

## قدر دانی خانواده شهید بابایی از کارگردان «به وقت شام»

خانواده شهید بابایی یا نگارش نامه‌ای از ابراهیم حاتم‌ی کیا تقدیر کرد و «به وقت شام»را توصیف رشادت‌ها و مجاهدت‌های فرزندان رشید مدافع حرم دانست. خانواده شهید سرلشکر بابایی بانگارش نامه‌ای از ابراهیم حاتم‌ی کیا بابت ساخت فیلم سینمایی «به وقت شام» تقدیر کرد. در این نامه آمده است: برادر عزیز و فداکار جناب آقای ابراهیم حاتم‌ی کیا، سخنان زیبا و دردمندانه جنابعالی در مراسم اختتامیه جشنواره فیلم فجر، علامتی گویااز شجاعت،وطن دوستی و اخلاص شمامت و در زمانه‌ای مطرح شده که دشمن با تمام توان در صدد ضربه زدن به شور ایمان و عمق اعتقادات ملت ایران است. فیلم «به وقت شام» در توصیف رشادت‌ها و مجاهدت‌های فرزندان رشید مدافع حرم، گوشه‌ای از صحنه طوفانی و پر حادثه دفاع از عزت، خاک و ناموس مردم مظلوم خاورمیانه را به تصویر کشیده و به مردم بزرگ و عزیز ایران می‌گوید که چه فرزندان پر افتخار و رشیدی در دامن خود پروراندند. اینجانب جواد بابایی (خواهی سرلشکر خلیان عباس بابایی) به نمایندگی از خانواده، از جنابعالی بابت زحمتی که کشیده و رنجی که در ارائه این تصویر درخشان برده‌اید، سپاسگزاری می‌کنم و آرزوی آن را دارم که دیگر هنرمندان وطن دوست و کاردان این کشور نیز در همین مسیر گام بردارند. توفیق روزافزون جنابعالی و سایر هنرمندان متعهد و انقلابی ایران اسلامی را از خدای بزرگ مستلث دارم از لطف و محبتتان نسبت به خانواده‌های محترم شهدا نهایت تشکر و قدردانی را داریم.

### پخش «کامیون بار» از رادیو نمایش

نمایش رادیویی «کامیون بار» با موضوع خانوادگی و به کارگردانی رضا عمرانی از رادیو نمایش پخش می‌شود. داستان این سریال را هانیه نجفی نوشته و در خلاصه داستان آن آمده است: رحمان مردی خانواده دار است که سه پسر و یک دختر دارد. خانواده‌ای برای خواستگاری دخترش می‌یند و رحمان از آنها خوشش می‌آید اما... در این نمایش رادیویی هنرمندانی چون کامیار محبی، مهرداد همایندوست، امیر فرحان نیا، نازنین مهمنی، بهادر ابراهیمی، محمدرضا علی، شیوارفعیان، شمس‌ی صادقی، احمد گنجی، معصومه عزیز محمدی و دیگر بازیگران اداره کل هنرهای نمایشی رادیو به ایفای نقش می‌پردازند. «کامیون بار» به تهیه‌کنندگی اشرف‌السادات اشرف‌نژاد، صدابرداری حیدر صفدری و افکت محمدرضا قبادی در روز سه‌شنبه ۱۳۱۵ از رادیو نمایش پخش می‌شود.

### هتل‌های تبریز ۵۰در صد تخفیف می‌دهند

مسافان گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به مناسبت ویدادگرد گردشگری تبریز ۲۰۱۸ از نیمه بها شدن هتل‌های تبریز؛ پایتخت گردشگری جهان اسلام در اردیبهشت ماه امسال خبر داد.

در آخرین نشست شورای سیاستگذاری تبریز که مدیرانی از استان آذربایجان شرقی و مسئولانی از بخش‌های مختلف سازمان میراث‌فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری حضور داشتند، مهم‌ترین برنامه‌های اجرایی وییاد تبریز ۲۰۱۸ و افتتاحیه این مراسم که با حضور دکتر روحانی رئیس جمهوری اسلامی ایران برگزار خواهد شد، موردبرنامه‌ریزی وبررسی قرار گرفت. تخفیف ۵۰درصدی هتل‌های تبریز، تخفیف ۳۰درصدی کیف و کفش، تخفیف ۲۵درصدی فرش تبریز از یکم تا ۲۵ اردیبهشت در قالب طرح عیدانه‌های تبریز ۲۰۱۸ و بازدید رایگان از موزه‌ها و اماکن فرهنگی تاریخی آذربایجان شرقی به مدت سه روز و در روزهای چهارم، پنجم و ششم اردیبهشت مهم‌ترین مصوبات آخرین نشست شورای سیاستگذاری تبریز ۲۰۱۸ بود، ضمن اینکه در این جلسه مقرر شد، تخفیف بلیت قطارها و هواپیمها، تخفیف شیرینی و شکلات‌های تولید تبریز نیز پیگیری شود.

