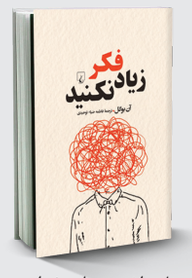
ارتباطات

روزنامه‌نگاری جهانی

کتاب «روزنامه‌نگاری جهانی»، نوشته «دانیلا وی. دیمیتروا» استاد دانشگاه آیووآ است که با ترجمه مسعود میرزایی از سوی نشر جوینده منتشر شده. خانم دیمیتروا در فصل نخست این کتاب و در چارچوب‌بندی نظری مباحث، تأکید می کند که مفهوم روزنامه‌نگاری جهانی مفهومی نسبتاً جدید محسوب می‌شود، زیرا خود این مفهوم همراه با فرایند جهانی‌شدن ظاهر شده است. به این ترتیب، ما می‌توانیم رد پای اصطلاح «روزنامه‌نگاری جهانی» را با بررسی سَلَف آن «روزنامه‌نگاری بین‌المللی»، تا قرن بیست و یکم تعقیب کنیم. وی روزنامه‌نگاری جهانی را به‌عنوان روزنامه‌نگاری تولید شده در یک نظام رسانه‌ای خاص که معمولاً یک نظام رسانه‌ای در سطح ملی است، تعریف می کند که در یک شبکه منطقه‌ای و جهانی تنیده شده است.
این کتاب با عنوان کامل «روزنامه‌نگاری جهانی؛ آشنایی با نظام‌های رسانه‌ای بین‌المللی» در ۳بخش و ۱۷فصل تنظیم شده است.
نسخه انگلیسی کتاب در سال ۲۰۲۱ و توسط انتشارات «راومن و لیتل‌فیلد» منتشر شد و نسخه فارسی آن نیز با ترجمه مسعود میرزایی در ۵۱۶صفحه توسط انتشارات جوینده به بازار نشر عرضه شده است. «کرونا و ارتباطات سیاسی»، «دیپلماسی عمومی»، «رسانه‌های جدید و آینده دیپلماسی»، «رسانه و سیاست خارجی»، «پسا حقیقت»، «چیستی ارتباطات‌سیاسی» و «افسانه بی‌بی‌سی» از جمله دیگر آثاری هستند که در سال‌های اخیر به قلم این مترجم و روزنامه‌نگار منتشر شده است.

مهارت‌های زندگی

زیاد فکر نکنید



کتاب «زیاد فکر نکنید» نوشته «آن بوگل» را فاطمه ضیاتوحیدی به فارسی برگردانده و به تازگی از سوی انتشارات ققنوس منتشر شده است.
کتاب زیاد فکر نکنید نه به موضوع فکر کردن به نیازهای اساسی زندگی مثل داشتن جای خواب یا تهیه وعده غذایی می‌پردازد، نه به فکر کردن برای گرفتن تصمیمات مهم زندگی مثل تغییر شغل یا پایان‌دادن به برخی روابط بلکه این کتاب به موضوع «زیاده‌روی در فکر کردن» می‌پردازد.
وقتی درباره افراط در تفکر حرف می‌زنیم منظورمان زمان‌هایی است که انرژی ذهنی خود را صرف چیزهایی می کنیم که ارزش‌اش را ندارند؛ زمان‌هایی که به‌نظر می‌رسد نمی‌توانیم به چیز دیگری جز آن موضوع خاص فکر کنیم، با وجود اینکه می‌دانیم بهتر است افکارمان را روی مسائل دیگر متمرکز کنیم. آن بوگل، نویسنده کتاب توضیح می‌دهد که چگونه می‌توانید مرحله به مرحله پیش بروید و مراقب افکارتان باشید تا راحت‌تر تصمیم بگیرید، دست از تردید بردارید و شادی و نشاط بیشتری به زندگی‌تان ببخشید. انتشارات ققنوس کتاب زیاد فکر نکنید را در ۱۹۲صفحه با قطع رقعی، به بهای ۷۵هزار تومان منتشر کرده است.

