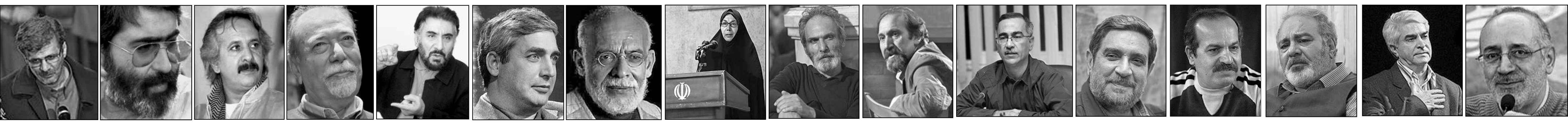
کیهان
tasvirroz@kayhan.ir
تصویر روز
صفحه۸
دوشنبه ۹ آذر ۱۳۹۴
۱۸ صفر ۱۴۳۷ - شماره ۲۱۲۲۱


جمال شورجه (فیلمساز) | یدالله صمدی (فیلمساز) | محمد کاسبی (بازیگر) | رسول ملا قلی پور (فیلمساز) | شهریار بحرانی (فیلمساز) | پرویز شیخ طادی (فیلمساز) | داود میرباقری (فیلمساز) | جهانگیر الماسی (بازیگر) | پروانه معصومی (بازیگر) | مهدی فقیه (بازیگر) | ابراهیم حاتمی کیا (فیلمساز) | سلحشور (فیلمساز) | علی نصیریان (بازیگر) | مجید مجیدی (فیلمساز) | شهید آوینی (فیلمساز) | جواد اردکانی (فیلمساز)

در گفت وگو با محمد میرکیانی بررسی شد

مدیریت فرهنگی؛ چالش اصلی تولید فکر و فرهنگ

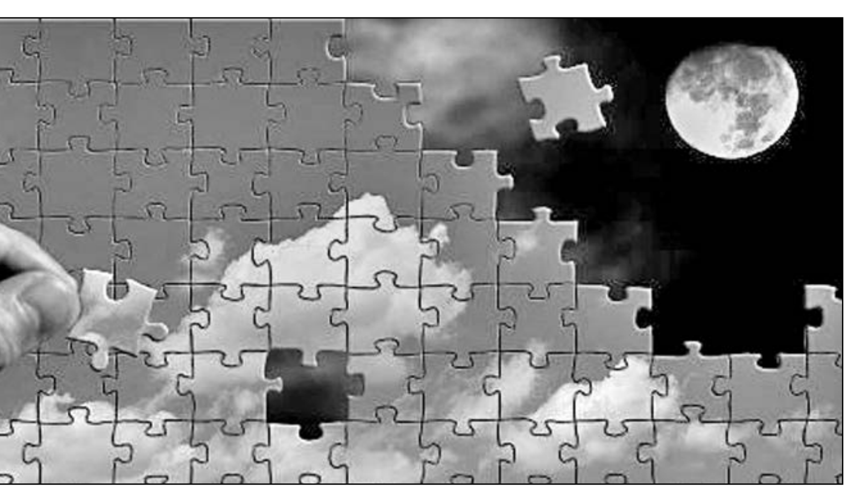
محمد میرکیانی، نویسنده و کارشناس فرهنگی به بررسی آسیب‌های اصلی مدیریت فرهنگی در کشور پرداخت.

میرکیانی در گفت وگو با کیهان، درباره اهمیت و نقش مدیریت فرهنگی در یک جامعه توضیح داد: اگرچه تولید فکر و محصولات فرهنگی وهنری جوهره‌ای شخصی دارد و صرفا یک امر فردی به نظر می‌رسد، اما وقتی بناست که این آثار از حریم شخصی تولید کننده‌ها فراتر برود و در جامعه منتشر شود و در اختیار مخاطب قرار بگیرد، باید مدیریت شود . مدیریت فرهنگی هم به بازنشر آثار کمک می‌کند و هم به بازتولید آثار. یعنی اگر مدیریت فرهنگی نباشد، قطعا خیلی از آثار هنری به دست مخاطب نخواهد رسید و فعالیت هنری، شکل اجتماعی نمی‌یابد و در حد یک حرکت شخصی باقی می‌ماند.

نویسنده کتاب«قصه ما متل شد» ادامه داد: البته مدیریت فرهنگی، فقط توزیع و انتقال آثار و پیام‌های فرهنگی و هنری نیست، بلکه کمک به تولید فکر و فرهنگ هم هست. از همین رو است که مدیران فرهنگی باید با حساسیت بیشتری انتخاب شوند و افرادی برگزیده شوند که در تولید فکر و فرهنگ صاحب نظر باشند و حوزه فرهنگ را درک کنند و بتوانند با صاحبان فکر و فرهنگ تعامل کنند تا موج آفرینی فرهنگی در جامعه روی دهد.

میرکیانی اظهار داشت: در رأس خیلی از اتفاقات بزرگی که در عرصه فکر و فرهنگ رخ می‌دهد، مدیران فرهنگی حضور دارند. هر فیلم بزرگ و هر کتاب مهمی که در هر نقطه از جهان خلق می‌شود، علاوه بر هنرمند یا نویسنده، حاصل هدایت و حمایت یک مدیریت فرهنگی است. بنابراین بدون حضور مدیران فرهنگی مناسب، نمی‌توان انتظار تولید و انتشار آثار فرهنگی و هنری بزرگ را داشت.

