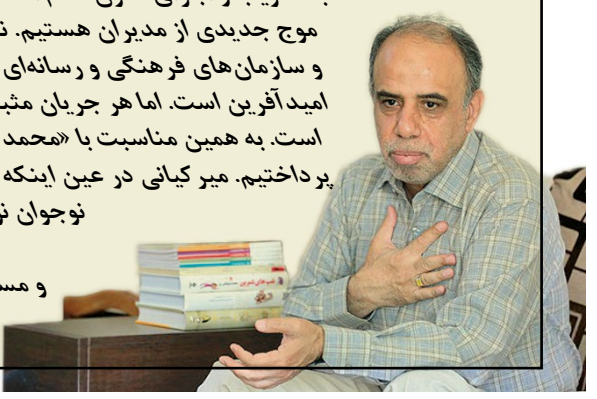




جمال شورشه (فیلمساز) ابوالقاسم طالبی (فیلمساز) محمد کاسبی (بازیگر) رسول ملاقلی پور (فیلمساز) شهریار بحرانی (فیلمساز) پرویز شیخ طادی (فیلمساز) داود میربافرانی (فیلمساز) حسین یاری (بازیگر) پروانه معصومی (بازیگر) مهدی قنیه (بازیگر) ابراهیم حاتمی کیا (فیلمساز) سلحشور (فیلمساز) هادی محمدیان (یوانا) مجید مجیدی (فیلمساز) شهید آوینی (فیلمساز) جواد اردکانی (فیلمساز)



با تصویب و اجرای قانون عدم استفاده از نیروهای بلژن‌نشته در مدیریت کشور، شاهد بر سر کار آمدن موج جدیدی از مدیران هستیم. نکته مهم این است که جریان روی کار آمدن مدیران جوان در نهادهای و سازمان‌های فرهنگی و رسانه‌ای کشور پررنگ‌تر به نظر می‌رسد. اتفاقی که قطعا نیک و قابل تقدیر و امید آفرین است. اما هر جریان مثبتی، برای به ثمر نشستن به آسیب شناسی و دفع آفت‌ها نیز نیازمند است. به همین مناسبت با «محمد میر کیانی» نویسنده و فعال رسانه‌ای پرسابقه کشورمان به گفت و گو پرداختیم. میر کیانی در عین اینکه خودشن یک نویسنده بوده است و ده‌ها جلد کتاب در حوزه کودک و نوجوان نوشته، سابقه‌های طولانی در مدیریت فرهنگی و رسانه‌ای هم دارد. از جمله مدیر انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و مسئول گروه کودک و نوجوان شبکه‌های یک، دو و جام جم سیما بوده.

در گفت و گو با محمد میر کیانی بررسی شد

باید و نبایدهای جوانگرایی در مدیریت فرهنگی



تولید فکر و فرهنگ آشنا باشد. باید از زمان آغاز تولید یک محصول فرهنگی یعنی از شکل‌گیری ایده تا به ثمر رسیدن آن محصول را بشناسد، نه اینکه فقط از روند اداری آگاه باشد. اگر یک مدیر فرهنگی، ساختار، درونمایه، عناصر تأثیرگذار در تولید فرهنگ را نشناسد نمی‌تواند درست تصمیم بگیرد. نکته دیگر تجربه است، به ویژه تجربه ارتباط با آدم‌ها و عناصر فرهنگی و مهم‌تر جسارت تصمیم‌گیری‌های بزرگ است. تصمیمات بزرگ هم زاییده تجربیات بزرگ است.

- **اما در دهه اول انقلاب و به ویژه در طول دوران دفاع مقدس، مدیران جوان، کارهای بزرگی کردند. یعنی ایمان و انگیزه‌ی قوی در کنار تحولات و سواد کالی، می‌توانند به اقدامات در مدیریت و سواد کالی، می‌توانند به اقدامات در مدیریت بزرگ مسیر را برای خلق محصولات بزرگ فرهنگی فراهم کنند. برخی نیز می‌خواهند چرخ را از اول بسازند. یعنی فکر می‌کنند که دستاوردهای فرهنگی که طی ۴۰ سال اخیر به دست آمده هیچ بوده و تازه ایشان می‌خواهند کار را شروع کنند.**

