشه، ۱(۱)، صفحه‌های ۶۳-۳۹.
- Abecassis, Michael. (2011). *Iranian War Cinema: Between Reality and Fiction*. Iranan Studies, London: Routledge. V.44, N.3, May. DOI:10.1080/00210862.2011.556390
 - Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*. 52(1), 1-26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
 - Bandura, A. (2018). Toward a Psychology of Human Agency: Pathways and Reflections. *Perspectives on Psychological Science*. 13(2), 130-136. <https://doi.org/10.1177/1745691617699280>
 - Bandura, A. (2006). Adolescent Development from an Agentic Perspective. In F. Pajares, & T. Urdan (Eds.), *Self-Efficacy Beliefs of Adolescents*, (pp.1-43). Greenwich, CT: Information Age.
 - Bong, M., Skaalvik, E. M. (2003). "Academic self-concept and self-efficacy: how different are they really?" *Educational Psychology Review*, 15 (1), Pp1-40 15 (1), Pp1-40. <https://doi.org/10.1023/A:1021302408382>
 - Carrol, Noel (1990). *The Philosophy of Horror, or Paradoxes of the Heart* (London:Routledge). Carroll, Noel(2004b). Afterword: psychoanalysis and the Horror Film. In Steven Schneider, ed., *the Horror Film and Psychoanalysis: Freuds worst Nightmares*. Cambridge: Cambridge university press, 257- 70.
 - Chateau, Dominique (2012). *Subjectivity: Filmic Representation and the Spectator's Experience*, (Amsterdam University Press - European Film Studies - Key Deb).
 - Eagleton, T. (1983). *Literary Theory: An Introduction*, Oxford: Blackwell, ISBN 0-631-20188-2 (pbk: alk. paper)
 - Ellis, John (1992). *Visible Fictions: cinema, Television, video*, 81, ISBN-10: 0-415-07513-0.
 - Frampton, D. (2006). "Filmosophy". London: Wallflower Press.

- Heath, Stephen(1974). *Lessons from Brecht, Screen IS*, 2 (Summer 1974). <https://doi.org/10.1093/screen/15.2.103>
- Heidegger, M. (1927 [1962]). *Being and Time (Sein Und Zeit)* (J. M. a. E. Robinson, Trans): Blackwell Publishing.
- Juklová, Kateřina & Ulrichová, Monika(2011). Changes of handicapped and other students selfconcept and mutual attitudes as a result of their directed interaction, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Volume 29, Pp 1228–1235, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.357>
- Kockelmans, Joseph (1994). *Edmund Husserl's Phenomenology*, ISBN–139781557530509.
- Konrath, Lisa (2010), *Metafilm: Forms and Functions of Self-Reflexivity in Postmodern Film*, vdm publishing, ISBN–13: 978–3639287707.
- Levinas, Emmanuel(1995). *The theory of Intuition in Husserl Phenomenology*. p.102, ISBN: 0810112817, 9780810112810
- Manovich, Lev(2002). *The language of new media*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Merquior, J. G. (1966), *Or at least, an important strain of structuralism, which would include Althusser*. From Prague to Paris: A Critique of Structuralist and Poststructuralist Thought (London: Verso, 1986), pp. 1–6; and Claude Levi–Strauss, *the Savage Mind* (Chicago: University of Chicago Press, 1966), p. 252.
- Metz, Christian (2000). *The Imaginary Signifier in Film and Theory. An Anthology*, ed. by Robert Stam and Toby Miller. Oxford: Blackwell. [pp. 403–435]
- Munday Rodrick(2004). *Illustrate and critically discuss the use of reflexivity either within a single film or in the work of a single film director*, british film institute.
- Silverman, Kaja (1996). *The Threshold of the Visible World*, (London; New York: Routledge).
- Smith, Murray (1996). *The Logic and Legacy of Brechtianism/ Post-Theory, Reconstructing Film Studies*, Edited by David Bordwell and Noel Carroll, The University of Wisconsin Press.
- Sobchack, Vivian(1992). *The Address of the Eye: A Phenomenology of Film Experience*. New Jersey: Princeton University Press, 1992, ISBN: 9780691008745.
- Stam, Robert, Burgoyne, Robert & Sandy Flitterman–Lewis(2005). *New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-structuralism, and Beyond*, Routledge, ISBN: 9780415065955.
- Stam, Robert. Burgoyne, Robert & Flitterman– Lewis, Sandy (2005). *New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-Structuralism and Beyond*, Routledge.
- Tipton, I.C. (ed.)(1977). *Locke on Human Understanding: Selected Essays*, Oxford: Oxford University Press.
- Vosmeer, Mirjam & Ben Schouten(2014). *Interactive Cinema: Engagement and Interaction*, Springer International Publishing Switzerland 2014. A. Mitchell et al. (Eds.): ICIDS 2014, LNCS 8832, pp. 140-147, 2014.
- Woolfolk, A.E. (1993). *Educational psychology*. (5th. Ed). Boston: Allyn and Bacon.
- Yacavone, Daniel(2016). *Film and the Phenomenology of Art: Reappraising Merleau–Ponty on Cinema as Form*, Medium, and Expression, *New Literary, History*, vol. 47, no. 1.

