

بازنمایی انگیزه حضور جوانان در دفاع مقدس:

تحلیل گفتمان فیلم سینمایی اخراجی‌ها

حسن بشیر، دانشیار دانشگاه امام صادق (ع)، drhbashir100@gmail.com

علیرضا تلوری (نویسنده مسئول)، کارشناس ارشد فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (ع)،
telvari.alireza@gmail.com

چکیده: این مقاله پژوهشی، بر اساس کاربرد روش عملیاتی تحلیل گفتمان (پدام) تنظیم شده است. در فیلم سینمایی اخراجی‌ها پانزده انگیزه شاخص بازنمایی شده و گفتمان‌های ارزشی، ملی و خودگرایانه از فیلم سینمایی مذکور استخراج شده‌اند. توضیح آنکه از مهم‌ترین رخدادهای اجتماعی در تاریخ جمهوری اسلامی ایران، وقوع جنگ تحمیلی میان ایران و عراق است. اتفاقی که بر بسیاری از مسائل کشور هم‌چون مسائل فرهنگی و ارتباطی موثر بوده است. از جمله مهم‌ترین این مسائل در سه دهه اخیر، درک، تبیین و تفسیر انگیزه‌ی حضور جوانان در طول هشت سال دفاع مقدس است. یکی از عرصه‌های مهم نمایش این حادثه بزرگ اجتماعی و فرهنگی، «سینما» محسوب می‌شود. تمرکز بر بازنمایی انگیزه حضور جوانان رزمنده در دوره‌های مختلف زمانی، نمایشگر نوع نگاه هنرمندان جامعه به رزمندگان و ارزش‌های دفاع مقدس در هر دوران است. بر این اساس هدف اصلی این مقاله پژوهشی، بازنمایی انگیزه‌ی حضور جوانان در دفاع مقدس در فیلم سینمایی «اخراجی‌ها یک» است. در این مقاله، نظریه‌هایی همچون تحلیل گفتمان، نظریه بازنمایی، نظریه برجسته‌سازی و نظریه چارچوب‌بندی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. نشانه‌شناسی و تحلیل‌رزمگان جان فیسک از جمله روش‌هایی هستند که به منظور تعیین لایه‌های گوناگون معانی رمزگذاری شده در فیلم اخراجی‌ها استفاده شده‌اند. همچنین مفاهیم ارزش، انگیزش، خودگرایی و ملی‌گرایی مورد مطالعه قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: انگیزش، بازنمایی، برجسته‌سازی، روش تحلیل گفتمان پدام، سینمای دفاع مقدس.

مقدمه و طرح مساله

جنگ ایران و عراق، به منزله‌ی یکی از طولانی‌ترین جنگ‌های قرن بیستم در سال ۱۳۵۹ شمسی اتفاق افتاد. خیل عظیمی از مردم به‌ویژه جوانان با انگیزه‌های مختلفی در این جنگ شرکت داشته‌اند. «سینما» به‌مثابه یکی از وسائل مهم ارتباطی در جهان که سبب جذب افکار و برانگیختن تصورات و اذهان مردم است به اشکال متفاوتی بارها این حادثه‌ی مهم اجتماعی را به تصویر کشیده است. از مهم‌ترین موضوعات بازنمایی شده در آثار سینمایی، علل و انگیزه حضور جوانان و رزمندگان در دفاع مقدس است. هر یک از فیلم‌های سینمایی به نحوی این انگیزه‌ها را بازنمایی کرده‌اند. توجه به بازنمایی انگیزه حضور جوانان در دفاع مقدس، بیانگر ابعاد مختلف نگرش جامعه، هنرمندان و سینماگران نسبت به جوانان رزمنده، انگیزه‌ها و دلایل شرکت آنان در جنگ، ارزش‌های دینی و اعتقادی، علاقه به میهن و وطن و... است. درک، تبیین و تفسیر سینماگران از انگیزه‌ی حضور جوانان در طول هشت سال دفاع مقدس یکی از مسائل مورد بحث و مناقشه برانگیزی است که نوع نگاه و پرداخت هنرمندان را از این رخداد اجتماعی مشخص می‌کند. این موضوع در حقیقت نمایانگر نحوه برداشت سینماگران نسبت به جوانان رزمنده و ارزش‌های دفاع مقدس است. در هر دوره زمانی، تفسیرها و تبیین‌های مختلفی ظهور و بروز بیشتری داشته‌اند. اگرچه می‌توان گفت آثار هنری تولیدشده در سینما محصول شرایط اجتماعی است اما از سوی دیگر می‌توان، نحوه بازنمایی سینماگران را ابزاری نیرومند برای کنترل و شکل‌دهی تفکر رایج در اجتماع برشمرد. بر این اساس، سوال اصلی مقاله، ناظر به چگونگی بازنمایی انگیزه حضور جوانان در دفاع مقدس در فیلم سینمایی (اخراجی‌ها یک) است. «اخراجی‌هایک» اولین فیلم از سه‌گانه‌ی اخراجی‌ها، ساخته‌ی مسعود ده‌نمکی در سال ۱۳۸۶ است. این فیلم اتفاق بزرگی در سینمای دفاع مقدس به وجود آورد و یکی از مهم‌ترین و بحث‌برانگیزترین فیلم‌های کم‌دی حوزه دفاع مقدس نام گرفت. اخراجی‌ها به‌مثابه بهترین فیلم از دیدگاه مخاطبان شناخته شد و همچنین رکورد پرفروش‌ترین فیلم کل سینمای ایران را تا آن زمان به خود اختصاص داد. داستان فیلم حول شخصیتی به نام مجید شکل گرفته است. مجید از ارادل لوتی‌منش جنوب شهر تهران است که عاشق دختر گیوه‌دوزی عارف مسلک، به نام میرزا می‌شود. میرزا شرط ازدواج مجید و دخترش را سر به راه شدن او می‌داند. مجید برای جلب رضایت و اعتماد میرزا به دروغ مدعی می‌شود به حج مشرف، و متحول شده‌است اما نقشه‌اش افشا می‌شود. مجید تصمیم می‌گیرد برای اثبات مجدد سر به راه شدن خود راهی جبهه شود. سایر دوستان مجید نیز هریک با انگیزه‌های مختلفی او را همراهی می‌کنند. برای حضور مجید و دوستانش در جبهه، مخالفت‌هایی وجود دارد اما در نهایت با ضمانت میرزا و روحانی مسجد، آن‌ها به جبهه اعزام می‌شوند. این گروه در جبهه به دلیل بی‌نظمی و عدم رعایت قوانین نظامی و همچنین در نظر نگرفتن فرهنگ جبهه توسط یکی از فرماندهان اخراج می‌شوند اما با پادرمیانی فردی به نام مرتضی به شرط اصلاح رفتار و کردارشان در جبهه ماندنی می‌شوند. به همین دلیل این گروه به نام «اخراجی‌ها» شناخته می‌شوند.

ورود این افراد به جبهه حوادث و ماجراهایی را به دنبال دارد که در پایان داستان با تحول شخصیتی مجید و برخی از دوستانش همراه می‌شود.

ملاحظات نظری در بازنمایی انگیزه حضور جوانان در دفاع مقدس

مبانی نظری شامل نظریات و رویکردهای نظری گوناگونی است که به شرح زیر تبیین می‌شوند.

«گفتمان» مفهومی است که از جنبه نظری و روشی حائز اهمیت است. گفتمان هنگامی که کاشف از فکر و جریان فکری باشد، ساخت نظری می‌یابد و زمانی که مورد تحلیل قرار می‌گیرد، جنبه روشی آن غلبه می‌یابد. با شناخت اجمالی گفتمان و تحلیل گفتمان می‌توان به رویکرد نظری- روشی آن دست یافت. «نورمن فرکلاف»^۱ گفتمان^۲ و تحلیل گفتمان^۳ را این‌گونه تعریف می‌کند: «من گفتمان را مجموعه‌ای به هم تافته‌ای از سه عنصر عمل اجتماعی، عمل گفتمانی (تولید، توزیع و مصرف متن) و متن می‌دانم و تحلیل یک گفتمان خاص، تحلیل هر یک از این سه بعد و روابط میان آن‌ها را طلب می‌کند» (فرکلاف، ۱۳۸۹: ۹۷-۹۸).

