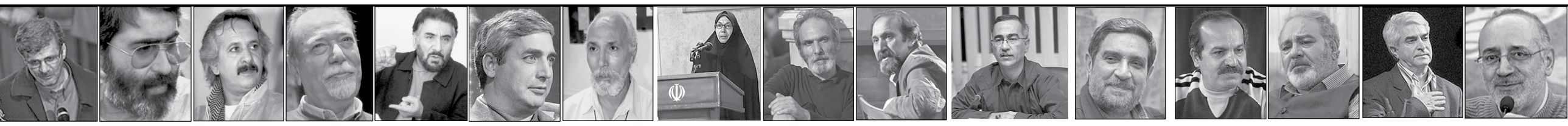


جمال شورجه (فیلمساز) یدالله صمدی (فیلمساز) محمد کاسبی (بازیگر) رسول ملا قلی پور (فیلمساز) شهریار بحرانی (فیلمساز) پرویز شیخ طادی (فیلمساز) داود میرباقری (فیلمساز) جهانگیر الماسی (بازیگر) پروانه معصومی (بازیگر) امیر قویدل (فیلمساز) ابراهیم حاتمی کیا (فیلمساز) سلحشور (فیلمساز) علی نصیریان (بازیگر) مجید مجیدی (فیلمساز) شهید آوینی (فیلمساز) جواد اردکانی (فیلمساز)

در حاشیه فیلم «تنهای تنهای تنها»

# یک فیلم دوست داشتنی که برخی سیاستمدارها از آن می‌ترسند!

■ مهدی امیدی

**روزنامه های موسوم به اصلاح طلب هم سعی کردند تا این فیلم را نادیده بگیرند و اخبار و مطالب چندانی را درباره آن منتشر نکردند. گویا از این فیلم دوست داشتنی و مردمی، می ترسند!**

بدون تردید، «تنهای تنهای تنها» یکی از مهمترین فیلم‌های سال های اخیر سینمای ایران و همچنین قابل بحث ترین فیلم سال در این عرصه است. مهم است چون که یک تنه بار بسیاری از کم کاری های سینمای ایران طی دو دهه گذشته را بر دوش کشیده است. «تنها...» در یک کلام، یک فیلم ملی و ایرانی است؛ فیلمی است که علاوه بر بازنمایی بخشی از فرهنگ و اقلیم سرزمین زیبای ایران، به دغدغه ها و مسائل جمعی ایرانیان نیز می‌پردازد. فیلم جاذب، اما ساده و سالم، سیاسی اما به دور از سیاست‌زدگی، دردمند اما فارغ از سیاه‌نمایی و مسائل روز کشور را سرلوحه درام قرار داده است. موضوعاتی همچون انرژی هسته‌ای، تحریم، مذاکرات با ۱+۵ و... همه بدون شعارزدگی و درشت‌نمایی در پس‌زمینه روایت فیلم قرار دارند. به همین دلیل هم حتی حرف آن به مناظره های یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری نیز کشیده شد. آنجا که در بحث مسائل فرهنگی، سعید جلیلی از «تنهای تنهای تنها» به عنوان فیلمی یاد کرد که حتی بهتر از خود او می تواند از حقوق هسته‌ای ایران دفاع کند.

### یک پدیده در سینمای امروز ایران

«تنهای تنهای تنها» نخستین تجربه کارگردانی فیلم بلند سینمایی از سوی «احسان عبدی‌پور» محسوب می‌شود. فیلمساز جوانی که پیش از این، فقط چند فیلم کوتاه و تله فیلم از جمله «همسنگار»، «افسانه ۹۸»، «توریست» و ... را ساخته بود. با این حال با نخستین فیلمش توانست توجه مخاطبان سی‌ویکمین جشنواره فیلم فجر را جلب کند و در بخش تجلی اراده ملی این جشنواره ۱۱ جایزه بگیرد و در دومین جایزه سینمایی گفتمان انقلاب اسلامی نیز رتبه برتر را کسب کرد. این فیلم همچنین جایزه بهترین فیلم بیست و هفتمین جشنواره فیلم کودکان و نوجوانان، را به خودش اختصاص داد.