داستان ایرانی

«کاش بوی سگ مرده می‌داد»

مجموعه داستان «کاش بوی سگ مرده می‌داد» نوشته دلارام دلنواز، به تازگی از سوی انتشارات هیلا منتشر شده است. کتاب شامل ۱۲داستان کوتاه از این نویسنده است که عناوین آن به شرح زیر است:
شاید شانس با من باشد، زمین بازی، من برای یک نام خوشحالم، ریحان در باغ، کاش بوی سگ مرده می‌داد، سلام بگو، استیلا در بلوک E2، خیره کننده، رخ زشت، عروسک مومی، ترقه قند و رد لینک.
در بخشی از داستان کاش بوی سگ مرده می‌داد می‌خوانیم: یک‌روزهایی هم مثلا مهربانی‌اش گل می کرد می‌گفت: «معرفت خرجت کردم‌ها. دو تا پیس بیشتر زدم.» بعد می‌خندید و چشم‌های مشکی کشیده‌اش کشیده‌تر می‌شد. بعد می‌گفت: «شونه‌هام رو بمال.» یک وقت‌هایی هم خل می‌شد. می‌رفت تو لک و ناز می‌کرد. آن وقت دنیا جهنم می‌شد. پشت نیمکت‌های اول دبیرستان همه‌مان شوت می‌زدیم، چه برسد به فریده که همه فکر و ذکرش رژلب و ریمل و فرمژه بود.
من کور عصاکش اصغری کورشده بودم. هرچه از درس‌ها می‌فهمیدم به او هم می‌فهماندم. سر امتحان کلاس عربی و ریاضی جدید به او تقلب رساندم. برایش سیب و پرتقال و نارنگی فال‌فال‌شده می‌بردم. هرچه عطرش را بیشتر بو می کردم دلم بیشتر می‌خواست... انتشارات هیلا این مجموعه داستان ۱۰۴صفحه‌ای را با شمارگان ۵۵۰نسخه و قیمت ۴۲ هزار تومان منتشر کرده است.

رسانه‌ای به وسعت یک شهر

مسئولان شهری از لزوم گسترش دیوارنگاره می گویند

گزارش

علی سلمانی
روزنامه‌نگار

دیوارنگاره، یکی از بهترین، مهم‌ترین و کاربردی‌ترین ابزار ارتباطی است که کمک می کند از طریق آن پیام، مفهوم، شعار، فرهنگ و مواردی از این دست به مخاطب منتقل شود. از این‌رو هنر دیوارنگاری سال‌هاست در کشورهای مختلف مورداستفاده قرار گرفته و به‌عنوان ابزار هنری قدرتمند بهره برده می‌شود. در کشور ما دیوارنگاره به‌معنای مصطلح جهانی‌اش مانند میدان ولیعصر(عج) معدود است و به‌گفته کارشناسان و مسئولان این مقدار کافی نیست و برای رسیدن به مطلوب نیاز به تکثر و تنوع دیوارنگاری احساس می‌شود. سراغ مسئولان شهری رفته‌ایم و نظرشان را در این‌باره جویا شده‌ایم.

ضرورت گسترش دیوارنگاره‌ها

مهدی چمران، رئیس شورای شهر تهران درباره موضوع دیوارنگاره‌های پایتخت می‌گوید: «به‌نظر من این موضوع بسیار حائز اهمیت است و باید به موضوعات مختلف در قالب این دیوارنگاره‌ها پرداخت. بیلبوردها اصولا در جاهایی طراحی می‌شوند که بازدید از آنها به‌صورت سریع و فوری است؛ مانند هنگام عبور اتومبیل‌ها در بزرگراه‌ها. ولی مبحث دیوارنگاره‌ها به این صورت است که اصولا در فضاهای بزرگ مانند میادین در معرض دید مخاطبان قرار می‌گیرد و به نوعی دید وسیع‌تری را در این راستا باید در نظر گرفت.»
چمران با اشاره به اینکه لازم است در سطح شهر تهران دیوارنگاره‌های بیشتری با ارزش هنری و محتوایی داشته باشیم تا از این طریق با مردم حرف بزنیم، ادامه می‌دهد: «اگر این مسئله انجام گیرد کار ارزنده و زیبایی است و من فکر می کنم در مکان‌هایی مانند سر پل تجریش و یا میدان امام‌خمینی(ره) می‌تواند مکان مناسبی برای در نظر گرفتن دیوارنگاره‌ها باشد.»
او همچنین می گوید: «شورای شهر و شهرداری در موضوع دیوارنگاره‌ها می‌توانند نقش خوبی را ایفا کنند و حتی پیشنهادهایی را به سازمان‌های مربوطه ارائه دهند. ما آمادگی داریم که همکاری لازم را با سازمان‌هایی مانند مؤسسه اوج داشته باشیم تا هر چه بیشتر شاهد دیوارنگاره‌های با ارزش هنری و محتوایی باشیم.»

