

جشنواره‌ای که نیامده رفتا

این جشنواره کودکان و نوجوانان نبود که چندماه قبل از موعد مقرر برگزار شده بلکه مراسم اختتامیه و خداحافظی مدیران و مسئولان شهر را نمایش می‌داد. به همین علت حضور بی‌رنگ کودکان و نوجوانان در آن هویدا بود. کار وقتی تحمیلی می‌شود جلوه نخواهد داشت.

انجام یک فعالیت هنری انگیزه‌های مضاعف می‌طلبد و بالطبع هزینه‌هایی هم خواهد داشت. جشنواره فیلم کودکان و نوجوانان همه‌ساله در یکی از ماه‌های پاییزی به‌خصوص مهر برگزار می‌شد که قبل و بعد از آن با حواشی‌های متعدد روبه‌رو بود و به نظر می‌رسد این حواشی تکراری می‌تواند آثار نامطلوبی برای مخاطبان آن که سرمایه‌های آینده کشورند داشته باشد. این جشنواره در ۳۰ دوره گذشته در جهش‌گردشی سیر و طعم گس اجاره‌نشینی را در شهرهای مختلف کشور امتحان نموده و در هر مکان با تجربه‌های تلخ و شیرینی روبه‌رو شده و چون مخاطبان از قشر کودک و نوجوان بوده‌اند بیشتر نمودار شده است. اما تبلیغات وسیع شهرداری اصفهان در واپسین روزهای بدردشورای شهر و شهردار از صندلی‌های خود به‌نوعی بزدگنمایی برای نمایش فعالیت‌ها شباهت دارد که این می‌تواند تیر آخر باشد که از رفتن حکایت می‌کند و از این‌رو سایه سیاست بر الوان جشنواره می‌چربد!

در طول این یک هفته هر آنچه در برنامه اصلی و ردیف‌های اول سالن‌ها مشاهده می‌شد حضور مدیرانی بود که اکثراً تاریخ‌مصرفشان به پایان رسیده و حالا فصل رخوت دولت یازدهم را می‌گذرانند و به دنبال مکانی برای تمدد روح و روان طی کردن اوقات غیرمفید و لابی با دیگر همدردان می‌گردند و این برنامه‌ها که زیاد هم جدی به نظر نمی‌رسند بهترین مکان برای رازبازی در حال حضور است!

نگاهی گذرا به تصویرهای موجود از برگزاری این جشنواره می‌فهمته‌ای نشان می‌دهد که اکثریت بالاتفاق حاضران افرادی تکراری هستند که گویا از این سالن به تالاری دیگر و از آن مجمع به مکانی تازه می‌روند تا در خشکای محیط از گرمای گزنده و بیش از ۴۰ درجه شهر و دلگیری روزهای طولانی تابستان فرار کنند!

به‌رغم اینکه جشنواره لقب بین‌المللی را یدک می‌کشید اما وسعت تبلیغات آن تنها در رسانه‌های محلی آن هم به‌صورت گسترده مشهود بود به‌طوری‌که بعضی از جراید روزانه اصفهان بیش از نیمی از ظرفیت خود را به رپر تاز آگهی‌های برگزاری و بزرگنمایی مدیران شهری اختصاص داده‌اند که هنوز برنامه ادامه دارد. البته از حق نباید گذشت که در گوشه و کنار همین جراید معتبر محلی تیتیهایی تحت عنوان «شوگی‌های واقعی و کاذب در جشنواره کودک‌کار» به کار برده شده!

این در حالی است که در نشریات سراسری تلاش چندانی برای انعکاس آن نشده است! تنها نقطه اتکای این جشنواره در سطح کشور حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در آیین‌اختتامیه آن بود که اگر نبود این جشنواره تنها یک رویداد کاملاً محلی جلوه می‌کرد نه مراسم بین‌المللی که با این حضور یک‌ساعتی وزیر، اندکی رنگ کشوری گرفت!

مدیران شهری و بعضاً استانی سعی فراوان نمودند با حضور در کلیه برنامه‌های آن حاشیه‌فصل خوب‌گیرک را کم‌رنگ نمایند اما نتوانستند شور و شغفی را که عصاره اینگونه جشنواره‌هاست به فضای آن بازگردانند! چه خوب نبود برگزاری این رویداد با تعجیل و سیاست عجین نمی‌شد و به‌جای تیرماه گرم و خلوت و خالی از مخاطب که دقیقه ۲۰ تحول و تحول‌های به‌آذریا اسفند که ملمو از شور و نشاط و تحرک دانش‌آموزان می‌باشد محول می‌شد.

