

کاربست نظرات برشت در پیام گذاری با محتوای هنری و شکل رسانه‌ای

حسین مستقیمی*

چکیده

در این تحقیق، ما با مستند‌کاوی نظرات و کارهای برشت در حوزه تئاتر و واکاوی آنها در چارچوب ارتباطات اجتماعی، تلاش داریم کار برشت را به منظور بهره‌برداری و بازتولید رسانه‌ای آن، کانون توجه قرار داده و بین محتوای هنری با ظرفیت‌ها و ظرفیت‌های کار رسانه‌ای، پیوندی منطقی برقرار کنیم. تأکید بر وزن رسانه همپای وجه هنر و به خدمت گرفتن ظرفیت هنر در ظرف رسانه و بالعکس، استفاده از قابلیت‌های رسانه در خدمت شکل و محتوای تعالی بخش هنری، سمت‌گیری ما در سبک خاصی از پیام‌گذاری و نیز بازتعریف نقش و جایگاه مخاطب است، چرا که برشت، هدف‌گذاری ارتباط جمعی را با التزام به عنصر جذابیت و سرگرمی در کار هنری، به سویه‌های آگاهی و عمل ناب اجتماعی (praxis) ارتقا می‌دهد. نوشته حاضر، مرور آموزه‌هایی برای دست‌اندرکاران هنر و متولیان امور رسانه‌هاست.

کلیدواژه‌ها

تئاتر، مهندسی پیام، رمزگذاری برشتی، فاصله‌گذاری، پراکسیس

*. دکترای مدیریت رسانه و مدرس دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مقدمه: برشت و تجربه‌های تئاتری

«برتولت برشت» (۱۸۸۹ - ۱۹۵۶) یکی از نظریه‌پردازان عرصه تئاتر است. البته مجموعه نظریات او هرگز انسجام یک نظریه را به خود نگرفت، اما بررسی تحولات فکری وی، ترسیم یک راهبرد نوین است که چارچوب مسلط در تئاتر کلاسیک و عرصه هنر را در هم می‌ریزد.

هنر کلاسیک، به دنبال تهییج مخاطب، با استفاده از تقلید هنرمندانه از طبیعت^۱ و یا احساس ترس، ترحم و شفقت تماشاگر^۲ است. جلوه‌های نوین تئاتر کلاسیک، با تمرکز بر بازی‌ها، معتقد است با تبدیل نقش‌ها^۳ به شخصیت^۴ و جان‌بخشیدن بازیگر به شخصیت، تلاش دارد به نمایش عمق بخشد. برشت با وجود اعتقاد داشتن به عمق در بازی‌ها، آن را ابزار کارآمد برای گذار به هدف متعالی نمایش می‌داند و نه مقصد آن، آن‌چنانکه گاه بازی‌ها تنها نقطه اثرگذاری نمایش هستند.

اما برشت می‌کوشد موضوعی را مطرح کند که مخاطب به آن بیندیشد و این ایده، بهانه‌ای باشد تا او نیز همراه مخاطب شود، دست او را بگیرد و مسیر اندیشه را با هم طی کنند. مهم نیست به کجا می‌رسند، بلکه مهم طی کردن این مسیر است تا آنجا که، می‌توان. به همین خاطر آموزه برشت، سهل و ممتنع کردن این ایده برای تبادل نظر است. (رهنما، ۱۳۵۷: ۳۷)

روایت‌های برشتی نمایشنامه‌هایی هستند که به طور مشخص او مانیسیم معاصر را به چالش می‌گیرد. او در نمایشنامه‌های برجسته‌ای چون «کله‌گردها و کله‌تیزها»، «دایره گچی قفقازی» و «گالیله» به مسأله اخلاق، مسئولیت اجتماعی و نیز قضاوت اجتماعی، زبان و عدالت انسانی می‌پردازد.

برشت از همذات‌پنداری و استغراق مخاطب در داستان و یا بازی بازیگران بیزار است و آن را نوعی از خودبیگانگی انسانی^۵ تلقی می‌کند در حالی که او به دنبال اعتلای درجه

1. mimesis
2. catharsis
3. role
4. personage
5. Alienation

کاربست نظرات برشت در پیام گذاری با ... ❖ ۱۶۱

آگاهی و آزادی مخاطب خویش است. آنچه در صورت متعارف به صحنه می آید، برآیند ذهنیت مؤلف و کارگردان نمایش است و این فرآورده همان «بوطیقا» و یا «محاکات ارسطویی»^۱ است که جنبه کنش‌گری آن برای مؤلف است و مخاطب با فرآورده مواجهه دارد. دغدغه برشت، فرو نهادن وجه آرمانی در زندگی آدمی و کوشش برای تحول بنیادی و عملی درون آدم‌هاست. آامری که نباید در کوشش آدمی برای تغییر و آراستن دنیای بیرونی (بوطیقا/ poesis) فراموش شود. (میرزایی، ۱۳۸۶: ۱۳۴)

در همین راستا او یک حربه را بازشناسی می‌کند. ترفند بیگانه‌سازی^۳ که به فاصله‌گذاری هم تعبیر شده است، در حقیقت همان آشنایی‌زدایی^۴ است که «شکلوفسکی» در ادبیات آن را مطرح می‌کند. منظور از این اصطلاح، در واقع به هم زدن عادات ادراکی مخاطب و حرکت بر لبه عادت و هوشیاری اوست. حرکت بر این باریکه مستلزم دقت در ارائه پیام و درک دوگانه‌ای است که خود برشت بر بعضی از آنها اشاره دارد. (رهنما، ۱۳۵۷: ۵۴)

جدول ۱

انباشتن عناصر نامفهوم تا جایی که فهمیدن آغاز شود.	کمیت - کیفیت
بازنمایی خاص در عام به عنوان فرایند شخصیت‌پردازی	Typique - unique
عنصر تحول در دیدگاه مخاطب	نقد - استغراق
عنصر تعارض عمل و عواقبش	انسان - اوضاع پیرامون
فایده عملی داشتن دیدگاه نظری	نظر - عمل
بیگانه سازی به عنوان فرایند فهمیدن	فهمیدن - نفهمیدن

برشت در پرهیز از استغراق مخاطب و خرق عادت ادراکی وی از داستان‌گویی و اتکا به روایت داستانی پیچیده دوری می‌کند و به نوعی تئاتر روی می‌آورد که آن را تئاتر حماسی