ایجاد حال خوب، امیدبخشی و طراوت

مجید قادری، معاون فرهنگی و هنرهای شهری سازمان زیباسازی تهران، با اشاره به اینکه دیوارنگاری و اثری که روی آن ثبت می‌شود برای شهروندان و مخاطب چه از نظر زیبایی و چه از نظر محتوایی حائز اهمیت است، می‌گوید: «دیوارنگاره‌ها در میان شهروندان بازتاب بسیاری دارد و مردم نسبت به دیوارنگاره‌ها واکنش نشان داده، نظرات، نقدها و پیشنهادهای خود را مطرح و در برخی موارد پیگیری هم می کنند. همین موضوع نشان می‌دهد دیوارنگاره تا چه میزان موضوع مهمی در شهر است.»
او بر این نکته تأکید دارد که یکی از رسالت‌های مهم دیوارنگاری ایجاد حال خوب، امیدبخشی، طراوت و زنده نگه‌داشتن شهر است؛ «شاید بتوان یکی از مهم‌ترین رسالت‌های دیوارنگاری را رنگ‌دادن به شهر خاکستری دانست. وجود مناظر چشم‌نواز روی دیوارنگاره‌ها باعث خواهد شد تا حال خوب به‌صورت ناخودآگاه به شهروندان منتقل شود.»
قادری با اشاره به لزوم توجه به محتوای دیوارنگاره‌ها می گوید: «اینکه دیوارنگاره قرار است چه مفهوم و محتوایی را منتقل کند، بسیار مهم است. دیوارنگاره توامان می‌تواند در عین زیبایی که منتقل می کند برداشت و مفهوم خوبی را نیز به مخاطب عرضه کند. این مفهوم می‌تواند اخلاقی، مذهبی، انسانی، آموزش شهروندی، فرهنگسازی و... باشد.»
معاون فرهنگی و هنرهای شهری سازمان زیباسازی شهر تهران درباره فعالیت این سازمان هم می گوید: «هم‌اکنون سازمان زیباسازی شهر تهران در تلاش است تا آنچه به‌عنوان دیوارنگاره در معرض دید عموم قرار می‌دهد، دارای مضامینی خاص و متفاوت باشد. در این زمینه می‌توان به ۷دیوارنگاره بزرگراه امام‌علی(ع) اشاره کرد که با محوریت حضرت امیرالمومنین(ع) آماده شده است یا دیوارنگاره خیابان کارگر که روی ۸دیوار در خیابان کارگر نقاشی‌هایی با موضوع کارگران طراحی شده و اتفاقا با واکنش‌های خوبی نیز از سوی شهروندان مواجه شد.»مجید قادری دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) را نیز یک اتفاق نو و خلاقانه می‌داند؛ «اثرگذاری دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) به‌دلیل آنکه یک اتفاق نو و خلاقانه است و در مکانی پرتردد جانمایی شده، توانسته است نظر مخاطبان بسیاری را به سمت خود جلب کند. همچنین اکثر کارهایی که تاکنون بر این دیوارنگاره قرار گرفته کارهایی قوی با محتوای مناسب هستند و کیفیت نصب و نورپردازی این سازه نیز با دقت انجام می‌شود. علاوه بر این، متراژ آن هم استاندارد و متناسب با میدان دید است و تمام این عوامل دست به‌دست هم داده تا شاهد یک اتفاق خوب فرهنگی باشیم.»
با این حال، قادری معتقد است که تکثیر چنین دیوارنگاره‌ای با این ابعاد در مکان‌های دیگر شهر تهران ممکن است مانند تیغ دولبه عمل کند و از یک‌سو آثار مثبتی در پی داشته باشد و از سوی دیگر نقدهایی هم به آنها وارد شود؛ «واحدبودن کار باعث بهتر دیده‌شدن آن اثر می‌شود و بازخوردهای رسانه‌ای بیشتری نیز خواهد داشت. درصورتی که ممکن است اگر چنین دیوارنگاره‌ای به‌عنوان مثال به ۵عدد تکثیر شود این میزان اثرگذاری و بازخورد رسانه‌ای را دربر نداشته باشد. از این‌رو اگر قرار باشد به تعداد اینچنین سازه‌هایی اضافه شود لازم است تا تحقیقات گسترده‌ای صورت گیرد و در نهایت تصمیم‌گیری در این زمینه انجام شود.»

