

زندگی در موقعیت جنگی

آی‌دا رضانی؛ دهه ۶۰ برای بسیاری از هم‌نسلان من تصویر ذهنی روشن و تثبیت‌شده‌ای دارد. مدت‌هاست که فیلم‌سازان و سریال‌سازان تلاش می‌کنند تصویری منطبق با ویژگی‌های خاص آن دهه در آثارشان ارائه دهند. با وجود تلاش قابل احترامشان من یکی را اقتناع نکرده، سال‌هاست که اصالت آن روزها را در هر قاب مصوری جست‌وجو می‌کنم.

«موقعیت مهدی» شاید برای بسیاری یک فیلم جنگی تأثیرگذار باشد، اما از دیدگاه من نزدیک‌ترین تصویر به زیست آن دوران است. «موقعیت مهدی» فراتر از یک فیلم جنگی، وقایع‌نگاری دورانی است که تفاوت فرهنگی غربی با دهه‌های پیش و پس از خود دارد. سرنوشت نسلی که زندگی‌شان با انقلاب و جنگ گره خورد و مسیر متفاوتی را پیمود و امروز آن روزهای متلاطم و بحرانی بخشی از بهترین خاطرات همان نسل شده‌اند. «موقعیت مهدی» رنگ و بو و عطر همان سال‌های خاطره‌ساز را در خود دارد؛ می‌شود جنس اورکت‌های سبزی را که خاک جنگ به خود گرفته لمس کرد یا آن کاغذبویاری‌هایی که زیبایی‌شان با جای

لوله بخاری پرس‌شده در دیوار به فنا می‌رفت؛ آن بخاری‌های نفتی چندکاره‌ای که هم گرمی خانه و غذا را فراهم می‌کرد و هم خشک‌کن لباس‌ها بود. آن کتری‌هایی که روی این بخاری‌ها تا ته می‌جوشید اما هیچ‌وقت نمی‌سوخت. آن سفره‌های روی زمین که آرام‌آرام با دستمال پاک می‌شد و تا می‌خورد و جمع می‌شد. آن تراس‌های بزرگ خانه‌های دهه ۵۰ که شیشه‌هایشان با ضربه‌های کاغذی، هشدار می‌داد که موقعیت جنگی است. آن موزاییک‌های کف حیاط که کفش‌های پلاستیکی بارها به برآمدگی هایش گیر می‌کرد. آن کوچه‌های باریک که از میانشان جوی آبی حکمرانی می‌کرد تا پیکان‌های جفر برای عبور و مرور به دردهسر بیفتند... دقت در ترسیم همین جزئیات به ظاهر بی‌اهمیت، فیلم را از همتایان دیگرش متمایز می‌کند.

به روشنی قاب‌های مشهوری از صحنه‌های به‌یادماندنی جنگ با همان پرتره‌های آشنا در پلان‌های جنگی بازسازی شده‌اند.

جزئی‌نگری نه تنها در طراحی صحنه و لباس که در طراحی روایت

مردم از سینما دور شده‌اند؛ گزارش «شرق» درباره دلایل سقوط گیشه در سینما طی ۲ سال گذشته

گره کور گیشه

بهناز شیربانی؛ کرونا و تأثیراتی که در زندگی روزانه‌مان گذاشت، انکارناپذیر است. عاداتی که برای دو سال کنار گذاشته شدند و بازگشت به سیر طبیعی زندگی را دشوار کرده بود. اما مدتی است که در تمام دنیا، همه چیز به شکل و شمایل سابق بازگشته و بسیاری از کسب‌وکارهایی که در دروان شیوع ویروس کرونا به سمت تعطیلی رفته بودند، بار دیگر از سر گرفته شدند؛ سینما رفتن یکی از همین موارد است. تفریحی گروهی که اساسا در این مدت به سرگرمی خطرناکی بدل شده بود. اما بازگشایی مجدد سینماها در هر نقطه از دنیا با تغییرات چشمگیری روبه‌رو شد. در ایران که اساسا تا پیش از همه‌گیری کرونا هم شرایط اقتصادی سینماها چندان مطلوب نبود، دو سال تعطیلی اجباری سالن‌ها، ضرر بسیاری را متوجه سالن‌دارها و البته صاحبان آثار کرد و شاید زمان طولانی‌تری برای بازگشت به شرایط مطلوب نیاز داشته باشیم.

