



عکس: سجاد صفری/ایران

بررسی اقتضائات فعالیت فرهنگی در گفت‌وگو با حجت‌الاسلام آراسته

اولویت کار فرهنگی ایجاد همبستگی اجتماعی است

گفت‌وگو

فاطمه ترکانشوند

روزنامه‌نگار

مسئولیت

اگر بخواهم فقط یک مسئولیت را در این زمینه به دوش دولت بگذارم که دیگران از پس آن برنمی‌آیند و نیاز به ورود حاکمیت است، تأمین زیرساخت‌هاست.



سرمایه عمومی و بودجه کشور را هر سال در اختیار مجموعه‌های خصوصی و مردمی قرار دهد که می‌خواهند در مسیر رشد دادن ارزش‌های فرهنگی در جامعه قدم بردارند. این اولین اقدامی است که به ذهن می‌رسد و این روزها، بسیار هم رواج دارد. اما این کار به نظر درست نمی‌آید.

اگر بخواهم فقط یک کار را در این زمینه به دوش دولت بگذارم که دیگران از پس آن برنمی‌آیند و نیاز به ورود حاکمیت است، تأمین زیرساخت‌هاست. برای کار فرهنگی باید امکاناتی فراهم شود. اگر دولت عرصه فرهنگ در نظر بگیریم، آن وقت باید بگوییم من جا و مکان را برای عملیات فرهنگی و تیم‌های فعال تأمین می‌کنم. گروه‌های فرهنگی به جایی نیاز دارند تا در آن جلسه بگذارند و کارهایشان را انجام دهند و دولت می‌تواند با اختصاص دادن نوعی پارک مثل پارک فناوری، این نیاز آنان را به صورت موقت تأمین کند. یا مثلاً تمام امکانات عمومی مثل بنرها، ساختمان‌ها و... را به طور مساوی در اختیار متقاضیان قرار دهد.

چنین اقداماتی از سوی دولت چه سودی برای فرهنگ دارد؟ وقتی دولت این نقش را برای اهالی

فرهنگ ایفا کند، گروه‌های فرهنگی امنیت پیدا می‌کنند. احساس دیده شدن و توجه پیدا می‌کنند و فرصت انجام کارهایی برایشان باز می‌شود که تا قبل از این امکانش را نداشتند. فراهم کردن این جنس از زیرساخت‌ها باعث می‌شود شما بتوانید کار آن فردی را ببینید که واقعاً اهل کار کردن است. چون موانع اولیه از جلوی پایش برداشته می‌شود و کارش انجام و دیده می‌شود. آن کسی هم که اهل کار کردن نیست و کارش انجام و دیده می‌شود، آن کار فرهنگی بالاخره یک تراکنش مالی خواهد داشت. دولت می‌تواند مجموعه‌های فرهنگی کوچک نوپا را از مالیات معاف کند یعنی امکان حرکت پر قدرت را در آغاز فراهم آورد. مثل جوان تازه‌کاری است که بالاخره نمی‌توانید در همان ابتدای او انتظار کار بدون نقص یا همراه با آورده فراوان مالی داشته باشید.

دولت تا چه اندازه در ایفای این نقش موفق بوده و راهکارهای برای افزایش هدفمندی این مشارکت چیست؟

تا جایی که من دنبال کرده‌ام دولت در کنار صنایع دانش‌بنیان به صنایع خلاقه در حیطه فرهنگ و هنر هم

توجه کرده است. مراکز رشد و نوآوری به رسمیت شناخته شده‌اند و امکاناتی در اختیارشان قرار گرفته تا توان پذیرایی از ایده‌های خلاقانه فرهنگی را داشته باشند. دولت از جهت به کار انداختن زیرساخت‌ها قدم‌هایی برداشته است. اینها قدم‌های بزرگی است اما کافی نیست. این امکانات تا حدی در مراکز استان‌ها و شهرهای بزرگ محقق شده اما در شهرهای کوچک‌تر دسترسی‌ها خیلی کمتر است.

می‌خواهم بگویم قدم‌هایی برداشته شده اما هنوز یک فعال فرهنگی این حس را از حاکمیت دریافت نمی‌کند که مسیر برای کنش فرهنگی من باز است. احساس می‌کند که تازه در ابتدای راه باید با ده‌ها ارگان و بیست تا نهاد بچنگد تا فلان مجوز را بگیرد. این ذهنیت وجود دارد و غلط هم نیست.

