خبر

«مقاومت می‌کنیم» در مقابل سازمان ملل به تصویر درآمد

همزمان با روز جهانی همبستگی با مردم فلسطین (۲۹ نوامبر)، نمایشگاه پوستر و کارتون به همت موزه جهانی هنرهای دینی امام علی(ع)، سازمان دفاع از قربانیان خشونت و مؤسسه بین‌المللی گفت‌وگوهای فرهنگی در مقابل دفتر اروپایی سازمان ملل متحد (ژنو، سوئیس) برگزار شد. محسن سلیمانی، دبیر رویداد «مقاومت می‌کنیم» و رئیس موزه جهانی امام علی علیه‌السلام درباره این نمایشگاه گفت: منتخبی از ۱۸۰ اثر گرافیک و کارتون از ۲۸ کشور، مقارن با روز جهانی همبستگی با مردم فلسطین، همزمان در موزه جهانی امام علی علیه‌السلام و مقر سازمان ملل در ژنو برپا شده و در معرض دید بازدیدکنندگان قرار گرفته است. وی یادآور شد: این نمایشگاه هرساله در تاریخ ۲۹ نوامبر روز بین‌المللی همبستگی با مردم فلسطین برگزار می‌شود. نامگذاری این روز توسط مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال ۱۹۷۷ به‌منظور نشان دادن توجه جهانی به مشکلات جامعه فلسطینی انجام شده است اما از آنجا که امسال مسأله جنایات رژیم صهیونیستی با آغاز طوفان‌الاقصی در سطح گسترده‌ای در دنیا منعکس شده، برگزاری این نمایشگاه می‌توانست ازسوی صهیونیست‌ها با مشکل مواجه شود، لیکن با درایت مسئولان موزه جهانی امام علی(ع)، این نمایشگاه منتخبی از آثار هنرمندان ایران و جهان، تصویری از مظلومیت غزه و سبعیت رژیم صهیونیستی را مقابل مقر سازمان ملل در معرض دید جهانیان قرار داد.



آسیب‌شناسی غفلت از اه

سینمای استراتژ



علی رحیمی
گروه فرهنگ و هنر

دانش استراتژی در یک تعریف کلی به همه راه و روش‌های کلان اطلاق می‌شود که برای دستیابی به وضعیت مطلوب در آینده ترسیم می‌شود. به عبارتی بهتر استراتژی علم بقاست. علمی که در تلاش است از طرق مختلف پایداری یک تمدن یا کشور را تضمین کند. با این تعریف، سینمای استراتژیک را باید سینمایی تعریف کرد که تمرکز خود را بر رساندن جامعه به یک وضعیت مطلوب قرار داده است. با این تعریف سینما را باید یک هنر یا در تعریفی خاص‌تر، ابزار ارتباطی یا رسانه‌ای تاثیرگذار بدانیم که می‌تواند در ترویج، انتقال و فرهنگسازی ارزش‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، نظامی، امنیتی و .... ثمربخش باشد. به عبارتی بهتر سینمای استراتژیک به سینمایی گفته می‌شود که با برنامه‌ریزی طراحی پیام و تولید محتوای مداوم، آثاری را تولید کند که در راستای اهداف کلان جامعه باشد ولزوما این اهداف سیاسی و امنیتی نیست؛ چیزی که در سال‌های اخیر در سینمای ایران مغفول واقع شده است.

سینما ابزار فرهنگسازی

سینما ابزار مهمی برای ایجاد یا خلق فرهنگ، تغییر یا انتقال فرهنگ و فرهنگ‌پذیری محسوب می‌شود. این رسانه به‌واسطه شرایط خاصی که برای مخاطب در حین تماشا ایجاد می‌کند، در ناخودآگاه و ضمیر او نفوذ می‌کند و او را به الگوبرداری دعوت می‌نماید. همین مسأله باعث شده تا دولتمردان اهمیت ویژه‌ای برای آن قائل شوند و در مسیر انتقال هنجارها، ارزش‌ها و جهت‌دهی به افکار عمومی از آن بهره ببرند.

