جمال شورجه (فیلمساز) | ابوالقاسم طالبی (فیلمساز) | محمد کاسبی (بازیگر) | رسول ملاقلی‌پور (فیلمساز) | شهریار بحرانی (فیلمساز) | داریوش ارجمند (بازیگر) | داود میرباقری (فیلمساز) | مرتضی شعبانی (مستندساز) | پروانه معصومی (بازیگر) | مهدی فقیه (بازیگر) | ابراهیم حاتمی‌کیا (فیلمساز) | فرج‌الله سلحشور (فیلمساز) | هادی محمدیان (پویانما) | مجید مجیدی (فیلمساز) | شهید آوینی (فیلمساز) | نادر طالب‌زاده (کارگردان)

واکاوی تاریخ سینمای پس از انقلاب

حکایت سینماتوگراف ۲

یک هفته فیلم بی‌هدف و نسبتاً غیرمعتبر!

سعید مستغاثی

بخش هشتاد و نهم

بالاخره در سال ۱۳۹۴، بخش بین‌الملل جشنواره فیلم فجر از بخش فیلم‌های داخلی آن جدا شد و در تاریخی جداگانه و در اردیبهشت ۱۳۹۵ تحت عنوان جشنواره جهانی فیلم فجر برگزار شد. جشنواره‌ای که در دوره نخست به یک هفته فیلم بیشتر شباهت داشت تا جشنواره‌ای بین‌المللی و جهانی. چرا که اعتبار و رتبه و درجه جشنواره‌های جهانی معمولا با چند عامل سنجیده می‌شود:

اول؛ کیفیت فیلم‌های شرکت‌کننده، دوم بکر بودن این فیلم‌ها که پیش از جشنواره فوق، اکران جشنواره‌ای یا حداقل نمایش عمومی نداشته باشند، سوم هیئت‌های داوری و اعتبار جهانی اعضای آنها، چهارم بازار فیلم و استودیوها و کمپانی‌های شرکت‌کننده در آن و بالاخره میهمانان خاص جشنواره و شهرت و معروفیت جهانی آنها.

همه این موارد را قدمّت و سابقه یک جشنواره در تداوم عناصر فوق، استحکام و قوت می‌بخشد و البته موضوعاتی مانند عنوان و نشانه و علامت اختصاری جشنواره‌ها و سالن‌های برگزاری آن به ویژه کاخ جشنواره (که بسیار درکادر دوربین‌ها و تبلیغات قرار می‌گیرد) هم همواره از نکات قابل توجه و تامل به شمار آمده است.

فی المثل جشنواره‌های گروه الف جهانی مانند کن، برلین و ونیز که سابقه طولانی در حضوری پیوسته و قابل توجه داشته‌اند، همواره سعی می‌کنند که در زمره فیلم‌های هر سال بخش اصلی خود یعنی مسابقه فیلم‌های بلند داستانی، نام‌ها و عناوین مشهور که حداقل در جشنواره‌ها و سینمای هنری جهان شناخته شده‌اند، وجود داشته باشد.

مثلا در همان دوره‌ای که برای اولین بار بخش بین‌الملل جشنواره فیلم فجر تحت عنوان جشنواره جهانی برگزار شد، در جشنواره کن که حدود دو هفته پس از آن آغاز گردید به اسامی معروفی مانند پدرو آلمودوار، الیویر آساياس، برادران داردن (که تقریبا به صورت برند اختصاصی این جشنواره درآمده‌اند!)، جیم جارموش، کن لوچ وشان پن بر می‌خوردیم که در عرصه سینمای به اصطلاح هنری، اسامی مطرحی به حساب می‌آیند.

اما جشنواره‌ای که در هفته اول اردیبهشت ماه ۱۳۹۵ در طبقه فوقانی بازار موبایل و تبلت و کامپیوتر «چارسو» تحت عنوان جشنواره جهانی فیلم فجر برگزار شد، براساس عناصری که ذکر گردید، تا چه حد از اعتبار برخوردار بود؟

اعتبار جهانی جشنواره منتسب به فیلم فجر؟

اولین موضوع که در نگاه نخست به این جشنواره و در لحظه ورود هر مخاطبی جلب توجه کرده و شاید به قول معروف توی ذوق تماشاگران می‌زد، مکان برگزاری و به اصطلاح کاخ جشنواره بود که در طبقه آخر از یک پاساژ تجاری قرار داشت! و دل برگزار کنندگان به آن خوش بود که از در و دیوار این پاساژ، پوسترهای جشنواره را آویزان کرده و از طریق صفحه نمایشگر بالای در ورودی آن، در میان تبلیغات جدیدترین انواع موبایل و تبلت و لپ تاپ و... لحظاتی هم تصاویر فیلم‌ها یا پوسترهای این جشنواره نقش بسته که به سختی مخاطب می‌توانست بین آنها و آگهی‌های تجاری تفاوت قائل گردد!