1. poesis

2. praxis

3. Verfremdung : <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/335237/Verfremdung>

4. Estrangement

(epic theater) می‌نامد. تمایزات این نوع ایده‌آل تئاتر برشت را در مقابل ارسطویی می‌توان اینچنین برشمرد: (رهنما، ۱۳۵۷: ۵۳)

جدول ۲

تئاتر کلاسیک یا ارسطویی	تئاتر داستانی*
صورت نمایشی تئاتر صحنه	شکل داستانی آن صحنه
واقعه‌ای را مجسم می‌کند	حادثه‌ای را بیان می‌کند
تماشاگر تحت تأثیر احساسات قرار می‌گیرد	تماشاگر را به فکر وا می‌دارد
سبب خمودگی او می‌شود	تماشاگر را به فکر می‌اندازد
عواطفش را برمی‌انگیزد	او را به تحرک وادار می‌کند
تماشاگر را با سرنوشت آشنا می‌سازد	به او نکات تازه می‌آموزد
بیننده در گرداب مسائل غرق می‌شود	فقط با مسائل روبرو می‌گردد
به او تلقین می‌شود	از او دلیل می‌خواهند
از مرحله احساسات پا بیرون نمی‌نهد	به معرفت و شناخت می‌رسد
هیجان در پایان نمایش	هیجان در طول نمایش
هر صحنه تابع صحنه‌های دیگر	هر صحنه مستقل برای خود
رویدادها در مسیری مستقیم	اتفاقات در مسیری دایره وار

*. برشت در سال‌های واپسین عمر به جای تعبیر «تئاتر داستانی» اصطلاح «تئاتر دیالکتیکی» را به کار می‌برد. در «تئاتر دیالکتیکی» علاوه بر اینکه عناصر داستانی وجود دارد، به مسأله «تضاد» به مراتب بیشتر تکیه می‌شود.

ادامه جدول ۲

تئاتر کلاسیک یا ارسطویی	تئاتر داستانی*
جهان به صورتی که هست	جهان به شکلی که خواهد بود
کاری که بهتر است آدمی انجام دهد	کاری که باید آدمی انجام دهد
نشان دادن غرایز انسانی	کاوش کردن در انگیزه‌های او
فکر کردن به عنوان تعیین‌کننده هستی	اجتماع به عنوان تعیین‌کننده فکر
انسان موجودی شناخته‌شده و غیرقابل تغییر	انسان موجودی تغییرپذیر و دگرگون‌ساز

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

برشت، آشنایی چندانی با نشانه‌شناسی ندارد، اما تفکیک میان متن نمایشی و اجرای حاصل از آن، درک عمیقاً نشانه‌شناختی او را نشان می‌دهد. چرا که متن نمایشی یک قابلیت^۱ حاوی ملاحظات و دقایق ذهن نگارنده است که نمی‌باید در اجرای صحنه^۲ این ملاحظات فدای روایت صرف و یا بازی‌های آن شود. از همین‌روست که اجراهای برشتی از دیدگاه طیفی از منتقدان هم‌دوره وی، اجراهایی خشک ارزیابی می‌شد. (یانتس، ۱۳۸۰)

طرح بحث: فقر ارتباط‌گیری هنری – رسانه‌ای

«تماشاگر را باید تغییر داد، نباید گذاشت تماشاگر در گرداب انتظار، غافلگیری، دلهره و رحم غرق شود، او باید در قبال وقایع نمایش، توانایی اندیشیدن را داشته باشد و هدف تئاتر حماسی و فن بیگانه‌سازی من، همین است. من تماشاگر را به مقابله، امیدواری و به داوریش می‌خوانم.» (برشت: ۱۳۷۵ : ۱۲۴)

* برشت در سال‌های واپسین عمر به جای تعبیر «تئاتر داستانی» اصطلاح «تئاتر دیالکتیکی» را به کار می‌برد. در «تئاتر دیالکتیکی» علاوه بر اینکه عناصر داستانی وجود دارد، به مسأله «تضاد» به مراتب بیشتر تکیه می‌شود.

1. Competence
2. performance

آنچه متفکرانی چون «نیل پستمن» آن را به چالش می‌کشند، کارکرد رسانه‌های نوین نظیر سرگرمی آموزشی، سرگرمی اطلاعاتی^۱ است که عنصر سرگرم‌سازی در آنها به محتوای غالب بدل شده و سایر وجوه را به حاشیه رانده است.

از طرفی، هنر به عنوان یک محتوای فرهنگی و نیز یک شکل و زبان در خدمت انسان و یک ضرورت در روند تکامل اجتماعی، برای بیان احساسات و افکار فردی و اجتماعی مدنظر است. (فیشر، ۱۳۵۴: ۸) این شکل و محتوای غنی، در مواجهه با مخاطب تبدیل به رسانه می‌شود و رسانه در چگونگی مواجهه با مخاطب و جذب وی، به شکل‌ها و محتوای هنری پناه می‌برد. در راستای چنین همبستگی دوسویه‌ای، سوال اینجاست که هنرمند مؤلف به عنوان ارتباط‌گیرنده با چه هدفی ارتباط برقرار می‌کند؟ محتوای هنری در فرایند ارتباط جمعی، با چه تغییراتی روبروست؟ آیا همبستگی شکل و محتوای هنری، آن‌چنان که در کلام مک لوهان «رسانه همان پیام است» تجلی می‌کند، نیاز به تبیین ارتباطی ندارد؟

اگرچه در بسیاری از محصولات رسانه‌ای با فقر محتوا و یا در سیاستگذاری‌های رسانه‌ای با رویکرد عوام‌زدگی برای جذب مخاطب روبرو هستیم، این ضرورت خودنمایی می‌کند که به یک بازتعریف در هدفگذاری و یک سازوکار عملی و اجرایی متوسل شویم و ما قصد داریم با ارائه یک تیپ ایده‌آل در عرصه تئاتر این هدف را ترسیم و انتقال آن از رسانه تئاتر به سایر رسانه‌ها را ارزیابی و مسیریابی کنیم. به نظر می‌رسد رمز این انتقال در رسیدن به مغز^۲ و مغزافزار^۳ این الگوی آرمانی و رمزگشایی از آن باشد. فرصت فناوری نیز، تحولات بنیادینی را در حوزه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری رسانه‌ها سبب شده است که می‌باید حمایت مغزافزاری شود. دستاوردهای ناشی از پیدایش شبکه جهانی و درگاه وب و نیز حضور رسانه‌های خرد با درجه انتخاب‌گری و کنشگری بالا، نیاز به هدایت و مهندسی هنرمندانه پیام در عرصه ارتباطات اجتماعی، بدون سویه‌های ایدئولوژیک دارد. (Benjamin, 1973)

