جوان

روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیرعامل و مدیر مسئول: عبدالله گنجی
سردبیر: غلامرضا صادقیان
آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری تقاطع میرزای شیرازی، پلاک ۳۸۴
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۸۴۷۳
روابط عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نمابر: ۶-۸۸۸۴۵۶۳۴
توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۷۷-۷۶-۸۸۴۹۸۴۷۵
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان
www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۵۳۲۴ | شنبه ۱۲ اسفند ۱۳۹۶ | ۱۴ جمادی‌الثانی ۱۴۳۹ | اذان ظهر: ۱۲:۱۶ |
غروب آفتاب: ۱۸:۰۱ | اذان مغرب: ۱۸:۱۹ | نیمه‌شب شرعی: ۲۳:۳۴ | اذان صبح فردا: ۰۵:۰۸ | طلوع آفتاب فردا: ۰۶:۳۱ |

خبر

سریال ۹۰ قسمتی سعدی و حافظ و خواجوی کرمانی کلید خورد

سریال مفاخر ایرانی در سطح جهانی ساخته خواهد شد و هنرمندان شیرازی از نقش‌آفرینان این آثار هستند.

علی دارابی در مراسم آغاز ساخت سریال مفاخر ایران در شیراز گفت: آثار حافظ و سعدی زمینه‌ساز گفت‌وگو با جهان و نشان از صلح و دوستی ایرانیان دارد. دارابی افزود: آثار تمدنی کشور ما در تبادل، تعامل و ارتباطات جهانی که گفت‌وگو نقش ایفا می‌کند، پشتوانه‌ای قوی و غنی است. وی ادامه داد: مفتخریم که دیوان حافظ، بوستان و گلستان سعدی جزو ۱۰۰ اثر برتر جهان است. دارابی بیان کرد: ما در خانه، کنار قرآن کریم و مفاتیح‌الجنان، بوستان و گلستان و دیوان حافظ را داریم و به این افتخارات می‌بالیم و این داشته‌های ماست. معاون امور استان‌های صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران خاطرنشان کرد: بسیاری از صاحبنظران جهانی از جمله گوته با افتخار گفته‌اند که متأثر از سعدی و حافظ هستند و ما اگر به دنبال بازسازی گذشته‌مان هستیم باید به سرغ آثار بزرگان برویم. دارابی در ادامه گفت: رئیس‌جمهور فرانسه به احترام سعدی، نام او را بر فرزندان خود می‌گذارد و به تاریخ و ادبیات ایران‌زمین احترام می‌گذارد. وی افزود: اگر به دنبال حفظ آثار فارسی و حفظ تمدن ایران و اسلام هستیم، باید به آثار حافظ، سعدی و خواجو اهتمام بورزیم.

دارابی تأکید کرد: اگر به دنبال ارائه تصویری شفاف و روشن از گفت‌وگو، مدارا و صلح‌جویی ایرانیان به جهانیان هستیم، باید به آثار سعدی و حافظ رجوع کنیم. دارابی گفت: اگرچه امروز در شیراز شاهد افتتاح کار سه خورشید هستیم و قهرمان کردستان سلطان سنجر، قهرمان بختیاری‌ها بی‌بی مریم و فرزندش شیرعلی مردان، حماسه عشایر عرب غیور ایران در برابر تجاوز انگلیس در خوزستان، در مراکز استان‌های مختلف در حال تولید و ساخت است، اما تفاوت این مجموعه از آن جهات است که ما برای نخستین بار در عرصه فرهنگ و هنر وارد شده‌ایم. دارابی عنوان کرد: این وظیفه ماست، آنچه را که استان فارس و شیراز به عنوان پایتخت فرهنگ و هنر ایران دارد، ادا کنیم. وی گفت: استادان و هنرمندان فارس نقش اول را در خلق، تولید و ساخت اثر خواهند داشت. تمام تلاش ما و همکاران در صداوسیما و مرکز فارس بر این است که از بهترین، نام‌آورترین و مجرب‌ترین عوامل و عناصر در حوزه کارگردانی، تولید و بازی برای این کار استفاده و در تراز جهانی تولید شود.

