

یوسف پیامبر در چندمین بازپخش نیز دومین سریال پربینندهٔ سال تلویزیون بعد از پایتخت است؛ گزاره‌ای که غیر از قوت سریال معانی واضح دیگری هم دارد

یوسف هنوز معجزه می‌کند



محمدحسین سلطانی خبرنگار گروه فرهنگ

در چند روز اخیر چند داده‌کاوی اساسی منتشر شد. لب مطلبشان این بود: یوتیوب نه تنها تلویزیون‌ها را از مین زده، بلکه میچ نمایش خانگی را خوابانده و با یک اختلاف فاحش از نتلیکس جلو افتاده است. این وضعیت نه فقط در آن‌ور آب، بلکه در همین ایران خودمان هم صدق می‌کند. در چند روز اخیر دو داده‌کاوی جدی در نامفر و متا انجام شد که اگر داده‌هایشان را کنار هم بگذارید، در مواجهه نخست گیجتان خواهد کرد. بنا بر آنچه نامفر از یوتیوب استخراج کرده، برنامه «پامپ» امیرحسین قیاسی تاکنون ۸۵ میلیون مرتبه دیده شده و از طرف دیگر، متا می‌گوید ۱۵ درصد از مخاطبانی که تلویزیون را از سبد مصرفشان خارج کرده‌اند، خودشان را مخاطبان یوسف پیامبر دانسته‌اند. درست در همین نقطه همه چیز پیچیده می‌شود. اگر برنامه قیاسی ۸۵ میلیون بازدید می‌گیرد، یعنی بیش از اکثریت برنامه‌های تلویزیون و تولیدات یوتیوبی تا این حد مخاطب دارند، چرا هنوز همان مخاطب پای سریالی می‌نشیند که برای ۱۷ سال قبل است؟ آیا مسئله نوستالژی است؟ آیا جامعه ایرانی در مصرف رسانه‌ای متفاوت است؟ پاسخ به این پرسش‌ها تأمل روی یک داده را می‌طلبد.

— یوسف پیامبر اول نیست!

شاید مهم‌ترین پرسش این است: آیا پر مخاطب‌ترین سریال و برنامه تلویزیون مربوط است به یوسف پیامبر؟ آمارها می‌گویند خیر. همچنان پر مخاطب‌ترین محتوای تلویزیون در سال جاری پایتخت ۷ است. سریالی که در مجموع ۲۲ قسمت ۸۰ میلیون بازدید را تنها در تلویویون گرفت و این یعنی عددی نزدیک به ۴ میلیون بازدید برای هر قسمت. البته اگر بخواهیم به میزان واقعی واچ تایم پایتخت در بستر اصلی پخش- یعنی تلویزیون- برسیم، باید این عدد را بیش از ۴ میلیون در نظر گرفته و این یعنی حداقل میزان تماشای تلویزیونی پایتخت برای تمام قسمت‌ها از عدد ۱۰۰ میلیون عبور می‌کند. به طور مثال اگر در حالت حداقلی، برای هر قسمت پایتخت، چیزی نزدیک تا ۷ تا ۸ میلیون بازدید را برآبر هر قسمت در نظر بگیریم که در این حالت تجمیع میزان بازدیدهای پایتخت به عدد حداقل ۱۶۰ میلیون بازدید می‌رسد که این چیزی حدود دو برابر پر مخاطب‌ترین برنامه یوتیوب است. از طرف دیگر میزان واچ‌تایم برخی سریال‌های