متاسفانه دوستان نتوانستند متوجه شوند که اگر مثلا در تمام طبقات پاساژ «آرکادین» میدان «پست دامر» برلین، پوسترهای جشنواره این شهر در ایام برگزاری آن، آویخته شده و محصولات مختلفش به فروش می‌رسد اما کاخ جشنواره برلین در همان نزدیکی و در مکان «برلیناله پالاس» قرار داشته و فیلم‌ها نیز در سایر سالن‌های سینما از جمله مجموعه سینمایی میدان «پست دامر» نمایش داده می‌شوند.

دومین نشانه‌ای که از جشنواره موسوم به جشنواره جهانی فیلم فجر جلب توجه کرد، علامت اختصاری‌اش بود که گویا در سال ۱۳۹۵ با درایت و هوشمندی مدیران و مسئولان جشنواره برای اولین بار طراحی و اجرا شد! اما متاسفانه وقتی این علامت اختصاری را در اینترنت جست‌وجو کردیم، به جشنواره دیگری به نام «فرایبورگ» برخوردیم که اگرچه جشنواره‌ای درجه دوم در سوییس بود ولی خیلی پیشتر، علامت اختصاری خود را متشکل از «یک اف بزرگ انگلیسی و یک آی بزرگ و سپس ۲ اف کوچک» FIff قرار داده بود!!

اما مهم‌ترین پارامتر برای اعتبار یک جشنواره فیلم، آثار شرکت‌کننده در آن به خصوص در بخش‌های اصلی مسابقه محسوب شده که معمولا در جشنواره‌های معتبر چه از گروه الف یا گروههای پایین‌تر سعی می‌کنند فیلم‌هایی را در بخش‌های اصلی خود شرکت دهند که قبل از آن در جشنواره دیگری (یا لااقل در جشنواره‌های درجه ۲ و ۳) نمایش نداشته و در نهایت اگر در جشنواره‌ها هم نمایش داشته، تا قبل از جشنواره یاد شده به اکران عمومی درنیامده باشند.

براساس همین قاعده، اعتبار جشنواره‌های مختلف فیلم، سنجیده می‌شود. مثلا در جشنواره‌های گروه الف معمولا فیلم‌های بخش مسابقه پیش از آن جشنواره، هیچ‌گونه اکران عمومی یا خصوصی اعم از جشنواره‌ای یا نمایش عمومی نداشته‌اند. در جشنواره‌های گروه ب اگر فیلم‌هایی از بخش اصلی آن در جشنواره‌های دیگر به خصوص گروه الف به نمایش درآمده‌اند اما سعی می‌شود که به جز موارد استثنایی فیلم‌هایی که اکران عمومی داشتند، به هیچوجه در بخش‌های اصلی مسابقه شرکت داده نشوند و اصلا شرط حضور در این جشنواره‌ها، عدم اکران عمومی یا عدم نمایش در جشنواره‌های مشابه قید شده است.

وضعیت در اولین دوره جشنواره جهانی فیلم فجر؟

در بخش مسابقه اصلی (سینمای سعادت)، تنها ۱۱ فیلم حضور داشت که ۳ فیلم آن ایرانی بودند. این در حالی بود که معمولا تعداد فیلم‌های بخش مسابقه اصلی جشنواره‌های معتبر مانند کن یا برلین حداقل از ۲۰ فیلم تشکیل شده است. (آیا این قلّت فیلم‌های بخش مسابقه اصلی جشنواره نخست به معنای استقبال کم فروغ فیلمسازان از این جشنواره نبود؟)

از ۸ فیلم خارجی بخش مسابقه اصلی، فیلمی به نام «قوچها» ساخته یک فیلمساز نه چندان مطرح ایسلندی جایزه بهترین فیلم را گرفت. که پیش از این نه تنها در جشنواره‌های درجه ۲ و ۳ مانند بالتیک و کمبریج و تسالونیکی و هنگ کنگ و... نمایش داده شده بود بلکه از ۲۸ مه ۲۰۱۵ یعنی اوایل خرداد سال قبلش هم به اکران عمومی درآمد که شروع آن در ایسلند بود و پس از آن در ایتالیا، فرانسه، مجارستان، ژاپن، آلمان، یونان، استونی، فنلاند، نروژ، انگلیس، ایرلند، برزیل، لهستان، اسلواکی، استرالیا، سوئد، دانمارک و...نیز نمایش عمومی داشت!

فیلم دیگری به نام «جنون» ساخته امین آلپر از ترکیه جایزه بهترین کارگردانی را دریافت نمودکه علاوه‌بر نمایش در جشنواره‌هایی مانند تورنتو و بوسان و بلگراد در سال ۲۰۱۵ (یعنی سال قبل از برگزاری اولین جشنواره جهانی فیلم فجر)، از ۶ نوامبر همان سال، در ترکیه اکران عمومی گرفت.

