میزگرد بررسی هنر مردم‌پسند در آثار سینمایی

اشـاره:

یکی ازنتایج مدرنیته (تجدد)، ایجاد شـهرهای بزرگ با اقشـار مختلف و طبقه‌ی متوسـط اجتماعی اسـت که دگرگونی‌های مهمی را در ارزیابی زیبایی‌شـناختی، جایگاه و کارکرد هنر درجامعـه‌ایجـادکـرد.

زندگـی شهرنشـینی در جوامع صنعتـی و فراصنعتی؛ انواع تازه‌ای از آثـار هنری را پدید آورده اسـت که به نام هنر مردم پسند شـناخته می‌شود و تفاوت‌های اساسی با هنرنخبه‌گرا دارد.

در ایـن میـان رسـانه فیلم عـلاوه بر این کـه به عنـوان هنرنخبه‌گـرا مورد اسـتفاده‌ی هنرمندان فیلم‌سـاز قرار دارد، به صورت تولیدات انبوه صنعت فیلم‌سـازی، توسط گروه‌های متعدد اجتماعی هم اسـتفاده می‌شود؛ به طوری که سینما به بارزترین مصداق هنرمردم‌پسند تبدیل شـده اسـت. از این رو، به لحـاظ اهمیت ویژگی‌هـای فیلم مردم‌پسـند و کار ویژه‌ی اجتماعی آن، در میزگرد پیش رو به این موضوع پرداخته شـده اسـت.

دکتر اعظم راودراد

شیخ مهدی: در ابتدا، از کارشناسان محترم تشکر می‌کنم که در این میزگرد شرکت کرده‌اند. جهت معارفه‌ی کارشناسان به یکدیگر عرض می‌کنم که سرکار خانم دکتر اعظم راودراد دانشیار گروه ارتباطات دانشکده‌ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران تشریف آورده‌اند تا به سؤالاتی که از ایشان در ارتباط با جامعه‌شناسی هنر خواهیم پرسید پاسخ بفرمایند. دکتر راودراد کتاب و مقالات متعددی در این زمینه در مجلات تخصصی منتشر کرده‌اند. میهمان دیگر، جناب آقای دکتر محمدحسن احمدی دانشیار دانشگاه هنر هستند. پرسش‌هایی که از ایشان می‌پرسیم با توجه به تخصص ایشان، در زمینه‌ی جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی خواهد بود. مستحضر هستید که سینما و تلویزیون از مصادیق بارز رسانه‌های ارتباط جمعی هستند که در بحث از فرهنگ و هنر مردم پسند به نقش آنها خواهیم پرداخت. استاد دیگر، جناب آقای دکتر شهاب‌الدین عادل عضو هیأت علمی دانشکده‌ی سینما و تئاتر دانشگاه هنر و مدیر گروه کارشناسی ارشد رشته‌ی سینما در همین دانشکده می‌باشند.

با توجه به اینکه موضوع بحث این جلسه هنر مردم پسند است و ذیل این عنوان می‌خواهیم اشاراتی به فیلم مردم‌پسند داشته باشیم، اولین سؤالم را از خانم راودراد می‌پرسم و خواهش می‌کنم برایمان بفرمایند؛ اغلب به طور سنتی آنچه درباره‌ی فرهنگ و هنر در متون جامعه‌شناسی هنر خوانده‌ایم، به این موضوع اشاره شده است که ما با دو نوع هنر سروکار داریم یکی هنر خواص یا الیت (Elite) است که متعالی، نفیس و فاخر است و دیگری هنر عوام یا پاپیولار (popular) که ساده و معمولی است. البته در این میان اصطلاحاتی مثل فولکلور یا فرهنگ عامه وجود دارد که با مفهوم پاپیولار متفاوت است. از دکتر راودراد خواهش می‌کنم راجع به این تقسیم‌بندی و ویژگی‌های هنر خواص و عوام توضیح بفرمایند.

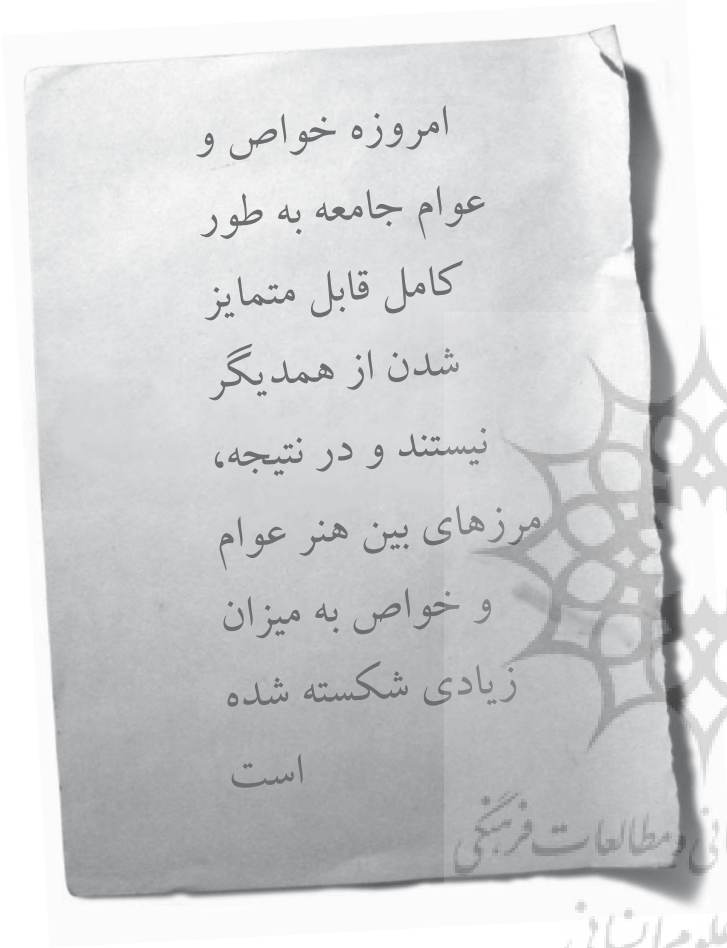
راودراد: حوزه‌ی فعالیت من جامعه‌شناسی هنر است. به همین دلیل کوشش می‌کنم که در بحث امروز از منظر جامعه‌شناسی هنر خارج نشوم بنابراین آنچه می‌گویم شاید با آنچه یک کارشناس تاریخ هنر ممکن است بگوید. لزوماً منطبق نباشد. اما در مورد سؤالی که پرسیدید آیا دو گروه هنر باعنوان مصطلح هنر عوام و هنر خواص وجود دارد یا خیر، باید بگویم که به این سؤال نمی‌توان یک جواب مطلق داد. دلیلش این است که در دوره‌های مختلف علم

جامعه‌شناسی، تقسیم‌بندی هنرها با هم متفاوت بوده است. به طوری که اگر بخواهیم دو دوره‌ی اصلی جامعه‌شناسی هنر را از همدیگر متمایز بکنیم، باید بگوییم که در دوره‌ی اول، توجه علم جامعه‌شناسی به هنر و مسائل هنری تابعی از وضعیت اجتماعی بود. در ابتدای پدیدآمدن تدریجی علمی به نام جامعه‌شناسی، در آن زمان، نخبگان جامعه به لحاظ فرهنگی و اقتصادی از سایر مردم جامعه جدا بودند؛ یعنی عده‌ی کمی از افراد جامعه به لحاظ اقتصادی مرفه بودند و چون این رفاه را داشتند می‌توانستند از مزایای سوادآموزی به طرق مختلف بهره‌مند شوند.

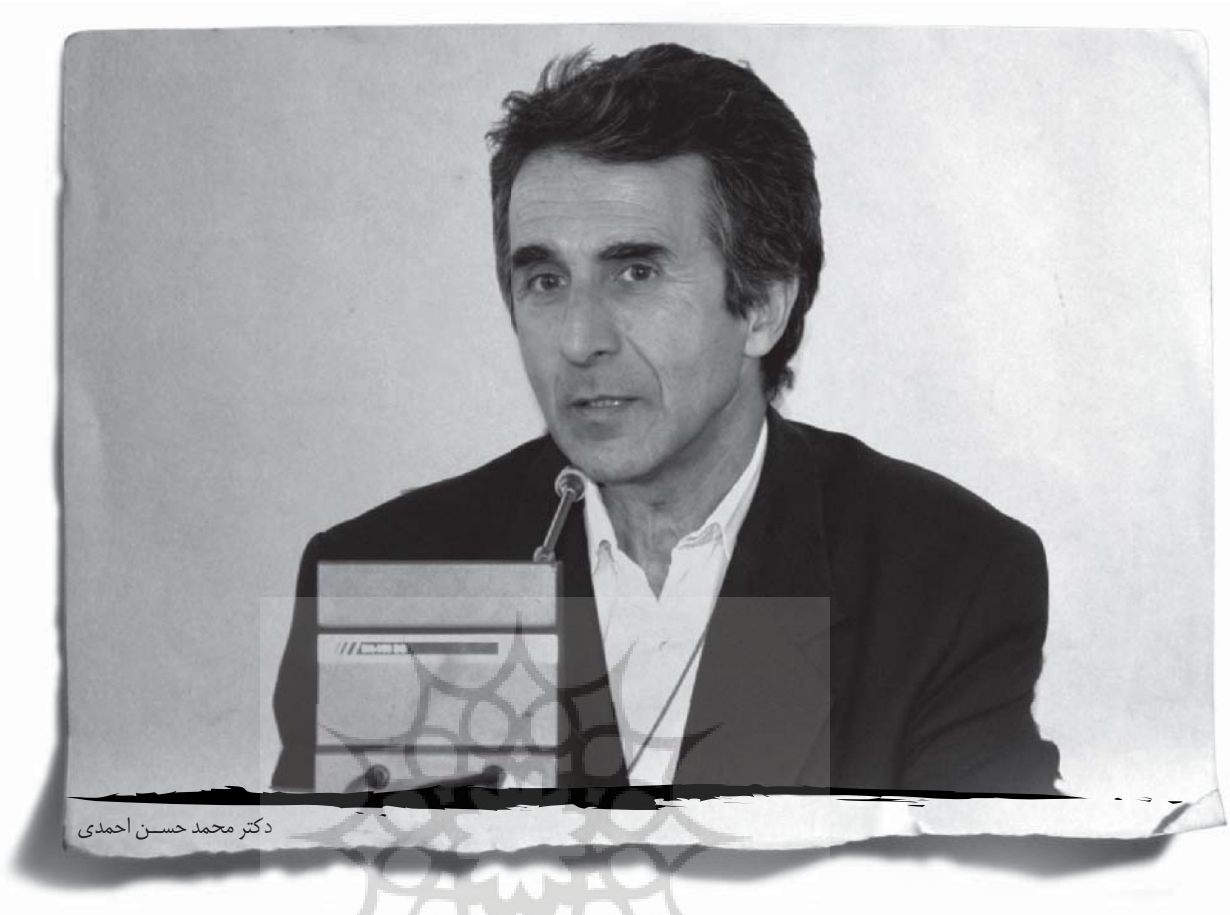
این عده‌ی خاص چون غم نان نداشتند، می‌توانستند اوقات فراغت خود را صرف کارهای دلخواهشان کنند و در اوقات فراغتشان به تولید یا خلق آثار هنری بپردازند و در میان خودشان یعنی نخبگان فرهنگی، این آثار هنری را به گردش در آورند. این خواص همدیگر را تقویت می‌کردند و استانداردها و معیارهای خوب و بد هنری را در جمع کوچک‌شان مشخص می‌کردند و اگر کسی می‌خواست وارد این دنیای فرهیختگان شود باید آن معیارها و استانداردها را رعایت می‌کرد تا به عنوان هنرمند شناخته گردد و به کارش بگویند اثر هنری است.

در این دوره، جامعه‌شناسانی که به مسائل هنری توجه می‌کردند اصطلاحاً هنرهای تولید شده توسط گروه نخبگان جامعه را هنر خواص می‌نامیدند. از خود معنای کلمه‌ی خواص مشخص است که آنها عده‌ی محدودی هستند و تمامی جامعه را دربرنمی‌گیرند. اما نکته‌ی قابل توجه این است که به غیر از خواص، عموم مردم جامعه نیز به نحوی با هنر و زیبایی سروکار دارند. ممکن است که امکانات اقتصادی و فنی پرداختن به هنرهایی که دسته‌ی خواص به آن می‌پردازند برای همه‌ی مردم فراهم نباشد ولی چون علاقه به زیبایی و هنر در نهاد همه‌ی انسان‌ها به طور فطری وجود دارد، بنابراین به غیر از قشر نخبگان و خواص، عموم مردم هم به تولید و خلق آثار هنری در محدوده‌های فرهنگی خودشان می‌پردازند. این نوع از آثار هنری خیلی به متن جامعه نزدیک است و با مسائل و موضوعات زندگی مردم گره می‌خورد و در همان زندگی آنها نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین، در دوره‌ی اولیه‌ی جامعه‌شناسی هنر به تبع دو قطبی بودن جامعه، دو گروه هنری خواص و عوام جدا از هم داشتیم که جامعه‌شناسان هنر اسم آنها را هنر خواص و هنر عوام گذاشتند.

