

۱. جنبه‌های اجتماعی

به کرات این مطلب را شنیده‌ایم که می‌گویند نمایش و سرگرمی با آگاهی اجتماعی مردم در تضاد است. اما بهتر است بگوییم که شکل و نحوه ارائه نمایش که سازندگان به دلایل مختلف بدان توسل می‌جویند، عامل بازدارنده اصلی در جهت رشد، تکامل و بلوغ اجتماعی یک جامعه است.

حقیقت امر را می‌توان در جای دیگری نیز ریشه‌یابی کرد. شرایط سخت و ملال‌آور کار و حرفه روزانه، فقدان فرصت و یا موقعیتی برای تفریح فردی و دسته‌جمعی که هر دو در زندگی مدرن غربی امروز نقش غیرقابل انکاری ایفا می‌کنند، موانعی هستند که مسیر رشد ادراک اجتماعی را مسدود نموده و موجب می‌گردند که مردم برای پرکردن اوقات بیکاری و استراحت خود به تفریحات بی‌ارزش روی آورند. موانعی که در جهت بهبود و اصلاح تفریحات نمایشی مردم موجود است تنها به محدودیت‌های اقتصادی در زمینه تولید ختم نمی‌شود، بلکه اوضاع و شرایط موجود هر جامعه نیز در قبول نوع تفریح موجود در آن می‌تواند مؤثر باشد.

خوشبختانه در برخی زمینه‌ها، نارسایی و نقص الگوهای حاکم بر جامعه بر همگان روشن شده است. علاوه بر آن اضمحلال افکار و عقایدی که سالیان سال مردم با آن نظر مساعدی داشتند موجب گردید که بیش و آگاهی مردم تا حد زیادی برانگیخته شود. در عصر حاضر، چه بخواهیم چه نخواهیم، تحت تأثیر و القای نیروهایی هستیم که بر آن‌ها کوچک‌ترین اعمالی قدرتی نداریم و این نیروها ما را نهایتاً وادار می‌سازند که در شکل‌دهی زندگی آینده‌مان نقش فعالی ایفا کنیم، مگر آن‌که آن قدر بی‌ذوق و اراده باشیم که اجازه دهیم دیگران تعیین‌کننده سرنوشت‌مان باشند.

آقای ولز معتقد است که ما با سه جنبه تغییر و تحول مواجه‌ایم. اول، مشکل جلوگیری از شروع و

گسترش ویرانی جنگ، دوم، مشکل ملّی‌کردن و سازمان‌دهی مجدد در امر توزیع که ناشی از تغییر رویه و انتقال از نقطه کمبود به مرز فراوانی است، و سوم، مشکل ضایعات پولی که علی‌رغم نیازهای عصر حاضر ریشه در ضعف تشکیلات اقتصادی ما دارد.

شاید این مطلب صحّت داشته باشد که خیلی از ما از هرگونه تغییرات جدید و عجیب و غریب گریزانیم و از آن‌ها استقبال به عمل نمی‌آوریم. شاید بسیاری از ما مسایل عدیده‌ای را که تمدن ما با آن‌ها روبروست فدای آمال شخصی و زندگی خصوصی خود کنیم و شاید هم در تلاش نومیدانه‌مان برای بقا از پیروزی‌های کوچک و کم‌اهمیتی که به دست می‌آوریم احساس خرسندی کنیم. اما شرایط و وقایع موجود در جامعه به گونه‌ای است که نمی‌توان به این نوع طرز تفکر و شیوه زندگی تا ابد ادامه داد.

با تداوم اعتصابات، بلایا و حوادث شوم، برنامه‌های گوناگون و هر نوع شکلی از بحران‌های سیاسی-اقتصادی که در سال‌های اخیر جامعه ما با آن دست‌به‌گریبان بوده است می‌توان اذعان کرد که افراد جامعه به تدریج در امور ملّی و عمومی از خود علاقه نشان می‌دهند و مایل‌اند در این قرن به اصطلاح دموکراسی رابطه خویش را با جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند دریابند.

نظر به وضعیت و شرایط اجتماعی مغشوش و ناآرامی که امروزه بر جوامع حاکم است یک فرد عادی خواهان آن است که از موقعیت فعلی خویش در امور بین‌المللی مطلع گردد. او می‌خواهد در مورد چگونگی پیدایش وضعیت اسفناک امروز جامعه خود بیش‌تر آگاه گردد و بداند که دقیقاً طی چه مراحل و توسط چه کسانی آن شرایط رقت‌انگیز رفع خواهد شد. من هر روز با افرادی مواجه می‌شوم که تشویش و نگرانی خود را نه تنها از مشکلات و پیچیدگی‌های سیاسی-اجتماعی روزافزون جامعه خود، بلکه از بی‌کفایتی آشکار اولیای

امور در دستیابی به راه‌حلی مناسب در این زمینه ابراز می‌دارند. از آن‌جا که این مردم خواهان روشن‌شدن برخی موضوعات به‌طور واضح و آشکاراند، اهمیت دست‌اندرکاران مطبوعات و بازرسان تفاسیر و بحث‌های رادیویی بیش‌تر از دیگران شناخته می‌شود.

میلیون‌ها مردمی که تا همین چند سال پیش از بحث‌های سیاسی ترس و اکراه داشتند امروزه علاقه روزافزونی به علم سیاست از خود نشان می‌دهند. البته سیاست نه به معنای قدیمی لغوی آن، بلکه علم سیاستی که علوم اقتصاد، جامعه‌شناسی، فرهنگ و هر برخی موارد مذهب را نیز شامل شود. امروزه یک شخص عادی بدون در نظر گرفتن احساس امنیت برای خویش، تقریباً به آشنفگی‌های مهیب سیاسی که طی پانزده سال اخیر روی داده است و هم‌اکنون نیز در حال رخداد است واکنش نشان داده و مایل است از ناآرامی‌های غیرقابل انکاری که در آینده‌ای نه‌چندان دور پیش‌بینی می‌شود مطلع گردد. در حقیقت، تمدن امروز پیچیدگی مسایل سیاسی و اجتماعی را مطرح می‌سازد که هر شخص فکوری ناگزیر از اندیشه در آن‌هاست.

از آن‌جایی که علم سیاست در شکل‌دهی و طرح‌ریزی نظام اجتماعی ما دخالت داشته و نقش آن در زندگی خصوصی و اسباب معیشت مردم حس می‌شود، بر هر شخص عادی است که تنها به‌عنوان یک رأی‌دهنده منفعل ظاهر نگردد، بلکه عضویت فعالی در جامعه خویش داشته باشد. جامعه به همکاری‌های او در زمینه سیاسی، اقتصادی و حتی مخالفت‌های به‌جای او نیازمند است و او باید در جهت رفع این نیازها هشیارانه تجهیز گردد.

پرواضح است که میزان علاقه عوام در مدیریت یک کشور و مشکلات ناشی از آن به نظام اجتماعی آن کشور بستگی دارد. جایی که قدرت عمل دولت محدود باشد، مانند شکل پارلمانی حکومت، و یا جایی که سیستم اقتصادی حاکمیت مطلق داشته باشد، این میزان علاقه

به حداقل می‌رسد و تنها از جانب کسانی ابراز می‌شود که توانسته باشند لیاقت خویش را در احراز آن شغل به اثبات برسانند (البته اگر شغلی داشته باشند) و یا کسانی که در امر معاش سربار دیگران‌اند. اما به‌مجرد این‌که دولت بر روی عوامل مؤثر در جامعه اعمال نفوذ کند، میزان علاقه عموم فزونی یافته و اذهان به‌سوی آن معطوف می‌گردد.

هرچه میزان علاقه و سهم افراد در پیشبرد امور اجتماعی‌شان بیش‌تر باشد و هرچه میزان انتقادات سازنده پیشنهادی از سوی آنان فزونی یابد، آحاد ملت زودتر آن مسئولیتی را که به‌عنوان عضو یک جامعه بر دوش دارند درک می‌کنند. تنها مشکل، اختلاف طبقاتی و برخی ریشه‌های فاسد نظام آموزشی است که سد راه همکاری صمیمانه افراد جامعه با یکدیگر شده و موجب می‌گردد که مانعی برطرف‌نشده در جهت تلاش برای پیشبرد زمینه‌های اجتماعی پدیدار شود.

در نظر اول تصور چنین است که آموزش به‌عنوان هدف اولیه خود رسالت آراستن و پیراستن اذهان مردم را به‌عهده دارد. اما با اندک تعمقی درمی‌یابیم که در بسیاری جاها این مفهوم یا آنچه عملاً از آن عایدمان شده است مغایرت دارد. در حقیقت دلایل متعددی موجود است که بپذیریم که نظام آموزشی به‌عنوان یک کل نه‌تنها حقایق ضروری بلکه هیچ اندیشه مثبتی را که یک نظام تربیتی - آموزشی مناسب بدان نیازمند است را به شهروندان ارائه نمی‌دهد. در این‌جا لازم است نقل‌قولی را از یکی از کارشناسان آموزشی که این نقایص را دریافته است بیان کنم:

«هدف آموزش باید این باشد که شهروندان را در انتخاب‌های خود به‌گونه‌ای بی‌روبراند که همواره به‌جای بدترین از بهترین خط‌مشی پیروی کنند. باید در صورت امکان، زمانی که شخص هنوز در مدرسه است، اصول و حقایق اصلی به وی گفته شود، خواه این اصول و عقاید

که غالباً به شکل سؤالات عمده روز مطرح می‌شوند اخلاقی باشند، خواه اقتصادی و یا سیاسی. باید حقایق را به وی توضیح داد و به جای حس ارضای ناسیونالیست‌مآبانه حس همکاری بین‌المللی در ذهن او القا شود و به جای برانگیختن حس قدرت و اعمال زور در او، از وی بخواهیم در زمینه رفع مشکلات هم‌نوع خود اندیشه کند.

