اندیشه سینما

واقعیت یا خیال؟

گفتاری از مازیار اسلامی درباره چندوچون مفهومی برساخته تحت عنوان «سینمای ملی»

نرگس کیانی
خبرنگار گروه فرهنگ

مرتبط دانستن هنر هفتم؛ سینما با فلسفه‌ی اخلاق، فرهنگ و ریشه‌های تاریخی یک ملت و شکل دادن به عبارتی تحت عنوان «سینمای ملی»، مفهومی چنان چالش‌برانگیز است که همواره موجب ایجاد گفت‌وگوهایی درازدامن از زاویه‌های دید گوناگون می‌شود. زاویه‌هایی که اگر از منظر برخی‌شان به این موضوع بنگریم، سینمای ملی را معرف گونه‌ای از دیگربودگی می‌دانند و از آن به عنوان برچسبی مقاومت‌جویانه در برابر استیلای هالیوود یا هر کشور صادرکننده سینما استفاده می‌کنند. هرچند محققانی معتقد به برخی دیگر از زوایای دید پیشنهاد می‌کنند شاید بهتر باشد به‌جای تعبیر سینمای ملی، از تعبیر دیگری استفاده کنیم؛ سینمای دولت- ملت یا دقیق‌تر از آن سینمای دولت-ملت‌های مختلف. این‌گونه دیگر تعریف‌مان از سینمای ملی فقط به‌واسطه انحراف، فاصله یا مقاومت آن در برابر هالیوود شکل نمی‌گیرد و باید به این سوال پاسخ داد که این گونه سینمایی در درون خودش چگونه می‌تواند مفهوم ملت را تبیین کند؟ ضمن این‌که برخی معتقدند، ایده سینمای دولت- ملت کمک می‌کند از کلیت کاذب و خیالی هم‌گون‌ساز ملیت به سمت ترک‌ها و شکاف‌ها برویم و در عین حال به تعارض دولت و ملت هم فکر و در برچسب‌ها و داعیه‌های کلی که خود را تحت عنوان سینمای ملی عرضه می‌کنند شک کنیم. در نگاهی دیگر، سینمای ملی روشی به دنبال گونه‌ای کلیت‌سازی تحمیلی خوانده می‌شود بدون این‌که توضیح دهد دیگر فیلم‌هایی که در همان دوره، در همان شرایط تاریخی و سیاسی ساخته شدند اما هیچ شباهتی به باقی فیلم‌ها نداشتند بازگوکننده چه چیزی هستند؟ این همه و بیشتر از این ازجمله مباحثی بود که در نشستی با عنوان «سینمای ملی: واقعیت یا خیال» برگزارشده در پلتفرم اجوک/ایت به مناسبت روز ملی سینما با حضور مازیار اسلامی، مترجم، منتقد و پژوهشگر سینما مطرح شد و در ادامه گزارشی از آن را می‌خوانید.

