روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران • صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان • نشانی: میدان آرژانتین،خیابان الوند، کوچه آرشیا، پلاک ۶ • تلفن: ۹۲و۸۸۶۵۴۳۹۰ • نمابر: ۸۸۸۸۰۷۱۹ • تلفن آگهی‌ها: ۸۸۱۹۲۸۷۷ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۲۰۹۵۹۳ • توزیع: شرکت پیام‌رسان سبز تلفن: ۶۶۲۸۷۳۴۴ • چاپ: گلریز تلفن: ۶۶۷۹۵۴۴۲

روزنامه شرق

www.sharghdaily.ir

یکشنبه • ۱۷ شهریور ۱۳۹۸ • ۸ محرم ۱۴۴۱ • ۸ سپتامبر ۲۰۱۹ • سال هفدهم • شماره ۳۵۲۰ • ۱۶ صفحه

اذان ظهر تهران ۱۳:۰۲ • اذان مغرب ۱۹:۴۱ • اذان صبح‌فردا ۵:۱۶ • طلوع آفتاب ۶:۴۲

روزنامه فردا

fardashargh@gmail.com

رسانه

چه باید کرد؟

پژمان موسوی

● سپهر رسانه‌ای ایران این روزها با پرسشی بزرگ مواجه است؛ پرسشی که همه‌ساله و با نزدیک‌شدن به فصل بازگشایی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، مثل زخمی که باز می‌شود، دوباره تازه می‌شود. پرسش ساده است: نسبت «دانشگاه» و «روزنامه‌نگاری» چیست؟ چرا همواره و در یک دور باطل، در پاسخ به پرسشِ تکراریِ چرخه معیوب رابطه این دو، دانشجو استاد را مقصر می‌داند و استاد دانشجو را؟ اصلا مگر فرقی هم می‌کند وقتی نتیجه به هر حال یکی است؟ چه فرقی می‌کند هر کدام هم که مقصر باشند، وقتی نتیجه این رابطه معیوب، افت کیفیت دانشکده‌های روزنامه‌نگاری در تربیت روزنامه‌نگار و نسبت معکوس خروجی‌های پرشمار این دانشکده‌ها و جذب آنها در تحریریه روزنامه‌ها و مجلات است.

داستان امروز و دیروز نیست؛ تا بوده، خروجی دانشکده‌های روزنامه‌نگاری به واسطه تحصیل دانشجویانش در رشته روزنامه‌نگاری، جایی در تحریریه روزنامه‌ها نداشته‌اند و همواره شکافی عمیق میان نهاد دانشگاه و رسانه‌های ایران وجود داشته است. پای صحبت مدیران مطبوعات و سردبیران که می‌نشینی، از بی‌تجربگی و ناآشنایی فارغ‌التحصیلان ارتباطات و روزنامه‌نگاری با روزنامه‌نگاری حرفه‌ای گله می‌شنوی و پای صحبت استادان دانشگاه هم که می‌نشینی، از میدان‌ندادن به فارغ‌التحصیلان و جذب‌های بی‌ضابطه و غیرحرفه‌ای «روزنامه‌نگاری‌نخوانده‌ها» گله می‌شنوی و اینکه چرا باید در تحریریه‌ها، فارغ‌التحصیلان همه رشته‌ها باشند جز فارغ‌التحصیلان روزنامه‌نگاری. پربیراه هم نمی‌گویند، کافی است سرشماری‌ای دقیق درباره تحصیلات روزنامه‌نگاران ایران انجام شود تا میزان مرتبط‌بودن تحصیلات اینان با روزنامه‌نگاری به‌روشنی مشخص شود اما آیا روزنامه‌نگاری پیش‌شرط لازم و کافی‌ای به نام تحصیل در دانشکده‌های روزنامه‌نگاری دارد ؟ نگاهی عینی به تحریریه روزنامه‌های ایران، هم پاسخی مثبت به این سؤال ارائه می‌دهد هم پاسخی منفی زیرا تحصیل آکادمیک در رشته روزنامه‌نگاری، به تنهایی کسی را روزنامه‌نگار نکرده و الزاما هم به افزایش کیفیت کارش نینجامیده است اما چه بسیار روزنامه‌نگارانی که بدون حتی یک روز حضور در دانشکده‌های روزنامه‌نگاری، سرآمد روزنامه‌نگاران دوره خود بوده‌اند و بسیار هم حرفه‌ای در کار خود. اما چرا این‌گونه است؟ یک پاسخ می‌تواند انتخاب تصادفی رشته روزنامه‌نگاری در میان رشته‌های انتخاب‌شده برای دانشجویان دوره کارشناسی باشد؛ یا بی‌انگیزگی و احیانا بی‌سوادی برخی استادان روزنامه‌نگاری، یا حتی هزینه‌های بالای فعالیت در حرفه روزنامه‌نگاری و نبود ترسیم چشم‌انداز مناسب زندگی برای روزنامه‌نگاران یا مهم‌تر از همه اینها ساختار معیوب نظام آموزش عالی در ایران که نتوانسته است ارتباطی ارگانیک میان دانشکده‌های روزنامه‌نگاری و تحریریه‌ها برقرار کند. هر کدام از این پاسخ‌ها که پاسخ دقیق به پرسش فرارو باشد، در نتیجه تفاوتی را به وجود نمی‌آورد و نتیجه همچنان تناسب‌نداشتن خروجی این دانشکده‌ها با ورود فارغ‌التحصیلان آنها به تحریریه‌هاست.

