سینما، تلویزیون نیست

رضا سالک

به نظر می‌رسد جشنواره شانزدهم فیلم فجر با اکران فیلم‌های متعدد غیرسینمایی، فصل نوینی را در تاریخ نقد سینمایی کشور گشوده است و آن «نقد سینما» به جای نقد آثار سینمایی است؛ سینمایی که می‌رود تا با نورافکنی ناموزون پرژکتورهای بی‌رمق و فرتوت خود، آخرین مشتریانش را از دست داده و حجّت صاحبان سالن‌های سینمایی را در غیر اقتصادی بودن فضای اشغال شده توسط صندلی‌های خالی حتی در مقایسه با پارکینگی به همین وسعت، موجه‌تر نماید و راه را برای تعطیلی این اماکن فرهنگی هموار کند. جالب این که چنین خسارتی بر صنعت سینمای کشور، تهیه کنندگان و پیام‌آفرینان آثار غیرسینمایی را به واسطهٔ جوایز و افتخارات بین‌المللی کسب شده (به هر دلیل و هر توجیه)، به تنها اندوهگین نمی‌کند که بر چهرهٔ مبارکشان، زشت شخصیتی فراملی و جهانی را می‌نشاند.

بی‌تردید خیل آثاری که تنها ویژگی سینمایی‌شان، اکران از طریق سالن‌های سینما بود، زنگ خطری برای صنعت سینمای کشور و هشداری برای سیاستگذاران، صاحب‌نظران و مولدین هنر/ صنعت/ رسانهٔ عظیم سینماست که ریشه‌یابی این تب فراگیر و یافتن راهکارهای علاج آن جز با خردورزی و کارشناسی علمی به ثمر نمی‌نشیند.

بنده در ایام جشنواره، طی یادداشتی که بر فیلم رقص خاک نوشتم،[1] این خطر را گوشزد نموده و بحث مفصل تئوریکی را در تبیین «تلویزیون نبودن سینما» به وقت دیگری موکول کردم. مقالهٔ حاضر، صرفاً، مقدمه و درآمدی بر این کار عظیم می‌باشد که از روزنهٔ ارتباطات بر این پدیدهٔ نامیمون ارتباطی در کشور نگریسته شده و قطعاً با هم‌اندیشی و گفتمان منطقی و عالمانهٔ دیگر صاحب‌نظران و کارشناسان به بار خواهد نشست.

پردهٔ عریض، صفحهٔ کوچک؛ سینما در رقابت

اگرچه توالی زمانی پیدایش تلویزیون در پی سینما، تصوری عمومی را پدید آورده است که تلویزیون همان «سینمای خانگی» است که صرفاً تصاویر ثابتی را که سینما به آنها جان و حرکت می‌بخشد، به خانه‌ها کشیده است، امّا ماهیت وجودی و مستقل هرکدام از این رسانه‌ها و نیز ظرفیت، کارکرد و نقش‌های آنها نشان می‌دهد که در حقیقت نه سینما، تلویزیونی است به وسعت پردهٔ عریض و نه تلویزیون، سینمایی خانگی است. صاحب‌نظران ارتباطی بر این باورند که ضرورت و خاستگاه پیدایش و ویژگی‌های فنی- هنری هرکدام از رسانه‌ها، هم قابلیت جذب و انتقال پیام و محتوا را به شیوه‌ای خاص خود داراست و هم موجد نوع «خاصی» از ارتباط بین رسانه و مخاطب است.

توجه به این نکته ضروری است که رسانه‌های متولد شده در فرهنگ غرب، اگرچه حاصل تکامل جمعی علم و تکنولوژی بشری است، اما به هر حال در بستر شرایط، ویژگی‌ها و نیازهای آن محیط پدید آمده‌اند و از همین روست که آفرینندگان آنها و همچنین پیام‌آفرینانشان به خوبی فرق بین تلویزیون و سینما را درک می‌کنند و بوی مشک‌های حاصله شان (فرآورده‌های هنری آنها) بی‌نیاز از ذکر و ادعای عطّاران و تولیدکنندگان آنهاست. درک ولایت تکنیکی رسانه‌ها (صرف‌نظر از مطلق یا نسبی) بر روند ساخت و تولید پیام‌های خاص هر رسانه، تأثیری عمیق و کارساز خواهد داشت و متأسفانه باید بدون تعارف اعتراف کرد که ساخت تعداد کثیری از فیلم‌های غیرسینمایی (و البته بسیار مناسب تلویزیونی) در گردونهٔ سینمای کشور، حاکی از عدم آگاهی و درک مناسب از چنین فرایندی است.