- **چه باید کرد؟ آیا باید به گذشته برگردیم و مسئولیت‌های فرهنگی را به افراد قدیمی بدهیم؟**

یکی از مشکلات ما افراط و تفریط است. یعنی در دورانی هر آدم سالخورده‌ای را بدون هیچ دانشی به عنوان مدیر یا تجربه بر سر کار می‌آوردیم و بعد که به اهداف نرسیدیم به این فکر افتادیم که حالا همه مسئولیت‌ها را به جوانان بسپاریم. جوانگرایی در مدیریت فرهنگی حرف حقی است که از آن اراده باطل می‌شود. قطعا از نیروهای جوان مستعد که توانایی اداره مجموعه‌های فرهنگی را دارند باید استفاده کنیم. اما مدیران جوان ابتدا باید در کنار مدیران باتجربه یک دوره کارآموزی را بگذرانند. به

سینمای ایران و ماجرای نیمروز اهواز

رد خون قهرمانان در تراژدی اشباح

قرار می‌گیرند باید در خدمت نیروهای فرهنگی باشند. اما برخی از مدیران جوان دچار این تصور هستند که هنرمندان و نیروهای فرهنگی باید در خدمت آنها باشند.

در حوزه مدیریت، نیروهای فرهنگی به نام افراد توجه می‌کنند و نه به مقام آنها. به طور مثال، یک شاعر اگر بخواهد شعر خود را برای انتشار در اختیار یک نشریه قرار بدهد، ابتدا نگاه می‌کند به نام سردبیر آن نشریه و چنانچه نام شناخته شده و معتبری را ببیند شغرش را به آن نشریه ارائه می‌دهد. عناوین و سمت‌های مدیریتی را به هر کسی می‌توان داد.

در مجموعه‌های فرهنگی، نام مدیران می‌تواند به یک مجموعه اعتبار می‌دهد.

- **خب، نتیجه حضور مدیران ناتوان و عملکردهای ضعیف آنها بر حوزه فرهنگ چیست؟**

نتیجه مدیریت فرهنگی فاقد قدرت و اعتبار این است که جلوی موج آفرینی فرهنگی گرفته می‌شود و اتفاق‌های بزرگ در این عرصه نمی‌افتد. ابتدایی‌ترین تأثیر این روند هم ریزش مخاطب محصولات فرهنگی و هنری است. الان ما در شرایطی قرار نداریم و می‌بینید در همه حوزه‌های فرهنگی مجموعه‌هایی موفق هستند که بتوانند موج بیافرینند. وقتی هم موجی ایجاد شود و مثلا یک موج خبری توسط شبکه‌های اجتماعی به راه افتد فقط کسانی می‌توانند جلوی این امواج بایستند که خودشان موج آفرین و با تولید فکر و جنگ روانی آشنا باشند. مدیریت فرهنگی یعنی موج آفرینی فرهنگی. به طور مثال چهار سال قبل برنامه‌ای با عنوان «بچه‌های غزه» راجع به جنایات اسرائیل علیه کودکان فلسطینی در شبکه جام جم تولید و پخش شد که موج زیادی ایجاد کرد. الان سه سال است بچه‌های یمن زیر بمباران شدید انتلاف سعودی قرار دارند و بزرگترین فاجعه بشری درحال اتفاق افتادن است اما چرا هیچ برنامه‌ای درباره بچه‌های یمن در تلویزیون تولید و پخش نمی‌شود؟

- **به خاطر ضعف مدیریت!**

بله، بسیاری از مدیران فرهنگی ما انسان‌های صالحی هستند اما قدرت ندارند، از همه این‌ها مهم‌تر، جسارت در تصمیمات بزرگ است. یک مدیر فرهنگی باید هم مصلحت‌های مجموعه نظام فرهنگی کشور را بشناسد و هم مصالح نیروهای فرهنگی و تولیدکنندگان را بداند و هم توانایی شناخت و احترام به اهالی فرهنگ و هنر را داشته باشد. در هر مورد به یک طرف بغلنیم‌اشباه است. بنابراین در هر حوزه‌ای که قانونی تصویب می‌شود باید حتما یک پوسته فرهنگی هم داشته باشد. به دلیل عدم یکپوشی فرهنگی در ایران، بهره‌برداران بعدا دچار مشکل نشویم. این قانونی که برای بازنشستی تصویب شد همه ابعاد بررسی شد به جز بعد فرهنگی. به همین دلیل هم قانون استفاده از نیروهای جوان ناقص است و بدون تکمیل این نمی‌توان به جایی رسید.