جایزه بهترین فیلمنامه در این بخش به فیلم «وقتی یک درخت می‌افتد» ساخته «اسیرآلتونا ایزا» از اسپانیا رسید که پیش از این در جشنواره‌های مهجوری همچون ریکیاویک، ترومسو، کوسموراما، گوادالاخارا، کینو آئرو لاپلیکولا و... نمایش داشت و از ۱۶ اکتبر ۲۰۱۵ یعنی اواسط مهرماه سال قبلش ابتدا در اسپانیا به اکران عمومی درآمد و سپس در ژانویه ۲۰۱۶ یعنی دی ماه ۱۳۹۴ هم در فرانسه اکران شد.

دیگر فیلم‌های بخش مسابقه اصلی نخستین دوره مستقل جشنواره جهانی فیلم فجر نیز به همین شکل انتخاب شدند؛ یعنی از گمنام‌ترین فیلم‌های تولیدی یا فیلم‌هایی که در جشنواره‌های درجه چندم اروپایی و آسیایی و آفریقایی نمایش داده شد و یا مدت زیادی در کشورهای مختلف به اکران عمومی درآمده بودند. برخی از فیلم‌های یاد شده مانند «گنج» در سال ۲۰۱۵ در دهها جشنواره از ترانسیلوانیا و کارلو ویواری و زوریخ گرفته تا ملبورن و گنیدو و سان سباستین و... نمایش داشت و حتی در صربستان نیز به اکران عمومی درآمده بود یا فیلم «۳۰۰۰ شب» حتی در امارات متحده عربی نیز اکران عمومی داشت و در جشنواره‌ای در سودان نیز نمایش داده شد و سپس در بخش مسابقه جلوه گاه شرق جشنواره جهانی فیلم فجر قرار گرفت!!

به بهانه انتشار فیلم «سال گربه» در نمایش خانگی

ارتجاع فرهنگی

با نگاهی به آثار سینمای ایران -از شروع شکل گیری این سینما تاکنون- تصور می‌شد و می‌شود که خنداندن و کمدی ساختن ترادفی ناگریز با ابتذال کلامی و تصویری دارد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به انگشت شماری فیلم برمی‌خوریم که سازندگان آن ساخت فیلم کمدی خود را بر عفونت ابتذال بنیان نگذاشته‌اند.

در این حوزه؛ فیلم»جیب برها به بهشت نمی‌روند» یا «من زمین را دوست دارم»، «آپارتمان شماره ۱۳»... قابل مثال‌اند.

بواقع عارضه» ابتذال- کمدی» چنان بر سینمای این مملکت سایه سنگین و رو به گسترش افکنده است که گویی تنها ابزار کمدی بهره از الفاظ و القائات و دلالت‌های لفظی و تصویری جنسی است! استدلال مبتذل سازان- به شکل فشرده- هم این است که:

«ما به زبان کوچه و خیابان با مردم حرف می‌زنیم و به‌عنوان هنرمند نمی‌توانیم مردم را از خود واقعی‌شان جدا سازیم و زندگی روزمره و آنچه در رفتار و گفتارشان واتاب می‌دهند، نادیده انگاریم. یعنی نمی‌خواهیم و نمی‌توانیم با پایمال واقعیات،دروغ بگوییم و تصویری وارونه از جامعه ارائه دهیم!»

در پاسخ باید تصریح کرد که:

اول: رسالت هنر، تلطیف نگاه و احساسات و ایجاد و تسریع رشد اندیشگی مخاطب است. حرکت در جهت این رسالت روشن، محقق کردن و تحقق آن چگونه با ابتذال گرایی و مبتذل‌سازی نسبت دارد یا پیدا می‌کند و معنا می‌شود؟

دوم: آیا اندیشه و رفتار و کلام جامعه محدود به و محصور در واژگان و عبارات رکیک و خواستها و کنش و واکنشهای شهوانی و جنسی است؟ آیا واقعیت کل جوامع و خاصه جامعه‌ی ما این است؟ گزاره‌ای تکراری و مشهور است که؛ اگر برخی آثار سینمای ایران به مذاق مخاطب فرنگی و به‌ویژه تماشاگر شرقی خوش درخشید و اقبال یافت؛ بی‌گمان یک دلیل واضح آن؛ دوری این دسته آثار از ابتذال است!