1. Edutainment, Infotainment, ...

2. hardcore

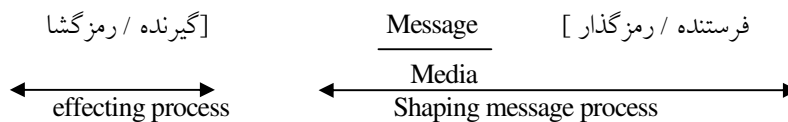
3. brain-ware

کاربست نظرات برشت در پیام گذاری با ... ❖ ۱۶۵

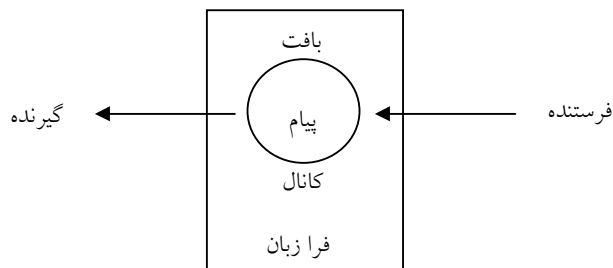
صورت‌بندی پارادایم کلاسیک ارتباطی

در رویکرد هرمنوتیک، مخاطب در مواجهه با متن یا پیام، در جایگاه مؤلف می‌نشیند و به تفسیر آزاد مبادرت می‌کند. برشت آغازگر سنت نوینی بود که در آن مؤلف در جایگاه مخاطب می‌نشیند و در این همنشینی هم می‌آموزد و هم می‌آموزاند و این رویکرد به شدت از پارادایم‌های کلاسیک ارتباطی، که به جدایی مخاطب از مؤلف مبتنی است و هیچ کدام نمی‌توانند جای دیگری را بگیرند، دور است. (خجسته، ۱۳۸۷: ۴۰)

در الگوهای کلاسیک ارتباطی، (هنرمند/مؤلف) می‌آفریند و مخاطب در مواجهه با آن تأثیر می‌پذیرد. نحوه ارتباط در کار هنری یا به صورت متن و یا پیام می‌باشد. در متن عنصر انسجام وجود دارد. اما پیام، اجزاء بنیادینی هستند که چیدمان یا تدوین آنها، در معنا بخشیدن به آنها حائز اهمیت است.



مدل کلاسیک ارتباطی «رومن یا کوبسن»، مدلی اساساً نشانه‌شناختی است که به رمزگذاری و رمزگشایی میان فرستنده و مخاطب مبتنی است. یا کوبسن در مدل خود وجوه تأثیرگذار بر شکل‌گیری پیام را به صورت وجوه واسطه ذکر می‌کند و کارکرد هر کدام را که کارکرد غالب است، یادآور می‌شود. (یانسن، ۱۳۸۰: ۲۶)



Message shaping capsule

یاکوبسن شکل‌دهی به پیام را تحت سیطره فرستنده و عواملی که پیام را دربرمی‌گیرند، برمی‌شمارد. این مسیر، شکل و محتوای پیام را می‌سازد. بافت یا محیط، معنای پیام را متجلی می‌کند. کانال نیز شکل و ارائه پیام را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کانال به تعبیری همان عنصر رسانه در جمله معروف مارشال مک‌لوهان است: «رسانه، همان پیام است.» این جمله مک‌لوهان میزان تأثیر این مؤلفه را بر شکل‌دهی به پیام می‌رساند.

اما بعد فرازبانی پیام، نشانه‌هایی است که در پیام مستتر است و معانی تلویحی با خود دارند. استفاده برشت از شعر، موسیقی، تصنیف، زبان محاوره یا زبان فخیم، بازی‌ها، دکوراسیون، نورپردازی و سایر عوامل، همگی بهره‌برداری از زبان تئاتر است. اما استفاده از تصاویر متحرک در یک نمایشنامه و یا مخاطب قرار دادن تماشاگران حین اجرای نمایش توسط بازیگر می‌تواند یک فرازبان در تئاتر باشد. در این میان برشت، از عناصر فاصله‌گذاری نیز کارکردی نظیر فرازبان را مدنظر دارد. در حقیقت فرازبان مدل یاکوبسن تا حدی معادل فاصله‌گذاری برشت است.

تابلوی «رنه ماگريت» حاوی عکس یک پيپ همراه با جمله فرانسه “ce n'est pas une pipe” این یک پيپ نیست، در حقیقت حاوی فرازبان در نقاشی است که همین جمله نوشتاری است. البته میدان عمل فاصله‌گذاری برشتی نه تنها از عناصر بینامتنی بلکه از عناصر خود متن هم برای فاصله‌گذاری و «به خود آوردن مخاطب» استفاده می‌شود. (Eco, 1979)

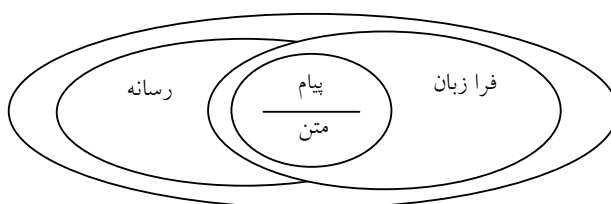
«دورنمات» در نمایشنامه «ملاقات با بانوی سالخورده» در صحنه پایانی که قهرمان محکوم به مرگ را به دادگاه کشانده‌اند و در انتظار اجرای حکم اعدام او هستند، درخواست قهرمان را برای کشیدن آخرین نخ سیگار، مطرح می‌کند و تماشاگران شاهد هستند که بازیگر، یک سیگار را در سکوت و سکون تمام بازیگران صحنه و تماشاگران، در کمال آرامش و وقار تا به آخر دود می‌کند. فرصت کشیدن این سیگار، فرصت تأمل و تفکر است به تماشاگران که آنچه را تا به حال رخ داده، مرور کنند و دادگاه، صحنه را یک‌بار هم در وجدان و شعور خویش برپا کند. (رهنما، ۱۳۵۷: ۳۴)

