جام جم
فرهنگ
CULTURE
۹
سه‌شنبه ۲۴ مرداد ۱۴۰۲ شماره ۶۵۶۰

نهمین نمایشگاه کتاب کربلا با حضور ایران

خانه کتاب و ادبیات ایران به نمایندگی از صنعت نشر ایران، با عرضه بیش از ۳۳۰ عنوان کتاب از ۳۰ ناشر به زبان عربی در نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب کربلا حضور دارد.
نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب کربلا با پیام «علم و تربیت علما در سیره و میراث امام سجاد(ع)» توسط عتبه حسینیه در حدفاصل بین‌الحرمین، ۲۱ مرداد با حضور شیخ عبدالمهدی کربلایی، نماینده مرجع اعلای شیعیان آیت‌ا... سیدعلی سیستانی در عراق افتتاح شد.
از صنعت نشر ایران بیش از ۳۳۰ عنوان کتاب از ۳۰ ناشر به زبان عربی در حوزه‌های ادبیات دفاع مقدس، برخی آثار مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، کودک و نوجوان، ایران‌شناسی و... در این نمایشگاه ارائه شده است.
همچنین در این نمایشگاه رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در بغداد غرفه مستقلی دارد و آثاری با موضوعات مختلف را به نمایش گذاشته است.
نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب کربلا در فضایی به مساحت تقریبی ۱۳۰۰ متر مربع در ۶۸ غرفه با حضور کشورهای ایران، عراق، لبنان، سوریه، امارات، تونس و... به صورت مستقل و نمایندگی با ۲۶ هزار عنوان کتاب آغاز به کار کرده است. نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب کربلا تا ۳۰ مرداد به کار خود ادامه می‌دهد.

ی تحول محتوایی صداوسیما

ه اندیشه ورزان

پذیرای نظرات، راهکارها و پیشنهادهای راهگشای آنان شد. مشروح پاره‌ای از این هم‌اندیشی‌ها پیش از این در روزنامه جام جم منتشر شده است.
این هم‌افزایی فکری - رسانه‌ای همچنان ادامه دارد و فصل به فصل در غالب حلقه‌های اندیشه‌ورزی با بهره‌گیری از تجربه و نگاه صاحب‌نظران و ایده‌پردازان در پی ایجاد تحولی رسانه‌ای است. در ادامه مروری دیگر داریم بر گزیده اجمالی آنچه در این جلسات تبیینی مطرح شده است.

هویت ما را تهدید می‌کند و به تعبیر ایشان زیان‌های بی‌جبرانی بر کشور ما وارد کرده، احساس خطر نکردیم و اقدامی هم انجام نداده‌ایم. حتی کار علمی در حوزه اخلاق اجتماعی و اخلاق عمومی، آن‌گونه که شایسته است، صورت نمی‌گیرد. ما عرصه عظیمی از حکمت‌مان را که تاریخ‌ساز بوده و جزو افتخارات ما نیز محسوب می‌شود تقریبا رها کرده‌ایم و آن، حوزه حکمت عملی یعنی اخلاق، تدبیر منزل و سیاست مُدن است. این حوزه‌های ناظر به فرهنگ و امتداد فلسفه و حکمت‌مان که افتخار جهان اسلام و افتخار حکیمان‌مان بوده را رها کردیم! ارباب و اصحاب رسانه هم آن‌گونه که باید و شاید انجام وظیفه نکردند. به‌عنوان طلبه‌ای که در این عرصه تخصصی ندارم، تصورم این است که مهم‌ترین و اساسی‌ترین کار ویژه رسانه در حوزه سبک زندگی معنا پیدا می‌کند. کار رسانه این نیست که بحث‌های اندیشه‌ای - فلسفی را به زبان فلسفه مطرح کند. رسانه با همه مخاطبان سروکار دارد. همه جا و همه زمانی هست و زبانش تقریبا غیرتخصصی است اما هنرمندانه. چندین قوه شناختی مخاطبش، از باصره و سامعه و خیال و عقل و تجربه، به اضافه غرایز یعنی احساسات، عواطف و هیجانات همه را به یک گونه درگیر می‌کند. پس اثرگذاری‌اش زیاد است به‌ویژه در حوزه رسانه‌های تصویری.

