خبر روز

زنگ پایانی جشنواره فیلم رشد به صدا درمی‌آید

مراسم اختتامیه پنجاه‌ودومین جشنواره بین‌المللی فیلم رشد امروز با حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در سینما فلسطین برگزار می‌شود.

در این مراسم که با حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و مدیران این وزارتخانه، رئیس و مدیران رسانه‌ملی، وزیر و مدیران وزارت آموزش‌وپرورش و رایزنان فرهنگی کشورهای مختلف برگزار خواهد شد، برگزیدگان این دوره از جشنواره در قالب فیلم‌های داستانی، مستند، پویانمایی، وب‌سری و فیلمنامه معرفی می‌شوند. رقابت این دوره از جشنواره در سه بخش بین‌الملل، معلمان و دانشجومعلمان فیلمساز و بخش دانش‌آموزان فیلمساز انجام شده است.

شناسایی و معرفی برترین تولیدات علمی، آموزشی و تربیتی در عرصه فیلم و سینما، پشتیبانی هنری و تربیتی از جریان رسمی تربیت و یادگیری، ایجاد زمینه و بستری بر پایه عدالت برای رشد و بالندگی ظرفیت هنری- تربیتی معلمان و دانش‌آموزان فیلمساز و گسترش نوآوری، خلاقیت و ارتقای سطح کیفی فیلم‌های علمی، آموزشی و تربیتی ازجمله اهداف این دوره جشنواره رشد بودند. پنجاه‌ودومین دوره جشنواره بین‌المللی فیلم رشد که از هفتم آذرماه آغاز شده بود، ساعت ۱۸ امروز با برگزاری مراسم اختتامیه و معرفی برگزیدگان در سینما فلسطین به کار خود پایان می‌دهد./ جام‌جم

سینمای جهان

زامبی‌ها و بورژوازی دردسرساز

ژاپنی‌ها داستان‌های مصور را به موضوعات اجتماعی گره می‌زنند

کیکاوس زیاری
گروه فرهنگ و هنر

یوشیموتو کوگویو، شرکت فیلمسازی غیرمتعارف ژاپنی برای داستان فیلم تازه‌اش «در میان مردگان» که حال‌وهوایی اجتماعی و ضد سرمایه‌داری دارد، سراغ زامبی‌های خطرناک می‌رود. تفاوت این فیلم با بقیه تولیدات ژانر زامبی‌ها در شبه‌مستند بودن داستان و ماجراهای آن است و تمایل چندانی برای قصه‌گو بودن ندارد. داستان فیلمنامه با نگاهی به یک قصه مصور نوشته شده که با نام در میان مردگان منتشر شده است. طبق معمول داستان‌هایی از این دست، ماجراهای داستان از جایی شروع می‌شود که بعد از نابودی بخش‌های زیادی از کره‌زمین به واسطه یک جنگ مرگبار جهانی، تمدن و زندگی در وضعیت خطرناک و دشواری قرار گرفته است.

در چنین شرایطی، بخش‌های سالم باقیمانده زمین پر از زامبی‌های مرگبار شده و شخصیت محوری داستان که از سوی خانواده و دوستان طرد شده، باید در میان این موجودات خطرناک راهی برای زنده‌ماندن پیدا کند. این درحالی‌است که حتی زامبی‌ها هم در حال نابودی و انقراض هستند. ادامه داستان فیلم، تلاش‌های شخصیت اصلی ماجرا برای فرار به مکانی است که انسان‌های باقیمانده به آنجا پناه برده‌اند.

مدیران یوشیموتو کوگویو از در میان مردگان به‌عنوان دادنامه‌ای علیه نظام سرمایه‌داری، بورژاوزی و جهان صنعتی نام می‌برند که تلاش آنها برای کسب سود بیشتر، زندگی عموم مردم عادی را به خطر انداخته است. شرکت‌های صنعتی که به‌عنوان عاملان اصلی تخریب محیط‌زیست شناخته شده‌اند، در داستان در میان مردگان به‌صورت موجودات زامبی به نمایش درمی‌آیند که به‌دنبال کشتار و نابودکردن آدم‌ها هستند.