کاربست نظرات برشت در پیام گذاری با ... ❖ ۱۶۷

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

ما نمی‌خواهیم با تسامح، فرازبان یا کوبسن را هم‌ارز فاصله برشتی بگذاریم ولی وجوه دیگر آن را، در ادامه بازشناسی خواهیم کرد. اجازه بدهید با توجه به جانیشینی و همنشینی مخاطب و مؤلف در نظریات برشت، مدل یا کوبسن را به دور از این دو مؤلفه و با تمرکز بر کیسول شکل‌دهی پیام بررسی کنیم و آن را به صورت ذیل ترسیم کنیم؛

بافت



پیام در کیسولی این چنین شناور است در حقیقت، فرستنده پیام مدنظر خود را بسته‌بندی کرده و برای مخاطب می‌فرستند و مخاطب برای درک معنای مورد نظر مؤلف، ناگزیر از بازکردن این بسته و رمزگشایی از آن است. اما نظریات کلاسیک ارتباطات برای سوبه مخاطب هیچ ایده‌ای ندارند، اما برشت ظاهراً دل‌مشغول مخاطب است. آنچه برشت بیان می‌کند ما را به این حقیقت می‌رساند که این شکل نظری ارتباط از محتوا و شکل پیام شناخت علمی به دست نمی‌دهد و در حقیقت ترسیم بالا، فقط مکان نمایی و تعیین قلمرو هسته مرکزی پیام در سه بافت تودرتو است، چرا که فرازبان و کانال هم در حقیقت دو بافت جزئی‌تر هستند که شکل و فضا را برای پیام تجویز یا تحمیل می‌کنند. اما از محتوای پیام با ما چیزی نمی‌گویند. پس بهتر است مؤلفه‌های محتوایی پیام را بررسی کنیم.

هر پیام حاوی حداقل چهار مؤلفه است: (عشایری، ۱۳۸۶)

۱. وجه نحوی (syntax scheme)

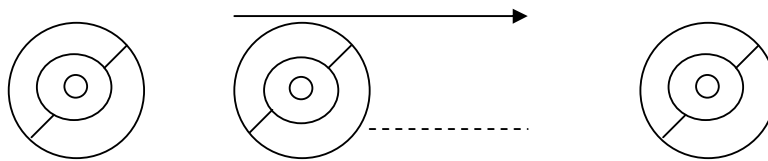
۲. وجه معنایی (semantic scheme)

۳. وجه عاطفی (emotional scheme)

۴. وجه عملی یا آرمانی (pratique schème)

مواجهه انسان با هر متن یا پیام، لاجرم مواجهه با این اجزا به صورت یک واحد مستقل یا به هم پیوسته است. به بیان دقیق‌تر، مواجهه با پیام در مقام مخاطب هنگامی صورت می‌گیرد که این اجزا برای ما رمزگشایی و تفکیک شده باشد، اما با کدام ترتیب و توالی؟ این تأثیرپذیری در وهله اول مواجهه با نحو پیام است و بلافاصله رمزگشایی معنایی پیام هم صورت می‌گیرد. لذا ما رمزگشایی این دو جزء را همزمان تلقی می‌کنیم. در وهله دوم پس از درک معنایی، عنصر عاطفی رمزگشایی و در ما احساسی را برمی‌انگیزد و در نهایت برانگیخته‌شدن این احساس می‌تواند به واکنش بینجامد که وجه عملی پیام است؛ لذا تأثیرپذیری مخاطب از پیام، یک پیام اثرگذار است.

آنچه به صورت معمول و متداول صورت می‌گیرد، زنجیره‌ای از بسته‌های پیام است که در آنها پوسته پیام که حاوی اجزای نحوی و معنایی است و حرکت بیشتر افقی و در سطح است که رشته‌ای از پیام را در یک تدوین مشخص در پی دارد و در پی آن وجه عاطفی نیز تغییر می‌کند، اما معمولاً وجه عملی پیام مدنظر نیست.



مبادله پیام در چنین بستر و با چنین تمهیدی، سویه‌های مخاطب و فرستنده را به هم نزدیک می‌کند و تنها برای فرستنده یک «ابتکار عمل» به جای می‌گذارد. ابتکار عمل در تدوین و چیدمان پیام در متن یا ساختار غیرمتنی. این ابتکار نیز می‌تواند در خدمت بداهه‌پردازی و آشنایی‌زدایی از عادات ادراکی مخاطب و عامل رغبت و انگیزش وی به دوام ارتباط باشد.

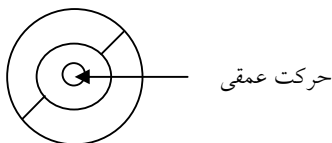
پیام‌گذاری به سبک و سیاق برشتی آن (این انتساب صرفاً نامگذاریست)، محتاج درک جدلی از فرایند فهم مخاطب است. (ر. ک. جدول ۱) فن بیگانه‌سازی یا آشنایی‌زدایی در

کاربست نظرات برشت در پیام‌گذاری با ... ❖ ۱۶۹

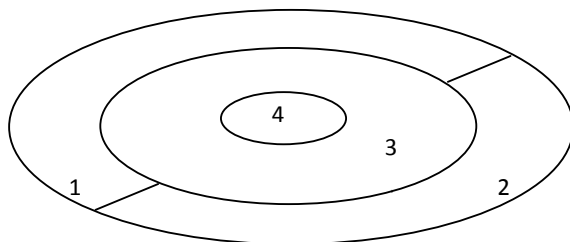
❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

واقع حرکت در مسیر همین فرایند است. در پیام‌گذاری برشتی، هویت نحوی و معنایی، چنانچه هویت حسی - عملی آن، یک هویت دوگانه نیست، بلکه در هر لحظه، یکی دیگری را در خود هضم می‌کند^۱ و در حقیقت نقش تز و آنتی‌تز را بازی می‌کنند. حتی کنش جدلی میان عناصر نحوی و معنایی با عناصر حسی و عملی هم مدنظر است و در حقیقت همین کنش، تعادل ظریفی را میان وجه تفنن و وجه تنبه در کار هنری باعث می‌شود، چرا که یکی استلزام برای استمرار ارتباط با مخاطب و دیگری هدف از ارتباط با مخاطب است. (خجسته، ۱۳۸۷: ۴۲)

عنصری نظیر روایت، ابزار است که مخاطب را در یک مسیر افقی و حرکت بر پوسته پیام‌ها نگه می‌دارد و از حرکت عمقی به هسته پیام باز می‌دارد.

