

افغانستان آزاد – آزاد افغانستان

AA-AA

چو کشور نباشد تن من مباد همه سر به سر تن به کشتن دهیم
بدین بوم و برزنده یک تن مباد از آن به که کشور به دشمن دهیم

www.afgazad.com

afgazad@gmail.com

Political

سیاسی

برتولت برشت

برگردان از: حمید محوی

ویراستار پورتال: موسوی

۱۳ اگست ۲۰۱۹

اپرای چهار پنی- ۱۲

(اپرای گدایان)- ۳۱ اگست ۱۹۲۸

Die Dreigroschenoper

با اعلام نافرمانی مدنی از قوانین و موازین کپی رایت برای ترجمه آثار به زبان فارسی و انتشار آزاد و رایگان در انترنت



Universal-Edition A. G. 1928, 80 Seiten, Erstdruck (Wilpert/Gühning² 12).

۳. «می توانیم سلیقه عمومی را آموزش دهیم.»

روزنامه فرانکفورتر^۱ :

«در حالی که امروز همه کارخانه جات صنعتی می دانند که کیفیت کالاها موجب درآمد بیشتری برای آنان خواهد بود و این متخصصان هستند که می توانند چنین کیفیتی را تضمین کنند، ولی صنعت سینما تا جایی که ممکن است از مشاورت متخصصان دوری کرده و تمام اعتبار خود را به کار می گیرد تا به تنهایی نقش هیأت داوران را در امر سلیقه به عهده گیرد. شبکه صنعتی تجاری سینما، مدعی کارکردهائی است که صلاحیت کافی برای آن را در اختیار ندارد [...]، این شبکه مدعی است که به نیازها و خواست های تماشاگران آگاه است و بر اساس همین ادعا تمام تولیدات سینمایی را تحت تأثیر خود قرار داده است. اگر این بلند پروازی نزد آنان موجب موفقیت های بزرگی می شد، هیچ جای سرزنشی باقی نمی گذاشت. ولی تجربه به ما نشان می دهد که کارگردانانی که برای انحرافی ترین غرایز حساب باز می کنند، و بی گمان در شهرهای دور افتاده ای که هیچ سرگرمی دیگری وجود ندارد، و به همین علت، خودشان را تحمیل می کنند، در نتیجه تجربه نشان می دهد که شبکه صنعتی تجاری که خود را در امر کیفیت فلم با صلاحیت می دانند، علیه منافع تجاری خودشان عمل کرده و از این اشتباه به آن اشتباه دچار می شوند. بسیاری از مشکلاتی که صنعت سینما با آن مواجه شده بسادگی از همین ادعای تاجرانی که خود را کارشناس هنری و تماشاگر شناس می دانند منشأ می گیرد. این موضوع که کارشناس هنری نباشند، به هیچ عنوان موجب بی اعتباری آنان نمی شود، ولی چنان که بخواهند خودشان را به عنوان کارشناس هنری تحمیل کنند، در این صورت فقط می توانند روی فقدان صلاحیت خودشان در امور تجاری پافشاری کنند. در واقع، بسیاری از فلم ها این موضوع را ثابت می کند - اکثریت فلم ها در مرز نازل ترین سلیقه عمومی بوده، و ژرژ زیمل^۲، فلیسوف المانی بروشنی این واقعیت را نشان داده است که حد متوسط همواره در بالای مرز نازل قرار داشته است. بروشنی می گویم، نمی بایستی به دلایل پراگماتیستی فیلسوفان را تحقیر می کردند.»

