

مدیرعامل مؤسسه کمک به توسعه فرهنگ و هنر، از ارتقای سطح تسهیلات و تغییرات ساختاری در طرح ملی «فرهنگ‌کارت» خبر داد. سیدصادق پژمان گفت: با توجه به وقوع جنگ و چالش‌های اقتصادی پدیدآمده کهکسب‌وکارهاو فعالان حوزه فرهنگ وهنر را بادشواری‌هایی روبه‌رو کرده است، تصمیم گرفته شد تا حمایت‌های ویژه‌ای برای تقویت توان مالی این بخش

افزایش مبلغ تسهیلات «فرهنگ‌کارت» به ۵۰ میلیون تومان

جادوی قلم اعجاز وطن

کاوه تیموری: وطن سرمایه ارزشمندی است که باید بکوشیم برای آن ارزش افزوده حاصل شود



آزاده صالحی

«**خط وطن**» یکی از تازه‌ترین رویدادهای هنر تجسمی است که به‌تازگی و دردردیف برنامه‌های جدید بنیاد رودکی در برج آزادی درحال برگزاری است. این مجموعه مشتمل بر آثار خوشنویسی کاوه تیموری، هنرمند پرکار این حوزه است و چندان که از

عنوانش پیداست، با تمرکز بر موضوع

«**ایران**»، رنگوبویی حماسی و ملی داشته و درعین حال، جلوه‌ای از پیوند عمیق انسان با سرزمین مادری را به‌تصویر می‌کشد. تیموری از هنرمندان پرسابقه درعرصه خوشنویسی به‌شمار می‌رود که تاامروز نمایشگاه‌های داخلی متعدد در ایران و خارج از کشور برپا کرده است. این گفت‌وگو به‌مناسبت برگزاری نمایشگاه تازه این هنرمند صورت گرفته است.

نمایشگاه شما درحالی در برج آزادی به نمایش درآمده که از یک سو این اولین رویداد هنری بعد از تخریب برج در روزهای جنگ تحمیلی به‌شمار می‌رود و درعین حال، رویکرد آثار شما به مفهوم هویت ملی اشاره دارد. به‌نظرتان نمایشگاه‌هایی ازاین‌دست چقدر می‌توانند در تقویت حس وطن‌پرستی نقش داشته باشند؟

خط وطن نمایشگاهی در ستایش نام ایران است، ضمن این‌که ما مفهومی جامعه‌شناختی به‌نام سرمایه‌اجتماعی داریم که غیرمادی و سرشار از عناصر معنوی است. به‌نظرم مفهوم وطن و عشق به آن، در روزگار فعلی بیش از گذشته در جامعه اهمیت یافته است. به‌زعم من، وطن سرمایه ارزشمندی است که باید بکوشیم برای آن ارزش افزوده حاصل شود نه آن‌که آن را به حال خود رها کنیم. خوشبختانه امروز نگاه‌های عاطفی مردم نسبت به مفاهیمی چون وطن‌دوستی و هویت ملی بیش‌ازپیش معطوف شده است. اگرچه وطن از دیرباز برای ما ایرانیان واژه‌ای مقدس به‌شمار می‌رفته است. یکی ازسرچشمه‌های هویت ملی ما علاقه‌مندی به کشورمان است. شاید جالب باشد اگر بدانید آثار این مجموعه، خلق‌الساعه شکل نگرفته‌اند؛ از آنجایی که من دانش‌آموخته رشته جامعه‌شناسی هستم، برای خلق هرکدام از این آثار زمان زیادی را صرف کرده‌ام. درواقع، موضوع وطن از دوره کودکی همواره بخشی از وجود و ذات اجتماعی من بوده و بعد از آن که پا در مسیر خوشنویسی گذاشتم، به‌لطف خداوند، قلمم در این مسیر به‌گردش درآمد.

پیش از گفت‌وگو اشاره کردید که چندین سال از عمرتان را صرف تدوین چنین مجموعه‌ای کرده‌اید.