یاشار نورایی، منتقد سینما در گفت‌وگو با «شرق» به این پرسش که چرا سینماها در ایران، با سرعت کمتری به روال گذشته برمی‌گردند؟ پاسخ داد: «مدیریت صحیح بحران و قدرت اقتصادی و نهادهی‌شدن تفریح فرهنگی که سینما جزئی از آن است، در کنار تنوع محصولات فرهنگی، برای هر کشور و سنی، دلیل اصلی خارج‌شدن از رکودی است که دو سال گریبان‌گیر سینما در سراسر جهان بود. طبیعی است که کشورهای پیشرفته مانند آمریکا و اروپا که نظام اقتصادی منظم و بازار باز سینمایی دارند، سریع‌تر توانسته‌اند با برنامه‌ریزی و اختصاص محرک‌هایی از قبیل ثابت‌نگه‌داشتن تا کاهش قیمت و بهترشدن کیفیت تجربه سینمارفتن و تضمین سلامت عمومی با افزایش واکسیناسیون، روند نزولی فروش بلیت را که در دو سال گذشته به یک‌سوم آمار قبل از شیوع کرونا رسیده بود، متوقف کنند و با تمرکز روی علاقه مردم برای حضور در اماکن عمومی پس از دو سال خانه‌نشینی، فرهنگ سینمارفتن را دوباره احیا کنند. مقایسه میان وضعیت سینما و آمار فروش فیلم‌ها در آلمان با ایران، شاید وضعیت ما را به قیاسی جهانی‌تر بکشاند تا با توجه به این آمار، راه‌حل‌های نسبی برای بهترشدن اوضاع پیشنهاد شود. مرجع آمار، هیئت فدرال فیلم آلمان است که در گزارش‌های فصلی و سالانه خود، وضعیت سینماها و فروش فیلم‌ها را معین می‌کند».

او ادامه داد: «در حد فاصل سال میلادی ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹ فروش کلی سینماها در آلمان، سالی حدود یک میلیارد یورو بوده است که گاه مانند سال ۲۰۱۷ به بالای یک میلیارد و گاه مانند ۲۰۱۸ به زیر یک میلیارد یورو رسیده است. تعداد بلیت‌های به‌فروش‌رسیده هم رقمی بالای صد میلیون بلیت است که برای مثال در سال ۲۰۱۶ تعداد ۱۱۷ میلیون بلیت و در سال ۲۰۱۸ صد میلیون بلیت فروخته شده است. متوسط قیمت بلیت هم در این سال‌ها رقمی نزدیک به هشت یورو و نیم بوده (حداقل حقوق ۱۵۰۰ یورو است) و تعداد بینندگان بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹ حول ۲۵ میلیون نفر در سال بوده که به‌طور متوسط هرکدام از این ۲۵ میلیون نفر، چهار بار بلیت سینما تهیه کرده‌اند. نسبت سینماروها هم به کل جمعیت آلمان (۸۲ الی ۸۳ میلیون نفر) تقریبا ۳۷ درصد است.

سهم فیلم‌های آلمانی از کل فیلم‌های نمایش‌داده‌شده، از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۹ بین ۱۸ تا ۲۳ درصد بوده است و مابقی به محصولات آمریکایی با بیشترین سهم از بازار و سپس اروپایی و بعد از آن کشورهای دیگر تعلق دارد. سهم بازار فیلم‌های سه‌بعدی هم از سال ۲۰۱۰ به بعد بین ۱۶ تا ۲۵ درصد از فیلم‌های نمایش داده‌شده نوسان داشته است که با توجه به گران‌تربودن بلیت فیلم‌های سه‌بعدی، درآمدی نسبتا ثابت و خوب از اکران این فیلم‌ها به دست آمده است.»