بر همین اساس، شناخت ویژگی‌ها و آگاهی از توانمندی‌های سینما و تلویزیون (به عنوان رسانه‌های رقیب و نه رفیق) برای دست‌اندرکاران و پیام‌آفرینان هنر/ صنعت/ رسانه سینما ضروری است. البته رقابت مورد نظر، صرفاً در شیوه‌های تولید مناسب پیام برای جذب مخاطبان بیش‌تر و اقتصاد هرکدام مطرح است و هیچ منافاتی با همسویی هر دو رسانه در جهت تحقیق اهداف متعالی جامعه ندارد.

برخلاف تلویزیون، که در ازای سهولت دسترسی و آسایش حین استفاده، پیام‌ها و برنامه‌های خود را (حتی با در نظر گرفتن تعدد کانال‌ها و افزایش حق انتخاب مخاطب) بر بینندگانش تحمیل می‌کند، ویژگی‌های فنی سینما و ضرورت تعبیهٔ سالنی تاریک برای استفاده از فرآورده‌های آن، موجب شده است تا این رسانه برای جذب و جمع‌آوری مخاطبان پراکندهٔ خویش از نقاط مختلف، شیوه‌ها و دشواری‌های خاص خود را داشته باشد. این

رقص خاک

امر، از سویی به معنی انتخابگری فعالانه تر و تصمیم گیری مردم برای رویارویی با محتوای سینما و میزانی برای سنجش موفقیت یا ناکامی سینماست، و از سوی دیگر، رسالت پیام آفرینان این رسانه را در تولید فیلم ها و آثاری که ارزش دیدن برای مردم داشته باشند و رغبت و انگیزه را در آنها ایجاد کنند، کوشزد می نماید.

در گام نخست، سینما باید از «وجود» تلویزیون آگاه شود[۲] و به نظر می رسد که سینماگران غربی از سال های ۱۹۶۲ به بعد چنین آگاهی را کسب کرده اند، چراکه از همین سال کاهش مشتریان سینماها (در پی تولد تلویزیون در چند سال پیش از آن) متوقف گردید و فیلم های سینمایی دوستداران بیش تری پیدا کرد. این سینماگران سعی کرده و می کنند تا آن چه را که در تلویزیون نمی توان یافت، به تماشاگران عرضه نمایند و سینما برای بقاء و موفقیت، راهی جز این ندارد.[۳] تولید کنندگان سینما بیش از هرچیز دیگر به زمینه هایی توجه پیدا کرده اند که، تلویزیون را از میدان رقابت با آن ها بازمی دارد و کوشش می کنند در محصولات سینمایی خود، هم از جهت شکل و هم از حیث محتوی، ویژگی هایی پدید آورند تا استفاده کنندگان، بیش از پیش آنها را از پیام های تلویزیون متمایز بشناسند، بدین طریق تدبیرهای رقابت آمیز کنونی، گردانندگان سینماها و تلویزیون ها را برای جلب مشتریان ثابت، به سوی تولید محصولات متفاوت و مختص خود آنها سوق می دهند و سینماگران توجه اصلی نیز خود را به زمینه های خاصی که به نظر آنها در انحصار سینماست، معطوف ساخته اند.[۴] بر همین اساس، گردانندگان صنعت سینما دو راه را دنبال می کنند:

۱ـ بسیاری از سینماگران می کوشند که، تهیه و تولید «فیلم های بزرگ» با شرکت هنرپیشگان مشهور و دارای رنگ آمیزی های جالب و پرده های پهن و صدای استریوفونیک را به خود اختصاص بدهند. بدین ترتیب فیلم های سینمایی جدید، از فیلم های معمولی و متوسط قدیم که، اغلب از طریق تلویزیون نیز نشان داده می شوند، متمایز می گردد و دوستداران بیشتری بدست می آورند. این قبیل فیلم ها معمولاً در سالن های لوکس و مجهز که طرف توجه بسیاری از تماشاگران قرار می گیرند، به نمایش گذاشته می شوند.

