

تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی فیلم‌نامه آژانس شیشه‌ای

دکتر مریم حسینی^۱

تاریخ دریافت: ۹۱/۸/۱

دکتر فرهاد ساسانی^۲

تاریخ تصویب: ۹۲/۸/۲۶

سارا نظر دنیوی^۳

چکیده

گفتار هر فرد ارائه‌دهنده باورها، ارزش‌ها و جهان‌بینی‌هایی است که به صورت نهفته در زبان فرد جای می‌گیرد 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، ایدئولوژی را مثبت تلقی کرده، آن را برجسته کنند و یا ایدئولوژی را منفی نشان داده، آن را به حاشیه برانند. در این میان فیلم‌های سینمایی نیز از این قاعده جدا نیستند. به همین منظور، ما در این مقاله، فیلم‌نامه آژانس شیشه‌ای، نوشته ابراهیم حاتمی‌کیا را از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی مورد تحلیل قرار دادیم و متوجه شدیم زندگی در فضای دو قطبی، بر ذهن او بی‌تأثیر نبوده است. ما برای این کار از دو ابزار فرانش اندیشگانی (در دستور نظام‌مند هلیدی) و قطب‌بندی خود و دیگری (بر اساس مربع ایدئولوژیک ون‌دایک) استفاده کردیم. سپس بعد از قطب‌بندی شخصیت‌های درون فیلم‌نامه، دریافتیم که قطب ۱ بر ضلع برجسته‌سازی نکات مثبت

^۱ دانشیار دانشگاه الزهرا drhoseini@yahoo.com

^۲ دانشیار دانشگاه الزهرا fsasani49@yahoo.com

^۳ کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی sara7zoha@yahoo.com

خود بیش از ضلع‌های دیگر مربع ایدئولوژیک تکیه کرده است و این تکیه را با استفاده از فرآیندهای مادی نشان داده و قطب مقابل بر برجسته‌سازی نکات منفی دیگری تکیه کرده و برای این کار از فرآیند رابطه‌ای بهره برده است که این شیوه کاربرد با ویژگی‌های شخصیت‌های فیلم‌نامه متناسب است.

واژه‌های کلیدی

نشانه‌شناسی اجتماعی، فرانقش اندیشگانی، مربع ایدئولوژیک، آژانس شیشه‌ای

۱. مقدمه

نشانه‌شناسی^۴، 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 شکلی ساخته می‌شود و به عبارتی دیگر، یک متن چه‌طور با مخاطب خود ارتباط برقرار می‌کند.

"نشانه‌شناسی اجتماعی"^۵ 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 متنی در موقعیتی اجتماعی و فرهنگی خاص. نشانه‌شناسان اجتماعی بر این باورند که نمی‌توان معنا را جدا از گوینده، شنونده و بافت^۶ مورد بررسی قرار داد؛ آن‌ها "معنا را فرآورده فرآیندی می‌دانند که طی آن متنی بر اساس الگوها و منابع یک یا چند نظام نشانه‌ای خاص، به ویژه زبان، توسط گویشوری در شرایط زمانی و مکانی موقعیتی، اجتماعی و تاریخی فرهنگی خاص، تولید

4 . semiotics

5 . Social Semiotics

6 . context

و باز تولید 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”^۷ را می‌توان اصلی‌ترین پرچم‌دار نشانه-شناسی اجتماعی دانست. وی به پیروی از استادش جان روپرت فرس^۸ و نیز برونیسلاو مالینوسکی^۹ 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 با 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 می‌شود، تشخیص دهیم”. بنابراین “دستور چیزی از پیش معین شده نیست، بلکه منبعی^{۱۰} است که به مرور اندوخته شده و زبان‌ور، انگیخته^{۱۱} 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، ذهن‌گوشور و جامعه نظر دارند” (ساسانی، ۱۳۸۹: ۴۸). همچنین هلیدی، معنا را محور اصلی زبان‌شناسی نقش‌گرا^{۱۲} می‌داند و معتقد است الگوهای نحوی تنها برای تشخیص معنا هستند و این “معنا، برابر است با کاربرد؛ که از نظر وی این کاربرد، کاربردی اجتماعی محسوب می‌شود نه صرفاً کاربردی 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 به طور اجتناب‌ناپذیری، رفتارها، اندیشه‌ها و ساختارهای ارزشی خود را در قالب زبان بیان می‌کنیم. بنابراین زبان رسانه-

⁷ . Michael Alexander Kirkwood Halliday

⁸ . 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)

⁹ . Bronislaw Malinowski

¹⁰ . source

¹¹ . motivated

¹² . functional linguistics

ای خنثی نیست بلکه به شدت سوگیری دارد و هر آنچه گفته و نوشته می‌شود در بردارنده باورها و ایدئولوژی^{۱۳} ذهن گوینده است که به طور نهفته در زبان قرار می‌گیرد و به مخاطب منتقل می‌شود.

