

اصلاحیه‌های راهبردی برای سریال‌های سیما (بخش نخست)

بخش اول/

این یادداشت با رویکردی انتقادی به ارائه‌ی توصیه‌هایی برای تقویت دکترین محتواسازی در برنامه‌های نمایشی سیما می‌پردازد. امید اینکه این قبیل مباحث سرآغازی برای بهبود بیشتر کلیه‌ی آثار نمایشی باشد.

مقدمه:

۱/ مسلماً جذاب‌ترین قالب برنامه‌های تلویزیونی (و حتی رادیویی) قالب نمایشی است.

۲/ برنامه‌های نمایشی، به جز جذابیت، ضریب نفوذ بسیار زیادی بر مخاطبان دارند و همچنین از جهت دیگر، آینه و دفتر بسیار خوبی هستند که نخبگان جامعه، می‌توانند بوسیله آن، به جزئیات و مختصات فرهنگ یک جامعه پی ببرند و آن را آسیب‌شناسی کنند. بنابراین در مجموع، بررسی هنجاری و توصیفی این نوع هنر، از سه جهت اهمیت بسیار دارد:

اقبال بسیار مخاطب به آن،

ضریب نفوذ زیاد آن بر مخاطب،

جنبه‌ی کاشفیت آن که برای جامعه‌ی نخبگان اهمیت بسیار دارد.

۳/ بهینه‌سازی محتواهای برنامه‌های نمایشی امری مؤثر و لازم است. آهنگ ما در این مقاله این است که راهکارها و پیشنهادهایی را برای این مهم (غنی

سازی و اصلاح و ترمیم این دست محتواها در برنامه های نمایشی سیما) رایه دهیم.

* اصطلاح «سبک اندیشه» به مثابه ی پیشنهاد یک بسته ی معنایی

برای تبیین مسأله و دستیابی به این هدف، لازم است ابتدا به یک مفهوم کلیدی و بنیادین توجه کنیم. در واقع برای اینکه بتوانیم مسأله را از یک لایه درست فرهنگی بررسی کنیم بناچار باید به بخشی از فرهنگ بطور خاص توجه کنیم. این بخش از فرهنگ را «سبک اندیشه» نامیده‌ام و آن عبارت است از:

«روش زیربنایی و شایع موجّه در یک جامعه در نوع برخورد فکری؛ معرفتی، احساسی، عاطفی با عناصر هستی و اسباب زندگی. به عبارت دیگر سبک اندیشه، سیاق و رفتار ادراکی و عصب ادراکی خاصّ است که یک قوم در مواجهه با مسائل خرد و کلان زندگی، از خود بروز می‌دهد و- بنابه لحاظ نگارنده - شامل توانایی‌های بالقوه و ناتوانی‌های خفته و نهان و میزان توانش آن در ارتقاء و ترمیم خود هم می‌شود»

-اهمیت برساختن اصطلاح یا بسته ی معنایی «سبک اندیشه» جایی آشکار می‌شود که بخواهیم به مطالعه تحلیلی و عمیق‌تر فرهنگ یک قوم پردازیم. زیرا به جای فهرست کردن رفتارها و اندیشه های آن قوم به عقبه ی فکری ایشان دقت می‌کنیم و این مزیت و دقت بررسی ما را افزایش می‌دهد.

سبک اندیشه ی یک جامعه را می‌توان با همنشینی بسیار با گروه های اجتماعی، کشف کرد. تحلیل محتوای ادبیات، معماری، شهرسازی، نقاشی، موسیقی، سبک لباس ، غذا و آداب و رسوم و بالاخره هنرهای نمایشی یک جامعه بهترین فرصت برای کشف و غبارزدایی از چهره ی سبک اندیشه ی آن

جامعه باشد. اما در این میان محصولات نمایشی یک قوم، آینه‌ی روشن‌تری برای نشان دادن سبک اندیشه‌ی آن قوم است. چرا که معمولاً محصولات نمایشی یک جامعه، محلی برای عرضه و تجلی سبک اندیشه و منطق زندگی آن است و به نوعی آشکارتر، صادق‌تر و عریان‌تر از جاهای دیگر، خود را نشان می‌دهد.

محصولات نمایشی یک قوم، آینه‌ی روشن‌تری برای نشان دادن سبک اندیشه‌ی آن قوم است. چرا که معمولاً محصولات نمایشی یک جامعه، محلی برای عرضه و تجلی سبک اندیشه و منطق زندگی آن است.

پس با بررسی تعداد زیادی از آثار سینمایی هند، فرانسه، ایتالیا، آمریکا (هالیوود) می‌توان به سیاق فکری هر یک از این جوامع پی ببریم، زیرا هنرمندان ناچارند برای برقراری ارتباط با مخاطب، از نقطه عزیمتی از سبک اندیشه‌ی آن جامعه کار هنری خود را بیاغازند (مرتبه‌ی استن جامعه) اگر چه در صدد اصلاح یک روال فکری هم باشند (مرتبه‌ی بایستن جامعه) در هر حال خود هنرمندان جامعه هم از سبک اندیشه‌ی همان جامعه ریشه گرفته اند.

بسادگی می‌توان تفاوت سبک اندیشه‌ی هندی‌ها و برخورد فکری-عاطفی و درک هستی‌شناختی و نحوه‌ی آمد و شد فکری و عاطفی شان را با خود و پیرامون در آثار سینمایی آنان دید و آن را با سبک اندیشه‌ای که در سینمای هالیوود و... خود را می‌نماید، مقایسه کرد. مثلاً در نسخه سینماتیک سبک اندیشه‌ی هندی‌ها، درون‌پردازی، دارا بودن و ندار بودن، دوستان تا پای جان، قهر و آشتی و اندوه‌های نوستالژیک غلیظ، بخش بزرگی از سبک اندیشه‌ی سینماتیک هندی‌ها را تشکیل می‌دهد. در عوض در نسخه سینماتیک سبک اندیشه‌ی اروپایی‌ها، احساسات و مهندسی نگاه کردن به

عناصر زندگی پر رنگ است. لذا برون‌پردازی بسیار مشهود و ملموس است. انسان‌ها نسبت بیشتری با فرآورده‌های علمی دارند، موضوع فیلم می‌تواند یک مساله علمی باشد که تا حدی مستقل از انسان و آرسی می‌شود. اما نگاه فلسفی و عرفانی اروپاییان به عالم بیشتری مرجعی در گذشته و سنت دارد و هنوز با نشانه‌شناسی امروز بطور کامل عجین نشده است.