تلخ است، خیلی هم تلخ زیرا قربانی بزرگ این چرخه معیوب، روزنامه‌نگارانی هستند که با عشق و علاقه و پشتکار، فارغ‌التحصیل روزنامه‌نگاری شده‌اند و همه روزهای چهار سال تحصیل‌شان را در انتظار ورود به تحریریه‌ها گذرانده‌اند و اینک جز برخی از آنان که به دلایل مختلف ممکن است جذب تحریریه‌ها شوند، بقیه از این چرخه خارج شده و از راهیابی و حضور در سپهر رسمی روزنامه‌نگاری ایران محروم شده‌اند یا حضور در روزنامه‌های دست‌چندم یا فلان سایت و بهمان مجله را از روی اجبار پذیرفته‌اند. البته همه اینها نمی‌تواند و نباید به معنای زیر سؤال‌بردن روزنامه‌نگارانی باشد که روزنامه‌نگاری را در آکادمی نخوانده‌اند ولی هم گزارش‌نویس خوبی‌اند، هم خوب بلدند ویراستاری و مدیریت اخبار کنند، هم اصول خبرنویسی و مقاله‌نویسی را خوب می‌دانند و هم گفت‌وگوهای خوبی می‌گیرند و همه اینها را هم نه از آکادمی که از مطالعه و تجربه و حضور در متن فضای حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و در متن حوزه‌های روزنامه‌نگاری دارند. روزنامه‌نگار، روزنامه‌نگار است و باید که به دعوای قدیمی آکادمی و کار تجربی از رهگذر ساختارهای حرفه‌ای پایان داد و زمینه را برای هر آن کس که «روزنامه‌نگار» خوبی است، در متن تحریریه‌ها و سپهر رسانه‌ای ایران فراهم کرد: چه بهتر که این حضور، در امتداد و در ادامه تحصیل در دانشگاه باشد. موضوع، رهاکردنِ سپهر رسانه‌ای ایران از این دوقطبی‌سازی و دراختیارگذاشتن فرصت برابر برای علاقه‌مندانِ واقعی این حرفه است؛ چه آنها که تحصیلات عالیه روزنامه‌نگاری دارند، چه آنان که به صورت تجربی روزنامه‌نگاری را آموخته و به آن علاقه‌مند شده‌اند.