## براتی‌پور: شعر انقلاب، همراستا با اهداف و آرمان‌های انقلاب پیش می‌رود

شاعر پیشگاموش انقلاب معتقد است جریان شعر

انقلاب به خوبی پیش می‌رود، همانطور که انقلاب است.

آدامه دارد و به خارج از مرزهای ایران راه یافته است.

عباس براتی‌پور، شاعر، در خصوص پیشرفت شعر انقلاب در کشورمان گفت: شعر انقلاب هم اکنون مسیر خودش را می‌رود. همانطور که انقلاب ما ادامه دارد و ابعاد آن به خارج از مرزهای ایران راه یافته است، شعر انقلاب هم در این سال‌ها پیشرفت کرده است. شعر انقلاب امروز، در ابعاد متفاوتی چون شعر مدافعان حرم و شعر فلسطین هم تعریف می‌شود. وی افزود: همانطور که آرمان‌های انقلاب اسلامی هم اکنون پیش می‌رود، شعر انقلاب، دفاع مقدس و آرمان‌های آن نیز رو به پیشرفت است. زمان دفاع مقدس درباره این موضوع شعر می‌گفتند: الان شعر انقلاب، شعر پیداری است. امروز روزمندگان ما در یمن و بحرین از آرمان‌های انقلابی خود دفاع می‌کنند. براتی‌پور در پایان گفت: کتاب «بیا هم با عنوان «غلبای عشق» و «هفت‌مستور» از سوی انتشارات انجمن قلم منتشر شد.



**روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران**
صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیرعامل و مدیرمسئول: عبدالله گنجی
سر دبیر: غلامرضا صداقیان
آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری
تقاطع میزای شیرازی، پلاک ۲۸۴
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۸۴۷۳
روابط عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نامبر: ۶-۸۸۴۵۶۳۳۴
توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۷۷-۷۶-۸۸۴۹۸۴۷۵
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان
www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۵۳۵۷ | سه‌شنبه ۲۱ فروردین ۱۳۹۷ | ۲۳ رجب ۱۴۱۶ | اذان ظهر: ۱۳:۰۶ | غروب آفتاب: ۱۹:۳۲ | اذان مغرب: ۱۹:۵۲ | نیمه شب: ۰۲:۰۲ | اذان صبح فردا: ۰۵:۱۰ | طلوع آفتاب فردا: ۰۶:۳۷

نگاهی به رویکرد رسانه ملی درباره شعارهای اقتصادی سال‌های اخیر

# جای خالی سلبریتی‌های صنعت و اقتصاد



### جواد محرمی

در سال حمایت از کالای ایرانی این سؤال مطرح می‌شود که رسانه ملی تا چه اندازه می‌تواند در تزیین روحیه «ما می‌توانیم» به قشر جوان و تیز ایجاد و بسترسازی افقی مناسب برای موفقیت در عرصه‌صنعت واقتصاد کشور اقدامپیش‌باید. رسانه ملی در سال‌های منمادی که اقتصاد به عنوان شعار سال در نظر گرفته شده و علی‌القاعده باید محوری‌ترین دستور کار این رسانه باشد تا چه اندازه موفق بوده‌است، چه تعداد افراد موفق در این عرصه را به جامعه معرفی کرده، چه مقدار برنامه‌های متنوع توانسته پای جوانان و نخبگان فعال در عرصه اقتصاد و صنعت را به این رسانه باز کند و با عمومی کردن وجهت دادن به مشکلات آنها یاالگوسازی وروش منش آنها به جامعه جهت داده و باری از مشکلات صنعت واقتصاد کشور را بردارد. جوانانی که رسانه ملی را انتخاب می‌کنند از تماشای برنامه‌های پربیننده‌ای چون دورهمی چه می‌کنند یا بی‌ریافت می‌کنند؛ برنامه‌هایی که اگر چه در جذب مخاطب به واسطه سرگرمی‌سازی موفق عمل می‌کنند اما با صعوت صرف‌از مشاهیر عرصه هنر و ورزش موفقیت را در فوتبال وسینما خلاصه می‌کنند. آیا رسانه ملی در سال حمایت از کالای ایرانی و در دورهای که اقتصاد محور اصلی مشکلات کشور است این پیام را به مخاطبان جوان مخابره نمی‌کند که هنر و ورزش تنها یا ساده‌ترین راه نیل به موفقیت هستند.