همین‌طواراست، پنج سال پیش مطالعات گسترده‌ای را در این زمینه شروع کردم و با واکاوی گزیده‌های ناب ادب فارسی، تصمیم به نگارش این مجموعه گرفتم. یکی دیگر از سرچشمه‌های هویت ملی ما، گنجینه کهن و بی‌انتهای ادبیات فارسی است و مفاهیم غنی

درنظر گرفته شود. در مرحله کنونی با رایزنی‌های انجام شده و تعامل سازنده با شبکه بانکی، سقف اعتبار فرهنگ‌کارت به ۵۰ میلیون تومان افزایش یافته واین اعتبار به صورت نقدی دراختیار فعالان قرار می‌گیرد و به‌منظور حمایت از نقدینگی این بخش، مدت زمان بازپرداخت آن به ۱۲ ماه ارتقاء یافته است. در این مرحله، ۳۰ هزار نفر از فعالان،



موضوع است. در بهمن‌ماه سال گذشته من به‌عنوان سخنران در جشنواره «مشق انتظار» که در دانشگاه آزاد برگزار شد، حضور یافتم؛ در واقع، ماهی از سال نیست که درباره این هنر ارزشمند صحبت به‌میان نیاید وورخدای به‌وقوع نپیوندد. منتهاباز هم تأکید می‌کنم که همت و بدنه اصلی این هنر را خوشنویسان عاشق پیشه‌ای تشکیل داده‌اند که شبانه‌روز به خلق اثر مشغولند. این راهم بگویم که خوشنویسی فرصتی رای‌پدی می‌آورد تا هنرمند، منویات وجود خود را به نوک قلم سپرده و نقش بر کاغذ کنند. هرچند همچنان معتقدم می‌توان جایگاهی به‌مراتب پرنرنگ‌تر از امروز را برای خوشنویسی تعریف کرد تا کارکرد اجتماعی آن بیشتر تبیین شود. خود من در سال‌های اخیر کارهایی در این زمینه انجام داده

و نمایشگاه‌هایی مناسبی به‌فراخور مسائل روز جامعه برگزار کرده‌ام؛ نمونه آن، نمایشگاهی برای تقدیر از معلمان در برج میلاد (۱۳۹۹)، نمایشگاه به‌یاد صدوچهل شهید پرستار در دوره کرونا(۱۴۰۰)، نمایشگاه مدافعان سلامت (۱۴۰۱) و... بوده است. به‌خصوص در نمایشگاه یادبود پرستاران شهید، تابلوهای این مجموعه ازسوی سازمان مربوطه حمایت، چاپ و در بیمارستان‌ها نصب شد. طبعاً قرارگرفتن آثار خط‌در لایه‌های مختلف جامعه‌اتفاق خوشایندی است و باعث می‌شود مردم بانستعلیق ایرانی بیشتر آشنایی پیدا کنند. امروز هم در این شرایط خاص که «وطن» به‌عنوان بزرگ‌ترین سنگر برای ما به‌شمار می‌رود، جا دارد که این مفهوم با کارکرد اجتماعی خوشنویسی تقویت شود. همیشه

براین باورم که ما به هنر شریف خوشنویسی به‌دکاریم و درعین حال، دولت هم می‌بایست حمایت بیشتری از این هنر به‌عمل بیاورد. **درس‌های اخیر که توجه به مبحث رونق اقتصاد هنر بیشتر معطوف شده، سهم خرید دستگاه‌های دولتی در خرید آثار خوشنویسی را چطور می‌بینید؟** به‌قول استاد شهیار «من دلی درویش دارم هرچه پیش‌آید خوش‌آید». واقعیت این است که در این زمینه کار چندانی صورت نگرفته است. همان‌طور که اشاره کردم طی روزهای اخیر، تعدادی از مسئولین، از نمایشگاه خط وطن بازدید کرده و قول‌های مساعدی در این زمینه داده‌اند؛ حالا باید منتظر ماند و دید چقدر از این وعده‌ها محقق خواهد شد. در این سال‌ها البته بعضی از نهادها اقدام به خرید آثار