۲ـ عده ای از سینماگران، هدف اصلی خود را بر جلب هرچه بیش تر روشنفکران استوار ساخته اند و

بدین منظور می کوشند فیلم های هنری را که اغلب با وسایل محدود شخصی تهیه می شوند و از خلاقیت های اصیل برخوردار می باشند، به تماشاگران عرضه کنند. این نوع فیلم ها بیشتر در سالن های کوچک سینما و سالن های مخصوص سینمای هنری و تجربی که مشتریان آنها توقع تماشای آثار پر کیفیت را دارند، نمایش داده می شوند.

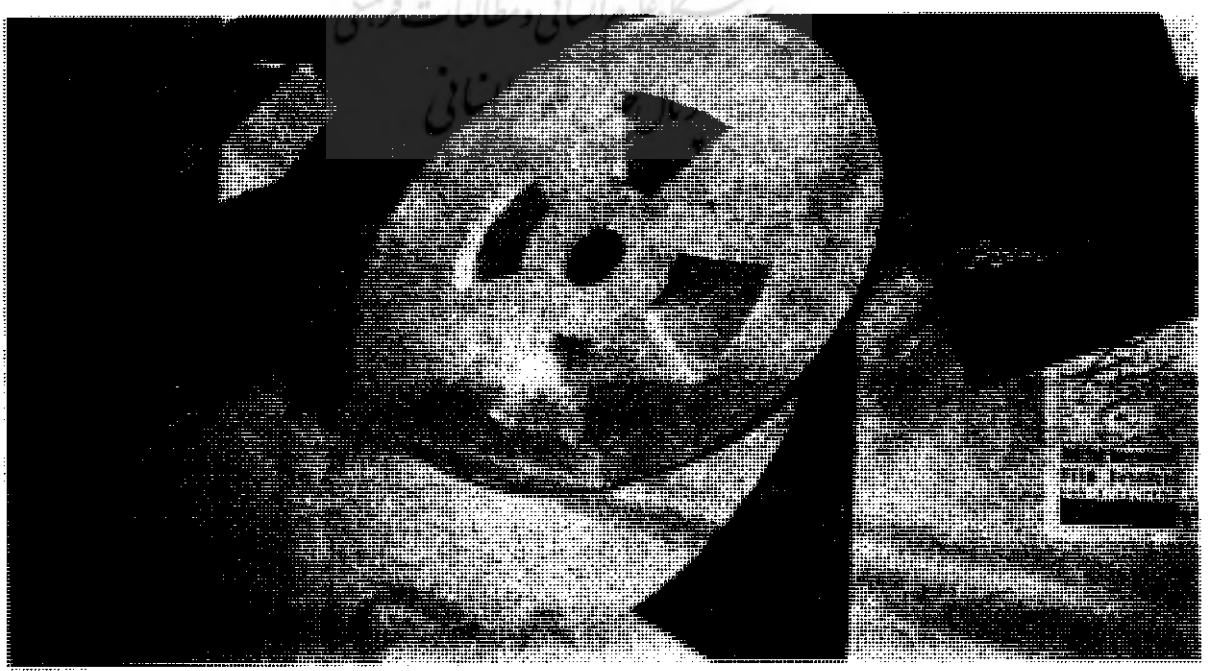
در هر دو مورد فوق، تهیه و نمایش فیلم های سینمایی می تواند به عنوان «واقعه هنری» تلقی شود و به سبب تازگی و کم نظیری، از فیلم های یکنواخت تجارتی متمایز گردد تا با استقبال تماشاگران روبرو شود. بدین طریق فیلم هایی که در سالن های بزرگ سینما برای تماشاگرانی از گروه های گوناگون اجتماعی به نمایش درمی آیند و یا در سالن های کوچک برای علاقمندان آثار هنری نشان داده می شوند، محصولاتی خاص تماشاگران سینما به شمار می روند و از فیلم های عادی تلویزیون متمایز می باشند. بنابراین می توان نتیجه گرفت که سینما در راه مقابله با تلویزیون، برای خود یک نوع حوزه عمل انحصاری پدید آورده است. به همین جهت، گردانندگان سینما در پی تولید فیلم های بزرگ و پر عظمت و یا فیلم های هنری هستند و تولید فیلم های متوسط را به تلویزیون واگذار کرده اند.[۵]