دبیر این جشنواره به‌اصطلاح بین‌المللی که حالا محلی از آب درآمده در مراسم اختتامیه آن طی سخنانی اظهار داشت: «دیگر جابه‌جایی جشنواره کودک اتفاق نمی‌افتد و محل آن تغییر نمی‌کند»! علیرضا رضاداد ادامه داد: خوشحالم با اینکه در فصل تابستان بودیم ولی استقبال پرشوری از این جشنواره همراه با نشاط خاصی در شهر اصفهان ایجاد شد!

وی افزود: این تاریخ و این استقبال نشان داد تاریخ مناسبی را انتخاب کرده بودیم و این مهم بسیار موضوع خوبی بود که خوشبختانه به‌خوبی انجام شد. وی با بیان اینکه این جشنواره در اصفهان پایدار خواهد بود افزود: جابه‌جایی جشنواره کودک اتفاق نمی‌افتد و محل آن تغییر نمی‌کند. که البته هیچ ماست‌بندی نمی‌گوید ماست من ترش است! که باید از کودکان و نوجوانان کشور نه جهان پرسید آیا خبردار شده‌اند جشنواره‌های به‌نام آنها با هم حضور مدیران شهری در اصفهان برگزار شده است یا نه؟!

سری به عقبه آن زده تا متوجه شوند بارها در اصفهان، کرمان، همدان و تهران ادعای ثبوت محل جشنواره تأیید شده اما به مرحله اجرا درنیامده است!

البته بد نیست شورای محترم شهر اصفهان قبل از پایان دوره مسئولیت خود نموداری از کم و کیف برگزاری جشنواره سی‌ام بر اساس هزینه‌های انجام‌شده تهیه کند و در اختیار مردم قرار دهند که جنبه روبراز تاز آگهی نداشته باشد!

✽ **روزنامه‌نگار پیشکسوت**



روزنامه‌سیاسی، اجتماعی و فرهنگیصبح ایران

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز

مدیرعامل و مدیرمسئول: عبدالله گنجی

سر‌دبیر: غلامرضا صادقیان

آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری

تقاطع میرزای شیرازی، پلاک ۳۸۴

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۸۴۷۳

روابط‌عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نمابر: ۶-۸۸۴۴۵۶۳۴

توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۷۷-۷۶-۸۸۴۹۸۴۷۵

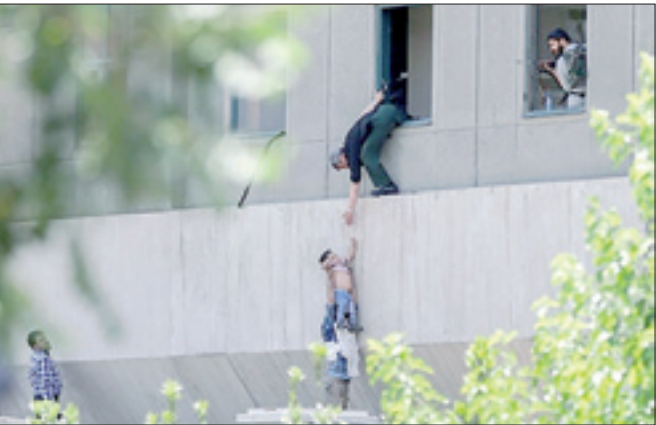
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان

www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۵۱۳۴ | سه‌شنبه ۲۰ تیر ۱۳۹۶ | ۱۶ شوال ۱۴۲۸ | اخذ ظہر: ۱۳:۱۰ | غروب آفتاب: ۲۰:۲۲ | ۲۰:۴۲ مغرب: ۲۰:۴۲ | نیمه‌شب شرقی: ۰۱:۱۸ | اخذ صبح‌خورد: ۰۴:۱۴ | طلوع آفتاب فردا: ۰۵:۵۸

تلاش یک عکاس خبری برای ساخت مستندی با موضوع حوادث تروریستی مجلس

تجربه مقاومت و وحدت مردم در حادثه مجلس سوژه یک مستندساز



جواد محرمی

یک عکاس خبری قصد دارد درباره واقعه تروریستی مجلس شورای اسلامی که منجر به شهادت تنی چند از هم‌میهنان‌مان شد یک مستند بسازد. او برای مستندش نام «شرح یک عکس» را انتخاب کرده است؛ عکسی که از همان ابتدای وقوع ماجرا در رسانه‌ها و فضای مجازی دست به دست می‌شد و بیش از تصاویر دیگر دیده می‌شد، چرا که یک کودک خردسال موضوع اصلی آن عکس بود. ساتیار امامی در این باره به «جوان» گفت:

