

گفت و گو با دکتر محمد علی حسین نژاد؛
رئیس سازمان توسعه سینمایی سوره:



فیلم بی مخاطب،

بهتر است

که ساخته نشود

زمینه فیلم‌سازی داشته‌ایم که همه آن‌ها نتوانستند در قالب مجموعه منسجمی به اسم سینما معنی خود را پیدا کنند. موفقیت‌ها در زمینه فیلم و فیلم‌سازی نشانه وجود قابلیت و استعداد در فیلم‌سازان خلاق و مجرب ایران است، ولی هیچ کدام از آن‌ها در چارچوب تعریف جامعی از کلتی به نام سینما نبوده است.

در رابطه با حوزه هنری نیز با کمی تفاوت‌های ظریف به همین نسبت می‌توان چنین تحلیلی ارائه کرد. در حوزه هنری خصوصیتی وجود داشته که در سایر جاها به این صورت کم‌تر وجود داشته است. در حوزه هنری از آغاز بنابر فراگیری و آموختن بوده است. نیروهایی که به حوزه آمدند بنایشان این بود که به شناخت و آموختن سینما بپردازند تا از خلال این آموخته‌ها هم دست به تولید فیلم بزنند و هم در سایر فعالیت‌های سینمایی داخل شوند. به همین دلیل وقتی به تاریخچه فعالیت‌های حوزه نگاه کنیم جست و جوگری از طریق فعالیت و نقد فعالیت شاخص اصلی بوده است.

البته در حوزه هنری نیز علی‌رغم چنین ویژگی‌ای، تعریف واحد و جامعی از سینما به صورت مدون وجود نداشته است. در دو سه سال اخیر سعی حوزه بر این بوده تا با جمع‌بندی تجارب گران بهای سال‌های گذشته به یک تعریف و دیدگاه جامع از سینما دست یابد. ما اینک در مرحله تدوین و تبیین این تعریف جامع هستیم.

البته به نظر می‌رسد در حوزه و همین‌طور سینمای کشور، ناخودآگاه در بیست سال گذشته، دیدگاه خاصی وجود داشته که در آن صرفاً به برخی از جنبه‌های محدود سینما توجه شده و جنبه‌های حیاتی تردیگر که به موضوعات صنعتی و اقتصادی سینما باز می‌گردد، توجهی نشده است.

■ من این نظر شما را قبول ندارم. زیرا وقتی می‌گوئیم به برخی جنبه‌ها توجه کمی شده به این معناست که به جنبه‌های دیگر توجه

□ بیش از بیست سال که از انقلاب اسلامی گذشته است. تقریباً عمر حوزه هنری نیز با کمی اغماض، همین میزان است. جناب عالی به عنوان مسؤول امور سینمایی حوزه، ضمن بررسی سینمای پس از انقلاب بگوئید سینما در حوزه هنری چه دوره‌هایی را سپری کرده است.

حسین نژاد: برخی معتقدند که در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی الگوی مشخصی رایج و حاکم بوده است، در حالی که به نظر من در طی این دوران دیدگاه واحد و مشخصی که مجموعه سیاست‌ها و برنامه‌های سینمای ایران بر اساس آن بنا شده باشد وجود نداشته است. البته سلیقه‌هایی هر کدام در زمان‌های خاصی حاکم بوده که بر سینمای ایران تأثیرات خود را گذاشته‌اند. ولی همین سلیقه‌ها هم اولاً تعریف شده و تدوین شده نبوده‌اند و به عنوان یک دیدگاه یا الگوی نظری نمی‌توانند به حساب آیند، و ثانیاً در درون خود دارای تناقضات فراوانی بوده‌اند که موجب آشفتگی می‌شده‌اند تا سامان یابی. بنابر این بسته به شرایط و مقتضیات روز و نوع افرادی که بر مسند امور سینما قرار می‌گرفتند نوع سیاست‌ها و برنامه‌ها متفاوت و بعضاً متناقض بوده است. لازم است که توجه شود که این گفته‌ها به مفهوم این نیست که ادعا شود در طول ۲۰ سال گذشته در سینمای ایران هیچ‌گونه اتفاقی نیفتاده است. تلاش‌های زیادی انجام گرفته و فعالیت‌ها در جریان بوده و بعضاً موفقیت‌ها، بارقه‌ها و جرقه‌هایی به خصوص در زمینه فیلم‌سازی داشته‌ایم. من تمعناً از واژه فیلم‌سازی استفاده می‌کنم و نه سینما زیرا از نظر من فیلم‌سازی و سینما مفهوم برابر ندارند. ما در این دوران بعضی موفقیت‌ها در

بیش تری شده است. در حالی که به نظر من از یک نگاه اصولی به هیچ جنبه‌ای توجه در خور نشده است. آنچه که ذهن را به تحلیل نادرست و ادا می‌کند، موفقیت‌های موردی در بیست ساله گذشته در خصوص تعدادی از فیلم‌های ایرانی است که هیچ کدام نمی‌تواند دلیلی بر توجه برنامه‌ریزی شده به برخی از جنبه‌های سینما باشد بلکه تنها می‌توان گفت که این موفقیت‌های موردی حاکی از وجود قابلیت‌ها و استعداد‌های بالقوه مرتبط با سینما در کشور ماست. همین!

تولید بعضی فیلم‌های شاخص آن هم از برخی جهات در کشور به معنای این است که استعداد‌های بالقوه ما فقط در بعضی زمان‌ها و فقط در بعضی زمینه‌ها مجال بروز و ظهور پیدا کرده است. اما تقریباً هیچ کدام از این ابراز استعدادها مبتنی بر یک تعریف، تدوین و بعد تصمیم مبتنی بر تعریف، ایجاد نشده است.

□ در کنار اظهارات شما، به نظر می‌رسد که می‌توان برای فعالیت‌های حوزه هنری در زمینه سینما، سیر تحول و تطویر و نیز ویژگی‌های دیگری برشمرد. مثلاً با بررسی آثار تولید شده توسط حوزه می‌توان نتیجه گرفت که حوزه هنری طی یک دوره تقریباً ۱۰ ساله دست به تولید فیلم‌هایی زده است که ویژگی «پروپاگاندا»ی سیاسی و یا ایدئولوژیک داشته‌اند. شاید علت آن که در آن دوره در اکثر موارد قادر به جلب مخاطب نبوده‌هیم باشد. زیرا در پروپاگاندا، مبلغ به فکر اقتناع و ارتضا نیست بلکه ماایل است سخن‌گو باشد و پیام‌رایی آن که به تأثیر آن بیاندیشد به مخاطب برساند. حوزه هنری پس از این

دوره در واقع شیوه پروپاگاندا را کنار گذاشت تا بتواند با مخاطب ارتباط برقرار کند.

در زمینه سینمای کشور نیز به نظر می‌رسد تحلیل شما درست نباشد، زیرا در یک مقطع ۱۰ ساله عده‌ای سکاندار سینمای ایران شدند که صاحب دیدگاه بودند. آن‌ها ماایل بودند سینمای ایران را به سمت سینمای دارای مخاطب خاص شما یل کنند. در این زمینه آن‌ها به موفقیت رسیدند زیرا در دوره آن‌ها بود که سینمای ایران در جشنواره‌های هنری مطرح و معرفی شد. و واقعاً باب میل افشار و شفق در ایران و خارج از کشور شد. آیا این دو تحلیل را می‌پذیرید؟

■ نه من این حرف شما را چون بر پایه مستندات نیست نمی‌پذیرم. مثلاً می‌گویید در ده سال اول حوزه به دنبال جذب مخاطب نبوده است. پس دنبال چی بوده است؟ فیلم‌ها را برای چه می‌ساخته است. مگر می‌شود فیلمی را برای چیزی جز مخاطب

ساخت؟ این حرف شما در حالی است که می‌بینیم در آن سال‌ها فیلم‌های پر مخاطب حوزه نسبت به فیلم‌های کم مخاطب یا بی‌مخاطب قابل مقایسه نیست حتی می‌توان گفت که از جمله پر مخاطب‌ترین فیلم‌های سینمای ایران در آن سال‌ها متعلق به حوزه هنری با همان مضامین مورد اشاره شما بوده است. فیلم‌های توجیه، توبه‌نصوح، بایکوت، گذرگاه، زنگها و و در زمان خود بسیار پر مخاطب بوده‌اند. بعضی از این فیلم‌ها به علت عدم وجود سالن سینمای مناسب و در دسترس بودن آن‌ها به اشکال دیگر فروش‌های خوبی داشته‌اند. مثلاً در قالب تبدیل به نسخه‌های شانزده میلیمتری بسیار فروش داشته‌اند.

