

انتخابات  
و فیلم‌های انتخاباتی

رضا صامی

منتقد سینما

با آغاز ثبت‌نام کاندیداهای ریاست جمهوری که فردا به پایان می‌رسد، بار دیگر سیاست به سینما گره می‌خورد و مدتی دیگر باید شاهد تولید انواع فیلم‌ها و تیزرهای تبلیغاتی بود که برای نامزدهای تأیید صلاحیت‌شده و نهایی ساخته می‌شود. مشاوران رسانه‌ای و تبلیغاتی نامزدها کم‌کم باید سراغ مذاکره و بستن قرارداد با فیلمسازانی بروند که کارگردانی فیلم انتخاباتی نامزد خود را به او بسپارند. در هر دوره‌ای به‌ویژه برای اهالی سینما این پرسش مطرح می‌شود که کدام کارگردان، فیلم تبلیغاتی کدام نامزد را خواهد ساخت. امسال اما با توجه به برگزاری زودهنگام انتخابات ریاست جمهوری، این پرسش با کنجکاوهای بیشتری همراه است و این پرسش باید با فشرده‌گی بیشتری انجام شود. سال‌های ابتدایی که ساخت فیلم برای نامزدها راجع شد نام‌های مطرح‌تر و با سابقه‌تری در میان سازندگان فیلم‌های تبلیغاتی به چشم می‌خورد اما در سال‌های بعد به‌خصوص انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۲، برخی نامزدها سراغ نام‌هایی برای ساخت فیلم‌شان رفتند که شاید خیلی آشنا نبودند اما به‌زعم عده‌ای نتیجه کارشان چندان بد هم از آب در نیامده بود. البته در انتخابات سال ۸۴ بود که ساخت فیلم انتخاباتی به‌عنوان بخشی از سیاست‌های تبلیغاتی نامزدهای ریاست جمهوری جدی گرفته شد. در این سال رخشان بنی اعتماد فیلم تبلیغاتی مصطفی معین، کمال تبریزی فیلم انتخاباتی آیت‌الله هاشمی‌رفسنجانی و مهدی فخیم‌زاده فیلم انتخاباتی علی لاریجانی را ساختند و رسول ملاقلی‌پور برای محسن رضایی، بهروز افخمی برای مهدی کروبی، جواد شقمردی برای محمود احمدی‌نژاد و محرم زینال‌زاده برای محسن مهرعلیزاده فیلم تبلیغاتی ساختند. انتخابات سال ۸۸ را باید پررنگ‌ترین حضور سطح اول سینمای ایران در فرآیند انتخابات ریاست جمهوری دانست و این چهره‌ها تلاش کردند تا علاوه بر حمایت‌ها و حضور در ستادهای انتخاباتی کاندیدای مورد نظر، ساخت فیلم‌های تبلیغی کاندیدای انتخابات پرشور سال ۸۸ را رقم بزنند و سینما را عملاً به‌صورت مستقیم وارد انتخابات کنند. در ادامه ساخت فیلم‌های تبلیغاتی برای کاندیداهای ریاست جمهوری در سال ۸۸ مجددمجیدی و احمدرضا درویش برای میرحسین موسوی فیلم ساختند و علی معلم و بهروز افخمی برای تبلیغ مهدی کروبی به‌ساخت فیلم روی آوردند. جواد شقمردی، فیلمی برای محمود احمدی‌نژاد ساخت و محمدعلی فارسی، فیلم تبلیغاتی محسن رضایی را تدارک دید. جواد شقمردی، مجددمجیدی، جمال شورش، سعید ابوطالب، بیژن میرباقری، ضیاءالدین دری و بهروز افخمی نام‌های آشنای سینمای ایران کارگردانی فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای ریاست جمهوری دوره‌های گذشته را در دست داشتند و در تولید این فیلم‌ها مستند نیز موفق ظاهر شده بودند. سینماگران بزرگ دیگری مثل احمدرضا درویش، رسول صدراعظمی، بیژن میرباقری و مرحوم رسول ملاقلی‌پور هم سابقه ساخت فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری هم در کارنامه کاری‌شان دارند تا به این ترتیب مشخص شود که رقابت در ساخت «سینمایی انتخابات ریاست جمهوری» در ایران در همه این سال‌ها در سطح اول سینمای ایران پیگیری می‌شود. در انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۲ نیز حسین دهشانی فیلم حسن روحانی، حسین شقمردی برای سعید جلیلی، سیدمحمد رضوی سرپرست تبلیغات قالیباف بود و بهروز شعبانی فیلم را کارگردانی کرد و محمدحسین لطیفی برای علی اکبر ولایتی، مجید برزگر برای محمدرضا عارف، جلال عطلازاده برای محمد غرضی و اسماعیل فلاح‌پور برای محسن رضایی فیلم انتخاباتی ساختند تا به این صورت کارنامه کارگردانان سینمای ایران در پایان سال ۹۲ در ساخت فیلم‌های تبلیغاتی بسته شود. در واقع در طول دهه‌های ۸۰ و ۹۰ ساخت فیلم‌های تبلیغاتی برای کاندیداهای انتخابات ریاست جمهوری به‌صورت حرفه‌ای تری پیگیری شد و جایگاه ویژه‌ای در کارزارهای انتخاباتی برای خود دستاورد کرد. ویژگی کاندیداهای به‌پرداخت مشکلات سیاسی - اقتصادی کشور در فیلم‌های تبلیغاتی در دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۳۹۶ نیز نمود ویژه‌ای یافت، اما در این دوره حضور سینماگران مطرح در قامت کارگردان فیلم‌های تبلیغاتی کاندیداهای بسیار کم‌نگرتر از دوره‌های قبل بود و تقریباً هیچ کارگردان مطرحی در فهرست سازندگان این فیلم‌ها دیده نمی‌شد، تأثیرگذاران مستندهای تبلیغاتی چندان هم کم نبود. فیلم تبلیغاتی حسن روحانی که ابتدا گفته شد کارگردانی آن برعهده محمدحسین مهدویان بوده ولی بعداً از سوی او تکذیب شد، با انتقادات دانشجویی آغاز شد که نقدهای نسبتاً تنیدی به عملکرد دولت یازدهم داشتند. حالا انتخابات ریاست جمهوری دوره چهاردهم در حالی برگزار خواهد شد که قرار نبود امسال و اکنون برگزار شود و در واقع هم یک انتخابات زودهنگام بر جامعه عارض شد، هم شکاف بین سیاست و سینمای پیش از هر دوره دیگری است و بعد به نظر می‌رسد شاهد حضور کارگردان‌های مطرح و شناخته‌شده سینما در این عرصه باشیم. حتی بعید نیست که امسال شاهد ساخت فیلم انتخاباتی نباشیم و نامزدها به همان مناظره و تبلیغات شهری بسنده کنند. حال‌امیل و انگیزه سینماگران برای همکاری با سیاستمداران کم‌شده و این خود می‌تواند شاخصی برای سنجش کیفیت رابطه سینما و سیاست باشد.

