



چهارشنبه ۵ آذر ۱۴۰۴
وطن امروز | شماره ۴۷۲۲

فرهنگ و هنر

به عبارت دیگران

هرگز زنی رویش را به ما ننمود!

- زنان چادر به سر می کردند که از سر تا پای شان را می پوشاند و فقط چشم ها از پشت روبند (پوشیه) توری که زیر چادر

به صورت انداخته بودند، پنجره ای به بیرون داشت.

- در خیابان که به زنان ایرانی می رسیدیم، آنها چشم از ما برمی گرداندند یا روی شان را سخت می گرفتند و نمی گذاشتند چشم مردم به روی شان بیفتد.

- در نیم سالی که اینجا بودیم، هرگز زنی رویش را به ما ننمود و نتوانستیم صورت زنان را بی حجاب و چادر ببینیم.

- در این وضع، زشت یا زیبا و جوان یا پیر بودن زنان را از روی رنگ و حالت دست های شان که شاداب یا چروکیده باشد قیاس می کردیم.

- شنیدم که شاه یک خیل ۳۰ نفری از زنان در حرم خود دارد که مایه رشک گل های زیبا و ماه آسمانند!

یوشیدا ماساهارو

سفرنامه یوشیدا ماساهارو؛ نخستین فرستاده

ژاپن به ایران
هاشم رجبزاده
انتشارات بهنشر
صفحه ۱۸۴

آن بسیجی جوان...

تو جبهه قسمت تعمیر کار می کردم. چون هوای جنوب خیلی گرم بود صبح زود تا ظهر کار می کردیم. ظهر هم می رفتیم استراحت.

به روز ظهر تو هوای گرم به بسیجی جوانی اومد گفت: اخوی! خدا خیرت بسده، ما عملیات داریم؛ ماشین مارو درست کن برم.

گفتم: مرد حسابی الان ظهره، خسته‌م، برو فردا صبح بیا.

با ارامش گفتم: اخوی! ما عملیات داریم از عملیات می مونیم.

منم صامو تند کردم گفتم: برادر من! از صبح دارم کار می کنم خسته‌م. نمی تونم. خودم به ماهه لباس دارم هنوز وقت نکرده‌م بشورم.

گفت: بیا به کاری کنیم، من لباسای شما رو بشورم، شما هم ماشین منو درست کن.

منم برا رو کم کنی رفتم هر چی لباس بود مال بچه‌ها رو هم برداشتم گذاشتم جلو تانکر گفتم بیا بشور! ایشون هم آرام و با دقت لباس رو می شست. منم برا اینکه لباسا رو تموم کنه کار تعمیر رو لغت دادم. بعد تموم شدن لباسا اومد گفت: اخوی ماشین ما درست شد؟

ماشین رو تحویل دادم. داشت از محوطه خارج می شد که با مسؤلومون برخورد کرد. بعد پیاده شد و روبوسی کردن و همدیگه رو بغل کردن.

اومدم داخل سنگر به بچه‌ها گفتم: این آقا از فامیلای حاجیه حاجی بفهمه پوستمونو می کنه.

حاجی اومد داخل، سفره رو انداختیم داشتیم غذا می خوردیم. حاجی فهمید که داریم به چیزی رو پنهان می کنیم. پرسید: چی شده؟

گفتم: حاجی! اونو که الان اومده بود، فامیلتون بود؟

حاجی گفت: چطور نشناختین؟ ایشون «همدی باکری» فرم‌انده لشکر بودن.

رضا مضانی
خداحافظ سردار
ستاد یادواره سرداران آذربایجان
صفحه ۱۲۶

معتزلی اما شهره به شرح نهج البلاغه

ابن ابی‌الحدید به «الشاعر العراقي» معروف بود. از آثار ابن ابی‌الحدید علاوه بر قصاید السبع العلویات (حواى ۷ قصیده در مدح و ستایش علی علیه‌السلام) و المستنصریات، نقدی است بر المثل السائر (ضیاءالدین بن التکیر)، شرحی بر کتاب کلامی الایات البینات (فخرالدین رازی)، شرحی بر المنظومه فی الطب (بوعلی سینا)، نقدی بر المستصفی من علم الاصول (غزالی)، العبقری الحسان کتابی است حاوی مطالب مختلف کلامی، تاریخی و ادبی که قطعاتی از نظم خود را نیز در آن آورده است.

