معاصرسازی اسطوره‌های دینی در نمایش‌های رادیویی

دکتر مجیدشریف خدایی[۱]
رضاشکری[۲]

چکیده

نمایش‌های رادیویی از پرطرفدارترین و اثرگذارترین برنامه‌های رادیویی هستند. نمایش رادیویی دینی تلاش می‌کند تا از راه کلام، موسیقی، افکت، سکوت و سایر مفاهیم ارتباطی، با شنونده ارتباط برقرار سازد. نمایش رادیویی با استفاده از پیام خود که با نظم و ترتیب از طریق زبان انتقال داده می‌شود، مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. معاصرسازی اسطوره‌های دینی در نمایش‌های رادیویی در واقع تلاشی است برای فهم دقیق‌تر روایات، داستان‌ها، و باورهای دینی جامعه که با تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی پا به پای انتظارات متغییر مخاطبان نیاز به بازآفرینی و بازاندیشی پیدا کرده‌اند..

اِدگار گنشت می‌گوید انسان‌ها اسطوره‌هایی که در خودشان باشد ندارند، بلکه اسطوره‌هایی دارند که به آنها نیازمندند؛ از این‌رو، اسطوره‌ها برای تشویق انسان‌ها به تسریع در پذیرش پدیده‌های نوین، احیاء می‌شوند. اسطوره‌ها علاوه بر این‌که بیانگر شرایط اجتماعی مخاطبان خود هستند و تجربه‌ی انسان‌ها را منسجم‌تر ارائه می‌کنند، به آن‌ها نیز کمک می‌کنند تا دنیایی را که در آن زندگی می‌کنند، درک نمایند. شنونده نمایش رادیویی نیز همواره در پی آن است تا هر واقعه‌ای را با منبع خود پیوند زند.

این پژوهش به روش کتابخانه‌ای اسنادی و مصاحبه عمیق با متخصصان و برنامه‌سازان رادیویی انجام گرفته است و در پی آن بوده تا بر اساس ویژگی‌ها و ماهیت شنیداری رسانه رادیو بتوانیم به اصولی برای معاصرسازی اسطوره‌های دینی در نمایش‌های رادیویی دست پیدا کنیم. بر اساس نتایج به دست آمده، انتخاب واژگان معناساز، حفظ قابلیت شنیداری متن اسطوره، اسطوره‌سوزی، اسطوره-پیرایی، اسطوره‌زدایی و فورگراندیک از جمله اصولی هستند که در معاصرسازی اسطوره‌های دینی در نمایش‌های رادیویی می‌توانند مدنظر قرار گیرند.

واژگان کلیدی: معاصرسازی، اسطوره، نمایش رادیویی

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما (majdsharifkfodaei@yahoo.com)
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد تهیه کنندگی رادیو دانشگاه صدا و سیما (reza.shokri2112@yahoo.com)

مقدمه:

امروزه در عصری به سر می‌بریم که آهنگ زندگی تند تر شده و یکی از اهداف رسانه‌های گروهی ارائه خلاصه یا گزیده‌هایی از برنامه‌ها است. در نتیجه مخاطبان رادیو دیگر طرز گوش دادن به استادان با استعداد را از یاد برده اند و تحمل تکرار برنامه‌های نمایشی سنتی را ندارند، و به شنیدن خلاصه‌ای از آن‌ها راضی هستند. هنرمندی که در رادیو برنامه ضبط می‌کند نه تنها باید شنوندگان منطقه خود بلکه شنوندگان منطقه‌های مختلف را نیز به خود جلب کند

برای استفاده از وسایل ارتباط جمعی (رادیو) به منظور معاصرسازی اسطوره‌های دینی تدبیرهای خاصی لازم است. تمایل ملت به تولید این گونه آثار تنها از درون ملت ریشه می‌گیرد چراکه مردم بایدآن را به صورت نیازی حیاتی احساس کنند بعد از آن دولت می‌تواند با چند هفته تبلیغ برای احیای نمایش‌های اسطوره‌ای دینی بسیار تأثیر گذار باشد زیرا تبلیغات سنجیده بیشتر از پخش یک نمایش اسطوره ای دینی خوب اثر دارد. البته در اینجا روان شناسی جامعه شناسی و شناخت کامل روحیه مردم لازم است تا برنامه‌ها مؤثر واقع شود.

پخش نمایش های اسطوره‌ای در هنگامی که شرایط روانی مساعد، دیگر موجود نیست امکان ندارد یعنی وقتی اطلاعی از اسطوره ها وجود ندارد و غبار فراموشی بر آن‌ها نشسته است تلاش‌ها بی ثمر خواهند بود(به طور مثال هنگامی که خود دربار از میان رفته است نمی توان هنر درباری را حفظ کرد). در ضمن به افرادی که خارج از قالب های اداری به برنامه‌سازی می پردازند باید اعتماد کرد. هنر با مقررات و تشکیلات انعطاف‌ناپذیر اداری سازش چندانی ندارد و شاید دادن مسئولیت قسمت‌های مربوط به هنرهای زیبا به کارمندانی که سلسله مراتب اداری را طی کرده اند ولی در قلمرو هنر صاحب کمترین صلاحیتی نیستند کار درستی نباشد. برگذاری مسابقاتی در سطح ملی یا حتی در سطح بین‌المللی نیز می‌تواند راه حل مناسبی برای احیای اسطوره‌های دینی باشد.