اما در هالیوود همه‌ی عناصر سینماتیک اروپا را شدیدتر، قوام یافته‌تر و خوش‌پرداخت‌تر می‌بینیم. لکن ارزش‌های انسانی در خیلی موارد به نفع اضطرارهای مجعول آفاقی (بیرونی) منعطف و گاه ضایع می‌شوند. در سبک اندیشه‌ی هالیوود و اروپا، به مسائل و پدیده‌های اجتماعی غامض و زاویه دیدهای جامعه‌شناختی و روان‌شناختی پرداخته می‌شود و سیمرخ تخیل در این آثار بسیار پران و گاهی وحشی است. در هالیوود تکنولوژی و صنعت با تمام قامت به خدمت صنعت سینما و محتوا سازی قیام کرده است. ناگفته نماند پرداخت هنری و زیبایی‌شناختی عناصر سینماتیک هالیوود با توانش کاریزماتیک خود می‌تواند محتواهای کاملاً غلط را به ذهن مخاطب تزریق کند. اخلاق، خیلی وقت‌ها تابعی از امیال است و اگر چه نمی‌توان آثار -هالیوود را به تمام فاسد و بی‌محتوا دانست. البته می‌دانیم آنچه در غرب می‌گذرد، چه در سینما و چه در سبک اندیشه، چه در کلیت و چه در جزئیت، چنان دچار بیماری است که برای درمان آن باید آنرا کاملاً از نو بنیان کرد و تعمیر و مرمت آن چاره‌ساز به هیچ‌رو چاره‌ساز نیست.

اما سبک اندیشه، ما ایرانیان به کمال و حکمت نزدیکتر است. خردورزی و نیز توجه به علوم زمینی، تعادل نسبی میان عقل و احساس در فرهنگ ایرانیان در از دیر باز مورد توجه بوده است. زیرا حکیمان بزرگ و علماء و دانشمندان و روشنفکران گروه مرجع مومنان و متدینان بوده‌اند. آشنایی

ایرانیان و مسلمانان ایران با قرآن و توجه به علم اندوزی موجب شد که مکتبخانه‌ها و مدارس علمی مهمی در ایران شکل بگیرد که در مهمترین و طلایی ترین عصر، یعنی عصر صفویه به اوج خود رسید. کتابخانه های غنی و دانشمندان بسیار در هر کوی و برزن از جمله گواهان این ادعا هستند. (۱)

اما همین سبک اندیشه ی نسبتاً پر بار و بر ما از آنجا که پا به پای زمان -پیشین نیامده در مقابل پرسش‌ها و اقتضائات زمان پاسخ های پیشین را می دهد و هندسه و منظومه ی جدیدی را بر خود نساخته است و به خاطر عدم ارتباط معنا دار با پدیده های آفاقی به مفهوم امروزی‌اش در برابر آن با نگاهی آفاقی و صرفاً آسمانی روزگار می‌گذراند.

عرفان سینمایی ما خیلی وقت‌ها بطور زیرپوستی، لایه‌ای از تصوف دوران مغولی ما است. اما خوشبختانه این کلیشه با سینمای دفاع مقدس سخت شکسته شده است و با پا به عرصه گذاشتن نخبگان سینماگر جدید سینماگران پیشکسوت هوشمند قدیم، نگاه آفاقی و همه علمی اندک اندک به میان می‌آید و این اتفاق مبارکی است. بنابراین اگر این همه ایرادات سترگ را بر سبک زندگی و توصیف عالم و توصیه به کردار را ذیلاً آورده ایم نه چشم‌مان از شکوه ها و عظمت های سینمای ایران بسته است و نه مشعوف سینما و سبک اندیشه غربیان ایم.

خوشبختانه سینمای کلیشه ای که لایه هایی از تصوف خاص در زیر پوست آن خزیده بود با سینمای دفاع مقدس سخت شکسته شده است .

اصلاحیه ها و پیشنهادها

در این بخش به مواردی اشاره می‌کنیم که هم ناظر به آسیب‌های سبک اندیشه ما ایرانیان است و هم ناظر به آسیب‌های راهبردهای محتوا سازی در سیما. با این امید که نویسندگان، مدیران و تهیه کنندگان سیما آن‌ها را مد نظر قرار دهند.

۱/ توجه به آفاق در کنار توجه به عالم انفس

سبک اندیشه‌ی ما ایرانیان (و شاید خیلی از کشورهای شرقی) در نسخه نمایشی همواره قرین توجه بیش از حد به درون است تا بیرون. ما ایرانیان اگر چه در تاریخ فرهنگ و تمدن خود علم الابدان و علم الادیان را با هم داشته‌ایم، اما سبک اندیشه‌ی ما بیشتر درون‌پرداز است. این آسیب، خود را در ادبیات، شعر، نقاشی و آثار نمایشی خوبی نشان می‌دهد. یا یک نگاه بسیار ساده و بررسی بی کوشش می‌توانیم این تفاوت را در آثار نمایشی اروپا و بویژه آمریکا و آثار نمایشی خودمان ببینیم.