فرض کنیم به متافزیک مطرح شده در تفاسیری که درباره سینما منتشر می شود، در صفحات نایاب روزنامه هایمان یعنی در صفحاتی که انباشته از تبلیغات نیست دیدگاه فزیک را نیز بیفزاییم، به این معنا که از دیدگاه کاملاً مکانیکی به چرائی و چگونگی سینما بپردازیم (در واقع ممکن نیست که سینما فقط محصول نوربانه چند سرمایه دار مالی باشد که بخواهند آخرین ابداعات فنی و زیباترین اندیشه های نویسندگان را به عموم مردم بشناسانند)، و آن چه را که در پشت صحنه با اضطراب پنهان کرده اند، در جلوی صحنه زیر نور نشان دهیم، و چه این که سینما را به عنوان شرکت تجاری (در وضعیت بد) معرفی کنیم که در خدمت تماشاگران بی شکل و هویت، تصور ناپذیر و در وسعت توده های عظیم به ضرب پمپ به آنها سهم تغییر ناپذیرشان را از تفریح و سرگرمی می خوراند، چنین امری بیشتر از روش های قدیمی متافزیک، به ما اجازه نمی دهد که این آخرین مانع مطلق در هر پیشرفتی را از میان برداریم و آخرین مانع پیشرفت در این جا یعنی چیزی که آن را «سلیقه عمومی» می نامیم. سلیقه عمومی، این پدیده پیچیده، که در عین حال هزینه بردار و درآمد زا ست، موجب توقف پیشرفت نیز می شود. بی گمان تأثیر خریداران روی ساخت و پرداخت محصولات در روندی فزاینده، به نتایج واپس گرائی می انجامد. در نتیجه برای ما مبارزان اجتماعی ضروری خواهد بود که علیه تأثیرات خریداران فلم و سازمان هائی که مرتبط به بازار استان ها هستند اقدام کنیم. با نگاهی موشکافانه تر به چنین افرادی می بینیم که این افراد خود را مجاز به کاری می دانند که در واقع باید به عهده گردانندگان نشریات و متافزیسین های سریالها قرار گیرد و این کار عبارت است از این امر که آنان خود را مجاز می دانند که برای آنچه باب

¹ Frankfurter Zeitung

² Georg Simmel

طبع مصرف کنندگان تشخیص می دهند تصمیم بگیرند. در نتیجه باید علیه این جریان مبارزه کنیم، زیرا که به جرگه واپس گرایان تعلق دارند و علاوه بر این متافزیک دان های ما هیچ مشکلی برای شناسائی آنان نخواهند داشت: زیرا آنان را بسادگی در صفحاتی که به تبلیغات اختصاص دارد پیدا خواهند کرد. در آن جاست که فزیک دانان برای بحث درباره سلیقه عمومی گردهمایی تشکیل می دهند. در واقع، کارشناسی شان به همان نسبت نازل است که متافزیک دانان صفحه اول، ولی گویا که درک واقعیات برای کسب قابلیت بهره برداری از آنها چندان ضروری به نظر نمی رسد.

سلیقه عمومی، برای آنان، چیزی که هزینه بردار و سودآور است، همان بیان اصیل نیازهای واقعی توده های سینما تلقی می شود. بر این اساس به شیوه تجربی عمل می کنند و این تماشاگران با غرایز تند و تیز که از دیدگاه مادی بستگی به تحلیل دقیق آنها دارد، در رابطه با محصولات دقیقاً به شکلی عمل می کنند که گوئی ریشه های این سلیقه در شرایط اجتماعی و اقتصادی توده های سینما رو نهفته بوده است و گوئی این خریداران واقعاً چیزی خریده اند و گوئی کالای خریداری شده بر اساس وضعیت خریدار ساخته و پرداخته و تعیین شده است و در نتیجه گویا که سلیقه نمی توانسته از طریق تأملات و دروس زیبایی شناسی و یا از طریق دگرگونی واقعی و عمیق شرایط تحول یابد. به عکس، متافزیک دانان ما ساخت و سامان جهان را به عنوان موضوعی که گوئی نتیجه ای و یا مسأله ای که به سلیقه ای مربوط بوده ارزیابی کرده و بر اساس همین بینش، برای مثال، نسبت به مسائلی مانند کاربرد اجتماعی احساسات بی اعتناء باقی می مانند و حتی اگر چنین خواستی را هم داشته باشند، دارای دانش و آگاهی ضروری و روش فکری لازم در این زمینه نیستند.

