

نشریه اینترنتی پُو، هیاهو و دردسرهای پست‌مدرن‌های محلی

حسام‌الدین نقوی

اختصاص نخستین شماره‌ی نشریه‌ی اینترنتی پُو، به صورت ویژه‌نامه‌ی ابراهیم منصفی، بیانگر اهمیت، ماندگاری و تأثیرگذاری این هنرمند فقید و یکی از حرمت‌های ادبی ماست. بدیهی است که این‌گونه نقدها و هماوردهای اندیشه‌گانی به معرفی و شناخت بیشتر او به ویژه در میان جوانان که روز به روز پهنه‌ی گسترده‌تری می‌یابد، بسیار ارزنده و راه‌گشا خواهد بود. اما جای شگفتی است که نویسندگان محترم این شماره مطالبی انتقاد برانگیز از روی عدم آگاهی کامل و گاهی تعمدن به صورت سازمان‌یافته و دیکته شده و یا به قول یکی از نویسندگان این نشریه «نگار به چند دستگاه متنی داده شده و براساس دیتاهای ارائه شده از تمامی این دستگاه‌ها، خروجی واحدی گرفته شده است؛ خروجی‌هایی که گرچه در ظاهر دارای تنوع‌اند، اما عاری از حقیقت‌خوانش متکثراند...» از اینرو لازم است توضیح و تکمله‌هایی گرچه با تأخیر برآن مطالب نوشته شود:

۱- هنگامی که در محافل پست مدرنیستی موضوعی مورد بحث قرار می‌گیرد، همه‌ی اعضای تکلیف خود می‌دانند اصطلاحات یا مفاهیمی را به کار ببرند که مراجع تقلید^۱ آنها یا بزرگان این نحله از نیچه گرفته تا لیوتار، فوکو، بودریار، گی‌دبور، بارت، دریدا، دولوز، لاکان و آدرنو و دیگر نظریه‌پردازان فلسفی و اجتماعی غرب اظهار کرده‌اند، مانند نمایش، وانمایی، کالاشدگی، صنعت فرهنگ، مصرف، قدرت، هنر پاپ و ... و آنها را در اظهار نظرهای خود به کار گیرند و این را علامت فرهیختگی خود می‌دانند؛ بی‌آنکه به درستی و دقیقین این مقوله‌ها را در جایگاه واقعی و تاریخی و بستر اجتماعی پیدایش خود به کار گیرند.

نویسندگان محترم این نشریه، ابزار تحلیل خود را به روی نظریه‌هایی متمرکز نموده‌اند که از سوی نظریه‌پردازان بزرگ فوق در اواسط قرن بیستم در اروپا و آمریکا (غرب) رشد نمود و اتفاقن در زمانه‌ی خودش برای تحلیل و تبیین برخی از نمودهای جوامع سرمایه‌داری و هستارهای اجتماعی آن دیار مقرون به واقعیت بوده و حقایقی را آشکار می‌نمود؛ اما نه برای همیشه و کل جوامع انسانی؛ مثلاً نظریه‌ی کالاشدگی و بیگانگی که به‌وسیله‌ی مارکس عنوان شد و لوکاچ آنرا بسط داد یا نظریه نمایش یا وانمایی که با خیزش اندیشه‌مندانی همچون گی‌دبور و ژاک دریدا عنوان شد و ژان بودریار در پژوهش‌هایی مانند جامعه‌ی مصرفی و نظام اشیاء و سایر آثار خود آنرا گسترش داد و همین‌طور تئوری‌های مصرف و صنعت فرهنگی که آدرنو-هورکهایمر آنرا مطرح نمودند و بازهم بودریار آنرا برجسته نمود و با این شیوه جوامع مورد مطالعه خود را بررسی کردند.

بدیهی است که نظریه‌های فلسفی و اجتماعی، به دنبال تغییرات سریع و پی‌درپی جوامع امروزی دامن در حال تحول و بازآفرینی و آزمون و شکست هستند و تبیین امر اجتماعی از جامعه‌ای به جامعه دیگر تفاوت می‌کند و

^۱ کاربرد این عنوان به این خاطر است که پست مدرنیسم قبل از این که یک دستگاه منسجم نظری باشد، یک مد، یک ایدئولوژی پر از تناقض می‌باشد و این ایدئولوژی نیز مانند ایدئولوژی‌های مذهبی یا سیاسی دیگر مستلزم داشتن رهبران، پیروان، رفتار و باورهای ویژگی‌های مخصوص به خود است. البته این موضوع در مورد همه‌ی آنها صادق نمی‌باشد و در میان نظریه‌پردازان این نحله، اندیشه‌مندانی نیز وجود دارند که نظریه‌های درخور تأمل و عالمانه‌ای را در همه‌ی زمینه‌ها به ویژه فلسفه اجتماعی که پاتوق این مردان اندیشه است دارند.

باید ابزارهای دیگری را برای روشن نمودن موضوعات اجتماعی و فرهنگی خاص هر جمع و جغرافیایی را ابداع و بازآفرینی نمود و یا شرایط انطباق آنرا فراهم کرد و نمی‌توان بدون وجود و حضور شرایط مشابه، جامعه‌ی مورد مطالعه‌ی مثلن ۱۰۰ یا ۵۰ سال پیش غرب را بدون توجه به روند تغییرات سریع اجتماعی آنها را با پارادایم و قوانین پیچیده‌ی اجتماعی جوامع شرق و از جمله ایران برابر دانست و در را بر همان پاشنه چرخاند.

از اینرو برای ادامه‌ی بحث ابتدا لازم است چند استعاره‌ای که پسامدرنیسم و از جمله پست‌مدرن‌های محلی خودمان را جذب خود ساخته است مانند بدل‌سازی یا وانمایی و فروپاشی معنا و مصرف فرهنگی و... را مورد اشاره قرار دهیم.

یکی از نقطه‌نظرهایی که در تمامی این نوشته-که در واقع یک متن می‌باشند-برروی آن انگشت نهاده شده و با اتکاء به آن مطالب نشریه را پیش برده‌اند، موضوع سرمایه‌داری، مصرف و کالاهای فرهنگی و پی‌آمدهای آن و تکفیر این روند است. غافل از اینکه به گفته‌ی ناصر فکوهی مهم‌ترین کارکرد هنر در حوزه‌های اجتماعی آن، کارکرد اقتصادی است. در یکی از این نوشته‌های این نشریه به درستی با مخالف بودن ابراهیم منصفی و حسن کرمی با گره خوردن آثارشان به بازار هنر اشاره شده است، البته با هدف رسیدن به مقاصد مورد نظر خود و با مدح شبیه به ذم. موضوعی که به نظر منصفی و کرمی با ذات زیبایی‌شناختی و هستی‌شناختی هنر ناساز بود؛ البته این موضوع مهم یکی از نظریه‌ی سنتی رایج همان دهه‌ها و ملکه‌ی ذهن روشنفکران آن روزگار بود. در صورتی که با توجه به روند تغییراتی که در جهان امروز مشاهده می‌شود و همان‌گونه که جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی هنر نشان می‌دهد، کارکرد اقتصادی هنر که ظاهراً دورترین کارکرد آن به حساب می‌آید، ضمانتی است اساسی تا هنر را در جهانی محتوم و مبتنی بر اقتصاد بازار متداوم سازد. در این کارکرد برخلاف نظر بوردیاری و آدرنو و هورکهایمر که آنرا ویژه‌ی جهان سرمایه‌داری می‌دانند، از هزاره‌های پیش و آغاز تمدن بشر تاکنون به عنوان عامل تولید ثروت فهمیده می‌شود. ثروت تولید شده همان کالای فرهنگی است که در هر سطح و ارزشی باشد در اصل مبادله‌پذیر بودن آن شکی نیست. هر اثر هنری اعم از شعر و ادبیات و هنرهای تجسمی و نمایشی، پیش از هر چیز کالاهای دارای ارزش مبادله (با بازار) هستند. آیا این واقعیت را می‌توان نادیده گرفت و آنرا روندی منفی به حساب آورد؟ ما در خلاء زندگی نمی‌کنیم و نمی‌توانیم با نگاهی آرمانگرایانه و شعارگونه راه خود را دنبال نماییم؛ بلکه باید با چشم باز حرکات و فعل و انفعالات جامعه‌ی کژمدرن خودمان را به دقت زیر نظر داشته باشیم تا بتوانیم پیچیدگی‌ها و قوانین درونی آنرا دریافته و سپس در مورد آن اظهار نظر کنیم. "مصرف" یکی از دریچه‌های مهم برای فهم جامعه‌ای است که در آن به سر می‌بریم. به نظر مارکس و لوکاچ که در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم می‌زیسته‌اند و در جوامع صنعتی اروپا به سر می‌بردند، زندگی از طریق مصرف در اختیار قدرت قرار گرفته بود و بورژوازی از این راه توانسته بود به دستکاری آدم‌ها بپردازد. در سنت آن روز، پدیده‌ی بت‌وارگی مارکس و شی‌وارگی لوکاچ، مهم‌ترین مفاهیمی بودند که می‌شد از طریق آن به نقد فرهنگی جامعه پرداخت.