البته نحوه تصور شما از موضوع نیز مهم است. اگر گمان می‌کنیم که روزگاری در حوزه نشسته‌اند و تصمیم گرفته‌اند فیلم‌های پروپاگاندا بسازند و بعد در این زمینه شکست خورده‌اند، باید بگویم این اصلاً واقعیت ندارد. در حوزه یک نیروی جوان و سرحال، با علاقه و انگیزه که به اهمیت سینما به طور حسی پی برده بودند، جمع شدند و سعی کردند برای مردم فیلم‌های سینمایی خوب بسازند. آن‌ها متناسب با درک سینماییشان در شرایط اجتماعی آن زمان تلاش‌های فراوانی کردند. طبعاً چون همگی افراد انقلابی، مسلمان و متعهد بودند، در فیلم‌هایشان نیز چنین گسایشاتی وجود داشت. بنابراین فرض شما بر واقعیات و مستندات استوار نیست.

در سینمای کشور نیز این گفته شما که می‌گوئید در یک مقطعی عده‌ای آمدند و با برنامه‌ریزی و موفقیت سینمای ایران را به سمت سینمای جشنواره‌ای سوق دادند، درست نیست. هر چند که پس از این که توفیق‌های در جشنواره‌ها پیدا شد این توهم به صورت قوی پیش آمد. واقعیت این است که وضعیت سینما و از جمله نوع و حجم فیلم‌های تولید شده و به نسبت تعداد فیلم‌های توفیق یافته در جشنواره‌ها نشان می‌دهد که تصور شما نادرست است. مثلاً این گونه نیست که تعداد فیلم‌های جشنواره‌ای در مجموعه تولیدات حاکمیت داشته باشند. یعنی اگر مثلاً ۴۰ یا ۵۰ فیلم در سال تولید می‌شده است و همه آن‌ها تحت تأثیر جهت‌گیری و سیاست‌گذاری مسئولین سینمایی بوده‌اند، تنها یک یا دو تا از آن‌ها در جشنواره‌ها موفق می‌شدند و الباقی غالباً نه در بین مردم خودمان و نه در جشنواره‌های خارجی چندان موفقیتی نداشتند. پس بنابراین در آن دوره نیز تقریباً هیچ دیدگاه مشخص و مشترک و تعریف شده و برنامه تدوین شده‌ای برای اجرا وجود

برخی معتقدند که در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی الگوی مشخصی رایج و حاکم بوده است، در حالی که به نظر من در طی این دوران دیدگاه واحد و مشخصی که مجموعه سیاست‌ها و برنامه‌های سینمای ایران بر اساس آن بنا شده باشد وجود نداشته است.

در دو سه سال اخیر سعی حوزه بر این بوده تا با جمع‌بندی تجارب گران بهای سال‌های گذشته به یک تعریف و دیدگاه جامع از سینما دست یابد.

نداشته است.

تاکید کنم که هیچ کدام از مطالب عنوان شده در این جا برای نفی زحمات و تلاش‌ها و دلسوزی‌های مسئولین وقت نیست.

□ اما مثال‌های شمانیز تبیین‌کننده نظراتان نیست. زیرا مثلاً استقبال از فیلم‌های پروپاگاندا در مقاطع اولیه پس از انقلاب ناشی از جو انقلابی سازمان‌ها و نهادهایی چون مساجد و مدارس و... بود. آیا گراینگ چنین فیلم‌هایی توسط حوزه ساخته شود، باز هم نهادها و سازمان‌های مذکور از آن استقبال خواهند کرد؟ و یا مردم به طور توده‌وار به تماشای آن‌ها خواهند رفت؟

■ این نکته شما نافی تحلیل من نیست. زیرا من در صدد تایید یا نفی آن دوره نیستم و نمی‌خواهم بگویم چنین فیلم‌سازی خوب یا بد است.

بلکه صرفاً مدعی‌ام که وجود چنین دوره‌ای با چنین فیلم‌هایی در آن دهه با تصمیم قبلی و با تعریف تدوین شده از سوی حوزه صورت نگرفته است. جو انقلابی آن دوران در میان مردم و مسئولان تولید این فیلم‌ها را موجه و موثر می‌دانست و فیلم‌سازان ما نیز در آن شرایط رسالت خود می‌دانستند که چنین فیلم‌هایی را بسازند و این اتفاق فی‌نفسه درست نیز بوده است. از طرف دیگر این گونه فیلم‌ها به اعتبار استقبال مردم بالنسبه موفق نیز بوده‌اند. پس این فرض که در گذشته تصمیم تعریف شده و از پیش تدوین شده در حوزه برای تولید فیلم‌های پروپاگاندا وجود داشته است بیش‌تر یک توهم است.

در زمینه فیلم‌های جشنواره

پسند نیز من زمانی در مصاحبه‌ای گفتم که شرکت فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های خارجی، ضمن آن‌که از جهاتی مثبت بوده چون در چارچوب یک استراتژی مشخص و برنامه جامع صورت نگرفته نتوانسته است کمک چندانی به توسعه سینمای ایران بکند. البته این موفقیت‌ها در جایگاه خود مبارک است و برای ما ایرانیان به اهتزاز درآمدن پرچم جمهوری اسلامی در هر عرصه بین‌المللی افتخارآمیز است. ولی باید قبول کنیم که این موفقیت‌ها منجر به رشد و توسعه سینمای ایران نشده است. زیرا هیچ وقت در بدنه سینما و نظام سینمایی ایران موجب حرکت منجر به رشد نشده است. مثلاً آیا این موفقیت‌ها موجب شده است تا در صنعت سینمای ایران فضای نمایشی بیش‌تری پدید آید؟ آیا کیفیت عمومی سینمای ایران به لحاظ فنی و تکنیکی ارتقا یافته است؟ آیا موجب شده که تجهیزات نو و جدید و چند دوربین و سایر وسایل حرفه‌ای فیلم‌برداری به

سینما اضافه شود؟ و یا میزان سرمایه‌گذاری، میزان اقبال مخاطبان و میزان حضور سینما در زندگی روزمره مردم افزایش چشمگیر داشته باشد؟ پاسخ تمام این سوالات تقریباً منفی است. زیرا هیچ کدام از این موفقیت‌های جشنواره‌ای موجب رونق و توسعه سینمای ایران نشده است.

پس اگر پرسیدند که آیا حضور ایران در جشنواره‌های جهانی خوب بوده است؟ پاسخ آن از جهاتی مثبت است. اما اگر پرسیدند آیا این حضور منجر به رشد و توسعه سینمای ملی شده؟ پاسخ آن منفی است.

□ درباره سینمای حوزه گفتید که در دهه قبل سینماگران متأثر از جو عمومی جامعه به فیلم‌سازی در حوزه پرداختند بی‌آن‌که در ارتباط با این جو برنامه‌مدون شده‌ای داشته باشند.....

■ البته این به معنای آن نبود که

رسالت و مسئولیت احساس نکنند. بلکه از همان آغاز نگاه متعهد نسبت به اسلام، انقلاب، مردم و آرمان‌های امام بود. کما این‌که الان نیز چنین است. البته در آن زمان دانش و تجربه حوزه نسبت به امروز درباره سینما کم‌تر بود. اما انگیزه‌ها مثل امروز قوی بود و همه نیت بهبود و توسعه سینمای ایران را داشتند. همچنین در آن سال‌ها نوعی گرایش خاص در رابطه با مضامین به کار گرفته شده در فیلم‌ها موجود بود که آن را با گرایش‌های دیگر در بین دیگر ارگان‌های مرتبط با امر هنر و سینما متفاوت می‌کرد. اینک حوزه با طی آن تجارب، پخته‌تر شده و دامنه مضامین فیلم‌هایش برای حرکت در جهت آن رسالت‌ها، وسیع‌تر شده

است. امروز هم حوزه هنری سعی می‌کند نسبت به انقلاب، اسلام، آرمان‌های امام راحل و مسائل مبتلا به مردم متعهد باشد و سینمای موثری در این راستا ایجاد کند و برای فیلم‌هایش مخاطب داشته باشد. این‌که می‌گویند حوزه هنری نسبت به گذشته عوض شده، به خاطر این است که ما پخته‌تر شده‌ایم و سعی کرده‌ایم تجارب گذشته را جمع‌بندی کرده و به کار ببریم. ما اینک هر فیلمی را که تولید می‌کنیم و یا در تولید آن مشارکت داریم حتماً سعی می‌کنیم با رسالت‌های اولیه حوزه همخوانی داشته باشد. در واقع امروز قوت و تنوع کار افزایش یافته در حالی که اصول تغییر نکرده است.

□ فرمودید که رسالت‌ها و اصول تغییر نکرده اما اینک فعالیت‌ها، تعریف منسجم‌تری پیدا کرده است.