«تنهای تنهای تنها» داستان پسر نوجوانی به نام رنجرو است که در بوشهر و نزدیک نیروگاه هسته‌ای این شهر زندگی می‌کند. او پسربچه‌ای خیالباف است و مثلاً در سکانس شروع فیلم، شاهدیم که به تصور حمله یک هواپیمای جنگی روی یک ضدهوایی می‌پرد و متجاوز را هدف گلوله قرار می‌دهد. او با یک نوجوان روس، دوست می‌شود. با اینکه هیچ یک زبان یکدیگر را نمی‌فهمند، اما به قدری با هم صمیمی می‌شوند که همه فکر می‌کنند رنجرو زبان روسی می‌داند! رنجرو هر روز در روزنامه‌ها و اخبار درباره امتیاز وتو و مذاکرات هسته‌ای و تحریم و... می‌خواند و می‌شنود. ذهن او درگیر این مسائل می‌شود و با همه درباره آنها بحث می‌کند، اما سرانجام تصمیم می‌گیرد تا برای رساندن پیام صلح‌طلبی مردم ایران به رؤسای‌جمهور دنیا و دفاع از حقوق کشورمان به سازمان ملل برود!

### حرف های کارگردان

احسان عبدی پور، کارگردان فیلم «تنهای تنهای تنها» پس از نمایش فیلمش در جشنواره فجر، در گفت وگویی با روزنامه کیهان درباره چرایی پرداختن به موضوع هسته ای کشور در «تنهای تنهای تنها» گفت: «من بوشهری هستم و نیروگاه هسته ای بوشهر، همسایه دیوار به دیوارم است. این موضوع را لمس کرده ام. در آینده هم به موضوعاتی خواهم پرداخت که با زندگی ام ارتباط داشته و برایم ملموس هستند... واقعیت این است که من این فیلم را برای دل خودم ساختم. من زیر پرچم هیچ دسته و جناحی نمی‌روم، من زیر تابوت شهدا بزرگ شده ام. در این فیلم به چیزی پرداخته ام که همه زندگی و درد من است.»

او همچنین درباره نوع نگاهش به مسئله هسته ای گفت: «در این فیلم به موضوع هسته‌ای اصلا سیاسی و تکنیکی نگاه نکردم. سعی کردم تا این موضوع را با نگاهی انسانی به تصویر بکشم. چون فکر می‌کنم که مسئله هسته ای ما یک موضوع انسانی است. در این فیلم، سیاستمداران داخلی و خارجی را هدف قرار داده‌ام اما هدف اصلی‌ام، دل و انسانیت مخاطب بود.»

### واکنش رسانه ها و منتقدان

متأسفانه فیلم «تنهای تنهای تنها» با وجود برخورداری از شاخصه های هنری و محتوایی قابل توجهی، با بایکوت رسانه‌های زنجیره ای و همچنین منتقدان طیف شبه روشنفکر و برخی از نشریات به اصطلاح تخصصی سینمایی مواجه شده است. حتی بعضی منتقدان طی روزهای اخیر سعی کردند تا این فیلم را یک أثر ضعیف جلوه بدهند. روزنامه‌های موسوم به اصلاح طلب هم سعی کردند تا این فیلم را نادیده بگیرند و اخبار و مطالب چندانی را درباره آن منتشر نکردند. گویا از این فیلم دوست داشتنی و مردمی، می ترسند!

اما برخی از منتقدان، به ستایش از این فیلم پرداختند.

محمد تقی فهیم، نائب رئیس اسبق انجمن منتقدان این ویژگی‌ها را برای «تنهای تنهای تنها» برشمرد: قصه ای کامل و پرمایه با اجزایی مانند یک ایده نسبتا ناب، موضوعی تازه و با طراوت، مضمون و مفاهیمی به غایت مهم و قابل تعمیم به گستره جهان، لحنی بومی و با شناسنامه ، قالب و رویکرد طنازانه و نزدیک به کمدی، دارای زمان و مکان معین و شناخته، شخصیت های صیقل خورده و ملموس و دیگر عناصری که لازمه یک فیلمنامه قدرتمند است مانند فرازوفرود و نقاط عطف به جا، تعلیق و تاثیر حسی-عاطفی، دیالوگ های جان دار و به اندازه و متمایز برای هر شخصیت و ...

