خبر

جذب گردشگر با موزائیک

ایران در کنار ترکیه بیشترین آثار ملموس و ناملموس خود را در یونسکو ثبت کرده و می‌تواند برنامه‌های متنوعی جهت جذب گردشگر برای این منظور اجرا کند اما همچنان در این زمینه با کاستی همراه است. این درحالی است که مقام‌های ترکیه قصد دارند بازدید از موزائیک‌های باستانی یکی از شهرهای این کشور را برای عموم مردم امکان‌پذیر کنند.

افتتاح یک محوطه ۹۰۰ مترمربعی، شامل موزائیک و ویلاهای ۱۵۰۰ساله شهر مرعش به‌تازگی آغاز شده است. به گفته مدیرموزه مرعش، پیشتر بازدید از دو محوطه باستانی ۳۰۰ و ۴۰۰ مترمربعی این شهر باستانی برای عموم مردم آزاد بوده و از سال ۲۰۲۳ مردم می‌توانند از یک محوطه ۹۰۰ مترمربعی دیگر در این شهر بازدید کنند. بخشی از این محوطه باستانی را موزائیک باستانی ۵۰ مترمربعی تشکیل می‌دهد که سال گذشته در جریان کاوش باستان‌شناسان کشف شده است.

باستان‌شناسان تاکنون در ۶۵ محوطه مختلف این شهر کاوش انجام داده‌اند و یک موزائیک ۱۴۰ مترمربعی از تصویر شکار را در سال ۲۰۱۵ کشف کردند. کاوشگران همچنین موفق شدند یک موزائیک ۵۰ مترمربعی از تصویر یک جشن را در سال ۲۰۲۱ از دل خاک پیدا کنند و یک موزائیک ۱۸ مترمربعی که اشکال هندسی را به تصویر می‌کشد نیز امسال کشف شد.

زاویه دید

کشوری زیر سایه همسایه‌ها

تاریخ کره، تاریخی سرشار از احساس استیلای بیگانگان و مستعمره بودن است. اگرچه کره سرزمینی قدیمی است و قدمت نخستین سفال‌های کره به حدود ۸۰۰۰ سال پیش از میلاد بازمی‌گردد، اما این کشور در دورانی طولانی تحت استیلای چین و ژاپن قرار داشت و به همین دلیل نیاز به حفظ استقلال از این دو قدرت منطقه‌ای همیشه در حافظه جمعی کره‌ای‌ها بوده است.

حدود دو قرن پیش از میلاد، ویمن یکی ازسرداران فراری چین، کره را تحت سلطه قرار داد اما به‌زودی از امپراتوری مقتدر چین شکست سختی خورد و کره بخشی از امپراتوری چین شد. کره‌ای‌ها تا چند قرن بعد در سایه رقابت چند دودمان سلطنتی زندگی می‌کردند و سرانجام با کمک چینی‌ها، دولت شیلا رقبا را کنار زد و پس از استقرار در کل کشور، چینی‌ها را از کشورش بیرون کرد. رقابت میان دولت شیلا و رقیب جدیدش حکومت گوریو تا وقتی مغولان درسال ۱۲۳۱ کشور را تحت سلطه خود درآورند ادامه یافت اما پس از چند دهه حکومت، گوریو مغولان را شکست داد و دوباره بر کره حاکم شد. دولت گوریو هم در قرن چهاردهم با کودتای پیروان آیین کنفوسیوس و تشکیل پادشاهی چوسان منقرض شد و سلسله جدید که شهرهان یانگ(سئول امروزی) را پایتخت خود کرده بود تا قرن هجدهم دوام آورد. اگرچه این کشور تابعی از امپراتوری مقتدر چین شده و توانسته بود با همیاری چینی‌ها، حملات ارتش امپراتوری ژاپن برای تصرف شبه جزیره کره را دفع کند.

سرانجام ابتدای قرن بیستم، کره که به صورت مداوم تحت حمله و مداخله قدرت‌های خارجی قرار داشت، در برابر ژاپن مغلوب شد و تا پایان جنگ جهانی دوم، کره تحت کنترل ژاپن بود. ژاپنی‌ها در این دوران، کره را به کشوری صنعتی تبدیل کرده بودند اما سرانجام جنبش چریکی کره که یکی از مشهورترین چهره‌هایش کیم ایل سونگ، نخستین رهبرکره‌شمالی بود، ظهور کرد.

