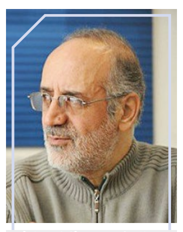
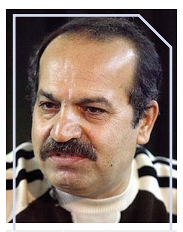
کیهان
تصویر روز
tasvirroz@kayhan.ir

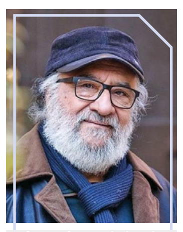

جمال شورجه (فیلم‌ساز)

ابوالقاسم طالبی (فیلم‌ساز)

محمد کاسبی (بازیگر)


رسول ملاقلی‌پور (فیلم‌ساز)

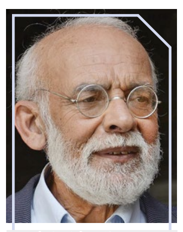
شهریار بحرانی (فیلم‌ساز)


داریوش ارجمند (بازیگر)

داود میرباقری (فیلم‌ساز)

مرتضی شعبانی (مستندساز)

پروانه معصومی (بازیگر)

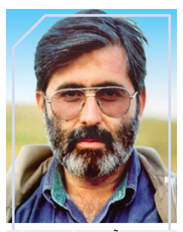

مهدی فقیه (بازیگر)

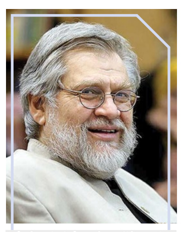
ابراهیم حاتمی‌کیا (فیلم‌ساز)

فرج‌الله سلحشور (فیلم‌ساز)

هادی محمدیان (پویانما)

مجید مجیدی (فیلم‌ساز)


شهید آوینی (فیلم‌ساز)


نادر طالب‌زاده (کارگردان)

«سپیده»؛ تبیین واقعیت‌های زندگی در غرب و نقدِ سراب مهاجرت

رسول شمالی‌ورزنده

برنامه تلویزیونی «سپیده» که شب‌های چهارشنبه و پنجشنبه به‌صورت زنده از شبکه یک سیما روی آنتن می‌رود، در تازه‌ترین قسمت‌های خود با ورود به فضای مقاومت ملی در جریان «جنگ تحمیلی ۱۲ روزه»، «جنگ رمضان» و «نبرد هرمز»، روایتی متفاوت و اثرگذار از بازگشت هموطنان خارج از کشور به وطن ارائه داده است.

این برنامه با تمرکز بر تجربه ایرانیانِ مهاجرت‌کرده به اروپا و آمریکا، از زاویه‌ای نو به تصمیم کسانی می‌پردازد که با درک ماهیت واقعی زندگی در غرب، در این شرایط حساس ترجیح داده‌اند رفاهِ ظاهری را رها کرده و برای همراهی با مردم مقاوم خویش به آغوش کشور بازگردند.

آنچه در قسمت‌های اخیر «سپیده» مخاطبان را تحت‌تأثیر قرار داد، تجلی احساس غرور، هویت ملی، ارزش‌های دینی و تعلق خاطر به فرهنگ دیرینه ایرانی-اسلامی در کلام مهمانانی بود که سال‌ها تجربه زیست در خارج از کشور را داشته‌اند.

این برنامه برخلاف سیاه‌نمایی‌های معمول، با نگاهی موشکافانه به جنبه‌های استعماری و بهره‌کشیِ نظام‌های غربی از نخبگان جهان سوم می‌پردازد. مهمانان برنامه به روشنی تبیین کردند که دول غربی هرگز به دنبال پیشرفت یا انتقال دانش به جوانان ما نیستند، بلکه با برنامه‌ریزی حساب‌شده، نیروهای خلاق و استعدادهای برتر ایرانی را صرفاً به عنوان نیروی کار و مزدبگیر برای پیشبرد منافع خود به خدمت می‌گیرند.

متأسفانه در حال حاضر برخی سازوکارهای غیررسمی در محیط‌های دانشگاهی کشور، جوانان و دانشجویان نخبه را به سمت مهاجرت و ادامه تحصیل در غرب سوق می‌دهند.

اما روایت‌های واقعی و بی‌واسطه مهمانان «سپیده» که خود روزی با همین رؤیاها قدم در راه مهاجرت گذاشتند، خط بطلانی بر این سراب توهم‌زا می‌کشد. آنان صریحاً اذعان می‌کنند که کیفیت علمی بسیاری از دانشگاه‌های داخلی به مراتب بالاتر از مراکز غربی است و تحصیل و زیست در غرب، جز حس استیصال، هویت‌زدایی و پشیمانی حاصل دیگری برایشان نداشته است.

یکی از ابعاد ارزش‌آفرین این برنامه، همراهی همزمان مهمانان بازگشته با تجمعات خیابانی و حماسه پایداری مردم در دفاع از میهن دربرابر جبهه آمریکایی-صهیونیستی است. «سپیده» زنگ خطری جدی و تلنگری هوشیارکننده برای آن دسته از خانواده‌ها و جوانانی است که تحت‌تأثیر تبلیغات سوداگران مهاجرت و رسانه‌های بیگانه، در رؤیای کاذب زندگی غربی به سر می‌برند.

