

نگارش گیشه و هنر



نسل پرشگرو و سینمای ایستا؛ چرا سینمای ایران از جامعه عقب افتاد؟

بهزاد زهرایی: آیا به نظر شما پس از دهه هشتاد، این شکاف عمیق تر نشد؟ همان طور که اشاره کردید، دلیل اصلی این بود که سینما و تولیدات فیلم دیگر پاسخگوی مطالبات روز جامعه در هیچ زمینه‌ای نبودند. وقتی به دهه نود می‌رسیم، دوره احمدی نژاد راپشت سر گذاشته‌ایم و بخواهیم یا نخواهیم، تحولات اجتماعی عمیقی در تمام اقشار جامعه رخ داده است. سینما به‌عنوان رسانه‌ای که باید همگام با این تحولات پیش برود، نتوانست خود را به‌روز نگه دارد. در دهه شصت، سینمای جنگی و مولودرام پاسخگوی نیازهای روز بود. در دهه هفتاد با ورود به دوره سازندگی، شاهد ظهور داستان‌های مدرن و بررسی روابط خانوادگی در سینما بودیم؛ اما به نظر من در دهه نود، سینما از نیازهای روز جامعه عقب افتاد.

روایت ناکارآمد در عرصه سینما

- مدیران متخصص با درایت و متعهد در جایگاه‌های تصمیم‌گیری قرار گیرند
- نظام مدیریت فرهنگی بر اساس تخصص و شایستگی استوار شود
- برنامه‌ریزی بلندمدت جایگزین تصمیم‌گیری‌های مقطعی شود
- پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری به فرهنگ مدیریتی تبدیل گردد

این تحول می‌تواند کشور را از وضعیت نابسامان فعلی که سال‌هاست گریبانگیر فرهنگ و هنر ما شده است، نجات دهد. فقط با چنین تغییراتی می‌توان امیدوار بود سینمای ایران بتواند همپای تحولات جهانی حرکت کند و هم‌زمان هویت فرهنگی خود را حفظ نماید.

ساقی ما یاد این مستان کند بار دیگر با می و ساغر بلبل

این سر مخمور اندیشه پرست مست گردد زان می احمر بلبل

منظور من از نیازهای روز، پرسش‌هایی است که در جامعه جوانان تابزرگسالان مطرح می‌شود و این قشر انتظار پاسخ‌های منطقی دارند. نیاز به مسیردهی و هم نیاز به هویت‌یابی به‌شدت احساس می‌شود و به نظر می‌رسد سینما دیگر این نقش را ایفا نکرد. دلیل این امر از دیدگاه من چیست؟ پس از دهه هشتاد، نسل جدیدی ظهور کرد، متفکتر، پرسشگرتر و با مطالبات بیشتر. این نسل که در اواخر دهه هفتاد و اوایل دهه هشتاد شکل گرفت، با گسترش فضای مجازی و ارتباط و شناخت بیشتر جهان، انتظارات جدیدی داشت؛ اما سینما نتوانست با همان فرمول‌های قدیمی خود را با این تحولات هماهنگ کند و پاسخگوی این نسل باشد. نظر شما در این باره چیست؟

تربیت دیجیتال با تسلیم فرهنگی؟

صالحنی: همانطور که به درستی اشاره فرمودید تا دهه هشتاد پدیده ماهواره در کشور ما چندان فراگیر نبود؛ اما از آن دوره به بعد، به جای برنامه‌ریزی هوشمندانه و فرهنگ‌سازی مؤثر، با برخوردی جزمی و غیرمنطقی می‌خواست ماهواره را کاملاً نادیده بگیرد، گویی اصلاً وجود ندارد. این در حالی است که طبق قوانین موجود، ماهواره هنوز قاچاق محسوب می‌شود، ولی به وضوح می‌بینیم حتی در سطوح بالای جامعه و میان بسیاری از مسئولان نیز استفاده از آن رواج دارد. این تناقض آشکار نشان‌دهنده شکست سیاست‌های اتخاذ شده است.

امروز به نقطه‌ای رسیده‌ایم که ماهواره‌های سنتی و دیش‌های بزرگ جای خود را به گوشی‌های هوشمند کوچک داده‌اند. هر نوجوان و جوانی امروز در جیب خود یک رسانه کامل دارد که می‌تواند هر محتوایی را دریافت و منتشر کند. سؤال اساسی اینجاست: در مقابل این تحول عظیم رسانه‌ای، چه راهکار فرهنگی