کارتون خواب

دیان

تلنگر

لزوم توجه به پیشگیری از خودکشی

سیدحسن موسوی‌چلک
رئیس انجمن مددکاران اجتماعی ایران

نام‌گذاری روزها در سطوح ملی و بین‌المللی به مناسبت‌های خاص، فرصتی برای بیان دیدگاه‌ها درباره آن مناسبت است. یکی از این مناسبت‌ها روز جهانی «پیشگیری از خودکشی» است که همه‌ساله در دهم سپتامبر در سراسر جهان برگزار می‌شود تا تمهیداتی برای افزایش آگاهی مردم نسبت به خودکشی و پیشگیری از آن اتخاذ شود. طبق گزارش جهانی ارائه‌شده «لیتوانی از اروپای شرقی با ۳۱.۹ خودکشی در هر صد هزار نفر، روسیه از اروپای شرقی با ۳۱، گویان از آمریکای جنوبی با ۲۹.۲ و کره جنوبی از آسیا با ۲۶.۹ خودکشی در صد هزار نفر، رتبه‌های اول جدول را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل تنها کشور اروپای غربی با نرخ خودکشی بالا، بلژیک است که با ۲۰.۷ در رتبه ۱۱ قرار گرفته است. شاید قابل توجه باشد که بسیاری از کشورهای بحران‌زده جهان در مقایسه با این کشورها، نرخ خودکشی پایینی در این جدول دارند. کمترین نرخ‌های خودکشی در جهان در باهاما، جامائیکا، گرانادا، باربیدوس، آنتیگوا و باربودا متمرکز شده است. چون نظام آماری دقیق و منظمی درباره ثبت آمار کسانی که اقدام به خودکشی کرده‌اند یا خودکشی می‌کنند، وجود ندارد، آمارهای ارائه‌شده نمی‌تواند دقیق باشد. این مشکل در کشور ما هم وجود دارد که موجب می‌شود آمارهای ارائه‌شده دقیق نباشد، گرچه باید بپذیریم که سازمان پزشکی قانونی در حدود ۱۵ سال اخیر تلاش کرده آمارهای متوفیات مشکوک به خودکشی را به‌طور منظم استخراج کند و ارائه دهد که جای قدردانی دارد. براساس آمار ارائه‌شده از سوی سازمان پزشکی قانونی در «خلاصه سالنامه آماری سال ۱۳۹۷» در این سال تعداد متوفیات مشکوک به خودکشی پنج‌هزارو ۱۰۱ نفر بوده که نسبت به سال ۱۳۹۶ (که چهارهزارو ۶۲۵ نفر بوده) حدود ۱۰ درصد تغییرات مثبت دارد. تأملی در روند این آمار از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۷ نشان می‌دهد شاهد روند رشد این پدیده هستیم، به‌گونه‌ای که از سه‌هزارو ۴۲۸ نفر به پنج‌هزارو ۱۰۱ نفر افزایش یافته است که حدود ۴۹ درصد تغییرات مثبت را نشان می‌دهد. شاخص خودکشی به ازای صد هزار نفر جمعیت هم نشان می‌دهد که طبق آمار سازمان مذکور ۶/۲ نفر است که نسبت به سال قبل که حدود ۵،۷نفر بوده افزایش داشته است. گرچه در مقایسه با نرخ جهانی که بین ۱۰ تا ۱۲ به ازای صد هزار نفر است، نرخ ایران کم است و رتبه ۱۴۲ به ایران اختصاص پیدا کرده، ولی در همه استان‌ها این نرخ مشابه نیست. ۱۵ استان کشور نرخی بالاتر از میانگین کشوری دارند و برخی از استان‌ها دو برابر میانگین کشوری هستند. آنچه دراین‌باره مهم است، این است که در زمینه ارتقای سلامت روانی و اجتماعی باید تلاش بیشتری شود و از همه ظرفیت‌ها برای پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی از جمله خودکشی باید استفاده کرد. بررسی اسناد و مطالعات جهانی نشان می‌دهد راهبردهای مختلفی برای پیشگیری از خودکشی و مداخله بهنگام می‌توان اتخاذ کرد. از جمله آنها می‌توان به این موارد اشاره کرد: افزایش آگاهی مردم نسبت به اینکه خودکشی یک مسئله مربوط به بهداشت عمومی است که قابل پیشگیری است، پشتیبانی وسیع به جهت پیشگیری از خودکشی، کاهش دید منفی نسبت به یاری‌خواستن از متخصصان بهداشت روانی، مصرف مواد مخدر و خدمات پیشگیری از خودکشی، توسعه برنامه‌ریزی‌های جامعه‌محور برای پیشگیری از خودکشی، تلاش در جهت کاهش دسترسی افراد به ابزار آسیب‌رساندن به خود، آموزش شناخت رفتار پرخطر و ارائه خدمات درمانی مناسب و جامع، توسعه و پیشبرد رویکرد درمان بالینی و تخصصی در کلینیک‌های بهداشت روانی، تسهیل دسترسی به خدمات بهداشت روانی و راحتی ارتباط بیماران روانی و معتادان به آن، افزایش پوشش خبری و رسانه‌ای درباره مصرف نامناسب مواد، رفتار خطرآفرین خودکشی و بیماری‌های روانی، پیشبرد و پشتیبانی از تحقیقات مربوط به خودکشی و پیشگیری از آن، بهبود سامانه‌های پایشی، گزینش و آموزش گروه‌های داوطلب برای یاری‌رسانی و ارجاع محرمانه افراد به مراکز بهداشت روانی و (اورژانس اجتماعی در ایران) یا خطوط مشاوره تلفنی از جمله «۱۴۸۰ صدای مشاور در ایران»، افزایش کارایی روانی از راه خوش‌بینی و ایجاد ارتباط بین فردی، آگاهی‌دهی درباره خودکشی از راه آموزش عوامل خطرآفرین، پوسترهای تبلیغاتی و دسترسی به کمک، افزایش کارایی و دانش کارمندان خدمات بهزیستی و بهداشتی از جمله مشاوره رایگان خودکشی، کاهش خشونت خانگی و مصرف نادرست مواد از جمله راهکارهای بلندمدت کاهش مسائل مربوط به بهداشت روانی هستند، مداخله رفتاری در تصحیح رفتار گروه‌های پرخطر و... . همچنین لازم است به این نکته هم اشاره کنم که ارتقای شاخص‌های سلامت روانی و اجتماعی با استفاده از روش‌های مختلف و جذاب و متناسب با مخاطبان و گروه‌های هدف باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد؛ اما اگر به هر دلیلی فردی اقدام به خودکشی کرده، شناخت مردم از منابع اجتماعی مرتبط می‌تواند زمینه را برای دریافت خدمات تخصصی و به‌موقع روان‌شناختی و مددکاری اجتماعی به افرادی که اقدام کردند یا خانواده‌هایشان، بیش از پیش فراهم کند.

