

نگاهی به کتاب «یادگار گنبد دوار» نوشته منصور ثروت تحلیل خسرو و شیرین نظامی

هادی دقیق؛زندگانی تکرار مکرراتی بیش نیست و اگر فقط در اعمال متواتر یک ماه خویش دقیق شویم، پشیزی ارزش بدان زندگانی قائل نخواهیم شد، «این جمله سرآغاز کتاب «یادگار گنبد دوار» است، کتابی در تحلیل خسرو و شیرین نظامی که چندبار چاپ شده است و به گفته نویسنده، آخرین چاپ آن به دست انتشارات علمی اضافاتی دارد که در نسخه های دیگر نیست، باین حال، مقصود نویسنده از همین جمله سرآغاز پیداست. او این گونه زیستن و تکرار پایان ناپذیر آن را وحشت انگیزی می داند، اما نسخه رفع این ملال چیست؟ نویسنده از همان ابتدا، بی مقدمه سراغ این درمان می رود و تلاش پیامبران، فیلسوفان، خردمندان اندیشه ور و هنرمندان را در تحمل پذیر ساختن این دایره بسته، معنی بخشیدن به این تکرارهای ملال آور، زیبا ساختن روابط انسان با هم نوع و انسان با محیط سرد و خشک را می ستاید و از سهم هنرمندان می گوید، هنرمندانی که می کوشند به زندگی معنایی عمیق تر ببخشند و با تکرار عشق، کوشش می کنند مفهومی زیباتر برای تکرارهای ملال انگیز خلق کنند. در ادامه نیز به سهم نظامی در این میان می پردازد. منصور ثروت، نویسنده کتاب «یادگار گنبد دوار»، عنوان کتابش را از حافظ وام گرفته است و سعی می کند به بسط مفهومی بپردازد که شاعران در آن مشترک هستند؛ مفهوم پیچیده عشق. او در ادامه از وضع اجتماعی حماسه و حس شخصی عشق می گوید، عشقی که نه فقط به باور او، بلکه به باور حافظ هم، کز هر زبان که می شنوم نامکرر است، منصور ثروت همین جا وجه تمایز حماسه و عشق را با مثال هایی بیان می کند و اینکه جنبه اجتماعی حماسه آن را به جامعه ای خاص محدود می کند، اما در مضامین عاشقانه این گونه نیست، او از مضامین حماسه های شاهنامه برای ایرانیان، ایلیاد و ادیسه برای یونانیان و گیل گمش برای هندیان می گوید و در مقابل، از داستان های عاشقانه ای می گوید که در دنیا هیچ مرزی نمی شناسند و نژاد و طبقه اجتماعی و ملیت و... دردمی نوردند تا به این داستان جهانی و درونی هر انسان، معنایی دیگر ببخشند.

● مقلدان خسرو و شیرین

سابقه داستان های عاشقانه در ادبیات به امروز و دیروز مربوط نیست و حتی می توان گفت از وقتی قلم و کاغذ دست بشر افتاده و فکر داستان نوشتن به سرش زده، این نوع داستان گویی نیز ثبت شده است، اما تمایز نظامی با دیگران به باور نویسنده از این قرار است: «زیبایی کلام و هنرمندی بلامنازع نظامی در داستان سربایی عاشقانه [...] داستان های عاشقانه پیش از او را تحت الشعاع قرار داد، نظامی در این میان اولین نیست و حتی برگرفتن داستان لیلی و مجنون او از اصل عربی، گواهی است بر اینکه پیش از او نیز داستان عاشقانه بدون مرز جغرافیایی رواج داشته است، اما بی شک سرآمد این عرصه است. منصور ثروت پس از آن به همه شاعرانی اشاره می کند که از خسرو و شیرین نظامی تأثیر گرفته اند و حتی این دایره تأثیر پذیرندگان را آن قدر بزرگ می بیند که به معاصران و ترجمه های خسرو و شیرین در اروپا می رسد، تأثیری که بی ارتباط با نظم شیوای نظامی نیست و اثرگذاری این ادیب بزرگ را نشان می دهد.