اما در دوره‌ی دوم که دوره‌ی معاصر است، جوامع تغییرات بسیاری پیدا کرده‌اند. مهم‌ترین تغییرشان این است که بر اثر رشد و توسعه‌ی اقتصادی عده‌ای از طبقه‌ی متوسط این امکان را یافته‌اند که به طبقات بالاتر حرکت کنند. این عده تعدادشان مرتباً زیادتر می‌شد. از سوی دیگر، برای طبقات پایین جامعه نیز سطح رفاه نسبی افزایش پیدا کرد و عده‌ای از این طبقه توانستند از طبقه‌ی پایین به طبقه‌ی متوسط صعود کنند. بنابراین ما کم‌کم با موقعیتی در جوامع مواجه شدیم که در نتیجه‌ی آن، نخبگان دیگر آن عده‌ی محدود پیشین نبودند بلکه عده‌ای از افراد متوسط به جمع نخبگان پیوسته بودند. در ضمن طبقه‌ی متوسط، هم به لحاظ کیفی و هم کمّی شروع به گسترش یافتن کرد؛ آموزش عمومی هم رشد پیدا کرد و یکی از دلایل رشد آموزش عمومی همان بالارفتن رفاه نسبی افراد جامعه بود که در نتیجه‌ی آن، خانواده‌های بیشتری موفق شدند فرزندانشان را در مدارس و دانشگاه‌ها ثبت نام کنند در حالی که در دوره‌ی قبل فقط فرزندان طبقات بالای جامعه این بخت را داشتند که از تحصیلات دانشگاهی و آموزش‌های رسمی سطح بالا بهره‌مند شوند. در نتیجه، برای همان خواص اجتماع اتفاقی که افتاد این بود که اولاً از نظر



تعداد خیلی زیاد شدند به طوری که دیگر نمی‌توانستیم به لحاظ کمیت به آنها خواص بگوییم و تازه خود آنها هم دارای درجه‌بندی‌های اقتصادی، فرهنگی، آموزشی و غیره شدند. ثانیاً، طبقات متوسط و پایین جامعه که به مزیت‌های فرهنگی و آموزشی دسترسی زیادی پیدا کرده بودند کم‌کم به تولیدکنندگان و افراد خلاق تبدیل شدند؛ یا به عبارتی دیگر، آنها به جمع خلق کنندگان آثار هنری پیوستند. بنابراین با شرایط جدید اجتماع و به تبع آن در جامعه‌شناسی که علم تغییرات و ویژگی‌های اجتماع است روبه‌رو شدیم؛ به طوری که ما دیگر همانند گذشته با دو دسته‌ی کاملاً مجزا و دور از هم مواجه نیستیم که بگوییم پس هنر عوام و هنر خواص داریم بلکه در عصر حاضر، افراد به لحاظ موقعیت اجتماعی به همدیگر نزدیک‌تر شده‌اند و در امتداد یک طیف قرار می‌گیرند که یک سر آن طیف را می‌توانیم



دکتر محمد حسن احمدی

نخبگان و سر دیگر طیف را عوام بنامیم ولی اکثریت هنرمندان و هنردوستان در میانه‌ی طیف قرار می‌گیرند.

به این ترتیب امروزه خواص و عوام جامعه به طور کامل قابل متمایز شدن از همدیگر نیستند و در نتیجه، مرزهای بین هنر عوام و خواص به میزان زیادی شکسته شده است.

شیخ مهدی: ازصحبت‌های دکتر راودراد متوجه شدم که در یک دوره‌ای بین جامعه‌شناسان هنر، قائل شدن به دو سطح هنر عوام و خواص مطرح بوده است. به دلیل آنکه در جوامع آن دوره نیز بین اقشار فرادست و برتر جامعه با افراد فرودست، چنین تمایزی عینی بوده است و این امر صرفاً حاصل نظریات جامعه‌شناسان هنر نبوده بلکه این تفاوت و اختلاف واقعاً در جامعه وجود داشته است. با سپری شدن آن دوره، دوره‌ی دیگری آغاز می‌شود که اکنون ما در آن دوره بسر می‌بریم. در دوره‌ی جدید، تمایز بین خواص و عوام کم می‌شود و ما دیگر با آن خواصی که از عموم جامعه جدا باشند و منابع ثروت و دانش جامعه در اختیارشان باشد روبه‌رو نیستیم.

من از بیانات دکتر راودراد، این طور استنباط کردم که رشد آموزش عالی در رشته‌های مختلف هنری در جوامعی که دو قطبی نیستند عاملی بسیار مهم برای کاستن از چنین اختلافی بوده است. در این جوامع این طور نیست که فقط عده‌ای در جامعه از نعمت دانشگاه رفتن و دانشگاهی شدن برخوردار باشند بلکه دانش، عمومی و همگانی شده و در سطح جامعه گسترش پیدا کرده است و غیر از طبقات ممتاز و اشرافی افراد طبقات دیگر هم می‌توانند از این امکانات برخوردار شوند.

حال می‌خواهم از جناب آقای دکتر احمدی بپرسم که آیا ظهور و رشد رسانه‌های ارتباط جمعی موجب تسهیل تبادل دانش‌های مختلف و اطلاعات هنری در جامعه نشده است؟ آیا می‌توان گسترش فوق‌العاده‌ی رسانه‌های ارتباط جمعی را در جوامعی که دو قطبی هستند، عاملی برای کاهش فاصله‌ی میان فرهنگ و هنر خواص و عوام به حساب آورد؟ با توجه به اینکه تخصص آقای دکتر احمدی در وسایل ارتباط جمعی است، از ایشان خواهش می‌کنم که در ابتدا تعریف مختصری هم از وسایل ارتباط جمعی بفرمایند سپس به پرسش‌های بنده پاسخ دهند.

احمدی: به طور اجمال باید بگویم که رسانه‌های ارتباط جمعی یا وسایل ارتباط جمعی، ابزار انتقال و تبادل پیام‌ها و اطلاعات و درک و تفسیر آن پیام‌ها و اطلاعات در یک ارتباط فراگیر میان افراد یک جامعه هستند. اگر فقط بخواهیم به طور اشاره به این

رسانه‌ها نگاه بکنیم باید بگوییم که وسائل ارتباط جمعی در دوران سنت به قدرت‌های اصلی ساختار اجتماعی یعنی مذهب و صاحبان حکومت محدود بودند و ارتباطات اجتماعی از طریق مساجد، کلیساها و میدان‌های بزرگ و اصلی شهر برقرار می‌شد و در این میان صدای مؤذن مسجد یا ناقوس کلیسا و شیپور و طبل جارچی نماد چنین ارتباطات اجتماعی بود اما در روزگار جدید، مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما از مهم‌ترین وسایل ارتباط جمعی هستند.

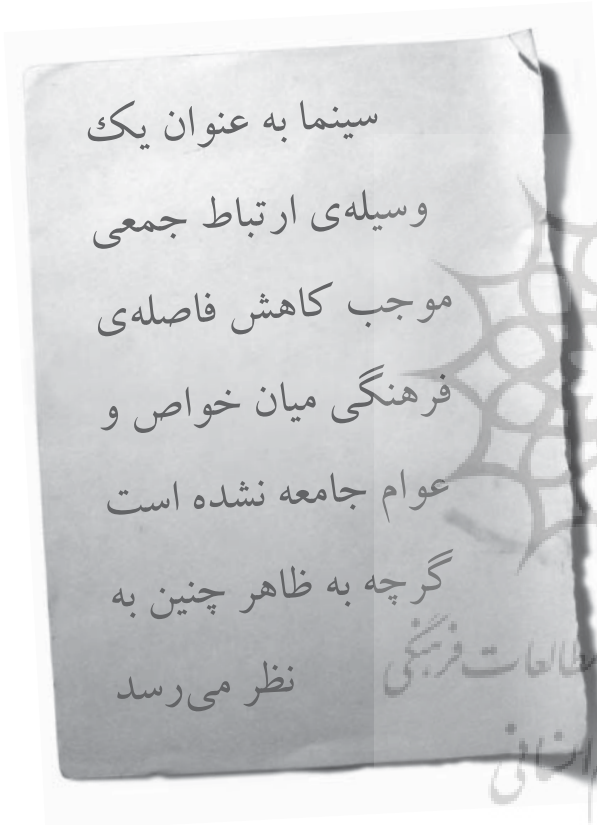
حال، برای اینکه پرسش‌های شما را پاسخ بدهم، لازم می‌دانم که موضوعی را به صورت مقدمه عرض کنم و آن اینکه بعد از اختراع چاپ و ورود به عصر تکثیر مکانیکی پیام‌ها و اطلاعات، این امکان فراهم شد که افراد عادی و به اصطلاح غیرخواص هم بتوانند نظراتشان را به جامعه منتقل کنند بدون اینکه لزوماً از ابزار سنتی ارتباطات جمعی مانند مساجد یا ناقوس کلیسا یا جارچی استفاده کنند. این عده با استفاده از وسایل چاپ می‌توانند دست نوشته‌هاشان را تکثیر بکنند و در اختیار جامعه قرار دهند در حالی که قبلاً چنین امکانی فراهم نبود و آنها حداکثر با استنساخ تعداد محدودی از دست‌نوشته‌هایشان می‌توانستند فقط برخی افراد با سواد را از نظریاتشان آگاه کنند یا همان طور که قبلاً اشاره کردم از طریق مساجد و کلیسا به طور شفاهی این کار را انجام دهند. به نظر من باید صنعت چاپ را یک تحول اساسی در ارتباطات اجتماعی دانست. قبل از آن، تهیه‌ی یک کتاب دست‌نویس برای مردم عادی میسر نبود چون هزینه‌ی گزافی داشت ولی تکثیر مکانیکی یک نوشته از طریق دستگاه چاپ این امکان را فراهم کرد که کتاب‌های متعدد، به قیمت ارزان و به سرعت تهیه شود.

در نیمه‌ی دهه‌ی سی میلادی یعنی به طور دقیق‌تر در سال ۱۹۳۴ اولین بار یک فرستنده‌ی تلویزیونی در آلمان سخنرانی هیتلر را در دوره‌ی رایش سوم به طور زنده پخش کرد و از این زمان به بعد ارتباطات اجتماعی وارد عصر تازه‌ای شد و عصر فرهنگ تصویر محور یا بصری که الآن در علم جامعه‌شناسی ارتباط جمعی بسیار مطرح است، آغاز شد. به این ترتیب، تکثیر پیام از طریق تلویزیون به دوران چاپ پایان داد.

اما حضور تلویزیون در جامعه تبعات فرهنگی و اجتماعی عظیمی داشت. دوربین تلویزیونی و پیشتر از آن دوربین سینمایی با نمایش تصویری پیام‌ها پرده‌هایی را در جامعه دریده بودند که پیش از آن از طریق پیام‌های نوشتاری سابقه نداشت. در واقع، دوربین‌ها به تمام زندگی خصوصی آدم‌ها داخل شدند. چیزی که قبل از آن نشدنی بود. دوربین اعم از اینکه عکاسی باشد یا تلویزیونی یا سینمایی در حال حاضر در اتاق خواب افراد هم می‌تواند وارد شود و همانند چشم یک تماشاگر نامریی جزیی‌ترین رفتار آدم‌ها را ببیند. بنابراین تحولی که دوربین در عصر فرهنگ بصری حاضر ایجاد کرده است تحولی است که فکر می‌کنم قابل مقایسه با تحولی باشد که دستگاه چاپ در قرن هفدهم میلادی ایجاد کرده بود.

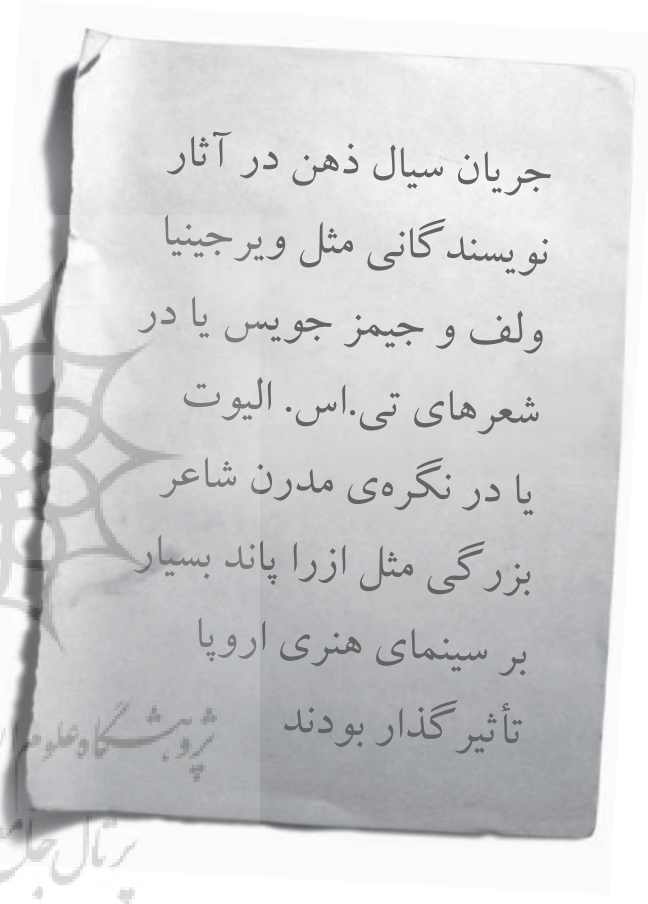
همان‌طور که اطلاع دارید، در ابتدا دوربین عکاسی، تقریباً در اواسط نیمه‌ی قرن نوزدهم میلادی اختراع شد و بلافاصله توسعه و تکامل یافت. فقدان نداشتن حرکت در تصاویر عکاسی شده با اختراع دوربین فیلم‌برداری از بین رفت. تصاویری که دوربین‌های فیلم‌برداری از نقاط مختلف و دیدنی دنیا تهیه می‌کردند و در مقابل چشم تماشاگر به نمایش درمی‌آوردند بسیار زنده و طبیعی بود.

سپس با گذشت تقریباً نیم قرن دیگر، دوربین‌های تلویزیونی البته با روش خاص الکترونیکی اختراع شدند و با تأسیس نخستین فرستنده‌های تلویزیونی، عصر تازه‌ای در زندگی بشر آغاز شد که تمام فواصل زمانی و مکانی پیشین میان انسان‌ها را از بین برد و به قول مک لوهان دهکده‌ی جهانی ایجاد شد. در این عصر، وسایلی که چنین ارتباطات اجتماعی را ممکن می‌ساختند اهمیت فوق‌العاده‌ای یافتند.