وی افزود: با گذشت زمان، مدیریت فرهنگی هم مثل هر چیز دیگری هم ابعادش گسترده‌تر می‌شود وهم پیچیده‌تر شده است. به این دلیل که حوزه تولید فکر و فرهنگ از طرف هنرمندان در حال پیچیده‌تر شدن است. بنابراین مدیر فرهنگی اگر می‌خواهد کارش تأثیرگذار باشد باید شناخت عمیقی از لایه‌های پنهان یک اثر داشته باشد. امروزه در دنیا آثاری که درحال تولید هستند به طرف نمادها و نشانه‌ها می‌روند. مدیر فرهنگی در عین تعامل سازنده با هنرمند باید بر این موضوعات هم تسلط داشته باشد.



» خیلی از عناصری که به عنوان مدیر فرهنگی سرکار هستند توان تشخیص نمادها و نشانه‌های یک اثر فرهنگی را ندارند و با لایه‌های پنهان و جریان‌شناسی فرهنگی آشنا نیستند. این ضعف راه نفوذ را باز می‌کند..

تفاوت مدیر فرهنگی با مدیر اجرایی

میرکیانی تصریح کرد: یکی از خصوصیات شخصیتی هنرمندان این است که دوست دارند حرفشان از سوی مدیران درک شود. تعامل کمک می‌کند تا این درک بالاتر برود. مدیران فرهنگی برای اینکه بتوانند به درستی از ظرفیت هنر و هنرمندان استفاده کنند باید وارد دنیای ذهنی هنرمندان بشوند و با آنها به درک مشترک برسند. اگر این اتفاق نیفتد ما نمی‌توانیم از همه ظرفیت‌های هنر و هنرمندان استفاده کنیم. این مسئله میان مدیر فرهنگی با مدیر اجرایی تفاوت ایجاد کرده است. یک مدیر فرهنگی با فردی که در یک کارخانه مدیریت یک خط تولید را برعهده دارد، خیلی متفاوت هستند. اگر این مدیران به درستی انتخاب نشوند و در جایی که لازم است، قرار نگیرند، نتیجه‌ای جز آشفتگی و توقف فکر و اندیشه و غلبه غوغاسالاری و انتشار افکار ویران‌گر درپی ندارد.

وی درباره ویژگی‌هایی که در انتخاب مدیران فرهنگی باید لحاظ شود گفت: در گام اول باید افرادی انتخاب شوند که به مبانی نظام و فرهنگ مردم ما اعتقاد داشته باشند. این شرط لازم است اما کافی نیست. شرط لازم این است که مدیران فرهنگی باید با مجموعه معیارهایی که یک اثر هنری را به وجود می‌آورد آشنا باشند. در غیراین صورت، فریب می‌خورند، یا به جای اینکه راه را باز کنند، خودشان سد راه تولید فکر و فرهنگ می شوند.

این کارشناس فرهنگی ادامه داد: یکی از مشکلات ما این است که مدیران فرهنگی ما ارزیابی نمی‌شوند و هر کسی با هر مسئولیتی و بدون شناخت و صلاحیت لازم وارد حوزه فرهنگ می‌شود و درباره مسائل مربوط به آن نظر می‌دهد. این اتفاق، نتیجه‌ای جز بروز آشفتگی در جامعه ندارد. به‌طور مثال، دستیار ویژه رئیس جمهور درباره تاریخ «شیر و خورشید» نظر می‌دهد! این درحالی است که این رفتار، غیراصولی است و مدیران فرهنگی باید در مقابل چنین اتفاقاتی موضع بگیرند و اجازه ندهند که هر کسی درباره حوزه فرهنگ و هنر نظر بدهد.

وی افزود: هرچند که نظام ارزیابی مدیران فرهنگی در کشور ما وجود ندارد، اما می‌توان با روش‌هایی متوجه شد که کدام مدیر فرهنگی در جایگاه خودش قرار گرفته و کدام مدیر نه! یکی از شاخصه‌های لازم برای یک مدیر فرهنگی، خلاقیت است. بنابراین، در مجموعه تحت مدیریت یک مدیر خلاق، حرکت و جوشش و نوآوری دیده می‌شود. اما اگر یک مدیر ناتوان باشد، سکوت و سکون و بی‌تحرکی دیده می‌شود. چون مدیریت فرهنگی، برخلاف برخی مدیریت‌های دیگر، یک حوزه آشکار است. مثلا وقتی فیلم‌ها یا سریال‌های خوبی تولید نشود، این نشان می‌دهد که مدیر فرهنگی مشکل دارد.اگر مدیران فرهنگی به درستی انتخاب شوند هم می‌توانند زمینه تولید فکر و فرهنگ را فراهم کنند و هم به نشاط بخشی کمک کنند و هم مخاطب پذیری آثار فرهنگی افزایش می‌یابد و هم در کنار این اتفاقات می‌توانند به اشتغال‌زایی کمک کنند.

دخالت مدیریت فرهنگی در کار هنرمندان

میرکیانی در پاسخ به این پرسش که تفاوت مدیریت درست فرهنگی با دخالت در کار هنرمندان چیست؟ پاسخ داد: آن کسانی که در کار هنرمندان دخالت می‌کنند مدیر فرهنگی، نیستند، بلکه مدیر اجرایی هستند. یکی از ویژگی‌های مدیریت فرهنگی، توانایی مجاب کردن هنرمندان است. همه مردم ممکن است در تشخیص خود دچار اشکال شوند و هنرمندان نیز جدای از سایر مردم نیستند. غالب هنرمندان ما دلسوز جامعه خود هستند و نمی‌خواهند اثری را تولید کنند که روی جامعه تأثیر منفی بگذارد. اما همین هنرمندان هم ممکن است در تشخیص خود دچار اشتباه شوند. آن کسی می‌تواند به هنرمند بگوید دچار اشتباه شده که با حوزه تولید فکر و فرهنگ آشنا باشد؛ با اما و اگرها و بایدها و شایدهای دور از ذهن، نمی‌توان هنرمند را مجاب کرد که اشتباه کرده است. وی تأکید کرد: عمده‌ترین مشکل ما این است که خیلی از مدیران فرهنگی ما با حوزه مأموریتی خود آشنا نیستند. به همین دلیل هم وقتی می‌خواهند به یک هنرمند بگویند که مثلا فیلم شما قابل نمایش نیست، نمی‌دانند که چگونه باید بگویند. این درحالی است که مدیر فرهنگی باید آن‌قدر با حوزه کاری خود آشنا باشد که بتواند هنرمند را اقناع کند.

