گفت و گو با دکتر ابوالحسن ریاضی مشاور عالی خانه سینما

مزیت‌های نسبی فرهنگ ما در چالش جهانی شدن

جلیل اکبری صحت - رامتین شهبازی

دکتر ابوالحسن ریاضی مشاور عالی خانه سینما دارای دکترای برنامه ریزی شهری است که تاکنون در نهادها و سازمان های مختلف فرهنگی اقتصادی به عنوان مدیر برنامه ریزی حضور داشته است.

او مدت ها مدیر کل فرهنگی وزارت علوم بوده و مهمترین کاری که در این دوران به انجام رسانده سامان دادن به کانون های علمی فرهنگی دانشگاه های کشور بوده است. با او درباره وضعیت نهادهای فرهنگی کشور و جایگاه سینمای ایران در جهان سخن گفته ایم.

سؤال های اکبری صحت با علامت * و شهبازی باعلامت ** مشخص شده است

گروه فرهنگ و هنر

عکس: رضا مستوفی

*** از این نقطه آغاز کنیم که چرا به نظر می رسد در فرهنگ ما، «فرهنگ و هنر» سیستم ناپذیر است و برای آن نمی توان سیستم طراحی کرد؟**

- واحد اصلی در حوزه فرهنگ فرد است و با این تفسیر فرد موجودی سیستم ناپذیر به نظر می آید.

سیستم از عناصر مختلفی همچون چرخه های باز خورد، نظم سلسله مراتبی و .... تشکیل شده که فرد را نمی توان درون آن در نظر گرفت. اما اگر بخواهیم از نظر نظم بیرونی به قضیه نگاه کنیم، چیزی به نام نهادهای فرهنگی در این میان وجود دارند که اگر بخواهیم تعریفی را برای آن در نظر بگیریم به این نکته می رسیم که این نهادها وظیفه ایجاد فضا برای هنر مند را دارند. این تعهد نیز از سوی نهاد به هنرمند یک سویه است. یعنی نمی توان هنرمند را نیز به این نهاد متعهد دانست در این راستا اگر بخواهیم انجمن های صنفی را در نظر بگیریم، چون صنوف وظایف خاصی را برعهده دارند، در نتیجه رابطه خود را تعریف می کنند. اما اگر بخواهیم همین تعریف را به کانون های هنری معطوف کنیم به بن بست می رسیم. کانون ها به هیچ وجه نمی توانند تعریفی را برای طرفین خود ارائه دهند. می خواهم موج نوی سینمای فرانسه را مثال بزنم. نهادهای دولتی باید از این فیلمسازان حمایت می کردند. یعنی برای آنها سالن در نظر بگیرند. آنها را حمایت کنند و ... اما موج نو نسبت به این نهادها هیچ تعهدی ندارد. یعنی فیلمسازان نمی توانستند تعهد بدهند که فلان فیلم را با فلان مشخصات در یک زمان محدود عرضه می کنند و ... این نهادهای یک طرفه در جوامعی که بحث جامعه مدنی را نکرده است همواره باعث حق و تکلیف روبرو می شود. یعنی نهاد برای هنرمند تکالیفی انجام می دهد که حقی پس بگیرد.

این مسأله را می توان در بسیاری از بخش های اجتماع تعریف کرد، اما در حوزه فرهنگ و هنر اساساً نمی توان چنین نگرشی را مطرح کرد. به نظر من در عرصه هنر فقط باید نهاد به هنرمند خدمات بدهد. نهاد باید بستر سازی کند. هنرمند نباید دغدغه معاش داشته باشد، نباید نگران امنیت شغلی باشد. امکان تجربه ورزی و تجربه اندوزی داشته باشد و امکان آزمون و خطا. خطا را نباید در کار هنری پرهزینه جلوه داد. در این صورت ما به جامعه این امکان را داده ایم که از انباشت کالای هنری بهره مند شود و انتخاب کند.

آنگاه این انتخاب جهت گیری هایی را برای هنرمند به همراه می آورد.

