

جایزه

در مجموعه پویانمایی مرکز صبا درباره عملیات‌های دفاع مقدس چه خواهیم دید؟

روایت معیار برای تبیین مقاومت

۸ صفحه

گفت‌وگوی «جام جم» با تهیه‌کننده «کافه‌گپ»

گپ‌وگفت در باب خانواده

۶

راز اتحاد رسانه‌های غربی - عربی برای اتهام‌زنی به جمهوری اسلامی چیست؟

رقابت ۳ گفتمان در تبیین مقام زن

۱۲

نگاهی به دلایل تحریم یک شبکه بین‌المللی

پرس‌تی‌وی، زبان گویای نظام

۷

روایت برگزیدگان از پانزدهمین دوره معتبرترین جایزه ادبی کشور

نگاه تبیینی جایزه جلال، هویدا است



فرهنگ

۱۱

در گفت‌وگو با فرهاد حاجی‌عباسی، برنده ۲ فانوس جشنواره مردمی فیلم عمار عنوان شد

تکلیف مدار بودن، رمز موفقیت عمار



فرهنگ

۱۰

یادداشت

جشنواره شعر فجر، ویتترین شعر ایران



جواد محقق
شاعر

جشنواره شعر فجر گسترده‌ترین و رسمی‌ترین گردهمایی شعرا در سطح کشور است. این جشنواره جدا از جوایزی است که به صورت محفلی، منطقه‌ای و استانی به کتاب‌های شعر داده می‌شود. جشنواره شعر فجر، رویدادی محفلی و گروهی نیست و کاری ملی در سطح کشور انجام می‌دهد به نحوی که همه آثار منتشرشده کشوری را می‌بیند. لذا این جشنواره نسبت به بسیاری از جشنواره‌های محفلی، رویداد معتبرتری است که به یک شخص، گروه یا جریان و جناح خاص تعلق دارند.

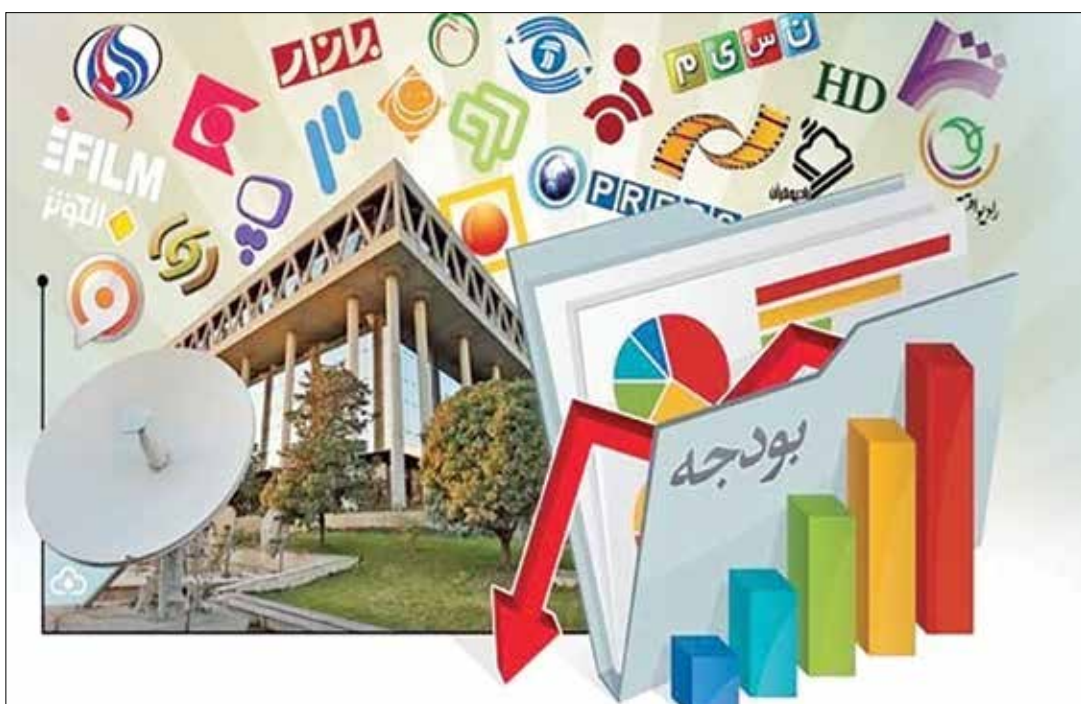
کاری که جشنواره شعر فجر انجام می‌دهد، بر مبنای اساس نامه‌اش است و آثار منتشرشده در طول یک سال گذشته را بررسی می‌کند. به همین دلیل قاعده‌های نداریم که بگوید حتماً شاعران یا پژوهشگران باید در این جشنواره می‌شوند. در بعضی از سال‌ها بیش از ۶۰۰۰ عنوان کتاب شعر در جشنواره داشتیم و این حجم از آثار را در یک بازه زمانی بررسی کردن، طبعاً گسترده‌ترین کاری است که در حوزه شعر کشور انجام می‌شود.