کمبود بودجه

میرکیانی در پاسخ به این سوال که مدیران فرهنگی، امروز با مشکل کمبود بودجه باید چه کنند؟ هم بیان کرد: فکر و خلاقیت می‌تواند کمبود بودجه را جبران کند. اگر یک مدیر فرهنگی توان لازم را داشته باشد می‌تواند هزینه‌ها را کاهش هم دهد. اما برعکس، مدیران ناتوان و ضعیف، هر چقدر هم بودجه در اختیار داشته باشند، نمی‌توانند کار را به خوبی پیش ببرند. در هر حال، کمبود بودجه بهانه خوبی برای یک مدیر فرهنگی نیست.

نفوذ فرهنگی

این نویسنده درباره وظایف مدیران فرهنگی در مقابل نفوذ فرهنگی هم اظهار داشت: همان طور که رهبر معظم انقلاب تأکید کردند یکی از مشکلات عمده ما خود مدیران فرهنگی هستند. مدیری می‌تواند نفوذ فرهنگی را تشخیص دهد که با جریان شناسی فرهنگی آشنا باشد. اما وقتی مدیران در چنین مسئله‌ای ضعف دارند، چطور می‌خواهند نمادها و نشانه‌ها را تشخیص دهند؟ مشکل این است که خیلی از عناصری که به عنوان مدیر فرهنگی بر سر کار هستند، توان تشخیص نمادها و نشانه‌های یک اثر هنری چند لایه را ندارند. گاهی شگفت‌زده می‌شویم از اینکه چرا فلان أثر به نمایش درآمده یا پخش شده است. به این دلیل که افراد تصمیم‌گیرنده با لایه‌های پنهان و جریان‌شناسی فرهنگی آشنا نیستند. این ضعف، راه نفوذ را باز می‌کند.وی افزود: مشکل دیگری که به نفوذ فرهنگی دامن می‌زند، جلوگیری از فعالیت عناصر دلسوز و ارزشی است. مدیران فرهنگی باید این طیف از هنرمندان را درک کنند، کنارشان باشند و از آنها حمایت کنند. مدیران فرهنگی نباید هنرمندان دلسوز را به صرف اینکه از مدیران انتقاد می‌کنند، یا رابطه‌ای با مدیران ندارند، کنار بزنند. یکی از کارهایی که عناصر نفوذی فرهنگی انجام می‌دهند طرد افراد دلسوز و ارزشی است.

مدیر فرهنگ یا گماشته فرهنگی؟

میرکیانی گفت: خیلی از افرادی که به عنوان مدیر فرهنگی مشغول به کار هستند، درحقیقت گماشته فرهنگی هستند. اگر این‌گونه نبود بسیاری از اتفاقات تعجب برانگیز در عرصه فرهنگ و هنر رخ نمی‌داد. اگر در یک کارخانه، مدیر روابط عمومی به عنوان مدیر خط تولید منصوب شود، نتیجه منفی خواهد بود. اما در خیلی از مراکز فرهنگی دیده می‌شود که مدیر روابط عمومی آن مرکز به عنوان مدیر تولید منصوب می‌شود!

وی در پایان تأکید کرد: ما به اندازه کافی نیروی توانای هنری و دلسوز داریم. اما چالش اصلی، مدیران فرهنگی هستند. چندی پیش رهبر

*** مدیران فرهنگی هنرمندان دلسوز را به صرف انتقاد از مدیران و عدم رابطه با آنان، نباید کنار بزنند. یکی از کارهایی که عناصر نفوذی فرهنگی انجام می‌دهند طرد افراد دلسوز و ارزشی است.**

***

انقلاب در دیدار با مدیران یکی از نهادهای فرهنگی اشاره کردند که کار فرهنگی باید عمیق باشد نه سطحی. کار سطحی خنثی است؛ نه سودمند است و نه زیانبار. غالب گماشته‌های فرهنگی، فقط با کلی گویی در حال اداره مجموعه تحت مدیریت خود هستند و اصلا توان ورود به جزئیات تولید فکر و فرهنگ را ندارند. به همین دلیل هم به راحتی دور زده می‌شوند و موج‌آفرینی لازم در عرصه فرهنگ روی نمی‌دهد.