به‌طور مثال این توجه در هالیوود جایگاه مهمی در عرصه فیلمسازی دارد. هالیوود برای کشوری که آنچنان قهرمانی نداشت، شروع به خلق قهرمانان تصنعی و تخیلی همچون سوپرمن، جیمزباند، ترمیناتور، بتمن، هالک، اسپایدرمن و... کرد. ابرقهرمانان اسم و رسم‌داری که چند صباحی بر روی پرده سینما جا خوش می‌کنند، جهان را مسحور هنرنمایی‌های خود می‌کنند، تاثیر خود را می‌گذارند و عمرشان که تمام شد از پرده پایین کشیده می‌شوند و نکته مهم اینجاست که هیچ‌گاه عرصه خالی نمی‌ماند و بعد از افول یک ابرقهرمان، ابرقهرمان بعدی ظهور می‌کند. در حقیقت آمریکا در هالیوود با ساخت فیلم‌هایی استراتژیک به ایجاد انگیزش درونی در افراد دست می‌زند تا بقای جامعه خود را حفظ کند. برای همین هم سرمایه‌گذاری ویژه‌ای برای این هنر دارد، فیلمسازان بزرگ و پر ایده را به خدمت می‌گیرد و از آن به عنوان یک ابزار مهم در جهت‌دهی افکار عمومی بهره می‌گیرد، موضوعی که در کشور ما در کمتر زمانی مورد توجه بوده است.

> **یک ارزش اجتماعی برای این‌که به مسأله هنرمند تبدیل شود باید به اندازه کافی محتوای فکری و فرهنگی داشته باشد**

غفلت در سینمای ایران

در دوره پهلوی و با آغاز تولید فیلم‌های سینمایی و روند گسترش آن در کشور، مجموعه‌ای از مفاهیم نمادها و سبک زندگی خاص به صورت گسترده‌ای در سینمای ایران رواج پیدا کرد. مردم آن برهه تاریخی که براساس فرهنگ و منش اهمیت خاصی به شعائر دینی می‌دادند به یکباره با گزاره‌هایی مانند عادی بودن مصرف شراب، رقص زنان مفاهیمی مانند شیک و لوکس بودن آواز زنان و ... در اغلب آثار به صورت هماهنگ و یکدست روبه‌رو شدند.

با پیروزی انقلاب، تلاش در مسیر تغییر در تفکرات گذشت و ایجاد یک بستر مناسب برای هنر به ویژه سینما با ورود هنرمندان انقلابی آغاز شد و در یک فرآیند ۱۰ ساله آثار بسیار ارزشمندی اکران شد که بسیاری از آنها به‌واسطه همنوایی با دفاع مقدس، تاثیر بسزایی در جامعه داشتند.

در سال‌های اولیه بعد از وقوع انقلاب، سعی شد از سینما به‌عنوان ابزاری آموزشی برای فرهنگسازی جدید و اسلامی استفاده شود. در آغاز برخی از فیلمسازان موضوع‌های مربوط به انقلاب را دستمایه ساخت آثار سینمایی قرار دادند و در بطن آثارشان حمایت از همنوع، وفاق، وطن‌پرستی، مبارزه با طاغوت و تلاش برای ترویج سبک زندگی دینی به عنوان یک سرفصل جدید در سینمای ایران باز شد. پس از دو سال، با بروز جنگ، سینما رنگ و بوی دفاع مقدسی گرفت. سینماگران در این آثار، علاوه برنمایش قدرت و توانمندی رزمندگان، فرهنگ ایثار و مقاومت، همدلی، وفاق و ... را نیز آموزش دادند. در دل همین فیلم‌ها بود که با نحوه ارسال کمک‌های مردمی، حمایت از خانواده شهدا و اسرا، زندگی ساده و به دور از تجملات، تلاش برای ازدواج آسان و... آشنا شدند. میل و رغبت بسیاری از کودکان و نوجونان به پوشیدن لباس خلبانی و بسیجی نیز ماحصل آموزش‌هایی بود که در سینما داده می‌شد. قدرت جذب سینمای دهه۶۰ به اندازه‌ای بود که نه فقط به لحاظ آماری برخی از این آثار همچنان جزو آثار پرفروش سینمای ایران به شمار می‌روند، بلکه به لحاظ مضمونی نیز همچنان حرفی برای گفتن دارند.