اتفاقی در کشور ما افتاد و ذهن همه هموطنان‌مان را درگیر خود کرد، واقعیت این است که برخلاف خواست توریست‌ها ما در جنگ رسانه‌ای نتیجه را برده‌یم، هرچند از دست دادن هموطنان‌مان داغ بی‌ر دلمان گذاشت اما به طور کلی این واقعه تلخ منجر به این شد که خطر گروه‌های تروریستی را بیش از پیش درک کنیم و نوعی همبستگی در میان ملت بیش از پیش ایجاد شود. مقاومتی را شاهد بودیم که در سطح خیابان‌های تهران اتفاق افتاد و این برای نسل جدید ما تجربه تازه‌ای بود، چون اصفهان جوان‌ما نامنی در پایتخت در برابر اقدامات تروریستی کور را تجربه نکرده بود.

این عکاس و مستندساز می‌گوید: دغدغه من عکاسی و فضای تصویر در اینگونه بحران‌ها است. از طرفی نیز، داستان عماد به‌طور حتم داستان جذابی از یک تصویر گرفته شده است. اگر در آن روز، آن تصویر گرفته نمی‌شد و امید وهاب‌زاده عکاس خبرگزاری فارس آن لحظه را جلودان نمی‌کرد، ما نه عماد را می‌شناختیم و نه با مشکلات این کودک آشنا می‌شدیم. این عکاس خبری می‌گوید: ثبت این تصویر سختی‌هایی داشته و به دلیل کار من در حوزه عکاسی، با این سختی‌ها و دشواری‌ها آشنا هستم و می‌دانم که همین سختی‌ها است که عکس را تأثیرگذار می‌کند، به همین خاطر سعی کردم که این دو مسئله را با هم پیگیر کنم و به نوعی می‌شود گفت که داستان عماد بهانه‌ای است که ما روی شرایط عکاسی

خبر

شورایی برای مجوزدار کردن تئاترهای بی‌مجوز

بعد از آنکه معاونت سینمایی وزارت ارشاد شورایی را برای تعیین تکلیف فیلم‌های توقیفی راه‌اندازی کرد، این بار قرار است شورای مشابهی در تئاتر تشکیل شود؛ شورایی که می‌خواهد مشکلات تئاترهایی را که به نحوی مجوز اجرائی‌شان با مشکل روبه‌رو است، حل و کمک کند تا اجرا داشته باشند.

بعد از آنکه دفتر موسیقی وزارت ارشاد با اجرای یک خنواده زیرزمینی در تئاتر «لامبورجینی» مخالفت کرد، معاون هنری ارشاد، پیشنهاد راه‌اندازی شورای ابرای رفع چنین مشکلاتی ارائه کرد.

علی مرادخانی دیروز در جمع خبرنگاران گفت: معمولاً بخشی از کارها را حوزه تئاتر و بخشی دیگر را حوزه موسیقی مجوز می‌دهد. شاید به این نتیجه برسیم که شورایی مشترک داشته باشیم تا این شورا با تسلط بر هر دو فضا بتواند مجوزهای لازم را در این زمینه صادر کند. مرادخانی ادامه داد: به این نکته توجه کنید که مجوز، اصل موضوع است یا محتواست که مهم است. گاهی هنرمندی می‌خواهد پرفورممنسی را اجرا کند که نمادهای مختلفی دارد. ما به این نمادها وارد نمی‌شویم. ما باید در بخش نظارت پالایش درستی داشته باشیم.

معاون هنری وزیر ارشاد تأکید کرد: برای اینکه بتوانیم این موضوع را اداره کنیم، شاید همین ایجاد شورای مشترک بهترین کار است. الان در کنسرت‌ها و هنگام اجرای می‌کند. پس بیوند میان هنرها بسیار است. بنابراین ما باید خود را به‌روز کنیم.

تجربه راه‌اندازی شورایی برای تعیین تکلیف فیلم‌های توقیفی باعث رفع توقیف برخی از فیلم‌هایی شد که سال‌ها به دلایل مختلفی در توقیف بوده‌اند، پیشنهاد راه‌اندازی شورایی مشابه در تئاتر هم می‌تواند جاده‌صاف‌کن رفع توقیف آثار نمایشی باشد که مجوز اجرای آنها دچار مشکل شده است.

حکمت

حکمت ۳۵:

مَنْ أَسْرَعَ إِلَى النَّاسِ بِمَا يَكُونُونَ قَالُوا فِيهِ بِمَا لَا يَلْعَنُونَ.