بنابراین هنرمند تنها نسبت به جامعه احساس ادای تکلیف پیدا می کند. حالا حتی هنرمندانی مثل اسکار وایلد هم بوده اند که حتی نسبت به جامعه نیز ادای دین نمی کردند. می خواهم بگویم دنیای هنرمند بیشتر از آنکه یک دنیای بیرونی باشد، دنیای درونی است.

هنرمند در هر عرصه ای یک ذهن فعال دارد.

ایفا دغدغه تمام جهانیان است که چگونه می توانند رابطه یک سویه نهاد و هنرمند را تنظیم بدهند. به همین دلیل نهادهای فرهنگی کاملاً منعطف هستند. بنابراین اساسنامه های آنها هم بسیار کلی و کوتاه است. دقیق شدن در جزئیات باعث می شود که اصلاً از مرحله اصلی، بیرون پرتاب شوند.

در برخی جوامع جهانی دولت خواسته های خود را بیان می کند و در ادامه برخی گروه ها که با این اهداف همخوان هستند خود را به آنان معرفی می کنند.

وقتی ما درباره حوزه انباشت و انتخاب محصول هنری صحبت می کنیم، پای حوزه کمیت پذیر فرهنگ به میان می آید. خلاقیت تا وقتی تبدیل به محصول نشود قابل ارزیابی نیست. دوم اینکه قابل انتخاب و مبادله هم نیست و دسته آخر وجود خارجی هم پیدا نمی کند. ما در تعریف کمی فرهنگ که قابل برنامه ریزی است و ... به یک تعریف سر راست می رسیم که این تعریف قابل مناقشه نیست.

فرهنگ چیزی است که در اوقات فراغت خلق و توزیع می شود.

یعنی امروز هنرمند حرفه ای، از زندگی هر مه را در تکنولوژی پیشرفت می کنیم و آن را به جامعه عرضه می کند.

*** این نگاه شما به تجربه جهانی در عرصه فرهنگ باز می گردد. اما در تجربه ایرانی اتفاقات دیگری هم رخ می دهد. هنرمند ایرانی در هنگام خلق یک چشم به غرب و فرهنگ جهانی دارد و یک چشم به تجربه های ایرانی.**

هنر ایرانی یک پتانسیل غریب در خود نهفته دارد. اما زمانی که به مرحله اجرا می رسیم در مقابل عرصه جهانی منفعل می شویم.

- نظمی را که من تعریف کردم دقیقاً تأیید گفته شماست. ما امروز در یک جامعه مدرن زندگی می کنیم که این جامعه مدرن وجوه روشنی دارد. یکی از این وجوه مصرف گرایی ماست. ما فرهنگ را هم مصرف می کنیم.

دیگر اینکه کارها بین افراد تقسیم می شود و زمان آدم ها نیز بسیار فشرده است. یعنی زمان بر همه عناصر غالب می شود؛ حتی بر یک اثر هنری. اثر هنری تولید می شود که در زمانی معین مصرف شود و حتی به نوعی تاریخ مصرف پیدا می کند.

**** پس اینجا تکلیف ماندگاری اثر چه می شود؟ ما اثری را امروز تولید و مصرف می کنیم. کارکرد این اثر در چند سال بعد چه خواهد بود؟**

هر اثر هنری باید روح زمانه خودش را هم منعکس کند. شما از موج نوی فرانسه صحبت کردید. امروز ما با یکسری قواعد که از این فیلم ها استخراج می کنیم می گوییم این سینما، موج نو سینمای فرانسه بوده است.

- در این چرخه عرضه و تولید کالای فرهنگی در هر حال آثار ماندگار نیز تولید می شود. وقتی یک کالا فرهنگی مصرف متداول پیدا می کند، آن کالا ماندگار می شود. یک کالایی که استاندارد گرفت و وارد چرخه جامعه شد دائم مورد تقاضا قرار می گیرد. اما برخی دیگر از کالاها پس از مدت کوتاهی دچار ریزش در تقاضا شده و کم کم از بازار فیلم می شود. با همین توجه هم می توان گفت که در دوره مدرن آثار ماندگار بسیار کمتر از دوره سنتی و کلاسیک هستند.