برخی اشکال طنز و حتا سنگینی که خاص آن است تنها حاصل مناسبات موضوعی نیست بلکه در عین حال حاصل ابزار تولید نیز هست. این امر اندکی در راستای موضوعی ست که اخیراً ژهرینگ^۳ در نقد کاپیتان دو کوپنیک^۴ توضیح داده است، چگونه گام نظامی حتا در تقلید مسخره آمیز آن می تواند تأثیر هیجان انگیزی داشته باشد. تا وقتی که فقط علیه معلولی مبارزه می کنیم که علت آن برای ما هنوز ناشناخته است و فقط به انتقاد از عوارض درونی جهانی می پردازیم که صرفاً به عرصه ذهنی محدود می شود، همه خواسته های ما در جهان عملی، یعنی در آنجائی که مبارزه ما عملکرد اجتماعی مشخصی دارد، یک کالای واقعی خواهد بود که فقط به کار فروشنده و خریدار می آید و در بهترین حالت چیزی نیست به جز ساده اندیشی.

مبارزات روشنفکران مترقی علیه نفوذ تاجران مبتنی بر این اصل است که توده ها کمتر از روشنفکران به منافع خود آگاه هستند. ولی توده ها منافع اندکی در زیبایی شناسی دارند در حالی که منافع اصلی آنان در جهان سیاست است، و طرح شیلر^۵ که می خواست آموزش سیاسی را بر اساس زیبایی شناسی ساماندهی کند، در هیچ دورانی مانند دوران ما بی اعتباری خود را آشکار نکرده است. مخاطب آنانی که زیر چنین پرچمی مبارزه می کنند، همانانی هستند که سرمایه مالی فلم ها را تأمین می کنند و در عین حال مؤدبانه از آنها می خواهند که آموزش مصرف کنندگان را نیز به

³ Herbert Jhering

۲۹ فیبروری ۱۸۸۸ – ۱۵ جنوری ۱۹۷۷ منتقد تأثر المان پیشا و پسا جمهوری وایمار (۱۹۱۸-۱۹۳۳) از هواداران برتولت برشت

⁴ Capitaine de Köpenick (Der Hauptmann von Köpenick)

مترجم: فلم المانی به کارگردانی هلموت کونتئر Helmut Käutner که در سال ۱۹۵۶ به روی پرده آمد. سناریو بر اساس داستان واقعی ویلهلم وایت Wilhelm Voigt تبهکار المانی که در سال ۱۹۰۶ خود را به جای افسر پروسی جا زد و به نام کاپیتان کوپنیک به شهرت رسید (کوپنیک نام یکی از شهرهای المان است).

⁵ Johann Christoph Friedrich von Schiller

یوهان کریستوف فریدریش فون شیلر (۱۰ نوامبر ۱۷۵۹-۹ می ۱۸۰۵). شاعر، نمایشنامه نویس و فیلسوف المانی

عهده بگیرند. به بیان دیگر آنها سرمایه داران را به عنوان مربیان توده ها تعیین می کنند. در اینجا می خواهیم ببینیم که این موضوع را عملاً چگونه می بینند. در روند گسترده آموزش : تمام روشنفکرانی که همانند آنان می اندیشند و در سلیقه نیز با آنان مشابهت دارند، این گروه از روشنفکران از سوی صاحبان قدرت مالی برای ساختن فلم برگزیده می شوند، کارگردان، فلم نامه نویس و مانند اینها باید از این سرمایه ای که در اختیار آنان قرار می گیرد برای آموزش مصرف کنندگان استفاده کنند.