اما شناخت و درک نیاز به یک تربیت محتاطانه نسل جوان در مدارس و دانشگاه‌ها و آماده‌سازی آنان برای کار و حرفه آینده‌شان به‌عنوان یک شهروند در جامعه هنوز عمومیت نیافته است. هنوز هستند مدیران مدرسی که در ارتباط با کمبود وقت، کمبود معلمان واجد شرایط و خطرات تعصبات سیاسی و نظایر آن مشکلات حادّی را مطرح می‌سازند. و این بدان معناست که امروز یا فردا با نسلی مواجه خواهیم بود که در مدارس تربیت اندکی به‌عنوان یک شهروند کسب نموده‌اند، و این با دانش کلی تربیتی لازم جهت انطباق در جامعه و پایبندی و وفاداری به سازمانی خاص در تضاد است. نمی‌توان دست روی دست گذاشت و منتظر ماند. نقش جنبش آموزش بزرگسالان در جهت رفع این نقایص از اهمیت والایی برخوردار شده است. تا آن‌جا که آموزش محدود به خواندن، نوشتن و حساب‌کردن اعداد و ارقام می‌شود باید گفت که نظام فعلی آموزش هیچ نقص و ایرادی ندارد. اگر موفقیت‌های جزئی برخی از الگوهای آموزشی را به‌حساب نیاوریم باید بگوییم که انتقال دانش رموز فنی حرف تخصصی بالنسبه چشمگیر بوده است. حال آن‌که در مدارس درجه‌یک تمایل اولیای امور بر این محور استوار است که جهت ارتقای وضعیت فرهنگی بزرگسالان باید آنان را با زبان‌های مرده آشنا کنند، کتب قدیمی را مطالعه کنند و فهرستی از وقایع گذشته جهان را بیاموزند. درک بالایی از علم ریاضی کسب کرده و



شکل منسوخ و سنتی هنر را تجلیل نمایند. آموزش ورزش در چارچوب مقررات قانونی خود جایگاه محفوظی دارد، چرا که ورزش در بهبود تناسب فیزیکی اندام نقش به‌سزایی ایفا می‌کند.

گاه به دو هدف اصلی که روش‌های آموزشی بر آن استوار است ظنن می‌شویم. هدف اول نظام آموزشی، همانا پرورش افرادی است که بتوانند حداکثر موفقیت‌های شخصی را کسب و محفوظ نگاه دارند. هدف دوم، تربیت افرادی است که همه عقاید و نظرات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی که به نفع طبقه ناظر بر نظام آموزشی است قبول داشته و بدان احترام گذارد. در هیچ‌یک از زمینه‌های فوق نظام آموزشی امروز ما ابدأ به تربیت فرزندان که نقش مهمی در پیشبرد اهداف سیاسی ایفا کنند همت نگمارده است مگر این‌که این افراد همان چیزهایی را قبول کنند که بر همگان واضح و مشخص است. پس چگونه می‌توان از این کودک و به‌ویژه کودک طبقه کارگر انتظار داشت بین آنچه در مدرسه آموخته و آنچه که در محیط جامعه می‌بیند هم‌آهنگی و سنخیتی مشاهده کند؟ این همان مطلب مورد نظر من است.

اخیراً این نیاز که باید کودک را به‌عنوان یک فرد مستقل تربیت کرد و به جامعه تحویل داد درک و شناخته شده است. نیازی که عصر حاضر به‌طور ناخواسته بر دوش کارشناسان آموزشی تحمیل کرده است. اما به‌جز دادن اطلاعات اولیه از ساختار اجتماعی و سیاسی زندگی ماشینی مان به کودک در حال رشد و پیدایش و گسترش نقایص احتمالی این‌نوع بافت اجتماعی، باید گفت که آموزش تمام توان خود را به‌کار گرفته است تا از بروز هر نوع ظن و بدگمانی در بین مردم جلوگیری شود، و این‌که مردم نگویند این سیستم نظارت، همه چیز هست الا آنچه که در حد کفایت باید باشد و یا این‌که نگویند جهان بر هر خط و روشی استوار است جز آنچه که به موفقیت رهنمون می‌شود. به همین

ترتیب بسیاری از اصولی که جامعه مدرن ما بر آن بنا شده است در معرض انتقاد و موشکافی قرار می‌گیرد.

در نتیجه قسمت اعظم آموزش‌های سیاسی، جامعه‌شناسی، اقتصادی و نظایر آن به نتیجه‌گیری‌های کلی و بی‌محتوایی برمی‌گردد که نهایتاً موجب می‌شود شخصی در رابطه با سیستم موجود بی‌تفاوت و منفعل باقی بماند. بنابراین در این نکته که صاحبان روزنامه‌های بزرگ ملی در تأثیرگذاری افکار عمومی مردم بریتانیا نقش به‌سزایی دارند جای تردید هست؟ صاحبان روزنامه‌هایی که ورزشکاران حرفه‌ای را به خدمت خود دارند و از وجود افرادی چون نویسندگان تبلیغاتی، سیاستمداران سرخورده، سازندگان فیلم‌هایی که صرفاً جنبه سرگرمی دارند استفاده می‌کنند، آیا این‌ها و سازمان رادیویی کشور، علی‌رغم ایراداتی که بر آن‌ها وارد است، مسئولیت خطیرتری دست‌کم نسبت به سینما و مطبوعات ندارند؟ هیچ‌یک از این‌ها و (سینما و مطبوعات) مادامی که تنها بر محور منفعت‌طلبی شخصی استوارند نمی‌توانند در پیشبرد اهداف اجتماعی و داشتن کارایی مفید بین توده مردم نقشی داشته باشند و مادامی که از جنبه‌های غیراخلاقی و فرهنگی طبیعت انسانی، سودجویان اقتصادی کیسه بدوزند نمی‌توان به آنان در اصلاح و بهبود شرایط اجتماعی جامعه خود اعتماد کرد.

به‌طور خلاصه ما امروز نیازمند آن‌ایم که از یک‌طرف میزان علاقه عموم را به امور ملی و بین‌المللی افزایش دهیم و از طرف دیگر به بلوغ فکری و آگاهی اجتماعی عده قلیلی از مردم که تعدادشان رو به افزایش است بیاندیشیم. ناگفته پیداست که اگر تمدن آینده ما بخواهد با هدف برقراری امنیت و پیشرفت اجتماعی گام بردارد می‌بایست مردم را در مورد اقدامات ساده دولت و حقایق اصلی ابزار و روش‌های اقتصادی-اجتماعی مان آگاه کرد. سخنان آقای جیمز هاروی رابینسون^۲ در این زمینه خواندنی است:

... اگر حقایق تاریخی به ظاهر بی چون و چرایی که تاکنون خوانده‌ایم واقعاً درک می‌شدند و در حوزه اندیشه‌مان جایگاهی فعال داشتند جهان امروز بی‌درنگ به مکانی مبدل می‌گشت که با آنچه اکنون هست زمین تا آسمان مغایرت داشت. اگر چنین بود هرگز نه می‌توانستیم از ساده‌لوحی دیگران سوءاستفاده کنیم و نه خود را گول بزنیم و در نتیجه همه بحث‌ها مان در مورد اصلاحات سیاسی-صنعتی و اجتماعی به نتیجه مطلوب می‌رسید.

دهه‌های سوم و چهارم این قرن شاهد پیدایش دو ابزار فوق‌العاده نیرومند برای بیان و انتقال دانش بودند. رادیو و سینما، چه با هم و چه جدای از یکدیگر توانستند انقلاب عظیمی در روش‌های آموزشی پدید آورند که از زمان پیدایش ماشین چاپ چنین چیزی سابقه نداشت. هر دوی آن‌ها در تحقق چنین هدفی کارساز واقع شدند و از آن‌ها برای اهداف خاصی در دوره زمانی به‌خصوصی استفاده گردید. بنابراین نکته دیگر بحث ما پیرامون این مطلب خواهد بود که صنعت فیلم چگونه و تا چه حد توانسته است در خدمت جامعه باشد.

۲. بنیاد اقتصادی و توسعه تجاری

قبل از آن‌که در مورد تأثیرات و امکانات سینما اندیشه کنیم و به کنکاش پیرامون اهداف و ارزش‌های آن و با چگونگی رشد و کاربرد سینما بپردازیم باید خاطرنشان ساخت که سینما اساساً متکی بر دستگاه‌های مکانیکی است. پیدایش فیلم در شکل اصلی صامت خود بر پایه قوانین علمی صفحه حساس، اصول مکانیکی دوربین، یک‌سلسله عملیات و نهایتاً نمایش روی صحنه استوار است. عملیات ظهور و نمایش فیلم تماماً مکانیکی

است. به همین دلیل هرچند کاربرد فیلم باید در حوزه هنری و آموزشی بررسی شود اما باید اذعان کرد که از صنعت فیلم به‌عنوان یک مشکل و مسئله در علم اقتصاد یاد می‌شود. این حرف بدین معناست که نه تنها گسترش صنعت فیلم‌سازی باید تحت نظارت قوانین تولید و توزیع فیلم حرکت کند بلکه موضوعات و تا حدی سبک و روش ارایه آن نیز باید ضرورتاً متأثر، و نه دیکته‌شده، از بُعد تجاری باشد.

باید دانست که سینما به‌عنوان یک صنعت در مسیری حرکت می‌کند که همانند آن مسیر را در دیگر شاخه‌های تولیدی کارخانجات مشاهده می‌کنیم. بدین مفهوم که انگیزه اصلی آن تولید برای پرکردن جیب شخصی است. شرح و توصیف تکامل سینما به‌عنوان وسیله‌ای برای پرکردن اوقات فراغت مردم که برخاسته از ذکاوت ذهن عده‌ای منفعت‌طلب است را در جای دیگری مطرح خواهیم ساخت. فقط اجازه دهید به ذکر این نکته بسنده کنم که در طی ۳۵ سال گذشته هرچه سرمایه‌داران گردن‌کلفت عنان اقتصاد را محکم‌تر و استوارتر در دست گرفتند، سازندگان و فروشندگان فیلم‌ها نیز بیش‌تر و بیش‌تر در خط بازاری شدن افتادند.