### هدفی که فراموش شده‌است

اگر گفته‌شود که برنامه‌های پربیننده تلویزیون دقیقاً چه مفاهیمی را به مخاطبان انتقال می‌دهند به طور قطع عنوان خواهد شد که در این برنامه‌ها شامل خندونه‌ودورهمی در بعدآگه‌سازی مخاطب نسبت به مسائل سیاسی، اجتماعی و فرهنگی باهرم فلز فرهنگسازی صورت می‌گیرد اما این سطحی‌ترین و بیش افتاده‌ترین کاری نیست که یک برنامه پربیننده می‌تواند انجام بدهد؟! اینکه مثلاً به مردم تفهیم شود دولت در بسیاری از ابعاد ناتوان است که البته ناتوان است) تا چه اندازه می‌تواند باری از روی دوش کشور بردارد، اینکه فلان سلبریتی‌های کارش‌را از تئاتر آغاز کرده یااز سینما تا به حال عاشق شده یا نه در جذب بیننده اثر گذار است اما رسالت رسانه ملی که باید به فرموده امام‌رحل دانشگاه‌باشد این نیست.

اینکه مردم ستاره، فلان عدر را به فلان شماره ارسال

کنند تا ماشین شاسی بلند برنده شوند، می‌تواند مخاطب انبوه را به دنبال داشته باشد اما از دل این جذب مخاطب آیا قرار نیست اتفاقی هم برای اقتصاد بیمار کشور رقم بخورد؟

### سلبریتی‌های صنعت کجاستند؟

رسانه‌های موفق در کشورهای پیشرفته هیچ‌گاه جذب مخاطب را صرفاً برای جذب مخاطب نمی‌خواهند. کارویژه اصلی رسانه‌های قدرتمند

به جامعه معرفی کرده، چه مقدار برنامه‌های متنوع

توانسته پای جوانان ونخبگان فعال در عرصه اقتصاد و صنعت را به این رسانه باز کند و با عمومی کردن وجهت دادن به مشکلات آنها یاالگوسازی وروش منش آنها به جامعه جهت داده و باری از مشکلات صنعت واقتصاد کشور را بردارد. جوانانی که رسانه ملی را انتخاب می‌کنند از تماشای برنامه‌های پربیننده‌ای چون دورهمی چه می‌کنند یا بی‌ریافت می‌کنند؛ برنامه‌هایی که اگر چه در جذب مخاطب به واسطه سرگرمی‌سازی موفق عمل می‌کنند اما با صعوت صرف‌از مشاهیر عرصه هنر و ورزش موفقیت را در فوتبال وسینما خلاصه می‌کنند. آیا رسانه ملی در سال حمایت از کالای ایرانی و در دورهای که اقتصاد محور اصلی مشکلات کشور است این پیام را به مخاطبان جوان مخابره نمی‌کند که هنر و ورزش تنها یا ساده‌ترین راه نیل به موفقیت هستند.

در کشورهای پیشرفته صرفاً سرگرم کردن مردم برای رقابت با رسانه‌های دشمن نیست. رسانه‌ها امرهای اساسی وبزرگی هستند برای جریان‌سازی جهت رفع مشکلات کشور. آن زمان که رسانه ملی هدف خود را به اندازه جذب مخاطب داخلی برای جهت رقابت باشکبهای ماهوارای خارجی تعریف کرده باشد هیچ‌گاه جریانی به نفع رفع مشکلات کلان کشور از دل آن ایجاد نخواهد شد. تا زمانی که سلبریتی‌های اقتصادی و صنعتی در رسانه ملی به مردم معرفی نشوند و به عنوان چهره‌های موفق این عرصه تصاویر این افراد هم‌تراز با بزرگان و ورزشکاران روی بیلبوردهای شهری ونمایشگرهای خلگی دیده نشود واقدامات وفعالیت‌های این اقشار الهام‌بخش جامعه نباشد، کشور در معرض تغییر و شکوفایی اقتصادی و صنعتی قرار نمی‌گیرد. آیا در کشور هیچ جوان موفقی در عرصه‌های مختلف صنعتی واقتصادی موجود نیست که رسانه ملی به عنوانی الگوهای الهام‌بخش به جامعه معرفی کند؟ آیا بازیگر شدن و خواننده شدن و تشویق و تحسین جوانان به شهرت از طریق استندآپ کمدی کشور را صنعتی می‌کنند و آیا این رویه وبیام‌حلق به جامعه کشور را در سال‌هایی که شعار اقتصادی باید محور اقدام و عمل

### حکمت

### حکمت ۳۱۹

امام(ع) فرزندش محمد بن حنفیه فرمود: فرزندم از فقر بر تو می‌ترسم پس از آن به خدا پناه ببر چراکه فقر، هم دین انسان را ناقص می‌کند و هم عقل را مشوش می‌سازد و هم مردم را به او وا راه به مردم بدبین می‌کند.