وی درباره کارگردانی این فیلم می گوید: هوشمندی و خلاقیت عبدی پور (از مرحله نگارش متن تا اجرا) وقتی بروز و ظهوری موثر می یابد که شاهدیم اثرش در قالبی رئال – فانتزی نوسانی سنجیده دارد. لحن شوخ و شنگ و ایجاد موقعیت‌های کمیک نیز دیگر رویکردی است که فیلم را از افتادن به ورطه سردی، خشکی و دلزدگی تماشاگر نجات داده است.

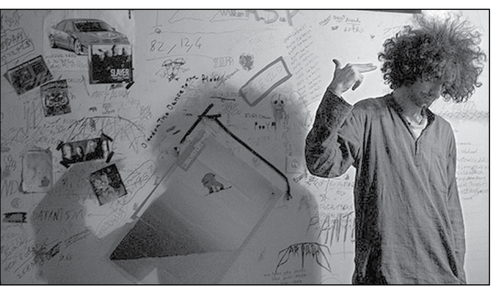
سعید مستغاثی، رئیس اسبق انجمن منتقدان نیز نظرش را درباره «تنهای تنهای تنها» این گونه به رشته تحریر درآورد: «فیلم "تنهای تنهای تنها" به یکی دیگر از موضوعات ملتهب و چالش برانگیز حداقل یک دهه امروز ایران و جهان می پردازد که اذهان و اندیشه ها و اوقات بسیاری را در این سو و آن سوی مرزها به خود اختصاص داد و در شکل و شمایل منفی خود آثار متعددی از سینمای هالیوود را نیز به خدمت گرفت... گره زدن زندگی مردم یکی از محروم ترین نقاط دورافتاده این مملکت به موضوع حق در اختیار داشتن انرژی صلح آمیز هسته ای و مسائل پیرامونی آن که به روابط درونی و دوستی های مابین دو نوجوان کشیده می شود ، به خوبی به زبان تصویری شعار ی در می آید که بارها و بارها در راهپیمایی ها و نمازهای جمعه از سوی مردم تکرار شده و می‌شود. از طرف دیگر درددل یک نوجوان ساده بوشهری در پایان فیلم حرف دل همه مردم دنیا می شود که علیه جنگ طلبی و قلدری اقلیتی محدود ، سخن صلح و برادری سرداده اند.»

# قربانیان سینمای سفارتی

■ آرش فهیم

خبر کوتاه بود؛ سه نفر از هموطنانمان که عضو یک گروه موسیقی زیر زمینی بودند ،در نیویورک کشته شدند .آن ها به خیال یافتن فضایی آزاد برای فعالیت خود به آمریکا رفتند ،اما با شلیک گلوله یکی از همکاران خود ،به جای آزادی ،به مرگ رسیدند.

آن طوری که خبرگزاری ها نوشته اند ،ماجرای قتل این سه جوان ایرانی شباهت زیادی به خشونت های رایج در فیلم های هالیوودی داشته. نکته قابل توجه این است که رسانه های فارسی زبان آن سوی آب ها که



همواره کوچک ترین مسئله ای در داخل کشور را تا جای ممکن بزرگ می کنند ،در مقابل این اتفاق سکوت کردند .حتی برای رسانه های داخلی هم پرداختن به ابعاد و اعقاب این واقعه ،جذابیت چندانی نداشت .فقط دفن آن ها در قطعه هنرمندان بهشت زهرا(س )مدتی زیر ذره‌بین برخی از رسانه‌ها رفت و سر و صداهایی به پا کرد و همراه با قربانی‌ها ،اصل ماجرا نیز مدفون شد.

غفلت این بود که بانیان اصلی نابود شدن زندگی این سه جوان– و خیلی های دیگر که نامشان شهرت ندارد ،اما خیلی هستند –فراموش شد .این درست که این سه با ما اختلاف نظر داشتند ،اما به هر حال، فرزندان همین کشور و هموطن ما بودند که مرگ در غربت آن ها برای هر ایرانی با غیرتی دردناک و تأسف بار است و رسم انساندوستی است که با خانواده آن ها همدردی شود .اما نمی توان از آن هایی که عامل قربانی شدن این جوانان شدند ،به سادگی گذشت.