به بهانه اعتراض جمشید مشایخی

نقش فروشی در سینمای ایران

تصویر روز-

پس از اعتراضی که جمشید مشایخی، بازیگر قدیمی سینما و تئاتر و تلویزیون ایران به هنگام افتتاحیه یک نمایش در شهریور سال جاری نسبت به حضور فوتبالیست‌ها در سینما و تئاتر ابراز داشت، بار دیگر چند روز پیش در گفت‌وگو با یکی از خبرگزاری‌ها، استفاده از ورزشکاران به‌ویژه فوتبالیست‌ها در سینما را به نقش فروشی تعبیر کرد و در حالی که بسیاری از بازیگران کارآمد و دانش‌آموخته بازیگری بیکار هستند، بهره‌گیری از این افراد برای فروش فیلم‌ها را ناروا دانست.اگرچه استفاده از بازیکنان معروف ورزشی به خصوص فوتبالیست‌ها، بعضا در سینمای آمریکا مورد نظر بوده اما این موضوع در مسیر سینمایی مورد استفاده قرار گرفته که مخاطب و به اصطلاح گیشه خود را داشته و در واقع حضور بازیکنان ورزشی در این گونه فیلم‌ها، به نوعی برای گرامیداشت یا تجلیل و یا زنده کردن یاد و خاطره آنان بوده است و از همین روی اغلب، بازیکنان و فوتبالیست‌های بازنشسته و قدیمی در بعضی فیلم‌ها ایفای نقش کرده‌اند. فی‌المثل در فیلم معروف «فرار به سوی پیروزی» ساخته جان هیوستن (که بارها از تلویزیون ایران هم پخش شده) حضور فوتبالیست‌هایی مانند پله و بابی مور و کازیمیر داینا که چند سالی بود از دنیای فوتبال کناره‌گیری کرده بودند، بیشتر برای یادآوری خاطره آنان در اذهان علاقه‌مندان بود. فیلمی که علی‌رغم شرکت بازیکنان یاد شده، مورد استقبال چندانی هم قرار نگرفت.اما متاسفانه این فقره نیز در سینمای ما، برعکس مورد استفاده قرار می‌گیرد تا جایی که صدای بازیگر قدیمی را هم در آورده است! سینمایی که امروز با شدیدترین بحران سال‌های پس از انقلاب مواجه است، اینک دست به دامان فوتبالیست‌ها و ورزشکاران شده تا به وسیله حضور آنها در جلو و پشت صحنه، بتواند تماشاگر جذب نماید!! فلان مربی (که خودش اینک در دنیای مربی‌گری ورشکسته است) را برای افتتاحیه فلان فیلم از پیش ورشکسته می‌آورند تا مثلا برایش تبلیغ کند! و یا سخن از بازی برخی فوتبالیست‌ها در بعضی فیلم‌ها شده، در حالی که بسیاری از بازیگران سینما که بیش از سایرین ضربات بحران امروز سینمای ایران را متحمل شده‌اند، در آرزوی نقشی ولو کوتاه در یک فیلم هستند!!پس از یقه‌گیری و شاخ به شاخ شدن گروهی از تهیه‌کنندگان و فیلمسازان بر سر اینکه چه کسی مقصر وضعیت اسف‌بار امروز سینمای ایران است و پس از به صحنه آوردن برخی عوامل فساد و فحشاء سینمای شاهنشاهی برای باز کردن راه سینمای طاغوتی، آیا این فقره هم یکی دیگر از «شاه»کارهای مشارکت سازمان سینمایی و خانه سینما در اداره سینمای امروز ایران است که یکی پس از دیگری، گریبان این سینما را می‌گیرد؟!

به بهانه نمایش انیمیشن «شاهزاده روم» در سینماهای کشور

رقیب پرنس

محمد محسنی تنکابنی

بی شک شاهزاده روم نیز مانند دیگر آثار سینمایی قابل نقد و دارای ضعف های ساختاری و محتوایی است که حتما هم باید در جای خود بررسی شود که می تواند به بهبود کیفیت آثار بعد از این کمک کند، اما موضوع مهم‌تر از نقد این فیلم، بررسی اتفاقات مثبت و تاثیرگذاری است که با تولید و پخش این اثر در سینمای ایران می‌تواند شکل بگیرد.

سال‌هاست که روند تحول سینمای انیمیشن در دنیا سرعت بیشتری به خود گرفته ولی برخلاف این جریان، انیمیشن های ایرانی هرچند در تولیدات کوتاه و ساخت تیزرهای تبلیغاتی و از بعد فنی پیشرفت قابل توجهی داشته‌اند، اما این روند موجود انتظارات مخاطبان را برآورده نکرده است. انتظار رقابت تولیدات انیمیشن ایران با فیلم‌ها و سریال های انیمیشن روز دنیا اگر نگوییم انتظار زیادی بوده است لااقل جزو اهداف بلندمدت برنامه‌ریزی های سینمایی کشور می‌توانست قرار بگیرد.

زمانی که رسانه ملی ایران سال‌ها در تسخیر انیمیشن های بلند و کوتاه خارجی قرار گرفته و هر روز شخصیت های داستانی این فیلم‌ها و سریال‌ها نه تنها در قاب تلویزیون ملی ما بلکه در تمام اجزای زندگی کودکان ایرانی از پوسترهای روی دیوار تا دفترها و لوازم بازی و ... مانور می‌دادند، تنها دلخوشی مخاطبان ایرانی شاید تیزرهای انیمیشن کوتاه ایرانی با فضاسازی و کاراکترهای بومی مثل سیا ساکتی و ... بوده است.

هرچند ضرورت و اهمیت توجه به کودکان و خوراک فکری آنان در تنها رسانه ملی، درک شد و شبکه ای خاص با نام پویا و با محوریت آثار تولیدی انیمیشن راه‌اندازی شد، اما بروز این اتفاق آه و افسوس کارشناسان و صاحب‌نظران را بیشتر کرد، چرا که آنچه هر روز برای کودکان و نوجوانان ایرانی پخش می شد یا آثار صرفا خوش فرم و بد محتوای خارجی بوده و یا آثار تولیدی ایرانی که از نظر کیفیت فنی ساخت و حتی محتوا، رضایت‌بخش نبودند.

شبکه پویا که باعث شده انیمیشن های ایرانی و خارجی برای کارشناسان و حتی مخاطبان اصلی این آثار یعنی کودکان در یک قاب مشترک مقایسه

شوند، بیش از هرچیز لزوم توجه به این حوزه را برای ما مشخص می‌سازد. بیشتر انیمیشن های ایرانی نه تنها از لحاظ کیفیت فنی ساخت از آثار روز دنیا ضعیف‌تر نشان می‌دهند بلکه از نظر محتوا نیز اکثرا تنها شعاری و خطابه محور بوده و به نسبت انتظاری که وجود دارد هنوز نتوانسته‌اند رضایت کارشناسان این حوزه را برآورده سازند چه اینکه مخاطبان این آثار هم استقبال قابل توجهی از آنها نداشته اند.