پس از پایان جنگ، کره از سلطه ژاپن رها شد اما با توافق آمریکا و اتحاد جماهیر شوروی به دو کشور کره شمالی و جنوبی تقسیم شد. قرار بود این تقسیم موقت باشد اما این توافق عملی نشد و اداره کشور یکپارچه سابق را دو دولت برعهده گرفتند که هریک مدعی زمامداری تمام شبه جزیره بودند.

این اختلاف که از سوی قدرت‌های خارجی به آن دامن زده می‌شد باعث بالاگرفتن بحران و در نتیجه وقوع جنگ سه ساله‌ای در منطقه شد که حدود سه میلیون کشته برجای‌گذاشت. پس از پایان جنگ، اوضاع داخلی کره جنوبی به‌شدت تحت تاثیر حمایت آمریکایی‌ها از دولت‌های کودتایی و استبدادی در این کشور قرار گرفت تا این‌که از دهه ۱۹۶۰، کره جنوبی سیاست توسعه اقتصادی مبتنی بر صنعتی‌سازی صادرات‌محور را در دستور کار قرار داد. این سیاست اقتصادی متمرکز عملا ساحت‌های مختلف زندگی اجتماعی در کره جنوبی را در اختیار شرکت‌های بزرگ خانوادگی مانند سامسونگ، هیوندای، گروه اس‌کی و ال‌جی قرار داد اما در حوزه اقتصادی باعث شد این کشور را از یک سرزمین مخروبه پس از جنگ به کشوری دارای رشد اقتصادی بالا تبدیل کند. از اواخر دهه ۸۰ میلادی، سیاست‌های کلی اقتصادی و سیاسی در این کشور متحول شد و در همین دوران بود که جرقه‌های آغاز موج کره‌ای در خارج از کشور زده شد.

موج کره‌ای چگونه راه افتاد و به کجا می‌رود؟

تسخیر دیوار چین به دست

نخبگان کره‌ای در دهه ۱۹۵۰ به یک نظریه کلی برای برنامه‌ریزی جهت توسعه ۴۰ ساله کشورشان رسیدند. آنها با توجه به این‌که قدرت سخت این کشور در منطقه شبه‌جزیره کره با توجه به حضور ژاپن و چین و به خصوص رقیب جنگجویی چون کره‌شمالی همیشه در موضع ضعف است، راهبرد قدرت‌نرم را برای خود برگزیدند تا از این طریق کشور خود را به یک قدرت منطقه‌ای و نیز کشوری موثر و مهم در جهان تبدیل کنند. برگزاری المپیک ۱۹۸۸ سئول و بازی‌های جام جهانی سال ۲۰۰۲ به‌عنوان راه‌هایی موثر و رویدادهایی در سطح جهانی برای معرفی این کشور به سطح جهان از همین راهبرد برخاسته بود اما مهم‌ترین اقدام در این راستا، راه‌اندازی همان پدیده فرهنگی مستمر موسوم به موج‌کره‌ای بود که هم اهداف فرهنگی و هم اهداف اقتصادی را دنبال می‌کرد. سیاستگذاری صنایع فرهنگی در کره متمرکز و در دستان دولت است اما سیاستمداران کره‌ای پس از روبه‌رو شدن با یک بحران مالی بزرگ از اواخر دهه ۹۰ تفکر بازار آزاد را در اقتصاد وارد کردند. رضا عزیزی در مقاله‌ای تحلیلی به مقایسه سیاست‌های صنایع فرهنگی آمریکا و کره جنوبی پرداخته و به این نکته اشاره می‌کند که دولت کره از طریق توسعه موج کره‌ای توانست صادرات محصولات خود را چندبرابر و درآمد زیادی کسب کند. دولت کره توانست با حمایت از این جریان فرهنگی، کشور خود را به‌عنوان کشوری پیشرفته، صنعتی و متمدن نشان دهد و از این طریق راه خود را به بازارهای مختلف و متعدد منطقه‌ای و جهانی باز کند اما باید توجه داشت که همه این اتفاقات در سایه حمایت آمریکا روی داد.