۲۴ ساعت  
24 HOURS

۱۶

hammihanmedia@gmail.com  
@Hammihanonline  
https://t.me/hammihanonline  
@Hammihanonline

• صاحب امتیاز و مدیرمسئول: غلامحسین کرباسچی • مشاوران: عباس عبدی و احمدزید آبادی، سردبیر: محمدجواد روح، سردبیر آنلاین: افشین امیرشاهی  
• معاون سردبیر: مهرداد خدیبر، دبیران گروه‌ها: فرزانه طهرانی (اقتصاد)، آرمین منتظری (دیپلماسی و بین‌الملل)، علی ورامینی (رسانه و فرهنگ)، سمیه متقی (سیاست)  
• الناز محمدی (جامعه)، آرش خاموشی (عکس)، هادی حیدری (طرح و کاریکاتور)، شبنم رحمتی (معاون آنلاین)، مدیر هنری: مهدی قربانی تبار  
• حروفچینی و ویراستاری: شهرام هادی، مدیراداری و آگهی‌ها: شاهرخ حیدری، تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۴۹۳۰۰، تحریریه: ۸۸۷۳۰۰۹۱، آگهی‌ها: ۸۸۷۳۵۲۰۷، ۸۸۷۳۵۲۰۷  
• نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸، لیتوگرافی و چاپ: هم‌پهن • توزیع: نشر گستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۹۱۳۰۴۱۴۲