■ بله از فعالیت‌های سینمایی با اتکا به تجارب گذشته، تعریف منسجم‌تری پیدا کرده‌ایم و تعریف امروز ما البته قطعی نیست و رو

به تکامل است.

مفید است.

اما تعریف سینما از دیدگاه ما چنین است: سینما صرفاً حاوی جنبه فیلم‌سازی و تولید نیست. ای بسا که شما فیلم تولید کنید، اما هیچ ربطی به سینما نداشته باشد. پس باید از همان آغاز بین هنر و فعالیت فیلم‌سازی و هنر و صنعت سینما تفکیک قائل شویم. در هنر و صنعت سینما ما با چند وجه و بعد اصلی مواجهیم. هر چند ممکن است برا سینما وجوه و ابعاد فرعی نیز قائل شویم. از نظر ابعاد، سینما دارای سه بعد اصلی فرهنگی - هنری، فنی - تکنولوژیک، و اقتصادی است. این ابعاد سه گانه سینماست که نمی‌توان بدون وجود هر یک از آن‌ها به سینما رسید. ضعف در هر یک از این ابعاد تضعیف کلیت پدیده سینما را موجب می‌شود. درست مثل بحث توسعه که اینک در کشور ما مطرح است. همان طور که می‌دانید عده‌ای توسعه سیاسی را محور و اصل می‌دانند، عده‌ای توسعه اقتصادی. و عده‌ای توسعه فرهنگی را اصل می‌دانند. در حالی که توسعه یک مفهوم و فرآیند جامع است و باید همه ابعاد در آن اصل باشد.

ما در سینما همه این ابعاد را به صورت یک مجموعه جامع می‌بینیم و سینما را یک پدیده یک بعدی نمی‌دانیم. از منظر فرهنگ، سینما از تفکر و رفتار اجتماعی مردم تأثیر می‌پذیرد و بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد. بنابراین سینما می‌تواند اندیشه ساز و رفتار ساز باشد در عین حال که تحت تأثیر اندیشه و رفتار اجتماعی است. از نظر هنری سینما با تخیل و خلاقیت بشری سر و کار دارد و در آن نوع خاصی از زیبایی‌شناسی هنری مطرح است. یعنی اگر سینما حاوی عناصر خلاقیت و زیبایی‌شناسی نباشد حتماً ضربه می‌بیند. منظور از زیبایی‌شناسی،

زیبایی‌شناسی هنرهای دیگر که سینما از آن‌ها بهره گرفته است نیست، بلکه زیبایی‌شناسی خاص سینما، مقصود است.

از نظر بعد فنی و تکنولوژیک باید گفت که برای تمام فعالیت‌های سینمایی موضوع مهارت و استفاده از تکنیک‌ها و فن‌آوری روز مطرح است. برای استفاده از ابزار و تجهیزات فنی نیاز به آموختن و کسب مهارت‌ها و تکنولوژی روز و به خدمت گرفتن درست آن‌ها در قالب فعالیت‌های تولیدی و نمایشی سینماست.

از نظر بعد اقتصادی سینما همانند دیگر فعالیت‌های اقتصادی نیاز به سرمایه‌گذاری معقول در بخش‌های مختلف دارد به گونه‌ای

□ به هر حال این تعریف جدید فعالیت‌های سینمایی حوزه را به دو مقطع یا مرحله تقسیم کرده است.

■ بهتر است بگوئیم دو سطح و نه دو مقطع جدا از هم. زیرا وضعیت فعلی تداوم طبیعی وضعیت پیشین است. فعالیت‌های گذشته نیاز به جمع‌بندی داشته و این ارزیابی و جمع‌بندی البته تداوم دائمی دارد و ما را به بهتر کردن تعاریف و فعالیت‌هایمان کمک می‌کند. برای همین است که ناممان را سازمان توسعه سینمایی سوره گذاشته‌ایم زیرا سعی می‌کنیم از هر فعالیت‌مان بیاموزیم که کجای کارمان نقص داشته و چگونه می‌توانیم به توسعه بیشتر تر برسیم. البته از نظر ما توسعه به معنای حجم دادن نیست بلکه به معنای

بهرتر شدن است. یعنی همچنان سعی می‌کنیم از وضعیت فعلی مان راضی نباشیم و به وضعیت بهتری برسیم. این یک روند دائمی است. این یک فرهنگ است که می‌خواهیم در سازمان خود ایجاد و تقویت کنیم. □ به هر حال این وضعیت جدید شما باعث پاره‌ای از انتقادات دربرخی مطبوعات و عده‌ای از سینماگران، شده است. البته به حق و باطل بودن این انتقادات کاری نداریم بلکه می‌خواهیم بگوئیم، وجود این انتقادات خود یکی از شواهد و مرحله شدن نوع فعالیت‌های حوزه هنری در عرصه سینماست. این تعریف جدید از سینما که ما حاصل جمع‌بندی تجارب گذشته و دانش جدید حوزه هنری است چیست؟

■ گفتید که اخیراً به حوزه انتقاداتی شده، در حالی که انتقادات از همان اول بوده و پدیده جدیدی نیست. یعنی از لحظه آغاز فعالیت‌های سینمایی حوزه، تاکنون انتقاد وجود داشته است. اتفاقاً در بعضی اوقات در گذشته حجم انتقادات از امروز هم بیشتر بوده است. البته نوع انتقادات و انتقادکننده‌ها فرق کرده است.

ثانیاً از اصل انتقاد کردن ناخشنود نیستیم و حتی از انتقادات استقبال می‌کنیم. در لابلای انتقاداتی که بعضاً از روی غرض ورزی، منافع شخصی، و یا بعضاً انتقاداتی که اصلاً ربطی به هنر و سینما و فرهنگ ندارد، گاهی با انتقاداتی مواجه می‌شویم که حاوی نکات درستی است که برای توسعه و اصلاح فعالیت‌های ما مفید است. به خاطر وجود این نوع انتقادات سازنده ما کلاً از مجموعه انتقادات دلخور نیستیم. ما نفس انتقاد را دوست داریم زیرا بعضاً برای ما

محدودیت وقتی محدودیت است که نتوانید از آن فراتر بروید. رعایت حجاب در سینمای ایران، می‌تواند به یک نقطه قوت و جهانی شدن فیلم‌های ایرانی تبدیل شود.

ما فکرمان معطوف مخاطب ایرانی است چون سینمای ما در داخل شکست خورده است. سینمای آمریکا که می‌بینید جهانی شده، اول در آمریکا موفق بوده.

شما می‌گویید مشکل سینمای ایران، آن است که مخاطب جهانی ندارد، من می‌گویم مشکل سینمای ایران، آن است که مخاطب جهانی ندارد.

که این سرمایه‌گذاری موجب ارزش افزوده شده یا نتیجه فعالیت به لحاظ ارزش اقتصادی مثبت باشد. فعالیت‌های سینمایی به طور کلی در بخش‌های تولید، توزیع و نمایش نیاز به مشتری یا همان مخاطب دارد که بتواند سرمایه مصرف شده و بیش از آن را برای گسترش و تکامل این صنعت بازگرداند. سینما یک صنعت پر هزینه است و نمی‌توان هزینه‌های سنگین را متقبل شد در حالی که مسأله توجه به نیاز و استقبال مخاطب لحاظ نشود.

به عبارت دیگر استقبال مخاطبان از سینما باید به گونه‌ای باشد که سرمایه‌گذاری برای تولید فیلم و احداث و نگهداری سالن‌های سینما را توجیه اقتصادی کند. این اصلاً به مفهوم سودآوری نیست، بلکه به این معناست که فعالیت‌های سینمایی باید از نظر مردم و جامعه ارزشمند باشد به طوری که حاضر باشند به خاطر بهره‌مندی از آن پول پرداخت نمایند. در نتیجه اگر فیلمی بی‌مخاطب باشد، بهتر است که اصلاً ساخته نشود. یعنی باید نسبت هزینه‌ها، و مخاطبان و مشتریان هر فعالیت سینمایی از نظر اقتصادی متعادل باشد.

عدم توجه به جلب و رضایت مخاطب برای فیلم‌های سینمایی و سالن‌های سینما، فعالیت سینمایی را کلاً عبث و بیهوده می‌کند. به این ترتیب بعد اقتصادی سینما در ابعاد فرهنگی - هنری و فنی - تکنولوژیک تنیده شده و غیرقابل تفکیک است. پس به نظر ما اگر سینمایی از نظر اقتصادی ضعیف

باشد، حتماً به معنای این است که از نظر فرهنگی - هنری نیز بی‌جاذب نیست و یا دامنه تأثیرگذاری بسیار محدودی دارد.

