



استراتژی بخواه، ببین و به دیگران هم نشان بده!

سخنان وحید جلیلی در نشست اکران کنندگان مردمی جشنواره عمار

شهریور ۹۳



بسم ا... الرحمن الرحيم

اشاره: در طی ۲۰، ۲۵ سال گذشته، بحث کار فرهنگی و فعالیت فرهنگی همواره یک مسأله جدی بجه حزب اللهی ها بوده و دغدغه و انرژی و نگرانی و وقت زیادی صرف آن شده اما اجمالاً هیچ کس از وضع موجود راضی نیست و علی رغم همه فعالیت های انجام شده، علی رغم همه بودجه های خرج شده که مقدار آن هم به هیچ وجه کم نیست و خیلی کلان است و علی رغم همه شبکه سازی ها و سازماندهی های مختلفی که صورت گرفته، همچنان از بحث فرهنگ و کار فرهنگی، جنگ نرم، تهاجم فرهنگی و از این دست کلیدواژه ها بین بجه حزب اللهی ها معمولاً با یک نوع نگرانی یاد می شود. من این عرض را در چند سال اخیر آن قدری که به عاقلم می رسیده و این طرف و آن طرف تریبون وجود داشته به تعبیر مختلف گفته ام. در این جلسه می خواهم یک مقدار صریح تر و بی رودربایستی تر صحبت کنم.

■ ■ جشنواره عمار و تصحیح استراتژی فرهنگی جمهوری اسلامی

به یک معنا می شود گفت بخش مهمی از استراتژی فرهنگی جمهوری اسلامی شکست خورده است و ما امروز چه در حوزه هنر، چه در حوزه رسانه، چه حتی در حوزه اندیشه و شاید در سال های اخیر خصوصاً در حوزه فرهنگ عمومی با چالش های جدی و بعضاً با بحران های در حال هجوم مواجه هستیم. اگر مجموعه فعالیت هایی که صدها هزار

نهضت تولید محتوا
سخن و خبند جلیلی
در نشست اکران کنندگان
مردمی جشنواره عمار

بلکه میلیون‌ها فعال فرهنگی جمهوری اسلامی در طول بیست و چند سال گذشته انجام داده‌اند، ذیل راهبردهای دقیق تری اعمال می‌شد مطمئناً وضعیت فرهنگی ما امروز نه فقط در داخل جامعه ایران بلکه در فضاهای منطقه‌ای و بین‌المللی و حتی می‌شود گفت در فضای جهانی، خیلی بهتر از این بود.

اهمیت جریان جشنواره مردمی فیلم عمار از آنجا مضاعف می‌شود که نقطه آغاز یا یکی از نقاط آغاز برای تغییر و تصحیح استراتژی فرهنگی جمهوری اسلامی است. این را از این جهت عرض می‌کنم که شمایی که دارید در شهرستان، در یک مسجد، در یک مدرسه یا حسینیه یک روستا خالصانه و با انگیزه زحمت می‌کشید و تلاش می‌کنید، متوجه باشید که کار شما در عین این که خودش «موضوعیت» دارد و هر یک نفر آدمی را که بتوانید بیاورید و پای فیلم‌هایی که بچه‌های انقلاب ساخته‌اند بنشانید ارزشمند است، فراتر از این، کار شما برای یک جریان سازی بسیار بزرگ‌تر و ایجاد یک تغییر ماهوی در فعالیت‌های فرهنگی ذیل انقلاب اسلامی «طریقت» دارد. اگر این اتفاق نیفتد، اگر جمهوری اسلامی راهبردهای فرهنگی خودش را تصحیح نکند، در آینده‌ای نه چندان دور به بحران‌های نابودکننده‌ای خواهد رسید.

متأسفانه امروز جریان «استراتژی تهدیدمحور» به یکی از چالش‌های اصلی فرهنگ در جمهوری اسلامی تبدیل شده است؛ یعنی استراتژیست‌ها و فعالانی که ذیل این استراتژی کار می‌کنند، با این که مدعی هستند می‌خواهند انقلاب را محافظت کنند ولی آن قدری که به نظر حقیر می‌آید، ناخواسته و نادانسته دارند به دست خودشان روز به روز جبهه فرهنگی انقلاب را تضعیف و بی‌بنیه می‌کنند و در مقابل امواج عظیم شبیخون فرهنگی امروز، روز به روز دارند جبهه انقلاب را بی‌پناه‌تر می‌کنند.

