

گاهنامه سینمایی رسانه‌ای انجمن اسلامی دانشجویان دانشگاه الزهرا (س)

سال پنجم /

شماره دوازدهم / فروردین ۱۴۰۲



صاحب امتیاز:

انجمن اسلامی دانشجویان

دانشگاه الزهرا (س)

مدیر مسئول: زهرا عظیمی

سر دبیر: نرگس علینقیان

هیئت تحریریه:

زهرا عظیمی، نرگس علینقیان،

حنانه حاجی زاده

صفحه آرا: زهرا عظیمی

جنگالی که به پا شد ...



سخن مدیر مسئول

لطفاً و بالاغیر تا آقای شبکه پویا!

پنج ساله شدن آینه جادو و یک مطالبه از مسئولان شبکه پویا

- زهرا عظیمی

کارشناسی علوم تربیتی

سریال‌هایی که سبک زندگی غربی در سرتاسر آن موج می‌زند؛ موسیقی‌هایی که فارغ از محتواهای بعضاً غیراخلاقی آنها، در هیچ چارچوب فرمی موسیقی اصیل نمی‌گنجد؛ تیزرهایی که جز مصرف‌گرایی شاید مبلغ مفهوم دیگری نباشند و دست آخر انیمیشن‌هایی که خلاف ارزش‌های فرهنگی و دینی هستند! اینها محتواهایی بودند که مع‌الاسف رسانه ملی در قالب‌های گوناگون به خورد مخاطب خود می‌داد. اما مثال آخر یعنی انیمیشن‌ها شوخی‌بردار نیستند! و این شماره از آینه جادو، ناظر به تصمیمی که قرار بود انیمیشن «لایت‌یر» در روزهای عید نوروز به آنتن شبکه پویا برود، تهیه شده است. البته که با وجود اعتراضات نسبت به این تصمیم، این انیمیشن از تلویزیون ملی پخش نشد.

با این حال، سوال اصلی اینجاست که آیا مدیران و تصمیم‌گیران شبکه کودک و نوجوان ملی، نمی‌دانند یا نمی‌خواهند بدانند که با صرف پر کردن وقت کودک یا سرگرم کردن آنها، هدف «تربیت تراز انقلاب اسلامی»، میسر نخواهد شد؟! تا کی باید شاهد ضعف محتوایی رسانه ملی باشیم؟! و مطالبه اصلی ما هم این است که مدیران و مسئولان شبکه پویا، لطفاً و بالاغیر تا، مشاورانی دلسوز که دغدغه تربیت کودک و نوجوان این سرزمین را دارند، در تیم تصمیم‌گیری خود بگنجانند تا شاید، کمتر شاهد اینگونه اتفاقات متاثرکننده باشیم.

این شماره از آینه جادو به مخاطبان و دانشجویان دغدغه‌مندی تعلق دارد، که درد دین دارند و فهم درست از واقعیت‌های روز! ما با امیدواری این نقدها را از واقعیت روز، بیان می‌کنیم تا دردی از جامعه‌ی اسلامی دوا شود.

و اکنون در اولین شماره از پنج ساله شدن نشریه آینه جادو، باید به خانه اول باز گردیم! ما آینه جادو را نوشتیم تا با عینک عقلانیت به آثار سینمایی و رسانه‌ای بنگریم و آنها را در دریچه انقلاب اسلامی تحلیل کنیم تا در خانه‌ی آخر به «تربیت» تراز انقلاب اسلامی در عرصه رسانه، یک گام نزدیک‌تر شویم؛ اما آنچه در فاجعه‌ی تولید محتوای رسانه‌ای رسمی و غیررسمی کشور شاهد هستیم، ما را به خانه‌ی اول یعنی مرور الفبای رسانه، می‌کشاند! گویی باید به هجی کردن «رسانه» بپردازیم. آنقدر از «سواد رسانه‌ای» گفتیم و نوشتیم که حتی از شنیدن کلمه‌ی آن، بیزار شده‌ایم؛ اما باید این بیزاری را به جان بخریم و به خانه اول بازگردیم. کار از تربیت گذشته است و باید الفبا را بیاموزیم!

جورج گرینر در نظریه «کاشت» خود می‌گوید که پیام‌های تلویزیون، جای تجربه‌های شخصی مخاطب را گرفته و دیدگاه مخاطب از جهان پیرامون خود را آنطور که پیام تلویزیون است، می‌سازد. به باور گرینر، تاثیرات تلویزیون بر مخاطب، اندک، تدریجی و غیرمستقیم است؛ اما در دراز مدت، این اثرات مستمر و پایدار می‌شود.