## چت‌جی‌پی‌تی داناتر می‌شود

OpenAI در حال انعقاد قراردادهای همکاری با غول‌های رسانه‌ای بزرگ، از جمله واکس و آتلانتیک است

نازنین بقالی

خبرنگار گروه فرهنگ

خدمت کند. نیکلاس تامپسون، مدیرعامل آتلانتیک اظهار کرد: «ما معتقدیم که جست‌وجو در اینترنت با مدل‌های هوش مصنوعی، یکی از راه‌های اساسی برای این کار در آینده خواهد بود. ما از شراکت با OpenAI خوشحالیم تا گزارش‌ها و داستان‌های آتلانتیک را برای میلیون‌ها کاربر قابل‌کشف‌تر کنیم و صدایی در شکل‌دهی نحوه‌ی انتشار اخبار، در پلتفرم‌های آن‌ها داشته باشیم».

## انتقاد خبرنگاران آتلانتیک و واکس

خبرنگاران، آتلانتیک و واکس به این قراردادها واکنش منفی نشان دادند. جسکا لسین، خبرنگار، در ۲۴ ژوئن گزارشی را با تیتر «شرکت‌های رسانه‌ای در حال ارتکاب اشتباهی بزرگ با هوش مصنوعی هستند» در آتلانتیک منتشر کرد. در متن این گزارش آمده است: «سازمان‌های خبری‌ای که برای تیره‌هوش مصنوعی از اتهام‌زدی عجله‌دارند، در حال انجام عملی ضدمنافع خود هستند. آن‌ها نتنها در دفاع از مالکیت معنوی خود شکست می‌خورند، بلکه اعتباری را هم که به‌سختی به‌دست آورده‌اند با اندکی پول نقد از شرکت‌هایی که آن‌ها را کم‌ارزش می‌کنند و محصولاتی می‌سازند که به‌وضوح قصدشان جایگزین شدن با کار آنان است، معامله می‌کنند. مالکان شرکت‌های رسانه‌ای، امتیازاتی را به پلتفرم‌هایی می‌دهند که تلاش می‌کنند همه‌ی مخاطبان و اعتمادی را که روزنامه‌نگاران بزرگ جذب می‌کنند، به‌سخت خود بکشند. بدون آن که هرگز کار پیچیده و پر هزینه روزنامه‌نگاری را انجام دهند». او افزود: «ناشرانی مانند نیوز کوپ این کار را با ایل و آی‌دی انجام دادند و مبالغ هنگفتی را برای محتوای پرزرق و برق سرمایه‌گذاری کردند که برایشان درآمدی نداشت، اما به ایل کمک کرد ساخت‌افزایشی بفرود. ناشران از گوگل پول گرفتند تا روزنامه‌نگاری خود را به‌صورت رایگان از طریق جست‌وجوی اینترنتی ارائه دهند، اما متوجه شدند که این کار تنها سبب شد تا مبلغی که از طریق خرید اشتراک مشترکین‌شان دریافت می‌کردند، از بین برود. همچنین ناشران برای تولید نمایش‌های ویدئویی برای فیس‌بوک و قالب‌بندی مجدد مقالات خود برای داشتن کارکرد درست در برنامه جدیدش، صاف می‌کشیدند اما کم‌کم بعد از این شرکت رسانه اجتماعی نمایش‌ها و برنامه‌ها را لغو کرد؛ در پی این عمل، بسیاری از سازمان‌های خبری بیکار شدند».