باز هم تأکید می‌کنم. این حرفی که داریم راجع به غلط بودن «تهدیدمحوری» در کار فرهنگی می‌زنیم به هیچ وجه به معنای بی‌اعتنایی به تهدیدها و توطئه‌ها و کیدهای دشمن نیست. این تعبیر امیرالمؤمنین در نهج البلاغه، فکر می‌کنم خطبه ۳۴ است که می‌فرماید: «تکادون و لا تکیدون»؛ یعنی آن‌ها برنامه‌ریزی می‌کنند و شما برنامه‌ریزی نمی‌کنید، آن‌ها کید می‌ورزند و این طرف در مقابل کید آن‌ها هوشیاری لازم به خرج داده نمی‌شود و طراحی‌های لازم انجام نمی‌شود.

در نهایت می‌فرماید: «غُلبَ والله المُنْتَخِذُونَ». امیرالمؤمنین خطاب به مؤمنان قسم جلاله می‌خورد؛ خطاب به حزب‌اللهی‌ها: غُلبَ والله المُنْتَخِذُونَ. متخاذلون چه کسانی هستند؟ کسانی که همدیگر را یاری نمی‌کنند، با همدیگر هم‌افزایی نمی‌کنند، به یاری هم نمی‌شتابند، انگشت‌هایی که با هم مشت نمی‌شوند، حلقه‌هایی که به هم نمی‌رسند. جامعه‌ای که رهبرش امیرالمؤمنین باشد اگر دچار تخاذل بشود، با قسم جلاله معصوم، سرنوشت حتمی آن شکست و مغلوب شدن است.

متأسفانه امروز

جریان «استراتژی

تهدیدمحور» به

یکی از چالش‌های

اصلی فرهنگ در

جمهوری اسلامی

تبدیل شده است؛

یعنی استراتژیست‌ها

و فعالانی که ذیل

این استراتژی کار

می‌کنند، با این

که مدعی هستند

می‌خواهند انقلاب

را محافظت کنند

ولی آن قدری

که به نظر حقیر

می‌آید، ناخواسته و

نادانسته دارند به

دست خودشان روز

به روز جبهه فرهنگی

انقلاب را تضعیف و

بی‌بنیه می‌کنند

نهضت تولید محتوا

سخن‌وحی جلیلی

دوره‌نست آگران‌کنندگان

مردمی جشن‌واره عمار



«راهبرد فرصت‌محوری» که راهبرد اصلی جشنواره مردمی فیلم عمار است، با آسیب‌شناسی راهبردهای غلط گذشته، با نگاه کاملاً واقع‌بینانه و واقع‌نگرانه به ظرفیت‌ها و قابلیت‌ها و امکانات و فرصت‌های در دسترس شکل گرفته و در همین مدت نسبتاً کوتاهی که پیش آمده برتری و کارآمدی خودش را در نسبت با استراتژی‌های قبلی به نمایش گذاشته است.

■ مهم‌ترین فایده فیلترینگ؛ خریدن زمان است

البته ما با نگاه‌های احمقانه و غیر معقولی که قائل به برداشتن فیلترینگ و آزادسازی مجاری ورود انواع و اقسام محتواهای ممیزی نشده به فضای رسانه‌ای و هنری و فرهنگ عمومی کشور هستند مخالف هستیم اما نگاه ما و حرف ما در حوزه فرهنگ به اینجا ختم نمی‌شود. فیلترینگ می‌خواهد چه کار بکند؟ در شرایطی که روز به روز، مرحله به مرحله و سال به سال با پیشرفت‌های تکنولوژیکی که اتفاق می‌افتد و با هدف‌گذاری‌ای که قدرت‌های استکباری در مورد جمهوری اسلامی دارند، امکان مداخله مستقیم در پالایش محتوای فرهنگی و رسانه‌ای مهاجم کاهش پیدا می‌کند.