نقش کم‌رنگ و بی تفاوت سینما در ایام محرم

سینما باز هم نسبت به ایام محرم بی‌توجهی نشان داد. در این ایام محرم و در حالی که مردم ما در سراسر کشور با شور و اشتیاق همیشگی و وصفناشدنی به استقبال سوگاری برای سیدالشهدا رفتند اما متأسفانه شاهد بی‌توجهی سینماها به این اشتیاق مردم بودیم که یقینا محبوبیت این رسانه تصویری را در بین مردم کم‌رنگ خواهد کرد.

ایامی چون محرم و واقعه کربلا و نیز شهادت بزرگ پرچمدار کربلا حضرت امام حسین(ع) و شهدای عزیز کربلا همواره نزد مسلمانان و ایرانیان از ارزش‌های بالا و خاصی برخوردار است و در واقع با زندگی ما گره خورده است و همه ساله با آغاز ایام محرم با برپاکردن مجالس و هیئت‌های عزاداری و سینه‌زنی و توزیع غذای نذری و قربانی کردن، دین خود را نسبت به سرور و سلاز شهدان ابراز می‌داریم.

مسلمانان ایران بیش از سایر کشورهای اسلامی در این حماسه تاریخی نقش تمام‌عیاری دارند و این مهم پس از پیروزی انقلاب اسلامی در کشورمان نمود جهانی به خود گرفته است و دنیای رسانه‌ای دنیا چشمش به ایران اسلامی و نقش تأثیرگذارش در ایام محرم دوخته شده است. بنابراین رسانه‌های تصویری کشور ما به ویژه سینما می‌بایست با فراخور این ایام، فیلم‌هایی که روایتگر حماسه‌ها و قصه‌هایی با مضامین عاشورا و واقعه کربلاست را بر پرده سینماها به اکران می‌گذانند. متأسفانه چند سالی است که این بی‌توجهی از سوی سینماداران و دست‌اندرکاران سینما به چشم می‌خورد.

چه خوب بود که اهالی سینما و در واقع صاحبان سینما که حتما آنها و خانواده‌ایشان نیز اردتمند امام حسین(ع) و اهل بیت هستند با برنامه‌ریزی و تعیین فیلم‌هایی با مضامین عاشورا و به اکران گذاشتن این نوع فیلم‌ها در ایام محرم همپای مردم ما در ایام سوگاری و عزاداری حضور می‌یافتند و بدین گونه نقش سینما هم در این ایام عزیز پررنگ‌تر می‌شود.

سینما می‌تواند نقش مؤثرتری نسبت به سایر رسانه‌ها در شناخت واقعه کربلا و قیام عاشورا برای نسل‌های جوان و آینده‌داشته باشد و جوانان اصولا با آثار سینمایی، بهتر و ملموس‌تر می‌توانند عاشورا و واقعه کربلا و فضای قیام امام حسین(ع) را درک کنند و آشنا شوند و این نقش سازنده و موثر سینما را نشان می‌دهد.

به هر حال متأسفانه سینماهای ما تاکنون نتوانسته‌اند آن نقش سازنده خود را در این ایام ایفا کنند و همچنان فیلم‌هایی را در این ایام اکران می‌کنند که نشان از بی‌توجهی سینما به مسائل عاشورا و قیام کربلا دارد. همچنان که تلویزیون به عنوان یک رسانه مردمی، متأسفانه سال‌هاست که هیچ سریال مناسبی جدیدی برای این ایام تولید نکرده و صرفا به بازپخش آثار سال‌های گذشته می‌پردازد. هر چند که صداسویچا در زمینه اطلاع‌رسانی و همچنین نمایش فیلم‌های سینمایی با مضامین عاشورایی و فضای ایام محرم در آغازین روزهای محرم خوب عمل کرد و علی‌رغم حفظ شئون‌ات این ایام و احترام به ارزش‌های دینی و مذهبی، باپخش فیلم‌هایی با قصه‌های فراخور این ایام از شبکه‌های مختلف این رسانه، حال و هوای محرم را هم به مخاطب القا کرد به هر حال سینماها هم بایستی در این مسیر حرکت کنند و البته هستند فیلم‌های سینمایی که مضامین مذهبی، دینی و عاشورایی دارند و می‌شود در طی روزهای خاص عزاداری این ایام با اکران این نوع فیلم‌ها به ارزش‌های دینی مردم احترام گذاشت و در واقع کاری کرد که سینما هم همگام و همپای مردم حرکت کند. در عرصه سینمایی دینی و مذهبی کارگردان‌های خیره‌ای داریم که می‌توانند آثار ماندگاری را تولید کنند و اگر حمایت و پشتیبانی شوند یقینا ما برای جهانپان حرف‌های زیادی برای گفتن خواهیم داشت و حتی می‌توانیم تولیدات خودمان را به دیگر کشورهای مسلمان ارائه کنیم.