اما مهم‌ترین اثر او که نامش را جاودان ساخت، شرحی است که بر نهج‌البلاغه نوشته که آن را اول رجب سال ۶۴۴ آغاز کرد و تألیف آن ۴ سال و ۸ ماه - برابر با مدت خلافت علی(ع)- وقت گرفت. کتابی است که‌نظیر در ۲۰ جزء که علاوه بر شرح لغات و مضامین کتاب، مطالب مهم کلامی و تاریخی را در آن آورده و همین امر او را در شمار مورخان بنام قرار داده است.

ابن ابی‌الحدید
قصاید سبع علویات
عبدالمحمد آیتی
نشر بهشارت
تلخیص از مقدمه کتاب

اقتصاد یعنی میانه‌روی؟

کلمه «اقتصاد» از ریشه «ق ص ی» و به معنای میانه‌روی و صرفه‌جویی است. امروز مبنای علم معاش (اقتصاد) نه تنها هرگز بر میانه‌روی نیست، بلکه بالعکس، مصرف بیشتر نشانه‌ای از پیشرفت اقتصادی تلقی می‌شود و اگر هنوز بر این علم نام اقتصاد می‌نهند، بر سبیل عادت و از سر مسامحه و چهل است.

سیدمرتضی آوینی
توسعه و مبانی تمدن غرب
نشر ساقی
صفحه ۱۶۸

حضرت امیر المومنین(ع)؛

خوبشاوندانت را گرمی بدار، چون آنها پال تو هستند که توسط آنها پرواز می‌کنی و ریشه تو هستند که به آن برمی‌گرددی و دست تو هستند که به واسطه او دفاع می‌کنی.

روزنامه سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی

صاحب‌امتیاز و مدیرمسئول: محمد آخوندی
مدیر عامل: رضا شکیبایی
سردبیر: سید عابدین نورالدینی

نشانی: خیابان انقلاب اسلامی، بین حافظ و خیابان ولیعصر (عج)، کوچه سعید، پلاک ۹
روابط عمومی: ۶۶۴۱۳۷۹۲ تلفن: ۶۶۴۱۳۷۸۳
نمابر: ۶۶۴۱۳۷۲۷
پست الکترونیک: info@vatanemrooz.ir
پيام‌سان: vatanemrooz@
چاپ: موسسه جام‌چم برتر برنا
توزیع: نشر گستر امروز: ۶۱۹۳۳۰۰۰



نگاهی به ضرورت همگانی بودن هنر به بهانه روی صحنه رفتن نمایش‌هایی که نرخ بلیت‌شان سرسام‌آور است

صحنه طبقاتی

نبودند در چنین فضایی سعی در تولید آثاری داشته که همه مردم از جمله ضعفا بتوانند از آنها درک داشته باشند و بعضا سوز و آثر این نوع از هنرمندان از دل مضللات اجتماعی شکل می‌گرفت.

بتدریج هنر به وسیله‌ای تبدیل شد که هنرمند می‌توانست با آن حرف‌هایی را که در قامت بیانیه‌های خشک و رسمی جا نمی‌گیرد بزند، این سخنان ظریف چون از طرف هنرمندانی زده می‌شد که خود از خیابان‌های چرک و چروکیده آمده بودند، مخاطبان هم از همان قشر بود، می‌توانست با لحنی جهان‌شمول مقصود خود را به همگان عرضه کند. حال جالب اینجاست که همین نمایش‌های البور توانست که خود در نقد جامعه طبقاتی و نکوهش فقر است اکنون در سال ۱۴۰۴ در ایران با شمایی به منصفه ظهور می‌رسد که گویی مخاطبش بیشتر کسانی است که درک عمیقی از فقر ندارند و اصلا نمی‌دانند دیکزن می‌خواهد از چه حرف بزند.