سوم: بله!...بی تردید فیلم‌های مبتذل، مخاطب و طرفدار دارد. کم نیستند تماشاگرانی که از حیث انحطاط فکری، دچار عارضه ی سطحی گرایی‌اند و فیلم‌هایی را می‌پسندند که بر حیوانیت و نفسانیات انسانی پافشاری دارند و در این حوزه گستاخانه پرداخت شده‌اند. اما آیاشان هنرمند فرهیخته و انسان کمال گرا و اندیشه ورز، فرو رفتن در عمق مرداب متعفن ذهنی و فکری و غوطه ور شدن در لجنزار وسیع رکاکت لفظی و تصویری است؟

چهارم: آیا یک فیلم ساز تعالی گرا غایت فعالیت حرفه‌ای خود را اقناع نفسانی مخاطب خود قرار می‌دهد و خود را در التذاذ حیوانی مخاطبش خلاصه و سهیم می‌نماید؟

باید گفت؛ یک نمونه ی کمدی سخیف،فیلم»سال گربه «است. این کار، بیش از شاید ۱۵ دقیقه هم نمی‌تواند مخاطب را همراه خود کند.

نمی‌تواند با تازگی و شیوه ی پرداختی ملیح و در نهایت پایانی بدیع، موجب خشنودی تماشاگر فهیم شود. نمی‌تواند متفاوت بودن خود را در ساخت کمدی به رخ کشد و شانی فنی و حرفه ای یابد، اما هدفگیری مخاطب سطحی را نشان دار است. شاید برخی بگویند که سینما نمی‌تواند تنها به طیفی فهیم و اهل تفکر و تامل دل ببندد و آنان و دغدغه‌ها و نیازهایشان را محور و شاخص قرار دهد! نگارنده نیز بر این باور است. سینما مانند هر هنر دیگری نباید دایره مخاطب را کوچک انگارد و طیفهای مختلف مخاطب را نادیده فرض کند! اما چگونه؟ با هر زبانی و به هر شکلی سخن گفتن و به هرگونه ابزاری چنگ زدن، یعنی هنر و یعنی سینما و یعنی احترام به مخاطب؟!

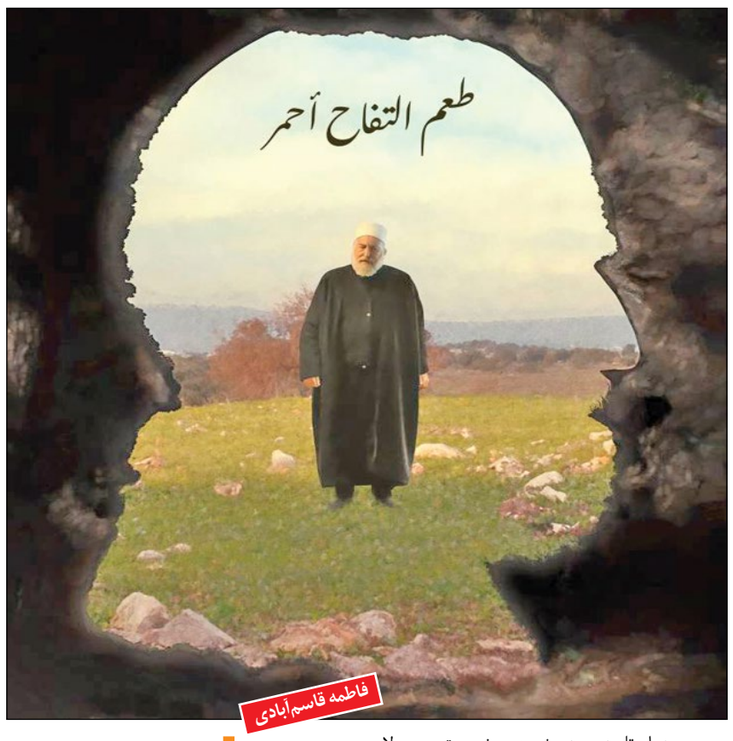
بنای نگارنده، صحبت درباره ی فیلمی نبود که تماشای آن جز اتلاف وقت، حاصلی ندارد. قصد تنها بهانه قرار دادن این فیلم برای اشاره به نکاتی بود که مدام باید یادآوری شود. سینمای ایران مدتهاست که از کمدی نجیب فاصله گرفته است. از این حیث تنها می‌توانیم سینمای کمدی کنونی را محدود به بازتولید فیلمفارسی بدانیم.

این ارتجاع فرهنگی به سایر گونه‌های سینمایی گسترش یافته است چنان که طی سال‌های پیش و کنون شاهد تولید آثاری سخیف بوده‌ایم که بنا به بی‌پروایی اخلاقی، قابل نمایش از رسانه‌ی ملی نیستند!

پژمان کریمی

نگاهی به فیلم «طعم سیب قرمز است»

مُسَکِن صهیونیستی برای تحمل نفرت جهانی



فاطمه قاسم‌آبادی

سینما و تلویزیون در رژیم صهیونیستی، معمولا موضوعاتی را به تصویر می‌کشند که یا تصویر غربی شده و مدرن‌تر یهودیان باشد و یا معضلات و مشکلات بین خودشان، ماجرای اصلی را تشکیل می‌دهد و معمولا بیشترین مخاطب در اسرائیل، جذب قسمت دوم می‌شوند....