شیخ علی جعفری

ظرفیت همکاری کمیته امداد و رسانه ملی

کمیته امداد حدود پنج میلیون عائله یا به فرموده حضرت امام «ولی نعمت» دارد. یک نقد به کمیته امداد این است که چون به سمت سازماندهی دولت‌محور و بروکراتیک رفته، از آن فضای تشکلی ـ کمیته‌ای دور شده و سروشکل سازمان پیدا کرده است. کمیته امداد، یک نوع سازماندهی جدید کم‌هزینه مردمی را دنبال می‌کند. بزرگ‌ترین دستاورد تاریخی کمیته امداد این است که حامل و حاوی یک سنت انقلابی خیریه در دنیاست که از ادبیات خیریه‌ای، کنش‌ها، داستان‌ها و قصه‌های خیریه‌ای که با روحیات انقلابی گره خورده، شکل گرفته است. باید شیوه تعامل صداوسیما و کمیته امداد از اطلاع‌رسانی به رویکرد روایتگری تغییر کند. تا پایان سال ۱۳۰ جلد از انبوه خاطرات و روایات تلخ و شیرینی که در این بستر برای انقلاب رخ داده، جمع‌آوری شده و منتشر می‌شود. برویم به سمت راهبران شغلی کمیته امداد که قهرمانان نادیده کمیته امداد هستند. انبوهی از این قهرمان‌ها که شخصیتی انقلابی دارند را می‌توان شناخت و به جامعه معرفی کرد تا الهام‌بخش نسل آینده مددکاران ایران و شخصیت‌بخش فضای روان‌شناسی و مشاوره در ایران باشند.
کمیته امداد، تجربه‌ای موفق در ثبت دانش سازمانی دارد. اولا دانش سازمانی امر فرهنگی است و باید فرهنگی‌ها ثبتش کنند. ثانیا با هزینه‌های کم و با مشارکت کامل به‌طور درون‌سازمانی انجام شود.

محمد آرام

تبیین مسائل اقتصادی کشور در حوزه ارزی

دشمن اتاق فکر واحدی دارد که با ایجاد سایت‌ها و کانال‌های تلگرامی همزمان شروع به اطلاع‌رسانی می‌کند. یک سری معامله‌گر در کف بازار در جاهای مختلف اعم از بازار تهران، غرب تهران و در بازارهایی مثل هرات، سلیمانیه و امارات معاملاتی انجام می‌دهند و در آن کانال‌ها منعکس می‌کنند.
بعد هم زمان شما می‌بینید قیمت بازار آنلاین رو به افزایش است. در شرایطی هستیم که درآمدهای ارزی‌مان نسبت به هزینه‌ها مازاد است. آنچه تردید حاصل کرده، انگیزه‌ها و انتظارات افراد است یعنی دارندگان ارز، متقاضیان ارز هستند و سرمایه‌گذاران ارز؛ آنها را تهییج می‌کنند و وقتی مردم به صحنه می‌آیند، عملا آنچه برآورد می‌کنند، به همان نتیجه می‌رسند. هرچه انتظارات تغییر می‌کند، وحشت‌زدگی و هیجانات هم تغییر می‌کند. عواملی که قیمت ارز را می‌سازد ناشی از انتظارات و هیجانات است، باید این برای مردم توجیه شود که اگر حتی برای سرمایه‌گذاری در ارز پول می‌دهد، بخشی از این پول بابت این انتظارات و هیجانات است. هیجان اگر کم و زیاد شد، پول شما قطعا سوخت می‌شود. بازار ارز مربوط به افرادی است که ریسک پذیرترند. پیشنهادم این است به جای «ریسک دارد» بگوییم این بازار «احتمال زیان و خسارت دارد.» اگر بتوانیم این طور تعبیر کنیم که این بازار، خسارت، زیان و غبطه ایجاد می‌کند، این خودش کمک می‌کند مردم عمق را بهتر بفهمند.
باید این را برای مردم جا بیندازیم که مقدار رشد ثابت است، نه درصد رشد. ما به مردم درست آموزش نداده‌ایم و حتی برخی اطلاعات معاملاتی ندارند. الحق والانصاف امروز صحنه جنگ و محل مبارزه، در رابطه با ارز است.

در مجموعه بحث‌های خبری ـ تحلیلی صداوسیما باید یک بسته سیاستی در حوزه ارز هم داشته باشیم تا نکات تخصصی را با مهارت رسانه‌ای و با زبانی قابل درک برای مردم توضیح دهد.