در کنار این ابعاد سه گانه اصلی و محوری، «سینما» دارای سه عامل با وجه تشکیل دهنده است. این سه عامل یا سه وجه عبارتند از فیلم سینمایی، سالن سینما، تماشاگر یا مشتری سینما. منظور از وجه اول فیلمی است که قابل عرضه به تماشاگر در سالن سینما باشد. وجه دوم یا عامل تشکیل دهنده دوم سالنی است که قابلیت پخش و نمایش فیلم سینمایی داشته باشد. و بالاخره عامل و وجه سوم تماشاگری است که خواهان تماشای فیلم سینمایی در سالن سینما باشد. این سه وجه با هم صورت سینما را تشکیل می‌دهند. پس شما ممکن است فیلمی بسازید برای تماشاگرانی که آن را به شکل‌های دیگری یا جاهای دیگری تماشا می‌کنند ولی آن فیلم

قابلیت ارائه در سالن سینما را نداشته باشد. ممکن است این فیلم شما به هر حال چیز خوبی باشد ولی ربطی به سینما ندارد. و یا ممکن است سالن خوبی وجود داشته باشد که در آن برای مخاطبان برنامه‌های دیگری اجرا کنند. در این حالت، ما چیزی به تمام سینما صورت نداده‌ایم. و یا ممکن است یک فیلم در سالن سینما نمایش داده شود اما نه برای تماشاگران سینما، بلکه برای عده‌ای میهمان و

مدعو همراه با دعوت و پذیرایی مجانی، در این صورت نیز سینما ایجاد نشده است. به هر حال هر سه این‌ها لازم است تا صورت سینما ساخته شود. تماشاگران سینما کسانی است که از طریق گیشه سینما به تماشای فیلم بنشینند و برای آن پول بدهند و از این طریق سرمایه‌گذاری‌ها را همراه با میزان موجهی سود مستهلک نمایند.

کسانی که فیلم‌های بسیاری از طرق مختلف دیده‌اند ولی برای تماشا، بلیط نخریده‌اند مخاطب سینما نیستند، بلکه مخاطب فیلمند! مثلاً اگر فیلمی تولید شود برای عرضه در شبکه ویدئویی باز این ربطی به صنعت سینما ندارد. هر چند ممکن است یک فیلم سینمایی پس از عبور از مرحله سالن نمایش سینما و فروش گیشه، به شبکه ویدئویی یا پخش تلویزیونی و یا... وارد شود.

سرمایه‌گذاری‌ای که برای سالن‌های سینما می‌شود، باید متناسب باشد با میزان کسانی که رغبت می‌کنند تا برای استفاده از آن و تماشای فیلم در سالن پول بدهند.

یعنی اگر سالنی ساخته شود که هزینه‌اش تناسبی با میزان استفاده کنندگان به عنوان تماشاگران سینما نداشته باشد، عنوان سالن سینما ندارد. کما این که در مورد فیلم سینمایی نیز وضع چنین است. سرمایه‌گذاری در همهٔ وجوه و ابعاد سینما باید متناسب و متعادل باشد تا بتوانیم بگوئیم هنر و صنعت سینمای درستی داریم.

□ شما سینما را از موضع یک مدیر نگاه کرده‌اید و این تعریف جامع‌ناشی از نگاه از این موضع است. در حالی که در دنیا بسیاری از فیلم‌های سینمایی حاوی تمام این وجوه و ابعاد نیستند. مثلاً بسیاری از فیلم‌های سینمایی در جهان به بعد فرهنگی و یا هنری بی‌توجه هستند اما در عین حال به عنوان فیلم‌های سینمایی مطرح‌ند. نکته دیگر در خصوص بعد فرهنگ و هنر است. در تعریف شما این دو، یک بعد را تشکیل داده‌اند در حالی که در مقام تعریف این دو کاملاً از هم جدا هستند. به عنوان مثال فرهنگ مرز پذیر و بومی است در

امروزه آمریکایی‌های پیشازان عرصه صنعت، اقتصاد، سیاست و علم در جهان شده‌اند. همچنان که شاید بتوان گفت که پیشازان عرصه‌های جنایت و خیانت و خبائت نیز در جهان همان‌ها هستند.

فیلم‌ساز دفاع مقدس فکر می‌کند باید برای ترویج فرهنگ شهادت، اطلاعات در این باره را با مستقیم گفتن، ارائه کند. در حالی که این کار سینما نیست. نمی‌توان گفت سینمای دفاع مقدس چون متأثر از فرهنگ ایرانی، اسلامی و فرهنگ دفاع مقدس بوده، موفق نبوده است، بلکه اتفاقاً چون به خوبی متأثر و هم تأثیرگذار نبوده، نتوانسته موفق باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

حالی که هنر مرز پذیر نیست. پس وقتی شما ادعای کنید که با سینما کار فرهنگی می کنید باید بلافاصله بگوئید فرهنگ کجا؟ اما اگر بگوئید کار هنری می کنید، الزاماً چنین قیدی خواسته نمی شود.

■ اولاً هیچ فیلم سینمایی بدون داشتن بعد فرهنگی - هنری نبوده و نیست. ممکن است این بعد در برخی آثار سینمایی ضعیف باشد که به همان نسبت کلیت فیلم سینمایی ضعیف می شود. و اما درست است که فرهنگ و هنر را از نظر مفهومی جدا می کنیم ولی این دو را با هم یک بعد می دانیم. به خاطر نزدیکی ماهوی این دو به هم این دو از بعضی جهات بر هم منطبقند و از جهات دیگر به شدت متاثر از یکدیگر. اندیشه و رفتار بشری در اجتماع که فرهنگ را تشکیل می دهند مرز پذیرند و به همین دلیل تفاوت های فرهنگی مطرح می شود. از طرف دیگر هنر بخشی از فرهنگ و متاثر از اندیشه و رفتار بشری است. اما آن چیزی که هنر را از فرهنگ متمایز می کند عناصر خلاقیت و زیبایی شناسی است. هنر در برخی زمینه ها و سطوح جهانی است و در برخی دیگر منطقه ای. یعنی یک اثر هنری ممکن است بسیاری از مردم جهان را متاثر کند اما نوع و میزان ارتباط با اثر هنری در فرهنگ های مختلف

متفاوت است. فرهنگ جوامع هم دارای لایه های متفاوت است که برخی از لایه ها قابل درک برای همه مردم جهان است و برخی دیگر نه! مثلاً شما در لایه اول عضوی از یک خانواده با فرهنگی خاص هستید، در لایه دیگر مثلاً عضوی از جامعه مشهدی ها، در لایه بعدی عضوی از جامعه ایرانیان، خاورمیانه، و... بلاخره عضوی از جامعه جهانی هستید. از زاویه دیگر شما ممکن است عضوی از جامعه نویسندگان، یا خبرنگاران، سینماگران، و یا مثلاً پزشکان هستید که هر کدام نورم ها و شاخصه ها و ارزش های فرهنگی خاص خود را دارند. عضویت در هر کدام از این جوامع یک لایه ای را ایجاد می کند که هر کدام می تواند پیوندهایی را با سایرین برقرار کند. آثار هنری نیز متاثر از این لایه ها و فرهنگ ها می تواند به نسبت با سایرین ایجاد ارتباط کند. پس با این وصف می بینید که فرهنگ و هنر با وجود برخی تمایزها با هم پیوندهای معنایی جدی دارند و در سینما تشکیل یک بعد واحد با اجزای مختلف را می دهند.

□ حالاً ما فرض بگیریم که هر دوی ما تعریف مشترکی از فرهنگ داریم، که داریم. آن چه محل بحث است تقابلی است که بین بعد اقتصادی و بعد فرهنگی سینما مطرح می شود. اگر شما بخواهید خودتان را در تعریف بعد فرهنگی

سینما محدود به فرهنگ های بومی و خاص کنید، بازار اقتصادی محدود تری هم خواهید داشت. آمریکایی ها خود را از قید بعد فرهنگی به این شکل رها نکرده اند که سینما را جزء صنایع سرگرمی تعریف می کنند، اگر چه در تمام آثاری که به عنوان صنایع سرگرمی عرضه می شود، فرهنگ و کار فرهنگی درونی شده و مستتر است و اتفاقاً همان تأثیر فرهنگی راه می گذارد. برای همین است که رئیس بنیاد فیلم اتریش می گوید بچه های ما با آمریکایی ها بزرگ می شوند و فرهنگ آمریکایی بر آن ها حاکم است. به هر حال آن چه مشاهده می شود این است که سینمای آمریکا خود را در تعریف، به بعد فرهنگی محدود نمی کند، اگر چه کار فرهنگی می کند. به همین جهت، تعریف شما با باید آن قدر جهانی و عام باشد که تضادی با منافع اقتصادی نداشته باشد و یا اگر تعریف محدودی از صنعت فرهنگی را پذیرفیم، محدودیت های بازار و بازده اقتصادی آن را هم بپذیریم.