نزدیکان به این شرکت از در میان مردگان به‌عنوان فیلمی یاد می‌کنند که شباهت زیادی به مجموعه اکشن ضدسرمایه‌داری معروف «گودزیلا» دارد. در این مجموعه فیلم پرفروش هم، شخصیت گودزیلا بعد از یک انفجار هسته‌ای در اعماق آب اقیانوس از خوابی چندهزارساله بیدار شده و خسارت‌هایی جبران‌ناپذیر به بشر می‌زند.

در سال جاری میلادی، در میان مردگان دومین محصولی است که یوشیموتو کوگویو تولید می‌کند. اثر دیگر مجموعه تلویزیونی و انیمیشن به نام «نینجای مکس» است که براساس داستان‌های کهن ژاپنی و شخصیت‌های معروف نینجا تولید شده است. یوشیموتو کوگویو از زمان تاسیس خود در سال ۱۹۱۲، همواره به‌دنبال تولید فیلم‌ها و مجموعه‌هایی با محوریت فرهنگ بومی ژاپن بوده است. این قدیمی‌ترین و باسابقه‌ترین شرکت سینمایی این کشور دور آسیا، بیشتر برای تولیدات کمدی خود شهرت دارد. مدیران شرکت در رابطه با فیلم سینمایی در میان مردگان گفته‌اند قصد دارند ژانر زامبی را با ژانر اجتماعی و سیاسی گره‌زده و اثری جدید خلق کنند که تا قبل از این در فیلم‌های تولیدی این ژانر، سابقه نداشته است. این اتفاق در حالی رخ می‌دهد که سینمای ترس و دلهره طرفداران بسیار زیادی در داخل ژاپن دارد و محصولات این ژانر معمولا زمان نمایش عمومی در صدر جدول گیشه نمایش قرار می‌گیرند./ ورایتی

ژاپن چگونه آلمان و اسپانیا را شکست داد؟

پل ژاپن از انیمه به جام جهانی

عطیه عیار
نویسنده و مترجم

این روزها شور فوتبال همه دنیا را درگیر خودش کرده است. همه کشورهای مدعی و حتی معمولی در این رشته ورزشی در دوره‌های مقدماتی شرکت کردند و یکی‌یکی غربال شدند و در نهایت ۳۲ تیم و کشور در قطر گردهم آمدند. فوتبال، ورزشی با پیشینه فرهنگ پرخشونت غربی است اما به دلیل جذابیت‌های منحصربه‌فرد خودش توانسته در همه فرهنگ‌ها رسوخ کند و بخشی از هویت هر کشور شود. گواه این نکته کودکان سراسر دنیا هستند که در زمین چمن و سالن‌های ورزشی و زمین‌های ورزشی عمومی و حتی کوچه پس‌کوچه‌ها یا زمین‌های خاکی با توپی حرفه‌ای یا پلاستیکی یا چندلایه و پاره‌پاره با هم فوتبال بازی می‌کنند. این کودکان شاید با ورزش ملی یا سنتی کشور خودشان آشنایی چندانی نداشته باشند اما پای فوتبال که وسط باشد، مسی و رونالدو شخصیت محبوب‌شان است و با رویای تبدیل‌شدن به آنها پابه‌توپ شده و همبازی‌های خود را دریبل می‌کنند.

کشتی، کاراته، تکواندو و ورزش‌های رزمی از این دست همه ازجمله ورزش‌های محبوب و سنتی کشورهای آسیایی است که هرکدام بنا به فرهنگ و پیشینه خود آن را تکمیل و معرفی کرده‌اند اما هیچ‌کدام از این ورزش‌ها نتوانسته به اندازه فوتبال و جام‌جهانی‌اش یک دنیا را درگیر خود کند. پس این‌گونه است که کشورهای آسیایی تلاش می‌کنند علاوه بر ورزش‌های سنتی خود در این رشته هم حرفی برای گفتن داشته باشند تا در این جشنواره جهانی فرصت حضور و ایفای نقش پیدا کنند.