تعریف مفاهیم تحقیق

اسطوره[۱]: زیگموند فروید[۲] معتقد بود که اساطیر بازمانده‌ی کج و مُعوَج‌شده‌ی توهمات و آرزوهای ملل و اقوام و در حکم رؤیاهای متمادی نوع بشر در دوران جوانی اویند. او اسطوره را نوعی فرافکنی جمعی فرآیندهایی که در ضمیر ناخودآگاه اتفاق می‌افتد می‌دانست، به عبارت دیگر اسطوره را نوعی رویای مشترک می‌دانست. (بیرلین، ۱۳۹۱،ص۳۷۵). به نظر فروید، اساطیر بزرگ بشریت و خاصه اساطیر توتم‌پرستی، بیان نمادین کشاکش‌های ناخودآگاه و به ویژه کشاکش‌هایی است که مضمون مرکزیشان، عقده‌ی ادیپی است (مالینوفسکی[۳]، ۱۳۸۱،ص۲۰۰) اسطوره، آیین و روشی است و وسیله‌ای مطمئن برای حصول نتیجه‌ی مطلوب در انجام دادن هر کار و اعتبار کردن هر امر و به سخنی دیگر عامل عمده‌ی حفظ تعادل آدمی در کیهان و جامعه است.

معاصرسازی[۴]: واژه معاصرسازی نوعی احیای مجدد یا تکراری تازه از آغازین‌هاست که با گذشت زمان منسوخ نشده‌اند، بلکه به زدودن غبار فراموشی نیاز دارند. مهم‌ترین دلیل معاصرسازی تعامل و تلاقی تمدن‌ها و فرهنگ‌های مختلف در طول تاریخ بوده است. معاصر بودن به معنای ارتباط میان دو زمان است: اولی زمانی که مخاطب در آن به‌سر می‌برند و دومی زمانی که بر مخاطب می‌گذرد. هرگاه در اجرایی این دو زمان دقیقاً به یکدیگر متصل شوند آثار معاصر ما پیش می‌آید.

نمایش رادیویی[۵]: نمایش رادیویی، هنری است که تجارب و احساسات درونی را به وسیله‌ی صدا و با کمک موزیک به شنونده منتقل می‌کند و یا به عبارت دیگر نمایش رادیویی در حقیقت تجسم حوادث و وقایع است به وسیله قهرمانان، به ترتیبی که شنونده آن حادثه رادر خیال ببیند و صدای قهرمانان داستان را از رادیو بشنود (مکی، ۱۳۶۶، ۸۸). نمایش[۶] یعنی الف در نقش ب در حالی که ج آن را تماشا می-

---

[1] -myth
[2] - Sigmund FREUD
[3] -Malinowski
[4] -Modernizing
[5] -radio drama
[6] -drama

کند(هولتن[1]،۱۳۷۶، ص۲۱) نمایش اجرای آگاهانه یک متن یا یک مایه‌ی از پیش تعیین شده است که هدف‌های متعددی را دنبال می‌کند از قبیل: آموزش، ارشاد، سرگرمی، کشف جهان و انسان و الهام بخشیدن. ویژگی مشترک انواع نمایش این است که همگی نوعی کنش تقلیدی هستند. عناصر نمایشی و دراماتیک را در هر جامعه انسانی می‌توان یافت، صرف نظر از آن که این جوامع پیشرفته و پیچیده باشند یا نباشند(نجفی، ۱۳۹۲).

روند اسطوره در جهان نو

فرار از زمان (تاریخ) در سرشت انسان است؛ زیرا شرایط محیط و جامعه آن را ایجاب می‌کند. انسان همیشه به دنبال الگو بوده است. اگر انسان‌های گذشته قهرمانان اسطوره‌ای را سرمشق قرار می‌دادند، امروزه نمونه‌های دیگری جایگزین آن‌ها گشته است. این نمونه‌ها و الگوها را می‌توان در بت‌های سینما، مد، شخصیت‌های پرماجرا، شخصیت های سیاسی و... بازجست و این چیزی نیست جز وارونگی ارزش ها در هر دوره و عصری. در واقع یکی از کارکردهای اسطوره، خلق الگو برای همه ی جامعه است. دل‌مشغولی‌هایی که انسان امروزی برای فرار از زمان می‌جوید دیگر آن‌سویه‌های مقدس و روحانی بودن، از بیشتر آن ها، رخت بربسته است. به جز آیین های مذهبی که نیاز روحی انسان را برآورده می‌کند. دیگر جامعه، آن جامعه‌ای نیست که روزگاری تحت حمایت خدایان و اسطوره ها بود. دیگر واحد اجتماعی یک ساختار اقتصادی ــ سیاسی است، ایده‌آل‌ها، ایده‌آل‌های یک جامعه امروزی است، جامعه‌ای که هدفش رقابتی سخت و پایان‌ناپذیر برای برتری مادی است. جوامع تک‌افتاده‌ای که هنوز در افقِ رویاگون اسطوره‌ای سر می‌کنند، دیگر وجود ندارند، مگر در نواحی‌ای که هنوز کشف نشده‌اند و در خود جوامع رو به رشد هم، آخرین رد پاها و آثار باقی‌مانده از مراسم، اخلاقیات و هنر که میراث بشرند، رو به نابودی است. در گذشته اسطوره های بزرگ، هماهنگی و ثبات نسبی را در جوامع به وجود می‌آورند، اسطوره‌هایی که امروز دروغ خوانده می‌شوند. در آن روزگاران، معنی تماماً در گروه بود، در آن شکل‌های بی‌نام عظیم، نه در فرد که بیان‌گر خود است؛ امروز هیچ معنایی در گروه نیست و