مهم‌ترین کارکردی که فعلاً فیلترینگ دارد این است که در جنگ نرم به ما زمان می‌دهد. در میدان نبرد، یکی از مهم‌ترین چیزها زمان است. شما هر چه برای آماده شدن، برای تجهیز، برای آرایش دادن نیروها، برای امکان مقابله و... زمان بیشتری داشته باشید، قاعدتاً امکان پیروزی‌تان بالا خواهد رفت. اگر شما همه چیز داشته باشید ولی زمان نداشته باشید، چه بسا شکست بخورید. اصل غافل‌گیری همین است دیگر؛ که فرصت به معنای زمانی‌اش را از رقیب می‌گیرد. بنابراین طرف می‌تواند با

مهم‌ترین کارکردی
که فعلاً فیلترینگ
دارد این است که
در جنگ نرم به ما
زمان می‌دهد. در
میدان نبرد، یکی
از مهم‌ترین چیزها
زمان است. شما
هر چه برای آماده
شدن، برای تجهیز،
برای آرایش دادن
نیروها، برای امکان
مقابله و... زمان
بیشتری داشته
باشید، قاعدتاً
امکان پیروزی‌تان
بالا خواهد رفت.

نهیضت تولید محتوا
سخن‌ان و جبهه جلیلی
در نشست اکران‌کنندگان
مردمی جشنواره عمار

یک غافل‌گیری در شرایطی که وقت برای شما این قدر ضیق و تنگ است و امکان به کارگیری امکانات‌تان را ندارید، بر شما غلبه کند. حتی یک گروه کوچک می‌تواند بر یک گروه بزرگی این گونه غلبه کند؛ تا چه رسد به این که سپاه فرهنگی یا ضد فرهنگی‌ای که امروز در مقابل جمهوری اسلامی صف کشیده، یک سپاه عجیب و غریب هیولوار اژدهاگون است. این پمپاژ محتوای عجیب و غریبی که دارد از سمت جهان غرب یا جهان مدرن به سمت جامعه ما می‌شود، شاید در این حجم و این کمیت هیچ سابقه‌ای برایش نداشته باشیم.

اگر به این جنگ قائل باشیم، یکی از مهم‌ترین ابزارها زمان است. یک گروه باید برای نیروهایی که می‌خواهند در میدان، عملیات بکنند زمان بخرند. به نظر من فعلاً یکی از مهم‌ترین کارکردهای فیلترینگ این است اما نکته مهم‌تر این است که بر فرض، شما آمدید و یک سری فیلترهایی را گذاشتید و زمان خریدید؛ چگونه می‌خواهید از این زمان استفاده کنید؟ اگر مجموعه مدیریت فرهنگی شما از صدر تا ذیل نسبت به این زمانی که خریداری شده و قیمت آن خیلی بالاست؛ و شاید قیمتش معادل کل فرهنگ شما است؛ بی‌اعتنا بود، از این زمان برای استحصال گنجینه‌های فرهنگی خودش کاری نکرد، برای قوی‌تر کردن سنگرهای فرهنگی خودش بهره‌ای نبرد، آن موقع چه اتفاقی خواهد افتاد؟

■ سوزاندن وقت‌ها و فرصت‌ها، خودش تهدید است

بنده می‌خواهم عرض بکنم آن کسانی که از این فرصت‌ها تا قبل از درهم شکسته شدن همه فیلترها و سدهای مقابله با فرهنگ مهاجم و به اصطلاح سدهای سلبی مقابله با فرهنگ مهاجم استفاده نمی‌کنند، در عمل کارشان مساوی است با همان کسانی که دارند این شبیخون را صورت می‌دهند. بعد می‌بینید بعضی از این‌ها کلی حمله می‌کنند به کسانی که مخالف فیلترینگ هستند. به این‌ها باید گفت: تو خودت برای چه موافق فیلترینگ هستی؟ اگر خیلی موافق فیلترینگ هستی، من باید این را در عمل تو ببینم.