رشد و گسترش این وسایل، تأثیرات بسیار عمیقی در ساختارهای فرهنگی جوامع مختلف ایجاد کرده است. برای مثال سینما شرایطی را فراهم کرده است که سایر هنرها در یک موقعیت گشتالتی با هم ارتباط پیدا کنند؛ یعنی دیگر موسیقی به تنهایی جایگاه بسیار کمرنگی در زندگی ما دارد. موسیقی که امروز شما ضمن تماشای فیلم به آن گوش می‌کنید، سینما را در یک فضای چند بُعدی قرار می‌دهد. گسترش روزافزون شبکه‌های مختلف که بیست و چهار ساعت محصولاتی به نام موزیک ـ ویدئو یا همان موسیقی و تصویر از خوانندگان پخش می‌کنند نشانه‌ی چنین تأثیری است. در این فضا، هم موسیقی را می‌نوازند و هم ساختمانی که در آن واقعه رخ می‌دهد به نمایش درمی‌آید و نقاشی، مجسمه‌سازی، تئاتر، ادبیات و همه‌ی

این‌ها در یک ارتباط گشـتالتی با هم فضایـی را ایجاد می‌کنند که در مجموع تماشاگر اسیر و گرفتار آن فضا می‌شود. مخاطب عام ارتباطش در سـطح این فضا برقرار می‌شـود لذا ارتباط او بیشـتر احساسی است و آن فضاسـت که به طور کلی او را به شـدت تحت تأثیر قرار می‌دهد در حالـی که یـک مخاطب خاص به دنبال درک روابط اجزایی اسـت که کنار هم گردآمده اسـت. بنابراین، مخاطب عام تحت تأثیر سـاختار گشتالتی است که سـازنده‌ی فیلم ایجاد کرده است اما مخاطب خاص می‌کوشـد که اجزاء آن سـاختار و جایگاه هر یک را بشناسد. به عبارت دیگـر مخاطب عـام ارتباطی احساسـی و عاطفی با ایـن محصولات برقـرار می‌کند امـا مخاطب خـاص ارتباطی عقلانـی و انتقادی دارد



مثلاً وقتی که از سـینمای مؤلف صحبت می‌کنیم، باید متوجه باشـیم سـینمایی اسـت که مردم عادی یعنی مخاطبان عام به داستانش توجه می‌کننـد و به روابط قهرمـان و وقایعی که در فیلم رخ می‌دهد اهمیت می‌دهنـد ولـی مخاطبان خاص بـا آن ارتباط عمیق برقـرار می‌کنند. یعنی جهان‌بینی مؤلف را که همان سـازنده‌ی فیلم باشـد، مورد توجه قرار می‌دهند.

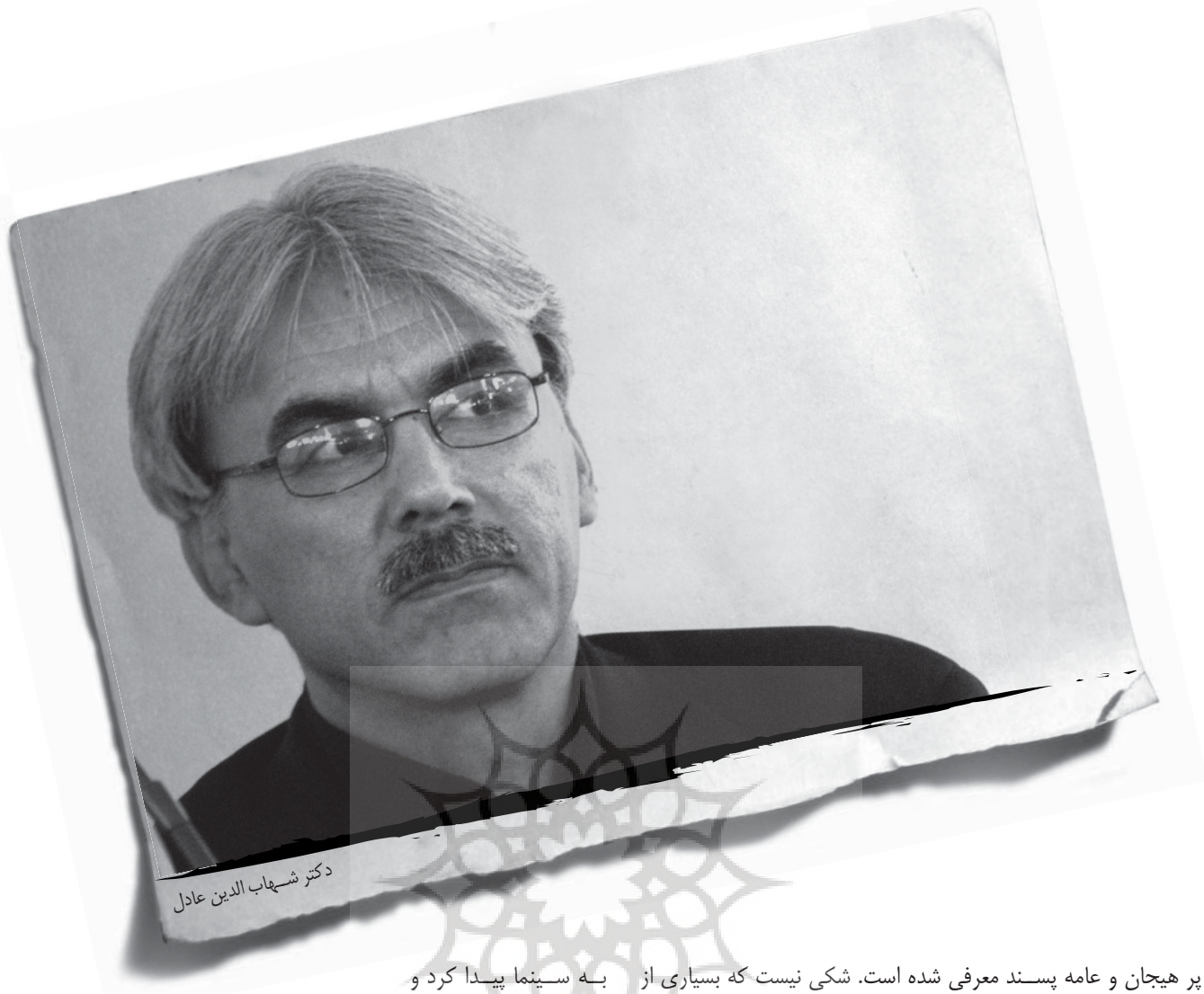
بنابراین، می‌بینید که سـینما به عنوان یک وسیله‌ی ارتباط جمعی موجـب کاهش فاصله‌ی فرهنگـی میان خواص و عوام جامعه نشـده اسـت گرچـه به ظاهر چنیـن به نظر می‌رسـد زیرا یک فیلـم را، هم مـردم معمولـی می‌تواننـد ببینند و هم افـراد فرهیخته. امـا این فقط ظاهر ماجراسـت و به نظر من با گسترده‌شدن فرهنگ دیداری برآمده از تصویـر سـینمایی و تصویر تلویزیونی، روز بـه روز فاصله‌ی عوام و خـواص نه تنها کاهش نمی‌یابد بلکـه افزایش هم پیدا می‌کند؛ به این دلیل که ارتباط با تصویر حتی به سـواد عادی هـم احتیاج ندارد یعنی تماشـاگری کـه یک نـگاه مهربانانه میـان مادر و فرزند یا عاشـق و معشـوق را در یک تصویر می‌بیند چه در چین باشـد یا در افریقا و چه در ایران. یک مفهوم از آن برداشـت می‌کند و به یک شـناخت عمیق از آن نـوع کـه خواص دنبالش هسـتند، نیازی نـدارد. در حالی که در یک ارتباط نوشـتاری، خواننده‌ی یک کتاب ضرورتاً باید حداقل سـواد در حـد الفبـا و معانی واژه‌ها را بلد باشـد. برای همیـن امروزه، عوام دیگر از مطالعه‌ی کتاب بی‌نیاز شـده‌اند. در واقع با رسـانه‌های ارتباط جمعـی مانند تلویزیون و سـینما که متکی بر تصویر هسـتند، احتیاجی به خواننده‌ی با سـواد وجود ندارد.

از این روسـت که در میان وسایل ارتباط جمعی، سینما و تلویزیون گسـترش جهانی یافته‌انـد چون که دیداری هسـتند و آنچه به عنوان گفت‌وگو (دیالوگ) در این محصولات وجود دارد، اهمیت حیاتی ندارد. بنابراین نداشـتن سـواد و حتی ندانسـتن زبان بازیگـران فیلم مانع از برقراری ارتباط با توده‌ی تماشـاگر نمی‌شـود در حالی که روزنامه‌ها و مجلات به عنوان انواع دیگر وسـایل ارتباط جمعی اینگونه نیسـتند و نیازمند خواننده‌ی باسـواد هسـتند به همین خاطر هم هست که روز به روز، روزنامه‌ها با ورشکسـتگی بیشتری روبه‌رو می‌شـوند؛ آنهایی هم که باقـی مانده‌اند، مجبورند بر تعداد عکس‌هایشـان بیفزایند و کیفیت عکس‌هـا را بالا ببرند و از حجم متن بکاهند یا اینکه اَشـکال سـنتی تولیـد مطبوعات را رها کنند و به سـراغ روزنامه‌های الکترونیک بروند که جذابیت‌های تازه‌ای برای مخاطبان دارد.

بـه این ترتیب، فرهنگ تصویری بر فرهنگ نوشـتاری غلبه یافته اسـت که به نظر من، غلبه‌ی ساده‌پسـندی، توده‌زدگـی، از بین رفتن آرمان‌هـای متعالی اسـت زیـرا که آگاهـی دروغینی بـه مخاطبانش می‌دهـد و او را روز به روز بی‌سـوادتر و فاصله‌اش را از فرهیختگان و خواص فرهنگی بیشـتر می‌کند.

شـیخ مهدی: این طور که به نظر می‌رسـد جنـاب دکتر احمدی برایمـان از نیمه‌ی خالی لیوان یعنی نقش منفی وسـایل ارتباط جمعی صحبـت کردنـد. می‌دانم که برخی معتقدند که نیمـه‌ی پر لیوان یعنی نقش مثبت و مؤثر وسـایل ارتبـاط جمعی را نباید فراموش کرد. به هر حال از محتوای سـخنان دکتر احمدی چنین برمی‌آید که رسـانه‌های تصویری مانند فیلم و تلویزیون به عنوان وسـایل ارتباط جمعی نه تنها فاصله‌ی بین هنر خواص و عوام را کم نکرده است بلکه آن را شدیدتر کرده اسـت و موجب گسترش سطحی‌نگری و ساده‌پسـندی شـده‌اند.

از جنـاب آقای دکتر عادل می‌خواهم بفرمایند که تفاوت سـینمای هنری اروپا که مورد علاقه‌ی خواص است و سینمای هالیوود که مورد توجه تماشـاگر عام اسـت درچیسـت؟ توضیح اینکه به طور سنتی در منابع ادبیات سـینمایی همواره از سینمای اروپا به عنوان تولید کننده‌ی مهم‌ترین آثار هنری نام برده شـده است و هالیوود سازنده‌ی فیلم‌های



دکتر شهاب الدین عادل

پر هیجان و عامه پسند معرفی شده است. شکی نیست که بسیاری از فیلم‌سازان اروپایی فیلم‌های هنرمندانه‌ی بسیار خوبی ساخته‌اند، اما علاقه‌مندان این فیلم‌ها معمولاً هالیوود را متهم می‌کنند که قابلیت هنری کمتری دارد چون در سینمای هالیوودی، فیلم‌ساز قادر نیست همانند یک فیلم‌ساز اروپایی از آزادی عمل خلاقانه برخوردار باشد و بیان شخصی و تفسیر ویژه‌ی خودش را از رویدادها ارائه بکند. جناب دکتر عادل آیا واقعاً تضاد میان سینمای هنری اروپا و عامه‌پسند هالیوود به طور تاریخی و عینی در دوره‌ای وجود داشته است؟ آیا می‌توانیم بگوییم که امروزه در شرایطی که ارتباطات فرهنگی میان دوستداران هنر فیلم و صنعت سینما افزایش یافته این تضاد کم‌تر شده است؟

عادل: ابتدا بایستی از زیبایی شروع کنم؛ چون هنر یعنی زیبایی. حداقل از دیدگاه بسیاری از فلاسفه‌ی هنر، ارزش‌گذاری و شاخصه‌ی اصلی‌ای که برای هنر بیان کرده‌اند همین است. اما درباره‌ی اینکه آیا سینما هم می‌تواند به عنوان هنر تلقی شود و دارای زیبایی باشد، گاهی انتقادهای بسیار شدیدی اظهار شده است که چهره‌ی مشهور این انتقادات تئودور آدورنوست که پیش از آغاز جنگ دوم جهانی به سبب یهودی بودن از آلمان به امریکا مهاجرت کرد و در آنجا بر اثر مواجه شدن با نظام صنعت فیلم‌سازی هالیوود، ارزیابی بدبینانه‌ای به سینما پیدا کرد و نمی‌پذیرفت که در شرایطی متفاوت هم می‌توان فیلم خوب و هنری ساخت. به هر حال، آدورنو و همفکرانش بنیانگذار اندیشه‌ای در جامعه‌شناسی و مباحث فرهنگی بودند که از آن به مکتب فرانکفورت یاد می‌کنند. والتربنیامین از چهره‌های مشهور وابسته به مکتب فرانکفورت بود که بحث تکثیر مکانیکی آثار هنری را در دنیای جدید مطرح ساخت که جناب دکتر احمدی به آن اشاره کردند. این نکته را اضافه کنم که بنیامین معتقد است آثار هنری روزگار ما از آن ارزش‌های گذشته که ارزش‌های متعالی در قالب آثار هنری منحصر به فرد بودند، فاصله گرفته‌اند. در واقع، این دگرگونی به شکل بنیادی‌تری در مورد سینما صادق است و دیگر اینکه در سینما این مسئله خیلی پیچیده‌تر است برای آنکه تولید فیلم کاری گروهی و واقعاً تخصصی است.