[1] - Orley HOLTAN

همه‌ی معنا در فرد است. ولی این معنا کاملاً ناخودآگاه است. هیچ‌کس نمی‌داند به کدام سو در حرکت است. هیچ‌کس نمی‌داند چه چیز او را به حرکت وا می‌دارد. خطوط ارتباطی بین خودآگاه و ناخودآگاه روان انسان همه بریده شده‌اند. عمل قهرمانانه در دنیای امروز، آنی نیست که در زمان گذشته بود. آن‌جا که دیروز تاریکی بود، امروز نور است؛ ولی آن‌جا که دیروز نور بود، امروز تاریکی است. مسلماً این کار را نمی‌توان با روی‌گرداندن از آن‌چه که انقلاب مدرن تمام کرده است انجام داد. چون تنها مشکل، آوردن معنویت به دنیای امروز است و بس. مراسم و آیین‌ها، تقلیدی مسخره‌آمیز از آیین‌های قبلی است، در خدمت اهدافِ افراد مستبد قرار دارد، نه در خدمت خدایی که در حضورش، منفعت شخصی نابود می‌شود و قدیسین بی‌شمار این دوران همان وطن‌پرستانی که عکس‌هایشان همراه با پرچم‌ها، همه‌جا هست، در واقع شمایل‌های رسمی این دوران‌اند. ادیان بزرگ جهانی هم، با بینش و خوانش موجود نمی‌توانند نیازهای امروز را برآورده کنند، چون با دلایل فرقه‌ها و گروه‌ها در آمیخته، وسیله‌ای برای تبلیغ و تبریک و تهنیت به خود شده‌اند. حکومت سکولار، تمام سازمان‌های مذهبی را در وضعیتی قرار داده که تأثیر خود را از دست داده‌اند. در موقعیت امروز، پانتومیم مذهبی چیزی نیست مگر اجرای مراسمی مقدس نما که مختص زمان عبادت است. در حالی که اصول اخلاقی تجارت و وطن‌پرستی بقیه‌ی روز را از آن خود می‌کند. این قدیست ظاهری، چیزی نیست که جهان عمل‌گرا به آن نیاز دارد،؛ بلکه بیشتر تحولی در کل نظام جامعه مورد نیاز است، طوری که حتی از خلال هر عمل و امر جزئی در این زندگی، تصویر جان‌بخش خدا، که همه‌جا هست و در همه‌ی ما تأثیر می‌گذارد، به نوعی برای آگاهی قابل شناسایی باشد. ولی یک چیز را باید بدانیم و آن این است که سمبول‌های جدید مرئی می‌شوند ولی در گوشه‌های مختلف جهان یکسان نیستند. شرایط زندگی، نژاد و رسوم محلی همه باید در اشکالی مؤثر با هم ترکیب شوند. بنابراین مهم این است که انسان ها درک کنند، و بتوانند این حقیقت را ببینند که از خلال سمبل های متفاوت، همان رستگاری و رهایی حاصل می‌شود. در وداها می‌خوانیم: «حقیقت یکی است، فرزانگان آن را به نام‌های بسیار خوانده‌اند».

به گفته‌ی رولان بارت: «اسطوره‌ها فقط فرآورده‌های جامعه‌های ابتدایی و کهن نیستند، ذهنیت جوامع امروزی نیز توانایی حیرت انگیزی در ساختن اسطوره از رویدادهای روزمره ی سیاسی و اجتماعی و هنری و ورزشی و غیره دارد. اما هر چه تلاش برای اسطوره‌ای کردن دیدگاه‌های بشر امروز گسترده باشد به سبب برخورد علمی و انتقادی با آن، مهارشدنی است» (کمپبل، ۱۳۸۹: ص۳۸۷).

بیشتر رفتارهای انسان امروز برای فرار از زمان «اکنون» تهی از تقدس است. از این روی، خلاء روحی او را برآورده نمی کند. انسان سرگشته‌ی جامعه‌های گریزان از مذهب، تلاش می کند تا در کجراهه ها، زمان اکنون را بُگسلد و خود را از چهارچوب تاریخ رها سازد. با ژرف‌نگری، می‌توان دریافت که اسطوره‌ها نمرده‌اند، بلکه تا حد دنیوی شدن پایین آمده‌اند. از این‌رو، رنگ باخته و تقدس و مینوی بودن خود را از دست داده و الگوهای رفتاری جداگانه‌ای گشته‌اند. قهرمانان و ایزدان، جای خود را به الگوهای تهی از تقدس داده‌اند (واحددوست، ۱۳۸۹، ۹۴)

اسطوره در ایران:

ایرانیان از معدود ملت هایی بودند که پس از اشغال توسط اعراب، توانستند بین اسلام و فرهنگ عربی تفاوت قائل شوند. آن‌ها ضمن پذیرش دین اسلام، تابع فرهنگ عربی نشدند و ابعاد هویتی خود به ویژه زبان فارسی را حفظ نمودند. یکی از هوشمندی‌های ایرانیان مسلمان شده، آن بود که بخشی از مسائل فرهنگی ایران پیش از اسلام را ترک کردند ولی آن بخش از ابعاد فرهنگی را که مطابق فطرت انسانی و دستورات اسلام بود، حفظ کردند و از آن در جهت توسعه فرهنگ اسلامی بهره بردند. نمونه این مسئله را می توان ابعاد انسانی و فطری جشن نوروز و مراسم حسنه ی آن دانست. همچنین اسلام پس از ورود به ایران عناصر جدید و بسیار تعیین کننده ای از فرهنگ اسلامی را به تاریخ اسطوره‌ای ایران افزود که مهم‌ترین نمونه قهرمانان واقعه‌ی کربلا هستند. اسوه‌های مقدسی همانند حضرت امام حسین (ع) و واقعه‌ی عاشورا، تأثیر عمیقی بر جان و روح مردم این دیار دارند تا آن‌جا که هر تتبع جامعه‌شناختی درباره‌ی جامعه‌ی ایرانی بدون در نظر گرفتن آن وقایع، کمتر رنگی از واقعیت خواهد داشت. رفتار مردم ایران در بزنگاه های تاریخ معاصر، چون انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی، در کنار عوامل دیگر، تحت تأثیر همین اسوه های اسلامی نیز بوده است و

نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری و تداوم هویت ایرانی داشته است. امروزه بررسی هویت و رفتار ایران و ایرانی، همراه با اسوه‌هایی چون حسین فهمیده، چمران و... در نظر گرفته می‌شود پس اسطوره‌ها در ایران همان کارکرد اسطوره در شکل‌گیری و قوام هویتی این ملت را ایفا نموده‌اند و از اهمیت بسزایی برخوردارند (مطهری، ۱۳۶۲).