در میان نظریه‌پردازان بعد از آنها و اندیشه‌مندان روزگار ما ژان بودریار، فعال‌ترین نظریه‌پرداز در زمینه‌ی فرهنگ مصرفی است؛ یعنی موضوعی که نویسندگان محترم نشریه آنرا عمده و برجسته نموده و تخته‌غاز برروی آن مانور داده‌اند. بحث او مبنی براینکه در عصر ما نظام بازار تولید اجتماعی و فرهنگی بدل به نوعی سامان وانمایی یا

شبیه‌سازی گردیده از ظرافت و قدرت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. ایدئولوژی پست‌مدرنیته بخش اعظم اعتبار خود را وامدار همین موضوع است. با این حال همان‌گونه که منتقدان او عنوان نموده‌اند، تفسیر او که عمدتاً در زمینه‌ی تاکید بر تأثیرات تله‌ویزیون و در مورد جامعه‌ی اطلاعاتی و رسانه‌ای غرب می‌باشد، بیش از حد یک سویه، تلخیص‌گر و چیزی‌نگر است. او آنچه را که تنها به صورت گرایش‌هایی چند در جامعه می‌توان به صورت منطقی نظریه‌پردازی کرد را واقعیتی مسلم فرض می‌کند. بودریار با مکاشفه‌ی آخرالزمانی خود نوعی نظام متکی بر وانمایی یا شبیه‌سازی را طرح و تکمیل می‌کند که در آن هیچ‌گونه امکانی برای عاملیت و کنش ورزیدن ذهن در کار نیست و جدل دیالکتیکی میان ذهن و عین را پایان یافته تلقی می‌کند. بزرگترین خطای مهلک او ادعای بزرگ درباره پایان "امر واقعی" است که برای نخستین بار ژاک لاکان بر روی آن خط بطلان کشید. همان‌گونه که موریس نیز به خوبی نشان داده است کار بودریار در راز و معنای تناظر و انطباق میان گفتمان و جهان فرورفته است. ظاهر بودریار مایل است واقعیت را همان‌گونه که هست بیان کند اما طنز ماجرا این‌جاست که حکایتی که وی بازگو می‌کند این است که دیگر نمی‌تواند "داستان واقعی" را نقل کند زیرا او واقعیت را نفی کرده است. ظاهر امر واقعی و معنا باختگی مورد نظر بودریار همیشه فاقد مرجع دلالت آشکار و در نتیجه همیشه یک معمای پر از تناقض بوده است. بودریار توده‌های مردم اواسط دوم قرن بیستم اروپا یا همان اکثریت خاموش مورد نظر خودش را همچون فریب‌خوردگان بی تفاوت و منفعل یا صرفن بازتاب منفعلی از نیروهای تاریخی اقتصادی و سیاسی‌ای که جامعه‌ی توده‌ای صنعتی مدرن را تأسیس کرده‌اند می‌شناسد. این توده‌ها خاموشند چون که از ابزار بیان محروم شده‌اند، اما در عین محرومیت، حضور مستمر آنها به منزله‌ی نوعی نیروی منفعل تاریخی، فرهنگی، پیوسته هر چیز دیگری را محدود، مختل و متأثر ساخته است.

همتای دیگر بودریار، گی دبور است. او به‌درستی پی برد که "نمایش" محصول مناسبات سرمایه‌داری در غرب است. نمایش در حیات اجتماعی و فرهنگی اروپای آن زمان "رابطه‌ای اجتماعی" بود با مجموعه‌ای از انگاره‌ها و تصاویری که به میانجی آنها در میان انسان‌ها برقرار شده بود. با این حال او همچون بودریار نظام‌های دلالت را با این که به نظر می‌رسید همه‌ی معنا و تجربه را یکسره به شیوه‌های ویژه‌ی خود فروکاسته‌اند، به کلی تمایز بین مصرف‌کننده و شیء مورد مصرف یا ذهن و عین را در روند شکل‌گیری آن، دور از مناسبات اجتماعی منتفی نکرد. در تصور دبور، انسان (مصرف‌کننده، سوژه) هم درون نمایش و هم بیرون از آن قرار می‌گیرد تا جایی که در آن (بازار مصرف) فرو می‌رود و جزیی از آن می‌شود، اما همواره نوعی حس جدا بودن و تقابل با آن را نیز دارد و برخلاف بودریار جایی برای تنفس باقی می‌گذارد اما هر دو، عنصر مقاومت و اعتراض در مقابل قدرت را از سوی مصرف‌کنندگان از نظر دور داشته‌اند.

به گفته‌ی دوسرتو، مردم در زندگی روزمره‌ی خود، هیچ‌گاه تامل از توجه به قدرت اشباع نمی‌شوند؛ بلکه همیشه راه‌هایی برای مقاومت وجود دارد. مطالعات فرهنگی زندگی امروز نشان می‌دهد که زندگی و مصرف روزمره، عرصه‌ی تفاوت‌ها و ناهماهنگی‌ها و خلاقیت‌ها است. به نظر فرهنگ‌پژوهان معاصر، همان‌گونه که فیسک نیز گفته است، کالاها به ویژه کالاهای فرهنگی ناتمام تولید می‌شوند و این مصرف‌کننده‌ها هستند که آنها را تکمیل می‌نمایند. امروزه مصرف‌کننده، مولد، خلاق و فعال درک می‌شود نه منفعل و کالایی‌شده و شیء‌گون. این سخن یادآور گفته‌های

تحریک‌آمیز فوکو و بارت در مورد مرگ مولف است مبنی بر این که خواننده است که متن را تکمیل و تمام می‌کند. اندیشه‌های دوسرتو و فیسک، بیش‌تر از نظریه‌های نیم قرن پیش پست‌مدرنیست‌ها با جوامع ما سازگار و منطبق است؛ چرا که ما دارای جماعتی چند لایه، فرهنگی ترکیبی و موزاییکی، طیف نامتوازی از باورهای پیشامدرن و مدرن هستیم. یعنی شتر گاو و پلنگی که هنوز در وضعیت پست‌مدرن قرار نگرفته است. در ایران طبقات اجتماعی به صورتی که در اروپا شکل گرفت هرگز تحقق پیدا نکرد. از اینرو تئوری‌ها، تمهیدات، برچسب‌ها و مفاهیم، مانند وابستگی به قدرت، طبقه کارگر، شی‌ءوارگی، سرمایه‌داری، کالا شدگی و... نیز توجیه‌کننده و پاسخ‌گوی شناخت جامعه‌ی امروز ما نیست. اصولن صنعت فرهنگ که در کتاب دیالکتیک عقل که در ایران با عنوان دیالکتیک روشنگری منتشر شده است مربوط به حاکمیت فاشیست‌ها بر اروپا است. این کتاب در سال ۱۹۴۷ منتشر شده است. نویسندگان کتاب-هورکهایمر و آدرنو- در مقدمه‌ی چاپ دوم آن که در سال ۱۹۶۹ منتشر شد، تصریح کرده‌اند که «... نمی‌توانیم عبارت‌های کتاب را بدون هیچ‌گونه جرح و تعدیلی حفظ کنیم چنین کاری ناسازگار با نظریه‌ای است که می‌گوید حقیقت واحد هسته‌ای زمانمند است تا جوهری تغییرناپذیر... این کتاب در زمانی نوشته شده است که پایان دهشت نازیسم مشهود بود. با این حال، در مواردی نه چندان معدود، نحوه‌ی بیان و صورت‌بندی [مسایل] دیگر مناسب و گویای واقعیت امروز نیست... حرکت به سوی جذب و ادغام که در این کتاب بازشناخته شده است موقتاً متوقف شده است...» و در ادامه احتمال می‌دهند که آن دوران دوباره برگردد. اما تاریخ هیچ‌گاه به عقب بر نمی‌گردد بلکه دایم در حال تغییر است و همانگونه که آنتونیونگری از نظریه‌پردازان و فعالان حزب کمونیست ایتالیا می‌باشد نیز عنوان نموده است. دوران شی‌ءوارگی و بیگانگی سرمایه‌داری به سر رسیده است و نئولیبرالیسم سرمایه‌داری از طریق کار غیرمادی و تولید داده‌های ذهنی، ذهن و مغز کارگر را سامان می‌دهد. در جهان امروز سرمایه و مبارزات رهایی‌بخش مربوط به آن نسبت به گذشته تغییر بسیاری کرده است.