قطعا تک تک شعرا از جشنواره شعر فجر انتظاراتی دارند که شخصی نیست. انتظارات ما در حد همان انتظاراتی است که در آیین‌نامه و اساسنامه این جشنواره ذکر شده. ضمن این‌که بر اساس آیین‌نامه و اساسنامه، هیچ قاعده‌ای نداریم که بگوید حتماً شاعران یا پژوهشگران باید در این جشنواره حضور داشته باشند. به نظر من نقطه مطلوب این است که در ادوار مختلف بتوانیم از طیف‌های مختلف افراد، چه شاعران و سراینده‌ها چه اهالی تحقیق و پژوهش‌های ادبی و دانشگاهی استفاده کنیم. همچنین تعداد کتاب‌های خوب و شاخص به لحاظ کیفی و کمی در ادوار مختلف جشنواره شعر فجر متفاوت است. به همین دلیل ممکن است بعضی از دوستان فکر کنند که مثلا چرا کتاب برگزیده امسال نسبت به کتاب برگزیده چند سال پیش به لحاظ کیفی در سطحی پایین‌تر قرار دارد. این مسأله به داوران جشنواره مرتبط نیست بلکه به کیفیت آثار شرکت‌کننده در هر دوره برمی‌گردد. البته بعضی از داوران شعر فجر هم با مقایسه آثار یک دوره از جشنواره با ادوار پیشین، فکر می‌کنند مثلا در این دوره هیچ کتابی شایستگی برگزیده شدن را ندارد! غافل از این‌که نباید کتاب‌های ادوار مختلف را با یکدیگر مقایسه کرد. به این خاطر که هدف از برگزاری جشنواره شعر فجر این است که کتاب سال را انتخاب کنیم نه کتاب دوسالانه و ده‌سالانه و کتاب قرن را. بنابراین کتاب‌های هر سال باید نسبت به کتاب‌های همان سال جاری مورد ارزیابی قرار بگیرند. در بعضی از سال‌ها شاهد این هستیم که شاعر مشهوری کتابی چاپ کرده که درباره آن اطلاع‌رسانی گسترده‌ای در فضای حقیقی و مجازی انجام شده اما مخاطب خود کتاب را به دلیل نارسایی در توزیع ندیده است. این شاعر مشهور مثلا پیشتر آثار متعددی چاپ کرده و این ذهنیت را برای بعضی از مخاطبان به وجود آورده که حتماً باید از او در جشنواره شعر فجر تقدیر به عمل آورده شود. در حالی که آثار رزنده پیشین یک شاعر و نویسنده دلیل بر این نمی‌شود که هر سال او اثری شایسته روانه بازار کند. ممکن در سالی اثر یک شاعر ناشناخته بسیار شاخص‌تر از یک شاعر معروف باشد. بنابراین داوران و مخاطبان باید به این نکته توجه کنند که الزاماً شهرت یک شاعر، دلیلی بر ارزش بالای تمام آثارش نمی‌شود. کمالات شاعران صاحب‌نام زیادی دیده‌ام که آثار رزنده‌شان را در دوران جوانی و میانسال‌گی سروده‌اند و توان شاعری آنها هم‌زمان با سن‌شان بالا نرفته. یکی از ویژگی‌های جشنواره‌ها در تمام حوزه‌های هنری این است که به جای نام‌ها، سریع آثار را برود.