■ اتفاقاً تقابل و تناقضی وجود ندارد. به نظر من تحلیل شما واقعی و جامع نیست. آن چه که به صنعت سینمای آمریکا قدرت اقتصادی داده تقابل بعد فرهنگی و اقتصادی نیست بلکه توانمندی و خلاقیت تولیدی و توزیعی است. قدرت و تنوع تولید و ابتکار و جسارت و توانمندی در برنامه ریزی و هدایت توزیع است. قدرت و تنوع تولید و ابتکار و توانمندی در برنامه ریزی و هدایت توزیع است که صنعت سینمای آمریکا را منبسط آور کرده است، و چون جاهای دیگر دنیا این قدرت را ندارند، تحت تأثیر قرار می گیرند. عوامل و عناصری که موجب قدرت فیلم سازی می شود جنبه ای از آن به قدرت، ثروت و نوع تولید بر می گردد و چون سیستم های مصرف فیلم در دنیا نیازمند خوراک هستند، این خوراک را آمریکا در اختیارشان می گذارد و نظام توزیع در آمریکا به گونه ایست که آن فعالیت را در آمریکا اقتصادی کرده، در حالی که در جاهای دیگر به آن صورت اقتصادی نیست. گستردگی حجم و تنوع تولید و اقتصادی کردن آن به وسیله راهکارها و سازمان دهی بازاریابی و بازاریابی و بازاریابی و بازاریابی به آمریکا قدرتی داده است که کار فیلم سازی و سینما را بسیار اقتصادی کرده است.

بخشی از این قدرت، به نظام تولید و فعالیت در آمریکا مربوط است که نظامی باز، خلاق و جسورانه است. این شرایط در جای دیگری به همان نسبت نیست. شما حتماً شنیده اید که آمریکا سرزمین فرصت هاست. یعنی شما در آمریکا اگر فکر داشته باشید، فکرتان قیمت و خریدار دارد. اگر فکرتان را به کار بگیرید و موثر

سینما یک صنعت پر هزینه است و نمی توان هزینه های سنگین را متقبل شد در حالی که مسأله توجه به نیاز و استقبال مخاطب لحاظ نشود.

شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در آمریکا موجب رونق اقتصادی شده است.

رقابت در داخل خود آمریکا بی رحمانه وجود دارد و اشتباه و کاهلی در هر عرصه ای بسیار گران تمام می شود و اگر اشتباه به یک موفقیت بعدی تبدیل نشود، نابودی را به دنبال دارد.

افتد همه نظام اجتماعی در جهت به رسمیت شمردن و تقویت شما عمل می‌کند. پس شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در آمریکا موجب رونق اقتصادی شده است. البته این رونق اقتصادی در سینما به خاطر حجم و تنوعش خیلی زیاد است، و در سایر فعالیت‌ها نیز به نسبت و در نوع خودش خوب است. پس رونق اقتصادی فقط در صنعت سینمای آمریکا نیست. شما فکری را که در قالب کتاب،

قصه، نظریه علمی و و... ارائه کنید، کاری اقتصادی و انتفاعی کرده‌اید و در اکثر مواقع علاوه بر برکردن سرمایه هزینه شده سود هم می‌دهد. بر همین منوال، صنعت اسباب بازی، صنعت نفت، فعالیت‌های دانشگاهی و آموزشی و... همه اقتصادی است. مساله دیگر به رقابت بسیار شدید در آمریکا بر می‌گردد. این گونه نیست که بگوئیم جامعه آمریکا، یا فیلم‌سازی آمریکا یا صنعت انتشارات آمریکا با بقیه دنیا رقابت

دارند، بلکه در درجه اول رقابت در داخل خود آمریکا بی‌رحمانه وجود دارد و اشتباه و کاهلی در هر عرصه‌ای بسیار گران تمام می‌شود و اگر اشتباه به یک موفقیت بعدی تبدیل نشود، نابودی در خود آمریکا را به دنبال دارد. چون بازار رقابت بسیار شدید است. به همین دلیل در خود آمریکا فیلم‌سازان و کمپانی‌های سینمایی گاهی ورشکسته می‌شوند. در واقع در آمریکا یک عرصه رقابت رواج دارد که مانند آن شاید در هیچ جای دیگر در آن سطح وجود نداشته باشد. به همین دلیل است که پیشتازان هر شاخه‌ای از فعالیت‌های هنری، علمی، تجاری، سیاسی و غیره... در آمریکا پیشتازان در سطح جهان هم هستند. وقتی که در آمریکا کسی موفق شود و جلو بیفتد، یعنی در جهان موفق شده است و جلو افتاده است. همین وضعیت در مورد فیلم‌سازی و سینما هم هست. منظور من این است که صنعت سینمای آمریکا را نباید از بقیه فعالیت‌ها در آمریکا جدا کرد. آمریکا عرصه‌ای از رقابت، کشمکش و خلاقیت اشخاص و کمپانی‌ها برای موفقیت و جلو افتادن در این رقابت است. به نظر من امروزه پیشتازان عرصه صنعت، اقتصاد، سیاست و علم در آمریکا در بسیاری موارد پیشتازان این عرصه‌ها در جهان شده‌اند. همچنان که شاید بتوان گفت که پیشتازان عرصه‌های جنایت و خیانت و خبانت نیز در جهان همان‌ها هستند که در آمریکا پیشتاز شده‌اند.

[آقای دکتر! این حال به نظر می‌رسد بیش و پیش از قدرت اقتصادی، تعریفی که از فرهنگ، بازار و اقتصاد می‌کنند، کار ساز تراست. وقتی آمریکا خود را محدود و مرز پذیر به یک فرهنگ خاص (مثلاً فرهنگ آمریکا) نمی‌کند، یعنی بر عکس نگرش قوم‌مدارانه و فرهنگ (خاص) مدارانه‌ای که در دنیا وجود دارد، بسیار اقتصادی و بازاری به صنعت فیلم‌سازی خودنگاه

کرده است. مثلاً تصور کنید اگر ما می‌خواستیم راجع به خدا و مفهوم خدا و یا حتی شیطان فیلمی بسازیم، صرفاً به همان مفاهیم و اندیشه‌های دینی در فرهنگ خودمان توجه می‌کردیم، اما مثلاً «جورج لوکاس» برای ساختن «جنگ ستارگان» می‌گوید من برای پرداختن به مفهوم شیطان نمادها و مفاهیم و اسطوره‌های فرهنگ‌های مختلف را گردآوری کردم و از همه آن‌ها برای ساختن مفهوم می‌جهنمی استفاده کردم.

به عبارت دیگر پای بندی مردم سایر دنیا به فرهنگ‌های بومی و خاص، چنین مجالی را به فیلم‌ساز نمی‌دهد و به همین دلیل این فیلم‌ها نمی‌توانند با فرهنگ‌های دیگر ارتباط برقرار کنند. نکته مهم تر آن است که به نظر می‌رسد مجموعه‌ای از آثار یک صنعت سینما مثل هالیوود، یا سوره، باید دارای ابعاد سینمایی مورد نظر شما باشد. یعنی لزوماً همه فیلم‌های فرهنگی، هم هنری هم اقتصادی و... نیستند. حتی همه فیلم‌های هالیوود و داجد شرایط هنری و اقتصادی مناسب نیستند.