هجمه انیمیشن های خارجی به قدری زیاد و در عین حال تاثیرگذار است که برخی از آنها با وجود اینکه حتی از رسانه ملی نیز پخش نمی‌شوند، توانسته‌اند شخصیت‌های محبوبی مثل Ben 10 و ... را برای کودکان خلق کنند که خانواده‌ها برای تهیه آنها از شبکه نمایش خانگی هزینه می‌کنند و حتی فراتر از قالب‌های فیلم و سریال و در بازی‌ها، اسباب بازی‌ها، پوسترها، لوازم التحریر و ... نیز موفق شده‌اند مخاطبان زیادی را جذب نمایند. هرچند فرار از این واقعیت و گریز از رقابت در این حوزه به وسیله توسل به شخصیت های عروسکی نوستالژیک مثل کلاه قرمزی و مدرسه موش‌ها، چه در سینما و چه در تلویزیون تا حدودی توانسته ذهن مخاطبان برنامه‌های کودک را منحرف نماید، اما لزوم توجه جدی به حوزه جذاب و تاثیرگذار تولید انیمیشن‌های با کیفیت ایرانی که بتواند در جذب مخاطب نیز موفق باشد بیش از پیش احساس می‌شود.

به هر حال به‌نظر می‌رسد در این زمینه حرکت‌های جدی و حرفه‌ای آغاز شده است که می‌تواند نوید بخش آینده‌ای روشن و موفقیت‌آمیز و در عین حال قابل رقابت با آثار روز دنیا باشد. انیمیشن سینمایی «شاهزاده روم» که این روزها توانسته فضای سینمای ایران را به واسطه نمایش کیفیت بالای یک انیمیشن ایرانی و همچنین استقبال خوب مخاطبان از آن تحت تاثیر قرار دهد، نمونه بارز این ادعاست.پیش از این هرچند کیفیت فنی آثار انیمیشن تولیدی ارتقای قابل توجهی داشته و مخصوصا در آثار کوتاه و تیزرهای تبلیغاتی شاهد پیشرفت چشمگیری بوده‌ایم اما به دلایل مختلفی مثل عدم حمایت کافی نهادهای متولی در این حوزه و یا ترس از استقبال کم مخاطبان و عدم برگشت سرمایه در برابر هزینه های بالای تولید یک اثر بلند سینمایی انیمیشن، شاهد این اتفاق نبوده‌ایم. اما این حرکت جسورانه و در عین حال حرفه‌ای بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری و تولید یک فیلم سینمایی انیمیشن و توجه به نمایش آن بر پرده نقره‌ای و جذب طیف متفاوتی از مخاطبان به سینما بسیار قابل تقدیر است.

این اتفاق از این منظر اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که شاهزاده روم که صرفا با سرمایه بخش خصوصی ساخته شده، هم از نظر فنی و کیفیت تولید به واقع یک اثر کاملا حرفه‌ای و قابل رقابت با نمونه‌های روز دنیاست که می‌تواند در صنعت انیمیشن ایران یک گام رو به جلو محسوب شود و هم اینکه از نظر محتوایی نیز توانسته فارغ از انتقادات قابل بررسی، با هوشمندی و در عین حال ریسک پذیری قابل تقدیر موضوعی تاریخی و دینی را انتخاب نماید که تاکنون بدان پرداخته نشده است.پیش از این پرداختن به موضوعات دینی و تاریخی در انیمیشن های ایرانی معمولا با موضوعات کلیشه‌ای مثل داستان های پیامبران و ... همراه بوده که بیشتر سعی بر القای مستقیم پیام داشته و خطابه محور بوده‌اند، و در عین حال کیفیت ساخت این آثار نیز باعث می‌شده در جذب مخاطب خیلی موفق و تاثیرگذار نباشند. اما در «شاهزاده روم» شاهد داستان جذاب دینی و تاریخی در مورد زندگی مادر بزرگوار امام عصر(عج) هستیم که می‌تواند علاوه بر کودکان و نوجوانان، مخاطب بزرگسال را نیز جذب نماید و پدر و مادرها می‌توانند بیش از هفتاد دقیقه همراه با فرزندان خود در سینما به تماشای این فیلم بنشینند و از آن لذت ببرند. موضوع بکر و بین ادیانی فیلم که حتی برای مخاطبان مسیحی نیز بسیار جالب و جذاب به نظر می‌رسد، باعث شده نسخه عربی فیلم بتواند در کشور لبنان که جمعیت مسیحی زیادی نیز دارد مورد استقبال قرار بگیرد و در رقابت با آثار روز دنیا در این کشور رتبه پنجم فیلم های پرفروش لبنان را به‌دست بیاورد و همچنین در دیگر کشورهای عربی مثل عراق و تونس و ... نیز فروش خوبی داشته باشد. این ظرفیت بالای سینمای انیمیشن ایران که حرکت‌های جدی این چنینی برای آن آغاز راه محسوب می‌شود، نشان‌دهنده پتانسیل و ظرفیت بالای دارایی های ماست که در آینده نزدیک می‌تواند با سرمایه گذاری و مدیریت درست نه تنها در سطح منطقه قدرت نمایی کند بلکه در برابر سینمای انیمیشن روز دنیا نیز به رقابت بپردازد.«شاهزاده روم» در حالی در سینماهای کشور نمایش داده می‌شود و با فیلم های روز سینمای ایران در جذب مخاطب به رقابت می‌پردازد که پیش از این و در سی و سومین جشنواره بین‌المللی فیلم فجر که ویترین سینمای ایران محسوب می‌شود، در حضور برترین فیلم های سینمایی رئال ایران توانسته بود مورد تقدیر ویژه قرار گیرد.استقبال خوب مردم از این فیلم سینمایی انیمیشن با موضوعی تاریخی و دینی، می تواند نقطه عطف سینمای روتین و کلیشه‌ای امروز ما باشد که در تسخیر فیلم های مثلثی و کمدی بی‌محتوا قرار گرفته است.