صابر میرزایی

نقش رسانه در شکل‌گیری انتظارات و اطلاعات مردم

مسیر پیشرفته‌تر شدن، لزوما فقط صنعتی‌شدن نیست. ممکن است در صنعت غرق اما از سایر مزیت‌های‌مان غافل شویم و بعد نتوانیم کمر راست کنیم. اگر می‌خواهیم قدرتمند شویم، ۸۰ میلیون کم است. به جمعیت بیشتری احتیاج داریم، نمی‌توانیم جمعیت‌مان را سر کارهای کارگری صرف کنیم. باید نیروی کارگری‌مان را از کشورهای منطقه تامین کنیم و جمعیت‌مان را سر اموری که کیفیت بیشتری دارند، ببریم. دیگر این‌که اگر ساختارها را درست نکنیم، اصلا پیشرفتی اتفاق نمی‌افتد و در این مسیر صداوسیما نقش مهمی می‌تواند داشته باشد، چراکه انتظارات و اطلاعات مردم را شکل می‌دهد. اطلاعات در ضمیر مردم دانش بسیطی ایجاد می‌کند و آن دانش ضمنی، نگرش را عوض می‌کند. نگرش که عوض شد، شخصیت عوض می‌شود. به‌دنبال آن، خواسته‌ها تغییر می‌کند. راه طولانی پیش‌رو داریم؛ ترمزمان در سطح دولت، «ساختار» است که تعارض منافع ایجاد می‌کند. در سطح فرهنگ نیز باید تغییراتی در روحیه و خواسته‌های مردم ایجاد شود. مطالبه‌گری رسانه از وزارتخانه‌ها در شکل‌گیری رفتار آنها خیلی تاثیر دارد. اگر انتظار این را داشته باشیم که رسانه به علوم آگاهی داشته باشد، انتظار دوری است. ولی انتظار داریم که کشور را بشناسد و مشکل اصلی کشور را که تعارض منافع دستگاه‌ها با یکدیگر است، بشناسد.

عبدالحسین شاهوردی

دستاوردهای پژوهشگاه رویان

«رویان» یک فرهنگ کاری است نه یک ساختار یا سازمانی که ناباروری یا سلول‌های بنیادی را کار کرده است. سرمایه رویان، لطف خداوند و حمایت مقام معظم رهبری بوده. دوراندیشی «زنده‌یاد دکتر کاظمی‌آشتیانی» و اعتمادی که رهبری به ایشان داشت، یک فضایی ایجاد کرد که بتواند آن حس «ما می‌توانیم» را در جامعه زنده نگه دارد. دو دهه از بحث سلول‌های بنیادی و بحث ناباروری می‌گذرد و امروز بیش از ۱۰۰ مرکز ناباروری در کشور توسط دانشگاه‌ها و بخش خصوصی شکل گرفته و در شکل‌گیری و آموزش این مراکز، مجموعه رویان جهاد دانشگاهی نقش مؤثری داشته است. نزدیک به ۲۰۰۰ دانشجوی فوق‌لیسانس و دکتری از دانشگاه‌های مختلف در مجموعه رویان فارغ‌التحصیل شدند.
نشریه آندرولوژیا آمریکا که به مدت دو دهه، تمام مراکز ناباروری را در سطح جهان بررسی کرده، در معرفی ۱۰ مرکز برتر، رویان را نهمین مرکز اعلام کرد. اگر یک مجموعه‌ای بخواهد هویت داشته باشد حتما باید ریشه داشته باشد. پژوهش، ریشه رویان است. چشم‌انداز پژوهشگاه رویان این است که با هدف ارتقای سلامت جامعه، تبدیل به قطب تحقیقاتی فناوری در علوم زیستی با سلول‌های بنیادی و زیست فناوری در تراز بین‌المللی شود. چه خوب که صداوسیما، خیرین را به سمت بحث‌های پژوهشی هم هدایت کند.

روحا... دهقانی فیروزآبادی

معرفی نخبگان واقعی

درحوزه تعددگرایی و آمارگرایی مدام می‌گوییم چه تعداد محصول، نفر و شرکت داریم، گرچه ارزشمند است ولی از جایی به بعد بحرانی برای حرکت درست می‌کند و به ما آسیب می‌زند. مردم اقتدار را در علم و فناوری دیده‌اند و بالاخره لمسش هم کردند ولی در اقتصاد، واقعا انتظار دارند به عینه ببینند. ما اعلام آمادگی می‌کنیم که یک کارگروه مشترکی تشکیل شود و روی محتواهایی که می‌خواهد با عنوان نخبگی و عنوان دانش بنیانی منتشر شود، نظارت کند.
کلی مجموعه هستند که واقعا افتخارات عجیب و غریبی ایجاد کرده‌اند ولی اصولا دنبال این که مطرحش کنند، نیستند. نخبگان واقعی کارشان این است که بروند یک گوشه بنشینند و به کار خود برسند. این نخبگان واقعی، عموما در تیتر یا روی آنتن رسانه نمی‌آیند.
امروز نخبه، یکی از بزرگ‌ترین واژگان تحریف شده است. باید رویکرد طلبکاری نخبگان را به رویکرد بدهکاری تبدیل کنیم. مهم است که در برنامه‌ها، تبلیغات و در صحبت‌ها کم‌کم این رویکرد عوض شود که در موضوع نخبگان به جای تحویل گرفتن یک سری آدمی که احساس می‌کنند همواره باید از کشور طلبکار باشند، این نگاه تبدیل شود به رویکرد بدهکاری و آنها را با چالش نخبگی‌شان درگیر کنیم. صداوسیما باید مطالبه استفاده از دانش‌بنیان‌های واقعی را داشته باشد.