اصل ماجرا این که چند سالی است در متن و حاشیه سینمای ما جریانی راه افتاده که غرب را به عنوان کعبه آمال و بهشت آرزوهای آدم‌ها معرفی می کند .آن هم درست در شرایطی که خود غربی ها با بحران‌هایی دست و پنجه نرم می کنند .بعضی از این فیلم ها در فضای رسمی سینمای کشور خودنمایی می کنند ،اما اغلبشان به صورت زیرزمینی ساخته شده و مستقیم به خارج از کشور صادر می شوند تا از غنائم بی‌نصیب نمانند .فیلم هایی که برای خوشایند جشنواره های غربی ساخته می شوند و حرف مشترک همه شان این است که« ایران جهنم است و غرب بهشت؛ مهاجرت کن تا رستگار شوی » !به این ترتیب، طیفی از سینما و سینماگران سفارشی پدید آمده که از ارباب های خارجی خود سفارش می گیرند .به همین دلیل هم به جای لفظ سفارشی ، باید از این فیلم‌ها به عنوان« سفارتی»یاد کرد .یعنی سفارشی هستند ،اما به سفارش سفارت خانه‌ها ساخته می شوند.

وجه نمادین ماجرا این است که این سه قربانی ، خودشان سابقه همکاری با یکی از این فیلم ها را داشتند .فیلمی با نام« کسی از گربه‌های ایرانی خبر ندارد »به کارگردانی بهمن قبادی که خودش از پیش قراولان و اساتید باسابقه سینمای سفارتی است .آن ها در این فیلم برای مهاجرت به ینگه دنیا ،تبلیغ کردند ،اما قربانی تبلیغات خویشتن شدند .همچنان که بازیگر زنی هم که چند سالی است به خیال موفقیت جهانی ،جلای وطن کرده نیز ،دچار نوعی مرگ معنوی و هنری شده است .او که در کشورش به ستاره تبدیل شده بود ،حالا برای خوردن لقمه نانی ،تن به بازی در پست‌ترین فیلم های هالیوودی می دهد .بازیگری که می توانست در سطح اول هنر کشورش بدرخشد ،حالا در فیلم های زیر صفر کشور دشمنش ،نقش رقاص عرب و بدکاره افغانی را بازی می کند !البته گاهی نیز به عنوان مدل لباس ،به کمپانی های چند ملیتی و سوپرسرمایه‌دارهای آمریکایی خدمت می کند !اگر این مرگ نیست ،پس چیست؟

همه این جوان ها قربانی های سینمای سفارتی و تفکر منحط «مهاجرت کن تا رستگار شوی»هستند .آن ها قربانی شدند تا عده ای به نان و نوایی برسند و نزد کدخداهای جهانی عزیز شوند .اما در عین حال، قربانی شدند تا ماهیت و واقعیت«جهنم آزادی »را بار دیگر افشا کنند.

حالا نوبت فیلمسازان است؛ مگر سوژه ای بهتر از این هم برای ساخت فیلم وجود دارد؟ این ماجرا که دیگر واقعیت دارد و داستان و افسانه نیست؛ سه جوان ،فریب سراب‌های فریبنده را می‌خورند و به امید آزادی به آمریکا می روند ،اما مقصدشان ،مرگ در غربت است .باید منتظر ماند و دید که آیا فیلمسازانی که طی سال‌های اخیر علاقه زیادی به پرداختن به مضمون مهاجرت داشته اند ،این بار هم حاضر هستند پا روی منافع شخصی خود بگذارند و یک‌بار هم شده به واقعیت‌ها بپردازند؟

نگاهی به فیلم سینمایی «ترنج» اثر مجتبی راعی

# مینیاتور ایرانی با جلوه‌ای از شور عشق

■ محمدرضا محقق

فیلم سینمایی«ترنج» آخرین ساخته مجتبی راعی، که هم اکنون بر پرده سینماهای کشور است داستان یک مینیاتوریست ایرانی است که با یک مدیر هنری به پاریس می‌رود تا در یک نمایشگاه گروهی شرکت کند. بنا بر این می شود تا او در آینده یک نمایشگاه انفرادی بگذارد، اما اتفاقی که در هواپیما می‌افتد وی را به مسیر جدیدی می‌اندازد. مسیری که «دید»ش را به زندگی عوض می‌کند.

