

افزایش مخاطب تلویزیون با تولیدات مشترک

صفحه ۹



شهر کی برای تمام فصول

علی افشار

زنده‌یاد علی حاتمی، کارگردان تلویزیون و سینما، اواخر دهه ۵۰ و اوایل دهه ۶۰ با تولید سریال ماندگار «هزار دستان» پایه‌گذار احداث یک شهرک سینمایی - تلویزیونی شد و همان سال‌ها، سریال فاخر «سربداران» نیز در این مجموعه جلوی دوربین رفت. درواقع، شهرک غزالی به‌عنوان مهم‌ترین مجموعه دکورسازی برای تلویزیون، مدت‌های مدید به‌عنوان تنها شهرک موجود جهت تولید سریال‌های تاریخی مورد استفاده قرار گرفت و دکورهای مجموعه‌های مختلف تلویزیونی پیرامون فضای مرکزی آن (که بازسازی خیابان لاله‌زار در تهران قدیم بود) بنا شد.

هفته گذشته و در ایام سالگرد درگذشت این فیلمساز برجسته، رسانه‌ها به یاد حاتمی بودند و درباره او می‌نوشتند که یک خبر خوش در نشست مدیران صدا و سیما و کارگردان‌های سریال‌های تلویزیونی رسانه‌ای شد. دکتر علی دارابی در آن نشست تخصصی، از پیگیری جدی سازمان صداوسیما برای نهایی کردن شهرک جدید تلویزیونی در نزدیکی تهران به‌عنوان یک قطب در دکورسازی تلویزیونی و سینمایی خبر داد و عنوان کرد در کنار توسعه و تجهیز امکانات شهرک غزالی، این شهرک در زمینی نزدیک هزار هکتار احداث خواهد شد.

طرح این موضوع و اشاره به قید فوریت و تسریع در عملی کردن آن، نشان می‌دهد مدیران رسانه ملی، یکی از نیازهای مبرم تولیدات تلویزیونی را شناخته‌اند و دریافته‌اند بی‌توجهی به بحث دکور و ایجاد شهرکی برای بنا کردن دکورها، ممکن است در بلندمدت به باورپذیری آثار لطمه بزند.

واقعیت این است که برای تولید آثار جذاب و باورپذیر، نیاز است به جای سرمایه‌گذاری‌های مقطعی، به یک الگوی پیشرفته و ماندگار فکر کرد و همه امکانات را در راستای رسیدن دستیابی به این الگو به کار گرفت. در همه این سال‌ها، هنرمندانی که در زمینه تولید آثار تاریخی تلویزیونی فعالیت کرده‌اند، تلاش خود را برای ارائه بهترین و باکیفیت‌ترین طراحی و اجرا در زمینه دکور و لباس به خرج داده‌اند، اما با توجه به کم‌داشت‌های موجود در این زمینه، قطعا هزینه‌ها به نفع همه گروه‌های تولید خواهد بود. به‌عنوان نمونه، بهار امسال پخش سریال تلویزیونی «پروانه» (جلیل سامان) در کنار تلاش ستودنی این کارگردان و گروهش برای ایجاد فضایی باورپذیر از دهه ۵۰، کم‌داشت‌های موجود در طراحی صحنه را یادآوری کرد. همچنین بحث‌های ایرج رامین‌فر، مدیر هنری و طراح صحنه و لباس کارهای سینمایی و تلویزیونی و گالیه‌های طراحان دیگری چون مجید میرفخرایی و... در این زمینه، جملگی گویای این معضل بود که تولید کارهای نمایشی در این دو رسانه، نیازمند ایجاد یک شهرک مدرن است. شهرکی که البته خود می‌تواند به آرشیو کامل نگهداری از دکورها و لباس‌ها بدل شود و به گالیه‌های طراحان در زمینه نابود شدن وسایل و دکورهای سریال‌های مختلف تلویزیونی پس از اتمام تولید پایان دهد.

چه خوب است همان‌طور که علی حاتمی برای ساخت شهرک سینمایی در سه دهه و اندی پیش، سراغ متخصصان ایتالیایی رفت و با کمک یکی از متبحرترین دکورسازان ایرانی (زنده‌یاد ولی‌الله خاکدان) این طرح را به مرحله تحقق رساند، طراحان شهرک تلویزیونی جدید نیز از تجربیات طراحان هنری وطنی و نیز دانش و روزآمدی متخصصان جهانی این رشته بهره بگیرند تا آنچه قرار است احداث شود، مانند شهرک غزالی بتواند سال‌های سال جوابگوی نیازهای سازندگان سریال‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی باشد.

کمند امیر سلیمانی / بیزاری از چهره‌های تصنعی



هفته گذشته برنامه «کافه سوال» میزبان کمند امیرسلیمانی بود. او مقابل دوربین این برنامه نشست و به سوال‌های مژده لواسانی درباره چرایی جراحی زیبایی پاسخ داد. کمند امیرسلیمانی در این برنامه گفت: جراحی‌های زیبایی افراد را به یکدیگر شبیه کرده و گرچه خودش جراحی بینی انجام داده است، اما این که چهره‌ها حالت تصنعی دارند، نمی‌پسندد.

او در پاسخ به این که چرا و به چه انگیزه‌ای تصمیم به عمل زیبایی بینی گرفته است، گفت: من بازگر بودم و چهارم به‌عنوان ابزار کار و دیده شدن برایم اهمیت داشت و یک مقدار روی آن حساسیت داشتم. زمانی که ۱۸ سال داشتم و قبل از این که در سریال «پدرسالار» بازی کنم، این عمل را انجام دادم. من آن زمان مقداری در تصویر با بینی‌ام مشکل داشتم و به همین دلیل هم تصمیم گرفتم آن را عمل کنم و از نتیجه‌اش هم رضایت دارم، گرچه به شش‌صه این را نمی‌پسندم که جراحی‌های زیبایی، شخصیت صورت را به هم بریزد و به چهره حالت تصنعی دهد. سریال‌های پدرسالار، همسایه‌ها، ملکوت، دزد و پلیس، توطئه فامیلی، طنز ویلای من و طنز شوخی کردم از جمله کارهای تلویزیونی هستند که امیرسلیمانی در آنها ایفای نقش کرده است.

مرتضی احمدی / نوذری جایگزین ندارد



هفته گذشته برنامه «گذر هفتم» رادیو ایران، به مناسبت هشتمین سال درگذشت منوچهر نوذری بزرگداشتی برگزار کرد که مرتضی احمدی، بازیگر و گوینده پیشکسوت رادیو و تلویزیون نیز از جمله مهمانان آن بود. مرتضی احمدی در این برنامه گفت: فقط به خاطر منوچهر به رادیو آمدم، اما نمی‌خواهم بیخودی از او تعریف کنم. جا دارد بگویم بعد از آشنایی‌ام با او به مدت هفت هشت سال کارد و پنیر بودیم.

این پیشکسوت رادیو که به گفته خودش بیشتر از هر کسی با مرحوم نوذری همراه و همکار بوده، در هشتمین سالروز درگذشت نوذری، درباره آشنایی‌اش با او گفت: از سال ۱۳۳۹ با مرحوم نوذری آشنا شدم و اولین بار در دوبله با هم روبه‌رو شدیم. از آن به بعد بود که آشنایی‌مان ادامه پیدا کرد. از سال ۱۳۴۰ که برنامه «شما و رادیو» شکل گرفت، ما جمعا ۱۹ نفر بودیم که تا سال ۵۸ با هم همراه بودیم. یکی از افرادی که همیشه با من بود، مرحوم نوذری بود. لازم است بگویم او یک گوینده بسیار توانا بود که در کارش استاد بود و نمی‌شد تپق زدن را در کارش سراغ گرفت. منوچهر جایگزینی نداشت و تا به حال هم جایگزینی برای او پیدا نشده است.

مجید مشیری / در آرزوی فرار از کلیشه‌ها



مجید مشیری که این روزها بازی‌اش را در سریال «خانه‌ای روی تپه» شاهد هستیم با گلایه از نقش‌هایی که به او پیشنهاد می‌شود، گفت: بیشتر نقش‌هایی که من در آن حضور دارم شکل رازآلودی دارد. خودم هم نمی‌دانم چرا در بیشتر موارد، نقش مردهای شرور و زنه تلویزیون به من می‌رسد، به همین علت سعی می‌کنم برای فرار از کلیشه‌ها، گاه به سراغ نقش‌های متفاوت بروم.

او با ابراز خوشحالی از بازی در سریال خانه‌ای روی تپه، گفته است: در این سریال نقش ناظمی را بازی می‌کنم که قصد دارد به بچه‌های مدرسه‌اش کمک کند. این نقش با کاراکترهای که در طول چند سال اخیر بازی کرده‌ام کمی متفاوت است، چراکه در آن از پیچیدگی‌های نقش‌هایی که تاکنون بازی کرده‌ام، خبری نیست.

مجید مشیری که این روزها مشغول بازی در سریال «معراجی‌ها» به کارگردانی مسعود ده‌نمکی نیز است، درباره نقش متفاوت خود می‌گوید: در این سریال گونه‌ای متفاوت را در بازیگری تجربه می‌کنم، چراکه ایفاگر نقش معلمی جانباز هستم. بر این باورم با توجه به قصه‌ای که معراجی‌ها دارد، می‌تواند موفقیت اخراجی‌ها را تکرار کند.

مهرآوه شریفی نیا / تجربه متفاوت اوشین ایرانی



مهرآوه شریفی‌نیا بتازگی برای بازی در سریال «کیمیا» ساخته جواد افشار قرارداد کاری بسته است. از این سریال به دلیل طولانی بودن، با عنوان «اوشین ایرانی» یاد می‌شود و مهرآوه شریفی‌نیا نقش اصلی آن را بازی می‌کند. این بازیگر درباره حضورش در این مجموعه گفته است: بازی در سریال کیمیا برای من جذابیت‌های خاص خودش را داشت، چراکه اولین سریال ایرانی درامی به شمار می‌رود که قرار است در صد قسمت ساخته شود. او گفته است: در این اثر برای اولین بار مادرم (آریتا حاجیان) قرار است نقش مادرم را بازی کند و از این نظر فکر می‌کنم،

تجربه متفاوتی در کارنامه هنریم رقم بخورد، چون تاکنون با وجود پیشنهادهایی که در این زمینه داشتیم، اما این اتفاق رخ نداد ولی کیمیا به قدری جذاب بود که من و مادرم را واداشت تا هر دو در این اثر بازی کنیم.

مهرآوه شریفی‌نیا که بازی در سریال‌هایی چون روز حسرت، آشین‌باشی، ساعت شنی و قلب یخی را در کارنامه خود دارد و یکی از پرکارترین بازیگران زن تلویزیون است، همچنین به این نکته اشاره کرده که هیچ‌گاه از موقعیت خود سوءاستفاده نکرده است.

او گفته: خوشبختانه من از نعمت بزرگ شدن در یک خانواده هنرمند برخوردار بودم، اما هیچ وقت از موقعیتی که پدرم داشت سوءاستفاده نکردم و از او نخواستم در کاری از من هم استفاده کند، بلکه همیشه سعی کرده‌ام فقط از توانایی‌های خودم بهره بگیرم.

نگار استخر / سنجد تکرار نمی‌شود



کودکی بسیاری از ما با برنامه عروسکی «سنجد» سپری شده است. از آن بسیار خاطره داریم. نگار استخر، عروسک‌گردان و صدایشه سنجد درباره این برنامه تلویزیونی گفته است: ۲۰ سال است با سنجد همراهم. حتی احساس می‌کنم اسم و فامیلم هم با سنجد عجین شده و به نوعی همه، مرا با نام خانم سنجد می‌شناسند، هنوز بعد از ۲۰ سال اسم سنجد برایم عادی نشده و وقتی در کوچه و خیابان نام سنجد را می‌شنوم، ناخودآگاه برمی‌گردم و پشت سرم را نگاه می‌کنم. او درباره ایده شکل‌گیری سنجد می‌گوید:

ایده اولیه عروسک سنجد مربوط به سال ۱۳۷۱ می‌شود. اولین برنامه‌ای که با حضور خودم در کنار سنجد ضبط شد، در یک مهدکودک بود که موضوع برنامه هم کتاب خواندن بود. سنجد را در دستم گرفتم و با اعتماد به نفس مقابل دوربین رفتم و به اعتبار این که سنجد در بغلم هست شروع به حرف زدن کردم. راستش خیلی بدم نیامد و این اتفاق باب ماجرا شد که بعد از آن من در کنار سنجد به‌عنوان شخصیتی با نام دوست‌چون قرار گرفتم.

رامبد جوان / تولید خندوانه پس از خندنده



رامبد جوان هر چه می‌نویسد یا می‌سازد، ربطی به خنده دارد. او امسال درصدد بود فیلمی به نام «خندنده» بسازد که به جایی نرسید و تولیدش به سال ۹۳ موکول شد. او از تولید یک کار تلویزیونی با نام «خندوانه» خبر داده و گفته است: از اواسط دی ماه قرار است برنامه خندوانه که یک برنامه شاد تلویزیونی است از شبکه نسیم پخش شود. این برنامه درباره فرهنگ خنده، خندیدن و خنداندن است و هر شب از ساعت ۲۱ تا ۲۲ پخش خواهد شد. البته قائم‌مقام مدیر شبکه نسیم هم درباره پخش خندوانه گفته است: پخش

این برنامه هنوز قطعی نشده و در حال ریزینی هستیم تا به نتیجه برسیم. جوان که به‌عنوان رئیس انجمن اوقات فراغت هم حکم گرفته، همچنین اجرای برنامه «یلدای این خونه» را که قرار است قبل از شب یلدای امسال توسط شبکه نمایش خانگی توزیع شود، در برنامه دارد. در یلدای این خونه، بهاره رهنما و مادرش پروین قائم‌مقامی، مهراب قاسم‌خانی و همسرش شقایق دهقان همراه پسرشان، فرهاد آئیش همراه همسرش مائده طهماسبی در کنار خوانندگانی چون حسین خواجه امیری، سالار عقیلی و حمید عسگری حضور خواهند داشت.

افزایش مخاطب با بازپخش سریال های خارجی

به بهانه بازپخش «افسانه جومونگ» از شبکه تماشا

سحر مظفری



شود، می آیم خانه.

سال های دور از خانه اولین سریال چشم بادامی های تلویزیون بود که عده زیادی را پای تلویزیون میخکوب کرد. دیدن زندگی سخت اوشین و این که چگونه قهرمانان و به تنهایی بر مشکلات فائق می آید، مهم ترین عامل جذب مخاطبان به این سریال بود تا سال های سال با سرمشق قرار دادن زندگی او از سد مشکلات زندگی خود بگذرند. سال ها گذشت تا این که نوبت به جواهری در قصر و افسانه جومونگ و سپس دونگی رسید. دیدن تصاویر خوش رنگ و لعاب و زندگی اسطوره ای قهرمانان داستان از جمله عواملی بود که مخاطبان را مجذوب این سریال ها کرد تا خود را جای شخصیت های این سریال ها بگذارند و با آنها همذات پنداری کنند. با خوشحالی آنها خوشحال شوند و همراه آنها غصه بخورند. یانگوم و جومونگ و دونگی کمی کم از قاب تلویزیون به تصاویر مورد علاقه روی کیف، کفش، دفتر و لباس کودکان و جوانان تبدیل شد. زمانی بود که وقتی قدم در خیابان می گذاشتی با خیل عظیم آدم هایی مواجه می شدی که تصاویر قهرمانان سریال های کره ای روی لباسشان حک شده بود و این



روزها پخش دوباره افسانه جومونگ باعث شده خیلی ها خاطرات خود را از روزهای تماشای این سریال زنده کنند. تحریک احساسات و عواطف مخاطب به وسیله نشان دادن موضوعات و تصاویری ساده از عوامل اصلی جذب شدن مردم به سریال های کره ای است، طوری که بسیاری برای روزی که تلویزیون سریال کره ای جدیدی را در برنامه های خود بگنجانند لحظه شماری می کنند.



مردم در قاب

زندگی پیش چشم دوربین

رکسانا قهقرایی

زندگی در جهان معاصر - که عصر ارتباطات نامیده می شود - بیش از پیش وابسته ابزارهایی تکنولوژیک است که هر یک به نوبه خود در افزایش توانمندی بشری سهمی دارند یا بر جنبه های تفریحی و کار کردهای سرگرم کننده پا می فشارند؛ اما مساله اینجاست که زندگی آدم چقدر به این پدیده خودساخته اش بستگی دارد؟! نفوذ تلویزیون، رادیو، ماهواره، اینترنت، تلفن همراه و دیگر رسانه های جمعی، چقدر جهان در حال تغییر کنونی را از واقعیت به سمت مجاز سوق داده و آیا قصه پردازی ها و داستان سرایی های ناب انسان هم متأثر از این رویکرد به سمت و سوی مجاز حرکت می کند؟!