دیوارنگاره‌ها مدرن شوند

مهدی قربانی، معاون هماهنگی امور مناطق سازمان زیباسازی شهر تهران، با بیان اینکه دیوارنگاره و تابلوهای شهری می‌توانند ذهن مخاطب و شهروندان را با خود درگیر کند، می‌گوید: «دیوارنگاری در مقایسه با سایر المان‌های شهری سریع‌ترین انتقال مفهوم را دارند و برای همین باید دقت بیشتری در زمان اجرا و پیاده‌سازی آن صورت گیرد.» او به این موضوع نیز اشاره می کند که تهران به‌دلیل وسعت و جمعیت، ظرفیت برخورداری از دیوارنگاره‌های جدید را دارد؛ «بیشترشدن دیوارنگاره‌های شهر تهران کمک می کند آثار، بهتر و بیشتر دیده شوند و موضوعات مختلف می‌تواند برای تولید دیوارنگاره‌های متعدد کمک‌کننده باشد.» قربانی، طراحی و تولید دیوارنگاره‌ها را یکی از مهم‌ترین اقداماتی عنوان می کند که سازمان زیباسازی بسیار به آن توجه دارد. او تأکید می کند که برای طراحی و جانمایی دیوارنگاره زمان و هزینه خوبی درنظر گرفته می‌شود؛ «اهمیت دیوارنگاره در سازمان زیباسازی آنقدر زیاد است که هم زمان زیاد و هم هزینه مناسبی برای طراحی و اجرای دیوارنگاره درنظر گرفته می‌شود؛ چون تلاش سازمان بر این است تا بهترین نتیجه روی دیوارهای شهر تهران پیاده‌سازی شود.» معاون هماهنگی امور مناطق سازمان زیباسازی شهر تهران، دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) را جزو دیوارنگاره‌های موفق پایتخت قلمداد می کند؛ «از آنجا که دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) قابلیت تغییر دارد و در مناسبت‌های مختلف پذیرای آثار مختلف می‌شود، توانسته است طی این سال‌ها منجر به اتفاقات خوبی شود و بازخوردهای خبری مثبتی را نیز به همراه داشته است. به‌طوری که ممکن است بسیاری از مردم تهران از میدان ولیعصر(عج) عبور نکنند اما به‌دلیل بازخوردهایی که در فضای مجازی و رسانه‌ها وجود دارد، از موضوع دیوارنگاره مطلع شوند.» قربانی باور دارد دیوارنگاره‌هایی در ابعاد میدان ولیعصر(عج) می‌تواند قابلیت طراحی را بالا ببرد و توجه به جزئیات را بیشتر کند. او با این حال به این نکته اشاره می کند که پایتخت ظرفیت رفتن به سراغ سازه‌های جدیدتر و مدرن‌تر را هم دارد؛ «هم‌اکنون وقت آن رسیده تا دیوارنگاری‌ها و سازه‌های دیوارنگاری به سمت مدرن‌شدن بروند و از حالت دوبعدی خارج شود و به سمت سه‌بعدی شدن برود. خوشبختانه چنین ظرفیتی از هر نظر در تهران وجود دارد و بهتر است کم‌کم به سمت مدرن‌شدن پیش برویم.»