*** چون تجربه در این عصر نقش مهمتری دارد.**

- والبته مخاطب خلاقیت چون نگاهی به جامعه مصرفی دارد، نوعی پوپولیسم به آن حاکم می شود. اما در لابه لای این آثار انبوه تک و توکی اثر استثنایی هم رخ می دهد. این اثر استثنایی به هیچ وجه برای تقاضا نمی آید. شاید جزو معدود حوزه های اقتصادی باشد که وقتی شما به نیاز پاسخ می دهید با تقاضای روز افزون مواجه می شوید. در سایر بخش ها هر چه نیاز بیشتر پاسخ داده شود تقاضا کمتر می شود. اما در حوزه فرهنگ این گونه نیست.

*** ما چه جایگاهی در سید جهانی فرهنگ داریم. کشور آمریکا سالیانه تعداد زیادی فیلم تولید می کند که این فیلم ها سلایق اکثریت مردم را در جهان پاسخ می دهد. اما ما اگر بخواهیم چنین کنیم باید بخشی از سلایق خود را کنار بگذاریم. وقتی می خواهیم در عرصه کتاب جهانی شویم به این نکته می رسیم که زبان فارسی را فقط چند کشور محدود جهان می فهمند. پس باید به زبان انگلیسی توجه کنیم. یا خودمان ترجمه کنیم یا شرایط ترجمه شدن را فراهم کنیم. فیلم های ما را جشنواره های جهانی نشان می دهند. اما این جشنواره ها به اقتصاد سینما کمک نمی کنند. ما باید در اکران های گسترده جهانی با مخاطب همراه باشیم. چرا این اتفاق نمی افتد؟**

- تا زمانی که ما فکر می کنیم در جهان باید قواعد خودمان را عرضه کنیم وضع به همین شکل موجود است. اما اگر پذیرفتیم که قواعد جهانی را رعایت کنیم وضع فرق می کند. ما باید مخاطب جهانی را بشناسیم تا بتوانیم کالای جهانی تولید کنیم. این اتفاق نه در عرصه جهانی که در عرصه داخلی هم صورت می گیرد. ما نمی توانیم امروز مصرف را در داخل کشور هم کنترل کنیم. ذائقه مصرف کنندگان ایرانی هم متفاوت است. این مصرف کننده اگر نتواند از کالای فرهنگی ایرانی استفاده کند به سوی کالای غربی می رود.

سال هشتاد، یکصد میلیون سی دی وارد بازارهای کشور شده است. از این میان وزارت ارشاد تنها محل استفاده ۲۰ میلیون سی دی را شناسایی کرده که خود برای ضبط آثار هنری به آنها مجوز داده است. هشتاد میلیون از این سی دی ها در کشور پراکنده و صرف امور دیگری شده است. آن ۲۰ میلیون هم ضریب نفوذ یک به یک نداشته است. در خوشبینانه ترین وضعیت ضریب نفوذ سی دی ها به تعداد افراد یک سوم بوده است. اما این اتفاق به طور بالمکس در زمینه سی دی های غیرمجاز به رقم سه برابر می رسد.

یعنی اگر تعداد سی دی های مجاز ۷ میلیون بوده، غیرمجازها ۲۴۰ میلیون بوده است. اگر ما امکان تولید مناسب را فراهم کنیم در مقابل فرهنگ ورودی از غرب، چند شانس داریم. اول اینکه افراد تولید کننده در داخل با محیط ایران آشناتر هستند و دوم اینکه این افراد با مخاطب، زبان مشترک دارند و سوم اینکه از مزیت های اقتصادی مثل در دسترس بودن برخوردارند که در رقابت با رقیبان خود جلو می افتند. در جامعه مدرن ما باید تنوع در تولیدات داشته باشیم. زیرا جامعه این تنوع را طلب می کند.