کسی در انجام کاری که مردم خوش

ندارند، شتاب کند، درپاره او چیزی

خواهند گفت که از آن اطلاعی ندارند.



تلاش ضد انقلاب

برای تخریب مسعود دهنمکی



سینما مخالفت کردند و برای همین عده‌ای تنها راه تخریب او را ترور شخصیت او تشخیص دادند. بهترین کار هم این بود که به او برچسب چماقدار زنند اما توفیقات سینمایی او در رقم زدن رکورد بیشترین مخاطب برای فیلم اخراجی‌ها سبب شد تیغ ضد انقلاب و شبهه‌روشنفکران مقداری کند شود.

دهنمکی بیش از دو دهه با سری فیلم‌های اخراجی‌ها و سینماگری برای در فضاهای مجدد به این سینماگر انقلابی شده است، تصویری که البته ربطی به وقایع تلخ تاریخ ۷۸ ندارد ولی ضدانقلاب که از هر دستاویزی برای دروغ‌پراکنی استفاده می‌کند از آن برای تخریب چهره فیلمسازی انقلابی بهره برده است. دروغ‌های سایت‌ها و کانال‌های ضد انقلابی چون آندمیزو که با توسل به قلب واقعیت رخ می‌دهد بی‌شک مخاطبان آزادخواه این مجموعه‌های مرتبط با دشمنان ملت را از وزن صداقت و نیت آنها آگاه می‌سازد.

مسعود دهنمکی را باید یکی از معدود افرادی دانست که بیش از دو دهه پیش متوجه اهمیت فرهنگ در بسط و گسترش تفکر انقلاب اسلامی شد و همه بضاعت خود را به کار برد تا گوشه‌ای از خلأ فرهنگی گفتمان انقلاب را پر کند و الحق و الانصاف کارنامه او نشان می‌دهد که در این عرصه موفق عمل کرده است. دیروز جهت آتش رسانه‌ای دشمن به سمت این کهنه سرباز آتش به اختیار عرصه فرهنگ انقلاب نشانه رفت. تاریخ نشان داده تیر ضدانقلاب معمولاً در چنین مواقعی با هوشیاری جبهه خودی گمانه می‌کند.

برگزاری جشنواره بشری در مشهد مقدس

زائران مشهد مقدس، برای سوغات کالای فرهنگی ایرانی می‌خرند



محمدصادق عابدینی

جشنواره بشری با هدف ارائه محصولات ایرانی به عنوان جایگزین کالاهای فرهنگی خارجی در خرید سوغات فرهنگی از مشهد مقدس برگزار می‌شود.

مهدی یک‌پسر، دبیر جشنواره و مدیر دبیر خانه سوغات فرهنگی

زائر آستان قدس رضوی، در نشست خبری این جشنواره، گفت:

محصولات فرهنگی در بسیاری از کشورهای دنیا به عنوان صنعت

پیشرو مطرح است و یکی از پنج بازار بزرگ دنیا در کشورهای

پیشرفته می‌باشد. ما باید محصولات صنایع خلق فرهنگی را به

عنوان محور عملکرد، مدنظر قرار دهیم. وی افزود: این صنعت چند

بعد اثر گذار دارد؛ اول بعد فرهنگی، صنایع فرهنگی ابزار انتقال پیام

هستند. دوم بعد اقتصادی، ظرفیت بالای محصولات از ایده تا عمل

که بیشتر آورده آنها فکر و اندیشه است تا مواد اولیه و به همین

دلیل حاشیه سود بیشتر در ظرفیت اشتغال‌زایی بالایی دارند. ایران

مدعی است که نهاد فرهنگی را به عنوان یک مینا مدنظر دارد،

پس طبیعتاً باید سرمایه‌گذاری بیشتری در این زمینه انجام

دهد. یک‌پسر گفت: طی مطالعاتی که چند سال پیش در مشهد

داشتیم، متوجه شدیم در گوشه‌ای از بازار فرهنگی بزرگ کشور

یعنی بازار سوغات زائران حرم رضوی گردش مالی بسیار بالایی

وجود دارد و ۷۵ درصد بازار را محصولات وارداتی تأمین می‌کنند

و در صورتی که در آمد زیارت امام رضا(ع) باید برای خودمان باشد.

وی تأکید کرد: ما در پی تولید و توزیع محصولات فرهنگی شامل

اسباب‌بازی، محصولات سمعی و بصری، کتاب، بازی‌های رایج‌ای

و... مرتبط با مفاهیم دینی و موضوع زیارت هستیم، چراکه در این