این واقعیت که سینما در مقیاس وسیعی بر پایه پرکردن اوقات بیکاری مردم استوار است و نیز این نکته که این صنعت در ازای مبلغ ناچیزی که نهایتاً از اصل هزینه تولید فراتر می‌رود قادر است برای چندمین بار به نمایش فیلم بپردازد، مبین آن است که همه ابزار تولید انبوه آن در واقع پا جای پای کارخانجات عریض و طویل تولیدی می‌گذارند و همگام با کارخانجاتی چون کنسروسازی و اتومبیل‌سازی حرکت می‌کنند. از آن‌جا که در این صنعت امکان این هست که جیب‌ها را انباشته از پول کرد، تولید فیلم از سیاست اقتصادی بازگشت سریع سرمایه در حداقل زمان پیروی می‌کند. شاید به‌خاطر همین روش سریع بازرگانی است که امروز شاهد افزایش بی‌رویه فیلم هستیم و می‌بینیم که چگونه



هزاران نفر از دست‌اندرکاران تهیه فیلم حقوق بالایی دریافت می‌کنند و این‌که چگونه دلالان و خرده‌فروشان از قیَل آن روزگار می‌گذرانند و البته در عین حال، این معامله خواست سرمایه‌گذاران مالی فیلم را نیز برآورده می‌کند. اِعمال چنین روش‌هایی اگر در دورنمای دیگر موجب شگفتی مردم می‌شد، در عصر حاضر راه را برای به‌دست آوردن پول‌های بادآورده باز کرده است و در این راستا ارزش تبادلی معامله اغلب به بیش از کار انجام‌شده واقعی خاتمه می‌یابد. این افراد در آگهی‌های پرسر و صدای تبلیغاتی‌شان سعی می‌کنند مردم را «فیلم‌دوست» نگاه دارند و نتیجه فرهنگی آن این شده است که ستارگان فیلم‌ها اسطوره‌های قرن بیستم شده‌اند و کارخانجات فیلم‌سازی جایی برای پرستش آنان. سینما به‌عنوان یک صنعت موجبات تفریح مردم را فراهم می‌سازد و منطقی است که در تلاش طبیعی‌اش برای کسب حداکثر منفعت سعی کند فیلم‌هایی بسازد که به مزاج تعداد کثیری از سینمازوندگان خوشایند آید و از این‌روست که ارزش‌های معنوی ارایه‌شده در این فیلم‌ها موافق با افکار عمومی عرضه می‌شود. از آن‌جایی که این روش به انضمام تبلیغات و بذل توجه به راحتی و آسایش مردم در سینما مؤثرترین روش در خالی‌کردن جیب مردم است، قسمت اعظم وقت و پول این صنعت صرف تکمیل و فروش بخش‌هایی از آن می‌شود - مانند تهیه فیلم‌هایی که ریشه در ادبیات و سنت تئاتر دارند. در این زمینه سینما بسیار مورد استثمار قرار گرفته، به‌نحوی که داستان‌هایی طویل را در مجموعه‌های محدود و کوتاه طبق خواسته و سلیقه مردم ساخته، تفکیک و جدول‌بندی می‌کنند. و الحق که سلیقه مردم را به‌درستی ارزیابی کرده‌اند. این مهم نیست که نگرش ما به قضیه چگونه است، فقط باید قبول کنیم که سینمایی که تا دیروز در حدّ یک اسباب‌بازی اجر و منزلت داشت اکنون به مدد ذکاوت ذهن عده‌ای به یکی از غول‌پیکرترین صنایع جهان تبدیل شده است و

محصولاتش تقریباً در هر شهر و روستایی در حداقل چهار قاره جهان نمایش داده می‌شود.

به‌طور کلی صنعت فیلم چنان فراگیر شده است که باید آن را در زمره مؤثرترین عوامل در هدایت افکار عمومی به حساب آورد. چرا که جنبه‌ای از زندگی اجتماعی نیست که تأثیر سینما در آن محسوس نباشد. آقای بلومر^۴ پیرامون تأثیر فیلم در ذهن کودک مطالب ارزشمندی جمع‌آوری کرده است. وی اظهار می‌دارد:

برخی از نوجوانان به دلیل طرز فکر و سوابق تجربی‌شان زندگی جوانان امروز را همان‌گونه که در فیلم نشان داده می‌شود، نه تنها زندگی ایده‌آل بلکه صحیح‌ترین شکل زندگی می‌دانند. آنان می‌خواهند از لابه‌لای این فیلم‌ها معنای آزادی، چگونگی روابط با والدین و یا رفتار با دوستان‌شان را یاد بگیرند. و بدین‌گونه است که سینما چون امپراتوری قوانین رفتاری را صادر می‌کند و به‌مثابه ابزاری عمل می‌کند که می‌تواند تک‌تک افراد را با شکل جدید زندگی پیرامون‌شان آشنا سازد.

چه خوش‌مان بیاید و چه بدمان بیاید باید گفت که سینما، اگر نه به نیرومندی مطبوعات، ولی با قاطعیت به راه خود ادامه می‌دهد. بی‌شک نمایش‌های ناطق‌داری که امکان پخش بی‌شمار هم داشته باشد ضرورت توجه سریع‌تر و گسترده‌تری را نسبت به رادیو و تئاتر می‌طلبد. و هنگامی که وسعت تأثیر اجتماعی آن که تحت نظارت بازرسان فیلم می‌باشد به تمام درک شود، آن‌گاه بی‌درنگ تصدیق خواهیم کرد که فیلم تا چه اندازه در شکل‌دهی بینش فرهنگی مردم، هم در این دهه و هم در دهه‌های آتی می‌تواند کارساز واقع شود. تنها در این کشور باید گفت که بیش از ۱۸ میلیون نفر هر هفته به سینما می‌روند و در طول یک سال این عده چیزی بیش از ۴۰ میلیون پوند برای سینما می‌پردازند.

بنابراین حالا که فهمیدیم این ماشین عظیم صنعتی یکی از شاخص‌ترین پدیده‌های قرن ما بوده و حالا که نقش ارزشمند آن را در پرکردن اوقات فراغت مردم قبول داریم، باید دید که از این همه کارایی وسیع آن دقیقاً چه استفاده اجتماعی کرده‌ایم.

من در این جا قصد ندارم انتقادات بی‌شماری را مطرح کنم که تاکنون بر تأثیر شوم و منفی سینما وارد شده است. این کار توسط مجمع پژوهشی تصاویر متحرک^۴ به‌طور کامل و شایسته تحقیق و در نشریه تصاویر متحرک و جوانان^۵ به‌چاپ رسیده است. فقط می‌خواهم به‌طور ساده بیان کنم که سازندگان فیلم‌های تفریحی در جهت کسب منفعت، تمام تلاش خود را از روی نادانی محدود به پرداختن به پست‌ترین بی‌ارزش‌ترین جنبه‌ها و اهداف جامعه امروز ساخته‌اند. البته استثنائاتی هم هست. اما در کل باید گفت که فیلم‌های داستانی نه تنها فقط به انعکاس بی‌اهمیت‌ترین جنبه‌های جامعه سرمایه‌داری می‌پردازند بلکه این کار را با نگاهی عجیب انجام می‌دهند. هم‌اکنون خیلی چیزها هست که مطرح کردن آن‌ها مستقیماً به پیشبرد اهداف اجتماعی کمک می‌کند اما می‌بینیم که هیچ‌یک از آن‌ها در فیلم‌های داستانی موجود اصلاً مطرح نمی‌شوند. این که فیلم‌های تفریحی خواسته‌های بهتر و اندیشه‌های برتر را مطرح نمی‌کند به کنار، اغلب مضر به حال جامعه هستند. و این واقعیتی است که از چشم حامیان سیستم اجتماعی امروز به‌دور نمانده است و گواه بر این مدعا پیداشدن سروکله انجمن تهذیب اخلاقی^۶ در آمریکا است. سیستم ستاره‌پروری که یکی از ضد اجتماعی‌ترین فرآیندهای سینماست به استفاده از روش‌هایی می‌پردازد که طی آن تماشاچی نسبت به واقعیت بی‌اعتنا می‌شود. هدف این سیستم آن است که هرآنچه تماشاچی روی صحنه مشاهده می‌کند، با واقعیات زندگی بیرون بی‌ارتباط ببیند، و بالاخره عمداً آنان را به ستایش از خویشتن وامی‌دارد.

شاید افکار و اذهانی که سیاست تولید و توزیع فیلم را تعیین می‌کنند از مسئولیت‌های اجتماعی خویش ناآگاه‌اند و شاید تا زمانی که این صنعت بر محور سودرسانی استوار است دست‌اندرکاران آن در مورد تأثیر محصولاتشان بر مردم دنیا به‌طور جدی اندیشه نکنند. پذیرفتن چنین طرز فکری شاید مبالغه‌آمیز باشد. اما در عین حال نباید فراموش کنیم که این به‌نفع طبقه حاکم است که به‌منظور حراست از منافع خود به تولید و تکمیل شکل غیرمستقیمی از تبلیغات مبادرت ورزد.

همه مؤسسات چه سیاسی، چه اجتماعی و چه وابسته به هنرهای زیبا اساساً به مدد توان تولیدی زمینه‌کاری خودشان به حراست از منافع اولیه خویش می‌پردازند و در این راستا سینما نیز مستثنی نیست. بنابراین مشخص است که تحت سیاست‌های جاری تولید نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که فیلمی بی‌غرضانه در مورد موضوعات اساسی قرن حاضر نظیر بیکاری، مشکل زندگی ماشینی، زاغه‌نشینان، روابط سیاه و سفید، و یا تولید تسلیحات ساخته شود. برای این منظور باید راه را برای انتقاد از برخی اصول اساسی که جامعه امروز ما بر آن استوار است هموار کنیم و برای این جامعه باید سینما آگاهانه و یا ناآگاهانه به‌صورت نوعی نظیرکننده فعالیت کند.

براساس همین دلیل جای تعجب نیست وقتی می‌بینیم که افراد طبقه زحمتکش و یا رنگین‌پوستان در فیلم‌های داستانی نقشی جز موجوداتی پست و حقیر و صرفاً برای خنده تماشاچی ایفا نمی‌کنند. زیرا هدف نهایی طبقه حاکم این است که تماشاچیان آنان را این‌گونه ببینند. برای این‌که بهتر بفهمید چه می‌گویم فقط باید نفرت و انزجار یکی از تماشاچیان طبقه کارگر را هنگام تماشای نقش یکی از هموعان خود به چشم ببینید.