بینش اسطوره‌ای در تاریخ و فرهنگ ما بسیار تأثیر گذاشته است، مثلاً ما وقتی که می‌خواهیم تمام پلیدی‌ها را به کسی که از او نفرت داریم، منتسب کنیم، او را «یزید زمان» می‌نامیم. یعنی با توسل به یک الگو، خوبی یا بدی کسی را ارزیابی می‌کنیم و این کار ناخودآگاه است. چنان‌که وقتی رسالات مشروطیت را می‌خوانید، می‌بینید که در این آثار اگر صحبت از مظفرالدین‌شاه یا ناصرالدین‌شاه می‌کنند، عبارت یزید زمان را در مورد او به کار می برند، یعنی این الگو در ما سلطه دارد. به طور کلی وقتی ما می‌خواهیم ارزیابی تاریخی کنیم، یک دلگرمی اسطوره‌ای همیشه بر ذهن ما مستولی است.

اسطوره‌های دینی:

ژانت[1] روان پزشک و فیلسوف فرانسوی درباره اسطوره، دین و فرهنگ می گوید انسان‌ها در ابتدایی‌ترین سطح، آیین‌هایی را انجام می‌دهند که به گفته‌ی او کردارهایی پیچیده‌اند که در آن‌ها کوچک‌ترین جزئیات کاملاً تثبیت شده‌اند. این آیین‌ها ممکن است ماهیتی اجرایی داشته باشند و پس از آنکه برای مدتی اجرا شدند، اسطوره‌ها تنظیم می‌شوند تا آن‌ها را توجیه و تداومشان را تضمین کنند. یکی از ویژگی‌های بارز این مرحله از تفکر دینی، جان‌گرایی یا دادن روح به پدیده‌های طبیعی و شخصیت بخشیدن به آن‌هاست. ژانت همچنین باور داشت که آیین مقدم بر اسطوره است. پس اسطوره در معرض فرضیه‌پردازی فلسفی قرار می‌گیرد و به دین تبدیل می‌شود که گفتگویی نظام‌یافته میان فرد و روح است، با صورت‌های تثبیت شده‌ای که در کل جامعه مشترک است(بیرلین، ۱۳۸۶، ص۳۷۳).

[1] -Janet

دین، اسطوره و آیین با هم رشد می کند، شما نمی توانید اول آیینی بدون محتـوای اسطوره‌ای داشته باشید. شما باید یک رشته اعتقاداتی داشـته باشـید و بـه همـراه آن اعتقادات، آیین‌هایی را هم اجرا بکنید. پس آیین‌ها بخش عظیمی از مسئله‌ی دیـن را به وجود می‌آورند. هیچ دینی بدون آیین نیست. اما آیین‌ها معمولاً قسمت عمده‌شـان مربوط به برکت است. اگر به آیین دین آسیای غربی نگاه کنید، درباره ی نظام قربـانی کردن می‌بینید قربانی در کهن‌ترین شکل خودش، قربانی کردن انسان بـود اسـت. در جدید ترین شکل خودش قربـانی کـردن حیـوان اسـت و ایـن روایـت قربـانی کـردن اسماعیل یا بعد گوسفند به جای او، این یک دوره‌ی تحولی را این وسط مـی‌رسـاند از یک بُن انسانی به یک بُن حیوانی. ولی نکته ی اساسی قضیه ی قربانی است که گوشت و خون موجود قربانی شده را به گیاهان و به جانوران و بـه خـود انسـان مـی دادنـد و معمولاً خون یا گوشت را می خوردند و گمان می کردند که این به ما قدرت آن جـانور را می‌بخشد (بهار، ۱۳۹۰، ص۲۹۱).

حسن شهرستانی(۱۳۹۲) می گوید:

اسطوره یعنی افسانه و یا حقیقتی که واقعیت ندارد؛ شخصیت های مذهبی ما همچون امـام حسـین (ع) و حضرت علی اکبر اگر چه اشخاصی حقیقی بوده‌اند اما به دلیل اینکـه در اوج و بـه حـد اسـطوره رسـیده‌انـد اسطوره فداکاری در راه عشق محسوب می گردند و می بینیم که در جامعه ما به عنوان الگـو و قهرمـان بـرای همه مردم قرار می‌گیرند. این روایات را به زیبایی در هنر نمایش تعزیه وحتی سوگ سیاوش می‌بینیم.

به طور کلی اگر عوامل تحول در جامعه‌ای وجود داشته باشد، انسـانی کـه اندیشـه اسطوره‌ای دارد، ممکن است اندک‌اندک یـا گـاهی سـریع، بـه سـوی یـک جامعـه ی یکتاپرست دینی پیش برود، در واقع تاریخ تحولات عقیدتی انسان در این‌گونـه جامعـه‌هـا عبارت است از دگرگونی باورهای انسان در شناخت خداوند و نحوه‌ی ارتباط با او.

تفاوت علم با اسطوره و دین

علم از چگونگی وقوع پدیده‌ها، و اسطوره و دین از چرایی وقوع آن‌ها بـا مـا سـخن می‌گویند. علم بر مشاهده‌ی عینی استوار است تا علت چیزها را به ما نشان دهـد امـا اسطوره و دین به چیزهایی در فراسوی حواس، یا قوه ی «حسی» ما تکیه می کنند تـا هدف و مقصدی را به ما نشان دهند.

هگلی های جدید همانند خردگرایان[1] و تجربه گرایان[2] عقیده داشتند که عناصر اسطوره‌ای و ماورای طبیعی دین، خارج از قلمرو اثبات عینی قرار می‌گیرند و «داستان‌های تخیلی» هستند.