**** در همین جامعه مدرن مخاطب ما هم متنوع شده است.**

با ایجاد تنوع شما این شانس را پیدا می کنید که محصولتان در بازار رقابت انتخاب شود. اما امروز ما خودمان را از این بازار حذف کرده ایم. ما فکر می کنیم اگر محصولات خود را محدود کنیم و از آن حمایت کنیم، مخاطب هم تنها از آن استفاده می کند و بنابراین تنوع را حذف کرده ایم.

*** حالا من می خواهم در این میان به یک نوع حیرانی اشاره کنم. وقتی هم که ما این نیازها را درمی یابیم، تولید کننده نداریم. ما مشکل ممیزی و عدم انتشار مجوز نداشته ایم. مجوز ها صادر شده اند، اما تولید کننده ای وجود نداشته که کار را انجام دهد.**

زمانی که ما در جامعه مدرن و عرضه و تقاضا صحبت می کنیم، یکی از بحث ها، بحث مرغوبیت کالاست. کیفیت اهمیت دارد. در همین مطبوعات تعداد زیادی از افراد درباره فرهنگ صحبت می کنند، چون تملک اقتصادی دارند. در حوزه صنعت این اتفاق نمی افتد. اما در حوزه فرهنگ می افتد. امروز همه آدم ها درباره تئاتر، سینما، کتاب و... اظهار نظر می کنند.

***این برای فرهنگ مزیت نیست؟**

نه، مصیبت است. در کشورهای غربی فردی که سرمایه گذاری می کند، فقط دنبال معادلات اقتصادی خود است. او هیچ گاه درباره کیفیت، عرضه، بازار و... اظهار نظر نمی کند. کارشناسان دیگری هستند که این عرصه را کنترل می کنند. حالا اگر او بخواهد در عرصه صنعت هم سرمایه گذاری کند، به او حق دخالت نمی دهند.

*** من بحث شما را می پذیرم. اما این حرکت را چگونه می توان اصلاح کرد و به نتیجه مطلوب رسید؟**

ما در تمامی بخش ها با مسأله دولت بزرگ روبرو هستیم. امروز تمامی منابع اصلی در اختیار دولت است. اگر در کشورهایی ما می بینیم که در عرضه و تقاضا موفق هستند، دلیل آن را باید در این نکته جست وجو کنیم که اکثر منابع در اختیار بخش خصوصی است. بخش خصوصی به ارزش افزوده و منافع خودش فکر می کند. بنابراین سیگنال عرضه و تقاضای درست را فعال می کند. اما دولت نمی تواند درآمدزا باشد. در بخش فرهنگ نیز ما با مشکلات نظری اساسی روبرو هستیم.

دیدگاه دولت روی فرهنگ کاملاً دیدگاه کنترلی است. دولت در مدل های برنامه ریزی به جای نظم افقی، نظم عمودی را تعریف می کند. در نظم افقی دولت صرفاً سیاستگذار است. اما در مورد جهانی شدن بحث، مسأله دیگری را به چالش می کشد. آن هم جهانی فکر کردن است. امروز نگاه ما به عرصه های بین المللی کاسبکارانه به نظر می رسد.

**** ما در جامعه مدرن با بحث خط کشی یا طبقه بندی بین مخاطب روبرو هستیم. در دوران کلاسیک فیلمی را که آلفرد هیچکاک می ساخت هم باعث خوش آمد متفکرین بود و هم مخاطب عام. اما در جامعه مدرن ما با خط کشی بین سینمای اروپا و هالیوود روبرو هستیم. در دوران جدید کارگردانی مثل تارانتینو فیلمی مثل «بیل را بکش» می سازد که قصد دارد با تجربه های جدید قدم در راه کارگردانی مثل هیچکاک بگذارد که هم مخاطب خاص را راضی کند و هم مخاطب عام را. اما این اتفاق در کشور ما رخ نمی دهد. چرا ما نباید درباره وضعیت مخاطب خود به یک بازخوانی برسیم؟**