۲- امروزه هنر را نیز به مثابه یک کالا در نظر می‌گیرند زیرا قدرت دیگر توان تحمیل کالای فرهنگی، برخلاف نظریه فوکو ندارد. از جمله مسائل عمده‌ی جامعه‌شناسی امروز ما شی‌ءوارگی نیست بلکه غلبه بر شی‌ءوارگی می‌باشد و به جای "قدرت" از عزل قدرت سخن به میان آورده می‌شود؛ به این معنا که قدرت دیگر توان تحمیل اراده‌ی خود بر مصرف‌کننده‌ها را ندارد و این کنش‌ها و اعتراض‌ها در حوزه‌ی فرهنگی به شکل مبارزه‌ای برای معنا متبلور می‌شود و نه معنا‌باختگی. مبارزه‌ای که طبقات حاکم تلاش می‌کنند معانی تأمین‌کننده‌ی منافع خود را به شکل عرف جامعه و طبیعی جلوه دهند، درحالی که طبقات فرو دست و مصرف‌کننده در مقابل این روش‌ها به میزان مختلفی مقاومت کرده و می‌کوشند تا معانی‌ای را به وجود آورند که در خدمت منافع خودشان باشد. بنابراین در جهان معاصر مصرف کالاهای فرهنگی به معنی نوعی ارتباط و خلق معنا است نه صرفن مصرف انفعالی. این موضوع را نظریه‌پردازان معاصر در ایران و نیز خارج از ایران مورد پژوهش قرار داده‌اند. از جمله ولن در آمریکا و زیمل در آلمان. به نظر زیمل در جوامع جدید، فرد از یک‌سو آزاد است و فردیتش شکل می‌گیرد و از سوی دیگر خود را در حصار جامعه محصور می‌بیند؛ زیرا دایم به عرصه‌ی آزاد او تعرض می‌شود. در چنین وضعیتی شیوه‌ی خاص مصرف کردن، راهی برای بیان "خود"، در رابطه با "دیگران" است؛ بنابراین مصرف کردن راهی برای اثبات و حفظ اقتدار فردی است. اما مصرف فرهنگی به هر شکل آن، مانند مصرف مواد غذایی یا پوشاک، صرفن یک مصرف

انفعالی نیست؛ بلکه مصرف ابداعی است. از اینرو در صنعت فرهنگ مخصوصن در جامعه‌ی امروز ما همان‌گونه که عباس کاظمی و سایر جامعه‌شناسان و نظریه‌پردازان ایرانی هم نشان داده‌اند، همه‌ی مفاهیم اجتماعی و اقتصادی تغییر یافته و بازهم تغییر می‌کند. معنای مصرف و تولید نیز تغییر یافته است؛ در نفس رفتار مصرفی نوعی مقاومت دیده می‌شود. خوشبختانه در زمینه‌ی صنعت فرهنگ پس از آدرنو و هورکهایمر تاکنون مطالعات زیادی هم به‌وسیله پژوهشگران ایرانی و هم غربی صورت گرفته، از جمله دوسرتو و فیسک که در این زمینه تلاش بیشتری کرده‌اند.

به نظر این دو برخلاف آراء هورکهایمر، مصرف‌کنندگان نادانسته و منفعل کالاهای بسته‌بندی شده را مصرف نمی‌کنند؛ بل که از قواعد و فرهنگ سلطه طفره می‌روند و شیوه‌هایی را به کار می‌برند که در پشت عقلانیت بورژوازی و فرهنگ مسلط سرمایه‌داری خیمه زده‌اند. به نظر آنها مردمان بومی و مصرف‌کنندگان دیگر در درون نظم اقتصادی-فرهنگی مسلط سرمایه‌داری دگرگونی‌های بی‌شماری را ایجاد می‌کنند. آنها برخلاف گی‌دبور که مصرف‌کننده را فردی فرض می‌کند که مصرف‌کننده‌ی موهوم است-زیرا در اروپای اوایل قرن بیستم، چشمان مصرف‌کنندگان و پرسه‌زنندگان داخل پاساژها از پشت ویتترین مغازه‌ها به نظر دبور سفر مجازی‌ای را آغاز می‌کرده و تمایل بت‌واره‌انگارانه‌ی او، مستلزم لمس و تماس جسمی با کالا نبود؛ بل که کالا به شکلی موهوم نمایشی، در ذهن مصرف‌کننده مصرف می‌شد-به همین سبب از نگاه او مصرف‌کننده‌ی واقعی، مصرف‌کننده‌ی موهوم می‌شود و کالای واقعی، به واقعیتی وهم‌آلود مبدل شده و "نمایش" جلوه‌ای همگانی می‌یابد. اما از نظر آن‌دو و برخلاف نظر دبور و بودریار اینها خریداران واقعی هستند و قلم و فرهنگ عرصه‌ی تضاد مستمر (البته خاموش و نامرئی) بین استراتژی قدرت و تاکتیک‌های مصرف فرهنگی است. تفاوت آنها در این است که استراتژی‌ها قادر به تولید و تحمیل‌اند، در حالی که تاکتیک‌ها صرفن توان استفاده و دستکاری دارند.

۳-موضوع دیگر مورد مناقشه‌ی نویسندگان این نشریه در مورد گالری‌ها و سالن‌های شیک است که معلوم نیست به خاطر شیک بودن آن مورد تقبیح و تکفیر قرار گرفته یا اصولن هر نوع سالن و نمایشگاهی؛ زیرا این مکان‌ها از ضروریات قطعی زمانه‌ی ماست و مصرف‌کنندگان فرهنگی از هر قشری ناگزیر از حضور در همین مکان‌ها برای بهره‌برداری از خدمات فرهنگی هستند. حال چه در تملیک دولت و ارشاد باشد و چه در مالکیت خصوصی افراد اما مصرف‌کنندگان فرهنگی از هر طیفی در همین سالن‌های شیک و لوکس تاکتیک‌های خود را اعمال می‌کنند و خود را در درون آنها می‌سازند و مالکیت این مکان‌ها را عجالتن به صورت فضایی درمی‌آورند که به زمان حال تعلق دارد. درست است که مکان جایی است که استراتژی در آن عمل می‌کند، اما گروه‌ها و آدم‌هایی که در درون آن حرکت می‌کنند، با شیوه خاص مصرف و تاکتیک‌های شخصی و ابداعی آنرا به فضای خاص خودشان بدل می‌سازند.

در سنت مارکسیستی تصور بر این بود که در فرآیند مصرف، بیگانگی وجود دارد و مصرف کالا پیامد نوعی اغوا و فریب است. چنین فریبی از دیدگاه مارکوزه و آدرنو(دو تن از نظریه‌پردازان بزرگ غرب) به واسطه‌ی رسانه تقویت می‌شوند. درست است که مارکس مصرف را در نقش کالای مادی می‌دید نه فرهنگی اما اصحاب مکتب انتقادی فرانکفورت، مصرف کالاهای صرفن مادی و اقتصادی به کالاهای فرهنگی هم تسری دادند که عمدتن شامل