● خلاصه داستان و شخصیت پردازی های آن

منصور ثروت در ادامه خلاصه ای از اشعار زیبای خسرو و شیرین را با نثر خوب و روان خودش درمی آمیزد، از داستان خسرو پرویز با شیرین و شاپور تا موانع سر راه شاه مثل فرهاد و بهرام چوبین و ماجرای مریم و شکر و...

او در فصل بعدی نیز به شخصیت پردازی های نظامی می پردازد و در توصیف خسرو پرویز این گونه می گوید: «در داستان نظامی، خسرو پرویز بیش از آنکه یک شاه باشد، هوس ران ترسیم شده است، همچنین در وصف دومین شخصیت مهم داستان، شیرین را با سابقه ای که در ملک داری دارد، بدین شکل توصیف می کند: «شاید شیرین بر ملک داری و رعیت پروری بیش از خسرو پرویز شایستگی داشته باشد».

شیرینی که همیشه شاه را به عدالت پروری و رعیت نوازی توصیه می کرد: «جهان سوزی بد است و جورسازی/ تو را به گر رعیت را نوازی»، اما ذات زودسیر و عشرت پرست خسرو پرویز تا انتهای داستان همراه نمی شود. او همچنین شخصیت های دیگر این داستان را نیز مفصل شرح می دهد.

● حاشیه پردازی نظامی و انتقاد بر داستان خسرو و شیرین

این ها عنوان بخش های پایانی کتاب است که نویسنده در اولی به بررسی بیان مباحث اخلاقی مدنظر نظامی در حاشیه منظومه خسرو و شیرین در سه زمینه انتقاد از سیاست عصر، حکمت و زندگی و انسان می پردازد و امیدوار است خواننده به هدف دیگر نظامی از این داستان سربایی بی برد. او اینجا هم به نوعی به همان مقدمه

طو ف ا ن ی ک ت ا ب گ ر ی ز می زند.

در دومی نیز چند نقد بر منظومه نظامی وارد می کند، البته با این اصل که «انتقاد آگاهی های امروزی ما از داستان، ناظر به آگاهی های امروزی ما از نقد ادبی است، سرنجام در افزودن های کتاب اسم های به کار برده شده در داستان خسرو و شیرین یک به یک معرفی شده اند.

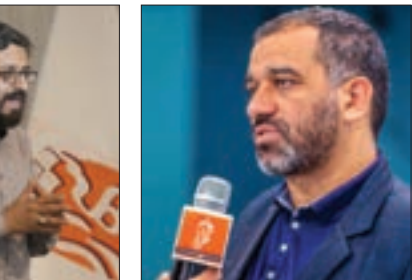
شنبه با شتاب فروزی

- پوزش و اصلاح

به سیاق هر شنبه در صفحه ادبیات، یادداشت آقای یوسف بینا با عنوان شنبه ها با شاهنامه، در صفحه منتشر شد.
امادر شماره گذاری آن به اشتباه عدد ۶ آمده بود. در صورتی که «شنبه ها با شاهنامه، این هفته به عدد ۲۸ رسیده بود. بدین وسیله آن را اصلاح می کنیم و از نویسنده و خوانندگان محترم این صفحه پوزش می خواهیم.

اولین رویداد شتاب دهی به رسانه های محلی و اجتماعی مشهد آغاز به کار کرد

هویت یابی و هویت بخشی با استفاده از رسانه



گروه فرهنگ و ادبیات

اولین رویداد شتاب دهی به رسانه های محلی و اجتماعی مشهد با نام رج و برگرفته از پیوند رسانه و جامعه، به همت مؤسسه فرهنگی شهرآرا و با همکاری حوزه هنری خراسان رضوی، صبح روز هفتم اسفند در سالن همایش های کارخانه نوآوری برگزار شد. در روز اول این رویداد دوازده، که هدف آن انتقال مباحث انگیزشی و آموزشی مرتبط با رسانه های اجتماعی، تشکیل و تقسیم بندی مخاطبان برای شروع کار رسانه ای گروهی است، جمعی از استادان حوزه رسانه حاضر شدند تا برای شرکت کنندگان مباحث لازم رادر قالب کارگاه های آموزشی بیان کنند، مباحثی که حول محور «از ایده تا محتوای کار رسانه می چرخد.