البته فیلم‌هایی هم هستند که در مورد افسانه‌های تورات مانند گولم و... باشند ولی باز همچنین فیلم‌هایی نمی‌توانند جای داستان‌هایی با مشکلات خود مردم را پر کنند.

در این میان اسرائیل تولیداتی هم دارد که نه در مورد خود مردم صهیونیست در اسرائیل، که در مورد مسلمانان و زندگی آن‌ها است. معمولا در چنین تولیداتی، هیچ اثری از یهودیان غاصب وجود ندارد و خود مسلمانان هستند که با جنایت‌های شان، آرامش را از خودشان گرفته‌اند! دلیل ساخت چنین فیلم‌ها وتولیداتی بر می‌گردد به نگاه منفی مردم دنیا که به خاطر جنایت‌های اسرائیلی‌ها، در طول دهه‌های گذشته، هر روز دنیا را بر صهیونیست‌ها تنگ‌تر کرده و تنها راه‌گریز روانی برای مردم اسرائیل را، در انداختن اعمال خبیثشان بر گردن طرف مقابل، باقی گذاشته است.

فیلم «طعم سیب قرمز است» به کارگردانی «ایهب تربیه» محصول سال ۲۰۲۲ اسرائیل است. این فیلم داستانی تخیلی در مورد مردی مسلمان است که در شمال اسرائیل زندگی می‌کند.

داستان طایفه چندپاره

داستان فیلم «طعم سیب قرمز است»، در مورد زندگی مردی به نام «شیخ کامل» است که در طایفه دروزی‌ها که بین سوریه، شمال فلسطین اشغالی(اسرائیل) و اردن پخش هستند، زندگی می‌کند.

خانه شیخ کامل در مرزبندی جدید، در شمال اسرائیل است. یک روز خیلی اتفاقی، بعد از گذشت بیشتر از ۵۰ سال، برادر شیخ «مصطفی» که در آن طرف مرز و در سوریه زندگی می‌کرد، به وطنش بر می‌گردد!

این بازگشت که با برگشتن داماد شیخ کامل از سوریه همراه شده، باعث می‌شود که برادر و داماد شیخ اعتراف کنند که در مدت زندگی در سوریه، در ارتش سوریه بوده‌اند و حالا موفق به فرار شده‌اند!

در نهایت وقتی راز فرار مصطفی و جنایت‌های قبل از فرارش به همراه دوستش آشکار می‌شود، مصطفی دوستش را می‌کشد و فیلم تمام می‌شود!

تصورات یا توهمات؟

در فیلم «طعم سیب قرمز است»، مخاطبین از همان سکانس ابتدائی، با ماجرائی علمی تخیلی روبه‌رو می‌شوند. در سکانس ابتدائی، پسر بچه‌ای هفت ساله که ادعا می‌کند با تناسخ به زندگی برگشته، عنوان می‌کند که در زندگی قبلی‌اش، افسر سابق ارتش سوریه بوده که سالها قبل به خاطر گرفتن دستور کشتن مردم بیگناه روستایی توسط «اسد» و دیگر جنایت‌ها، از ارتش فرار می‌کند و در نهایت بعد از دستگیری، کشته می‌شود و باز به دنیا می‌آید!

سازنده سعی کرده در طول فیلم، عقیده ی ملحدانه تناسخ را به مسلمانان ربط بدهد و طوری نشان می‌دهد که در این روستا، همه باور دارند تنها وقتی کسی بمیرد، شخص دیگری می‌تواند به دنیا بیاید!

این نگاه بی‌سر و ته و ربط دادن آن به تفکرات اسلامی که همیشه چنین تفکراتی را نهی کرده است و به شدت روی معاد تکیه دارد، تنها از ذهن نویسندگان اسرائیلی بر می‌آید....

از طرف دیگر مخاطبین از همان ابتدای داستان، شخصیت‌هایی را می‌بینند که معلوم نیست تیپ هستند یا نماد یا چه؟

شیخ کامل مثلا شخصیت مثبت ماجرا است اما به شدت انسان منفعلی است و عملا نه طرف مردم خودش و طایفه‌اش است و نه طرفدار اسرائیل و از ابتدا تا انتهای فیلم، فقط به صورت فیزیکی وجود دارد و به خاطر مکالمات کمش هم چیز خاصی از او و داستان زندگی‌اش، دستگیر مخاطبین نمی‌شود.

این فرم شخصیت پردازی‌های دست و پا شکسته و داستان پردازی بی‌سر و ته، که حتی نتوانسته با قسمت تخیلی و تناسخ پیوند درستی بر قرار کند، «طعم سیب قرمز است» را به فیلمی سطح پایین و دستوری تبدیل کرده که مخاطبین غیر اسرائیلی، نمی‌توانند با آن رابطه بر قرار کنند.