معاصرسازی اسطوره‌های دینی و تبیین کارکردهای هویت‌بخش دینی

در مورد معاصرسازی اسطوره‌های دینی نباید از مردم خواست که چون این اسطوره دینی است از آن الگو بگیرند. الگوگیری با تحمیل و باید گفتن حاصل نمی‌شود. اگر مخاطب به تأثیر آن اسطوره در زندگی خود واقف شود و نقش آن را در موفقیت و کامیابی دریابد، بی‌تردید از آن الگو خواهد گرفت.

توجه به اسطوره‌های دینی از هنگامی که اندیشه در ذهن بشر شکل گرفته است در آثار به جای مانده دیده می شود. بی گمان شعرا و نویسندگان بیشتر از سایر هنرمندان به این موارد دقت داشته‌اند و از آن‌ها در آثار خود استفاده کرده‌اند. رویکرد اسطوره‌ای شعر دفاع مقدس، در ادبیات معاصر ما جایگاه ویژه‌ای دارد. این اشعار با استفاده از بن‌مایه‌های اسطوره‌ای و بیان نمادین به بازآفرینی اسطوره‌ها می‌پردازند؛ زیرا هنگامی که یک سرزمین مورد هجوم بیگانگان قرار می گیرد، نیاز به قهرمان‌سازی و قهرمان پروری در میان مردم احساس می شود. از این جهت شاعران با بازآفرینی اسطوره‌های تاریخی، ملی و دینی به پایداری روحیه‌ی دفاع ملت‌ها می‌پردازند (واحددوست،۱۳۸۹، ۲۲) به کارگیری اسطوره‌های دینی در شعر دفاع مقدس، از طریق شکل دهی و هدفمند کردن اندیشه و باورهای دفاعی، در ایجاد وحدت ملی میان مردم ایران و حفظ تمامیت ارضی کشور، نقشی مؤثر ایفا کرده است (فصل نامه مطالعات ملی، ۱۳۸۴).

بابک صفی خانی(۱۳۹۲) می‌گوید:

«اگر اعتماد به کرامت و امامی امامان نداشته باشیم جنبه قدسی امام معنی پیدا نمی‌کند. باید بدانیم جامعه ما به چه اصولی پایبند است و برایش ارزش محسوب می شود، بر مبنای آن برایش برنامه بسازیم تا کارکرد داشته باشد. اسطوره یک بحثی دارد که دور از افراد عادی است باید ارجاعاتمان نیز این گونه باشد».

---

[1] -Empiricists

[2] -Rationalist

معاصرسازی اسطوره‌های دینی در نمایش‌های رادیویی بـه روش انطبـاق و اقتباس

اقتباس در فرهنگ فارسی معین به معنی گـرفتن، اخـذ کـردن، آمـوختن، گـرفتن مطلب از کتاب یا رساله است. در فرهنگنامه وبستر[1] برای اقتباس تعریف بسیار ساده و کوتاه آمده که عبارت است از بازگرداندن شکلی به شـکل دیگـر، مخصوصـاً بازسـازی قطعه‌ای هنری به یک شکل و ساختار تازه. هر متن اسطوره‌ای که اطلاعات توصیفی یا تصویری زیادی داشته باشد برای اقتباس رادیویی مناسب نیست، البته تصویری بودن یک متن اسطوره‌ای مانعی برای اقتباس رادیویی محسـوب نمـی‌شـود چراکـه رادیـو رسانه تخیل‌برانگیز است و می‌توان به کمک افکت، موسیقی و کلام فضای لازم را برای تداعی ذهنی شنونده فراهم کرد.

انطباق نیز یک فرآیند برای گزینش محسوب می‌شود، چـراکـه حاصـل الـزام‌هـای موجود در اقتباس است و می‌توان آن را با تعبیر «تبدیل» مشخص کرد. می‌توان گفت که اثر اقتباس شده همیشه از شرایط تاریخی و فرهنگی متفاوتی نسبت به اثـر اولیـه برخوردار است. شرایطی که لزوم تولید آن اثر را در جامعه دیگر، گاه در زمان و مکانی دیگر را فراهم می‌آورد که در هـر صـورت مطابقـت رونـدی اسـت واسـطه‌ای(مـرادی جعفری، ۱۳۸۸).

داستان(روایت اسطوره‌ای) و نمایش رادیـویی هـر دو طـرح سـاختگی دارنـد و بـر دانسته‌های قبلی مخاطبانشان بنا می‌شوند، خـط سـیر دارنـد، یعنـی از مـوقعیتی بـه موقعیت دیگر می‌رسند و یادآوری کننده‌اند

صادق عاشورپور (۱۳۸۹) می‌گوید:

«یکی از اسطوره هایی که به تدریج و به مرور زمان در قالب فرهنگ و آداب و رسوم دیگری همچون تعزیه ادامه پیدا کرد، اسطوره سیاوش است. تعزیه ایران ترکیبی است از سنت های نمایشی ایرانی و فرهنگ شیعی، که با پناه آوردن علویان از جور امویان به سرزمین دیلم شکل گرفته است».

در این‌جا انطباق دو موضوع اسطوره‌ای امام حسین (ع) و اسطوره سیاوش بررسـی شده است:

[1]-Webster

۱- هجرت؛ اگر خوب به این دو موضوع اسطوره‌ی ایرانی و واقعه‌ی اسلامی (شیعی) بنگریم، ملاحظه خواهیم کرد که هر یک به سببی مجبور به هجرت می‌شوند. یکی قیام و شهادت امام حسین (ع) که امام از حجاز به عراق و سرزمین کوفه می‌رود، چرا که حکومت اسلامی و مسند خلافت بعد از شهادت پدرش به دست فاسدترین و پلیدترین فرد غصب شده است و دیگری سیاوش از ایران به توران، چراکه پدرش کاووس‌شاه، شاهی نفس‌پرست، آلت دست زنی هوس‌باز است به نام سودابه و زمینه‌ساز این سبب، تأیید نکردن دو قدرت فاسد است.