کوچه‌های قدیمی

سوگ ایرانی

میرجلال‌الدین کزازی

یکی از پایدارترین، کهن‌ترین هنجارها و آیین‌های فرهنگی در ایران آیین و هنجاری است که بر پایه، مایه و توان نیرومند و رانیی (عاطفی) در نهاد آدمی استوار شده است: شادی و اندوه. یا در کاربرد برونی و رفتارشناختی آن دو، در سور و سوگ در تاریخ و فرهنگ ایران، ما به آیین‌هایی پرشمار بازمی‌خوریم که در سرشت و ساختار سوگینه‌اند یا سورینه.

خوشبختانه آیین‌های سور در فرهنگ و منش ایرانی بر آیین‌های سوگ چیرگی و برتری داشته‌اند، از این روی، شمارشان بیشتر از آن دیگری بوده است، هنوز نیز هست. با این همه، آیین‌های سوگ نیز در درازنای روزگاران همچنان نزد ایرانیان کارکرد و روایی داشته‌اند، آنان را به دریغ و اندوه دچار آورده‌اند. نامورترین این آیین‌ها در ایران کهن، آیینی بوده است که در سوگ سیاووش برگزار شده است. این آیین سوگ در سده‌های نخستین هجری هم هنوز در شهرهای بزرگ ایران روایی داشته است. نمونه نوتر این آیین در ایران پس از اسلام آیین سوگ پیشوای سومین شیعیان حسینِ علی(ع) است. این آیین سوگ همچنان باشکوه در سراسر ایران، حتی برون از مرزهای این سرزمین برگزار می‌شود. آیین‌های سوگ و سور همواره در ایران کارکردی فراگیر داشته‌اند و بیشتر آیین‌هایی مردمی بوده‌اند، اما پیرامون این آیین‌ها، هنجارها و کارکردهایی فرهنگی- هنری نیز پدید آمده است؛ هنرهایی مانند ادب -به‌ویژه ادب پارسی-، یا خنیا و آهنگ، یا حتی نمایش. این نمایش‌ها از آن روی که آیین‌های سور و سوگ کارکردی مردمی داشته‌اند به گونه خیابانی برگزار می‌شده است. هر ایرانی را شما بنگرید یادمان‌هایی دیرپای از این آیین‌ها، به‌ویژه آیین سوگ در یاد خویش نهفته می‌دارد. هنگامی که سخن از این آیین‌ها می‌رود یا در آنها همباز می‌شود، فرایاد روزگاران کودکی می‌آید به شهر و زادگاه خویش بازمی‌گردد، به آن کویی که آشناترین کوی نزد اوست زیرا سالیان کودکی خود را در آن گذرانیده است و به همین سان فرایاد خانواده، خویشان، دوستان، و آشنایان، آنچه در آن روزهای سوگ رخ می‌داده است، می‌آید. این آیین‌ها بر پایه آنچه گفته شد، از استوارترین پایگاه‌های فرهنگ و منش ایرانی هستند. پس همواره می‌باید کوشید که نژادگی و کارکرد ناب تاریخی و فرهنگی و منشی خویش را پاس بدارند و از گزند و آسیب به دور بمانند.