چون آنها به بازار عرضه و تقاضا فکر می کنند. آنها فکر می کنند اگر به مخاطب خاص فکر کنند، بازده اقتصادی را از دست می دهند. از طرف دیگر هم نمی خواهند صرفاً کار عام انجام دهند، اما می دانند اگر بازده اقتصادی خوبی هم نداشته باشند، از جامعه مدرن - اقتصادی فید می شوند؛ برای همین بازار برای آنها روزنه به وجود می آورد. خلاقیت را تنیبو نه کمکش می آید تا بن بست را بشکند. اتفاقاً آنها را بگویم سینمای ما اگر هیچ استعدادی نداشته باشد، این راه های برون رفت را خیلی خوب می شناسد. در کن، خارجی ها می گفتند یک ایرانی چطور می تواند درباره نان دو ساعت فیلم بسازد و همه تماشا کنند. ما مشکل خلاقیت نداریم. مسأله این است که اصلاً به بازار فکر نمی کنیم. یعنی هنرمند ما فکر نمی کند که محصولش را قرار است ۵۰ میلیون بیننده تماشا کنند.

*** در ایران آنقدر دولت به سینما پول تزریق می کند که تفکر تهیه کننده را درباره فروش سد می کند. تهیه کننده ما باید فیلمش سه برابر تولید بفروشد تا تازه سربه سر کند.**

در ایران تولید فیلم سودآور است، نه فروش آن.

در تئاتر که اصولاً مسأله فرق می کند. در تئاتر به نمایشگر پول و سالن و... می دهیم و به او تکلیف می کنیم ۱۰ روز یا ۲۰ روز نمایشت را اجرا کن. ما بیشتر به یک میهمانی بزرگ فرهنگی فکر می کنیم. فرهنگ ما در حد برخوردهای شخصی آدم هاست...

**** این رقابت ها تبدیل به یک جریان نمی شود.**

برای همین من معتقدم ما به یک تغییر نگاه نیاز داریم.

*** چه کسی باید این تغییر نگاه را به وجود بیاورد؟**

هنرمندان. امروز ما در عرصه جهانی به بن بست رسیده ایم. حجم کالاهایی که از آن سو می آید، آنچنان مرغوب و متناسب با بازار است که محصولات قبل ما شانس چندانی ندارند. محصول ما در داخل هم وقتی شانس می آورد که در بازار جهانی درست عرضه شده و مورد استقبال قرار گرفته باشد. این محصول اگر جهانی شود، بومی هم شده است.

*** یعنی صدای هنرمان را کو کنیم؟**

بله، این صدا باید آنقدر پرطنین باشد که به خود ما بازگردد. یعنی باید به افق های جهانی برسد با دیوار آنها برخورد کرده و بازگردد.

*** خب این شرایط حالت مرعوب شدگی در مخاطب ایرانی ایجاد نمی کند؟**

- چرا باید ایجاد کند؟ من مثالی می زنم. بخشی از جشنواره ها در جهان ناظر بر مسائل هنری و کیفی فیلم هاست. اما بخش دیگر به اهمیتی باز می گردد که آن فیلم از جشنواره می گیرد. یک آمریکایی وقتی به جشنواره کن می آید می خواهد از آن جشنواره اهمیت بگیرد تا فیلمش را بفروشد. سینمای ما بیشترین اهمیت ها را از جشنواره ها گرفته اما کمترین استفاده را از آنها کرده است. آنجا آدم ها و فیلم های ما را می شناسند؛ اما چون برای ما مخاطب ۵۰ میلیونی مهم نیست و فقط به رأی داورها دلخوشیم احساس رضایت می کنیم.

