

بازتاب

جوایه کانون فیلم انجمن اسلامی

دلایل یک تاخیر

سرویس هنری: در پی چاپ گزارش روزنامه از اکران فیلم گوزن‌ها در شریفه، روابط عمومی کانون فیلم انجمن اسلامی دانشگاه در نامه‌ای به دفتر روزنامه، توضیحاتی در باب تاخیر این برنامه ارائه کرد. در این نامه آمده است:

«پی‌رو مقاله‌ی چاپ شده در شماره‌ی ۴۸۵ مورخ شنبه ۹ خرداد ماه ۱۳۸۸ در نشریه‌ی «روزنامه شریف» با نام «دیگه باید بریم»، کانون فیلم انجمن اسلامی دانش‌جویان لازم می‌بیند مطالبی را جهت درج در این روزنامه‌وزین به منظور تنویر افکار به اطلاع دانش‌جویان برساند.

همواره دانش‌جویانی در دانشگاه با صرف زمان و انرژی خود بدون کوچک‌ترین چشم‌داشتی سعی در انجام فعالیت‌های فوق برنامه به منظور ارتقای سطح فرهنگ و هنر در دانشگاه داشته‌اند. فعالیت‌هایی که اجرای آنها نیازمند پشت سر نهادن مشکلات اجرایی فراوان و طی روندهای متعدد اداری است. کانون فیلم انجمن اسلامی دانشگاه شریف به عنوان یک گروه فعال فرهنگی که پیوسته با دشواری‌های این قبیل فعالیت‌ها مواجه است از تمامی دوستان منتقد تقاضا دارد در مقاله‌های خود سعی در سازندگی و کمک به این گروه‌ها داشته باشند نه با لحنی گزنده و مخرب ایشان را در انجام فعالیت‌های خود دل سرد کنند.

طی یک ماه گذشته کانون فیلم انجمن اسلامی دانش‌جویان دو برنامه با حضور مهمان داشته است. برنامه‌ی اول، سوپر استار، با تاخیر و مشکلات فراوانی اجرا شد و البته کانون فیلم در مورد این برنامه خود را مقصر دانسته و پوزش دوباره خود را به دانش‌جویان اعلام می‌کند. اما در مورد برنامه دوم یعنی پخش فیلم «گوزن‌ها» که با مشکلات مشابهی روبه‌رو شد کانون فیلم با هم‌کاری مدیریت امور فرهنگی و فوق برنامه از چند روز قبل تمامی روند برگزاری برنامه از قبیل تهیه فیلم و دعوت از میهمانان را انجام داده بود. اما دلیل تاخیر در برگزاری این برنامه اشکال تراشی‌هایی بود که چند ساعت قبل از شروع برنامه از طرف برخی مسئولین صورت گرفت و باعث معطل شدن مجوز برگزاری برنامه شد که با تلاش اعضای کانون فیلم و مساعدت ریاست محترم دانشگاه سرانجام فیلم «گوزن‌ها» با حضور «مسعود کیمیایی» در دانشگاه صنعتی شریف اکران شد.

در پی اشاره به ناراضی‌های کارگردان محترم فیلم، لازم به ذکر است عدم رضایت ایشان ناشی از تمیزی اجباری برخی دیالوگ‌های فیلم و تاخیر در اجرای برنامه بوده و نه به دلیل سوالات مطرح شده از طرف دانش‌جویان.

علاوه بر موارد بالا لازم به ذکر است مدت زمان برنامه سه ساعت و چهار دقیقه بوده که دو ساعت از آن به نمایش فیلم و یک ساعت و چهار دقیقه باقی مانده به جلسه پرسش و پاسخ اختصاص یافت. که با مطلب مندرج در مقاله مذکور در مورد حضور سی دقیقه‌ای مهمان‌ها در دانشگاه مطابقت ندارد.

مشکل ممانعت از ورود عکاس نیز بدلیل عدم هماهنگی آقای امیر قادری با کانون فیلم و حراست دانشگاه بوده و علی‌رغم تلاش‌های فراوان امکان حضور ایشان در دانشگاه میسر نشد.

در پایان از توجه روزنامه‌ی شریف به برنامه‌های برگزار شده از طرف کانون فیلم انجمن اسلامی دانش‌جویان و زیر دیر بین قرار دادن آن‌ها کمال تشکر را داریم.»