نگاهی به جنگ علیه ایران در فضای مجازی

فوزاد میرحمیدی

وسیع و شدید؛ جنگ، جنگ است

عمده انتقاد وارد بر رسانه‌های مدرن از جمله تاتار، تلویزیون، فیلم و موسیقی مردم‌پسند، از سوی منتقدان ماتریالیسم سیاسی مدرن (اندیشمندان مکتب فرانکفورت و...)، بار آیدنولوژیک و سلطهٔ توده‌وار این رسانه‌ها در سطحی‌سازی و تک‌ساختی کردن جوامع است. از جمله برتولد برشت که معتقد بود؛ تاتار تبلیغی (معمولی) بیش از آنکه دآوری عقلانی مخاطب را برانگیزد، بر احساسات و تأثیر می‌گذارد و با نزدیک کردن مخاطب به «عادات حسی» موجب «از خودبیگانگی» او می‌شود. حال آنکه تاتار روایی با دور نگاه داشتن مخاطب از این عادات و شکستن حس همزادپنداری، موجب تأمل و تعقل و در نتیجه آگاهی‌بخشی و عملگرایی می‌شود.

در اینجا از این «از خودبیگانگی» و «عادات حسی» در تاتار تبلیغی و ماتریالیسم سیاسی رسانه‌های مدرن، نقی می‌زنیم به شبکه‌های اجتماعی و کارکرد رسانه‌ها در سیاست‌های فرهنگی عصر حاضر (ماتریالیسم فرهنگی) و به ویژه موضع اخیر توئیتر در مسدود سازی حساب‌هایی از کاربران ایرانی که مدیر این شبکه - جک دروسی - آنها را متهم به بات بودن می‌کند و واکنش وزیر خارجه کشورمان که در توئیتی خطاب به مدیر این شبکه پیشنهاد می‌کند که آقای دروسی نگاهی نیز به ربات‌های واقعی بیاندازد که از پایتخت آلبانی و با حمایت واشنگتن پروپاگانداپی برای تغییر رژیم (Regime Change) در ایران بهره‌انداخته‌اند.

جداز این مواضع دوگانه توئیتر و دیگر رسانه‌های مشابه، آنچه در این میان واضح و غیر قابل انکار می‌نماید؛ حضور و نفوذ بات‌ها و ربات‌ها در چنین شبکه‌هایی است که علاوه‌بر اشتراک در «از خود بیگانگی» و «عادات حسی» با رسانه‌های مدرن، خود گویای ویژگی تازه و منحصربه‌فرد دیگری است که می‌توان آن را «هدایت رباتیک» نامید. یعنی تأثیرگذاری و جهت‌دهی برنامه‌ریزی شده که توأمان و همراه با عادات و عواطف، فکر و منطق مخاطب می‌کند که آقای دروسی نگاهی نیز به ربات‌های واقعی بیاندازد که از پایتخت آلبانی و با حمایت واشنگتن پروپاگانداپی برای تغییر رژیم (Regime Change) در ایران بهره‌انداخته‌اند.