نمایش خانگی پرطرفدار- همچون «اجل معلق»- در خود پلتفرم و از بستر تماشای قانونی نزدیک به یک تا دو میلیون برای هر قسمت است. این یعنی عدد بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون بازدید را برای تمام قسمت‌های پر مخاطب‌ترین محتوای نمایش خانگی از ابتدای سال ۱۴۰۴ تاکنون باید در نظر بگیریم. درمجموع اگر بخواهیم به یک رتبه‌بندی منطقی از میزان بازدید مخاطب ایرانی برسیم؛ تلویزیون به واسطه پخش پایتخت ۷ و یوسف پیامبر هنوز پر مخاطب‌ترین است، پس از آن یوتیوب با «پامپ» امیرحسین قیاسی قرار دارد و در آخر هم نمایش خانگی با «اجل معلق»، «کارناوال» و «وحشی» حجم بازدیدهای مخاطب ایرانی را در دست گرفته‌اند. حالا این مجموعه برآوردها را رویه‌روی آن گزاره تکراری باید قرار دهیم که از معاون سیمتا تا مدیر مرکز تحقیقات صداوسیما آن را مطرح کرده‌اند: «تأثر از تحولات تکنولوژی‌های ارتباطی در دنیا، در رقابت بین شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی با رادیو تلویزیون، «شاهد کاهش مخاطبان تلویزیون‌های خطی و افزایش مخاطب شبکه‌های اجتماعی» هستیم و این «یک روند جهانی» است. در داخل کشور ما علاوه بر این روندهای جهانی، تحولات مختلف سیاسی و اجتماعی هم بر مخاطب صداوسیما تأثیر می‌گذارد.» حالا اگر این صحبت‌ها را بگذاریم کنار آمارها و داده‌ها، یک گپ جدی به وجود می‌آید. آیا این روند جهانی برای ایران هم صدق می‌کند؟ اگر بله، چطور ممکن است تلویزیون همچنان اول باشد؟ اگر تلویزیون اول است و می‌تواند اول بماند آیا ممکن نیست این رتبه به جای آنکه با برندهای حساب پس‌داده و سریال‌های آرشیوی به دست بیاید با تولیدات تازه سازمان کسب شود؟

— چرا در ۸ ماه فقط ۷۶ روز؟

اگر بخواهیم روی کاغذ نگاه کنیم، حدود ۷۶ روز تلویزیون توانسته مردم را به شکل جدی پای خودش بنشانند و آن گزاره تلویزیون دیگر پر مخاطب نیست- که دائماً توسط مسئولان سازمان تکرار می‌شود- را کنار بزنند. حالا چطور به این عدد ۷۶ رسیدیم؟ ۲۷ روز به خاطر مختارنامه، ۲۷ روز به خاطر یوسف پیامبر و ۲۲ روز بابت پایتخت ۷. این یعنی چیزی بیش از ۷۵ درصد زمانی که تلویزیون مخاطب گرفته، مربوط است به تولیدات آرشیوی سازمان و شبکه آق‌فیلم. از جهت دیگر بنا بر همین داده‌ها تلویزیون تنها توانسته دو و نیم ماه از هشت ماه گذشته از سال ۱۴۰۴ انتخاب مخاطب باشد و تنها ۲۲ روز از دوست و چهل و چند روز از سال ۱۴۰۴ برنامه‌ای داشته