پخش چنین برنامه‌های آگاهی‌بخش و افشاگرانه‌ای از رسانه ملی، راهنمائی دلسوزانه برای حفظ سرمایه‌های انسانی و صیانت از استقلال علمی و فرهنگی کشور است که امیدواریم تداوم و توسعه یابد.

تبلیغ در خدمت رشد یا درآمدزایی؟

امیرحسن‌اوصالی

تبلیغ در معنای لغوی، به معنای رساندن و «ابلاغ کردن» است؛ رساندن یک پیام به مخاطب، با هدف «آگاه‌کردن»، متقاعد کردن یا برانگیختن او به انجام کاری. اما تبلیغ صرفاً انتقال یک پیام نیست؛ تبلیغ‌کننده با انتخاب پیام، شیوه بیان و نحوه عرضه آن، بر اندیشه، نگرش، خَواسته‌ها و رفتار مخاطب تأثیر می‌گذارد. از همین‌رو، تبلیغ را نمی‌توان فعالیتی خنثی و فارغ از مسئولیت اخلاقی و اجتماعی دانست.

در نگاه اسلامی نیز تبلیغ، به‌ویژه هنگامی که با هدایت و دعوت به خیر پیوند می‌خورد، باید در خدمت آگاهی، تعالی و رشد انسان و جامعه باشد. بر این اساس، نمی‌توان هر شیوه‌ای را برای متقاعدکردن مخاطب و کسب درآمد توجیه کرد. تبلیغ، به‌جای آنکه صرفاً ابزاری برای تأمین منافع مالی صاحبان مشاغل و متصدیان رسانه باشد، باید با نیازها، مصالح و واقعیت‌های زندگی مردم نیز تناسب داشته باشد. اگر تبلیغ به ابزاری برای تحریک مداوم میل به مصرف، ایجاد نیازهای کاذب و تحمیل الگوهای نامتناسب با توان اقتصادی خانواده‌ها تبدیل شود، دیگر نمی‌توان از مسئولیت اجتماعی آن چشم پوشید.

این مسئله درباره رسانه‌ای که عنوان «ملی» را یدک می‌کشد، اهمیتی دوچندان دارد. صداوسیما نمی‌تواند تبلیغات را صرفاً منبعی برای درآمدزایی بداند و در برابر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی آن بی‌تفاوت بماند. تبلیغ در رسانه ملی باید در جهت رشد جامعه باشد، نه اینکه به بهای کسب درآمد بیشتر، به تشدید مصرف‌گرایی و افزایش فاصله میان خواسته‌های مردم و توان اقتصادی آن‌ها دامن بزند.

صداوسیمای جمهوری اسلامی، هرچند در دوران جنگ کارنامه قابل‌قبولی داشته، اما در حوزه تبلیغات بازرگانی، به‌ویژه تبلیغ محصولات غذایی در شرایط اقتصادی موجود، انتقادآمیز است. به این معنی که پیام‌های بازرگانی صداوسیما دیگر صرفاً معرفی کالا نیستند؛ گاهی به ویترینی از زندگی‌های دور از دسترس تبدیل می‌شوند که حاصلش نه رضایت، بلکه حسرت، نارضایتی و احساس محرومیت است. تبلیغ لوازم غیرضروری با وعده خرید اقساطی، نمونه دیگری از همین رویکرد است؛ گویی زندگی بهتر چیزی نیست جز خرید بیشتر، حتی اگر بهایش بدهکار شدن و گرفتار شدن در قسط و قرض باشد. خانواده‌ای که زیر فشار تورم و هزینه‌های روزمره کمر خم کرده، چرا باید از رسانه‌ای که عنوان ملی دارد، به خرید کالاهایی تشویق شود که نه ضرورتی دارند و نه لزوماً در توان مالی او هستند؟ آیا قرار است هربار با وعده قسط‌های کوچک، بدهی بزرگ‌تری به زندگی مردم تحمیل شود؟ آیا این همان زندگی عزتمندانه‌ای است که باید ترویج شود؟

اما تبلیغات محصولات غذایی، ماجرا را تلخ‌تر می‌کند. یک بستنی ساده و البته گران را چنان با رنگ‌ولعاب و جلوه‌های اغراق‌آمیز به نمایش می‌گذارند که گویی خریدن آن، بخشی بدیهی از یک زندگی عادی است. اما آیا برای صداوسیما مهم است که در همین کشور، خانواده‌هایی هستند که حتی از خرید چنین محصولی برای فرزندشان هم ناتوان‌اند؟

آیا لحظه‌ای به کودکی فکر می‌کنند که پای تلویزیون نشسته، تبلیغ را می‌بیند، دلش آن بستنی را می‌خواهد و شاید خوب می‌فهمد که خانواده‌اش توان خریدنش را ندارد؟

قرارنیست هر کالای گران‌قیمتی از تبلیغات حذف شود یا رسانه موظف باشد فقر را به نمایش بگذارد. مسئله، بی‌اعتنایی به واقعیت زندگی مردم و عادی‌سازی الگوی مصرفی است که با توان اقتصادی بخش بزرگی از جامعه تناسب ندارد. مسئله این است که تبلیغات، به‌جای آنکه صرفاً محصولی را معرفی کنند، گاهی میل و توقعی می‌سازند که برآورده نشدنش به حسرت و سرخوردگی ختم می‌شود.