تحلیل گفتمان، شکل‌گیری معنا و پیام واحدهای زبانی را در ارتباط با عوامل درون‌زبانی (زمینه متن، واحدهای زبانی و کل نظام زبانی) و برون‌زبانی (زمینه اجتماعی، فرهنگی و موقعیتی) مطالعه می‌کند. «بشیر» تحلیل گفتمان را «تحلیل نشانه‌های زبانی و فرازبانی» یک متن می‌داند. از نظر وی، «تحلیل گفتمان، کشف معانی ظاهری و مستتر جریان‌های گفتمانی است که در شکل‌های گوناگون زبان و فرازبان آشکار می‌شوند» (بشیر، ۱۳۸۵: ۱۴). تحلیل گفتمان‌های متمرکز بر مطالعات رسانه‌ای، متمرکز بر این معناست که متن‌ها چگونه کدگذاری و رمزگذاری می‌شوند (واتسون و هیل^۴، ۲۰۱۲: ۸۲). «تحلیل گفتمان به عنوان زبانی کاربردی بسان مطالعه‌ای است که در آن، افراد به طور عملی فیلم‌ها را همچنان که می‌بینند، تفسیر می‌کنند. چنین پژوهشی، بایدگره‌ها، سرنخ‌ها و اشاراتی را که سازندگان فیلم به کار می‌برند، مطالعه کند. از این طریق می‌توان دریافت که تماشاگران فیلم‌های سینمایی، چگونه فیلم‌ها را تفسیر می‌کنند و نیز چگونه این اشارات و سرنخ‌ها را به کار می‌بندند تا بدین طریق معانی و پیام فیلم‌ها در بافت نظری و دیدگاه ایشان اثرگذاری کند و در زندگی شان موثر واقع شود» (جی^۵، ۲۰۱۴: ۲۰). گفتمان‌های حاکم بر یک متن در اثر شرایط زمانی، سیاسی و اجتماعی به وجود می‌آیند. دریافت‌های گفتمانی مخاطبان آن متن نیز، بسته به شرایط تاریخی و اجتماعی آن‌ها متفاوت خواهد بود: «اصولا معنای یک متن را بیش از آنچه که نویسنده خالق آن باشد، خواننده‌ی متن به‌وجود آورنده‌ی آن است و این خود به معنای این است که در شرایط مختلف (به ویژه تفاوت زمانی) امکان دارد که برداشت‌های مختلفی از یک متن به‌دست آیند. بر این اساس است که قرائت‌های مربوط به یک متن در هر عصری، به لحاظ تفاوت خوانندگان متفاوت است» (بشیر، ۱۳۸۹: ۲۳۳).

«بازنمایی»^۶ از مفاهیم بنیادی در مطالعات رسانه‌ای است که وامدار آثار «استوارت هال»^۷ است. هال در رابطه با بازنمایی، از دو سیستم بازنمایی سخن می‌گوید: سیستم اول؛ سیستمی است که در آن مفاهیم از طریق قواعد زبانی ذهن ساخته می‌شوند و به یکدیگر مرتبط می‌شوند تا معانی شکل بگیرند و از این طریق، افراد جهان اطراف خود را می‌شناسند. سیستم دوم مبتنی بر ساختن مجموعه‌ای از نقشه‌های مفاهیم و نشانه‌های مرتبط به هم افراد است که مفاهیم را تفسیر می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت بازنمایی، فرایندی است دوسیستمی، که از طریق آن معانی تولید می‌شوند. هال پس از توضیح سیستمی بازنمایی و تشریح چگونگی ساخت معنا در زبان، بازنمایی را فرایندی متشکل از ارتباط بین اشیاء، مفاهیم و نشانه‌ها می‌داند. «ارتباط بین اشیاء، مفاهیم و نشانه‌ها قلب تولید معنی در زبان هستند. فرایندی که این سه عنصر را به هم مربوط می‌سازد، بازنمایی نام دارد» (هال، ۱۹۹۷: ۱۸ و ۱۹). هال برای توضیح چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا و زبان برداشت‌های متفاوت از بازنمایی را طبقه‌بندی می‌کند. او بر این اساس سه رهیافت «بازتابی»^۸، «رهیافت تعمدی»^۹ و «رهیافت برساخت‌گرا»^{۱۰} را تبیین می‌کند (وب^{۱۱}، ۲۰۰۹: ۴۲). سومین رهیافت، ماهیت اجتماعی و عمومی زبان را به رسمیت می‌شناسد (هال و جالی^{۱۲}، ۲۰۰۷: ۲۴). این رهیافت معتقد است نه ما و نه کاربران زبان هیچ‌کدام نمی‌توانیم معنای واحدی ایجاد کنیم و دنیای مادی تنها حامل معنا نیست، بلکه نظام زبان و هر نظامی که ما به کار می‌بریم می‌تواند مفاهیم ما را بازنمایی کنند (عاملی و مرالی^{۱۳}، ۲۰۰۴: ۱۱). هال با طرح رهیافت برساخت‌گرایانه، در واقع این بحث را مطرح می‌کند که «رسانه‌ها واقعیت را بازتاب نمی‌دهند بلکه آن را به رمز درمی‌آورند» (روژک^{۱۴}، ۲۰۰۷: ۶۲). از این‌رو برای شناخت بازنمایی ساختارگرایانه باید ساختار گفتمانی تبیین شود. رهیافت برساخت‌گرا دو رویکرد را دربردارد: الف) رویکرد نشانه‌شناختی که به بازنمایی و زبان و تولید معنا توجه دارد، و ب) رویکرد گفتمانی: به تأثیر و پیامدهای بازنمایی توجه دارد.

ایده و مفهوم برجسته‌سازی^{۱۵} در نتیجه پژوهش‌هایی شکل گرفت که پیرامون تاثیر محتوای پیام‌های رسانه‌ای بر تصورات ذهنی مخاطبان انجام شد. «ماکسول مک کومبز» و «دونالد شاو» در سال ۱۹۷۲ دیدگاهی را با نام «برجسته‌سازی» مطرح کردند (ماکسول و شاو، ۱۹۷۲). عبارت برجسته‌سازی بیان‌کننده این مطلب است که در هر نوعی از جوامع بشری چه چیزی بایست در مرکز عمل و توجه عموم مردم باشد و به طور مدام و مستمر درباره آن موضوع گفتگو شود. «افراد، این موضوعات برجسته و مورد توجه از رسانه‌ها را به کار می‌گیرند تا موضوعات مورد بحث خود را سازمان دهند و تصمیم بگیرند که کدام مسائل مهم‌تر است. در طول زمان، مسائلی که در گزارشات خبری مورد تأکید قرار می‌گیرند، موضوعاتی می‌شوند که بیش از همه در بین مردم مهم تلقی می‌شوند» (مک کومبز^{۱۶}، ۲۰۰۴: ۲). بنابراین دیدگاه برجسته‌سازی فراگردی است که طی آن، رسانه‌های جمعی اهمیت نسبی موضوعات مختلف را به مخاطب انتقال می‌دهند. در واقع،

بازنمایی انگیزه حضور جوانان...

رسانه‌های خبری با ارائه اخبار و اطلاعات، موضوعات و مسایلی که مردم به آن فکر می‌کنند و مورد توجه قرار می‌دهند را تعیین می‌نمایند.

چارچوب‌بندی در اصل سطح بعدی برجسته‌سازی است. چارچوب‌بندی^{۱۷} به معنای برجسته‌سازی برخی جنبه‌های یک موضوع از طریق شیوه‌هایی مختلف ارائه موضوع و در نتیجه تغییر افکار و اندیشه مردم در مورد آن است. چارچوب^{۱۸} مفهومی بین‌رشته‌ای به‌شمار می‌رود که ریشه آن به روان‌شناسی و جامعه‌شناسی برمی‌گردد (شیفل و توکسبری، ۲۰۰۷: ۱۱). نخست «گافمن»^{۱۹} این مفهوم را در پژوهش‌های خود در حوزه جامعه‌شناسی به کار برد. به باور او، ما از «طرح‌های تفسیری» برای سازماندهی و دسته‌بندی تجربه‌های زندگی خود استفاده می‌کنیم تا معنادار شوند. این طرح‌های تفسیری چارچوب نام دارند و افراد را قادر می‌سازند تا تعیین، درک و شناسایی کرده و برجسب بزنند (پارک^{۲۰}، ۲۰۰۳: ۱۴۶-۱۴۷). در حوزه ارتباطات نیز، مفهوم چارچوب را نخستین بار «گیتلین»^{۲۱} (۱۹۹۷ و ۱۹۸۰) و «تاچمن»^{۲۲} (۱۹۷۸) به کار بردند (رویژورک و اتولدت،^{۲۳} ۲۰۰۷: ۷). چارچوب بندی در ارتباطات، واقعیت‌های روزمره را صورت‌بندی می‌کنند. چارچوب‌ها، تمایلات و رفتار مخاطبان خود را تحت تأثیر قرار می‌دهند. چارچوب‌های رسانه‌ای، تحت تأثیر سیاستمداران، فعالان اجتماعی، شهروندان و یا دیگر محصولات رسانه‌ای قرار می‌گیرند. همین‌طور مردم، پیوسته چارچوب‌هایی را که در گفتگو با دیگران یاد می‌گیرند، در میان خود می‌پذیرند (چانگ و دراکمن^{۲۴}، ۲۰۰۷: ۱۰۹). می‌توان گفت بر اساس نظریه چارچوب‌بندی، رسانه‌ها می‌توانند با مهم‌جلوه‌دادن برخی جنبه‌های یک پدیده به ما بگویند که به هر رویدادی با چه الگوی شناختی و از چه زاویه‌ای نگاه کنیم. مفاهیم مورد استفاده در مقاله حاضر شامل انگیزش، ارزش، خودگرایی و ملی‌گرایی مورد واکاوی قرار گرفته‌اند.