سرمایه‌گذاری روی آرزوی بچه‌ها

اگر کشوری تصمیم بگیرد بر این شوق و علاقه کودکانه سرمایه‌گذاری کند تا بتواند در عرصه‌های جهانی حرفی برای گفتن داشته باشد، چه باید بکند؟ افزایش بودجه ورزشی عمومی، گسترش زمین‌های بازی، دادن امکانات به محلات و مدارس و ورزشگاه‌ها، تربیت مربی‌های حرفه‌ای؟ طبیعتا همه اینها لازم است اما شاید کافی نباشد. این شور و علاقه باید تبدیل به انگیزه شود. این ایجاد انگیزه وقتی فوتبال ورزش کم‌اهمیتی در کشور مذکور باشد سخت‌تر است. مسأله‌ای که در ژاپن مطرح بود و باعث شد از دهه ۸۰ میلادی یکی از متفاوت‌ترین تلاش‌ها را برای این حضور بین‌المللی شروع کند. تا پیش از این تاریخ، فوتبال بازی شناخته‌شده‌ای در این کشور نبود اما هدف ژاپن چه رسیدن به رویایی ورزشی بود و چه تصمیمی سیاسی، بالاخره این کشور وارد صحنه شد.

ژاپن فوتبالی می‌شود

فوتبال، این بازی انگلیسی اولین‌بار سال ۱۸۷۳ و توسط افسران نیروی دریایی سلطنتی بریتانیا در ژاپن مطرح شد اما تا سال ۱۹۲۱ که انجمن فوتبال ژاپن پایه‌ریزی شد، خبری از هیچ موسسه یا نهاد رسمی فوتبالی در این کشور نبود. سال ۱۹۲۹ هم ژاپن به عضویت فیفا درآمد. واژه‌های «فوتوبرو» (ژاپنی‌شده فوتبال) و «ساکا» (ژاپنی‌شده ساکر) دو نام غیررسمی مورد استفاده در ژاپن برای این رشته است که البته دومی کاربرد بیشتری دارد اما هنوز تا محبوبیت و فراگیرشدن تب این ساکا راه درازی در پیش بود. ژاپن کشور سومو (کشتی ژاپنی) و بیسبال بود و آن سال‌ها والیبال هم تازه محبوب مردم شده بود.

همه برای مانگا، مانگا برای همه

سال ۱۹۷۸ و در جام‌جهانی آرژانتین، ژاپن از میزبان شکست سختی خورد. این ناکامی به خلق اولین مانگای فوتبالی در ژاپن منجر شد. مانگا داستان تصویری دنباله‌دار ژاپنی است که در اقشار مختلف مخاطبین گسترده‌ای دارد. ژاپنی‌ها همه داستان‌ها، افسانه‌ها، رویاها و اهداف خود را در قالب این مانگاهای سیاه و سفید منتشر می‌کنند. مجله‌های هفتگی و ماهانه مانگا یکی از پرطرفدارترین قالب‌های داستانی است و خواننده‌ها را برای خواندن قسمت جدید داستان مورد علاقه خود به کتابفروشی‌ها می‌کشاند. یوئیچی تاکاهاشی هم بعد آن شکست، در حوزه کاری خودش وارد عمل شد. و این گونه بود که با انتشار مانگای «کاپیتان سوباسا» افق ورزش در ژاپن دچار تغییر قابل‌توجهی شد. تا پیش از آن، مانگاهای ورزشی درباره بیسبال، بوکس و کشتی بود. در همه این داستان‌ها ورزش استعاره‌ای از زندگی محسوب می‌شد که قهرمان طی مراحل ورزشی درس زندگی می‌گرفت و رشد فردی و شخصی داشت اما کاپیتان سوباسا روی دیگری از ورزش را نشان داد. در این مانگا، ورزش زمین بازی بی‌پایانی بود که می‌شد در آن لذت برد و حریف را به چالش کشید. در نتیجه این داستان نسلی از کودکان را به سمت ساکا سوق داد و از ۱۹۸۱ تا ۱۹۸۷، بیش از ۲۵ هزار پسر ژاپنی در مدارس فوتبال ثبت‌نام کردند. به دنبال این نهضت جی - لیگ (لیگ ژاپن) سال ۱۹۹۲ شروع به فعالیت کرد و همان سال هم ژاپن جام آسیا را به خانه برد.