رویه‌های فعال در حوزه کار فرهنگی در کدام دسته‌بندی‌های اجتماعی هستند و خاستگاه‌شان بیشتر در کدام اقشار است؟ برآوردتان از کیفیت کار (خدمات یا آثار) هر گروه در صورتی که رصد کرده‌اید، چیست؟

اگر منظور از دسته بندی، دسته‌بندی‌های سیاسی است که همه طیف‌ها فعالان فرهنگی

وقتی آدم‌ها خودشان نخواهند کار بزرگ بکنند، کار بزرگ انجام نمی‌شود. وقتی آدم‌ها به کم راضی می‌شوند کارها کوچک می‌شود. وقتی کسی تا حالا پایش را از محله‌اش بیرون نگذاشته، نمی‌تواند کاری در مقیاس بین‌المللی انجام دهد. نمی‌تواند چون اصلاً تصویری بلندتر از سقف خانه خودش ندارد.

یکی دیگر از موانع، مانع اجتماعی است. وقتی اقتصاد جامعه‌ای دچار مشکل باشد شما نمی‌توانید توقع شکوفایی اقتصادی در آن داشته باشید. وقتی جامعه ما دستخوش تورم شده، مسأله اولش تولید است، اقتصاد در آن لنگ می‌زند و مسأله اصلی آدم‌ها معیشتشان است، نمی‌توانید از آن توقع داشته باشید که فعالان فرهنگی آسوده‌خاطر از جریان اصلی زندگی، برای مردم بهترین محصول و خدمت را فراهم کنند و مخاطبین هم با آرامش خاطر در برابر آن محصول قرار بگیرند و از آن متأثر شوند. اصلاً شدنی نیست! اساساً روان‌شهرزندی که اقتصاد جامعه‌اش خراب است بهم می‌ریزد و با محصول فرهنگی مواجهه طبیعی ندارد.

یکی دیگر از موانع این است که برخی فعالان فرهنگی در حیطه‌ای از فعالیت وارد شده‌اند که در آن دغدغه دارند اما دانش ندارند. مهارت ندارند، علاقه دارند. دغدغه و علاقه لازم است اما کافی نیست. کسی که در حوزه‌ای فقط علاقه دارد خودش نباید برود یک کار فرهنگی راه بیندازد بلکه باید برود در یک کار فرهنگی آن حوزه مشارکت و کمک کند. کسی که دانش و سواد دارد باید وارد شود و کار را دست بگیرد و پرچم‌دار باشد.

در کار فرهنگی ما به هر کسی که صرفاً دغدغه دارد، اجازه و فرصت فعالیت می‌دهیم به این معنا که هر کسی ابراز علاقه می‌کند آسنتین بالا می‌زند و وارد میدان می‌شود! این الزام درست نیست. شاید شما بتوانی به یک کار فرهنگی کمک کنی اما اگر خودت سرحلقه باشی به کار آسیب خواهی زد چون دانش و تخصص لازم را نداری!

یکی دیگر از موانع رقابت ناسالم است. در حوزه فرهنگ آقندر خلأ وجود دارد که اگر در یک عرصه، مجموعه هم وارد شوند باز هم یک کار هست. رقیب دانستن رفا، آسیب می‌زند که از بد اخلاقی‌هاست.

یکی دیگر از موانع این است که کار فرهنگی را به گونه‌ای یک شغل که باید اقتصاد درون‌زا داشته باشد نگاه نمی‌کنیم. ما فعالیت فرهنگی را به مثابه پدیده مصرف‌کننده پول در نظر می‌گیریم. این اشتباه است. این نگاه باعث می‌شود اساساً رویکرد ما در تولید فرهنگی رویکرد غلطی باشد. این رویکرد مشخصاً ما را به مسیری دور از حرکت جامعه می‌اندازد. این مسأله را باید مفصل بحث کرد اما اصلاً نمی‌گوییم که وقتی یک مجموعه فرهنگی اقتصادش را از

داند و اگر هم منظور طبقات اقتصادی است، بیشتر فعالان از طبقات برخوردار هستند. هرچند برخی کارهای فرهنگی معطوف به اقشار کم‌برخوردار است اما عموماً خاستگاه‌شان در این طبقه نیست. در مورد اقشار هم به نظر من دانش‌جو‌ها بیش از بقیه دغدغه کار فرهنگی دارند. مادران و زنان هم از گروه‌های دغدغه‌مند و فعال هستند. طبقات حوزه‌های علمیه هم در این حوزه از اقشار فعالند.