سازنده‌ای ارائه کرده‌ایم؟ پاسخ صادقانه این است که یا هیچ کاری نکرده‌ایم یا اقدامات مان مقطعی، ناپیوسته و اساساً بی‌تأثیر بوده است. جالب آن‌که حتی در خانواده‌های سنتی و مذهبی که روزی سینما رفتن و حتی تماشای ویدئو را حرام می‌دانستند، امروز شاهد استفاده گسترده و بی‌مهار از این رسانه‌های جدید هستیم. مادر بزرگ‌ها و پدربزرگ‌هایی که زمانی از ماهواره می‌ترسیدند، امروز خودشان در حال تولید و انتشار کلیپ در شبکه‌های اجتماعی هستند. مانه تنها نتوانسته‌ایم در پلتفرم‌های دیجیتال داخلی مانند آپارات و نماشا حضور مؤثری داشته باشیم، بلکه در عرصه بین‌المللی و در پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب، تیک‌تاک و ویمپو هم غایب بوده‌ایم. به جای تمرکز بر تولید محتوای فرهنگی جذاب و اثرگذار، بیشتر انرژی خود را صرف مسائل سیاسی کرده‌ایم. وقتی هم که محتوایی تولید می‌کنیم، به جای ارائه جذاب و خلاقانه پیام، صرفاً به شعارزدگی و موعظه‌های مستقیم بسنده کرده‌ایم مثلاً یک معرفی جذاب از فیلم بسازیم و در فضای مجازی منتشر کنیم، بعد بگوییم بروسینما کامل این را ببین.

این در حالی است که الگوی مصرف رسانه‌ای کاملاً دگرگون شده است. جوانان امروز فیلم‌ها را بیشتر در موبایل‌های خود تماشا می‌کنند، نه در سالن‌های سینما. خواسته‌ها، انتظارات و طرز تفکر نسل جدید به کلی تغییر کرده و دسترسی به اطلاعات و محتوای جهانی برایشان امری عادی و روزمره شده است. اما ما نتوانسته‌ایم خود را با این تحولات عظیم هماهنگ کنیم و نتیجه آن شده که سینمای ما روز به روز بیشتر از واقعیت‌های جامعه فاصله گرفته است.

همانطور که حضرت علی (ع) به زیبایی فرموده‌اند: «فرزندانشان را برای آینده تربیت کنید، نه برای امروز». امروز اگر نتوانیم به جوانان مان بیاموزیم که چگونه محتوای رسانه‌ها را نقد و تحلیل کنند، چگونه با محتوای نامناسب برخورد کنند و چگونه از رسانه‌ها استفاده صحیح داشته باشند، در واقع آنها را به دست رسانه‌های بیگانه سپرده‌ایم. وقتی ما در تربیت رسانه‌ای فرزندانمان کوتاهی کنیم، موبایل‌ها و رسانه‌های دیجیتال آنها را تربیت خواهند کرد آن هم نه بر اساس ارزش‌ها و فرهنگ ما، بلکه مطابق میل و اهداف صاحبان این رسانه‌ها. نمونه بارز آن مسأله را در گرایش روزافزون جوانان به فرهنگ کراهی می‌بینیم که نتیجه برنامه‌ریزی دقیق، سرمایه‌گذاری کلان و تلاش مستمر آنهاست. آنها فهمیده‌اند که چگونه از طریق رسانه‌ها، فرهنگ خود را صادر و مخاطبان جهانی جذب کنند.

سینمای ما امروز در یک دوراهی تاریخی قرار دارد؛ یا باید تحولی اساسی در ساختار، محتوا و شیوه‌های تولید و توزیع خود ایجاد کند، یا به تدریج به حاشیه رانده خواهد شد. این تحول نه یک انتخاب که یک ضرورت انکارناپذیر است. ما نیازمند زبان جدیدی هستیم که هم با فناوری‌های روز هماهنگ باشد و هم بتواند پیام خود را به نسل جدید منتقل کند. نیازمند تولید محتوایی هستیم که هم جذاب باشد و هم عمیق، هم سرگرم‌کننده باشد و هم آموزنده. این مسیر هرچند دشوار، اما تنها راه نجات سینمای ما در عصر دیجیتال است.

پرسی صریح و جدی از مسئولان امر

بهزاد زهرایی: هنوز نسخه‌ای که در کشور ما به صورت قانونی تجویز می‌شود، همان حذف و پاک کردن صورت مسأله است. وقتی ماهواره ممنوع و خلاف قانون محسوب می‌شود، به این پرسش تلخ می‌رسیم که چه کسانی و با کدام دانش فرهنگی و تخصصی این قوانین را وضع کرده‌اند؟ متأسفانه در مورد ویدئو، سی‌دی، دی‌وی‌دی و ماهواره روند مواجهه معیوب بی‌نتیجه ادامه دارد. با هر پدیده جدیدی، ساده‌ترین و بدترین راهکار که همان حذف و انکار و پاک کردن صورت مسأله است، پیش گرفته می‌شود و جامعه ما را دچار مشکلات مضاعف می‌کند.