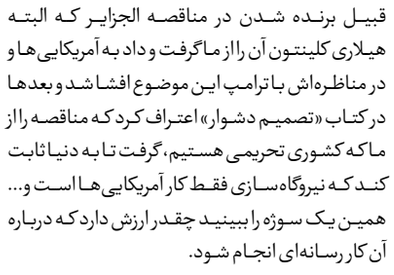
حجت‌الاسلام سیدحمید روحانی

احاطه به تاریخ انقلاب و قیام امام

بعد از گذشت ۶۰ سال، هنوز قیام ۱۵ خرداد و اندیشه‌ها و انگیزه‌های قیام‌آفرینان آن برای ما روشن نشده است. نباید فکر کنیم که امام سال ۱۳۴۱ به یکباره به صحنه آمد. امام قبل از دهه ۲۰ حتی در دوران رضاشاه در اندیشه تشکیل حکومت بودند. کسانی که سال ۴۱ به صحنه آمدند، سال‌های ۱۸ و ۱۹ در درس اخلاق امام حضور داشتند.
بعد از شهریور ۱۳۲۹ در هر فرصتی تلاش می‌کردند که روحانیون را آگاهی ببخشند و بیدار کنند. وقتی امام نهضت را آغاز کردند، بلافاصله انگیزه را برای مراجع بیان کردند. امام از اول می‌دانست چه کار می‌خواهد بکند و ملت هم ملتی بود که هدف امام را به‌درستی شناخته بود. امام در قیام ۱۵ خرداد ملتی ساخت که همه اقشار جامعه را در بر داشت. امروز بسیاری از خاطرات شفاهی مردم از دوران پهلوی فراموش شده و این ضربه بزرگی به تاریخ انقلاب ما وارد کرده است.
از آن بدتر این‌که دست‌هایی به کار افتاد که نگذارد واقعیت‌ها به‌درستی نوشته و بیان شود. هجمه شدیدی از داخل و خارج در جهت تحریف انقلاب شد؛ بر اثر سطحی‌نگری‌ها خیلی دروغ‌ها گفته شد و تحریف تاریخ انجام گرفت. یک وقت افرادی که اهل تحقیق نیستند، سطحی می‌نویسند. گاهی هم دشمن و معاند و مخالف با این نیت در نوشته‌اش امام و انقلاب را زیر سؤال می‌برد. ای‌کاش صداوسیما برنامه‌ای می‌گذاشت تا کسانی که احاطه به تاریخ زندگی امام دارند، بتوانند با دلایل عقلی و شواهد مستند شبهاتی که در مورد امام مطرح می‌شود را پاسخ دهند.

عباس علی‌آبادی

نگاه رسانه‌ای به دستاوردهای مپنا



مپنا محصول انقلاب اسلامی است. بعد از جنگ در وزارت نیرو، شرکتی تاسیس شد که اسمش را «مپنا» یعنی «مدیریت پروژه‌های نیروگاهی ایران» گذاشتند. مپنا اولین و بزرگ‌ترین پیمانکار عمومی ایرانی در صنعت نیروگاهی در منطقه غرب و جنوب غرب آسیا و شمال آفریقاست و توانسته کشور را از وابستگی نجات دهد. در حوزه تجهیزات پیشرفته نیروگاهی، کاملا خوداتکا هستیم. با نگاه به نمودار رشد مپنا، می‌بینیم فقط در دهه ۹۰ از ۲۹ هزار میلیارد ریال در سال ۹۰ به ۴۹۱ هزار میلیارد ریال در سال ۱۴۰۰ رسیده است. ۲۶ هزار مهندس و فوق‌لیسانس و دکتر در این سازمان در داخل کشور و در ۴۰ شرکت زیرمجموعه کار می‌کنند. نخبه‌هایی که بهترین‌های کشور هستند. شاید بیشتر از ۱۰۰ رئیس‌جمهور و نخست‌وزیر و وزیر آمدند مپنا را دیدند و درباره‌اش مطلب نوشتند. روایت‌هایی که اینها از مپنا گفتند، خودش یک کتاب است و جا دارد صداوسیما به آنها بپردازد. یا دستاوردهایی از قبیل برنده شدن در مناقصه الجزایر که البته هیلاری کلینتون آن را از ما گرفت و داد به آمریکایی‌ها و در مناظره‌اش با ترامپ این موضوع افشا شد و بعدها در کتاب «تصمیم دشوار» اعتراف کرد که مناقصه را از ما که کشوری تحریمی هستیم، گرفت تا به دنیا ثابت کند که نیروگاه‌سازی فقط کار آمریکایی‌ها است و... همین یک سوژه را ببینید چقدر ارزش دارد که درباره آن کار رسانه‌ای انجام شود.