مغز اجتماعی-۸۱

محوریت جسم در هنر از دیدگاه مرلو-پونتی

عبدالرحمن نجل‌رحیم
مغزپژوه

آثار موریس مرلو-پونتی در پدیدارشناسی، نزدیکی حیرت‌انگیزی به یافته‌های جدید در زمینه علوم شناختی و مغزپژوهی اجتماعی امروز دارد. این فیلسوف فرانسوی در جست‌وجوی یافتن توصیفی از ادراک در ترکیبی از ظرفیت‌های حرکتی، حسی و عاطفی در قالب تجربه‌های جسمانی است. برای او ادراک، پیش‌فرض بنیادین همه ارزش‌های معناآفرین هستی از جمله عقلانیت و خلاقیت در تجربه هنری است. او درباره موسیقی، هنرهای تصویری، فیلم، شعر و ادبیات نوشته، ولی به نقاشی عمیق‌تر پرداخته است.

او در سه رساله نظر خود را دراین‌باره شرح می‌دهد؛ رساله پدیدارشناسی توصیفی با عنوان «تردید سزان» تحت تأثیر ادموند هوسرل (۱۹۴۵)، مقاله ساختارگرایانه «زبان غیرمستقیم و صداهای سکوت» (۱۹۵۲) و رساله هستی‌شناختی اصیل و خاص «چشم و ذهن» (۱۹۶۱).

مرلو-پونتی در پدیدارشناسی هنر (۱۹۴۵)، فلسفه واقعی را بازآموزی نگاه به جهان می‌داند. او مخالف علم و فلسفه تحلیلی میانه قرن گذشته بود که نگاهی خودکفا و کاملا عینی و تجریدی به واقعیت کاملا مستقل از وجود انسان و منظری بی‌زاویه دید مکانی (به قول توماس نایجل) داشت و به قول ویتگنشتاین، انسان را در اسارت خود گرفته بود. به نظر مرلو-پونتی این نوع منظر علمی ماورایی، هر نوع پرسپکتیو فردی را حذف می‌کند و به‌طور بنیادی وابسته به امر پیشینی است که اغلب موجب غفلت انسان از واقعیت روبه‌رو می‌شود. درحالی‌که به نظر او معنا از ارتباط پیش‌آگاهانه جسم با جهان به دست می‌آید که به آن ادراک می‌گوییم. به این تعبیر، دنیا به‌هیچ‌وجه چیزی خارجی و بیرونی نیست، بلکه چیزی است که ما به‌طور اولیه‌ای در آن مأوا می‌گزینیم و به قول هایدگر این‌چنین است که ما هستن در جهان را تجربه می‌کنیم. ادراک، کنشی پیش‌بازتابانه و ناآگاهانه و اما خلاقانه و انتخابی، بافتارمدار و به‌صورت تجربه‌ای تکرارنشدنی است. هرگز کامل نیست و به همین علت خاصیت خلاق‌بودن دائمی خود را حفظ می‌کند و منبع اولیه انتزاعات در اندیشه ماست. به‌طور ساده، بدن ماست که جهان را ادراک می‌کند. سوژه (فاعل) را از بدن جا نیست و به‌همین‌دلیل، مرلو-پونتی انسان را جسم-سوژه (فاعل) توصیف می‌کند. به نظر او ادراکات هرگز نافعال و بی‌خاصیت نیستند، بلکه نوعی قوس قصدمندی به دور گذشته، آینده، موقعیت انسانی ما از نظر فیزیکی، ایدئولوژیکی و اخلاقی ایجاد می‌کنند. برای دانستن فلسفه او آنچه مهم است این است که معنای پیشینی در جهان وجود ندارد، بلکه معنا فقط با فعالیت بدنی ما در جهان هستن آغاز می‌کند. به نظر او هنر نیز از واقعیت پیش‌موجودی صحبت نمی‌کند، بلکه کوششی برای آوردن حقیقت به هستی است.