رویای ژاپنی

سال ۱۹۸۳ که انیمه کاپیتان سوباسا به میدان آمد، نه‌تنها در ژاپن که در سراسر دنیا به زبان‌های مختلف دوبله و پخش شد. در ایران هم کودکان از دهه ۷۰ با ماجراهای سوباسا، دوستانش مثل ایشی‌زاکی و واکی‌بایاشی و رقبای قدرتمندش ازجمله کاکرو آشنا شدند. اگرچه هدف اصلی این انیمه (که ما زمانی به آن کارتون ژاپنی می‌گفتیم) بالا بردن روحیه فوتبال‌دوستی در ژاپن بود اما سازندگان آن از ارائه درست و جذاب فرهنگ خود هم غفلت نکرده و همزمان به دنبال ایجاد تغییرات اجتماعی برای مردم سنتی خود هم بودند. حتما یادتان هست که کاکرو در اصل کاراته‌کار بود و ورودش به فوتبال به نوعی سنت‌شکنی و تمرد از پیشینه خانوادگی محسوب می‌شد. برای همین، پیروزی در بازی‌ها برایش اهمیت ویژه‌ای داشت تا بتواند خود را ثابت کند. تقلید از حرکات عجیب و خیالی و اغراق‌آمیز فوتبالیست‌های نوجوان این انیمه هم یکی دیگر از انگیزه‌های بسیاری از بازیکنان مطرح ژاپن برای فوتبالیست شدن بود. آرزویی که البته به خنده می‌گویند هیچ‌گاه محقق نشد.

پیداکردن ظرفیت فرهنگی تاثیرگذار بر نوجوانان ایران تقویت «عزت‌نفس» نوجوان ایرانی و روحیه ملی‌گرایی نیازمند فکر دقیق و کار مستمر است

کاپیتان سوباسا تنها انیمه فوتبالی ژاپنی‌ها نیست. می‌توان حدود ۵۰ انیمه با تعداد قسمت‌های زیاد در این حوزه یافت اما معروف‌ترین نماد و نشان انیمه فوتبالی و حتی انیمیشن فوتبالی همچنان از آن «کاپیتان سوباسا» است. این روش جواب‌پس‌داده در سایر رشته‌های ورزشی ژاپن هم به کار گرفته شد.

ورزشگاه بلولاک و لباس آبی ژاپنی‌ها

نهضت مانگایی فوتبال همچنان ادامه دارد و یکی از معروف‌ترین آنها بلولاک است. این مانگا، داستان شکست از بلژیک است که به استخدام مربی جدید و سختگیری منجر می‌شود. او فوتبالیست‌های جوان ژاپنی را در مجموعه‌ای زندان‌مانند به اسم بلولاک تمرین می‌دهد. در این مانگا بر این تاکید شده که باید «عزت‌نفس» هر بازیکن تقویت شود. جالب است که مربی ژاپنی این داستان هم اسمش ایگو، یعنی هم‌اسم مربی معروف «ژینپاچی ایگو» است. ایده او از این قرار بود: «کار من این است که از ژاپن تیمی بسازم که بتواند در جام‌جهانی برنده شود. شما فوتبالیست‌ها فقط در صورتی بهترین می‌شوید که عزت‌نفس مسابقه را به‌دست‌بیاورید. هدف من ساختن چنین بازیکنانی است.» این جریان پرقدرت به حیات خود ادامه داد تا جایی که ترکیب اهمیت مانگا و محبوبیت فوتبال پیش از جام‌جهانی ۲۰۲۲ قطر خود را روی جلد مجله مانگای ورزشی «اسپوکون»، محل تولد مانگای کاپیتان سوباسا نشان داد. تحت تاثیر این مانگا، فدراسیون فوتبال ژاپن و شرکت آدیداس از کیت ورزشی ترکیبی تیم ملی ژاپن با لباس آبی در این مجله رونمایی کردند. بعد از پیروزی شگفت‌انگیز ژاپن بر آلمان هم مانگای بلولاک در توییتر خود نوشت: «فوق‌العاده! ایگو!»