صداوسیما نمی‌تواند از یک‌سو خود را رسانه مردم بداند و از سوی دیگر، در برابر هر آگهی پول‌سازی، مسئولیت اجتماعی‌اش را فراموش کند. اگر قرار است تنها معیار پخش تبلیغات، درآمدزایی باشد، دیگر چه تفاوتی میان یک رسانه عمومی و یک بنگاه تجاری وجود دارد؟

گفت‌وگو با سعید کریمی، مردم‌شناس و کارشناس مسائل راهبردی

هشدار کیهان به آمریکا ۲۰ روز قبل از جنگ: شکست عملیات آرگو در ایران

(بخش اول)

آرش فهیم

یکی از جنبه‌های قابل تأمل اما کمتر مورد توجه در جنگ‌های تحمیلی دوم و سوم، نقش هنر و رسانه است. این در حالی است که طی یک قرن اخیر، آمریکا و همچنین جریان صهیونیسم، همواره برای اجرای طرح‌های راهبردی و نظامی خودش، از جمله جنگ‌های تجاوزکارانه، از ابزارهای رسانه‌ای و هنری به‌ویژه سینما و سریال‌های تلویزیونی استفاده کرده‌اند. برخی از فیلم‌ها فراتر از یک اثر سینمایی، به‌عنوان یک پروژه عملیاتی شده‌اند. این موضوع، بهانه گفت‌وگوی ما با دکتر سعید کریمی (مردم‌شناس و کارشناس مسائل راهبردی) است. گفت‌وگویی که به طول انجامید و به زمینه‌های تاریخی و تمدنی جنگ‌های ۱۲ روزه و رمضان هم کشید. به همین خاطر، بخش اول این مصاحبه به جنبه‌های سینمایی، هنری و رسانه‌ای این جنگ‌ها اختصاص دارد و بخش دوم، به زمینه‌های تاریخی و تمدنی اختصاص خواهد داشت.

***بیستم بهمن سال گذشته طی یادداشتی در همین صفحه (تصویر روز) با اشاره به فیلم «آرگو» پیش‌بینی‌هایی درباره سناریوهای براندازی دشمن (تحت عنوان پروژه آرگو) داشتید! این پروژه چگونه در تقابل‌های اخیر آمریکا علیه ایران رخ داد؟**

در ۸ بهمن‌ماه یکی از سال‌های گذشته، سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا (CIA) تصویری را در اکانت شبکه ایکس منتشر کرد، عکسی که در پایان فیلم «آرگو» بود و نوشته‌ای ذیل آن مبنی بر اینکه همکاری سفارت کانادا در جعل پاسپورت برای فراری دادن چند دیپلمات آمریکایی را یک مدل همکاری معرفی کرده بود. ما در سال ۱۳۹۱ در رمزگشایی پروژه فیلم آرگو، گفتیم این یک اثر سینمایی ساده و صرف نیست، بلکه سناریوی براندازی بر پایه ایجاد اغتشاشات خیابانی با محوریت برخی فتنه‌های اجتماعی (به‌ویژه در حوزه زنان) و زمینه‌سازی برای دخالت خارجی است. این پیام سازمان سیا یک اعلام به شرکا و متحدان بود برای آمادگی آغاز جنگ علیه ایران. مفهوم آن عکس و پیامش این بود که برای منافع آمریکا مجازید هر تخلفی را مرتکب و هر قانون و تعهد بین‌المللی را نقض کنید که یک نمونه‌اش اجازه استفاده از پایگاه‌های اروپایی و ناتو برای حملات آمریکا و اسرائیل به ایران بوده است.

روزنامه کیهان در ۲۰ بهمن ۱۴۰۴ شماره مسلسل ۲۷۰۷۴ خود حدود ۲۰ روز قبل از شروع جنگ رمضان با انتشار مقاله «شکست عملیات آرگو در ایران» به آمریکایی‌ها هشدار داد و عنوان شد که بیش از ۱۳ سال است که ایران از طرح براندازی آنان موسوم به «عملیات آرگو» باخبر است. طرح براندازی و کودتایی که با ایجاد اغتشاش و آشوب داخلی و فعال‌سازی تروریسم شهری و سپس مداخله هوایی نظامی خارجی با حذف رهبران و نیروهای کلیدی و تخریب زیرساخت‌های دولتی، انتظامی، امنیتی، اطلاعاتی و نظامی صورت گیرد. به همین دلیل هم فتنه‌های زن، زندگی، آزادی، جنگ ۱۲ روزه، اغتشاشات دی‌ماه ۱۴۰۴ منجر به شکست می‌شود چرا که ایران با رهبری و قاطبه مردم، در کنار نخبگان اطلاعاتی و امنیتی آن هرگز اجازه تقارن دو جریان اغتشاش داخلی و دخالت نظامی خارجی به‌طور همزمان را نخواهد داد. علت شکست همه این طرح‌ها و عملیات براندازی با برنامه‌ریزی‌های چندین‌ساله توسط جمعیتی از نابغه‌های اطلاعاتی و امنیتی و اتاق فکرها و اندیشکده‌های آمریکایی و اروپایی و اسرائیلی با بودجه‌های نجومی و بسیج همه امکانات لجستیکی و نظامی جهانی، همچنین انجام هر جنایتی علیه مردم ایران اعم از دختربچه و کودکان و زنان، و ترور فرماندهان و دانشمندان و حتی رهبری عزیز شهیدمان، هیچ‌کدام از اهداف طرح‌هایشان اندکی رنگ واقعیت نیافت که هیچ، باعث شدند ایران در مسیر قطب چهارم قدرت جهان به اذعان بسیاری از متفکران و استراتژیست‌ها و سیاستمداران قرار بگیرد. تنگه هرمز که قبل از این جنگ باز بود بسته شود. هنوز صدای حاج قاسم سلیمانی در سخنرانی معروفش که گفت: «ترامپ قمارباز، این جنگ یعنی نابودی همه امکانات شما در منطقه، این جنگ را شما راه می‌اندازید اما پایانش را ما ترسیم خواهیم کرد.» این وعده صادق حاج قاسم سلیمانی و مردم ایران بود که امروز محقق گشته است.