کالای لوکسی به نام هنر!

دهه اخیر کشتش درآمدی تقاضای محصولات و خدمات فرهنگی (تفریح، کتاب، سینما، خدمات فرهنگی و...) برای خانوارهای ایرانی عموماً مثبت ولی کمتر از یک گزارش شده، به این معنا که این کالاها، کالاهای نرمال ولی نسبتاً غیرکشان هستند؛ افزایش درآمد خانوارها به طور نسبی باعث افزایش هزینه‌کرد فرهنگی می‌شود اما درصد افزایش هزینه فرهنگی معمولاً کمتر از درصد افزایش درآمد است. منابع پژوهشی و گزارش‌های رسمی همچنین نشان می‌دهند سهم هزینه فرهنگی در سبد مخارج خانوار از حدود اواسط دهه ۹۰ تا ابتدای دهه ۱۴۰۰ کاهش یافته که به دلیل تورم، افت قدرت خرید و شوک‌های اقتصادی (از جمله کرونا) است. با تامل به رابطه هماهنگ افزایش درآمد و افزایش تقاضا نسبت به محصولات فرهنگی، می‌توان دریافت هنر در وضعیت کنونی به یک کالای لوکس تبدیل شده و شما به عنوان یک شهروند ایرانی زمانی می‌توانید به شکلی آسوده‌خاطر از آن بهره‌مند شوید که غم کار و نان نداشته باشید. حال زمانی که ما با مساله‌ای به نام تورم روبه‌رو شویم داستان پیچیده و عمیق‌تر هم می‌شود و قطعاً این معضل روی نوسان بهای محصولات فرهنگی نظیر سینما، تئاتر، کتاب و... تأثیرگذار و از سوی دیگر انگیزه مردم را هم مورد دگرگونی قرار می‌دهد. برای مثال قیمت بلیت سینما طی ۱۰ سال گذشته تقریباً به افزایش ۱۶ برابری روبه‌رو شده که این موضوع بجویی نشان می‌دهد وضعیت ناپسaman اقتصادی در همه زمینه‌ها می‌تواند تأثیر بدی بگذارد.

در بقیه جهان چه خبر است؟

یورواستات دقیق‌ترین آمار مقایسه‌پذیر در سطح بین‌الملل را برای کشورهای اروپایی در ۲ دسته‌بندی اصلی منتشر می‌کند:

۱- هزینه‌های فرهنگی (Cultural goods & Services): به طور محدودتری شامل اسباب فرهنگی یعنی کتاب، سینما، روزنامه و... می‌شود.

۲- تفریح و فرهنگ (Recreation & Cultural):

گسترده‌تری دارد و شامل ورزش، تجهیزات تفریحی، خدمات تفریحی و... می‌شود.

طبق آمار یورواستات، کشورهایی چون دانمارک، فرانسه، آلمان، ایسلند، فنلاند، اتریش و سوئد که

وضعیت اقتصادی باثباتی دارند و نرخ تورم‌شان در

چند سال اخیر زیر ۲.۵ درصد بوده آمار مصرفی‌شان

نسبت به محصولات فرهنگی به طور میانگین ۲.۵

درصد است. کشورهای توسعه‌یافته قاره آمریکا مثل

ایالات‌متحده آمریکا و کانادا با وجود آنکه به لحاظ

اقتصادی همچون اروپا ثبات مناسبی دارند اما درصد

هزینه‌های خانوارشان برای محصولات فرهنگی به طور

متوسط ۵.۷ درصد است. این می‌تواند نشانگر آن باشد

که ثبات اقتصادی و ایجاد یک شرایط آرام مالی برای

مردمان یک سرزمین به تنهایی باعث جذب آنها به

سمت مسائیل و کالاهای فرهنگی و هنری نمی‌شود،

بلکه وجود یک فضای هنری پویا و فعال خود از علل

مهمی است که باعث گرایش و جذب مردم به سمت

محصولات هنری می‌شود.