چون واقعیت را که شما می‌بینید. بالأخره روز به روز از کارآمدی این ابزارها کاسته می‌شود. یک وقت هم ممکن است به صفر برسد. این مشاهده میدانی واقعی را داریم. پس تقسیم کار صورت می‌گیرد. خیلی خوب، یک عده سعی کنند فیلتر کنند، ممیزی کنند، جلوگیری کنند، اقدامات سلبی بکنند که حتماً هم لازم است. هرکس بگوید لازم نیست، نه دین و نه آرمانش، بلکه به نظرم عقلش کم است. اما یک عده بزرگتری باید از این فرصت برای تجهیز منابع داخلی استفاده کنند. هم برای این که موقعی که آن امواج به ما رسید راحت بتوانیم مقابله بکنیم، هم برای حمله متقابل. یعنی از این فضا

در بیابیم و دشمن را در سرزمین و جغرافیای فرهنگی خودش درگیر کنیم.

■ استراتژی «بخواه، ببین، به دیگران هم نشان بده» و ابعاد مختلف آن

حرکت‌هایی از جنس جشنواره مردمی فیلم عمار چه کار می‌کنند؟ در کنار آن حرکت‌های سلبی و نکن و نخواه و نبین، پرچم اصلی آن‌ها این است که بخواه و ببین و به دیگران هم نشان بده. سال‌های سال یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های بخش مهمی از فعالان فرهنگی ما و مدیریت فرهنگی ما این بوده است که نخواه و نبین و نشان نده و... و... و... ما الان به لشگرها و سپاه‌هایی محتاج هستیم که این‌ها دقیقاً با شعار مکتل آن در جامعه فعال باشند و به جای اینکه بخوانند جامعه را از یک سری چیزهایی ممنوع کنند - که آن هم در جای خودش عرض کردم لازم است - جامعه را باید منصرف و به چیزهای بهتری متوجه کنند. یعنی توجه جامعه را از یک چیزی منصرف کردن و به یک چیز بهتری متوجه کردن. این راهبردی است که ما ناگزیر باید به سمت آن برویم.

یکی از ویژگی‌های این راهبرد جدید این است که مرحله به مرحله در آن افق‌های جدیدی گشوده می‌شود. یعنی آن روز اولی که جشنواره عمار شکل گرفت، ما هیچ ذهنیتی نداشتیم که کار تا این حد گسترده بشود و به این‌جاها برسد. همین الانش هم هر اکران گسترده‌ای که انجام می‌شود، از دل آن ده‌ها پیشنهاد جدید درمی‌آید؛ «خود راه، نمایندت که چون باید رفت» را داریم در عمل تجربه می‌کنیم. ان‌شاءالله داریم «لَتَهْدِيَهُمْ سُبُلَنَا» را تجربه می‌کنیم. هر چه پیش می‌رویم، می‌بینیم ابتکارات جدیدتری می‌شود زد، راه‌های جدیدتری می‌شود باز کرد، به مخاطبان بیشتری می‌شود دسترسی پیدا کرد. می‌شود تأثیر عمیق‌تر و کیفی‌تری بر آن‌ها گذاشت. سازماندهی‌های تفصیلی‌تر و پیچیده‌تری را می‌توان سامان داد. بر خلاف استراتژی قبلی که یک استراتژی سترون است؛ زایشی در او نیست و خیلی زود دچار تکرار و کلیشه می‌شود، این استراتژی ایجابی «کل یوم هو فی شأن» است. هر روز دارد یک میوه و ثمره جدیدی از خودش ارائه می‌کند.

من امروز می‌خواهم روی این مرحله جدید جشنواره عمار با دوستان صحبت بکنم و ان‌شاءالله دوستان هم در این یکی دو روزی که هستند نکاتشان را در این بحث بگویند تا پخته و تکمیل بشود، ببینیم چطور می‌شود کار را بهتر پیش برد.

حرکت‌هایی از جنس
جشنواره مردمی
فیلم عمار چه کار
می‌کنند؟ در کنار آن
حرکت‌های سلبی
و نکن و نخواه و
ببین، پرچم اصلی
آن‌ها این است که
بخواه و ببین و به
دیگران هم نشان
بده.