گزارش

نگاهی به ابعاد مختلف هجمه علیه بودجه رسانه ملی

چرا فرهنگ همچنان مظلوم است؟



سیدتین سوادوسی
معاون حقوقی و امور مجلس صداوسیما

در ابتدای این نوشتار توجه خوانندگان عزیز را به بیانی از بیانات ارزشمند مقام معظم رهبری در خصوص فرهنگ و زیربنایی بودن آن جلب می‌کنم. ایشان بعد از این‌که عنوان «اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی» را به عنوان شعار سال ۱۳۹۳ انتخاب فرمودند در سخنرانی آغاز سال جدید خود در مشهد در تشریح موضوع سال انتخاب شده ضمن تأکید بر توجه به اقتصاد مقاومتی و ظرفیت‌ها و توان داخلی در خصوص فرهنگ و اهمیت آن فرمودند: «عزیزان من فرهنگ از اقتصاد هم مهم‌تر است، چراکه فرهنگ به معنای هوایی است که ما تنفس می‌کنیم. اگر این هوا تمیز باشد آثاری دارد و اگر کثیف باشد آثاری دیگری دارد. فرهنگ یک کشور مانند هواست.»

مغفلم‌له چه قبل و چه بعد از سال ۱۳۹۳ و تاکنون بر زیربنایی بودن فرهنگ و موضوعات فرهنگی تأکید داشته و مسئولان تصمیم‌گیر را به تقویت فرهنگ و دستگاه‌های فرهنگی امر فرموده‌اند و مردم را نیز به اهمیت این مهم توجه داده‌اند. چنانچه در دیدار ۱۹ دی امسال مردم قم با ایشان با تأکید مجدد بر ضرورت جهاد تبیین فرمودند: در رأس نقشه‌های بدخواهان، تبلیغات و به قول خودشان پروپاگاندا است که علاج آن تبیین صحیح حقایق از زبان‌های مختلف و با ابتکار و نوآوری است، چراکه راه برطرف کردن و سوسه تبلیغاتی اثرگذار بر ذهن جوان و نوجوان باتوم نیست بلکه تبیین و روشنگری است.

حال سؤال این است با عنایت به واقعیت اهمیت فرهنگ و زیربنایی بودن فرهنگ برای همه‌کارهای دیگر از جمله اقتصاد آیا این مهم در تصمیم‌گیری‌های دوره‌ای و سالانه مدیران تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر کشور از جایگاه اصیل و ویژه‌ای برخوردار است یا خیر؟ فرهنگ چه درصدی از سهم بودجه سالانه کشور را به خود اختصاص می‌دهد؟ و دلیل هجمه‌های رسانه‌های خارجی و بعضاً داخلی به بودجه‌های دستگاه‌های فرهنگی و در

راس آنها صداوسیما چیست؟ صداوسیما جمهوری اسلامی در سال‌های پس از انقلاب همواره از سوی جریان رسانه‌های مشخصی مورد هجمه و حمله قرار داشته و به بهانه‌های مختلف، عملکرد، سابقه و سیاست‌های رسانه ملی، تا به شدیدترین وجه ممکن، زیر سؤال رفته است. تا جایی که دشمنان ملت ایران در اقدامی عجیب در این روزها سه مرتبه رئیس سازمان صداوسیما را به فاصله بسیار کوتاه تحریم می‌کنند، و تحلیل و تفسیر چرایی این تحریم چیزی نیست جز ترس آنها از اتکاداری این دستگاه فرهنگی که رسالت امین نظام و مورد اعتماد مردم بودن را عهده‌دار است.

در این بین آنچه مشهود است خرسندی سردمداری رسانه‌های خارجی و به خصوص فارسی‌زبان در تحریم همه‌جانبه و حمله ناجوانمردانه به صداوسیماست اما آنچه عجیب می‌نماید، همراهی و هم‌گامی بعضی رسانه‌های داخلی با چنین جریان‌هایی است؛ خط سیری آشکار در تخطئه واقعیت‌ها و به انحراف کشاندن افکار عمومی درباره رسانه‌ای که متعلق به همه مردم ایران است.