آنچه ما در این جلسه به عنوان هنر عامه‌پسند از آن سخن می‌گوییم، در سینما نیز به صورت تولید فیلم‌های عامه‌پسند وجود دارد؛ در همه‌ی هنرهای دیگر هم هست و اصولاً آن چیزی را که ما عامه‌پسند می‌گوییم به معنای منفی نباید تلقی کرد چون خیلی از فیلم‌ها هستند که توده‌ی مردم می‌بینند و فیلم‌های خیلی هنری‌ای نیستند ولی مردم آنها را دوست دارند. بنابراین به جای تحقیر باید در ریشه‌های تاریخی و فرهنگی آن کشورها جست‌وجو کرد تا ببینیم به

علی شیخ مهدی

چه دلیل آن فیلم‌ها مورد توجه مردم قرار گرفته است.

سینمای مؤلف به عنوان سینمای هنری که بخشی از تاریخ صد و چند ساله‌ی سینما است، می‌تواند برای نقادان فیلم و دست‌اندرکاران سینما و محققان فیلم و زیبایی‌شناسان فیلم مورد توجه قرار بگیرد؛ اما برای آنکه من کمی مسئله را دقیق‌تر مطرح بکنم باید مقایسه‌ای را که جناب شیخ مهدی می‌خواستند بین سینمای اروپا و هالیوود انجام دهند، بیان کنم.

اگر ما بخواهیم سینمای روشنفکری یا هنری اروپا را بررسی کنیم باید به ادبیات اروپا و فلسفه‌ی متفکران آن قاره برگردیم. از اوایل دهه‌ی دوم قرن بیستم میلادی، افرادی از فیلم‌سازان هنری در اروپا وجود داشتند و حتی سینمای پیشرو (آوانگارد) از سال ۱۹۱۸ میلادی در فرانسه شکل گرفت و مسائل ویژه‌ی زیبایی‌شناسی سینما را به وجود آورد که اگر اینها با معیارهای هنری امروز محک زده بشوند، معلوم می‌شود که پست‌مدرنیستی هستند؛ در این زمینه می‌توان فیلم‌های سوررآل در فرانسه یا سینمای ناب اروپایی را یادآور شد که همگی بسیار خواص‌پسند بودند. در ادبیات سینمایی معمولاً این طور جا افتاده است که سینمای هنری اروپا، آن سینمایی است که در فاصله‌ی جنگ‌های اول و دوم جهانی و در اثر تأثیراتی که هر دو جنگ در حوزه‌ی ادبیات و فلسفه‌ی اروپا ایجاد کردند شکل گرفته است. پس از جنگ اول جهانی فلسفه‌ی کلاسیک جایش را به فلسفه‌ی پدیدارشناسی و اگزیستانسیالیسم داد؛ همزمان نگرش تازه‌ای در ادبیات به وجود آمد که به جریان زمان و روایت توجه می‌کرد. این دو نگرش حتی تا امروز آنقدر در اندیشه‌ی آدم‌های جدی اروپایی در هم تنیده شده است که سینمای روشن فکری اروپا بدون پیوستگی با روایت مدرن و مسئله زمان و موقعیت انسان در شرایط جدید که از ادبیات و فلسفه تأثیر گرفته است، قابل تصور نیست.

این دگرگونی به خاطر مشکلاتی بود که پس ازجنگ به وجود آمد و در نتیجه، سرخوردگی، تنهایی و سرگشتگی انسان اروپایی موضوع بحث در اهل فلسفه و ادبیات قرارگرفت. لذا این بحث‌ها در حوزه‌ی فلسفه و ادبیات بر سینمای روشنفکری اروپا نیز تأثیر گذاشت و گونه‌ای از سینمای هنری را به وجود آورد که مختص اروپا بود همچنان نیز ما در اروپا، با آن روبه‌رو هستیم.

جریان سیال ذهن در آثار نویسندگانی مثل ویرجینیا ولف و جیمز جویس یا در شعرهای تی.اس. الیوت یا در نگره‌ی مدرن شاعر بزرگی مثل ازرا پاند بسیار بر سینمای هنری اروپا تأثیرگذار بودند. همچنین، در نتیجه‌ی تغییراتی که در حوزه‌ی تفکرات فلسفی حادث شد، اگزیستانسیالیسم و ابزوردیسم دهه‌های شصت و هفتاد میلادی آمیخته با گرایش‌های مذهبی رمانتیسم بر سینمای هنری اروپا تأثیر فراوانی برجای گذاشت به طوری که برخی سینمای هنری اروپا را مبتنی بر نگره‌ی رمانتیسم اگزیستانسیالیستی می‌دانند در حالی که معتقد هستند سینمای امریکا با توجه به نگره‌ی اصالت عمل و بر

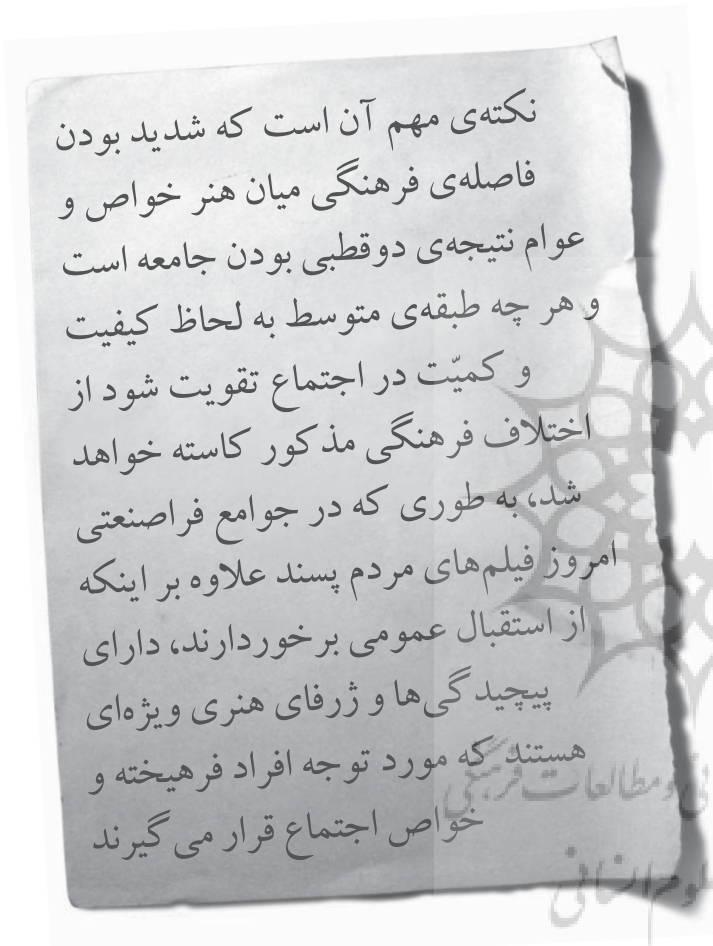
دیدگاه‌های پراگماتیسمی استوار است.

در نتیجه، زمانی که در امریکا یا در هالیوود قرار است فعالیتی تحت عنوان فیلم‌سازی شکل بگیرد بخش عمده‌ای از آن به ریشه‌های پراگماتیسمی در حوزه‌ی فلسفه در این کشور برمی‌گردد زیرا این پراگماتیسم در آراء و افکار صنعت فیلم امریکا و صنعت فیلم هالیوود نیز وجود دارد. البته بخشی هم از فعالیت‌های فیلم‌سازی در امریکا محصول مهاجران سینمای اروپا به این کشور است که گروه روشنفکری سینمای هالیوود را تشکیل می‌دهند و از سال‌های پیش وجود داشته‌اند ولی امروزه تحت عنوان تأثیراتی که این گروه بر سینمای مستقل امریکا گذاشته‌اند ردیابی می‌شوند.

البته اینها که گفتم بدان معنا نیست که سینمای هالیوود، سینمای خوبی نیست. امروزه سینمای امریکا چه در بخش سرگرمی آن یعنی هالیوود و چه در بخش روشنفکری آنچنان به هم تنیده شده‌اند و چنان با هم رابطه برقرار کردند که به یکدیگر مددرسان هستند. این ارتباط و پیوستگی باعث شده است که سینما مخاطب بیشتری پیدا بکند. علی‌القاعده، مخاطب معمولی فیلم کسی است که دانش سطری در حوزه‌ی سینما ندارد، با این وجود فیلم‌هایی که به اصطلاح روشنفکری‌اند، ممکن است برایش جذاب باشد و او می‌تواند برداشت‌ها و تعبیرات خودش را از این گونه فیلم‌ها داشته باشد. به هر حال ساختار فیلم و تکنیک فیلم‌سازی هالیوود در این حوزه بسیار تعیین کننده است و آن بخش روشنفکری سینما طبیعتاً خواستاران سینمای متفاوت از جریان اصلی و غالب فیلم‌سازی است.

هالیوود با قدرت تولید و توزیع وسیعی که دارد، فیلم‌هایش را به سراسر دنیا ارسال می‌کند. تماشاگران معمولی و مردم عادی اروپا هم بسیار علاقه‌مند هستند که فیلم‌های جذاب و تماشایی هالیوودی را مشاهده کنند، اما نکته اینجاست که سینمای هالیوود، هم بر نحوه‌ی فیلم‌سازی و حتی مضامین فیلم‌هایی که در اروپا ساخته می‌شود، تأثیر جدی گذاشته است و هم خودش از سینمای اروپایی تأثیرات فراوانی پذیرفته است. در واقع این تعامل و تأثیرگذاری دو طرفه بوده است. مثلاً در اروپا فیلمسازانی با گرایش هالیوودی پیدا می‌شوند، مثل فیلم‌ساز بزرگی به نام لوک بسون در سینمای فرانسه که گرچه کارش را با سینمای روشنفکری شروع کرد ولی به هالیوود رفت و در حال حاضر، آنجا به فیلم ساختن مشغول است و فیلم‌هایش، هم ویژگی‌های یک فیلم روشنفکری اروپایی را دارد و هم دارای جذابیت‌های مخصوص فیلم‌های مهیج هالیوودی است. در نتیجه، این تأثیرات متقابل است و درست نیست که فقط بگوییم امریکایی‌ها از سینمای روشنفکری اروپایی‌ها تأثیر گرفته‌اند. البته علت پیشاهنگ بودن اروپا نسبت به امریکا برای تحولات هنری آن است که اروپا به واسطه‌ی آن تجربه‌ی تاریخی که در پیدایش اندیشه‌های نو در حوزه‌ی ادبیات و فلسفه‌ی مدرن به ویژه در پدیدارشناسی و اگزیستانسیالیسم در سال‌های پس از جنگ اول و دوم جهانی و درگیری بی‌واسطه با تألمات ناشی از جنگ‌ها به دست آورد، توانست نسبت به امریکاییان زودتر به سینمای پیشرو و روشنفکرانه دست پیدا بکند.

شیخ مهدی: بنابراین می‌توانیم بگوییم که سینمای امریکا در شرایطی قراردارد که فیلم‌های تجاری یا هالیوودی خیلی از ویژگی‌هایی را که ما معمولاً در فیلم‌های هنری اروپا به دنبال آن می‌گردیم پیدا کرده است اما در عین حال آن جریانی که فیلم‌های هنری در امریکا می‌ساخت و به سینماگران مستقل معروف به «نیویورکی‌ها» وابسته بود همچنان به فعالیت‌اش ادامه می‌دهد. در واقع اگر بخواهیم توضیح بیشتری بدهیم باید اضافه کنیم که تأثیر و تأثّر سینمای اروپا و سینمای هالیوود بر همدیگر دوجانبه بوده است



اما در عین حال هنوز گروهی از فیلم‌سازان پیشرو، چه در داخل اروپا و چه در داخل امریکا فیلم هنری می‌سازند؛ آنها گروهی اقلیت و پیشرو هستند که همچنان سعی دارند تجارب نوین برای بیان تازه در سینما پیدا کنند.

عادل: شاید بهتر بود که نکته‌ای را درباره‌ی سینما در ابتدای صحبت‌هایم می‌گفتم و آن اینکه سینما در واقع شکل تکامل یافته‌ی دو هنر عکاسی و تئاتر است. تئاتر یک هنر کلاسیک در دنیاست و سینما هم متحول شده‌ی آن است. گرچه ما امروزه درباره‌ی رسانه‌های چندگانه (مولتی مدیا) صحبت می‌کنیم ولی بسیاری از شاخصه‌های

هنری سینما مانند نقاشی، معماری، مجسمه‌سازی، موسیقی و ... خودشان به صورت هنرهای مستقل مطرح هستند.

در عکاسی هم از ابتدای پیدایش، هنر و فن آن به یکدیگر آمیخته بوده است. در مورد سینما هم همین طور است؛ مضافاً اینکه سینما ماحصل جهان سرمایه‌داری است یعنی اقتصاد سرمایه‌داری درحوزه‌ی سینما بسیار تأثیرگذار است. لذا، نمی‌توانیم بگوییم که می‌توانیم فیلم را جدا از اقتصاد سینما بحث بکنیم.