من اینجا به‌عنوان یک معلم، با صدای بلند از تمام مسئولان فرهنگی، قانون‌گذاران، نمایندگان مجلس، وزارت ارشاد و همه نهادهای مرتبط این سؤال اساسی را می‌پرسم: تا کی می‌خواهید با روش‌های ناکارآمد و قدیمی به‌همین مسیر ادامه دهید؟ آیا وضعیت نابسامان فعلی را نمی‌بینید؟ آیا متوجه نیستید این سیاست‌های انکاری و حذفی نه تنها مشکل را حل نکرده، بلکه هر بار جامعه را با چالش‌های بزرگتری مواجه کرده است؟

وقتی ما باهر تکنولوژی جدیدی به جای فرهنگ‌سازی و آموزش صحیح استفاده از آن، به

فکر حذف و ممنوعیت آن هستیم، در واقع داریم جامعه را از ابزارهای عصر جدید محروم می‌کنیم، بی‌آن‌که راهکار جایگزینی ارائه داده باشیم. این رویکرد نه تنها مؤثر نیست، بلکه باعث ایجاد شکاف بیشتر بین نسل‌ها و افزایش تحریک و تمایل به استفاده غیرقانونی از این تکنولوژی‌ها می‌شود و فضای مجازی، تلگرام و اینستاگرام و ... از این دست هستند.

از شخصیت محوری تا جریان‌سازی

سید علی ماه: همانطور که استاد محترم به درستی اشاره فرمودند، مسأله مدیریت فرهنگی واحد در عرصه سینما از اهمیتی حیاتی برخوردار است. متأسفانه چندصدایی و عدم تمرکز حاکم بر سینمای ما، بزرگ‌ترین ضربه را به این عرصه وارد کرده است.

سینمای پس از انقلاب، با همه دستاوردهایش، عمداً تا شخصیت محور بوده تا جریان محور. به این معنا که جریان‌ات سینمایی ما حول محور شخصیت‌های شاخص شکل می‌گرفت، نه بر اساس قالب‌ها و مکاتب فکری منسجم. نتیجه این شده که با فاول یا خروج این شخصیت‌ها از عرصه سینما، جریان‌های هنری مرتبط با آنها نیز به تدریج رنگ باخته‌اند.

این در حالی است که در هالیوود - به‌عنوان مثال موفق جهانی - شخصیت‌ها می‌آیند و می‌روند، اما هویت و خط مشی هالیوود ثابت باقی می‌ماند. این پایداری ناشی از وجود چارچوب‌های کلان و جریان‌های منسجم فکری است که فراتر از افراد عمل می‌کند.

الگوی رهبری انقلاب در انتخاب مدیریت واحد برای صداوسیما، نشان‌دهنده توجه عمیق ایشان به ضرورت انسجام مدیریتی در عرصه فرهنگ است. ایشان به وضوح بر نیاز به یک جریان فکری منسجم در تمام عرصه‌های فرهنگی تأکید دارند.

اما در مورد سینما که گاه حتی از صداوسیما هم تأثیرگذارتر عمل کرده - این نیاز به مراتب بیشتر احساس می‌شود. ما به مدیریتی فرابخشی نیاز داریم که بتواند بر کل عرصه فرهنگ و رسانه، اعم از سینما، صداوسیما و دیگر رسانه‌های تصویری، نظارتی کلان و هماهنگ داشته باشد.

این مدیریت واحد باید بتواند:

۱- خط مشی فرهنگی منسجمی تعریف کند

۲- جریان‌های پایدار هنری ایجاد کند

۳- استقلال از شخصیت‌ها داشته باشد

۴- چشم‌انداز بلندمدت ترسیم کند

۵- هماهنگی بین رسانه‌ای ایجاد کند

وقتی کیفیت قربانی سودآوری می‌شود

نگار زهرایی: در مورد کمدی‌های سیخی که این روزها ساخته می‌شود، دقیقاً همان طور که گفتیم، به نظر من هدف فقط و فقط پول درآوردن است نه حتی سرگرم کردن مخاطب. اگر به سال‌های گذشته برگردیم، فیلم‌های کمدی خوبی مثل «اجاره‌نشین‌ها» و «مارمولک» را داشتیم که هم فروش بالایی داشتند و هم از ارزش هنری برخوردار بودند؛ یعنی در چارچوب همان ژانر کمدی، حرفی برای گفتن داشتند و استانداردهای هنری را رعایت می‌کردند.