موسیقی پاپ سبک و سینمای تجاری هالیوودی می‌شد که حتمن به سالن نمایش نیازمند است. به نظر آنها سرمایه‌داری از طریق مصرف فرهنگی به بازتولید خود کمک می‌کند؛ چنین مصرف فرهنگی‌ای کلیت زندگی روزمره را احاطه و تامل آنرا شیء‌گون کرده است. زندگی روزمره در این سنت و در نوشته‌های رولان بارت جوان، از نشانه‌ها و اسطوره‌ها و ایدئولوژی‌های نظام کالایی سرمایه‌داری اشباع شده است. در نتیجه جایی برای تنفس و صدا و مقاومت مصرف‌کننده باقی نمی‌ماند. چنین دیدگاهی کمتر به مناسبات دیالکتیکی قدرت و ضد آن یعنی مقاومت، به طور همزمان در کردارهای مصرفی توجه شده است. همچنین این گفتمان، تحلیل طبقاتی خود را در مقایسه و همچشمی و رقابت بین طبقات جست‌وجو می‌کند. چنین تحلیل طبقاتی‌ای ناچار مدلی خطی در تبیین جامعه‌ی مصرف (از بالا به پایین) ترسیم می‌کند. در حالی که جامعه کنونی ایران آن هم در رابطه با مصرف موسیقی ابراهیم منصفی یا برگزاری نمایشگاه نقاشی یا پوستر در این سالن‌ها، نمی‌تواند مبنای تحلیل انتقادی در فهم مصرف فرهنگی مورد نظر شما باشد. از اینرو به دلیل عدم ظهور طبقه‌ی بورژوا از سنخ جوامع غربی در ایران بهتر است واحد تحلیل خود را با همان تقسیم‌بندی رایج نظریه‌پردازان اجتماعی خودمان منطبق نماییم. در این تقسیم‌بندی جامعه به دو گروه فرادست و فرودست تقسیم می‌شوند. چنین تقسیم‌بندی‌ای صرفن دارایی‌ها و ثروت را شامل نمی‌شود. بلکه، همزمان ثروت و قدرت و منزلت را نیز دربرمی‌گیرد. همچنین جامعه نیز به دو گروه یا طبقه‌ی بزرگ مدّ نظر مارکس تقسیم نمی‌شود. بلکه گروه‌های فرادست و فرودست، هر دو متکثر و متعدّدند و لایه‌های "جماعت" را شکل می‌دهند و نه حتّا "جامعه" را. همچنین در تحلیل جامعه‌شناختی ایران این تمایزها را نیز باید در نظر داشته باشیم. در جامعه صنعتی اروپا پس از گذار از فئودالیت به دو دسته منافع، و سه حوزه‌ی فعالیت شکل گرفت که شامل منافع شخصی و منافع اجتماعی و سه حوزه‌ی خصوصی، عمومی و سیاسی بود؛ اما ایران‌نویس به دلایل متفاوتی نتوانست همواره در مسیر سامان‌دهی عقلانی جامعه در جهت پیوند این دو دسته منافع و سه حوزه‌ی فعالیت پیش برود و در نتیجه حوزه عمومی زندگی اجتماعی تضعیف و بی‌اعتبار شد و جامعه‌ای به وجود آمد که در اصطلاح جامعه‌شناختی امروز به آن "جامعه‌ی ذره‌ای شده" می‌گویند. همچنین منافع شخصی و خصوصی در منافع اجتماعی و عمومی ادغام و نادیده گرفته شد و حوزه‌ی سیاسی سیطره‌ی گسترده‌تری بر حوزه‌ی عمومی اعمال کرد. در چنین حالتی جماعت‌هایی شکل می‌گیرد که به آن "جامعه‌ی توده‌وار" می‌گویند. در چنین جماعتی که شمشیر دیکتاتوری بالای سر همگان است، هر انسانی دیکتاتور کوچکتری برای انسان پایین‌دست خود می‌شود و تفرد و فردگرایی جوامع مدرن غربی جای خود را به خودمداری و روحیه مستبدانه و سرکوب‌گرانه می‌دهد برای سرکوب و حاشیه‌رانی دیگری و برجسته‌سازی خود. درست مانند ذهنیت غیردموکراتیک و سرکوب‌گرایانه‌ی نویسندگان این نشریه. در جامعه‌ی توده‌وار یا جامعه‌ی کوتاه‌مدت که هژمونی قدرت و دولت بر آن چنگ انداخته سخن از سرمایه‌داری لیبرال، طبقه بورژوا سرمایه‌دار، طبقه کارگر، کالاشدگی ... محلی از اعراب ندارند. بلکه در ایران امروز سرمایه‌داری دولتی و بورژوازی اسلامی میدان‌دار است و ادبیات مارکسیستی و نئومارکسیستی توانایی تبیین و واگشایی درونی چنین جامعه‌ای را ندارد. در جامعه‌ی کنونی و روزگار معاصر هدف و کیفیت مبارزه با حکومت استبدادی نیز تغییر یافته است. همان‌گونه که شمایل و تعاریف سرمایه‌داری نیز تغییر یافته و از سرمایه‌داری صنعتی به سرمایه‌داری لیبرالی و امروزه مخصوصن در آمریکا به سرمایه‌داری کازینویی و از

صنعت فرهنگ به سیاست و فرهنگ زامبی دگردیسی پیدا کرده است. در شرایط معاصر این مبارزه، مبارزه‌ای برای استقرار جامعه‌ی مدنی، احترام و درک حضور دیگری، مدارا و خالی کردن ذهن از پیش‌فرض‌ها و دگم‌اندیشی‌های چپ کلاسیک و سنتی است. هرچند که با توجه به جایگاه محوری غرب و در رأس آن آمریکا در کلیت سرمایه‌داری جهان می‌توان آنرا تا حدودی و با درجاتی از تأثیر عوامل ملی و محلی به دیگر کشورهای جهان و از جمله ایران نیز بسط و گسترش داد اما با توجه به ضدیت حکومت مستقر فعلی با الگوهای جوامع غربی و امپریالیسم فرهنگی و ناخرسندی آن از مظاهر تمدن غربی و تجدد لجام گسیخته، نمی‌توان راه‌گزینی را در آن پیدا نمود. بنابراین مقدمه‌چینی و صغرا کبرای این نشریه اگر نگوئیم از بیخ‌وبن بلکه تا حدود زیادی دور از واقع بوده و قادر به بازنمایی جوامع کنونی ما و نیل به خواست نهایی این نشریه یعنی حاشیه‌راندن ابراهیم منصفی به عنوان رقیب بالقوه از راه تئوری و دست و پا زدن در هنر پاپ و پریدن از روی این همه نظریه‌ها ریز و درشت امکان‌پذیر نمی‌باشد.

بنابراین کالایی شدن یا تولید انبوه موسیقی ابراهیم منصفی چه به شکل اولیه و چه بازخوانی‌شده‌ی آن لزومن یک امر منفی نمی‌تواند باشد. بلکه ابزاری است برای بقای عناصر حافظه‌ی یک نسل و انتقال و تداوم آن. درست است که با این مکانیزم‌ها و قراردادن آن در خط تولید صنعتی به گفته‌ی شما "اصالت" یا هاله‌ی قدسی آن برداشته می‌شود اما در حجم انبوه در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد و در این جا کاربرد فرهنگی موسیقی منصفی ارزشی دوگانه می‌یابد. یعنی هم ارزش زیبایی‌شناختی دارد و هم کاربردی است و این نیز از ضروریات جامعه‌ی امروز است، از این‌رو ارائه‌ی این موسیقی به شکل اولیه‌اش و همانگونه که او با آن ضبط‌صوت لکنته‌اش به جانهاده است؛ تفکری پیشامردن و نشانه‌ی بی‌خبری ما از فرایند تولید موسیقی است. همانگونه که سایر اظهارنظرها مانند: *"منصفی مرا"، "خاک هرمز ما را"، ورود شخص یا اشخاصی خارج از هرمزگان به بهانه‌ی پولورالیسم و با تغذیه از اسطوره‌های پیشین یک اقلیم، کشف ابراهیم منصفی و جزیره‌ی هرمز و ... اندیشه‌ای عقب‌مانده و سنتی است و ته آن برمی‌گردد به دوگانه‌های "خودی" و "غیرخودی" یا "بندری و سرحدی"، "بومی و غیربومی" و این‌گونه ادعاها که بیانگر «ستایش از بدویت و تبدیل فقر به فضیلت و نوعی واکنش انفعالی یا همان مخالفت با غرب‌زدگی و مدرنیزاسیون می‌باشد؛ یادآور گفتمان جلال‌آل‌احمد و دکتر علی شریعتی است و گره‌گاه اصلی پیوند این شیوه‌ی تفکر و ایدئولوژی با سیاست و قدرت نیز متاسفانه همین امر است».*