او ادامه داد: «به لحاظ جمعیت و جنسیتی، آمار مخاطبان سینما هم با وجود پایین‌آمدن فروش در دو سال گذشته، تقریبا یکسان مانده است. در بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰، ۴۷ درصد بیننده‌های فیلم، مرد و ۵۳ درصد بیننده‌های فیلم، زن بوده‌اند که نشان می‌دهد زنان بیشتر به سینما می‌روند. از نظر سنی هم در نسبت تعداد بلیت فروش‌رفته، ۱۰ تا ۱۹ ساله‌ها با ۱۷ تا ۱۹ درصد، ۲۰ تا ۲۹ ساله‌ها با ۱۵ تا ۱۸ درصد، ۳۰ تا ۳۹ ساله‌ها با ۱۶ تا ۱۸ درصد و ۵۰ تا ۵۹ ساله‌ها با ۱۵ تا ۱۸ درصد آمار سنی مخاطبان را تشکیل می‌دهند. بالای ۶۰ ساله‌ها با ۱۴ تا ۱۷درصد در جدول حضور دارند و نکته جالب این است که در این سال‌ها، درصد افراد بالای ۵۰ سال که به سینما می‌روند، افزایش یافته و



شخصیت‌های فیلم هم شاخص‌اند. دیالوگ‌های ساده و کوتاه میان مهدی و همسرش که سکوت جذاب میانشان را می‌شکند، شادی فشردن پوست پرتقالی در خلوت دونفره ماشین، چیدن موزانیک‌ها توسط دو برادر در حیاط، بازگشت ناامیدانه مهدی از میدان جنگ و شست‌وشوی سرش با آب جوش کتری در کاسه دستشویی، از نمونه‌های موفق این نگرش هستند. این نگاه ظریف و هوشمندانه راه را برای روایتی ساده، گرم و عاشقانه هموار کرده است و اتفاقا هرجایی که همین جزئیات بدون ظرافت از پس‌زمینه بیرون می‌زنند و رنگ شعاری به خود می‌گیرند، فیلم افت می‌کند. مثل سکانشی که مهدی پشت فرمان ماشین از میان کوچه‌های پر از بتر و از مقابل پارچه‌نوشته‌های آویخته در دیوارها عبور می‌کند.

می‌شود به سایر ویژگی‌های ممتاز فیلم نظیر بازی‌های یکدست و روان و دور از اغراق، خلق لحظات عاشقانه و انسانی توأم با موقعیت‌های طنزآلود، قاب‌بندی‌ها و میزانسن‌های قابل قبول اشاره کرد؛ اما اثرگذاری فیلم بیش از هر چیزی مدیون