تلاش برای حفظ انحصار با برجسته‌سازی ملیت

موضوعی که به نظر من، طرح آن پیش از بیان هر نکته دیگری ضروری است این است که ما اساساً چرا با پدیده سینمای ملی مواجه‌ایم؟ درواقع چرا مثلاً هیچ‌کس در مورد رمان از مفهوم ملی استفاده نمی‌کند یا کسی از تئاتر ملی نمی‌گوید، اما این مفهوم در حوزه سینما به‌خصوص در طول چند دهه‌ای که بعد از جنگ جهانی دوم از سر گذرانده‌ایم در فضای مطالعات سینمایی رایج شده و همواره چالش‌برانگیز بوده است. برای پاسخ دادن به این سوال باید به تاریخ تکوین سینما برگردیم. اگر به ۱۵ سال اولیه تاریخ سینما تا ۱۹۱۰ نگاه کنید، می‌بینید که در آن دوران اساساً ملیت فیلم‌ها فاقد اهمیت بوده است. به این معنا که برای کسی اهمیت نداشته که این فیلم مثلاً محصول فرانسه است یا ایتالیا یا آمریکا و... درواقع این کمپانی‌هایی مثل گومون، پته و... بودند که فیلم‌ها را می‌ساختند. کمپانی‌هایی که هم‌زمان در کشورهای مختلف صاحب سینما مثل آمریکا، فرانسه و ایتالیا فعالیت می‌کردند و مسئله خارجی بودن یا داخلی بودن فیلم چندان مهم و تعیین‌کننده نبود. یکی از دلایل این رویکرد، به‌صامت‌بودن سینما برمی‌گشت و این‌که دیالوگی در فیلم‌ها طرح نمی‌شد که فهم آن نیازمند دانستن زبان باشد. این‌که ملیت فیلم متعلق به کجاست، چیزی بود که از سال ۱۹۱۰ به بعد وارد صنعت سینما شد. درواقع اساساً موضوع بیش از آن‌که به مسائل فرهنگی و زیبایی‌شناسی برگردد به اقتصاد سیاسی برمی‌گشت. به این معنا که شرکت‌ها و کمپانی‌های بزرگ فیلمسازی به‌دلیل رقابت‌هایی که با هم داشتند در تبانی با دولت‌هایشان مفهوم ملیت یا داخلی بودن فیلم را از طریق وضع تعرفه برای آثاری که در کشورهای دیگر ساخته می‌شد برجسته کردند. با این روش به‌عنوان مثال نمایش فیلمی که در فرانسه ساخته شده بود به‌دلیل مالیات وضع شده برای روی پرده رفتن آن در کشوری دیگر، فرضاً در آمریکا مقرون به صرفه نبود. پس رقابت بین شرکت‌ها و کمپانی‌های فیلمسازی و تلاش برای حفظ انحصار فیلمسازی بود که ملیت فیلم‌ها را برجسته کرد. همان چیزی که بعدها ارزش‌های ملی یا ارزش‌های فرهنگی نام گرفت و پوششی برای ساخت فیلم‌هایی شد که صرفاً به دلایل اقتصادی و در رقابت‌های صنعتی لازم بود که فرضاً در آمریکا ساخته شوند تا این امکان به کمپانی‌های فیلمسازی فرانسوی داده نشود که در آمریکا فیلمسازی کنند و بالعکس؛ انحصار فیلم‌ساختن در فرانسه و رقابت اقتصادی باعث می‌شد که ورود شرکت‌های آمریکایی به سینمای فرانسه و ساختن فیلم در آن‌جا با چالش‌ها و مخاطراتی همراه باشد.

توجیهات فرهنگی برای مفهوم سینمای ملی

با این پیش‌زمینه است که مسئله سینمای ملی به‌تدریج شروع به شکل‌گیری می‌کند و حالا دیگر مهم می‌شود که یک فیلم محصول ایتالیاست، محصول فرانسه است یا محصول آلمان یا آمریکا. وقتی که این مسئله اهمیت پیدا می‌کند؛ یعنی ملیت فیلم‌ها به‌عنوان برچسب آن‌ها واجد اهمیت می‌شود، به دنبال آن ارزش‌های فرهنگی هم در فیلم‌ها بارگذاری می‌شوند. یعنی اگر قرار است یک کمپانی فیلمسازی فرانسوی از انحصار ساخت فیلم در کشور خود برخوردار باشد، باید توجیهی فرهنگی هم داشته باشد. توجیهی که اثبات کند فیلم‌های ساخته‌شده حامل ارزش‌های ملی یا گذشته‌ای از مفهوم فرانسوی بودن هستند و روحیه ملی‌گرایانه فرانسوی و ارزش‌های فرهنگی آن را شامل می‌شوند. آن وقت است که انحصار ساخته شدن چنین فیلمی در فرانسه توجیه‌پذیر می‌شود. تاریخ سینما نشان می‌دهد نه‌تنها در مورد مسئله سینمای ملی که در مورد بسیاری از دیگر پدیده‌هایی که در تاریخ سینما با آن‌ها مواجه می‌شویم، مفهوم صرف فرهنگی دانستن‌شان به کتمان بخش عمده‌ای از حقیقت منجر می‌شود.