۲- هر دو قهرمان به عاقبت کار خویش وقوف کامل داشته و ناگواری‌ها و خطرهای آن را به خوبی درک کرده‌اند.،با این همه، با کمال میل به انتخاب مرگ تن درمی‌دهند. پس هر دو شهیدند؛ چرا که شهادت یعنی دادن خون خویش در ازای به دست آوردن فضیلت های از دست رفته؛ آن هم در چنان شرایطی که افراسیاب و یزید فضیلت را به زیر پا نهاده‌اند. هنگامی که گروُی سر سیاوش را از تن جدا می‌کند و خون او را در تشتی زرین می‌ریزد، به محض پاشیدن خون به زمین، زمین خون‌رنگ می‌شود و گیاهی سبز(پر سیاوشان) از آن سر بر می‌آورد. به همین ترتیب نیز هنگامی که شمر بر سینه‌ی امام حسین(ع) می‌نشیند و تیغ برگلوی حضرت می‌گذارد و خون از گلوی ایشان جاری می‌شود چنان‌که نقل کرده‌اند: «روز شهادت امام حسین (ع) سه روز دنیا تاریک شده و هیچ سنگی در بیت‌المقدس برداشته نمی‌شد مگر این‌که خون غلیظی زیر آن سنگ ظاهر بود».

۳- مقاومت نکردن در هنگام جدا کردن سر هر دو از بدن، چنان‌که وقتی شمر به بالای سر امام حسین(ع) آمد که مجروح بود و قصد جدا کردن سر حضرت را نمود حضرت بی‌هیچ مقاومتی فقط فرمود به من فرصتی برای اقامه‌ی نماز بدهید. گرُوی نیز هنگامی که موهای سر سیاوش را می‌گیرد و به دنبال خود می‌برد، هیچ‌گونه مقاومتی از سوی سیاوش مشاهده نمی‌شود.

۴- هنگام شهادت حضرت امام حسین (ع)، و سیاوش طوفانی به پا می‌شود با این تفاوت که در کربلا طوفانی سرخ می‌وزد.

۵- هم امام حسین (ع)، و هم سیاوش با رؤیایی صادقانه (خواب) از شهادت خویش، به همان‌گونه که رُخ خواهد نمود، خبردار می‌شوند.

۶- امام حسین (ع) و سیاوش در آخرین لحظات زندگی مادی خویش، به همسران نگران خویش اندرز و تسلی می‌دهند، و آنان را از اضطراب و نگرانی وا می‌رهانند.

۷- وجه تشابه دیگر وجود اسب است که برای هر دو قهرمان، امام حسین (ع) و سیاوش اسطوره‌ای، ارزش و اهمیت دارد.

۸- غریبی و غربت نیز بین هر دو مشترک است. در پایان کار هر دو قهرمان بی‌غسل و کفن می‌مانند. گرچه تشابهات در این موارد بسیار است، اما به سبب دوری از طولانی شدن کلام، صرف نظر می‌کنیم.

اسطوره‌سازی و اسطوره‌سوزی برای معاصرسازی اسطوره‌های دینی

نشان دادن نمونه‌هایی از اسطوره‌سازی و اسطوره‌سوزی حقیقی در طول تاریخ ادبیات، بکارگیری این دو اصطلاح را بیشتر نمایان می سازد. برای اسطوره سازی واقعی می توان «رند» حافظ را در نظر گرفت. این شخصیت با کلام خواجه شیراز از محدوده‌ی حقیر و فرومایه‌ی معنایی خود گام به سرزمین اسطوره‌ها می‌گذارد و به طور کلی تغییر رویه‌ی معنایی می‌دهد. نمونه‌ی دیگر اسطوره رستم است که با همت حکیم طوس به چنین اعتبار و اقتداری دست یافته است:

که رستم یلی بود در سیستان منش کرده‌ام رستم داستان

اما در بحث اسطوره‌سوزی یا به عبارتی بهتر تغییر چهره‌ی اسطوره‌ها بهترین مثالی که می‌توان عنوان کرد شاید اسطوره‌ی گشتاسب باشد. در اوستا و روایات پهلوی هر جا نام گشتاسب آمده، کاردانی، ایمان و دلاوری‌اش ستوده شده؛ پادشاهی دادگر، قهرمان و دین دار است که دلاوری هایش سبب اعتلای دین مزدسینا و قلع و قمع دشمنان آن شده است. اما در روایات ملی و حماسه‌ها کمتر پادشاهی چون گشتاسب می‌توان یافت که دارنده صفات زشت و نکوهیده باشد.

نمونه دیگر اسطوره‌سوزی یا تحول شخصیتی اسطوره‌ها را که از برجستگی خاصی نیز برخوردار است می‌توان در اسطوره‌ی دیو مشاهده کرد. «دیوها در اصل نام گروهی از ایزدان هند و ایرانیان باستان بودند که پس‌تر با دگرگونی‌های دینی و فکری ایرانیان به ویژه با ظهور زرتشت به یاوران اهریمن و گمراه کنندگان، تغییر شخصیت دادند و معنی ریشه‌ای و نخستین آن‌ها فروغ و روشنایی و مفهوم خدایی آن در پندارهای

ایرانیان به دروغ مبدل شد، در صورتی که در سانسکریت و دیگر زبان های هند و اروپایی واژه‌های هم‌ریشه با دیو مفهوم ایزدین خویش را حفظ کرده‌اند.

با دقت در موارد یاد شده، به راحتی درمی یابیم که اسطوره‌سازی یا اسطوره‌سوزی می‌تواند روش‌هایی برای معاصرسازی اسطوره‌های دینی در نمایش‌های رادیویی باشند اما باید نمایش رادیویی‌یمان را در سطح مخاطب خود در نظر بگیریم و به عقاید، باورهای دینی، شرایط مکانی، زمانی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی دوران خود احترام بگذاریم.