در رساله تردید سزان، مرلو-پونتی از پل سزان، پس از تجربیات امپرسیونیستی اولیه‌اش می‌گوید. به نظر او سزان به توصیف ادراک پیش‌بازتابی و پیش‌علمی تنانه نزدیک می‌شود، چیزی که شاید برای پدیدارشناسی در فلسفه غیرممکن باشد. به نظر مرلو-پونتی، در کارهای سزان، پرسپکتیو در حال زندگی برای تغییرشکل‌دادن پرسپکتیو است. او نقاشی‌های سزان را هم محصول دیدن و هم درباره دیدن می‌داند. مرلو-پونتی می‌گوید: نقاش نمی‌تواند بیشتر از یک تصویر بسازد. او باید صبر کند تا آن تصویر به زندگی سایر افراد وارد شود. وقتی چنین شود، کار هنری زندگی‌های جداگانه افراد را به هم وصل می‌کند و در ذهن‌های متعددی تولد پیدا می‌کند. در این رابطه نقاشی سزان فرایندی شکل‌گیرنده در ادراک است. هنرمند مناظری را شکار می‌کند که مردم آنها را نمی‌بینند و نقاش است که آنها را برای دیگران قابل دیدن می‌کند. رساله «زبان غیرمستقیم و صداهای سکوت» از این نظر اهمیت دارد که او اختلاف خود را با سارتر درباره رابطه هنر و ادبیات روشن می‌کند. برای سارتر ادراک از خیال جداست و به همین علت سارتر بین نثر و شعر تفاوت قائل می‌شود. مرلو-پونتی می‌گوید خیال نوعی ادراک است و به ادراک وابسته است. سارتر هنر را به جهان خیال نسبت می‌دهد، ولی مرلو-پونتی بر ادراک تأکید دارد. او ادبیات و نقاشی را برعکس سارتر قابل تقلیل به هم نمی‌داند. به نظر او صدای نقاشی صدای سکوت است و بسیار اساسی و بنیادین‌تر از ادبیات نوشتاری و زبانی است. نقاشی در سکوت پیش‌زبانی اتفاق می‌افتد. از افکار انعکاسی و تجریدی متفاوت است که زبان به آن وصل است. او غنای معنایی نقاشی را مثال می‌زند. رابطه پیش‌بازتابی رابطه بدن با جهان را پیش می‌کشد که از این راه هنر همان‌قدر توسط دیگران کشف می‌شود که توسط خود هنرمند؛ اما سارتر ادراک را نسبت به افکار انعکاسی و انتزاعی نازل‌تر می‌داند. به نظر سارتر سبک با خیال رابطه دارد، ولی برای مرلو-پونتی این ادراک است که به‌طور اساسی با دیگران سروکار پیدا می‌کند و سبک هنری را آشکار می‌کند. سبک یک پروژه خاص‌بودن در جهان است. او تفسیر ابژکتیو و سوبژکتیو را کنار می‌گذارد و سبک را به ادراک مربوط می‌داند که در تجربه بودن با دیگری و سهیم‌شدن جهان با دیگری اتفاق می‌افتد. درعین‌حال اتفاقی خصوصی و شخصی است که ما از آن آگاه نیستیم و نمی‌دانیم چگونه هنرمند آن را به هستی می‌آورد. «چشم و ذهن»، آخرین رساله مرلو-پونتی درباره هنر است. او علم و فلسفه مدرن را دو غول زاییده دکارتیسم می‌داند که هر دو آنها واقعیت را چیزی بیرونی از ما می‌دانند، درحالی‌که ما به‌طور دائم در درون آن زندگی می‌کنیم و در میان آن هستیم. در این رساله او نوعی نگاه دووجهی و دیالکتیکی در رابطه با بدن دارد. بدنی که به آن نگاه می‌شود، بدنی که نگاه می‌کند. بدنی که لمس می‌شود، بدنی که لمس می‌کند. در این میان، دائم نقش انسان و جهان تعویض می‌شود. هم می‌تواند لمس شود و هم می‌تواند لمس کند. نگاه کند، نگاه شود. این دوسویگی در هنر تشدید می‌شود. پل کله می‌گوید من بارها احساس کرده‌ام که من به جنگل نگاه نمی‌کنم، بلکه جنگل به من نگاه می‌کند. بدن انسان نقش عوض می‌کند. نقاشی به ادراک‌های اولیه نزدیک می‌شود و در سکوت از زبان و فلسفه فاصله می‌گیرد؛ اما این همه در حضور زبان اتفاق می‌افتد. ما آن چیزی را می‌بینیم که به طرف آن نگاه می‌کنیم. دیدن بدون حرکت چشم ممکن نیست. بدن هم‌زمان هم می‌بیند، هم دیده می‌شود. ما هم‌زمان می‌توانیم خودمان را در حال دیدن ببینیم. آنچه در جلوی چشم ماست، در درون جسم ماست، به‌همین‌دلیل برای سزان همه چیزها معادل درونی دارند. همه تصاویر به هر شکلی در درون بیرون در بیرون درون هستند که دوسویگی دیالکتیکی احساس‌های ما را نشان می‌دهند. جیاکومتی می‌گوید آنچه برای من جالب است تشابه همه نقاشی‌هاست که باعث می‌شود کمی دنیای خارج را کشف کنم. این تشابهات براساس بدن ما به وجود می‌آیند، چون به نگاه ما از درون به‌مثابه چشمی سوم مربوط می‌شوند.