انگیزش^{۲۵} اسم مصدر از انگیختن است و در لغت به معنای تحریک، ترغیب و تحریض آمده است (دهخدا، ۱۳۷۷: ۳۶۰۴). عده‌ای از لفظ «سایق»^{۲۶} به معنای سوق دهنده، برای تبیین معنی اصطلاحی آن پرداخته‌اند. برای انگیزش در اصطلاح روان‌شناسی و مدیریت معانی متعددی بیان شده‌است. اما اکثر صاحب‌نظران بین واژه‌پردازی اصطلاحی و معنی لغوی (انگیزش) از یک تقریب معنایی استفاده کرده‌اند؛ به این معنی که در اکثر تعاریف اصطلاحی، معنای لغوی انگیزش (میل، دلیل، سوق دهنده، محرک، جهت‌دهنده و هدایت‌بخش به عمل و رفتار) مورد پذیرش قرار گرفته‌است. بنابراین، انگیزش به حالت‌های درونی موجود زنده که موجب بروز، هدایت یا تداوم رفتار او به سوی نوعی هدف می‌شود، اشاره می‌کند. بدین‌سان انگیزش را می‌توان به عنوان محرک فعالیت‌های انسان و عامل جهت‌دهنده‌ی آن تعریف کرد.

ملاک‌هایی که افراد برای ترجیحات خود در انتخاب‌های فردی و اجتماعی به کار می‌گیرند را به ارزش^{۲۷} تعبیر می‌کنند. این انتخاب‌ها می‌توانند هم در گستره ذهنی و هم در گستره عینی رفتارها حادث شوند (باقری، ۱۳۸۴: ۱۲). ارزش‌ها جهت‌دهنده و برانگیزاننده‌ی کردار و افعال انسانی محسوب می‌شوند

(کلاکون و استرادبک^{۲۸}، ۱۹۶۱: ۷). براون و ولف^{۲۹} و لیون^{۳۰}، مذهب و دین را عامل مؤثر در پیدایش ارزش می‌دانند. موتلو^{۳۱} معتقد است ارزش‌های مذهبی مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده نظام ارزشی در جامعه هستند (شوارتز^{۳۲}، ۱۹۹۵: ۸۸). دینداری را می‌توان در سه بعد «باورها و اعتقادات»، «اخلاقیات و ارزش‌ها» و «احکام دینی» در نظر گرفت (جعفری، ۱۳۵۷: ۱۷۲). بر این اساس می‌توان دین‌مداری و دین‌داری را در سه بعد «اعتقادی»، «ارزشی» و «اعمالی» تحلیل کرد. بعد ارزشی اشاره به اثرات باورها بر اعمال و کردار دینداران دارد و ناظر بر رفتارهای انسانی است که ریشه در باورها و ارزش‌های اعتقادی دارد. بعد ارزشی اثبات می‌کند که ارزش‌ها، برای انسان‌های معتقد و دیندار، عامل انگیزشی و سوق‌دهنده‌ی رفتارها، اعمال و افعال می‌شود.

یکی از اندیشه‌هایی که در اخلاق هنجاری^{۳۳} به آن پرداخته می‌شود، نظریه خودگرایی^{۳۴} است. این نظریه بر کسب منفعت شخصی تأکید بسیار دارد. واژه خودگرایی از واژه «گو»^{۳۵} به معنای «خود» گرفته شده است (ریچارد کرات، ۱۳۸۳: ۷۸). خودگرایی، صرف‌نظر از نوع برداشتی که از خیر دارد، برای اشاره به هرگونه آموزه‌ای به کار می‌رود که مدافع حداکثر کردن خیر خود شخص می‌باشد (کرات^{۳۶}، ۱۹۹۸: ۲۴۶). براساس خودگرایی روان‌شناختی^{۳۷}، منفعت شخصی، تنها انگیزه ممکن و معقول بر انجام هر کاری است. خودگرایی روان‌شناختی، یک فرضیه و ادعای تجربی و روان‌شناسانه است، که انگیزه تمامی اعمال و رفتار آدمی را در تبیینی واحد به دست می‌دهد و بیان می‌دارد که انسان‌ها به لحاظ طبع و طینت، خودگرا آفریده شده‌اند و تنها در پی جلب منافع خود هستند و تمامی اعمال آدمی با انگیزه‌های خودگرایانه و برای نیل به منفعت شخصی انجام می‌پذیرد (شاگری و کیانی، ۱۳۹۱: ۸۰).

ملی‌گرایی برگردان فارسی واژه‌ی انگلیسی ناسیونالیسم^{۳۸} است. «ملی‌گرایی یا ناسیونالیسم ایدئولوژی برخاسته از مفهوم مدرن ملت است. ملت جمعی از مردم است که در یک یا چند قطعه زمین تحت یک حکومت زندگی می‌کنند و به نوعی به هم پیوستگی و همبستگی دارند. نیروی حیاتی پیونددهنده‌ی ملت از احساس تعلق قوی به دین، تاریخ، فرهنگ، زبان و غیره نشأت می‌گیرد. این یگانگی وحدت میان افراد یک ملت باعث می‌شود تا افراد منافع فردی و شخصی را در قبال مصلحت مشترک نادیده بگیرند. ملی‌گرایی نیروی عینیت یافته‌ی ملت است و بیانگر تقدم نفع جمعی بر نفع فردی است، به عبارت دیگر نمادی از ملت است که از طریق احساسات آشکار می‌شود و این احساسات ملی نیز به خودی خود علایق شدیدی به وجود می‌آورد (شهرام نیا و نظیفی، ۱۳۹۲: ۲۰۱). «احساس عمیق وابستگی به میهن و وفاداری مطلق به آن، و احساس سهیم بودن در سرنوشت آن، اساس ناسیونالیسم است» (کوهن^{۳۹}، ۱۹۹۴: ۱۵). این احساس عمیق به وطن و میهن‌دوستی در انسان‌ها می‌تواند تبدیل به یک عامل انگیزشی رفتار و افعال انسانی شود.