در این سال‌ها تاحدود زیادی بنیان خوشنویسی کارکردگرا نهاده شده و قدم‌های مفیدی نیز در این زمینه برداشته شده است. آنچه در این بین اهمیت دارد این است که باید ببینیم اصلاً هدف از برگزاری نمایشگاه‌های خوشنویسی چیست و چه تأثیری می‌تواند بر جامعه داشته باشد

در سال‌های اخیر، شاهد تعدد رویدادهایی با محور خوشنویسی در قالب برگزاری دوسالانه، جشنواره،

نمایشگاه‌های انفرادی و گروهی بوده‌ایم اما سؤال این جاست که چرا سیاست‌گذاران فرهنگی به خوشنویسی و البته کاریکاتور، در قیاس با دیگر شاخه‌های تجسمی، توجه بیشتری نشان می‌دهند؛ از نظر شما دلیل این مساله چیست؟

اگر جز این بود باید سؤال ایجاد می‌شد، چرا که خوشنویسی یکی از برقه‌مت‌ترین و هویت‌سازترین هنرهای ما ایرانیان است. درواقع پیش از آن‌که دولتمردان توجه ویژه‌ای به این هنر داشته باشند، هنرمندان این عرصه هستند که عاشقانه در این مسیر گام برداشته و برغنائی کارنامه این هنر می‌افزایند. اهمیت خوشنویسی در جامعه تا جایی است که خوشنویسی، به‌خصوص نستعلیق، بیشترین همخوانی و آمیختگی را با ذات شهروندان ایرانی داشته است. برگزاری منظم دوسالانه‌های خوشنویسی، جشنواره تجسمی فجر و نمایشگاه‌های انفرادی و گروهی هنرمندان، به‌خوبی نشانگر این

نخبگان و کنشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه از این تسهیلات بهره‌مند خواهند شد. وی گفت: رویکرد ما در این طرح، تبدیل اعتبار مالی به محرکی برای رشد صنوف فرهنگی و هنری و افزایش قدرت خرید حضوری محصولات فرهنگی است تا از این طریق، شاخص‌های اقتصاد فرهنگ در کشور بهبود یابد.



خوشنویسی کرده‌اند که به نمونه آن اشاره شد. در مجموع، هنر باید تأثیر اجتماعی داشته باشد تا کارکرد اصلی‌اش نمایان شود و اگر غیرازاین باشد، تفاوتی با مفهوم «هنر برای هنر» نخواهد داشت. اگر امکاناتی در اختیار داشتیم، پروژه‌ای را تعریف می‌کردم تا آثار مجموعه خط وطن بر روی شاسی‌ها قرار گرفته و در سازمان‌های مرتبط با نیروهای دفاعی کشور به نمایش گذاشته شود، چرا که موضوع این آثار به مقاومت ملی و دفاع از تمامیت ارضی ما اشاره دارد و ازاین جهت می‌تواند به تقویت روحیه نظامیان و مردم عزیزمان در شرایط دشوار منجر شود.

به‌نظر شما در سال‌های گذشته هم به‌اندازه امروز، خط در خدمت وقایع اجتماعی قرار داشته است؟

در این سال‌ها تا حدود زیادی بنیان خوشنویسی کارکردگرا نهاده شده و قدم‌های مفیدی نیز در این زمینه برداشته شده است. آنچه در این بین اهمیت دارد این است که باید ببینیم اصلاً هدف از برگزاری نمایشگاه‌های خوشنویسی چیست و چه تأثیری می‌تواند بر جامعه داشته باشد. حمایت دولتی اینجا به‌کار می‌آید و می‌تواند با بهره‌گیری از ظرفیت گسترده خوشنویسان، آثاری در راستای حفظ و توجه به هویت ملی سفارش داده شود.