آن چیزی که زیربنای شکل‌گیری این مفاهیم است، هرچند نیت اصلی به دلایل ایدئولوژیک یا سیاسی و فرهنگی پنهان می‌شود، به گونه‌ای اقتصاد سیاسی برمی‌گردد. به این دلیل که سینما پدیده صنعتی و اقتصادی بسیار نیرومندی است و با دیگر فرم‌های هنری تمایز بسیار مهمی دارد. یعنی واجد چالش‌ها و تنش‌هایی است که فرضاً ادبیات، تئاتر یا موسیقی و... از آن بی‌بهره‌اند. این وجه قدرتمند صنعتی و اقتصادی، سینما را در کنار مابقی صنایع پولساز وارد بازاری رقابتی و به دنبال آن شکلی از سرمایه‌داری اوایل قرن بیستم یعنی سرمایه‌داری انحصاری می‌کند. مفهوم سینمای هالیوود، مفهومی است که به‌تدریج از ۱۹۱۵ به‌بعد ساخته و در اواخر دهه ۲۰ به یک پدیده هژمون فرهنگی تبدیل می‌شود. به گونه‌ای که طبق آمار ارائه شده توسط استفن کرافتس می‌بینید که در حد فاصل سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۱۴، سینمای فرانسه به لحاظ صنعتی پیشگام صنعت فیلمسازی است و ۸۰ درصد فیلم‌هایی که در دنیا ساخته می‌شوند فرانسوی‌اند ولی در سال ۱۹۲۸ یعنی کمتر از ۱۵ سال بعد ۹۰ درصد فیلم‌هایی که در دنیا ساخته می‌شوند آمریکایی‌اند. این هژمون سینمایی رخ داده صرفاً محصول هژمون فرهنگی نیست و مرتبط با سازوکار و فرماسیون اقتصاد سیاسی است که سینما طی ۱۵-۱۰ سال از ۱۹۱۵ تا اواخر دهه ۲۰ تجربه می‌کند. این فرماسیون آن‌قدر قدرتمند است و آن‌قدر پیامدهایش به لحاظ اقتصادی و فرهنگی تاثیرگذار است که ضرورت‌هایی فرهنگی و ایدئولوژیک هم به‌جا می‌گذارد. این‌جاست که وقتی به تاریخ هالیوود نگاه می‌کنید، می‌بینید برخلاف اسطوره‌سازی‌ها و افسانه‌هایی تحت این عنوان که هالیوود محصول رقابت و بازار آزاد و سرمایه‌داری رقابتی است ازقضا این‌گونه نبوده است و درواقع شکل‌گیری هالیوود حاصل گونه‌ای تبانی یا سازش یا هر اسمی که روی آن بگذاریم است. تبانی یا سازشی میان کمپانی‌ها و شرکت‌های تولید فیلم در آمریکا و دولت مرکزی که نه‌تنها امکان تولید فیلم توسط فرانسوی‌ها، ایتالیایی‌ها و در کل ملیت‌های دیگر را در آمریکا غیرممکن می‌کند بلکه حتی نمایش فیلم‌های فرانسوی، ایتالیایی و کشورهای دیگر را در آن‌جا تبدیل به امری مخاطره‌برانگیز می‌سازد. آن هم به‌دلیل مالیات‌ها و تعرفه‌هایی که به نمایش این فیلم‌ها می‌بندند. این سازش و تبانی میان دولت و کمپانی‌های هالیوودی باعث می‌شود هالیوود به‌تدریج در دوره‌ای ۱۰ ساله تبدیل به هژمون سینمایی در جهان شود. به دنبال این مسئله، یعنی بعد از اواخر دهه ۲۰ و شروع دهه ۳۰ است که کشورهایی که در سال‌های قبل، تا یک دهه قبل‌تر، در حوزه تولید، قدرت‌های سینمایی بودند سینما را به هالیوود واگذار کردند.