رؤیاسازی کنید تا پیشران باشید

سید میثم موسوی مهر، مدیرعامل مؤسسه فرهنگی شهرآرا، در مراسم افتتاحیه این رویداد از این گفت که همه ما باید برای انجام کارهای خود، رؤیا و تصویری از آن داشته باشیم و حالا آن چیزی که باعث شده است تا ما به این رویداد وارد شویم، همین رؤیاپردازی برای یک آینده بهتر و برخوردار بودن از یک رسانه بهتر بوده است. او در ادامه صحبت هایش خطاب به شرکت کنندگان همایش نیز گفت: «شما شرکت کنندگان هم باید برای شهر خود، رؤیا در نظر داشته باشید. این مسئله از این بابت مهم است که می تواند فرد را در حوزه های مختلف پیشران کند، «او در ادامه صحبت هایش از این گفت که نبود این رویا و تصور از آینده، می تواند آسیب زا باشد و درواقع بزرگ ترین آسیبی که یک تمدن می بیند، نداشتن رؤیاست. او گفت: «از شما می خواهم برای رویاهای خود چهارچوب و شاخصه در نظر بگیرید، شما باید برای تمدن تان، شهرتان، کشورتان ومحله تان رؤیا تصور کنید، «مدیرعامل مؤسسه فرهنگی شهرآرا در بخش پایانی صحبت هایش از شرکت کنندگان درخواست کرد تا مطالبه گرانه در رویداد حاضر شوند و گفت: «امیدواریم این رویداد آغازی خوب و مناسب برای شما باشد. آن چیزی که در رسانه مهم است شما دارندگان و اهالی هستید که درواقع تک تک شما یکی از کنشگران آینده این شهر محسوب می شوید.»

اهمیت سوزه یابی در رسانه های محلی

در ادامه این نشست، سید حسن موسوی فرد، با محوریت مسئله یابی در سوزه های محلی به سخنرانی پرداخت. او از این گفت که در کار رسانه مهم ترین نیاز، سوزه است ومسیر غالب برای انتخاب سوزه، توجه به ارزش های خبری چون فراوانی، تازگی، شهرت و... است. در صورتی که این فقط یک وجه رسانه ای کار است، وجه دیگر که باید به آن توجه شود، وجه محتوایی است که اگر به آن دقت نکنیم، گاهی از کار ما باز نمی شود وبدون اینکه مسئله ای را حل کنیم فقط به بیان آن می پردازیم. مسیری که ممکن است ما را به یک رسانه زرد یا سیاه نما تبدیل کند. او البته اضافه کرد توجه به جنبه محتوایی به این معنا نیست که نباید دنبال جذابیت های رسانه ای باشیم، اما نکته اینجاست که باید اصولی را درنظر داشته باشیم وبه آن پایبند باشیم که یکی از این پایبندی ها، پایبند بودن به حل مسئله است. به این منظور، باید محیط اطراف وسوزه های محلی را خوب بشناسیم. سوزه ها از دش شناخت پدیده ها برمی آیند. در صورت نبود شناخت، خود و جامعه را سر کار خواهید گذاشت.

● نباید جهان بینی و ذهنیت خود را به کل جامعه نسبت دهیم

موسوی درد بعد از ذکر این مقدمه، گفت: «در این میان، یکی از سؤال هایی که باید از خود بپرسیم این است که آیا لزوما پدیده ای که می خواهیم به عنوان سوزه دست روی آن بگذاریم، ماهیت سوزه بودن و پرداختن را دارد یا نه؟ به عبارت دیگر، ممکن است ما پدیده ای را با توجه به جهان بینی و ذهنیت خودمان منفی در نظر بگیریم در صورتی که شاید شایسته نباشد تا آن را به کل جامعه تعمیم بدهیم. ما حق نداریم پدیده ای را که در ذهنمان منفی است مبنای قضاوت برای شرایط کلی جامعه در نظر بگیریم. درواقع نوع نگاه ما به پدیده ها می تواند متفاوت باشد.»