تحلیل‌های ما در آن زمان مورد توجه رسانه‌های بین‌المللی نیز قرار گرفت. وقتی در مقاطع اخیر متوجه فعال شدن مجدد این پروژه شدیم، صراحتاً در مقاله «شکست عملیات آرگو ایران» هشدار دادیم که دشمن بر اساس همان الگوی کهن در حال اجرای طرح کودتا و براندازی آرگو است.

پیش‌بینی‌ها نشان می‌داد که این نبرد نیز جز شکست برای محاسبات دستگاه‌های امنیتی غرب حاصلی نخواهد داشت؛ چرا که شناخت دقیقی از دکترین و الگوی شناختی ایران نداشتند ضمن آنکه سطح راهبردی نظامی امنیتی اطلاعاتی کشور پیش‌بینی‌های لازم را انجام داده بود، دشمن رهبری را ترور کرد اما سیستم رهبری نظامی جمهوری اسلامی کارکردش را کامل انجام می‌داد. فرماندهان نظامی را ترور کردند اما بخش نظامی در ساعت اول پاسخ را شروع کرد و چهل روز ادامه داد. دشمن حدود ۲۳ هزار هدف را بمباران کرد اما امور کشور انجام می‌شد و مردم از همان روز اول به میدان آمدند نه برای اغتشاش که برای دفاع از کشورشان، اساساً طرح دشمن معکوس شد. ترامپ تصور داشت ظرف مدت کوتاهی کار تمام می‌شود و ایران تسلیم می‌گردد. امروز بزرگان دنیا به شکست و افول آمریکا اذعان دارند.

ما در تحقیقات مردم‌شناسی سیاسی عمق فرهنگ و تاریخ و شیوه تفکر آنان، استراتژی‌ها و دکترین‌های پشتیبانی‌کننده آنان را می‌شناسیم فلذا طرح‌های دشمن در همان ابتدا زمانی که از طریق رسانه‌های جمعی و هنری و سینمایی در حال ارائه و کاشتن در ضمیر ناخودآگاه و خودآگاه مردمان جهان هست متوجه می‌شویم. غرب چیز بیشتری ندارد همین اساطیر و کهن‌الگوهاست که دکترین‌های آنان را شکل می‌دهد. وقتی از سال‌ها قبل این شناخت به وجود می‌آید، شکست طرح‌ها حتمی است.

لازم به ذکر است آنچه تحت عنوان «عملیات آرگو» شناخته می‌شود، ناظر به صرفِ رهایی شش دیپلمات آمریکایی در ابتدای انقلاب اسلامی در زمان تسخیر لانه جاسوسی نیست. طرح واقعی عملیات آرگو، همان سناریویی است که در قالب ساخت یک فیلم سینمایی طراحی و بازنمایی شد؛ سناریویی که فراتر از یک عملیات اطلاعاتی محدود، یک الگوی کامل براندازی و مداخله خارجی در فیلم را ترسیم می‌کند.

در فیلم آرگو، داستان خروج دیپلمات‌های آمریکایی در پوشش یک گروه فیلم‌سازی روایت می‌شود. اما نقطه کلیدی، سکانس خروج در فرودگاه تهران است؛ جایی که یکی از دیپلمات‌های آمریکایی برای قانع‌کردن مأمور فرودگاه، استوری‌بوردهای فیلمی با نام آرگو را نشان می‌دهد که به بهانه ساخت آن و داستان پوششی به ایران می‌آیند و استوری‌بوردهای آن گویای این مدل

براندازی است. در آن سکانس دیپلمات آمریکایی برای فریب مأموران ایران طرح ساخت فیلم را شرح می‌دهد و مأموران به آنان اجازه خروج را می‌دهند، بن افلک در نقش تونی مندز افسر جاسوسی سازمان سیا به طعنه به مأموران ایرانی می‌گوید این استوری‌بوردها را یادگاری نگه دارید! استوری‌بوردها حاوی چه بود؟ شامل: یک زن (بی‌حجاب) و مرد که اشاره می‌کند منتخب مردم هستند، زنان و مردم به خیابان (در فضای بازار سنتی ایرانی) می‌آیند و اعتراض می‌کنند، نیروهای نظامی با آنان درگیر می‌شوند، درگیری‌ها تشدید می‌شود، سپس «کمک از طریق نیروی هوایی» وارد می‌شود، با بمباران، دیکتاتور (به ادعای خودشان) از بین می‌رود و مردم «آزاد» می‌شوند و نیروهای هوایی خداحافظی می‌کنند و می‌روند

نکته بسیار معنادار اینجاست که بر سر کاراکتر دیکتاتور ادعایی، نشان مقدس «الله» جمهوری اسلامی ایران به حالت نمادین نقش بسته است؛ یعنی مخاطب غربی دقیقاً می‌فهمد که این داستان خیالی، درباره کدام نظام سیاسی نوشته شده است.