هدف عرق ملی است، ما چه می‌کنیم؟

پیداکردن ظرفیت فرهنگی تاثیرگذار بر نوجوانان ایران، تقویت «عزت‌نفس» نوجوان ایرانی و روحیه ملی‌گرایی نیازمند فکر دقیق و کار مستمر و طولانی است. با وجود همه مشکلات سیاسی و اقتصادی که در سر راه برنامه‌ریزها و سیاست‌گذاران فرهنگی و ورزشی است، پیمودن این راه در ایران به‌مراتب سخت‌تر از ژاپن خواهد بود. به‌خصوص که این روزها دقیقا ملی‌گرایی و وطن‌دوستی مردم ما ازجمله نوجوان‌های‌مان هدف گرفته شده است. پس شاید لازم باشد ما چند قدم عقب‌تر برویم و از عشق به وطن و سربلندی آن و «عزت‌نفس» ایرانی - اسلامی صحبت کنیم و بعد وارد تقویت «عزت‌نفس» فوتبالی شویم.

هند موفق‌تر از ژاپن؛ همت ایرانی کجاست

این همان مسیر طولانی و پیچیده‌ای است که هندی‌ها هم در شاخه‌های مختلف ورزشی خود برای سهم‌گیری از میادین ورزشی جهان به کار بردند و صدالبته همپای ژاپن یا بیش از آن موفق بودند. این کشورها با برنامه‌ریزی غیرقابل‌تغییر و تعطیل، با زمان‌بندی بلندمدت به اهداف خود رسیده‌اند. به‌هرتقدیر در ساختار مدیریت کشور به عزم ملی برای طراحی و اجرای این‌گونه راهبردها نیاز داریم اما به‌عنوان یک مادر که سابقه تدریس به گروه‌های سنی مختلف را هم داشته، معتقدم در این وانفسا و غفلت و ترک فعل‌های مداوم نمی‌توان منتظر ساختارهای رسمی ماند. در این روزها تقویت عزت‌نفس و حس وطن‌دوستی ازجمله وظایف حتمی و واجب عینی برای والدین است.

مکث

همه راه‌های رفته

ژاپن طی ۳۰ سال از کشوری کامل بیگانه با فوتبال و روح این ورزش به یکی از گزینه‌های مطرح و همیشه‌حاضر در این عرصه تبدیل شد. در کنار تمام سرمایه‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مالی برای این هدف، از تاثیر یکی از مهم‌ترین عناصر فرهنگی خود یعنی مانگا و انیمه بر نسل جوان هم غافل نشد و کوشید رویای آوردن مجسمه طلایی جام‌جهانی به ژاپن را تبدیل به هدف مهم و ملی مردمش کند. این الگو قطعا برای هر کشوری ازجمله ایران قابل استفاده است. نمونه مشابه و به‌روز این تجربه را زمان پخش سریال «یاغی» شاهد بودیم که تهیه‌کننده مدعی شد آمار ثبت‌نام در باشگاه‌های کشتی بالا رفته است.

نیم نگاه

یادآوری

بازی بدون دستمزد مجید مجیدی در «تیرباران»