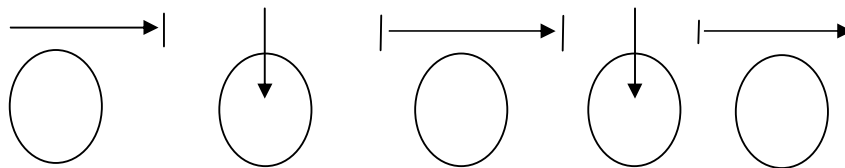


برشت عمیقاً به این باور است که این حرکت افقی نوعی تحمیق مخاطب است که او را به احساسات ملودرام سوق می‌دهد و از اندیشه باز می‌دارد و البته در کار برشت یک دیدگاه کمال‌گرا هست که او را جستجوگر یک آرمان و یک عمل ناب اجتماع می‌سازد و این وجه آرمانی همان نوآوری برشت برای دنیای هنر است. برشت به جای catharsis ارسطویی، praxis را می‌نشانند.



1. (در زبان آلمانی این فعل معانی متضاد حذف کردن و حفظ کردن، تولد و مرگ را با خود دارد!)(auf-heben).

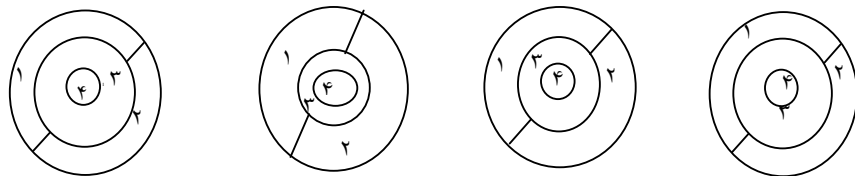
برشت برای این حرکت عمقی پرهیز از حرکت افقی را تجویز نمی‌کند، بلکه تقطیع در آن را لازم می‌داند تا در فاصله تقطیع‌ها، مخاطب فرصت این حرکت و مجال آن را بیابد. معادل‌گذاری کلمه (verfremdung) به فاصله‌گذاری از این رو شایسته تقدیر است.



انواع چیدمان و نسبت‌های محتوای پیام

به نظر می‌رسد هدف‌گذاری ارتباطی و جنس مخاطبان هدف، عواملی هستند که پیام‌گذاری ما را تحت تأثیر قرار داده و نسبت حضور مؤلفه‌های فکری و احساسی و یا بار عاطفی و یا اندیشگی آن‌را در لفافه طنز، درام یا گونه‌های دیگر بیان هنری رقم می‌زنند.

نسبت حضور عناصر در رمزگذاری‌های مختلف



برشت با شکستن پارادایم اثرگذاری^۱ بر مخاطب، هدف رسانه خود، یعنی تئاتر را، تحول درونی مخاطب می‌داند و آن را جریان معکوس بر ضد عناصر متداول نمایش که به از خودبیگانگی مخاطب می‌انجامد، ارزیابی می‌کند. برای رسیدن به این هدف بود که برشت به بیگانه‌سازی یا فاصله‌گذاری متوسل شد.

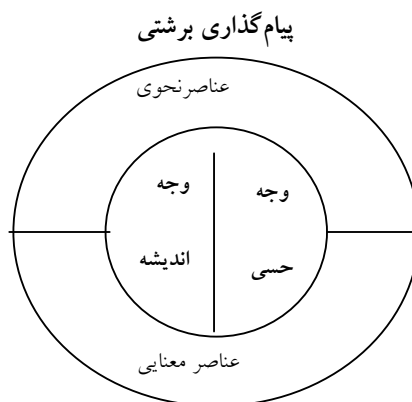
برشت مؤلف، در رمزگذاری پیام نمایشنامه‌هایش وجه اندیشه و احساس را متمایز

1. effect

کاربست نظرات برشت در پیام گذاری با ... ❖ ۱۷۱

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

نمی‌کند. شاید نامگذاری تئاتر خاص وی، به نام تئاتر حماسی^۱ از این روست که در حماسه، نزدیک‌ترین قرابت میان اندیشه و احساس وجود دارد و حس حماسی همان اندیشه حماسی است. بیان علمی این گزاره در قالب ترسیم دوباره کپسول پیام به شکل زیر است.



این نوع رمزگذاری تعداد لایه‌ها را تقلیل داده حرکت به عمق را تسهیل کرده و به نوعی به حس آمیزی اندیشه آرمانی^۲ می‌انجامد. او ایده آشنایی‌زدایی شکوفسکی را در قالب استفاده آزاد از فرمالیسم به خدمت می‌گیرد. شکل‌های متعارف نمایشی را به شکلی نامتعارف، در چیدمان‌هایی ناآشنا به خدمت گرفته ولی در این راه، زیاده‌روی نمی‌کند. نمایشنامه‌های قوی او از عنصر روایت برخوردارند، اما این روایت حداکثر در چند سطر خلاصه می‌شود. عنصر قوی این روایت‌ها، کشش دراماتیک آنها نیست که تماشاگر را مجذوب کند، بلکه کنش جدلی آدم‌ها در طیف گسترده‌ای از اخلاقیات، موقعیت‌ها، تفاهم‌ها و سوءتفاهم‌ها، ثبات و تغییرها و قوت و ضعف‌هاست که مخاطب را به اندیشیدن و در نهایت قضاوت وامی‌دارد.

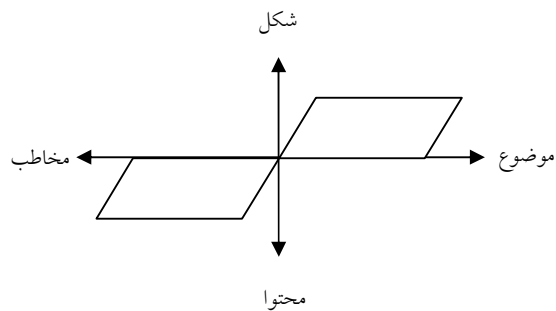
(Eagelton, 1985)

او واقعیت بازسازی شده را در جدل میان فرد و جامعه به صحنه می‌آورد تا یک تفسیر اجتماعی را به مخاطب ارائه کند و این مخاطب، به عنوان شناساگر متقد، در میان همه

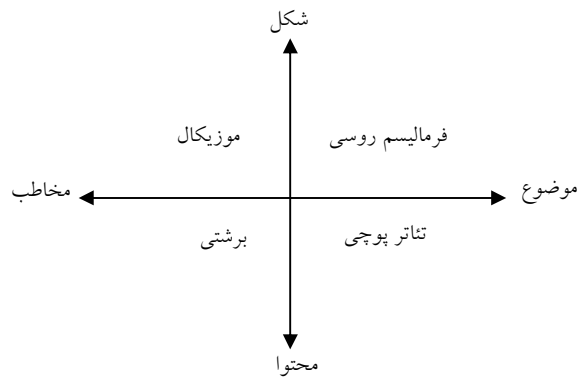
1. epic
2. Synthesia of ideal

سازگاری‌های ناخودآگاه با ساختارهای اجتماعی پیش‌ساخته، می‌تواند خود را در موقعیت انتخاب‌های خطیر و عمیقاً انسانی بازیابی کند.