همان‌طور که دکتر راودراد اشاره کردند افرادی با توجه به وضعیت اقتصادی‌شان در ادوار تاریخی، هنر خودشان را خلق می‌کردند که البته با سلایق و ویژگی‌های قشر یا طبقه‌ی اجتماعی خودشان متناسب بود. در واقع همان‌طور که در این جلسه گفته شد، تمایز و جدایی هنر خواص و عوام محصول شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی یک جامعه‌ی دوقطبی است. جامعه‌ای که اقلیت حاکم از تمامی امکانات استفاده می‌کند اما اکثریت فرودست به راحتی نمی‌تواند بیان هنری خویش را ارتقاء دهد و به داوری دیگران بگذارد، دچار بی‌عدالتی فرهنگی است. در مورد سینما، من این عقیده را ندارم که بگویم فیلم روشنفکرانه مخصوص اقلیت، خواص و نخبگان فرهنگ و اندیشه و هنر باشد و اکثریت مردم به دیدن فیلم‌های ساده سرگرم شوند؛ به این دلیل که وقتی همان فیلم خواص پسند را هم که توده‌های مردم ببینند، به هر حال برداشت‌های خاص خودشان را پیدا می‌کنند؛ اما اگر منظور از فیلم روشنفکرانه آن است که عده‌ای به عنوان روشنفکر فیلم می‌سازند و برای آدم‌های خاصی هم فیلم می‌سازند، این یک بحث دیگری است. مثلاً کیشلوفسکی فیلم‌ساز لهستانی، زمانی که سه فیلم مشهورش را با نام‌های آبی، سفید و قرمز ساخت، منتقدان از او می‌پرسیدند که این سه فیلم را ساختی که به پرچم فرانسه احترام بگذاری؟ کیشلوفسکی جواب می‌داد که اگر من به رنگ‌های پرچم کشور آلمان هم سه فیلم می‌ساختم، پس در آن صورت باید نام فیلم‌هایم زرد، سیاه، قرمز می‌بود؟

در واقع کیشلوفسکی می‌گوید آن چیزی که ساختم حاصل ذهن من بوده است اما شما به عنوان بیننده لزوماً تابع قصد و نیّت من نیستید بلکه می‌توانید برداشت و تأویل خودتان را داشته باشید. کیشلوفسکی یک فیلم‌ساز خاص است و درباره‌ی عشق و فقدان عشق و راه‌کارهای روان‌شناختی و رفتاری انسان‌ها فیلم می‌سازد اما این گونه نیست که بگوییم او فیلم روشنفکرانه فقط برای روشنفکران می‌سازد و بر روی مردم تأثیر نمی‌گذارد.

به نظر من فیلم تجاری و سرگرم کننده هم، بر روی روشنفکرها اثر می‌گذارد منتها آنها حوزه‌ی علائق خودشان را در همین فیلم‌های تجاری یا به اصطلاح عامه‌پسند جست‌وجو و انتخاب می‌کنند؛ مثلاً فیلمی هالیوودی با نام **جنگ دنیاها** ساخته‌ی اسپیلبرگ را در نظر بگیرید؛ این فیلم نسخه‌ای از یک داستان کلاسیک از اچ.جی.ولز است که خطر حمله‌ی موجودات فرازمینی را به کره‌ی زمین مطرح

می‌کند. با وجودی که تاکنون چندین اقتباس سینمایی از این داستان عامه‌پسند ساخته شده است اما اسپیلبرگ با پیشرفته‌ترین تکنیک‌های سینمایی فیلمی ساخته است که فقط صحنه‌های مهیج و به اصطلاح عوام پسند ندارد بلکه موقعیت درماندگی گروه‌های انسانی هنگام مواجه شدن با اتفاقات ویرانگر را هم نشان می‌دهد.

به نظر می‌رسد که ویرانی دو برج تجاری نیویورک بر اثر حملات تروریستی در یازدهم سپتامبر و ویران شدن دستاوردهای تمدنی، موضوع قابل تأملی در اذهان امروز شده است. برای همین است که فیلم‌هایی مانند **جنگ دنیاها** فقط مورد علاقه‌ی تماشاگر عام نیستند بلکه افراد روشنفکر و فرهیخته هم به دیدن این فیلم علاقه نشان می‌دهند؛ منتها هر یک در جست‌وجوی علائق خویش هستند و برداشت‌های خودشان را پرورش می‌دهند. البته در کشورهایی مثل کشور ما، میان قشر یا طبقه‌ی روشنفکر و عموم مردم اختلاف گسترده‌ای از نظر علائق فرهنگی وجود دارد که البته بررسی و تبیین جامعه‌شناختی آن نیازمند بحث مفصل دیگری است ولی به هر حال نباید فکر کنیم که درهر جای دنیا این اختلاف که البته طبیعی است، آنقدر شدید است، که به نظر برسد به دو دنیای جداگانه‌ی خواص و عوام‌تعلق‌دارد.

هنگام تولید فیلم در کشوری مثل کشور ما تفکر شرقی که به اصول و اخلاق خاصی ارتباط دارد بایستی مدنظر تولید کننده و سازنده‌ی فیلم قرار بگیرد و نبایستی فارغ از این‌ها حرکت بکند و با اصول و ارزش‌هایی که در یک کشور صنعتی یا فرا صنعتی وجود دارد و با جامعه‌ی ما متفاوت است فیلم بسازد. بنابراین به عقیده‌ی من هر جامعه‌ای ویژگی‌های خودش را دارد و نبایستی یافته‌ها و اظهارنظرهای خود را به تمام دنیا تعمیم بدهیم و از تفاوت‌های فرهنگی در سطوح و لایه‌های اجتماعی کشورمان نتیجه بگیریم که همه جای دنیا این گونه است.

راودراد: باید به موضوع مهم دیگری هم درخصوص این تفاوت‌ها اشاره کرد و آن گسترش وسایل ارتباط جمعی است؛ چون اطلاعاتی از طریق وسایل ارتباط جمعی به خصوص تلویزیون در اختیار سایر مردمی که سطوح مختلف فرهنگ با خودشان را دارند گذاشته می‌شود که چه بسا با آن مردم سازگار نباشد؛ مثلاً ممکن است که فاقد پیشینه و سنت هنری در رشته‌هایی مانند تئاتر، موسیقی، نقاشی و هنرهای تجسمی و غیره باشند در حالی که برای خود غربیان چنین پیشینه‌ای وجود دارد آن را با اصطلاح هنرهای زیبا (fine arts) مشخص می‌سازند. تغییر شکل پیدا کرده‌ی همین هنرهای زیبا در آن کشورها از طریق وسایل ارتباط جمعی با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند در آن صورت این را دیگر هنرهای زیبا نمی‌گویند بلکه هنرهای مردم پسند popular arts و عامه می‌گویند.

در مباحث کلاسیک جامعه‌شناسی هنر، کسانی مثل لوکاچ و گلدمن که در حوزه‌ی جامعه‌شناسی هنر و ادبیات به طور مفصل بحث کرده‌اند، وقتی درباره‌ی هنر می‌گفتند ، بدون اینکه اشاره‌ای به نقاشی، مجسمه‌سازی و ... بکنند منظورشان هنرهای زیبا (fine arts) بود اما در جامعه‌ی معاصر، به خاطر نزدیکی‌ای که هنرهای زیبا و هنرهای مردم پسند به همدیگر پیدا کرده‌اند، وقتی که ما می‌خواهیم از جامعه‌شناسی هنر صحبت بکنیم نمی‌توانیم صرفاً به هنرهای زیبا منحصر شویم برای اینکه اقسام هنرهای دیگر مثل هنرهای عامه و هنرهای مردم پسند نیز در کنارش هست که به هر حال آنها هم هنر هستند. وقتی مدعای اصلی جامعه‌شناسی هنر این است که می‌خواهد ارتباط بین جامعه و هنر و تعامل بین جامعه و هنر را بررسی کند، دیگر برایش هنر عوام یا خواص یا هنر مردم‌پسند فرقی ندارد؛ همه‌ی اینها هنر شناخته می‌شوند یعنی مصرف کنندگانش یا همان مخاطبانش، آنها را هنر می‌دانند و تولید کنندگانش نیز خود را هنرمند می‌شناسند.

وقتی مدعای اصلی جامعه‌شناسی هنر این است که می‌خواهد ارتباط بین جامعه و هنر و تعامل بین جامعه و هنر را بررسی کند، دیگر برایش هنر عوام یا خواص یا هنر مردم‌پسند فرقی ندارد؛ همه‌ی اینها هنر شناخته می‌شوند یعنی مصرف کنندگانش یا همان مخاطبانش، آنها را هنر می‌دانند و تولید کنندگانش نیز خود را هنرمند می‌شناسند

بنابراین ما نمی‌توانیم صرفاً با تعریف هنر در چارچوب هنرهای زیبا، سایر فعالیت‌های هنری را چنان‌چه با آن تعریف ما جور درنیاید، غیرهنری بخوانیم. به هر حال، این گونه نگاه کردن به هنر، محصول نظریات جدید در حوزه‌ی جامعه‌شناسی هنر است که به دیدگاه مطالعات فرهنگی (cultural Studies) نزدیک است و در حد تعریف هنر با معیارهای هنرهای زیبا محدود نیست بلکه در مطالعات فرهنگی معمولاً هنر مردم پسند مطرح می‌شود. لذا در حوزه‌ی جامعه‌شناسی هنر به ویژه در دهه‌های اخیر، ما با تعریف فلسفی و

ماهیتی هنر که اغلب در جامعه‌شناسی هنر کلاسیک به کار می‌رفت و معمولاً هم متمایل به ویژگی‌های هنرهای زیبا بود، کار چندانی نداریم.

درجامعه‌شناسی هنر مبتنی با دیدگاه جدید، هنر آن چیزی است که جامعه به عنوان هنر می‌شناسد و جامعه از فردی به عنوان هنرمند آن را می‌پذیرد. هم‌چنین آثاری هنری هستند که عرفاً درجامعه به عنوان آثار هنری شناخته می‌شوند.

شیخ مهدی: شاید بهتر بود بحث جلسه را با تعریف هنر و تعریف فرهنگ شروع می‌کردیم. ولی من تعمداً از این کار خودداری کردم، به این دلیل متقاعد کننده که بحث از اینکه هنر چیست و فرهنگ کدام است، بسیار مفصل و پردامنه است و نمی‌توانیم در یک جلسه کوتاه، هم به تعریف مورد توافق کارشناسان برسیم و هم بتوانیم موضوع اصلی بحث امروز را که فیلم به عنوان مصداق فرهنگ و هنر مردم‌پسند باشد مطرح کنیم. بنابراین ترجیح دادم که به تعاریف ضمنی و مشترکات ذهنی کارشناسان و حضار این جلسه اکتفا کنیم. با این وجود نظر کارشناسان میهمان را هم مورد توجه قرار می‌دهیم. جناب آقای دکتر عادل نظر شما چیست؟

عادل: از دیدگاه من، هنر به معنای زیبایی است یعنی آن شکل کلاسیکی که همیشه وجود داشته است و هنر مطلق هم که جزء ذات باری تعالی است. همان طور که آقای شیخ مهدی به درستی اشاره کردند، بحث از تعریف فرهنگ و هنر کار گسترده‌ای است. به هر حال هر یک از ما تصوری از مفهوم فرهنگ و هنر دارد که علی‌رغم اختلافات، به سبب همان تعاریف متفاوت، در اصل و اساس دارای مشترکاتی هم هست که تا این مدت در این جلسه توانسته‌ایم با یکدیگر صحبت کنیم. فارغ از این موضوع، می‌خواستم به موضوع دیگری اشاره کنم و آن اصطلاح چند فرهنگی‌گرایی یا multi culturalism است که در بحث پیرامون ویژگی‌های سینمای روشنفکرانه و عامه‌پسند اهمیت دارد. می‌دانیم که وقتی جریان استعمار از قرن شانزدهم میلادی از جانب اروپا به سمت افریقا، آسیا و امریکا سرازیر شد، آمیخته با نگاه غرور آمیز یک اروپایی به فرهنگ خویش نسبت به سایر فرهنگ‌ها بود. در داخل خود آن کشورهای اروپایی نیز یک فرهنگ مسلط به عنوان فرهنگ رسمی حاکم بود وسایر فرهنگ‌های مربوط به قومیت‌های دیگر می‌بایستی از آن فرهنگ برتر تبعیت کنند، این نگاه برتری طلبانه در سرتاسر قرون هفدهم، هیجدهم، نوزدهم و حتی تقریباً دو سوم قرن بیستم نیز بر اندیشه‌ی غربی حاکم بود. اما در چند دهه‌ی گذشته، به رسمیت شناختن خرده فرهنگ‌ها در داخل همان فرهنگ مسلط آغاز شده است.

در ارتباط با سایر جوامع نیز کم‌کم فرهنگ‌های متفاوت شرقی، افریقایی، امریکای لاتینی از موقعیت در حاشیه بودن به متن آورده شده‌اند. لذا توجه به سایر فرهنگ‌ها و پذیرش تفاوت‌های فرهنگی در سینمای امروز جهان جایگاه ویژه‌ای یافته است. سینمای روشنفکری

امـروز جهان به دنبال چیزهایی اسـت که قبلاً توسـط غربیان نادیده انگاشـته می‌شـدند. بنابراین امروزه فرهنگ سـایر جوامع بسیار مورد توجه فیلم‌سـازان بزرگ هسـتند. موج توجه کردن به سایر فرهنگ‌ها فقط در سینمای روشـنفکری جاری نیست بلکه در فیلم‌های تجاری و پرفروش هم دیده می‌شـود.