وی بیان کرد: امیدوارم با عوامل در نظر گرفته شده، کاری فاخر و ارزشمند که تصویری از توانمندی، قابلیت، ارزش‌های ایرانی و فرهنگ و تمدن ایران را در قالب تصویر، نمایش، فیلم سینمایی و مجموعه سریال این سه بزرگ به جهانیان ارائه دهیم تا همه جهان به احترام ایران بایستند و کلاه از سر بردارند. این سریال ۹۰ قسمتی با هدف معرفی سابقه تمدنی و چهره‌های شاخص سعدی، حافظ و خواجوی کرمانی در مدت پنج تا هفت سال ساخته می‌شود. تفاهمنامه ساخت این سریال به امضای سهرابی، مدیرکل صداوسیمای مرکز فارس و نماینده سیدمحمد صدرهاشمی‌نژاد، سرمایه‌گذار این سریال رسید. در این مراسم از تمبر سریال مفاخر ایران رونمایی شد.

سیما

سریال‌های اروپایی به درد صداوسیما نمی‌خورد

یک دوبلور پیشکسوت درباره دوبله بیش از حد آثار چینی و کره‌ای در صداوسیما بیان کرد: متأسفانه این مشکلات هست و کاری هم نمی‌توان کرد. سریال‌های اروپایی به درد صداوسیما نمی‌خورد، خود من در این سریال‌های چینی کمتر حرف می‌زنم و چون علاقه‌ای ندارم کارم بیشتر گویندگی مستند شده است.

ناصر ممدوح درباره اینکه چرا کمتر تجلیلی از دوبلورها صورت می‌گیرد در حالی که آنها بیشتر در پشت صحنه فعالیت دارند و شناخته شده نیستند، بیان کرد: بله متأسفانه همینطور است و به قول شما این درحالی است که کمتر دیده می‌شویم و بیشتر صدای‌مان به گوش می‌رسد. وی در پاسخ به اینکه چرا بیشتر تجلیل‌ها از دوبلورها از طرف نهادهای خصوصی صورت می‌گیرد، عنوان کرد: هر صنفی می‌تواند این کار را انجام دهد، به طور مثال خانه سینما ۳۲ صنف دارد و یک صنف هم گویندگان فیلم‌ها هستند. با این حال کسانی که در انجمن هستند کمی اهمال کاری می‌کنند، البته خود من هم در این انجمن هستم، ولی باید این نکته را بیان کرد. به طور مثال مراسم تجلیل از مهدی علیمحمدی که چند روز پیش برگزار شد، باید زودتر از اینها انجام می‌شد. این دوبلور پیشکسوت اضافه کرد: بسیاری دیگر هنوز هستند که باید به آنها توجه کرد، ما صداهایی داریم که دیگر صدایی مثل آنها تکرار نشده و هنوز تجلیلی هم از آنها صورت نگرفته است. ممدوح در پایان درباره مشکلات دوبلورها و همچنین دوبله بیش از حد آثار چینی و کره‌ای در صداوسیما بیان کرد: متأسفانه این مشکلات هست و کاری هم نمی‌توان کرد. سریال‌های اروپایی به درد صداوسیما نمی‌خورد، خود من در این سریال‌های چینی کمتر حرف می‌زنم و چون علاقه‌ای ندارم کارم بیشتر گویندگی مستند شده است.

مبدع پویش «افتخارم ایران» در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی:

دانش‌آموزانم با افتخارات ملی آشنا نبودند

معصومه طاهری

شما چقدر با افتخارات ملی و بین‌المللی ایران آشنا هستید؟ این سؤالی است که معلم یک مدرسه تیزهوشان در رابطه با دانش‌آموزانش به آن رسید، جواب‌های دانش‌آموزان به شکلی بود که معلم جوان ایده روبات و کمپین «افتخارم ایران» را در فضای مجازی به‌راه انداخت؛ کمپینی که تلاش می‌کند دستاوردهای علمی، فرهنگی و اقتصادی ایران را به مخاطبان که قشر اعظم آنها دانش‌آموزان هستند ارائه دهد و با استقبال خوبی از سوی کاربران فضای مجازی هم روبه‌رو شده است. احمد فروزبخش کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، معلم دبیرستان‌های استعدادهای درخشان و مدرس دانشگاه همچنین فعال در عرصه فضای مجازی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی است که با وی در این مورد به گفت‌وگو نشستیم.

چطور به فکر راه‌اندازی پویش «افتخارم ایران» افتادید؟

طی چندین سالی که در دانشگاه و دبیرستان‌ها تدریس داشتم با این مسئله مواجه شدم که دانشجویان و دانش‌آموزان به شکلی نسل جوان حتی مردم عادی، اطلاع دقیقی از پیشرفت‌های کشور در زمینه‌های مختلف ندارند. درحالی که بعضی از این افتخارات وجهه بین‌المللی داشتند و در دنیا ممتاز بودند، اما متأسفانه مردم اطلاعی از آن نداشتند. مقام معظم رهبری در همین سخنرانی چند روز پیش هم تأکید داشتند که ما در مسئله تبلیغات ضعیف و کم ابتکاریم و توصیه کردند این پیشرفت‌ها با کارهای مبتکرانه و خلاقانه برای مردم مطرح شود. در واقع، آنچه که برای رسانه‌ها بیشتر از بقیه مطالب جذاب بوده و هست و مردم آن را شنیده‌اند، مشکلات، نارسایی‌ها و اتفاقات فاجعه بار بوده است. مثلاً اتفاقات تلخی مانند پلاسکو یا سانچی با وجود مهم بودن، حساس‌تر و تأثیرگذارتر از آنچه که واقعاً هستند نشان داده می‌شوند و یک پیشرفت ویژه که در زندگی ما می‌تواند تحول ایجاد کند توسط رسانه‌ها دیده نمی‌شود یا به اندازه کافی به آن پرداخته نمی‌شود. به قول رسانه‌های غربی، خبرهای بد، برای رسانه‌ها، خبرهای خوبی هستند. طبق مشاهدات و تجربیاتم، هنگامی که برای دانش‌آموزان و دانشجویان به صورت مستند حتی از منابع معتبر خارجی پیشرفت‌های ویژه کشورمان را نقل می‌کردم، با تعجب و همراهی بسیار خوب آنها مواجه می‌شدم. از این رو تصمیم گرفتم تا از بستر شبکه‌های اجتماعی که امروزه برای مردم بسیار مقبول و سهل است استفاده کنم و پویشی در سطح ملی با افتخارات ایران تعریف کنم.

طی چندین سالی که در دانشگاه و دبیرستان‌ها تدریس داشتم با این مسئله مواجه شدم که دانشجویان و دانش‌آموزان و به طور کلی نسل جوان حتی مردم عادی، اطلاع دقیقی از پیشرفت‌های کشور در زمینه‌های مختلف ندارند

پس این ایده خود دانش‌آموزان بود؟

این کار، پاسخی به نیاز و درخواست دانش‌آموزان بود. آنها می‌خواستند که بیشتر بدانند و این کار جوابی به این نیاز بود.

لطفاً این پویش را بیشتر توضیح دهید.

پویش مبتنی بر یک روبات تلگرامی است. کافی است به روبات @eftekharam_iran_bot مراجعه و در پویش ثبت نام کنید، سپس می‌توانید یکی از ۳۲ افتخار ویژه و بین‌المللی ایران را انتخاب کنید. روبات بر اساس انتخاب شما و با تصویری که شما از خودتان به او داده‌اید (دلخواه) یک پوستر ویژه از موفقیت‌های میهن‌مان طراحی می‌کند. در فرآیند کمتر از یک دقیقه از اینجا به بعد می‌توانید این پوستر را برای دوستان‌تان بفرستید یا در گروه‌ها و کانال‌های دیگر به اشتراک بگذارید یا حتی این تصویر را در صفحه اینستاگرام خود قرار دهید. با این کار امتیاز بیشتری به شما تعلق خواهد گرفت که در چهار مرحله قرعه کشی بسیار مؤثر خواهد بود.