حقیقت این است که تحت محدودیت‌های اعمال‌شده از جانب سیستم اقتصادی حاضر، امیدی به

این نیست که سینمای تفریحی از دیدگاه اجتماعی مسایل بسیار مهم جامعه را صحیح و بی‌غرضانه منعکس کند. حرف من این است که تا زمانی که سینما فقط با هدف اقتصادی محض توسعه می‌یابد هرگز قادر نخواهد بود، همان‌طور که آقای بلومر عنوان کرد، بیش از اطفاف و اقتناع‌حس تماشاچی کار دیگری برای جامعه انجام دهد.

البته شکی نیست که وسوسه ذاتی بردن نفع مادی از این راه، اهداف اجتماعی ولی در عین حال کم‌دلنشین‌تر سینما را کم‌رنگ ساخته است. باید به‌درستی اذعان داشت که صنعت فیلم هرگز نه به‌خاطر مردم بلکه به‌خاطر نفع شخصی به‌کار گرفته شد. این صنعت باید درک کند که نیروی عظیم وسایلی که در اختیار دارد به‌جز منفعت‌طلبی شخصی رسالت دیگری نیز به‌عهده دارد.

از این مبحث یک نکته واضح و مشخص دستگیرمان می‌شود. اگر بخواهیم به خواسته‌هایمان از طریق سینما به‌عنوان یک اهرم جهت تلاش برای پیشبرد اهداف اجتماعی قرن حاضر جامعه عمل ببوشانیم و اگر بخواهیم از این وسیله در آگاه‌کردن مردم به نیاز برای اصلاح و نوسازی اخلاقی و اقتصادی جهان استفاده کنیم، سینما باید به مبنای اقتصادی دیگری جز نفع شخصی بیاندهد. برای حصول به این هدف باید از قلمرو این بحث خارج شد و به کاربردهای چندجانبه و بزرگ‌تر سینما جز تفریح و سرگرمی پرداخت.

۳. تبلیغات

تبلیغ و آگاهی با یکدیگر ارتباط تنگاتنگی دارند. تبلیغ در مفهوم گسترده خود به آموزش نزدیک می‌شود و می‌توان آن را به هدف توسعه تعبیر نمود. در واقع این دو چنان با یکدیگر مرتبط‌اند که به‌سختی می‌توان مرز بین تعلیم و تبلیغ را از هم تفکیک کرد. با چنین طرز فکری شاید به راه پیشنهادی که این دو برای تولیدات

فیلم ارایه می‌دهند کمی بدگمان شویم.

همان‌گونه که قرن نوزدهم شاهد توسعه ماشین‌آلات گوناگون برای تولید در مقیاس وسیع صنعتی بود، سی سال اخیر نیز به تکمیل این ماشین‌آلات جهت تبلیغ در مورد فرآورده‌های کارخانجات سپری شد. از آن‌جا که جنگ یکی از ویژگی‌های شگفت‌انگیز تمدن حاضر است قدرت بالای تبلیغات دوچندان گشت، اما دیرزمانی نیست که گروه‌ها و جناح‌های مختلف از این ابزار کاملاً مغایر با آنچه سرمایه‌گذاران صنعتی انجام می‌دهند سود جسته‌اند.

بی‌شک جنگ جهانی اول برای اولین بار زمینه تحریک عمومی را فراهم ساخت، اما متعاقب آن این توسعه سریع رادیو، سینما و تأثیر بالای مطبوعات بود که اهمیت این عامل نوپا را در بافت اجتماعی چند برابر کرد. شک نیست که این دو وسیله مهم الکتریکی، یعنی رادیو و سینما، نقش گسترده‌ای در شکل‌دهی افکار مردم اروپای بعد از جنگ ایفا کردند.

این نکته که تبلیغ می‌تواند به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار در پایه‌ریزی دولت‌ها مؤثر واقع شود مورد توجه مسئولان قرار گرفته است و هم‌اکنون برخی کشورها این مطلب را به فراست دریافته‌اند. البته این‌که دولتی بتواند از رادیو، سینما، تریبون‌ها و مطبوعات جهت فراهم‌کردن نظر مساعد مردم نسبت به سیاست‌هاشان استفاده درست و کاملی داشته باشند نیازمند وقت خواهد بود. روسیه، ایتالیا و آلمان با قبول سیستم حکومتی خاص خودشان هم‌اکنون این مسیر را تا آخر پیموده‌اند.

اگر به تشکیلات کشور روسیه سابق بنگرید درخواهید یافت که همه راه‌های وسایل ارتباط جمعی نهایتاً در خدمت یک تبلیغات دیکته‌شده قرار داشت. نکته قابل‌توجه‌تر شاید فشار حیرت‌انگیز تبلیغاتی باشد که گوبلز^۷ در آلمان بنیان نهاد. کسی که محبوبیت امروز افکار و عقاید نازیسم مدیون شناخت صحیح او از

چگونه به کارگرفتن وسایل تبلیغاتی و نیز نمایش ماهرانه او در ایراد خطابه است. روش ایتالیای در نظارت غیرمستقیم دولت بر روی مطبوعات، رادیو و فیلم مبتنی اهمیت بالایی بود که دولت جدید برای ابزار تبلیغ قابل بود. مدارس، دانشگاه‌ها، سینما، رادیو و هر وسیله قابل‌حصولی در خدمت این بودند که دولت را بی‌عیب و نقص جلوه دهند.

اکنون بر همگان آشکار است که سینما به دلیل ویژگی‌های خاص خود یکی از قدرتمندترین راه‌ها برای بیان مطالب، تشویق، ترغیب و آگاهی‌بخشیدن به مردم به‌شمار می‌رود. ویژگی‌های مناسب و منحصربه‌فرد آن به‌عنوان وسیله‌ای برای تبلیغ آن‌قدر مشخص و روشن است که نیاز به گفتن ندارد. به‌طور خلاصه:

۱. سینما هم‌چون رادیو به آشناسازی مردم می‌پردازد و در بیان نظرات آنان تواناست.

۲. سینما می‌تواند در بیان و توضیح نکات کارساز باشد و اگر هنرمندی پیدا شود که از همه ارزش‌های هنری آن کمال استفاده را ببرد، این صنعت از کیفیت بی‌همتایی در زمینه تشویق و ترغیب مردم برخوردار خواهد بود.

۳. سینما می‌تواند یک فیلم را میلیون‌ها بار به میلیون‌ها نفر در روز نشان دهد و اگر کیفیت آن خوب باشد ده سال دیگر نیز باز قابل‌پخش است.

با اتخاذ روش تبلیغ به‌عنوان محور دیگر تولید، سینما نه‌تنها می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای که امکانات بالقوه نامحدود دارد در خدمت بزرگ‌ترین اهداف قرار گیرد و فیلم‌هایش نقش مهمی در زندگی مردم و دولت ایفا کند، بلکه تولید آن از یک آزادی عملی برخوردار خواهد شد که فیلم‌های سرگرم‌کننده هرگز نداشته‌اند.

به‌منظور تأثیرگذاری در افکار عمومی برای پذیرفتن عقاید سیاسی، منطقی است از سینما استفاده معقول داشته باشیم. استفاده‌ای به‌مراتب وسیع‌تر و عاقلانه‌تر از آنچه اکنون صورت می‌گیرد. اما تبلیغ به این صورت و

ضرورت آن به پرداختن به موضوعات بحث‌انگیز نیازمند آن است که پروانه تولید داشته باشیم و کسب این پروانه در صورتی امکان‌پذیر است که تولید تحت نظارت دولت یا جناح سیاسی صورت گرفته باشد و این کاملاً از اهداف فعالیت‌های تجاری به دور می‌افتد.

در این رابطه باید اشاره کرد که فیلم‌های تبلیغی مستند که بعداً در مورد آن مفضلاً به بحث خواهیم نشست از یک اداره دولتی در بریتانیا ریشه گرفت و قسمت اعظم تجربیات مهم در زمینه مستندسازی تاکنون از یک واحد فیلم که تحت کنترل پارلمان سازمان یافت مأخوذ شده است. به جز تبلیغات سیاسی، جنبه‌های متعدد دیگری از امور ملی و روابط مردمی وجود دارد که به منظور ایجاد هم‌فکری متقابل بین مردم و کارسرویس‌های خدماتی، نیازمند به تبلیغات از طریق فیلم است. این کار را اداره پست با موفقیت چشمگیری به انجام رساند که البته این عدول از روش تبلیغی مورد انتقاد دولت، اصناف و آحاد مردم گردید. و این همان نوع فیلمی است که روابط نزدیک موجود بین تبلیغ و تعلیم را برای بیداری حس‌هشیاری مردم نشان می‌دهد. چنین فعالیتی مبین آغاز کاربرد فیلم توسط دولت و جناح‌های سیاسی آن است. البته انبوهی از بخش‌ها و سرویس‌های خدماتی ملی نیز هستند که نهایتاً می‌توانند از امکانات متعدد تبلیغاتی سود جویند.

