

من در عجم ز می فروشان کایشان / زین به که فروشند چه خواهند خرید

جای خالی ساختمان پلاسکو را چگونه باید پر کنیم

آن سال هایی که در بنیاد سینمایی فارابی مشغول بودم، معمولاً برای خرید به میوه فروشی ای در خیابان سی تیر مراجعه می کردم. میوه فروشی ای که بیشتر به جواهرفروشی می مانست: انگار به جای سیب و انار و پرتقال، یاقوت و زمرد و عقیق می فروخت. میوه های چنان با ذوق روی هم چیده شده بود که توجه هر رهگذری را جلب می کرد. اما بیشتر از خود میوه ها، این سکنات میوه فروش بود که مغازه و کاسیبه او را خاص کرده بود: باوقار بود و خوش بیان. میوه های را عزت می گذاشت و با چشم نوازش شان می کرد. پیدا بود که کالایش را حراج نکرده: نه خبری از پلاکاردهای قیمت بود و نه حتی ادعای ارزان فروشی برای ترغیب خریدار. مشتری که وارد می شد، میوه فروش اول سرپایش را برانداز می کرد و بعد پاسخ می داد. حتی بسیار پیش می آمد که با جوابی سرسری وی را از خرید منصرف کند. بیشتر از اینکه خریدار، میوه او را بپسندد او باید خریدار را می پسندید و قبل از اینکه میوه را در ترازوی پیشخوانش بگذارد، مشتری را سبک و سنگین می کرد. مسلماً میوه های او با بسیاری میوه های دیگر، به لحاظ شکل و ابعاد و خواص، تفاوتی نمی کرد، ولی این او بود که به میوه های «شخصیت» داده بود و دغدغه اش این بود که مشتری بفهمد از چه «کسی» دارد چه «چیزی» می خرد! مشتری های هم کم کم یاد گرفته بودند که باید شخصیت میوه ها را به جا بیاورند و مثلاً گویند «یک کیلو سیب بدهید» آنان «هر میوه ای» نمی خواستند، بلکه قصد خرید «آن میوه ها» را داشتند.

احتمالاً هریک از ما به نحوی در زندگی به چنین افرادی برخوردیم: کسانی که هنرمندانه قادرند شغل شان، محل زندگی شان و خلاصه هر چیزی که با آن سروکار دارند را تبدیل به موضوعی ویژه کنند. در واقع آنان هر امر به ظاهر «ناچیز» را «چیزی» می کنند: یعنی به آن چنان «تشخصی» می بخشند که مخاطب و متقاضیان «اهل تشخیص» پیدا کند. یک سده ای هست که برخورد اهالی و مدیران شهر پاریس با این شهر چنین است. آنان با معابر و پلاک های شهری قدیمی و جدید، همچون جایی صاحب شخصیت برخورد می کنند. سرگذشت و قصه ها و زیبایی های پاریس، به تنهایی برای تشخیص یافتن در جهان کافی نبود، بیشتر این مدیران و اهالی آنجا بودند که این امتیازات را به جا آورده و آن را چنان صیقل دادند که حال مردم دنیا پذیرفته اند که پاریس از آب و گل دیگری سرشته شده است. درحالی که به زعم من بسیاری شهرهایی که همسنگ پاریس زیبا و تاریخی اند، فرقت این است که به دست جواهرفروشان نیفتاده اند.

واقعیت این است که پاریس هم از همان سنگ و سیمانی ساخته شده که شهری چون تهران. حتی مثل تهران ادواری از گسترش بی رویه و ساخت وسازهایی بی کیفیت و سودازده را پشت سر گذاشته، جای جایش تخریب و نوسازی شده و بسیاری از بناهای ارزشمندش را از دست داده است. لیکن مدیران و برنامه ریزان و اهالی اش مدت هاست سرعقل آمده اند و تلاش کرده اند از «جایی» بودنش حفاظت کرده و از آن پرده برداری کنند تا به چشم آید. اکنون پاریس نه فقط نزد فرانسویان که نزد مردم دنیا، جایگاهی دارد که هر نوع رفتار و کلامی را برنمی تابد: چه برسد به تخریب و نوسازی. پاریسی که اجازه نداریم «تو» خطابش کنیم و باید حتماً «شما» بگوییم.

این درست عکس رفتاری است که ما با شهرهای مان پیش گرفته ایم. ما حتی با نشانه های شهری مان همچون مکان هایی بی نام و نشان برخورد می کنیم: ساختمان پلاسکو از آنجا که از نخستین بناهای بلند تهران بود و چند دهه با خاطرات اهل شهر پیوند خورده بود، واجد شخصیت شده بود. از همین رو برای نشانی دادن نیازی به کدپستی و پلاک نبود و اگر می گفتیم «ایران، تهران، ساختمان پلاسکو» جای پرسشی باقی نمی ماند. هرچند این شخصیت ساخته و پرداخته مردم آن هم در دوران خوش احوالی مدنی بود، در این چند دهه بحران زده نیز با وجود همه جفاهایی که مالکین و مدیران شهری در حقش کرده بودند، تشخیصش را کمابیش حفظ کرده بود. شاهدش نیز عظمت یافتن سانحه آتش سوزی بود: شاید اگر این اتفاق برای مکان دیگری می افتاد، چنین پژواکی نمی یافت.

به زعم بنده ساختمان پلاسکو از لحظه این رویداد، حتی شخصیتی ممتازتر از قبل یافته است: اگر تا دیروز ساختمان پلاسکو «یکی از بلندترین بناهای تهران» بود، زین پس، «بلندمرتبه ترین ساختمان تهران» است، نه به اعتبار تعداد طبقات و ارتفاع از سطح زمین، بلکه به دلیل عزم بلند آتش نشانان شجاعی که پیش چشم مردم به داخل آتش رفتند و بیرون نیامدند. با اینکه دیگر اثری از آن باقی نیست ولی در ذهن مردم هنوز سوختنش به پایان نرسیده: جسم پلاسکو با بولدور «جمع شد» ولی «شخصیت» آن به سادگی قابل جمع کردن و به فراموشی سپردن نیست و اصلاً این ادبیات را برنمی تابد! چطور می شود جایی را که هزاران چشم امید بسته به پیدا شدن عزیز بی آن دوخته شده بود از خاطر محو کرد. مصرانه برآنم که اگر قرار باشد چیزی جای پلاسکو ساخته شود، باید بتواند این شخصیت و این کیفیت از جایی بودن را به نمایش بگذارد: «جایی» که ایرانیان را به صفت ایثار معرفی کند و نه سودازدگی. شهر ما پر است از مکان هایی که ما با تقلیل دادن شان به «ناکجا» آنها را به کالایی قابل فروش تبدیل کرده ایم. وقتش رسیده که به آن میوه فروش خیابان سی تیر اقتدا کنیم و بفهمیم که این گوهرشناسی و فهم ما است که به امور اطراف مان بها می دهد و آنها را تبدیل به امری غیرقابل معاوضه می کند. واقعا به چه قیمتی می شود آسمان و زمین «جایی» را فروخت و در ازای این جواهرات، چه چیز بهتری می توان خرید!

تیترا از اشعار خیام است.

نویسنده: سید محمد بهشتی