انتقال پیام با ابزار هنری

مرتضی طلایی درباره موضوع دیوارنگاره‌ها و اهمیت جایگاه آن در تهران می گوید: «دیوارنگاره‌ها نقش مهمی در راستای تقویت هویت انقلابی، فرهنگی و تاریخی دارند و در واقع می‌توان گفت صحنه‌های مختلف از حوادث و اتفاقات، به‌ویژه موضوعات انقلابی و پیام‌های آن را به شهروندان ارائه می‌دهند. به‌طور مثال موضوعات منتشرشده روی دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) مخاطبان را به عمق تاریخ ۳۰ تا ۴۰ساله پس از انقلاب می‌برد و شخصیت‌ها و صحنه‌هایی را به نمایش می گذارد که بسیار سرنوشت‌ساز بوده‌اند.» نایب‌رئیس اسبق شورای شهر تهران با تأکید بر اینکه حداقل ۱۰نقطه در تهران جایگاهی مانند میدان ولیعصر(عج) دارد و می‌توان از ظرفیت آن در زمینه دیوارنگاره‌ها بهره‌مند شد، بیان می کند: «دیوارنگاره‌های بزرگ مانند دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) اثر هنری آن بیشتر از هزار دیوارنگاره کوچک در سطح شهر است که مخاطبان کمتری را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.» طلایی توجه به محتوا در کنار زیبایی بصری دیوارنگاره‌ها را اصلی ضروری می‌داند؛ «باید شیوه‌های جدید را جهت توسعه مفاهیم انقلابی، ارزشی و فرهنگی به‌کار گرفت و شورای شهر کمیسیون فرهنگی و اجتماعی می‌تواند سیاستگذاری‌های لازم را اتخاذ و شهرداری آن را اجرا کند. حتی فراتر از شهرداری، مؤسسه‌های هنری مانند مؤسسه اوج نقش مؤثری در این راستا داشته و همه دستگاه‌های مرتبط می‌توانند در شورای هماهنگی تبلیغات گام‌های مؤثری در جهت ارتقای آموزش، فرهنگسازی و مفاهیم انقلابی و ارزشی بردارند.»

برای تقویت انسجام ملی

پرویز سروری، نایب‌رئیس شورای شهر تهران ضمن برشمردن اهمیت دیوارنگاره به نکته‌ای ظریف اشاره می کند: «باید نسبت به فضای شهری، دیوارنگاره تعبیه شود و در غیر این صورت دیوارنگاره به ضدخودش تبدیل می‌شود. دیوارنگاره‌هایی در ابعاد دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) باید در محل تردد حداکثری مردم قرار داشته باشد.» سروری همچنین انتخاب موضوعاتی مرتبط با تقویت انسجام ملی و وحدت ملی را بهترین گزینه برای اجرای طرح‌های تصویری می‌داند؛ «به‌نظرم متولیان امر این مسئله را در دستور کار داشته‌اند. از این به بعد هم نباید موضوعات جناحی و سیاسی بر بیلبورد میدان ولیعصر(عج) به نمایش گذاشته شود.»

نگاه کارشناسی و تخصصی نباید فراموش شود

نرگس معدنی‌پور، عضو ششمین دوره شورای اسلامی شهر تهران هم نظرش درباره دیوارنگاره را اینگونه بیان می کند: «دنیای تبلیغات، دارای گستره وسیعی است. تبلیغات را باید ابزاری برای نیل به اهداف دانست. در دنیای امروز موفقیت در هر عرصه نیازمند استفاده از ابزارهای تبلیغاتی و رسانه‌ای است تا جامعه هدف نسبت به محصول ارائه شده آگاهی یافته و بهره‌برداری لازم را از آن داشته باشد. مدیریت شهری نیز بی‌نیاز از این چرخه نیست و می‌بایست در راستای ماموریت‌های خود از ابزارهایی که در اختیار دارد بهترین بهره‌برداری را داشته باشد.» او با اشاره به اینکه مدیریت شهری در حوزه فرهنگی و اجتماعی دارای مسئولیت‌ها و وظایف متعددی است که برای تحقق هر کدام از این وظایف می‌بایست پیوست رسانه‌ای و تبلیغاتی لازم را در دستور کار داشته باشد، می گوید: «دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) یکی از نمونه‌های موفق در انتقال مفاهیم و پیام‌های فرهنگی است که توانسته تا حد زیادی شهروندان تهرانی را با خود همراه سازد. معمولا در حوزه‌های فرهنگی تأثیرگذاری و همراه‌سازی مخاطب خیلی آسان نیست اما دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) توانسته خود را در چارچوب یک پروژه مفهومی به مردم ارائه کند و مردم آن را بپذیرند.» معدنی‌پور چند پیشنهاد هم مطرح می کند؛ «فضاهای باز بسیاری در شهر بزرگی همچون تهران وجود دارد که می‌تواند در اختیار چنین رویکردهای فرهنگی قرار گیرد اما نباید فراموش کرد که در انجام فعالیت‌های فرهنگی می‌بایست نگاه کارشناسی و تخصصی وجود داشته باشد؛ چرا که درصورت بی‌توجهی به این موضوع، حساسیت و نهایتا اقبال عمومی مردم به این دست از پروژه‌ها کاهش خواهد یافت و دیگر آن تأثیرگذاری قبلی را نخواهند داشت. از طرف دیگر باید توجه کرد که پردازش بیش از اندازه و استفاده از یک ابزار گاهی نه‌تنها تأثیرگذاری را افزایش نمی‌دهد بلکه زمینه‌ساز بی‌اعتنایی در بین اذهان عمومی می‌شود. اگر قرار بر تکرار چنین پروژه‌ای در شهر است باید بررسی و تحلیل‌های کارشناسی صورت گیرد که آیا با تکرار آن، نتایج مثبت قبلی به‌دست خواهد آمد یا خیر. نکته‌ای که باید مورد توجه قرار گیرد این است که حوزه فرهنگی و اجتماعی حوزه کاملا تخصصی است لذا باید در انجام پروژه‌ها در این حوزه تمام جوانب امر درنظر گرفته شود.»