نظریه گرینر گفته شد و البته که هر عقل سلیمی به تجربه این نکته را تصدیق می‌کند و آنقدر صدق این حقیقت، روشن است که جای ادله آوردن نیست. اما هزاران افسوس! هزاران افسوس که شاید مدیران و مسئولان صدا و سیما، این نکته را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند. کافی است گوشه چشمی به آثار چند سال گذشته شبکه‌های رسمی صدا و سیما بیندازیم تا به فضاقت کیفیت برخی محصولات پی ببریم.

نیازمندی‌ها: اتاق فکر!

پرسشی اساسی از مدیران و مسئولان شبکه پویا

- نرگس علینقیان -
کارشناسی جامعه‌شناسی، سردبیر آینه جادو

دنیای امروز، پیوندی ناگسستنی با رسانه دارد. وقتی تمام زندگی ما را رسانه و محتوای آن تشکیل می‌دهد، گریزی نیست که حتی همین رسانه آینده نسل‌های پس از ما را نیز شکل و به آن جهت دهد. محتوای رسانه‌ای علاوه بر آن که می‌تواند بر روی ساختار ذهنی بزرگسالان تاثیر بگذارد، قادر است تا با شیوه‌ای خاص بر روی کودکان نیز تاثیر بگذارد. کودکان دنیای مخصوص به خود را دارند و برای ورود به آن برخلاف بزرگسالان، می‌بایست زبان آنان را آموخت.

رسانه نیز برای تاثیرگذاری بر روی این قشر خاص، نیاز دارد تا از دریچه آنان به زندگی بنگرد. مفهومی که می‌توان گفت غول‌های رسانه‌ای دنیا توانسته‌اند به آن دست یابند.

انیمیشن مهم‌ترین دستاورد کمپانی‌های رسانه‌ای است که به واسطه آن می‌توانند تاثیر حداکثری بر روی مخاطب کم سن و سال بگذارند و حتی سیاست‌های روز خود را در عرصه تربیتی شکل دهند. این سیاست‌ها می‌تواند در عرصه‌های فرهنگی و اجتماعی، افکار پاک کودکان را تحت تاثیر خود قرار دهد و به مراتب مسیر رشد آنان را شکل دهد. مدتی است عمدتاً در محصولات این کمپانی‌ها، شاهد نفوذ بسیاری از این سیاست‌ها از جمله ترویج همجنس‌گرایی و همجنس‌بازی هستیم.

با این حال، این مسئله به گونه‌ای ترویج یافته که حتی می‌توان گفت در مهد تولد خود یعنی غرب، هنوز نتوانسته‌اند جا باز کند و بسیاری از والدین از نفوذ این گونه مسائل در فکر فرزندان خود نگران‌اند و حتی به آن اجازه نمی‌دهند.



با وجود آن که رسانه و سرمایه‌داری، که با هم گره خورده‌اند، توانسته تمام قشرها را به خود جذب کند، اما کشورهایی هستند که فرهنگ اجتماعی و دینی خود را ارجح تر از هرگونه سیاست رسانه‌ای می‌بینند. به عنوان مثال بسیاری از کشورهای عربی پخش انیمیشن «لایتر» را به دلیل وجود شخصیت همجنس‌گرا تحریم کردند و اجازه پخش ندادند. نکته عجیب و در عین حال مبهم آن است که این انیمیشن قرار بود در کنداکتور پخش نوروزی شبکه پویا قرار بگیرد. انیمیشنی که بسیاری از کشورهای مسلمان و یا حتی غیر مسلمان، تماشای آن را برای فرزندان خود جایز ندانسته‌اند، در رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران دارای صلاحیت برای پخش می‌شود!

در اینجا پرسش قابل توجه آن است که شبکه‌ای که می‌بایست مطابق با اصول اسلامی، انسانی و نیازهای یک کودک اتاق فکر خود را طراحی کند، چگونه چنین خطایی از آنان سر می‌زند؟! این پرسشی است که می‌بایست رسانه ملی در مقابل والدین و دغدغه‌مندان این حوزه به آن پاسخ قانع کننده دهد. در هر صورت باید قدردان والدین دغدغه‌مندی بود که با سواد رسانه آشنایی دارند و با ایجاد یک مطالبه مردمی سبب حذف این انیمیشن از کنداکتور شبکه پویا شدند.