*** یادم می آید فیلم زیر نور ماه اولین فیلمی بود که توانست از ایران در جشنواره کن جایزه منتقدان را به خود اختصاص دهد. اما این فیلم که متقاضی پخش هم داشت و متناسب با نیازهای جوامع آن زمان هم بود نتوانست به بخش جهانی برسد.**

- من بسیاری از پخش کننده های جهانی را دیده ام که گفته اند ما با شما ایرانی ها معامله نمی کنیم. نه اینکه آدم های بدی باشید. نه، بلکه اصول تجارت را نمی دانید. چرا که تهیه کننده، تولیدکننده فیلم فکر نمی کند که برای پخش جهانی فیلم به یک بازاریاب حرفه ای صنعت سینما نیاز دارد.

**** اما آیا واقعاً بحث با یک بازاریاب حل می شود؟**

- نه ولی ما باید پله ها را یک به یک طی کنیم. من واقعاً دلم سوخت وقتی فیلم خیلی دور خیلی نزدیک را با صدای مونو در جشنواره کن دیدم. باید سینمایمان را در سطح بین المللی استاندارد کنیم و بعد به فروش فکر کنیم. من دیدم میرکیمی فیلم را زیر بغلش زده بود و به کن آمد. فیلم با ۲۰ دقیقه تأخیر شروع شد. تمام اینها روی مخاطب بین المللی تأثیر منفی می گذارد. تازه حالا از فیلم خوششان آمد و خواستند فیلم را بخرند. به چه کسی باید مراجعه کنند؟ آیا سازنده فیلم ایرانی می داند که فیلمش در سطح بین المللی ۱۷ رایت مختلف دارد که قیمت هایش با هم فرق می کند. خب اینها را باید آموزش بدهیم. یک فیلمسازی می گفت از کل فروش بین المللی فیلم فقط پنج هزار دلار دست ما را گرفت.

*** فیلمسازان ما هم خودشان به این قضیه زود راضی می شوند تا یک نفر فیلمشان را می خرد ذوق زده می شوند و باقی قضایا را فراموش می کنند. همین مسأله هم باعث می شود آدم های کوچکی باقی بمانند.**

- دقیقاً مسأله همین است. شاه کلید فرهنگ جهانی در این نکته نهفته. هر کشوری فرهنگش را بیشتر در جهان بفروشد، توانسته فرهنگ خود را غالب کند. اگر روزی فرهنگ ما توانست در بازار بین المللی ۵ میلیارد دلار نصیب خود کند ما فرهنگ خودمان را در داخل هم حفظ کرده ایم. ببینید هزینه گردش سینمای ایران حتی بدون در نظر گرفتن کمک های دولتی یازده میلیون دلار است. این یازده میلیون دلار هزینه ساخت یک فیلم متوسط آمریکایی و دو فیلم متوسط اروپایی است.

حالا ما از تولیدات عظیم صرف نظر می کنیم که این پول دستمزد یک بازیگر ستاره آن فیلم هم نیست. خب هیچ کس در این عرصه سرمایه گذاری نمی کند. اصلاً لازم نیست راه دور برویم. هزینه سینمای ایران نه میلیون دلار است در صورتی که در همین تهران یک نفر یک برج می سازد ۲۰ میلیون دلار. این پول دو برابر هزینه سالانه سینماست با این پول می شود کلی سالن ساخت. کلی فیلم تولید کرد و کلی شغل در جامعه ایجاد کرد. اما این اتفاق هیچگاه در سینمای ما رخ نمی دهد. چون هیچ کس علاقه به سرمایه گذاری ندارد جز دولت. برج ساز می گوید من از این ۲۰ میلیون دلار درآمد کسب می کنم اما از سینما نه.