بدین شکل می‌توان ادعای داشت؛ ماهیت مشترک رسانه در ماتریالیسم سیاسی مدرن و سیاست‌های فرهنگی عصر حاضر، همان سلطه و نفوذ فرهنگی و سیاسی در جوامع هدف است. با این تفاوت است که اگر عملکرد رسانه‌های مدرن (همچون فیلم، تاتار و دیگر نمایش‌های تبلیغی و مردم‌پسند) از طریق «از خودبیگانگی» و «عادات حسی» به یکساز سازی و سطحی‌نگری در جوامع هدف می‌پردازد، اینک در پشت پردهٔ این تاتار (نمایش) پیام‌دردن - در شبکه‌های اجتماعی و دیگر فناوری‌های دیجیتال - نه فقط تغییر رژیم، که فروپاشی کل نظام فرهنگی و اخلاقی این جوامع مدنظر و برنامه‌ریزی شده است.



«تنگه ابوقریب»

با جامعه امروز ما

ایرج فتح‌اللهی

در ایام خاص سیاسی و اقتصادی قرار داریم و دوران غربی را تجربه می‌کنیم. در بنگه دنیا، ترامپ خط و نشان کشیده و در داخل هم برخی کم لطف و آب به آسیاب دشمن ریز، مردم را در تنگنای قرار داده‌اند.

در همین ایام، سینمای طنز، مأمَن و پناهگاهی شده برای برخی از مردم تا ساعتی را بیخیال مشکلات اقتصادی، خوش باشند و تفریح کنند و شادی مهمان خاطرشان شود.

در این شرایط است که برخی فیلم‌های طنز در حال اکران، با اینکه هم در محتوا و هم در فرم، از ضعیف‌ترین آثار سال‌های اخیر سینمای ایران به حساب می‌آیند، رکورد فروش را می‌شکنند. اما در این شرایط، فیلم «تنگه ابوقریب» بیشترین شباهت را با فضای اقتصادی و سیاسی ما دارد. این فیلم مقاومتی مرانه در برابر هجمه سنگین دشمنی را روایت می‌کند که با ایثار و ایستادگی مردان مردی از این سرزمین، دشمن و می‌ماند و ایران اسلامی سرفرازتر از پیش رخ می‌نماید.

«تنگه ابوقریب» از جمله فیلم‌هایی است که با روایتی مستقیم از برشی کوتاه از حماسه‌های آن دوران، قدرت و ظرفیت فیلم‌ساختن از گنجینه هشت سال دفاع مقدس را به خوبی نشان می‌دهد. روایتی جاندار، قرض و محکم و البته گزنده و تلخ، و در عین حال سراسر حماسه از جنسی کاملاً ایرانی، روایتی که جان می‌دهد برای آنکه در پرده غریض و طولیل سینمای شاهدش باشی و اگر مجال یافتی، بغضی بترکانی و پلکی بارانی کنی.

«تنگه ابوقریب» روایتی است از دوستی‌های رشک برانگیز، شجاعت، عطوفت و مهر، تلخی مظلومیت، آوارگی و دفاع جانانه از حق و حقیقت. دفاع تا سر حد جان از مام میهن و حراسن از وجب و وجب کبان ایران اسلامی. تنگه ابوقریب روایتی است از نوجوانانی که در کانال و خاکریزهای دفاع از شرافت و عزت و اقتدار ایران اسلامی، مرد شدند و از همین روست که تأکید می‌شود این فیلم را خانواده‌ها با نوجوانان ببینند تا مسیر رشد و تعالی و گام نهادن در دوره مردانه زیستن را در سینما تجربه کنند.

فیلم «تنگه ابوقریب» ساختاری حرفه‌ای دارد، روایتی صحیح، بازی‌هایی گیرا، تصویر و صدای جذاب و مفهومی کاملاً ایرانی از دفاع مقدس. مفهومی که در هیچ کجای دنیا جایگزینی مناسب ندارد. این فیلم با دوبله و ترجمه‌ای مناسب، می‌تواند سینمای دفاع مقدس را فراتر از مرزهای ایران اسلامی، جهانی کند و دل انسانهای منصف و حق‌جو و عدالت‌طلب را با خود همراه کند و موجب آشنایی جهانپان با ایران در سالهای جنگ باشد.

بسیار یکی از بهترین معربه‌ها برای جهانی شدن این فیلم و مفاهیم مستتر در آن نیز انتخاب و معرفی فیلم تنگه ابوقریب به عنوان نماینده سینمای ایران در رقابت جایزه اسکار بود که متأسفانه مسئولان سینمایی این مهم را نادیده گرفتند.