عملیات آرگو به‌عنوان طرح اغتشاش داخلی برای مشروع‌سازی مداخله خارجی، یک سناریوی چندلایه شامل ایجاد نارضایتی، تبدیل اعتراض به اغتشاش، فعال‌سازی تروریسم شهری، کشته‌سازی هدفمند، نسبت دادن تلفات به دولت، و در نهایت ورود نظامی است که در لیبی و سوریه نیز تکرار شد در جنگ ۱۲ روزه و اغتشاشات اخیر نیز دشمن تلاش کرد این الگو را پیاده کند، اما هوشیاری و انسجام بدنه ملت این سناریو را پیشاپیش خنثی کرد.

***طی سال‌های اخیر بخشی از تمرکز دشمنان ایران بر حوزه زنان بوده است؛ از شبکه‌های ماهواره‌ای که در این زمینه کار می‌کنند تا فرایندهای زنانه در شبکه‌های اجتماعی و سینما و ... که اوج آن هم در سال ۱۴۰۱ رخ داد. این حوزه از تقابل غرب با ایران به‌ویژه در فضاهای هنری و رسانه‌ای را چگونه تحلیل می‌کنید؟**

سرویس‌های غربی برای آسیب زدن به انسجام داخلی، بر اساس سناریوهای کهن‌شناختی و جامعه‌شناسی رفتار می‌کنند. یکی از این الگوها که در آثار نمایشی غربی (مانند فیلم‌های جیمز باند، آرگو یا سریال‌های اخیر) نیز کاملاً مشهود است، «مدل مدءآ» یا استفاده از زنان جامعه هدف برای پیشبرد اهداف اطلاعاتی است. خود اسم «آرگو» در ادبیات کلاسیک غرب نام کشتی آرگو هست که آرگونات‌ها به رهبری قهرمان یونانی به نام جیسون به سرزمین پادشاه آتیس می‌آیند تا پوست طلایی که نماد قدرت و ثروت سرزمین آنان است را بدزدند و جیسون برای این کار دختر پادشاه آتیس به نام مدءآ را فریب داده، وی را معشوق خودش می‌گرداند و مدءآ با خیانت به پدرش به جیسون کمک می‌کند و برادر کوچکش را نیز با خود می‌برد و برای آنکه پدرش نتواند آنان را تعقیب کند برادرش را به قتل می‌رساند و تکه‌های بدنش را بر سر راه پدر و سپاهش که در تعقیب آنان بودند می‌اندازد تا به تعلل آنان بتواند با معشوقش جیسون و پوست طلایی فرار کنند.

غربی‌ها یک مدل دارند برای جوامع استعماری هدف که روی زنان جوامع کار می‌کنند؛ در طول تاریخ، عمده‌ترین، عمیق‌ترین و بیشترین تغییرات در جوامع توسط زنان صورت گرفته است. آنان می‌دانند که برای برهم زدن جامعه از داخل، باید بر محوریت زنان تمرکز کنند. نمونه‌های آن را در فتنه‌های مختلف، از فتنه ۸۸ گرفته تا پروژه «زن، زندگی، آزادی» و برنامه‌ریزی‌های متعددی که از سال‌ها قبل (مانند زمان فیلم آرگو در سال ۱۳۹۱) طراحی کرده بودند، مشاهده می‌کنیم. آن‌ها تلاش می‌کنند با فریب و نفوذ بر این بخش اثرگذار جامعه، زمینه‌ساز گسست فرهنگی شوند؛ اما به دلیل نداشتن درک درست از دکترین معرفتی انسان ایرانی و جامعه، در نهایت با مقاومت مردم مواجه شده و خط محاسباتی‌شان فرو می‌ریزد.

خانم زهرا رهنورد یکی از افرادی است که در حوزه زنان دیدگاه‌های خاصی را در سال ۸۸ و در بحبوحه انتخابات مطرح کرده و بیان می‌کند که از ابتدا در کنار آقای میرحسین موسوی حضور داشته است تا پس از رسیدن ایشان به ریاست‌جمهوری، قدرت در حوزه زنان به دست گرفته شود و از این طریق، تغییرات اجتماعی و سیاسی مدنظر اعمال گردد. بررسی جریانات فتنه سال ۱۳۸۸ نیز نشان می‌دهد که موضوعاتی نظیر «ندا آقاسلطان» و مسئله مهندسی جنسیتی، بخشی از این پازل بوده است.