اسرائیل کجای این ماجرا است؟

تقریبا از ابتدا تا انتهای فیلم طعم سیب قرمز است، یک پیام بیشتر وجود ندارد و آن پیام این است «سوریه و دولت و ارتشش، خیلی جنایت کار هستند و مردم فلسطین از دست آن‌ها در عذابند!»

این وسط هم هیچ خبری از جنایتکاران اصلی که فلسطین را اشغال کرده‌اند وجود ندارند و صهیونیست‌ها شاید در درجه پنجم یا ششم ماجرا، مایه عذاب فلسطینی‌ها هستند!!!

البته این رویکرد پر از دروغ، وقتی سازنده فیلم اسرائیل باشد کاملا منطقی به نظر می‌رسد ولی ماجرا جایی عجیب‌تر می‌شود که تمام جنایت‌هایی که در این هفتاد و هفت سال، صهیونیست‌ها در فلسطین انجام داده‌اند، به ارتش سوریه نسبت داده می‌شود و طبق روایت فیلم، مسلمانان به زنان خودشان تجاوز کردند، زنان و کودکان‌شان را کشتند و در این میان یهودیان هم تنها از دور شاهد ماجرا بوده‌اند و لابد تخمه می‌شکستند!

این رویکرد بی‌سر و ته و سر تا پا دروغ، تقریبا اصل پیام فیلم است و در انتها هم مخاطبین می‌فهمند مصطفی شخصیت گمشده فیلم در حقیقت متجاوزی است که به سوریه فرار کرده است و بر عکس دوستش نتوانسته با جنایت‌هایش کنار بیاید!

سازنده در فیلم مو به مو خاطرات جنایت‌های سربازان اسرائیلی را به مسلمانان نسبت می‌دهد و مخاطبین آگاه را یاد خاطرات کثیف سربازان پیر اسرائیلی می‌اندازد که در مصاحبه‌ها، با لبخند خاطرات جنایت‌شان را جلوی دوربین تعریف می‌کردند و با جزئیات، از کارهای پلیدشان پرده بر می‌داشتند.

خریدار این تخیلات سیاه کیست؟

فیلم طعم سیب قرمز است، نه داستان جذابی دارد، نه شخصیت پردازی درستی، در مورد کارگردانی و بازی بازیگران و... هم که نمی‌شود حرفی زد، چون از دو مورد اول بدتر است.

اصل پیام فیلم هم، در سعی سازنده برای عوض کردن جای مظلوم و ظالم خلاصه می‌شود و جنایت‌های مردم اسرائیل را به گردن مردم مسلمان فلسطین اشغالی و سوریه می‌اندازد.

با توجه به سیل فیلم‌ها و مستندها و کتاب‌هایی که در مدت این هفتاد و خرده‌ای سال، راجع به جنایت‌های رژیم صهیونیستی تولید شده و البته با وجود سیل محتواهای جدید از جنایت این رژیم در فضای مجازی، در یک سال اخیر(بعد از طوفان الاقصی)، دیگر کسی در دنیا وجود ندارد که به جنایتکار بودن صهیونیست‌ها و ظلمی که به مردم مظلوم فلسطین می‌کنند، شک داشته باشد.

حالا با توجه به این مسائل، فیلمی مانند طعم سیب قرمز است، کدام مخاطب را جذب می‌کند؟

مردم مسلمان و غیر مسلمان منطقه که هرگز چنین محتوایی را نمی‌خرند، با توجه به استانداردهای ساخت فیلم هم مخاطب جهانی اهمیتی به چنین فیلمی نمی‌دهد.

تنها گزینه موجود، مردم خود اسرائیل هستند که برای آرام شدن وجدان‌های مسموم‌شان و البته که برای سیاه دیدن تمام دنیا، با دیدن فیلمی که اعمال خودشان را روی دوش دیگری می‌اندازد، احساس آرامش می‌کنند....

در حال حاضر که وضعیت بلندی‌های جولان و شمال فلسطین اشغالی، بعد از صلح دو ماهه با لبنان، همچنان آشفته است و برگشت صهیونیست‌ها به این مناطق که ویران هم شده است، اصلا معلوم نیست، واقعیت زندگی در این مناطق و جنایتکار اصلی ماجرا کاملا مشخص است و هیچ مُسَکِنی هم نمی‌تواند این درد کشنده را برای صهیونیستها کمی آرام کند....

نقش شاهدان بیگناه را بازی کردن هم دیگر لطفی برای غاصبان ندارد و تنها تحقیر و احساس شکست است که برای اسرائیلی‌ها از ورای جنایت‌ها و دروغ‌های شان، باقی مانده است.