در واقع، آنها را به خرابکاری^۶ تشویق می کنند. هیچ جای شگفتی نیست که چنین روشنفکرانی همیشه در رابطه با چنین ادعائی با شور و حرارت بی بدیل و عمیقاً اخلاقی واکنش نشان می دهند. به این ترتیب، دفتر فنی فلم «اپرای چهار پنی» به دلایل اخلاقی از به خطر انداختن سرمایه مالی که به آنها سپرده بودند خود داری کرد و طبیعتاً به همان اندازه ندیده گرفتن چنین امر اخلاقی امکان ناپذیر بوده که تخریب انتقادات امکان ناپذیر است. شاید از طریق شانناژ برخی واگذاری های زیبایی شناختی ممکن باشد، ولی موضوع فراتر از این نیست؟ آیا موضوع فراتر از پافشاری روی تزئینات و ظرافت های چنین محصولات لوکسی نیست؟ ارتقای سلیقه عمومی با ترمیم اشتباهات سلیقه محور در فلم ها امکان پذیر نیست، به عکس فلم را تنزل می دهد. سلیقه نازل عمومی عمیقاً ریشه در واقعیت سلیقه مرغوب روشنفکران دارد. در برخی شرایط اجتماعی، تزئین سازی های محصول لوکس، تنزل دادن آن است. شاید به همین حتما مفهوم محصول لوکس برای سینما، به شکل کمی بی رویه در مورد سینما به کار برده می شود. سینما شاید نقش مهمتری داشته باشد. در هر صورت، کاملاً ضروری است که تحلیل دقیقی از آن چیزی که «سلیقه عمومی» نامیده اند به عمل بیاوریم و می باید بررسی های خودمان را روی نکاتی متمرکز کنیم که به بیان منافع اجتماعی مرتبط بوده و تماشاگران برای دست یابی به آن به سینما می روند. برای انجام چنین کاری می باید کاملاً به شکل تجربی عمل کنیم و به همکاری برخی سینماهایی که مشتریانشان به طبقه خرده بورژوا و مشتریان دیگری که به پرولتاریا تعلق دارند، فلم هائی را به نمایش گذاشته و سپس با به کار بستن ابزارهای مناسب، واکنش آنها را به ثبت رسانیم. در نتیجه قوانین حاصل از آن برای حساب احتمالات صنعت سینما می تواند کافی باشد. به بیان دیگر صنعت سینما می تواند روی آن حساب کند بی آن که برای آن ارزش مطلق قائل شود.

در نتیجه نظریات روزنامه نگاران ما صحیح به نظر نمی رسد : زیرا بهترین فلم ها نیستند که می تواند «سلیقه عمومی» را که تماشاگران سینما باشند متحول کند، بلکه تنها ایجاد تحول در شرایط زیستی آنها می باشد که می تواند به چنین تحولی جامعه عمل پیوشاند.

۴. «فلم یک کالای تجارتي است.»

بیانیه دادگاه فرجام. پاراگراف ۱۳ : «...هیچ دلیلی وجود ندارد که ما بین نمایشنامه نویس و فلم نامه نویس تفاوت قائل شویم و با نویسنده ای که برای سینما می نویسد به شکل دیگری و یا در سطح نازل تری رفتار کنیم. فلم نامه نویس کالائی را که باید در سطح جهانی به فروش رسد در تعداد زیاد می سازد. به همین علت و به دلیل مخاطرات تجاری که در بر دارد، فشار اقتصادی سنگینی را باید تحمل کند. در عین حال باید ارزش دیگری را نیز برای هزینه های تجاری

^۶ مترجم : مترجم فرانسوی کلمه «سابوتاژ» Sabotage را به کار می برد که مترادف تروریسم نیز هست. در دوران ما ناتوی فرهنگی نیز نامیده شده ولی حتا ناتوی فرهنگی که به مثابه ترغیب و یا اسب تروای امپریالیستی برای اهداف تجاوزکارانه تلقی می شود هیچگاه از ایدئولوژی فرهنگ طبقه حاکم بومی به دور نبوده است. در هر صورت موضوع به هنر در جایگاه مقوله ای روبنائی مربوط است که همواره باید زیربنا و مناسبات تولیدی را توجیه کرده قانونیت ببخشد. خود برتولت برشت در نوشته های دیگر اصطلاح « فرهنگ ابتدال » را برای ایدئولوژی طبقه حاکم در نظام سرمایه به کار می برد.