روش‌شناسی تحلیل گفتمان فیلم سینمایی اخراجی‌ها

روش منتخب برای نائل شدن به هدف تحقیق، روش کیفی است. یکی از پرکاربردترین روش‌های کیفی که پژوهشگران به آن عنایت ویژه‌ای دارند، روش «تحلیل گفتمان» است. امروزه روش‌های متنوعی را برای تحلیل گفتمان به کار می‌گیرند اما در این مقاله سعی بر آن است که از «روش تحلیل گفتمان پدام»^{۴۰} بهره گرفته شود. روش تحلیل گفتمان پدام شباهت‌هایی با روش «فرکلاف» دارد که مبتنی بر سه مرحله «توصیف»، «تفسیر» و «تبیین» است (فرکلاف، ۱۳۸۹: ۱۴). اما روش تحلیل گفتمان پدام به دلیل خصوصیت کاربردی بودن آن و البته دوری از هر نوع پیچیدگی اضافه، مورد استفاده در مقاله پژوهشی حاضر قرار گرفته است. «این روش شامل پنج سطح تحلیلی است. این سطوح عبارتند از: سطح-سطح، عمق-سطح، عمق-عمق، عمق-عمق (عمیق) و عمیق‌تر. هر سطح دارای ویژگی‌هایی است. بر دوسطح اول و دوم نوعی توصیف حاکم است. سطح اول با نام «برداشت از اصل متن» درصدد کشف کلمات و جملاتی است که در متن دارای بار معنایی خاص در راستای اهداف تحقیق باشند. سطح دوم «جهت‌گیری و گرایش متن» نامیده می‌شود. در اینجا معانی جملات نه تنها در قالب کلمات و معناهای صریح و ضمنی آن‌ها به شکل انفرادی و ترکیبی مورد توجه قرار می‌گیرند که فراتر از آن به جهت‌گیری‌ها و گرایش‌های گوناگون جملات و در نهایت خود متن، نسبت به مسائل مختلف اما مرتبط با موضوع تحقیق نیز توجه می‌شود. سطح سوم «تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن» نامیده می‌شود که تحلیل‌گر تلاش می‌کند که معنای مرتبط با بافت یا بافت‌های مرتبط با خلق متن را تبیین کند. درحقیقت در این مرحله تحلیل‌گر درصدد کشف رابطه متن با زمینه خلق متن و بینامتنیت‌های مورد استفاده پدیدآورنده متن است. سطح چهارم مرحله خروج از ساختار ظاهری متن و توجه به فرامتن‌های مرتبط با متن است. در این مرحله تلاش می‌شود میان متن، زمینه و فرامتن‌های مرتبط با متن پلی ایجاد و معانی نهفته متن آشکار شود. سطح بعدی که به نوعی خروج از روش فرکلاف است سطح عمیق‌تر تحلیل نام دارد که به مطالعه گفتمان‌های اجتماعی حاکم بر گزارش‌های خبری مورد تحلیل برای تولید معانی آن است. در این مرحله، متن، بینامتنیت و فرامتن هم‌زمان مورد توجه قرار می‌گیرد و تحلیل نهایی ارائه می‌شود» (بشیر، ۱۳۹۰: ۱۴).

در مقاله‌ی پیش‌رو از روش نشانه‌شناسی نیز استفاده شده است. در این روش عناصر فیلم به مثابه نشانه‌ای در نظر گرفته می‌شود که از طریق آن‌ها معانی خلق می‌شوند. برای این که چیزی معنادار شود باید آن را رمزگذاری کرد. در این مقاله تلاش شده است از روش «تحلیل رمزگان» فیسک^{۴۱} به منظور تعیین لایه‌های گوناگون معانی رمزگذاری شده در فیلم استفاده شود. طبق دیدگاه فیسک، رمزها سه سطح دارند. رمزهای اجتماعی، رمزهای فنی و رمزهای ایدئولوژیک (فیسک، ۱۹۸۷: ۵).

نشانه‌شناسی فیلم اخراجی‌ها

روش تحلیل رمزگانی جان فیسک شامل سه بخش ایدیولوژیک، اجتماعی، و فنی است (جدول ۱).

جدول شماره ۱. سه دسته رمزگان جان فیسک

گفتمان‌ها	رمزگان ایدیولوژیک	رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی
گفتمان ملی	ملی‌گرایی و وطن‌پرستی	زبان کلامی: زبان رسمی و عاقلانه، وحدت‌آمیز، منطقی، مودبانه، جوانمردانه. رمزهای اندامی: برخوردهای از سر غیرت، شرف و آزادگی. رمزهای کلامی: پرچم ایران، سرزمین، کشور، لباس رزم، پلاک و سلاح جنگی. رمزهای رفتاری: نجات جان دختر از شیمایی شدن، حضور در میدان مین و جنگ با دشمن متجاوز	نقش دوربین: انتخاب زاویه دوربین، عمق دوربین، فاصله دوربین برای قهرمان‌سازی و اسطوره‌سازی. موسیقی متن: موسیقی در جهت القای حس پهلوانانه و جوانمردی و غیرت. صدای صحنه: استفاده از موسیقی‌ها و سرودهای نوستالژیک ملی. انتخاب بازیگران: استفاده از بازیگرانی که توانایی و پیشینه کاراکتر قهرمان و اسطوره را دارند.
گفتمان ارزشی	آرمان‌های دینی و مذهبی	زبان کلامی: زبان دینی، دلسوزانه، هدایتگر، مودبانه، خشونت‌آمیز و تحجرآمیز. رمزهای اندامی: اشخاص باظاهر (روحانی، عارف‌مسلك، بسیجی، زنان چادری، مسجدی و رزمنده) رمزهای کلامی: عبا، عمامه، چفیه، تسبیح، محاسن، پرچم‌های مذهبی، لباس رزم و سلاح جنگی. رمزهای رفتاری: نمازجماعت، حضور در جبهه و مبارزه با استکبار، حضور در مسجد و اهل ذکر.	نقش دوربین: انتخاب زاویه دوربین، عمق دوربین، فاصله دوربین برای تصویرسازی مثبت و القای مشروعیت و مقبولیت شخصیت‌ها. موسیقی متن: موسیقی در جهت القای حس ایمان، اخلاص و ایثار رزمندگان. صدای صحنه: استفاده از صدای اذان و نوحه و سرودهای مذهبی. انتخاب بازیگران: بازیگرانی با سابقه ایفای بازی در نقش‌های مذهبی و ارزشی برای تثبیت در ذهن مخاطب.
گفتمان خودگرایانه	کسب منافع و لذت‌های شخصی	زبان کلامی: زبان لوتی‌منشانه، طنازانه، خودخواهانه، تمسخرآمیز، ریاکارانه و خشونت‌آمیز. رمزهای اندامی: اشخاص باظاهر (دزد، معتاد، ارادل و اوباش، عاشق‌پیشه و مطرب) رمزهای کلامی: پاسور، سیگار، آلات موسیقی، خالکوبی، مواد مخدر، دستمال یزدی و لنگ. رمزهای رفتاری: رقصیدن، سیگارکشیدن، قمارکردن، حضور در قهوه‌خانه، شب‌نشینی و شرط‌بندی.	نقش دوربین: انتخاب زاویه دوربین، عمق دوربین، فاصله دوربین برای بازنمایی تغییرات فردی کاراکترها و خندانند مخاطبان فیلم. موسیقی متن: القای حس لودگی و حقارت کاراکترها به مخاطب. صدای صحنه: استفاده از آوای طرب‌انگیز و اصطلاحا قبل از انقلابی. انتخاب بازیگران: از بازیگران مشهور و محبوب طنز سینمای ایران استفاده شده به جهت لمپن به تصویر کشیدن کاراکترها.

تحلیل گفتمان فیلم اخراجی‌ها

در این مقاله سه سطح یک تا سه‌ی تحلیل گفتمان فیلم اخراجی‌ها تحت سه ستون «برداشت از اصل متن»، «جهت‌گیری و گرایش متن» و «تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن» آمده‌است (جدول ۲).

جدول شماره ۲: تحلیل سطوح اول تا سوم فیلم اخراجی‌ها

اخراجی‌ها			
ردیف	سطح اول	سطح دوم	سطح سوم
۱	دیوار نوشته - امام خمینی: شهدا شمع محفل بشریت‌اند.	شهدا نسبت به انسان‌های عادی از مقام بالاتری برخوردارند.	ارزش شهادت و جایگاه عالی‌رتبه شهید.
۲	امیر: داش مجید ما مکه رفته، جبهه شم میره.	مجید برای رضایت میرزا به دروغ مدعی شد مکه بوده دوباره به دروغ مدعی می‌شود به جبهه می‌رود.	منزلت و احترام اجتماعی برای حجاج ورزمندگان در جامعه.
۳	مجید: اگر این پسره (مرتضی) قاپ میرزا رو بدزده که کار تمومه! منم باید برم جبهه!	مجید، مرتضی را رقیب خود می‌پندارد که جبهه رفتن او را انسان موجهی نزد میرزا نشان می‌دهد.	خودنمایی مجید، منزلت رزمندگان و رقابت عشقی مجید و مرتضی.
۴	امیر: اصلا همه باهم میریم خوش میگذره!	امیر برای خوش‌گذرانی و تفریح اخراجی‌ها دنبال فرصت است.	روحیه خوش‌گذرانی و عیاشی اخراجی‌ها.
۵	مجید: این فیلم‌ها دیگه میرزا رو خام نمیکنه، نرگس خانوم خیلی شکاره! یه فیلم میندازمو برمیگردم.	تصمیم مجید برای اعزام به جبهه برای رضایت و جلب اعتماد نرگس و پدرش.	منزلت رزمندگان، خودنمایی مجید و جبران اشتباه گذشته.
۶	مصطفی خطاب به مجید: اونوقت میشی چی؟ برادرمجید! تو این زموئه برادر مجید و حاج مجید فرقی نمیکنه!	کسب احترام نزد مردم با اعزام به جبهه.	منزلت و احترام اجتماعی برای حجاج ورزمندگان در جامعه.
۷	امیر: اینم یه فیلم دیگس! مجید: آره! کی میره جنگ!؟	مجید قصد دارد نمایشی به جبهه اعزام شود.	جایگاه ارزشمند رزمندگان در جامعه و خودنمایی مجید برای رضایت میرزا.
۸	مرضیه: داداشم داره میره جنگ! ببین مجید ما بخاطر نرگس چه نازهایی که نمیکشه! اما تو چی! بخاطر من حاضر نیستی دل آقا داداشمو به دست بیاری!..تو از عشق و عاطفه بویی نبردی! بایرام: خیلی خب منم باش میرم جبهه.	مرضیه همچون نرگس از بایرام انتظار دارد او نیز راهی جبهه شود و رضایت خود و برادرش را در گرو این امر می‌داند.	جایگاه ارزشمند رزمندگان به جبهه رفتن در جامعه و خودنمایی بایرام برای رضایت مجید.