افزون براین‌ها، منصفی فقط حدود ۲۰ ترانه‌ی پالایش شده و ضبط شده و قابل پخش دارد که آنهم در قبضه‌ی صداوسیما بوده و اجازه‌ی پخش ندارد و سایر کارهای خود که بعضی از آنها را با همان ضبط لکنته ضبط نموده صرفن اتود، تمرین، طراحی موسیقی و اندیشه‌های ابتدایی و مواد خام موسیقی می‌باشند که برای پخش نیاز به تکمیل و گسترش موسیقایی، بازسازی، هم‌نوازی و بازخوانی دارد و آنها را با همین امید برای آیندگان باقی‌نهاده است. زیرا نقاط قوت و ضعف خود را می‌دانست و می‌دانست که در آن شرایط نمی‌تواند و نمی‌گذارند که هنر راستین خود را در زمینه‌ی موسیقی ارائه کند. در این جا با غیبت این پرسش و پاسخ شما روبه‌رو هستیم که برای کارهای نیمه‌تمام این خنیاگر به گفته‌ی شما عاصی و معترض و ارائه‌ی آن چه باید کرد و شما چه راهکاری را پیشنهاد می‌کنید؟

به نظر می‌رسد این همه گارد گرفتن و پرخاشگری ناشی از آن است که نویسندگان محترم این نشریه، همه‌ی شاخه‌های هنری را در شعر که حوزه‌ی تخصصی خودشان می‌باشد خلاصه کرده و پروسه‌ی تولید و کم‌وکیف سایر هنرها نزد آنها مغفول مانده است؛ زیرا هنگامی که در مورد موسیقی صحبت می‌شود ما با منطقی کاملن متفاوت مواجه می‌شویم. تولید موسیقی با تولید یک کتاب شعر یا داستان به کلی متفاوت است؛ زیرا نیاز به مهارت‌های بالایی دارد و به دلیل همین قابلیت‌ها، مانند اجرا، بداهه‌نوازی، ضبط، تمرین، ترکیب با حرکات کالبدی یا بیان بدنی (رقص) و زبانی (آواز) که فراهم نمودن آن برای یک نفر غیرممکن است و حتمن نیازمند حمایت‌های مالی، اسپانسر و شرکت‌های دارای مجوز پخش موسیقی هستند. از سوی دیگر موسیقی جزء غیرقابل تفکیک از زندگی امروز است و امکانات زیادی را برای فرآیندهای هویت‌سازی و هویت‌یابی ایجاد می‌کند و به سرعت می‌تواند وارد بازار شده و قابلیت تولید انبوه داشته باشد؛ ولی همه‌ی اینها نیاز به اشخاص متخصص دارد که ناگزیر باید از آنها کمک گرفته شود. این کمک‌ها می‌تواند از طریق آقای رسولف باشد یا شرکت پخش نغمه‌حصار یا شرکت پخش موسیقی ماه‌ریز، نشر هرمس یا کانون هنر سوئد و ... که قبل از احسان رسولف مرتکب این کارها شده‌اند. بنابراین ورود به بازار هنر، در صورتیکه فرایند کالایی‌شدن به صورتی منطقی انجام شود و با شرکت در بازارهای ملی و جهانی و بعضی از سازوکارهای محافظت‌کننده بتوان، نه فقط از ضربه خوردن به آن هنر و امتزاج آن با هنر پاپ و مردم‌پسند جلوگیری کرد بلکه زمینه‌ی آزادی هنر و هنرمند را نیز فراهم کرد تا بتواند به شکوفایی و تولید خلاقانه برسد، امری ضروری و مثبت است.

برای تقویت هنر و کالاهای فرهنگی نمی‌توان تولیدات هنری بومی را در سطح محلی حفظ نمود و آن را ملکِ مطلق خود تلقی کرد- منصفی من، خاک هرمنز من- بلکه باید در پی آن بود تا فرهنگ و هنر بومی با سایر فرهنگ‌ها سازش پیدا کند تا برای یکدیگر قابل فهم باشند. تفاوت و تنوع فرهنگی یک اصل است و "خودمحوربینی فرهنگی" آفتی است کشنده که خرده فرهنگ‌ها را از بین می‌برد و سبب تخریب خود و دیگری می‌شود. از نگاه انسان‌شناسی هنر در جهان معاصر، فرایند عمومی جهانی شدن سبب شده است که دو حرکت متضاد و در بسیاری از موارد متعارض در این زمینه ظاهر شود. یکی تولید انبوه و همگن‌شدن کالاهای هنری برای دریافت سود بیشتر مانند موسیقی پاپ سُبک، موسیقی مردم‌پسند و فیلم‌های اکشن و تجاری، سوپرمن‌ها و رنگین‌نامه‌ها و ... و دیگر فرایندی ناهمگن به معنی نوعی اعتراض و مقاومت فرهنگی که از خلال آن افراد هرچه بیشتری تلاش می‌کنند تا با تنوع و تفاوت ایجاد کردن در مصارف فرهنگی، برای خود هویت کسب کنند. این امر سبب ایجاد تفاوت‌های زیاد و نوزایی‌های گوناگون خواهد شد. پس راه مقابله با بازار جهانی هنر در جامعه سرمایه‌سالر کنونی که ما نیز در آن گرفتاده‌ایم، جدایی و دوری‌گزینی از آن نیست بلکه باید در مسیر آن قرار گرفت و با ایستادگی و مقاومت جایگاه خود را در آن تثبیت کرد و بپذیریم که همه چیز به سرعت در حال شدن و دگرگونی است از جمله پیش‌فرض‌های نئومارکسیستی اندیشه‌مندان پسامدرن که از حدود چهار دهه‌ی پیش تاکنون در حال افول، بازسازی، تعدیل و دگرگونی و روزآمد شدن است. این تفکر ایدئولوژیک حتا در فرانسه که مهد و مرکز این اندیشه‌ورزی‌ها بود نیز از رونق آن کاسته شده و ایده‌های نوتری در کانون توجه روشنفکران قرار گرفته است. متأسفانه نویسندگان این نشریه چنان به کارها و تئوری‌های مراجع نظری خود وفادار مانده‌اند که حتا از توالی ایستاده‌ی مارسل دوشان که از

پیشکسوتان پست مدرنیته بوده و آنرا در سال ۱۹۶۰ در نمایشگاهی به معرض دید نهاد نیز غافل نشده‌اند و با آگراندیسمان، آن را به شکل توالی فرنگی بزرگی درآورده‌اند که بخشی از یک صفحه‌ی این نشریه وزین را مزین کرده و این نیز از نوآوری‌های درخشان پسامدرن‌های محلی خودمان و شاهکارهای گرافیکی این نشریه است. همچنین سایر طرح‌ها و مطالب این نشریه که برای نشان دادن شخصیت‌زدایی، هنجارشکنی، معناگریزی و بطلان کلان روایت‌ها و سایر آموزه‌های پسامدرن می‌باشد.

۴- شگفتی دیگر نشریه برخورد‌های رودررو و تسویه‌حساب‌های شخصی با دیگرانی است که زمانی از دوستان و هم‌اندیشان هم بوده، و اینک باهم اختلاف نظر پیدا کرده و از گروه آنها خارج شده‌اند، و پیوستاری آن با کارهای ابراهیم منصفی است. مثلن حمله به نمایشگاه نقاشی زرد عمیق که یکی از نمایشگاه‌های نقاشی موفق و دیدنی سال‌های اخیر این استان بود و از معدود کارهایی بود که به قول بودریار به دور و بر خود نگاه نکرده تا هرچه را می‌بیند نقاشی کند بل که بدون پراکنده‌بینی فقط برروی یک موضوع خاص متمرکز شده بود و از جنس نقاشی پرتره بود. البته برپایی نمایشگاه از تصاویر ابراهیم منصفی سال‌های پیش نیز به همت هنرمندان دیگر برگزار شده بود. اما معلوم نیست چرا نویسنده‌ی آن نشریه بدون پرداختن و نقد تکنیک‌ها و خصوصیات فنی این نگاره‌ها مستقیم‌ن نقاش را مورد خطاب قرار داده؛ کسی که بخشی از کار و درآمد این نمایشگاه را به خانواده ابراهیم منصفی تقدیم نمود؟

چرا نویسنده از کنار مسائل ظریفی که در این تابلوها پنهان بود و خلاقیت و ابداع نقاش که در تمامی کارهای او دیده می‌شد با خشونت و بی‌انصافی گذشته است و بازهم با نقل‌قولی از بودریار و فوئرباخ خواسته است کار او را با هنر پاپ و هنر بی‌خاصیت پیوند بزند. آیا تصور اینکه نقاش از نقاشی‌اش درآمدی کسب کند، نشانه‌ی بازاری شدن فرهنگ و هنر است؟ این نیز بیانگر بی‌خبری ما از جهان هنر است؛ بدیهی است که هر نقاش و مجسمه‌سازی برای فروش کارهایش در نمایشگاه، آنرا به نمایش می‌گذارد و پیدا است که نویسنده برداشت سنجیده‌ای از مفاهیم اجتماعی‌ای که در این نوشته‌های خود به کار برده است نیز ندارد. اصولن چنین طرز تفکری بسیار سنتی و واپسگرایانه است. ازسوی دیگر این پردازش دست‌آویزی برای حمله‌ی دیگری به ابراهیم منصفی و به زعم آنها بزرگ‌نمایی او است و فکر می‌کنند با این کناکنش‌ها شهرت و محبوبیت رامی بیشتر شده یا به‌قول یکی از همین نویسندگان "برندیت" او افزایش یافته و عرصه را بر هنرمندانی مثل خودشان تنگ می‌کند.