سازوکار ابداعی برشت، از مسیری می‌گذرد که در آن توجه به مخاطب و فکر کردن به جای او، هم‌ارز با دغدغه انتخاب موضوع، محتوا و شکل اجراست. در حقیقت دوگانه موضوع محوری - مخاطب محوری به درجه اهمیت دوگانه شکل و محتوا می‌رسد. (Esslin, 1960)



از این دیدگاه، تاریخ تئاتر کلاسیک هم قابل تقسیم‌بندی است. (Brecht, 1964)



برشت در توسعه دیدگاه‌ها و افزایش تجربه‌اش، فرمالیسم را هم با این‌گرایش تلفیق می‌کند که بلوغ آن را در «دایره گچی قفقازی» شاهد هستیم. در قالب چنین رویکردی تلفیقی،

کاربست نظرات برشت در پیام‌گذاری با ... ❖ ۱۷۳

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

(محتوای برشتی که شکل تئاتری به خود گرفته است) تئاتر او، نه یک صحنه‌آرایی و سرگرمی صرف است، بلکه مضمونی است که در قالب موزونی جلوه می‌کند. او از تجمل در صحنه‌ها پرهیز دارد، چرا که برای او، آدم‌ها از اشیاء و اشخاص از ماجراها برجسته‌تر و مهم‌ترند. نقطه ثقل و تمرکز مخاطب، نه بر موضوع و داستان که بر کشش و تنش آدم‌ها و تحولات درونی آنها استوار است و اگر تحولی نیست، تاریخی ارائه می‌شود تا مخاطب دریابد، این آدم چگونه به اینجا رسیده است که این‌گونه عمل می‌کند و حتی بالاتر از این، چرا عمل آدم‌ها با آرمان آنها در «موقعیتی معین» به تعارض می‌رسد. برای برشت، تئاتر، بهانه، مجرا و محمل رسیدن به این موقعیت معین و شروع پرسشگری و مخاطبه و مفاهمه و ذوب افق‌ها با مخاطب است. (Benjamin, 1983)

تئاتر در توان‌سنجی رسانه‌ای

«هیچ چیز، ازلی و ابدی نیست. هر چیز تاریخی دارد و لاجرم، دوره‌ای، رشد و مرگی. تا که تماشاگر این همه را به روی صحنه دریابد، باید از جذبه بگریزد و از همذات شدن با شخصیت‌ها پرهیزد. به جای خیره نگریستن، نگاه کند و به جای گوش دادن بشنود».

(برشت، ۱۳۷۵: ۳۵)

تحقق پراکسیس هنری به سبک برشتی (یعنی catharsis + poesies) نه تنها مستلزم تغییر هدف، بلکه تغییر نگرش به هنر، جایگاه و کارکرد آن است. از این رو برشت شروع به تحقیق، آزمون و خطا برای دستیابی به نقطه تعادلی در بزنگاه تخلیه روحی، سرگرمی و انبساط خاطر مخاطب و همزمان تعالی و چالش فکری اوست. برنامه‌سازی‌های حوزه رسانه هم درگیر چنین مناسباتی است و به چنین تعادلی نیاز دارد، چه در سطح یک برنامه یا نمایش ساده تلویزیونی و یا سیاستگذاری یک ایستگاه یا شبکه رادیو تلویزیونی که در آن عنصر جذابیت همپای دیگر عوامل به عنوان گزینه ناگزیر مطرح است.

رسانه، ابزار امر ارتباط جمعی است. رسانه ارسطویی تئاتر از این قاعده مستثنی نیست،

اما وجه تمایز آن با تلقی امروزی ما از رسانه‌ها که عمدتاً در رادیو و تلویزیون و یا به عبارتی ارتباطات راه دور^۱ خلاصه می‌شود، قابل ارزیابی است.

رسانه	جنس رسانه	نوع مخاطب	نوع تأثیر	برد اجتماعی
تئاتر	High art	فرهین‌کننده	عمیق	محدود
رادیو و تلویزیون	Industrial art	عامه	سطحی	گسترده

کار برشت و امثال او، رسانه‌پردازی از هنرشان است. هر کدام تلاش دارند در سخن گفتن به زبان هنر خویش، یگانه و صاحب سبک و تأثیرگذار باشند. «میکلانژ» به زبان مرمرین مجسمه‌هایش و «داوینچی» به زبان طرح و رنگ و «دانته» با جادوی کلمات. همانا این هنر را به مواجهه مخاطب بردن است که رسالت رسانه در مقام واسطه و وسیله ارتباط است. برشت در رسانه تئاتر، نه قصد خطابه دارد و نه تهییج، بلکه تئاتر او تلنگری است توأم با تفنن و تفریح و اشارتی است در لفافه طنز و درام که مخاطب را برمی‌انگیزد تا فکری تازه برای به‌دوش گرفتن رسالت انسانی خویش در گستره تاریخ و جامعه و تحقق تمامیت انسانی دراندازد و اشارتی است برای آغاز خودکاو^۲. (برشت، ۱۳۷۵)

برشت ارتباط رسانه‌ای - هنری را برای برآوردن یک نیاز زیستی به کار می‌گیرد. او پیام فرازمانی خود را چون جوانه‌ای در قلب و مغز مخاطب می‌نشانند تا در میان مشغولیت‌ها، روزمرگی‌ها و سبک زندگی ملال‌آور کلان شهرها، خود را فراموش نکنند.