حجم انبوهی از فیلم‌های ما به مسائل درونی انسان می‌پردازد. این آثار، بیشتر با طرح یک مسأله‌ی اخلاقی و گاه مسائلی از قبیل عاشقی (و فارغ از بررسی علمی و شناختی آن) درون اندیشی خود را عیان می‌کند و بطور مکرر و افراطی و متورم آن را بروز می‌دهد. البته پرداختن به حوزه‌های درونی انسان نیز ارزش التفات هنری زیادی دارد. اما شکل متورم آن حتما نشان از یک بیماری در سبک اندیشه ما است. [۲] شما در آثار سینمایی هالیوود شاهد این هستید که انسان‌ها در حال مبارزه با شرایط محیطی و آفاقی هستند، تا آن را -ارتقاء دهند (فعلا بحث ارزشی نداریم) یا تهاجم و زیان محیط را فرو می‌نشانند و دفع کنند. چالش‌های بیرونی به منظور بیان یا توصیه‌ی یک رفتار و کنش آفاقی در آثار سینمایی غربیان، واجد ارزش و فراوانی است. [۳]

سبک اندیشه‌ی ما در برنامه‌های نمایشی درمورد درخت، کوه، خورشید، ماه، آسمان، ماهی، سیب روی درخت، کرم شبتاب، التهاب یک فلز داغ، بیشتر شاعرانه است تا آرایشی منطقی و مهندسی برای اکتشاف و تدبیر علمی با هدف فهم بهتر و یا درگیر شدن با عناصر آن برای ارتقاء زندگی. (حتی ما در تولیدات مستند در مورد این پدیده‌ها، بیشتر شعر می‌گوییم تا اطلاعات علمی!) گویا اساسا درخت وسط حیات در جهان آفرینش، بیشتر برای این است که زیر آن، چایی عصرانه بنوشیم و شعر بخوانیم و حرف‌های احساسی یا حتی عرفانی بزنیم، خاطرات را مرور کنیم و آه بکشیم!! (درخت بیشتر -مجرای برون‌ریختن احساسات نوستالژیک ما است!!) سبک اندیشه ما نمی‌تواند در هنر نمایشی در باره‌ی کشف و مهار طبیعت و تلاش سخت انسان برای ادامه حیات و بهینه کردن آن چیزی بگوید. الا قلیلا. گو اینکه نگاه عرفانی ما به سبک سنتی، از نظم دانه‌های انار بیشتر لذت می‌برد و از نظم شگفت انگیز اوربیتال اتمی که رفتار موجی شکل یک الکترون و یا یک جفت الکترون در اتم را توضیح می‌دهد یا از نسبت میان ساختار مغز و روح و معنا که زبان را به مثابه یک سیستم پیچیده و پویا تولید می‌کند، ادراک شایع زیبایی شناختی و عرفانی ندارد و از قافله این بهجت ادراکی درمانده است و در عناصر و نشانه‌شناسی پیشین خوش نشسته و بر خود نمی‌بیند که رشد کند و از جام و فاخر مکشوفات نوین بشر می‌عارفانه سرکشد و هنر آوری نماید. به عبارت دیگر عرفان ما (در نسخه نمایشی) با آبادسازی دنیا هنوز رفیق نشده است، تولید تکنولوژی و فن‌آوری را شنیده‌ای فرعی می‌داند، آفاق -را با نگاه کنج‌نشینی تفسیر می‌کند. به عرق شرم از خداوند بسیار احترام می‌گذارد ولی عرق جبین آبادگران را فقط از دور تحسین می‌کند. (در نسخه نمایشی سبک اندیشه ما) و نقصان این سبک اندیشه حتی در بهترین حالاتش، بسیار خطرناک است و می‌تواند یک تمدن را دچار نواقص

مادرزادی شدیدی کند.

البته فیلم های فاخری که در سینمای ایران این تعادل آفاقی انفسی را رعایت کرده اند و به مصلحت اقتضایی مخاطبان آثاری ساخته اند تا این سبک اندیشه‌ی درون-پرداز را مرمت کنند و با رویکردی مثبت به رتق و فتق مسایل پردازند. سینمای دفاع مقدس (۳۲۱) فیلم بلند و نیمه بلند در سینمای دفاع مقدس تاکنون تولید شده است که شمار بسیاری از آنها برون پرداز و مثبت اندیش بوده است) بخش‌های نمایشی مسابقه‌ی هشیار و بیدار مجموعه های تلویزیونی همسران (۷۲)، خانه سبز (۷۵) دنیای شیرین (۷۵) و دنیای شیرین دریا (۷۵ و ۷۷ فارغ نگاه اومانیسمی که در آن گاهی دیده می‌شد) روزگار قریب (تاحدی به سال ۸۶) دارا و نادر (۸۹) دودکش (۸۰) فاکتور هشت (۸۸ که البته عدم دقت در تعادل انرژی های دراماتیک، آن را خراب کرده بود) یوسف پیامبر (۸۸) مختارنامه (۸۹) با ایراداتی که در روایت تاریخی و پرسپکتیو شخصیتها ایجاد کرد) گرگ‌ها (۶۶) کارآگاه علوی (۷۵) پنجمین خورشید (۸۸) و اندکی دیگر ... (اگر چه برخی درون‌پرداز هم بودند اما با نگاه مثبت به جهان نگرستند) از این قبیل اند.

در عوض مجموعه های بسیاری مانند مجموعه کم ارزش و دق پرداز زمانه (۹۱) حلقه سبز (۸۶) معصومیت از دست رفته (۸۲) میوه ممنوعه (۸۵) -ستایش (۹۰، ۹۲) شهریار (۸۷) تحریف در روایت تاریخی و پرسپکتیو شخصیت ها، تولید بدون اولویت و تاکید کننده بر احساس متورم در فرهنگ مخاطب) صاحب دلان (۸۵) با پژوهش برنامه‌ای کم بضاعت) و در سینما مانند درباره الی (۸۷) داستانی سیاه و سردرگم با بازی بسیار خوب) جدایی نادر از سیمین (۸۹) فیلمی سیاه نما و غیر فرزانه و خروس بی محل) و بسیاری دیگر، آثاری هستند که به نظر نگارنده اولویتی برای این حجم تولید را ندارند و این نه از

روی سلیقه بلکه بلکه بنا به نظریه ی مدیریت فرهنگی و سبک اندیشه و نیز مدیریت نگرش ذهن جهانی در مورد ایران عزیز است.