مستولان باشد به جلو خواهد برد؟

سلبریتی‌زدگی معضلی است که روز به روز ابعاد بیشتری در رسانه ملی پیدا می‌کند. در واقع رسانه ملی به جای استفاده از سلبریتی‌ها برای جریان سازی به نفع نیازهای ملی صرفاً از این افراد جهت در آمدزایی استفاده می‌کند. گویی قرار است نیاز دوسویه این افراد و رسانه ملی برطرف شود و در این میان نیز مردم سرگرم شوند تا به سمت ماهواره نروند. متأسفانه صرف جذب مخاطب برای رسانه ملی هدف محسوب می‌شود و توقف در همین مسئله باعث شده کمتر بتواند جریان ساز باشد.

### وقتی سرگرمی هدف می‌شود

اصلی‌ترین مشکلی که همواره رسانه ملی از آن رنج می‌برد نداشتن عمق لازم در نسبت با مفاهیمی است که در برنامه‌سازی به آنها پرداخته می‌شود. اینکه شعار سال در برنامه‌های مختلف صرفاً به عنوان یک شعار تکرار شود، چه حاصلی برای کشور خواهد داشت؟

اگر دولت به برخی وظایف خود عمل نمی‌کند یا ناتوان از اقدام و عمل مناسب است، وظیفه رسانه ملی ایجاد تحرک، ارائه ایده، جریان‌سازی و حمایت از نیروهایی است که توان آنها در صنعت واقتصاد نادیده گرفته شده و گیروگورهای بوروکراتیک آنها را به ورطه ناامیدی کشانده‌است. رسانه ملی موظف است از ایده‌ها، افکار، توانمندی‌ها و مطالبات فعالان مختلف عرصه صنعت واقتصاد در قالب برنامه‌هایی پر مخاطب حمایت نماید. سلبریتی‌های عرصه بازیگری و ورزش باید امری برای پیشبرد اهداف کلان کشور باشند. جذب مخاطب نباید صرفاً هدف باشد بلکه باید گذرگاهی برای رسیدن به اهداف باشد. امسال سال حمایت از کالای ایرانی است و باید بینیم رسانه ملی مانند گذشته به طور سطحی و شعاری به این مسئله ملی می‌پردازد یا طریقی نو در خواهد انداخت. هر گاه رسانه ملی از مرحله «هدف- سرگرمی» به مرحله‌ای رسید که سرگرمی را یک وسیله برای رسیدن به هدف تعریف کند و در این مسیر به جریان‌سازی روی آورد و در ارتقای صنعت واقتصاد کشور و تولید ملی اثر گذار باشد، می‌توان عنوان کرد این رسانه رسالت خود را شناخته و در آن مسیر قدم برمی‌دارد.

### نما| حسین کشتکار



بازنمایی داعش در ۲ محصول سازمان اوج

## مرثیه هنر ایرانی برای داعش

### محسن غلامی (قلعه‌سیدی)

اصولاً سر و شکل دادن به سوزه‌های خاص در دل فیلم و سریال، سخت‌است و کار هر کسی هم نیست، همانند سوزه خاص جریان تکفیری و داعش که گنگی و حساسیت خودش را دارد. جنس این قصه‌هاست که باعث می‌شود ابراهیم حاتم‌ی کیابرای رئالیته کردن «به وقت شام» جدی‌تر وارد میدان پژوهش شود و حتی در سطح خرد تر نیز «پایتخت ۵» تلویزیون حواشش به مخاطب میلیونی در گیر با ماجرا هم باشد.