به نظر می رسد حضور دوربین در دنیای امروز اتفاقی غیر قابل انکار است؛ نگرانی از دیده شدن و چه بسا خرسندی از آن. انسان امروز بی نهایت درگیر روزمرگی هایی است که هر کدام در حافظه ای ثبت و ضبط شده و از سوی گروهی تحت نظارت قرار می گیرد. این دیده شدن از یک دوربین مدار بسته در اتاقی کوچک از یک شرکت تجاری آغاز می شود و



به بازنترین نماها از جامعه شهری می رسد. آدم هایی که در این تصویر به مقیاس نقطه ای از یک کلیت در می آیند، می توانند خودشان سوژه هایی جذاب برای پرداختی بسط یافته و قابل تامل باشند. همان طور که وقتی این افراد در کادر دوربین یک داستان قرار می گیرند و نگاه، اندیشه، ارزش ها، رفتارها و هنجارهایشان در

آن موقعیت مشخص مهم می شود، قابلیت روایت پیدا می کند و می تواند پیامی مناسب را برای گروهی از مردم در بر داشته باشد.

دوربین مقوله ای صرفا فیزیکی در زندگی فرد نیست و می تواند ناشی از تمرکز و توجه به یک واقعیت مثبت یا منفی اجتماعی و فردی باشد. اجتماعی بودن یک پدیده هم قابلیت ذاتی برای مورد هدف قرار گرفتن به واسطه دوربین دارد و روایت های فردی هم به شرط داشتن مولفه های مفید و تاثیرگذار می تواند در قالبی عمومیت یافته، به دیگران هم نسبت داده شود.

لنزه های دوربین گویی همه زندگی انسان را احاطه کرده اند و در این میان نمی توان قضاوت مثبت یا منفی از این واقعیت داشت چرا که نبود آن شاید زبان های جبران ناپذیر بیشتری در پی داشته باشد تا مزایایی که صرفا به امنیت فکری منجر می شود.

در نگاه عده ای دوربین، سریال ها و فیلم های تلویزیونی و آثار سینمایی را شامل می شود که البته تصویری درست است، اما فراگیری آن به جزئی ترین لحظه های زندگی فرد تا بزرگ ترین رویدادهای اجتماعی برمی گردد. در پایان دوربین را باید فراتر از یک شیء دانست. شاید بتوان آن را یک شهروند نظاره گر پنداشت که میان گم شدن های گاه و بیگاه، نگاهش را از آنچه در حال رخ دادن است، بر نمی دارد.

درباره سیما

لزوم تنوع شکلی در طرح موضوعات

سارا بابایی

هر روز در کوچه و خیابان برای هر کدام از ما اتفاقاتی رخ می دهد که شاید بسادگی از کنارشان رد شویم، اما می دانیم عملا خودشان یا ماجراهای اطرافشان تاثیر مستقیمی بر زندگی شخصی و اجتماعی ما و اطرافیان دارد. این مسائل و مشکلات هر چه بیشتر زیر ذره بین رسانه ای قرار بگیرند، بهتر می توان با آراء و نظرات تحلیلی، جامع و کارشناسانه همراهشان کرد و به درجه و میزان تاثیرگذاری مطلوب یا نامطلوب رخدادها یا پدیده های اجتماعی مختلف پی برد.

به خاطر دارم سه سال قبل که تلویزیون در برنامه «غیرمنتظره» از مردی دارای سه زن به عنوان مهمان این برنامه دعوت کرده بود، عده بسیاری به تلویزیون انتقاد کردند که چرا با نشان دادن این موارد، باب آن را در سطح جامعه باز می کند. اما بودند عده دیگری هم که از خود می پرسیدند درست است که تلویزیون به دلیل برخی خط قرمزها به سراغ برخی مسائل روز جامعه نمی رود، اما اگر رسانه ملی این مسائل را نشان ندهد، مگر خودمان هر روز در کوچه و خیابان شاهد چنین اموری نیستیم؟ مگر نه این که تلویزیون باید به عنوان رسانه ملی واقعیت های جامعه را به مردم نشان دهد و در آگاهی بخشی به آنها، نهایت تلاش خود را به کار گیرد؟

مدتی است برنامه «کافه سوال» به یکی از این مسائل روز، که نمونه های زیادی از آن را در سطح جامعه دیده ایم، پرداخته است. جراحی زیبایی و مسائل پیرامون آن که مرد و زن هم نمی شناسد و روز به روز، در حال گسترش است. این موضوعی بود که در فصل اول سری برنامه کافه سوال مورد توجه دست اندکاران آن قرار گرفت. در این برنامه که فصل اول آن هفته گذشته تمام شد، بازیگرانی که عمل زیبایی انجام داده بودند از تجربیات خود در این زمینه برای مخاطبان حرف زدند و این برنامه، به واسطه فضایی که به وجود آورده بود و حرف های صریحی که چهره های شناخته شده برای مردم در زمینه موضوع مورد بحث بیان می کردند، خیلی زود جای خود را در افکار عمومی و رسانه ها باز کرد. هفته گذشته خبر رسید برنامه کافه سوال به سراغ موضوع روز دیگری رفته و قرار است موضوع شبکه های اجتماعی فضای مجازی را در فصل دوم خود، مورد بحث و تبادل نظر قرار دهد.



باید به این نکته مهم توجه کرد که تولید برنامه های مختلف هشداردهنده و آموزشی با رویکرد نقد مسائل مبتلابه نسل جوان جامعه، اگر در فرم ارائه، از کلیشه ها دوری کند و سازندگان آنها راه های جدیدی برای ارتباط با مخاطب بچینند، قطعاً این ایده، استقبال قشر وسیع تری از مردم و جوانان را به همراه خواهد داشت. دستیابی به تنوع شکلی در طرح موضوعات هشداردهنده، نیازی ضروری بود که حالا با میدان دادن به جوانان خلاق برنامه ساز در رسانه ملی به وقوع پیوسته است. آنچه بدیهی به نظر می رسد، هر چه این رویکرد گسترده تر باشد، هم کیفیت برنامه سازی ارتقاء خواهد یافت و هم مخاطبان بیشتری با برنامه های مختلف تلویزیونی همراه خواهند شد.

رصد آسیب‌های اجتماعی با تلویزیون

تلویزیون در جوامع امروزی چگونه به آسیب‌های اجتماعی می‌پردازد؟

نسرین بختیاری

تلویزیون به عنوان یکی از کانال‌های اجتماعی شدن هم می‌تواند آموزش‌دهنده رفتارهای درست اجتماعی و هم منبع رفتارهای نادرست و ناپه‌نجان باشد. به عبارت دیگر تلویزیون در آموزش رفتارهای اجتماعی نقش مهمی ایفا می‌کند.



دکتر امان‌الله قرایی مقدم، جامعه‌شناس در این زمینه می‌گوید: مهم‌ترین و تأثیرگذارترین وسیله ارتباطی جهان امروز تلویزیون است؛ چون هم سمعی و هم بصری است. چینی‌ها معتقدند آنچه یک تصویر به ما نشان می‌دهد، صدها کلمه هم قادر به بیان آن نیست. به همین نسبت تلویزیون تأثیر بسیاری بر جلوگیری از انواع آسیب‌های اجتماعی دارد.

این کارشناس اجتماعی درباره الگو گرفتن از تلویزیون می‌گوید: تلویزیون در روش‌های ذهنی و سبک زندگی، پوشش، آرایش و استفاده از مواد مخدر به عنوان یک الگو عمل می‌کند و همه را با تصویر نشان می‌دهد. این تصویر در مغز حک و فرمانی براساس آنها صادر می‌شود تا عملی انجام دهیم. وقتی مارشال مک‌لوهان دنیا را به دهکده جهانی تشبیه می‌کند، به دلیل همین ویژگی تلویزیون است. به عبارتی ما به وسیله تلویزیون می‌توانیم دنیای پر رمز و راز و خردفرهنگ‌ها را به یکدیگر نزدیک کنیم.

قرایی مقدم می‌گوید: استفاده از تلویزیون دو جنبه دارد؛ اول این که می‌تواند بسیار مؤثر و مفید باشد و باعث تغییر الگوی رفتاری بشر شود. سبک زندگی، خواست‌ها، امیال و آرزوها با تلویزیون تغییر می‌کند. اگر برنامه‌ها بدون ملاحظات و مطالعات فرهنگی، آموزشی و پژوهشی تدوین شود، مضر خواهد بود. هرگاه برنامه‌های تلویزیون، کارشناسانه باشد، تأثیری عمیق بر مخاطب خواهد داشت.

اهمیت بازنمایی آسیب‌ها

قرایی مقدم با اشاره به این که چگونگی نمایش آسیب‌های اجتماعی اهمیت بسیاری دارد، می‌افزاید: نظر هارولد لاسول، جامعه‌شناس آمریکایی با مارشال مک‌لوهان در این زمینه متفاوت است. مک‌لوهان معتقد است باید به گونه‌ای وسایل ارتباطی را پیشرفته کنیم که بسرعت اخبار را منتشر کند، اما لاسول از چگونگی سوار کردن پیام‌ها روی موج‌ها صحبت می‌کند. باید به گونه‌ای پیام را به مخاطب منتقل کنیم که متوجه نشود چگونه یک مسأله در ذهنش نهادینه شده است.

او سپس به راهکارهای نشان دادن آسیب‌های اجتماعی اشاره می‌کند و می‌گوید: صحیح نیست در سریال‌ها مستقیم‌گویی کنیم. سریال باید به گونه‌ای باشد که فرد را به تفکر، تأمل و تعمق دعوت و مخاطب را جذب کند. مثلاً در فیلم بن‌هور به صورت مستقیم ترویج نمی‌کنند که یهودی شوید بلکه با زبان تصویر می‌بینیم که یک یهودی اسبی به قهرمان قصه می‌دهد و او پیروز می‌شود. این تاکتیک رسانه برای تأثیرگذاری روی مخاطب است. همچنین ایجاد شادی، موسیقی و تزئین پیام‌ها به بهترین شکل ممکن می‌تواند یکی از راهکارهای نشان دادن آسیب‌های اجتماعی باشد تا مخاطب آن را پس نزند. اگر به این واقعیت توجه نشود، گرایش به استفاده از رسانه‌های مهاجم در جوانان افزایش می‌یابد. الگوی غلط رفتاری و ناهماهنگی با فرهنگ کشور پدید می‌آید و در نتیجه میل به رفتارهای



عنوان می‌کند: وقتی رسانه‌ها به اعتماد عمومی لطمه می‌زنند، اطلاعات نادرست به مخاطب می‌دهند، دوری‌های سطحی یا بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی می‌کنند به شناخت و فهم و درک مخاطب آسیب می‌زنند. آسیب این مسائل نمی‌تواند کمتر از اعتیاد و آفت‌های اجتماعی دیگر باشد. چون این آسیب‌ها فرهنگی هستند، ممکن است ملموس نباشد و چندان بروز نکند. نمی‌خواهم قضاوت کنم. در مواردی تلویزیون مثبت و سازنده عمل کرده و در مواردی عملکرد خودش به نوعی آسیب‌زا بوده است.

فرقانی کلید ارتباط با مخاطب را در برنامه‌های اجتماعی، صداقت می‌داند و تصریح می‌کند: سریال‌ها و برنامه‌های اجتماعی محور باید با مردم صادق باشند و دوم این که بتوانند ارتباط درست برقرار کرده، اعتماد مخاطب را جلب کنند. جلب اعتماد و ایجاد ارتباط در گرو اثبات صداقت یک رسانه در بلندمدت است. این گونه نیست که فکر کنیم سریال‌هایی که به طور مجزا از یک رسانه پخش می‌شوند، دوری می‌شود بلکه سریال‌ها در کنار مجموعه برنامه و بسته‌های محتوایی رسانه‌ای ارزیابی می‌شوند. اعتماد مخاطب بارزترین سرمایه یک رسانه است و به مرور با یک عملکرد نادرست می‌تواند از بین برود.

برنامه‌سازی اجتماعی، نیازمند اتاق فکر

وی در پایان می‌گوید: چگونگی برنامه‌سازی اجتماعی نیازمند اتاق‌های فکر و یک جمع مشورتی است تا بتوان به برنامه‌های جامع دست یافت. سریال‌ها باید بتوانند مسائل را به صورت ملموس و عینی بیان کنند و با زندگی روزمره مخاطب ارتباط داشته باشند. نباید این تصور ایجاد شود که برنامه‌ها یک بسته ساخته و پرداخته شده از بخش بالادستی برای ابلاغ به پایین است. باید این احساس ایجاد شود که با هم و در کنار هم به این مسائل فکر می‌کنیم. در چنین حالتی است که می‌توان به سازنده بودن تلویزیون و کارکرد آموزشی و جامعه‌پذیری آن اعتماد و اطمینان صددرصد پیدا کرد.

قرایی مقدم با اشاره به نظر جامعه‌شناسان در خصوص خشونت ابراز می‌کند: برخی جامعه‌شناسان معتقدند نمایش دادن فیلم‌های خشونت‌آمیز باعث خشونت می‌شود. نشان دادن صحنه‌های اعدام بشدت روی ذهن تأثیر می‌گذارد و این تأثیر ممکن است تا طولانی‌مدت باقی بماند. این مسأله به هنر بازنمایی تلویزیون برمی‌گردد که چگونه می‌خواهد یک تصویر را نشان دهد که در عین تأثیرگذاری، دور از مستقیم‌گویی باشد.

این جامعه‌شناس تأکید می‌کند: امروز وجود اشتراک در مفاهیم تلویزیون باعث فروریختن حریم‌های شخصی و چارچوب‌های فکری خاص شده است. تلویزیون همه افراد را در درون خانه جمع کرده است و نقش بسیار پررنگی دارد. سریال‌های تلویزیونی در کاهش بزه اجتماعی تأثیرگذار است. ما می‌توانیم مفاهیم اجتماعی را در قالب برنامه‌های مختلف و متنوع در ذهن جوانان نهادینه کنیم، اما باید توجه داشته باشیم لحن و شیوه بیان به گونه‌ای باشد که جوان را به انجام کاری علاقه‌مند کند. معمولاً شیوه دستوری راه به جایی نمی‌برد.

صداقت، کلید ارتباط با مخاطب

دکتر محمد مهدی فرقانی، مدرس ارتباطات درباره عملکرد تلویزیون در بازتاب مسائل اجتماعی می‌گوید: دستیابی به جنبه‌های علمی و دقیق این عملکرد، نیازمند یک پژوهش میدانی است.



تلویزیون در مواردی به آسیب‌های اجتماعی پرداخته و عملکرد مؤثری داشته است، اما می‌دانیم رسانه‌ها به تنهایی مظهر درد یا سرچشمه درمان نیستند، بلکه بستگی دارد از چه رسانه‌ای، چه گروهی و چگونه استفاده می‌کنند. در برخی موارد رسانه‌ها می‌توانند منشأ آسیب‌های اجتماعی باشند. وی درباره چگونگی عملکرد نادرست برخی رسانه‌ها

ناپه‌نجان بیشتر می‌شود.

قرایی مقدم با اشاره به این که ثابت شده سخنرانی و پیام‌های مستقیم تأثیری در تغییر نگرش‌ها ندارد، می‌گوید: تحقیقات کورت لوین در دهه ۴۰ نشان داده هیچ‌گاه سخنرانی برای تغییر نگرش مدیران، زنان و افراد دیگر تأثیرگذار نبوده است و اصولاً مستقیم‌گویی نمی‌تواند تأثیری در تغییر نگرش‌ها و ایجاد رفتارهای بهنجار داشته باشد. از آن سو باید به این اصل توجه کرد که تلطیف پیام در قالب برنامه‌های جاذب، تأثیرگذاری بیشتری روی مخاطب خواهد داشت.

این جامعه‌شناس با تأکید بر استفاده از الگوی صحیح موسیقی در تلویزیون توضیح می‌دهد: وقتی در جوامع مختلف از الگوهای صحیح موسیقی بومی غفلت می‌شود، جوانان به سمت موسیقی‌های زیرزمینی می‌روند. باید توجه داشت خوانندگان سنتی می‌توانند با پوشیدن لباس سنتی، مردم را به این نوع پوشش ترغیب کنند. همچنین تنوع رنگ، عشق به زندگی، امید و ازدواج را به روح جامعه تزریق می‌کند.

توجه به کارکرد پنهان تلویزیون

وی ادامه می‌دهد: آموزش دو کارکرد پنهان و آشکار دارد؛ بنابراین حتی معنای کارکرد آشکار هم باید بدرستی فهمیده و درک شود تا به شیوه اصولی از آن استفاده کنیم. نباید تلویزیون تصور کند هر آنچه را می‌دهد، می‌گیرد، چون این متناقض با نظر لویی آلتوسر است. تلویزیون باید بازخورد پیام‌هایی را که می‌دهد، بررسی کند و برای تغییر آن بکوشد. اگر تلویزیون در جهت صحیح و زیر ذره‌بین گذاشتن موضوعات، برنامه تدوین کند و معطوف به کارکرد پنهان تلویزیون شود، قطعاً این فرایند تأثیرگذار خواهد بود.