دیوارنگاره باید توأم با اندیشه باشد

مکث

احمد علوی، عضو ششمین دوره شورای شهر تهران با اشاره به ضرورت افزایش کمی دیوارنگاره‌ها در کشور می‌گوید: «دیوارنگاره‌ها کار ترویجی است و در همه کشورهای دنیا یکی از ابزارهای انتقال مفاهیم به‌ویژه مفاهیم ملی و مذهبی در فضاهای تبلیغی سطح شهر است و طبیعی است که در کشور ما هم این موضوع به‌عنوان یک ابزار رسانه‌ای برای انتقال مفاهیم استفاده شود.» او به این نکته اشاره می کند که اثربخشی این نوع رسانه در انتقال مفاهیم بیشتر از انواع بیلبوردهای تبلیغاتی است؛ «نقش‌های مندرج در دیوارنگاره از دل جامعه بیرون می‌آید و مصداق مثل معروف است که چون از دل برآید بر دل نشیند. به همین‌خاطر است که آثاری که بر دیوارنگاره میدان ولیعصر(عج) نقش می‌بندد توانسته اثرگذاری مثبتی بر شهروندان بگذارد.» علوی با بیان اینکه دیوارنگاره‌ها در افزایش مسئولیت اجتماعی و فرهنگسازی مردم شهر مؤثر هستند، بیان می کند: «در واقع دیوارنگاره را می‌توان یک رسانه دانست؛ رسانه‌ای که با کمک هنر نقاشی و گرافیک، مفاهیم دینی، اعتقادی، اجتماعی و فرهنگی را به خوبی به مخاطب منتقل می‌کند. انتخاب سوژه‌های مناسب همراه با طراحی‌های زیبا تاکنون سبب اثربخشی مؤثر شده است. به‌خصوص اینکه میدان ولیعصر(عج) یکی از میادین اصلی و پرتردد شهر محسوب می‌شود و دیوارنگاره آن نیز امروز فراتر از یک اثر، تبدیل به نمادی برای انتقال مفاهیم و برقراری ارتباط با شهروندان است. تصور می کنم از آنجا که این دیوارنگاره در بسیاری موارد حرف و آنچه در دل و ذهن شهروندان است را نمایش می‌دهد، توانسته وسیله ارتباطی مناسبی باشد.» این عضو شورای شهر تهران در پایان می‌گوید: «دیوارنگاره، انتقال مفاهیمی از طریق هنرهای تجسمی است که به‌عنوان ابزاری برای بیان مفاهیمی استفاده می‌شود. بنابراین باید اندیشه‌ای پشت آن باشد تا مفهوم را به تصویر تبدیل کند که کار راحتی نیست. مردم در محل تردد، ساعات زیادی در کنار این تصاویر هستند و می‌تواند بر نهاد افراد تأثیر بگذارد.»