اما وضعیت امروز کاملاً متفاوت است. دیدگاه تهیه‌کننده‌ها عمدتاً این شده که: «فقط فیلمی بسازیم که بفروشد، مهم نیست چه محتوایی دارد». همان‌طور که آقای عامریان در نشست فیلم «کفایت مذاکرات» صراحتاً گفتند: «من فیلمی نمی‌سازم که نفروشد». به نظر من این حرف کاملاً این پیام را می‌رساند که: «من فقط دارم فیلمی می‌سازم که پول دربیارم». در حالی‌که هزاران شغل دیگر وجود دارد که آدم می‌تواند برود و از آنها پول دربیاورد. چرا باید

بباید و سینما را خراب کند؟ چرا باید سینمای کشورش را نابود کند؟

حتی اگر یک کمدی خوب هم ساخته شود، مشکل اینجاست که آن قدر کمدی‌های بد در بازار وجود دارد که دیگران جرأت نمی‌کنند کارهای باکیفیت تولید کنند. چون مخاطبان همه کمدی‌ها را در یک سطح می‌بینند و قضاوت می‌کنند. این فاجعه است که یک کمدی خوب در میان انبوه آثار بی‌کیفیت گم می‌شود.

درد بزرگ سینمای ایران

بهزاد زهرایی: مسأله محوری امروز ما نداشتن مدیران فرهنگی آگاه و آشنا به ماهیت سینماست. تاکنون هیچ‌گاه سیستم هدایت و سازماندهی مناسبی برای سینما ایجاد نشده است. ما به شدت نیازمند یک نهاد فرابخشی بالادستی هستیم که بتواند بر تمام ارگان‌های موازی مانند وزارت ارشاد، حوزه هنری، سازمان اوج، مرکز گسترش و دیگر نهادهای فعال در عرصه سینما نظارت و آمریت داشته باشد.

مشکل اصلی اینجاست که هر یک از این نهادها به‌صورت جزیره‌ای عمل می‌کنند و هر کدام سلیق و برنامه‌های جداگانه‌ای دارند. نتیجه این می‌شود که ممکن است مانند جشنواره امسال شاهد دو فیلم از یک شخصیت با دو بازیگر متفاوت باشیم. این چندپارگی باعث سردرگمی مخاطب و کاهش تأثیرگذاری می‌شود. مخاطب با یک چهره همذات‌پنداری می‌کند، اما وقتی همان چهره را در قالب دیگری می‌بیند، این ارتباط قطع می‌شود.



نگار زهرایی:

مسأله اصلی در ایران این است که اکثراً سینما را صرفاً به‌عنوان یک صنعت می‌بینند و می‌خواهند به هر شکلی از آن پول دربیاورند، بدون اینکه هدفشان بیان دغدغه خاصی یا انتقال پیام مشخصی باشد. متأسفانه ساخت چنین آثاری اغلب از استانداردهای متوسط سینمایی هم پایین‌تر است

پیچیده سینما ندارند، خود را صالح به تصمیم‌گیری درباره تولید، پخش و ممیزی فیلم‌ها می‌دانند؟ مقایسه با دیگر حوزه‌های تخصصی گویاست: آیا در بیمارستان‌ها، سکوهای نفتی یا مراکز علمی، مدیران بی‌تخصص را به کار می‌گیرند؟ مسلماً خیر؛ اما سینمای ما قربانی همین مدیران ناآگاه شده است که مانند ملوانان بی‌تجربه، بدون نقشه راه و دانش کافی، کشتی فرهنگ را هدایت می‌کنند. پیام‌های این مدیریت ناکارآمد بسیار سنگین بوده است؛

فرار نخبگان از عرصه سینما، سطحی شدن تولیدات فرهنگی، جذب جوانان به سمت رسانه‌های بیگانه، بی‌اثر شدن پیام‌های فرهنگی و از دست رفتن فرصت‌های بین‌المللی

اما راه نجات در گرو تغییرات اساسی زیر است:

- ۱- انتصاب مدیران متخصص و آشنا به زبان سینما
- ۲- تدوین سند راهبردی بلندمدت برای سینما
- ۳- تفکیک مدیریت فرهنگی از مدیریت اجرایی
- ۴- پایبندی به شایسته‌سالاری به جای رابطه‌سالاری
- ۵- استقرار نظام نظارت کارشناسی بر تولیدات سینمایی

زمان آن رسیده که به جای شعارهای توخالی، تخصص و کارشناسی را مبنای تصمیم‌گیری‌های فرهنگی قرار دهیم. سینمای ایران شایسته مدیرانی است که راهبر باشند، نه صرفاً تصمیم‌گیر. این تغییر نه یک انتخاب که ضرورتی انکارناپذیر برای حفظ هویت فرهنگی و هنری ماست.

سینما

CINEMA

۹

چهارشنبه ۳ اردیبهشت ۱۴۰۴ شماره ۷۰۲۶