استقبال جهانی از موج کره‌ای، به‌دلیل این است که سیاست‌های کره جنوبی همسو با فضای هژمونیک سرمایه بر پایه هنجارهای نئولیبرالیسم است. ضمن این‌که قدرت‌گرفتن موج‌کره‌ای موسوم به Hallyu برای چین و ژاپن یک تهدید فرهنگی جدی محسوب می‌شود و حداقل در مورد چین، نظام سرمایه‌داری از این‌که یک کشور معتقد به ارزش‌های لیبرال دموکراسی بتواند به دیوارهای قدرت بزرگ و مخالفی چون چین نفوذ کند، استقبال می‌کند. در این میان باید به یاد داشت کره جنوبی در بحران‌هایی چون کره‌شمالی و تایوان نیز درگیر است و به‌عنوان متحد آمریکا نقش بازی می‌کند. به‌همین دلیل قدرت‌گرفتن فرهنگی یک کشور در منطقه شرق آسیا که دولت ویتنام رسما به عدم توازن در پخش فیلم‌های ویتنامی و کره‌ای در دو کشور اعتراض کرد. کره‌ای‌ها در ابتدای قرن اخیر به صادرات محصولات فرهنگی خود شتاب بخشیدند و درحالی‌که واردات فیلم‌های تلویزیونی و عمدتا آمریکایی در این کشور طی چندین سال تقریبا ثابت مانده بود، صادرات برنامه‌های تلویزیونی این کشور در هفت سال ابتدایی قرن بیست‌ویکم ۱۲برابر شده بود.

کره‌ای‌ها در دهه ۱۹۹۰، امتیازهایی مانند حمایت‌های مالی برای تولید محصول و تسهیل فروش در بازارهای بین‌المللی به جلب مخاطب و فروش محصولات فرهنگی روی آوردند و زمانی که برآوردها نشان داد فرهنگ ملی کره جنوبی در خارج به اندازه لازم گسترش یافته و مردم دیگر کشورها برای محصولات غیرفرهنگی این کشور مانند فناوری‌های الکترونیکی، غذا، پوشاک و ... تقاضای زیادی دارند، تبدیل شدن به قدرت اول فرهنگی منطقه آسیا ـ پاسیفیک را هدف‌گذاری کردند. در این زمان بود که کلاس‌ها و موسسات آموزشی برای آموزش فرهنگ و زبان کره‌ای در دستور کار قرار گرفت و بعد از این مرحله، هدفگذاری در سطح جهانی را در دستور کار قرار دادند.

ابتدا دولت کره، از سیاست حمایت از تولیدات داخلی شروع کرد و بر این اساس شبکه‌های پخش تلویزیونی داخلی ملزم شدند حداقل ۸۰ درصد برنامه‌های تولید داخل را پخش کنند. این کار هم باعث قدرت گرفتن شرکت‌های داخلی شد و هم کیفیت تولیدات را بالا برد. پس از آن، دولت کره جنوبی برای این‌که نداشتن رقیب، باعث ایجاد انحصار و افت کیفیت تولیدات داخلی نشود، این الزام را برداشت. در این زمان بود که کره‌ای‌ها حتی در صنایعی که توان رقابت را به‌صورت سنتی نداشتند، دست به کار تولید محصولات فرهنگی شدند. برای نمونه در صنعت بازی‌های رایانه‌ای که رقبای قدرتمندی چون آمریکا و ژاپن عمده بازار را تصرف کرده بودند، کره‌ای‌ها از بازی‌های ساده موبایلی شروع کردند و بعد از این‌که بازار داخلی تقویت شد به فکر گرفتن سهمی مشخص از بازار بازی‌های رایانه‌ای حرکت کردند.

دولت کره در تمام این مراحل همزمان تبلیغات گسترده در مورد موج کره‌ای، تنوع و جذابیت محصولات فرهنگی و آموزش نیروی انسانی جدید را در دستور کار داشت.