زنگ مجازی- جنگ ترکیبی

بحران‌سازی تصنعی

عزیزالله محمدی(امتدادجو)

بحران‌سازی تصنعی، آگاهی بخشی کاذب و القاء دروغین، از جمله ویژگی‌های تکنیک‌های عملیات روانی در سطح تاکتیکی هستند که توالی به کار گیری این موارد در رسانه می‌تواند مخاطب را به مرتبه‌ای قابل توجه از باور نسبت به آنچه که می‌بیند یا می‌شنود برساند.

گرچه طی هفته‌های گذشته در همین ستون تلاش کردیم که بارها به موضوع اقدامات رژیم صهیونیستی در رسانه‌ها بپردازیم و حتی فضای مجازی متاثر از این رسانه‌ها را در زاویه‌های مختلف مورد واکاوی دادیم؛ اما به رغم این پرداخت‌ها مسلم است که به یک از هزار نیز نرسیده‌ایم و هر چه به پیش می‌رویم ابعاد بیشتری از اقدامات ترکیبی و روانی رژیم صهیونیستی در رسانه‌ها هویدا می‌شود که تلاش دارد با مجموعه اقدامات رسانه‌ای مجازی و غیر مجازی روی افکار عمومی جهانی تاثیر بگذارد و در نقطه مقابل به ساکنین سرزمین‌های اشغالی علاوه بر اعتماد بخشی نوید روزهای بهتر را بدهد.

از تمام شواهد موجود گویاست که به رغم تلاش خیلی از دولت‌ها که سر در آخور رژیم صهیونیستی دارند؛ جریان‌های آزاد اندیش در دنیا روز به روز به حلقه‌های ارتباطی بیشتری برای مباره با صهیونیزم جهانی تبدیل می‌شوند که دیگر به رغم تلاشهای دولت‌های وابسته و رژیم‌های غربی، ذهن‌ها روشن شده‌اند و اقدامات فریبکارانه رسانه‌ای نیز نخ نما و آشکار شده‌اند و دیگر محل اعراب و اعتبار و اعتماد نمی‌توانند باشند.

رژیم صهیونیستی و جریان اصلی رسانه‌های دنیا در نمادسازی و نمادگرایی و خبر سازی و بحران سازی مهارت دیرینه و تخصص باور نکردنی دارند که به دلیل عدم اعتقاد به حقیقت هر گونه رویداد و یا واقعه، و عدم تعهد به اخلاق رسانه‌ای هر گونه رخدادی را به سمت جریان فکری و مورد هدف خود سوق می‌دهند و از قبال آن بهره‌برداری‌های مورد نیاز خود را کسب می‌کنند.

«بحران‌سازی تصنعی» یکی از این موارد است که در طی چند روز گذشته به شدت خودش را نمایان کرد و ماجرای کتک خوردن تماشاگران و هواداران فوتبال رژیم صهیونیستی در هلند تبدیل به موضوع اصلی رسانه‌های همسو با این رژیم شد و اساسا این ماجرا را هم مثل خیلی از وقایع دیگر از جایی بازخوانی کردند که مورد نیاز اسرائیل بود؛ دقیقا مثل عملیات طوفان الاقصی که بازخوانی آن از هفتم اکتبر آغاز شد و بدون اینکه در نظر گرفته شود آیا طوفان الاقصی کنش بوده یا واکنش از لحظه‌های آغازین این عملیات به عنوان مبنا و شروع ماجراهای بعدی قرار گرفت و هر آنچه پیش از آن وجود داشت در نزد این رسانه‌ها به فراموشی سپرده شد.

ماجرای هلند به این شکل بود که تماشاگران یکی از باشگاههای رژیم صهیونیستی که قریب به اکثریت با سوابق نظامی و با عکسهای حضور خودشان در جنگ غزه شناخته شده بودند؛ با رجزخوانی در خیابانها و متروی شهر، اعراب فلسطینی را شایسته کشته شدن معرفی می‌کنند و به هر پرچم فلسطین حمله می‌کنند که در پی این اقدام، تعدادی از جوانان هلندی و یا مهاجرین به این گروه تماشاگر بی‌تمدن و بی‌هویت و اشغالگر هجوم می‌برند و بعضا تا به هر کجا که امکان وجود داشته آنها را کتک می‌زنند و دقیقا ماجرا در نزد این رسانه‌ها از همین لحظه کتک خوردن بازتاب داده می‌شود و با انتشار تصویر کتک خوردن آنها طبق معمول پروژه مظلوم‌نمایی و بازگشت هولوکاست و یهودی‌ستیزی در رسانه‌ها آغاز و نسخه‌های پروپاگاندایی آن در همه این رسانه‌ها با برنامه‌های تحلیلی و گفت‌وگو محور همراه با اقدامات نمادین و سیاسی و دیپلماتیک به پیش می‌رود تا این پروژه مظلوم‌نمایی در آستانه برگزاری دادگاه لاهه بر علیه نتانیاهو برجسته‌تر از حتی جنگ در غزه و یا در لبنان دیده شود.