اسطوره‌پیرایی، اسطوره‌زدایی، غریب‌سازی، برای معاصرسازی اسطوره‌های دینی

اگر به دنبال یافتن سند و شواهدی برای طوفان واقعی و عالم گیر باشیم و در عین حال تصور شگفت انگیز یک کشتی را به عنوان پناهگاه تمام انواع موجودات زنده رد کنیم در واقع اسطوره‌ی نوح را اسطوره پیرایی کرده‌ایم.

اگر طوفان را بیانی نمادین از ناامنی زندگی انسان تفسیر کنیم، همانا اسطوره ی نوح را اسطوره‌زدایی کرده‌ایم.

در وضعیت اسطوره‌زدایی، اسطوره دیگر از بحث درباره‌ی عالم دست می کشد و موضوعش تجربه‌ی انسان از عالم می‌شود. اسطوره‌زدایی، وضعیتی است که در آن، اسطوره دیگر به هیچ‌وجه یک تبیین نیست، بلکه بیان است، بیان این که چیزی مثل زندگی کردن در این عالم را چگونه احساس می‌کند و درمی‌یابد. در این وضعیت، اسطوره از اینکه صرفاً امری بدوی باشد، دست می کشد و به امری کلی و جهانشمول بدل می‌شود. اسطوره دیگر نه امری کاذب و موهوم، بلکه امری صادق و حقیقی است (سگال، ۱۳۸۹، ص۸۷).

امروزه به جای اصطلاح غریب‌سازی، اصطلاح آشنایی‌زدایی مرسوم شده است. هنر، عادت‌ها را دگرگون می‌کند و آشناها را بیگانه می‌سازد. به طور مثال می‌توان به آشنایی‌زدایی در نمایش‌نامه‌های برشت اشاره کرد. برشت نقش مهمی دارد و عمل بیگانه سازی[1] که او می گوید همین مفهوم است. مثلاً زنی نقش مرد را بر عهده

[1]- Alienation Effect

می‌گیرد تا مخاطب بازی را با واقعیت اشتباه نکند و لذا متوجه خود هنر باشد و لاجرم پیام آن را دریابد(شمیسا، ۱۳۹۱، ص۱۹۱).

با آشنایی‌زدایی در واقع از دید خود غبارروبی می‌کنیم. آشنایی‌زدایی مقوله‌ی وسیعی است هم جنبه‌ی معنوی دارد و هم لفظی، اما عمدتاً مسائل زبانی است، با این تکنیک می‌توانیم به نوع جدیدی در نمایش‌های رادیویی که به موضوعات دینی می‌پردازند دست پیدا کنیم.

برجسته‌سازی (فورگراندینگ[1]) برای معاصرسازی اسطوره‌های دینی

لغات و عبارات غیرمنتظره و غریب و برجسته در خودکاری زبان وقفه ایجاد می‌کند (به قول یاکوبسن پارازیت) و لذا توجه شنونده را جلب می کنند و از سوی دیگر از قدرت پیش‌بینی زبان می‌کاهند (در مکتب پراگ، فورگراندیک گویند). بحث فورگراندینگ همیشه در مقوله‌ی زبان نیست. در اسطوره‌های دینی هم می‌توان به لحاظ موضوع و شخصیت و هسته‌ی داستانی به دنبال فورگراندینگ بود. فورگراندینگ مهم‌ترین نوع عدول از زبان عادی است و می‌تواند کلام را از خطر کلیشه و تکرار نجات می‌دهد.

به نظر دکتر سیروس شمیسا به هر موردی نمی توان برجسته سازی گفت، مثلاً در زبان فارسی برجسته‌سازی عمدتاً در حوزه‌ی استعاره تبعیه است که به چند نکته اشاره می‌شود:

الف) تشخیص فورگراندینگ بر مبنای امروز است. مثلاً وقتی فردوسی می گوید «تو گویی بدرّید دشت نبرد» بدرّید امروزه تشخص و برجستگی دارد اما در زمان فردوسی چنین نبوده است زیرا اولاً مشدد کردن «ر» طبیعی بوده است و ثانیاً دریدن به معنی لازم یعنی دریده شدن و شکافته شدن هم به کار می‌رفته است.

ب) همه‌ی انحراف‌ها را نباید فورگراندینگ دانست. همین‌طور به همه‌ی صنایع نباید فورگراندینگ گفت. مثلاً تضادهای عادی یا تناسبات غیرمحسوس هنر هستند اما برجستگی ندارند .

[1] -Foregrounding

ج) همان‌طور که اشاره شد فورگراندینگ را می‌توان به حوزه‌ی معنی نیز تسری داد. مثلاً در پلات یا شخصیت داستان ها(اسطوره‌های دینی). در شعر هم هست که هنجارگریزی معنایی آن جنبه‌ی تشخص و برجستگی دارد و دکتر شمیسا در بدیع آن را «دلیل عکس» نامیده است که طنز ایجاد می‌کند.

نقل و نقالی اسطوره‌ای

هر چه بشر از نظر زمانی از آغاز وقوع باورهای دینی و ملی خود فاصله گرفت، ضرورت حفظ آن ها را به عنوان یک اصل و منشأ هویت خود، لازم داشت. همین ضرورت او را به کشف فرهنگی دیگر نائل آورد و این کشف فرهنگی، اسطوره‌سازی وی بود؛ چرا که دریافت به این طریق خواهد توانست تا آن‌چه را برایش از منظر دینی و ملی ارزش به حساب می‌آید. حفظ و حراست نماید و با پیوستن آن وقایع راست و جدی و صور خیالی با هم، وقایعی دینی و ملی خود را، زیباتر و استوارتر و محکمتر از آن‌چه بوده است، به نسل‌های بعد از خود منتقل سازد و در ماندگاری آن‌ها سهیم باشد. پس هر چه از آغاز وقایع دور شد، پیوند خویش را با اسطوره محکمتر و عمیق‌تر کرد. و این سبب شد تا اسطوره‌ها و قصه‌ها و افسانه‌ها شکل بگیرد، و پیوندی میان نسل‌ها شود.