و در هر گوشه‌ای بنا به بودجه، می‌شد فیلم پیدا کرد. از فیلم‌های هنری تا آثار سطح پایین، در سینماها به نمایش درمی‌آمدند. فیلم‌های معمولی و عامه‌پسند که برای اقشار کم‌اطلاع و معمولی در سینماهای جنوب شهر تهران نمایش داده می‌شدند، خوراک فرهنگی مناسب همان اقشار بودند و بعدها که کیفیت فیلم‌ها پس از جریانی موسوم به موج نو، به لحاظ فنی و موضوعی بهتر شد، در سرتاسر ایران، فیلم‌هایی مانند آثار مسعود کیمیایی، از کارگر ساده تا مهندس خارج تحصیل‌کرده را به سینما کشاندند. خود طراحی سینما و امکانات آن، با توجه به ارتباط جهانی و ایزوله‌نبودن ایران و حضور شرکت‌ها و کمپانی‌های خارجی، بهتر و بهتر می‌شد. به معماری سینماهایی که هنوز در مناطق میانی و بالایی تهران وجود دارند و فعالیت می‌کنند بنگریم؛ بسیاری از آنها، از کاپری و دیانا با نام‌های قدیم تا سینما قدس و استقلال و آفریقا که نام‌های جدید هستند، تا عصر جدید و قلهک، ساختمان‌های ویژه‌ای هستند که هنوز هم استخوان‌بندی خود را حفظ کرده‌اند و می‌توان در آنها فیلم نمایش داد؛ اما پس از انقلاب و در سال‌های اخیر، با اینکه تعداد تالارهای نمایش زیاد شده است، مجموعه فیلم‌های متنوع ما کم شده و ۹۰ درصد فیلم‌های نمایش‌داده‌شده ایرانی هستند که آنها هم با ممیزی و محدودیت، به‌سختی می‌توانند صراحت و خلافت بیان داشته باشند».

او ادامه داد: «معضل دیگر وضعیت مالکیت سینما در ایران و حمایت از سینمادار حرفه‌ای است. بسیاری از مناطق دورافتاده کشور سینمای درست و حسابی ندارند و سیاست‌های مرکزگر، حتی برای ساکنان پایتخت هم تدبیری مناسب اتخاذ نکرده که با توجه به تفاوت سلاقی و علایق و محل سکونت‌شان مکان‌های فرهنگی برای آنها ساخته شود. بسیاری از سالن‌هایی که ساخته می‌شوند، نه براساس برنامه‌ای معین و تحقیق جغرافیایی، جمعیتی و جامعه‌شناسانه احداث شده‌اند و نه از روی عشق به سینما دیوارشان چیده شده است. تالارهای تازه‌تأسیس، اکثرا بخشی از مراکز خرید هستند که نیت اصلی برای ساخته‌شدن‌شان، استفاده از معافیت‌های فرهنگی است و برخی از این تالارها، در دل یک معماری معجونی، کنار شهربازی و غذاخوری و دیگر مکان‌های شلوغ ساخته شده‌اند که موقع تماشای فیلم، صداهای مزاحم کسانی که بغل سینما مشغول تفریح هستند، خود به یک باند صوتی مجزا برای فیلم بدل می‌شود. از سویی دیگر بسیاری از سینماها به شکل فله‌ای اداره می‌شوند و مالکیت شبه‌دولتی، برایش اهمیتی ندارد که چراغ سینما روشن باشد یا نه چون به مدیریت سینما به‌عنوان یک شغل و نه یک کار فرهنگی می‌نگرد. در آلمان، در شهرهای کوچک، سینماهایی هنوز به فعالیت ادامه می‌دهند که نسل به نسل خانوادگی اداره می‌شوند و مالکیت آنها از پدر و مادر به فرزند رسیده است. در ایران، در نبود ضمانت حقوقی، حق مالکیت به نوعی امتیاز بدل شده که با توفان‌های سیاسی، مدام از کسی سلب و به کسی دیگر داده می‌شود. اموال سینمادار را به جرم نمایش فیلم مبتذل مصادره می‌کنند و دستگاهی دولتی که کارکنانش هیچ شناختی از این پدیده ندارند، نگاه متولی صدها باب سینما می‌شوند. دو سه دهه طول می‌کشد تا دانش فرهنگی آنها به جایی برسد که بتوانند طرحی جامع برای حفظ آنچه به آنها سپرده شده، بیابند؛ ولی تا می‌آیند کاری کنند، با گروهی دیگر عوض می‌شوند که حالا نوبت آنهاست و بچرخ تا بچرخیم!