**** البته این روحیه کاسب کاری در سینما وجود دارد. در دنیا رجعت تارانتینو به هیچکاک است در سینمای ایران به فیلمفارسی. تهیه کننده می خواهد به هر عنوان تماشاگرش را روی صندلی بنشاند اما نتیجه اش می شود تخریب فرهنگی.**

***این گیجی در تمام عرصه های فرهنگ وجود دارد. چون ما دائم دنبال راه فرار می گردیم. اما به نتیجه نمی رسیم. شما می بینید از فیلمفارسی تبعیت می کنند اما فیلم نمی فروشد. اصلاً سمبل فیلمفارسی چیست؟ یک قدم می تواند تغییر نگاه باشد که درباره اش صحبت کردیم. هنرمند باید فرهنگ ایرانی را به زبان جهانی تولید کند. گام بعدی به نهادها باز می گردد که باید بسترسازی کرده و فضا ایجاد کنند. نگاه نهادها هم باید تغییر کند. نهادها باید امر آموزش را نهادینه کنند. سطح عمومی آموزش در حوزه های فرهنگی ما خیلی بالا نیست.**

**** این آموزش ها می تواند در حوزه های مختلفی باشد نه فقط حوزه های تخصصی.**

- بله منظور من حوزه های عمومی است. ما در جشنواره کن با یکی از بازاریاب های حرفه ای سینما صحبت کردیم و گفتند که حاضر هستند به ایران بیایند و برای تهیه کنندگان کارگاه آموزشی بازاریابی بگذارند. حتی سینماگران ما باید زبان انگلیسی بیاموزند. وقتی ما ارتباط صحیح برقرار کردیم فلق هایمان گشوده می شود. گام بعدی می تواند تخصصی شدن در حوزه های مختلف باشد. هیچ ایرادی ندارد یک نفر تهیه کننده، کارگردان، بازیگر، تدوینگر و ... باشد. اما محصولی که توسط یک نفر تولید می شود نمی تواند در حد و اندازه های جهانی باشد. زیرا هر یک از این مسائل کارهایی تخصصی هستند. یک نفر نمی تواند در حد مطلوب متخصص همه این رشته ها باشد. برای من جالب بود که متوجه شدم در انگلستان نهادی وجود دارد به نام پزشکی سناریو. آنها فیلمنامه ها را می خوانند و عیب و ایراد مختلف آنها را می گویند و راهکار پیشنهاد می دهند. یا مؤسسه ای وجود دارد که به شما خدمات ارائه لوکیشن برای فیلمبرداری می دهد. زمان آن رسیده که ما اینها را بپذیریم. حالا که نهادها این تخصص ها را به وجود آوردند باید امکان فعالیت متناسب با تخصص را نیز برای آنها به وجود بیاورد. گام بعد سرمایه گذاری صحیح است. بی شک حوزه فرهنگ حوزه ای است سرمایه پذیر که می تواند این سرمایه را بازگرداند. یافتن سرمایه گذار حرفه ای هم بسیار مهم است. بحث بعد تعریف سطوح ارتباطی با دولت و منابع بین المللی است. اما برای این ارتباط هم باید ابتدا مسأله کپی رایت را حل کنیم. مسأله کپی رایت را هم باید نهادهای صنفی غیردولتی حل کنند. بنابراین ما در حوزه هنرهای تجسمی در خاورمیانه کمترین ارزش مالی متعلق به نقاش های ایرانی ارزیابی شده و این فاجعه آمیز است. آیا هنرمندان ما از یک نقاش قطری کمتر هستند. گران ترین نقاشی معاصری که قیمت گذاشته اند اثری مربوط به مرحوم سهراب سپهری است. دلیل این کم ارزشی هم این است که ما در خارج از کشور نمایشگاه های قدرمندی نداشته ایم.

*** نمایشگاه های ما در خارج از کشور ابتر بوده است.**

- یک گالری در آمریکا توانسته بود در یک سال یک میلیارد دلار اثر بفروشد. برای همین است که می گویم مقوله فنی و تخصصی نشده. ما در زمینه بیمه آثار هنری ارزیاب متخصص نداریم چب جطور یک سرمایه گذار بیاید با خیال راحت سرمایه گذاری کند.