● هم به مسئله بپردازیم هم به علت آن

او در ادامه صحبت هایش به این نکته اشاره کرد که چیزی که جامعه را حرکت می دهد، امید است نه صرف مطرح کردن مکرر یک مشکل، «اگر بخواهیم با مسائل موجود در محله فقط در سطح یک مشکل درگیر شویم، نمی توانیم آن را حل کنیم. رسانه ها عادت دارند فقط مسئله و مشکل موجود را نشان دهند، اما به دلایل آن نمی پردازند. برخی می گویند این ماهیت رسانه است، اما به اعتقاد من چنین نیست. در رسانه ما مسئولیت داریم تا برویم پیگیری کنیم که چرا یک پدیده به وجود آمده است، نه اینکه فقط در باره چیستی ها صحبت کنیم. برای این منظور، باید برویم سراغ علت پدیده ها. در این صورت دچار تکرار نمی شویم. برخی پدیده ها مثل اعتیاد بسیار پیچیده است و شاید نتوان به سرعت و کامل حلش کرد، اما به هر حال می توان آن را بهبود بخشید. موسوی فرد در بخش پایانی صحبت هایش از این گفت که نباید فراموش کنیم رسانه محلی یک نهاد اجتماعی است در پیوند با باقی نهاد های اجتماعی محله. او گفت: «ما در یک محله تنها نیستیم، باید برخورد مسئولانه داشته باشیم و این نکته را در نظر بگیریم آیا من به عنوان یک رسانه محلی می توانم با دیگر نهادها و ظرفیت های منطقه آشنا شوم و تعامل خوبی برقرار کنم؟»

رسانه بیشتر از محتوا درگیر فرم می شود

سید احمد موسوی صدی در دومین کارگاه آموزشی رویداد «رج» با عنوان «جریان سازی در رسانه های اجتماعی» با نام بردن از انواع رسانه گفت: برخی رسانه ها طول زیادی دارند، بعضی رسانه ها تأثیرگذاری بالایی دارند، زیرا به جای طول، عمق دارند. او با تأکید بر اینکه رسانه مخاطب را بر ای رفتار وهمگرایی آماده می کند، افزود: وقتی موضوع هایی قابلیت فراگیری دارم می توانم به نوعی جریان سازی باشد. انحصار و مرجعیت رسانه مؤلفه مهم قدرت آن است. این کارشناس رسانه با بیان اینکه محتوای خوب در هر پلتفرمی جای خود را باز می کند، یادآور شد: رسانه درگیر محتوانمی شود، درگیر فرم می شود. تمام بحران مادر فضای ما این است که اصحاب رسانه مسئله ندارند. این کارشناس رسانه با اشاره به اینکه رسانه ها با شعارهایشان در ذهن می مانند، یادآور شد: قدرت رسانه یک تفکر جمعی ایجاد کرده است وروی تفکر مخاطب تغییر ایجاد می کند. همچنین، ذات رسانه کنترل و فریب است. بعد از کنترل کردن، رسانه امید، پیشرفت، ترس و نفرت مخاطب را نیز کنترل کرده، موجب ارتقا یا سرکوب شدن آن ها می شود، اما در نهایت تفکر و عمل مخاطب را ارتقا می دهد. از طرفی، رسانه قدرتمند وتصمیم ساز است؛ اما تعالی است. یعنی هم تأثیرگذار است وهم تأثیرپذیر. وی در ادامه به بنگاه اقتصادی مانند «دیجی کالا» اشاره کرد و گفت که این بنگاه اطلاعات را به مخاطب خود در قالب یک تجارت می فروشد: «دیجی کالا در قدم اول نیاز مخاطب را رفع می کند، اما با ایجاد نیاز کاذب، کالای خود را به مشتری می فروشد. موسوی صمدی با اشاره به اینکه رسانه محلی، رسانه ای است که باید اخبار و اطلاعات محلی ومرتبط تولید کند و درعین حال محتوا را از هم جدا کند، یادآور شد: رسانه مرجع اختصاصی مردم وحاکمیت است. نظریه دستور کار سازی شامل واقعیتی که اتفاق می افتد، تغییراتی می دهد وبه درک مخاطب منجر می شود که مردم واقعیت را نمی بینند، بلکه درک و باور خود را می بینند.