جالب اینجاست که در اسفند ۱۳۸۷، تنها ۲۴ ساعت پس از برگزاری مراسم اسکار، آکادمی اسکار بلافاصله در ایران حضور یافته بودند. در ظاهر به علت سینمای ایران بود اما در اصل از طریق فرهنگسرای پویا در پاریس به ریاست عباس بختیاری از شاخه هنری فرهنگی سازمان منافقین این هماهنگی صورت گرفته بود. آن‌ها پس از ورود به کشور، سینمای ایران را دعوت کردند تا با این بخش نیز ارتباط برقرار کنند، چرا که هدف اصلی آن‌ها جریان‌سازی در حوزه زنان از طریق ابزار سینما بود. برای نمونه، فیلمی (جدایی نادر از سیمین به کارگردانی اصغر فرهادی) که برای اسکار پیشنهاد شد، روایتی از زن ایرانی خواهان تمدن غربی بود که تلاش داشت با جدایی از شوهرش به غرب مهاجرت کرده نسل بعدی را نیز به همین مسیر هدایت کند. پس از سال ۱۳۸۸، حضور سینماگران ایرانی در سینمای آمریکا و عضویت برخی افراد در آکادمی اسکار به‌شدت افزایش یافت. از آن زمان تا کنون در ایران خط اصلی ساخت فیلم‌ها بر اساس دگردیسی هویت زن مسلمان ایران و ترویج فرهنگ غربی و تفکرات فمینیستی در جامعه زنان ایران بوده است؛ این جریان تلاش کرد تا با پروژه‌سازی در سینما، اهداف خاص خود را پیش ببرد. برای مثال، بحران‌هایی مانند فتنه «زن، زندگی، آزادی» نیز پروژه‌ای چندلایه بود که یک شاخه آن به طرح کنترل جمعیت در ایران مربوط بود که به دلیل عدم داشتن پیوست فرهنگی و نحوه اجرای آن زمینه یک شبه انقلاب جنسی مشابه همان الگوهایی که در دهه ۱۹۶۰ در اروپا و غرب فراهم آورد. موضوعی که از بعد از فتنه زن، زندگی، آزادی تا امروز ملاحظه می‌کنیم.

*** آیا در زمینه فیلم‌سازی داخلی و آثار مرتبط با این جریان‌ها نمونه‌های عینی دیگری نیز وجود دارد؟**

بله؛ برای نمونه در آن زمان فیلم «لاله» با بودجه کلان ۷ میلیارد تومانی (با دلار ۷۰۰ تومانی آن زمان) ساخته شد. جالب اینجاست که حتی قراردادهای آن نیز به‌درستی شفاف نشد. کسی که در دوران زندگی در آمریکا و هالیوود در تهیه فیلم‌های اروتیکال فعال بود و همکار زالمان کینگ (یهودی سازنده آثار ضداخلاقی) بود، در ایران فیلم «لاله» را کلید زد؛ و اگر تریلر فیلم‌های اکران‌شده در فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۱ را بررسی کنید، کاملاً متوجه می‌شوید کدهایی که در این آثار داده شده، دقیقاً بر گسل‌های رقابت واگرایانه زن و مرد و چالش‌های اجتماعی همسو است. مورد دیگر پرونده فیلم «گشت ارشاد» بود که متأسفانه باید گفت بخشی از جریان‌های سیاسی برای جذب آرای زنان در انتخابات‌ها از این ظرفیت‌ها سوءاستفاده هم می‌کردند. فیلم «گشت ارشاد۱» توقیف بود اما خود سازندگان فیلم را غیرمجاز منتشر کردند چرا که جریان سیاسی هزینه‌اش را داده بود. دی‌وی‌دی فیلم «سنگسار ثریا» مجانی دم مدارس دخترانه ما توزیع می‌شد. فیلمی که بودجه آن از سوی کمپانی نظامی معروف بلک‌واتر پرداخت شده بود. پرداختن این بخش در سینمای ایران یک کتاب مفصل می‌شود. اگر بخواهیم از سال ۱۳۸۰ تاکنون جریان‌شناسی سینمای ایران و غرب را علیه جامعه زنان ایرانی و خطر چنین توطئه خطرناکی را بررسی کنیم اما محور اصلی دشمن همان کهن‌الگوی تراژدی «مدءآ» اثر اوریپید است.

*** نقش «نفوذ» در ساختارها و بودجه‌های فرهنگی کشور و تأثیر آن بر حوادث مهمی مانند جنگ ۱۲ روزه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

یکی از ابعاد بسیار مهم و در عین حال مغفول، مسئله نفوذ در ساختارها و جریانات فرهنگی است. متأسفانه در مواردی مشاهده شده که برخی پروژه‌ها یا فیلم‌های سینمایی با بودجه‌های رسمی کشور یا نهادهای مرتبط ساخته می‌شوند، اما در نهایت خروجی و پیام آن‌ها در خدمت خطوط و اهداف دشمن قرار می‌گیرد. دشمن اعلام می‌کند ۲۲ سال برنامه‌ریزی شده بود. اساس این جنگ در حوزه نظامی یا اقتصادی نبوده بلکه در حوزه فرهنگی و اجتماعی با محوریت مردم و نسل جوان بوده است. برای این کار با نفوذ در بخش‌های مختلف کاری می‌کنند بودجه‌ها در مسیری که به مقصود آنان است جاری شده و در جهت منویات انقلاب و اسلام و ایران قطره‌چکانی شود. بعضاً شنیده می‌شود چرا به برخی نهادهای دینی چرا بودجه داده می‌شود اما از دیگر سو شاهدیم بودجه‌های کشور در جهتی هزینه می‌شود درست مخالف نگاه ایرانی اسلامی و انقلابی و با نفوذ جای اولویت‌ها را عوض می‌کنند.