*** اما برای اتومبیل سرمایه گذاری می کند.**

- بله چون می دانند صد تا اتومبیل خریده و یک مبلغ بیمه برای آن پرداخت کرده و هر اتفاقی برای آن بیفتد پولش را باز می گرداند.

این مسائلی که بشردرم زنجیره ای به هم پیوسته است.

*** شاید بتوان کل بحث ها را اینگونه جمع بندی کرد که ما احتیاج به سیستم کاشت، داشت، برداشت داریم. اما قرائت صحیحی از این واژگان صورت نگرفته است. فکر می کنیم کاشت یعنی حمایت از تولید و بعد فراموشی فروش.**

- در برنامه چهارم توسعه قرار بر این شد که هیچ سرمایه ای در اختیار تولید قرار نگیرد. یعنی دولت کمک نمی کند که تولید صورت بگیرد. تولید گر باید در مقام یک فرد اقتصادی کالای خوب تولید کند. اما سرمایه در اختیار مصرف کننده قرار می گیرد تا بتواند از این تولیدات استفاده کند. در حوزه فرهنگ یا رانه هم رانت و فساد را به وجود می آورد و هم سطح کار را پایین می آورد. البته در این هم تردید ندارم که دولت باید به فرهنگ کمک کند. اما باید شکل درست این حمایت تعریف شود.

توضیح

ادامه گفت وگو با دکتر سلطانی یاعنوان آینده پژوهی در تفکر فردا در همین صفحه منتشر می شود

تا زمانی که ما فکر می کنیم در جهان باید قواعد خودمان را عرضه کنیم وضع به همین شکل موجود است. اما اگر پذیرفتیم که قواعد جهانی را رعایت کنیم وضع فرق می کند. ما باید مخاطب جهانی را بشناسیم تا بتوانیم کالای جهانی تولید کنیم

این قاعده کلی در جهان پذیرفته شده که می گوید جهانی فکر کن، بومی عمل کن. اما با بومی فکر می کنیم و طبیعی است نمی توانیم جهانی عمل کنیم. اما دلمان می خواهد جهانی عمل کنیم. تا زمانی که این نگاه را اصلاح نکرده ایم اتفاقی نمی افتد

را هم آوردیم در سینما؛ چه اتفاقی افتاد هیچ.

- متأسفانه نگاه، نگاه کوچکی است. این قاعده کلی در جهان پذیرفته شده که می گوید جهانی فکر کن، بومی عمل کن. اما با بومی فکر می کنیم و طبیعی است نمی توانیم جهانی عمل کنیم. اما دلمان می خواهد جهانی عمل کنیم. تا زمانی که این نگاه را اصلاح نکرده ایم اتفاقی نمی افتد. نگاه به عوض شود ما می توانیم تشخیص بدهیم که وجه جهانی فرهنگ ما کجاست. تا به حال چندین پیشنهاد جهانی درباره تولید فیلم درباره مولانا داشته ایم. مولانا وجه جهانی فرهنگ ماست. اما وقتی موفق می شویم که مولانا را امروز در وجه جهانی او ببینیم، نه وجه تجارت را و پنجمی.

*** اما از این نکته نگذریم که برخی هم از این موضوعات در داخل سوءاستفاده کرده اند و گاهی با نگاه کاسب کارانه به آن اندیشیده اند. این قضیه را چطور می توان همسان کرد که هم حقوق مادی ما حفظ شود و هم حقوق معنوی؟**

- این مشکل جهانی شدن برای همه کشورها وجود دارد. بسیاری از کشورها را می شناسیم که به طور مثال سینمای آنها چون در راستای جهانی شدن قرار نگرفته، آرام آرام فید می شود. این اتفاق در داخل ایران هم رخ می دهد. ما هم اکنون تهیه کننده کاسب کاری هم داریم که دیگر دو دوتای آنها چهار تا نمی شود. وقتی امروز در حوزه های مختلف فرهنگ از اقتصاد صحبت می کنیم گوش هم نیز می شود. چون همه آنها دنبال راه فرار هستند. اما گام های خروج از بحران