یادداشت

احسان زیورعالم

نگاهی به «مرثیه‌ای بر قتل ژولیوس سزار و چند مرغ از سیمرغ»

ذبح سزار به وقت مقرر

«مرثیه‌ای بر قتل ژولیوس سزار و چند مرغ از سیمرغ» عنوان مطول و شاید عجیب نمایشی است که با عبور فرازونشیب‌های بسیار در نهایت روی صحنه رفت تا برای تمام آنان که می‌پرسیدند نمایشی از اهواز حامل چه مفهومی بوده است که اجرای تئاتر شهرش به بهانه مسائل ممیزی هوا شده بود؛ روشن شود معمای تجربه مشترک مجتبی رستمی‌فر و رضا گشتاسب. قصد ندارم تحشیه‌ای بر حاشیه نمایش رستمی‌فر بنگارم بلکه تلاش می کنم این پرسش را مطرح کنم آیا این نمایش موفق به ایده درونی خود شده است. ایده درونی هم چیزی نیست جز ترکیب دو اثر کلاسیک، یکی از شرق با عنوان منطق‌الطیر اثر عطار نیشابوری و دیگری از غرب با عنوان ژولیوس سزار از شکسپیر استرانفوردی. کلیت ایده می‌تواند جذاب باشد و حتی تکراری. نویسنده تصمیم گرفته است به جای شخصیت‌های انسانی نمایشنامه شکسپیر، یعنی سزار، آنتونی و کاسیوس و بروتوس، شخصیت‌های حیوانی منطق‌الطیر را قرار دهد. بسته به جایگاه هر شخصیت در نمایشنامه اصلی، وجه حیوانی به او اعطا می‌شود. برای مثال سزار در مقام فرماندهی امپراتوری روم، عقاب است و بروتوس در موقعیت رابط میان شورشیان و سزار، هدهد می‌شود. شاید برخی بر سر چنین انتخاب‌هایی نقد صریح و تندی داشته باشند؛ اما هدف کلی اثر آن است که در کالبد شبه‌دمکراسی رومی، گویی همان مفهوم سیمرغ عطار نهفته است. به‌عبارت ساده‌تر، داشتن حکومتی یکپارچه و قدرتمند، وابسته به وحدت در کثرت است. جایی که به جای تاج نهادن بر سر پرنده‌ای به نام سیمرغ، این سی مرغ جست‌وجوگر هستند که در وحدت سی‌نفره‌شان، خود سیمرغ می‌شوند. اما پرسش اساسی اینجاست آیا متن شکسپر حامل چنین معنایی است یا خیر؟ آیا دمکراسی مدنظر شکسپیر —اگر او واقعاً در پی دمکراسی باشد— در گرو وحدت در عین کثرت است؟ آیا عطار در داستان تاج‌بخشی پرندگان در پی یافتن مفهوم دمکراسی است؟ آیا اساساً این دو نویسنده فهم، باور یا اصراری بر دمکراسی دارند؟ برای فهم ماجرا بهتر است به سراغ آخرین جملات نمایش برویم، جایی که گفته می‌شود پرندگان نمی‌توانند با یکدیگر دیالوگ داشته باشند. به‌عبارتی، پس از ۲ساعت جدال روی صحنه میان پرندگان بر سر تاج‌بخشی و مرگ سزار، این نتیجه گرفته می‌شود که جامعه بازنمایی‌شده، جامعه‌ای فاقد توانایی گفت‌وگو است. آخرین گفته نمایشنامه شکسپیر چنین نیست. اکتاویوس که منتقم خون سزار است می گوید باید بروتوس را به‌واسطه خصایل نیکویش از جمله شرافت و دلاوری با تشریفات کامل تدفین کرد. جمله مهمی نیز بیان می کند؛ «نعش او امشب در چادر من بماند که در خور یک سرباز شرافتمند است.» نکته مهمی در این گفت‌وگوی نهایی نهفته است. علت شورش بروتوس و دوستانش علیه سزار شکل‌گیری استبداد از سوی سزار است؛ سزاری که