مستند داستانی در سینما و تلویزیون

تاریخ سینما نشان داده است که اگرچه ماهیت فیلم چنان است که می تواند به آسانی تسلیم میل به تهیه و تماشای گزارش های صادقانه از وقایع عجیب، نمونه و هیجان انگیز گردد و در روزهای اولیه سینما نیز صرف دیدن تصاویر زنده از وقایع روزمره برای مردم هیجان انگیز بود، اما هنر فیلم به تدریج و با کوشش آگاه یا ناخودآگاه فیلمسازان برای کشف امکانات ویژهٔ تکنیک سینماتوگرافی و استفاده از آن برای خلق آثار هنری تکامل یافت.[۶]

برای مستندسازان غیرهنری سینما این نکتهٔ تحقیرآمیز آرنهایم کفایت می کند: «در مقایسه با ابزار پیکرتراش و نقاش که به وسیلهٔ خود چیزی مشابه واقعیت به وجود نمی آورند، هرکس با گرداندن دوربین فیلمبرداری می تواند مشابه واقعیت را ایجاد کند و خطر بزرگ برای فیلمساز این است که به چنین نسخه برداری فاقد شکل قناعت کند.»[۷]

او باید دریابد که نحوهٔ عمل ضبط ارزشی جدا از موضوع داشته و تنها استفاده هوشمندانه از تفاوت های بین فیلم و زندگی واقعی به قصد خلق تصاویری با اشکال واجد مفهوم به آفرینش هنرمندانهٔ اثر منجر می شود. براین اساس، موضوع تصویر دیگر در



درجهٔ اول اهمیت قرار نمی گیرد، بلکه نمایش تصویری خصوصیات موضوع تصویر و آشکار ساختن اندیشه ای بالاتر و غیره، جنبه ای مهم تر یافته است.[۸]

بنابراین، مطابق آن چه گفته شد، «واقعه هنری» در عرصهٔ سینما به طور عام و در مستندسازی سینمایی (اعم از داستان و غیره) وقتی رخ می نماید که اولاً سینماگران ما با درک تفاوت های خصوصیات نمایش فیلم های تلویزیون با فیلم های داستانی معمول سینما، به تولید فیلم هایی بپردازند که صرفاً از مجرای رسانه ای خود دارای جذابیت تماشا و کیفیت هنری باشد، چنان که در صورت نمایش از رسانه ای دیگر همان لطف و وجههٔ هنری را نداشته باشد.

ثانیاً (با وجود شرط اول) مستندهایی را به صنعت سینمای کشور تقدیم کنند که وجوه هنری قابل ستایشی در پردازش داستان فیلم به چشم بخورد و توانایی جذب مخاطب به سالن های سینما را داشته باشد.

نقدی گذرا و سه راه حل

موضوع محوری عموم فیلم های سینمایی و مستند داستان های تولید شده در سال جاری و فقدان وجوه و کیفیات آثار مناسب سینمایی، از ویژگی های بارز این آثار بود؛ چنان که اگر براساس مباحث نظری بخواهیم طیفی دو قطبی درنظر بگیریم که در یک سوی آن «سینما» و در رأس دیگر آن «تلویزیون» قرار داشته باشد، این آثار، با وجود همهٔ ویژگی ها و محتوای ارزشمندشان، به گونه ای در این طیف جای می گیرند که کم و بیش از سینما فاصله داشته و به گردونه آثار تلویزیون شباهت و تعلق بیشتری می یابند.