اگر شـما بخواهید این را به صورت مقایسـه‌ای ببینید، کافی است که مشـخص کنید در سـینمای معاصر هالیوود چه مقدار فیلم سـاخته شـده اسـت که به اندیشه‌های فرضاً بودیسـم در آسیای جنوب شرقی مثل چین، هند و غیـره توجه دارد. هم‌چنین، توجه به چند فرهنگی به صورت یک جریان اصلی در اندیشه‌ی انسان امروزی مبدل شده است. به قدری این جریان قوی اسـت که تفکر یکجانبه‌گرایی پیشـین را که زاده‌ی فرهنگ اروپایی مبتنی بر خِردگرایی و اومانیسـم بود به حاشیه رانده اسـت. این جریان حتی بر فیلم‌سازان داخل کشورمان و نیز سایر فیلم‌سـازان منطقه‌ی خاورمیانه تأثیرات جدی گذاشـته است. بنابراین بی‌توجهـی بر خرده فرهنگ‌ها کـه محصـول یکجانبه‌گرایی فرهنگ غربی بود، به تدریج از چند دهه‌ی پیش در سـینمای همان کشورهای اروپایی و نیز هالیوود کمرنگ شـده اسـت. البته هنوز هـم فیلم‌هایی که مدعی چنین برتری‌ای هسـتند ساخته می‌شـود که نمونه‌هایش به ویـژه در رده‌ی محصولات عامه‌پسـند هالیوودی به چشـم می‌خورد. از طریق ایـن فیلم‌ها همچنان تمایل برای یکسـان سـازی فرهنگی تداوم داشـته اسـت. نگاه ایـن فیلم‌ها به خرده فرهنگ‌هـا به صورت توریسـتی اسـت. اما این فیلم‌ها همه‌ی فیلم‌هایی نیسـت که هالیوود یا صنعت فیلم‌سـازی در سایر کشـورهای اروپایی تولید می‌کنند. مثلاً برتولوچی که در دهه‌ی هفتاد دیدگاهش متفاوت بود حالا در فیلم‌هایش می‌خواهـد فرهنگ‌ها را به هم ارتباط دهد و مفاهیم مشـترک فرهنگی از آفریقـا و اروپـا را ارائه می‌کند. او در فیلم **بـودای کوچک** همین کار را می‌کند. خیلی از فیلم‌سـازان به این مطلب توجـه می‌کنند و از خرده فرهنگ‌ها برای ساختن فیلم‌هایشان استفاده می‌کنند بنابراین، من نظرم این نیسـت که فیلم عامه‌پسند، مطلقاً بد است بلکه معتقدم که هنر عامه پسـند هنر بدی نیسـت؛ در خیلی جاها بسیار هم موفق بوده است. دیگر اینکه معیارهای عامه‌پسـند دانستن یک فیلم متفاوت است؛ برای اینکه سـینمای هالیوود برای فرهنگ آمریکایی عامه‌پسند تلقی نمی‌شود چون آن چیـزی که در فیلم‌های هالیوودی رخ می‌دهـد در فرهنگ جامعه‌ی آمریکایـی وجود دارد. برای ما که از بیرون به آن فرهنگ نگاه می‌کنیم و از یک موضع فرهنگی دیگر به آن می‌نگریم ممکن اسـت که مبتذل جلـوه کند. به همین قیاس، سـینمای عامه پسـند ایرانی هم فی‌نفسـه اِشـکالی ندارد و با فرهنگ ما سازگار اسـت منتها به شرطی که با زبان سـینمایی به مسـائل مردم پرداخته شود. همین مسائلی که تحت عنوان ازدواج، طـلاق، زندگـی و روابط اجتماعی، اعتیاد و غیره که از مسـائل بنیادی در جامعه و نسل جوان ما هستند، به شرطی که با زبان سینمایی بیان و بررسـی شوند یعنی از ابزار رسانه‌ی سینما به خوبی استفاده شود؛ از تکنیک و دسـتورزبان فیلم بهره گرفته شود، در این صورت بسیار هم می‌تواند موفق باشـد. البتـه باز تکرار و تأکید می‌کنم که مسـائل مورد علاقه مردم با دسـتورزبان سـینما بیان شـود و گرنه می‌شود همان آثار مبتذلی که همواره سـاخته شـده‌اند.

اِشـکال کار دقیقاً پاسـخ به این پرسشهاسـت؛ چرا مخاطب ایرانی از فیلم‌هایی که تولید فیلم‌سـازان خودمان هستند و می‌خواهند که پرفروش باشـند، استقبال نمی‌کنند؟ چون بیان سـینمایی آنها به ویژه قصه‌پردازی آن‌ها ضعیف اسـت. چرا هالیوود فیلم‌های جذابی می‌سازد و تماشاگرانش نه تنها ایرانی بلکه در همه جای دنیاسـت؟ به این دلیل که از زبان سینما بهره می‌برد . آنها می‌توانند موضوعات مختلفی را با استفاده از ابزار سینما به مؤثرترین شکل به فیلم تبدیل کنند. موضوع نفوذ فرهنگی نیست بلکه ایـن فیلم‌ها به لحاظ قصه‌گویی و بهره‌گیری از اصول فیلم‌نامه‌نویسـی و سـایر امکانات بیان سـینمایی، قابلیت‌هایی دارند و مهم‌تـر از همه اینکه قصه را با اسـتفاده از دستورزبان سینمایی روایت می‌کنند نه صرفاً ادبیات نوشـتاری. گرچه اروپاییان از نظر پیشینه‌ی قصه‌نویسی و رُمان نویسی از آمریکاییان قدمت و شـاید عمق بیشـتری دارند اما سینمای هالیوود بهتر از صنعت فیلم‌سـازی اروپا از بیان سـینمایی برای داسـتان‌گویی استفاده می‌کنـد. بنابراین اگر می‌خواهیم که سـینمای عامه‌پسـندمان پیشـرفت کنـد باید اولاً ارتباطش را با ادبیات خودمان قوی کند و ثانیاً دسـتورزبان سینمایی را برای داستان‌گویی‌اش بیاموزد و به خوبی به کار ببرد و در حد روایت ادبی باقی نماند.

بـه عقیـده‌ی من، علاوه بـر مخاطبان فرهیخته بایـد برای مردم معمولی هم فیلم سـاخته شـود، آن‌هـم فیلم‌هایی که مسـائل واقعی زندگی آنها باشـد. لذا فیلم‌سازان ما فیلم‌های سـطحی نسازند بلکه از درون همان مسـائل و مشـکلاتی که مربوط به مردم جامعه‌ی ماست و از ریشـه‌های فرهنگ خودمان بیرون می‌آید، استفاده کنند و با زبان سـینما و نه سـایر هنرها برای تولیـد فیلم‌های مردم پسـندِ پرفروش بهـره گیرنـد. متأسـفانه چون در کشـورمان فیلم خوب کمتر سـاخته می‌شـود و موضوعات هم غالباً خیلی عادی هسـتند؛ مردم این فیلم‌ها رانمی‌بیننـد.

بـه نظر من، مـردم عادی می‌توانند اشـکالات فیلم را تشـخیص دهند شـاید که نتوانند مانند یک متخصص سینما یا یک فرد فرهیخته و تحصیـل کـرده آنها را بیان کننـد ولی تشـخیص می‌دهند که مثلاً داسـتان فیلمی در یک تاریخ دیگر اسـت ولی نشانه‌های تاریخ معاصر در آن دیده می‌شـود. خوب این اِشـکال فیلم است و مردم معمولی آن را بـه خوبی می‌فهمند. البته ناگفته نماند کـه ما فیلم‌های خیلی خوبی هم در حوزه‌ی سـینمای روشـنفکری داریم و هم گاهـی، هرچند کم شـمار، فیلم‌های خوبی در زمینه فیلم‌های عامه‌پسـند داریم ولی آنچه به عنوان اِشـکال کار عرض کردم، اغلـب در تولید فیلم‌های ایرانی به چشـم‌می‌خورد.

شـیخ مهدی: متشکرم. متأسفانه وقت جلسه‌ی ما رو به پایان است، از این رو اما می‌خواهم براسـاس اسـتنباط‌های خودم یـک جمع‌بندی از مهم‌ترین مشـترکات ذهنی کارشناسـان محترم عرض کنم و سـپس در فاصله‌ی زمانی کوتاه باقی مانده، سـخنان تکمیلی کارشناسـان جلسه را

بشنویم.

در ایـن میزگرد کوشـیدیم که برخی تفاوت‌هـای فرهنگ و هنر مردم‌پسـند و نخبه‌گرا را به ویژه در زمینه‌ی سینما مطرح کنیم. معلوم شـد که بنابر اینکه ما هنرمند و فرآینـد تولید هنری را چگونه تعریف کنیـم، ارزیابی ما نسـبت به اینکه فیلم عامه‌پسـند یا مردم پسـند چه چیزی اسـت و ویژگی‌هایش کدام اسـت و چه نقشی در اجتماع دارد، متفـاوت خواهد شـد. نکته‌ی مهم دیگری که از این جلسـه اسـتنباط کردم آن اسـت که شـدید بودن فاصله‌ی فرهنگی میان هنر خواص و عـوام نتیجه‌ی دوقطبی بودن جامعه اسـت و هر چه طبقه‌ی متوسـط به لحـاظ کیفیت و کمیّتّ در اجتماع تقویت شـود از اختلاف فرهنگی مذکور کاسـته خواهد شـد به طوری کـه در جوامـع فراصنعتی امروز فیلم‌های مردم پسـند علاوه بر اینکه از اسـتقبال عمومی برخوردارند، دارای پیچیدگی‌ها و ژرفای هنری ویژه‌ای هسـتند که مورد توجه افراد فرهیخته و خواص اجتماع قرار می‌گیرند.

امـا از میان اینکه بر اثر چه عواملی این فاصله‌ی فرهنگی کاسـته می‌شـود، عامل افزایش نقـش اقتصـادی طبقه متوسـط، بهره‌مندی بیشـتر افـراد جامعه از تحصیـلات و آموزش‌های علمـی و هنری که قبلاً در انحصار طبقات ممتاز بود، افزایش و رشـد وسایل ارتباط جمعی مورد اشـاره قرار گرفت. همچنین روشن شد که وسایل ارتباط جمعی، چنانچه نوشـتاری باشـند مانند روزنامه‌ها و مجلات یا اینکه شنیداری باشـند مانند رادیو یا اینکه دیداری ـ شنیداری باشند مانند تلویزیون و سـینما، دارای نقش اجتماعی متفاوتـی خواهند بود و بالاخره در پایان اینکه سیاسـت‌های فرهنگی که توسـط دولت‌ها اِعمال می‌شـود، در چگونگی نقش وسـایل ارتباط جمعی و همچنین استقبال عموم از یک اثر هنری تأثیر بسـزایی دارد. حال از کارشناسـان گرامی درخواسـت می‌کنم که سـخنان تکمیلی خودشان را با توجه به ضیق وقت به طور مختصر بیان بفرمایید.

احمدی: حالا که خانم دکتر راودراد و دکتر عادل، تعریف خودشان را از هنـر بیـان کردند، مایلـم که تعریـف خودم را به طـور مختصر عرض کنم تا پیوسـتگی و مبنای سـخنانم برای حضار روشـن باشد. به عقیده‌ی من هنر، ابداع اسـت یعنی شـما هیچ اثـری را نمی‌توانید هنـر بنامید که تقلید آثار هنری قبلی و تکرار آنها بوده باشـد. بنابراین بـه نظر من، نـوآوری یعنی خلق چیزی که قبلاً نبوده اسـت. کُنشـی هنرمندانه‌است.

دیگـر اینکه هر اثر هنری برای ماندگار شـدن بـه دو صفت نیاز دارد و ایـن دو صفت در تمام طول تاریخِ غیرقابل انکار بوده اسـت: ۱ـ کیفیت هنری، ۲ـ اسـتقبال عوام؛ هر اثری که استقبال عموم را نداشته باشـد، حتی اگر از نظر کیفیت بسـیار عالی باشـد صرفاً در محدوده‌ی خـواص باقی می‌ماند و به مرور در طی قـرون رنگ می‌بازد. در طول تاریـخ، ماندگاری کسـانی مثل حافظ یا مولوی در این بوده اسـت که از یکسـو با توده‌ی مردم ارتباط برقرار کرده‌اند و از سـوی دیگر، واجد

معانی عمیق و فلسفی سطح بالایی بوده‌اند. لذا در طی قرون، هم خواص را راضی کرده‌اند و هم عوام را مجذوب خویش ساخته‌اند. کتابهای آسمانی و مذهبی مانند قرآن و نهج‌البلاغه در فرهنگ اسلامی و شیعی نیز چنین خصوصیتی را دارند؛ یعنی از یک طرف به دلیل شیوایی و بلاغت آن‌چنان جذاب هستند که عامه را جذب می‌کنند و در عین حال واجد معانی عمیق، خردمندانه یا به طور کلی محتوای ژرف هستند و خواص و فرهیختگان را که بدنبال حقیقت هستند مجذوب می‌سازند. در مورد آثار هنری نیز همین گونه است؛ آثار بسیار سطح بالای هنرمندان طراز اول در رشته‌های مختلف مانند نقاشی، معماری، سینما و غیره در صورتی ماندگار و جاودانه شده‌اند که استقبال عمومی را هم پیدا کرده‌اند.

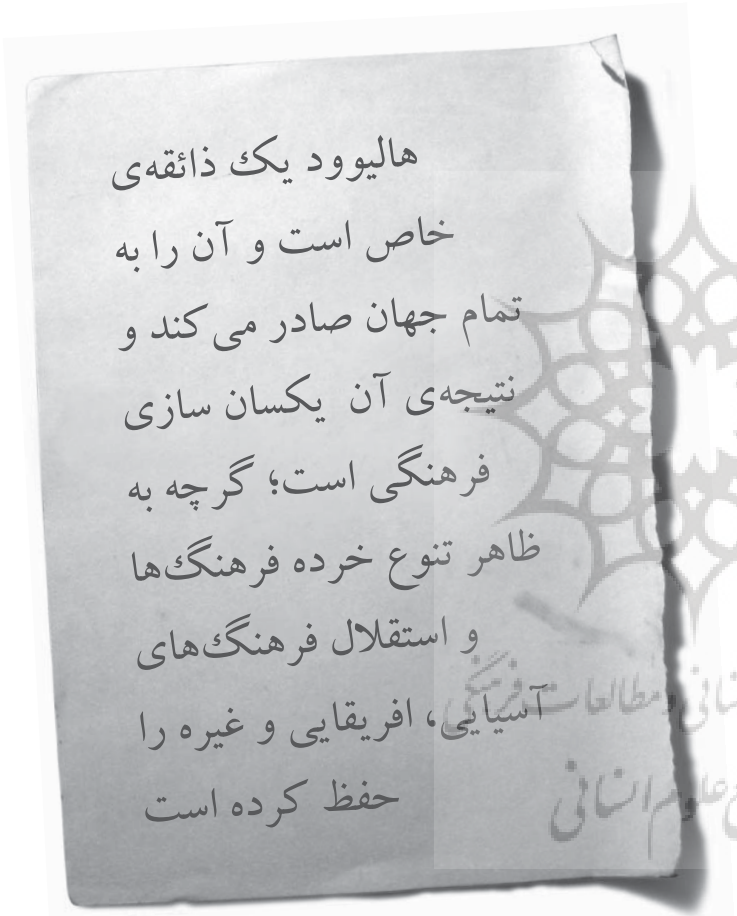
در اینجاست که نقش وسایل ارتباط جمعی به خوبی روشن می‌شود. این وسایل به دلیل قدرت فراگیری و سرعت انتشار فوق‌العاده‌ای که دارند، می‌توانند استقبال و محبوبیت عمومی برای یک شخص، یک تیم ورزشی، یک فیلم و ... ایجاد کنند. اما اگر آن صفت اول اثر هنری یعنی داشتن کیفیت هنری موجود نباشد کافی است که توسط این رسانه‌ها به طور گسترده و مکرر تبلیغ شوند. در آن صورت مورد استقبال قرار خواهند گرفت. در واقع آثار مختلف فاقد کیفیت هنری به فراوانی توسط این وسایل ارتباط جمعی در جامعه نفوذ داده می‌شوند؛ آنگاه است که به آسانی زخارف و بَدَل‌ها می‌تواند به جای صدف‌ها و اصل‌ها وانمود شوند. این نکته بایستی در بحث از فیلم عامه پسند مورد توجه قرار گیرد که کثرت به نمایش درآمدن یا معرفی شدن برخی آثار توسط وسایل ارتباط جمعی دلیل داشتن کیفیات هنری نیست.