وی می‌گوید: توجه به روان‌شناسی اجتماعی مردم، خصوصیات، سنن، فرهنگ ملی و همگام بودن با فرهنگ جهانی می‌تواند یکی از معیارهای برنامه‌سازی تلویزیون باشد. تلویزیون مانند شمشیر دو لبه است که اگر به شیوه صحیح و اصولی عمل نکند، باعث فساد و تباهی جامعه می‌شود.

مجله ای نه فقط برای ورق زدن

نگاهی به فراز و فرودهای تخصصی ترین برنامه تئاتر در تلویزیون

مریم رها



برنامه «مجله تئاتر» به تهیه کنندگی نیما دهقان و اجرای منوچهر اکبرلو که اکنون در چهارمین سال پخش خود است، همچنان تنها برنامه مربوط به هنر تئاتر است که چهارشنبه شبها ساعت ۲۳ و ۳۰ دقیقه از شبکه چهار سیما روی آنتن می‌رود.

این برنامه پس از فراز و فرودهایی که پشت سر نهاده و تجربیاتی که طی این سالها به دست آورده است همچنان تنها تریبون تئاتر و هنرمندان و علاقه‌مندان مهجور این هنر در قاب کوچک تلویزیون است که با تلاش مضاعف سعی دارد همه مسائل مربوط به تئاتر کشور - از مسائل صنفی و اطلاع‌رسانی تئاتر تا مباحث تئوریک و کارشناسانه - را تحت پوشش قرار دهد و جای بسی تعمق است که مدیران شبکه‌های مختلف سیما و برنامه‌سازان طی این سالها هیچ‌گونه فکری برای پرداخت بیشتر و تولید برنامه‌های تکمیلی برای این هنر نمایشی مادر، در برنامه کار خود نگنجانده‌اند!

علوم، فنون و هنرهای گوناگون شاخه‌های مختلفی دارند که هر کدام زیرشاخه‌های متعددی را در برمی‌گیرند و معرفی درست و کامل و بازتاب هرچه تمام‌تر آنها، مستلزم زمان بیشتر و پرداخت آنها در حوزه‌هایی تخصصی‌تر است. تئاتر نیز به‌عنوان هنری که مادر همه هنرهای نمایشی برای تجلی خاستگاه‌های خود، دیگر هنرها از جمله نقاشی، معماری، موسیقی، انواع ادبیات غنایی، بزمی، حماسی، نمایشی، علوم گوناگون همچون جامعه‌شناسی، فلسفه، روان‌شناسی، زبانشناسی و... را شامل می‌شود چگونه امکان دارد بتوان در یک برنامه دو ساعته، آن هم هفته‌ای یک شب، شناخت درستی از این هنر به مخاطب خاص و عام آن ارائه کرد؟ چه برسد به نقد تئاتر و آسیب شناسی آن در حوزه تولید، تبلیغ، مدیریت و...؟! حقیقت این است برنامه «مجله تئاتر» که لنگ

لنگان و البته عصا به دست، خود را تا به اینجا رسانده، هرگز نخواهد توانست به‌تنهایی بازتاب دهنده تئاتر کشور و راهگشای مصائب و مشکلات عدیده و بی‌شمار اهالی آن باشد.

مجله تئاتر، همان‌طور که از اسم آن برمی‌آید، تنها مجله‌ای است برای توریق کردن و نه مجالی برای درنگ و تعمق در تئاتر و هر انتقادی مبنی بر انتظارات برآورده نشده مخاطبان و اهالی تئاتر است، نه به سازندگان این برنامه.

این نکته مهم هم نباید نادیده گرفته شود که سینما و تلویزیون در حوزه متن، کارگردانی و بازیگری همواره از تئاتر تغذیه می‌شود و این مبادله دوطرفه در صورت ضعف و فقر یکی به دیگری نیز سرایت خواهد کرد، اما گذشته از همه آنچه گفته شد و البته با تاکید بر آنها و محفوظ بودنشان، این برنامه تلویزیونی در بطن

خود نیز محاسن و معایبی دارد.

مجله تئاتر با توجه به امکانات اندکی که در دست دارد، بیشتر از آنچه از آن توقع می‌رفت توانسته مورد توجه مخاطبان قرار بگیرد، به‌گونه‌ای که در بعضی جراید و خبرگزاری‌ها «نود تئاتری» نامیده شد یا در برخی محافل با برنامه نود و برنامه هفت مقایسه می‌شود؛ اگرچه این قیاس به‌واقع غیرمنصفانه و بی‌پایه و اساس است و تنها وجه اشتراک این برنامه‌ها، خبرساز بودن و محبوب بودن آنهاست.

این برنامه تلویزیونی با حداقل بضاعت، هم اجراهای روی صحنه را معرفی و با پخش تیزرهای کوتاه آنها را تبلیغ می‌کند و هم در بخش‌های کوتاهی با حضور کارگردان، نویسنده، بازیگر و دیگر عوامل به نقد اجمالی آثار می‌پردازد. از طرفی بعضی از مشکلات صنفی را بازتاب می‌دهد و به تحلیل آن می‌پردازد که البته همین رویکرد باعث پویایی این برنامه شده است.

اما مجله تئاتر درست در همان نقاطی که باعث محبوبیت آن شده، ضعیف عمل می‌کند و آسیب‌پذیر است. یکی از این موارد، مطرح کردن مضامین صنفی است. از آنجا که هم تهیه‌کننده و هم مجری برنامه وابسته به مرکز هنرهای نمایشی هستند، در این بخش کاملاً دست به عصا حرکت می‌کنند و فراتر از طرح مشکل نمی‌روند. طرح مشکل بدون آسیب‌شناسی و ارائه پیشنهادی کاربردی برای رفع آن، کاری از پیش نخواهد برد. شاید اگر یک گروه مستقل تولید این برنامه را در دست داشتند و گردانندگان آن نیازی به حفظ منافع خود نمی‌دیدند و احساس خطر نمی‌کردند، با شهامت و جسارت بیشتری می‌توانستند این مسائل را به چالش بکشند تا راهکاری برای رفع مشکلات پیشنهاد داده شود و یا مدیران ناکارآمد را مورد مواخذه قرار دهند. ایراد دیگری که به این برنامه وارد است، استفاده همه جانبه و نه بهینه از امکانات و فرصت محدودی است که سازندگان برنامه در اختیار دارند. همان‌طور

که ذکر شد، یک برنامه دو ساعته نخواهد توانست همه جنبه‌های تئاتر را تحت پوشش قرار دهد و در آن عملکرد موفق داشته باشد. پس کمی هوشمندی بیشتر و اتخاذ سیاست درست می‌تواند برنامه را هدفمند و مفیدتر کند. به‌عنوان مثال اگر این برنامه صرفاً آسیب‌شناسی مشکلات تئاتر و معرفی تئاترهای در حال اجرا را در دستور کار خود قرار دهد یا تنها به معرفی و نقد اجراها و بیان اخبار مهم مرتبط بپردازد، مجال بیشتری برای کمک به اهالی آن به‌دست خواهد آورد. اما مجله تئاتر با برنامه ریزی حال حاضر خود، تبدیل به یک برنامه شلوغ اما محتاط شده است که فقط تیتراهای مختلف را ورق می‌زند، اما کمتر فرصت می‌کند مطالب تکمیلی مفید و حائز اهمیت را درباره این تیتراهای جذاب عنوان کند.

برنامه مجله تئاتر فرصتی ایجاد کرده است که منتقدان و کارشناسان جوان بتوانند خود را محک زده یا توانمندی خود را اثبات کنند. ایجاد این امکان امر پسندیده‌ای است که می‌تواند منتقدان بزرگ و باتجربه‌ای را برای آینده تئاتر تربیت کند، اما اکثراً به این نسل و نادیده گرفتن و کم لطفی نسبت به بزرگان و استادان ارزشمندی که در زمینه‌های مختلف تئاتر صاحب‌نظر هستند و البته تعدادی از آنها از محافل تئاتری دور مانده یا کناره گرفته‌اند، باعث شده نقدها و نظرات کارشناسانه خطی و کم عمق باشند و چالش فکری و تئوریک به حداقل برسد.

چنین به نظر می‌رسد گروهی که در این برنامه دور هم جمع شده‌اند و مسیر گفت‌وگوها را تعیین می‌کنند، همه هم عقیده و از نظر فکری و سلیقه‌ای همسو هستند. در این برنامه تلویزیونی گفت‌وگو محور عموماً بحث به معنای گفت و شنودهای متفاوت در مورد یک موضوع مشخص شکل نمی‌گیرد. گاه عکس این قضیه صادق است. حتی در مورد موضوعات و نظریه‌های مختلف، همه یک سمت و سوی مشترک دارند. بنابراین

جدل و چالشی میان آنها صورت نمی‌گیرد و همه چیز در حد یک صحبت دوستانه و درد دل باقی می‌ماند، در حالی که رسالت برنامه‌های گفت‌وگومحور با رویکرد انتقادی، پرداختن به واگویی‌های دوستانه و مدارا کردن با شرایط موجود نیست، بلکه تجمیع نظرات ضد و نقیض و متفاوت و پرداختن به آنها، ارائه راهکارهای عملی و کمک به بهبود وضع موجود است.

در سری‌های قبلی مجله تئاتر تا قبل از سال ۹۱ عموماً کارشناسان و منتقدان و حتی مجری و گویندگان خبر، همه با جهت‌گیری‌های واضح و گاه سلیقه‌ای، برنامه را تبدیل به فضایی جنجالی کرده بودند که گرچه هیجان برنامه را بالا برده بود، اما نقد به معنای واقعی در آن شکل نمی‌گرفت. در سری جدید این برنامه، امسال نه‌تنها از جهت‌گیری‌های آشکار سابق خبری نیست، بلکه در عنوان کردن ساده‌ترین مسائل جانب احتیاط نگاه داشته می‌شود و می‌توان گفت باز هم نقد آن‌طور که باید صورت نمی‌گیرد تا راهگشا واقع شود.

برای مثال، می‌توان به قسمتی از این برنامه که چهارشنبه شب سیزدهم آذر از شبکه چهار پخش شد، اشاره کرد. در این قسمت موضوع نقد در تئاتر و میزان موثر بودن آن در بهبود شرایط این هنر و هنرمندان، سوالی برای بینندگان تلویزیونی مطرح شد، که هر از گاهی در طول برنامه هم توسط منوچهر اکبرلو و رامتین شهبازی به آن اشاره و از مهمانان برنامه پرسیده می‌شد. مهمانان این برنامه، حسین پارسایی کارگردان خاورانه به وقت خیزران، فرزانه سهیلی و سمانه زندی‌نژاد، نویسنده و کارگردان عروسک‌های سکوت و عامر مسافرانسته، کارگردان پروانگی بودند. منتقد برنامه در حضور حسین پارسایی که زمانی ریاست مرکز هنرهای نمایشی را بر عهده داشت، بسیار محتاطانه بحث را پیش می‌برد و مهمان برنامه با احتیاط به طرح موضوع دیگر از پاسخ به انتقاد اولیه طفره می‌رفت اما منتقد جوان در مقابل رفتار مدیرانه مهمان توانایی گریز زدن به موضوع اولیه را نداشت و بحث آن‌طور پیش می‌رفت که مهمان می‌خواست. اما در برخورد با دو کارگردان دیگر که هر دو آثار خوبی روی صحنه داشتند، گرچه گفت و شنود دوطرفه شکل می‌گیرد، اما منتقد قدرت تحلیلی و دانش تئوریک بیشتری نسبت به کارگردان ندارد و همه چیز ظاهری دوستانه و نه موشکافانه به خود می‌گیرد. اینجاست که حضور منتقدان و صاحب‌نظران پیشکسوت و البته مستقل از گروه‌های نمایشی، می‌تواند کارآمد واقع شده و به این برنامه عمق بیشتری بدهد.

سند، برگ سبز و فاکتور فروش
خودرو روا
به شماره پلاک ایران ۴۸ - ۹۹۷ ط ۱۳، شماره موتور ۱۱۶۸۵۰۳۷۰۷۶ و شماره شاسی ۶۱۳۰۲۴۱۸ رنگ نوک مدادی مدل ۸۵ به نام اصغر رحیمی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

چهارراه مولوی
پاساژ عادل - طبقه اول
۱۲ متر سرقفلی - فروش یا معاوضه
۰۹۱۲۱۳۰۳۱۰۹

قابل توجه
سازمان‌ها، ارگان‌ها و موسسات دولتی
۲۰ واحد مسکونی با موقعیت اداری
روبروی حسینیه ارشاد
قول امکانات به فروش می‌رسد
۰۹۱۲۲۴۹۸۵۲۶ - ۰۹۱۹۰۸۹۶۰۰۷

فروش ویژه تعمیرات فوری حتی تعطیلات
(سراسر تهران)
انواع درب آلومینیک پارکینگ
کرکره برقی - درب شیشه‌ای آلومینیک
۲۲۵۳۳۴۶۵۱ - ۲۲۵۳۳۴۶۳۷ - ۲۶۳۲۲۴۰۸

لاهیجان خیابان سردار جنگل
ویلا به متراژ ۲۵۰ متر زمین ۸۱ متر بنا دوبلکس
قول امکانات فروش نقدی
۰۹۱۱۷۱۹۷۹۰۷

فروشی یک واحد تولیدی صنعتی شیر و لبنیات
واقع در کرمانشاه، شهرستان صحله
با مشخصات عالی با ظرفیت تولید ۸۰۰۰ لیتر در حال فعالیت
و صادرات روزانه به کشور عراق - بصورت شاتلر و زیر قیمت
کارشناسی، پیمان، تمهید، تکنیک، به فروش می‌رسد.
۰۹۱۸۳۵۹۵۳۳۸

فروش استثنایی
در بهترین منطقه شهر جدید پردیس
تعدادی واحد ۵۸ تا ۸۶ متر با وام ۲۵ میلیونی
قول امکانات به همراه چند قطعه زمین
مسکونی با جواز ساخت
۸۸۹۵۱۳۱۶ - ۰۹۳۶۷۵۸۱۱۱۶

فروش فوق‌العاده آپارتمان
راستر با بهترین چشم‌انداز و محل نزدیک دریا
فروشی انسانی آپارتمان در متراژهای مختلف
۰۹۱۲۱۳۰۷۵۶۲

فریدون کنار - سرخ رود
۶۰۰ متر یا سند ۶ دانگ تک برگی، بر ۱۸
«در منطقه خط دریا»
۰۹۱۲۷۳۳۳۳۶۴

تعامل پررنگ سینما و تلویزیون



رضا مهدی

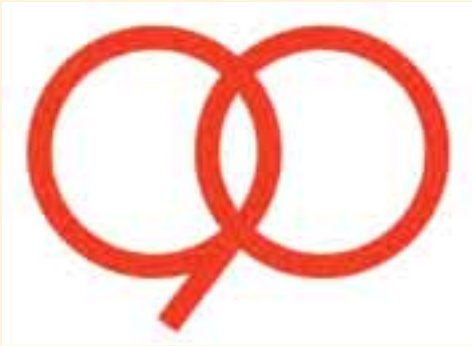
با تغییر مدیریت در سینما به نظر می‌رسد تعامل تلویزیون و سینمای ایران شکل بهتری به خود بگیرد؛ تعاملی که در زمینه‌های مختلف می‌توان بر اساس نشانه‌ها یا به عبارتی بهتر، شواهد و قرائن، سراغ گرفت. یکی از مهم‌ترین این نشانه‌ها، حضور پررنگ مدیران تلویزیونی در سینمای این‌روزهای ماست. محمدرضا جعفری جلوه، قدرت‌الله احسانی، محمدمهدی طباطبایی‌نژاد و بسیاری دیگر از مدیران امروز سینمای ما، از مدیران ارشد و کارآمد تلویزیون بوده‌اند. حضور برخی دیگر از مدیران و کارشناسان باتجربه تلویزیونی در شوراهای مختلف سینمایی نیز این نوید را می‌دهد که ممیزی‌های سینما نیز از این پس، به ممیزی‌های تلویزیون نزدیک شود و این می‌تواند نقطه پایانی باشد بر همه معضلاتی که بویژه در چهارسال گذشته درخصوص نبود امکان نمایش برخی فیلم‌های ایرانی از تلویزیون (به دلیل مسائل مختلف مضمونی، آرایش و...) به وجود آمده بود. البته باید به این نکته هم توجه داشت که مدل مدیریت در تلویزیون با مدیریت در سینمای ایران تفاوت دارد که این بیشتر به تفاوت در چرخه اقتصادی این دو عرصه مربوط است.