در همین راستا بری‌ان والش، خبرنگار، در ۳۱ می در گزارشی در واکس نوشت: «پیش‌بینی‌هایی وجود دارد مبنی بر اینکه رشد چت‌بات‌ها و محصولات جست‌وجوی هوش مصنوعی می‌تواند باعث شود که تا سال ۲۰۲۶ ترافیک موتورهای جست‌وجو برای ناشران تا ۲۵ درصد کاهش یابد. مسلماً هر چه این ربات‌ها عملکردشان ارتقا پیدا کند که بخشی از آن به لطف معاملات با شرکت‌های رسانه‌ای است، این کاهش مخاطب سریع‌تر رخ خواهد داد. در جهانی که هوش مصنوعی به‌عنوان یگانه پاسخ موجود وجود دارد، ضرورت تولید کار بیشتر توسط خبرنگاران از بین می‌رود. این اتفاق نتها برای ناشران و نویسندگان، بلکه برای هوش مصنوعی هم فاجعه است؛ زیرا اگر دیگر داده‌ای توسط خبرنگاران تولید نشود، شرکت‌های هوش مصنوعی نمی‌توانند مواد خام را برای آموزش، ارتقا و به‌روزرسانی هوش مصنوعی خود به‌دست بیاورند. البته، مطمئناً شرکت‌های هوش مصنوعی تنگ‌نظر نخواهند بود و برای این مشکل تدبیری خواهند اندیشید».

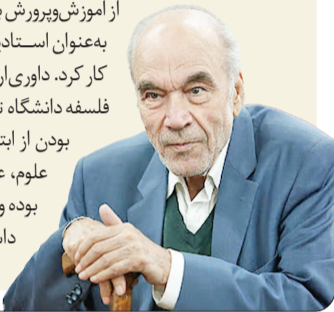
## نفع دو طرفه

با توجه به انتقادات مطرح‌شده در رابطه با قراردادهای مذکور باید گفت که این قبیل همکاری‌ها می‌تواند به‌نفع هر دو طرف قرارداد باشد. انگیزه OpenAI، در چنین توافقاتی روشن است: نیاز دائمی به داده معتبر و به‌روز برای سیستم‌های هوش مصنوعی‌اش. از آنجایی که OpenAI، هدفش اطمینان از پاسخ‌دهی دقیق و درست چت‌بات‌هایش است، مقالات خبری منبع ارزشمندتری از سایر اطلاعات موجود در اینترنت هستند. وب‌سایت منبع خبری‌ای مانند واکس، بی‌شمار داده و اطلاعات قابل‌اعتمادی که به‌دقت نوشته و بررسی شده‌اند، دارند، بنابراین همکاری‌هایی از این دست با شرکت‌های رسانه‌ای، برای توسعه هوش مصنوعی ضروری هستند. با این‌وجود، نویسندگان و ناشران نگران این هستند که با توسعه هوش مصنوعی، احساس نیاز مخاطبان به محتوای‌شان از بین برود، اما به‌زعم بسیاری از کارشناسان این نگرانی بی‌مورد است و همانطور که بری‌ان والش گفت، هوش مصنوعی منبع اطلاعاتش را از بین نخواهد برد و در عوض، ناشران می‌توانند با قراردادهایی از این دست از سود هنگفت این غول‌های اینترنتی برای توزیع محتوایشان و دستیابی به مخاطبان بیشتر، بهره‌برند.

چهره

## فیلسوف روشن اندیش

رضا داوری اردکانی، فیلسوف و متفکر ۱۵ خردادماه ۱۳۱۲ در اردکان یزد متولد شد. او تحصیلات خود را تا دوره متوسطه در اردکان گذراند، در سال ۱۳۳۰ از دانشسرای مقدماتی اصفهان دیپلم گرفت، در ۱۸ سالگی در وزارت فرهنگ استخدام شد و چند سالی در مدارس شهرهای اردکان، اراک، قم و تهران به تدریس پرداخت. او در سال‌های ۱۳۳۳ تا ۱۳۳۴ مقدمات علوم دینی اسلامی را در مدرسه صدر اصفهان که جزو حوزه علمیه اصفهان بود، آموخت. سپس به دانشگاه تهران رفت تا در آن‌جا فلسفه بیاموزد و در سال ۱۳۴۶ با دفاع از رساله خود با عنوان «حکمت عملی افلاطون و ارسطو و تأثیر آن در فلسفه سیاسی فارابی»، موفق به دریافت درجه دکتری تخصصی فلسفه شد. او پس از دریافت مدرک دکتری از آموزش‌وپرورش به دانشگاه تهران منتقل شد و به‌عنوان استادیار فلسفه این دانشگاه آغاز به کار کرد. داوری اردکانی، استاد بازنشسته گروه فلسفه دانشگاه تهران است و فارغ از فیلسوف بودن از ابتدای تأسیس فرهنگستان علوم، عضو دائم این فرهنگستان بوده و ۲۵ سال ریاست آن را برعهده داشته است.