۵- یورش گازانبری دیگر نشریه به فیلم مستند از زندگی ابراهیم منصفی است. پیشاپیش باید اضافه شود که نقد این نشریه از فروش تی‌شرت با حک یکی دو ترانه‌ی رامی بر روی آن در مراسم رونمایی این فیلم، منطقی و درست است و به نظر نگارنده نیز عملی نسنجیده و غیرفروپخته بود و با جهان ابراهیم منصفی ناساز-هرچند که در کلان فضای کثرت‌گرا، این را نیز می‌توان به حساب علاقه و ابتکار شخصی یکی از برگزارکنندگان مراسم دانست که استقبالی هم از آن به عمل نیامد و گرنه فروش چند عدد تی‌شرت آن هم در محیطی محدود چه تاثیر تبلیغاتی و منافع اقتصادی‌ای می‌تواند دربرداشته باشد. از این موضوع که بگذریم نویسندگان محترم نشریه به خوبی می‌دانند و چنان‌که قبلن هم اشاره شد ساختن یک نمایش‌نامه و اجرای تأثر و یا فیلم، صدها بار بیشتر از تولید یک تابلو نقاشی، مجسمه، انتشار دفتر شعر، هزینه و پیش‌نیازهایی دارد و برای ارائه آن و رساندن به دست

مصرف‌کننده (مخاطب) نیاز به زیرساخت‌ها، روساخت‌ها، برنامه‌ریزی، تشکیل گروه، تهیه لوازم، سالن نمایش و ... دارد و بسیار پرهزینه بوده و جزء سخت‌ترین شاخه‌های هنری هستند که حتا "رسولف‌های داخلی" هم از عهده‌ی انجام آن برنمی‌آیند.

ساخت فیلم "زارهای ابرام" ساخته حامد ذوالفقاری از حدود ده سال پیش شروع شد و به دلیل علاقه‌ی شخصی سازنده، بدون دریافت هیچ‌گونه کمک مالی. اما پس از خاتمه برای نمایش حتمن باید از کانال یکی از شرکت‌های دارای مجوز تولید و توزیع فیلم عبور می‌کرد. اما چون فیلم مستند درآمدی برای آن شرکت‌ها نداشت از زیر بار آن شانه‌خالی می‌کردند تا اینکه آقای رسولف آن هم به خاطر علاقه‌ی شخصی‌اش به ابراهیم منصفی تهیه‌کنندگی آنرا پذیرفت. این فیلم گفت‌وگو محور، یکی از نخستین فیلم‌های این فیلم‌ساز فهیم و جوان بود. بدیهی است که هر فیلم مستندی نمی‌تواند تمامی دربرداشته‌های موضوع مورد نظر فیلم را بیان نماید و همه‌ی سلیقه‌ها را ارضا کند. و این فیلم نیز مانند سایر فیلم‌ها جای بحث و بررسی و نقد دارد. در روز رونمایی از فیلم، دفترچه‌ای که حاوی گزیده‌گویی‌ها و عکس‌های ابراهیم منصفی بود؛ ازسوی کارگردان تحت‌عنوان "گوشواره" به عنوان نوعی بروشور و مکمل فیلم، ضمیمه‌ی سی‌دی فیلم شده بود. نه به عنوان کتاب که در آن نشریه کتاب تلقی شده و از آن با عنوان "فاجعه" نام برده شده است. بدیهی است که اگر کتابی برای فروش بود قاعدتن باید که دارای مجوز، عطف، قیمت، شابک و سایر مشخصات رسمی کتاب باشد. پس چرا عامدانه آن به عنوان یک کتاب مفتضح و فاجعه‌آمیز معرفی شده است. و این‌گونه اظهارات غیر از برخورد شخصی چه معنایی می‌تواند داشته باشد. این دفترچه حاوی گزیده‌گویی‌ها و کلان‌واژه‌هایی بود که درونمایه‌های زندگی، شعر و ترانه‌ی رامی را برجسته کرده و در نوع خود کاری درخور تأمل بود و به درک بیشتر فیلم کمک می‌کرد. حال اگر با سلیقه‌ی ما جور در نمی‌آید یا به کارهای گرافیکی و طراحی جلد این دفترچه ایراد و نقدی متوجه باشد، با چه متر و معیاری برچسب "فاجعه" را می‌توان بر آن زد؟ ازسوی دیگر ساخت فیلم مستند از ابراهیم منصفی چه از طرف این فیلم‌ساز و چه فیلم‌سازان دیگری که در راه هستند، چه ارتباطی به مفاهیم نخبه‌گرایانه‌ای مانند زیبایی‌شناسی دموکراتیک و زیبایی‌شناسی سلطه، حافظه‌ی فراموش‌شده‌ی ملکه‌ی انگلیس، دانشگاه‌های بی‌طرف فرانسه - بورسیه‌های موسسات آمریکایی - اسرائیلی دارد؟ به فرض که یکی از این فیلم‌سازان موهوم هم از چنین امتیازهایی بهره ببرد یا بتواند فیلمش را در جشنواره‌ای نمایش دهد و احیانن جایزه‌ای هم بگیرد، به کجای ذات هنر برمی‌خورد؟ اگر نام عزیز نویسنده بر پیشانی این نوشته نبود؛ خواننده بی‌درنگ فکر می‌کرد یکی از سرمقاله‌های آتشین روزنامه‌ی کیهان را مطالعه می‌کند. چرا به خودمان اجازه می‌دهیم به عنوان ژاندارم محافل ادبی در هر کاری دانسته و ندانسته سرک کشیده، دخالت و اظهار نظر کنیم و برای اثبات و به کرسی نشاندن نقطه‌نظرهای خود، بدون رعایت موازین اخلاقی و حتا قانونی برچسب‌هایی را مانند: "شومن‌های افراطی با توهم پراکماتیکی"، "شیادان بازار هنر"، "برند"، "پدیده‌ای خاکستری و زمینی به نام منصفی"، "تاجران عاشق هنر و پول"، "دلالان فرهنگی"، "بلعیدن میراث فرهنگی این جغرافیا توسط برخی دیگر"، "مصادره‌ی هرمن و منصفی"، "هنر شیک کافه‌ای"، "مافیای هنری" بزنیم و هیاهو به راه بیاندازیم و آسمان با ریسمان پیوند زنیم و با عبارت‌های پرآب و رنگی، یک جریان هنری را که با آن موافق نیستیم یا در حیطه‌ی نظارت ما نیست را واپس برانیم. عبارت‌هایی که نمی‌توان به یکایک آن اشاره کرد و فقط به

چند کلیدواژه‌ی این نشریه اشاره می‌شود که مهم‌ترین آنها عبارتند از گزاره‌هایی مانند: "در وضعیت فراواقعی و اسطوره‌گون، منصفی را در وضعیتی قرار دهند تا جامعه برای مدتی به او احساس نیاز کند".