من مثال دیگری می‌زنم و از حوزه‌ی سینما و تلویزیون موقتاً خارج می‌شوم و درباره‌ی ادبیات صحبت می‌کنم. ادبیات امروز، آن بخشی که نشانه‌شناسی دارد و سرشار از رمز و راز و نمادها و کنایات است. برای خواص که به پیچیدگی علاقه‌مند هستند و مایل‌اند که نیروی ذهنی‌شان را مصروف کشف رابطه‌ها کنند، جذاب است اما از سوی دیگر جذابیت‌هایی هم برای عوام دارد و آن جذابیت‌ها به خاطر داستان و سرگذشت اشخاص و اینکه چگونه به خواسته‌هایشان می‌رسند است.

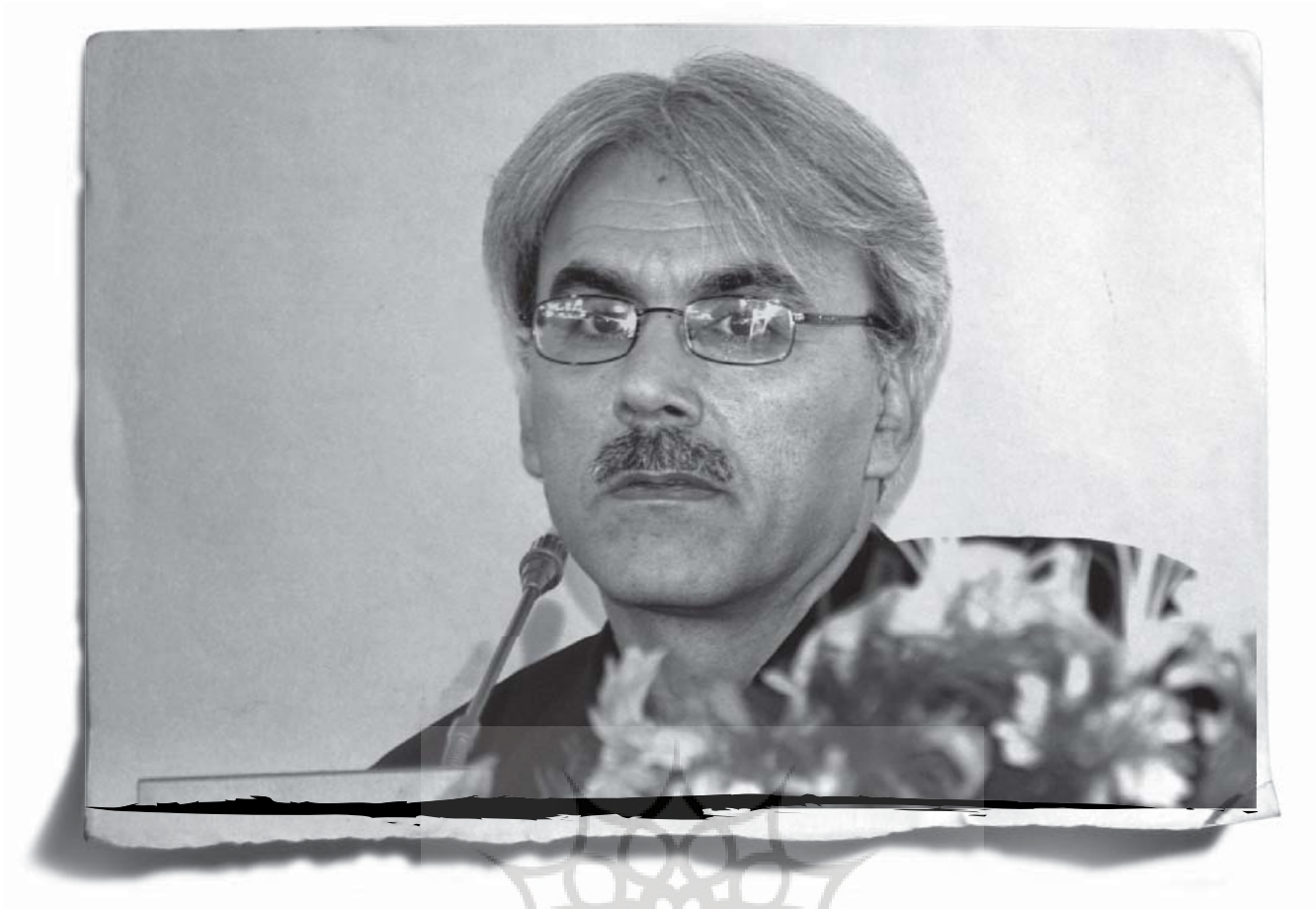
بنابراین یک رمان گرچه به لحاظ ماجرایش برای عوام جالب است ولی مخاطب خواص هم می‌تواند براساس پیچیدگی‌هایش تعبیر و برداشت شخصی خودش را داشته باشد، لذا از آن استقبال می‌کند. بنابراین اساساً ادبیات به همین علت است که هنوز علی رغم سایر رسانه‌ها موفق بوده است و هنوز ماندگار است. اما ادبیاتی که صرفاً داستان‌نگاری بوده باشد و روابط میان اشخاص، سطحی باشد و هیچ پیچیدگی و رازی برای خواننده‌ی اهل فکر نداشته باشد، گذراست. گرچه باعوام در یک ادواری در تاریخ رابطه‌ی بسیار خوبی هم برقرار کرده باشد. این گونه رمانها به سرعت در برابر گذشت زمان رنگ می‌بازند.

در سینما هم همین‌طور است؛ به خصوص با استنباط به اشاره‌ای که دکتر عادل درباره‌ی سینمای ایران فرمودند که بسیاری از فیلم‌ها ساخته شده‌اند که مطلقاً از نظر هنری کیفیت نداشته‌اند ولی موفقیت عمومی پیدا کرده بودند. فراموش شدند؛ هم‌چنین باید اضافه کنیم. برعکس هم اتفاق افتاده است و فیلمهایی که به شدت خاص بودند و بازیگرانش مثل روشنفکران عصر مدرن با زبان بسیار پیچیده صحبت می‌کردند، نتوانستند استقبال عامه را جلب کنند. لذا این فیلم‌ها و کارگردانانش هم فراموش شدند. این وضعیت در اروپا هم اتفاق افتاده است مثل بسیاری از سینماگران بزرگ فرانسه، ایتالیا و غیره که مجبور شده‌اند برای ماندگاری به هالیوود ملحق شوند تا استقبال عامه را پیدا کنند. افرادی مانند آنتونیونی یا کسان دیگری هم بوده‌اند که آثارشان در بین خواص باقی مانده و هرگز با توده‌ی عموم جامعه ارتباط برقرار کرده‌اند و به نظر من این عده نیز تقریباً فراموش شده‌اند.

این روند در همه‌ی هنرها وجود دارد. تمام هنرمندان تلاش می‌کنند که آثارشان، هم کیفیت بالای هنری داشته باشند و هم با عوام رابطه برقرار کنند. به نظر من اگر هنرمندان جامعه‌ای در این کار توفیق پیدا



کنند، هنر آنان جهانی خواهد شد. راجع به این بحث که هالیوود، ظاهراً تکثرگراست و به سایر فرهنگ‌ها توجه دارد، سخنی دارم که با اظهار دکتر عادل همخوان نیست و آن اینکه ظاهراً هالیوود تکثرگرا شده است و به همه‌ی فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها توجه و ارتباط پیدا کرده است؛ باید عرض کنم که این فقط ظاهر ماجراست و در باطن حاکمیت محض جهانی سازیی (globalistic) در آن وجود دارد. در واقع هالیوود یک ذائقه‌ی خاص است و آن را به تمام جهان صادر می‌کند و نتیجه‌ی آن یکسان سازی فرهنگی است؛ گرچه به ظاهر تنوع خرده فرهنگ‌ها و



استقلال فرهنگ‌های آسیایی، افریقایی و غیره را حفظ کرده است.

همچنین، اجازه بفرمایید که عدم همخوانی خودم را با یک نظر سرکار خانم دکتر راودراد عرض کنم. ایشان فرمودند که موفقیت و استقبال عمومی یک اثر هنری منوط و موکول به سیاست‌های حاکم است. من با این نظر به این دلیل موافق نیستم که به راحتی هرکسی می‌تواند بگوید که کار هنری‌ام از کیفیت عالی برخوردار بوده است ولی شرایط یا امکانات یا سیاست‌ها مرا در محدودیت قرار داد. این استدلال مثل سخنان معلمی است که اگرچه عالی‌ترین مدارج علمی را هم داراست اما وقتی نتواند با مخاطب کلاسش، با توجه به توقعات و انتظارات آنها، ارتباط برقرار کند آن معلم بگوید که شرایط کلاس مهیا نبود.

از این لحاظ، موافق نیستم که بگوییم موفقیت یا عدم موفقیت یک اثر هنری در برقراری ارتباط با عموم مردم موکول و منوط به این است که سیاست‌های عمومی حاکم این اجازه را بدهد.

راودراد: من فقط یک جمله‌ی معترضه می‌گویم و به علت کمبود وقت آن را تفسیر نمی‌کنم و آن اینکه یکی از نویسندگان سینمایی در کتابش عنوان بسیار قشنگی به هالیوود داده است که به نظر من برای بحثی که می‌خواهم به آن اشاره بکنم مناسب است. او می‌گوید که هالیوود کارخانه‌ی رویاسازی جهان است و در واقع بزرگ‌ترین کارخانه‌ی رویاسازی جهان است.

رویاسازی‌اش همان است که به آن شهرت دارد ولی کارخانه بودنش ابعاد اقتصادی پنهانی هالیوود است که در یک نظام فرهنگی همراه با سیاست‌های مربوطه‌اش قرار دارد. البته، آدورنو و دیگران که درباره‌ی صنعت فرهنگ بحث کرده‌اند از تأثیراتی که این روابط سیاسی و اقتصادی غیرآشکار بر هنر دارند سخن گفته‌اند که به دلیل کمبود وقت آنها را ذکر نمی‌کنم و همگان کمابیش در این خصوص مطلع هستند.

واقعیت این است که فیلم‌های عامه‌پسند هالیوود با رویاهای مخاطبانش سروکار دارند و باید حواسمان به این نکته جمع باشد که گرایش‌های سیاسی در این کار دخالت دارد. اما درباره‌ی آنچه هنر است، لازم می‌دانم توضیحی به سخنان قبلی‌ام اضافه کنم و آن اینکه ما از دیدگاه جدید جامعه‌شناسی هنر، به کسی هنرمند می‌گوییم که دیگران او را هنرمند بدانند و اثر هنری به چیزی می‌گوییم که دیگران و جامعه آن را به عنوان اثر هنری قبول داشته باشند. بنابراین، اگر کسی اثر هنری‌ای را به وجود آورد اما به هر دلیل موفق نشد که آن را به اطلاع مخاطب برساند، از نظر جامعه‌شناسی هنر، او به عنوان هنرمند شناخته نمی‌شود گرچه ممکن است کسی که اهل فلسفه‌ی هنر است به او هنرمند بگوید. در اینجا ناچارم به طور خلاصه نکته‌ای را در بحث از هنر اشاره کنم و آن اینکه سه مرحله درخصوص هنر وجود دارد مرحله‌ی اول، درک است یعنی درکی که هنرمند از حقایق جهان هستی و زیبایی‌های جهان هستی به صورت بی‌واسطه به دست می‌آورد. مرحله‌ی دوم، بیان است یعنی هنرمند با استفاده از علائم، رمزها و قراردادهای زیبایی‌شناختی، آن حقایقی را که درک کرده و آن زیبایی را که دیده است و دیگران علی‌رغم وجود داشتن آن را ندیده‌اند، توسط بیان خویش در اثر هنری به گوش و چشم مخاطبان می‌رساند. بنابراین، یک هنرمند دارای درک از حقایق جهان و زیبایی‌هاست و نیز می‌تواند این ادراکات را از طریق معیارهای زیبایی‌شناختی بیان کند.

