

شهرت‌شکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

عبدالحسین لاله، عضو هیئت علمی فرهنگستان هنر

مقدمه

«جشنواره زدگی» هنر از پدیده‌های جدیدی است که همه ابعاد هنر ایران را تحت تأثیر خود قرار داده است. توان مدیریتی، مالی و حتی سیاست‌گذاری دستگاه هنری کشور تحت تأثیر این پدیده برنامه‌های کوتاه مدت و بلند مدت خود را تنظیم می‌کند. این پدیده به قدری فزاینده و گسترده است که مفاهیمی چون میزان رشد، ارتقا و مفید بودن آثار هنری را تعیین می‌کند. موفقیت جشنواره‌ها دلیل موفقیت هنر و عدم موفقیت آن دلیل عدم موفقیت هنر تلقی می‌شود. در این مجال کوتاه، از جنبه معرفت‌شناسانه این مسئله را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

### معنی جشنواره

نزدیک‌ترین معادل به کلمه جشنواره، «فستیوال»<sup>۱</sup> است. اما شاید بتوان از کلماتی چون «سرمونی»<sup>۲</sup> هم یاد کرد. جشنواره کیفیتی حادث است که با بهره‌گیری از صورت‌های تأثیرگذار و نوعاً عرصات هنر، تجمیعی از انسان‌ها را گرد هم می‌آورد. در جشنواره‌ها، آنچه به‌عنوان زینت و سرگرم‌کننده محور تجمع است صورت‌های مختلف هنری است. به واقع جشنواره‌ها، مطیع اراده‌های غیرهنری اند؛ اراده‌هایی که سعی دارند از توانایی‌ها، جذابیت‌ها و تأثیر بخشی‌های هنری برای کردهمایی انسان‌ها استفاده کنند. تفاوت جشنواره با «شو»<sup>۳</sup>



و «پرفورمانس»<sup>۴</sup> در آن است که جشنواره‌ها نسبت به شوها، تملک کمتری به ذات هنر دارند. جشنواره‌ها تابع اراده غیرهنری اند که به صورت‌های هنری و توانایی و تأثیر بخشی آن واقف است. شوها و پرفورمانس‌ها، ترجیحات هنری، به‌خصوص ترکیب موسیقی و نوعی نمایش است؛ پدیده‌ای که تحت تأثیر «نیلیغات» زدکی<sup>۵</sup> به‌وجود آمده است. در پرفورمانس، هنر درصدد نشان دادن توانایی‌های بصری و سمعی آن و نفوذ گسترده خود به مخاطبان است. شو و پرفورمانس نوعی میدان معامله با نگاه‌های اقتصادی است، اما جشنواره محل تجلی حاکمیت سیاست‌های ناشی از یک روش ایدئولوژیکی یا اقتصادی است.

در طول سال‌های اخیر، جشنواره‌ها غیر از توجه به جنبه‌های تأثیر بخشی و جست‌وجوی راهی برای مخاطب‌گرایی، هیچ جنبه مثبت دیگری نداشته‌اند. جشنواره‌ها، شوها و پرفورمانس‌ها، یا راه‌های رسیدن به جذب مخاطب بیشتر را جست‌وجو می‌کنند و یا به دنبال آزمایش محصولات ایدئولوژیکی خود هستند. آیین‌ها، مراسم و حتی جشنواره‌های پیش از دوره مدرنیته، به دلیل دور بودن از میدان رقابتی - اقتصادی، کارکردهای مثبت و بالنده در هنر داشته‌اند؛ از جمله مراسم دیونیزوس<sup>۶</sup> (که پایه و خاستگاه هنر نمایش است)، پجنت<sup>۷</sup>‌ها (که آغاز نمایش‌های نوکلاسیک در اروپا محسوب می‌شوند) و کارناوال<sup>۸</sup> (که در نهایت منجر به پیدایش هنر نمایش جدید و «مکانمند شدن» ناتر گردید).