غیر از تولید فیلم‌هایی که از جانب دولت حمایت می‌شوند موضوعات متعدد کم‌بحث‌انگیزتری هم هستند که منتظر آن‌اند تا اجازه نمایش بگیرند. منظور از کم‌بحث‌انگیزتر، آن است که تا وقتی که کارگردان در حال تهیه فیلم است کار وی با فشارهای سیاسی و اجتماعی ناظر بر تولید در تضاد نباشد. بسیاری از شاخه‌های صنعت نظیر ذغال‌سنگ، فولاد، نساجی، مهندسی، معماری، کشتی‌رانی و غیره و نیز اکثر سرویس‌های خدمات عمومی هم‌چون آب و برق و گاز و حمل و نقل و غیره مستعد آن‌اند که در موردشان فیلم

ساخته شود. علم شهرنشینی و شهرداری موضوعات گوناگونی را برای مطالعه ارائه می‌دهد. مذهب نیز می‌تواند موضوع جالبی برای فیلم‌های تبلیغی باشد. آژانس‌های مسافرتی، سازمان‌های رفاه عمومی، بهداشت، گروه‌های آموزشی، اصناف تجاری، اتحادیه‌های کارگری، شرکت‌های تعاونی و سازمان جوانان کشور و بسیاری از شرکت‌های رسمی و نیمه‌رسمی نیز می‌توانند بر وسعت زمینه آنچه که ما آن را فیلم‌های غیر تفریحی می‌خوانیم بیافزایند. هر یک از آن‌ها تبلیغ مخصوص خود و کار مخصوص خود را می‌طلبند. اما از آن‌جا که تولید فیلم‌هایی نظیر آن از هدف نهایی واحدهای فیلم‌سازی سازمان‌یافته از سوی دولت به دور است، این سؤال پیش می‌آید که آیا آن‌ها به اندازه کافی در کار خود علاقه‌مند هستند و یا این‌که واقعاً در چنین کاری ذی‌صلاح می‌باشند؟

همان‌طور که قبلاً دیدیم عمده‌علاقه این تجارت بر توسعه فیلم‌های داستانی استوار است و در دیگر زمینه‌ها علاقه کم‌تری از خود نشان داده است. گه‌گاه استثنائات قابل توجهی نیز رخ می‌دهد مانند مجموعه «قالیچه سحرآمیز»^۸ مجله سینمای آندرو بوکتن^۹ و «اسرار طبیعت»^{۱۰}، با وجود این همه این فیلم‌ها در حالی ساخته شدند که سازندگان آن یک چشم به وضعیت گیشه دوخته بودند. در زمینه فیلم‌های تبلیغی که مستقیماً به سفارش و نمایندگی جایی ساخته می‌شوند این تجارت تا همین چندی پیش علاقه وافر از خود نشان نمی‌داد. متأسفانه به این فیلم‌ها به خصوص در زمینه صنعتی بیش از آن‌که به چشم فرصتی مناسب برای بسط شاخه‌های گوناگون سینما نگاه شود، به چشم یک وسیله بی‌دردسر برای کسب منفعت نگریسته شد. سالیان سال شرکت‌های صنعتی اقدام به سفارش تولید فیلم‌هایی می‌کردند که بر پایه شرم‌آور پول بیش‌تر در مقابل فیلم طولانی‌تر استوار بود. این اقدام، فیلم را به یک تقلید عمل‌گرایانه که در آن از اندیشه و مهارت

سخنی نبود تنزل داد و نهایتاً نتیجه آن شد که امروز بسیاری از صنعت‌پیشگان با نفوذ فیلم را هنوز به‌عنوان وسیله‌ای عالی برای تبلیغ بدانند اما در عمل مثل بسیاری از کلاه‌برداران باشند. با پیدایش تدریجی فیلم‌هایی با کیفیت برتر در زمینه مستندسازی که پیش‌تر آن‌ها بدون کمک صنف مربوطه ساخته شدند این طرز فکر کم‌کم از ذهن صنعت‌پیشگان نقش بریست. اما صنف فیلم‌سازی به‌عنوان یک کل قبل از آن‌که موفق شود اعتماد صنایع بزرگ کشور را دوباره به خود جلب کند می‌بایست چیزهای بسیار زیادی بیاموزد.

شرکت‌های صنعتی و نیمه‌رسمی، مانند آنچه که در بالا نام برده شد، تمایل زیادی دارند که خودشان در زمینه فیلم‌سازی وارد عمل شوند و می‌خواهند در حالی که با تشکیلات صنف فیلم‌سازی ارتباط و پیوستگی دارند نظارت بر کارها به دست خودشان سپرده شود. در چنین مواردی میزان ادراک و شناخت این افراد از موضوعات فیلم‌هایی که به نمایش درمی‌آیند قابل ملاحظه است. در واقع باید گفت که طی چند سال اخیر صنعت‌پیشگان مختلف از جمله شرکت‌های کشتی‌رانی و نظایر آن در بهبود کیفیت و فراهم‌کردن زمینه برای تولید فیلم‌های مستند و فرهنگی نقش عمده‌ای داشته‌اند. «آوای جهان»^{۱۱}، «ارتباط»^{۱۲}، «کارخانه کشتی‌سازی»^{۱۳} و «تغییر وضع دریا»^{۱۴} مثال‌هایی از این قبیل‌اند. آنان به فراست دریافتند که با به‌کارگیری فیلم‌سازان چه به‌صورت منفرد و چه به‌صورت واحدهای دسته‌جمعی کار بهتری را انجام می‌دهند تا این‌که فیلم‌شان را به شرکت‌های اقتصادی اختصاص دهند و در این راه، باید گفت که اینان در انتخاب شخص فیلم‌سازی که محصول‌شان به‌دست وی سپرده شود احتیاط لازم را به‌خرج می‌دهند. چرا که علی‌رغم فیلم‌های داستانی، تولید موفق فیلم‌های مستند و تبلیغی تماماً بستگی به توانایی‌های شخص تولیدکننده دارد و این نکته‌ای است که با جلوتر رفتن بحث و

مطالعه ما بیش تر آشکار می‌شود. فرض کنیم این نوع فیلم‌ها ساخته شدند، ولی به‌راستی در برنامه نمایشی مردم این‌ها چه جایگاهی خواهند داشت؟ به‌جز مواردی اندک، هیچ اجاره‌کننده فیلمی مایل نیست که غیر از فیلم‌های داستانی چیز دیگری را اجاره کند مگر آن‌که آن را به‌عنوان چیزی تزیینی و صرفاً برای جور بودن جنس خود تهیه کند. او قادر نیست بفهمد که تجارت این فیلم‌ها با تجارت سکس زمین تا آسمان فرق دارد. او با مشکلات این تجارت دومی به‌خوبی آشناست، اما رسالت سنگین سینما نوعی بی‌اعتمادی ناشی از ترس در او به‌وجود می‌آورد. نمایش‌دهنده فیلم نیز همین وضعیت را دارد. علی‌رغم تقاضا برای فیلم‌هایی که به موضوعات قرن حاضر بپردازد و علی‌رغم علاقه روزافزون مردم به امور ملی و بین‌المللی که گواه بر این مدعا موفقیت این فیلم‌ها و چاپ کتاب‌هایی از این قبیل و تفاسیر رادیویی در این زمینه است، نمایش‌دهندگان فیلم هنوز به فیلم‌های داستانی می‌اندیشند و به انتقادات گسترده‌ای که مکرراً به آنان در این زمینه می‌گردد، بی‌اعتنا می‌گذرند.

در شرایطی که فیلم‌های با کیفیت عالی غیر داستانی تاکنون موفق شده‌اند در سینما برای خود جایی بازکنند، می‌بینیم که اغلب آن‌ها به شکل کیلویی و گاه هم به‌صورت خلاصه و جمع و جور به بازار عرضه می‌شوند. با در نظر گرفتن چنین شرایطی جای بسی شگفتی است که ببینیم پیشرفت و توجه گسترده‌ای در جامعه و از سوی مردم داشته‌اند. بعضی اوقات این فیلم‌ها که برای حمایت از فیلم‌های اصلی و گرانبها ساخته می‌شد محبوبیت بیش‌تری کسب می‌کردند. «صدای بریتانیا»^{۱۵} محصول بی‌بی‌سی مثالی در این زمینه است. برای نمایش این فیلم‌ها در آینده بسیار نزدیک بی‌شک دو عامل مؤثر خواهد بود: اول، بسط و گسترش فیلم‌های اخباری جاری روز و دوم، امکان اقتباس از برنامه‌های تک‌فیلمی در سینماهای بزرگ که



این کار نیازمند داشتن فیلم‌های کوتاه و درجه یک است. حتی آن موقع نیز، این نوع توزیع فیلم از روی دودلی و بی‌علاقگی، ارزش پایداری نخواهد داشت. دیر یا زود باید کسی پیدا شود که مسئولیت بهره‌برداری صحیح از فیلم‌های کوتاه غیر داستانی را بپذیرد، آن‌ها را به دلخواه خود بفروشد و یک‌بار و برای همیشه به این عقیده پوچ که می‌گویند فیلم‌های کوتاه صرفاً جنبه پرکردن برنامه را دارند خط بطلان بکشد. حال فرض کنیم توزیع سازمان‌یافته مرتبی از این فیلم‌های غیر داستانی که با اشتیاق و جدیت ساخته شده‌اند وجود داشته باشد، ولی به‌راستی واکنش مردم چگونه خواهد بود؟

این یک واقعیت است که انسان در قبول عادی‌ترین چیزهای روزمره زندگی آمادگی عجیبی دارد. حال اگر یک نفر پیدا شود و برود سه روز تمام روی میله پرچمی بنشیند و یا این‌که آدم کرو لالی اقیانوس اطلس را در نصف روز با هواپیما ببیماید، همه مردم خواهند پرسید که این شاهکار چگونه صورت گرفت و در صدد آگاهی از جزئیات بیش‌تر برمی‌آیند و این در حالی است که شرکت‌های پوتین‌سازی و یا آن‌هایی که جامه‌های پشمین قرمز رنگ برای موفقیت فهران فیلم در کار خطیر خویش، درست می‌کنند، سود هنگفتی به جیب خواهند زد. اما تشکیلات شگفت‌انگیز دیگری که زندگی را برای ما ممکن می‌سازند، موجب مهیاشدن غذایمان می‌شوند، امکان می‌دهند که با تلفن ارتباط سریع داشته باشیم، موسیقی را برای سرگرمی‌مان تولید می‌کنند، شرکت واحدی که ما را از این نقطه به آن نقطه می‌برد، روزنامه‌ای که باعث مطلع شدن‌مان از اخبار روز می‌شود، حرارتی که ما را گرم می‌کند، نوری که با آن می‌بینیم و بسیاری دیگر از خدماتی که شب و روز از آن‌ها استفاده می‌کنیم هرگز تعجب ما را بر نمی‌انگیزانند و آن‌ها را تحت شرایط اجتماعی حاضر می‌پذیریم و فقط زمانی به آن‌ها اندیشه می‌کنیم که یکی از آن‌ها را برای مدتی از دست بدهیم و البته دلیل چنین طرز فکری

را می‌سایست در بی‌کفایتی سیستم آموزشی‌مان جست‌وجو کنیم.