○ بله بنده هم راجع به «نظام سینمایی» صحبت کردم، نه فیلم. در ایران نظام سینمایی است که تعریف نشده و باید تعریف داشته باشد، شما در نظام سینمایی، نوعی از فیلم‌ها را خواهید دید، حتی فیلم‌های با درجه نازل از نظر هنری. اما برگردیم به بحث اول. مجرد فرض کردن فرهنگ، تعریف ناقصی از فرهنگ ارایه می‌دهد. فرهنگ ایرانی، قالی ایرانی، شعر ایرانی نیست، فرهنگ ایرانی مجموعه‌ای از اندیشه و رفتار ایرانی است. در نتیجه وقتی شما نتیجه می‌گیرید که به فرهنگ آمریکایی توجه نشده است، اتفاقاً در اکثر تولیدات موفق سینمای آمریکا، فرهنگ آمریکا حضور کامل دارد. ولی فرهنگ آمریکایی چیست؟ مثلاً در آمریکامثلی هست که می‌گویند (Might brings right) یعنی قدرت حق می‌آورد. این جزء اندیشه و رفتار آمریکایی یعنی فرهنگ آمریکاست، نه این که در جایی نوشته یا شعر شده باشد. شما می‌بینید این فرهنگ در فیلم‌هایشان کاملاً حضور داشته و رعایت می‌شود. و یا این که در فرهنگشان برنده شدن در مقابل بازندگی بسیار ارزش دارد و می‌گویند «نبايد بیازی، باید ببری»، در نتیجه این‌ها به هر کاری دست می‌زنند و از هر چیزی استفاده می‌کنند تا برنده شوند. برنده شدن را هم کلیشه‌ای نمی‌بینند و مثلاً برنده شدن در کن و مونترآل راضی‌شان نمی‌کند و باید در اسکار برنده شوند. چون برنده شدن در اسکار، برایشان قدرت و موفقیت اقتصادی و تأثیرگذاری به دنبال دارد. بنابراین شما فیلم‌های موفق آمریکایی را می‌بینید که کاملاً دارای جنبه‌هایی از فرهنگ آمریکایی هستند. جنبه دیگری که در فرهنگ آمریکایی وجود دارد، این است که برای کسب این قدرت و موفقیت‌ها از مجموعه پتانسیل جهانی استفاده می‌کنند و خود را در جغرافیایی خاصی محدود نمی‌کنند. کار لوکاس مصداق این بهره‌گیری از پتانسیل جهانی است و مثلاً به

در لابلای انتقاداتی که بعضاً از روی غرض ورزی، منافع شخصی، و یا بعضاً انتقاداتی که اصلاً ربطی به هنر و سینما و فرهنگ ندارد، گاهی با انتقاداتی مواجه می‌شویم که حاوی نکات درستی است که برای توسعه و اصلاح فعالیت‌های ما مفید است.

دیدگاه کلیسای خاصی اکتفا نمی‌کند تا همه بتوانند به نوبه خود با آن پیام ارتباط برقرار کرده و آن را درک کنند. این نوع برخورد، فرهنگ آمریکایی است. یعنی این که شما باید برای پیشرفت از پتانسیل جهان استفاده کنید. بنابراین شما می‌بینید که لوکاس در واقع فرهنگ آمریکایی را در فیلم و فیلم‌سازی به کار برده و از آن استفاده کرده است.

□ شما اشاره کردید که در تعریف حوزه هنری از سینما، بعد فرهنگی و هنری هم مدنظر است. همان طوری که در خلال بحث‌ها مشخص شد، تعریف فرهنگ در واقع بازار عرصه آن محصول فرهنگی را هم تعیین می‌کند. به عنوان مثال، تولید فیلم دفاع مقدس به سبب به کارگیری مضامین فرهنگ مورد پسند ایرانیان، دارای نگرش مثبت به دفاع مقدس است و توجه این‌ها را به خود جلب خواهد کرد، اما شاید یکی از رموز عدم مطرح شدن سینمای دفاع مقدس در هیچ کجای دنیا (چه در جشنواره‌ها و چه در سینماها) همین مشکل باشد. در واقع این بعد فرهنگی موجود در فیلم‌های دفاع مقدس، بازار محدود خودش را پیشاپیش تعریف کرده است. بنابراین وقتی چنین بعدی را در تعریف مان می‌پذیریم، خواه ناخواه استراتژی خودمان را در تعیین بازار باید مشخص کنیم. این که مثلاً فیلم‌های آمریکایی، در بعد فرهنگی به ملاحظات جهانی توجه می‌کنند، ثابت‌اند بازار دنیا را در دست بگیرند، شاید به خاطر آن است که در تعریف فرهنگشان به جغرافیای خاصی محدود نمی‌شوند و حتی به سمت تولید فیلم‌هایی خاص مثل فیلم‌های اکشن و زد و خوردی می‌روند که ربطی به فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های خاصی ندارد. حالا بفرمایید وقتی حوزه در تعریف از سینما به بعد فرهنگی هم توجه دارد، چه بازاری را در نظر گرفته بامی‌گیرد؟ چون اگر بخواهد صرفاً به ملاحظات فرهنگی خاص کشورمان و یا حتی به ملاحظات ایدئولوژیک یا سیاسی توجه کند، از بازار خود تعریف محدودتری ارایه کرده است و اگر بخواهد صرفاً به بازار توجه کند، ممکن است به رسالت‌های خود توجه نکند.

■ این اصل که اگر به جنبه فرهنگی سینما توجه داشته باشید به معنای محدودیت است، اصل درستی نیست. به نظر من مشکل بازار داشتن در عرصه سینما به عوامل دیگری باز می‌گردد. مثلاً تولید فیلم‌های جنگی به خاطر توجه به بعد فرهنگی نیست که حتی در ایران بازار مناسبی ندارد، بلکه عدم درک و توانایی فیلم‌ساز دفاع مقدس در توجه به ابعاد گوناگون سینما، از جمله بعد هنری، تکنولوژیک و... است. نکته دیگر این که برای ترویج فرهنگی خاص، نشان دادن و گفتن آن نموده‌ها و موعظه کردن، این کارکرد را نخواهد داشت.

مثلاً فیلم‌ساز دفاع مقدس فکر می‌کند باید برای ترویج مفهوم و فرهنگ شهادت، اطلاعات در این باره را با مستقیم گفتن یا تصویر نشان دادن، ارائه کند. در حالی که این کار سینما نیست. شما باید فیلمی بسازید که برانگیزنده ارزش و میل در مخاطب باشد، در حالی که در بسیاری از فیلم‌های به نام دفاع مقدس، اصل نشان دادن چیزی است نه تأثیر. مثلاً کاری که آقای مجیدی در فیلم رنگ خدا کرده است، شما در این فیلم هیچ شعار، بیانیه و موعظه راجع به خدا نمی‌بینید و این فیلم حتی یک صحنه نماز ندارد، ولی تأثیر عمیقی بر مخاطبان خارجی داشته است که گویا در چهره و زبان و نگاهشان

روح معنویت و خداجویی هویدا می‌شود.

پس برای توجه دادن مخاطب به خدا، لازم نیست در فیلم بگویید «به خدا توجه کنید»، یا به صورت تصنعی نشان بدهید که یک نفر به خدا توجه می‌کند. بلکه باید نتیجه‌اش توجه به خدا شود. سینمای متعهد از نظر حوزه، سینمایی است که نسبت به ابعاد فرهنگی، هنری سینما توجه دارد و با دیدی نقادانه نسبت به تأثیرات فرهنگی-اجتماعی، درصدد ایجاد تأثیرات مثبت فرهنگی است. پس اگر فیلم دفاع مقدس، نسبت به ارزش‌ها و مفاهیم دفاع مقدس، تأثیر منفی و بی‌زاری در مخاطب ایجاد کرد، فیلم ضد دفاع مقدس است. به نظر من هر فیلم دفاع مقدس که نسبت به جنبه‌های مثبت و ارزش‌های دفاع، متأثر بوده و تأثیرات مثبتی در این باره داشته، هم در سینمای ایران و هم خارج می‌توانسته موفق باشد. فیلم از کرخه تا راین از زمره این فیلم‌هاست، حالا ممکن است بحث بازار خارجی آن را مطرح کنید که این به نداشتن سیستم توزیع و پخش مناسب و حرفه‌ای برمی‌گردد.

پس نمی‌توان گفت سینمای دفاع مقدس چون متأثر از فرهنگ ایرانی، اسلامی و فرهنگ دفاع مقدس بوده، موفق نبوده است. بلکه اتفاقاً چون به خوبی متأثر و هم تأثیرگذار نبوده، نتوانسته موفق باشد. □ البته بحث ماکمی عام تر بود. عواملی مثل زبان نوع روابط خانوادگی، حجاب و... همه می‌توانند به عنوان عوامل «تنزیل فرهنگی» در تعیین بازار، کار ساز باشند. به همین دلیل پرداختن به مضامین عام انسانی، بازار گسترده‌ای را موجب می‌شود.

● تنزیل فرهنگی چیزهای عارضی است و ضرورتاً لازم نیست عنوان بند و زنجیر به آن‌ها بدهیم. البته باید در شکل پرداخت موضوع و داستان به آن‌ها توجه می‌شود.