لازم است تا به مسئولین این حوزه یادآور شد که کودکان را باید با زبان خاص آنان شناخت و تعلیم داد. اگر زبان کودکی با مفاهیم نادرست، به ویژه به وسیله رسانه پیوند بخورد، آن زمان دیگر باید فاتحه تربیت صحیح نسل بعدی را خواند.





مسئول ارزیابی محتوا؟ غایب!

به بهانه حذف انیمیشن لایت‌یر از برنامه نوروزی شبکه کودک

– حنا حاجی‌زاده
کارشناسی مشاوره

دنیا تحریم شد! ایستادن در مقابل غول رسانه‌ای همچون دیزنی کار آسانی نیست اما این کشورها به خاطر حفظ فرهنگ و سلامت روان کودکان‌شان عواقب این کار را به جان خریدند و پای تصمیم خود ایستادند. این اتفاق باعث وارد شدن ضرری غیر قابل جبران به این دو کمپانی شد و مدیران آن تصمیم گرفتند با حذف آن چند ثانیه از ضررهای آتی جلوگیری کنند اما با مخالفت‌های گسترده کارکنان خود مواجه شدند. البته وقتی که به گفته خود این کمپانی، ۴۰ درصد کارمندان این شرکت را همجنس‌بازان تشکیل می‌دهند جای تعجب زیادی نیست!

ولی نمی‌دانم چه شد که مسئولان شبکه کودک فکر کردند اولین کسانی هستند که ایده سانسور به ذهن‌شان خطور کرده است و چرا با خود نگفتند که

داستان این یادداشت از آن جایی آغاز شد که چند ماه پیش وقتی رشته استوری یکی از کارشناسان حوزه انیمیشن، یعنی خانم پرستو علی عسگرنژاد را دنبال می‌کردم، با هشدارهایی جدی در رابطه با اسپین‌آف داستان اسباب بازی‌ها و صحنه‌های همجنس‌بازانه آن مواجه شدم. اما وقتی تیزر پخش این پویانمایی در ایام تعطیلات نوروز را از شبکه نهال دیدم، کاملاً خشکم زد!

«لایت‌یر» انیمیشنی محصول سال ۲۰۲۲ است که توسط کمپانی پیکسار و والت دیزنی ساخته شده است اما در همان بدو اکران، به دلیل نمایش بی‌پرده صحنه‌های همجنس‌بازانه، توسط ۱۴ کشور

سیاست‌های دوگانه رسانه ملی در حالی که کمپانی‌هایی مثل دیزنی ضررهای میلیاردی را فقط و فقط به خاطر گسترش این فرهنگ تحمل می‌کنند، واقعا جای سوال دارد که چگونه شرکت‌های نوپا و جوان‌های خلاق و تازه کار در صنعت پویانمایی کشور، هیچ وقت به این راحتی‌ها نمی‌توانند از امتیاز دیده شدن در شبکه کودک با آن میزان مخاطب استفاده کنند، اما مسئولان این شبکه، تریبون خود را به آسانی در اختیار کمپانی‌های مروج همجنس‌بازی قرار داده‌اند!

از همان روزهای ابتدایی پخش این تیزر، متن اعراضی منتشر شده توسط خانم علی عسگرنژاد در فضای مجازی دست به دست بین مردم چرخید و کم کم باعث ایجاد دغدغه شد و مطالبات به حدی

مسئولان آن ۱۴ کشور به چه دلایلی به جای سانسور، به تحریم کلی اثر دست زدند؟! در واقع آن کشورها متوجه شدند که کار امپریالیسم رسانه‌ای با یک صحنه چند ثانیه‌ای تمام نمی‌شود و باید از این به بعد منتظر انواع صحنه‌ها و شخصیت‌هایی با هویت‌های جنسی عجیب و غریب در انیمیشن‌ها باشیم طوری که بعد از سانسور عملا چیزی از اثر باقی نماند! کما اینکه شاهد این قضیه، صحبت‌های مدیر بخش محتوای سرگرمی عمومی کمپانی دیزنی، کری برک است که در جلسه‌ای گفته است: «به عنوان مادر یک فرزند ترنس سکچوال و یک فرزند پن سکچوال، از داشتن کاراکترهای بیشتر و بیشتر با هویت‌های جنسی جدید حمایت می‌کنم و باید دست کم ۵۰ درصد شخصیت‌های آثار دیزنی از این هویت‌های جنسی باشند».



البته مدیر این شبکه در پاسخ خود به مطالبات، به درستی اشاره کرد که: «کاش در کنار مطالبه برای حذف یک انیمیشن، جریان مطالبه بزرگتری راه می‌افتاد؛ برای مطالبه تخصیص منابع لازم برای تولیدات فاخر در زمینه کودک و نوجوان».