وی افزود: ایجاد چهارچوب و اولویت دهی ساختار دستور کار سازی است، علاوه بر این، رسانه نمی تواند به مردم بگوید چگونه فکر کند، ولی می تواند بگوید به چه چیز فکر کند و برای آن ها دستور کار سازی کند. تغییر در نظام تجاری و رفتاری هدف جریان سازی رسانه است.

می خواهیم علاقه مندان به رسانه در محله شان کنشگری کنند

مجید عسکری، مدیر حوزه هنری خراسان رضوی، در حاشیه این رویداد از «رج» به عنوان برنامه ای یاد کرد که قرار است رسانه و جامعه را باهم پیوند بزند: «اصلی ترین هدف رویداد این است که ما بتوانیم به علاقه مندان به فعالیت در حوزه رسانه در قالب کنشگری اجتماعی آموزش بدهیم و آن ها را تشویق کنیم تا در فضای محلی تولید محتوا کنند. هم اکنون صد نفر گزینش شده اند تا در این دوره آموزشی دوازده آموزش ببینند. آموزش ها در مباحث وموضوع های مختلفی درباره رسانه محلی، کنشگری اجتماعی، مسئله یابی و تأثیر ونقش رسانه های محلی اختصاص دارد.»

او در ادامه در باره روند فعالیت شرکت کنندگان گفت: «افرادی که شرکت کرده اند در قالب تیم های سه تا پنج نفره دسته بندی خواهند شد و در یک فرایند یک ماهه به همراه مربیان و راهنماها، تولید محتوای رسانه ای خواهند کرد. اغلب این افراد در قالب یک کار گزارش مستند تصویری تولید خواهند داشت. در اختتامیه رویداد سعی می کنیم، تولیدات را از زیبایی کنیم وبهترین ها را برگزینیم و در ادامه با آن ها تعامل داشته باشیم. فراتر از ارزیابی، اصلی ترین هدف رویداد، شناسایی افراد و کنشگرانی است که در عرصه رسانه ای فعال هستند تا بتوانیم در سال آینده افراد برگزیده شده را در پروژه ها و فرایندهایی به کار بگیریم. در فرایندی شش ماهه مجموعه ای از انسان رسانه ها وتیم های رسانه ای تشکیل خواهیم داد تا بتوانند با همکاری مؤسسه «شهرآرا» کنشگری داشته باشند و در آینده شهر مشهد تأثیرگذار باشند.»

شرق کشور مبدأ همه تحولات

ادریس راموز، به عنوان اولین سخنران این برنامه، پشت تریبون رفت وبه صحبت پیرامون جایگاه ونقش رسانه پرداخت. او از این گفت که برای رسانه می توان سه نقش نهادی، نمادین و فراگیر در نظر گرفت: «رسانه به مثابه یک نهاد فرهنگی واجتماعی کار کرد تولید معنا و رفع نیازها و خلق ارزش ها ونجارهای اجتماعی وقوانین لازم خود را دارد. نقش نمادین رسانه نیز به این معناست که رسانه ابزار و مجرای انتقال داده و اطلاعات است و آخرین واصلی ترین تعریف رسانه نیز به مثابه فضا و چهارچوبی است که فرهنگ، اقتصاد، سیاست، سبک زندگی و... در آن جریان پیدا کرده است.» او در ادامه صحبت هایش به اهمیت شرق کشور به عنوان مبدا ونقطه آغاز بسیاری از تغییر و تحولات در کشور پرداخت و گفت: «این یک سنت تاریخی است که تحولات بنیادین در کشور از شرق کشور آغاز می شود و بعد از آن در سطح کل استعلا می یابد. به همین دلیل است که امروز نیز خراسان ومشهد در بحث رسانه های محلی پیشگام شده اند.»

● چرا رسانه های محلی؟

اما چرا رسانه های محلی اهمیت یافته اند؟ این سؤال، مبحثی بود که راموز در ادامه صحبت هایش به آن پرداخت. او با اشاره به سیر تاریخ وتقسیم بندی رسانه ها در عصر مدرن، گفت: «لیبرالیسم مسبب تمرکزگرایی شد و این تمرکزگرایی به این معناست که زمان ومکان با همان تاریخ وهویت را از بین می برد که با ادامه پیدا کردن این قضیه، کار به جایی می رسد که نظم جدیدی مورد نیاز است و در نتیجه، تاریخ وجغرافیا وهویت دوباره مهم می شود.