نکته دیگری که درباره هنر خوشنویسی مطرح است، اقبال کشورهای حاشیه خلیج فارس نسبت به آثار خط و نقاشیخط هنرمندان ایرانی است؛ این درحالی است که عرب‌ها با خط بیگانه نیستند و از گذشته تا امروز با در اختیار داشتن شاخه‌های مختلف خط مانند نسخ و ثلث، آثار متعددی ارائه کرده‌اند اما واقعاً دلیل گرایش آنها، به‌خصوص در حراج‌های آن طرف‌آب نسبت به آثار خط ایرانی چیست؟

من هم با شما در این زمینه هم عقیده‌ام که عرب‌ها در سال‌های اخیر به خط و نقاشیخط ما توجه ویژه‌ای نشان داده‌اند اما درباره این اشاره شما که خود آنها هم در خط سرآمد هستند، باید بگویم، قدمت خوشنویسی آنها با خوشنویسی ما قابل قیاس نیست و به همین خاطر است که آنها همچنان چشم به زیبایی آثار هنرمندان ایرانی دارند. با وجود این‌ها، امروز پایتخت خوشنویسی جهان را باید شارجه، ترکیه و اصولاً کشورهای عربی دانست. حتی در مواردی در این جشنواره‌ها خاستگاه تاریخی خط نستعلیق تحریف می‌شود!

تصور می‌کنم این هم ناشی از کم‌کاری ما در این زمینه بوده است.

دقیقاً، اصلی‌ترین دلیل در این زمینه، خلاء یک جشنواره بین‌المللی خوشنویسی در داخل کشورمان است و کشورهای دیگر پیش از ما نسبت به این مساله اقدام کرده‌اند. امروز بعضی از خوشنویسان در همان تعداد از جشنواره‌های ملی که درحال برگزاری است شرکت نمی‌کنند و به این مساله اشاره می‌کنند که باید پنجاه میلیون تومان برای ارائه اثر در این جشنواره‌ها صرف کنیم تا شاید ده میلیون تومان جایزه بگیریم؛ درحالی‌که در کشورهای دیگر، برای جوایز جشنواره‌های خوشنویسی ارزش زیادی قائل می‌شوند و این مساله باعث شده تا هنرمندان گرایش بیشتری به شرکت در این رویدادها داشته باشند. اقتصاد هنر که در سؤالات پیشین به آن اشاره کردید، اینجا باید مورد استفاده قرار بگیرد. از گذشته تا امروز، نفت شاهرگ حیاتی کشور ما به‌شمار می‌رفته اما تا امروز حتی یک تابلوی خوشنویسی درباره نفت شکل نگرفته است. استاد شهیار در سال ۱۳۳۲، شعری درباره راه‌آهن سرود، ولی در این سال‌ها ماکر چندانی در باب ستایش از زحمات کارکنان راه‌آهن انجام نداده‌ایم. درباره خیرین مدرسه‌ساز نیز به همین ترتیب؛ کم‌این‌که خود من در سال‌های اخیر مجموعه آثاری در این ارتباط کار کردم، بی‌آن‌که از سوی دست‌اندرکاران سازمان نوسازی مورد حمایت واقع شود. طبعاً با تشکیل اتاق‌های فکر، می‌شود صدها موضوع را برای خلق آثار خوشنویسی درنظر گرفت و از این‌رهگذر به پررنگ‌کردن جریان ایسن هنر در بطن جامعه پرداخت.

قاب

روایت اسناد خلیج فارس در قالب نمایشگاه

نمایشگاه «خلیج فارس؛ دریای دلبران» با هدف بازخوانی مستند جایگاه خلیج فارس در منابع و اسناد بین‌المللی آغاز به کار کرده است. این نمایشگاه مشتمل بر مجموعه‌ای ارزشمند از اسناد تاریخی، نقشه‌ها، مدارک و تصاویر کمتر دیده‌شده است که روایت‌هایی مستند از نگاه دیگران به خلیج فارس ارائه می‌دهد. همزمان با افتتاح این نمایشگاه، پرفرومنس هنری «۱۶۷ کتانی و یک گل» نیز در فضایی نمادین اجرا شد؛ اثری که به یاد و بزرگداشت کودکان شهید میناب طراحی شده است. به‌گفته علی‌اصغر جعفری، مدیرعامل موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، «خلیج فارس بخشی جدایی‌ناپذیر از هویت تاریخی و فرهنگی ایران است و اسناد ارائه‌شده در این نمایشگاه، گواهی روشن بر این واقعیت در نگاه جهانیان است.»