مشکل دیگر، اختصاص بارانه صحیح به صنعت سینماست. فارغ از یارانه‌ای که به تولید فیلم‌ها تعلق می‌گیرد و می‌دانیم تا چه حد فسادآفرین است، با پول‌باشی فیلم‌هایی ساخته می‌شوند که جا و ظرفیت مناسب برای اکران آنها نیست. در واقع با برنامه‌ریزی کارشناسانه، بنا بر موقعیت‌های محلی و منطقه‌ای، یارانه در شکل اصلی باید به سمت سینماسازی یا نوسازی و به‌کاراندازی سینماهای قدیمی برود، به این شرط که فیلم‌های مناسب هم در اختیار سینمادار باشد تا بتواند با اکران متنوع چراغ سینما را روشن نگه دارد. مهم‌تر از همه اینها، نبود رونق اقتصادی و تقلیل قدرت خرید خصوصا طبقه متوسط است که آمار فروش بلیت را پایین می‌آورد. طبقه متوسطی که ضعیف شده و از فرهنگی که بار اصلی آن را به دوش کشیده، مثلا در شغل تدریس و تحقیق نه‌تنها خیری ندیده، بلکه پس از عمری تلاش، به نان شبش هم محتاج است و بسیاری از مردم به لحاظ روانی دیگر نه علاقه به تفریح فرهنگی دارند و نه پولی را که باید خرج خانه و خوراک کنند، به خرید کتاب و بلیت اختصاص می‌دهند. اگر هم بلیت بخرند، چند درصد امکان دارد که فیلم‌های روی پرده، با این کیفیت عموما بد، آنها را راضی کنند و دمی ذهنشان از مشکلات خالی شود؟ سینمای کنواخت ایران در نبود گونه‌هایی که حتی قابلیت گریز از واقعیت تلخ را داشته باشد، حتی برای سینمادوستان حرفه‌ای هم حرفی برای گفتن ندارد؛ چه برسد به مخاطب عام، قیمت بالای بلیت نسبت به درآمد سرانه که روز به روز کم‌تر می‌شود، باعث شده سینما به‌عنوان یک تفریح ارزان‌قیمت، دیگر معنا نداشته باشد. درصد زیادی از مردم ایران چنان گرفتار نداری و فقر شده‌اند که اصلا فرصتی ندارند که به سینما بروند و برای جوان‌ترها هم فیلم مناسب نیست. برخلاف آلمان که نوجوان‌ها با پول‌تجویبی‌شان می‌توانند پیوسته فیلم ببینند و تفریح کنند، در ایران، فقر عمومی بسیاری از نوجوانان را از برطرف‌کردن نیازهای ابتدایی مانند خوراک و سرپناه محروم کرده، چه رسد به نیازهای ثانویه مانند تماشای فیلم. تمام این عوامل را کنار هم قرار دهیم، چشم‌انداز عمومی سینما در ایران، حتی پس از فروکش‌کردن موج کرونا، به نظر من چندان امیدبخش نیست. البته سینما مانند هر چیز دیگری، به سیاست روز و اقتصاد وابسته است. اگر طی فرآیندی ناکهانی و پیش‌بینی‌نشده، مسئولان، در عرصه فرهنگی، آزادی‌های بیشتری به تولیدات بدهند و حتی نمایش فیلم‌های خارجی را با کمترین ممیزی ممکن کنند، آن‌وقت محصول مناسب برای انتخاب در اختیار تماشاچی خواهد بود. جهت استفاده از این محصول هم دو عرصه مهم یعنی بهینه‌سازی تالارهای نمایش با تحقیق درباره بافت منطقه‌ای که تالار در آنجا قرار گرفته و اختصاص یارانه به سینما و پخش و نه تولید می‌تواند به بهترشدن فیلم‌ها کمک کند. شاید در این حال تولید سینمایی کم شود، اما قطعا با محاسبات دقیق و چرخه مالی شفاف، هم کیفیت فیلم‌ها بهتر می‌شود و هم بیننده انتخاب صحیح‌تری می‌تواند داشته باشد».