این اقدام رژیم صهیونیستی را دقیقا می‌توانیم در چارچوب«بحران‌سازی تصنعی» قلمداد کنیم که بر اساس این تکنیک، کارشناسان عملیات روانی طراح سناریوی خاص، تلاش می‌کنند اوضاع اقتصادی، سیاسی، امنیتی، فرهنگی، اجتماعی و غیره را با بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف عملیات روانی آن چنان تحت تاثیر قرار داده و جلوه بدهند که باعث تشویش افکار عمومی و از بین رفتن اراده مقاومت و تلاش همگانی شود.

برای مثال در عملیات رسانه‌ای با ابعاد اقتصادی تلاش می‌شود نشانه‌های بیزاری در هر بخشی و قشری از جامعه مورد هدف قرار گرفته و مشخص شود؛ سپس با توجه به آن نشانه‌ها، مخاطبان آماج هدف عملیات تبلیغی- روانی قرار می‌گیرند. در عملیات روانی با ابعاد اقتصادی کوشش می‌شود نابهنجاری‌ها و نابسامانی‌ها درخصوص وضعیت اقتصادی جامعه، هدف قرار گیرد و بزرگنمایی شود و مسئولیت آن به عهده گروههای حاکم انداخته شود.

مسلم است که ما این مرحله را متاسفانه در ایران بارها تجربه کردیم و جای صد و هزار بار تاسف دیگر است که اکنون نیز در شرایط اقتصادی قرار داریم که دست آویز عملیات روانی این رسانه‌ها بر علیه حاکمیت و مردم و در مجموع ایران شده است و به طور عینی مردم، هم در معرض تبلیغات روانی و خاص رسانه‌های معاند قرار دارند و هم به معنای واقعی تورم کمر شکن را در حال حاضر با وضعیت اقتصادی نامطلوب تجربه می‌کنند که آسیب‌های بی‌شمار فرهنگی و اجتماعی را نیز در پی دارد.

با اعتراف به این حقیقت که ما هم که دست در حوزه فرهنگ داریم و قلم را منبع ارتزاق و معیشت می‌دانیم در مقابل بعضی از عدم تدبیرها و عملکردها حرفی مقابل اعتراضات مردم نداریم و خودمان نیز از درون می‌سوزیم و صورت را سرخ نگه می‌داریم و توقع بر آن داریم که فکر عاجلی برای حل این مشکلات شود و مسائل کم اهمیت در الویت قرار نگیرد؛ اما به هر حال به نسبت تهدیدات روانی جامعه آنچه که به حوزه رسانه و جنگ ترکیبی و ادراکی و شناختی مرتبط است را سعی می‌کنیم بنا به ذات وظیفه رسانه‌ای و اهداف تعیین شده در این ستون بازگو کنیم.

در این‌گونه عملیات روانی(بحران سازی تصنعی) معمولا عناصر خارجی تلاش دارند ادراکات و تصورات غلط درخصوص وضعیت‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، نظامی و... منتشر کنند که اصلی‌ترین این اقدامات شامل(انتشار گزارش‌های غلط درباره عملکردها- حدسها و گمانه‌زنی‌های ساختگی و بی‌پایه و اساس- پخش شایعات- تهاجم واقعی به بعضی از موارد هدف، مثلا در حوزه اقتصادی به بورس و بازار طلا و سکه و دلار و... - تشکیک در میزان توانایی برای رقابت با سایرین)

ایجاد بحران سازی تصنعی گرچه برای تماشاگران رژیم صهیونیستی موضوعی بود که به شکل هجو و فکاهی و طنز در بستر فضای مجازی از سوی کاربران دنبال شد و خیلی‌ها از این اتفاق نه تنها ناراحت نبودند؛ بلکه ابراز خوشحالی هم می‌کردند؛ اما! در سوی دیگر ماجرا، یعنی مباحث اقتصادی و تورمهای صورت گرفته، قطعی برق، عدم همسان سازی حقوق بازنشستگان، افزایش نرخ خودرو و برق، افزایش قیمت نان و لبنیات مواردی بودند که دیگر از تصنع خارج و در ورطه عمل‌گریبان مردم را گرفته و کاربران با دست مایه طنز قرار دادن ریجیستری گوشی‌های آیفون تلاش می‌کنند مرهمی به دردهای اقتصادی خود در فضای مجازی بگذارند که مسلما این وضعیت نمی‌تواند دامنه تحمل و صبر زیادی در پی داشته باشد و نباید در دام گام مرحله بعدی طراحان توطئه بر علیه آرامش جامعه افتاد که تلاش دارند تا با تحمیل فشار اقتصادی از سوی و برجسته کردن این مشکلات از سوی دیگر مقاومت‌ها را شکسته و یا اعتراض‌ها را به صورتی که قبلا مواردی از آن را در قالب شورش دیده بودیم برانگیزند.