در عقبه تاریخی دینی ما، ذوالقرنین که یک شخصیت قرآنی و تاریخی است [۴] بر اساس بیان صریح قرآن، کوششی عظیم در حوزه آفاق داشته و سدّ بسیار عظیمی را ساخته و مسلماً برای ساختن آن، کوشش بسیاری کرده است. پیامبران الهی نیز تصرفات آفاقی و کوشش‌های زمینی زیادی داشته‌اند و هر یک واجد مهارت‌های معیشتی بوده‌اند که ما به آن خیلی کم توجه هستیم و همواره جنبه آسمانی ایشان را مورد نظر داشته‌ایم! حضرت آدم (کشاورزی) نوح و عیسی (نجّاری) شعیب و موسی (شبانای) داوود (زره سازی) هود و پیامبر اکرم (تجارت و شبانای) سلیمان و یوسف (حصیر بافی، معماری، حکومت و مدیریت) همه و همه (علیهم السلام) دارای وجهی تصرفات آفاقی (و بعضاً سخت و جانکاه) بوده‌اند. [۵] اما تصوّر ما در مورد ایشان این است که ایشان افرادی درون پرداز و صرفاً اخلاقی و ملکوتی بوده‌اند! از نظر قرآن، جهان و آفاق هستی ارزش شناختی بسیار دارد و دفتری برای مطالعه‌ی آیات خداوند است (سنریهم آیانتا فی الآفاق و فی انفسهم حتی تبیین انه الحق/فصلت ۵۳: نشانه‌های خود را در جهان آفاق و در جهان درون‌شان نشان می‌دهیم تا برایشان حقانیت خدا و قرآن آشکار گردد) همچنین قرآن، جهان آفاق را مسخرّ انسان می‌داند و بارها به این مسأله تاکید نموده است که هرآنچه در آسمان و زمین است، خورشید و ماه، روز و شب، دریاها، حیوانات و... باذن خدا تحت تصرف انسان قرار دارد و بالاتر از آن انسان را (بطور بالقوه و بشرط کامل شدن) جانشین خدا می‌داند (به تربیت: بقره ۲۹، ابراهیم ۳۳، نحلّ ۵ و ۱۴ / انعام ۱۶۵ / یونس ۶۷ و...) .

آری انسان در عالم خاک و افلاک هر دو مقامی بس بلند (البته توجّه داریم

که تعریف مومنانه‌ی انسان در هستی و مسخر بودن پدیده‌ها بدست انسان با رویکرد انسان‌گرایی و تکنوپولی تفاوت بسیار دارد) [۶]

اما نمی‌دانیم چرا این انسان چند ساحتی که تحقق فعلی و تاریخی دارد، از شبکه‌ی سبک اندیشه‌ی ما (بویژه در هنرهای نمایشی) عبور می‌کند، بریده و مُثله می‌شود! انسان دینی برون پرداز دارای قدمت زیادی است. درست در زمان بربریت غرب، دانشمندان مسلمان در زمینه‌های علوم زمینی، سبک اندیشه‌ی بسیار کامل داشته‌اند! بسیاری از این دانشمندان در زمینه فیزیک، ریاضیات، شیمی، ستاره‌شناسی، طب، نور، معماری، موسیقی، جامعه‌شناسی، تاریخ، جغرافیا و... استاد کامل و جامع زمان خود بوده‌اند. [۷] چرا باید نسخه‌ی نمایشی سبک اندیشه‌ی ما از تشویق و تکریم علم و عالم و تعلم غافل باشد و حال آنکه «حرکت تولید علم و نگاه مجاهدت‌آمیز به کار علمی و تلاش علمی در کشور که از همان حدود ده دوازده سال قبل آغاز شده است تا امروز، نه فقط متوقف نشده است، بلکه رو به عمق و توسعه پیش رفته. تقریباً میشود گفت که در همه‌ی زمینه‌های علمی هم این حرکت وجود داشته است - در بعضی کمتر، و در بعضی بیشتر - این همان چیزی است که ما دنبالش بودیم؛ این همان مجاهدت علمی است که برای نظام جمهوری اسلامی و برای کشور ما لازم بود» (فرمایشات مقام معظم رهبری ۱۳۹۲/۰۵/۱۵)

بنابراین ما بواقع، دچار فقر سوژه نیستیم. فراموش نکنیم بسیاری از نارسایی‌ها و کجی‌ها در عالم درون به دلیل تنبلی و رسیدگی نکردن به عالم بیرون است. خوانندگان گرامی اگر در این باب مذاقه کنند و اگر فقط با رجوع به حافظه‌ی خود محصولات نمایشی دو دهه‌ی اخیر را از نظر بگذرانند، آسیب‌یاد شده را براحتی و مشاهده می‌کنند.

ما بواقع، دچار فقر سوژه نیستیم. فراموش نکنیم بسیاری از نارسایی‌ها و کجی‌ها در عالم درون به دلیل تنبلی و رسیدگی نکردن به عالم بیرون است.

نتیجه:

«بر اصحاب رسانه و عوامل تولید است که با بررسی زندگی انسانهای موفق و نیز ابداع شخصیت‌ها و سوژه‌های دراماتیک که در حوزه‌ی تصرف در عالم، درخشش فراوان دارند مذاقه فرمایند و آثار هنری خود را به این سمت سوق دهند و این مقدار درون پردازی ننمایند و نتیجتاً این همه اندوه بی پایه و کم فایده را به کام مخاطبان نریزند. کاش بسیاری از آثار موفق نمایشی را الگو قرار دهیم و به نمایاندن شخصیت‌های موفق بپردازیم»

۲/ پرهیز از کلیشه گرایی

سال‌هاست داستان‌ها فیلم‌های ما کلیشه‌ای شده است: جوانانی که گرفتار عشق‌اند و موانعی در پیش رو دارند که در پایان، این موانع از میان می‌روند و دو پرنده‌ی عاشق به هم می‌رسند! راستی چقدر می‌خواهیم سطح بشر را تا این حد پایین بیاوریم؟ جامعه چقدر نیاز به حلّ مکرر مسأله‌ی عاشقی دارد؟ اصلاً مخاطبان جوان چقدر در طول سال و ماه به این عشق‌های مبتذل گرفتار می‌شوند؟ مسائل جامعه‌ی ما و جهان اسلام چقدر شامل این موضوع است؟ چقدر باید ما کارکرد عشق را در هنرهای نمایشی کج فهمیده باشیم تا این مقدار به خشت مالی و کلیشه‌ای گرفتار شویم؟ صلاح و سداد هنر نمایشی ما هم این را بر نمی‌تابد.