ون‌دایک^{۱۴} نیز معتقد است، این زبان است که گفتمان‌ها را معتبر می‌کند و به آن‌ها مشروعیت می‌دهد. بنابراین زبان در تولید ایدئولوژی نقش مهمی را ایفا می‌کند. وی ایدئولوژی را مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌هایی می‌داند که ما با آن دنیا را می‌فهمیم و آن را تفسیر می‌کنیم. بنابراین معتقد است، فرد برای به دست آوردن هویت^{۱۵}، جهان را به دو بخش "خود"^{۱۶} و "دیگری"^{۱۷} تقسیم می‌کند. چراکه هویت ما در سایه وجود غیر ما شکل می‌گیرد و هویت "چیزی جز آن‌چه بدان هر آدمی، خود را از دیگری باز می‌شناسد و کیستی و چیستی خود را در پرتو آن تعریف می‌کند نیست" (تاجیک، ۱۳۸۴: ۱۱). بنابراین فرد از خود و دیگری، تصویری ایدئولوژیک می‌سازد به طوری 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. درست اتفاقی که بعد از انقلاب اسلامی رخ داد. سلطانی (۱۳۸۶) در این باره می‌گوید: در چهار سال اول انقلاب، گروه‌هایی که در سایه 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

¹³ . ideology

¹⁴ . Teun Van Dijk

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.

¹⁵ . identity

¹⁶ . self

¹⁷ . other

خاتمی افزایش یافت. بنابراین دو گروه محافظه کار و اصلاح طلب 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، به شکلی اجتناب‌ناپذیر، ساختارهای ارزشی، جهان‌بینی و عقاید خود را در زبان شخصیت‌های فیلم‌نامه منعکس می‌سازد که در واقع این همان فرانشی اندیشگانی زبان است که هلیدی آن را یکی از سه فرانشی مطرح شده در زبان می‌داند. گفتنی است در این پژوهش، سال ۱۳۷۶ برای ما دارای اهمیت است، چراکه با برگزاری هفتمین انتخابات ریاست جمهوری، جامعه وضعیتی به شدت دو قطبی می‌یابد و این دو قطبی بودن بی‌شک بر ذهن حاتمی‌کیا 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 شکلی در این دو فیلم‌نامه بازنمایی 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، 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 زبان-

شناسی 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 عبارت‌اند از:

۱-۲ فرانش ۱۸ اندیشگانی^{۱۹}

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 باز می‌نماید؛ 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 فرانش، به کنش‌ها، رویدادها، اشیا، آدم‌ها، کیفیات، پدیدارها، ذهنیات، وهمیات، آرزوها و ... را در شکل و صورت نظام‌گذاری نشان می‌دهد.” (حق‌بین، ۱۳۹۰: ۱۲۹)

۲-۲ فرانش بینافردی^{۲۰}

به اعتقاد هلیدی، در این فرانش رابطه بین گوینده یا نویسنده با مخاطب مورد بررسی قرار می‌گیرد. “نوع کنش متقابل افراد درگیر در ارتباط، در زبان بازتاب می‌یابد. معنی، هم چون شکلی از کنش طرح می‌شود و نوع رابطه میان گوینده/نویسنده، شنونده/خواننده ساختار زبان را تعیین می‌کند. این رابطه ممکن است به صورت خبر، فرمان، پرسش، خواهش، پیشنهاد و ... باشد. در این صورت، وجه^{۲۱} بازتاب فرانش بینافردی در سطح ساختار زبان است” (همان، ۱۳۱).

^{۱۸}. منظور هلیدی از نقش، عملکردهایی انتزاعی است که زبان بدون توجه به استفاده از آن به خودی خود آن را داراست؛ به همین دلیل از اصطلاح فرانش استفاده می‌کند و معتقد است نقش مندی خاصیت ذاتی زبان است (هلیدی، ۱۹۷۸: ۴۷).