فیلم سینمایی «چاره‌ای نیست» با سرمایه‌داری تسویه حساب جدی می‌کند

یک فحش کره‌ای دیگر به سرمایه‌داری



ایمان عظیمی خبرنگار گروه فرهنگ

«چاره‌دیگری نیست» فیلمی است دربارهٔ فشار اقتصادی، امانه از نوع شعاری با سطحی آن. اثر، فروپاشی یک انسان معمولی را با جزئیات به نمایش می‌گذارد که کمتر در سینمای معاصر دیده می‌شود؛ فروپاشی‌ای که نتیجه عوامل درونی شخصیت افراد نیست، بلکه از دل سازوکارهای اقتصاد سرمایه‌داری بیرون می‌زنند. فیلم از همان ابتدا با تأکید بر موقعیت انسانی شخصیت اصلی آغاز می‌شود. مردی به نام یو مان‌سو ۲۵ سال در کارخانه کاغذ کار کرده و حالا اخراج ناگهانی‌اش، او را از شرایط زیست طبیعی زندگی جدا می‌کند. فیلم این اخراج را صر فاقط یک حقوق ماهانه نمی‌بیند؛ آن را به مثابه حذف یک هویت و ریشه‌کن کردن احساس ارزشمندی فردی درنظر گرفته و تصویر می‌کند. در ادامه، مخاطب شاهد تلاش‌های پی‌درپی مان‌سو برای یافتن کار جدید است؛ تلاش‌هایی که اغلب در صف‌های طولانی، مصاحبه‌های تحقیرآمیز و محیط‌هایی رخ می‌دهد که بیش از آن‌که محل انتخاب باشند، شبیه میدان نبرد هستند. فیلم با نگاهی آرام اما بی‌رحم نشان می‌دهد که چگونه ساختار اقتصادی رقابتی، انسان‌ها را به قطعه‌ای می‌رساند که دیگر در چهره هم‌دیگر انسان نمی‌بینند، بلکه فقط «رقب» و «گه‌حتی دشمنی متخاصم می‌بینند. در این شرایط امکان بقا، تنها زمانی فراهم می‌شود که «دیگری» کنار برود! یکی از نقاط برجسته فیلم، جلسات موسوم به «گروه‌رمانی» است؛ دوره‌هایی که شرکت برای کارگران اخراج‌شده برگزار می‌کند تا آن‌ها را به پذیرش «عادی» بودن اخراج قانع کند. در این صحنه‌ها، فیلم بدون کوچک‌ترین شعار، دقیق‌ترین

باشد که تلویزیون را در صدر جدول تماشای مخاطبان قرار دهد. حالا سؤال اینجاست که در باقی روزهای سال چطور؟ مخاطب انتخاب اصلی‌اش کدام بسترهاست؟ درست در همان بازه زمانی که «اجل معلق» پخش می‌شود، تلویزیون هم «همان‌کشی» را به آنتن می‌آورد. روی کاغذ این انتخاب هم باید به مانند دیگر تولیدات تاریخی پر مخاطب تلویزیون، مخاطب بالایی را جذب کند اما سریال شبکه ۱ که در تلویون در مجموع ۳۲ قسمت، حدود ۲٫۳ میلیون مخاطب می‌گیرد. این یعنی همان‌کشی درمجموع ۳۲ قسمت (در تلویویون) تنها به اندازه یک قسمت از «اجل معلق» (آن هم فقط در بسترهای رسمی) مخاطب دارد. این یعنی در آن بازه زمانی که مهم‌ترین اثر تلویزیون همان‌کشی بوده، تلویزیون در میان دو انتخاب اصلی مردم بین یوتیوب و نمایش خانگی قرار نمی‌گیرد.

آمارها نشان می‌دهند واکنش مردم نسبت به تلویزیون صفر و صدی است و ناگهان ممکن است یک محتوا دو برابر دیگر بسترها دیده شود و گاهی ممکن است یک پنجم دیگر بسترها مخاطب جذب کند. باین همه شرایط نشان می‌دهد اوضاع برای تلویزیون ناپایدار است و تنها انتخاب قطعی صداوسیما پخش سریال‌هایی مثل مختار و یوسف پیامبر است که به‌صورت تضمینی می‌توانند مخاطب بگیرند. بر اساس همین منطق شرح داده شده، واضح است گزاره «مخاطب تلویزیون از نظر جهانی کاهش پیدا کرده» به شکل مشخصی در ایران جواب نمی‌دهد و واکنش مخاطب به پخش تولیدات آرشیوی تلویزیون این گزاره را اثبات می‌کند.