کتابخانه

## تلاش برای نوسازی ایده سوسیالیسم

کتاب «ایده سوسیالیسم (به سوی شکل دموکراتیک زندگی)»، نوشته آکسل هونت با ترجمه محمد نبوی در ۱۴۱ صفحه و با قیمت ۱۷۰ هزار تومان توسط نشر نی منتشر شد. آکسل هونت، به‌عنوان جامعه‌شناسی که وارث نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت است، در این کتاب نخست سراغ خاستگاه‌های ایده سوسیالیسم در عصر صنعتی می‌رود و می‌کوشد فرآیند تکوین این ایده را بر بستر تاریخی آن واکاوی کند. تلاش نظری هونت با تمرکز بر مفهوم «آزادی اجتماعی» پیش می‌رود که به باور او دستاورد مهم سوسیالیست‌های اولیه در برابر برداشت فردگرایانه از آزادی بوده است. هونت این دستاورد اساسی را از



ایده سوسیالیسم  
(به سوی شکل  
دموکراتیک زندگی)  
نویسنده: آکسل هونت  
مترجم: محمد نبوی  
انتشارات: نی

چارچوب محدود صنعت‌گرایی و اقتصادباوری اولیه بیرون می‌کشد تا آن را به برداشت معاصرتری از جامعه و تاریخ مجهز کند و محمل همبستگی اجتماعی جدیدی سازد که مبتنی است بر بازشناسی متقابل، همکاری و خودشنوایی همگانی. جست‌وجوی او برای یافتن راه‌های نوسازی ایده سوسیالیسم در دو جهت پیش می‌رود؛ نخست، در جهت رهایی‌اندازی آن از باور به قانون‌مندی حرکت تاریخ و پیوند زدنش به نوعی تجربه‌گری تاریخی و دوم، در جهت ساختن سوسیالیسم به‌مثابه شکل دموکراتیک زندگی.

تاریخ

## روز جهانی دوچرخه‌سواری



سازمان ملل متحد در روز سوم ژوئن ۲۰۱۸ یا ۱۳ خردادماه ۱۳۹۷، روز جهانی دوچرخه‌سواری (World Bicycle Day) را به ثبت جهانی رساند. دوچرخه تنها وسیله نقلیه با استفاده

آسان، مقرون به‌صرفه، قابل اعتماد، تمیز و سازگار با محیط‌زیست است. به‌همین دلیل این وسیله نقلیه توانسته است به‌عنوان تنها نهاد حمل‌ونقل پایدار حامل پیامی مثبت برای تولید و مصرف پایدار باشد. طرفداران دوچرخه می‌گویند، گسترش استفاده از این وسیله می‌تواند تأثیرات بسیار مثبتی بر جریانات آب و هوایی و محیط‌زیستی داشته باشد. برگزاری روز جهانی دوچرخه هم سبب تشویق کشورهای عضو سازمان ملل به توجه ویژه به فرهنگ دوچرخه‌سواری می‌شود و این دولت‌ها را به لحاظ کردن حمل‌ونقل دوچرخه‌محور در سیاست‌های ملی، منطقه‌ای و جهانی ترغیب می‌کند. طبق این سیاست‌ها لازم است دولت‌ها ایمنی جاده‌ها را بهبود بخشند، ساختار حمل‌ونقل پایدار را طراحی و اجرا کنند و با تأکید بر استفاده از دوچرخه در سیستم حمل‌ونقل، سلامت شهروندان و عبورن پیاده را تضمین کنند.