هالیوود همواره ادعای این را داشته است که حامل ارزش‌های جهان‌شمول است. درواقع اساساً وقتی به قانون اساسی آمریکا و ارزش‌های فرهنگی و حقوقی آن نگاه می‌کنید، می‌بینید که در آمریکا برخلاف کشورهای اروپایی چیزی تحت عنوان ناسیونالیسم یا ملی‌گرایی مطرح نیست. به این دلیل که اصولاً ملیتی در آن‌جا وجود نداشته است. یعنی ساکنین واقعی آن‌جا همان بومیان یا کسانی بوده‌اند که به‌زعم آمریکایی‌ها سرخ‌پوست خوانده می‌شدند. به‌همین دلیل ادعای واجد جوهره ملی‌گرایانه‌ناب بودن که فرضاً آلمانی‌ها، فرانسوی‌ها، روس‌ها، ایتالیایی‌ها و... می‌توانند داشته باشند، نمی‌تواند توسط آمریکایی‌ها مطرح شود. درنتیجه از قانون اساسی آمریکا تا حوزه‌های فکری و اجتماعی‌شان، تا همین اکنون هم، مفهوم میهن‌پرستی جایگزین ناسیونالیسم می‌شود و ملی‌گرایی برای‌شان واجد ارزشی تعیین‌کننده نیست. همین باعث شده است که هالیوود از همان ابتدا براساس این ویژگی مدعی باشد که آثارش حامل ارزش‌های فرهنگی و زیست انسانی به مفهوم عام آن است، برخلاف سازندگان فرضاً فیلم‌های آلمانی و فرانسوی که مجبور شدند براساس اقتصاد سیاسی که متکی بر انحصار فیلمسازی بود مسئله ملی‌گرایی را روی فیلم‌های‌شان بارگذاری کنند. به این معنا که بگویند فیلم فرانسوی یا فیلم آلمانی تفاوتش با به‌عنوان مثال فیلم روسی در این است که ریشه در ارزش‌هایی دارد و از المان‌ها و مولفه‌هایی فرهنگی برخوردار است که در گذشته تاریخی فرانسه یا آلمان ریشه داشته است. همان چیزی که تحت عنوان ملی‌گرایی از آن یاد می‌شود. این تفاوت از ۱۹۲۰ به‌بعد، به‌تدریج وارد صنعت سینما می‌شود و قدرتمند شدن هالیوود در این رقابت اقتصادی این امکان را به آن می‌دهد که همچنان بعد از ۱۰۰ سال یک‌جور هژمون سینمایی ـ نه‌تنها به لحاظ صنعتی و اقتصادی ـ بلکه حتی به لحاظ فرهنگی باشد.

فرمول ساخت سینمای ملی

آن چیزی که ما سینمای ملی می‌نامیم بیش از این‌که مفهومی باشد که در فرآیند ادراک فیلم‌ها، دریافت یا شناخت‌شان درونی شده باشد، در فرآیند تولید فیلم‌ها لحاظ شده است و شامل ارجاع آن‌ها به یک عقبه تاریخی یا هویت ملی می‌شود. به تاریخ اروپا که برمی‌گردید آن چیزی که ویلهلم دیلتای، فیلسوف و نظریه‌پرداز نیمه اول قرن بیستم در ترجمه‌ای همراه با اغماض تحت عنوان «رمان‌های تربیتی» از آن یاد می‌کند درواقع به یک معنا الگویی برای آن چیزی است که بعدها در سینمای اروپا تحت عنوان سینمای ملی شناخته می‌شود. طبق تحلیلی که دیلتای از کتاب «ویلهلم مایستر» گوته می‌دهد، کتابی که درباره کودکی، بلوغ، جوانی و پیری مایستر است، گوته در این رمان شکل‌گیری فرهنگ آلمانی، به بلوغ رسیدنش و به تکامل رسیدنش را به‌عنوان یک فرم هنری، یک فرم روایتی و یک فرم ادبی خلق می‌کند. الگویی که بعدها در مابقی کشورهای اروپایی هم مورد استفاده قرار گرفت. به‌عنوان مثال «دیوید کاپرفیلد» چارلز دیکنز هم دقیقاً براساس همین الگو نوشته شد یا «امیل» ژان ژاک روسو. همه این‌ها یعنی این‌که ما بتوانیم از طریق یک رمان، روح ملی یا آن چیزی را که تحت عنوان هویت ملی یا فرهنگ ملی می‌شناسیم بازتولید کنیم. ما رمان‌های زیادی را می‌شناسیم که چه در قرن نوزدهم و چه قرن بیستم براساس همین الگو نوشته شدند. این الگویی است که در فرآیند تولید فیلم در کشورهای اروپایی به‌عنوان یک مولفه بسیار مهم برای رقابت با هژمون سینمای آمریکا شروع به باز تولید شدن می‌کند.

پس شما با الگوهای مختلفی تحت عنوان سینمای ملی مواجه‌اید. یعنی شما در سینمای کشورهای مختلف از اتحاد جماهیر شوروی گرفته تا اکسپرسیونیسم آلمان یا چیزی که در مطالعات سینمایی به آن امپرسیونیسم یا سینمای شاعرانه فرانسه گفته می‌شود و... با الگوها و شکل‌های مختلفی مواجه‌اید که همه مدعی‌اند فیلم‌های‌شان در حوزه تولید یعنی در جنبه‌های زیبایی‌شناسانه و جنبه‌های فرهنگی حامل ارزش‌های ملی‌اند. این موضوعی است که طبیعتاً می‌توان درباره آن بحث کرد و پرسید که این ارزش‌های ملی چیست؟ آیا این ارزش‌های ملی از موجودیتی واقعی برخوردار است یا اسطوره‌ای است که ساخته می‌شود تا