حیات جامعه اسلامی و مسئله نفوذ فرهنگی (بخش سوم)

سینما چگونه ذهن ما را کنترل می کند؟

* مسعود قدیمی

مارسل دوشان هنرمند آوانگارد فرانسوی می‌گوید:«هنر چیزی نیست که می‌بینیم، هنر در فواصل خالی است و تماشاگر باید آنها را پر کند.بدون مشارکت خلاق تماشاگر، اثر هنری ناقص است. فقط او می‌تواند اثر هنری را کامل کند.» آنچه دوشان در این گفتار سعی در تاکید بر اهمیت آن دارد قدرت «تخیل» فرد است. خیال که مهم‌ترین عنصر در جریان‌های هنری سده بیستم به ویژه پس از ظهور سینما و رسانه‌های فراگیر قلمداد می‌شود دارای ویژگی و جایگاه قابل تاملی است. اما باید بدانیم که «خیال» یک مفهوم کلی است. آنچه در این بحث مد نظر ماست، عنصر خیال در زندگی روزمره انسان عصر پساصنعتی است.

تاریخ رسمی اختراع سینما به سال ۱۸۹۵ برمی‌گردد؛ دقیقا پنج سال بعد یعنی در سال ۱۹۰۰ میلادی زیگموند فروید عصب‌شناس اتریشی کتاب مهم خود «تعبیر خواب» یا «تفسیر رویا» را نوشت. مهم‌ترین عنصر مشترک میان این دو پدیده که به لحاظ تاریخی همزمان ظهور نمودند، اتکاء آنها به مفهوم غریزی و جنسی «خیال» و «خیال‌پردازی» است و این نمایان‌گر ماهیت اصلی آنهاست.

ژان پل فارژیه معتقد بود سینما دارای ماهیتی اساسا فریبنده است. به گفته او «پرده (سینما) همچون پنجره‌ای گشوده می‌شود، شفاف است. این توهم ماهیت اصلی ایدئولوژی خاص پنهان شده توسط سینماست» آنچه در این میان اهمیت فراوانی دارد ماهیت ایدئولوژی پنهان شده در لایه‌های ناپیدای آثاری است که امروزه جوامع مختلف از جمله جامعه ما مخاطب آن هستیم. به تعبیر اسلاوی ژیژک، قاب خنثی سینما آنچنان هم که به نظر می‌رسد خنثی نیست. لوئی آلتوسر معتقد بود که ایدئولوژی، یک بازنمایی از رابطه تخیلی افراد با اوضاع واقعی وجودشان است. این تعبیر برای ما پیامی به همراه دارد و آن اینکه مرز میان واقعیت و خیال در زندگی روزمره ما کدام است؟

شاید اهمیت بحث مذکور برای خوانندگان این مطلب گنگ و مبهم باشد، اما مسئله اصلی اینجاست که قوه خیالی در ذهن ما ساخته شده است که در مراتب حکمت اسلامی و عرفانی ما جایگاهی ندارد (بحث از خیال متصل و منفصل نیست) زیرا این قوه خیال، محصول پروژه هجوم رسانه‌ای قدرت‌های غربی است که از آغاز سده بیستم، در برابر باورهای شیعی مردم ایران قرار گرفت.

همان طور که پیش از این هم گفتیم، هجوم رسانه‌ای غرب، امروز مبدل به یک هجمه روانی شده و از قدرت مضاعفی برخوردار است، لذا واکاوی آن نیاز به تحلیلی روانکاوانه دارد و نباید آن را در بحث‌های کلان فرهنگی محدود نمود. سینما و رسانه امروز برای ما بیش از آنکه یک سرگرمی باشد، یک نیاز است. چه ویژگی‌ای درون این پدیده قرن بیستمی نهفته است که این گونه ما را وابسته خود نموده؟ چه رابطه‌ای میان آثار سینمایی و سریال‌های خارجی با باورهای ما وجود دارد؟ و از همه مهم‌تر، چه رابطه‌ای میان سینما و امیال ما وجود دارد؟ افزایش آمار طلاق در ایران (که مطابق آمار رسمی یکی از مهم‌ترین دلایل آن مسائل جنسی است)، افزایش جراحی‌های پلاستیک و زیبایی در زنان و مصرف مفرط لوازم آرایش، رواج نگاه کالائی - جنسی به روابط انسانی و زناشویی (رواج نگاه کالائی به بدن در میان دختران) و فردگرایی و گسست‌های خانوادگی از پیامدهای جبران‌ناپذیر هجمه رسانه‌هایی است که به طرز عجیبی بر رواج نوعی جهان‌بینی و مدل زندگی اتفاق دارند.