حسن خجسته(۱۳۹۲)می‌گوید:

نوع رسانه به این دلیل مهم است که هر رسانه بر حسب ذات خود، در جامعه انتظاراتی آفریده و کارکرد و نقشی برای خود وضع کرده است. نوع رسانه شرایطی را بر برنامه‌ساز تحمیل می‌کند یا به بیان دیگر، اقتضائات و ضرورت‌هایی را به وجود می‌آورد که اگر برنامه‌ساز این ضرورت را جدی نگیرد باید از تاثیر پیام برنامه بر مخاطبان ناامید یا نگران باشد.

حال نقل و نقال اسطوره‌ای عامل این پیوند میان نسل‌ها گردیده است. در گذشته محل نقل نقال قهوه خانه بود، اکنون محل نقل نقال می‌تواند رادیو باشد.

تک گویی و تنها گویی برای نمایش‌های رادیویی اسطوره ای

دکتر ناظرزاده می‌گوید:

«تک گویی زمانی در نمایشنامه پیدا می شود که بازیگر (شخصیت اصلی) خطوط نسبتاً طولانی خود را برای بازیگران (شخصیت‌های دیگر نمایش) بازگو می‌کند و بقیه شخصیت‌ها خاموش می‌مانند تا او ماجراها را

بیان کند». گویی لحظه‌ای تمام عناصر و اشخاص ثابت می‌مانند، البته خود تک گو، با آنکه سخن می‌گوید اما اشخاص دیگر را فراموش نمی‌کند چرا که آنان هم می‌توانند مخاطب او باشند».

«تنهاگویی هنگامی رخ می دهد که بازیگر شخصیت نمایش به تنهایی و برای خودش و در واقع برای تماشاگران (شنوندگان) خطوط مفصل خود را بیان می‌کند و شنوندگان را با خبر می‌کند». شخصیت تنها گو، گویی افکارش را با صدای بلند بازگویی می کند. در واقع تنها گویی دو سویه است. در سویه‌ای که شخصیت اصلی قرار دارد و سویه‌ای دیگر که همیشه خاموش است و یا بالعکس».

برنامه ساز می‌تواند اسطوره‌های دینی را در نمایش‌های رادیویی به گونه‌ای استفاده کند که قهرمان به شیوه تک گویی یا تنهاگویی تمام نمایش‌رادیویی را از زبان خودش و به عنوان راوی به صورتی که گاهی روایت می‌کند و لحظه‌ای بعد در آن شرکت می‌کند و باز می‌گردد، بسازد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع:

عاشورپور، صادق (۱۳۸۹). **نمایش‌های ایرانی، تعزیه ۲**، چاپ اول، تهران: انتشارات سوره مهر.

نجفی، فرزانه (۱۳۹۲). **اصول ترجمه شنیداری برنامه‌های نمایشی رادیو**، پایان‌نامه دانشگاه صدا و سیما.

مرادی جعفری، ملیحه (۱۳۸۸). **نگارش نمایش‌نامه رادیویی اقتباسی**، پایان‌نامه دانشگاه صدا و سیما.

فصل نامه مطالعات ملی(۱۳۸۴). سال ششم شماره ۳.

کمپبل، جوزف (۱۳۸۹). **قهرمان هزارچهره**، (شادی خسروپناه مترجم)، چاپ چهارم، مشهد: نشر گل آفتاب.

شمیسا، سیروس (۱۳۹۱). **نقد ادبی**، ویراست سوم،، تهران: نشر میترا.

ناظرزاده کرمانی، فرهاد (۱۳۶۸). **نمادگرایی در ادبیات نمایشی**، تهران: انتشارات برگ.

ناظرزاده کرمانی، فرهاد (۱۳۶۹). **ادبیات نمایشی در رم**، چاپ اول، تهران: انتشارات برگ.

واحددوست، مهوش (۱۳۸۹). **رویکردهای علمی به اسطوره‌شناسی**، چاپ دوم، تهران: انتشارات سروش.

هولتن، اورلی (۱۳۷۶). **مقدمه‌ای بر تئاتر**، (محبوبه مهاجر مترجم)، چاپ دوم، تهران: انتشارات سروش.

ثمینی، نغمه (۱۳۷۸). **تماشاخانه اساطیر اسطوره و کهن‌نمونه در ادبیات نمایشی ایران**، چاپ اول، تهران: نشرنی

بیرلین، ح. ف. (۱۳۹۱). **اسطوره های موازی**، (عباس مخبر مترجم)، چاپ سوم، تهران: نشر مرکز.

ستاری، جلال (۱۳۸۱). **جهان اسطوره شناسی**، آثاری از آلکساندر کراپ، کارل آبراهام، مالینوفسکی، ژان کازنوو، لوی استروس، الیاده، چاپ چهارم، تهران: نشر مرکز

مکی، ابراهیم (۱۳۶۶). **شناخت عوامل نمایش**، ویرایش دوم، تهران: انتشارات صداو سیما

بهار، مهرداد (۱۳۹۰). **از اسطوره تا تاریخ**، (ابوالقاسم اسماعیل پور گردآورنده و ویراستار)، چاپ هفتم، تهران: نشر چشمه.

سگال، رابرت آلن (۱۳۸۹). **اسطوره،** (فریده فرنودفر مترجم)، چاپ دوم، تهران: انتشارات بصیرت.

مطهری، مرتضی (۱۳۶۲). **خدمات متقابل اسلام و ایران،** چاپ دوازدهم، تهران: صدرا.

خجسته حسن و محمد پروری (۱۳۸۴). **نویسندگی در رادیو و اصول نوشتار رادیویی،** زبان و رسانه با گرایش به زبان فارسی و رادیو، تهران: طرح آینده.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی