

حرف حساب

جای خالی اندیشه‌های امام خمینی (ره) در سینما



فرشته روح‌افزا
استاد دانشگاه و کارشناس فرهنگی

زندگی انسان‌های فداکار جامعه که خوش اندیشیدند باید در سینما به تصویر کشیده شود. وقتی شخصیتی مثل حضرت امام(ره) دنیا را متحول می‌کند که حتی غربی‌ها هم به این امر قائل هستند، چرا ما نباید در سینمایمان از این تحولات حرفی بزنیم؟ همه می‌دانیم که اندیشه‌های امام(ره) فقط منتج به بحث‌های داخل ایران و مردم ایران نشد و همه دنیا را تحت تأثیر قرار داد. ما افراد بسیاری را داریم که به واسطه امام(ره) مسلمان و شیعه شدند و حیف است جوانان ما در داخل کشور که این امام را داشتند، نتوانند از عمق این اندیشه والا آگاه شوند. ایشان فونداسیونی را در ایران اسلامی قرار دادند که با هیچ سلاحی تخریب نشد و ما با این همه تحریم اقتصادی، ترور، هجمه فرهنگی و انحرافات فکری که در فضای مجازی و فیلم‌ها وجود دارد، هنوز فونداسیون و ساختار اصلی انقلاب را حفظ کرده‌ایم. سینما و هنر تئاتر و موسیقی می‌تواند مردم دنیا را با دستاوردهای انقلاب اسلامی و اندیشه‌های ناب امام(ره) آشنا کند. ما نباید فراموش کنیم که سینما تنها هنر مؤثر این روزهای دنیا است چرا که می‌تواند بسیار جزئی‌نگر و ریزبین و تیزبین باشد. سینماگران ما می‌توانند پیام حق و پاک انقلاب اسلامی را در دنیا منتشر کنند و دنیا را نجات دهند. سینمای کنونی ما بسیار سطحی‌نگر و عاری از هنر است و هیچ گونه اثر بخشی ندارد و به همین دلیل هم فیلم‌های آن ماندگار نمی‌شود. چون در اندیشه مخاطب نمی‌ماند. سینما امروزه در کشور ما فضایی برای وقت تلف کردن شده است و نتوانسته‌ایم از این پتانسیل ارزشمند به درستی بهره‌گیری کنیم. این هنرمندان متعهد هستند که باید روی اندیشه‌های امام(ره) انگشت بگذارند و پیام زندگی ایشان را به دنیا مخابره کنند.

بازار نشر

بازنشر یک کتاب خاطره‌انگیز



«مهمان‌های ناخوانده»، اولین کتاب کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به چاپ سی‌ویکم رسید. کتاب «مهمان‌های ناخوانده» نوشته فریده فرجام با تصویرگری جودی فرمانفرمایان اولین کتاب کودکی در کانون است که نخستین بار در سال ۱۳۴۵ از سوی کانون پرورش فکری

کودکان و نوجوانان منتشر شد و اکنون شمارگان آن در سی‌ویکمین چاپ به ۴۱۲ هزار نسخه رسیده است.

کتاب «مهمان‌های ناخوانده» بخشی از هویت و فرهنگ ایران است و تصویرگران نیز به بازتاب دقیق فرهنگ کشور ایران پرداخته است.

کیمک به کسانانی که پناه می‌آورند، ترویج فرهنگ صلح، ارتباط بین نسلی و همزیستی مسالمت‌آمیز، برخی از مفاهیمی است که «مهمان‌های ناخوانده» به بازتاب آنها پرداخته است.

در بخشی از این کتاب خاطره‌انگیز که سال ۱۳۹۶ به عنوان میراث ناملموس به ثبت رسیده است، می‌خوانیم: «بره‌های مرغ به هم چسبیده بود، چشم‌هایش بی‌حال نگاه می‌کرد. پیرزن یک تکه پارچه پشت مرغ انداخت. مرغ هم کنار افتاق رفت، پایه‌ها را کرد تا خشک شود. پیرزن چادر خیسش را از سرش برداشته بود که دوباره صدای در را شنید.»

کتاب «مهمان‌های ناخوانده» در چاپ سی‌ویکم برای گروه سنی بالای چهار سال (نوباوه) با شمارگان ۲هزار۵۰۰ نسخه و قیمت ۲۵ هزار تومان منتشر شده و در دسترس علاقه‌مندان قرار گرفته است.

دیدگاه

احکام فرهنگی در لایحه عفاف و حجاب به خوبی دیده نشده است

اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس معتقدند در لایحه عفاف و حجاب که از سوی دولت ارائه شده احکام فرهنگی به خوبی دیده نشده است.

احمد راستینی، سخنگوی کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی می‌گوید: با توجه به ضعف‌هایی که در لایحه پیشنهادی دولت در حوزه عفاف و حجاب وجود دارد، اعضای کمیسیون فرهنگی با ارائه پیشنهاداتی در جهت رفع آنها تلاش دارند. در لایحه پیشنهادی مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و وظایف دستگاه‌های مسئول که نقشی در اجرای قانون مذکور دارند به درستی دیده نشده است و همچنین ضمانت‌های قانونی این سیاستگذارها باید مدنظر قرار بگیرد. راستینه به ادامه یادآور شد: اعضای کمیسیون فرهنگی ضمن تأکید بر تقویت قانون امر به معروف و نهی از منکر، معتقدند روح حاکم بر لایحه عفاف و حجاب با قانون امر به معروف و نهی از منکر در تعارض و تناقض است و این مسئله باید به صورت جدی مورد توجه قرار بگیرد.

سخنگوی کمیسیون فرهنگی در مجلس شورای اسلامی تأکید کرد: کشف حجاب در مجازات اسلامی جرم محسوب می‌شود، بر همین اساس روح لایحه نباید مانع بازآوردگی از این مسئله باشد و همچنین احکام لایحه عفاف و حجاب با در نظر گرفتن یکسری جرائم جزئی مالی نباید به دنبال عادی‌سازی آن باشد بلکه با حفظ جرم بودن کشف حجاب باید ظرفیت‌ها و احکام قانونی که بازدارندگی مناسبی برای این مسئله دارد، مدنظر قرار بگیرد.

نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: احکام فرهنگی لازم در لایحه عفاف و حجاب به درستی دیده نشده است و همچنین اعضای کمیسیون بر این باورند که جرائم در نظر گرفته شده در این لایحه برای مقابله با مصادیق بدحجابی از بازدارندگی کافی برخوردار نیست و این لایحه ضمانت اجرایی لازم را ندارد.



مستند

در گفت‌وگوی «جوان» با کارگردان مستند «لاتارینو» مطرح شد

لاتارینو

فضای شوآف استارت آپ‌ها را نقد می‌کند



محمدصادق عابدینی

مستند «لاتارینو» با هدف نقد اکوسیستم استارت آپ‌ها و نقد به عملکرد دولت حسن روحانی در مدیریت اشتباه استارت آپ‌ها به سستی که نفعی برای کشور نداشته باشند، از سفیر فیلم تولید و در حوزه هنری رونمایی شده است. مجید رستگار، کارگردان این مستند در گفت‌وگو با «جوان» درباره این مستند توضیحاتی ارائه داده است.

استارت آپ‌ها به عنوان کسب‌وکارهای خلاق و فکر محور همیشه مورد توجه قرار گرفته‌اند، اما در «لاتارینو» روی دیگری از این ماجرا را می‌بینیم، چه شد که به فکر ساخت این مستند افتادید؟

من این مستند را از نیمه دوم سال ۱۴۰۲ آغاز کردم و در واقع به آن اضافه شدم. پژوهش‌های آن و چند مورد مصاحبه تاریخ شفاهی انجام شده بود. سوزه و موضوع برای من جذاب بود و به همین دلیل پذیرفتم نوبسندگی و کارگردانی آن را بر عهده بگیرم و ساخت آن را به سرانجام برسانم.