اما این جهان‌بینی چه ویژگی‌هایی دارد؟ مهم‌ترین ویژگی این جهان‌بینی، گسترش مصرف‌گرایی است. مصرف‌گرایی تنها در حوزه کالا و تولیدات صنعتی رخ نمی‌دهد، زیرا می‌توان این مفهوم را در خصوص عقاید و باورها که برای استحاله و مسخ آن کوشش می‌شود نیز به کار برد. تلقی ژان بودریار از جامعه مصرفی، جامعه‌ای است که هیچ تولیدی ندارد و لذا تنها مصرف می‌کند. در نتیجه مخاطب ایرانی، امروزه مصرف‌کننده اوهام و تخیلاتی است که توسط سینما و سریال‌های خارجی به آن القا می‌شود. ماهیت این اوهام و تخیلات، عمدتا جنسی و غالبا اقماری و ایدئولوژیک است. اما این مفهوم یعنی چه؟ چگونه می‌شود که باورها و امیال ما محصول اوهامی باشد که از طریق رسانه‌ها به خورد ما داده می‌شوند و ما را محسور می‌کنند؟ اگر این گونه باشد، امیال ما که مهم‌ترین محرک در زندگی روزمره ما نیز هستند واقعیتی نخواهند داشت. در این صورت آیا امیال و باورهای ما جعلی‌اند؟

بگذارید مثالی عینی مطرح کنیم. کمپانی‌های غول آسایی چون «اپل» برای تبلیغ محصولات خود آنان را پدیده‌ای اعجاب‌انگیز تلقی می‌کنند که قرار است ویژگی خاصی به دارنده آن محصول ببخشد. این ویژگی، نوعی تشخص و مقبولیت در جامعه به همراه خواهد داشت. زیرا از آن پس هرشخصی که به عنوان مثال صاحب یک گوشی با مارک این کمپانی باشد در واقع صاحب یک ویژگی است که او را در میان دوستانش خاص و متفاوت جلوه می‌دهد. اما در حقیقت پرسش اینجاست؛ مگر این محصول چه ویژگی‌ای دارد به جز برتری کاذب و «بت وارگی» که در اثر تبلیغات رسانه‌ها در خصوص آن پدید می‌آید؟ آیا این امر منجر به این نتیجه‌گیری نخواهد شد که سود هنگفت کمپانی «اپل» حاصل ایجاد یک میل مبهم و جعلی اما جذاب در مردم برای مصرف محصولات آن شرکت است؟ آیا این میل جعلی نیست؟

یکی دیگر از عینی‌ترین پیامدهای سخن مزبور که نشان می‌دهد امیال ما، محصول هجمه رسانه‌های خارجی است، شیوع نگاه جنسیتی و کالائی در فرد است. در نگاه شیئی شده و کالایی، جنسیت وسیله‌ای است برای فرد - به ویژه زنان- که در نسبتی مبادله‌ای مطرح می‌شود. مهم‌ترین پیامد جبران‌ناپذیر این نگاه، اولویت بخشی به ویژگی طبقه اجتماعی - اقتصادی در روابط انسانی است که در نهایت باید منجر به پیوندهای زناشویی نیز بشود. اما باید گفت که نگاه انسان - کالائی، معرفت و شناخت انسان را به مثابه شخصیتی دارای مجموعه باورها و عقاید، مختل نموده است. زیرا آن نگاه انسان را به مثابه کالای قیمت‌گذاری شده می‌نگرد. این پدیده مستقیما محصول جریان پروپاگاندای رسانه‌ای‌ست که شأن انسان را در میزان دارایی و سرمایه آن می‌بینند. متاسفانه ضرورت نقد و مقابله با آثار سینمایی غرب تنها گاهی برای ما آشکار می‌شود که با آثاری دارای مضامین سیاسی مواجه بشویم. در حالی که آثاری که مضامین به ظاهر سرگرم‌کننده دارند، به مراتب برای حیات اجتماعی مخاطبان ایرانی خطرناک‌تر هستند. زیرا پوسته به ظاهر سرگرم‌کننده و بی‌خطر این گونه آثار، مخاطب را دچار سهل‌انگاری می‌کند.

باید دانست که پروژه رسانه‌ای غرب برای مسخ باورهای شیعی جامعه ما یک نفوذ مستقیم سیاسی نیست بلکه بسط و گسترش فردگرایی و وابستگی رسانه‌ای و ایجاد نیاز مفرط بصری به محصولات سینمای آنهاست که عمدتا محتوای سرگرم‌کننده اما در واقع بسیار استراتژیک و حساب شده دارند. امروز وقتی از نفوذ ایدئولوژی غرب سخن می‌گوییم مقصود ما مفهوم کلاسیک و قرن هجدهمی و نوزدهمی ایدئولوژی نیست که به عنوان مثال در اقسامی همچون لیبرالیسم و یا فاشیسم محدود شود. ایدئولوژی امروزه ممکن است تهی از هرگونه علمکرد دستوری سیاسی باشد و تنها در باورهای مهیج و جنسی خلاصه شود. به عنوان مثال این باور رواج یافته در میان برخی از زنان که تنها زیبایی تصنعی و جذابیت ظاهری آنان به مثابه یک ابژه جنسی موجب تثبیت جایگاه اجتماعی آنان خواهد شد. این باور خود نوعی ایدئولوژی به مثابه یک آگاهی کاذب و دروغین و محصول استعمار نوین غرب است.

پژوهشی درباره تعزیه -بخش سوم

جایگاه زنان در هنر تعزیه

سعید محمدی

شاید چنین به نظر برسد که هنر والای تعزیه صرفاً هنری مردانه است و زنان نقشی در آن ندارند، اما باید گفت چنین تصوری اساساً درست نیست.

در مورد اینکه چرا زنان در تعزیه حضور ندارند سخنان بسیاری گفته شده و از عوامل متعدد سخن به میان آمده است. عاملی که بسیار مورد توجه قرار گرفته، مذهب است که به زعم عده‌ای دیگر این نظر، نظر درستی نمی‌تواند باشد. به هر روی در کل دو عامل مهم می‌توانسته در این امر دخالت داشته باشد. اول عامل تاریخی، دوم عامل تکنیکی.عامل تاریخی: ریشه‌های عامل تاریخی این اتفاق در دو آیین زروان و کیش میترا قرار دارد که این دو پیش از ظهور اشوزرتشت در ایران ظهور کردند. در انجام مراسم آیینی این دو آیین زنان هیچ دخالتی نمی‌توانستند داشته باشند.