او در پایان گفت: «از سویی دیگر، بسیاری از سینماهای بلااستفاده، با مرمت و مدیریت جدید می‌توانند به کار گرفته شوند. حتی باید با اختصاص بودجه به نمایش فیلم رایگان در مناطق محروم، آن‌هم فقط به شکل نمایشی و شعاری، بلکه تمام اقشار فقیر را به تماشای فیلم عادت داد تا در صورت بهترشدن امکانات زندگی، قدرت تشخیصی و علاقه برای تماشای فیلم پیدا کنند. در نهایت همه چیز به افزایش بودجه فرهنگی، قدرت خرید مردم، بهبود اقتصادی و اجتماعی و آزادی بیان و نبود ممیزی و شفافیت نظام تولید در شکل یک نظام صنعتی منسجم بستگی دارد و تا وقتی مسائل اساسی حل نشوند، سینما هم تکان اساسی نمی‌خورد و درست‌مثل صنعت خودرو، فقط جهت دلالی و استفاده اجباری می‌تواند به حیات نصفه‌ونیمه خود ادامه دهد».



نگاه فیلم‌ساز و انتخاب ساختاری است که کلیت فیلم را از طریق چیدمان تدریجی جزئیات خلق می‌کند.

«موقعیت مهدی» ترسیمی دست‌یافتنی و محتمل از زندگی انسانی آرمانی در دهه ۶۰ با ویژگی‌های منحصربه‌فردش است؛ «زندگی در یک موقعیت جنگی».