روایت

لباس تیم ملی و ضرورت لحاظ هویت ملی

کمیل روحانی

● در جهان امروز؛ ورزش و ورزشکارها، یکی از نمادها و نشانه‌های هر سرزمین محسوب می‌شوند و لباس تیم‌های ملی و طراحی و برندسازی از آن در ذهن مخاطبان جهانی، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. اهمیتی مهم‌تر و ویژه‌تر از دوران گذشته و البته در این زمینه حکایت فوتبال با میلیاردها طرفدار و عاشقی که در جهان دارد، حکایت دیگری است. به جز تکنیک ناب فوتبال برزیلی و آرژانتینی، به یقین لباس‌های زیبا و خاص این دو تیم نیز از همان ابتدای تاریخ فوتبال در شناخت مردم جهان از فوتبال و مردم این دو کشور، نقش مهمی ایفا کرده است.

رنگ زرد مشهور لباس اول تیم ملی برزیل، برگرفته از لوزی زردی است که در پرچم این کشور خودنمایی می‌کند و نشانه معادن طلا و نمادی از ثروت‌های بی‌کران طبیعی این کشور محسوب می‌شوند. لباس تیم آرژانتین که از نخستین دوره‌های جام جهانی به شکلی زیبا طراحی شده بود، به صورت تکرارشونده و زیبا، رنگ پرچم این کشور را یادآوری می‌کند. تیم ملی مکزیک نیز یکی از کشورهای ممتازی است که همواره در جام‌های جهانی، آثار تمدن کهن و باستانی این کشور یعنی مایاها و همچنین آزتک‌ها را روی لباس به رنگ پرچمش، به رخ جهانیان می‌کشد. لباس لاجوردی‌پوشان فوتبال جهان البته هیچ ربطی به پرچم این کشور ندارد و بسیاری آن را نماد و رنگ لباس خاندان‌های سلطنتی پیش از تشکیل جمهوری در این کشور می‌دانند ولی به هر حال به جز دفاع پولادین و رسوخ‌ناپذیر فوتبال ایتالیا پیراهن لاجوردی و شورت و جوراب سفید آنها، از همان روزهای آغازین پدیده‌ای به نام فوتبال، به برند فوتبال ایتالیا، بدل شده است.

هلندی‌ها را نیز همواره با رنگ نارنجی مشهورشان می‌شناسیم که گرچه بی‌ارتباط با پرچم این کشور است، اما برای کشور گل‌های رنگارنگ، لاله نارنجی، بزرگ‌ترین نماد ملی تاریخی برای این سرزمین محسوب می‌شود.