کارت دانش‌جویی اینجاناب

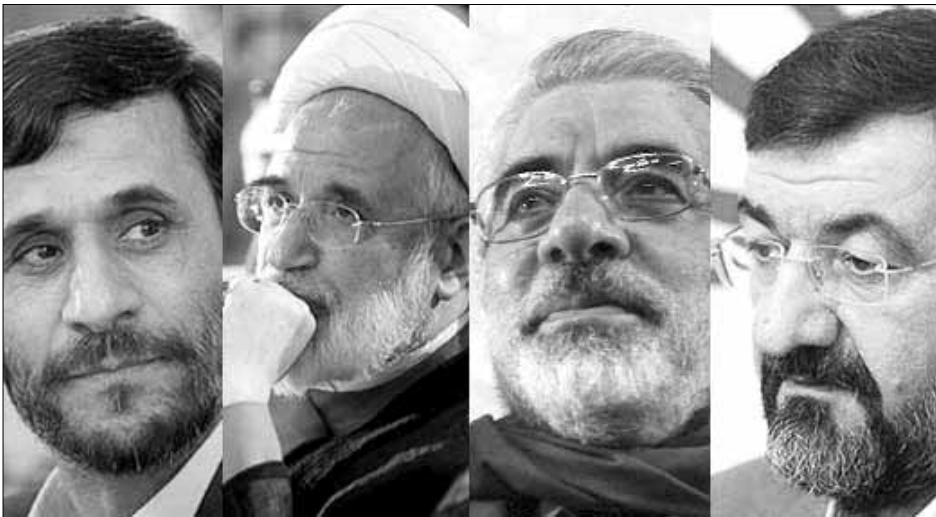
علی عاشوری

به شماره‌ی دانش‌جویی ۸۲۱۴۹۱۰۴ در تاریخ ۸۵/۱۲/۲۰ گم شده و از این تاریخ به بعد از درجه‌ی اعتبار ساقط می‌باشد.

کارت دانش‌جویی اینجاناب

پریسا سادات قهاری

به شماره‌ی دانش‌جویی ۸۷۱۰۶۷۴۵ در تاریخ ۸۸/۳/۱۰ گم شده و از این تاریخ به بعد از درجه‌ی اعتبار ساقط می‌باشد.



ساخت فیلم‌های تبلیغاتی کاندیداهای ریاست جمهوری، محمل بسیار مناسبی برای تجربه‌ی شکل خاصی از فیلم مستند است. استقبال کارگردانان فخیم و صاحب نام برای ساخت این فیلم‌ها، آن هم در شرایطی که این کارگردانان غالباً به سینمای مستند روی خوش نشان نمی‌دهند و بار اصلی این سینما بر دوش جوانان جسورتر است، به خودی خود نشان

دهنده‌ی همین امر است که این کارگردانان بزرگ، با آگاهی از این که چنین فیلمی خطر غالب فیلم‌های مستند (یعنی دیده نشدن) را از سرگذرانده است، به این میدان می‌آیند. نکته‌ی مهم‌تر آن که با وجودی که صنف کارگردانان نسبت به سایر صنف‌های سینما (مثل بازیگران) طیف معمولاً محافظه‌کارتری است (و کم‌تر در موضع‌گیری‌های سیاسی دخالت می‌کند)، کارگردانی که در راه ساخت فیلم برای یک کاندیدای خاص پا می‌گذارد، با توجه به ساختار غیر حرفه‌ای چنین تبلیغاتی، عملاً خود را حامی آن کاندیدا معرفی می‌کند (و تا کنون هم غالباً چنین بوده است) و به این ترتیب خود را در معرض مزایا یا خطرات احتمالی بعدی قرار می‌دهد. نمونه‌ی این مساله وجود شایعات درگوشی فراوان درباره‌ی منابع مالی فیلم دول احمد رضا درویش (که فیلم تبلیغاتی سید محمد خاتمی در سال ۸۴ ساخته بود) است که تا مدت‌ها نقل محافل بود.

راه کار عملی فرار از چنین بن بست‌هایی، دقیقاً در حرفه‌ای شدن کار ساخت این فیلم‌ها نهفته است. کارگردان برای آن که برای فلان کاندیدا یک فیلم خوب بسازد، لزوماً نباید حامی وی باشد (که اگر بود چه بهتر)، در قراردادی حرفه‌ای کارگردان بی طرف می‌تواند ساخت فیلم یک کاندیدای خاص را برعهده گیرد و پس از اتمام قرارداد، خداحافظ! هر کسی ره‌سپار راه خویش شود. چنین روندی از معضلات و احتمالات همیشگی درباره‌ی آینده‌ی این کارگردانان جلوگیری خواهد کرد.