ببینید مثلاً خود آمریکایی‌ها به موضوعات مورد توجه عموم جهان می‌پردازند و حتی اخیراً از پرداختن به مضامین یا تصاویری که از نظر اخلاقی در بازار جهان برایشان محدودیت ایجاد می‌کند، هم پرهیز می‌کنند. بنابراین در فیلم‌های اخیر آمریکا، مثل تایتانیک، جنگ ستارگان، فارست گامپ و... ضرورتاً به سکس یا خشونت مذموم تکیه ندارد. اما توجه داشته باشید خاستگاه و جهت‌گیری مضامین آمریکایی است. شما می‌توانید مضامینی را که بر اساس خاستگاه ارزشی ایران و اسلامی است. در شکل عامی بیان کنید که همه بتوانند بفهمند. مشکل زبان را با تکنولوژی، یعنی به‌دست دیگر سینما می‌توان به نسبت زیادی کم کرد. بخشی از زبان سینما، کلام است و شما می‌توانید چنان بخش غیر کلامی را قوت ببخشید که ضعف کلامی را حل کند. این ویژگی تکنولوژیک سینما است. در نتیجه شما می‌توانید مفاهیم عام مثل میل و توجه مرد و زن به یکدیگر را در فیلم ایرانی به کار ببرید. لازم نیست شکل آن را از نظر اخلاقی طوری عرضه کنید که با ضوابط اخلاقی جامعه ایرانی و بعضی جوامع دنیا مغایر باشد. ضمن این که این میل و کشش و تعادل در یک زندگی فردی و اجتماعی بین جنس مرد و زن را به زیباترین و ساده‌ترین شکل بیان کرده‌اید و همه هم آن را می‌فهمند. مهم نشان دادن آن میل و نگرش و در واقع کشش است نه نشان دادن

ظواهر. اگر توجه بکنید شما می‌توانید با رعایت ضوابط اخلاقی راجع به مسئله زن و مرد، گرایش و کشش و میل آن‌ها نسبت به یکدیگر، شعر بگویید، فیلم بسازید، نقاشی کنید و کار کنید. در نتیجه، شما توانسته‌اید، با رعایت ضوابط اخلاقی خاص فرهنگ خودتان، مسئله عامی را مطرح کنید که برای مردم جهان هم قابل درک است. آن‌ها اصل قضیه را می‌گیرند و در ضمن می‌دانند که این فیلم، به دست ایرانی‌ها ساخته شده و در ایران هم مثلاً این ضوابط اخلاقی موجود است و هیچ اشکالی هم ندارد. مهم این است که شما این را هنرمندانه بگویید. یعنی جنبه هنری سینما، خلاقیت و زیبایی‌شناسی در آن باشد. یعنی شما برای بیان آن حرف، از تکنولوژی سینما به نحو خلاقانه و خوبی استفاده کرده باشید. بعد همه جا آن را می‌گیرند.

حجاب یک نوع تنزیل فرهنگی است. ممکن است مخاطب بداند که مسلمان‌ها حجاب را رعایت می‌کنند، ولی این که می‌بیند در فیلم ایرانی، در رختخواب هم روسری سرشان می‌کنند...

این دیگر بدسلیقگی فیلم‌ساز است من این تنزیل فرهنگی را به آن مفهومی که شما می‌گویید، قبول ندارم. حجاب یک ضابطه اخلاقی و ارزشی است. شما وقتی فردی را در رختخواب نشان می‌دهید، خوب رختخواب که اصالت ندارد، شما می‌خواهید یک فکر، یک حس و یک مضمون را بیان کنید که می‌شود در شکل رختخواب نشان داد یا به شکل دیگری آن را نشان داد. اصل آن نوع حس و نگاه و مضمون است. شما می‌توانید با به کارگیری اندیشه و خلاقیت، همان چیز را در قالب دیگری بگویید. این عیبی ندارد، ضمن آن که اگر بخواهید آن را هنرمندانه بگویید، محدودیت‌ها را می‌پوشاند. ما زحمت نمی‌کشیم که یاد بگیریم و بیاموزیم که چگونه مفاهیم و مضامین سینمایی را در اشکال متفاوت بیان کنیم. خودمان را درگیر یک سری محدودیت‌ها می‌کنیم که دست و پایمان را می‌بندد. در صورتی که می‌شود از آن‌ها عبور کرد.

البته تنزیل فرهنگی، بازار را تعریف می‌کند. در بازار ایران این قرارداد را پذیرفته‌ایم که در فیلم حجاب وجود داشته باشد و ایراد هم نمی‌گیریم. اما در یک فرهنگ دیگر...

مسئله ما این نیست. شما می‌توانید یک بیان قومی سینمایی را که از نظر فرهنگی متعهد، از نظر اقتصادی مقتدر و از نظر هنری ارزشمند است، به وجود بیاورید که این محدودیت‌ها اصلاً در آن دیده نشود. نه تنها در ایران، بلکه در دنیا هم دیده نشود. منتها باید برای دستیابی به آن تلاش کرد، مطالعه کرد، زحمت کشید، خلاقیت به خرج داد و سرمایه‌گذاری کرد. هیچ کدام از این‌ها را در حال حاضر انجام نمی‌دهیم. شما نمی‌توانید اسم حجاب را تنزیل فرهنگی بگذارید. این رعایت ضوابط اخلاقی و ارزشی موجود هست که در یک اثر سینمایی برجسته به هیچ وجه به صورت منفی دیده نمی‌شود.

این برای تماشاگر ایرانی و مسلمان قابل قبول است.

من می‌گویم این اصلاً در سینما اصل نیست. کسانی که این را اصل می‌گیرند خودشان را در بند می‌کنند. ذهن و فکر و خلاقیت

خودشان را در بند می‌کنند.

مثال دیگری می‌زنم. مثلاً تکیه کلام‌های رایج در فیلم‌های ایرانی اگر به زبان دیگری دوبله شود، تماشاگر با آن ارتباط برقرار نمی‌کند. شما در واقع در فیلم به پاره فرهنگی اشاره کرده‌اید که فقط تماشاگر ایرانی می‌فهمد اما مخاطب چینی از آن سردر نمی‌آورد و با آن ارتباط برقرار نمی‌کند و به این ترتیب فیلم برایش جذاب نمی‌شود. در حالی که در هالیوود به این مسئله توجه می‌کنند و سعی می‌کنند عنصر تنزیل فرهنگی در فیلم‌هایشان وجود نداشته باشد. با توجه به این، در آن جا به خاطر ملاحظات اقتصادی و برای جذب مخاطب، به حذف وجه فرهنگ بومی خودشان در فیلم تن داده‌اند.

منظور شما نمودهای فرهنگی است نه وجه فرهنگی. آن‌ها سعی نمی‌کنند که وجه فرهنگی خاصی در فیلم‌هایشان که قابل درک و فهم مخاطبان گسترده است را حذف کنند.

این جزو فرهنگ آمریکایی است. در فرهنگ آمریکا، اقتصاد اصل است. ممکن است در جای دیگر این طور نباشد و تازه معلوم نیست در صورتی که فیلم درست سازمان‌دهی و عرضه نشود، مخاطب پیدا کند. یکی از وجوه فرهنگی آمریکایی این است که اقتصاد نقش تعیین‌کننده‌ای در زندگی دارد. خود این جزو فرهنگ آمریکایی است. حالا اگر در جای دیگری بخواهید بین اقتصاد و سایر جنبه‌های زندگی تعادل ایجاد کنید، می‌شود مثلاً فرهنگ چینی، ژاپنی و فرهنگ ایرانی.

برای رسیدن به مخاطب جهانی، ناچاریم جهت‌گیری اقتصادی داشته باشیم کاری به این مسئله نداریم که بر حسب اتفاق، این جزو فرهنگ آمریکایی است. برای این که مزاحمت تنزیل فرهنگی وجود نداشته باشد و ما بتوانیم به مخاطب جهانی دست پیدا کنیم، چاره‌ای نیست جز آن که فرهنگ را تابعی از اقتصاد بکنیم. آیا حوزه هنری هم این اصل را پذیرفته یا...