دانش‌آموزان شما چقدر با این پویش همراهی کردند؟

همراهی بسیار خوبی داشتند. در کل استقبال بچه‌ها از کارهای نوآورانه به‌خصوص در بستر فضای مجازی مثبت است، البته درباره تأثیرگذاری نمی‌توان به صورت مستقیم تأثیر را اندازه گرفت. امور فرهنگی را خیلی سخت می‌توان کَمی کرد اما در کل راضی بودم.

تیم سازنده و پیگیری کننده پویش چند نفر بودند؟

طراحی پویش با کمک گروه فرهنگی «پارسا سایبر» انجام شد. این گروه بر اساس تحقیقات چند ساله پیرامون پویش‌ها و چالش‌ها در شبکه‌های اجتماعی و با تشکیل یک اتاق فکر این پویش را طراحی کردند. جدای از تیم فکری، یک تیم محتوایی وظیفه تأمین محتوا را برعهده داشتند. یک تیم حرفه‌ای هم طراحی گرافیکی و تیم دیگر هم طراحی روبات را انجام دادند. چندین نفر نیز در قالب دو تیم کار پشتیبانی سایت و شبکه‌های اجتماعی طرح را برعهده داشتند. سازمان فضای مجازی سراج نیز پشتیبانی طرح را برعهده داشت که وظیفه خودم می‌دانم تقدیر ویژه‌ای از آقای امینی داشته باشم.

چرا از جوایز ایرانی برای پویش استفاده نکردید؟

در این مورد باید سه نکته را عرض کنم. این پویش در واقع برای نسل جوان طراحی شده بود و نسل هدف در آن، دانش‌آموزان بودند. از این‌رو باید جوایز در یک حیطه قیمتی محدود، برای این گروه سنی بسیار جذاب باشند. انتخاب نوع جوایز براساس مشورت و تجربه کار با این گروه سنی بود. نکته دوم این که این جوایز اگر ایرانی بودند بسیار بهتر بود و می‌توانست در فرهنگ‌سازی نیز مؤثرتر عمل باشد، اما متأسفانه این نوع کالاها به‌صورت ایرانی موجود نبودند. از طرفی قرار نبود که این پویش همه مشکلات را با هم حل کند. هدف اصلی جذب و آشنا کردن جوانان با موفقیت‌های ایران بود. البته از خیلی از متخصصان درخواست کردیم که پیشنهادات ایرانی ارائه دهند که متأسفانه با این اوصافی که ذکر کردیم، هیچ پیشنهاد مناسبی از طرف هیچ‌کس ارائه نشد. امیدوارم در مرتبه بعدی، هم کالای ایرانی متناسب با اهداف پویش داشته باشیم و هم این ضعف پویش که شرکت در پیام‌رسان خارجی بود را درست کنیم. در این‌باره با پیام‌رسان‌های داخلی برای برنامه‌های بعدی هماهنگی‌هایی داشتیم.

به نظرتان برای فرهنگ‌سازی میان دانش‌آموزان خصوصاً تیزهوشان چه باید کرد؟

دانش‌آموزان واقعاً نیاز به اطلاعات معتبرو جذاب در قالب‌های نو و مبتکرانه دارند. تجربه تیم کاری ما مؤید این مطلب بود که اگر کار از نظر محتوایی خوب باشد و از نظر ساختار نیز جذاب طراحی شود، می‌توان روی تأثیرگذاری آن روی قشر جوان حساب باز کرد.

در پایان اگر نکته‌ای لازم است بفرمایید.

از مسئولان در حوزه‌های مختلف، از امور فرهنگی تا اموری که شاید ظاهراً اصلاً ارتباطی به فرهنگ ندارد، تقاضا دارم روی مسئله پویش‌ها و چالش‌ها در شبکه‌های اجتماعی با کمک متخصصان بیشتر سرمایه‌گذاری کنند. آینده پژوهی نشان می‌دهد که موج جدید روی این قالب از تحرکات در فضای مجازی شکل خواهد گرفت. مثلاً سازمان‌هایی می‌توانند کارهای تبلیغاتی، اطلاع‌رسانی یا حتی فرهنگ‌سازی خود را به جای روش‌های قدیمی‌تر روی بسترهای جدید مانند بسترهایی نظیر پویش‌ها و چالش‌ها سوار کنند برای این کار هم می‌توانند روی جوانان متخصص و فعال حساب ویژه‌ای باز کنند.

حکمت

حکمت ۲۹۰

اگر خدا تهدید به عذاب در برابر عصیان نکرده بود، باز واجب بود که به پاس نعمت‌هایش نافرمانی او نشود.

نما | حسین کشتکار

چه کسانی آرامش مهناز افشار را به هم زدند؟!

جواد محرمی

اگر رفتارهای مهناز افشار در مخالف‌خوانی با برخی قوانین کشور را در قالب رهیافت‌های روانشناسانه بررسی کنیم، احتمالاً به تحلیل‌های دقیق‌تر و جالب‌تری دست پیدا می‌کنیم.

مهناز افشار تا پیش از ازدواجش با یاسین رامین که سرآغاز حملات رسانه‌ای یک طیف سیاسی به او شد، در فضای مجازی و حقیقی به عنوان هنرمندی کم‌حاشیه، محجوب و آرام شناخته می‌شد.

او اساساً تمایلی به اظهارنظرهای نامتعارف سیاسی نشان نمی‌داد اما حواشی و اتفاقاتی که پس از ازدواج برای او رقم خورد، مهناز افشار را از لاک خود بیرون کشید تا خودش را در یک جنگ نرم تمام‌عیار تعریف کند؛ جنگی که عرصه و عمق میدان آن را دیگران برایش تعریف کردند و او ناخواسته خودش را به داخل آن پرتاب کرده بود برای همین او آغازگر نبرد با جبهه‌ای شد که اساساً هیچ نقشی در فضاسازی رسانه‌ای علیه او و همسرش نداشتند.

آنهایی که در فضای مجازی و حقیقی او را زیر سیل طعنه و کنایه می‌گرفتند، در واقع از این ناراحت بودند که او تن به ازدواج با آقازاده یکی از مسئولان دولت احمدی‌نژاد داده بود.

او حالا دیگر بیش از آنکه همسر یاسین رامین باشد، عروس معاون وقت مطبوعاتی دولت دهم بود. این برای یک جماعت تندرو کافی بود تا چشمشان را ببندند و بخشی از توپخانه پرحجم و بی‌رحمشان را سمت مهناز افشار بگیرند و برای اعلام برائت‌های سلبریتی سابقاً بی‌حاشیه سینمای ایران از پدر شوهر، گوش شنوایی نداشته باشند.

مهناز افشار برای اینکه ثابت کند به لحاظ فکری ربطی به جناح اصولگرا ندارد، تقریباً دست به هر کاری زد. فعالیت‌هایش را در فضای مجازی گسترش داد.

ابتدا به عنوان یک فعال اجتماعی بیشتر به امور مربوط به زنان و کودکان پرداخت، اما به تدریج سمت و سوی اظهارنظرها و مواضعش را به سمت اموری چرخش داد که باب میل همان جماعتی باشد که او را زیر موج بدوبیراه گرفته بودند، ولی هر قدر که او بیشتر خودش را لیبرال مسلک و طرفدار مثلاً آزادی‌های اجتماعی و سید محمد خاتمی و لغو حصر سران فتنه نشان می‌داد، طعنه و کنایه‌های طیف تمامیت خواه درباره شیرخشک‌های وارداتی همسرش تمامی نداشت.

ظاهراً از او انتظار می‌رفت بیشتر خودش را هزینه کند و شاید تا پای جان برای آنها مایه بگذارد. او باید فعالیت‌هایش را افزایش می‌داد. تعداد فالورهای اینستاگرامش نشان می‌داد خیلی بیش از آنچه تلاش می‌کند، می‌تواند از خود استعداد نشان بدهد.

ماجرای شیرخشک‌های تاریخ مصرف گذشته برای قوه قضائیه تنها یک پرونده بود، مانند پرونده‌های دیگر، اما برای طیف تندرو از مخالفان دولت دهم این معنای دیگری داشت. آنها می‌خواستند مهناز افشار یک درس عبرت دیگر باشد برای همه آنهایی که به هر نحوی در انتخاب‌هایشان خط قرمزهای سیاسی آنها را جدی نمی‌گرفتند.

در چنین شرایطی مهناز افشار یا باید قید ادامه زندگی با همسرش را می‌زد و از این طریق دل کاربران (بخوانید لاشخورها) فضای مجازی را به دست می‌آورد تا احتمالاً برای همیشه دست از سر او بردارند یا دور سینما و بازیگر خط می‌کشید، اما او بهترین راه را ذوب‌شدن در خواسته‌های طیف سیاسی لیبرال تشخیص داده بود تا به واسطه یک ازدواج و پیامدهای ناخواسته آن به شوالیه تمام عیار فرهنگی و سیاسی یک تفکر تبدیل شود؛ شوالیه‌گری که از اشتهایی سیری‌ناپذیر برای قرار گرفتن در یک قالب فکری حکایت داشت؛ سیری از مخالف‌خوانی ای که دامنه‌ای برایش ترسیم نشده است.

همین باعث‌شده تا او خودش را در حد دفاع از ماجرای رسانه‌ای دختران خیابان انقلاب تنزل دهد و مانند یک ماشین که برنامه‌اش را تعریف کرده‌اند به طور خودکار عمل کند؛ برنامه‌ای که در آن دروغگویی امری مذموم نیست چراکه می‌توان یک روز مدعی شد مانع حضور او در پوستر یک سریال شده‌اند و روز دیگر توئیت زد که مشکل به لطف مثلاً حمایت مردم حل شده است. مهناز افشار هرقدر بازیگر خوبی باشد قطعاً در مدرسه نمره تاریخش خوب نبوده و نمی‌داند که لیبرال‌ها هرگز به اصلی‌ترین مهره‌هایشان هم تا پایان کار وفادار نمانده‌اند.

نظام‌نامه جدید اکران ابلاغ شد

آیین‌نامه نویسی برای مقابله با مافیای سینما

محمدصادق عابدینی

سازمان سینمایی با ابلاغ آیین‌نامه اکران در سال ۹۷، اعلام کرده است این آیین‌نامه نظارت بر عملکرد دفاتر پخش فیلم را در پی دارد؛ مسئله‌ای که در صورت اجرا به مذاق مافیای سینما خوش‌ایند نخواهد بود.