استارت آپ‌ها به عنوان کسب‌وکارهای خلاق و فکر محور همیشه مورد توجه قرار گرفته‌اند، اما در «لاتارینو» روی دیگری از این ماجرا را می‌بینیم، چه شد که به فکر ساخت این مستند افتادید؟

زان ژورنالیستی زانری بود که تجربه نکرده بودم و بعد از اینکه تهیه‌کننده پذیرفت من با فرم خاص و فضاسازی مورد نظر کار را بسازم، پذیرفتم، چون روند اولیه و پژوهش‌ها در وهله اول خشک و تا حدی فاقد جذابیت‌های لازم بود و در کل باید تغییرات زیادی می‌کرد، پس فیلمنامه‌نویسی آن را با فضاسازی و شخصیت‌پردازی و به شکل جزیه‌بزه و دقیق با توجه به روند پژوهش‌های انجام‌شده آغاز کردم و به پایان رساندم که خود این کار پیچیدگی‌های خاص خودش را داشت، چون روی محتوا و روندی که مدنظر پژوهشگران بود، باید فیلمنامه‌نویسه می‌شد تا هم محتوا و هم فرم به خوبی کار را جلو می‌برند که واقعا سخت بود و خیلی جاها هم دست من را می‌بست.

گفت‌وگو

در گفت‌وگوی «جوان» با روحانی فعال در امور فرهنگی مطرح شد

ارتباط چهره‌به‌چهره هنوز بهترین شیوه تعامل روحانی بانوجوانان است



هادی عسگری

روحانی کردستانی تبلیغ چهره‌به‌چهره را راهکاری برای ارتباط بهتر روحانیون با نوجوانان می‌داند که می‌تواند باعث فرهنگ‌سازی بهتر در میان گروه سنی نوجوانان شود. حجت‌الاسلام سیدمیثم موسوی که روحانی شهرستان دهگلان و رئیس اداره تبلیغات اسلامی این شهرستان است، در گفت‌وگو با «جوان» در خصوص شیوه‌های ارتباط فرهنگی با نوجوانان و جوانان می‌گوید: «ارتباط با نوجوانان و جوانان همیشه موجب می‌شود بزرگ‌ترها در هر جایگاهی بتوانند درک درستی از رفتارها، خواسته‌ها و مطالبات آنها داشته باشند. بنده برای برقراری ارتباط بهتر و مؤثر نوجوانان با روحانیون سعی داشتم از طریق برگزاری اردوهای فرهنگی و تفریحی، زمینه تعامل و ارتباط بیشتر نوجوانان با روحانیون فراهم کنم، چون معتقدم تبلیغ چهره‌به‌چهره می‌تواند بیشترین بازدهی و تأثیر را در میان نوجوانان و حتی عموم مردم داشته باشد.» موسوی می‌افزاید: «تلاش این است که بتوانم از تمام سنین چه کودکان و چه نوجوانان و جوانان با استفاده از اردوهای تفریحی، آموزشی و فرهنگی زمینه ارتباط با این اقشار را فراهم کنم.»

این فعال دینی و فرهنگی خاطر نشان می‌کند: «شاید تصور بر این باشد که کودکان و نوجوانان نمی‌توانند به خوبی با روحانیون ارتباط برقرار کنند اما در واقع در برخورد اول نوجوانانی که برای شرکت در اردوی تفریحی و فرهنگی دعوت شده بودند، در نخستین برخورد احساس شادمانی داشتند که با یک روحانی می‌توانند اردویی شاد و خاطره‌انگیز را برای خود رقم بزنند.» موسوی در پایان با اشاره به فعالیت‌های رسانه‌ای و فرهنگی برای انحراف نسل جوان از آموزه‌های دینی و اخلاقی می‌گوید: «رسانه‌های بیگانه با تبلیغاتی که علیه ارزش‌های دینی و اسلامی و همچنین بدجلو دادن چهره

مبلغان و روحانیون در پیش گرفته‌اند، سعی دارند ارتباط مردم و روحانیون را کاهش دهند، روحانیون چه شیعه و چه سنی باید تلاش کنند از طرق مختلف این ارتباط را حفظ و افزایش دهند و با راه مؤثری در این راستا باشند.»

نمای نزدیک

بازتاب



مدیران بازار یابی هالیوود سراغ هوش مصنوعی رفتند

شرکت‌های بازار یابی در هالیوود با استفاده از هوش مصنوعی، شروع به شبیه‌سازی بازار فروش فیلم کردند.