ما این اصل را اصلاً قبول نداریم. یعنی فکر نمی‌کنیم این چیزی که شما می‌گویید اتفاق بیفتد. این در سینمای آمریکا وجود ندارد، بلکه این فرهنگ آمریکایی است که بر سینمای آمریکا تأثیر گذاشته است. ما گفته‌ایم که فرهنگ بر سینما تأثیر می‌گذارد و سینما هم بر فرهنگ تأثیر می‌گذارد. گرچه شاید می‌گویید این یکی از مشخصه‌های سینمای آمریکا است. من می‌گویم این یکی از مشخصات فرهنگ آمریکا است که بر سینما تأثیر گذاشته است. علت موفقیت آن ضرورتاً این نبوده است. چون شما در فیلم‌های آمریکایی که دارای جنبه‌های خلاقانه و هنری و فنی و تکنولوژیک نباشد ولی این جنبه‌ای را که می‌گویید، داشته باشد، شکست می‌خورد. فیلم‌هایی موفق هستند که این تعادل در آن‌ها وجود داشته باشد. مثلاً وقتی فیلمی مثل تایتانیک را نگاه می‌کنید، می‌بینید عناصر ترکیب شده تولید چنین فیلمی به گونه‌ای است که با هم یک اثر جاذب ساخته است. اصلاً این موضوعی هم که شما می‌گویید در آن نیست. نحوه سلام دادن و نحوه دست دادن هم متعلق به فرهنگ آن زمان در انگلستان است. نمودهای فرهنگی خاص خودشان را به کار برده‌اند، اما در قالب و با استفاده از عناصر سینمایی آن را به کار برده‌اند که پذیرش جهانی پیدا می‌کند. شما نمی‌گویید که مثلاً در فیلم تایتانیک، چرا دختر موقعی که می‌خواهد سوار کشتی شود،

لباس این جوری پوشیده؟ او یک انگلیسی اصیل است. یک سفر طولانی، تشریفات سوار شدن به کشتی، لباس خاصی را ایجاد می‌کند. استفاده از نمود فرهنگی بومی اتفاقاً هیچ مشکلی ایجاد نکرده. به خوبی استفاده کرده است. ولی آیا این برایش مشکلی ایجاد کرده است؟ حالا می‌توانید از نمود فرهنگی ایرانی استفاده کنید بدون این که مشکلی ایجاد کند، همان طور که آن فیلم ایجاد نکرده است. پس علل موفقیت آن این نیست که آن را در نظر نگرفته، چون در نظر گرفته، پس علت موفقیت آن چیز دیگری است. شما نباید اختلاط مفاهیم و معانی ایجاد کنید. شما در فیلم‌های آمریکایی که قصه آن ایجاد می‌کند از نمودهای فرهنگی بومی استفاده کنید همین کار را می‌کنید و این موجب شکست یا موفقیت آن نمی‌شود. چیزی دیگری که نام آن سینماست، باعث آن می‌شود. در نتیجه، ممکن است فیلم سرخپوستی ببینید که تمام لباس‌ها و آداب معاشرت و نوع حجاب و غیر حجاب آن‌ها خاص خودشان است. آن را به کار برده‌اند اما در قالب سینمایی و عناصر سینمایی را به گونه‌ای استفاده کرده‌اند که همه جا موفق بوده است.

در فیلم ناخدا خورشید، نوع خاصی از حجاب بومی زن جنوبی ایران به کار رفته، در کجای دنیا محل برقراری ارتباط بوده است؟ هیچ کجا. موجب ایجاد بعضی جذابیت‌ها هم شده است. ببینیم در این چهارچوب چگونه می‌شود کاری ارائه کرد که هم مخاطب ایرانی و هم مخاطب غیر ایرانی داشته باشد.

محدودیت اتفاقاً می‌تواند به یک نقطه مثبت تبدیل شود. محدودیت وقتی محدودیت است که نتوانید از آن فراتر بروید. به نظر من، رعایت حجاب در سینمای ایران، می‌تواند به یک نقطه قوت و جهانی شدن فیلم‌های ایرانی تبدیل شود. خوب، دنبالش نمی‌روند، محدودیت می‌شود. بقیه چیزهای دنیا، نحوه لباس پوشیدن، سلام و علیک کردن، نشستن، غذا خوردن... خیلی چیزهای دیگر هم هست که در کشورهای دیگر به عنوان محدودیت به کار نمی‌روند، اتفاقاً به عنوان نقطه جذابیت و قدرت به کار می‌روند. ما همیشه ضعف‌های خودمان را تبدیل می‌کنیم به موانعی که انگار دیگران جلوی مان گذاشته‌اند. در صورتی که ضعف از خودمان است، این چیزهایی است که در سازمان توسعه سینمایی سوره راجع به سینما تبیین می‌کنیم. در سازمان توسعه سینمایی سوره، به هیچ وجه ما ضوابط، قواعد و ارزش‌های اخلاقی و عرفی و اجتماعی خودمان را که ارزشمند است، زیر پا نمی‌گذاریم. باید دید در این چهارچوب چگونه می‌شود کاری را ارائه کرد که هم مخاطب ایرانی داشته باشد و هم مخاطب غیر ایرانی.

البته ما فکرمان معطوف مخاطب ایرانی است چون سینمای ما در داخل شکست خورده است. سینمای آمریکا که می‌بینید جهانی شده، اول در آمریکا موفق بوده. شما به ندرت فیلم آمریکایی را می‌بینید که در آمریکا شکست بخورد و در جای دیگر موفق شود. اول در آمریکا موفق است، بعد در جاهای دیگر. ما هم همین کار را باید بکنیم، باید اول فیلمی بسازیم که مخاطب ایرانی داشته باشد؛ بعد بیاییم جنبه‌هایی را در آن تقویت کنیم که علاوه بر مخاطب

ایرانی، مخاطب جهانی هم داشته باشد، نه برعکس. شما می‌گویید مشکل سینمای ایران، آن است که مخاطب جهانی ندارد. من می‌گویم اصلاً مشکل سینمای ایران این نیست. مشکل سینمای ایران، آن است که مخاطب ندارد. نه این که مخاطب جهانی ندارد.

□ یکی از وجوهی که برای سینما برشمردید، سالن بود. آیا تا کید شما سالن، به این معنا نیست که، بخش اعظمی از همین بازار ایران را ز دست می‌دهید؟ با توجه به محدودیت سالن در وضعیت فعلی آیا بهتر نیست مجاری دیگری را غیر از سالن سینما در نظر داشته باشیم. با توجه هم در دنیا هم بخش عظیمی از درآمد کمپانی‌های فیلم‌سازی از مسیری غیر از سالن سینما به دست می‌آید. سالن سینما تنها یک چهارم از درآمد این کمپانی‌ها را تأمین می‌کند.

■ این چنین نیست. چون ما به روش‌های دیگر عرضه فیلم سینمایی هم در جای خودش بها می‌دهیم. ولی یک وقت هست که باید تعاریف را برای خودمان روشن کنیم. یک وقت هست که دنبال این هستیم که نحوه و روش‌های استفاده و بازاریابی را به دست بیاوریم. ما وقتی می‌گوییم فیلم سینمایی، یعنی که فیلمی که باید دارای مشخصه‌های سینمایی باشد، عناصر و عوامل و ساختار آن سینمایی باشد، قابلیت نمایش در سینما را هم داشته باشد و مخاطب سینما داشته باشد. ولی شما یک وقت فیلم ویدیویی می‌سازید و از طریق ویدیو تکثیر می‌کنید و استفاده می‌کنید که قابلیت نمایش در سینما را ندارد یا عناصر و عوامل مشخصه فیلم سینمایی را ندارد و از طریق ویدیو تماشا می‌شود. این خیلی خوب است اما سینما نیست. یک وقت فیلم سینمایی می‌سازید و تبدیل به ویدیو هم می‌کنید. هیچ اشکالی ندارد که شما فیلم‌های سینمایی را به هر طریق دیگر توزیع کنید. ولی باید قابلیت اولش این باشد که قابل عرضه در سالن سینما باشد. سینما می‌تواند یک صنعت دارای هویت و شخصیت و مقتضیات خود باشد. صنعت سینما بدون این عوامل معنا ندارد. ممکن است شما مثلاً فیلم‌سازی داشته باشید اما صنعت سینما نداشته باشید. در بعضی کشورها این اتفاق افتاده است. مثلاً در استرالیا، در سال - چیزی در حدود ده فیلم و گاهی پنج فیلم سینمایی ساخته می‌شود. سینمای این کشور زیاد گسترده نیست. بعضی اوقات پانزده فیلم هم می‌سازد. اما صنعت فیلم‌سازی آن کشور بسیار قوی است. بسیاری از کشورهای انگلیسی زبان دنیا سریال‌های خود را از استرالیا خریداری می‌کنند. استرالیا صنعت فیلم‌سازی قوی اما صنعت سینمای ضعیف دارد. البته تعداد سالن‌های سینما به نسبت کم نیست، اما این سالن‌ها در خدمت فیلم‌های سینمایی آمریکایی است و جزئی از صنعت سینمای آمریکا محسوب می‌شوند. حتی مالکیت بسیاری از آن‌ها آمریکایی است. بر اساس تعریف، ما هیچ کس نمی‌تواند مدعی شود که استرالیا صنعت سینمای قوی دارد تنها به این دلیل که سالن سینما زیاد دارد. و یا نمی‌توان گفت که کشور که فیلم‌های سینمایی زیاد می‌سازد ولی سالن سینما ندارد دارای صنعت سینمای قوی است. همچنین است اگر در جایی فیلم‌هایی ساخته شوند و سالن‌هایی هم باشند ولی مردمی با رغبت کافی برای تماشای آن فیلم‌ها به آن سالن‌ها نروند. ■