■ گام اول: نهضت توزیع محتوا؛ تثبیت و گسترش کفی

ببینید، اتفاقی که در مرحله اول در جشنواره عمار افتاد، شماها توانستید یک «نهضت توزیع محتوا» راه بیندازید. محتوایی وجود داشت که دیده نمی‌شد، جدی گرفته

نهضت تولید محتوا
سخن‌و-حیدر جلیلی
در نشست اکران کنندگان
مردمی جشنواره عمار



نمی‌شد، به مخاطب بالقوه خودش نمی‌رسید؛ به همت شما و با تلاش و انگیزه شما و با ابتکارات شما این اتفاق افتاد. این اتفاق از سوی کسانی هم صورت گرفت که نه ادعایی داشتند و نه امکانات آن چنانی. حرکت شما در مقایسه با بسیاری از دستگاه‌ها و ستادها و مدیریت‌هایی که صدها بلکه هزار برابر شما امکانات داشتند، موفق شد؛ حالا در حد خودش.

کار اول ما این است که این گام را تثبیت کنیم. یعنی این نهضت توزیع محتوا باید روز به روز بیشتر ریشه بدواند و گسترده‌تر بشود و به مخاطب بیشتری برسد. آماری که آقای بامروت‌نژاد در مورد کسانی که در ارزیابی فیلم‌های عمار پیامک داده بودند، به من دادند حدود ۸۰ هزار شماره است. به نظرم به نسبت کاری که کرده‌ایم آمار خوبی است ولی قاعدتاً می‌تواند خیلی بیشتر از این باشد. وقتی در یک شهر که امکانات آن چنانی هم ندارد، شما ۵۰۰ نفر و ۱۰۰۰ نفر را پای جشنواره عمار می‌آورید، معنی ندارد که در فلان محله تهران که ۱۰ برابر آن جمعیت دارد و اگر یک مقدار تلاش بشود آن‌ها هم به مخاطبان عمار اضافه خواهند شد، این‌ها همه‌اش معطل بماند. وقتی در یک شهر انجام شده و نتیجه گرفته، معلوم است در شهر کناری‌اش هم که از لحاظ طیف جمعیتی و قومی و زبانی و فلان به آن نزدیک است می‌توانسته این اتفاق بیفتد. فقط چهارتا آدم با همت نبوده‌اند یا یک سازماندهی خوب نبوده که آن ظرفیت‌ها شکوفا و آزاد بشوند.

پس گسترش کمی مطمئناً یکی از اهداف ما است. یکی از علل وجودی چنین نشست‌ها و همایش‌هایی هم این است که دوستان بیایند و تجربیات موفق و ناموفق‌شان را با همدیگر به اشتراک بگذارند. الگوهای درستی طراحی کنند که کسانی که تازه

جای خودش.

■ موج فیلم سازی آماتور با تکنولوژی های جدید

پارسال دوستان یک بخشی را در جشنواره عمار با عنوان «فیلم ما» اضافه کردند؛ «مدرسه ما»، «مسجد ما»، «شهید ما». شماها به عنوان محوریت جریان عمار در مراکز خودتان یکی از مهم ترین کارهایی که انشاء الله باید در گام بعدی انجام بدهید این است که به ایجاد نهضت های تولید محتوا کمک بکنید. اگر مثلاً ما پارسال ۲۰ تا «مدرسه ما» داشتیم، امسال ۲ هزار تا داشته باشیم. چون این کارها کاملاً شدنی است. این گسترش ابزاری که در اختیار ما قرار گرفته، الان بحث است. اتفاق جدیدی که در حوزه g۳ (تری. جی.) افتاده که مسدود بشود یا نشود، بالاخره این گسترش شبکه تکنولوژی ارتباطات در کشور تا عمق روستاهای شما قاعدتاً یک سری تهدیداتی دارد ولی یک سری فرصت ها و ظرفیت های جدی هم دارد. یک عده بروند و با تهدیدهایش مقابله بکنند. یک عده دیگر هم زودتر تلاش کنند از این فرصت استفاده بشود، این عده شما هستید. شما هستید که باید جنبه فرصتی این امکانات را به جامعه نشان بدهید.