من کیفیت مجموعه کارها را پر قدرت و درخشان نمی‌بینم. نه اینکه هیچ مجموعه‌ای کار پر قدرت فرهنگی انجام نمی‌دهد بلکه برآیند کلی آقندرها مثبت و درخشان و قابل اتکا و افتخار نیست. به نظرم ما سال‌هاست که در دامنه نشستیم و به متوسط راضی شده‌ایم. کار فرهنگی بسیار انجام می‌شود یعنی از جهت کمی اصلاً نباید بگوییم که کار فرهنگی به قدر کافی نیست اما عمق، دانش، میزان اثرگذاری، ارزشمندی و قدرت در بهترین حالت متوسط هستند و صرف‌نظر از معدود کارهای پر قدرت، کیفیت کلی کارها پایین است.

موانع رشد کیفی کار این گروه‌ها را

چه می‌دانید؟

یکی سده‌های ذهنی است. وقتی آدم‌ها خودشان نخواهند کار بزرگ

بکنند، کار بزرگ انجام نمی‌شود. وقتی آدم‌ها به کم راضی می‌شوند کارها کوچک می‌شود. وقتی کسی تا حالا پایش را از محله‌اش بیرون نگذاشته، نمی‌تواند کاری در مقیاس بین‌المللی انجام دهد. نمی‌تواند چون اصلاً تصویری بلندتر از سقف خانه خودش ندارد.

یکی دیگر از موانع، مانع اجتماعی است. وقتی اقتصاد جامعه‌ای دچار مشکل باشد شما نمی‌توانید توقع شکوفایی اقتصادی در آن داشته باشید. وقتی جامعه ما دستخوش تورم شده، مسأله اولش تولید است، اقتصاد در آن لنگ می‌زند و مسأله اصلی آدم‌ها معیشتشان است، نمی‌توانید از آن توقع داشته باشید که فعالان فرهنگی آسوده‌خاطر از جریان اصلی زندگی، برای مردم بهترین محصول و خدمت را فراهم کنند و مخاطبین هم با آرامش خاطر در برابر آن محصول قرار بگیرند و از آن متأثر شوند. اصلاً شدنی نیست! اساساً روان‌شهرزندی که اقتصاد جامعه‌اش خراب است بهم می‌ریزد و با محصول فرهنگی مواجهه طبیعی ندارد.

یکی دیگر از موانع این است که برخی فعالان فرهنگی در حیطه‌ای از فعالیت وارد شده‌اند که در آن دغدغه دارند اما دانش ندارند. مهارت ندارند، علاقه دارند. دغدغه و علاقه لازم است اما کافی نیست. کسی که در حوزه‌ای فقط علاقه دارد خودش نباید برود یک کار فرهنگی راه بیندازد بلکه باید برود در یک کار فرهنگی آن حوزه مشارکت و کمک کند. کسی که دانش و سواد دارد باید وارد شود و کار را دست بگیرد و پرچم‌دار باشد.

در کار فرهنگی ما به هر کسی که صرفاً دغدغه دارد، اجازه و فرصت فعالیت می‌دهیم به این معنا که هر کسی ابراز علاقه می‌کند آسنتین بالا می‌زند و وارد میدان می‌شود! این الزام درست نیست. شاید شما بتوانی به یک کار فرهنگی کمک کنی اما اگر خودت سرحلقه باشی به کار آسیب خواهی زد چون دانش و تخصص لازم را نداری!

یکی دیگر از موانع رقابت ناسالم است. در حوزه فرهنگ آقندر خلأ وجود دارد که اگر در یک عرصه، مجموعه هم وارد شوند باز هم یک کار هست. رقیب دانستن رفا، آسیب می‌زند که از بد اخلاقی‌هاست.

یکی دیگر از موانع این است که کار فرهنگی را به گونه‌ای یک شغل که باید اقتصاد درون‌زا داشته باشد نگاه نمی‌کنیم. ما فعالیت فرهنگی را به مثابه پدیده مصرف‌کننده پول در نظر می‌گیریم. این اشتباه است. این نگاه باعث می‌شود اساساً رویکرد ما در تولید فرهنگی رویکرد غلطی باشد. این رویکرد مشخصاً ما را به مسیری دور از حرکت جامعه می‌اندازد. این مسأله را باید مفصل بحث کرد اما اصلاً نمی‌گوییم که وقتی یک مجموعه فرهنگی اقتصادش را از

مخاطبش تأمین نکند، طبیعتاً از نیازهای او دور می‌افتی و در نتیجه دردی از آن مخاطب برطرف نخواهی کرد.