۹	مصطفی: داش مجید! میفهممت! هر جا بری باهاتم! چه بهشت باشه چه جهنم!	مصطفی به خاطر مجید حاضر است هر کاری بکند.	لوتی گری مصطفی و پشتیبانی و حمایت او از مجید.
۱۰	سوال (بیژن) از مجید: داداش اینجا چی میدن؟ بالوره هم میدن؟! مجید: آره بچه خوبی باشی اون تلویزیونه هم میدن! بیژن: حاج آقا اسم ما رو هم ثبت نام کنین لطفا.	بیژن به انگیزه تلویزیون و بالوره به جبهه می رود.	اعزام به جبهه برای کسب منافع مادی.
۱۱	سوال حاج صالح از بیژن: انگیزه شما از رفتن به جبهه چیست؟ بیژن: برا اون تلویزیونه اومدیم و اون بالوره!	تلویزیون و بالوره بیژن را به جبهه رفتن ترغیب می کند.	اعزام به جبهه برای کسب منافع مادی.
۱۲	حاج صالح: اونا (کالاهای انبارشده در مسجد) برا رزمنده هاست. بیژن: خب ماهم رزمنده ایم.	بیژن به طمع کالاهای انبار شده قصد دارد به جبهه اعزام شود.	اعزام به جبهه برای کسب منافع مادی.
۱۳	روحانی خطاب به مسئول اعزام: کی گفته برای تکلیف الهی و جون دادن در راه خدا باید بدونی کفن میت چند تیکست؟	روحانی گزینش کنندگان را به سبب سوالاتشان مذمت می کند.	روحانی انگیزه جبهه رفتن را انجام تکلیف الهی می داند.
۱۴	میرزا: این بنده های خدا همین که اراده کردن برن جبهه از جرگه ارادل خارجند. بقیه رزمنده و شهدا هم (که یکباره) از آسمون نازل نشدن! از مردم بودن! هنر همینها! کیمیاگری! یعنی بتونی از نخاله ها طلا بسازی!	از نظر میرزا اخراجی ها به دلیل نیت به جبهه رفتن، ارادل نیستند. باید اخراجی ها را یاری کرد تا به انگیزه حقیقی برسند و از بند جهل و غفلت رها شوند.	همه شهدا مطلقا از ابتدا انگیزه الهی نداشتند. سیر تکاملی در جبهه طی کردند تا انگیزه شان تکلیف الهی و بخاطر خدا شد.
۱۵	عموسیفی خطاب به میرزا: عمریه با این جماعت (اخراجی ها) انس گرفتیم. میشه سفارش ما رو هم (برای حضور در جبهه) بکنی! منم با داش مجید اینا راهی کنید.	عمو سیفی با اخراجی ها انس گرفته و به آن ها عادت کرده و نمی تواند از آن ها جدا شود و می خواهد آن ها را در جبهه همراهی کند.	درخواست اعزام به جبهه به دلیل دلبستگی فردی به اخراجی ها.
۱۶	پارچه نوشته در مراسم بدرقه رزمندگان: «امام خمینی: ما همه ملکف هستیم اسلام را حفظ کنیم.»	رهبر کشور، جوانان را مکلف به حفظ اسلام از طریق به جبهه رفتن می داند.	دعوت به تکلیف گرایی و تبعیت از حرف امام خمینی.
۱۷	پارچه نوشته در مراسم بدرقه رزمندگان: (کربلا رفتن خون می خواهد).	رفتن جوانان به جبهه امتداد راه کربلا و خون دادن در راه امام حسین (علیه السلام) است.	مقایسه جنگ با حادثه عاشورا و شهادت طلبی و دین مداری جوانان.
۱۸	همسر حاج صالح خطاب به همسرش: نمی شد حالا نری حاجی؟ حاج صالح: باید یه جور جواب مردم رو بدم یانه؟	پاسخ به بازپرسی و انتظار مردم.	خودنمایی حاج صالح برای مردم.
۱۹	حاج صالح خطاب به همسرش: یه آش پشته پای مشت درست میکنی، تمام فک و فامیل رو و تمام اهالی محل رو دعوت می کنی، میگی حاجی رفته خط مقدم جبهه و ممکنه شهید بشه و برنگرده!	حاج صالح قصد دارد همه آشنایان و دوستان از رفتنش به جبهه باخبر شوند و او را بستانند.	منزلت رزمندگان در جامعه، خودنمایی حاج صالح برای مردم.
۲۰	پدری خطاب به پسر رزمنده اش: این مملکت	پدر رزمنده جان دادن برای مملکت را	رزمنده برای دفاع از مملکت به

جبهه می‌رود.	حقیر می‌شمارد و معتقد است با تحصیلات، خدمت بیشتری می‌توان به کشور کرد.	فردا دکتر و مهندس نمی‌خواد؟! فقط گوشت دم توپ می‌خواد؟! بیا پایین میری نفله میشی‌ها!	
جبهه بستری مناسب برای اصلاح و هدایت. اعزام مجید به جبهه برای کسب اعتبار نزد مردم و رضایت معشوقه.	راهی شدن مجید به جبهه و خوشحالی و نگرانی نرگس. مجید با اصلاح شدن در پی جلب رضایت نرگس و میرزاست.	نرگس: تو محل همه فهمیدن دارین میرین جبهه - مجید: آره اما دیگه این بار خالی‌بندی نیست. شرط خودت بود! خدا رو چه دیدی شاید ما آدم شدیم! نرگس: منتظرت می‌مونم برگردی!	۲۱
اعزام بایرام به جبهه برای اثبات خود و رضایت معشوقه.	مرضیه در پی آن است که بایرام را از تصمیمش مطمئن سازد. او از بایرام می‌خواهد مراقب برادرش باشد.	بایرام: بهتر نیست ازدواج کنیم بعد برم جبهه؟! مرضیه: آقا بایرام! می‌خوای مجید رو تنها بذازی؟! بایرام: چشم! میرم!	۲۲
مقایسه جنگ با حادثه عاشورا و شهادت‌طلبی و دینمداری جوانان.	رفتن جوانان به جبهه همان امتداد راه کربلا و خون دادن در راه امام حسین (علیه‌السلام) است.	پارچه نوشته جلوی اتوبوس‌های رزمندگان: راهیان کربلا.	۲۳
عشق جوانان به آرمان‌های امام حسین (علیه‌السلام) از جمله شهادت‌طلبی	علاقه و محبت جوانان به سیدالشهدا	جوانان با پرچم‌های «یا حسین» وداع می‌کنند و راهی جبهه می‌شوند.	۲۴
عشق جوانان به آرمان‌های امام حسین (علیه‌السلام) از جمله شهادت‌طلبی. عشق به میهن و وطن	علاقه و محبت به سیدالشهدا و کشور ایران.	بدرقه‌کنندگان با پرچم‌های «یا حسین» و پرچم ایران، جوانان را بدرقه می‌کنند.	۲۵
حضور مجید در جبهه به خاطر معشوقه‌اش و ازدواج با وی.	ترس بایرام از جنگ و مذمت مجید بخاطر حضور در جبهه.	اعلام آغاز عملیات از رادیو. بایرام: دیدی داش مجید! هممون رو به کشتن دادی! آخه دختر قحطی بود این دختر رو گرفتی.	۲۶
حضور مجید و بایرام در جبهه به دلیل علاقه به معشوقه‌هایشان.	عشق، شجاعت و جسارت می‌طلبد.	امیر خطاب به بایرام و مجید: جگر عشق نداری سفر شیر نرو!	۲۷
خدا و عشق به او سبب حضور جوان در جبهه است.	به سخره گرفتن جوان به سبب حضورش در جبهه توسط گروه اخراجی‌ها.	مجید خطاب به یک بسیجی: کوچولو تو براچی اومدی جبهه آخه؟! جوان پاسخ می‌دهد: بخاطر خدا.	۲۸
رفاقت اخراجی‌ها برای همراهی مجید. حضور مجید در جبهه به دلیل علاقه به (معشوقه‌اش).	گروه اخراجی‌ها برای کمک به ازدواج مجید به جبهه آمده‌اند.	امیر خطاب به دوستان مجید: بابا ما نیومدیم جبهه بجنگیم که! ما اومدیم اینجا این داش مجید ما یه چندتا عکس بندازه، بره نشونه میرزا بده بلکه بختش باز شه!	۲۹
خوشگذرانی گروه اخراجی‌ها.	امیر و بیژن در جبهه در حال بازی با یکدیگرند.	امیر و بیژن در شب اول حضور در جبهه در حال تاس‌انداختن هستند.	۳۰