البته که صحبت به جا و درستی است و باید در فرصتی مناسب به آن پرداخته شود، اما این مسئله چیزی از فاجعه مدیریتی رخ داده شده در این شبکه نمی‌کاهد و قطعاً مسئولان خاطی باید جواب‌گوی اعتماد از دست رفته مادرانی باشند که تنها شبکه امن برای کودکان خود را شبکه کودک صدا و سیما جمهوری اسلامی می‌دانستند اما حالا...

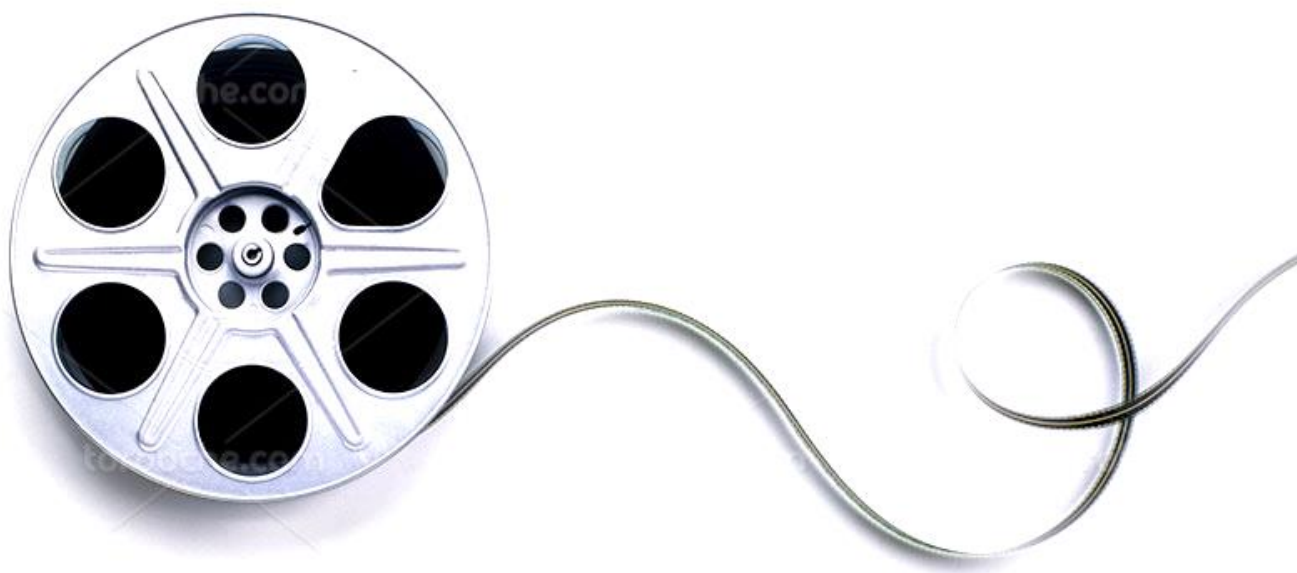
رسید که مدیر شبکه نهال طی یک استوری در صفحه مجازی خود، خبر از حذف این برنامه از کنداکتور نوروزی این شبکه داد.

این که جریان مطالبه‌گری با حرکت قشر نخبگانی، آغاز شد و با حمایت مردم پیش رفت و آقایان مسئول هم صدای مردم را شنیدند و ترتیب اثر دادند، اتفاق مبارکی است اما جای سوال جدی است که چرا از ابتدا چنین انیمیشنی وارد کنداکتور شبکه شده و مسئولین تصمیم گیرنده در حوزه انتخاب آثار و ارزیابی محتوا چه کسانی هستند و چرا حالا از خواب بیدار شده‌اند و اگر این مطالبه‌گری ایجاد نمی‌شد، قرار بود چه بر سر کودکان معصوم این سرزمین بیاید؟!



هر موجودی در این عالم افقی دارد که منتهی آمال خویش را
در رسیدن به آن افق می‌بیند. افق سینمای کنونی ایران نیز،
سینمای به اصطلاح هنری اروپایی است، و تا چنین است، از
این سینما نمی‌توان انتظار داشت که در داخل و خارج از کشور
منشا تحولات فرهنگی باشد و غایات معنوی ما را محقق کند.

شهید آوینی؛ آینه جادو، جلد ۳



(دفتر تحکیم وحدت)



انجمن اسلامی دانشجویان
دانشگاه الزهراء (س)