بیش از نیم‌دهه است از فرمان آتش‌به‌اختیار رهبری در حوزه فرهنگ می‌گذرد. به نظر شما چه تأثیری روی تقویت سرعت و کیفیت فعالیت‌های فرهنگی داشته است؟ فرمان رهبری جرأت و جسارت و فرصتی به کنشگران فرهنگی داد که وارد میدان شوند. یک راه باز شد و این اصلاً چیز کمی نیست. حتماً لازم بود و امیدوارم توانسته باشیم از آن فرصت استفاده کنیم. اما اشکال آنجا پیش می‌آید که از همه فرمایشات رهبری فقط همین یک قسمت را در نظر بگیریم. جاهایی که رهبری اولویت دغدغه‌ها را مشخص کرده‌اند یا الگو نشان داده‌اند یا درباره کیفیت بحث کرده‌اند و گاهی حتی روش کار در روشن کرده‌اند، مورد توجه قرار نگیرد. «آتش به اختیار» یک فرصت است و در عین حال می‌تواند یک تهدید هم باشد. اگر یک آدم کارناپلید خود را مخاطب این فرمان بداند طبیعتاً آسیب به بار می‌آورد. اما اگر آدم کاربلد این را برای خودش یک فرصت تلقی کند فرصت می‌تواند برای کشور ایجاد می‌شود. چون آدم‌های بزرگ کارهای بزرگی برای کشور انجام خواهند داد. برآیند آثار این فرمان منفی نیست اما هنوز کار زیاد داریم.

با تغییرات اجتماعی و فرهنگی جدیدی که در نیمه سال گذشته اتفاق افتاد، اولویت‌ها و ضوابط کار فرهنگی در سال جدید از نگاه شما چیست؟

اولویت در ایران امروز، رقم زدن همبستگی اجتماعی است. رقم زدن هویت جمعی است و این را فقط فرهنگ می‌تواند محقق کند. سراغ هیچ بازوی دیگری هم نمی‌شود رفت و این فقط مأموریت فرهنگ است. من فعال فرهنگی امروز باید خودم را وقف کنم برای رقم زدن یک من واحد در ایران. در اتفاقاتی که در این ایام خنده‌دار شد و آسیب دید، مدل رفتار رهبری نکه داشتن دانه‌های تشبیح در کنار هم بود تا پراکنده نشوند. آن چیزی که به ما آسیب می‌زند اختلاف سلیق‌مان نیست. آن چیزی که آسیب می‌زند از دست دادن هویت جمعی و معنای عمومی «من ایرانی» است. من باید خودم را خواهر و برادر دیگری بدانم حالا آن دیگری می‌تواند با من اختلافی داشته باشد یا با من همسو باشد. مهم‌ترین مسئولیت امروز فعال فرهنگی همین است و اگر این اتفاق رقم بخورد، کنشگران فرهنگی به هدف شان رسیده‌اند. امیدوارم کنشگران حوزه اقتصاد و سیاست هم بتوانند نقش‌شان را ایفا کنند تا از هر جهت حس ارزشمندی و هویت جمعی به جامعه بازگردد.



می‌خواهم بگویم قدم‌هایی برداشته شده اما هنوز یک فعال فرهنگی این حس را از حاکمیت دریافت نمی‌کند که مسیر برای کنش فرهنگی من باز است. احساس می‌کند که تازه در ابتدای راه باید با ده‌ها ارگان و بیست تا نهاد بچنگد تا فلان مجوز را بگیرد. این ذهنیت وجود دارد و غلط هم نیست.



بش

دانسته بودند، پیشه و تأکید کرد: «من می‌گویم باید سخت کار کرد، باید عالی بود، باید کار فرهنگی در سطح قله انجام داد آن وقت بعضی از دوستان می‌گویند این طور حرف می‌شود چون که تجربه‌ای که با دل پاک، تازه می‌خواهد وارد آن عرصه بشود، بتربس و کناره‌گیری کند. خب کناره‌گیری کنند، به جهنم!»