بازی عرضه و تقاضایی می‌کنند که طبیعتاً در این گیر و دار دست مردم معمولی بی‌نصبی می‌ماند و تقاضا هم در بخش خاصی از جامعه منحصر خواهد بود.

همان‌طور که از تفاسیر و مقدمات به میان آمده معلوم است، تئاتر البور توانست جزو دسته دوم نمایش‌هایی

است که امروزه در ایران با آنها روبه‌رو هستیم. این نمایش که تا به حال در چند مقطع مختلف روی صحنه رفته، در آخرین اجرا با حضور بازیگرانی چون هوتن شکیبا، بانیهال شومون، بهنوش طباطبایی و... روی صحنه رفت. با قیمت بالای بلیت، طبیعتاً مقدار ریال فروش نمایش هم بالا خواهد رفت؛ هر چند این را نمی‌توان مساوی با پر مخاطب شدن آن دانست.

نکته اما این است که معلوم نیست حتی پر مخاطب شدن این نمایش را هم بشود امتیازی برای هنر تئاتر ایران به شمار آورد، چرا که این اثر همچون نمایش‌های پرستاره دیگر، گویی بیشتر برای قشر مرفه جامعه است و مخاطبانش شامل اقشار دیگر جامعه نمی‌شود.

به عبارتی، این فروش خوب به معنای اقبال عمومی نیست و تنها منحصر به گروهی خاص است. بعید است کسی این گزاره را لاقول در ظاهر امر رد کند که فرهنگ و هنر برای همه است و نمی‌توان آن را احتکار کرد و به انحصار خود درآورد. هنر اسباب کشتار نیست که نباید در اختیار همگان قرار گیرد و تنها بخشی از مردم توانایی استفاده از آن را داشته باشند. درست است که این گزاره‌ها در حال حاضر کاملاً بدیهی به نظر می‌رسند و هیچ‌کس جرأت مخالفت علنی با آنها را ندارد اما کدام گزاره بدیهی را دربار هر موضوعی در طول تاریخ می‌توان سراغ گرفت که هیچ‌کس علیه آن رفتار نکرده باشد یا عده‌ای برای نیل به منافع خودشان، برخلاف آن رفتار نکرده باشند؟

هنر برای کیست؟

اگر از زاایش و پیدایش هنر که به حکاک‌های انسان‌های اولیه روی سنگ‌ها و غارها برمی‌گردد گذر کنیم و به تاریخ سرزمین‌های متمدنی چون ایران، یونان و مصر نگاهي بیندازیم، متوجه می‌شویم فرهنگ و هنر در ابتدا در انحصار گروه اشراف، درباریان و افراد متمول بوده و کمتر پیش می‌آمد اقشار ضعیف جامعه بتوانند اصلا به مقوله‌ای تحت عنوان هنر و خلق آثاری با رویکردی زیبایی‌شناختانه فکر کنند؛ تقریباً شبیه به آنچه اکنون جامعه ما در این خط زمانی مشغول طی کردنش است. حال پس از گذشت چندین هزار سال، در دوران اخیر یعنی بعد از رنسانس و انقلاب صنعتی ما شاهد آن هستیم که هنر دچار یک دگرگونی

در منشأ حضورش می‌شود؛ یعنی به جای آنکه قشر برخوردار و بی‌معضل جامعه دست به تولید اثر در زمینه‌های مختلف فرهنگی و هنری بزنند، بیشتر افراد درمند و آنهایی که اصطلاحاً برای کف جامعه بودند وارد عمل شدند. برای مثال، ما در هنر و ادبیات شاهد ظهور افرادی چون فودور داستایفسکی، ماکسیم گورکی، ونسان ونگوگ و چارلی چاپلین هستیم که زندگی‌های مملو از درد و مستضعفانه‌ای داشتند.