"ترنج" سومین اثر در سه گانه راعی پس از ساخت فیلم‌های "تولد یک پروانه" و "سفر به هیدالو" در رسیدن به یک زبان بصری دینی است.ترنج بیش از آنکه یک فیلم قصه محور و مبتنی بر فیلمنامه باشد یک اثر شاعرانه و تصویرمحور بر مبنای یک ایده است.

آنچه برای کارگردان مهم بوده و تلاشش را برای به منصه ظهور و بروز آن در پی داشته این است که بتواند یک مابه ازای تصویری و روایی برای «حرف»ی که می خواسته بزند پیدا کند و در این میان، آنچه به حاشیه

**فیلم «ترنج» یک روایت معناگرایانه است از یک موقعیت آیینی- هنری. تصویرگریِ نقش عشق در قاب مینیاتور ایرانی و بازتاب روح و روحیه عارفانه و متنبه یک هنرمند تصویرگر در موقعیتی تلنگروار.**

رفته قصه بوده و آنچه کمتر وجود خارجی پیدا کرده فیلمنامه.

فیلم یک روایت معناگرایانه است از یک موقعیت آیینی- هنری.تصویرگریِ نقش عشق در قاب مینیاتور ایرانی و بازتاب روح و روحیه عارفانه و متنبه یک هنرمند تصویرگر در موقعیتی تلنگروار.

این تمام آن چیزی است که در «ترنج» می بینیم به علاوه عبور از برزخی که برای این مرد هنرمند پدید می آید و این برزخ، خود تبدیل می شود به یکی از هسته های اصلی فیلم.

عبور از این برزخ در واقع زمینه روایت فیلم می شود و بستر تعریف شدن داستانش.

اینکه انسانی میان دوزخ و بهشت، و برزخ ناشی از دوراهی این دو، نه تنها در واقعیت زندگی انسانیش، بلکه در صورتگری و طراحی هنرمندانه نیز گرفتار آید و این گرفتاری هنرمندانه، استعاره ای بشود از حقیقتی که در پس پرده این نماد، نهفته و نگفته است.

ارزش اصلی «ترنج» هم در واقع، نه در نوع فیلمنامه و اجرای فیلمنامه ایش در یک روایت سینمایی، بلکه در همین «ایده» بکر و خجسته و جذابی است که تدارک دیده.حال اینکه این ایده تا چه حد تبدیل به سینما شده و توانسته هویت سینماورزانه قابل قبول و نزدیک به استانداردی پیدا کند بحث دیگری است.

در عین حال باید تأکید کرد که چنین «ایده» ای در اجرا درمی آید و نه در فیلمنامه.

دلیلش هم «با معنایی» و صرفا قصه محور نبودن این اثر است.و این خاصیت نوعی از سینما است که به تعابیری همچون «معناگرا» مشهور شده اند و بنابر این دارند که به تجلیات تصویری معارف و مضامینی معرفتی دست یابند؛کاری بس مشکل و با ریسک بالا.

در فیلم «ترنج» چنین موقعیتی با رویکرد تلفیقی نضج گرفته و ادامه یافته:طرح یک داستان و موقعیت رئال در تلفیق با یک موقعیت معنایی و معرفتی.تداخل میان ماده و معنا و تجسم و ماوراء.

این تمام چیزی است که فیلم «ترنج» تلاش کرده با احیای فرمی ویژه خود بدان دست یابد.دستیابی که در برخی لحظات رخ داده و در فرازهایی هم به موفقیت چندانی نایل نیامده.

ما در فیلم با «شخصیت هنرمند» مینیاتوریست در کنار اعضای «خانواده»، «دوست»، «آدم تاجر مسلک» و «فصل برزخ»ی و البته بحث «نمایش»گاه روبه‌روییم.همه اینها در منظومه موقعیت ماورایی فیلم شکل می گیرد و مبنا می یابد.

مرد در برگزاری نمایشگاه و تصویرگری تابلوی آخر مردد است، خانواده در دستیابی به فهمی درست از روحیه هنرمندش ناتوان و نیز دوستان که از او جا می‌مانند و آدم های تاجر صفت و دلال این میانه که تلاش دارند از هر موقعیتی حتی اگر در گستره ای از معنا و حقیقت و معنویت باشد حظ و بهره‌ای یکپارچه ببرند.