^{۱۹}. ideational metafunction

^{۲۰}. interpersonal metafunction

^{۲۱}. mood

این که چه بخشی از سخن نزد گوینده مهم تر تلقی شده است یا این که کدام بخش از کلام را گوینده جز دانسته‌های شنونده تلقی کرده در فرانش سومی بررسی می‌شود که هلیدی آن را فرانش متنی می‌نامد. هلیدی معتقد است به وسیله این فرانش است که گوینده یا نویسنده می‌تواند متن تولید کند و شنونده و یا خواننده می‌تواند متن را دریابد. این فرانش ارتباط دهنده دو فرانش اندیشگانی و بینافردی است و نشان می‌دهد که چگونه آن‌چه می‌گوییم با آن-چه قبلاً گفته شده با بافت مرتبط است.^{۲۳}

مهم‌ترین واحد دستوری که این فرانش‌ها 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 فرآیندها را بر عهده دارد. فرآیندها، ناظر بر یک رخداد، کنش یا حالت، احساس، گفتار یا وجود هستند. بر این اساس هلیدی [و متیسن] (۲۰۰۴: ۱۷۰)، فرآیندها را به دو دسته اصلی و فرعی تقسیم می‌کنند. فرآیندهای مادی، ذهنی، رابطه‌ای سه فرآیند اصلی و فرآیندهای رفتاری، کلامی و وجودی سه فرآیند فرعی را در نظام گذرایی زبان تشکیل می‌دهند.

فرآیندهای مادی^{۲۴}، فرآیندهای انجام دادن‌اند. به واسطه این فرآیند 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...

فرآیندهای ذهنی^{۲۵}، 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 فرآیند دلالت دارند.

²² . textual metafunction

^{۲۳} . لازم به ذکر است که ما در این مقاله، تکیه خود را تنها بر فرانش اندیشگانی قرار داده‌ایم و از دو فرانش بینافردی و متنی صرف نظر کرده‌ایم.

²⁴ . material process

²⁵ . mental process

به وسیله **فرآیندهای رابطه‌ای**^{۲۶} 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 فرآیندها، طبقه‌بندی است که این طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری‌ها با توجه به دیدگاه اجتماعی و فکری ما صورت می‌گیرد” (یارمحمدی، ۱۳۸۵: ۴۲).

فرآیندهای رفتاری^{۲۷} در برگزیده رفتارهای فیزیکی و روانشناختی یک موجود جاندار، بخصوص انسان می‌باشد. مانند گریه کردن، عطسه کردن، سرفه کردن، لبخند زدن و ...

این فرآیند حد واسط میان فرآیندهای ذهنی و مادی است و در واقع برخی از ویژگی‌های فرآیند مادی و برخی از ویژگی‌های ذهنی را دارا هستند.

فرآیندهای کلامی^{۲۸}، سخن گفتن و هر نوع مبادله نمادین معنا را شامل می‌شود. فعل‌های اصلی بندی که بیان‌گر یک فرآیند کلامی است، معمولاً گفتن یا هر فعل دیگری است که در این حوزه معنایی قرار داشته باشد. (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۲۲).

فرآیندهای وجودی^{۲۹} از موجودیت یا هستی پدیده‌ای و یا عدم آن سخن می‌گویند. فعل بندهایی که حاوی این فرآیند هستند، بودن، وجود داشتن و مشتقات آن می‌باشد.

۲- ۴ نام‌دهی^{۳۰}

²⁶ .relation process

²⁷ . behavioral process

²⁸ . verbal process

²⁹ . existential process

³⁰ . naming

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. مثلا: " برای اشاره به عمل فلسطینی - هایی 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 انتحاری" یا "عملیات تروریستی" استفاده می‌شود" (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۲۷). چنانچه ملاحظه شد، در این مثال یک حادثه رخ داده است، ولی در کشورهای مختلف به شیوه‌های مختلفی نام‌گذاری و یا ارزش‌گذاری می‌شود. در واقع هرکس بنا به نوع اندیشه و ایدئولوژی حاکم بر ذهن خود، واقعیات خارج را در قالب زبان بازنمایی می‌کند. برچسب‌زنی را نیز می‌توان از زیرمجموعه‌های نام‌دهی قرار داد. بر این اساس ما جهان را به دو دسته خود^{۳۱} و دیگری^{۳۲} تقسیم می‌کنیم، چراکه تعلق به یک گروه و همسان بودن با آن، تنها در صورتی معنادار است که در تقابل با هویتی دیگر باشد. چراکه هویت ما در سایه وجود غیر ما شکل می‌گیرد. بنابراین هرچه 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 برچسب‌های مثبت سهمیه ما و برچسب‌های منفی سهمیه دشمنان خواهد بود.