انحصار شکنی

اهمیت حضور پررنگ همه افراد حاضر در اجتماع در عرصه هنر از ۳ منظر قابل بررسی است؛ نخست آنکه ورود چنین افرادی زمینه بازگشایی راه هنردوستان متعلق به اقشار ضعیف جامعه را بیشتر باز کرد و هنرنمایی از انحصار بخش خاصی از اجتماع خارج شد (البته قابل دسترس شدن ابزار تولید اثر نیز بی‌تأثیر نبود). در وهله دوم عامی شدن هنرمندان روی مخاطب هدف هم تأثیرگذار بود و دیگر همه مردم می‌توانستند از لذات و ظرفیت‌های هنر بهره‌مند شوند و در آخر هنرمندانی هم که متعلق به اقشار پایین‌دست جامعه

می‌رسید. در اپلیکیشن‌هایی چون دیوار که گویی نقش بازار سیاه را ایفا می‌کنند، می‌شد اوضاع وخیم‌تری را شاهد بود؛ طوری که بلیت این نمایش در قد و قواره‌های سرسام‌آوری نزدیک به ۴ میلیون تومان به فروش می‌رسید.

اکنون در برابر این وضعیت نگران‌کننده فرهنگی، هنری و اقتصادی، چند سوال مهم پیش می‌آید: اول، چرا با وجود این قیمت‌های عجیب، عده‌ای از مخاطبان به تماشای این نمایش و نمایش‌هایی از این دست می‌نشینند؟ ثانیاً، در حال حاضر دسترسی به محصولات فرهنگی و هنری توسط عده مردم در حال طی کردن چه مسیری است و چه افرادی می‌توانند از فرهنگ و هنری که اکنون به یک کالای لوکس تبدیل شده استفاده کنند.

در ادامه به ناگزیر از شرح و مرور بعضی بدیهات که امروز در معرض تهدید واقع شده‌اند شروع کرده‌ایم تا توضیح دهیم که وضعیت همگانی بودن هنر، چیزی است که در تکامل هنر و پخته شدن آن و رسیدنش به نقطه فعلی موثر بوده است. به عبارتی با طبقاتی کردن هنر، اگرچه اسباب تفریحات لوکس عده‌ای از افراد فراهم می‌شود اما در عوض این یک نوع عقبگرد فرهنگی به حساب می‌آید. نکته بعدی که مورد بررسی قرار می‌گیرد، وضعیت باقی کشورهای دنیا در این زمینه است. این واضح به نظر می‌رسد که نگاه مقایسه‌ای بین ایران و باقی کشورها در این زمینه از چه جهاتی می‌تواند مفید باشد.

چرا باید نگران شد؟

ابتدا خوب است به همین نمایش موزیکال البور توانیست نگاهي داشته باشیم. نخستین چیزی که از این نمایش سوای بحث درخشان بودن عنوان و سابقه روی صحنه رفتنش به نظر می‌رسد بازیگران و عواملی هستند که هر کدام در حال حاضر نام‌هایی قابل توجه و معروف در سینما به شمار می‌روند. متأسفانه تئاتر در ایران وضعیت چندان جالبی ندارد؛ عموم نمایش‌هایی که از دامنه گرداب مشکلات اقتصادی توانسته‌اند دور بمانند، بیشتر به ۲ گروه تعلق دارند: گروه اول آثار طنز بسیار سخیفی هستند که کیفیت کم‌دی‌شان در حد «reel»‌های اینستاگرام است. این آثار به هیچ وجه سکاندار و ارائه‌دهنده محصول فرهنگی شایسته‌ای نیستند و نهایتاً بتوان آنها را جزو آثار سرگرمی به شمار آورد. دسته دوم شامل آثاری است که فضایی جدی و دراماتیک دارند اما به دلایلی چون چهره و سرشناس بودن بازیگران این نمایش‌ها، قیمت بلیت‌های‌شان سر به فلک می‌کشد و هنر را وارد یک



در شبکه‌های اجتماعی



@vatanemrooz

پیامک خوانندگان

۱۰۰۰۲۲۳۱

سلام وطن

۶۶۴۱۳۹۴۲