این شدت از نفوذ نشان می‌دهد که دشمن تنها روی ابزارهای بیرونی حساب نکرده، بلکه توانسته در ساختارهای تصمیم‌ساز و تولید محتوا نیز رخنه کند. اتفاقاتی نظیر جنگ ۱۲ روزه یا سایر فتنه‌ها به‌هیچ‌وجه تصادفی نبودند، بلکه حاصل همین زمینه‌سازی‌ها و نفوذهای عمیق در دستگاه‌های محاسباتی و فرهنگی بوده‌اند.

*** غرب چگونه از ابزارهای فرهنگی، سینما، تلویزیون و تئاتر برای توجیه پروژه‌های سیاسی و منطقه‌ای خود علیه ایران استفاده می‌کند؟**

ما امروزه خوشبختانه به سطحی از آگاهی رسیده‌ایم که می‌توانیم شیوه تفکر دشمن را در منازعاتش تحلیل کنیم. دشمن پیش از آغاز هر پروژه بزرگ، ابتدا جامعه نخبگانی خود را آماده و قانع می‌کند. برای نمونه، در سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ - درست چند ماه پیش از آغاز جنگ ۳۳ روزه - نمایشنامه‌ای به نام پارسیان (که قدیمی‌ترین تراژدی یونان باستان است) در مجموعه تئاتر شکسپیر واشنگتن روی صحنه رفت. این تئاتر که در شهر تصمیم‌سازان سیاسی اجرا شد، ناظر بر نبرد تاریخی ایران و یونان بود.

در آن نمایش، یک کهن‌الگوی مدل براندازی ایران مطرح می‌شود: این‌که ایرانی‌ها را نمی‌توان از بیرون و با تهاجم مستقیم شکست داد، بلکه باید آن‌ها را از درون دچار فروپاشی کرد. در این سناریو، خشایارشاه تحریک می‌شود تا وارد تنگه ترموپیل شده و درگیر جنگی در مکان نامناسب گردد. این نوع نمونه‌سازی‌های فرهنگی، زمینه‌ساز تصمیمات استراتژیک آن‌ها در خاورمیانه و نبرد با جریان مقاومت بوده است.

*** تصویر و بازنمایی آخرالزمانی در سینمای غرب مانند فیلم (World War Z) چه ارتباطی با معارف قرآنی و انتقام از صهیونیسم دارد؟**

سینمای استراتژیک غرب همواره تلاش کرده تا آرمان‌ها و رویکردهای آخرالزمانی را به سود نظام فرعونی و سلطه‌گر بازنمایی کند. برای نمونه، در فیلم «World War Z» شاهد ارائه‌ی تصویری زامبی‌گونه از نیروهایی هستیم که به سوی حصارهای صهیونیسم اسرائیل هجوم می‌برند. این در واقع تحریف و تصویرسازی معکوس از وعده‌ی الهی در سوره اسراء درباره «انتقام دوم» است.

در قرآن کریم صراحتاً اشاره شده که در نبرد و انتقام دوم از طغیان بنی‌اسرائیل صهیونیستی، بندگان سخت‌پیکار و مؤمن به صورت زمینی و وارد مسجد (اقصی) می‌شوند. هالیوود با تصویرسازی و القای ناخودآگاهِ این رویدادها، تلاش می‌کند این‌گونه جا بیندازد که مقاومت در برابر این سیستم ناممکن است تا مردم در برابر این سرنوشت ادعایی تسلیم شوند. اما حقیقت این است که رسانه غرب تنها آرزوها و مخیلات خود را تصویر می‌کند و سنت الهی مسیر دیگری را طی خواهد کرد.

*** به مثلث براندازی در تفکر غربی-یونانی (پارسیان - آژاکس و مدءآ) اشاره کردید؛ این مثلث چگونه در فتنه‌های مختلف علیه ایران بازسازی شده است؟**

ساختار طراحی‌های غرب بر سه ضلع یا مثلث تراژدیک استوار است:

ضلع اول؛ پارسیان (فشار و تهدید خارجی): بر اساس کهن‌الگوی تراژدی پارسیان اثر آشیلوس که در اواخر ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۶ بر مجموعه تئاتر شکسپیر شهر واشنگتن به صحنه رفت مبنی بر فشار بیرونی، شکاف درونی و فروپاشی از درون. تحریم‌های حداکثری و فشارهای سیاسی و تهدیدهای بیرونی که در قالب جنگ‌های منطقه‌ای یا نظامی‌گری و کارزار رسانه‌ای سنگین دنبال می‌شود.

ضلع دوم؛ آژاکس (سیاست داخلی و کودتا): الگویی که در کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ اجرا شد و در فتنه ۸۸ نیز بر اساس همان الگوی «عملیات آژاکس» تلاش کردند از طریق رقابت‌ها و فتنه‌های سیاسی درون جامعه و دوقطبی‌سازی در هنگام انتقال قدرت‌های سیاسی درون سیستم نظام را دچار گسست داخلی، انحراف و شکست کنند.

ضلع سوم؛ مدءآ (نفوذ بر زنان و خانواده): بر اساس افسانه‌های کهن، «مدءآ» نماد شیفته‌سازی و فریب و جذب زنِ جامعه هدف برای سرقت ارکان قدرت آن سرزمین است. در درون جامعه تبلیغ و ترویج بی‌حجابی به اسم آزادی زنان را می‌نمایند اما در اروپا و حتی کشورهای اسلامی مانند الانِ در آذربایجان با حجاب مبارزه می‌کنند و رسماً قانون می‌گذارند و محرومیت ایجاد می‌کنند برای زن مسلمان در عرصه زندگی اجتماعی. زنان زمین فرهنگ هر جامعه هستند اگر تغییرشان دهند نسل‌های آینده را آنان با فرهنگ منحط غربی تربیت خواهند کرد.