راهی که به خطا رفت

با پایان جنگ تحمیلی، دولتمردان که به نظر احساس کردند دیگر جامعه نیازی به توانایی‌های سینما ندارد، آن را رها کردند و نقشه راهی که از قبل طراحی شده بود به مرور از سوی فیلمسازان به فراموشی سپرده شد به حدی که به عنوان مثال در انتهای دهه۷۰ هنوز با وجودی که در جامعه ایرانی دوستی دختران و پسران با هم عادی نشده بود در اغلب فرهنگ‌ها و مناطق ایران هرگونه روابط زن و مرد نامحرم با هم ولو در حد صحبت عادی از طریق هنجار اجتماعی کنترل می‌شد و در بسیاری از فرهنگ‌ها و طبقات اجتماعی، دوستی بین پسر و دختر امری غریب بود، سریال‌ها و فیلم‌هایی تولید و پخش می‌شد که به واسطه عادت و تقلید تولیدکنندگان، روابط دوستانه بین زن و مرد نامحرم در آنها عادی بود. نتیجه این فیلم‌ها و سریال‌ها، پذیرش دوستی دختر و پسر توسط خانواده‌ها در این فیلم‌ها و سریال‌ها شد در حالی که هنوز در جامعه ایرانی خانواده‌ها با چنین پدیده‌ای کنار نیامده بودند اما آیا سیاست نظام جمهوری اسلامی این بود که چنین چیزی را ترویج کند؟ بی‌شک نه. بلکه مقادیر زیادی کتاب و سایر محصولات فرهنگی درست مخالف این مقوله در همان سال‌ها تولید می‌شد. سخنرانان و واعظان مدام در مذمت عادی سازی روابط دوستانه با نامحرم سخن می‌راندند اما نکته مهم اینجا بود که اولا سینما تاثیر بیشتری بر نسل جوان داشت و ثانیا نقشه راه و سرمایه‌گذاری درستی متناسب با تفکرات نسل جوان نداشتیم و این دقیقا یعنی تعارض القائات آثار سینما و تلویزیون با اهداف و قواعد فرهنگی نظام.

این در حالی بود که در همان زمان هم برخی آثار سینمایی و تلویزیونی استراتژیکی بر مردم تاثیر می‌گذاشتند، مثل سریال «در پناه تو» که توجه جدی بر سبک زندگی داشت و به‌واسطه حفظ حجاب قهرمان داستان به‌خوبی توانست سبکی طراز را در جامعه ترویج داد. شخصیت مریم (لعیا زنگنه) با حفظ حجاب اسلامی به عنوان یک دختر اجتماعی در این سریال آنچنان خوش درخشید که تا چند سال حجاب او به عنوان یک سبک زندگی در میان دانشجویان و دختران رعایت می‌شد و بسیاری از دختران جوان را در آن سال‌ها با خود همنوا کرد اما باز هم به دلیل عدم داشتن نقشه راه و ادامه‌دار بودن این قبیل فیلم‌ها و سریال‌ها، این موضوع به فراموشی سپرده شد و تاثیر ماندگاری آنها کم شد.

از سوی دیگر در بحث ترویج قهرمان‌پروری نیز که بی‌شک از مهم‌ترین ارکان هویت‌سازی در جامعه به حساب می‌آید تصویر نتوانسته آن‌گونه که باید، موفق عمل کند و اگر از چند سریال خاص همچون دلیران تنگستان، امام علی، ولایت عشق، روزگار غریب، شوق پرواز، سیمرغ و... و چند فیلم سینمایی خاص مثل چ، غریب، موقعیت مهدی، منصور، ۲۳نفر، شیار ۱۴۳، ایستاده در غبار و چند نمونه دیگر بگذریم دیگر اثر قابل اعتنایی در این حوزه دیده نشد یا آثار به حدی ضعیف بود که ارزش جلب نظر مخاطب را نداشت.

سینما و پدیده مد

یکی از نکات افتراق جمهوری اسلامی با رژیم پهلوی در این است که رژیم سابق با هدف تأمین بازار مصرف برای محصولات غرب سعی در ترویج مد و مدگرایی داشت اما نظام جمهوری اسلامی جزو معدود کشورهایی است که از ابتدا با مدگرایی و برنامه‌های تلویزیونی و رسانه‌ای مدلینگ مخالفت کرد اما این مخالفت به معنی پاک کردن صورت مسأله نبود، بلکه هدف‌گذاری و تبیین مسائل مختلف در ادامه آن قرار داشت. در زمان پهلوی، سینما و حتی گاهی تلویزیون در حال ترویج مدگرایی بودند به‌خصوص که تلویزیون با داشتن فراگیری وسیع در سراسر کشور شروع به تهاجم فرهنگی به خرده فرهنگ‌های مناطق مختلف کرده و جوانان مناطق مختلف را با مدگرایی شهرهای بزرگ همراه ساخت. بر همین اساس مسأله فیلمساز در وجه غالب آن زمان طراحی لباس و پوشش و گریم بود که در پدیده مد خودنمایی می‌کرد. اما آیا سینما فقط چنین کارکردی دارد؟

برای مثال فیلمساز به طراحی لباس و گریم اثر می‌تواند دو نگاه متفاوت داشته باشد؛ نخست نگاه ابزاری است؛ به عبارتی طراحی لباس و گریم مانند اجزای دیگر فیلم در اختیار معرفی و پرورش شخصیت و مکمل نیروهای روانی فیلم است که در نهایت خط درام را پیش برده و به مقصد می‌رساند. اما نگاه دیگر به اجزای فیلم نگاه مؤلف است؛ فیلمساز می‌تواند گریم و لباس را نه با نگاه رئالیستی و صرف تعریف و توصیف شخصیت، بلکه برای ایجاد طرحی نو در جامعه و مخاطبان طراحی کند. در اینجاست که می‌شود به آن قید استراتژیک اضافه کرد؛ چرا که سینماگر در مقام استراتژیست قرار گرفته و برای یکی از شقوق سبک زندگی افراد جامعه تصمیم گرفته طراحی کرده و در پی ترویج آن برآمده است.