انواع و اقسام ماجراها، انواع و اقسام آدم ها، انواع و اقسام حوادثی که دور و بر ما هست و به تصویر کشیدن آن ها و محصول رسانه ای و هنری تولید کردن از آن ها می تواند ده تا، صدتا، هزارتا، صد هزارتا، صد میلیون تا مخاطب پیدا کند. باید این اتفاقات کم کم از دل عمار بجوشد. یعنی ما در عین این که باید آن بدنه حرفه ای سینمای انقلاب را تقویت کنیم، با همین کارهایی که دارد می شود و انشاء الله ابتکارات بیشتر و بهتر، باید بدنه تولید محتوای آماتور را در کشور فعال کنیم. باید در کنار هر فیلم ساز حرفه ای که داریم ۵۰ هزار فیلم ساز آماتور داشته باشیم.

دوستان دارند کارهایی از جهت تکنولوژیک هم می کنند که قالب های جدیدی ابتکار کنند و در اختیار شما قرار بدهند که هر کسی با هر امکانی با هر میزان ذوقی، فقط با یک مقدار همت و تلاش بتواند به ساده ترین شکل محتواهای قابل عرضه دور و بر خودش را با تصویر قاب بگیرد، ثبت بکند و قابل انتقال به دیگران بکند.

■ از ۹۳۶۰۰۰ نماز جمعه، دریغ از یک پلان سینمایی

مثال های آن هم بسیار زیاد است. یکی، دوتا، صدتا نیست. حالا چون من این ها را در بحث های مختلف مفصل گفته ام، نمی خواهم خیلی تفصیلی ورود کنم. می گفتم شما این همه کلیسا دیده اید. هیچ کدام از ما که کلیسا نرفته ایم ولی چه جوری کلیسا را کامل می شناسیم؟ مراسم آن را می دانیم، مخلفاتش را، تشریفاتش را، تنوعش را...

نهضت تولید محتوا
سخن و حد حلیلی
در نشست آگران کنندگان
مردمی جشنواره عمار



و... و. از معماری آن تا جنس مخاطبانش تا مراسماتش را بلد هستیم. این‌ها را در سینمای غرب دیده‌ایم. هر کدام از ما ده‌ها و صدها بار در فیلم‌های هالیوودی و غربی و اروپایی کلیسا دیده‌ایم. مگر کلیسا چی است؟ تجمع هفتگی مسیحی‌های غرب است در عبادتگاهی که مخصوص آن‌هاست. مگر همه مردم غرب کلیسا می‌روند؟ مگر همه آمریکایی‌ها کلیسا می‌روند؟ چند درصد از آمریکایی‌ها کلیسا می‌روند؟ ۲۰ درصد، ۱۰ درصد، پنج درصد یا کمتر؟ چقدر؟

حالا شما این را با نماز جمعه مقایسه بکنید. هیچ‌کدام از من و شما حتی یک پلان نماز جمعه در هیچ کدام از سریال‌ها یا فیلم‌های سینمایی مان به غیر از یک استثنا که همین سال‌های اخیر ساخته شده بود، سراغ نداریم. با یک حساب و کتاب ساده می‌شود گفت: ۵۰۰ تا نماز جمعه که الان ۸۰۰ تا شده؛ حالا بگوییم ۵۰۰ تا در طی ۳۵ سال، هر هفته. یکی ضرب کند ببینیم چندتا می‌شود؟ [یکی از حضار حساب می‌کند]. ۵۰۰ ضربدر ۵۲ ضربدر ۳۶. از سال ۵۸ بوده دیگر. چقدر شد؟ ۹۳۶۰۰۰ بار! یک پدیده و یک اتفاق اجتماعی در این کشور ۹۳۶ هزار بار اتفاق افتاده و حتی یک پلان به سریال‌های جمهوری اسلامی راه پیدا نکرده است.

فضای هنر و به خصوص هنرهای دراماتیک چه کار می‌کند؟ فضای تخیل آدم‌ها است. سیم خاردارهایی کشیده می‌شود که واقعیت مثبت جامعه ایرانی وارد تخیل این جامعه نشود. چرا؟ چون تخیل او آینده‌اش را می‌سازد. این یک مثال خیلی ساده و خیلی بدیهی است. در سینمایی که تقریباً کلش دولتی است. رسانه ملی که همه‌اش دولتی است. یک پلان نماز جمعه حق ندارد وارد داستان‌های شما بشود. میلیون‌ها ایرانی در این مراسم شرکت کردند. اصلاً بعضی‌ها عادت کردند و هر هفته می‌روند و... و...