— مردم چرا باقی تولیدات را نمی‌بینند؟

در همین نقطه یک گزاره دیگر هم مسئله می‌شود و می‌توان درباره‌اش بحث کرد. اگر تلویزیون می‌تواند در بازه ۷۶ روز از سال پر مخاطب باشد، چرا این عدد بالاتر نمی‌رود؟ آیا دیگر بسترهای پخش این اجازه را نمی‌دهند؟ برای بررسی دقیق‌تر این گزاره بهتر است منتظر بمانیم و ببینیم اگر سریال مه‌ران مدیری در روزهای آینده از تلویزیون پخش شود و به موازات آن سریال هزار و یک شب هم از پلتفرم فیلمو منتشر شود، کدام‌یک میزان مخاطب بالاتری را جذب خواهند کرد. باین همه، می‌توان یک داده واضح‌تر را مشاهده کرد: در همان زمانی که پخش سریال «اجل معلق» در حال اتمام است و «پامپ» قیاسی هم به میانه‌های خود رسیده، سریال یوسف پیامبر منتشر می‌شود و مخاطب قابل توجهی را جذب می‌کند که متا آن را تا رتبه دوم پر مخاطب‌ترین

محتوای تلویزیون اعلام می‌کند و می‌گوید چیزی حدود ۵۵ درصد از مخاطبان نمایش خانگی پای این سریال نشسته‌اند و نزدیک به ۳۳ درصد از مخاطبان ماهواره هم در ساعت پخش یوسف پیامبر انتخابشان تلویزیون بوده است. این یعنی تلویزیون در همان زمان اوج‌گیری بازدیدهای یوتیوب و نمایش خانگی توانسته میزان بالایی از مخاطب را جذب کند، آن هم با یک محتوای آرشیوی. به‌دست‌آمدن ۵۳ درصد مخاطب برای یوسف پیامبر و حدود ۷۲ درصد برای پایتخت نشان می‌دهد تلویزیون می‌تواند آمار بیش از ۵۰ درصد را به ثبت برساند و پر مخاطب‌ترین محتواهای تولیدی را روانه پخش کند و مشکل از خود تولیدات است. با شرح یک ماجرای ساده می‌توان این موضوع را نشان داد. شهر یور ماه امسال سریالی از شبکه دو سیما پخش شد به نام «دستچین». سریال درست در بازه زمانی پیک تماشای تلویزیون منتشر شد و به موازات پخش در تلویزیون، سازنده اثر آن را در یوتیوب هم پخش کرد. حالا آمارهای ثبت شده در این دو پلتفرم چطور بود؟ مجموع بازدیدهای ۸ قسمت این سریال در دو پلتفرم تلویزیون و یوتیوب به ۱٫۵ میلیون هم نمی‌رسد. این یعنی ۸ قسمت یک سریال در دو پلتفرم، به اندازه کمتر از نصف یک قسمت پایتخت ۷ مخاطب گرفته است. «دستچین» برای هشت قسمتش چه در یوتیوب و چه تلویویون به یک میلیون بازدید نمی‌رسد. این یعنی تولید اگر ضعیف باشد، تفاوت بستر پخش هم توفیری به حال یک محتوا ندارد.

— آمارها منتظر دیگر تولیدات بمانند؟

حدود ۸ ماه از سال ۱۴۰۴ گذشته و به شهادت آمار نمایش خانگی با سه محتوای کارناوال، وحشی و اجل معلق، یوتیوب با پامپ و برخی تولیدات خارج از کشور و البته تلویزیون با سریال‌های آرشیوی و پایتخت ۷ پر مخاطب شده‌اند. حدود ۴ ماه دیگر از سال مانده و باید دید آیا تلویزیون می‌تواند چند روز اول ابتدای سال را دوباره تکرار کند یا اینکه باید منتظر تکرار گزاره «مخاطب جهانی تلویزیون ریخته» باشیم. گزاره‌ای که شاید بر مبنای آمارهای کشورهایی همچون انگلیس و آمریکا در ست به نظر برسد؛ اما در کشوری مثل ایران جانز «چراها» و «شاید‌ها» ی بسیاری می‌شود. حالا تلویزیون است که باید پاسخ بدهد، چرا با گذشت ۷ ماه از پخش پایتخت هیچ محتوای دیگر تولیدی‌اش، تلویزیون را به جدول پر مخاطب‌ها باز نمی‌گرداند؟