اما فیلم‌های انتخاباتی از این لحاظ که معمولاً با جوی از شور و هیجان همراه هستند، محمل‌های بسیار مناسبی برای یک کارگردانند که پتانسیل‌های بالقوه‌ی خود را بروز دهد. از این حیث، از انتخابات سال ۱۳۸۰ که ساخت این فیلم‌ها رسماً آغاز شد فرصت‌های بسیاری در اختیار کارگردان‌ها بوده و امسال در سومین بزنگاه این تولیدات، شاهد فیلم‌های به مراتب با کیفیت‌تری نسبت به دوره‌های پیشین هستیم. نخستین فیلم تبلیغاتی که امسال به نمایش در آمده فیلم محمود احمدی‌نژاد، ساخته‌ی جواد شمقدری بود. شمقدری از این لحاظ که در سال ۸۴ یکی از

درباره فیلم تبلیغاتی کاندیداهای ریاست جمهوری

نور، صدا، تبلیغ *

شایان رهنا

تأثیرگذارترین فیلم‌های انتخاباتی کاندیداها را (برای احمدی‌نژاد) ساخته بود، امسال از این لحاظ که چه چیزی می‌تواند به فیلم پیشین خود اضافه کند مورد چالش قرار داشت. در مقابل مجید مجیدی، در اقدامی که تا حدی حیرت برخی را هم برانگیخت، نه تنها از میرحسین موسوی حمایت کرد، بلکه کار ساخت فیلم وی را هم برعهده گرفت، و محمد علی فارسی هم کار فیلم رضایی را بر دوش گرفت.

بنای هر سه فیلم مذکور بر یک هسته‌ی اصلی استوار بود، آمیخته‌ای از سخنان و نظرات، پیشینه و عمل کرد سابق و در نهایت جمع حامیان و هواداران فرد، اما استراتژی کارگردان‌ها در ایجاد کولاژ مناسب از این سه خمیرمایه کاملاً متفاوت بود. شمقدری، به مانند ۴ سال پیش، تم اصلی فیلم را بر پایه‌ی مردمی بودن و کمک به محرومان استوار ساخته بود، مجیدی سعی در ایجاد یک جو هیجانی - انتقادی در مخاطب کرده بود که این هر دو، با استراتژی‌ای که دو کاندیدا در جذب آرا اتخاذ کرده‌اند، هم سویی داشت. اما نقطه‌ی ضعف فیلم مجیدی دقیقاً همان جایی است که شمقدری در آن فوق العاده عمل کرده است، یعنی شکار صحنه‌های مستندی که در گوشه و کنار سفرهای کاندیداها رخ داده‌اند. مجیدی در

| فیلم محسن رضایی | فیلم موسوی | فیلم احمدی‌نژاد | موتناژ |
|----------------------------|------------------------|-------------------------|--------------|
| (کارگردان: محمد علی فارسی) | (کارگردان: مجید مجیدی) | (کارگردان: جواد شمقدری) | |
| ●● | ●●●● | ●●●●● | |
| ● | ●●●● | ●●●● | شکار صحنه‌ها |
| ●● | ●● | ●●●● | موسیقی |
| ●●● | ●●●●● | ●●● | ریتم فیلم |

کتابون ریاحی از دنیای بازیگری خداحافظی کرد

هرگز افتتاحیه و اختتامیه فجر را ندیدم

سینمای ما: کتابون ریاحی، بازیگر سینما و تئاتر که در آخرین اثر خود در نقش زیبا در سریال حضرت یوسف (ع) به ایفای نقش پرداخته بود طی یادداشتی از عرصه هنر خداحافظی کرد.