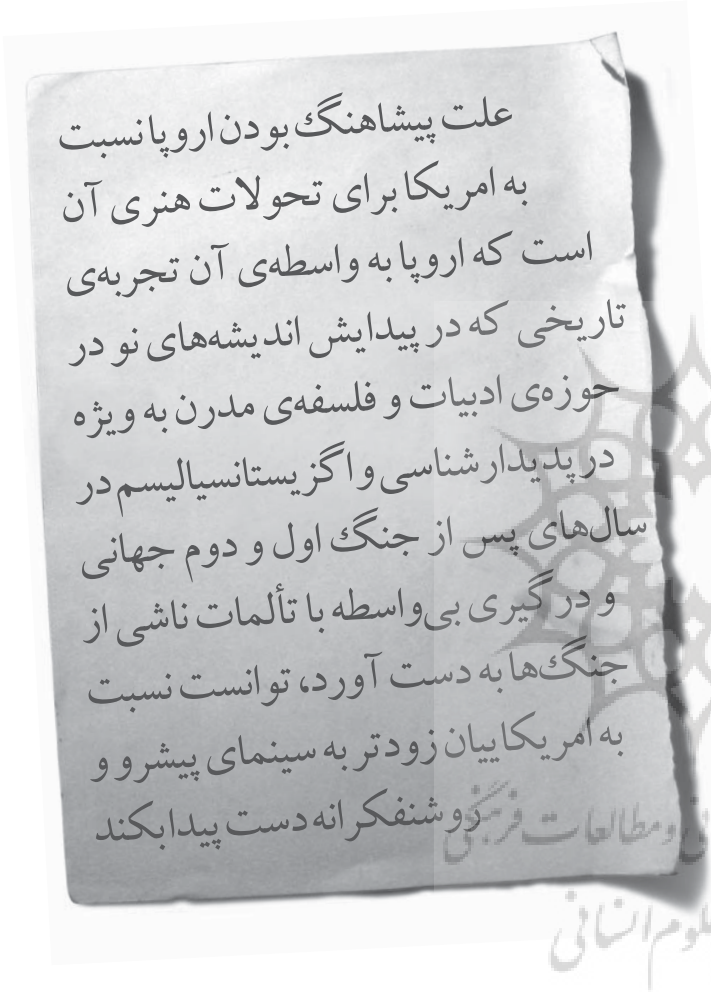
در نتیجه، تا اینجا ممکن است که یک فرد را به‌خاطر داشتن درک و بیان، هنرمند بدانیم اما از دیدگاه جامعه‌شناسی هنر، مرحله سومی هم لازم است زیرا شما ممکن است اثر هنری را به وجود آورید ولی نتوانید مخاطبی برای آن پیدا کنید. بنابراین مرحله‌ی سوم دریافت است. یعنی هنرمند اثر هنری خود را در معرض دید مخاطب قرار می‌دهد. اگر صرفاً مرحله‌ی اول و دوم طی شود، به نظر من هنر به وجود آمده است ولی این هنر به معنای فلسفی آن است نه به معنای جامعه‌شناختی. اگر هم فقط مرحله‌ی اول، یعنی درک باشد، آغاز فعالیت هنری است ولی هنوز چیزی شکل نگرفته است که ما به آن هنر یا اثر هنری بگوییم. بنابراین براساس دیدگاه جدید در جامعه‌شناسی هنر، بر روی مرحله‌ی سوم یعنی دریافت تأکید بیشتری می‌شود.

دریافت مخاطب در مباحث جامعه‌شناسی هنر تابع شرایط و عوامل متعددی است که قابل بررسی است و یکی از این عوامل سیاست‌گذاری‌های فرهنگی است و به خصوص در دنیای امروز که حمایت‌های دولتی از هنرها زیاد شده است، ما نشانه‌های این حمایت را در رسانه‌های ارتباط جمعی نسبت به انواع هنرها شاهد هستیم. بنابراین سیاست‌گذاری‌های فرهنگی نقش عمده‌ای برای پذیرش مخاطبان از یک اثر هنری بازی می‌کنند.

بنابراین اگر براساس این سیاست‌گذاری‌ها، هنرمندی از ارتباط پیدا کردن با مخاطب خودش محروم شود، ما نمی‌توانیم از موضع جامعه‌شناسی هنر بگوییم که او هنرمند است گرچه به لحاظ فلسفی ممکن است او را هنرمند بدانیم زیرا او چیزی خلق کرده است حالا چه مخاطب داشته باشد یا نداشته باشد. اما از نظر جامعه‌شناسی هنر که ادعایش بررسی رابطه‌ی هنر و اجتماع است، تا وقتی یک اثر هنری وارد حیات اجتماعی نشود، از موضوع بررسی جامعه‌شناسی هنر بیرون می‌ماند ولی می‌تواند مورد بررسی و تحلیل یک مورخ هنر یا منتقد هنر قرار بگیرد.

بنابراین به نظر من، آنچه که دکتر احمدی فرمودند مبنی بر اینکه اثر هنری واجد دو صفت کیفیت و استقبال عموم است، همیشه تضمین شده نیست؛ نه به لحاظ اینکه ممکن است یک اثر هنری کیفیت بالایی نداشته باشد بلکه به لحاظ اینکه سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در جوامع مختلف که از طریق سازوکارهای حمایتی گوناگون انجام می‌شود، بر میزان استقبال عامه از یک اثر هنری دخالت مؤثر دارند و به نظر من نقش وسایل ارتباط جمعی در شکل‌گیری و شدت و ضعف این استقبال بسیار زیاد است.

دکتر عادل: من خوشحال هستم که پنج شبکه‌ی ما برنامه‌های تلویزیونی مخصوص تحلیل و نمایش فیلم دارند و فیلم‌های خوب را نمایش می‌دهند و امیدوارم که در این راستا، فرهنگ‌سازی مناسبی صورت بگیرد تا هنر ـ صنعت سینما به درستی معرفی شود و هدف از این برنامه‌ها صرفاً نمایش فیلم نباشد. کارشناسانی هم که دعوت می‌شوند، واقعاً از زوایای مختلف این فیلم‌ها را بررسی بکنند چون درک و شناخت مطلوب از سینما مثل بقیه‌ی هنرها نیازمند آموزش، آن‌هم در سطوح دانشگاهی است؛ من چون خودم دانشگاهی هستم از دانشگاه دفاع نمی‌کنم ولی واقعیت این است که یکی از علت‌های موفقیت دوباره‌ی سینمای هالیوود در چند دهه‌ی اخیر، ورود نسل تحصیل‌کرده‌ی آموزشکده‌های سینمایی دهه‌ی هفتاد امریکاست؛ فیلم‌سازانی مانند اسکورسیزی، اسپیلبرگ، وودی آلن و ... همه در دانشگاه‌های سینمایی معتبر امریکا تحصیل‌کرده بودند. به همین خاطر، معتقدم که رشد و تحول در سینمای ما (اعم از فیلم‌های هنری یا مردم پسند) از طریق ایجاد نسل تحصیل‌کرده‌های سینمایی در دانشگاه‌های هنری کشور و سپس مساعدت برای ورود گسترده و تدریجی آنان به صحنه‌ی تولید فیلم در ایران امکان‌پذیر است. بنابراین آموزش‌های سطح بالا و دانشگاهی اهمیت زیادی برای توسعه‌ی سینمایی ما دارد. اما نکته اینجاست که تماشاگران فیلم‌های ایرانی نیز باید هر چقدر که امکان دارد از این آموزش‌های دانشگاهی بهره بگیرند.



نقش وسایل ارتباط جمعی به ویژه تلویزیون بسیار حساس است تا افرادی را که به هر دلیل از آموزش‌های رسمی دانشگاهی دور هستند، با شناخت بهتر و سطح بالا از سینما آشنا سازند و به این ترتیب برای جامعه‌ی ما نسبت به درک درست و دور شدن از قضاوت‌های سطحی نسبت به سینما فرهنگ‌سازی شود.

اما نکته‌ای هم در این جلسه مورد اشاره قرار گرفت که به نظر من حائز توجه فراوان است و آن اینکه افراد زیادی روی جنبه‌های سیاسی و گونه‌های متفاوت فیلم عامه‌پسند و ارتباطات آن از یک‌سو با

سـرمایه‌گذاری بانک‌ها و صنایع و از سوی دیگر با تحولات اجتماعی و وضعیت طبقات جامعه‌ی امریکا صحبت کرده‌اند و مقاله و کتاب نوشـته‌اند ولی می‌خواهم نکته‌ای توضیحی بگویم و آن اینکه شاید آدورنو که از او در این جلسه نام برده شـد، از معروف‌ترین و سرسخت‌ترین منتقدان هالیوود بوده باشد که نسبت به این کارخانه‌ی رویاسازی اظهار نظرهای تندی داشـته اسـت؛ ولی می‌خواهم اینجا بگویم که آنچه امثال آدورنو گفته‌اند، هم صحیح است و هم اینکه تاریخ آن مدت‌هاسـت سپری شده اسـت. اریک رُد نویسنده‌ی کتاب معتبر درباره‌ی تاریخ سینماسـت که به فارسـی نیز ترجمه شـده اسـت. او در آن کتاب نمودار گرافیکـی از ارتباطات شـرکت‌های بزرگ فیلم‌سـازی هالیوود بـا صنایع بزرگ و بانکداران امریکایی ارائه کرده اسـت که بسیار توجه برانگیز اسـت و حاکی از همان روابط سـرمایه سالارانه‌ی برگرفته از نظام تولید کارخانه‌ای انواع کالاهاسـت کـه در هالیوود نیز اِعمال می‌شـد. در واقع دهه‌های بیسـت تا اواخر پنجاه میـلادی، دوران معروف به نظام اسـتودیویی تولید فیلم در هالیوود است که از طریق ستاره‌سازی برخی بازیگران همراه با تبلیغات وسیع مطبوعاتی، بیشترین شباهت را به دو صفت کارخانه و رؤیاسازی پیدا کرده بود. آنچه منتقدان سرسخت هالیوود اظهـار کرده‌اند، اغلب به ایـن دوره‌ی زمانی یعنی فاصله‌ی دهه‌های بیست تا پنجاه میلادی مربوط می‌شود.

امروزه شرایط فیلم‌سازی هالیوود تغییرات فراوانی کرده است. البته هم‌چنان همان دیدگاه پراگماتیستی که شاخص اندیشـه‌ی امریکایی اسـت بر شـیوه‌ی تولیـد و مدیریت فیلم‌سازی هالیوود حاکم اسـت ولی دیگر از آن روش‌های کارخانه‌ای یعنی اسـتفاده از خط تولید برای سـاختن فیلم، اثری نیسـت. آن شـرکت‌های بزرگ فیلم‌سازی که همانند کارتل‌ها و تراسـت‌های سـرمایه‌داری عمـل می‌کردند، یا ورشکسـت شـده‌اند یا در یکدیگر ادغام و یا خود را بسـیار کوچکتر ساخته‌اند. در عوض شرکت‌های مستقل و کوچک فیلم‌سازی که بخش‌های مربوط به جلوه‌های ویژه را انجام می‌دهند توسـعه‌ی فراوانی یافته‌اند؛ شاید مشهورترین‌شان همین شرکت دریم‌ورکز آقای اسپیلبرگ و شرکایشان باشد. بنابراین صنعت فیلم‌سـازی در جهان و نیز هالیوود بسیار با دهه‌های بیسـت تا پنجاه میلادی تفاوت پیدا کرده است و نبایسـتی در یک بررسـی تاریخی اظهارنظرهایی را که به یک مقطع تاریخی مربوط اسـت به کل سـیر تاریخی یک پدیده تعمیم داد.

شـیخ مهدی: بسـیار خوب. از یکایک کارشناسان که علی‌رغم مشـکلات با علاقه‌مندی و حوصلـه‌ی فراوان در این بحث شرکت کردند قدردانی می‌کنم.

ارسی، پنجره‌های رو به نور
مهدی امرایی
انتشارات سمت، ۱۳۸٤

چوب و پنجره در معماری ایران، ارسی و طرح‌های آن، مواد و ابزار و اتصالات، اجزای تشکیل دهنده‌ی ارسی، با سه پیوست معرفی استادان ارسی‌ساز و آثار آنها، تصاویری از پنجره‌های ارسی، تصاویری از خانه‌ها و مکان‌های مهم ارسی‌دار، بخش‌های مختلف کتاب حاضر را تشکیل داده‌اند.

در مقدمه‌ی کتاب که به قلم زهرا رهنورد آمده است می‌خوانیم:

«... ارسی اگرچه از عهد صفویه به این سو در تاریخ هنر به شهرت رسیده است اما به عنوان یکی از اجزای هنر سنتی ایران مجموعه‌ای است از هنرهای سنتی... ارسی جنگ اعجاب‌انگیزی است از طبیعت، فناوری، ریاضی، هنر و عرفان و از سویی چوب و شیشه و کاغذ و گچ و رنگ‌های الوان و نیز تکنیک‌های گره چینی و گچبری و معرق و منبت و مشبک و درودگری و از سوی دیگر تأملات عرفانی و فلسفی که دست در دست هم داده‌اند تا این جنگ زیبا را تقدیم انسان نمایند ـ انسانی که در اوج حضور در جامعه و زندگی روزمره غوطه‌ور است ـ تا چونان خلوت نشینی باشد که از صحرای ختن آهوی مشکین را صید می‌نماید. اما سرنوشت ارسی حکایت غم‌انگیز همه‌ی رشته‌های سنتی است. متأسفانه ارسی در یک مصاف تحمیلی بین معماری سنتی و معماری مدرن و در آستانه‌ی معبد مدرنیزاسیون مظلومانه به مذبح کشیده و قربانی شده است.

کتاب در پی آن است که مخاطب خود را با مطالب، مفاهیم و طرح‌های بنیادی این هنر آشنا کند. مؤلف ابتدا به تاریخچه‌ی چوب، تزیینات چوبی و انواع پنجره‌های به کار رفته در معماری ایران اشاره و سپس به جایگاه ارسی، تاریخچه‌ی طراحی و طرح‌های موجود در ارسی‌ها می‌پردازد. آنگاه ضمن معرفی مواد و ابزار کار ارسی‌سازی (درودگری) به انواع اتصالات چوبی و نیز قسمت‌های تشکیل دهنده‌ی ارسی پرداخته می‌شود. معرفی استادان ارسی ساز و آثار آنها و واژه‌نامه‌ی توضیحی هنر ارسی‌سازی از مطالب پایانی کتاب است. هم‌چنین جهت درک و دریافت بهتر مطالب و معرفی بیشتر ارسی‌ها و خانه‌های ارسی‌دار تصاویری در متن گنجانده شده است.