در نقطه اوج، جایی که مان‌سو تصمیم‌های تیره و سنگین می‌گیرد، فیلم قضاوت اخلاقی ارانه نمی‌دهد. کار او را تأیید نمی‌کند؛ اما او را به‌عنوان جنایت‌کار نیز نمی‌سازد. اثر با هوشمندی روی ساختاری که فرد را تا پای میل افسارگسیخته به خشونت برده تأکید می‌کند. به بیان دیگر، «چاره دیگری نیست» فقط عنوان نیست؛ توصیف یک وضعیت است؛ وضعیتی که در آن انتخاب‌های فردی عملاً به انتخاب‌های جبری تبدیل می‌شوند. در پایان بندی، فیلم از هرگونه پیام مستقیم فاصله می‌گیرد و سکوت را انتخاب می‌کند. سکوتی که سنگین است، اما معنا دارد. سکوتی که تماشاگر را عقب می‌برد تا مسیر فروپاشی مان‌سو را دوباره در ذهن مرور کند؛ اخراج بدون توضیح، تلاش‌های بی‌نتیجه، از دست‌رفتن احترام و کارکرد اجتماعی و در نهایت، نیل به سمت خشونی که ریشه‌اش بیرون از فرد است. فیلم این مسیر را بدون هیچان‌زدگی و بدون بازی با احساسات، تنها با چشش دقیق رویدادها و نشانه‌ها روایت می‌کند. می‌توان گفت «چاره دیگری نیست» فیلمی است که از دل یک داستان شخصی، تصویری روشن از اقتصاد معاصر و اثرات انسانی آن ارانه می‌دهد. فیلم ثابت می‌کند قربانی در بحران‌های معیشتی همیشه فرد بی‌کفایت یا بی‌برنامه نیست؛ گاهی کسی است که سال‌ها به ساختاری خدمت کرده و در نهایت همان ساختار با بی‌رحمی او را پس می‌زند. ارزش فیلم نه در اغراق با مایه‌های مولودراماتیک، بلکه در واقع‌گرایی و صداقت آن نهفته است. این اثر در سکوت و با جزئیاتی دقیق، سقوط مردی معمولی را به تمثیلی از وضعیت گسترده‌تر جامعه تبدیل می‌کند.

نقد اقتصادی خود را ارانه می‌دهد و مسئولیت یک بحران عمومی و ساختاری را به‌شانه فرد می‌اندازد. سیستم، خطاهای خود را با تکرار جملات انگیزشی می‌پوشاند و بار شرمندگی را بر دوش کارگری می‌گذارد که هیچ نقشی در فروپاشی ندارد. این نقد، بدون آن‌که صریحاً نوک پیکان نقدش را سمت تئوری یا مکتبی نشانه‌بگیرد با قدرتی سینمایی ساختار وارونه اقتصاد مدرن را به تصویر می‌کشد.

در بخش‌های میانی، فیلم جزئیات رفتاری مان‌سو را دستمایه روایت می‌کند؛ جزئیاتی کوچک‌ا مامعیم. فاصله گرفتن تدریجی‌اش از خانواده، بی‌قراری‌هایی که در خانه همراهش است و احساسی که در هر نگاهش موج می‌زند؛ اضطراب از دست دادن نقش «نان‌آور». فیلم با دقت نشان می‌دهد که چگونه بحران اقتصادی، به جای آن‌که یک مسئله بیرونی باشد، از درون شروع به خوردن فرد می‌کند. اینجا فیلم نه به دام احساسات گرایی می‌افتد و نه به‌سوی تحلیل روانشناختی صرف می‌رود، بلکه پیوندش را میان فشار معیشتی و سقوط روانی برپا می‌سازد. یکی از بهترین لحظات فیلم، روند تغییر نگاه مان‌سویه متقاضیان دیگر کار است. در ابتدا او مانند همه، همراه جمع حرکت می‌کند؛ اما با هر شکست، نگاهش سردتر و بی‌اعتداتر می‌شود. انسان‌هایی که تا دیروز هم سرنوشت او بودند، امروز مانند سلی محکم در برابر خواسته‌های وی قرار گرفته و تبدیل به مانع شده‌اند؛ مواعی که برای حفظ امکان بقا باید از سر راه برداشته شوند. خشونتی که در فیلم شکل می‌گیرد، ناگهانی نیست، بلکه طبیعی است. همان‌طور که اثر می‌گوید، وقتی ساختار، امنیت را از زندگی حذف می‌کند، خشونت به انتخاب فردی تبدیل نمی‌شود، بلکه به تنها امکان پیش‌رو بدل می‌شود.