۲-۵ ایدئولوژی

از دید مارکسیست‌ها ایدئولوژی آن چیزی است که باعث می‌شود ما زندگی را به سبک بخصوصی تجربه کنیم. اما افراد دیگری چون باختین^{۳۳} و مدودف^{۳۴}، تعریف دیگری از ایدئولوژی ارائه می‌دهند. آن‌ها ایدئولوژی را مترادف با

³¹ . self

³² . other

³³ . Mikhail Bakhtin

³⁴ . Pavel Nikolaevich Medvedev

فرهنگ می‌دانند. ولوشینف^{۳۵} نیز معتقد است، همه نشانه‌ها سرشار از ایدئولوژی‌اند و هر چیز ایدئولوژیکی، دارای ارزش نشانه‌ای است. فرکلاف، ایدئولوژی را ساخت‌های معنایی می‌داند که در تولید و بازتولید و تغییر روابط نابرابر قدرت نقش دارد. (سجودی، ۱۳۸۷: ۱۸۳-۱۸۷). افرادی چون ون‌دایک (۱۹۹۸: ۱۳۹) نیز ایدئولوژی را «نظامی از ایده‌ها، باورها، ارزش‌ها و مقوله‌ها که یک شخص، گروه یا جامعه با مراجعه به آن دنیا را ادراک می‌کند، می‌فهمد و تفسیر می‌کند تعریف می‌کند. ایدئولوژی‌ها معمولاً توسط زبان بیان می‌شود، زیرا زبان نقش مهمی در تولید آن دارد ولی این بدان معنا نیست که زبان تنها وسیله بازنمود ایدئولوژی است بلکه به این معنا است که زبان نقش مهم‌تری 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: ۱-۲).

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

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

۳. اوضاع سیاسی اجتماعی ایران در سال ۱۳۷۶

³⁵ . Valentin Voloshinov

اگر فیلم‌های سینمایی را محصولات فرهنگی بدانیم که زبان، بخش جدانشدنی آن محسوب می‌شود، بی‌شک معترف خواهیم شد که فیلم یکی از بهترین ابزارهایی است که قادر خواهد بود گفت‌وگوهای موجود در جامعه را بازتولید کند و یا به برجسته‌سازی یکی از گفت‌وگوها بپردازد. بنابراین برای آن که درک درست‌تری از فیلم‌نامه آژانس شیشه‌ای داشته باشیم، لازم است نیم‌نگاهی به اوضاع سیاسی اجتماعی سال ۱۳۷۶ بیندازیم تا مشخص شود نویسنده در پی برجسته‌سازی کدام گفت‌وگو 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 چرا که

“اساساً مجموعه گفت‌وگوهایی که در حال مبارزه با یک گفت‌وگو حاکم‌اند، هویت خود را بر اساس غیریت‌سازی با گفت‌وگو حاکم شکل می‌دهند برای مثال گفت‌وگو پهلویسم، غیر مشترک همه گفت‌وگوهای تجدیدطلب و سنتی بود و منبع هویت‌یابی آن‌ها به حساب می‌آمد. اما به مجرد این که گفت‌وگو حاکم طرد می‌شود، خرده گفت‌وگوها برای هویت‌یابی شروع به غیریت‌سازی در میان خود می‌کنند. در این میان گفت‌وگوهای قوی‌تری که قابلیت دسترسی، مشروعیت و اعتبار بیش‌تری برای معناسازی دارند، گفت‌وگو ضعیف را حذف و طرد می‌کنند. از این رو گفت‌وگو انقلاب اسلامی، بعد از فروپاشی گفت‌وگو پهلویسم، تدریجاً غیره‌ای خارجی و داخلی متفاوتی را شکل داد” (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۴۴-۱۴۵).