پس تمرکزگرایی افول پیدا می کند و جامعه محلی وشهرها وهویت هایشان اهمیت پیدا می کند.» مسئله محور بودن، مبتنی بر انسان بودن، متنوع ومتکثر بودن و گفت وگو محور بودن به عنوان ویژگی های یک رسانه، محلی ومیان رشته ای بودن وروایت پردازی وسوزه یابی نیز برخی از الزامات رسانه های محلی است که راموز در ادامه صحبت هایش به آن ها اشاره کرد.

کار ما بعد از رویداد تازه آغاز می شود

هادی ذالکی، دبیر رویداد «رج»، به محتوای آموزشی این دوره اشاره کرد و گفت: «عموم مباحث برمی گردد به مبحث های محتوایی حوزه رسانه و رسانه اجتماعی و آن چیزی که بچه های محلاتی که می خواهند کار رسانه ای انجام دهند، در این باره بدانند. برنامه در این دو روز، از ساعت هشت صبح آغاز می شود و تا شش عصر ادامه پیدا می کند. پس از پایان دوره، شرکت کنندگان در گروه های چهار یا پنج نفره تقسیم بندی می شوند. یک راهنما یا راهنمای رسانه ای با هر گروه همراه می شود تا در مدت زمان ۱۰ تا ۱۵ روزه، یک گزارش مسئله محور با موضوعی از محله خودشان بسازند. سپس این گزارش را برای دبیرخانه رویداد «رج» ارسال کنند، تا ما در نهایت تا پایان اسفندماه، از منتخبان این گزارش ها، تقدیر کنیم. کار و همکاری ما با بچه های شرکت کننده رسانه ای، اینجا تمام نمی شود و قصد داریم در آینده از این شبکه و ظرفیت آن استفاده کنیم.»

ذالکی همچنین به سرفصل های ارائه شده از سوی استادان این دوره هم اشاره کرد و گفت: «در کل چندین سرفصل مهم وجود دارد که در کلاس ها به آن ها پرداخته می شود. مثل چگونگی مسئله یابی کردن رسانه محلی، یعنی به سراغ چه موضوعی باید رفت و با چه افرادی باید مصاحبه کرد؟ یا اینکه افراد محله، شخصیت ها یا رخداد محله چطور باید روایت شود، چطور شبکه سازی اجتماعی انجام شود و... این ها مسائلی هستند که با بچه ها به طرح و بحث می گذاریم و درباره آن ها در کارگاه ها صحبت می کنیم.»

روایت نگاری در رسانه های محلی

دیگر سخنران نخستین روز رویداد رسانه ای «رج»، جمال یزدانی بود که نکاتی درباره «روایت نگاری در رسانه های محلی» ارائه کرد. یزدانی گفت: روایت نگاری در رسانه محلی براساس هر کدام از جزئیات ظرفیت های محله انجام می شود. در روایت نگاری محلی، اولین حرکت مشخص کردن محدوده روایت نگاری است که پس از آن حرکت آغاز می شود. یک روایت خوب براساس خوب دیدن و خوب شنیدن به وجود می آید. توجه به هر آنچه در ارتباطی اهمیت جلوه می کند نیز مهم است. رسانه محلی می تواند از این مؤلفه برای روایت نگاری مناسب خود استفاده کند. وی در ادامه افزود: کنار گذاشتن نگاه های تک بعدی باید در روایت نگاری رسانه محلی به آن توجه شود. ضمن اینکه، توجه به نظریات محلی می تواند به رسانه در شرایط مختلف کمک کند. سه مؤلفه آحاد مردم (اطلاع و انگیزه بخشی)، حاکمیت (سیاست گذاری) و گروه ها (تسهیل گری) ابعاد کار رسانه محلی است. روایت نگاری در رسانه محلی نیز بر اساس هر کدام از جزئیات ظرفیت های محله متفاوت می شود. از سوی دیگر، هویت وفرهنگ نیز از ظرفیت های مهم محلات است که به رسانه محلی این امکان را می دهد تا روایت نگاری خاصی داشته باشد.