لباس تیم ملی فوتبال کشورمان از همان ابتدای تاریخ خود سفید بوده که معمولا در طول سالیان گذشته حداکثر دو رنگ دیگر پرچم سه‌رنگمان نیز در آن به صورت ابتدایی لحاظ شده است و البته لباس دوم تیم ما اکثرا قرمز بوده و گاهی هم در برخی از سال‌ها سبز. اما فارغ از رنگ لباس تیم ملی متأسفانه ما با وجود هزاران اثر تاریخی و نشانه‌های متنوع تمدن کهن ایرانی، هیچ تلاشی برای طراحی زیبا و برندسازی از لباس تیم ملی کشورمان انجام نداده‌ایم و به بسیاری از پیشنهادهای خودجوش طراحان ایرانی نیز بی‌توجهی کرده‌ایم. یک نمونه و الگوی خوب دیگر در زمینه طراحی لباس و توجه به المان‌های تاریخی ملی، کشور ژاپن است. لباس تیم ملی ژاپن در جام جهانی و جام ملت‌های آسیا، از همان برند مشهوری بود که ما هم پوشیده بودیم، اما فرق ژاپنی‌ها با ما این بود که این شرکت را موظف کرده بودند طرح زره سامورایی را روی لباس تیمشان حک کنند و در دوره‌های مختلف به شکلی از نشانه‌های تاریخی در لباس تیم‌های ملی، بهره برده‌اند. چینی‌ها هم گرچه هرگز تیم درجه‌یکی در فوتبال آسیا نبوده‌اند اما نماد اژدهای افسانه‌های چینی و برخی نمادهای دیگرشان را در طراحی لباسشان لحاظ کرده‌اند که به نظر نمی‌رسد اتفاقی باشد و به یقین با تأکید مسئولان امر بوده است. کشورهای حوزه خلیج فارس نیز هرازگاهی تجربه‌هایی داشته‌اند و شرکت‌های مشهور تولید لباس را موظف کرده‌اند نمادهای فرهنگی خودشان مانند خیمه‌های عربی و برخی طرح‌های اسلیمی بومی‌شان را روی لباس تیم ملی‌شان با رعایت نسبی اصول حرفه‌ای طراحی و زیبایی‌شناسی اجرا کنند.

البته ما چندان هم در این زمینه کم‌کار نبوده‌ایم. مثلا در جام جهانی ۲۰۱۴، در اقدامی عجیب و سؤال‌برانگیز، ناگهان نماد لباس تیم فوتبال کشوری که نزدیک‌ترین خاطره‌اش خاطره قرن‌هاست، با طراحی نه چندان زیبا، پلنگی می‌شود که نام اصلی آن پلنگ آسیایی است و در آینده‌ای نه چندان دور متأسفانه منقرض خواهد شد که البته ای کاش منقرض نشود. آثار مختلف تاریخی و میراث فرهنگی ایرانی مملو است از نمادها و طرح‌های اسلیمی بی‌نظیر با ویژگی‌های خاص خودش که شاخصه‌های فرهنگ و تمدن کهن ما را به تصویر می‌کشند و می‌توانند از دل این آثار بیرون آورده شده و حتی با کمی تغییر و تلفیق با هنر مدرن ما، روی لباس تیم‌های ملی درخشش نام ایران را بیشتر و بیشتر کنند. البته خبرها حاکی از آن است که برند جدید تیم ملی برای طراحی لباس جدید، سه ماه وقت خواسته که البته سؤال اینجاست که چرا همواره ما باید دست روی دست بگذاریم و منتظر باشیم و ببینیم آنها برای لباس تیم ملی ما که نماد هویت ملی ماست، به قول معروف چه آشی رامی‌پزند؟ این مهم حتی ارزش این را دارد که فدراسیون فوتبال به عنوان متولی امر؛ شورای کارشناسی خاصی را تشکیل دهد که اعضای آن بهترین کارشناسان حوزه‌های گرافیک، طراحی لباس، پژوهش هنر و میراث فرهنگی باشند و این افراد با اشرافی که در رشته‌های خود دارند (در یک فراخوان ملی) طرح‌های پیشنهادی طراحان ایرانی را بررسی کرده و بهترین گزینه را انتخاب کنند و در نهایت فدراسیون فوتبال تولیدکننده لباس تیم ملی را موظف کند که طرح انتخاب‌شده توسط کارشناسان و خبرگان را روی لباس تیم ملی ما البته با بهترین کیفیت پیاده‌سازی و اجرا کند.