خواهان اختیار بیشتر است. بروتوس علیه سزار خروج می کند، وارد جنگ با منتقمان می‌شود و عرصه را به اکتاویوس می‌بازد که می‌دانیم آخرین ضربه به دمکراسی نیم‌بند روم از سوی او و منجر به شکل‌گیری حکومت استبدادی می‌شود. از قضا در نمایشنامه شکسپیر این مردم هستند که به اکتاویوس کمک می کنند تا این استبداد شکل بگیرد، به‌عبارتی «دمو» (مردم) در پی «کراسی» (قدرت) می‌رود که اساساً متعلق به آنان نیست و نهایتاً منجر به حکومت «آریستو» (نخبه و فرادست) می‌شود.
در مقابل، عطار در پی نوعی وحدت است مبتنی بر برابری که در آن موجودات به تنهایی واجد کمال نیستند؛ بلکه کمال محصول یگانگی جمعی است. در نهایت هرچند هدف از پرندگان تاج‌بخشی است؛ اما تاج نهایی بر سر سی‌مرغی قرار می‌گیرد که برای هدفی مشترک در پی کوه قاف رفته‌اند. در اینجا ما با یک تضاد عمیق روبه‌روییم. تضادی که حادتر هم می‌شود و دو متن شرقی و غربی را از هم دور می‌سازد. وجه نقادانه شکسپیر مبتنی بر دیالوگ است، یعنی همان عنصر برآمده از دمکراسی که در سزار بنیانش به خطر افتاده است؛ اما وجه پندگونه عطار مبتنی بر مونولوگ است و در مسیر وحدت، گویی دیالوگ عامل مخدوش‌ساز است. کافی است در یک مونولوگ عطار، پرنده‌ای وجوه و گفته‌های پرنده دیگری را زیر سؤال ببرد، آیا نتیجه نهایی وحدت است؟ دیالوگ، تضادها را برجسته می کند و حتی بدل به کنش می کند. دیالوگ ایده و آرمان را به خطر می‌اندازد و قطعیت ماجرا را متزلزل می کند. در متن عطار یک قطعیت اساسی وجود دارد. هم‌رأی پرندگان منجر به وحدت می‌شود؛ اما شکسپیر می‌داند آوردن یک حرف تازه به میان خطابه سزار، جایگاه سزار در مقام آن سیمرغ نشسته بر قله قاف را متزلزل می کند. این چیزی است که «مرثیه‌ای بر قتل ژولیوس سزار و چند مرغ از سیمرغ» عاری از آن است.
متن رضا گشتاسب همانند اثر عطار پر از مونولوگ است. هیچ جدالی میان شخصیت‌ها وجود ندارد. عموم میزانسن‌ها نیز بر این وجه مونولوگی تأکید دارند. بازیگران رو به ما حرف می‌زنند و اگر هم دیالوگی میان شخصیت‌ها شکل بگیرد، گفتارهای مطولی است که به هیچ وجه شکسته نمی‌شوند. شخصیت‌ها به میان کلام یکدیگر نمی‌پرند. همه‌چیز شبیه همان کتاب عطار است. میان پرده‌ها عامل چفت و بست کنش نیست، روایت‌های تازه‌ای که الصاق می‌شود با اندکی ارتباط محتوایی. مثلا جایی در نمایش ناگهان پرنده همایی می‌آید و سرنگون می‌شود. گویی در میان حکایت مرغان، عطار روایتی از ایاز و محمود بیاورد. متن سیاسی شکسپیر با چنین تلفیقی از قضا سیاست‌زدایی می کند. اگر زمینه سیاسی زمانه شکسپیر را درنظر بگیریم، می‌توان به‌خوبی دریافت که او چگونه از اتفاقات آینده نگران است و از شکل‌گیری استبداد به چه نحوی سخن می گوید. شکسپیر در متن مردم را به سیاست‌ورزی دعوت می کند؛ اما در اجرای رستمی‌فر با چنین چیزی روبه‌رو نیستیم. اگرچه جغد نمایش مدام از ۱۵مارس سزار را برحذر می‌دارد و سزار گوش نمی‌دهد؛ اما انذار جغد در مسیر سیاست‌ورزی نیست. او می گوید حذف سزار جامعه را به فروپاشی سوق می‌دهد، فروپاشی که از قضا وجه زیباشناختی نمایش هم می‌شود. یعنی اگر نمایش رستمی‌فر بیشترین جوایز سال گذشته فجر را از آن خود کرده است، نه به سبب محتوای ارائه‌ای، که به سبب انبوهی از تصاویر زیباشناختی بوده است.