



# صبا

روزنامه فرهنگ و هنر



محمود کلاری، نرگس آبیاری، محمد مهدی عسگر پور و هومن بهمنش

از جشنواره بین المللی فیلم شهر به «صبا» می گویند

## شهر را از دریچه سینما بینیم!

محمود کلاری: در این جشنواره شاهد رشد هستیم

نرگس آبیاری: مستندهای بلند را موفق تر دیدم

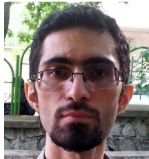
محمد مهدی عسگر پور: این جشنواره می تواند توجه لازم به مقوله شهر را ایجاد کند

هومن بهمنش: مهم است که جشنواره سفارشی نشود

شاهین شرافتی؛ مجری «سعادت آباد» از این برنامه به «صبا» می گوید

### حرف های مگویی که باید گفت

#### سرمقاله



محمدپارسا نجفی  
کارشناس رسانه

### در قاب رسانه های برون مرزی

زمانی که کشورهای پیشرفته علاقه بسیاری برای داشتن شبکه های برون مرزی، آن هم به زبان های متعدد دارند، باید دنبال چرایی این پدیده بود.

در شبکه های برون مرزی می توان قابلیت های بومی یک کشور را به فضای رسانه ای جهان معرفی کرد، مردم دنیا را با خود همراه ساخت و از توانایی ها و پتانسیل عمومی کشورهای دیگر در راستای تقویت درآمدزایی و ارتقای امنیت ملی خود سود برد. تصویری که بیشتر مردم دنیا از کشورهای غربی در ذهن دارند، برآیندی از آن نمایشی است که در قاب شبکه های برون مرزی آن کشورها تماشا کرده اند، حتی اگر به آن کشورها سفر نکرده باشند.

زمانی که از رفاه، آرامش و امنیت عمومی کشورها صحبت می شود بیشتر مردم، شهرهایی را در فکر خود تجسم می کنند که آن را در آثار هنری در قاب یک رسانه به چشم دیده اند و آن موهبت ها را در آن تصاویر به نظاره نشسته اند.

داشتن شبکه ای داستان محور که به دور از سختی خبرهای ناگوار سیاسی و اقتصادی باشد در همین راستا می تواند برای یک کشور قدرت رسانه ای ایجاد کند. این توانمندی زمانی بیشتر نمود می یابد که به جذب سرمایه گذار و گردشگر منتهی شود. اگر دقت کرده باشید بیشتر سرمایه ها از کشورهای فقیر و جهان سوم به سمت کشورهای توسعه یافته در قالب سرمایه گذاری و مهاجرت نخبگان علمی منتقل می شود.

بعد دیگری که ارایه فیلم و سریال برای کشورهای دیگر دارد این است که علاوه بر فرهنگ، قابلیت های اقتصادی و گاه توانایی های صنعتی در این آثار به بینندگان معرفی می شوند. این هم مسیر دیگری است که می تواند فکر ملت های خارجی را با کشور هدف آشنا کند.

دقیقا بر همین اساس است که بنگاهی رسانه ای مانند بی بی سی، یک شبکه برای تکرار فیلم و سریال های خود برای کشورهای دیگر دارد. جالب تر این که بخش بزرگی از درآمد ملی انگلیس از خدمات بانکداری است که از سرمایه گذاری مردم کشورهای دیگر در بانک هایش به دست می آورد.

برعکس کشوری مانند روسیه که در صنعت هوا فضا از پیشتازان است و به جرات می توان گفت فناوری ساخت موشک های فضایی این کشور به ویژه فضاپیما های سایوز در دنیای نظیر است اما بیشتر مردم دنیا با این توانایی آشنایی ندارند، برعکس در فیلم های بسیاری، شاتل های آمریکایی را به عنوان قوی ترین محصول علم بشر در عرصه فضایی می توانید ببینید که دقیقا پرچم ایالات متحده بر آن نقش بسته است. حال با یک جست و جوی ساده می توانید به این حقیقت برسید که با انفجار شاتل کلمبیا حدود بیست سال پیش، نسل این شاتل ها باز نشسته شده و دو دهه است که سازمان فضایی آمریکا (NASA) از سایوز های روسی برای انتقال فضانوردان خود به ایستگاه فضایی آلفا استفاده می کند.

آمریکا در عرصه فضایی از روسیه عقب افتاده اما در فضای رسانه ای همچنان خود را قدرتمند نشان می دهد و مردم آنچه را می بینند باور می کنند و دنبال کشف حقیقت نمی روند. خود شما چند فیلم روسی دیده اید؟ اصولا این کشور شبکه ای برای نشان دادن آثار هنری خود دارد که به وسیله آن توانایی های علمی و صنعتی خود را معرفی کند؟

با همین رویکرد کشور فرانسه در مد و لباس تاثیر گذارترین کشور است. بیشتر لباس های جهان نه در فرانسه که در هند، چین، کشورهای آمریکای لاتین و مانند آن ها دوخته و حتی به خود فرانسه صادر می شود اما این فرانسه است که میدان دار عرصه مد و طراحی لباس است و درآمد کلانی هم به دست می آورد. شما در آثار هنری در قالب فیلم و سریال کدام کشور را طلایه دار طراحی لباس می دانید؟

در نهایت می توان گفت که مردم جهان با دیدن فیلم و سریال، با توانایی های کشورهای سازنده آشنا می شوند، سپس برای انتقال فکر، ایده، تخصص و سرمایه خود، به کشورهایی که در فکر خود جذب آن شده اند اقدام می کنند. این تاثیری است که ارزش سرمایه گذاری کلان برای داشتن رسانه ای برون مرزی را نمایان می کند.