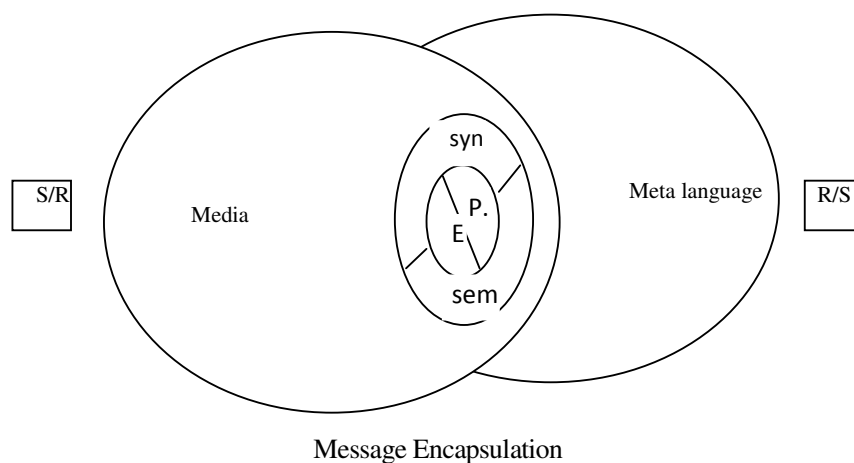
این فراگرد، با تئاتر آغاز اما با اتمام اجرای آن پایان نمی‌پذیرد. راز مریبگیری^۳ برشت در آغاز، درست یک چالش و فهم جدلی است که ادامه آن در جامعه و فرایند جامعه‌پذیری مخاطب است. برای او رسانه تئاتر، وسیله و واسطه است چرا که برای او صحنه حقیقی،

1. telecommunication
2. self-appropriation
3. coaching

کاربست نظرات برشت در پیام‌گذاری با ... ❖ ۱۷۵

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

کره‌خاکی و بازیگران آن تمامی آدمها هستند. شأن رسانه برای او در همین واسطگی و وسیلگی است و نه بیشتر. رسانه نمی‌تواند جایگزین جامعه و نهادهای آن شده و با تصویر کردن یک شبه بافت،^۱ توهم زندگی را جایگزین خود آن کند. پذیرش نقش مکمل اجتماعی و درک شأن واقعی مخاطب، رسانه و نهادهای اجتماعی بصیرتی را می‌طلبد تا در گستره تنوع و نیازهای زیستی مخاطبان، praxis در جامعه انسانی محقق شود. (Marx, ۱۹۷۸)

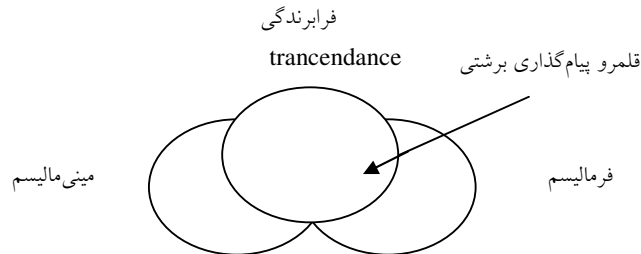


یافته‌ها: آموزه‌هایی از پیام‌گذاری برشتی

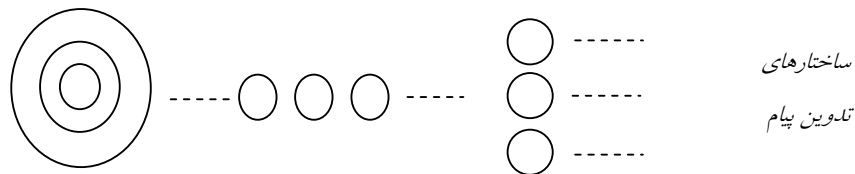
«مارتین هایدگر»: «اصالت‌مندی واقعی در کسب این قدرت است که افکار پیشین را دریابیم و دریافته‌ها را تحمل کنیم و آنچه را که تحمل کرده‌ایم، به بالندگی برسانیم.»

۱. ساختار کدگذاری و کدگشایی در مدل برشتی، حاوی یک رویکرد حداقلی و مینی‌مالیستی توأم با فرمالیسم‌آشنایی‌زداست. به این معنی که در کوچک‌ترین واحد مستقل پیام در متن، بتوان وجوه محتوایی پیام را یافت.

1. pseudo-context



این کپسول‌های سهل و ممتنع معنایی، با سه شاخص فرمالیسم، فرابندگی و مینی‌مالیسم، تداعی یک ساختار ماژولار^۱ در طراحی و رمزگذاری پیام برای مخاطب را دارند که با حس‌آمیزی واحدهای معنایی هر متن هنری، حال این واحد می‌تواند جمله ادبی، سکانس سینمایی، سونات موسیقایی، فریم تصویر و... باشد، پیام کلی اثر را با استفاده از ساختارهای متفاوت توالی و تکرار یا چیدمان متداخل یا موازی در تدوین و مهندسی پیام برای برآوردن میل به تنوع و تفنن مخاطب در اختیار ما می‌گذارد.



استفاده از ساختارهای MC^۲ در برنامه‌سازی رسانه‌های نوین و یا ساختارهای چندرسانه‌ای در حقیقت بازیابی قابلیت‌های این چنین است که ظرفیت‌های بینامتنی را مهندسی پیام تسهیل می‌کند و می‌توان ظرفیت‌های متنی هنرهای مختلف و یا رسانه‌های متفاوت را در یک فرامتن^۳ چید.

۳. هرگونه افراط و تفریط در جلب و جذب مخاطبان، چنان که شکل‌های آشنای هنری چون رئالیسم اجتماعی، نئورئالیسم، دادائیسم، سورئالیسم پیمودند، به بیراهه می‌انجامد.

1. modular
2. (master control)
3. hypertext

کاربست نظرات برشت در پیام‌گذاری با ... ❖ ۱۷۷

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

رسانه‌های دنیای نو، با تکیه بر شعور به جای هوش مخاطب، در یافتن فاصله‌کانونی مناسب میان آنچه بر چشم و دل مخاطب می‌نشانند و آنچه در چشم‌انداز، برای او ترسیم می‌کنند، می‌باید اهتمامی جدی داشته باشند، چراکه این فاصله یگانه است و دوری و نزدیکی به هر کدام، یا جاماندن مخاطب را در پی دارد و یا مهجور و مطرود ماندن رسانه را. وجه بارز مخاطبان یک فرایند ارتباط جمعی، خواه یک جمع^۱ و یا یک جامعه^۲ باشد، وجود عقل سلیم^۳ است و می‌توان عقل سلیم را همواره در معرض قضاوت اجتماعی قرار داده و آن را تصحیح کرد. هنرمند ارتباط‌گر در کوشش برای رسیدن به هم‌فهمی^۴ با مخاطبان گسترده است که در سایه هم‌آموزی^۵ میسر است و نه آموزش توده به مثابه رشدنیافتگان^۶ و یا اثرپذیری از سوگیری جمعی. در این مسیر دست‌اندرکاران رسانه‌های نوین می‌باید همتی را شروع کنند تا نوع ارتباط را از teaching به training و از آن به coaching ارتقا یابد. (تسلیمی، ۱۳۸۶)

نه تنها هنر تئاتر، بلکه هر واسطه و رسانه دیگری نیاز به مخاطب و همراهی و همگامی او دارد و رشد و بالندگی هر کدام به رشد و شکوفایی دیگری می‌انجامد. ضمن اینکه نوع ارتباط رسانه با مخاطبش، ارتباطی دوسویه و همسنگ خواهد بود و به مرور، تمایز میان مخاطب خاص و مخاطب عام را مرتفع می‌کند.