عکس:یدالله عبیدی

ادبیات

گرامیداشت یاد ۲۶ معلم شهید مدرسه «شجره طیبه» میناب

حامد علامتی، مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با انتشار پیامی، هفته گرامیداشت مقام معلم را به تمامی مربیان مراکز کانون و معلمان تبریک گفت. در بخشی از این متن آمده است:

گرامیداشت یاد و نام شهید مرتضی مطهری استاد توانمند و بی‌بدیل، دانشمندی خستگی‌ناپذیر در کسب علم و معرفت و نیز مبارزی مقاوم در راه ستیز با ظلم و ستم رژیم شاهنشاهی، او شاگردان بسیاری را تعلیم داد و با خلق آثاری فاخر، موجب غنای آگاهی اجتماعی ایران و جهان شد. اکنون و در این روز، مقام والا و شامخ تمامی معلمان و مربیان ایران عزیز را گرامی می‌داریم؛ به‌ویژه یاد و خاطره ۲۶ معلم شهید مدرسه «شجره طیبه» میناب را، که در صبحگاه ۹ اسفند ۱۴۰۴، در کلاس درس، با اشتیاق و عشق به تعلیم دانش‌آموزان دختر و پسری اهتمام داشتند که آینده‌سازان ایران جان‌مان بودند. کودکانی بی‌گناه با هزاران آرزوی رنگارنگ و معلمانی مخلص با هزاران امید و ایده برای دانش‌آموزان خردسال و کودک.



«انستیتو پاستور ایران» سوژه شد

انستیتو پاستور ایران «تاریخچه، جایگاه علمی و وضعیت امروز آن، موضوع مستند تازه عبدالستار کاکایی است. عبدالستار کاکایی، کارگردان مستند، از ساخت فیلمی درباره انستیتو پاستور ایران خبر داد و گفت:

این مستند درباره انستیتو پاستور و تاریخچه آن است؛ محلی که ابتدا بخشی از زمین‌های وقفی یکی از شخصیت‌های دوره قاجار بوده و امسال در جنگ رمضان و در جریان بمباران آسیب دید. لوکیشن انستیتو پاستور ایران در دو شعبه واقع در تهران قرار دارد که فیلمبرداری آنها در همین نقاط انجام شده است. فیلمبرداری مستند ادامه دارد و تدوین آن به‌صورت هم‌زمان آغاز شده، گرچه هنوز مرحله تدوین جدی شروع نشده و تمرکز اصلی بر فیلمبرداری است. ابتدا ایده‌هایی درباره شخصیت‌های علمی فعال در این حوزه داشتم تا این‌که این اتفاق افتاد و به دهنم رسید که انستیتو پاستور می‌تواند موضوع مهمی برای روایت باشد.