در بخشی از این یادداشت آمده است: «گویاز مان برآورده شدن آرزوی من و پسرم فرا رسیده و لازم است که زائر سرزمین قصه، راهی شود. اینک که عازم سفرم، سفری به دیگر سوی زندگی، بر خود لازم می‌دانم تا از دوستانم و استادانم که آن قدر به من نزدیک بودند که در من بودند، تشکر

حرکت کرده بود، (آن چه که بیش‌تر در میتینگ‌های انتخاباتی میرحسین شاهد هستیم) کمی به بی‌راهه رفته بود و بیش‌تر نوعی از احساس عصبیت و تهاجم را برمی‌انگیخت، که هرچند با استراتژی انتقادی موسوی هم خوانی دارد، اما بعید است که بتواند آن حس هیجانی و نتیجه‌ی مدنظر را تولید کند. فیلم محسن رضایی اما از دل سادگی برآمده بود، چیزی که از انتخاب

کارگردان آن هم مشخص بود. اگر حتی خبر عذرخواهی کارگردان بابت فیلمش صحت نداشته باشد، باز هم کم تجربه‌ی کارگردان در فیلم واضح بود. بیوگرافی بسیار کش‌دار و مونولوگ‌های تقریباً خنثای دو سوم آغازین فیلم، که به خصوص با ابرام کارگردان بر نمایش یک قاب ثابت از دوربین متحرک همراه می‌شد، تقریباً فیلم را بی اثر ساخته بود. فارسی حتی نتوانسته بود زلویه‌ی دوران دوربین را هم گسترش دهد و هر بار به چرخشی محدود در دایره‌ای به مرکزیت محسن رضایی اکتفا ورزیده بود. اما این ایده‌ی اختصاری، به علت قرابتی که با نوع منش و رفتار رضایی در انتخابات داشت، تقریباً حس خوبی از سادگی را به مخاطب القا کرده بود. این نکته را هم در نظر دور نداریم که در اتاق موتناژ دست فارسی بسیار بسته‌تر از هم‌کارانش در ستاد موسوی و احمدی‌نژاد بود، چه کاندیدای وی از شور و حال مردمی‌ای که در اطراف این دو پرسه می‌زد کم‌تر بهره بود. اتفاقاً همین انبوهی نگاتیوها به تنوعین قابل قبول فیلم مجیدی کمک قابل قبولی کرده بود. ضرب آهنگ فیلم مجیدی آرام و حاشیه‌آغاز شد، در حوالی دقیقه ۲۵ به اوج رسید و بعد تقریباً با ریتمی یکنواخت دوباره به فرود بازگشت، چیزی که با کمی تفاوت اندک در مورد فیلم شمقدری هم صادق بود.

تفاوت استراتژی این دو در مرحله‌ی صداگذاری هم واضح بود. مجیدی از سرودهای ملی و بیش‌تر هیجانی استفاده کرده بود، حال آن که موسیقی‌های انتخابی شمقدری، به شکل قابل تحسینی بر حال و هوای موثر فیلم خوش نشسته بود.

در پایان باید گفت که فیلم‌های تبلیغاتی امسال کاندیداها به مراتب از توره‌ی پیش بهتر هستند و انتقادهایی از قبیل عوام‌فریبی، نمی‌تواند بر فیلم‌ها وارد باشد، چرا که اساس تبلیغات بر هدف قرار دادن مخاطب است و بعید است که فیلم تبلیغاتی‌ای بتوان یافت که نتوان بر آن برچسب عوام‌پرستی نهاد!

* با توجه به اینکه فیلم مهدی کروبی دیشب از تلویزیون پخش شد این نوشتار تنها به بررسی سه فیلم کاندیداها دیگر پرداخته است.

مردم مهربان تقسیم کنم.

و باز به قول حافظ: «کیمیای سعادت رفیق بود رفیق»، رفقای که همچنان هستند و من قدرانشان و آنان که رفتند خدا به همراهشان. و اما این همه تنهایی، برکت بود برای خلوت‌انس و این‌که: «یدالله فوق ایدیهم»، که ترجمه سینمایی آن می‌شود: براستی خدا بزرگ‌ترین کارگردان است.»

ریاحی در اولین کار سینمایی با فیلم سینمایی «پاییزان» در سال ۱۳۶۰ خود را به عرصه بازیگری و سینمای ایران معرفی کرد. «کشتی آنجلیکا»، «آپارتمان شماره ۱۳»، «شام آخر»، «بانوی من»، «تارا و تب توت فرنگی» و «دعوت» از دیگر آثار مطرح این بازیگر توانای سینما و تلویزیون محسوب می‌شود.



دوستانم در امان بدار، خود با دشمنانم می‌دانم چه کنم!

در مقطعی که سینما راجایگاهی شایسته برای خود نمی‌دیدم، تلویزیون پایگاهی شد تا مهرم را با