سال‌هاست مجید مجیدی را به‌عنوان کارگردان می‌شناسیم اما اگر فلاش‌بکی به گذشته بزنیم او را به‌عنوان بازیگر هم به یاد می‌آوریم؛ در این میان بازی او در فیلم «تیرباران» و نقش شهید سیدعلی اندرزگو حکایتی جالب و خواندنی دارد، این‌که او برخلاف بسیاری از بازیگران نقش اول فیلم‌ها در این سال‌ها که به محض تاخیر دستمزدشان، سر صحنه حاضر نمی‌شوند، بدون این‌که حتی یک ریال دریافت کند، نقش اول فیلم را بازی کرد. آن‌طور که علی‌اصغر شادروان، کارگردان فیلم در گفت‌وگو با مهر مطرح کرده، علت این دریافت‌نکردن دستمزد هم این بود که: «آقای مجیدی آن زمان جزو پرسنل حوزه هنری بود و حوزه هم سرمایه‌گذار فیلم ما بود و گفتند به پرسنل‌مان حقوق می‌دهیم. هم جعفر دهقان و هم مجید مجیدی، با حقوقی که از حوزه می‌گرفتند در فیلم ما بازی کردند. ما دو بازیگر اصلی داشتیم که حقوق‌بگیر بودند و باقی بازیگران تقریبا همه‌شان نابازیگر بودند و برای آن فیلم هزینه‌ای بابت بازیگر پرداخت نکردیم.»

جشنواره

تدارک ویژه «سینماحقیقت» برای مستندسازان استانی

پردیس سینمایی ملت در حالی این روزها آماده میزبانی از شانزدهمین دوره جشنواره «سینماحقیقت» می‌شود که در این دوره شاهد حضور ویژه مستندسازان استانی در محل برگزاری جشنواره خواهیم بود. مراحل آماده‌سازی، طراحی، اجرا و نصب تبلیغات محیطی و غرفه‌ها، از هفته پیش شروع شده است و همچنان ادامه دارد. این نخستین بار است که پردیس ملت میزبان جشنواره سینماحقیقت خواهد شد. رویدادهای مختلف این دوره ازجمله نمایش فیلم‌ها، کارگاه‌های انتقال تجربه، مراسم نکوداشت و برنامه‌های جانبی در همین پردیس سینمایی برگزار خواهد شد. یکی از ویژگی‌های این دوره حضور ویژه بیش از ۱۰۰ مستندساز جوان استانی است که علاوه‌بر حضور در پردیس ملت و استفاده از برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی، برنامه بازدید از فیلمخانه ملی ایران و چند موزه دیگر برای آنها تدارک دیده شده است.

۶۱۴ اثر برای حضور در بخش ملی شانزدهمین جشنواره سینماحقیقت ثبت‌نام و اعلام آمادگی کردند که اسامی فیلم‌های نهایی بخش مسابقه به‌زودی اعلام می‌شود.

شانزدهمین جشنواره سینماحقیقت با دبیری محمد حمیدی‌مقدم اواخر آذرماه ۱۴۰۱ به‌صورت آنلاین و حضوری برگزار می‌شود./ مهر

نمای نزدیک

شاهرخ‌خان به زیارت خانه خدا رفت

شاهرخ‌خان، ستاره سینمای هند پس از پایان فیلمبرداری فیلم جدیدش در کشور عربستان به زیارت خانه خدا در شهر مکه رفت. پس از این که شاهرخ‌خان، هنرپیشه مطرح بالیوودی اعلام کرد که فیلمبرداری فیلم «دونکی» به کارگردانی راجکومار هیرانی در عربستان به پایان رسیده، تصاویری از این ستاره هندی در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد که او را در شهر مکه و در حین ادای حج عمره نشان می‌دهد. شاهرخ‌خان پیش از این با انتشار ویدئویی از وزارت فرهنگ عربستان سعودی به خاطر لوکیشن دیدنی و مهمان‌نوازی گرم از آنها در طول فیلمبرداری فیلم دونکی تشکر کرده بود. این فیلم قرار است سال آینده میلادی اکران شود. فیلم «پاتان» نیز با بازی شاهرخ‌خان آماده اکران است و طبق برنامه از ۲۵ ژانویه ۲۰۲۳ در سینماها عرضه می‌شود. عربستان که از سال ۲۰۱۷ و پس از ۳۵ سال ممنوعیت، درهای سینما را به روی مردم کشورش گشود به سرعت در حال جبران عقب‌ماندگی خود در این حوزه است و همین حالا تبدیل به بزرگ‌ترین بازار سینمایی در خاورمیانه شده است./ ایسنا