جام جمه

فرهنگ

CULTURE

یکشنبه ۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۵

شماره ۳۱۱

یادداشت

دکتر امجدعلی مسعودی | استاد ارتباطات و رسانه

بازشناسی مفهوم تبلیغات مردمی در تقابل با پروپاگاندا ی غربی

در ادبیات کلاسیک علوم ارتباطات، همواره با دوگانه تبلیغات سیاسی و تبلیغات تجاری مواجه بوده‌ایم. پروپاگاندا که ریشه در تکنیک‌های فریب و اغراق دارد، ابزاری است در دست قدرت‌ها برای تسخیر افکار عمومی و هموارکردن مسیر تقابل با رقیبا. نمونه بارز این رویکرد را در فعالیت رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه‌نظیر بی‌بی‌سی، صدای آمریکا و ایران‌اینترنشنال مشاهده می‌کنیم که با بهره‌گیری از تاکتیک دروغ بزرگ گویلزی، در پی تبدیل مطالبات اقتصادی به تنش‌های سیاسی و خیابانی هستند. اما آنچه در زیست‌بوم فرهنگی و اجتماعی ایران پس از انقلاب اسلامی تبلور یافته و برای نخستین‌بار در فصلنامه‌های علمی-پژوهشی ارتباطات به ادبیات این رشته افزوده شد، گونه‌سومی تحت عنوان تبلیغات مردمی است. این نوع تبلیغات، برآمده از باورها، اندیشه‌های نیکوکارانه و پیوند عمیق عاطفی میان آحاد جامعه است. تفاوت بنیادین این الگو با پروپاگاندا در منبع و انگیزه است؛ در حالی که پروپاگاندا با تکیه بر بودجه‌های کلان دولتی و با هدف فریب طراحی می‌شود، تبلیغات مردمی بر پایه ایثار و خودجوشی بنا شده است. نمونه‌های تاریخی این پدیده، از دوران هشت سال دفاع‌مقدس و صحنه‌های پرشور اهدای طلا توسط بانوان در میعدگاه‌های نماز جمعه تا همبستگی ملی در زلزله‌های رودبار و بم، نشان‌دهنده قدرتی است که فراتر از ساختارهای حزبی و دولتی عمل می‌کند. در واقع، در تبلیغات مردمی، مجری و مخاطب یکی هستند و پیام نه از بالا به پایین، بلکه در یک شبکه افقی و موربگی منتشر می‌شود. امروز در شرایط جنگ رسانه‌ای، رسانه‌های معاند تلاش می‌کنند تا با برجسب‌زنی، این تبلیغات مردمی و حضور خودجوش در صحنه‌هایی چون حمایت از فلسطین را به‌عنوان پروپاگاندای حکومتی بازنامایی کنند. این درحالی است که تحلیل محتوای رفتارهای جمعی نشان می‌دهد انگیزه اصلی، نه پاداش مادی و نه فریب رسانه‌ای، بلکه یک چارچوب مفهومی مبتنی بر عشق به همنوع و آرمان‌های اعتقادی است. تمایز آشکار این اجتماعات با دموکراسی‌های لیبرال غربی، در حذف کامل تبلیغات تجاری و برنده‌های چندملیتی است؛ امری که نشان می‌دهد منافع مردمی در اینجا نه با سود اقتصادی، بلکه با هویت سیاسی و ملی‌گره‌خورده است. افزون بر این، بررسی میدانی اجتماعات معاصر نشان می‌دهد که در بسیاری از موارد، نقطه آغازین مشارکت عمومی نه فراخوان‌های رسمی، بلکه کنش‌های محلی و مسجد-محور است؛ کنش‌هایی که از خلال آن سرمایه اجتماعی به سرمایه ارتباطی تبدیل می‌شود و شبکه‌ای از روابط اعتمادساز را شکل می‌دهد. همین سازوکار سبب می‌شود که حضور مردمی در عرصه‌های عمومی، از جمله راهپیمایی‌ها یا تجمعات حمایتی، واجد نوعی انسجام درونی و استمرار رفتاری باشد که با الگوهای سازمان‌یافته و کمپین‌محور رسانه‌های غربی تفاوتی بنیادین دارد. در چنین ساختاری، خدمات‌رسانی نهادهای عمومی یا مردمی از تأمین نیازهای اولیه تا فعالیت‌های آموزشی نه در قامت تبلیغ تجاری، بلکه در مقام پشتیبانی از مشارکت مدنی ظهور می‌کند. این ویژگی موجب می‌شود تبلیغات مردمی به یک مدل بومی قابل مطالعه در علوم ارتباطات بدل شود؛ مدلی که ظرفیت آن برای تولید نظریه در زمینه ارتباطات بحران، کنش جمعی و افکار عمومی همچنان نیازمند پژوهش‌های عمیق دانشگاهی است.