اگر قرائت عارفانه هستی می‌گوید عشق جوهره‌ی عالم است، آیا این را نتیجه می‌دهد که این همه برنامه با کلیشه‌ی عشق و ازدواج بسازیم؟! عشق یا ازدواج، تشکیل خانواده، اخلاقیات، محبت میان همسران و ارحام و فامیل و همسایه، بخش مهمی از حیات بشر است. اما انسان عقل هم دارد که با آن علم و دانش و فن تولید می‌کند، هستی، انسان، طبیعت، جامعه، تاریخ و حتی

عشق هر کدام صد لایه‌ی تو بر تو دارند و هرکدام از روزن علم و هنر و خیال در گوش ما زمزمه‌های متنوع هستی‌شناختی، زیبایی‌شناختی، خدا‌شناختی و... دارند. انسان‌های متن زندگی هم تلاش‌هایی فاخر، اما فارغ از این همه عشق حقه‌ای و به زور، دارند و در راه فهم و کشف و اختراع و عبادت و اطاعت و خدمت، خیلی عاشقی‌ها (عشق غیر کلیشه‌ای) کرده‌اند و جبین زهره به عرق نشانده‌اند؛ بی اینکه این مقدار درگیر این همه عاشقیت سطح پایین شوند. با این همه تلاش و کوشش و حیطة کنش باشکوه که در پیشینه تاریخی و آینه‌ی آینده ماست، هنوز دختران و پسران برنامه‌های نمایشی ما، درگیر به هم رسیدن هستند و با عقل ناقصشان گرفتار مسائل فرودست‌اند! نمی‌دانند چه اهدافی را پی بگیرند و چگونه می‌خواهند در مورد خود و پیرامون فکر کنند و بالاخره سر از نزاع و گنده‌کاری عاطفی و جنسی و اقتصادی و اعتیاد و... در می‌آورند. آیا با این همه سریال نازل چشم انداز بیست ساله دست یافتنی خواهد بود؟! این دست آثار، فقط وقتی خوب‌اند که بخش کوچکی از همه‌ی آلبوم آثار نمایشی و هنری ما باشند. فقط به فهرست سریال‌های تاریخ تلویزیون ایران نگاه کنیم!! اکثر آثار گواه این مدعا هستند. [۸]

لازم است این کلیشه‌ها را بشکنیم و سبک اندیشه خود را در نسخ نمایشی عوض کنیم و در عرض و طول عالم و در همه‌ی لایه‌ها و آیه‌های هستی سیر کنیم. با اذهانی پر بضاعت‌تر، دست به قلم و چشم دوربین شویم. درک اجتماعی و انسان‌شناختی بلندتری پیدا کنیم، با نخبگان حوزه‌های گوناگون هم‌نشین شویم و از فلسفه‌ی آفرینش تا عمق پیروزی‌ها، کامیابی‌های علمی و تجربی و تحولات اجتماعی و قهرمانان و الگوهای کارآمد و انرژی بخش طیف وسیعی از ساحات را در برابر ذهن هنری خود قرار دهیم و هدهد خیال را در اتاق کلیشه زندانی نکنیم تا بتوانیم بیشتر از این دست آثار پر

ویتامین و الهام بخش، عرضه کنیم.

چگونه هنرمندی که سبک اندیشه‌اش کم بضاعت و نزار است می‌خواهد معلّم مخاطبی باشد که اتفاقاً خیلی وقتها، بیشتر و بهتر از او می‌فهمد و جامع‌تر فکر می‌کند؟ امروزه مخاطبان می‌دانند که فقط بخشی از مسائل و نگاه‌های فاخر سطوح زندگی را می‌توان در سریال‌ها و تله فیلم‌ها مشاهده کرد! و این دلیلی جز کلیشه شدن مضامین و ساختارها ندارد.

سال‌هاست داستان‌ها فیلم‌های ما کلیشه‌ای شده است: جوانانی که گرفتار عشق‌اند و موانعی در پیش رو دارند که در پایان، این موانع از میان می‌روند و دو پرنده‌ی عاشق به هم می‌رسند! راستی چقدر می‌خواهیم سطح بشر را تا این حد پایین بیاوریم؟

۳/ پرداختن به شخصیت‌های پیشرو، پرهیز از اندوه‌پردازی

در کوچه پس کوچه‌های سبک اندیشه‌ی ما ایرانیان، همواره انسان‌های بدبخت، اندوهگین، شکست خورده، منفی‌نگر و ناشکر می‌پلکند. تا حد زیادی منفی‌نگری و اندوه‌پردازی، طبع ثانوی برنامه‌های نمایشی ما شده است. رسانه هم که حلقه «استن و بایستن و شدن» است، خود به جای آنکه استادی خبیر باشد تابعی حقیر شده است! مگر رسانه دانشگاه نیست؟ چرا در این دانشگاه این قدر سکه‌ی اندوه زده می‌شود؟ این همه قند پاریسی و عرفان ناب و لبخند حکیمانه‌ی مستی عشق چرا غایب است؟ چرا هنرمندان و نخبگان نمی‌توانند به سرعت میان آن همه شکر که در منقار ادیبان ما است را به کام انسان امروز شهدی کنند و تا قند معرفتش در دماغ بسوزد و اندیشه بسازد و چرخ نیلوفری امروز را به زیر آورد؟ چرا حتی مومنان و متدینان و قهرمانان برنامه‌های نمایشی اینقدر تک ساحتی‌اند؟ چرا باورهای ثابت دینی و سنن خوب را دستمایه‌ی «عصا به دست زندگی کردن» می‌کنند؟ چرا اینقدر