شیوه‌نامه اکران یا همان آیین‌نامه اکران، مقرراتی است که به صورت سالانه برای اکران سینماها وضع می‌شود و یکی از مهم‌ترین بندهای آن تعیین میزان سهمیه برای پخش کننده و البته تعداد سینماهای سرگروه است. اینکه چه فیلمی در چه زمانی اکران شود و در کدام گروه سینمایی حضور داشته باشد، مسئله‌ای است که از نظر اقتصاد سینما بسیار جدی است و حتی می‌تواند سرنوشت یک فیلم را به طور کلی عوض کند. بارها پیش آمده است که یک فیلم که از نظر کیفیت ساخت متوسط یا حتی ضعیف بوده به دلیل برخورداری از شرایط اکران خوب، با سود قابل توجهی مواجه شود و در مقابل فیلم‌های سینمایی هستند که شرایط بدی که اکران به آنها تحمیل کرده است، باعث شده که با وجود پتانسیل خوب، با شکست تجاری روبه‌رو شوند. همین مسئله در ماه‌های گذشته اعتراض بسیاری از شرکت‌های پخش کننده فیلم را در پی داشت. مدیران این شرکت‌ها که معمولاً از تهیه‌کنندگان سینما هستند در مصاحبه‌های تندی، یکی از همکاران خود را به ایجاد رانت در اکران فیلم متهم می‌کنند؛ اتهامی که گویا چندان هم بی‌ربط نیست و در یک رقابت نابرابر، یکی از شرکت‌های پخش کننده، توانسته است با دیگر دفاتر پخش را از گردونه خارج کند. یکی از نکاتی که نظام‌نامه اکران به آن توجه شده، ایجاد عدالت در اکران‌هاست. سازمان سینمایی اعلام کرده: «تشکیل شورای عالی اکران جهت رسیدگی به عملکرد کارگروه اکران و نظارت بر اکران عادلانه و ایجاد تنوع در نمایش فیلم‌ها، با حضور معاون نظارت و ارزشیابی سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری» است یا بند دیگری که در آیین‌نامه به چشم می‌خورد، «تشکیل کمیته انضباطی نمایش به منظور نظارت دقیق بر عملکرد دفاتر پخش فیلم و سینماها جهت پیشگیری از تخلفات احتمالی» است. در ضمن سازمان سینمایی اعلام کرده در آیین‌نامه جدید «مسئولیت‌پذیری بیشتر معاونت نظارت و ارزشیابی در حوزه نمایش و نظارت بر اکران عادلانه فیلم‌ها» را به دنبال خواهد داشت. با اعلام شرایط جدید اکران می‌شود گفت که حداقل روی کاغذ می‌توان انتظار داشت در سال آتی، رقابت فیلم‌های سینمایی برای اکران منجر به فاجعه‌ای که امسال شاهد آن بودیم، نمی‌شود. امسال به خاطر سیاستگذاری غلط و برنامه‌ریزی یک سویه برای اکران‌ها، شاهد آن بودیم که در نیمه دوم سال تعداد زیادی فیلم در یک بازه کوتاه اکران شد.

خبر

حضور ۹۲۰۰ دانش‌آموز در جشنواره دانش‌آموزی دفاع مقدس

سیزدهمین دوره جشنواره خودجوش دانش‌آموزی فیلم دفاع مقدس به همت جمعی از هنرمندان سینما، نویسندگان و جانبازان دوران دفاع مقدس با هدف تغییر روحیه آسیب‌دیدگان زلزله استان کرمان، در شهرستان‌های کوهبنان و راور برگزار شد.

در ایام برگزاری جشنواره خودجوش دانش‌آموزی فیلم دفاع مقدس تمامی دانش‌آموزان شهرستان‌ها و روستاهای اطراف کرمان به طور رایگان به محل برگزاری جشن منتقل شدند و از برنامه‌های شاد و آموزنده آن استفاده کردند. در حاشیه این برنامه به تمامی دانش‌آموزان این مناطق بسته‌های نوشت‌افزار اهدا شد و کتاب «آن بیست و سه نفر» خاطرات احمد یوسفزاده از آزادگان نوجوان کرمانی و فیلم مستند مربوط به آن، بین تمامی معلمان به رایگان توزیع شد. هنرمندانی همچون امیرمحمد متقیان، مالک حدپور سراج، محمدرضا هدایتی، سیدعلی صالحی (بازیگران سینما و تلویزیون) بهزاد کریمی (شعبده باز) و آقایان سیدرضا میر کریمی، حسین ترابی و همایون امامی (کارگردانان سینما)، ملا صالح قاری (آزاده قهرمان) و احمد یوسفزاده (نویسنده) با همراهی در برگزاری این جشنواره ضمن اجرای برنامه‌های بسیار شاد، جهت بالا بردن روحیه سختی پذیری در مقابله با مشکلات گذرای زلزله، دانش‌آموزان را با معارف مقاومت ملت ایران در زمان دفاع مقدس آشنا کردند. طی چهار روز برپایی سیزدهمین دوره این برنامه بیش از ۹ هزار و ۲۰۰ دانش‌آموز این مناطق به همراه تعدادی از والدین و معلمان خود از این برنامه‌های مفرح استفاده کردند. این برنامه‌ها به صورت کاملاً خودجوش، توسط شهید سعید سیاح طاهری از شهدای مدافع حریم و حرم پایه‌گذاری شده و تمامی دوره‌های آن صرفاً در مناطق محروم و آسیب‌دیده با سیاست سه‌گانه (کمترین قیمت، بیشترین تعداد و بهترین تأثیر) اجرا می‌شود.