اگر همین تعبیر ژورنالیستی غیرعلمی را هم از اسطوره بپذیریم که منظور نویسنده از آن بزرگ‌نمایی و تعاریفی است که در برخی از نوشته‌هایی که از سر شیفتگی و اغراق‌آمیز درباره منصفی به نگارش درآمده که مثلن با این یا آن شاعر بزرگ مقایسه کرده‌اند و یا مدح و ستایش‌هایی از او شده که از دایره‌ی واقعیت فراتر رفته، نگارنده با نویسنده‌ی محترم موافق است. اما چگونه می‌توان با دست‌خالی و بدون داشتن تریبون و رسانه و ممنوع‌التصویر و ممنوع‌الصوت بودن، مقام اسطوره‌ای را برای کسی درست کرد؟ مگر اینکه مانند بودریار مردم را اکثریت خاموش توده‌های نادان و بی‌اراده‌ای فرض کنیم که مانند گله‌های گوسفند بتوان آنها را خام دستانه به هرسو که دلمان می‌خواهد بکشانیم و قهرمان‌سازی و قهرمان‌پروری کنیم. ازسوی دیگر اندیشه‌ی اسطوره‌ای در اعماق جماعت‌های توده‌وار شکل می‌گیرد. در صورتی که هواداران ابراهیم منصفی شامل فرهیختگان و جوانان تحصیل‌کرده و دانش‌جویان و روشن‌فکران‌اند و نمی‌توان بدون هیچ‌گونه خمیرمایه و زمینه‌ای برای آنها بت‌سازی (فیتیش) کرد. در واقع خاک پرمایه‌ی اقتصادی به تنهایی برای باروری هنر کافی نیست. این موضوع ممکن است برای برخی از شاخه‌های هنر عامیانه صادق باشد اما مسلم‌ن برای هنرهایی که داغ فردیت بر آنها خورده است، صدق نمی‌کند. هر هنرمندی باید حداقل قابلیت‌های هنری را داشته باشد تا بتواند مخاطبین و هوادارانی را به خود جذب نماید؛ ابراهیم منصفی از نیم قرن پیش این ویژگی را داشته است و به یکی دو دهه‌ی اخیر محدود نمی‌شود. هنر اصلی او موسیقی‌آوازی است و شهرت و اعتبار او نیز بیشتر به خاطر فعالیت‌های موسیقایی وی می‌باشد نه سایر رشته‌های هنری. او این توفیق را داشته است که در سال‌های دهه‌ی ۴۰ و ۵۰ حدود ۲۰ کار را با سرایش ترانه، آهنگ‌سازی و اجرا در استودیوهای رادیو و تلویزیون بندرعباس با کیفیت مناسب ضبط نماید که بارها و بارها از ایستگاه‌های محلی و سراسری ایران پخش شد و به عنوان هنرمندی صاحب سبک و با کاری متفاوت، مخاطبان و دوستداران زیادی را در هرمزگان و به میزان کمتر در ایران پیدا کرد و می‌دانیم که یکی راه‌های موثر و مهم انتشار و فراگیر شدن شعر و ترانه، خواندن آن به صورت آواز است آنهم با صدای خوش و دلنشین. همچنین بازیگری او در چند فیلم کوتاه و نمایش آن در فستیوال‌های داخلی و خارجی و گرفتن جایزه‌ی بهترین بازیگر باعث دعوت‌های مکرر از وی برای نقش‌آفرینی در فیلم‌های فارسی و همین‌طور اجرای موسیقی در مرکز و تلویزیون ملی شد. ازسوی دیگر انتشار شعرهای نو او در مجله‌های معتبر ادبی آن سال‌ها کافی بود تا از او یک "نام" یا به‌قول شما و با لحن غیرمحترمانه مارک یا "برند" بسازد. درست است که در زمینه‌ی شعر نو او نتوانست خود را بپرواند و از جریان‌های تازه‌ی شعری دور بماند؛ اما این به معنی تمام شدن او نیست زیرا او تمامی توش و توان خود را از آن پس در ترانه‌سرایی و موسیقی‌آوازی به کار گرفت و به صورت موسیقی زیرزمینی و محفلی در این اجتماعات شرکت می‌کرد. او آگاهانه خود را در موسیقی‌آوازی غرق نمود زیرا می‌دانست که ساخت معنا در موسیقی و آواز، یک جنبه‌ی محوری از شکل‌بندی هویت جمعی است؛ موسیقی وارد حافظه‌ی جمعی می‌شود. ترانه بر پویایی و دگرگونی فرهنگی اثر گذاشته و خود را با آگاهی جمعی و فردی، در مسیری هدفمند گذشته و آینده را به امروز پیوند می‌زند. به گفته‌ی باب دیلن «از طریق موسیقی می‌توان احساس داشتن هدف مشترک حتا بین کسانی که

سابقه‌ی ارتباط قبلی با یکدیگر نداشته‌اند، (یا به گفته شما خارج از این جغرافیا وارد دنیای منصفی شده‌اند) ایجاد کرد». همچنین موسیقی می‌تواند بازتولید و ضبط و وارد حافظه‌ی افراد به مثابه یک جمع شده به گونه‌ای که می‌تواند در هر زمان و مکانی به یادآورده و فراخوانده شود. راز ماندگاری و ادامه داشتن او ترانه و موسیقی است و نه به زعم شما تبلیغاتی که برای کالایی شدن او صورت گرفته است. شاید او نیز مانند حسن کرمی اصولن کانون‌های هنری که در دهه‌ی هفتاد به بعد از بندرعباس شکل گرفت و برگزارکنندگان آنرا قبول نداشت و نمی‌خواست که در این محافل حضور پیدا کند. در صورتی که در شب‌های شعری که در شهرستان‌ها به عنوان مثال بستک تشکیل می‌شد و فیلم‌های آن نیز موجود است شرکت می‌کرد و این‌گونه نیست که بگوییم "در هیچ جا دیده نشد". پس شهرت و اعتبار هنری (موسیقایی) او ارتباطی با سال‌های اخیر و آقای احسان رسولف ندارد. رسولف پس از خریداری نمودن انتشارات ماه‌ریز که برای انتشار آثار رامی قراردادی پانزده ساله داشت، خود به خود متولی انتشار کارهای او نیز شد. اما به دلیل علاقه شخصی متمم قراردادی را نیز به آن اضافه کرد تا حقوق از دست‌رفته‌ی فرزندان او جبران شود. در واقع مجموعه‌ی این کناکنش، سابقه و عقبه‌ها است که هم اکنون نظر چندین فیلم‌ساز دیگر در خارج و داخل ایران را جلب و درگیر خود نموده تا فیلم‌هایی درباره او بسازند. و در واقع این ویژگی‌های شخصی و اعتبار هنری خود منصفی است که بسیاری را در خارج از این استان به خود جلب نموده. پس با ویراژ دادن و پرش از روی تئوری‌های ریز و درشت نظریه‌پردازان بزرگ غرب نمی‌توان این فعل و انفعالات را به رسولف یا رسولف‌های داخلی چسباند.

۶- از پروپاگاندا و هیاهویی که مجله به راه انداخته است پر پیداست که مسئله‌ی کالایی شدن ابراهیم منصفی و ورود تاجری به نام احسان رسولف به حریم ابراهیم منصفی فقط بهانه‌ای است برای زدن زیرآب ابراهیم منصفی. شکی نیست که فضای انتقادی این نشریه، سرپا شخصی و متأسفانه آمیخته با حقد و بغض است. نویسندگان محترم با چشم بستن بر روی پیشینه و خصلت‌های برجسته‌ی گذشته‌ی او که خواننده را به یاد گفته‌های مراد فرهادپور در مورد منتقدین کیارستمی می‌اندازد، بیانگر این معنی است «که او باید از بلندی به زیر کشیده شود تا شخص دیگری (یعنی خود منتقد) که واجد صفات مناسب‌تری است به جای او بنشیند. چنین فضایی مسلمان نمی‌تواند حتا با دست‌به‌دامن تئوری شدن هم به بیراهه نرفته و خود را از نگاه کینه‌توزانه به مفهوم نیچه‌ای کلمه مبرا کند». اگر به قول رولان بارت به ناخودآگاه این متن‌ها دقت شود به راحتی می‌توان به گفتمان پنهان این مجله پی برد.

«به هر حال او را تبدیل به جنس جفت‌وجوری برای خرید کرده‌اند و آماده‌ی قرارگرفتن در سبد فروش...»
«گاهی می‌بینیم نمایشگاهی از پرتره‌ی متنوع با رنگ‌های برجسته و تند برگزار می‌شود که هدف اولیه از آن فروش تابلوها است...» این مطلب در سه مقاله‌ی این مجله تکرار شده است.

«در گالری‌های دیگری کتابچه‌های شیک و تصاویر رتوش شده در کنار بعضی از افراد خانواده، با تکه‌هایی از ترانه‌های معروف و عامه‌پسند در کنار همان فیلم تبلیغی و فیتیش‌گونه ...» که منظور نویسنده همان بروشور گوشواره است.

«درک و توانمندی‌های رسانه در یافتن مخاطب-مشتري و خریدار و قراردادن هنرمندان در انتظار عموم به شکلی خیلی گسترده...» که معلوم نیست کدام رسانه تصویری یا صوتی است زیرا او ممنوع‌الصوت و ممنوع‌التصویر است. «قدرت به این نتیجه می‌رسد که این بار می‌شود منصفی را از طریق هنرمندان قورت داد...»

