حضرت حسن عسکری(ع):
تمام پلیدی‌ها و زشتی‌ها در خانه‌ای نهاده شده که کلید آنها دروغگویی است.

روزنامه سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی
صاحب‌امتیاز و مدیرمسؤول: محمد آخوندی
مدیرعامل: رضا شکیبایی
سردبیر: سید عابدین نورالدینی

نشانی: خیابان انقلاب اسلامی، بین حافظ و خیابان ولیعصر(عج)، کوچه سعید، پلاک ۹
روابط عمومی: ۶۶۴۱۳۷۹۲ تلفن: ۶۶۴۱۳۷۸۳ نمابر: ۶۶۴۱۴۱۳۷
پیامرسان: vatanemrooz@ پست الکترونیک: info@vatanemrooz.ir
چاپ: موسسه جام‌جم برتر برنا توزیع: نشر گستر امروز: ۶۱۹۳۳۰۰۰

وطن امروز

پرونده «وطن امروز» درباره اهمیت و الزامات روایت و سنجش اثربخشی آن روی مخاطب

مجاهدت روایت جهاد

پرونده ویژه

مهرداد احمدی: چندی پیش رهبر معظم انقلاب در دیدار دست‌اندرکاران برگزاری کنگره شهدای اصفهان به تولید آثار فرهنگی و هنری باکیفیت و اثربخش، همچنین اثرسنجی میزان تاثیر این تولیدات بر مخاطبان آنها سفارش کردند. ایشان با تاکید بر روایت رویدادهای دفاع‌مقدس از طریق داستان‌های کوتاه، فرمودند: «با روایت هنرمندانه و هوشمندانه حوادث بزرگ گذشته، زمینه برای حل مشکلات و پیشرفت کارها ایجاد می‌شود». به همین بهانه در این یادداشت چند نکته در باب اهمیت روایت وقایع ذکر خواهد شد.

روایت با واقعه چه می‌کند؟ آیا می‌توان واقعیتی داشت و روایتی از آن نساخت؟ و آیا می‌توان روایتی ساخت بدون آنکه بنا بر واقعیتی داشته باشد؟ امروز و در دنیایی که ما از رسانه با دنیای بیرون از خانه خودمان ارتباط برقرار می‌کنیم، آیا دیگر می‌توانیم از روایت به عنوان چیزی تزئینی برای محافل و برنامه‌ها حرف بزنیم؟ اما این نتوانستن به خود روایت بازمی‌گردد. خیلی قبل‌تر از اینکه جهان ما به وضعیت پسامدرنش برسد، یونانیان ایزدبانویی داشتند به نام موز که خود او فرزند منموزینه بود. موز تبار کلمه موزیک است و منموزینه هم تبار ممواری! آنها در مقام ایزدبانوهای الهام شعر و ترانه، مسؤول بودند تا حکایت ایزدان و قهرمانان را مدام به شاعران انتقال دهند تا با نغمه، آن را به اجرا درآورند و آنگاه مردم حول آن روایت جمع شوند. هومر می‌گفت ایزدان بدون این روایت مثل شمعی سوسو زده و نورشان را از جهان ما می‌گیرند. اگر نور قهرمانان از جهان ما رخت بربندد چه می‌شود؟ این تازه سوالی است که با فهمیدن کارکرد روایت معنا پیدا می‌کند روایت فقط زنده نگه داشتن قهرمان نیست، بلکه ما در روایت است که می‌فهمیم چه کسی هستیم و از کجا آمده‌ایم. چرا آمریکا هالیوود دارد و از این سینما در مقام افزار جنگی و سیاسی استفاده می‌کند؟ برای اینکه بدون این روایت، بدون حکایت از آنچه بر آنها گذشته و آنچه خواهد آمد، آمریکایی وجود ندارد. این فقط مختص آمریکا نیست. روایت، ساحت شکل‌گیری

هویت است. ریکور معتقد بود کنش‌های انسانی وقتی می‌توانند اصیل باشند که در نهایت حاکی از یک روایت یکپارچه باشند. همین روایت یکپارچه است که هویت یک شخص را به دست داده و او را قابل فهم می‌کند. از دیگر سو نمی‌توان خودآگاهی داشت بدون اینکه روایتی از گذشته ایجاد کرد. ما نمی‌توانستیم بدون حافظ و سعدی و ابن سینا خودآگاه باشیم. چرا راه دور برویم؟ محرم نمونه بارز این معناست. چرا عاشورا هنوز زنده است. آیا این احترامی آیینی است؟ یا اینکه ضرورتی هستی‌شناختی در پس این بزرگداشت وجود دارد؟ شاید درست‌ترین و حکمت‌آموزترین پاسخ این باشد: «محرم و صفر است که اسلام را زنده نگاه داشته است». برای گوش متحجر حکمت نادان، این جمله در حکم جابه‌جایی اصل و فرع است ولی اهل معنا می‌داند که حادثه بزرگ و رخداد عظیم در روایت، تکرار می‌شود و ما را نیز در متن خود تکرار می‌کند. ما درون این تکرار است که خودآگاه می‌شویم و در این خودآگاهی عمل می‌کنیم.

فرض کنید روایتی از همت و باکری نمی‌ساختیم. یا رسانه‌ای برای بیان سلحشوری قاسم سلیمانی نداشتیم. چه می‌شد؟ خیلی ساده؛ گویی وجود نداشته‌اند. گویی فاو، فکه، کارون و حلب هرگز اینها را به خود ندیده بودند. چگونه می‌توانستیم دین خود را به آنها ادا کنیم و ضمنا خود نیز بدانیم که از کجا به این نقطه رسیده‌ایم؟ روایت ساخت یک دیالکتیک است؛ دیالکتیک میان راوی و سوژه. در این دیالکتیک ما هر دو همدیگر را شکل می‌دهیم. ما از سوژه تجلیل می‌کنیم و سوژه نیز حیات خودآگاهی ما را بسط می‌دهد. برای همین است که روایت در امتداد کار قهرمان قرار می‌گیرد و از مجاهدت او بهره‌ای می‌برد. چون در روایت است که این مجاهدت مرزهای خود را مدام بسط داده و به فراسوی خود کشیده می‌شود. البته روایت به فرم نیاز دارد. مشکل عمده ۲ چیز است. یکی اینکه روایت کردن را کاری فرعی و کم‌اهمیت می‌دانیم، البته این نظر ماحصل دیدگاه خاص ما درباره امور است. ما هنوز نمی‌توانیم بپذیریم که واقعیت آنچه رخ می‌دهد نیست؛ بخشی از واقعیت امروز ساخته می‌شود و ما اگر از این برساخت صرف‌نظر کنیم، عملا از بخشی از واقعیت که اتفاقا روز به روز در حال گسترش هم هست جدا می‌مانیم. مساله دیگر این است که برای روایت باید فرم داشت. روایت کردن قهرمان باید از وظیفه به تکلیف ملی بدل می‌شود. تکلیفی که اگر ادا نشود بخشی از خودآگاهی ما دود می‌شود و هوا می‌رود. از این رو آنکه خود را مکلف به ادای دین می‌داند، حتما صاحب فرم هم می‌شود. پیدا کردن این فرم را البته نمی‌توان با پول دادن به این و آن به مقصد رساند. گاهی افرادی با شیادی در این پوسته در می‌آیند و همین که کارشان گرفت، نقاب از چهره بر می‌دارند. هر جا که حرف از فرم است، سخن از خالق صاحب دغدغه است؛ از کسی که علاوه بر تکینک به مساله علاقه دارد.

روایت جهاد، مجاهدت است. این حرف امروز معانی روشن‌تری پیدا کرده است. امروز که بخش مهمی از جنگ، در روایت‌ها رخ می‌دهد، بدون روایت پیروزی محال است. ما نمی‌توانیم در اختفا پیروز شویم؛ ما باید پیروزی را روایت کنیم. حتی شکست هم را هم باید فاتحانه روایت کنیم. یادم می‌آید سیدحسن گفته بود «عندما ننتصر ننتصر، عندما نستشهد ننتصر». حرف عجیبی است. یعنی ما وقتی پیروز شویم می‌گوییم در میدان برده‌ایم. وقتی هم شهید شویم می‌گوییم به کربلا پیوسته‌ایم. در هر حال، روایت ما از موضع نصر است. نصری که از پی شهادت می‌آید دقیقا در روایت خود را نشان می‌دهد. اینجاست که می‌فهمیم یک ذهن راهبردی چگونه برای روایت به مثابه مجاهدت یک مبنای الهیات هم به دست می‌دهد.

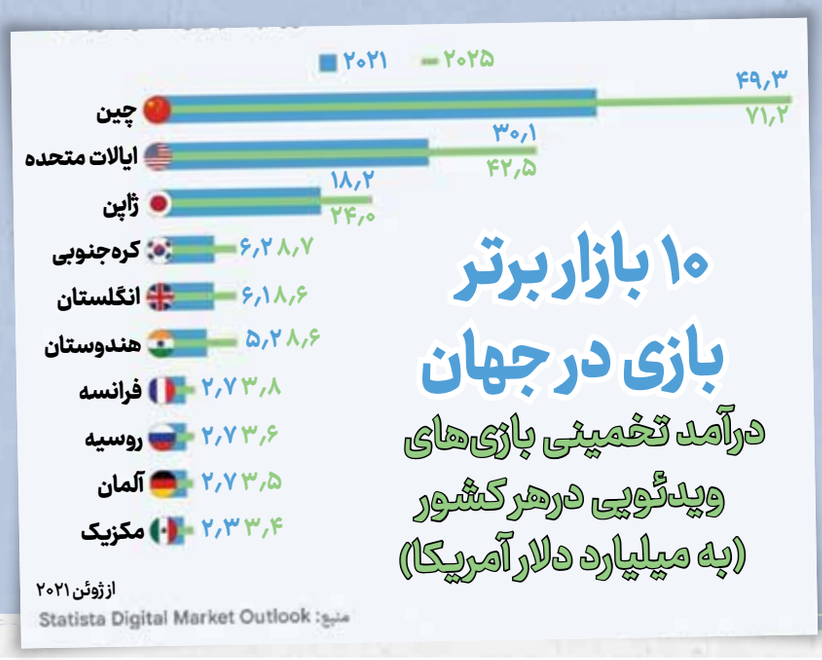
روایت و هم‌ذات‌پنداری کاربران بازی‌های رایانه‌ای

محمد رستم‌پور: یک بازار ۳۲۰ میلیارد دلاری به رهبری چین، آمریکا، ژاپن، کره‌جنوبی، بریتانیا و چند کشور کوچک و بزرگ دیگر که تنها بین سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱ رشد ۲۶ درصدی را تجربه کرده است. کرونا ثابت کرد بازی‌های رایانه‌ای فقط ویژه گوشه‌نشین‌ها و درون‌گراها نیست و حالا ۳ سال پس از آن بیماری فراگیر جهان در عصر جدید، این بازی‌ها در اشکال مختلف ویدئویی، کنسولی و موبایلی به انفجار درآمد نزدیک شده است.

نکته قابل اعتنا در این برشماری آن است که ترکیه، پاکستان و هند با سرمایه‌گذاری هوشمندانه در تبلیغات افزونه اپ‌ها و وب‌سایت‌ها توانسته‌اند با رشد ۲۹ درصدی و ۲۱ درصدی بین سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۱، سهم هنگفتی از درآمد بازیگران سطح دوم را از آن خود کنند. برای آنکه گواه دیگری از اهمیت بازی‌های رایانه‌ای در سیاست و اقتصاد کشورها داشته باشیم، کافی است بدانیم عربستان سعودی به دنبال آن است تا در ۵ سال آینده ۳۸ میلیون دلار در صنعت بازی سرمایه‌گذاری کند. در ایران ۳۴ میلیون نفر اهل بازی‌های رایانه‌ای هستند، چیزی نزدیک به ۴ نفر از هر ۱۰ نفر و عمده گیمرهای ایرانی با موبایل بازی می‌کنند. بازی‌سازی به یک رکن پول‌ساز در صنعت سرگرمی تبدیل شده و به موازات اپ‌های خدماتی، در پی افزایش سهم از سبد مصرفی اوقات فراغت کاربران در کشورهای مختلف است.

بر اساس اعلام مقامات بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، مشکلات زیرساختی و کمبود تجربه در مذاکره با شرکت‌های معتبر در بازارهای جهانی، ۲ مانع جدی برای بازی‌سازهای ایرانی است. با توجه به این سخنان و با نگاهی به بازی‌های سرگرم‌کننده ایرانی که کاربران پرشمار میلیونی دارند، بازی‌سازها مشکلی در ساخت سناریو، ایجاد محیط گرافیکی و خلق سازه‌های نرم‌افزاری لازم برای جلب توجه مخاطب ندارند. با این نگاه، سخنان رهبر انقلاب در تولید بازی‌های رایانه‌ای و تمرکز بر خاصیت انتقال پیام از طریق این محیط‌ها کاملا شدنی و بویژه برای نسل‌های جدید جذاب و درآمدزاست. خاصیت هم‌ذات‌پنداری کاربر در بازی‌ها می‌تواند او را از روایت کلی بازی و امکان رخدادسازی مبتنی بر اراده فردی متأثر کند.

در نامنی‌های خسارت‌بار سال ۱۴۰۱ که مهم‌ترین تهدید ادراکی -شناختی ۴۵ سال حکمرانی جمهوری اسلامی ایران به شمار می‌آید، به اذعان‌های پراکنده مقاماتی از نهادهای امنیتی، ذهن گیم‌محور معترضانی از نسل جدید، پیشران طراحی موقعیت‌ها و کنش‌های اعتراضی بود. معترضان شکلی از جنبش بدون سر را به نمایش گذاشتند که از تعریف خود به عنوان بازیگر جهان شر ابایی نداشت و مسأله و موقعیت را صرف‌نظر از امکانات و راهکارها، حل‌ناشدنی یا پیچیده می‌دید. در نتیجه، نوعی مقاومت ذهنی در برابر هر گونه رفتار رقیب پیدا کرده بود که ناواقعیتی در مقابل واقعیت و شرایط و مختصات موجود خلق می‌کرد که خودانگیخته و سازمان‌یافته نشان می‌داد. ذهن گیم‌محور می‌تواند در صورت ارتباط آنلاین با کاربرانی دیگر در بستر بازی، انگیزه، کنش، پیام، شعار و حتی هدف بگیرد و همان کنش اعتراضی در بازی را در خیابان دنبال کند.



از این نظر است که چنین ذهنی، عنصر بنیادین زندگی موازی است که کلان پروژه‌های خشمگین‌سازی‌های آنلاین دنبال می‌کند. این بدان معنا نیست که تمام معترضان ۱۴۰۱ اهل بازی‌های موبایلی بودند یا بازی‌های موبایلی الزاما در کاربران خشم و خشونت و انگیزه اعتراض پدید می‌آورد، بلکه به این معناست که آشفتگی ذهنی مقدماتی ضروری برای هر گونه کنش اعتراضی خیابانی در بازی‌های رایانه‌ای بویژه بازی‌های موبایلی فراهم است.

در نتیجه با عرصه جذاب، سودآور و پرظرفیتی روبه‌روییم که می‌تواند در ۲ سوی یک باور عمل کند. عرصه بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند محل بروز همان روایت هوشمندانه و مبتکرانه فداکاری‌ها و سلحشوری‌های دفاع مقدس باشد که در بیان آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار با عوامل برگزاری کنگره شهدای اصفهان خود را بروز داد: «واحدها و بخش‌های نظامی، هر یک می‌توانند با تمرکز بر بازی‌های رایانه‌ای، حوادث دوران دفاع مقدس را به صورت بازی‌های رایانه‌ای تولید کنند همانگونه که برخی کشورها برای القای احساس قدرت و توانایی نظامی به ذهن جوانان و نوجوانان از این شیوه استفاده می‌کنند».

با این حال، همچنان باید توجه داشت ورود تصدی‌گرایانه با هدف تسهیلگری و دستیاری اجتماعی که در برخی حوزه‌های فرهنگی رخ داده، می‌تواند این عرصه مستعد برای بومی‌گرایی را صرفا به یک گلخانه تربیت نیروی انسانی برای مهاجرت تبدیل سازد و از این جهت است که اعتنا به تجربه دیگر کشورها در راهبری محتوا و زیرساخت در عرصه بازی‌های رایانه‌ای ضروری است.

«زودپز» می‌فروشد اما بی‌ایده شدن کارگردانان مؤلف را هم نشان می‌دهد

فرمول آبگوشتی فروش

محمد سلحشور: «زودپز» این روزها بار اصلی فروش در سینمای ایران را به دوش گرفته است. فیلمی که با توجه به شرایط اکرانش احتمالا با عبور از «تگزاس۳» تبدیل به پرفروش‌ترین فیلم سینمای ایران در سال ۱۴۰۳ خواهد شد. جدول فروش را اگر نگاه بیندازیم از فیلم‌های پرفروش امسال ۷ فیلم کمدی به چشم می‌آید و از آن ۳ فیلم دیگر یکی «مست عشق» محصول ترکیه‌ای سینمای ایران، دیگری «ببعی قهرمان» اثری در ژانر کودک و نوجوان است و در نهایت دهمین فیلم «بی‌بدن» است که توانسته با کمتر از یک‌پنجم فروش «تگزاس ۳» به پرفروش‌ترین فیلم اجتماعی امسال سینمای ایران تبدیل شود. هر چند نسبت بالای فروش کمدی‌ها به دیگر ژانرها پدیده‌ای آشنا برای سینمای ایران است اما این نسبت در سال‌های اخیر تا مرزی افزایش یافته است که عملا سینمای غیرکمدی شکل زینتی در چرخه سینمای ایران پیدا کرده است. به طور ویژه از بازگشایی سینماها در سال ۱۴۰۰ و پایان عصر اکران‌های کرونایی ما شاهد چنین وضعیتی هستیم که دلایل متعددی می‌توان بر آن شمرد. اما خب! ترکیب فروش فیلم‌ها گواهی روشن از این دارد که سینمای مساله‌محور دیگر هیچ نسبتی با اقتصاد سینمایی ندارد. مردم به هر دلیل مثبت یا منفی برای تماشای آثار غیرکمدی به سینما نمی‌روند (معدود فروش‌های بالای آثار غیرکمدی هم در گونه آثار مساله محور نبوده‌اند). این وضعیت چه مطلوب دیده شود و چه نامطلوب اما واقعیت سینمای ایران در ۳ سال گذشته است. در این میان البته مجموعه سیاست‌هایی نیز همانند از میان برداشتن بازه ۱۰هفته‌ای اکران و توزیع نابرابر سالن‌های سینما نقش پررنگی در رقم خوردن یک وضعیت مطلقا تجاری برای سینمای ایران داشته است.

حالا اگر با این عینک به «زودپز» به عنوان آخرین اثر رامبد جوان نظر بیندازیم واقعیتی دردناک‌تر به چشم می‌آید. تجاری‌سازی بی‌حد و حصر سینما ایده‌کش است؛ تا جایی که کارگردانان خلاق نیز خود را بی‌نیاز از تهیه سناریویی جدید می‌بینند و دل به یک الگوی آبگوشتی فروش می‌بندند. اما چگونه؟ با هم مرور خواهیم کرد. «زودپز» در دهه۶۰ می‌گذرد. احتمالا شما با شنیدن همین تعریف چندکلمه‌ای پی به کلیت داستان، فضا و حتی سوژه‌های خنده آن ببرید، چرا که حداقل ۱۰ سال است سینمای کمدی ایران در حال کپی‌برداری نازل از آثاری یکسان با محوریت دهه۶۰ است. آثاری که از قضا عناصری یکسان دارند: یک یا ۲ جوان با ظاهر لات که گذرشان به کمیته و بسیج می‌افتد، مقداری آهنگ و پارتی در فضای بسته آن دهه، جا زدن خود به جای رزمنده‌ها و در نهایت مقداری شوخی کلامی (عمدتا جنسی) با کلیدواژه‌های پرتکرار دهه۶۰. تمام اینها با یک شلختگی روایی آزاردهنده تبدیل به پرفروش‌ترین اثر رامبد جوانی شده است که اتفاقا در کارنامه خود آثار درخشانی در تولید کمدی‌های استاندارد دارد اما جوان دیگر نیازی به ایده و خلاقیت نمی‌بیند چون سینمای فرمول‌بندی شده‌ای که تنها برای معاش اسپانسرهای خود تن به هر گرته‌برداری دم دستی می‌دهد این فرمول آبگوشتی را به «زودپز» نیز تزریق کرده است. «زودپز» چیزی نیست جز «نهنگ عنبر ۱و۲»، «مطرب»، «فسیل»، «هزارپا»، «مصادره» و آثار مشابهی که در یک دهه گذشته سینمای ایران پخش شده‌اند.

فارغ از ابتذال روایی و هجو معنوی تاریخ معاصر ایران در آثار یکسانی که با فضای دهه۶۰ تولید شده‌اند جنس کمدی ایران نیز سقوط آزاد را تجربه کرده است. مدیران البته تمایلی به آسیب‌شناسی این وضعیت ندارند، چرا که ابتذال عموما خریدار دارد و آنها این فروش خود را می‌توانند به عنوان یک دستاورد فرهنگی به دیگران قالب کنند. اما آنچه که امکان قالب کردن ندارد همین یکدست شدن سینمای ایران و ریشه دواندن ابتذال در معیشت سینما است.

اخبار

تمرکز «سینماحقیقت۱۸» بر خانواده است

دبیر جشنواره سینماحقیقت با بیان اینکه تمرکز جشنواره امسال بر موضوع خانواده است، خاطرنشان کرد: سینماحقیقت ۱۸ با تمرکز بر موضوع خانواده به مسائلی چون شکاف و انقطاع نسلی، معیشت، اقتصاد و ارکان خانواده در حوزه ویژگی‌ها، نقش و فقدان پدر و همچنین معضلات اجتماعی در بستری به نمایش درمی‌آید تا آسیب‌شناسی درستی از حوزه زیستی خانواده‌ها به دست بدهد. به گزارش ایرنا، محمد حمیدی‌مقدم در نشست خبری هجدهمین جشنواره سینما حقیقت اظهار داشت: هجدهمین جشنواره سینما حقیقت در حال عبور از نوجوانی و ورود به دوره جوانی است. این جشنواره در حال به بلوغ رسیدن است و امیدوارم رشد خوبی کرده باشد. وی افزود: امسال در جشنواره سعی کردیم نگاه تعاملی، بیش از گذشته باشد و به سلایق و نگاه‌های مختلف و فیلمسازان نسل‌های متفاوت، نگاهی ویژه داشته باشیم. امسال نسبت به سال گذشته تفاوت عمده‌ای در این حضور خودخواسته داریم؛ مرجعیت جشنواره سینماحقیقت در کشور با همین مدارا، گفت‌وگو و شنیدن صداهای مختلف معین می‌شود. امیدوارم مجموعه رنگارنگی را شاهد باشید. دبیر جشنواره سینما حقیقت درباره تعداد فیلم‌های متقاضی برای حضور در جشنواره هم گفت: ۵۳۳ فیلم متقاضی حضور در بخش ملی جشنواره بودند. نسبت تولید مستند در مقایسه با سال گذشته، پایاپای بود و نسبت حضور در جشنواره بیشتر بود. از ۵۳۳ فیلم، ۶۵ فیلم برای بخش مسابقه انتخاب شدند. وی درباره پرداختن به مسائل غزه در جشنواره امسال گفت: بخش واکنش سریع، وظیفه سینماحقیقت در واکنش به مسائل غزه است. این بخش فقط زینتی نیست و بخشی مهم در جشنواره است. صندوق حمایت از غزه را سال گذشته راه‌اندازی کردیم و در جشنواره فیلم کن نیز توانستیم تعامل خوبی با جهان داشته باشیم. در بخش غزه ۱۲ فیلم به نمایش درمی‌آید. حمیدی‌مقدم ادامه داد: در بخش خارج از مسابقه، ۱۰ فیلم اکران خواهد شد. در بخش بین‌الملل، ۲۳۱۴ فیلم متقاضی بودند که ۵۹ فیلم انتخاب شدند. دبیر این جشنواره همچنین درباره سهم ارگان‌ها در سرمایه‌گذاری برای تولید مستند، توضیح داد: از میان ۶۵ فیلم بخش ملی، ۱۶ فیلم توسط بخش خصوصی و ۴۹ فیلم توسط ارگان‌ها و نهادها تولید شده است. هجدهمین جشنواره سینما حقیقت ۱۸ تا ۲۵ آذر به دبیری محمد حمیدی‌مقدم در پردیس سینمایی چارسو برگزار می‌شود.