صحنه

«علیا مخدره» ویژه بانوان

نمایش «علیا مخدره» به نویسندگی و کارگردانی مریم شعبانی در تالار سوره حوزه هنری روی صحنه می‌رود. این نمایش از پنجشنبه ۲۶ مرداد ساعت ۲۰ ویژه بانوان روی صحنه خواهد رفت.
این نمایش قصه‌ای گمشده در تاریخ در باب احوال سه تن از زنان ادیب، نقاش و شاعر کاخ ناصرالدین‌شاه قاجار است که در جریان کتابت داستان امیر ارسلان نامدار با کمک خواهر ناصرالدین‌شاه به روایت شهادت حضرت قمر بنی‌هاشم در عاشورا می‌پردازند. در این نمایش بازیگرانی چون سارا قادری، فاطمه زارع، فاطمه مرادی، عطیه بحری، محدثه رمضانی، شکیبا عبدی مطلق، فاطمه گودرزی، مهدیه خادمی و حنانه حدادی به ایفای نقش می‌پردازند و اجرای آن مختص بانوان است. سایر عوامل نمایش عبارتند از؛ مدیرتولید: هانیه‌سادات شاکر، مدیر اجرایی: زهرا هوگر، دستیار کارگردان و .طراح لباس: منا شعبانی، مدیر صحنه: زهرا توحیدی، مدیر برنامه: فاطمه مرادی و رهبری حرکات فرم: محدثه رمضانی.

نمایش

سرگردانی جشنواره تئاتر کودک و نوجوان

به‌دلیل همکاری‌نکردن و انجام‌ندادن تعهدات استانداری همدان، میزبانی این استان برای بیست و هشتمین جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان و برگزاری این رویداد نمایشی مبهم است.
برگزاری این رویداد مهم و بین‌المللی هنرهای نمایشی، به دلیل انجام‌ندادن تعهدات استانداری همدان، با چالشی جدی و ابهام روبه‌رو شده است. اگرچه از اسفند سال گذشته، رایزنی و برگزاری نشست‌های حضوری و غیرحضوری برای برگزاری هرچه بهتر بیست‌وهشتمین دوره جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان در همدان آغاز شده است، اما به دلیل همکاری‌نکردن استاندار همدان، فراخوان جشنواره هنوز منتشر نشده است. در همین ارتباط، امیر مشهدی‌عباس، دبیر بیست‌وهشتمین جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان، کاهش شدید حمایت‌های مسئولان استان همدان از این رویداد در سال گذشته را دلیل نارضایتی بسیاری از هنرمندان دانست که از همان زمان خواستار جابه‌جایی این جشنواره از همدان شدند. استان میزبان و زمان دقیق برگزاری بیست‌وهشتمین جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان متعاقبا اعلام خواهد شد.

نماهنگ

روایتی موسیقایی از مولانا

نماآهنگ «یاس سپید» با آهنگسازی و نوازندگی فرنود الهامی و صدای حمیدرضا ترکاشوند منتشر شد. «یاس سپید» روایتی امیدبخش از زبان مولانا است که براساس مقام «سَحَری» و موسیقی خانقاهی به آهنگسازی فرنود الهامی ساخته شده است. سَحَر یا سَحَری از مقام‌های باستانی سُرنا و تنبور است. ضبط تصویری این اثر موسیقایی با حضور نوازندگان گروه‌های تنبور و دف (ساجنار و دوچار) در مجموعه نارنجستان قوام شیراز صورت گرفته است که همانند حال و هوای شعر و موسیقی «یاس سپید» تا سپیده‌دم به طول انجامید.