اما نشانه دیگر، همکاری‌هایی است که قرار است بین اهالی سینما و تلویزیون شروع شود و براساس میزان شناخت مدیران تلویزیونی فعال در سینمای ایران از رسانه تلویزیون، به نظر می‌رسد بتدریج زمینه‌های تعاملی بیشتر و تازه‌تری نیز در این خصوص به وجود بیاید. به عنوان مثال، هفته گذشته در جلسه‌ای که با حضور دکتر رضا پورحسین (مدیر شبکه مستند) و سیدمحمدمهدی طباطبایی‌نژاد (مدیر سابق تلویزیون و مدیر فعلی مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی) برگزار شد، طرفین در مواردی چون تولید مشترک فیلم‌های مستند، اختصاص پاکس تلویزیونی به مرکز گسترش در ساعات مناسب، پوشش کامل برگزاری جشنواره سینماحقیقت، خرید رایت فیلم‌های مستند برای پخش از تلویزیون به توافق رسیدند. برخورداری از همین زبان تعامل و تفاهم می‌تواند هم به نفع تلویزیون تمام شود و هم برای سینماگران ایرانی یک اتفاق مطلوب و خوشایند باشد.

یکی از بهترین راهکارهای تعامل سینما و تلویزیون نیز می‌تواند در طرح تازه‌ای نمود پیدا کند که وعده آن توسط معاون سیما داده شده و آن احداث شهرک تلویزیونی جدید است که می‌تواند به ایجاد یک فرصت تازه برای تعامل میان این دو رسانه معنا شود.

«نود»؛ هر روز بهتر از دیروز

احمد رضا علیزاده



هر چه بر عمر برنامه تلویزیونی «نود» اضافه می‌شود، کیفیت و خلاقیت در این برنامه افزایش می‌یابد. در واقع، عادل فردوسی‌پور به عنوان طراح و سازنده این برنامه در همه این سال‌ها، هیچ‌گاه در یاد یک موفقیت مقطعی نخواست و به آنچه ارائه کرده، بسنده نکرده است. خلاقیت‌هایی که او در اضافه و کم کردن بخش‌های مختلف براساس خواسته مردم به کار می‌برد، روزآمدی او در استفاده از وله‌ها و بخش‌های گرافیکی و دکور.

تغییرات ریز و درشتی که نود در بخش

پیامک‌ها و نحوه انتخاب برگزیدگان ایجاد می‌کند و بسیاری دیگر از نکات زیبایی‌شناسانه نشان از نبوغ و خلاقیت فردوسی‌پور و گروهش در تولید برنامه نود دارد.

یکی از مهم‌ترین نقاط قوت این مجری و برنامه‌ساز تلویزیونی، خلاقیت او در اجرای برنامه‌های زنده است که اوج آن را در برنامه ویژه قرعه‌کشی جام جهانی برزیل شاهد بودیم. همان برنامه‌ای که رکورد ۶/۵ میلیون پیامک را (آن هم در روز غیرروتین این برنامه) رقم زد و هوشمندی فردوسی‌پور در حرکت بر مسیر خطوط قرمز، آنجا که او بیندگانش را مجاب کرد که قرار نیست تصویر مجری فوق‌منشوری را بر صفحه تلویزیون ببینند، نشان داد او می‌تواند با خلاقیت، روزی را که می‌توانست به بدترین روز برنامه‌اش بدل شود، به یکی از موفق‌ترین روزهای نود تبدیل کند و این، شاید فقط از برنامه‌ساز متبحری چون او برآید!

رئیس رسانه ملی در پیام هفته گذشته خود به رئیس شبکه سه سیما نشان داد که چگونه قدر کار بالارزش و دشوار گروه برنامه‌ساز را می‌داند. او در این نامه، به این نکته اشاره کرده بود که گزارش لحظه به لحظه از مراسم قرعه‌کشی جام جهانی که در قالب ویژه برنامه نود به مردم ارائه شد به دلیل استفاده حرفه‌ای از تدوین همزمان و نیز رعایت ضوابط شرعی و قانونی با حفظ تمامی صحنه‌های دیدنی و جذاب مراسم قرعه‌کشی، کاری بسیار ارزشمند و قابل تحسین است. در واقع، رئیس رسانه ملی در این پیام به واقعیتی مستتر در متن اشاره کرد که شاید اگر سرلوحه همه برنامه‌سازان رسانه ملی قرار گیرد، بر میزان مخاطبان -بویژه مخاطبان جوان- تلویزیون اضافه شود. ضرغامی این واقعیت را یادآور شد که خلاقیت در برنامه‌سازی موجب می‌شود مخاطبان از بین همه شبکه‌هایی که یک برنامه را در دنیا مخابره می‌کنند، شبکه وطنی را انتخاب کند و این موضوع، در دنیای امروز رسانه که رقابت در آن حرف اول را می‌زند، اهمیت زیادی دارد. شاید یکی از دلایلی که موجب شد بسیاری از مردم در عصر جمعه پانزدهم آذر، برنامه نود را به جای شبکه‌های مختلف جهانی برای پیگیری قرعه‌کشی جام جهانی انتخاب کنند (و میزان بالای پیامک‌های رسیده به این برنامه، موبد استقبال بالا از این برنامه است)، در کنار خلاقیت در ارائه برنامه، حضور فردوسی‌پور، صداقت او با مخاطب و نیز مهمانانی بود که او به این برنامه آورد و مباحث جذاب و حاشیه‌ای که در آن برنامه مطرح شد.

آقاخان‌ی اینجا، آقاخان‌ی آنجا

مرتضی احمدیان



بسیاری از کارگردانان فعال در سینمای ایران، یا کار خود را از تلویزیون شروع کرده‌اند یا در تلویزیون به شهرت رسیده‌اند و این شهرت وسیله‌ای شده تا سینمای ایران به آنها روی خوش نشان بدهد. از بین کسانی که فعالیت خود را با ساخت سریال‌های تلویزیونی شروع کردند، اما بعدها به سینما روی آوردند، پیشتر در همین قصاب کوچک به نام‌هایی چون بهروز افخمی، داریوش فرهنگ، پوران درخشنده، داوود میرباقری، رضا میرکریمی، حمید تمجدی، اصغر فرهادی، مرضیه برومند، جواد افشار، بهرام بهرامیان و رضا عطاران اشاره کرده بودیم، اما آخرین چهره کسی نیست جز سعید آقاخان‌ی که پس از بازی و کارگردانی در

سریال‌های موفق تلویزیونی، حالا درصدد است شانس خود را در سینما بیازماید. «لامپ ۱۰۰» عنوان اولین فیلم سینمایی اوست و داستان مردی را روایت می‌کند که اعتیاد دارد و در شرایطی قرار می‌گیرد که تصمیم به مبارزه با مواد مخدر می‌گیرد. او درصدد است اولین فیلمش را به جشنواره فیلم فجر برساند و کار خود را در معرض قضاوت مردم و منتقدان سینمایی قرار دهد.

نکته‌ای که در مورد سعید آقاخان‌ی جالب توجه است، تمرکز بیشتر او بر فیلمنامه‌نویسی و کارگردانی در سال‌های اخیر و پیشرفتی است که او در این زمینه به آن دست یافته است و این موقعیت آقاخان‌ی را درست در نقطه مقابل همکاری‌های رضا عطاران قرار می‌دهد. «عطاران»ی که گرچه در سال‌های اخیر با دو فیلم «خواب می‌آد» و فیلم در حال ساخت «ردارپت»، از دنیای تلویزیون فاصله گرفت، اما حضور گاه و بیگاه اما پرنشاط در عرصه بازیگری، او را در این دو حوزه سردرگم نشان داد. در حالی که آقاخان‌ی تمرکز بیشتری در کارگردانی داشته و به نظر می‌رسد حضورش در سینما نیز از تصمیم جدی او برای ادامه فعالیت در عرصه کارگردانی سینما برآمده باشد، بویژه این که آقاخان‌ی برخلاف عطاران، سراغ یک سینمای شخصی نرفته و مضمون و فضای آشناتری را برای فیلم اول خود انتخاب کرده است.

سعید آقاخان‌ی اگر خود را از مردم جدا نبیند و همواره برای جایگاهی که در تلویزیون آن را به دست آورد، ارزش قائل باشد، می‌تواند در سینمای ایران نیز نام خود را در زمره فیلمسازان خوب اجتماعی ثبت کند.

«زمان» مخاطب تربیت می‌کند

اشکان منصوری

سلیقه مخاطب در ارتباط با رسانه، به مرور شکل گرفته است و زمان در کنار پیشرفت‌های ساختاری و خلاقیت‌های مضمونی، او را به پیش و نگرش خاصی رسانده است. با این دیدگاه نمی‌توان انتظار داشت با نمایش یک سریال نامتعارف، مشکلات ارتباطی مخاطب و رسانه را حل کرد و بیش و سطح سلیقه مخاطب را در کمترین زمان ممکن بالا برد، بلکه دستیابی به این موقعیت ایده‌آل، نیازمند گذشت زمان و نمایش تعداد زیادی فیلم و سریال با رویکرد متفاوت است.

این واقعیت را باید پذیرفت که تلویزیون، رسانه مناسبی برای تجربه‌گرایی فرمی نیست. تجربه‌های فرمالیستی معمولاً برای قالب‌ها و رسانه‌های کم هزینه مناسب‌تر است، درواقع قالب‌هایی که مستقیم به مخاطب فراگیر، عمومی و غیرانتخابی ارائه نمی‌شود. در فیلمی کوتاه تجربیات و آزمون‌های فرمالیستی نهفته و در معرض دید تماشاگر انتخابی قرار خواهد گرفت؛ اما مخاطب تلویزیون، فراگیر، غیرانتخابی و متنوع است. نه این طیف وسیع مخاطب، قدرت انتخاب رویکرد برنامه‌ای که برای آنها پخش می‌شود، دارد و نه برنامه‌ساز این اجازه را دارد که عادت و سلیقه‌های عموم تماشاگران را به چالش بکشد یا تغییر دهد.

قطعا تولید و پخش این گونه آثار از هر رسانه‌ای، موجب غنی‌تر شدن تجربه بصری مخاطبان می‌شود، اما آیا ارزش دارد ما فقط به دلیل ایجاد فرصت برای اندکی از مخاطبان تلویزیون، طیف عظیم‌تری را از دست بدهیم؟ یا آنها را مجبور به تماشای اثری کنیم که بالاتر از نیاز و درکشان است؟ تلویزیون جای آزمون و خطاها نیست مگر آن که آثار خاص در ساعت و باکسی مشخص به نمایش گذاشته شود. در ساعات پربیننده باید سریال‌های عامه پسند به نمایش گذاشته شود و ساعت‌های پر بیننده زمان مناسبی برای بازی‌های فرمی نیست حتی اگر این تجربه‌ها کمکی برای افزایش سطح سلیقه مخاطب محسوب شود گذشت زمان کلید درک و کنار آمدن با این مساله است. عادت‌هایی که از آن صحبت شد در طول چند دهه شکل گرفته و برآیند تأثیر سریال‌های زیادی است.

حتی اگر سریال‌های غیرمتعارف را گروه قابل توجهی از دانشجویان و علاقه‌مندان سینما بیسندند، باز هم وظیفه تلویزیون در نظر گرفتن سلیقه طیف گسترده‌تری از مردم است و این گونه سریال‌ها، هیچ تناسبی با سلیقه عمومی ندارد و همان طور که در ابتدا اشاره شد، سلیقه عمومی را هم می‌توان در یک بازه زمانی طولانی و با برنامه‌ریزی مدون تغییر داد.

داستان‌ها به خاک دیگری می‌رسند

نگاهی به چند مجموعه تلویزیونی که در خارج از کشور تصویربرداری شده‌اند



نمایی از سریال «مدار صفر درجه»

محمد جلیوند

در سال‌های گذشته، برخی سازندگان مجموعه‌های تلویزیونی ایرانی با توجه به ضرورت فیلمنامه، بخش یا بخش‌هایی از کار خود را در کشورهای مختلف جلوی دوربین برده‌اند.

مجموعه تلویزیونی «مدار صفر درجه» اثر حسن فتحی نمونه خوبی در خصوص استفاده بهینه از لوکیشن‌های خارج از کشور است. در فیلمنامه این مجموعه، اعزام حبیب پارسا در مقام دانشجو به پاریس برای تحصیل، این فرصت را در اختیار فتحی و گروهش قرار داد تا به بهترین شکل، از این فضا در جهت پیشبرد داستان بهره ببرند. البته این بخش‌ها با توجه به تفاوت هزینه‌ها در بوداپست مجارستان تصویربرداری شد که با توجه به بافت قدیمی لوکیشن‌های بوداپست و شباهت‌های معماری بخش قدیمی بوداپست و پاریس، این کار به هیچ‌وجه توی ذوق مخاطب نزد.

در مجموعه تلویزیونی «وفا» نیز محمدحسین لطیفی بخوبی از فضای لبنان و بیروت استفاده برد و این مساله در سکانس پایانی کار بوضوح به چشم آمد.

«شکرانه» ساخته سعید سلطانی، یکی از موفق‌ترین مجموعه‌های ماه رمضان سال‌های اخیر بود که بخش عمده‌ای از آن در تاجیکستان تصویربرداری شد و به‌واسطه فارسی‌زبان بودن مردم آن کشور، جذابیت‌های بسیاری برای مخاطب ایرانی به همراه داشت.

سفر قهرمان داستان با بازی پوریا پورسرخ به دوشنبه

و درگیر شدنش با ماجراهایی پیچیده، کشش بیشتری به کار داد و جذابیت‌های بکر این شهر کوچک، زیبایی بعدی اثر را دوچندان کرد.

مجموعه جاسوسی - پلیسی «آینه‌های نشکن» نیز در بخش‌های پایانی خود و براساس روند داستان، از دبی در امارات عربی متحده به عنوان لوکیشن اصلی بهره مناسبی گرفت و بخش مهمی از حادثه‌پردازی‌هایش را آنجا شکل داد.

استانبول یکی از شهرهایی است که تا امروز بسیاری از سازندگان مجموعه‌های تلویزیونی برای تصویربرداری بخش‌هایی از کار خود به آنجا رفته‌اند. هم‌مرز بودن ایران و ترکیه و به‌صرفه بودن، دو عامل اصلی این اتفاق بوده که بسیاری از گروه‌های سینمایی و تلویزیونی را به این سمت سوق داده است.

فیلم «دپیلمات» ساخته داریوش فرهنگ و «بازی با مرگ» حمید تمجیدی (که بخش دوم سریال موفق «مزد ترس» بود) نیز در ترکیه تصویربرداری شد؛ دو طرحی که براساس سیاست‌های سیمافیلیم در قالب مجموعه تلویزیونی و نسخه سینمایی ساخته شدند و در هر دو، بازیگرانی از ترکیه ایفای نقش کردند.

«مرگ تدریجی یک رویا» ساخته فریدون جیرانی از فضای توریستی استانبول گذر کرد و روی دیگر این سکه را به مخاطبان خود نشان داد. سفر مارال عظیمی و دختر خردسالش به این شهر برای مهاجرت به انگلستان ماجراهای تلخی را رقم زد که در نهایت به فاجعه‌ای بزرگ ختم شد. جیرانی در اینجا بخوبی زیر پوست این



شهر رفت و فضایی متفاوت با آنچه پیش از آن دیده بودیم، خلق کرد.

در نقطه مقابل، مجموعه پلیسی «ماتادور» به کارگردانی فرهاد نجفی قرار دارد که بخش‌های اندکی از آن، در ترکیه و قبرس فیلمبرداری شده، اما مخاطب ضرورت چندانی برای این کار احساس نکرد.

«در چشم باد» ساخته مسعود جعفری جوزانی یکی از دیگر نمونه‌های استفاده از لوکیشن خارجی در یک مجموعه تلویزیونی است که بخش‌های اندکی از آن در آمریکا می‌گذرد. میانسالی بیژن ایرانی (شخصیت محوری این مجموعه تلویزیونی) این بهانه را در اختیار کارگردان قرار داده بود تا بخش‌هایی را در آمریکا جلوی دوربین برود. تا اینجای کار مشکلی وجود ندارد، اما وقتی با خروجی این بخش هنگام پخش مواجه می‌شویم، کاملاً یکه می‌خوریم. اقامت دو ماهه فیلمساز و گروهش در این کشور با همه سختی‌های موجود در زمینه اخذ ویزا و هزینه‌های اقامت، تنها به تصویربرداری چند سکانس داخلی و چند نمای خارجی در کوچه‌های خلوت محدود شد که این نماها در هر کشور دیگری حتی ایران قابل بازسازی بود.