جای خشنودی است که دریابیم سینما در این زمینه، به‌خصوص در زمینه حیات بخشیدن به سرویس‌های خدمات اجتماعی، از خود بی‌گرددی نشان می‌دهد و این موجب شده است که علاقه عموم در این‌گونه امور افزایش یابد. جز محور آموزشی این فیلم‌ها که مورد انزجار تماشاچی است، شواهد زیادی در دست است که اینان به این‌گونه فیلم‌ها علاقه‌مندند؛ اگرچه هنوز در زمینه تشویق نمایش‌دهنده و اجاره‌کننده سینما جهت ارایه این‌گونه فیلم‌ها با مشکل مواجه‌ایم. با این حال علی‌رغم محدودیت‌های جاری در زمینه نمایش این فیلم‌ها، موضوعاتی از قبیل چگونگی کارکرد دستگاه تلفن و یا چگونگی کنترل مسیرهای دور هوایی با استقبال قابل ملاحظه‌ای روبرو شده است و موجب گردیده که تماشاچیان این فیلم‌ها نسبت به فیلم‌های داستانی پرو پا قرص‌تر باشند.

تاکنون هرچه گفتیم روی سخن‌مان با تماشاچیان بزرگسال بوده است. اما مستندسازی پا را فراتر از چهار هزار تماشاخانه متروک در بریتانیا نهاده است و قصد دارد زمینه وسیع‌تری در بازار نمایشات غیر تئاتری بیابد. صدها دستگاه پرورژکتور قابل حمل استاندارد و نیمه‌استانداردی که به‌زودی بالغ بر هزاران فقره خواهند شد برای برنامه‌هایشان عموماً، به فیلم‌های غیر داستانی اتکا دارند. اگر از شرکت‌های صنعتی و بخش‌های دولتی سخنی به میان نیاوریم باید بگوییم که انجمن‌ها، اصناف، باشگاه‌ها، دسته‌ها، اتحادیه‌ها، مؤسسات، دانشگاه‌ها، مدارس و گروه‌های ایراد خطابه همگی در فکر خرید تجهیزات نمایش فیلم هستند. از این دستگاه‌ها هم‌چون رادیو و گرامافون می‌توان استفاده خصوصی کرد. در این‌جا باز می‌بینیم که فیلم‌های غیر داستانی متقاضیان تازه‌ای خواهد داشت، چرا که همه مردم نمی‌خواهند فیلم‌های داستانی که در

سینماهای عمومی دیده‌اند دوباره در منزل نیز ببینند، حتی اگر این فیلم‌ها برای کرایه کردن قابل دسترس باشند.

این زمینه گسترده غیرتئاتری از کار پروژکتورهای قابل حمل استاندارد و نیمه‌استاندارد است که نظر ارباب تبلیغات را به بچه‌مدرسه‌ای‌ها و دانش‌آموزان که تماشاچیان بالقوه او هستند جلب می‌کند. جایی که تبلیغ اثر خود را ببخشند و اکشن متقابل نیز در کار خواهد بود. بنابراین می‌بینیم که کارخانجات صنعتی بزرگی هم چون «موریس»^{۱۶}، «فورد»^{۱۷}، «کدبری»^{۱۸}، «دیملر»^{۱۹} و «انجمن توسعه برق»^{۲۰} در مورد خوب‌ساخته‌شدن و یا بد‌ساخته‌شدن این فیلم‌ها سروصدای زیادی به‌راه انداخته‌اند و در موارد عاقلانه‌ای خودشان اقدام به ایجاد واحدهای فیلم‌سازی کرده‌اند، مانند آنچه که «انجمن بازرگانی گاز»^{۲۱} انجام داده است. از این رو شاهد آنیم که جناح‌های سیاسی گروه‌هایی را با اتومبیل‌هایی که صفحه نمایش بزرگی دارند به اقصی نقاط کشور گسیل می‌دارند و کمیته‌های تبلیغاتی ویژه‌ای تأسیس کرده‌اند که فیلم در رأس برنامه‌های آنان قرار دارد و نیز شاهد آنیم که شرکت‌هایی چون «انجمن توسعه صنعتی و مسافرتی»^{۲۲} واحدهای فیلم‌سازی خودشان را اداره می‌کنند و شرکت‌های آموزشی مثل «اتحادیه ملی معلمان»^{۲۳} سفارش ساخت فیلم می‌دهند. نمونه‌های متعددی می‌توان یافت از این‌که فیلم در حوزه‌ای کاملاً متفاوت با آنچه فیلم سرگرم‌کننده معمولی انجام می‌دهد نقش عمده‌ای در زندگی ما بازی می‌کند.

به یقین باید این حقیقت را پذیرفت که در طول زمان گروه‌های نمایشی در سراسر کشور پخش خواهند شد. اینان نه تنها از طرف گروه‌های تبلیغی برای مقاصد خاص خودشان حمایت می‌شوند بلکه ممکن است به شکل انجمن‌ها و اتحادیه‌های فیلم در بین عموم سازمان‌دهی شوند. در حال حاضر نمایش‌دهنده‌ها و اجاره‌کننده‌های

فیلم (البته به‌جز چند استثنای اندک) تمایل دارند که وجود این حرکت جوامع فیلم‌سازی را نادیده بگیرند. البته صف‌های نمایش هم‌اکنون به‌اندازه کافی طویل است که چنین دید گسترده به قضیه را کم‌رنگ سازند. شاید هم اینان نادان‌اند. علاقه مردم به سینما با سرعت قابل توجهی رو به افزایش است. علاوه بر این، چنین علاقه‌ای چه کلی و چه حتی جزئی نشأت گرفته از آنچه مقاصد بلندنظرانه‌اش می‌خوانند، نیست. حرکت جوامع فیلم‌سازی در قسمت‌های مختلف بریتانیا (من این را از روی مشاهداتم می‌گویم) عمدتاً متشکل از آدم‌های بسیار عادی از هر طبقه و شغلی می‌باشد. آنان هیچ‌یک در صدد این نیستند که هنر اسطوره‌ای فیلم را کشف کنند. هیچ‌یک از آنان جزو اراذل سرخ‌فامی^{۲۴} که روزنامه‌های محافظه‌کار آنان را به این نام می‌خوانند نیستند. آنان فقط مردمی‌اند زحمتکش از هر تیپ و شکل که با خیال راحت به نمایش‌دهنده فیلم اجازه می‌دهند مراقب صف سینمای خود باشد و برای خود در مورد نوع فیلمی که می‌خواهند ببینند کاری انجام دهند. اینان نه تنها دور هم جمع می‌شوند تا نمایشی اجرا کنند بلکه به تدریج بر روی اذهان عموم تأثیر گسترده‌ای نیز می‌گذارند. و این حرکت تنها محدود به بریتانیا نیست بلکه به افریقای جنوبی، نیوزیلند، کانادا، استرالیا، آمریکا و جاهای دیگر نیز کشیده شده است.

دست‌اندرکاران بالای تجارت سینما از جدی بودن رشد این حرکت به‌خوبی آگاه‌اند و احتمالاً راه‌های مختلف گسترش و سوءاستفاده از پیشرفت آن را بررسی کرده‌اند. برای مثال ممکن است از کرایه‌دادن فیلم‌های داستانی جز به تماشاخانه‌ها امتناع ورزند و این کار را تا زمانی انجام دهند که دیگر علاقه‌ای به دیدن آن فیلم موجود نباشد. ممکن هم هست که زیرپای مقامات رسمی بنشینند و آنان را نسبت به این مسئله که این حرکت غیر تماشاخانه‌ای با سانسور مخالفت می‌ورزد و خطر حریق و آتش‌سوزی دربر دارد تحریک کنند. شاید

هم به آنان بگویند که ایشان با این کارشان موجب می‌شوند تبلیغات، فسادانگیز عمل کند. ولی اگر چنین کنند فقط موقعیت خود را وخیم خواهند ساخت چراکه هم‌اکنون چندین تشکیلات تجاری بزرگ برای استفاده از این پروژکتورها هم در بُعد آموزشی و هم در بُعد تفریحی نقشه‌های بزرگی در سر می‌پرورانند.

تبلیغات در محدوده خود انتخاب دیگری است برای محور نقدینگی تولید فیلم. از بعضی جهات باید گفت که گاهی خود تبلیغ مشکل‌تر از سود مادی آن عمل می‌کند و تقاضاهای ارباب تبلیغات دامنه گسترش فیلم و فعالیت سازندگان آن را تنگ‌تر می‌کند. به‌خوبی روزی را می‌بینم که تبلیغات، یک‌بار و برای همیشه بروی ادعای سینما به‌عنوان داشتن ارزش‌های هنری که من خود نیز روزی طرفدار آن بودم خط بطلان کشد.

۴. فیلم به‌عنوان هنر

جامعه‌شناسان می‌گویند که فرهنگ از وضعیت اقتصادی جامعه سرچشمه می‌گیرد. در بسیاری از مراحل ابتدایی تمدن رشد فرهنگ برخاسته از وضعیت آگاهی عموم بود و این نکته ضرورت صرف انرژی بر روی چیزهایی به‌جز چیزهای اساسی عالم وجود را می‌طلبید. هرچه ثروت عمومی جامعه فزونی یابد، کسب فرهنگ بیش‌تر و بیش‌تر حق انحصاری طبقه ثروتمند می‌شود. بنابراین می‌بینیم که هنر هرچه بیش‌تر از نقش اصلی خویش جهت فراهم‌کردن اهداف مفید برای اکثریت جامعه خارج شده و به‌عنوان یک چیز لوکس که از طرف اقلیت متمول حمایت می‌شود تبدیل شده است. تا زمانی که سطح استاندارد زندگی مردم ترقی نکند، عوام در طلب فرهنگ برنخواهند آمد و هنر جایگاهی بین آنان نخواهد داشت. حتی در آن حال هنر به انعکاس وضعیت عموم نخواهد پرداخت بلکه تصویری را از افرادی نشان می‌دهد که موقعیت برتر اقتصادی در جامعه دارند و معیارهای دیکته‌شده از سوی این طبقه متکبر را ارایه

می‌دهد. بنابراین توده کثیری از مردم چنین آموخته‌اند که هنر را به چشم چیزی منفک از واقعیت بنگرند و آن را هرگز با چیزهای عادی زندگی مرتبط ندانند، بلکه آن را محصول فرهنگی ایده‌آل بدانند که از ذوق ناشی از بی‌کاری طبقه حاکم ریشه می‌گیرد. گرچه همه هنرمندان واقعی در کارهای برجسته‌شان از زندگی عادی مردم الهام می‌گیرند ولی به‌ندرت با مردم و جامعه هم‌نشینی و معاشرت دارند. آنان رفاقت و الفت نان و آب‌دار را در جای دیگری جست‌وجو کرده‌اند، یعنی حامیان ثروتمندشان و شرکت‌هایی که نماینده سیستم حاکم‌اند. البته این مجالست آن‌ها به نوعی همان بده و بستان است. با پیشرفت تمدن هنرمندان نیز از موقعیت خود به‌عنوان افرادی خاضع که می‌بایست در خدمت برآوردن نیاز انسان‌ها توسط خلق اشیا با اهدافی عملی باشند منحرف گشته و در پی آن برآمدند که ایده‌آلیست‌هایی رمانتیک باشند، آثاری خلق کنند که عمدتاً نیاز به تعمق و اندیشه داشته باشد و با این کار آتش آرزو و جاه‌طلبی‌های صرفاً شخصی خویش را با اعلان‌های تبلیغاتی و توصیف پرآب و تاب نظریه‌های آن‌چنانی‌شان مبنی بر این‌که ایشان به دنبال اهدافی ناسوتی هستند خاموش سازند.