امسال هم با تقدیم لایحه بودجه به مجلس و گمانه‌زنی در مورد ردیف‌های مختلف آن، بازم بحث بودجه صداوسیما پیش کشیده شد، بودجه‌ای که در ظاهر با ۴۲ درصد افزایش همراه بوده و همین امر در کنار بزرگ‌نمایی رقم‌های ریالی، دستمایه جریان دیگری علیه رسانه ملی قرار گرفته است. در این باره سخن بسیار است و فراوان می‌توان از تناقضات آشکار و پنهان چنین هجمه‌ای گفت اما آنچه مسلم است این‌که وقتی بودجه عمومی کشور، با افزایش طبیعی و همسان با بخش‌های گوناگون همراه بوده، چرا این افزایش معمولی باید مورد هجمه قرار بگیرد؟ سؤال اساسی‌تر اما در مورد ماهیت و میزان بودجه فرهنگی کشور است؛ حقیقت این‌که تنها ۱/۵ درصد از کل بودجه هر سال، به این بخش اختصاص می‌یابد و صداوسیما هم فقط یکی از دستگاه‌های فرهنگی است.

کسانی که دست‌اندرکار تدوین برنامه ششم توسعه بوده و مدیران و مسئولان و سایر افرادی که با برنامه

اقتصاد مهم تراس است؟ حقیقت دیگر را باید با نگاه به آن سوی مرزها مورد واکاوی قرار داد؛ آنجا که بنگاهی رسانه‌ای مانند بی‌بی‌سی با ۶۸ شبکه، بودجه‌ای چند برابر نسبت به صداوسیما جمهوری اسلامی با ۱۶۸ شبکه رادیویی و تلویزیونی دارد.

هرچند نمی‌توان در مقابله با رسانه‌های معاند همه چیز را به منابع مالی وابسته کرد اما واقعیت این است که پیام، کالایی گران است و رسانه‌ها از ایده تا دیده شدن پیام توسط مخاطب، باید هم خوب پول خرج کنند و هم پول خوب خرج کنند تا دست برتر و روایت اول را از آن خود کنند. اگر بودجه رسانه ملی واقعی دیده شود و تخصیص آن نیز صد درصد باشد، آن وقت انتظار از رسانه‌ای که به تعبیر بلند رهبر معظم انقلاب مهم‌ترین قراگاه مقابله با جنگ نرم دشمن است، انتظاری واقعی و درست است. قراگاهی که همه، خود را موظف کمک به آن بدانند، همچون قراگاه‌های دوران دفاع مقدس می‌تواند در مقابل جریان عظیمی که این بنگاه رسانه‌ای در کنار ده‌ها و صدها شبکه دیگر به راه انداخته‌اند، عملکردی آفتابی به جای پدافندی داشته باشد. در این صورت پیروزی در عرصه چگونگی روایت‌ها و جذب و اقناع مخاطب قریب‌الوقوع است.

تولید آثار فاخر در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، نیازمند تزریق بودجه کافی است، به خصوص این‌که انتظار می‌رود صداوسیما هر سال یک نمونه از این آثار را روانه آنتن کند در حالی که آنچه از بودجه نصب رسانه ملی شده، تولید یک اثر با چنین ویژگی‌هایی را تنها در عرض سه یا چهار سال امکان‌پذیر می‌کند.

موضوع دیگری که به نظر می‌رسد دغدغه منتقدان رسانه باشد، تولید آثار رسانه‌ای فاخر است و البته کم نقص و به قولی خیابان خلوت‌کن. به یقین هیچ‌کس و هیچ گروهی نمی‌تواند مدعی باشد هر آنچه تولید کرده و در اختیار مخاطب گذاشته، بی‌عیب و نقص و عاری از اشتباه و نقصان است، اما آنچه را باید پذیرفت این است که از تغییر مدیریت ارشد سازمان صداوسیما یک سال و چند ماه بیشتر سپری نشده است، طرح تحول رسانه ملی در حال اجراست و برای نتیجه روشن آن اندکی صبر لازم است و در کنار آن کمک و نقد منصفانه؛ به عبارتی باید اجازه این تغییر را در زمان خود داد و زمان مورد نیاز را هم برایش منظور کرد.

رسانه ملی در بعد محتوایی در حال پوست‌اندازی است و این تغییر، به گذر زمان نیاز دارد و نباید انتظار داشت در کوتاه‌مدت، آنچه در میان مدت و بلندمدت مدنظر است، تحقق یابد.