خوشگذرانی گروه اخراجی‌ها.	یکی از اعضای اخراجی‌ها بی‌توجه به شرایط جبهه برای گروه آهنگ می‌نوازد.	عمو سیفی کنار دوستان خود در شب اول حضور در جبهه، بی‌خیال، سازدهنی می‌زند.	۳۱
از آنجا که مجید و بایرام برای جلب رضایت معشوقه‌های خود به جبهه آمده‌اند این عکس به آن‌ها برای اثبات حضور در جبهه کمک می‌کند.	بایرام عکاس را به اجبار آورده تا از خود و دوستانش عکس بگیرد. او می‌خواهد از این عکس در تهران بهره بگیرد.	بایرام (عکاس را آورده تا از اخراجی‌ها عکس بگیرد) می‌گوید: عکاس باشی رو آوردم! به عکس یادگار تو تهران خیلی به دردمون می‌خوره.	۳۲
تبعیت جوانان از امام خمینی.	رزمندگان، امام خمینی را تنها نمی‌گذارند.	رزمندگان مشغول ورزش صبحگاهی هستند و یک‌صد تکرار می‌کنند: خدا قوت همیشه.. امام تنها نمیشه!	۳۳
خوشگذرانی گروه اخراجی‌ها.	خشم معاون فرمانده از وسایل همراه اخراجی‌ها.	معاون فرمانده گلایه‌آمیز از حضور اخراجی‌ها: آلات موسیقی، قمار و.. را جلوی پای فرمانده می‌ریزد. و فریاد می‌زند: اینجا مطرب خونست یا جبهه؟	۳۴
نارضایتی برخی از رزمندگان نسبت به خوشگذرانی گروه اخراجی‌ها.	درخواست عدم حمایت از گروه اخراجی‌ها به علت عدم توجه به مسائل شرعی و پیدا شدن وسایل قمار و بازی و..	حاج صالح به روحانی: به شما توصیه می‌کنم که برا اینا ریش گرو نذارید، دیگه کارشون منکراتی شده! توی وسایلشون آثار لهو و لعب و قمار پیدا کردن.	۳۵
نقد و اعتراض فرماندهان نسبت به خوشگذرانی گروه اخراجی‌ها.	معاون فرمانده اخراجی‌ها را گروهی ناهنجار و دور از قواعد جبهه می‌داند که در شرایط حساس دنبال تفریح و بازی بوده‌اند.	معاون فرمانده خطاب به اخراجی‌ها: اینجا جبهه‌ست! چال میدون نیست که!.. هری!! به سلامت!.. به مشت عملی چشم‌چرون اومدن جبهه!!	۳۶
آگاهی مرتضی از انگیزه اصلی حضور مجید در جبهه.	احتمال رفتار فریبکارانه از مجید	مرتضی خطاب به مجید: حالا خداوکیلی جبهه رفتنت مثل مکه رفتنت نباشه؟	۳۷
مجید برای اعتمادسازی و اثبات خودش به میرزا به جبهه آمده است.	مجید برای رضایت میرزا به جبهه آمده است و خود را از سایرین جدا می‌داند.	مجید: دیدیم قیاف ما که به این حرفا نمی‌خوره گفتیم یه دوسه هفته‌ای میایم این دور و برا که فر (چرخ بزنیم) بخورم بلکه میرزا هم خیالش راحت شد که ما هم آدم شدیم!	۳۸
وجود انگیزه‌های فراتر از انگیزه‌های شخصی. حس مسئولیت نسبت به مملکت و دفاع از کشور است.	مجید جبهه را متعلق به انسان‌های خاصی می‌داند که از آن‌ها جداست در حالی که مرتضی معتقد است مملکت برای همه است و متعلق به قشر خاصی نیست.	مجید به مرتضی: من که با جبهه مبهمی شما کاری نداشتم. مرتضی (متعجبانه): جبهه ما!! مجید: آره دیگه ما که از تریپ شما نیستیم مرتضی: یعنی مملکت مال شماها نیست!؟	۳۹
حضور بایرام در جبهه به خاطر معشوقه‌اش و ازدواج با وی.	بایرام ترسیده است و می‌خواهد قید ازدواج با مرضیه را بزند و از جبهه برود.	بایرام: داش مجید! خواهرت رو نخواستیم بذار ما برگردیم! من با خواهرت ازدواج نمی‌کنم!	۴۰
مذمت انگیزه اصلی بایرام توسط خودش از سر رعب و وحشت.	بایرام از وحشت، خود را مورد عتاب قرار می‌دهد و خود را شماتت می‌کند که چرا	بایرام: بایرام زن گرفتنت چی بود؟ جبهه رفتنت چی بود؟	۴۱

	می خواسته ازدواج کند؟!	
۴۲	نارنجکی ضامن کشیده از دست بایرام به زمین می افتد، همه پناه می گیرند. در این هنگام جوانی خود را روی نارنجک می اندازد. نارنجک عمل نمی کند. مرتضی خطاب به دیگران: تو جبهه ها مثل این مرد زیاد پیدا میشن!	عمل فداکارانه جوان رزمنده که مرتضی معتقد است مانند او در جبهه بسیار هستند.
۴۳	حاج صالح با کنایه، خطاب به اخراجی ها: میبینم که درس اخلاق آقا مرتضی جواب داده! ایشون اومدن شما رو اصلاح کنن دارن خودشون اصلاح میشن!	مرتضی در پی اصلاح اخراجی هاست اما خودش به نوعی تحت تاثیر آداب آنان قرار گرفته است.
۴۴	مجید با بیژن در جبهه در حال مچ انداختن و پاسور بازی هستند.	مجید و بیژن در جبهه در حال بازی با یکدیگرند.
۴۵	معاون فرمانده (درباره اخراجی ها): الواتی که جبهه اومدنشون هم از سر بهونس نه تکلیف!	معاون فرمانده حضور اخراجی ها را تکلیفی نمی داند و از سر بهانه های شخصی می پندارد.
۴۶	سخنرانی فرمانده: کجان رستم دستان و سیاوش و کیکاووس تا ببینن شیربچه های حیدر کرار چطور می بدون گرز و تبرزین و رخس، شاخ غول استکبار رو شکستن!	جوانان بدون امکانات و با تکیه بر اعتقادات خود دشمن را شکست می دهند.
۴۷	فرمانده خطاب به مجید: این طور که شنیدم شما عکساتون رو گرفتین و کارتون با جبهه تموم شده!	فرمانده را مطلع کردند که اخراجی ها برای عکس گرفتن به جبهه آمده اند و با توجه به اتمام کارشان در عملیات شرکت نکنند.
۴۸	فرماندها به مجید توصیه می کنند که در عملیات شرکت نکنند. مجید: نه! به خیالم اینجا یه چیزی گرفتارم کرده! تا حالش بخاطر میرزا و دخترش اینجا وایسادم اما از این به بعد واس خاطر دلم خودم اینجا (خطاب به مرتضی): مگه تو خودت نگفتی این مملکت واسه همموننه؟ من دختر میرزا رو بدون این آب و خاک نمی خوام.	مجید تا کنون بخاطر میرزا و دخترش جبهه بوده ولی بعد از آن بخاطر خودش و دفاع از وطن در جبهه می ماند.
۴۹	بایرام خطاب به روحانی: پدر عاشقی بسوزه. به نظر من هیچ وقت زن نگیر.	بایرام عشق و عاشقی را ملامت می کند. بایرام به روحانی توصیه می کند ازدواج نکند.
۵۰	مجید لحظه شهادت شعری زمزمه می کند: در کوی نیک نامان ما را گذر ندادند، گر تو نمی پسندی تغییر ده قضا را.	آنچه سرنوشت ما را مشخص می کند خواست و اراده خداوند است.
	تبدیل انگیزه عشق زمینی به عشق حقیقی و الهی.	مذمت انگیزه اصلی بایرام توسط خودش از سر رعب و وحشت.