عامل تکنیکی: این عامل را داریوش عاشوری در کتاب نمایش‌های ایرانی به روشنی توضیح می‌دهد. گمان می‌کنم که بهتر و موجزتر از این در دایره زبان نتوان به آن پرداخت:«از این‌ها که بگذریم و نگاهی به تکنیک و سبک اجرایی تعزیه بیندازیم، درخواهیم یافت که تعزیه اجرایی بسیار فاصله گذار دارد؛ یعنی همان چیزی که برتولت برشت به آن تاریخی کردن نقش می‌گفت. پرهیز از بازی استغراقی تئاتر ارسطویی که رئالیزم و ناتورالیزم‌ها در اجرا پیرو آن بودند. پس به خاطر داشته باشیم قبل از آنکه جرقه تئاتر مدرن را در نمایش، سزار تئودور واختانگف در ذهن استانیلاوسکی ایجاد کند، و مایرهولد آلمانی مقیم شوروی، اول بار آن را تجربه کرده و تئاتر بیو مکانیک را به وجود بیاورد، و سپس به تبعیت از آن‌ها برشت و پیسکاتور و گئورگ بوشنر تئاتر اپیک را ابداء و اجرا کنند، با این باور که رئالیزم و اتورالیزم دیگر جوابگوی مردم انقلابی امروز نیست،(منظور انقلاب سوسیالیستی ۱۹۱۷ به رهبری لنین) ؛ متفکران و هنرمندان ما در حدود دوازده سیزده قرن پیش از آن‌ها به این باور رسیده بودند که شیوه اجرایی استغراقی در شبیه امام حسین و یاران آن حضرت نمی‌تواند برای رسیدن به اهداف متعالی آنان که همان تبلیغ تفکر شیعی باشد، مؤثر واقع شود. چرا که چنین شیوه اجرایی باعث دستمالی شدن عواطف و احساسات تماشاگر می‌شود؛ زیرا خلاف آنچه که ارسطو (تطهیر) توصیه می‌کند، در پی احساسات آزاردهندهٔ تماشاگر نیست و هرگز قصد ندارد که انبوه تماشاگران شبیه را چون گله تماشاگران یونان، افرادی رام، اخته و تقدیرگرای مطلق بار آورد، و از تکیه بیرون بفرستد.... پس تعزیه در کف با کفایت شیعه، حربه‌ای ممتاز برای پاشیدن بذر آگاهی و اعتراض و «نه» گفتن به آنچه نباید می‌شد اما شد، می‌گردد. به این وسیله اجتماع آن روزگار را زیر ذره‌بین می‌گذارد، به سختی می‌کاود، و به واقعیات موجود و روابط علت و معلولی می‌پردازد؛ تا منطق عقل و شعور و درک صحیح تماشاگر را به کار اندازد، و به راه حق رهنمون گردد. و به همین سبب است که تعزیه‌گردان با پیروی از مذهب والای خویش (شیعه)، به خرد و شعور تماشاگر ارج می‌نهد؛ و جالب است که با ظرافت و کاردانی، جنبه‌های عاطفی و احساسی را هم به گونه‌ای طرح می‌کند که بازهم کوچک‌ترین آسیب و خللی به درک و شعور تماشاگر خود وارد نمی‌سازد. بنابر این به گمان نگارنده، حضور نداشتن زن در تعزیهٔ بعد از اسلام به دلیل منع مذهبی آن نبود؛ بلکه وسیله‌ای بود برای گریز از رئالیزم و ناتورالیزم تخدیرگرایانه، چنان که استفاده‌های نمادین از ابزار و وسایل صحنه.»با این حال در دوره‌هایی شاهد حضور زنان در تعزیه هستیم و صرف نظر از تعزیه‌هایی که موضوع و محتوای آنها به زنان مربوط می‌شد مثل مجلس بی‌بی‌شهربانو، در دوره قاجار مجالس تعزیه زنانه نیز برپا می‌شد. بازیگران این تعزیه‌ها همگی از زنان درباری و حرم‌سراها بودند که به طور خاص آموزش می‌دیدند. نحوه آموزش آنان بدین صورت بود که چند نفر از خواجه‌باشی‌ها به نزد معین‌البکاء می‌رفتند و پس از کسب آموزش و پایان دوره به زنان دربار آموزش می‌دادند. یکی از زنان که مشاهدات خود را به خوبی نوشته و به یادگار نهاده، مونس‌الدوله، ندیم ناصرالدین‌شاه است.

در این مجالس که در دهه اول محرم هر سال در منزل قمرالسلطنه - دختر فتحعلی شاه - برگزار می‌شد، همه تعزیه‌خوانان و تماشاگران، زن بودند. در منابع، نام برخی از زنان تعزیه‌خوان این دوره آمده است: ملانبات (مخالف‌خوان)، ملافاطمه، ملامریم، و حاجیه خانم دختر فتحعلی شاه (تعزیه‌گردان). تعزیه زنانه، به سبب تنگناهای عرفی، گسترش نیافت و به منازل ثروتمندان و شاهزادگان محدود شد و ظاهرا برگزاری آن تا اواسط سلطنت احمد شاه قاجار (۱۳۲۷-۱۳۴۴) ادامه یافت. البته از برگزاری مجالس زنانه تعزیه در ادوار بعد نیز گزارش‌هایی در دست است.