یادداشت

ایرج طهماسب نمی‌بازد



ایرج طهماسب، دوست بزرگوارم، هنرمند شایسته دنیای هنر، از یک قالب بسیار هوشمندانه برای بیان مسائل اجتماعی استفاده می‌کند تا در یک برنامه مردم را در فضاسازی‌هایی که مد نظرش هست، شریک کند. در دنیا ساخت برنامه‌هایی از این دست متداول است، اما در آسیا کمتر و در ایران انگشت‌شمار. تنها هنرمندی که با تجربه‌بالا واین انرژی خلق می‌کند، ایرج طهماسب است. او جامعه‌شناس خوبی است، تیزهوش است و مناسبات اجتماعی را به‌خوبی تشخیص می‌دهد و فرایند اثرگذاری او در جامعه به این شکل نمود پیدا می‌کند که موجودات غیرقابل تصویری می‌سازد که با زبان آنها، درمورد مسائل و مشکلات جامعه صحبت می‌کنند و این رویکرد مثبتی است. ای کاش ما چند ایرج طهماسب داشتیم، آن زمان راحت‌تر تصمیم می‌توانستیم راجع به ارزش اجتماعی و فرهنگی و حرکت معنوی‌ای که منظر اوست صحبت کنیم. از سویی دیگر متأسفم که تلویزیون ایرج طهماسب را از دست داد. بزرگوارانی که در فرایند تغییر و تحول، جای مدیران قبلی را گرفتند و آن مدیران قبلی جای قبلی‌ها را... نگاه دیگری به جامعه و هنرمندش دارد، واضح است که باید ایرج طهماسب را حمایت کرد تا در تلویزیون کار کند. اما متأسفانه رفتار مدیران بالادستی باعث شد او تصمیم دیگری بگیرد و به‌نظم عقلانی‌ترین تصمیم این است که اگر جایی هنرمندی را نمی‌خواهد، او همچنان در جای دیگر به مسیرش ادامه بدهد. هرچند تلویزیون مخاطبان بیشتری نسبت به شبکه نمایش خانگی دارد؛ اما با همه این مسائل، ایرج طهماسب و دوستانی که با او کار می‌کنند، نشان می‌دهند که کارشان را بلندند و با وجود چنین هنرمدانی، این هنرمدیان بالادستی است که از این سرمایه به‌درستی استفاده‌کنند که بهتر به گوش می‌دهد. باید این را در نظر گرفت و دوستانی که اگر جایی هنرمندی را دید مخاطب برسد. اما وقتی چنین رویکردی وجود ندارد، تصمیم دیگری گرفته می‌شود و در شرایطی که جامعه نیاز به لطیف‌شدن دارد و در این اوضاع و احوال بیمارگونه، از کرونا تا باقی مسائل، پخش این برنامه از تلویزیون می‌توانست تا حد زیادی باعث آرامش خانواده و تغییر فضا و روحیه آنها شود و به معنی واقعی آن «مهمونی» را که آقای طهماسب مدنظرش هست، می‌توانست از تلویزیون با مخاطبش شریک شود. این امکان از این رفعت و این حسرتی طهماسب، مسیرش را ادامه می‌دهد. باید این را مدنظر داشت که ایرج طهماسب نمی‌بازد. بازنده اصلی مدیران بالادستی هستند که فکر کردند در صورت حذف ایرج طهماسب از تلویزیون؛ او دیگر قادر به کارکردن نیست. در صورتی که در عصر حاضر، از کره مرخ هم می‌شود برنامه ساخت و در دسترس مردم قرار داد. متأسفم که از فردی مثل طهماسب که در دامن تلویزیون و هنر این کشور پرورش پیدا کرده، به‌رهبری نمی‌کنند و او را کنار می‌گذارند. خوشحالم که ایرج طهماسب عزیز همچنان کارش را انجام می‌دهد و با کلام خاص خودش که بسیار ساده و قابل فهم است و فلسفه پیچیده‌ای نه در عروسک‌ها هست نه در حضور خودش و نه حتی میهمان‌هایی که دعوت می‌شوند که حضور هرکدامشان زیبا و تأثیرگذار است. پیام‌های خوبی به بیننده منتقل می‌شود. کلاه‌قرمزی و عروسک‌های خوبی که شاید حضورشان در تلویزیون بودیم، جایشان خالی است. به‌هرحال تهیه‌کننده به من پول می‌دهد تا مثلا عروسک مخمل را بسازم و من آفرینشگر هستم و با شیوه قراردادی که وجود دارد، صاحب اصلی این عروسک تلویزیون است، حالا در این موقعیت به‌عنوان عروسک‌ساز می‌دانم در قرارداد باید چه چیزهایی قید شود که این اتفاق بار دیگر تکرار نشود. اما واقعیت این است که عروسک‌ها درست مثل هنرپیشه هستند، بین پرروزه‌های مختلف در رفت و آمد هستند و وقتی نگاه مالکانه شود، این عارضه هم به وجود می‌آید.

❖نویسنده، کارگردان نمایش **عروسکی و عروسک‌ساز**

ادامه از صفحه اول

درنگوش دوقطبی‌های اجتماعی

ریشه این رفتارها را باید در دیدن نابرابری‌ها و تبعیض‌های موجود در شکل‌دادن به زندگی جست‌وجو کرد. برخی آدم‌هایی که گمان می‌برند عقب مانده‌اند، بر این دوقطبی رفتاری می‌دمند و برخی آدم‌ها هم که در زیاده‌خواهی‌شان موفق بوده‌اند، چون فکر می‌کنند این نیاز به داشتن انتهای ندارد، باز هم باید بتازند و این تنازع بقا را به سهم خود پررنگ‌تر می‌کنند. لطفا به این حادثه تلخ توجه کنید. راه علاجش به‌گمانم ابتدا درمان ناکارآمدی‌های اجرائی است و هم‌زمان ترویج این حس در میان همه مردم که همگی در ترمیم این فضا باید ابفای نقش کنند. باید به این واهمه اندیشه کرد، تا دیر نشده است. می‌ترسم که روزی برسد و دوباره این شعر قیصر امین‌پور عزیز را بخوانیم که ناکهان چقدر زود دیر می‌شود!