و بدین‌گونه هنر به‌منزله یک کار شخصی و انفرادی درآمده که از زندگی اجتماعی مردم گسسته است و تنها سعی دارد با آرمان‌های فرهنگی زیبایی‌پرستان طبقه سرمایه‌دار خوشایند آید. هنرمند انسانی شده است جدای از دیگر افراد، انسانی با امتیازات خاص که وجود توده مردم عادی را نادیده می‌گیرد و فقط به بیان و ارضای خواسته و هوس این بخش کوچک با فرهنگ جامعه اکتفا می‌کند. هنر نقاشی مجرایی برای افکار سمبلیستی گردیده و تماماً در پیکار و کشمکش با ذهن ناخودآگاهی است که برای اکثریت مردم غیرقابل درک می‌باشد. هنر شعر نیز زمینه تجربیات شخصی گردیده که با قوه عقل و ادراک فرسنگ‌ها فاصله دارد. بخش

عظیمی از ادبیات به نشان دادن تضادهای شخصی و تجربیات افراد بی‌اهمیت صرف می‌شود و در مقیاس وسیعی سعی دارد در دنیایی خیالی و عاری از روابط انسانی به اقلان و ارضای هوس شخصی بپردازد. جایی که سینما وانمود کند برای خود هنری است ولی جز چشم‌انداز زیباشناسانه هدف دیگری را نجوید، به‌راستی که در آن‌جا عرفان به لحن کشیده شده و محترمانه در مرقد سمبلیسم مدفون می‌شود. شاید فیلم‌های به‌اصطلاح دوره طلایی آلمان را که در جامعه‌ای از عقاید خرافه‌پرستی عموم پوشیده شده بود به یاد بیاورید. فیلم‌هایی که از تئاتر اکسپرسیونیسم و نقاشی‌های کوبیسم اقتباس شده بودند؛ مانند «کالیگاری»^{۲۵}، «گولم»^{۲۶}، «تقدیر»^{۲۷} و «خیابان»^{۲۸}. تا آن‌زمان مردانی چون پاستر^{۲۹} در فضای تازه آگاهی اجتماعی این موضوع را مطرح نکرده بودند که جو مسموم اراجیف آن‌چنانی در گندابی از ورشکستگی عقلی و اقتصادی سقوط کرده است. چنین انتقادی بر پیشگامان فرانسوی سبک عربی، فیلم‌های هنری روسیه و تکه‌های هر از چندگاه جالب‌توجه آمریکاییان نظیر لوط پیامبر در شهر سدوم^{۳۰} نیز وارد است.

هم‌چون مذهب و اخلاقیات، هنر را نیز نمی‌توان از اوضاع و احوال جامعه جدا دانست. از این‌رو این برای هنرمند قطعاً به‌منزله مرگ است اگر بخواهد خود را از جامعه جدا کند و در خلوت خویش برای ارضای خود و عده‌ای قلیل و معدود چیزی خلق نماید. هرچه باشد او نیز چون یک صنعتکار و یا شیشه‌گر عضوی از این انبوه مردم عادی است و به‌ضرورت می‌باید دین خود را به جامعه‌ای که در آن متولد شده است ادا کند. او می‌باید این قدرت ویژه خلاقانه خود را برای اهداف بزرگ‌تر و نه ارضای هوس شخصی به‌کار گیرد. با انتزاعی‌بودن، اندیشه‌های فردی به جایی نمی‌رسد و بی‌اثر می‌ماند. هنر تحفه‌ای نیست که از آسمان نازل شده باشد بلکه کاری است که در یک دوره تاریخی مشخص انجام

می‌شود. از زمان پیدایش هدفی مشخص داشته و برای مطالعه تاریخی و به‌عنوان نمونه‌ای از هنر، ارزش عاطفی و احساسی پیدا نموده است. هنر خوب فانی نیست زیرا علایق انسانی جاویداند. شکسپیر^{۳۱}، لئوناردو^{۳۲}، هولباین^{۳۳}، سویفت^{۳۴}، چاسر^{۳۵} و استاندال^{۳۶} هر یک بیانگر بسط روشنفکرانه و عقلانی عوامل خاص نظم‌دهنده‌ای هستند که بر پایه روابط خوب و سودمند جامعه استوار است. سبک، فلسفه و اهمیت اندیشه‌گرایی آنان فقط ریشه در شرایط اجتماعی دوره به‌خصوص آنان دارد. امروزه برای ما برخی از آثار به دلیل پرداختن به درک ارزش‌های انسانی هنوز زنده‌اند. ارزش‌هایی که برای هر طبقه‌ای از جامعه کم‌اهمیت نیست. اما اگر به‌طور هم‌زمان در این آثار هدف خاصی دنبال نشود، بیان این ارزش‌ها و شناخت انسانی تحقق نخواهد یافت. در این‌صورت عظمت کارشان جنبه فرعی و حاشیه‌ای پیدا می‌کند و از این‌همه آثار برجسته هنری گذشته چیزی جز نتیجه یک اندیشه شخصی تا به امروز باقی نمی‌ماند.

اما تقریباً در تمام زمینه‌های هنرهای برتر به نوعی هدف فردی برمی‌خوریم، به نوعی از تکامل احساسات زیبایی‌شناختی که از اهداف و مناسبات اجتماعی جداست. شاید هم این به دلیل وجود شرایط غیرقابل انکار تمدنی است که در حاشیه تغییرات اقتصادی-اجتماعی می‌لغزد. امتناع از رویارویی با تغییرات اجتماع آخرین دستاوردی بود که انقلاب صنعتی موجب گردید. در آن‌حال هنرمندان به قصرهای عاجی‌رنگی که در چکامه‌های زیبا آمده بود گریختند و چشم خود را به روی قتل‌عام‌هایی که صنعت ماشین و ابرهای تیره ذغال‌سنگ موجب شد بستند. تمام این‌ها فقط باعث شد که تجار بزرگ با سودی که از معاملات صنعتی عایدشان شده بود به خلق هیولاهای بی‌بو و خاصیت همّت گمارند و این‌گونه خویش را از لحاظ مادی نجات بخشند.

امروز تمام زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی دستخوش تغییر شده است، اما به استثنای تعداد معدودی از نویسندگان و معماران، هنرمندان هنوز نمی‌خواهند جایگاه واقعی خویش را در جامعه بپذیرند و ترجیح می‌دهند به همان گریز و تجاهل ادامه دهند. از این‌رو هنوز شاهد بقای اماکنی چون دانشگاه سلطنتی^{۳۷} و افرادی چون گروه‌های پرمدعای هنری مدرن می‌باشیم. سخنانی نظیر هنر برای هنر بیانگر آن شده است که اگر به هنرمند واقعی بگویند هنرش باید در خدمت هدف خاصی از حوزه اجتماعی‌اش باشد، دست از هنرش بکشد و پی کارش برود. باید گفت که هنرمند از لحاظ روحی آن‌قدر نیرومند هست که بتواند از لحاظ اجتماعی نیز درک بالایی داشته باشد. در حالت اغما و خلسه روحی هنرمند، قدرت عقلانی شما عاجز از آن است که دریابد این تمایل به آگاهی اجتماعی برخاسته از یک نیاز فرهنگی است و این مفهوم بسیار قدیمی و کهنه‌ای که می‌گوید هنر در شکل مجزای خود به‌عنوان یک آرمان زیبایی‌شناسی قابل احترام است را دریابد. او از فکر این‌که هنر را با هدفی اجتماعی ببیند می‌هراسد و از این‌که آن را مبتنی بر اصولی جز اصول هنری ببیند خوف دارد. او از این‌که اثرش را با هدفی به‌دردخور یافته و فقط مجرای برای بیان سلیقه شخصی‌اش نباشد بیمناک است. اگر هنوز چنین عقایدی حاکم باشند به‌طور حتم جایی برای هنرمند در سینما نخواهد بود.

البته هنوز هستند کسانی که سینما را به‌عنوان هنر می‌بینند. با وجود این یک حساب سرانگشتی از روش‌های مدرن تولید فیلم در استودیوها و تجزیه و تحلیل مختصری از وضعیت اقتصادی فیلم‌های تفریحی دلالت بر این نکته دارد که حرف‌هایی چون لزوم‌بودن مجرای برای بیان اظهارات شخصی در تقابل با روش تکنیکی محض، و یا این‌که هنرمند می‌تواند هنر خویش را در معرض نمایش عموم قرار دهد، به‌طور کلی اگر هم

تاکنون وجود داشته، از بین رفته است. قوانین تجارت امروز که از سوی ناظرین اقتصادی صنایع دیکته می‌شود، دست افراد را در تلاش در این راه کاملاً از پشت بسته است (مگر آن‌که وی چون لوییج^{۳۸} مطیع و سربه‌زیر و یا مثل کلر^{۳۹} مایوس و افسرده باشد) و نتیجه آن شده است که فیلم داستانی به محصولی کم و بیش مکانیکی که کارگران کارخانه آن را ساخته باشند تبدیل بشود. تا زمانی که سینما به بیان موضوعات بی‌اهمیت پردازد و منعکس‌کننده افکار و عقاید جامعه‌ای ریاکار باشد و تا زمانی که خود را از واقعیات دنیایی که در آن به‌وجود آمده است جدا بداند، نبود اهداف هنری هم هیچ اهمیتی نخواهد داشت.