عقلشان عقالشان شده و جست و چستشان را کشته است؟ به جای زنده‌دلی و ساختن آباد کردن و سترگ بودن در برابر مشکلات درون و بیرون و ریختن عرق جبین، بیشتر انگشتر عقیق و اندیشه‌های کم مقدار دارند؟! شهاب فکرشان تا زیر بازارچه و حل گرفتاری پیرزن محل و به هم رساندن همان دو پرنده عاشق مذکور بیشتر نمی‌رود؟ شخصیت‌های پیشرو در هنرهای نمایشی ما یا غایب‌اند یا خیلی کوچک و کم مایه‌اند!! خداوند کارهای بزرگ را دوست دارد. اما شخصیت مثبت در آثار غربی‌ها اندیشناک و در کوشش برای حل مشکل اقتصادی کشورش است و قهرمان فیلمهای ما اندیشناک گرفتن یک وام از مسجد محل برای یک فلک زده دیگر است!! (انجام پاسکاری آه و ناله و نداری عادلانه!) راستش را بخواهید به همین علت بوده که غربیان این‌طور سوار دنیا شدند. ما که نفت داشتیم و نفت ساختیم [۹]، انگلیسی‌ها آن تاراج کردند.

نباید فراموش کرد که رسانه، حلقه‌ی مفقوده بین استن و بایستن است. رسانه موظف است از مخاطبین ناامید، تنبل، افسرده، وارفته، درون‌پرداز و کم تلاش، انسان‌هایی بسازد که برای رسیدن به اهدافشان در زندگی با چنگ و دندان می‌جنگند و لبخند می‌زنند. برمی‌گیرند و اما انفاق هم می‌کنند. زیرا جنگ صالحان با هوای نفس و بدخواهان آفاقی و موانع محیطی اگر چه همراه با تازیانه‌ی سلوک و زخم دست، قرین است اما با گشاده رویی و گشاده دستی و شجاعتی مهر آگین عجین است.

شخصیت پیشرو شخصیتی سالم است که اگر چه نارسایی‌هایی دارد، اما گره دراماتیک او می‌تواند در بیرون او باشد. چرا باید گره‌های کور دراماتیک همواره به تمام درون انسان‌ها باشد؟ چرا انسان‌هایی که با عشق و ایمان و عرق جبین به مشکلات لبخند می‌زنند در سینمای ایران این قدر اندک

شمارند؟

امروزه به طور گسترده نیازمند برجسته کردن قهرمانان آفاقی و انسان‌های سازندگی هستیم. قهرمانانی که برای نوآوری و گریز از تنگناهای زندگی در آفاق هستی می‌کوشد. حتی آنکه یک تفریح‌گاه شاد برای مردم می‌سازد، او که برای خدا کارخانه‌ی ورشکسته‌ای را احیاء می‌کند و می‌کوشد محیط را به نفع دین و صلاح و عشق و کشور تغییر دهد همه و همه قهرمان‌اند و نیاز ضروری امروز سپهر رسانه‌ی ایران‌اند. طبیعی است در شرایطی که احساسات درون پردازی و انس با لایه‌ی شاعرانه و حتی عارفانه هستی در سبک اندیشه‌ی مخاطب ما هم قدری متورم است، مناسب است از پرداختن به شاعران و حکیمانی که درون کاوانه به عالم نگریسته‌اند، احتیاط کنیم و بیشتر به -شخصیت‌های آفاقی و شهریان غیر شاعر، اقبال بیشتری کنیم. شخصیت‌های پیشرو را در معرض دید مخاطبان قرار دهیم و از عشق و ازدواج به اندازه‌ی نمک غذا و در حاشیه بهره جوییم. [۱۰]

چرا باید سریال‌ها و فیلم‌های آمریکایی (که به لحاظ معنای حق و نور آسمانی خیلی فقیر است) سرشار از شخصیت‌های پیشرو و موفق باشد؟ موفقیت‌هایی که اتفاقاً اگر چه با سختی و اندوه و مرگ و میر همراه‌اند، اما دق‌آلود نیستند! این آثار به مخاطب می‌گویند باید کاری کرد که اندوه و غم انبوه نباشد و این درست است. شخصیت‌ها همواره، حرکت و پویایی دارند و عنصر دراماتیک اگر چه، شاید بر اندوه گره می‌خورد اما کارگردان اندازه نگه می‌دارد (پلان یا سکانس گریه، زود تمام می‌شود) و مخاطب را معمولاً دق -مرگ نمی‌کند و با لبخند و سرشاری از انرژی، احساس مخاطب را ترمیم می‌کند. آن قدر در آن کاریزمای زیبایی (* زیباشناختی) وجود دارد که حس انگیزش و زندگی را در مخاطب برمی‌انگیزد (مخاطب معمولاً وقتی فیلم

آمریکایی می‌بیند فقط تماشای فیلم به او تلنگر می‌زند که تنبل و راکد نباش، ورزیده باش، به خودت برس، سرحال باش و برای زندگی بکوش) چرا که اندوه و ناله در هالیوود یک نشانه‌ی گذرا است و اما مویه و اندوه در ما و در سینمای ما یک سرمایه و بن مایه و سنگ قبری در عمق شخصیت ماست! نه دین این را گفته است و نه عقل و نه عقلاء بر این معنا صحه می‌گذارند. دین ما می‌گوید: مومن و ولی خدا نباید محزون باشد این اندیشه‌های غم اندود حقیر را، نادانی ما، به ما حقه کرده است.

البته می‌دانیم مثبت‌گرایی در نمایش، به این معنا نیست که به سمت طنز هجوم آوریم. (آن‌گونه که گاه گمان رفته است!) بلکه به این معناست که سبک اندیشه‌مان را برای محیطی سرشار و پیشرو، مساعد و ترمیم کنیم و جدیت، هدفمندی، برنامه داشتن، قوی بودن و قوی شدن، فایق آمدن و گره گشودن را در سطحی ارزنده ترویج کنیم. در اکثر فیلم‌های آمریکایی و اروپایی بسیار می‌شود که تعدادی کودک شهر یا جنگلی را نجات می‌دهند. در حالی که خیلی وقت‌ها (در کلیشه‌ی تولیدات تلویزیون) جوان ایرانی و شیعه، -فکرش تا حد دختر همسایه بیشتر نرفته است!! تحصیل و درس‌اش که هیچ می‌شود، هیچ، با مادر و پدر و... درگیر است با خودش هم درگیر است و معلوم نیست واقعا چکار می‌خواهد بکند!