پارک چان‌ووک برای نشان‌دادن این وضعیت با هوشمندی از کم‌دی دارک (طنز سیاه) بهره می‌گیرد؛ طنزی که خنده تماشاگر را با احساس گناه همراه می‌کند. موقعیت‌های کمیک فیلم نه برای خندانند هستند و نه برای تلخی‌زدایی از فضا؛ بلکه سازوکاری‌اند برای نمایش زخم. مادر لحظه‌ای می‌خندیم که می‌دانیم ریشه‌ آن موقعیت، رنج انسانی واقعی است. فیلم در این طنز تلخش، یک مکانیسم دفاعی روانی را آشکار می‌کند: شش‌صنوبری‌ها می‌خندند تا فروپاشی را نبینند و ما می‌خندیم چون اگر نخندیم مجبوریم با حقیقت عریان این جهان روبه‌رو شویم. این طنز، شکاف میان ظاهر و حقیقت را آشکار می‌کند: جهان مدرن وانمود می‌کند نظم دارد؛ اما پشت این نظم اضطرابی عمیق و یک فروپاشی دائمی جریان دارد.

اثر جدید سینمای کره بیش از آنکه درباره سقوط یک فرد باشد، درباره سقوط ساختاری است که آن فرد را ساخته است. پارک چان‌ووک با روایت سرنوشت «من‌سو»، جهان مدرن را در برابر آیینته‌ای قرار می‌دهد که از تماشای تصویرش می‌ترسد. جامعه‌ای را که آینه‌هایی مثل «وینداو» می‌سازد و بعد، با قضاوت اخلاقی، وانمود می‌کند که گناه سقوط بر گردن خود آن‌هاست. فیلم مخاطب را وادار می‌کند دوباره درباره معنای «انتخاب» بیندیشد؛ آیا انسان واقعاً آزاد است یا آزادی تنها چهره‌ای زیبا شده از نیروهایی است که بی‌آنکه دیده شوند، او را شکل می‌دهند؟

انسان بودن را از او می‌گیرد. به همین دلیل، کشش «من‌سو» نه «اشباه فردی» است و نه «شجاع‌ت»؛ بلکه نشانه روشن لحظه‌ای است که در آن مفاهیم درست‌ و غلط از دست می‌روند و انسان به مرزی می‌رسد که اخلاق دیگر توان هدایت او را ندارد. فیلم پرسشی بنیادین را پیش می‌کشد؛ وقتی شرایط بیرونی انسان را پنهان و مستمر شکل می‌دهند، آیا هنوز می‌توان از «انتخاب» سخن گفت؟ خانواد به فیلم نه ناجی است و نه قلب عاطفی داستان، بلکه یکی از نقاطی است که فشار ساختاری در آن متمرکز می‌شود. پارک خانواده را نه یک پناهگاه، بلکه واحدی نیمه‌ویران و شکننده تصویر می‌کند؛ جایی که تنش‌های اقتصادی، عاطفه را پیش از آنکه مجال بروز پیدا کند می‌خشکانند. زن و فرزند «من‌سو» آینه‌هایی هستند که شکست‌های او را بازتاب می‌دهند؛ اما فیلم هیچ‌گاه آنان را مقصر نمی‌سازد. آن‌ها نیز مانند او، قربانیان همان نظامی هستند که آرام‌آرام بنیادهای معنا را می‌چود. خانواده در این فیلم یک رابطه احساسی نیست، یک دستگاه اقتصادی است. رابطه‌هایی که بر مبنای ترس از فروپاشی و اجبار به نقش بازی کردن بنا شده‌اند دیر یا زود انسان را از انسان بودن دور می‌کنند. «من‌سو» در چنین فضایی دیگر نه پدر است و نه شوهر. او نقشی را حمل می‌کند که جهان بیرون به او تحمیل کرده و فشار برای حفظ این نقش همچون طاب دار دور گردنش ست‌ت‌تر می‌شود.