«ببعی قهرمان» میهمان جنگ‌زدگان لبنان شد

انیمیشن سینمایی «ببعی قهرمان» به کارگردانی حسین صفارزادگان و میثم حسینی و تهیه‌کنندگی محمدمهدی مشکوری میهمان کودکان جنگ‌زده لبنانی شد. این انیمیشن سینمایی موفق شده تاکنون بیش از یک میلیون مخاطب را جذب و به فروش بیش از ۵۰ میلیاردی دست پیدا کند؛ «ببعی قهرمان» با تکنیک سه‌بعدی طراحی و ساخته شده و سعی دارد مخاطب را به باور مفهوم «خواستن توانستن است» برساند. نسخه سریال این انیمیشن سینمایی پیش از این مورد استقبال مخاطبان بویژه کودکان قرار گرفته بود. «ببعی قهرمان» محصول سازمان هنری، رسانه‌ای اوج است که با مشارکت موسسه «قاب رویا» و همکاری شرکت رایمون مدیا به تولید رسیده است و پخش آن را موسسه بهمن سبز بر عهده دارد.

نگرانی کیت بلانشت از تأثیر هوش‌مصنوعی بر سرگرمی

کیت بلانشت بار دیگر نگرانی عمیقش را نسبت به تأثیر هوش‌مصنوعی بر صنعت سرگرمی و سایر جنبه‌های زندگی مطرح کرد و گفت: این فناوری می‌تواند کاملا جایگزین انسان‌ها شود. به گزارش ایسنا، این بازیگر برنده ۲ جایزه اسکار در جدیدترین مصاحبه‌اش با بی‌بی‌سی گفت: صنعتی که ما در آن فعالیت می‌کنیم، با عموم مردم سر و کار دارد و به نظر من، بحث‌های پیرامون هوش مصنوعی تا زمان اعتصاب نویسندگان، به طور گسترده مورد توجه قرار نگرفته بود اما حالا این موضوع کاملا واقعی است. بلانشت در ادامه افزود: وقتی به این مسائل نگاه می‌کنم، با خود می‌گویم واقعا نمی‌دانم این فناوری چه چیزی برای مردم به ارمغان می‌آورد. گاهی این فقط یک نوع آزمایش در نوع خود است که از یک منظر می‌تواند خلاقیت باشد اما از سوی دیگر، این خلاقیت می‌تواند بسیار مخرب باشد. وی با اشاره به اینکه هوش مصنوعی می‌تواند «کاملا جایگزین هر کسی روی پرده سینما شود»، تأکید کرد نگرانی‌اش فراتر از تأثیر آن بر هالیوود است. بلانشت توضیح داد: کمتر نگران چشم‌انداز شغلی خودم هستم و بیشتر نگران تأثیری که این فناوری بر مردم عادی، بازنشستگان و افرادی که سه شغل دارند تا بتوانند بالای خط فقر زندگی کنند، هستم. این نگرانی من است؛ من نگران آینده بشریت هستم، این یک مشکل بسیار بزرگ‌تر است.

«جایزه معماری قاره‌ای» به معماران ایرانی رسید

معماران ایرانی توانستند رتبه اول و نشان طلای «جایزه معماری قاره‌ای آسیا 2A» را از آن خود کنند. به گزارش مهر، رتبه اول و نشان طلا در بخش مرمت و احیای «جایزه معماری قاره‌ای آسیا 2A» به شیما شایگان، هنرمند طراح و گروه معماری شایگان اهدا شد. گروه شایگان متشکل از شیما شایگان، کورش نایبی‌فر، حسنی شاهوردی، یاسمین خرم‌آبادی و المیرا رمضانی هستند که شیما شایگان به عنوان طراح این گروه محسوب می‌شود. شایگان و گروهش برای طراحی و اجرای «خانه رزاس» در شهر کاشان توانستند این جایزه را دریافت کنند. طراحی تا اجرای این پروژه، ۲ سال زمان برده است. این دوره جایزه با موضوع «معماری کانتکست‌محور نوآورانه در قاره‌ها» بود که بر معماری با زمینه‌سازی نوآورانه و متناسب با شرایط فرهنگی، اجتماعی و جغرافیایی تمرکز دارد. این سالانه ۶ آذر ۱۴۰۳ برابر با ۲۶ نوامبر ۲۰۲۴ در دوبی امارات برگزار شد.