یک زن با یک نوجوان در یک فیلم فرنگی، برای هدفش تا حد مرگ می‌جنگد، مدیر شرکتی عظیم می‌شود، جامعه‌ای را نان می‌دهد، مرز دانشی را به پیش می‌راند، خلبان و تاجر و دانشمند می‌شود؛ آنوقت زن ایرانی شیعه فاطمه‌ی زهراء (سلام الله علیها) هنوز با مادر شوهرش، کل‌کل دارد!! و گیر این است که چرا او غرغر می‌کند که مثلا چرا دختر زاییده است! یا چرا به مهمانی آمده یا نیامده است! دایم گریه می‌کند و اسیر افکار حقیر است،

مخاطب را دق می‌دهد و مخاطب بیچاره‌ی فلک زده، پس از یک روز، خستگی و جنگ با غول آهنی شهر، باید پای دق‌هایی بنشیند که با پول نفت او، بر اساس یک سبک اندیشه‌ی بیمار، فیلمنامه و فیلم شده است!

طبیعی است این قسم از شخصیت‌های سطح پایین در محصولات نمایشی ما، افرادی لوس و مصرف‌گرا باشند. شخصیت‌های لوس در موقعیتی که معلوم نیست چطور سر هم شده، با ذهن و ضمیری پر از کلاف‌های سر در گم که اصلاً معلوم نیست چه دردی دارند که این همه گرفتار خودشان هستند! در جامعه انسان‌های عادی تا حدی همینطور هستند. اما چرا دوربین نمایش‌های ما روی این سنخ شخصیت‌ها تاکید افراطی دارد؟

این همه رزمنده و فرماندهی توانمند که حتی موقع شهادت هم لبخند زده‌اند، این همه دانشمند و طبیب محقق و مهندس و تاجر موفق داریم که زندگی آن‌ها را می‌شود با رویکرد شخصیت پیشرو و نه شاعر مسلک، به بهترین فیلم‌ها تبدیل کرد.

عجیب این است که بسیجیان همین کشور و نه در صدها سال پیش، بلکه همین چند سال قبل و همین الان، همت‌شان اعتلای اسلام در تمام جهان بود و هست و این همه رزمنده و فرماندهی توانمند که حتی موقع شهادت هم لبخند زده‌اند، این همه دانشمند و طبیب محقق و مهندس و تاجر موفق داریم که زندگی آن‌ها را می‌شود با رویکرد شخصیت پیشرو و نه شاعر مسلک، به بهترین فیلم‌ها تبدیل کرد و برای جوانان این خطه، الگوهای راست قامت و نستوه ارائه کرد رسانه‌ی مأمور است مخاطب را با انسان‌های موفق همنشین و عجب کند. اصلاً روانشناسان موفقیت می‌گویند با افراد پیروز دوست و همنشین شوید. جدیت پیامبر ارزش و اخلاق نیست! خذ الكتاب بقوهی قرآن امر به قدرتمند بودن نیست؟ ایس للانسان الا ما سعی ارزش نیست! دکتر حسابی، شهید مطهری، شهید بهشتی و هزاران انسان مثبت اندیش پیشرو و

نق نزن و تلاش گر، واقعی نیستند؟

نتیجه:

«لازم است مخاطب رسانه، خیلی بیشتر شاهد شخصیت‌های مثبت و پیشرو باشد و جدییت، نظم، تلاش و... (سایر عوامل ارتقاء) و نیز موفقیت او را بچشم ببینند. تا کم‌کم روحیات انسان موفق را پیدا کند. حوزه‌ی پیروزی نباید صرفاً به قلمرو خاصی محدود باشد. بلکه شامل پیروزی معنوی، اخلاقی، تجاری، خلاقیتی، غلبه بر عادات بد، زندگی پرشور معنا دار و .. باشد. عصر ما عصر همه ساحتی است، تک ساحتی‌ها منقرض شده‌اند»

پی نوشت:

۱/ «اصفهان به شهری پر رونق تبدیل شد و هنرهای نقاشی، قالی بافی، منسوجات و سفال سازی و فلز کاری به اوج خود رسیدند. معماری دوران شاه عباس در اصفهان نماد شکوفایی هنر در این دوره است. مسجد شیخ لطف‌الله، مسجد شاه و میدان نقش جهان اصفهان نمونه های بارز این هنر می باشند فلسفه و حکمت اسلامی در این دوران بار دیگر احیا شد. تجدید حیات مکتب مهم اشراقیه از فلسفه و ظهور ملا صدرا و سعی اودربه هم بافتن رشته های مکاشفه اسلامی، تفکر ارسطویی و افلاطونی، حکمت اشراقی سهروردی و تعالیم گنوسی متفکر اندلسی ابن عربی آمیزه ای وسیع پدید آورد. در دوره صفویه پزشکان منزلت والایی داشتند و اغلب مشاوران شاه بودند و گاه به مقام وزارت نیز می رسیدند» نگا. سیوری، راجر، ایران عصر صفوی، ترجمه: کامبیز عزیزی، سال چاپ: ۱۳۸۵، تهران، نشر مرکز، چاپ نوزدهم، فصل چهار تا نه.

۲/ نگارنده که سال‌ها مدیر اتاق‌های ایده پردازی بوده‌ام شاهد این هستم که

حتی در بنیان شکل‌گیری یک اثر هنری، که ایده‌ای برای داستان و نهایتاً یک فیلم‌نامه است، رویکرد درون‌پردازی به عنوان یک اصل پیشفرض و قطعی وجود دارد!