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 از تشکل‌های چپ سنتی را شکل دادند" (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۴۸). گروه‌های راست^{۳۶} سنتی "هوادار مالکیت خصوصی، 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 "محافظه‌کار و اصلاح‌طلب 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 به دنبال آن تشکیل مجلس چهارم ادامه یافت. اما با پایان یافتن دولت سالاری 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 تویسرکانی،

۱۳۸۴: ۳۲۴-۳۲۶). بنابراین بعد از انتخابات، محافظه کاران دچار شکست سنگینی شدند و دو قوه مجریه و مقننه را از دست دادند و تنها قوه قضائیه 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، چراکه گروه‌های سیاسی مجبورند برای حفظ قدرت خود به برجسته‌سازی نکات مثبت خود و به حاشیه‌رانی گفتمان رقیب پردازند.

بنابراین، اصلاح‌طلبان که وزارت ارشاد را در اختیار داشتند زمینه را برای نشر مطبوعات فراوانی آماده کردند [...] در مقابل، محافظه کاران که قوه قضائیه 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 محافظه کاران 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 جزء 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. چراکه 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 آن‌که 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 به‌طور 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 به‌طور 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 قطب دیگری به نام قطب "خنثی" در بین دو قطب ۱ و ۲ برای این افراد قائل شویم.^{۳۷}

بنابراین به‌طور کلی می‌توانیم شخصیت‌های این فیلم‌نامه را به دو گروه اصلی و دو گروه فرعی تقسیم کنیم.

قطب ۱	گروه بینابین	گروه خنثی	قطب ۲
-------	--------------	-----------	-------

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

جدول ۴-۱: دسته بندی شخصیت‌های آژانس شیشه‌ای

۴-۲ جمع بندی داده‌های آژانس شیشه‌ای

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

در جدول زیر، میزان کل فرآیندهای به کار گرفته شده در فیلم‌نامه آژانس شیشه‌ای و نیز میزان استفاده هر کدام از گروه‌ها را از این فرآیندها، نشان داده‌ایم.

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

۴-۲: میزان به کارگیری فرآیندها در آژانس شیشه‌ای

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

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

قطب ۱	در گفتگو با گروه	برجسته‌سازی نکات مثبت خود	به‌حاشیه- رانی نکات منفی خود	برجسته‌سازی نکات منفی دیگری	برجسته- سازی نکات مثبت دیگری	به حاشیه- رانی نکات منفی دیگری	برجسته- سازی نکات منفی خود ^{۳۸}	دیگر جمله‌ها
فرآیند مادی	قطب ۲ / ۶۷	۶	۸	۱۵	۲		۳۶	
	%۴۲	%۹	%۱۲	%۲۲	%۳		%۵۴	
	بینابین / ۴۱	۱	۲	۲			۳۴	۶
	%۲۸	%۲	%۵	%۵			%۸۳	%۱۴
	خنتی / ۵۲	۲۳	۷	۲			۱۸	۲
%۳۳	%۴۴	%۱۴	%۴			%۳۵	%۴	
کل	۱۶۰	۳۰	۱۷	۱۹	۲		۸۸	۸
درصد	%۵۱	%۱۹	%۱۱	%۱۲	%۱		%۵۵	۵
فرآیند ذهنی	قطب ۲ / ۲۰	۲	۱	۷	۱		۹	
	%۳۵	%۱۰	%۵	%۳۵	%۵		%۴۵	

^{۳۸}. منظور از "خود" در این جا گروه بینابین است.