Received: 2024/01/03
Accepted: 2024/03/14
Published: 2024/05/21

Self-conception of the Audience in the Cinematic Atmosphere of Sacred Defence Cinema

Payam Zinalabedini, PostDoc of Art Research, Assistant Professor, Department of Performing Arts, University of Tehran, Iran.

Behrooz Mahmoodi-Bakhtiari, Associate Professor, Department of Performing Arts, University of Tehran, Iran.

Abstract

The eight-year war with Iraq has received much attention by cinema media activists, and they have depicted the themes of sacred defense in their works, both during the war and now after many years since that event, and it is attempted to represent and protect this epic of people. Making various works in the field of war genre bears witness to this claim. Some audiences imagine themselves as the main characters while watching the film. The audience gets immersed in the film and sometimes empathizes with the hero of the film and likes to build and advance the narrative of the film based on its own beliefs and desires. This viewer behavior between his real self and his favorite self, which is performed by the hero or the main character of the film, has created a special interactive relationship, and self-image. Replacing the viewer "himself" with "another" who is the hero of the film has existed in different periods of cinema style and various theorists have written about this topic, but it has been less studied and investigated in the field of sacred defense films. The researcher examines the situation and position of the audience in the filmic atmosphere of the sacred defense cinema. Thus, the main problem of the study is to analyze the function and role of the sacred cinema in creating an interactive relationship and replacing the audience's self-image with the other image and the main actors in the film space. The research method is qualitative based on the hermeneutic phenomenology method and based on collecting data from library sources, audio and video archives as well as unstructured interviews and purposeful sampling. The findings of the research show that the cinema of sacred defense has had various ups and downs due to economic, social conditions, extreme or negligent personal decisions of some managers, but because its subject is being inspired by the society and imagines a part of the national history of the people, its works have survived and have attracted audiences of different age groups, even those who have not experienced the war. Different generations of the sacred defense cinema have perceived the communication messages that are sometimes far from the goal that the filmmaker has referred and acknowledged, and sometimes it has been consistent with it, and the main cause is the conscious self-image of the audience. Sacred defense cinema has its effects on the perception of the audience and provides a fluid space for him to search for his beliefs and desires. Being affected by various contexts and circumstances, the audience sometimes watches it in order to escape and forget the problems and imagine their hopes and dreams in the course of the film, and sometimes they are affected by the event of the film and make their true selves based on it. This behavior creates a two-way and interactive relationship. The result indicates that the audience's self-perception is affected by identification, empathy, self-reflection, identification, self-awareness, immersion, agency, and otherness, which has been performed by various expressive methods in the historical periods of Iran's sacred defense films.

Keywords: Self-reflection, Self-awareness, Self-concept, Iranian Cinema, Sacred Defence Cinema.