این دو مثال‌های ساخته شده با کیفیتی هستند از نمایش ماجرای که به روز است و می‌تواند ذهنیت توده و افکار عمومی را منعطف کند، اصلاح و حتی از بُن تغییر دهد، پس حق ندارند شکل ماهوی قصیه را خراب کنند چون داستان متأسفانه زیادی واقعی است، آن چنانکه حاتم‌ی کیا با عباری سینمایی، قصه چند ساعته ولی پر مغزش را جلوی دوربین برده، سر و شکلی بر او تلقیح به فیلمنامه زوده‌پس شده بر جریان داعش می‌دهد تا هم داستان بگویی و هم مهلکه را که بی‌تعارف جار بزند. روایتگری‌اش صرفاً معطوف به مخاطب ایرانی نمی‌شود، حلقه را گسترده و هر جماعتی را در گیر می‌سازد. این فیلم به اصلاح خود سینماست. در «به وقت شام» همه چیز جدی می‌شود؛ از کارگردانی سفت و سخت حاتم‌ی کیا گرفته تا داستانی که قرار نیست شبهه بیندازد و به قولی مویی لای درزش برود. قرار است مثل پتک عمل کند و نمایی بصری و عینی از تکفیری‌ها بازگو کند. باید گفت که این فیلم یکی از بهترین‌هاست هر چند هیچ اثری بی‌ضعف نیست. بالاخره مخاطب سینما جدی‌تر است و باید طی دو ساعت همه ماجرا را به خوردش داد.

بر خلاف سریال‌سازی که می‌توان در آن دست به عصارت رفت و به مرور ضعف‌های ساختاری و نوشتاری قبلی خود را اصلاح کرد، همانطور که «پایتخت» نیز گیر و گورهای داشت؛ سریالی پر مخاطب و محبوب این چندساله که بر خلاف رویه همیشه کمدی‌اش، این بار از قصه‌ای جدی‌دم زد و سعی در تنویر افکار عمومی با توجه به مخاطب فراگیر تلویزیون نیز داشت. الحق والاخصاف که توانست حداقل در دو قسمت آخر، دوز کمدی‌اش را با منطق کنار بگذارد و حال بیننده را به دست گیرد البته خب سراسر قصه‌ای یکدست و بی‌نقص هم نداشت. همچنانکه که در ورود از فضای کمدی به لوکیشن‌های جدی، «پایتخت» هنوز ورود جدی نداشت، «پایتخت ۵» برقراره خودش و با برخی سوتی‌ها دان، لاقل در نمایشی خُرد از قساوت داعشی‌ها موفق در اختیار ما هستند که باید از برکات انقلاب و رهبری و شهدا در بازنمایی عیان‌انگیز دیگر با سستی تعارف نمی‌کند.

## حضور ۸۴ کشور در سی‌وپنجمین مسابقات قرآن کریم

بین‌المللی مسابقات با حضور میهمانان خارجی تحقق پیدا می‌کند، مسئولان مربوطه باید توجه کافی در این زمینه داشته باشند، البته حضور مردم در سالن مسابقات موضوعی است که باید به آن توجه کرد اما در این میان اداره میهمانان خارجی بیش از پیش مهم است، زیرا آنها از دو مجموعه داور و متسابق تشکیل می‌شوند، در برخی موارد این افراد مورد توجه قرار نگرفتند در حالی که این افراد به مدت یک هفته در اختیار ما هستند که باید از برکات انقلاب و رهبری و شهدا برای آنها روایت کنیم.

## جای گفتمان در ادبیات انقلاب خالی است

در اولین نشست از سلسله نشست‌های تخصصی ۴۰سال ادبیات داستانی انقلاب اسلامی که در موزه انقلاب اسلامی و دفاع مقدس برگزار شد از خالی بودن جای گفتمان در ادبیات انقلاب سخن رفت. در این نشست مهدی قرلی در سخنانی انقلاب را دارای دو بعد جسمی و روحی خواند و گفت که اگر جسم انقلاب را مورد توجه قرار دهیم، هر کسی که در این جنبش فعالیت داشته حتی ساواکی‌ها دارای ادبیات انقلاب است و جزو این ادبیات محسوب می‌شود. وی در ادامه به روح انقلاب اشاره کرد و گفت: امام خمینی (ره) دهنده روح به این انقلاب بودند و روح بر این جسم اولویت و سیطره دارد. باید در ابتدا پیش از جسم با روح انقلاب مواجه شویم و ادبیات انقلاب هم باید با روح آن متناسب باشد. قرلی با اشاره به اینکه نویسندگان انقلاب پس از پیروزی

<sup>[1]</sup> بین‌المللی مسابقات با حضور میهمانان خارجی تحقق پیدا می‌کند، مسئولان مربوطه باید توجه کافی در این زمینه داشته باشند، البته حضور مردم در سالن مسابقات موضوعی است که باید به آن توجه کرد اما در این میان اداره میهمانان خارجی بیش از پیش مهم است، زیرا آنها از دو مجموعه داور و متسابق تشکیل می‌شوند، در برخی موارد این افراد مورد توجه قرار نگرفتند در حالی که این افراد به مدت یک هفته در اختیار ما هستند که باید از برکات انقلاب و رهبری و شهدا برای آنها روایت کنیم