در چنین فضایی است که دست حق از آستین هنر بیرون می آید و نفس هنرمند، مرشدی می شود برای او تا از کنگره عرش صلایش زند. نقاش دل به یار و پا به کار می نهد و زیر این رواق مقرنس، به مدد دل دیوانه خویش، نقش عشق می زند.ترنج، حکایت دل در برابر دیده است؛ و خنجری از پولاد باید تا زند بر دیده تا دل گردد آزاد...!

فیلم، حرکتی مومنانه و نجیب است در خلق تصویریِ حقیقتی دلنشین از عبور انسان از مرز برزخیِ هوی و خدا.و رسیدن به آرامش و طمأنینه و زیبایی خلق چنین هویتی آن هم در قالب هنر و سیمای مینیاتور ظریف و دل و دیده نوازِ ایرانی.

«ترنج» آن هم در فضای غالب امروز سینمای ایران که میان سکس مخفی و داستانهای آبکی آپارتمانی و شبه ارزشی سازی های مبتذل و جعلی و البته جشنواره ای سازهای وطنی که قبله شان آن طرف آب است، گرفتار آمده، اثری است که در همین حد از مجاهدت و سینماورزیش هم قابل ستایش است.

اینکه در این شوره زار کسی پیدا شود و از بهشت و رهایی و رستگاری بگوید و بسراید.

نگاهی به تبلیغات تلویزیونی و تاثیر گذاری رسانه ملی- بخش اول

# تبلیغات میان برنامه یا برنامه‌های میان تبلیغات؟!

■ حسام آبنوس

معرفی کردن و شناسایی هر چیزی را شاید بتوان نوعی تبلیغ کردن دانست. در فرهنگ فارسی عمید رساندن خبر و پیام به مردم را از معانی تبلیغ عنوان کرده است. از همین جهت شاید بتوان عمر تبلیغات را به اندازه عمر پیدایش انسان روی زمین دانست. پیامبران الهی نیز در رساندن شریعت خود روشی تبلیغی در پیش می گرفتند و به معرفی و تبلیغ دین خدا می‌پرداختند. اما یکی از موضوعاتی که با عنوان شدن کلمه تبلیغ به ذهن افراد متبادر می شود، گزینه تبلیغات بازرگانی و تجاری است.

ابتدایی ترین راه برای تبلیغ و شناساندن هر کالایی معرفی چهره به چهره آن کالا است. اما گسترش لحظه به لحظه صنایع عملا این امکان تبلیغ را از بین برده است و تکنولوژی های گوناگون ، روش های جایگزین گوناگونی برای بازرگانان و تجار بوجود آورده است. یکی از این امکانات که گستردگی آن نیز بسیار زیاد است؛ جعبه جادو یا تلویزیون نام دارد.

تبلیغات تلویزیونی با توجه به میزان نفوذ تلویزیون در میان افراد و جوامع از اثر بخشی بالایی نیز برخوردارند. تاثیری که یک تبلیغ تلویزیونی می تواند داشته باشد شاید ده ها برگ بروشور نداشته باشد. از همین رو تولید کنندگان برای معرفی کالا و محصول خود از تلویزیون این رسانه ارتباط جمعی استفاده می نمایند.

امروزه با گسترش صنایع در کشورمان شاهد افزایش تبلیغات به طرق مختلف هستیم. یکی از راه هایی که در این مقال نیز مورد توجه قرار خواهد گرفت استفاده از تبلیغات تلویزیونی و نقش تلویزیون در معرفی کالا می باشد.

شاید کسری بودجه رسانه ملی توجیه خوبی باشد تا مهم‌ترین وسیله ارتباط جمعی کشور را مجاز به نادیده گرفتن بخشی از حقوق مخاطبان خود نموده و به انگیزه کسب درآمد برای تامین هزینه‌های سنگین خود سوق دهد، اما با اینکه ما در این جا به دنبال احیای حق پایمال شده مخاطبان تلویزیونی نیستیم، این پرسش مطرح است که در ساعت هایی که خانواده‌ها و افراد جامعه اسلامی پای گیرنده های خود می نشینند و منتظر پخش یک سریال یا برنامه ورزشی یا ... هستند، چرا باید تا اندازه ای تبلیغات تلویزیونی قبل، میان و بعداز برنامه مورد نظر پخش شود تا از حوصله مخاطب خارج شود؟