«ابراهیم منصفی خنیاگری ضد سیستم-منصفی هنرمند/اعتراضی دهه‌ی شصت/امروز به کالایی در خدمت سرمایه و قدرت تبدیل شده است که می‌شود این پدیده را "رامی‌خواری" خواند» چه بسا این متن هم در راستای این جریان چپ فربه‌ی فریب‌خورده باشد...»

نمی‌دانیم چگونه ابراهیم منصفی که پس از مرگش این دوستان همواره در پی تخریب و کوچک‌داشت او بوده‌اند و در گفت‌وگوهایشان دامن از رمانتیسم و هنر غمگین او، و یا براه انداختن مباحثی چون آیا منصفی نیاز امروز جامعه است، اختلال و به‌هم‌زدن مراسم بزرگداشت او، معرفی او به عنوان شاعر خسته‌ی عاشق پیشه‌ی گوشه‌نشین، چگونه یک شبه از خنیاگر عاشق به خنیاگر عاصی دهه‌ی شصت تبدیل شد درحالی که اشاره شد او تا اواسط دهه‌ی ۵۰ فعال بود و دهه‌ی شصت دیگر در مراسم رسمی ظاهر نمی‌شد. این مدح شبیه به ذم نیز انسان را به یاد سخنان میشل فوکو می‌اندازد که می‌گوید: «همان‌گونه که در ورزش جودو معمول است، بهترین پاسخ به شگرد حریف، عقب‌نشینی نیست. بل که همراهی کردن با آن و تبدیل کردن آن به امتیازی برای خود به عنوان نقطه‌ی اتکاء برای مراحل بعدی است.»

منصفی‌ستیزی این عزیزان-که البته حق مسلم آنها است-از اواخر زندگی او شروع شد. نسلی که در کارگاه‌های شعری دکتر براهنی، شاگردان و هم‌تاهای او و سایر محافل ادبی پست‌مدرن در تهران شرکت کرده بودند و آموخته‌های خود را به بندرعباس آوردند بی‌آنکه اطلاعات دقیق و دانش پایه‌ای در این زمینه داشته باشند چنانکه خود براهنی نیز نداشت. آنها در جلساتی که تشکیل می‌دادند شعر کلاسیک و ادبیات سنتی فارسی و شعر نو نیمایی را به سخره می‌گرفتند؛ از جمله ابراهیم منصفی. زیرا از موج نوین شعر فارسی دورافتاده بودند. حسن کرمی در گفت‌وگو با یکی از همین نویسندگان و در مقاله‌ای با عنوان الماس و خاکستر صراحتن نقد جدی خود را نسبت به ادبیات پست مدرن اعلام کرد. این برخوردها پس از مرگ رامی و بزرگداشت‌هایی که برای او برگزار می‌شد ادامه داشت و پس از حسن کرمی نیز شدت بیشتری گرفت و دامن به طور رسمی و غیررسمی و بعدن در فضای مجازی به مخالفت با وی و آنچه به وی مربوط می‌شد می‌پرداختند و آخرین تلاش آنها گزاره‌های دیگر این نشریه است: «فقدان هنرمند قابل اتکاء در هرمزگان دهه‌ی شصت در کنار سویه‌های ناسیونالیستی نه تنها مانع از برخورد انتقادی او بوده بلکه ابراهیم شاعر را به اسطوره‌ای بدل ساخته تا به کالایی جهت مصرف تبدیل شود...» یا

«در نظام سرمایه‌داری افزون بر طبقه‌ی کارگر دیگر طبقات و بخش‌های اجتماع نیز مبتلا به نوعی شیء‌وارگی شده‌اند...»

در پایان بگذارید خیال همدیگر را راحت کنیم. هنوز کلیه آثار ابراهیم منصفی منتشر نشده است اما قرار است چاپ‌های دوم کلیه آثارش همراه با شش سی‌دی از کارهای صوتی خودش به زودی منتشر شود. با انتشار این آثار که با همان ضبط صوت لکنه ضبط شده‌اند، کلیه آثار صوتی او نیز پخش می‌شود و با انتشار این متن‌های

صوتی مطمئن علاقه‌مندان و هواداران بیشتری به سوی او جلب می‌شوند. از اینرو لازم است که این دوستان از هم‌اکنون خود را برای تاخت و تازهای بعدی هم مسلح کنند زیرا او تازه دارد شروع می‌شود. کارهای او تا کمتر از ده سال دیگر بخشی از میراث فرهنگی ملی ما شده و از آن پس هر کسی به فراخور هنر و سلیقه‌ی خود می‌تواند هرگونه خوانشی را از او داشته باشد. رامی با همین کارهای ناقص و نیمه‌تمام خود هم توانسته است بسیاری را به سوی خود جلب کند. بازخوانی دست و پاشکسته همین ترانه‌ها چه در گوشه‌ی کافه‌ای و چه با شیوه‌های دیگر چنان که تاکنون نیز این چنین بوده وضعیت مناسب‌تری را برای ارائه و شناخت کارهای موسیقایی او فراهم آورد؛ به گونه‌ای که رفته‌رفته رامی دارد به یک ترانه‌سرای ملی تبدیل می‌شود. اشتیاق و تقاضای جوانان از سراسر کشور برای کسب مجوز و اجرای کارهای او که از فرزندانش و همین‌طور کانال تلگرامی‌اش برای کسب مجوز انتشار ترانه‌های او بر روی متن یا تیتراژ فیلم‌هایشان چه در ایران و چه در خارج از ایران از جمله تشدید این گرایش‌هاست. ازسوی دیگر در خارج از ایران در اروپا-آمریکا-استرالیا هر ازگاهی با کسب مجوز از صاحبان اثر کارهای او بازتولید و اجازه انتشار یافته و یا می‌یابند؛ که این هم نشان از بی‌مرزی موسیقی و هم نشانه‌ی محبوبیت و نفوذ کلام و موسیقی ابراهیم منصفی است. چرا با سرهم‌بافی و قلب واقعیات و نشانه‌های اشتباه هر روز و با لطایف الحیل در پی منصفی ستیزی و تخریب او باشیم. اگر فعالیت‌هایی که پیرامون او و آثارش می‌شود با بینش، روش و منش ما نیز متفاوت باشد یا با سلیقه ما جور درنیاید و برای برخوردهای شخصی بین خود و دوستانی که زمانی در فرقه‌ی شما بوده‌اند و اکنون، گونه‌ای دیگر می‌اندیشند را همراه با ابراهیم منصفی له نموده یا به قول خودتان پودر نمایید تا وجه‌ای برای خود دست و پا کنید. اصولن درک ما ایرانی‌ها از جریان نئومارکسیسم و پسامدرنیسم که از اواخر دهه‌ی ۶۰ و ۱۹۷۰ به موازات مبارزات سیاسی و اجتماعی در شرایط نوین سرمایه‌داری اروپا، به درکی خاص علیه مبارزه با سرمایه رسید و در قالب نظرات نئومارکسیسم و پست‌مدرنیسم مطرح شد، به طور کلی مغشوش یا آغشته به غرض‌ورزی‌های ایدئولوژیک بوده است.

با اکتفاء به این اندیشه‌های تاریخ مصرف گذشته و انطباق آن با جامعه کژمدرن و کلنگی ایران و برخوردهای چکشی و نقدهایی که ما را به یاد ترور شخصیت‌های ادبی در نوشته‌های دکتر براهنی می‌اندازد، سرمایه‌هراسی، روحیه‌ی حق به جانب پدرسالارانه، بومی‌گرایی و اینکه هرکس مال این منطقه نیست نمی‌تواند و نباید به هنر، شخصیت‌های هنری و حریم جغرافیایی ما نزدیک شود یعنی لوکالیسم و اندیشه‌های عقب‌مانده‌ی سنتی و ذهنیت پیشامدرن با چاشنی روکشی از تفکرات پسامدرنی، بیم آن می‌رود که بار دیگر در چالش و اشتباهاتی فرو رویم که چپ سنتی و کلاسیک ما گرفتار آن شد و نتایجش را دیدیم. با این امید که انتشار این نشریه تداوم داشته باشد زیرا نقد، گفت‌وگو و برخورد اندیشه است که انسان را می‌سازد و فرهنگی را دگرگون می‌کند اما نه سلاخی شخصیت‌ها. متأسفانه شماره‌ی صفر این نشریه نمره‌ی -۰- هم می‌گیرد.

مهرماه نود و شش -بندرعباس