قسمت‌هایی از مجموعه تلویزیونی «پیدا و پنهان» ساخته شهرام شاه‌حسینی و ارش معیریان هم که بتازگی روی آنتن شبکه تهران رفت، با توجه به ارزان بودن شرایط تولید، در ارمنستان ضبط شد که با توجه به خط قصه، این حضور کاملاً ضروری به نظر می‌رسد و کارگردان هم از لوکیشن خارجی خود، به نحو احسن بهره گرفته است. «آوای باران» حسین سهیلی‌زاده نیز آخرین نمونه از مجموعه‌های تلویزیونی ایرانی است که بخش‌هایی از آن، در ترکیه و با حضور بازیگرانی از این کشور ساخته شده است.

تلویزیون در همه این سال‌ها، تجربه‌های کمابیش موفق در زمینه تولید بخش‌هایی از سریال‌های تلویزیونی در خارج از کشور داشته، اما این تجربه‌ها، به انجام تولیدات مشترک به معنای واقعی نینجامیده است؛ در حالی که با توجه به فعالیت نیروهای فنی خبره و کارگردان‌هایی در سطح استانداردهای تلویزیونی منطقه، قابلیت همکاری مشترک سازندگان سریال‌های ایرانی با دیگر کشورهای همجوار وجود دارد که البته تاکنون به دلایلی نه چندان روشن، این همکاری‌ها در سطحی گسترده صورت نگرفته و مخاطبان مجموعه‌های یاد شده صرفاً شاهد ضبط بخشی از کار در دیگر کشورها هستند.

پیش به سوی تولید مشترک

علی افشار

دستیابی به استاندارد لازم برای تولید مشترک در عرصه سریال‌های تلویزیونی، اتفاقی است که دیر یا زود باید رخ دهد. این که نسبت به این امکان تعامل روزآمد جهانی بی‌تفاوت باشیم، دردی دوا نمی‌کند. اتفاقاً یکی از راهکارهای دستیابی به امکان عرضه سریال‌های ایرانی در کشورهای مختلف، تولید مشترک است.

یکی از زمینه‌هایی که موجب می‌شود هزینه تولید سریال‌های وطنی تعدیل شود تولید مشترک و شناخت قواعد این نوع تولید با کشورهای دیگر است.

امروزه بسیاری از سریال‌های مطرح ایرانی از شبکه‌های مختلف کشورهای منطقه روی آنتن می‌رود و این نشان می‌دهد اشتراکات فرهنگی، خود زمینه لازم را برای انجام همکاری‌های منطقه‌ای فراهم کرده است. به عبارتی دیگر، مخاطبان تلویزیونی در برخی کشورهای منطقه و همسایه، بر توان کارگردان‌ها و تهیه‌کننده‌های سریال‌های ایرانی واقف هستند و بی‌شک آنها از انجام همکاری‌های مشترک، استقبال خواهند کرد.

واحد بین‌الملل سازمان صداوسیما که تاکنون تجربه‌های زیادی را با حضور در جشنواره‌های مختلف سینمایی، تلویزیونی و انیمیشن به دست آورده در این زمینه می‌تواند کمک‌حال تولیدکنندگان و مدیران تلویزیونی باشد.

این نکته را از یاد نبریم که در سال‌های اخیر بسیاری از فیلم‌های کوتاه و بلند تولید شده در تلویزیون، مستندها و انیمیشن‌های تلویزیونی و نیز تله‌فیلم‌هایی که با مشارکت تلویزیون ساخته یا در سیمافیلیم تولید شده، در جشنواره‌ها و محافل برون‌مرزی به جوایز ارزشمندی دست یافته و این موفقیت برای عوامل این کارها (از جمله بازیگران ایرانی) نیز به دست آمده است. پس باید از این دستاورد استفاده کرد و افق‌های تازه‌ای را در جهت اهدافی که مدیران صداوسیما ترسیم کرده‌اند، جستجو کرد.

یکی از بهترین موقعیت‌هایی که می‌تواند به مثابه یک حلقه اتصال عمل و پیش‌فرض‌ها را به کارهای عملیاتی بدل کند، جشنواره جام‌جم است. مهدی فرجی، دبیر جشنواره جام‌جم بدرستی بر این نکته تأکید کرده که هدف مهم این جشنواره، دستیابی به عنوان مهم‌ترین جشنواره تلویزیونی منطقه و در نهایت، یکی از جشنواره‌های مهم بین‌المللی در حوزه تلویزیون است.

یکی از راهکارهایی که موقعیت این جشنواره را در بعد منطقه‌ای و جهانی تثبیت می‌کند، انجام تعامل و همکاری مشترک است. در این دوره جشنواره آثاری که از دیگر کشورها در جشنواره شرکت داده شده است، در همه ساختارها و با موضوع بیداری اسلامی و مقاومت با یکدیگر رقابت می‌کنند. داورانی از کشورهایی مثل لبنان، فلسطین و سوئیس در این جشنواره حاضر شده‌اند و باید از همین فرصت برای ایجاد زمینه همکاری‌های جدی‌تر در زمینه تولید سریال‌های تلویزیونی استفاده کرد.

یکی از مهم‌ترین کارهایی که باید در این دوره جشنواره جام‌جم انجام شود و برای رسیدن به استانداردهای تولید مشترک لازم است، شناخت ذائقه مخاطبان کشورهای مختلف است که با مرور آثاری که در بخش بین‌المللی جشنواره حاضر شده‌اند، می‌توان تا حدود زیادی به این شناخت نایل شد. ضمن آن که نگاه مهمانان خارجی حاضر در جشنواره نیز می‌تواند برای ما تعیین‌کننده باشد و مشخص شود نمایندگانی که از کشورهای مختلف در ایران حضور دارند، بیشتر چه نوع سریال‌هایی می‌پسندند و حاضرند روی کدام قصه‌ها و مضامین سرمایه‌گذاری کنند.

حضور در دیگر کشورها باید تعریف شده باشد

ستاره اسکندری از سریال‌هایی که خارج از کشور تصویربرداری شده است، می‌گوید

احسان رحمتی

ستاره اسکندری هنرپیشه‌ای است که بازی در مجموعه‌های متعددی را تجربه کرده است. او در آثاری مانند «مرگ تدریجی یک رويا» - که بخش‌های قابل توجهی از آن در کشور ترکیه تصویربرداری شده - به عنوان یکی از بازیگران اصلی حضور داشته است. با این اوصاف اسکندری اعتقاد دارد رسانه ملی نباید از تصویربرداری کارها در آن سوی مرزها بترسد، اما این به آن معنا نیست که هر اثری بی‌آن که نیازی در سناریوی آن وجود داشته باشد با رفتن به خارج از کشور هزینه‌های کار را افزایش دهد.

با توجه به این که تصویربرداری برون‌مرزی هزینه‌های مضاعفی دارد، سرمایه‌گذاری در این زمینه، چقدر می‌تواند به جذابیت بیشتر آثار تلویزیونی کمک کند؟

معتقدم رسانه ملی به‌عنوان تأثیرگذارترین رسانه میان خانواده‌ها باید برای تولید هر یک از آثار خود بیش از اینها انرژی صرف کند، در حالی که ما در عرصه‌های دیگر مانند فوتبال چند برابر هزینه صرف می‌کنیم، اما برای تولید یک سریال فرهنگی و تأثیرگذار بر اندیشه و تفکر اقشار مختلف جامعه مدام در حال کاهش هزینه‌ها هستیم.

به نظر من تلویزیون در این زمینه مظلوم واقع شده و واقعا بودجه‌های محدودی به آن تعلق می‌گیرد. به هر حال باید برای افزایش سطح فرهنگی جامعه بیش از اینها هزینه کرد، زیرا هیچ رسانه‌ای به اندازه تلویزیون با مردم زندگی نمی‌کند و میزان تأثیرگذاری این رسانه بر فرهنگ و زندگی مردم جای بحث ندارد.

اما این که لزومی به تصویربرداری بخش‌هایی از سریال‌های تلویزیونی در خارج از کشور هست یا نه، به این نکته بستگی دارد که عوامل سازنده با چه نیتی برای تصویربرداری یک سریال به خارج از کشور می‌روند. مثلاً ما در مرگ تدریجی یک رويا به کارگردانی فریدون جیرانی حدود سه ماه در استانبول زندگی کردیم که حضور در این کشور به دلیل نوع قصه الزامی بود.

در واقع معتقدید به ضرورت باید به دیگر کشورها سفر کرد؟
بله قطعاً. باید چنین اتفاقی در قصه تعریف شده باشد و نویسنده اثر، ماجراهای داستان خود را به فراتر از مرزها ببرد.

به نظر شما می‌توان عنوان محصول مشترک را به آثاری که در آن سوی مرزها تصویربرداری می‌شود، اطلاق کرد؟

محصول مشترک یعنی دو کشور در سرمایه‌گذاری آن شریک باشند، اما این که بخش‌هایی از کار در لوکیشن‌های برون‌مرزی تصویربرداری شود برای مخاطب ایرانی جذابیت‌های بصری به همراه خواهد داشت یا ممکن است بیننده را با فضاها و فرهنگ دیگر کشورها آشنا کند و به نظر من این که در دوره کنونی اینترنت حاکم است، رسانه ملی نباید از این جریان دور بماند. دین معماری، پوشش و نوع آداب و معاشرت مردم سرزمین‌های دیگر می‌تواند در نوع خودش برای مخاطب ایرانی جالب باشد.



ستاره اسکندری در مرگ تدریجی یک رويا



نمایی از سریال «ماتادور»

فایده مندی تولید مشترک برای تلویزیون

تولید سریال‌های ایرانی در خارج از کشور به روایت جواد نوروزبینی

مریم احمدی

ساخت محصولات مشترک با سایر کشورها، در کنار ایجاد روابط فرهنگی، از نظر اقتصادی چقدر می‌تواند به نفع تهیه‌کنندگان داخلی باشد؟

خیلی زیاد. معتقدم در کشور ما، جای تولید محصولات مشترک تلویزیونی که بخشی از سرمایه آنها از سوی کشوری دیگر تأمین شده باشد خالی است، ضمن آن که با ساختن آثاری از این دست، برنامه‌های تلویزیون از یکنواختی خارج خواهد شد. چه خوب است تلاشی از سوی مسئولان صورت بگیرد تا ما بتوانیم به شرایط لازم برای انجام تولیدات مشترک با دیگر کشورها دست یابیم. این اتفاق، مزایای متعددی مانند جذب مخاطب بیشتر، افزایش دستمزد عوامل و کاهش هزینه‌هایی که رسانه ملی باید متقبل شود، همراه خواهد داشت.

چرا تاکنون اتفاق مثبتی در این زمینه نیفتاده است؟
تولید چنین آثاری از آنجا که جنبه بین‌المللی دارند، باید برای مخاطبان دو کشوری که در حال تولید یک محصول مشترک تلویزیونی هستند، جذاب باشد، بنابراین عموماً نمایندگان کشورها بستنی بر سر فیلمنامه به توافق می‌رسند. این در حالی است که هر کشوری، رویکردهای خاص خود را دنبال می‌کند. بخشی از علت‌های به سرانجام نرسیدن این طرح‌ها، به ممیزی‌ها مربوط می‌شود که البته با توجه به نزدیکی فرهنگی لااقل در همکاری با کشورهای همسایه و همسو قابل حل است، اما بخش دیگر به هزینه‌ها مربوط است. هر چند کشوری که با آن قرارداد بسته شده باید در سرمایه‌گذاری یک طرح مشترک دخیل باشد، اما اصولاً ساخت این گونه آثار، عموماً هزینه‌های کلی بیشتری نسبت به مجموعه‌هایی که در کشور ساخته می‌شود، می‌طلبد و باید همکاری طرفین این هزینه‌ها را مقرون به صرفه کند.

ارتباط مخاطبان داخلی را با چنین آثاری چگونه ارزیابی می‌کنید؟
به یقین با تولید آثار مشترک، بخشی از مخاطبانی که کاملاً با کانال‌های ماهواره‌ای همراه شده‌اند، به سمت شبکه‌های داخلی بازمی‌گردند و دیگر مخاطبان نیز با اشتیاق بیشتری پای تلویزیون می‌نشینند.

سهام شبکه‌های برون‌مرزی مانند جام‌جم و آی‌فیلم با توجه به تعاملات بین‌المللی در به سرانجام رسیدن این طرح‌ها چیست؟
به نظر من تلاش مدیران این شبکه‌ها زودتر به نتیجه خواهد رسید، بنابراین مسئولیت سنگین‌تری در این زمینه دارند. البته برای تهیه‌کنندگی اثری با این مختصات هنوز پیشنهادی به من از سوی این شبکه‌ها داده نشده است، اما به نظر من حضور افرادی که در این زمینه رابطه‌های لازم را دارند، به نتیجه رسیدن این طرح‌ها کمک می‌کند.

برای رشد و گسترش همکاری‌های جهانی در عرصه تولید آثار تلویزیونی چه پیشنهادی دارید؟

باید با برخورداری ارتباطات بین‌المللی قوی، مرتب در حال رایزنی با شرکت‌های خارج از کشور باشیم. تعامل، رایزنی و داشتن برنامه از سویی و البته در اختیار داشتن فیلمنامه مناسب و واجد استانداردهای لازم برای انجام تولید مشترک با کشورهای خارجی، نخستین گام‌هایی است که در این راه باید برداشت و به یقین نتایج این تلاش‌ها بسیار مفید خواهد بود. البته نقش تهیه‌کننده‌های متخصص نیز در این زمینه اهمیت دارد، بویژه در ارتباط با شرکت‌های جهانی، تعیین‌کننده است.

تصویربرداری بخش‌هایی از سریال‌های ایرانی در کشورهای خارجی، دستاوردهای مفیدی به همراه داشته است. این گونه طرح‌ها، ضمن آن که از نظر تنوع بصری و ایفای نقش هنرمندان ایرانی در کنار همقطاران برون‌مرزی‌شان جذابیت‌هایی برای مخاطب تلویزیونی به همراه دارد، می‌تواند به زمینه‌ای بدل شود که برنامه‌ریزان رسانه ملی با افزایش فعالیت‌های خود در این زمینه و رایزنی‌های بیشتر برای دستیابی به تولیدات مشترک از زیر بار تأمین یکطرفه هزینه طرح‌های سنگین بیرون بیایند. جواد نوروزبینی که تهیه‌کنندگی سریال‌های مشهوری چون «شوق پرواز» و «ماتادور» را در کارنامه دارد، درباره تصویربرداری آنها در خارج از ایران و لزوم رایزنی با دیگر کشورها برای دستیابی به شرایط لازم برای تولید محصولات مشترک صحبت کرده است.

به نظر شما در شرایط فعلی، چقدر به تولید مشترک سریال‌های تلویزیونی با دیگر کشورها - بویژه کشورهای اطراف - نیازمندیم؟

به نظر من از آنجا که ما با کشورهای اطراف اشتراکات فرهنگی، زبان و مذهبی داریم، تولیدات مشترک می‌تواند تفاهم و صلح را میان ما و کشورهای همسایه گسترش دهد و به یقین فواید و کارکردهای دیگری نیز خواهد داشت، بنابراین تولید محصولات مشترک هنری از سوی تلویزیون و دیگر ارگان‌های فرهنگی هنری نتایج خوبی در پی خواهد داشت.

سریال ماتادور از آخرین کارهای تلویزیونی شماست که بخش‌هایی از آن خارج از ایران تصویربرداری شد. از تجربیات کار در دیگر کشورها بگویید.

باید بگویم با آن که چند اثر در کشورهای دیگر ساخته‌ام، اما هیچ‌گاه مشکلی به وجود نیامده و آنها شرایط مناسب کار و تصویربرداری را برای ما فراهم کرده‌اند. همان‌طور که اشاره کردم بخش‌هایی از ماتادور در کشورهای ترکیه، ارمنستان و قبرس تصویربرداری شد و برای تصویربرداری بخش‌هایی از شوق پرواز نیز به ترکیه سفر کردیم. در حالی که ما تنها از لوکیشن‌های این کشورها استفاده کردیم، بنابراین نمی‌توان بر این آثار، عنوان محصول مشترک گذاشت. به عبارتی، ما باید بتوانیم شرایط لازم را برای تولیدات مشترک واقعی به وجود بیاوریم.



نمایی از سریال «شوق پرواز»

افزایش مخاطب تلویزیون با تولیدات مشترک

آرش معیریان از تولید سریال‌های ایرانی در کشورهای خارجی می‌گوید

ماریا بختیاری

بارها دیده‌ایم بخشی از سریال‌ها در کشورهای دیگر تصویربرداری شده و عوامل و بازیگران برون مرزی در آنها حضور پیدا کرده‌اند. این آثار هرچند با همکاری دیگر کشورها به تولید رسیده‌اند، اما زمانی عنوان محصول مشترک به آنها اطلاق می‌شود که کشوری غیر از ایران در سرمایه آن سهمیم باشد. کم و کیف ساخت محصولات مشترک رسانه ملی با دیگر کشورها و همچنین فواید و ویژگی‌های این گونه از تولیدات، محور گفت‌وگوی ما با آرش معیریان کارگردان مطرح تلویزیونی است.