سیرک‌ها و کارناوال‌ها شکل تاریخی شوها و پرفورمانس‌ها هستند. با این تفاوت که شوها

و پرفورمانس‌ها در خدمت ایدئولوژی اقتصادی امپریالیسم هستند. بحث ما جشنواره یا فستیوال است؛ مکانی که در آن، تعدادی اثر هنری با هم به رقابت می‌پردازند تا بهترین اثر برگزیده شود. این مسئله باعث می‌شود علاقه‌مندان به هنر در آن مشارکت جدی داشته باشند؛ اما آیا حامیان مالی<sup>۹</sup> برگزاری چنین جشنواره‌هایی نیز دغدغه هنری دارند؟! اولین تناقض در این‌جا شکل می‌گیرد. رابطه حمایت‌کنندگان و مدیران چه نوع رابطه‌ای است؟ انتظار حامیان برگزاری جشنواره‌ها از آن چیست؟

### اهداف جشنواره‌ها

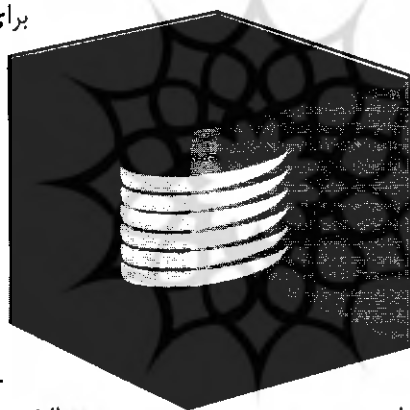
نوع ارتباط هنرمند و سیاست‌های پیدای پنهان جشنواره‌ها از مباحث اساسی در این زمینه است. به نظر می‌رسد اهداف جشنواره‌ها در حوزه‌های غیرهنری (ایدئولوژی‌ها و بنگاه‌های اقتصادی) تعیین می‌شود. در این صورت باید از سازگاری یا ناسازگاری هدف هنرمند و هدف جشنواره سخن به میان آورد. حتی در «هنری‌ترین» جشنواره‌ها، هدف اصلی یافتن وجه اشتراک با جامعه مصرف‌کننده و تقویت راه‌های القای پیام‌های نوعاً اقتصادی و ایدئولوژیک است. در این صورت آیا هدف هنرمند تابع هدف و یا سلیقه جشنواره‌ها قرار نمی‌گیرد؟

تبلیغات گسترده، فراهم آوردن زمینه‌های روحی و روانی برای پذیرش نتایج جشنواره‌ها، القای پیام‌ها، تلاش برای همگرایی‌های مختلف، و رایج سازی الگوهای جدید برای ارزیابی‌ها و ارزش‌یابی‌ها، مهم‌ترین کنش جشنواره‌هاست. حتی توجه فرعی به تجربه‌های جدید هنری، در قالب و تحت سیطره چنین کارکردهایی است. اما تاریخ هنر به ما نشان می‌دهد نه تنها جشنواره‌ها

محل بروز استعدادهای ژرف هنری نبوده‌اند، که برعکس، هنرمندان برجسته را از خود رانده‌اند. علت توجه جشنواره‌ها به هنر نیز دقیقاً این است که جشنواره‌ها به تأثیر بادوام، عمیق، واقعی و زیبایی آثار هنری در خلق دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی، اخلاقی و... واقف‌اند. سهم خود هنر در این بین بسیار ناچیز است.

هنرمند، حتی در خلق خلوت‌گرایانه‌ترین اثر خود، یا به دنبال تحولات اجتماعی، اخلاقی، احساسی و سیاسی است و یا درک این تحولات را به آینده می‌سپارد. به‌رحال هدف عمده هنرمند یا نوعی ابلاغ پیام تکرار نشده است و یا هشدار نسبت به وضعیتی که وجود داشته و یا وجود دارد. هنرمند با بهره‌گیری از توانایی‌ها و ذوق سرشار خود به دنبال خلق یک مفهوم، یک حس و یا یک پیام البته به صورت زیبا است. هنرمند در خلق آثار هنری فردی چشم و گوش بسته نیست. یا نسبت به چیزی که خلق می‌کند اشراف حسی دارد و یا آگاهانه آن را انجام می‌دهد. کریستوفر کادول در خصوص ماهیت هنر می‌گوید: هنر محتوای عاطفی آگاهی انسان را تغییر می‌دهد تا بتواند هوشیارانه‌تر و عمیق‌تر به جهان واکنش نشان دهد. این نفوذ به واقعیت درونی، چون در نتیجه همکاری مشترک

انسان به دست می‌آید و دارای پیچیدگی است، از توانایی فرد خارج است. دل‌های هموعاش را نیز متأثر می‌کند و احساس مشترک کل جامعه را به سطح تازه‌ای از پیچیدگی بالا می‌برد. امکان سطوح تازه‌ای از همدردی، درک و عطف آگاهانه میان انسان‌ها به‌وجود می‌آورد تا با سطوح جدید سازمان‌بندی مادی که محصول تولید اقتصادی است، هماهنگ شود. همان‌طور که در درون‌گرایی موزون رقص قبیله‌ای، هر رقصنده به خلوت دل خود، یعنی درون چشمه‌غرایزش پناه می‌برد تا با هموعاش خود در جهانی از حرکت غریزی و خونی و نه محسوس سهیم شود، امروز هم خود غریزی، هنر انسان عام است که به او پناه می‌بریم تا با سایر هموعاشمان ارتباط بگیریم. (کادول، ۶۱) تغییر دادن، پایبند کردن، منصرف کردن و آماده پذیرش کردن مردم برای قبول یا رد چیزی از جشنواره‌ها آغاز می‌گردد. برای پذیرش چنین تحولاتی، ابتدا حوزه‌های فکری ساختمان می‌شوند. و جشنواره‌ها در بسیاری از مواقع چنین وظیفه‌ای را بر عهده می‌گیرند. از مباحث پایه‌ای مفهوم جهانی سازی، آن است که تا زمانی که ذائقه مردم تغییر نکند نمی‌توان انتظار القای فرهنگی یا همگرایی جهانی را داشت. در چنین وضعیتی، تبلیغ برای گنجاندن نوشابه‌های گوناگون و غذاهای



سریع<sup>۱۰</sup> در نظام غذایی جوامع - به‌خصوص جوامع جهان سوم - ارزش مضاعف پیدا می‌کند.

از کارکردهای دیگر جشنواره‌ها، ستاره سازی است. ستاره سازی مفهومی کاذب در هنر است که امروز نه وابسته به ذوق و ذات هنری هنرمند، که وابسته به عوامل غیرواقعی است. ستاره‌ها بر پایه برنامه‌ریزی خاصی ساخته می‌شوند و پس از ساخته شدن وظایف خود را بر پایه این برنامه‌ها به‌خوبی انجام

می‌دهند. شهرت واقعی غیر از ستاره سازی‌های کاذب است. به‌عنوان مثال، امروزه عوامل مهم در ستاره سازی سینمای ایران، متأثر از عوامل دیداری یا بصری است. رنگ مو، رنگ چشم، افاده، لب‌ها، حالت صورت و... از جمله عوامل ستاره سازی در سینمای ایران است، و حال آنکه مفهوم «توانایی بازیگری» مقوله‌ای کاملاً جدا و حتی متناقض با این عوامل است. عوامل و عناصر صرفاً جذاب ارزش واقعی ندارند اما به‌رحال ستاره سازی از جمله اهداف جشنواره‌های مختلف به‌خصوص در عرصه جهانی است. انواع جشنواره‌های به‌ظاهر سینمایی در جهان که سعی دارند دغدغه هنر را دلیل اصلی برپایی چنین جشنواره‌هایی اعلام کنند کم نیستند. به‌واقع آنها در خفا به دنبال ستاره سازی و بهره‌برداری‌های سیاسی-اجتماعی از ستاره‌های مصنوع خود هستند (به‌خصوص در برخورد با سینمای سایر کشورها). برخورد سینمای جشنواره‌ای با سینمای سابق اروپای شرقی (به‌خصوص شوروی سابق)، ایران، چین و دیگر کشورهای مشکل‌دار با غرب، نمونه‌هایی بسیار رایج در این زمینه‌اند. در این‌گونه جشنواره‌ها نوعاً آثاری برگزیده می‌شوند که با نظام‌های حاکم بر کشور خودشان در تناقض کامل‌اند.

جشنواره‌های هنری گرچه سعی دارند دغدغه اصلی خود را دغدغه‌های هنری نشان دهند، اما تحقیقات گسترده به خصوص در عرصه ارتباطات نقش اصلی این‌گونه رسانه‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد و اهداف پنهان آنها را برملا می‌کند.

ریچارد دایر در مقاله ای تحت عنوان «بدن‌های آسمانی» چنین می‌نویسد: «ستارگان توسط صنعت رسانه‌ها تولید می‌شوند. ستارگان سینما در درجه اول توسط هالیوود و در مرحله بعدی توسط دیگر مؤسسه‌هایی که به طرق گوناگون با هالیوود در ارتباط هستند و هالیوود درجات نفوذ متفاوتی بر آنها دارد، تولید می‌شوند. هالیوود نه تنها فیلم‌های ستارگانش را کنترل می‌کند، بلکه تبلیغات پوسترها، مهمانی‌های پر زرق و برق، اطلاع رسانی و تا حد زیادی کلوب‌های هواداران آنها را نیز تحت نظر خود دارد... ممکن است روند ستاره سازی، روندی یکنواخت و یک طرفه به نظر برسد، اما هالیوود حتی درون مرزهای خودش بسیار پیچیده تر و متنقض تر از این‌هاست.» (دایر، ۲۵۷)

نظام ارزش گذاری و اهدای جوایز به برگزیدگان بیش از آنکه تابع یک اجماع منطقی باشد، تابع سیاست‌های جشنواره ای است.

این روند از انتخاب اعضای بازبین آغاز و با آرای

اعضای هیئت داوران خاتمه می‌یابد. این در حالی است که پس از گذشت هزاران سال از حیات هنری بشر، هنوز نظامی که بتواند محک علمی متقنی را به وجود آورد ملاحظه نشده است.

بر این اساس جشنواره‌ها یا تابع جشنواره‌های مادرند و یا در مخالفت با آنها. اکثر آثار سینمای ایران که در جشنواره‌های معتبر جهانی جایزه دریافت

کرده اند در جشنواره‌های سینمایی داخل کشور

جایزه نگرفته اند. آیا جشنواره‌ها به تلقیات متنقض از هنر متکی اند، یا آنکه اساساً تابع سیاست‌های حاکم بر فضای خود هستند؟ ارزش داوری در هنر همچون ارزش‌های داوری در علوم قطعی چون شیمی و فیزیک نیست. با وجود آنکه سلاطین هنری به اندازه انسان‌ها متفاوت است، چه معیاری باعث می‌شود اثری هنری از سوی هنرمندی دیگر که بی توجه به سلاطین و علایق خود است، مورد ارزیابی قرار گیرد؟ برخلاف حاکمیت نوعی روش عقلانی که متأثر از پوزیتیویسم غربی در هنر ایران است، باید به قول شاهرخ حقیقی، اذعان کرد: «داوری‌های اخلاقی یا سیاسی و نیز رفتار افراد را در عالم اخلاق و سیاست نمی‌توان با معیارهای عقلی ارزیابی کرد، زیرا عقیده و رفتار اخلاقی یا سیاسی مبنای عقلی ندارد. پیداست که پوزیتیویسم همین حکم را درباره هنر نیز صادق دانسته و مدعی است که هیچ اثری در ذات، دارای ارزش هنری نیست. ارزش هنری در ذهن بیننده است و... در ذات اثر» (حقیقی، ۲۳)

مسئله متنقض دیگر، تقابل این نگرش با نگرشی است که محصول دوره مدرنیته است. برخلاف هنر پیشین ( ضرورت درک منویات هنرمند و هرچه نزدیک تر شدن به درک او)، در هنر مدرن،

مخاطب حق دارد تلقی خود را داشته باشد، حتی اگر این تلقی در تناقض با نیت هنرمند قرار بگیرد. به رسمیت شناختن همه سلیقه‌ها در هنر مدرن از سویی، و ارزش عقلی و ترجیحی قابل شدن از سوی دیگر تناقض بارزی را شکل می‌دهد. با عنایت به مباحث پایه‌ای باید سؤال کرد: اهداف جشنواره‌ها چگونه تعیین می‌شوند؟ بر چه اساس؟ چه کسانی داوری می‌کنند؟ با کدام صلاحیت؟ با چه سلاطینی؟

حرفه ای گرایی در داوری از جمله دیگر مصیبت‌های جشنواره زدگی در هنر ایران است. بسیاری از اعضای داوران جشنواره‌های مختلف هنری به صورت حرفه ای به این کار مشغول اند. این درحالی است که آنها نه در تولید و نه در نقد آثار هنری، تلاش قابل توجهی ندارند.

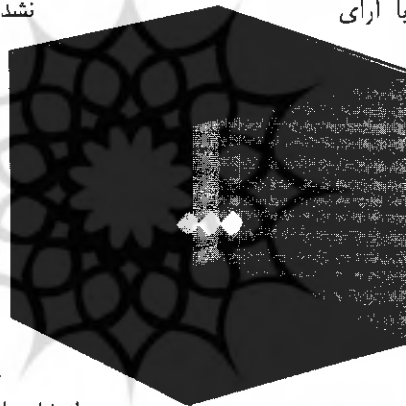
رقابت در هنر مثل رقابت در ورزش دو سویه نیست، بازنده و برنده ندارد. بحث اصلی در رقابت‌های هنری مقبولیت‌های خاص (منتقدان) و مقبولیت‌های عام (مخاطبان) است. عامل هر دو مقبولیت ثابت نیست و متغیر است. بر این اساس، بسیاری از شاهکارهای هنری، در زمان حیات هنرمندانشان به رسمیت شناخته نشدند.

نکته حایز اهمیت تأثیر عوامل محیطی و اجتماعی در باروری فاکتورهای موفقیت یا شکست و ارزیابی‌های هنری است. این فاکتورها گاهی حقیقی اند (مثل نبوغ شاعر ایرانی) و گاهی کاذب (مثل موفقیت برخی از آثار سینمایی ایران در جهان). بسیاری از داوران برخی جشنواره‌های مختلف هنری در ایران، جایگاه درخشانی در حیات هنری خود ندارند؛ در این صورت قابلیت داوری برای

انتخاب اثر را چگونه به دست آورده اند؟

مبنای فلسفی هنر، زیبایی شناسی و جامعه شناسی هنر به ما یادآور می‌شوند که رقابت در هنر معادله وار نیست و ترجیحی است. هر اثر هنری نماد یک ذوق هنری است. حال چگونه و با چه مکانیسمی در می‌یابیم یک ذوق فراتر یا پست تر از ذوق دیگری است؟ چنین جهت گیری‌ای به معنای رد برخی از قوانین ثابت و بدیهی در هنر نیست. اصول هنر، اصولی واقعی و لازم الاجراست، اما بحث این است که اگر آثاری بر پایه چنین اصولی به وجود آیند چگونه مورد قضاوت قرار خواهند گرفت؟ از کجا معلوم شاهکار امروز ابتدایی ترین اثر فردا نخواهد بود و ابتدایی ترین اثر دیروز شاهکار فردا معرفی نخواهد شد؟ چنین قضاوتی یک پیش‌داوری تحمیلی از نظام سرمایه داری است که مایل است که همه چیز را بر اساس «عرضه و تقاضا» و مقبولیت عامه و یا فروش و یا مهم تر از همه «پز»های بی‌ارزش قضاوت کند.

رقابت مفهومی «کمیت پذیر» است؛ مفهومی که با ذات آفرینش هنری در تناقض است. بسیاری از صاحب نظران عقیده دارند «تکثیر» در هنر، ارزش ذاتی آن را از بین می‌برد. استثناها در عرصه هنر، نه در مقابل هم، که در کنار هم قرار می‌گیرند. همه

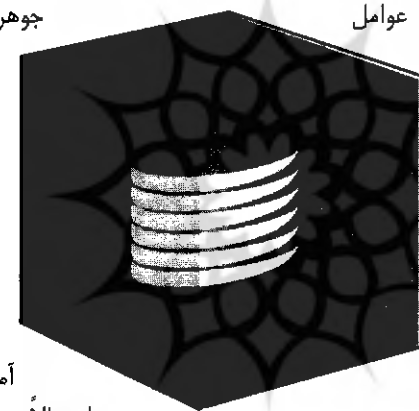


خود دور و تبدیل به یک رسانه پیام دار می‌شود. به قول گراهام: «هنری که در خود «پیامی» دارد چیزی بیش از تبلیغات ترویج ماهرانه نوعی دیدگاه نیست. تبلیغات می‌کوشد اعتقاد و نظر مساعد ما را به هر وسیله ای که در حد اعلی تأثیرگذار است تأمین کند، در حالی که اشکال آموزش در پی پدید آوردن اعتقاد از طریق فهم تأمل آمیزند. پس تقدیر جذاب تر این دعوی که ما از هنر کسب معرفت می‌کنیم چنین است که نقاشی‌ها، شعرها و نمایشنامه‌ها و امثال آن، اطلاعاتی در اختیار ما نمی‌گذارند یا حتی باورهای را به شیوه‌های پرجاذبه تبلیغ نمی‌کنند، بلکه فهم ما را افزایش و ارتقا می‌بخشند» (گراهام، ۹۰). مشارکت در جشنواره‌های آیین وار، حقیقی بود، اما مشارکت امروزی در جشنواره‌ها حرفه ای است. بدین ترتیب جشنواره‌های امروزی محل خیزش طرح‌های اقتصادی و ساخت‌های ایدئولوژیکی هستند.

### جشنواره‌زدگی تولید آثار هنری

برخی از جشنواره‌ها نوعی ویشترین یا محل بازاریابی آثار هنری محسوب می‌شوند. نوعی نمایشگاه اند که بر اساس عامل «عرضه و تقاضا» ارزش‌گذاری می‌شوند. ارزش‌های مطرح بیش از آنکه جوهر فرهنگی داشته باشند جوهر «مدنی» یا اقتصادی دارند. بسیاری از جشنواره‌های سینمایی و تلویزیونی چنین وضعیتی دارند. برگزاری ده‌ها جشنواره تئاتری در ایران می‌باید حاکی از وجود فرهنگ غنی تئاتری در کشور باشد، حال آنکه حقیقت چیزی غیر از این است.

تئاتر روها، تماشاگران حرفه ای اند که نه به‌عنوان مخاطبان هنر، بلکه به‌عنوان رقیب، آموزنده، کارشناس رسانه‌ها و مطبوعات و احتمالاً پیوندهای خونی و قومی به تماشای آثار هنری می‌روند. درصد مخاطب واقعی احتمالاً نزدیک به صفر است. جشنواره‌زدگی در این‌جا هدف اصلی شده و نه تنها موجب ارتقای هنر نمی‌شود، که آن را از چرخه طبیعی خود خارج می‌کند. ارتباط جشنواره‌ها با مقوله «تولید آثار هنری» نامفهوم، تاریک و حتی موضع گیرانه است.



**ماهیت جشنواره‌ها**  
جشنواره‌ها محل کشف استعدادهاست یا محل تجمیع هنرمندان مشهور؟ ماهیت جشنواره‌ها هنری است یا اجتماعی؟ اقتصادی است یا تبلیغی؟ ایدئولوژیک است یا اخلاقی؟ و مهم ترین مسئله اینکه، نگرش فرهنگی چه میزان بر این جشنواره‌ها سایه انداخته است؟ هیچ‌کدام از پیش فرض‌های سنجش و ارزیابی جشنواره‌ها به‌خاطر ماهیت بیش از حد تبلیغی نمی‌تواند با روح آفرینش هنری سازگاری داشته باشد. وقتی به نظریات برجسته این عرصه توجه کنیم، به تناقض جشنواره‌ها با روح آفرینش هنری، کمیت ناپذیری هنر برای ارزیابی‌ها، عدم تکرارپذیری که ذات و روح هنر است پی خواهیم برد. «بل معتقد است وجه مشترک تمامی آثار هنری «صورت معنادار»<sup>۱۲</sup> است. ولی چیزی که در این‌جا بیش از

آثار هنری تجربه هنری و یا تاریخ هنر را می‌سازند و هیچ‌کدام جای دیگری را اشغال نکرده‌اند. اگر آیسخلوس و سوفوکل، رقبای عرصه تئاتر بوده‌اند امروز یک مفهوم را کامل می‌کنند: تاریخ نمایش یونان. «اگر غایت و حاصل هنر خلق زیبایی باشد، احتمالاً نمی‌توان آن را با تعیین پیشینی دریافت، بلکه فهم آن با شناخت پسینی و با غور فراوان امکان پذیر است. ذکر این نکته که خلق زیبایی تنها وجه مشترک تمام آثار ارزشمند هنری است، به نظر من تا حدودی بی‌معناست، چون تنها ویژگی بارز مشترک آنها این است که همه، اثر هنری‌اند و یا اثر هنری نامیده می‌شوند.» (چاروی، ۳۴)

### جشنواره زدگی، تجلی هنر بدوی

تفاوت بارز جشنواره‌های «بدوی»<sup>۱۱</sup> با جشنواره‌های کنونی هنری را باید در مناسبات این جشنواره‌ها با محیط طبیعی و اجتماعی خود جست. تفاوت این محیط‌های طبیعی و اجتماعی در گذشته باحال، تفاوت بین جشنواره‌های گذشته و حال را به‌وجود می‌آورد. اصلی ترین وجه تمایز را می‌توان در این بین، ماهیت فرهنگی یا اقتصادی نامید. جشنواره‌های بدوی از خلوص بیشتری در انتقال تجارب هنرمند برخوردار بوده‌اند، چرا که عوامل اصیل و معیارهای سنجش به تحکیم‌ها و القافات مقتدران، سیاستمداران و بنگاه‌های اقتصادی آلوده نبودند. آیین‌ها و رسوم و باورها، تنیده شده در دل جشنواره‌ها بودند. زمینه‌هایی که امروزه نه تنها از جشنواره‌ها حذف شده‌اند، که به گوشه انزوا و تحجر رانده شده‌اند.