رسانه ملی و مدیران این نهاد فرهنگی در خوشبینانه‌ترین حالت تلویزیون را به شکل یک بیلبورد تبلیغاتی فرض نموده اند که در وسط خانه ایرانیان سبز شده و خود را مجاز می‌دانند تا هر تبلیغی را به هر اندازه ای که بتوانند پخش کنند و در این میان اعتراض هیچ کسی را نیز نمی شنوند. مدیران و مسئولان رسانه ملی نباید فراموش کنند که مجموعه تحت امر ایشان یک رسانه ملی است و متعلق به مردم ایران اسلامی است و توجه و احترام به شخصیت و سلیقه مخاطبان این رسانه جمعی بر ایشان فرض است. تلویزیون جمهوری اسلامی ایران که یک تلویزیون شخصی نیست تا هر تهیه کننده ای به هر نسبتی که خواست برای کسب درآمد و انتفاع بیشتر هر آنچه به دستش می رسد به روی آنتن بفرستد. به نظر می رسد مدیران و دست اندرکاران این نهاد فرهنگی فراموش کرده اند سخن پدر انقلاب را که فرموده: "صداوسیما یک دانشگاه عمومی است" و با رفتارهایی که از آن بوی تفکرات ماکیاولی به مشام می رسد به هدف کسب درآمد بیشتر در استفاده از هر وسیله ای هیچ ابایی ندارند، البته تنها موضوعی که دست این افراد را بسته، حضور و حاکمیت بلامنازع اسلام عزیز به عنوان مانعی بزرگ بر سر راه این قلیل افراد است تا مبادا در مسیر نیل به اهدافشان اخلاق را کنار بزنند.

### زنگ ها برای چه کسی به صدا درمی آید؟

به نقل از یکی پایگاه های اطلاع رسانی مرتبط با حوزه آگهی های تجاری تلویزیونی، در ماه تیر سال جاری ۴۲۵ عنوان پیام بازرگانی مجموعا از شبکه های یک تا شش سیمای جمهوری اسلامی در زمان های مختلف به نمایش در آمده است، که این عدد فقط بیانگر تعداد و تنوع پیام های بازرگانی است و میزان زمانی که به خود اختصاص داده اند اعلام نشده است. در این بین بیشترین تعداد آگهی پخش شده مربوط به بانک ها و موسسات مالی و اعتباری بوده است که همین موضوع خود بیانگر این است که بیشترین سود از این تبلیغات و پیام های تجاری نصیب چه کسانی می شود.

خداوند متعال در قرآن کریم به موضوع کسب و کار بسیار اهمیت می دهد و در آیه‌ای از این کتاب مقدس کم فروشان را مخاطب قرار داده و می فرماید: "ویل للمطففین "(مطففین/آیه ۱) حال در بعضی از این آگهی های تجاری دیده شده، کالایی معرفی می شود که فاقد ویژگی های بیان شده و به نمایش در آمده است و این خود نیز یکی از اقسام کم فروشی است. کم فروشی عاملی است که موجبات عذاب یکی از اقوام پیشین را فراهم کرده و حال در جامعه اسلامی بی توجه به این موضوع فقط به جیب هایمان نگاه می کنیم.

### زنان در آگهی های تلویزیونی

یکی از موضوعاتی که در پیام های بازرگانی بر خلاف توصیه های اسلام بسیار مورد استفاده سازندگان این تبلیغ‌ها واقع می شود، استفاده از زن به عنوان یک نماد و کالای تبلیغی است. با تمام توصیه‌هایی که اسلام ناب محمدی (صلوات الله‌علیه و آله) مبنی بر کرامت زنان نموده، باز هم شاهد آن هستیم که تولیدکنندگان پیام‌های بازرگانی از زن به عنوان یکی از ابزارهای جلب توجه و کسب درآمد استفاده می کنند حتی اگر گفته شود که تهیه‌کنندگان پیام های بازرگانی به نقش اغواکنندگی زنان نیز توجهی ندارند و هدفشان معرفی کالا است، اما باز هم در پاره ای از این تبلیغات دیده می شود که یک زن چگونه نقش آفرینی نموده است. این موضوع دارای مصادیقی است که با نگاهی به این تبلیغات می توان نمونه هایی را مشاهده نمود.