فیلم نیز مانند دیگر اشکال بیان، نتیجه روابط اجتماعی است که حواجز حیات آن را رقم می‌زند. اگر فیلم می‌خواهد معنایی داشته باشد و به بقای خویش ادامه دهد باید هدفی را جست‌وجو کند. برای این‌که این هدف درست و شایسته دنبال شود، هنر خوب حرف اول را می‌زند. اشتباه بیش‌تر روش‌های سینمایی در گذشته این بود که به دنبال هنر برای خود هنر بودند، هنری که به‌خاطر آن هنرمندش به هیچ وجه در مظان اتهام قرار نمی‌گرفت. برای مثال شاهد بودیم که هدف محور مکانیکی این وسیله همانا گسترش یافتن در طول خطوط مقبول اقتصادی بود و بنابراین هنرمند به‌طور اتوماتیک از انتخاب موضوع محروم می‌شد. دوماً این‌که باید گفت که در اکثر موارد، گنجینه تجربیات تکنیکی در این پدیده نوپا آن‌قدر غنی بود که ذهن متخصصان فن را به خود مشغول سازد. از این‌رو در صحنه سینما به نمونه‌های فوق‌العاده درخشانی از هنر برمی‌خوریم که در میان فیلم‌های برجسته‌ای که در رابطه با جامعه امروز درست شده‌اند انگشت‌شمارند.

فیلم‌های بزرگ سینمایی که تعدادشان نیز کم است همگی هدف خاصی را دنبال کرده‌اند و تنها به‌صرف یک کوشش هنری و یا کسب سود مادی ساخته

نشده‌اند. اهمیت این فیلم‌ها مدیون اخلاص خالقان آن‌هاست که قصد داشتند در بُعد اجتماعی-سیاسی، افکار عموم را هدایت نمایند. کامرآشافت^{۴۰} و پاتمکین^{۴۱} نمونه‌های مطلوبی هستند بر این مدعا که هر دو تبلیغات چی بودند.

بدون داشتن هدف خدمت و سودمندبودن، سینما را جز آن‌که پناهگاه احساسی موقتی برای جامعه باشد فاقد ارزش و اهمیت واقعی می‌بینم. سینمایی که برای معامله‌گران پول‌پرست آن جز سود و زیان چیز دیگری دربر ندارد و موجب می‌شود که آیندگان در مراجعات تاریخی‌شان - که از روی سوابق به‌جای‌مانده صورت می‌گیرد - تصویر نسبتاً غلطی از عصر ما داشته باشند.

مواد و لوازم مورد نیاز در سینما آن‌چنان ارزان هم نیستند. در مقایسه با لوازم معمولی یک نقاش، شاعر و یا مجسمه‌ساز، باید گفت که لوازم دوربین، میکروفون، سرمایه لازم و دیگر تجهیزات سینما از لحاظ گرانی قیمت سر به آسمان می‌زند. بنابراین واضح و آشکار است که یک هنرمند بدون داشتن بنیان محکم اقتصادی نمی‌تواند پا به عرصه سینما بگذارد.

هم‌زمان باید خاطر نشان ساخت، سینمایی که قادر باشد آگاهی اجتماعی مردم را دوچندان کند و معیارهای فرهنگی نوینی خلق نماید، سینمایی که بتواند ادراک و بصیرت تازه‌ای به مردم ارزانی داشته و افراد بی‌قید و بند را بر سر غیرت آورد، سینمایی که به دلیل ماهیت ذاتی شکل خویش نیرومندترین ابزار پند و موعظه به‌شمار می‌رود، بسیار مسخره می‌نماید اگر این سینما بیاید و در دست عده‌ای معامله‌گر اقتصادی قرار گیرد و از آن به‌عنوان وسیله‌ای جهت فیلم‌های داستانی بی‌هدف استفاده کنند. باید دنیایی خارج از این محدوده باشد که فیلم‌های سرگرم‌کننده آن را نشان دهند. باید منابع تولیدی جز آنچه که تنها سود مالی را می‌طلبند وجود داشته باشد. باید انواع و اقسام اهداف و سینما جز آن‌هایی که به نمایش دنیای تصنعی می‌پردازند وجود

داشته باشد: یعنی نه آن دنیایی که تنها با روش تولید انبوه و قوانین دیکته‌شده ترازنامه‌ها درک می‌شوند. و این دنیا، جهان تبلیغ و تعلیم است.

اندیشه‌های اخلاقی و واقعی باید در خدمت چیزهای واقعی باشند. بگذارید سینما خارج از قلمرو تفریح و سرگرمی به کنکاش پردازد. بگذارید سینما صحنه و موضوعات زنده‌ای را که برخاسته از زندگی حال ما است، و نه آن محصولاتی را که به تصنع در استودیوها ترکیب و تولید می‌شوند به تصویر درآورد. بگذارید سینما به تفسیر مشکلات و وقایع روز و چیزهایی که واقعاً در زندگی ما هستند همت گمارد و با این کار وظیفه خاصی را به انجام رساند. بگذارید سینما وجود زنان و مردان، مسایل و چیزهای واقعی را قبول کند و با این کار یک نوع روش ارتباط و تبلیغ را به دولت، صنعت، تجارت و بخش‌های خصوصی و عمومی هدیه کند. روشی که با آن نه تنها نظرات شخصی بلکه موضوعات مورد علاقه مشترک همه مردم جهان نیز منعکس شود.

۵. مستندسازی

دلایل متعددی موجود است که یک گام جلوتر از سینما وجود ناحیه گسترده‌ای را قبول داشته باشیم که کاملاً مغایر با فیلم‌های داستانی عمل می‌کند. ابزار جدید تولید که تبلیغ و آموزش آن را ممکن ساختند، راه‌های جدیدی را برای آزمایش و تجربه به‌روی ما گشودند. روش‌های جدید توزیع و نمایش لزوم افراد جدید را خاطر نشان می‌سازد. در خواست‌های جدید از ناحیه تبلیغ و تعلیم دلالت بر ضرورت اشکال جدید فیلم و طرز فکرهای جدید نسبت به ملزومات سینما دارد.

این بدان معنا نیست که فیلم‌های داستانی این چنین ساخته شده اصلاً جایی در سینما نداشته باشند و یا این‌که تفریح و سرگرمی یا هرچه که آن را بنامید برای یک شخص عادی حرام باشد. هم‌چنین منظور این نیست که سینما از پی یک‌رشته عکس‌هایی از صحنه

پی‌نوشت‌ها:

1. Wells
2. James Harvey Robinson
3. Blumer
4. Motion Picture Research Council
5. Motion Picture and youth
6. Legion of Decency
7. Goebbels
8. Magic Carpet
9. Andrew Buckanan's Cinemmagazine
10. Secrets of Nature
11. The Voice of the World
12. Contact
13. Shipyard
14. Sea Change
15. The Voice of Britain
16. Morris
17. Ford
18. Cadbury
19. Daimler
20. Electrical Development Association
21. Commercial Gas Association
22. Travel and Industrial Development Association
23. National Union of Teachers
24. Red hooligans
25. Caligari
26. Golem
27. Destiny
28. The Street
29. Pabst
30. Lot in Sodom
31. Shakespeare
32. Leonardo
33. Holbein
34. Swift
35. Chaucer
36. Stendhal
37. Royal Academy
38. Lubitsch
39. Clair
40. Kameradschaft
41. Potemkin
42. Grierson

نمایش نتوانست رسالت خویش را در عمومی‌کردن نمایش به‌انجام برساند. بلکه منظور این است که باید تأکید شود که فیلم‌های داستانی نباید حرف اول و آخر سینما باشند و این‌که انواع دیگر فیلم‌ها نیز اگر از محصولات داستانی استودیوهای تجاری مهم‌تر نباشند، کم‌اهمیت‌تر نیستند. فیلم‌های تفریحی جایگاه ارزشمندی در جامعه امروز دارند اما نقش آن‌ها نباید از بین بردن شعور و آگاهی اجتماعی مردم باشد. یک فیلم داستانی خوب، به‌خصوص در زمینه کم‌دی، طنز و به‌ندرت، خیلی به‌ندرت، در زمینه غیر جدی تخیلات هم‌چون یک رمان و نمایش خوب لازم و ضروری است. فقط زمانی یک فیلم داستانی خطرناک جلوه می‌کند که بخواهد برای کسب منافع مادی تهدیدآمیز وارد عمل شود، همه قواعد و آیین سینما را در هم بکوبد و به‌جای آن که محرک باشد داری بیهوشی به مردم تزریق کند.

به‌رحال سینما خارج از محدوده ترانزنامه‌های استودیو حیات خویش را بازیافته و به‌طور موقت در جهت خدمت به اهداف تعلیم و تشویق کمر به خدمت بسته است. سینما خارج از محدوده استودیوهای ضد صدا و ضد عقایدی که گریسون ۴۲ آن را «سلوک خلاقانه و واقعیت» می‌نامید هم‌اکنون هوای تازه‌ای استنشاق می‌کند. و در میان این همه اشکال نو و جدید، چیزی وجود دارد که ورای عبارات ساده توصیفی فیلم‌های آموزشی است، چیزی وجود دارد که وهم‌انگیزتر و رساتر از تصاویر خاص تبلیغاتی است، چیزی که از لحاظ معنا عمیق‌تر و از لحاظ سبک استادانه‌تر از فیلم‌های اخباری وقایع روز است، چیزی وجود دارد که از لحاظ بینش و بیان مضمون گسترده‌تر از فیلم‌های مسافرتی و یا فیلم‌های سخنرانی است، چیزی که از بُعد معنای ضمنی بسی عمیق‌تر از فیلم‌های ساده جلب توجه می‌کند، و آن چیز، فیلم‌های مستند است. و روش مستندسازی را به تولد سینمای پویا تعبیر کرده‌اند.