۴. مدیریت رسانه، مدیریتی فرهنگی - هنری و تلفیقی از مهارت، تجربه، الهام و ذوق هنری است که اصحاب رسانه، داعیه و مجال آن را دارند. اعمال این مدیریت، در سطح خرد عمدتاً به مهندسی پیام و در سطح کلان به راهبری و بازنمایی افکار عمومی می‌انجامد. سطح خرد این مدیریت در شکل پیام‌گذاری و مدیریت پیام با بهره‌گیری از محتوای هنری

1. community
2. society
3. common sense
4. vereshstehen
5. synergogy
6. pedagogy

و فرآوری آنها در قالب و قواره رسانه‌های نو، می‌تواند رسانه‌های جمعی را از فقر محتوایی برهاند. ایجاد یک بیان رسانه‌ای برای ارتقا و جوه هنری در عرصه اجتماعی نظیر تله تئاتر و رادیوتئاتر، یک راهبرد ارتباطی موثر در همین راستاست.

۵. آموزه‌های برشت در مناسبات رسانه‌ای امروز، سه محور اساسی را دربرمی‌گیرد:

- عبور از الگوی خطی و ارتقا به الگوی ماریپیچی ارتباط و جایگزینی متناوب منبع و مخاطب که توان ارتباطی رسانه‌ها را در قالب سازوکارهایی مثل ماریپیچ تعامل «تانبگ» به‌کار می‌گیرد و آن را با محتوای هنری تجهیز می‌کند و مؤلف و مخاطب درگیر کنش ارتباطی مؤثر و مولد می‌شوند، تا امر هنری بتواند بازتاب رسانه‌ای پیدا کرده و در خدمت ارتقای نشاط، رشد و توسعه اجتماعی باشد.

- تأکید داریم که مرزبندی شکل رسانه‌ای و محتوای هنری، در حوزه نظری است و در عمل، مصداق جمله مک لوهان، که «رسانه، همان پیام است» تأییدی بر رابطه دیالکتیک میان شکل و محتوا در پیامگذاری هنری - رسانه‌ای است.

- نکته دیگر تشخیص مؤثر و مناسب رسانه در میان اقلام رسانه و تقسیم کار آنها و درک محدودیت و امکانات رسانه در دسترس برای وسیلگی و واسطگی و دلالت‌گری پیام است و در نهایت درک درست از مخاطب هدف - تشخیص مخاطب - است، جایی که ارتباط‌گر، کنش ارتباطی را بر محور هم‌افزایی آگاهی و عمل ناب اجتماعی، بنا می‌کند.

برشت از نادر هنرمندانی است که در وسواس و وسوسه جذابیت و گفتمان سرگرم‌سازی^۱ در رسانه خود - تئاتر - با تشخیص ظرف مناسب رسانه‌ای و تشخیص دادن به مخاطب، تعالی هنری را با تنبه رسانه‌ای همراه می‌کند تا به تعادل مؤثری میان این دو برسد و شاید افراط گاه و بیگاه او در این راه، سعی و خطاهایی باشد که برای دستیابی به نقطه کانونی میان قلب و مغز مخاطب صورت می‌گیرد.

کاربست نظرات برشت در پیام‌گذاری با ... ❖ ۱۷۹

* پیام‌گذاری املائی متداولی است که گویای فرایند شکل‌دهی به پیام‌نزد منبع برای ارسال به مخاطب است، اما املائی پیام‌گذاری تأکید بر بار ارزشی این فرایند و به‌جا آوردن حق در ادای مطلب و ارائه پیام است که توسط اینجانب با تعمد صورت گرفته است.

منابع و ماخذ

- احمدی، بابک، (۱۳۷۲)، «ساختار و تأویل متن»؛ نشر مرکز.
- برشت، برتولت، (۱۳۷۵)، «درباره تئاتر»؛ فرامرز بهزاد، نشر ققنوس.
- تسلیمی، سعید، (۱۳۸۶)، «تقریرات دوره دکترای مدیریت رسانه»؛ نیمسال اول ۱۳۸۵ - ۱۳۸۶.
- خجسته، حسن، (۱۳۸۷)، «رادیو، مدیریت و جامعه»؛ پژوهش‌های رادیو.
- رهنما، تورج، برشت، (۱۳۵۷)، «فریش، دورنما»؛ نشر توس.
- عشایری، حسین، «تقریرات دوره دکترای مدیریت رسانه»؛ نیمسال دوم ۱۳۸۵ - ۱۳۸۶.
- فیشر، ارنست، (۱۳۵۴)، «ضرورت هنر در روند تکامل اجتماعی»؛ فیروز شیروانلو، نشر پاسارگاد.
- لیتزا یانتس، (۱۳۸۰)، «نشانه‌شناسی»؛ محمدنوی، نشر شیرازه.
- میرزایی اهرنجان، حسن، (۱۳۸۶)، «مبانی فلسفی مدیریت»؛ سمت.

- Benjamin, Walter. , 1973, *Understanding Brecht*. London: Thetford Press Limited.
- Brecht, Bertolt, 1964, *Brecht on Theatre: The Development of an Aesthetic*. Ed. and trans. John Willett. London: Methuen Drama.
- Eagleton, Terry. 1985. *Brecht and Rhetoric*. New Literary History (spring). 633–638.
- Eco, U. 1979. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Esslin, Martin. 1960, *Brecht: The Man and His Work*. New York: Anchor Books.
- Marx, Karl and Freidrich Engels. 1978, *The Marx-Engels Reader*. Second Edition. New York: W. W. Norton & Company.