قاب

پوسترهای حامی فلسطین

پوستر همواره نقشی پررنگ در انتقال پیام به‌عهده داشته اما آنچه آن را از سایر رسانه‌های ارتباطی متمایز می‌سازد، وجه هنری و رسالت آن در انتقال پیام و محتوا در سریع‌ترین زمان ممکن است. این قاب تصویری با تلفیقی از نوشتار از دیرباز همراه وقایع و تاریخ، نقش خود را ایفا کرده و سرگذشت پوسترها را می‌توان به هنر مصورسازی وقایع و تاریخ از گذشته‌های دور نسبت داد. با سر رسیدن طوفان الاقصی بار دیگر درباره گذشته پرمحنت سرزمین فلسطین پوسترهایی طراحی و در سراسر فضای مجازی پخش شد که نمونه‌ای از آن را می‌بینید.



نما

درخشش معماران ایرانی در جشنواره جهانی



جشنواره جهانی معماری یک برنامه جوایز با داوری زنده است که ۵۵۰ معمار راه‌یافته به مرحله نهایی پروژه‌های خود را به صورت زنده در اتاق‌ها داوری به هیات داوران ارائه می‌دهند. این جشنواره از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۱ در بارسلون برگزار شده است و پس از آن به مدت چهار سال به سنگاپور منتقل شد. ۱۰ پروژه ایرانی در شانزدهمین دوره جوایز جشنواره جهانی معماری در فهرست برگزیدگان و شایستگان این رقابت حضور داشتند. در این رویداد جهانی، ساختمان مسکونی هانری کربن، اثر «استودیو معماری باغ ایرانی» به عنوان برنده در گروه پروژه‌های ساخته شده، انتخاب شد. «حفاری برای نور» اثر دفتر معماری کالبد، «دره کوزه» اثر طراحی فرشاد مهدی‌زاده و سه پروژه از دفتر معماری دیگر با عنوان «مجموعه فرهنگی تفریحی شیراز»، «مرکز اجتماعات روستای مرزی» و «اقامتگاه بومگردی هرمز» در دسته پروژه‌های آینده از برندگان این دوره جایزه WAF بودند. در دسته طراحی داخلی پروژه «گالری طلا و جواهر بهشتی» اثر دفتر معماری دیگر برنده شناخته شد. «مرکز تجاری نمک آبرود» اثر استودیو فرشاد مهدی‌زاده، «سی و پنج» اثر استودیو معماری شید و «ایوان خانه» اثر دفتر معماری دیدا در گروه پروژه‌های ساخته شده شایسته تقدیر اعلام شد.

رویداد

بزرگداشت شهدای اصحاب رسانه



هجدهمین آیین بزرگداشت شهدای اصحاب رسانه و ارتش جمهوری اسلامی ایران و ۱۷۷ شهید رسانه‌ملی و همچنین قدردانی از فعالان رسانه‌ای، پنجشنبه ۱۶ آذر برگزار می‌شود. این مراسم به‌صورت نمادین برای بزرگداشت همه شهدای عرصه رسانه از دوران دفاع مقدس، رزمایش، شهدای منا و شهدای مدافع حرم برگزار می‌شود. همچنین این مراسم به نوعی قدردانی از همه فعالان عرصه رسانه است که در شرایط کنونی در خط مقدم اطلاع‌رسانی مشغول فعالیت هستند تا سرزمین ایران اسلامی سربلند و پاینده باشد. در جنگ سرد، دشمن به‌دنبال از بین بردن تجهیزات و خطوط مقدم ما از یک موضع به یک موضع عقب‌تر بود اما در جنگ نرم دشمن به‌دنبال تغییر دادن هدف ماست. شهدای رسانه نیز در دو جبهه نرم و سخت جنگیدند و اجرشان دو برابر است. این برنامه پنجشنبه ۱۶ آذر از ساعت ۱۴ در مقبره‌الشهدای اصحاب رسانه، قطعه ۵۰ بهشت‌زهرای تهران برگزار می‌شود.