فیلم هایی چون **سفر شبانه** از خسرو معصومی، **دان و رقص خاک** از ابوالفضل جلیلی، **عشق گمشده** از سعید اسدی، **مرد کوچک** از ابراهیم فروزش، **ساغر** از سیروس الوند و **روزی که هوا ایستاد** از نادر ابراهیمی از جمله آثاری هستند که نه در گردونهٔ هنر صنعت سینما جای می گیرند، نه به اقتصاد سینمای ایران نفعی می رسانند و نه حتی از آن بهره مند می گردند. شاید اصرار نابه جای کارگردانان این آثار بر افزودن عناصری سینمایی از جمله نماهای دور، روایت و ایجازهای سطحی و... به آنها «توهم» سینمایی بودن آنها را موجب شده است والاّ برخی از آثار ذکر شده، کاملاً تلویزیونی بوده و برای نمایش از تلویزیون بسیار مناسب تر هستند تا سینما. نگارندهٔ مقاله، حتی معتقد است که این اصرار بر سینمایی قلمداد کردن آثار تلویزیون، وجههٔ کارگردانان آنها را مخدوش ساخته و به جای این که آنها به عنوان «کارگردان خوب تلویزیون» مطرح گردند، جزو «کارگردانان بد سینما» محسوب شوند.

بنابراین، بر مبنای دلایل و شواهد گفته شده، برای کارگردانانی از این دست که برخی از آنها دغدغه و تلاش ارزشمندی برای پیوستن به مؤلفان سینمای کشور دارند، سه راه حل پیشنهاد می گردد: اولین راه حل، که دشوار اما کارساز است، آشنایی و آگاهی فیلمسازان جامعه ما با تئوری های ارتباطات و درک جامع تر ویژگی ها و کارکردها و قابلیت های فنی- هنری هرکدام از رسانه ها و تلاش برای تسلط بر زبان خاص بیانی هرکدام از آنها است. دومین راه، شاید تعریف سینمایی خاص است که اگرچه فرآورده ها و فیلم های فعالان در چنین عرصه ای، در سینما به نمایش گذاشته می شود، اما لزوماً تعریف متداول فیلم سینمایی را به خود نمی گیرد و اگر «سینمای تجربی» را عرصه ای برای ابداع شیوه های بیانی نو و قالب های جدید سینمایی بدانیم، چنین تعریفی پیشنهاد می شود. راه سوم اما، سهل الوصول تر بوده و شاید به حال جامعه نیز مفیدتر باشد. بسیاری از دغدغه ها و حرف های ارزشمندی که کارگردان محترمی همچون جلیلی و امثالهم دارند، با نگاهی سخیف و با بدترین و غیرحرفه ای ترین شیوه های تولید در تلویزیون، که وسیع ترین رسانه جمعی در جامعه ماست، به نمایش درمی آید و جایگزینی آنها با فیلم های مستند داستانی (بسیار مناسب برای تلویزیون) هم به حال مردم، هم به حال تلویزیون و هم به حال چنین کارگردانانی مفید خواهد بود. □

پانویس ها:

۱ـ رضا سالک، «سینما تلویزیون نیست»، روزنامه سلام، شماره ۱۹۴۵، ص۷.

۲ـ انریک ملون مارتینز، تلویزیون در خانواده و جامعهٔ نو، ترجمه صدرالدین الهی، تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۰، ص ۱۲۳.

۳و۴ـ کاظم معتمدنژاد، وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۱، ص ۲۷۰.

۵ـ همان منبع، ص ۲۷۱.

۶ و ۷ـ رودولف آرنهایم، فیلم به عنوان هنر، ترجمه فریدون معزی مقدم، تهران: امیرکبیر، ۱۳۶۱، ص ۴۱.

۸ـ همان منبع، ص ۴۶.