وضعیت محصولات مشترک تلویزیون ایران با دیگر کشورها چگونه است؟

تا آنجا که به یاد دارم معدود آثاری از حاصل همکاری صدا و سیما با کشورهای دیگر به تولید رسیده‌اند. ممکن است تولیداتی داشته باشیم که در کشورهای همجوار یا دیگر کشورها تصویربرداری شده باشند یا از هنرمندان آن کشورها مانند تصویربردار یا بازیگر بهره برده باشیم، اما این که سرمایه‌گذاری مشترکی توسط سازمان صدا و سیما و تلویزیون کشوری دیگر صورت گرفته باشد، بندرت اتفاق افتاده است. این اتفاق بسیار فرخنده است و مهم‌ترین حسن آن تبادل مهارت‌های طرفین خواهد بود که البته به جرات می‌توانم بگویم هر کشوری در مشارکت با ما از لحاظ تخصص، مهارت نیروی انسانی و تبحر هنرمند ایرانی کم خواهد آورد.

منظور تان کشورهای همجوار است؟

فرقی نمی‌کند. کشور مشارکت‌کننده می‌تواند از همسایه‌های ما یا کشورهای اروپایی باشد. با توجه به شناختی که نسبت به تبحر هنرمند ایرانی چه در سیما و چه در سینما دارم یقین دارم یک سر و گردن به لحاظ مهارت و تخصص از کشورهای دیگر بالاتر هستیم. بنابراین وقتی در جایگاه مشارکت قرار بگیریم بهره‌برداری آنها از ما بیشتر خواهد بود.



آرش معیریان از سریال‌های ایرانی

اما آنچه از این مشارکت‌ها نصیب ما خواهد شد تقبل کمتر هزینه در ساخت طرح‌های سنگین است. در همه جای دنیا کارهای مشترک تبادل ارزی به دنبال دارد و تعادل بین دستمزدها برقرار می‌شود. به یقین، متخصص ایرانی آنچه را به لحاظ مادی لیاقت دریافت دارد به دست خواهد آورد، در حالی که دستمزد فیلمسازهای ما با همقطاران برون مرزی‌شان قابل مقایسه نیست.

تولید محصولات مشترک چه تاثیری در افزایش مخاطبان یک اثر خواهد داشت؟

به طور حتم وقتی اثری به صورت مشترک ساخته می‌شود، مخاطب آن دو برابر خواهد شد، چرا که از مرز و محدوده پخش در ایران خارج شده و جایگاهی خارج از شبکه‌های داخلی پیدا می‌شود که این خود سبب خواهد شد مخاطبان هر دو کشور به لحاظ سلیقه به هم نزدیک شوند و همچنین تعداد مخاطبان افزایش یابد.

به نظر شما ویژگی اصلی محصولات مشترک چیست؟

کاری که مشترک ساخته می‌شود باید حریم، سلیقه و خواسته‌های مردمان هر دو کشور را فراهم کند که این امر به تحقیق و پژوهش و دانش نیاز دارد که ثمره آن نصیب دو کشور خواهد شد.

سختی‌ها و مشکلات چنین آثاری را در چه می‌بینید؟

آنچه کار را سخت می‌کند این است که شرایط تولید در صدا و سیما با ما با دیگر کشورها تفاوت دارد و البته هر کشوری دارای ممیزی خاص است. از یک منظر شاید محصول مشترک ما را از یکسری ممیزی‌های دست و پا گیر نجات دهد و شرایط آسان‌تر شود، اما از نگاهی دیگر مانع تلقی می‌شود، چرا که بسیاری از شرایط و قوانین کشورها با یکدیگر همگون نیست و این ناهمگونی ممکن است سد راه تولید یک محصول مشترک شود. بنابراین برای ساخت چنین اثری به بحث و پژوهش نیاز است و این که ممکن است وقتی اثری به صورت مشترک تولید می‌شود پخش داخلی‌اش محدود شود و نتوان آن را از بیشتر شبکه‌های داخلی به نمایش گذاشت، اما در مقابل چنین اثری صاحب پخش جهانی شده است.

شما چه پیشنهادی برای بهبود شرایط دارید؟

اگر به درصد محدودتری از مخاطبان داخلی بسنده نکنیم به طور حتم تولید اثر مشترک ساده‌تر خواهد بود. به طور مثال شبکه جام‌جم یک و دو، آی‌فیلم و دیگر شبکه‌های برون مرزی سیاست درستی را در پیش گرفته‌اند، که باید آن را ادامه دهند و با توجه به این که مخاطب آنها برون مرزی است به یقین سلاقی بیشتری را در بر خواهند گرفت. بنابراین برای ارتباط گسترده‌تر با مخاطب داخلی و خارجی بهتر است ساختار برنامه‌ها متناسب با سلاقی مخاطبان طراحی شود.

اما وقتی آنها را با شبکه‌های داخلی مقایسه می‌کنیم متوجه خواهیم شد این شبکه‌ها ممیزی‌های بیشتری دارند و شاید مدیران چاره‌ای ندارند، چرا که مخاطب داخلی را طیف گسترده‌ای با سلاقی متفاوت تشکیل می‌دهند. پیشنهاد می‌کنم با همان رویکردی که شبکه‌های برون مرزی ما در این زمینه فعالیت می‌کنند، برنامه‌ها و سریال‌های داخلی را روی آنتن ببریم، چرا که با چنین نگاهی می‌توانیم محصولات مشترک بیشتری با دیگر کشورها تولید کنیم.

شما چه تجربیاتی از ساخت فیلم در کشورهای دیگر دارید؟

من به عنوان کارگردانی که چند اثر را خارج از ایران ساختم معتقدم برای رسیدن به یک محصول مشترک خوب، که طرف مقابل هم راضی به شراکت در سرمایه شود، باید ممیزی‌های دو طرف را تقلیل داده و روی ویژگی مشترک فرهنگی مانور داد تا دو طرف به تفاهم همکاری برسند. اگر جز این باشد غیر از برخی کارهای تاریخی، عموم آثار مخاطب جهانی پیدا نمی‌کند.



نمایی از سریال هوش سیاه ۲

رعایت قواعد جهانی ضرورت تولید مشترک

نقطه‌نظر ات یک فیلمنامه‌نویس درباره تولیدات تلویزیونی که خارج از کشور ساخته می‌شوند

مریم احمدی

درباره داستان‌هایی که به حضور در کشوری دیگر نیاز دارد، بحث نمی‌کنم، اما به نظرم ۹۵ درصد دیگر قصه‌ها اگر از ایران خارج نمی‌شدند هیچ فرقی نمی‌کرد. هرچند تهیه‌کننده احساس می‌کند تصویربرداری بخشی از کار در کشوری دیگر پرتیتر دارد. همچنین سود تهیه‌کننده بخش دولتی درصدی از کل بودجه برآورد می‌شود، بنابراین هر قدر بودجه بیشتر باشد درصد تهیه‌کننده هم بالاتر می‌رود و او پیشنهاد حضور در کشورهای دیگر را مطرح می‌کند، چرا که بودجه اثر چند برابر می‌شود. البته با هم می‌گویم آنچه می‌گویم درباره همه آثار نیست و صحبت من درباره کارهایی است که به تغییر لوکیشن نیاز ندارند.



تصویربرداری بخش‌هایی از سریال در خارج از کشور به معنای محصول مشترک است؟

خیر به هیچ عنوان. ما فقط از لوکیشن‌های کشوری دیگر استفاده کرده‌ایم و من تاکنون اثری مشترک میان تلویزیون ما با دیگر کشورها ندیده‌ام. محصول مشترک به اثری اطلاق می‌شود که موضوعی فرهنگی-هنری یا دغدغه مشترک سیاسی و اجتماعی را مبنا قرار دهد و براساس آن به دستمایه‌های لازم برای تولید اثر تلویزیونی مشترک دست یابد. چنین اثری نتایج ویژه‌تری به دنبال خواهد داشت و در تولید آن نیز هزینه‌ها کاهش پیدا خواهند کرد. در واقع، با تصویربرداری بخشی از یک سریال در کشورهای دیگر فقط در آن کشورها اشتغالزایی کرده‌ایم بی‌آن که سودی حاصل تلویزیون خودمان شود. ضمن آن که چنین اثری را نمی‌توان در دیگر کشورها نمایش داد، چرا که موضوع سریال ما، برای آنها جذابیت ندارد. در این گونه موارد معمولاً ما فقط لوکیشن‌های آنها را اجاره می‌کنیم.

دلیل این که تلویزیون با وجود تولید سریال‌های مختلف و متنوع از شبکه‌های گوناگون داخلی، محصول مشترکی با دیگر کشورها ندارد، چیست؟
نوع موضوع، فرهنگ و زبان متفاوت را می‌توان از دلایل این موضوع دانست، اما دلیل اصلی این است که برای داشتن روابط بین‌المللی به افراد آشنا به جریانات بین‌المللی نیاز داریم و جای خالی چنین افراد متخصصی احساس می‌شود.

آرش قادری، نویسنده فیلمنامه سریال‌های تلویزیونی «ماتادور» و «هوش سیاه» است که بخش‌هایی از آنها خارج از کشور جلوی دوربین رفته است. قادری در گفت‌وگو با قاب کوچک درباره ویژگی متون مجموعه‌هایی که محصول مشترک محسوب می‌شود یا قرار است خارج از مرز تصویربرداری شود، صحبت کرده است.

فیلمنامه اثری که تولید مشترک محسوب می‌شود، باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟

برای نوشتن اثری که بخشی از آن خارج از ایران تصویربرداری می‌شود یا تولید مشترک است، نویسنده باید قبل از نوشتن، لوکیشن‌ها را ببیند؛ اما عموماً چنین فرصتی به وجود نمی‌آید؛ در حالی که انتخاب یا تغییر لوکیشن تابعی از درام است حتی تغییر آن در یک ساختمان باید از نوشته و متن پیروی کند؛ یعنی باید ابتدا نیاز دراماتیک آن احساس شود و سپس آن نیاز را با تغییر لوکیشن برآورده کنیم.

پس قصه باید ویژگی تغییر مکان را در خود داشته باشد، برای نمونه ممکن است داستانی ساده و عاشقانه به تغییر لوکیشن و حضور در کشور دیگری نیاز داشته باشد؛ اما برای داستانی پیچیده، چنین نیازی احساس نشود.

در ایران هم تصویربرداری بخشی از سریال‌ها در خارج از مرزها، تابع چنین قانونی است؟

آنچه در ایران اتفاق می‌افتد اصلاً چنین نیست. معمولاً تهیه‌کننده احساس می‌کند لوکیشن‌های داخلی ... تکراری شده‌اند؛ بنابراین با تغییر لوکیشن درصدد ایجاد جذابیت در اثر برمی‌آید و چون بیشتر در این گونه کارها نیاز دراماتیک وجود ندارد، خود به خود زیبایی بصری نمی‌تواند نمود پیدا کند. در این اوضاع و احوال البته باید توجه داشت که مخاطب امروز به انواع وسایل ارتباط جمعی همچون ماهواره و اینترنت دسترسی دارد، دیگر جذب تصاویر و پوشش‌های ظاهری مانند پالتو، کلاه و کراوات نمی‌شود. شاید ۲۰ سال گذشته این تصاویر برای مردم جذاب بود، اما این روزها دیگر نمی‌توان آنها را با تنوع در پوشش شخصیت‌ها پای تلویزیون نشان. مخاطب امروز به دنبال قصه و داستان جذاب است، بنابراین آنچه سبب حضور ما در کشور دیگر می‌شود با آنچه در جهان مرسوم است، تفاوت دارد. در ایران تهیه‌کننده تصمیم می‌گیرد خارج از ایران تصویربرداری شود، اما در کشورهای دیگر پای فیلمنامه‌نویس نیز در میان است.

اگر حضور در کشورهای دیگر تاثیری در افزایش مخاطب ندارد، چرا تهیه‌کننده حاضر به قبول هزینه‌های تولید مشترک می‌شود؟

را یک جا دنبال می‌کنند؛ تاثیرات آن بر جوامع، فروش محصولات در قالب آگهی‌های تبلیغاتی، شناخت موضوعاتی که دستمایه کارهای بعدی و بعدتر باشد، پرورش و تربیت نسل‌ها، برنامه‌ریزی‌های آتی، سوق دادن افکار عمومی به موضوعی خاص به واسطه طرح آن، ارائه خط‌مشی و الگوها، بررسی شرایط جوامع بشری به منظور سرمایه‌گذاری در آنها و... در نهایت هم یکپارچه‌سازی فرهنگی. اینها فقط بخشی از سیاست‌هایی است که در دستورالعمل‌ها می‌توان دید، به همین دلیل بررسی جایگاه رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی همواره مورد مناقشه بوده و هست؛ چراکه از یک سو می‌تواند مفید و در جهت تامین خواسته‌ها ارزیابی شود و از سویی مضر و گاه خطرناک.

ضرورتی که باید اجرایی شود

امروزه ثابت شده تحقیق و پژوهش‌های کاربردی می‌تواند از بروز بسیاری از آسیب‌ها در برنامه‌سازی‌های تلویزیونی جلوگیری کند. آسیب‌هایی که از یک سو از اتلاف وقت، سرمایه، نیروی انسانی و کار جلوگیری می‌کند و از سوی دیگر پشتوانه‌ای می‌شود برای عرضه محصولی بهتر، در عین حال از بروز ضعف و ایرادات در برنامه‌سازی‌های آینده به میزان قابل توجهی می‌کاهد. یعنی در مرحله نخستین، شناخت مخاطب و نیازهایش مدنظر است. شناخت جامعه و طیف‌های آن، درصد کسانی که بیننده تلویزیون هستند، رفع کمبودهایی که از طریق رسانه می‌تواند صورت گیرد و... از مهم‌ترین مباحث مطرح شده در مطالعات رسانه‌ای و شناخت مخاطب و نیاز و سلیقه اوست. سپس ساختار و محتوایی که مخاطبان بیشتری را با خود همراه کند، موضوعاتی که در راستای تبیین اهداف و ارزش‌ها به تکرار نیفتند، پرهیز از هر نوع سطحی‌نگری و ابتذال، بررسی مسائل و دغدغه‌های جامعه، ارزش‌گذاری به مخاطب، بازخوانی فرهنگ، تاریخ، هویت، اساطیر و... ارائه اطلاعات لازم، آگاهی بخشیدن، به تفکر واداشتن، ارتقای فرهنگی و فکری جامعه و... را برای ساخت و تولید برنامه‌ها باید در نظر داشت، در انتها هم پس از پخش تولیدات با انجام بررسی‌هایی می‌توان نه‌تنها موفقیت آنها که تاثیراتشان بر جامعه را ارزیابی کرد.

با این اوصاف، حضور گروهی از محققان و پژوهشگران، صاحب‌نظران، نظریه‌پردازان، کارشناسان و مشاوران در تمام مراحل و بر حسب نوع نیازی که احساس می‌شود، ضروری است. این مراحل شامل پیش‌تولید، تولید و پست‌تولید می‌شود. برای هر یک از گروه‌های برنامه‌ساز که تحت عنوانی و با رویکردی ویژه معرفی می‌شوند، تحقیقات و گروه‌های وابسته به آنان نیز به صورت مجزا و تخصصی باید در کنار گروه تولید قرار گیرند. به‌طور مثال در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران شبکه‌های مختلفی وجود دارد که هر یک سیاست نسبتاً جداگانه‌ای را دنبال می‌کنند، سیاستی که از ابتدای تاسیس شبکه هم مورد نظر بوده است. بنابراین شبکه‌ها تعریف خاصی دارند در جذب مخاطبان‌شان؛ اما در هریک از شبکه‌ها نیز گروه‌های متمایزی وجود دارد که با توجه به عنوان‌شان در موضوعی خاص مخاطبانی را با خود همراه می‌کند. در همین گروه‌ها، برنامه‌هایی ساخته می‌شود که به‌طور انحصاری مخاطبان تفکیک‌شده‌ای را هدف می‌گیرد. برای آن که این سیر تا حدی ملموس شود، شبکه یک سیما را در نظر بگیرید، شبکه یک با عنوان کلی شبکه سراسری یا شبکه هر ایرانی تعریف شد. در این شبکه اما گروه‌هایی چون خانواده، کودک و نوجوان، مسابقات و سرگرمی، دفاع مقدس، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... وجود دارد. در گروه اجتماعی برنامه‌های زنده، مناسبتی، مستند، آموزشی و... نیز به چشم می‌خورد. حال برای برنامه‌سازی در شبکه یک سیما در گروه اجتماعی و پخش زنده، برنامه‌ای را درنظر بگیرید که قرار است به صورت روزانه سر ساعتی معین از گیرنده‌ها دریافت شود. آنچه از ابتدا تا انتهای برنامه موفقیت و توفیقش را می‌تواند تا حدی تخمین بزند، انجام تحقیقات و حضور مداوم گروه‌هایی است که ابتدا اشاره‌ای گذرا به آنها داشتیم.