خبرسازان

کریس کریستوفرسون درگذشت

کریس کریستوفرسون، خواننده معروف آمریکایی که به‌عنوان بازیگر سینما و تلویزیون نیز حضور موفقی داشت، در ۸۸ سالگی درگذشت. ایسنا ضمن اعلام این خبر نوشت، کریستوفرسون در سال ۱۹۳۶ در تگزاس به دنیا آمد، در کالیفرنیا به مدرسه رفت و در ابتدا می‌خواست رمان‌نویس شود اما بعدها در رشته ادبیات در کالج پومونا در کالیفرنیای جنوبی، همچنین در دانشگاه آکسفورد تحصیل کرد. او نخستین تجربه موسیقی خود را در بریتانیا با نام کریس کارسون آغاز کرد، هرچند آهنگ‌هایی که ضبط کرد هرگز منتشر نشد اما در دوران خدمت در ارتش آمریکا به اجرای موسیقی ادامه داد و حتی تبدیل به خلبان هلیکوپتر شد، اما درنهایت در سال ۱۹۶۵ ارتش را ترک کرد. نقطه عطف زندگی هنری او زمانی رخ داد که هلی‌کوپترش را در خانه جانی کش فرود آورد و نوار آهنگ‌هایش را به او داد. جانی کش، آهنگ Sunday Mornin' Comin' Down او را تحسین کرد و آن آهنگ در سال ۱۹۷۰ به صدر جدول کشور رسید و جایزه آهنگ سال در جوایز انجمن موسیقی را کسب کرد.

حراج قدیمی‌ترین طراحی میکل آنژ

یک طراحی که اکنون به‌عنوان قدیمی‌ترین طراحی به‌جامانده از میکل آنژ شناخته می‌شود، برای نخستین‌بار از زمان شناسایی شدن به‌عنوان یکی از آثار این هنرمند راهی حراجی خواهد شد. ایسنا ضمن اعلام این خبر نوشت، این طراحی که ۳۵ سال پیش کشف شد و درنهایت پس از چندین دهه مباحثه در کاتالوگ نمایشگاه سال ۲۰۱۹ موزه بوداپست قرار گرفت و به‌عنوان اثر میکل آنژ تایید شد، اکنون توسط یک گالری واقع در لندن به فروش گذاشته خواهد شد. وقتی یک مجموعه‌دار بریتانیایی ناشناس این طراحی را که با نام «ژوپیتر» شناخته می‌شود در یک حراجی در سال ۱۹۸۹ خریداری کرد، هنوز اصالت آن به‌عنوان اثر میکل آنژ، تایید نشده بود. در ابتدا این طراحی به‌عنوان یکی از آثار آموزگار میکل آنژ شناسایی شد و پس از تحقیقات بیشتر خالق اصلی آن مشخص شد.

شکست سخت کاپولا

فیلم «مگالوپولیس» که فرانسیس فورد کاپولا به‌صورت شخصی ۱۴۰ میلیون دلار برای آن هزینه کرده است، در هفته نخست اکران عمومی در آمریکا تنها چهار میلیون دلار در گیشه فروخت. ایسنا ضمن اعلام این خبر نوشت، کاپولای ۸۵ ساله، دهه‌ها روی ساخت فیلم «مگالوپولیس» کار کرد و درنهایت بخشی از کسب‌وکار خود را برای تأمین بودجه مورد نیاز؛ حدود ۱۲۰ میلیون دلار برای هزینه‌های تولید و تقریباً ۲۰ میلیون دلار برای هزینه‌های بازاریابی و توزیع، فروخت اما تماشاگران چندان روی خوشی به فیلم نشان نداده‌اند. «مگالوپولیس»، در نزدیک به دو هزار سالن سینما در ایالات‌متحده و کانادا به نمایش درآمده و در جایگاه ششم جدول فروش آخر هفته قرار گرفته است؛ یعنی حتی کمتر از فیلم «دِوارا قسمت ۱»؛ یک درام اکشن و سه‌ساعته به زبان تلوگو که با نقدهای ضعیفی روبه‌رو شده و در حدود هزار سینما به نمایش درآمده است. «مگالوپولیس» در مورد یک معمار بااستعداد با بازی آدام درایور است که می‌خواهد جامعه‌ای را از زیر خط فقر بالا بکشد.