معنای حذف‌شدن تدریجی از جایگاه اجتماعی و نمادینی که زمانی او را تعریف می‌کرد. بیکاری برای او تنها از دست‌دادن یک درآمد نیست، بلکه نوعی بی‌هویتی است؛ یک حذف نرم که آرام‌آرام امکان معنا یافتن را از زندگی او می‌گیرد. قاپ‌بندی‌های هندسی و حساب شده پارک چان‌ووک این وضعیت را برجسته می‌کنند: «من‌سو» در مرکز قاب قرار می‌گیرد؛ اما حضورش همواره همچون یک اضافه‌بار بصری است، چیزی که دیگر با محیطش هم‌خوان نیست، چیزی که جهان اطراف ترجیح می‌دهد او را نبیند. این وضعیت یادآور سوژه مدرن است که در جهان پس‌ماتافیزیکی، جایگاه معنادر خود را از دست داده و در نوعی بی‌مکانی روانی و وجودی سرگردان است. او پیش از سقوط، گویی از جهان خود اخراج شده است و جنایت، حتی اگر خطا باشد، برای لحظه‌ای به او این حس را می‌دهد که هنوز «اثرگذار» است که ردپایی باقی می‌گذارد. در این میان، خشونت در فیلم نه یک انتخاب اخلاقی است و نه یک انحراف روانی؛ بلکه پاسخی است به نیروهایی که سوژه را از بیرون شکنک می‌دهند. پارک چان‌ووک خشونت را زبان ساختارها می‌داند: ساختارهایی که در ظاهر قانونی‌اند؛ اما در باطن همچون فشار ممتدی بر انسان وارد می‌شوند و امکان زیستن اخلاقی را از او سلب می‌کنند. سقوط «من‌سو» در لحظه ارتکاب عمل مجرمانه آغاز نمی‌شود، بلکه در همان روزهایی شکل می‌گیرد که جامعه، بی‌سروصد، امکان

وقتی چاره‌ای نیست!



سعید قاسمی خبرنگار

پسارک چان‌ووک در جدیدترین اثر خود یعنی فیلم «انتخاب دیگری نیست» نشان می‌دهد که در پس تمام جهان‌های ظاهراً جنایی‌اش، همیشه خشونتی آرام، خزننده و روزمره جریان دارد؛ خشونتی که نه از طبیعت انسان، بلکه از دل سازوکارهای اجتماعی و خصوصاً اقتصادی تولید می‌شود. روایت فیلم درباره مردی است که زیر فشار بیکاری، تحقیر و فروپاشی موقعیت اجتماعی‌اش به سمت جنایت سوق پیدا می‌کند؛ اما این گزاره تنها سطح کار است. در لایه‌های زیرین، فیلم سیستمی فلسفی می‌سازد تا مفاهیمی چون اختیار، آزادی، اخلاق و فروپاشی خانواده در جهان مدرن را بازاندیشی کند. پارک از همان ابتدا روشن می‌کند که با یک تراژدی اجتماعی ساده روبه‌رو نیستیم؛ بلکه با جهانی مواجهیم که انتخاب‌های انسانی در آن به دو گزینه تقلیل یافته‌اند: بد و بدتر. عنوان فیلم را چنانچه «چاره‌ای جز این نیست» ترجمه کنیم موضوع جالب می‌شود. این ترجمه کمتر درباره توجیه مجرم است و بیشتر اعتراف جامعه‌ای است که امکان انتخاب را از سوژه حذف کرده است. «من‌سو»، شخصیت اصلی فیلم، پیش از آنکه به مسیر سقوط بیفتد، از پیش متزلزل است؛ نه به معنای ضعف شخصیتی، بلکه به