تحلیل سطح چهارم تحقیق (عمیق)

سطح چهارم تحلیل (مرحله‌ی عمیق) ناظر به نوعی تفسیر از سطح سوم تحلیل و تعیین رویکردهای مشابه و متفاوت در این ستون (یعنی تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن) است. در این مرحله با توجه به نتایج حاصله از سطوح پیشین تحلیل، تفسیر کلی مربوط به آن‌ها تحت عناوین یا واژه‌های کلان‌تر که نوعی از رویکرد کلان را ترسیم می‌کند، انجام می‌گیرد. به عبارتی دال‌های مذکور در این بخش (جدول ۳) از مقایسه‌ی مواردی که از جدول شماره‌ی ۲ آمده است، استخراج شده‌است.

جدول شماره ی ۳: تحلیل سطح چهارم (سطح عمیق) فیلم اخراجی‌ها

ردیف	تحلیل سطح چهارم گفتمان - دال‌های مرکزی	ردیف خانه‌های مربوطه در جدول شماره ۱
۱	انگیزه شهادت طلبی	۱، ۱۷، ۲۳، ۲۴ و ۲۵
۲	انگیزه منزلت و اعتبار	۲، ۳، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۸، ۱۹، ۲۱، ۲۲، ۳۷ و ۳۸
۳	انگیزه عشق زمینی	۳، ۵، ۶، ۷، ۸، ۲۱، ۲۲، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۳۲، ۳۷، ۳۸، ۴۰، ۴۱ و ۴۹
۴	انگیزه تفریح	۴، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۴، ۳۵، ۳۶ و ۴۴
۵	انگیزه خودنمایی	۳، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۸، ۱۹، ۲۱، ۲۲، ۲۹، ۳۲، ۳۷، ۳۸ و ۴۷
۶	انگیزه جبران شکست	۵ و ۳۷
۷	انگیزه تبعیت و اطاعت	۱۶ و ۳۳
۸	انگیزه رفاقت و دوستی	۹، ۱۵، ۲۹ و ۳۲
۹	انگیزه الهی و عشق حقیقی	۱۴، ۲۸ و ۵۰
۱۰	انگیزه ثروت اندوزی	۱۰، ۱۱، ۱۲
۱۱	انگیزه انجام تکلیف الهی	۱۳، ۱۴، ۱۶ و ۴۵
۱۲	انگیزه دفاع از کشور و مردم	۲۰، ۲۵، ۳۹ و ۴۸
۱۳	انگیزه هدایت و اصلاح	۲۱ و ۴۳
۱۴	انگیزه فداکاری و ایثار	۴۲ و ۴۸
۱۵	انگیزه جنگ علیه ظلم و استکبار	۴۶

سطح پنجم تحلیل گفتمان فیلم اخراجی‌ها به روش پدام

در این سطح همان‌طور که در بخش روش بیان شد، با استفاده از تحلیل سطح چهارم که مقایسه‌ی سلول‌های جدول (بالاخص در سطح سوم تحلیل) بود، فضای کلی گفتمانی فیلم اخراجی‌ها مورد تحلیل قرار

خواهد گرفت. تبیین گفتمان‌های حاکم بر فیلم مورد تحلیل، در این مرحله صورت می‌گیرد. در این مرحله متن، بینامتنیت و فرامتن، همزمان مورد توجه قرار می‌گیرد و تحلیل نهایی ارائه می‌شود.

گفتمان ارزشی

انگیزه‌هایی که ریشه در ارزش‌ها و باورهای دینی داشته‌اند و یا انگیزه‌هایی که اعتقادات و باورهای دینی جهت‌دهنده و برانگیزاننده‌ی کردار و افعال جوانان رزمنده شده است ذیل گفتمان ارزشی قرار می‌گیرند و در حقیقت سبب شکل‌گیری گفتمان ارزشی می‌شوند. انگیزه شهادت طلبی، انگیزه تبعیت و اطاعت، انگیزه الهی و عشق حقیقی، انگیزه انجام تکلیف الهی، انگیزه هدایت و اصلاح، انگیزه فداکاری و ایثار و انگیزه جنگ علیه ظلم و استکبار من جمله انگیزه‌های بازنمایی‌شده‌ایی هستند که باورهای دینی عامل ایجاد آن‌ها شده است.

گفتمان ارزشی از طریق زبان کلامی و گفت‌وگو میان شخصیت‌های فیلم مورد پژوهش و نیز از طریق نشانه‌ها و علائم غیرکلامی شکل گرفته‌است.

گفتمان ملی

انگیزه‌هایی که میهن‌دوستی و وطن‌پرستی عامل شکل‌گیری آن‌ها شده‌است، ذیل گفتمان ملی معنا پیدا می‌کنند و در واقع باعث ایجاد گفتمان ملی می‌شوند. انگیزه دفاع از کشور و مردم و انگیزه فداکاری و ایثار در راه وطن و مردمانش از جمله انگیزه‌های بازنمایی شده‌ای هستند که ریشه در احساس وطن‌دوستی، وابستگی و عشق به میهن دارند.

گفتمان ملی در قالب ارتباطات کلامی شخصیت‌ها شکل گرفته است. این گفتمان به عنوان عاملی وحدت‌بخش که سبب همبستگی و یکپارچگی می‌شود نشان‌دهنده شده‌است. درحقیقت گفتمان ملی بسترساز زمینه مشترکی است که تعامل گفتمانی را شکل می‌دهد.

گفتمان خودگرایانه

دالّ مرکزی گفتمان خودگرایانه، به صورت منفعت‌طلبی و خودمحوری به نمایش درآمده است. جوانان رزمنده‌ای که با ویژگی کسب منافع و لذت‌های شخصی بازنمایی شده‌اند، ذیل گفتمان خودگرایانه قرار می‌گیرند و این گفتمان را از طریق دیالوگ‌ها و رفتارهای خود شکل می‌دهند. انگیزه‌هایی که ذیل گفتمان خودگرایانه به تصویر کشیده شده، همچون (انگیزه منزلت و اعتبار، انگیزه عشق زمینی، انگیزه تفریح، انگیزه خودنمایی، انگیزه رفاقت و وابستگی، انگیزه ثروت‌اندوزی و انگیزه جبران شکست) انگیزه‌هایی هستند که به سبب همین ویژگی نفع‌طلبی و خودمحوری شکل یافته‌اند (جدول ۴).

جدول شماره ۴. دال‌های مرکزی هر یک از گفتمان‌های مستخرج از سطح عمیق تر را نشان می‌دهد.