تذکره نسبت به عبور از نقش منفعلانه مخاطب

او در نهمین یادداشت، حتی نقش مخاطبان کارهای فرهنگی را هم مورد مذاکره قرار داد و تلاش کرد نقش فعالانه آنان را در جهت‌دهی به کارهای فرهنگی به ایشان یادآوری کند و آنان را از انفعال، برحذر دارد. او نوشته است: «دوستان من، بیایید «توجه»‌مان را مدیریت کنیم. بیایید کارهای ضعیف را برای هم نفرستیم، توی گروه‌های مان از مجموعه‌های ضعیف الکی نکنیم، صفحه‌های بی‌کیفیت فرهنگی را دنبال نکنیم، پول‌مان را خرج خدمات و محصولات بی‌کیفیت نکنیم»



دوستان

من، بیایید «توجه»‌مان را مدیریت کنیم. بیایید کارهای ضعیف را برای هم نفرستیم، توی گروه‌های مان از مجموعه‌های ضعیف الکی نکنیم، صفحه‌های بی‌کیفیت فرهنگی را دنبال نکنیم، پول‌مان را خرج خدمات و محصولات بی‌کیفیت نکنیم»



در یادداشت ششم به نقش مدیران پرداخت و از لزوم زبست فرهنگی یک مدیر، اجتناب از بلان‌زدگی و گزارش‌سازی، اهمیت توافق مدیران و مضررات ایجاد وابستگی اقتصادی برای کارهای فرهنگی نوشت و در یادداشت هفتم صراحت بیشتری را نسبت به آنها که تذکرهاش را مانع پیشبرد کارهای فرهنگی‌شان



نیروی فرهنگی انقلاب را نه فقط نادیده می‌گیرد بلکه مزاحم تلقی می‌کند. او در ادامه خواستار بسط این نگاه شد.

لزوم تخصص‌گرایی و بازنگری در شیوه مدیریت فرهنگی

جوان آراسته اما مسیر نپیی جوان فرهنگی را ادامه داد و در یادداشت بعدی با توجه به بازخوردها برای

تیتراژ «نویس، کار نکن، نساز» در یکی از پست‌های اینستاگرامی محمد رضا جوان آراسته، واکنش‌های بسیاری را برانگیخت. او در دومین یادداشت کوتاه از سلسله یادداشت‌هایش درباره «کار فرهنگی» که حالا به نهمین شماره خود رسیده است، سعی کرده بود وضعیت خاص و شرایط منحصربه‌فرد این روزهای کشور در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی که در پست اول از این مجموعه، مفصل‌آآن را تشریح کرده بود، یادآور شود و بر این مبنا از مخاطبان خود و فعالان فرهنگی بخواهد که بدون دقت و محاسبه شرایط و تلاش برای تولید بهترین اثر، دست به کار فرهنگی نزنند. او در این پست تصریح کرده بود: «کار ضعیف نساز، آقا / خانم / مؤسسه اهل فرهنگ، تو فرهنگ را به خدا کار ضعیف نساز. الان زمانه «کاجی» به از هیجی» نیست، الان زمانه «یکی» مرد جنگی به از صد هزار» است



کار ضعیف

نساز، آقا

/ خانم /

مؤسسه اهل

فرهنگ، تو

راه به خدا

کار ضعیف

نساز. الان

زمانه «کاجی»

به از هیجی»

نیست، الان

زمانه «یکی»

مرد جنگی به

از صد هزار»

است

خدمات و محصولات بی‌کیفیت نکنیم، فراخوان‌های فرهنگی آیکی را نادیده بگیریم، آدم‌های ضعیف را برای برنامه‌های مان دعوت نکنیم، و در یک کلام طوری رفتار کنیم که تولید کننده کارهای ضعیف مجبور بشود برای داشتن «توجه» ما، خودش را ارتقا بدهد.»

گم‌شده این جدال شاید چیزی جز معیار قضاوت کار فرهنگی نباشد. آیا اثرگذاری برای درست دانستن یک کار فرهنگی کافی است؟ اگر این طور باشد، معیار سنجش اثرگذاری را باید کمی دید یا کیفی؟ اگر کیفی باشد، چطور قابل سنجش خواهد بود؟ یا تمام این‌ها، به نظر می‌رسد کار فرهنگی سنجیده و دقیق و باکیفیت، طبیعتاً به هدف اثرگذاری نزدیک‌تر است و اگر مثال‌هایی داشته باشیم که خلاف این را به ذهن متبادر می‌کنند حتماً باید در بررسی عمیق‌تر فاکتورهای اثرگذاری آنها را بررسی کنیم تا دچار اشتباه محاسباتی در برآورد اقتضائات کار فرهنگی نشویم.