شبیم میرزین العابدین

به هرگونه ابزاری که برای برقراری ارتباطات استفاده می‌شود، رسانه می‌گویند. رسانه، حامل یا واسط پیام است یا به قول مارشال مک‌لوهان «وسیله، پیام است» و حالا دیگر بدون تردید قدرتمندترین وسیله‌ها، رسانه‌های تصویری-دیداری هستند. درواقع، تلویزیون و شبکه‌های متنوع آن در سراسر جهان در کنار اینترنت، تعریف بعد مسافت و محدوده جغرافیایی را مدت‌هاست تغییر داده‌اند. آنچه پیشترها جهانی شدن نام گرفت، مدت‌های مدیدی است تبلور یافته و حال انسان‌ها ناگزیرند جهانی بیندیشند و جهانی عمل کنند.

بنابراین در روندی چون برنامه‌سازی برای تلویزیون و اساساً هر رسانه‌ای آنچه بیش از پیش باید مورد توجه سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران برنامه‌سازی قرار گیرد، شناخت این مخاطب جهانی و سلیقه اوست.

مخاطبی که با جهان از طریق رسانه‌ها در ارتباطی تنگاتنگ قرار دارد و اگر رسانه را به مثابه پیام در نظر بگیریم، تفکر و اندیشه، سبک زندگی، اطلاعات، بررسی‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، هنری و فرهنگی و... در قالب تولیدات رسانه‌ها، افراد را در سراسر دنیا مورد هدف قرار می‌دهد.

حال برای توسعه و ترویج‌آرا و اندیشه‌ها و نیز تاثیرگذاری گسترده‌تر، مخاطب این پیام‌ها نیز باید در مقیاسی جهانی باشد. به بیانی دیگر، رسانه‌ای در انتقال پیام کارآمدتر است که با مخاطبان بیشتری در سراسر دنیا ارتباط داشته باشد. برای هر دسته از مخاطبان در سراسر دنیا، برنامه‌های خاصی تهیه می‌شود. در این مبحث منظور ما شبکه‌های سراسری در کل دنیا است؛ شبکه‌هایی که از طریق ماهواره در سراسر جهان بدون پرداخت پول، شارژ یا آبونمان می‌تواند بر صفحه گیرنده‌ها ظاهر شود. غالب برنامه‌های این شبکه‌ها را مدت‌هاست از اینترنت نیز می‌توان دریافت و دنبال کرد. این موضوعی است که به اشکال مختلف مورد بررسی کارگروه‌های تحقیق و پژوهش در حوزه‌های جامعه‌شناسی، آموزش و پرورش، رسانه، دین، روان‌شناسی و... قرار گرفته و می‌گیرد. البته ذات دریافت این شبکه‌ها هنگامی نگران‌کننده می‌شود که دامنه اثرات برنامه‌های آنها بر مخاطب فزونی‌یافته و طیف‌های متفاوت جامعه را درگیر کند.

در تبیین این فرآیند می‌توان به نکاتی که در پی می‌آید، توجه داشت؛ نکاتی که برای بیشتر دولت‌ها و نظام‌های حاکم خط قرمزهایی ایجاد می‌کند؛ نگرانی از هویت و فرهنگ‌باختگی، پیدایش جریان‌سازی‌های مخرب فکری، عقیدتی، سیاسی، توسعه و رواج آرا و

خریده‌های آنلاین و... به وسیله خود مخاطبان یا کاربرها به سهولت در اختیار صاحبان قدرت و حکام قرار می‌گیرد و جامعه هدف مشخص می‌شود.

به عبارتی دیگر، این رویکرد در همان تحقیق‌های اولیه لحاظ می‌شود. برنامه‌ریزی و تولید برنامه برای این طیف وسیع مخاطب، کار چندان ساده‌ای به نظر نمی‌آید، گروه‌های مختلف از سراسر دنیا باید سر ساعتی معین و برای منظوری مشخص مقابل گیرنده‌ها باشند؛ گیرنده‌هایی که می‌توانند انبوهی از شبکه‌ها در دسترس قرار دهند و سازنده زمان بسیار کوتاهی در دست دارد تا مخاطب را با خود همراه کند. به تفکیک مواردی که ذکرشان رفت، دسته‌بندی‌های کلی انجام می‌شود: کودکان، نوجوانان، بزرگسالان، مردان، زنان، خانواده‌ها، شاغلان، بیکاران، طرفداران ورزش، سیاست، علوم، مباحث آموزشی و تربیتی و....

هریک از این طبقه‌بندی‌ها به زیرگروه‌هایی تقسیم می‌شود و هریک از زیرگروه‌ها به مجموعه‌هایی و... با تشخیص زیرمجموعه‌ها و ساعات برنامه‌ها تولید و پخش می‌شود. بی‌تردید، ابتدا پخش برنامه‌ها با آزمون و خطاهایی همراه است، مواردی که براساس خوانش اصلح یا همان نظرات و پیشنهادها به روز، دائم در حال تصحیح و روزآمدی است. این روند همین‌گونه ادامه دارد تا آن که برنامه تولید شده جایگاه خود را پیدا کند، این که چه تعداد از مخاطبان در سراسر جهان برنامه را به‌طور مستمر پیگیری می‌کنند و تا چه اندازه تکرار در شبانه‌روز می‌تواند مخاطبان بیشتری را در سراسر دنیا جذب کند، حتی تبلیغ و فروش آن به دیگر شبکه‌ها در این رویکرد مشهود است.

در صورت موفقیت برنامه، تصمیم‌گیران چند هدف

اندیشه‌هایی که با اصول و مبانی جامعه مغایرت داشته باشد، اثرات سوء تربیتی و رفتاری، جریان‌هایی که با پایه‌های ساختاری نظام‌های حاکم در تضاد قرار گیرد، بر حسب گرایش‌ها و باورهای دینی و ارزشی جامعه، محتوا و مضمون برنامه‌ها به گونه‌ای باشد که در تعارض با آنها واقع شود و... .

به همین دلیل در پاره‌ای از کشورها به فراخور آنچه سیاست‌گذاری‌ها و خط‌مشی‌ها نامیده می‌شود، ممیزی‌هایی اعمال می‌شود تا درواقع مانع این اثرگذاری‌ها باشد، چراکه آنچه در ذات این برنامه‌ها به ظاهر سرگرم‌کننده مستتر است، القا و رواج تفکر مد‌نظر دولتمردان و صاحبان رسانه‌ها، ارائه سبک و الگوی زندگی، فروش و صدور اجناس و کالاها، شناسایی مواضع سیاسی، پرورش و تربیت نسل‌ها، سرگرم کردن ظاهری مخاطب و درواقع برنامه‌ریزی برای ترویج اندیشه‌ای خاص است که در ادامه و راستای سیاست‌ها و دستور کارها قرار دارد. این موضوع چنان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که حکومت‌ها برای نیل به آن، سرمایه‌گذاری‌های کلانی در حوزه‌های اقتصادی، انسانی، سیاسی و... متحمل می‌شوند.

حال برای این مخاطب جهانی و شناخت سلیقه او باید طبقه‌بندی‌هایی صورت گیرد، توجه به سن مخاطب، جنسیت مخاطب، جایگاه اجتماعی و شغل و حرفه، میزان تحصیلات و سواد آکادمیک، دلمشغولی‌ها، علایق، شرایط اقتصادی، وابستگی به دسته‌ها و احزاب سیاسی، مذهب و باورهای دینی، محدوده جغرافیایی و... همه برای آن است که شناخت مخاطب و نیازهایش میسر شود. این اطلاعات با طرح پرسش‌ها و نظرسنجی‌ها، برای ورود به شبکه‌های اجتماعی، شرکت در مسابقات،



قدم گذاشتن به دنیای داستان

سارا بابایی



اگر پای درددل آنها که سریال‌های تلویزیون باب طبعشان نیست بنشینید بیشترشان به تکراری بودن داستان آنها اشاره و ضعف فیلمنامه‌ها را بیان می‌کنند. به نظر بیشترشان، سریال‌های خانوادگی تلویزیون، زندگی واقعی را نشان نمی‌دهد، یا سراغ خانواده‌های ثروتمند جامعه می‌رود یا خانواده‌های خیلی فقیر و داستان زندگی طبقه متوسط در آن گم شده است. بعضی‌ها می‌گویند سریال‌های تلویزیونی منطق داستانی درستی ندارند و چاره را در پیوند تلویزیون و ادبیات می‌بینند. این عده معتقدند کارگردان‌ها می‌توانند با اقتباس از ادبیات روز دنیا یا داستان‌های نویسندگان داخلی، باعث آشتی هرچه بیشتر مخاطب و تلویزیون شوند.

ملموس شدن آدم‌های کاغذی

کم نیست فیلم‌های خانوادگی که فیلمنامه آن اقتباسی است، اما توانسته مخاطبان زیادی را مجذوب خود کند. درست است که اقتباس در اینجا چندان طرفدار ندارد و کمتر کارگردانی سراغش می‌رود، اما در بیشتر جاهای دنیا، موفق‌ترین سریال‌ها بخصوص سریال‌های خانوادگی، وامدار ادبیات داستانی است. یکی از نمونه‌های موفق فیلم‌های خانوادگی که فیلمنامه آن اقتباسی از یک نمایشنامه معروف است، فیلم «اینجا بدون من» به کارگردانی بهرام توکلی است که نوروز امسال برای اولین بار از تلویزیون پخش شد؛ داستانی خانوادگی که البته مخاطب سینما و تلویزیون تا پیش از این کمتر فیلمی شبیه آن دیده بود. در این فیلم بهرام توکلی داستان «باغ‌وحش شیشه‌ای» تنسی ویلیامز را با تئیراتی به نمونه‌ای ملموس برای مخاطب داخلی تبدیل کرده است. در فیلم بهرام توکلی درست مثل «باغ‌وحش شیشه‌ای» خانواده نقش محوری و اصلی را دارد و داستان حول محور سه شخصیت اصلی شکل می‌گیرد. درست است

که در نمایشنامه ویلیامز نیز آماندا، لورا و تام سه ضلع اصلی داستان را تشکیل می‌دهند، اما داستان برخلاف «اینجا بدون من» که از دید مادر روایت می‌شود از دید شخصیت لورا (دختر خانواده) روایت می‌شود. فیلم با تصویر احسان که تنها در اتوبوسی نشسته و در مرز خواب و بیداری قرار دارد شروع می‌شود. در ادامه می‌بینیم مادر خانواده، فاطمه معتمدآریا تمام هم و غمش تامین زندگی بچه‌هایش است و خوشبختی دختر معلولش. یلدای منزوی و افسرده برای خودش دنیایی ساخته که در آن با حیوانات شیشه‌ای سرگرم

است و علاقه‌اش به رضا، دوست برادرش را برای مادرش تعریف می‌کند و از آن به بعد تمام هدف و آرمان مادر ازدواج دخترش با رضا می‌شود. توکلی بدون این که داستانی اغراق شده را نشان دهد بخوبی نمایشنامه ویلیامز را طوری به فیلمنامه تبدیل کرده است که با معیارها و مصداق‌هایی که تا به حال در جامعه دیده‌ایم، همخوانی دارد. در باغ‌وحش شیشه‌ای، آماندا تمام تلاشش را صرف آینده فرزندانش، آن‌طور که خودش می‌خواهد می‌کند، چرا که با از خودگذشتگی و مراقبت از فرزندانش، حداقل از خودش راضی می‌شود

و داغ‌ها شدن توسط همسر و از دست دادن جوانی و فرصت‌هایش را از یاد می‌برد. تام باغ‌وحش شیشه‌ای مثل احسان در اینجا بدون من، اسیر مادر و خواهر کم‌توانش است و بعد از رفتن پدرش در خانه مانده و با کار در کارگاه کفش‌سازی تمام آرزوهایش را فدای مادر و خواهرش می‌کند و در نهایت با شخصیت لورا روبه‌رو هستیم که برای خودش دنیایی خیالی ساخته (بلدا در فیلم توکلی) اما بهرام توکلی در نهایت پایانی دردناک‌تر از آن چیزی که در نمایشنامه ویلیامز هست را برای مخاطب رقم می‌زند.

دیوار کوتاه فیلمنامه

هر گاه یک اثر تلویزیونی مورد توجه قرار نمی‌گیرد، فیلمنامه اولین متهم این ناکارآمدی است

مونا انوری زاده / فیلمنامه‌نویس



فیلمنامه، دیوار کوتاه عرصه سینما و تلویزیون است. شما فیلم را روی پرده سینما یا در صفحه تلویزیون خانه‌تان می‌بینید و از آنچه روی کاغذ بوده و مورد توافق قرار گرفته، خبر ندارید. نمی‌دانید به هزاران دلیل ریز و درشت، چه بلایایی بر سر متن اصلی آمده است. فقط نگاه می‌کنید و به نظراتان می‌آید اشکالات عمده‌ای وجود دارد و حتی در دلتان می‌گویید «چطور ممکن است نویسنده این را نفهمیده باشد؟ واقعا برایش متأسفم!» البته باید متأسف بود، اما نه برای فیلمنامه‌نویس، چون او هم به همه آنچه غیرمنطقی و تصادفی به نظر می‌رسد فکر کرده، ولی دخل و تصرفی در محصول خروجی ندارد و بسیاری اوقات مجبور شده از منطق قصه‌اش بگذرد، زیرا به دلایل مختلف امکان پرداختن به متن او وجود نداشته و البته چون هیچ‌کس به متن اصلی دسترسی ندارد، آسان است که همه عوامل درونی و بیرونی شانه بالا بیندازند که فیلمنامه خوب نبود!

امروزه برخی فیلمنامه‌ها که واقعا برای بدل شدن به یک اثر سینمایی یا تلویزیونی خوب و قابل تأمل، پتانسیل لازم را ندارد، تولید می‌شود و بعضی دیگر که قصه خوبی دارد، ضعف در پرداخت فیلمنامه آزاردهنده می‌شود. بارها در مواجهه با یک متن ضعیف تصویب یا تولید شده از خود پرسیده‌ام اگر من این متن را نوشته بودم، در جارد شده بود. همواره این پرسش مطرح می‌شود که چطور گاهی دوستان مو را از ماست می‌کشند، اما در برخی آثار، گویا متن از هیچ فیلتر کارشناسی رد نشده است. البته ضعف در پرداخت فیلمنامه، دلایل متعددی دارد. می‌تواند نقص پژوهش

به ذهن خودتان متکی باشید که لزوما اتفاق خوبی نیست.

دستمزد، یکی از مشکلات موجود سینما و تلویزیون در فیلمنامه‌نویسی است. پایین‌ترین میزان دستمزد و کوتاه‌ترین زمان در اختیار فیلمنامه‌نویس است و توقع خلق شاهکار هم می‌رود. فیلمنامه‌نویس بیشتر اوقات به فکر این است که یک کار را تمام کند و سراغ کار بعدی برود تا زندگی‌اش تأمین شود. از سوی دیگر، تکرار مداوم پژواک این جمله در ذهن فیلمنامه‌نویس که فیلمنامه را تولیدی بنویس، سدی بر سر راه خلاقیت نویسنده است. شما مدام حین نوشتن به لوکیشن‌ها، بازیگرها و زمان تولید فکر می‌کنید، چون محدودیت‌های تهیه‌کننده و بخش تولید را می‌شناسید و باید درک کنید که اگر درک نکنید، در نهایت اثرتان ابتر خواهد شد، بنابراین سعی می‌کنید پیش از آن که سر صحنه تولید را به فیلمنامه نزدیک کنید، فیلمنامه را با تولید همخوان کنید، بنابراین چرخه معیوب است و کوبیدن کلیشه‌وار بر طبل ضعف فیلمنامه، بیشتر به پاک کردن صورت مساله می‌ماند. این موضوع که ما با آگاهی از نیازهای خود از قبیل مناسبت‌ها یا باکس‌های تعریف شده برای سریال و تله‌فیلیم، تصمیم‌گیری را به آخرین لحظات موکول می‌کنیم و این موضوع به شتابزدگی در نگارش منجر شده و فرصت تحقیق و بازنویسی را کاهش می‌دهد و در نهایت به افت شدید کیفی فیلمنامه می‌انجامد، ضعف فیلمنامه‌نویسی نیست.