مدیران استودیوهای فیلمسازی در هالیوود با استفاده از هوش مصنوعی ChatGPT موضوع بازار یابی فیلم‌ها و تقویت کمپین‌های فروش را دنبال می‌کنند. ورود هوش مصنوعی به عرصه بازار یابی در هالیوود، جدیدترین رخ‌نمایی هوش مصنوعی در عرصه صنعت فیلم است. دیوید استیف، پژوهشگر حوزه هوش مصنوعی می‌نویسد: با استفاده از هوش مصنوعی پیش‌بینی‌کننده، می‌توانید پیش‌سریعی در مورد تأثیر هر استعداد بر تقاضا (و سایر نتایج تجاری) برای مجموعه به دست آورید، سپس با حفاری عمیق‌تر، می‌توانید پیش‌بینی‌هایی را ببینید که کدام مخاطب‌باز و گروه‌های طرفدار بیشترین طنین‌اندازی را با هر بازیگر خواهند داشت. در نهایت، تیم می‌تواند از این پیش‌ها در فرایند تصمیم‌گیری خود استفاده کند، سپس با استفاده از هوش مصنوعی مولد، می‌توانید صحنه‌های کلیدی را با تأثیرگذارترین استعدادها تجسم کنید، فیلمنامه را زنده کنید و خلاقان و تصمیم‌گیرندگان را همسو کنید. بیابید بگوییم که تیم ۱۰ رویکرد موقعیت‌یابی برای بازار یابی این سری ارائه کرده است. در زمان‌های قدیم و تحقیقات سنتی، انجام چنین کاری باعث می‌شد ماه‌ها منتظر بمانید و هزینه‌ها را پرداخت کنید، به خصوص اگر در حال کاوش در بازارهایی فراتر از ایالات متحده بودید، اما اینجاست که قدرت هوش مصنوعی پیش‌بینی‌کننده در خشد می‌تواند به سرعت تقاضای مخاطب را برای هر ۱۰ استراتژی شبیه‌سازی کند. به شما یک سنخ سریع می‌دهد که کدام رویکرد بیشترین طنین‌انداز را دارد، سپس با هوش مصنوعی مولد، می‌توانید شروع به ایجاد درای‌های کلیدی کمپین و هنر مفهومی کنید تا موقعیت‌یابی را زنده کنید.



نکاتی درباره نمایش قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب

حوزه هنری در نظر دارد از میان داستان‌های مجموعه کتاب «قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب»، نمایش‌هایی را با هدف آموزش و فرهنگ‌سازی برای گروه سنی کودک و نوجوان اجرا کند.

سیدحسین موسوی‌نیا، مسئول واحد قصه و روایت بخش کودک و نوجوان حوزه هنری ضمن اشاره به برگزاری نمایش برای کودکان بر اساس مجموعه «قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب» نکاتی را درباره این نمایش‌ها بیان می‌کند:

۱) مادر برنامه‌های حوزه کودک و نوجوان تلاش می‌کنیم به صورت جدی از قصه و روایت در تولید محتوا استفاده کنیم چرا که قصه، زبان مشترک آدم‌ها در همه فرهنگ‌ها و مناطق است و می‌تواند عامل پیونددهنده انسان‌ها باشد.

۲) رویکرد جدید برنامه «قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب»، برجسته کردن و توجه به قهرمان‌های اقلیمی است. قرار است قصه قهرمان‌ها را

روایت کند، زنده نگه دارد و تکریم کند، حتی اجزای برنامه روی صحنه نیز سعی شده در هر اقلیم متفاوتی مبتنی بر ظرفیت‌ها و مقتضیات آن اقلیم باشد تا هویت فرهنگی- تاریخی آن منطقه به واسطه روایت قهرمانان آن خطه برای مخاطب برجسته شود.

۳) قهرمان‌ها، عصاره فرهنگی- تاریخی یک ملت هستند تا جایی که می‌شود تغییر سلیقه، اندیشه و ذائقه فکری- فرهنگی یک جامعه را از تغییر الگوها و قهرمان‌های آن جامعه شناخت، لذا پرداختن به مسئله قهرمان و روایت هنری قهرمان اقدامی بسیار مهم، جدی و فرهنگ‌ساز است.

۴) از چیزهایی که تلاش می‌کنیم در قالب برنامه‌ها به آن توجه کنیم این است که قهرمانان را برای بچه‌ها دست‌یافتنی کنیم، اتفاقات مثبتی

در کشور ما رخ داده، اما تصور ذهنی نوجوانان و جوانان ما این است که نمی‌توانند مثل آن قهرمان باشند.