۳/ سریالهای قدیمی خارجی مانند: پشتازان فضا (۱۹۶۹)، خانه کوچک (۱۹۸۳) مرد شش میلیون دلاری (۱۹۷۵-۱۹۷۸) پوآروی آگاتا کریستی (۸ ژانویه ۱۹۸۹ تا ۱۳ نوامبر ۲۰۱۳ به مدت ۲۵ سال از شبکه آی‌تی‌وی)، ماجراهای شرلوک هلمز (۱۹۹۴) پینوکیو (از سال ۱۹۸۶ تا ۲۰۰۰ مجموع ۱۵۶ اپیزودی)، خانم مارپل (۱۹۸۴ تا ۱۹۹۲) و... همچنین برای کودکان، تنسی تاکسیدو و چاملی (۱۹۶۳) پروفیسور بالتازا (۱۹۶۷-۸۷) یوگی و دوستان (۱۹۶۷) عصر حجر (۱۹۶۶) زورو (۱۹۵۷) ماجراهای گالیور (۱۹۶۸) باخانمان یا داستان پرین (۱۹۷۸) و بسیاری دیگر از آثار نمایشی - خارجی بودند که در ایران پخش شده و همگی به کوشش های جدی آفاقی می پرداختند. برخی از این سریالها به طور هوشمندانه اهداف مدیریت نگرشی جهانی را به عهده داشتند.

۴/ ذوالقرنین در قرآن در سوره کهف آمده است.

۵/ نگاه و بگاه تبیان: www.tebyan.net

۶. حد اقل ۲۴۰ فیلم و سریال با موضوع فضا و تسخیر آن در دنیا ساخته شده که ۹۰٪ آن آمریکایی است.

۷. نگاه. [/http://mustafaprize.org/fa](http://mustafaprize.org/fa)

۸. درست زمانی مجموعه تلویزیونی خانه بدوش یا همان مراد برقی (۱۳۵۲)، با یک داستان مبتذل از تلویزیون ملی ایران پخش می‌شد، در آمریکا و ایران

در همان سال‌ها مجموعه تلویزیونی مرد شش میلیون دلاری (۱۳۵۱) تولید و پخش می‌شد! این سریال، داستانی تخیلی علمی با مضمون استفاده از انرژی هسته‌ای و ترمیم بدن انسان با استفاده از تکنولوژی رباتیک بود، ضمن اینکه قهرمان داستان (لی آستین) ضمن یک سفر فضایی آسیب دیده بود. این در حالی است که آمریکایی‌ها از سال ۱۹۳۸ میلادی یعنی ۱۳۱۶ خورشیدی داشتند راکتور اتمی خود را شکل می‌دادند. (با محاسبه فواصل انتقال اطلاعات، فقط حدود ۲۵ سال بین واقعیت اولیه و تولید فیلم تخیلی علمی فاصله است!) این درحالی است که دانش و مهندسی رباتیک در سال ۱۹۲۷ یعنی ۱۳۰۵ خورشیدی تازه متولد شده بود! در آن سال‌ها نسخه نمایشی فرهنگ‌شان اینگونه بود و ما زیر بازارچه‌ی عشق پیری در خانه قمر خانم، آلاخون والاخون بودیم. (نام سه سریال آن روز) اگر چه دلیران تنگستان هم -نشانی از فروغ ایرانی و ملی ما بود. در هر حال ما همان روزها هم درون پرداز بودیم. در مجموعه‌ی مراد برقی، مراد می‌خواهد از پایین شهر به بالای شهر بیاید و با ذهن کوچک خود آرزوی این را دارد که با بالا شهری‌ها بجوشد و وصلت کند در مجموعه‌ی زمانه (آذرماه سال ۱۳۹۱ در ۴۹ قسمت از شبکه ۳ سیمای جمهوری اسلامی ایران) همین مضمون در شکل کلی اما سرشار از دق و ناله و متاسفانه با همان سبک اندیشه تولید و پخش شد. اگر -چه وضعیت‌های دراماتیک محدودند اما مطمئناً می‌توانند، بستر سبک اندیشه‌های گوناگون و ذومراتبی باشند. مراد ما اشاره به فکر سطح پایینی است که پا به پای زمان رشد نکرده است.

۹ . نفت به حسب دسته بندی‌های قدیم، انواعی دارد و همه جزء اکتشافات مسلمانان است نفت ضروری: در قرن یازدهم میلادی توسط ابوعلی سینا اختراع شد. نفت سفید و چراغ نفتی، اختراع شده توسط محمد زکریای رازی در قرن نهم میلادی، میدان نفتی، مواد نفتی، نفتا و قیر، اولین مواد نفتی در

قرن هشتم میلادی زمانی که خیابانهای بغداد با قیر سنگ فرش شد بوجود آمد. که این قیر از تقطیر نفت خام بدست آمده بود. در قرن نهم اولین میدان نفتی در باکو در آذربایجان برای تولید نفت استخراج شد. این میدان نفتی توسط المسعودی در قرن دهم و مارکوپولو در قرن سیزده اینگونه توصیف شده که محصولاتش توسط صدها کشتی حمل می شده است. بنزین: شیمیدان های مسلمان برای اولین بار از نفت خام توانستند بنزین تولید کنند

۱۰/ در هنر سینما، استفاده از عشق برای ایجاد جذابیت یک عنصر کارآمد و قابل توصیه است. اما ما ایرانیان همانطور که از صنایع سخت افزاری و وارداتی درست استفاده نمی کنیم، از تکنیک های نرم افزاری هم درست بهره نمی جویم. از عشق نه به عنوان یک کلیشه و نه به عنوان تنها عنصر جذابیت، بلکه به عنوان یک ابزار کمکی باید استفاده نمود. البته می تواند خیلی در حاشیه و کم رنگ یا در میان و پر رنگ باشد. نگا. جانتی، لوییس، شناخت سینما، ۱۳۸۱، ایرج کریمی، تهران، نشر روزگار، ص ۱۵/

حجت الاسلام حمید رجایی

مدرس خارج حوزه علمیه قم، کارشناس ارشد ارتباطات و رسانه

ادامه دارد...