ردیف	گفتمان‌های موجود فیلم اخراجی‌ها (سطح عمیق‌تر)	دال‌های مرکزی (سطح عمیق)
۱	گفتمان ارزشی	<ul style="list-style-type: none"> • انگیزه شهادت طلبی • انگیزه تبعیت و اطاعت • انگیزه الهی و عشق حقیقی • انگیزه انجام تکلیف الهی • انگیزه هدایت و اصلاح • انگیزه فداکاری و ایثار • انگیزه جنگ علیه ظلم و استکبار
۲	گفتمان ملی	<ul style="list-style-type: none"> • انگیزه دفاع از کشور و مردم • انگیزه فداکاری و ایثار
۳	گفتمان خودگرایانه	<ul style="list-style-type: none"> • انگیزه منزلت و اعتبار • انگیزه عشق زمینی • انگیزه تفریح • انگیزه خودنمایی • انگیزه جبران شکست • انگیزه رفاقت و وابستگی • انگیزه ثروت‌اندوزی

نتیجه‌گیری

در فیلم اخراجی‌ها، پانزده انگیزه شاخص نشان داده شده است. انگیزه شهادت طلبی، انگیزه منزلت و اعتبار، انگیزه عشق زمینی، انگیزه تفریح، انگیزه خودنمایی، انگیزه جبران شکست، انگیزه تبعیت و اطاعت، انگیزه رفاقت و وابستگی، انگیزه الهی و عشق حقیقی، انگیزه ثروت‌اندوزی، انگیزه انجام تکلیف الهی، انگیزه دفاع از کشور و مردم، انگیزه هدایت و اصلاح، انگیزه فداکاری و ایثار و انگیزه جنگ علیه ظلم و استکبار، انگیزه‌های بازنمایی شده در فیلم اخراجی‌ها هستند. در فیلم اخراجی‌ها، گفتمان ارزشی در قالب دو گروه بازنمایی می‌شود. گروه اول گروهی متعصب، متحجر، سختگیر، ریاکار و ... نشان داده می‌شوند. این گروه در ذیل گفتمان ارزشی مورد انتقاد قرار می‌گیرند و به صورت کاملاً تقبیحی به تصویر کشیده می‌شوند. گروه دوم با خصوصیات چون اهل عمل بودن، ارتباط بهتر برقرار کردن با مردم، مهربان، مخلص، بی‌ادعا و ... نشان داده می‌شوند. این گروه در ذیل گفتمان ارزشی به صورت کاملاً تبلیغی مدح می‌شوند. گفتمان ملی در فیلم اخراجی‌ها، به‌مثابه اصلی مشترک و وحدت بخش نشان داده شده است. گفتمانی که توسط

گفتمان‌های دیگر پذیرفته شده و به تصویر در آمده است. گفتمان ملی در حقیقت زمینه مشترکی را برای تعامل و مفاهمه بین گفتمان دیگر فراهم ساخته است. انگیزه دفاع از کشور و مردم و انگیزه فداکاری و ایثار ذیل گفتمان ملی به صورت تبلیغی که فضای مشترک برای فهم میان گفتمانی ایجاد می‌کند بازنمایی شده است. این گفتمان به عنوان گفتمان حاکم در فیلم اخراجی‌ها حضور دارد؛ گفتمانی که شخصیت قهرمان فیلم را در خود جای داده است. گفتمان خودگرایانه نیز در فیلم اخراجی‌ها حضور دارد. این گفتمان در فیلم اخراجی‌ها به صراحت نقد نمی‌شود اما به عنوان گفتمان ممدوح و قابل ستایش نیز به نمایش در نمی‌آید. افراد حاضر در گفتمان خودگرایانه با قرارگرفتن در بستری به نام جبهه سیر تکاملی و صعودی طی می‌کنند و در نهایت در فضای گفتمان ملی قرار می‌گیرند و از این طریق مورد تحسین و ستایش واقع می‌شوند.

پی‌نوشت‌ها

۱. Norman Fairclough
۲. Discourse
۳. Discourse Analysis
۴. Watson & Hill
۵. Gee
۶. Representation
۷. Stuart Hall
۸. Reflective
۹. Intentional
۱۰. Connotation
۱۱. web
۱۲. Hall & Jhally
۱۳. Ameli & Merali
۱۴. Rojek
۱۵. Agenda-Setting
۱۶. McCombs
۱۷. framing
۱۸. frame
۱۹. Goffman
۲۰. Park
۲۱. Gitlin
۲۲. Tuchman
۲۳. Ruigrok & Atteveldt
۲۴. Chong & Druckman
۲۵. Motivation
۲۶. Impul.
۲۷. Value
۲۸. Kluckhohn & Strodtbeck
۲۹. Brown & Wulff

- ۳۰. Leewen
- ۳۱. Mutlu
- ۳۲. Schwartz
- ۳۳. Normative ethics
- ۳۴. Egoism
- ۳۵. Ego
- ۳۶. Kraut
- ۳۷. Psychological Egoism.
- ۳۸. Nationalism
- ۳۹. Kohn
- ۴۰. PDAM (Practical Discourse Analysis Method)
- ۴۱. Fiske

منابع

منابع فارسی

- باقری، ش. (۱۳۸۴). مقایسه نظام ارزشهای دینی منعکس شده در مطبوعات: قبل و بعد از انقلاب اسلامی، پژوهشنامه متین، پاییز و زمستان - ۱۳۸۴ شماره ۲۸ و ۲۹.
- بشیر، ح. (۱۳۸۵). تحلیل گفتمان: دریچه‌ای برای کشف ناگفته‌ها. تهران: مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق بشیر، ح. و همکاران (۱۳۸۹). خبر: تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق بشیر، ح. (۱۳۹۰). رسانه‌های بیگانه: قرائتی با تحلیل گفتمان، جلد اول. تهران: انتشارات سیمای شرق.
- جعفری، م. ت. (۱۳۵۷). ترجمه و تفسیر نهج البلاغه (جلد ۱). تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- دهخدا، ع. ا. (۱۳۷۷). لغتنامه (چاپ دوم). تهران: دانشگاه تهران.
- شاکری زواردهی، ر. ا. و کیانی، ز. (۱۳۹۱). بررسی نسبت خودگرایی اخلاقی و خودگرایی روان‌شناختی. پژوهشنامه اخلاق، سال پنجم، شماره ۱۶.
- شهرام نیا، ا. م. و نظیفی نائینی، ن. (۱۳۹۲). تعامل و تقابل ملی‌گرایی و اسلام‌گرایی در ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، پژوهش‌های راهبردی سیاست: تابستان ۱۳۹۲، سال دوم، شماره ۵.
- فرکلاف، ن. (۱۳۸۹). تحلیل انتقادی گفتمان. ترجمه: گروه مترجمان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- کرات، ر. (۱۳۸۳). خودگرایی و دیگرگرایی در فلسفه اخلاق. ترجمه منصور نصیری، مجله معرفت، موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ش ۷۸.

منابع لاتین

- Ameli, S. M. & Erali, A. (۲۰۰۴). *British Muslim's expectations of the government Dual Citizenship: British or Islamic or Both, Obligations Recognitions, Respect and Belonging*, London, Islamic Human Right Commission
- Chong, D. & Druckman, James N. (۲۰۰۷). *Framing theory, Annual Reviews*. Department of Political Science, Northwestern University, Evanston, Illinois.
- Fisk, G (۱۹۸۷) *Television Culture*, Routledge, London.
- Gee, J.P. (۲۰۱۴). *An introduction to Discourse Analysis: Theory & Method (Fourth Edition)* (. London & New York: Routledge.
- Hall, S. & Jhally, S. (۲۰۰۷). *Representation & the Media*. Northampton, MA, Media Education Foundation.
- Hall, S. (۱۹۹۷). *Representation: cultural representation and signifying practices*. California: SAGE.
- Kluckhohn, F. & Strodtbeck, R. (۱۹۶۱). *Variations in Value Orientations*. Evanston, IL: Row Peterson.

- Kohn, H. (۱۹۹۴). *The Idea of Nationalism: A Study in origin and back ground*. New York: Macmillan.
- Kraut, R. (۱۹۹۸). *Egoism and Altruism*. Routledge Encyclopedia, Vol. ۳.
- McCombs, M. (۲۰۰۴). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.
- Maxwell E. McCombs; Donald L. Shaw. (۱۹۷۲) the Agenda-setting Function of Mass Media. w. The Public Opinion Quarterly, Vol. ۳۶, No. ۲. (Summer, ۱۹۷۲), pp. ۱۷۶-۱۸۷.
- Park, J. (۲۰۰۳). *Contrasts in the Coverage of Korea and Japan by US Television networks A Frame Analysis: A Frame Analysis*. The International Gazette, Vol. ۶۵, No. ۲.
- Rojek, C. (۲۰۰۷). *Cultural Studies*. London, Polity Press.
- Ruigrok, N. & Atteveldt, w.v. (۲۰۰۷). *Global Angling with a Local Angle: How U.S, British, and Dutch newspapers, Frame Global and Local Terrorist Attacks*. In Press, Politics. Vol. ۱۲, No. ۱.
- Scheufele, Dietram A., & Tewksbury, D. (۲۰۰۷). *Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models*. Journal of Communication, No. ۱, ۹-۲۰.
- Schwartz, S.H. & Huismans. (۱۹۹۵). *Studying Human Values*. Journal of Cross-Cultural Psychology.
- Watson, J. & Hill, A.. (۲۰۱۲). *dictionary of media and communication studies (۸th edition)*. New York: Bloomsbury academic.
- Webb, J. (۲۰۰۹). *Understanding Representation*. London, Sage Publication.