در تبلیغ یک رنگ مو که وسیله ای آرایشی است، خانمی با استفاده از این رنگ مو به طور غیر مستقیم و با تغییر رنگ شالی که به روی سر فقط انداخته شده است و نماد گیسوان او بوده، رنگی تازه که با کمال تعجب و برخلاف اصول اولیه و موازین، تصویب و مدتی هم روی آنتن بود)!! اما به واقع؛ پاسخگوی تصاویری که در برخی از آگهی‌های امروزین صدا و سیما پخش می شوند، چه کسی است؟

و این رویه که به تدریج در حال نضج در پیام های بازرگانی رسانه ملی است، رنگ اصلاح و توقف را خواهد دید؟

### موضوعات فرهنگی

سوال دیگری که جای مطرح کردن دارد، این است که در تبلیغات تلویزیونی چه میزان برای موضوعات فرهنگی هزینه می شود و جایگاه این قبیل مباحث کجا است؟

در آگهی های بازرگانی فقر موضوعات فرهنگی مشهود است. تولیدکنندگان آگهی بازرگانی کمتر به سوی موضوعات فرهنگی سوق داده می شوند و از موضوعات فرهنگی برای رساندن پیام محصول مورد نظر خود کمتر استفاده می‌نمایند. در نوع محصول مورد تبلیغ واقع شده نیز کمتر شاهد معرفی یک محصول فرهنگی هستیم. محصولات فرهنگی نیز بیشتر در حوزه های آموزش‌های تحصیلی و کمک تحصیلی خلاصه می‌شود. در ماه تیر از ۴۲۵ پیام بازرگانی پخش شده تنها ۱۴ عدد مربوط به حوزه فرهنگ و آموزش بوده است. رهبر معظم انقلاب مدظله العالی در بیانی موجز به کارکرد صدا و سیما اشاره داشته اند:

" از وظایف صدا و سیما، ارتقاء معرفت دینی و ایمان دینی افراد جامعه است". موضوعی که باید از دست اندرکاران تلویزیون ملی پرسیده شود و نیازمند پاسخی روشن و دقیق از سوی ایشان است که کارکرد رسانه جمهوری اسلامی چیست؟ بنگاهی برای معرفی برندهای تجاری و کسب درآمد برای این نهاد فرهنگی یا یک دانشگاه عمومی؟

به زندگی می بخشد و شادمانی را وارد زندگی می نماید! الحق که خلاقیت سازنده این آگهی به مراتب از سازنده آگهی کرم معروف حلزون بیشتر است که خانمی را مقابل دوربین نشانده و از او خواسته بود مستقیما اندر فواید استفاده از این کرم جادویی، داد سخن بدهد (اتفاقی

رویدادها

## حمله رادیو فرانسه به جشنواره عمار

**برگزاری نشست خبری جشنواره مردمی فیلم عمار در رادیو فارسی زبان فرانسه بازتاب یافت.**

این شبکه رادیویی در گزارشی، با تمرکز بر شعار جشنواره عمار با عنوان «مرگ بر آمریکا» از زبان کارشناس خود اعلام کرد: این جشنواره همواره یک جشنواره سیاسی بوده و برگزار کنندگان آن این نکته را به طور شفافی بیان کرده اند.

نکته تأمل برانگیز این است که با وجود بودجه اندک و ناچیز جشنواره عمار در مقایسه با سایر جشنواره های سینمایی و همچنین مشخص بودن متولی آن، رادیو فرانسه سعی کرد درباره آن شبهه ایجاد کند. به طوری که گفت معلوم نیست بودجه ۷۰ میلیون تومانی جشنواره عمار از کجا تأمین می شود!

## شکست اقتصادی یک فیلم ضدایرانی

**مجله فوربس فیلم سینمایی «وضعیت پنجم» را بزرگ ترین شکست اقتصادی سینمای هالیوود دانست.**

به گزارش تسنیم، «وضعیت پنجم» که بودجه ای معادل ۲۱ میلیون دلار داشته با فروش جهانی اش فقط ۲۱ درصد هزینه ساختش را به تهیه کنندگان فیلم بازگردانده است. فروش شش میلیون دلاری این فیلم نشان داد که فیلم های سیاسی و ضد ایرانی همیشه هم پر بیننده نیستند و در بعضی مواقع آن قدر بد هستند که حتی نمی‌توانند نزدیک جوایز فرمایشی فستیوال ها شوند.