۱۳	۱			۱	۳	۴	بیابین ۲۲	
%۵۹	%۴,۵			%۴,۵	%۱۳	%۱۸	%۳۸	
۹				۱	۱	۴	ختشی ۱۵	
%۶۰				%۷	%۷	%۲۷	%۲۶	
۳۱	۱		۱	۹	۵	۱۰	۵۷	کل
%۵۴	%۲		%۲	%۱۶	%۹	%۱۷,۵	%۴۰	درصد
۲۲	۳		۱	۷	۴	۹	قطب ۲/۴۶	فرآیند رابطه- ای
%۴۸	%۶,۵		%۲	%۱۵	%۹	%۱۹,۵	%۳۷	
۲۰	۲			۱	۳	۳	بیابین ۲۹	
%۶۹	%۷			%۳,۴	%۱۰	%۱۰	%۲۳	
۲۰		۱		۲	۸	۱۷	ختشی ۴۸	
%۴۲		%۲		%۴	%۱۵	%۳۵	%۳۹	
۶۲	۵	۱	۱	۱۰	۱۵	۲۹	۱۲۳	کل
%۵۰	%۴	%۰,۸	%۰,۸	%۸	%۱۲	%۲۳,۵	%۳۸,۵۵	درصد
۱۱	۲		۱	۴	۲	۱	قطب ۲/۲۱	فرآیند کلامی
%۵۲	%۹,۵		%۵	%۱۹	%۹,۵	%۵	%۴۳	
۱۱	۴				۱	۱	بیابین ۱۷	
%۶۵	%۲۳,۵				%۶	%۶	%۳۵	
۴					۱	۶	ختشی ۱۱	
%۳۶					%۹	%۵۴,۵	%۲۲	
۲۶	۶		۱	۴	۴	۸	۴۹	کل
%۵۳	%۱۲		%۲	%۸	%۸	%۱۶	%۴۸,۵	درصد
۵				۲		۴	قطب ۲/۱۱	فرآیند وجودی
%۴۵				%۱۸		%۳۶	%۶۵	
۲							بیابین ۲	
%۱۰۰							%۱۲	
					۱	۳	ختشی ۴	

					٪۲۵	٪۷۵	٪۲۳,۵	
۷				۲	۱	۷	۱۷	کل
٪۴۱				٪۱۲	٪۶	٪۴۱	٪۵۵	درصد
۲۱۰	۲۰	۱	۵	۴۴	۴۲	۸۴	۴۰۶	کل
٪۵۲	٪۵	٪۰,۲	٪۱	٪۱۱	٪۱۰	٪۲۱	٪۴۴	درصد

جدول ۴-۳: میزان استفاده قطب ۱ از هر کدام از فرآیندها و مربع ایدئولوژیک

قطب ۱ در گفتگوهایش با استفاده از واژه‌های مربوط به حوزه جنگ، به "برجسته‌سازی نکات مثبت خود" پرداخته و از فرآیند مادی بیش از سایر فرآیندها استفاده کرده است. استفاده زیاد از فرآیندهای مادی، تب و تاب 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 فیلم‌نامه *آژانس 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 غیر منطقی نشان دادن گروه مقابل محسوب کرد.

قطب ۲	کل	برجسته‌سازی نکات مثبت خود	به حاشیه‌رانی نکات منفی خود	برجسته‌سازی نکات منفی دیگری	به حاشیه‌رانی نکات منفی دیگری	دیگر جمله‌ها
فرآیند مادی	۸۰	۴	۰	۴۵	۱	۳۰
درصد	٪۲۵	٪۵	۰	٪۵۶	٪۱	٪۳۷
فرآیند ذهنی	۴۰	۰	۴	۲۳	۲	۱۱
درصد	٪۲۸	۰	٪۱۰	٪۵۷,۵	٪۵	٪۲۷
فرآیند رابطه‌ای	۱۰۱	۳	۵	۵۴	۲	۳۷
درصد	٪۳۲	٪۳	٪۵	٪۵۳	٪۲	٪۳۶

۱۸	۲	۷	۲	۲	۳۱	فرآیند کلامی
%۵۸	%۷	%۲۳	%۷	%۷	%۳۱	درصد
۰	۰	۳	۳	۰	۶	فرآیند وجودی
۰	۰	%۵۰	%۵۰	۰	%۱۹	درصد
۹۶	۷	۱۳۲	۱۴	۹	۲۵۸	کل
%۳۷	%۲	%۵۱	%۵	%۳	%۲۸	درصد

جدول ۴-۴: میزان استفاده قطب ۲ از هر کدام از فرآیندها و مربع ایدئولوژیک

قطب ۲ با زیر سؤال بردن مفاهیم ارزشی مثل جنگ، بر ضلع "برجسته‌سازی نکات منفی دیگری" تکیه کرده و از فرآیند رابطه‌ای بیش از سایر فرآیندها 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.