قائل شویم [...]، زیرا از سوی دیگر، مدیریت تجاری نزد سازنده‌ی فیلم که محصولاتش به طور کلی روی ساخت کالائی که باید در بازار به فروش رساند تمرکز یافته، کاملاً متفاوت است. مدیریت تجاری تابع دوران، سلیقه‌ی عمومی، به روز بودن موضوع و رقابت جهانی است، و می‌تواند شامل حال مدیر تأثیری باشد که در سطح شهر خودش عمل می‌کند.»

Kinematographe مجله سینماتوگراف :

«همه‌ی آنانی که با سینما رابطه‌ی حرفه‌ی و تجاری دارند نباید فراموش کنند که با صنعت سینما و افرادی سروکار دارند که روی کارت آنان پول گذاشته‌اند و محصول آنها باید در چندین هزار سالون سینما با موفقیت روبه‌رو شود، وگرنه خیلی بسادگی پولشان را از دست می‌دهند.»

همه روی این نکته کاملاً با هم موافقت و فکر می‌کنند که فیلم حتا هنری‌ترین نوع آن یک کالا است. ولی برخی بر این باورند که این موضوع هیچ خسارتی به اثر هنری وارد نمی‌کند، زیرا وجهه‌ی کالائی آن جنبه‌ی ثانوی دارد و در مبادلات تجاری شکل کالائی است که به جریان می‌افتد و نه شکل هنری آن، به همین علت وظیفه‌ی هنر خواهد بود که آن را از سقوط نجات دهد.

آنانی که چنین باوری دارند، در واقع هیچ تصویری از خصوصیت کالائی ندارند که با چه قدرتی به هر چه دست می‌زند، آن را تغییر شکل می‌دهد. در نظام سرمایه‌داری از طریق استثمار و بزهکاری ست که جهان تماماً به کالا تبدیل می‌شود: ولی این شکل از تغییر و تبدیل نسبت به خود تغییر و تبدیل کمتری دارد.

برخی دیگر می‌گویند که فیلم از اثر هنری قابل تفکیک است زیرا علاوه بر خصوصیتی هنری، دارای خصوصیت کالائی نیز می‌باشد که این خصوصیت برای آن ضرورت حیاتی دارد. این همان موضوعی است که همه از آن اظهار تأسف می‌کنند. بروشنی می‌بینیم که هیچ‌کس نمی‌تواند تصور کند که قرار گرفتن در چنین شبکه‌ی داد و ستدی بتواند برای اثر هنری مفید واقع گردد.

در نتیجه انواع دیگری از آثار هنری باقی می‌ماند که کالا نیستند و یا در حد بسیار ناچیزی خصوصیت کالائی دارند. ولی تنها آنانی که چشمانشان را به روی قدرت عظیم این فرآیند انقلابی می‌بندند که بی‌هیچ شرمی و بی‌هیچ تردیدی تمام اشیای موجود در جهان را در شبکه‌ی کالائی به جریان می‌اندازد، می‌توانند باور داشته باشند که آثار هنری از هر نوعی که باشد می‌تواند از چنگ آن در امان بماند. زیرا مفهوم عمیق چنین فرآیندی این است که هیچ چیزی را بی‌آن که پیوندی با دیگری داشته باشد به حال خود رها نمی‌کند و همه چیز را به هم پیوند می‌زند، به همان شکلی که تمام انسان‌ها را (در اشکال کالائی) به همه‌ی انسان‌های دیگر مرتبط می‌سازد: چنین امری دقیقاً فرآیند ارتباطات است.

در نتیجه ما با دو نظریه‌ی اشتباه سروکار داریم:

۱. خصوصیت کالائی («بد») اثر هنری سینمایی که با مداخله‌ی هنر خنثی می‌شود [هنر می‌تواند از این خصوصیت بد کالا محوری عبور کند]

۲. خصوصیت هنری در انواع هنرهای دیگر متأثر از چنین فرآیندی نیست («بد») که سینما را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

ادامه دارد