نهادهای دولتی و خصوصی متعددی تاسیس شدند که هرکدام وظیفه خاصی به‌عهده گرفتند؛ نهادهایی برای تنظیم راهبردهای اصلی، نهادهایی برای اجرای این سیاست‌های کلی، رصد بازار و پیش بینی رفتار مخاطبان و نیز نهادهایی برای تولید محتوا اما باید دانست که اصل اساسی، جلب حداکثر میزان حمایت و رضایت مشتری است به همین دلیل محصولات موج کره‌ای براساس تنوع سلایق مخاطبان در نقاط مختلف جهان ساخته می‌شود و اگر جایی میان سلیقه مخاطب و فرهنگ ملی تناقضی وجود داشت، آنچه قربانی می‌شود، فرهنگ و سنت‌های کره‌ای است.

پدیده‌ای جهانی به نام جومونگ

در اینجا به دو سه نمونه از محصولات فرهنگی سریالی کره اشاره می‌کنیم. سریال تاریخی افسانه جومونگ از سال ۲۰۰۶ به ۱۰ کشور جهان از جمله ایران فروخته شد؛ سریالی که زندگی موسس سلسله گگوریئو در ۳۷ سال پیش از میلاد مسیح را به تصویر کشیده است. این سریال فقط در طول ۹ ماه، ۴۹ میلیون دلار برای کره درآمدزایی کرده است.

گزارش‌ها نشان می‌دهد پس از پخش دو سری از سریال کره‌ای سونات زمستانی در ژاپن، ژاپنی‌ها نیمی از جهانگردانی را تشکیل می‌دادند که به کره می‌رفتند، همین تاثیر درباره چین هم گزارش شده و برخی سریال‌های تلویزیونی کره‌ای در چین به حدی محبوب است که شخصیت‌های سیاسی چینی در سخنرانی‌های‌شان از آنها نام می‌برند.

این موفقیت بزرگی برای کره است، چراکه کره بخش بزرگی از تاریخ خود را در سایه هراس از سلطه چین به سر برده و در دوره‌های مختلف این کشور، عملا یا مستعمره یا خراج‌دهنده چینی‌ها بوده است. در دوران جنگ کره در دهه ۵۰ میلادی نیز، حمایت چین از بخش شمالی کره، باعث مرگ بسیاری از شهروندان کره جنوبی شد و به همین دلیل تاریخ سازی و ایجاد یک هویت تاریخی و فرهنگی مستقل برای کره در برابر رقبای منطقه‌ای‌اش مانند چین و ژاپن یک اولویت اساسی است که به لطف سریال‌هایی مانند افسانه جومونگ محقق شد اما صنعت سریال‌سازی کره، تنها اهداف هویتی و تاریخی را دنبال نمی‌کند. سریال‌سازی در کره، بخشی از راهبرد نفوذ اقتصادی هم هست. کره‌ای‌ها با ایجاد حس مثبت نسبت به خود و مردمان‌شان، فتح بازارهای مالی جهانی را هم در نظر دارند. جالب است بدانید صعود چشمگیر واردات ایران از کره در همان زمان‌هایی بوده که موج کره‌ای جومونگ در ایران همه‌گیر شده بود.

تحولات اقتصادی در کره که به روی آوردن هرچه بیشتر به اقتصاد بازار و تغییرات ساختاری در جامعه کره و تبدیل آن از جامعه روستایی و سنتی به جامعه‌ای شهری و مدرن منجر شد، در صنعت ساخت سریال و سوژه‌یابی برای تولیدات آن تاثیرگذار بود.

اهداف اقتصادی در تولید درام‌های کره‌ای چه درام‌های تاریخی و چه درام‌های معاصر، نقش برجسته‌ای دارد و این اهداف فقط برای خارج از کشور طراحی نشده است. به عنوان مثال می‌توان از سریال تلویزیونی استارت‌آپ (محصول ۲۰۲۰) نام برد که داستان یک دختر کره‌ای به نام «سئودال می (با بازی به سوجی)» را روایت می‌کند، او دانش‌آموزی است که نیمه‌وقت کار می‌کند و آرزو دارد شبیه استیو جابز در کسب و کار خود موفق شود.

او برای موفقیت در این کار به یک سرمایه بزرگ نیاز دارد و دراین میان با جوانی کارآفرین به نام هان جی پیونگ (با بازی نام دا روم) آشنا می‌شود که ویژگی‌های رهبری، خطرپذیری و هوشمندی را دارد. آشنایی این دو و مشکلاتی که بر سر راه تاسیس این کسب و کار وجود دارد، داستان این سریال را پیش می‌برد.