در مردادماه ۱۳۸۷ مطلبی تحت عنوان «رمزگشایی از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ با نگاهی به شرایط امروز» در خبرگزاری فارس منتشر شد. در آن مقاله عنوان کردم اسم رمز عملیات علیه دکتر مصدق «آژاکس» بود و ۷۰ سال بود که جامعه ایران در دعوای مصدق و کاشانی باقی مانده‌اند و برخی می‌گویند کودتا بود برخی چیزهای دیگری بوده اما اصل موضوع که مکانیسم درونی یک کودتا با ظاهری شبه‌انقلاب است. عملیات آژاکس اولین کودتای مخملین بعد از جنگ جهانی دوم بود که برگرفته از کهن‌الگوی تراژدی آژاکس اثر سوفوکلوس در یونان باستان است. کافی است مخاطب نمایشنامه را بخواند در آن مقاله هشدار دادم یک طرح براندازی در قالب انتخابات دهم ریاست جمهوری در حال انجام است یک سال قبل از انتخابات ۱۳۸۸ بود.

غرب دریافته است که بقا و آینده یک ملت به نهاد خانواده و سلامت زن وابسته است. ما از سال ۱۳۸۸ صحبت کردیم که موج سوم تهاجم فرهنگی جامعه زنان مسلمان ایرانی را هدف گرفته تا با دگردیسی هویت زن ایرانی و غرب‌گرایی، ریشه‌های اجتماعی را تغییر دهد. بعد رهبری شهید هم با استناد به همین موارد در جمع زنان نخبه بر روی فعالیت در حوزه تقویت هویت زن مسلمانِ ایرانی تأکید کردند اما از همان سال تا فتنه تقریباً برعکس عمل شده و میوه‌اش را دشمن در فتنه زن، زندگی، آزادی چید. ما در مهرماه سال ۱۳۸۸ در مطلبی تحت عنوان «پروژه مدءآ در ایران» کامل موضوع را تبیین کردیم. این رو، از سال‌ها پیش با راه‌اندازی شبکه‌های ماهواره‌ای، ترویج سبک زندگی غربی و پروژه‌هایی مانند «زن، زندگی، آزادی»، تلاش کردند حیازدایی در زنان و غیرت‌زدایی در مردان را دنبال کنند. هدف نهایی دشمن در این جنگ شناختی، سلب انگیزه از جوان ایرانی برای ایستادگی و دفاع از میهن است؛ زیرا می‌دانند جامعه‌ای که هویت، غیرت و بنیاد خانواده‌اش آسیب ببیند، توان مقاومت در برابر تسلط بیگانگان را از دست خواهد داد.

*** بزرگ‌ترین چالش و یا خلأ راهبردی در کشور را چه چیزی می‌دانید؟**

ببینید بزرگ‌ترین چالش درست روی نقطه برتری انقلاب اسلامی در اندیشه امام راحل ره است. کتابی در کمبریج سال‌ها قبل تهیه شده در بررسی اندیشه امام خمینی ره و در آن نقطه تفاوت امام خمینی ره را به دیگر انقلاب‌کنندگان قرن بیستم نظیر لنین در شوروی و مائو در چین، ارائه مؤلفه جدید و بنیادینی تحت عنوان انسان اسلامی برمی‌شمارد. این انسان خود را در دفاع مقدس نشان داد تحت عنوان انسان اسلامی با فرهنگ مقاومت و شهادت. بعدها شهید سلیمانی این را در محور مقاومت ایجاد کرد. اما متأسفانه در داخل ما به‌ازای این مدل انسان‌شناسی کار بسیار کمی صورت گرفت و در مقابل دشمن با درک این نقطه قوت جریان‌سازی در عرصه انسان‌شناسی غربی در داخل جامعه ما ایجاد کرد و سیل آثار انسان‌شناسی غرب ترجمه و تولید شد و بخش‌های پژوهشی ما هم عمدتاً در آن پارادایم دانش تولید کردند و این به عرصه فرهنگی، هنری، رسانه‌ای سرازیر اجتماع شد تا نسل جوان ما با فرهنگی غربی رشد کنند. چیزی که به نام نسل زد می‌شناسیم خروجی چنین جنگ تمام‌عیار فرهنگی علیه انقلاب و جمهوری اسلامی است. اما باید اذعان کنم بر اساس سنت‌های الهی دشمن در نهایت راه به جایی نمی‌برد که البته مسئولیت ما را زیادتر می‌کند. آینده اساساً این است یک فرصت تاریخی برای تمدن ایران اسلامی تا در عرصه جهانی بتواند به جایگاه شایسته برسد و با ارائه الگوی همزیستی صلح‌آمیز برای جامعه بشری مسیری را که شبکه زرسالاران و قدرت‌های استکباری و جریان سامریان سالوس عالم سعی در انسداد آن دارند را به سوی جامعه و جهان مهدوی بازنماید. یک عصری درباره امامت جهانی ملت مسلمان ایران آغاز شده و بعثتی که می‌بینیم نویدبخش سرآغاز آن است.