«در جریان جشن‌ها و آیین‌های همگانی که «دورکیم» آنها را محیط جوشان می‌نامد یا در جریان زندگی عادی و آرام هر روزه، فرم‌هایی که ما آنها را «هنری» می‌نامیم، ناگهان دارای نیروی هیجان انگیز و عاطفی می‌شوند و این تنها بدان خاطر نیست که به‌نظر می‌رسد این فرم‌ها عواطف همگانی را در خود متمرکز داشته باشند و نماینده آن جوهره اجتماعی باشند که هیچ فرد جامعه نمی‌تواند آن را به‌طور کامل در خود داشته باشد، بلکه همچنین بدین خاطر که این فرم‌ها اجزای مفهوم داری هستند که درجا و بی‌درنگ، قابل انتقال‌اند.» (دووینیو، ۱۲۱) جشنواره‌های آیین وار، هم محل زایش شیوه‌های هنری بودند، هم محل تکامل آن و مهم تر از همه، محل ارتقای معرفت اجتماعی و انتقال معرفت‌های حقیقی. حرفه ای گرای مفهومی بی‌معنی در آن جشنواره‌ها بود؛ چیزی که امروزه تار و پود جشنواره‌ها را شکل می‌دهد. تبلیغات امری برونی در باورپذیر کردن ارزش‌های هنری محسوب می‌شود. تبلیغات چستی اثر هنری را وابسته به خود اثر نمی‌کند، بلکه آن را تابع تکرار، ارزش گذاری‌های عاریتی و کاذب می‌گرداند.

تبیین آثار جشنواره ای امروزی، آنها را سفارش پذیر می‌کند. عبور از چندلایه کنترل و انتخاب آثار، این آثار را محافظه کارانه و حتی سازش کارانه می‌کند. این‌جاست که اثر هنری از رسالت و روح اصلی

همه مورد نظر است همان است که وی آن را «مسئله اصلی زیبایی شناسی» به‌شمار می‌آورد ... سوزان لنگر معتقد است: هنر آفرینش صورت‌های بنیادین احساس آدمی است. کروچه می‌گوید: هنر بیان مشهود است و کربیت معتقد است چیزهای زیبا، کیفیت مشترک و متناقض دیگری ندارند که به موجب آن زیبا باشند.» (گراهام، ۳۳۶) حال با چه معیاری می‌توان به تطبیق محصولاتی پرداخت که از چنین فضایی برخوردارند؟

برعکس، محققان بزرگ بر متنوع بودن، متفاوت بودن و حتی متناقض بودن آثار هنری تأکید می‌کنند و البته چنین تأکیدی، فلسفه وجودی آثار هنری است، والا هنر محصولی غیرذوقی و مهندسی می‌شد. ماهیت جشنواره‌ها، جمع‌گرایانه یا تحمیل اجماع است و این جمع‌گرایی در تضاد عمیق با فردیت هنرمند و توجه به ذوق استثنایی و تکرار ناپذیر اوست.

گروتفسکی می‌گوید: «هنرمند واقعی زندگی راحتی ندارد و در شروع کارش کسی او را روی دوشش نمی‌نشانند و برایش هورا نمی‌کشند. هنرمند واقعی تا مدت‌ها پس از شروع کارش، نبرد سختی در پیش دارد. هنرمند حقیقت را می‌گوید، حقیقتی که تقریباً همیشه با برداشت عامه از حقیقت متفاوت است» (گروتفسکی،

۲۲۰). حال چگونه می‌توان از حاکمیت این خصلت در جشنواره‌هایی که بیشتر یک پدیده تبلیغی- ایدئولوژیک است سخن به میان آورد؟

روح پرخاشگرانه، روح محافظه کارانه هنرمند تابع روحیه محافظه کارانه نیست؛ موضعی که جشنواره‌ها، به‌خصوص جشنواره‌های رسمی بر اساس آن شکل می‌گیرند. روح هنرمند پرخاشگرانه است،

چه صحیح و چه غلط. جامعه ای که چنین

روحیه ای را به رسمیت شناخته باشد شاهد ارتقای هنر خویش خواهد بود. ارزیابی اثر هنری تنها باید از دل اثر هنری برخاسته باشد، والا تحمیل حقایق غیراصیل بر هنر محسوب خواهد شد. هنرمندان جشنواره ای، هنرمندانی هستند که سلیقه خود را تابع سلیقه سیاست‌های جشنواره‌ها می‌کنند. آنها هنرمندانی غیرواقعی اند. «هنرمندان غیرواقعی کسانی هستند که همیشه حال را از وراء عینکی از زمان‌های قبل و گذشته می‌بینند. درست مانند نظامیان ستادهای فرماندهی که با در نظر گرفتن مواد قبلی اعلام آمادگی برای جنگ آتی می‌کنند.» (مک لوهان، ۳۸۵)