گروه بینابین	کل	برجسته‌سازی نکات مثبت خود	برجسته‌سازی نکات منفی دیگری	برجسته‌سازی منفی خود	دیگر جمله‌ها
فرآیند مادی	۳۵		۲	۱۳	۲۰
درصد	%۲۲		%۶	%۳۷	%۵۷
فرآیند ذهنی	۲۱			۱۱	۱۰
درصد	%۲۹			%۵۲	%۴۸
فرآیند رابطه‌ای	۴۶	۱	۱	۱۴	۳۰
درصد	%۱۵	%۲	%۲	%۳۱	%۶۵
فرآیند کلامی	۱۲			۵	۷
درصد	%۱۲			%۴۲	%۵۸

فرآیند وجودی	۳				۳
درصد	٪۱۰				٪۱۰۰
کل	۱۱۷	۱	۳	۴۳	۷۰
درصد	٪۱۳	٪۰٫۸	٪۲٫۵	٪۳۷	٪۶۰

جدول ۴-۵: میزان استفاده گروه بینابین از هر کدام از فرآیندها و مربع ایدئولوژیک

گروه بینابین نیز بیشترین فرآیند را برای "برجسته‌سازی نکات منفی خود"^{۳۹} به کار برده و در این میان از فرآیندهای رابطه‌ای و مادی بیش از دیگر فرآیندها استفاده کرده است.

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

جدول ۴-۶: میزان استفاده گروه خشی از هر کدام از فرآیندها و مربع ایدئولوژیک

^{۳۹} منظور از "خود"، در دیالوگ‌های گروه بینابین، قطب ۱ و منظور از "دیگری" قطب ۲ است.

گروه خنثی از بیشترین فرآیند برای "برجسته‌سازی نکات منفی دیگری"^{۴۰} استفاده کرده است و در این میان از فرآیند رابطه‌ای و مادی بیش از دیگر فرآیندها بهره است.

در جدول بعد، ما تعداد دیالوگ‌هایی را که بر یکی از اضلاع مربع ایدئولوژیک تکیه کرده‌اند، نشان داده‌ایم.

مجموع	دیگر جمله‌ها	برجسته- سازی نکات مثبت دیگری	برجسته- سازی نکات منفی خود	به حاشیه- رانی نکات منفی دیگری	برجسته- سازی نکات منفی دیگری	به حاشیه- رانی نکات منفی خود	برجسته- سازی نکات مثبت خود	
۳۲۶	۱۹۱	۲	۲۵	۴	۵۷	۲۱	۲۶	کل
	%۵۸٫۵	%۰٫۶	%۷	%۱	%۱۷	%۶	%۸	درصد
۷۰	۴۶	۲	۳		۷	۴	۸	قطب ۱ با قطب ۲
	%۲۱	%۲۴	%۱۰۰	%۱۲	%۱۲	%۱۹	%۳۱	درصد
۵۳	۳۴		۶		۲	۵	۶	قطب ۱ با بنابین
	%۱۶	%۱۸	%۲۴	%۳٫۵	%۲۴	%۲۳		درصد
۳۷	۲۰		۱	۱	۳	۷	۵	قطب ۱ با خنثی
	%۱۱	%۱۰	%۴	%۲۵	%۵	%۳۳	%۱۹	درصد
۸۹	۴۴			۳	۳۲	۴	۶	قطب ۲
	%۲۷	%۲۳		%۷۵	%۵۶	%۱۹	%۲۳	درصد
۴۴	۲۷		۱۵		۱		۱	گروه بنابین
	%۱۳	%۱۴	%۶۰		%۲		%۴	درصد
۳۳	۲۰				۱۲	۱		گروه خنثی
	%۱۰	%۱۰			%۲۱	%۵		درصد

جدول ۴-۷: میزان استفاده از مربع ایدئولوژیک توسط هر کدام از گروه‌ها

^{۴۰} منظور از دیگری در دیالوگ‌های گروه خنثی قطب ۱ است.

همان‌طور که ملاحظه شد، از مجموع ۳۲۶ دیالوگ ردوبدل شده مابین چهار گروه فیلم‌نامه *آژانس 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.

نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی زبان شخصیت‌های فیلم‌نامه *آژانس شیشه‌ای* بود. بدین منظور پس از قطب-بندی شخصیت‌های فیلم‌نامه، به بررسی فرآیندها و مربع ایدئولوژیک گفتار هر کدام از شخصیت‌ها پرداختیم. نتایج اصلی به‌دست‌آمده در پژوهش حاضر به قرار زیر است:

۱. در فیلم‌نامه *آژانس شیشه‌ای*، از مجموع ۳۲۶ دیالوگ ردوبدل شده میان چهار گروه قطب ۱، ۲، 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 غیر منطقی 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 "به‌خطرانداختن جان" نکات مثبت این گروه را نیز برجسته می‌سازد. همچنین قطب ۱ در

مواردی، نکات منفی قطب مقابل را به حاشیه رانده، از آن چشم‌پوشی می‌کند. 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 نمی‌راند چرا که از نظر این گروه قطب ۱ دارای ویژگی مثبتی نبوده که لازم به حاشیه‌رانی از آن باشد. با این حساب می‌توان نتیجه گرفت که نویسنده قطب ۱ را بسیار منطقی‌تر و معقول‌تر از قطب ۲ ترسیم می‌کند. همچنین در این فیلم‌نامه، قطب ۱ از میان چهار ضلع مربع ایدئولوژیک بر "برجسته‌سازی نکات مثبت خود" تأکید بیش‌تری کرده است و این کار را با واژه‌های مربوط به "حوزه جنگ" نشان داده است در مقابل قطب ۲ با به زیرسؤال بردن آن ارزش‌ها و منفی نشان دادن آن مفاهیم بیش‌تر بر "برجسته‌سازی نکات منفی دیگری" تکیه می‌کند، در نتیجه تا حدودی مخالف مفاهیم مربوط به جنگ نشان داده می‌شود.

۳. در این فیلم‌نامه قطب ۱ از فرآیند مادی و دیگر گروه‌ها از فرآیند رابطه‌ای استفاده کرده‌اند که این مسئله نشان از اهمیت کنش برای گروه ۱ و اهمیت حالت برای دیگر گروه‌ها دارد.

۴. در این پژوهش بعد از قطب‌بندی اصلی شخصیت‌های فیلم‌نامه، مشخص شد برای برخی از شخصیت‌ها نمی‌توان مرزی قاطع کشید و آن‌ها را در گروه خاصی قرار داد. بنابراین چاره‌ای نبود که در کنار دو قطب اصلی، قطب‌های فرعی دیگری را نیز قرار دهیم. هرچند افرادی هم که در درون یک قطب اصلی قرار گرفته‌اند، در شرایطی مختلف، موضع خود را تغییر می‌دهند؛ (مانند احمد کوهی).

منابع

بشیریه، حسین (۱۳۸۱). *دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، دوره جمهوری اسلامی ایران*، تهران،

نگاه معاصر.

تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴). *روایت نمیریت و هویت در میان ایرانیان*، تهران، فرهنگ گفتمان.

حق‌بین، فریده (۱۳۹۰). "تحلیل دیداری عکس‌های دوره دفاع مقدس بر مبنای نظریه نشانه‌شناختی اجتماعی

هلیدی"، نام آور (۲) *بیست مقاله و گفتاورد درباره مطالعات نشانه‌شناختی جنگ/دفاع مقدس*

اهتمام علیرضا کمری، تهران سوره مهر.

روشن فکر، محمد مهدی (۱۳۸۷). "گونه‌شناسی سیاسی، اقتصادی چپ و راست در ایران"، *زمانه*، اسفند، ش ۷۸،

صص ۲۳-۲۷.

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، ش ۳(۹).

فوزی تویسرکانی، 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.

Halliday, M.A.K. (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*. In R, work & M. Meyer (Eds), *Methods of critical Discourse Analysis*. London: sage Publications.

A social semiotic analysis of one screenplay: *The Glass Agency*

M. Hosseini⁴¹

F. Sasani⁴²

S. nazardonyavi⁴³

Abstract

every person's speech shows his beliefs, values and views which run over his tongue unconsciously, in other words people say whatever they think. Using this property of the language makes it possible for us to reach a film producer's ideology by dealing with the language of a film. In this research we have analysed the scripts "*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 Square of Van Dijk). After grouping the characters of the scripts, we found that in the script of "*The Glass Agency*", group 1 (the first character and his companions) has emphasized on 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 on the "foregrounding of the negative points of the other" and has made use of relational process for doing that.

Key words

social semiotics, Ideational metafunction, Ideological square, *The Glass Agency*

⁴¹ . Associate Professor, Alzahra University

drhoseini@yahoo.com

⁴² . Associate Professor, Alzahra University

fsasani49@yahoo.com

⁴³ . MA, Alzahra University

sara7zoha@yahoo.com