زهدت تولید محتوا
سخن و حید جلیلی
در نشست اکران کنندگان
مردمی جشنواره عمار

و. کلی اتفاقات آنجا می افتد. جدا از مسائل سیاسی کلی اتفاقات اجتماعی می افتد. رفاقت‌ها شکل می‌گیرد؛ انواع و اقسام فضاها، تربیتی، فرهنگی، اخلاقی، اجتماعی و حتی اقتصادی و... و... ولی این‌ها در هیچ کجای رسانه ما و هیچ کجای هنر ما به طور جدی حضور پیدا نمی‌کند.

نهضت تولید محتوا؛ یعنی جدی گرفتن تحولات و پدیده‌های مثبتی که در کشور وجود دارد و دیدن این‌ها و به رخ کشیدن این‌ها. این را شماها می‌توانید انجام بدهید. کی می‌خواهد بباید مثلاً از نماز جمعه دژود نیشابور فیلم بگیرد و فیلم بسازد؟ اتفاقاتی که در آن می‌افتد، آدم‌هایی که آنجا زحمت می‌کشند؟ از ستادش تا امام جمعه‌اش تا انواع و اقسام آدم‌های متنوعی که آنجا می‌آیند. از استاد دانشگاهش تا کشاورزش تا رفتگرش تا معلمش تا... تا... تا.

اگر آن نهضت تولید محتوا شکل بگیرد، آن موقع در حوزه محتوای حرفه‌ای هم شما با یک جهشی مواجه خواهید شد. مستندسازی که ما الآن با آن‌ها در ارتباط هستیم و شما دارید فیلم‌هایشان را نمایش می‌دهید، این‌ها چه جوری مستند می‌سازند؟ یکی، دوتا، سه‌تا، ده‌تا سوژه به آن‌ها پیشنهاد می‌شود یا می‌بینند یا مطلع می‌شوند، از بین آن هفت هشت ده‌تا سوژه، یکی‌ش را انتخاب می‌کنند. دو ماه، سه ماه، پنج ماه، بیشتر و کمتر وقت می‌گذارند و یک کار می‌سازند. اگر مستند ساز ما، اگر فیلم ساز ما، اگر هنرمند ما به جای این که سوژه‌اش را از بین ده‌تا انتخاب بکند، از بین صدتا انتخاب بکند چه اتفاقی خواهد افتاد؟ اگر از بین هزارتا انتخاب بکند چه اتفاقی خواهد افتاد؟ آن عقبه پشتیبانی که برای هنر حرفه‌ای ما لازم است اینجا به کار می‌آید.

جشنواره عمار باید کم‌کم برای کلید زدن این مرحله از راهبرد خودش آماده بشود. باید بنشینید و روی این‌ها فکر بکنید. ایده‌پردازی کنید. به ابتکارات برسید. به ساز و کارهای مناسب برسید که ما چگونه می‌توانیم اولاً این محتواهای بالقوه‌ای که قابلیت تبدیل به محصولات رسانه‌ای و هنری و فرهنگی را دارند شناسایی بکنیم؟ ثانیاً چه جوری می‌توانیم این‌ها را استحصال کنیم و بسازیم؟ و ثالثاً چه جوری می‌توانیم این‌ها را به اشتراک بگذاریم؟

به نظرم این یکی از مهم‌ترین نکاتی است که در چشم‌انداز آینده جشنواره عمار باید از سوی دوستان جدی گرفته شود. طراحی‌هایی هم در دبیرخانه برای آن انجام می‌شود ولی قاعدتاً هر چقدر که شماها بیشتر فعال بشوید، بیشتر در ایده‌پردازی‌ها کمک و مشارکت بکنید، تصمیمات بهتری تولید می‌شود و انشاءالله نتایج پرثمرتری خواهد داشت.

نهضت تولید محتوا

سخن‌وحید جلیلی
دانش‌استاد گران‌کننده‌گان
مردمی جشنواره عمار



ammarfilm.ir

۰۲۱-۸۸۹۶۰۴۷۷

پیام کوتاه ۳۰۰۰۱۸۰۱

دبیرخانه جشنواره

مردمی فیلم عمار