اگر اثر هنری در موضع تحمیلی یا انفعالی آفریده شود، از جایگاه پرخاشگرانه و حتی لطیف خود دور خواهد شد. هنر نمی‌تواند از حوزه ای غیر از ذوق هنرمند فرمان گیرد. در این صورت هنر پدیده ای ثانوی است. «هنر در مفهوم اصلی خود، یک عکس العمل نیست، بلکه ارزش‌گذاری مجدد و عمیق به یک موقعیت فرهنگی بسیار پیچیده است. به طور مثال «بالکن» اثر ژان ژنه به این دلیل مورد توجه قرار گرفت که به‌عنوان هنر، دیوانگی‌های نابودکننده بشریت را با یک ارزش‌گذاری خشن ولی منطقی نشان

داد.» (مک لوهان، ۳۸۱)

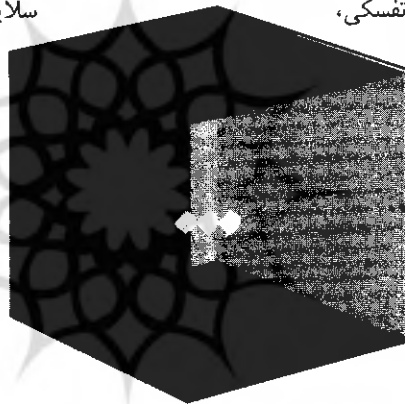
این خصلت محل چالش‌های بزرگ عرصه هنر و جامعه شناسی هنر است. تنها با ذکر مثال‌هایی از جهان رمانتیک‌ها نمی‌توان خصلت پرخاشگرانه هنرمند را زیر سؤال برد. حساسیت شاخک‌های هنرمند یک علامت هشدار دهنده نسبت به مراقبه از داشته‌های مفید و مبارزه با داشته‌های بی ثمر بشر است.

مارکوزه به‌صراحت بر ماهیت چالش‌گرانه هنر تأکید می‌ورزد: «هنر به آن ادراکی از جهان معترض است که افراد آدمی را از موجودیت و نقش اجتماعی شان بیگانه می‌سازد. و نیز تعهد هنر به رهایی حساسیت و تخیل و عقل و خرد در همه حوزه‌های درون‌گرایی و برون‌گرایی است. بدین طریق تغییر شکل زیباشناختی به ابزار تشخیص و شناخت واقعیت به وسیله ای برای اعلام جرم علیه واقعیت مبدل می‌شود.» (نوذری، ۲۹۳)

اگر جشنواره‌ای توانست خود را از سیطره اقتدار برهاند و همه معیارهای سنجش خود را از ذات هنر اخذ کند، باز به‌لحاظ فلسفی نمی‌تواند مکان و زمانی مناسب برای ارزش‌زایی محسوب شود. جشنواره‌ها محل تجمیع سلاقی مختلف هنری است که همه‌آن

سلاقی برگزیده خودند و لزومی ندارد که برگزیده دیگری باشند. موفقیت یا عدم موفقیت هنرمند در ظرف زمان معلوم می‌شود، نه در ظرف مکان.

پی نوشت



- 1-festiva
- 2-ceromony
- 3-show
- 4-performance
- 5-propaganda
- 6-dionysus
- 7-pageant
- 8-carnival
- 9-sponsors
- 10-fast food
- 11-primitive
- 12-significant form

#### منابع

- کادول، کریستوفر، «درباره ادبیات و هنر»، ترجمه مهدی اصغر زادگان، انتشارات نگاه، ۱۳۸۳
- دایر، ریچارد، «بدن‌های آسمانی»، ترجمه نیما ملک محمدی، «ارغنون»، ش ۲۳ حقیقی، شاهرخ، «گذار از مدرنیته»، آگاه، ۱۳۸۳
- جاروی، یان، «زیبایی شناسی و اصالت ماهیت»، فارابی، ۱۳۷۶
- دوونینو، ژان، «جامعه شناسی هنر»، ترجمه مهدی سحابی، نشر مرکز، ۱۳۷۹
- گراهام، گوردن، «فلسفه هنرها»، ترجمه مسعود علیا، ققنوس، ۱۳۸۲
- گروتفسکی، یرژی، «بسوی تئاتر بی چیز»، نشر قطره، ۱۳۸۳
- مک لوهان، «برای درک رسانه‌ها»، ترجمه سعید آذری، صدا و سیما، ۱۳۷۷
- نوذری، حسینی، «نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت»، آگاه.