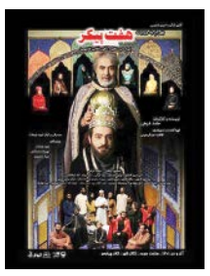
زادروز

تولد گنجینه‌های زنده بشری

بیژن کامکار، نوازنده و خواننده موسیقی سنتی ایرانی و یکی از اعضای گروه کامکارها امروز ۲۸ آذر ۷۳ ساله می‌شود. این موسیقیدان برجسته که از سوی کمیته ثبت ملی میراث فرهنگی ناملموس به‌عنوان حامل میراث فرهنگی در فهرست گنجینه‌های زنده بشری قرار گرفته، متولد سال ۱۳۲۸ در ارومیه است. او مانند دیگر اعضای خانواده‌اش نزد پدرش زنده‌یاد حسن کامکار به فراگیری موسیقی پرداخت و طی پنج دهه اخیر آثار جاودانه‌ای را به موسیقی ایران عرضه کرد. یکی از خدمات ارزشمند بیژن کامکار واردکردن ساز دف برای اولین‌بار به اجراهای عمومی است.

صحنه

آغاز اجرای «بهرام به روایت هفت‌پیکر»



نمایش «بهرام به روایت هفت‌پیکر» عنوان تازه‌ترین نمایش تئاترشهر است که از امروز دوشنبه ۲۸ آذر در تالار چهارسو پیش‌روی مخاطبان قرار می‌گیرد.

این نمایش به نویسندگی و کارگردانی حامد شیخی است و در خلاصه داستان آن آمده است: قصه، حکایت بهرام‌شاه ایران است. سرآغاز این حکایت، قصه سنمار معمار است.

این قصه حکایت عاشقانه بهرام بر دختران هفت‌گنبد و هفت حکایت آن هفت‌پیکر برای بهرام است. در این اثر نمایشی محمود مقامی، حامد شیخی، امیرحسین انصاری، مهدی هنرسازان، رویا شیخی، ساغر بهنام، لاله ذوالفقاری، بیتا زین‌الدینی، ساناز خدایی، مریم بابایی، سپیده سعیدی‌نیا، النا زنگنه، فرگل روشن‌ضمیر، نوید نوبخت، ماهان مقامی، علی پیله‌ور، محمدرضا محمدپور، علی کاظم‌پور، متین صفار، کیوان آزاد، محمد جبراییلی و امیر فهادان به‌عنوان بازیگر حضور دارند.

نمایش بهرام به روایت هفت‌پیکر همه‌روزه ساعت ۱۸ به مدت ۶۰ دقیقه و قیمت بلیت ۷۰ هزار تومان روی صحنه می‌رود.

آنلاین

اکران «فیلم‌تئاتر» از شب یلدا

مرکز تولید تئاتر و تئاتر عروسکی کانون از شب یلدا با طرح «هر هفته یک فیلم‌تئاتر» قرار است پایان هر هفته یک فیلم‌تئاتر از مجموعه آثار نمایشی خود را رایگان به کودکان و نوجوانان هدیه کند. بر همین اساس، مرکز تولید تئاتر کانون از ۳۰ آذر ۱۴۰۱ در قالب بسته فرهنگی رایگان با عنوان هر هفته یک فیلم‌تئاتر را در پایگاه خود به‌صورت آنلاین از ساعت ۹ هر پنجشنبه تا ۱۲ شب جمعه اکران می‌کند.

این طرح همزمان با شب باستانی یلدا آغاز می‌شود و تا پایان اسفند ادامه خواهد داشت و دو روز پایانی هفته هر پنجشنبه و جمعه، کودکان و نوجوانان می‌توانند با مراجعه به پایگاه کانون به نشانی cinema.kpf.ir/film یک فیلم‌تئاتر را در کنار خانواده تماشا کنند. نمایش‌های آرزوهای یک موش کور، آب و دیگران، افسانه‌های نو، حکایت مرد کوهستان، خرس آرکانسا، دختر کدوتنبل، پیرمرد و ببر، زشت و زیبا، رازگنجور، افسانه ماردوش، گنجشکک اشی‌مشی و یک روز و دو فصل از جمله این نمایش‌هاست.