آغاز رسمی فعالیت یک شبکه تلویزیونی

«ایران‌کالا» شبکه‌ای با آرزوهای بزرگ

محمد صادقی

ماه‌ها بعد از فعالیت آزمایشی شبکه ایران‌کالا، این شبکه تلویزیونی از امروز فعالیت خود را رسماً آغاز خواهد کرد؛ شبکه‌ای که نامش کمتر از دیگر شبکه‌ها به گوش بیننده‌های تلویزیون خورده، اما قرار است اهداف بزرگی را دنبال کند.

شبکه تلویزیونی ایران‌کالا، بعد از گذشت بیش از یک سال از آغاز فعالیت آزمایشی‌اش، از امروز رسماً فعالیت خود را آغاز می‌کند؛ شبکه‌ای که برای مخاطبان تلویزیون چندان شناخته شده نیست! عبدالعلی علی‌عسکری، رئیس صداوسیما درباره «ایران‌کالا» می‌گوید: از وظایف این شبکه معرفی توانمندی‌های اقتصادی کشور و حمایت از شرکت‌ها و کارگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط است تا از این طریق به توسعه پایدار کشور و کاهش بیکاری و رفع مشکلات کمک شود. از دیگر اهداف «ایران‌کالا»، تبلیغ خدمات ایرانی و البته توسعه گردشگری است. کمک به بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط، کمک به ایجاد مهارت‌های فنی برای جوانان و کمک به روند سرمایه‌گذاری از جمله اهدافی است که قرار است ایران‌کالا آنها را محقق کند.

زمانی که در موج راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی، شبکه‌ای با نام «بازار» راه‌اندازی شد و شروع به معرفی کالاهای ایرانی و البته اعلام نرخ محصولات از سیب‌زمینی و خیار گرفته تا سکه طلا و ارز کرد، بیننده‌های تلویزیون با پدیده جدیدی روبه‌رو شدند؛ شبکه‌ای که به دلیل خاستگاه متفاوتش با دیگر شبکه‌های تلویزیونی نگاه جدی‌تری به اقتصاد داشت، حتی در آن سال‌ها اعلام ارزان‌قیمت بودن راه‌اندازی شبکه‌های دیجیتالی باعث شد تا در کنار شبکه بازار، خبر از راه‌اندازی شبکه «کشاورزی» هم به میان بیاید و هدف آن کمک به توسعه کشاورزی باشد، اما این موج به سرعت خوابید و تلویزیون مجبور شد برای ایجاد شبکه‌های اچ‌دی، شبکه‌های کم‌بیننده را ادغام یا حذف کند. یکی از گزینه‌های حذف نیز «بازار» بود. بازار حذف شد، اما این دیدگاه راه به وجود آورد که می‌شود از فرصت رسانه ملی برای معرفی کالای ایرانی و توجه به اقتصاد مقاومتی استفاده کرد. شبکه ایران‌کالا که زیر نظر معاونت منابع انسانی صداوسیما راه‌اندازی شده، قرار است به توسعه فضای کسب و کار کمک کند، اما نکته قابل توجه این است که حتی در آمارهای ارائه شده از سوی سازمان صداوسیما، جایگاهی برای این شبکه تلویزیونی در میان شبکه‌های پربیننده دیده نمی‌شود، حتی ظرفیت‌های تبلیغاتی تلویزیون که باعث شد شبکه «نسیم» به خوبی معرفی و خیلی زود به یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های تلویزیون تبدیل شود، درباره ایران‌کالا هنوز جواب نداده است.