ممیزی اگر تعریف شده باشد، آزاردهنده و مشکل‌ساز نیست. مشکل این است که سفارش‌دهنده می‌خواهد راه را بر هر تفسیر شخصی از اثر ببندد و این موضوع در نهایت متن را به اثری کلیشه‌ای و خنثی تبدیل می‌کند. بسیاری اوقات سلیقه جایگزین بحث تخصصی می‌شود و به همین دلیل، بارها رفت و آمد و حضور در شوراهای مختلف، یک اثر را ارتقای کیفی نمی‌دهد، چون در نهایت شما با تحلیل کارشناسی و منطقی از اثرتان روبه‌رو نمی‌شوید و فقط با دیدگاه‌های شخصی مواجه هستید که شما را به عنوان یک فیلمنامه‌نویس مجاب نمی‌کند و الهام‌بخش و یاری‌رسان شما نیست. در این مسیر، تغییر مدیریت‌ها می‌تواند نعمت باشد، هم آفت. به مدیری که تغییر می‌کند بستگی دارد. آثاری بوده که با تغییر یک مدیر نابود شده و برعکس آثار پشت در مانده‌ای هم بوده که با تغییر مدیر، خلق شده و اتفاقاً آبرومند و باعث افتخار شده است.

باورپذیری؛ پاشنه آشیل تله فیلم‌ها

نگاهی به ۳ فیلم تلویزیونی که هفته گذشته از شبکه‌های مختلف سیما روی آنتن رفت

مریم‌رها



دیدار در سپیده دم

نمی‌کنند و بازی‌های اغراق آمیز و کم‌عمقی دارند. از طرفی اگرچه اسماعیل شخصیت اصلی داستان دچار خطا و در نهایت تحول می‌شود، اما بیشتر از او مددکار کانون، کیهان ملکی بار حسی این اوج و فرودها را در بازی خود نمایش می‌دهد. مددکاری در کانون اصلاح و تربیت، علاوه بر انسانی احساساتی شخصیتی محکم، مقاوم و البته منطقی را در ذهن متبادر می‌کند، اما در بازی کیهان ملکی آنچه بیشتر به چشم می‌آید، احساسات غلو شده است که بعد پشتوانه بودن او را زیر سوال می‌برد.

خواب یک ستاره: این فیلم تلویزیونی که جمعه پانزدهم آذر از شبکه دو سیما ساعت ۲۴ پخش شد، به کارگردانی محسن عظیمی‌نیا و تهیه‌کنندگی علی اصغر حجازی ساخته شده و بازیگرانی مانند عبدالرضا اکبری، مهشید افشارزاده، حسین پهلوان‌زاده، سولماز آقمانی، داریوش مودبیان و مریم سرمدی در آن ایفای نقش کرده‌اند.

«خواب یک ستاره»، ماجرای دختر نخبه‌ای به نام میناست که همه تلاشش را برای موفقیت در المپیاد شیمی می‌کند تا بازمقام اولی برسد، اما به دلیل بیماری حاد خونی از شرکت در المپیاد جا می‌ماند. تنها راه نجات او پیوند مغز استخوان از خواهر یا برادر تنی است. در ادامه مشخص می‌شود او فرزندخوانده پدر و مادرش است و در زمان جنگ توسط زن فالگیری از مادر واقعی‌اش دزدیده شده و...

اولین معضل این فیلم تلویزیونی که از تولیدات گروه انقلاب اسلامی و دفاع مقدس است، نداشتن یک ایده و طرح واحد است. خواب یک ستاره، هم ماجرای نخبگی شخصیت اصلی و هم ماجرای فرزندخواندگی و انتقال بیماری خونی از یک مادر به فرزندش را با یک حجم و بار مشترک ارائه می‌کند و فیلمنامه‌نویس یک موضوع را در حاشیه دیگری قرار نمی‌دهد؛ در حالی که هر کدام از این دو موضوع در قالب یک فیلم تلویزیونی، به تنهایی می‌تواند سوژه اصلی فیلم باشد. به همین دلیل، زمان منطقی این فیلم تلویزیونی بسیار طولانی به نظر می‌رسد و از طرفی، این پراکندگی محتوایی که فقط به بهانه مینا کنار هم گرد آمده‌اند، ذهن مخاطب را پراکنده و مغشوش می‌کند.

نمونه دیگر تشتت موضوعی در خواب یک ستاره، شروع این فیلم تلویزیونی است. این فیلم با دزدیده شدن کیف مادرخوانده مینا شروع می‌شود. سکانس آغازین یک فیلم اهمیت زیادی از نظر فضاسازی برای ادامه فیلم دارد، اما اینجا کیف دزدیده شده و دزد ناکام و نادم به داستانی فرعی تبدیل شده که هیچ کمکی به پیشبرد داستان نمی‌کند و تنها می‌کوشد ذهن مخاطب را از مسیر اصلی داستان منحرف کند.

خواب یک ستاره، در مجموع هسته مرکزی و دقیق داستانی ندارد و ایده آن در شکل فعلی، بیشتر از این که مناسب یک فیلم تلویزیونی ۹۰ دقیقه‌ای باشد، برای ساخت یک سریال مناسب است.



صدای پای باران

به داستان نمی‌کند. در بخش دوم، داستان را با شخصیت لیلا دنبال می‌کنیم که این بخش، به دلیل بازی نسبتاً بهتر بهار کاتوزی و چون مخاطب با اوج و فرودهای داستانی بیشتری همراه می‌شود، جذاب‌تر و قابل تحمل‌تر از بخش اول تله‌فیلم است. گرچه در این بخش هم، در نشان دادن ناشنوایی او، چند ایراد وجود دارد.

دیدار در سپیده‌دم: این فیلم که جمعه گذشته ساعت ۱۷ و ۳۰ دقیقه از شبکه دو پخش شد، به تهیه‌کنندگی محمدرضا ایزدی یکتا و کارگردانی مجید جوانمرد ساخته شده و کیهان ملکی، فقیهه سلطانی، رامتین خداپناهی، حسین معلومی و زهره صفوی در آن بازی کرده‌اند.

«دیدار در سپیده‌دم» داستان پسر نوجوانی به نام اسماعیل است که به اتهام سرقت و قتل مادر بزرگش در کانون اصلاح و تربیت به سر می‌برد. حمید مربی، مددکار کانون که خود در نوجوانی یکی از مددجویای آنجا بوده، سعی می‌کند به اسماعیل کمک کند و پرونده او را به سرانجام برساند. اسماعیل همواره ادعا می‌کند او فقط برای سرقت وارد خانه مادر بزرگش شده، ولی اقدام به قتل کار شریکش هومن بوده است. هومن که مجدد به جرم سرقت و اقدام به قتل بازداشت شده است، به قتل مادر بزرگ اسماعیل اعتراف می‌کند. اسماعیل که دچار عذاب وجدان شده است، برای روشن شدن حقیقت ماجرا، زبان به اعتراف باز می‌کند.

این فیلم که نسبت به فیلم اول، سوژه داستانی خود را کامل‌تر مورد بررسی قرار داده، از بازی‌های خود لطمه خورده است. بازیگران نوجوان این فیلم (البته بجز بازیگر نقش هومن) موقعیت خود را بدرستی درک



هفته گذشته چند فیلم تلویزیونی از شبکه‌های مختلف سیما پخش شد، بویژه در آثاری که روز پانزدهم آذر روی آنتن رفت، فضای تلخ حاکم بر قصه جلب توجه می‌کرد. هرچند برخی فیلم‌های تلویزیونی که روی آنتن شبکه‌های تلویزیونی می‌روند، نه فضای تلخ‌شان تاثیرگذار است و نه پایان شادشان باورپذیر! به عبارتی دیگر، سازنده این فیلم‌های تلویزیونی تلاش کرده‌اند دردهای جامعه را به تصویر بکشند و در پایان همه چیز را ختم به خیر کنند تا کارشان امیدبخش جلوه کند، حتی اگر کاملاً تصنعی و غیرقابل باور باشد.

صدای پای باران: این فیلم تلویزیونی به کارگردانی محمد حمزه‌های و تهیه‌کنندگی کامران مجیدی جمعه پانزدهم آذر ساعت ۱۴ و ۵۰ دقیقه از شبکه یک سیما روی آنتن رفت و بهار کاتوزی، سینا سعیدیان، احسان امانی و مریم بوبانی بازیگران آن بودند.

«صدای پای باران»، داستان زن جوانی به نام لیلاست که در یک سانحه رانندگی که به دلیل خواب‌آلود بودن همسرش، رضا رخ داده، شنوایی خود را از دست می‌دهد. او که رضا را مقصر این ماجرا می‌داند و از طرفی احساس می‌کند مانع خوشبختی او شده است، خود را در خانه حبس می‌کند و توانایی حرف زدن را از دست می‌دهد. رضا همه تلاشش را می‌کند تا لیلا را به زندگی برگرداند، اما...

ایراد اساسی این فیلمنامه که توسط بهار کاتوزی، بازیگر نقش لیلا، نوشته شده، داده‌های داستانی در فیلمنامه است، به گونه‌ای که تا ۲۰ دقیقه اول این تله‌فیلم، موضوع آن روی رابطه رضا و مادرش با بازی سینا سعیدیان و مریم بوبانی می‌چرخد و چنین برداشت می‌شود که مضمون فیلم درباره مادری است که از سر وابستگی زیاد به پسرش نمی‌تواند استقلال او را بپذیرد و با دلواپسی‌های مدام مانع می‌شود پسر متاهلش به زندگی زناشویی خود برسد. اگرچه هر از گاهی، نامی از لیلا به میان می‌آید که گویا مشکلی دارد، اما این مشکل هرگز عنوان نمی‌شود و چنین به نظر می‌رسد که او نازاست و حاضر به درمان نیست.

در بخش اول داستان که با حضور شخصیت مرد قصه آن را دنبال می‌کنیم، هرگز کاراکتر لیلا دیده نمی‌شود؛ اما در متن، دلیلی برای نشان ندادن چهره شخصیت اصلی داستان وجود ندارد. در ادامه برای معرفی لیلا با یک کات بسیار بد و در یک قاب ناهمگون و نورپردازی غیرمنطقی، وارد اتاق لیلا می‌شویم و باز هم رضا را تنها در این نما می‌بینیم، در حالی که با لیلا حرف می‌زند و سعی می‌کند نظر همسرش را به خود جلب کند. در این زمینه، اگر هم مقصود کارگردان از به تعویق انداختن حضور لیلا، ایجاد تعلیق برای مخاطب باشد، این ایده از هر جهت ناکارآمد است، چون اول از همه، لیلا هرگز تعریف نمی‌شود که مخاطب بخواهد او را ببیند یا نه و دوم این که این تعلیق، ضرورتی ندارد و هیچ کمکی

بدون تردید، یکی از اهداف فیلمسازان در آغاز تولید یک اثر اعم از سینمایی یا تلویزیونی مواجهه با مخاطبانی متکثر است که نظرات و دیدگاه‌هایشان می‌تواند آنها را در این مسیر کمک کند. از این رو حفظ توجه بیننده در برنامه‌سازی یا ساخت کارهای نمایشی یک امر مهم و در خور توجه به شمار می‌آید. تبلیغات یکی از ابزارهای تحقق این هدف است که می‌تواند بیننده را به سینما رفتن ترغیب کند، اما پس از شروع فیلم بیننده به دلایل موجهی برای حفظ توجه خود نیاز دارد. داستان باید علاقه بیننده را جلب و آن را طی زمان فیلم بی‌کم و کاست حفظ کند و در نقطه اوج، پاداش این توجه را به بیننده بدهد. این کار تقریباً محال است، مگر این که ساختار فیلم از دو جنبه یعنی عقل و عاطفه جذاب باشد.

کنجکاوی نیز خود به معنای نیاز عقل برای یافتن پاسخ پرسش‌ها و کامل کردن الگوهای ناتمام است. داستان با طرح پرسش و ایجاد موقعیت در واقع از این نیاز عام بشری بهره‌برداری می‌کند. هر نقطه عطف فیلم، کنجکاوی بیننده را بر می‌انگیزد. وقتی قهرمان بتدریج با خطر بیشتری در گره‌های قصه مواجه می‌شود، بیننده ممکن است این سوال را از خود پرسد حالا چه اتفاقی رخ می‌دهد و پس از آن شاهد چه چیزی خواهیم بود و مهم‌تر از همه این که داستان در نهایت به چه مسیری هدایت خواهد شد و چه فرجامی برای قهرمان قابل تصور است؟

به این پرسش تا پیش از نقطه اوج پرده آخر پاسخ داده نمی‌شود، بنابراین بیننده از روی کنجکاوی فیلم را تا انتها تعقیب می‌کند. بیننده ممکن است طی روایت داستان به خنده یا گریه واداشته شود، اما انتظار، اولین هدف فیلمساز است.



در مقابل نگرانی یعنی نیاز عاطفی به ارزش‌های مثبت زندگی. وقتی داستانی آغاز می‌شود، مخاطب آگاهانه یا بنا به غریزه به بررسی چشم‌انداز ارزشی دنیا و شخصیت‌های داستان می‌پردازد و می‌کوشد خیر را از شر، درست را از نادرست و چیزهای با ارزش را از چیزهای بی‌ارزش تشخیص دهد. به عبارت دیگر، مخاطب می‌کوشد کانون خیر را شناسایی کند و وقتی این کانون را یافت، عواطفش جذب آن می‌شود. دلیل این جستجو نیز این است که ما معتقدیم در جبهه خیر و حق قرار داریم و می‌خواهیم با قطب مثبت همذات‌پنداری کنیم. قلبا می‌دانیم نواقصی داریم که شاید جدی هم باشند و گاهی حتی احساس می‌کنیم جنتیکاریم؛ اما درونمان چیزی است که ما را در جبهه حق قرار می‌دهد.

تماشاگران فیلم هم بدون استثنا کانون خیر را جستجو می‌کنند. هسته مثبتی که بتوانند با آن همدلی کنند و به لحاظ عاطفی درگیر شوند. کانون خیر باید دست‌کم در قهرمان قرار داده شود. هرچند شخصیت‌های دیگر هم می‌توانند سهمی از این مرکزیت داشته باشند. تمرکز کانون خیر در قهرمان باعث همدلی بیننده با وی می‌شود که یک اصل ضروری در شخصیت‌پردازی است. از طرفی نباید کانون خیر را مساوی با خوب بودن دانست. خیر هم بیشتر بر اساس آنچه نیست تعریف می‌شود تا آنچه هست و اهمیت خیر در داستان زمانی روشن و واضح می‌شود که زیر لایه‌ای از شر پنهان باقی مانده باشد.

امواجی که مردم را با خود می برد

گزارشی از پشت صحنه «آوای امواج»، برنامه تازه‌ای که روی آنتن رادیو تهران رفته است

مریم کریمی



بعدازظهر پاییزی یک روز جمعه وارد استودیوی پخش صدای پایتخت، محل ضبط و پخش برنامه در میدان ارگ می‌شوم. هدف اصلی برنامه، امید بخشی و ایجاد انگیزه و سرزندگی در تمام اقشار جامعه است و بخش‌های مختلفی مثل حکایت‌ها و اندرزهای برگرفته از متون ادبی کهن و معاصر، نمایش، شعر و شاعری، مسابقه، مسائل شهری و طنز و سرگرمی در برنامه پیش‌بینی شده‌اند.

عوامل برنامه جمع هستند. شور و شوق تولد یک برنامه در چهره همه نمایان است، همه در تکاپوی شروع برنامه هستند. چند لحظه بیشتر تا شروع برنامه باقی نمانده است. برنامه‌ای که غروب جمعه تقدیم شنونده‌ها می‌شود باید با حال و هوایی دیگر پخش شود، چرا که حس و حال شنونده‌ها در این لحظات مانند هر روز نیست. در این حال و هوا، تن صدای مریم شیرزاد، دکلمه‌گویی‌های او و انتخاب موسیقی و آهنگ‌هایی که جمشید جم به عهده دارد، برنامه «آوای امواج» را از سایر برنامه‌ها متمایز می‌کند. جمشید جم، پژوهشگر و خواننده موسیقی - که تهیه‌کننده برنامه است - درباره برنامه آوای امواج می‌گوید: در این برنامه، شنندگان صدای خاطره‌انگیز و ماندگار هنرمند دوبله مریم شیرزاد را خواهند شنید، به طوری که یکی از بخش‌های شنیدنی برنامه، دکلمه ترانه‌ها و شعرهای ماندگار با صدای مریم شیرزاد است.

برنامه با حضور فعال دست‌اندر کارانش شروع می‌شود. یادواره هنرمندان، یکی از بخش‌های ویژه برنامه است که در آن هر آوای ماندگاری که در امواج رادیو و تلویزیون در خاطره مخاطبان ثبت شده گنجانده می‌شود. مثلاً امروز به مناسبت سالروز درگذشت علی حاتمی، دیالوگ‌های معروف آثار او پخش و به زندگی، آثار و موفقیت‌های او پرداخته می‌شود. قطعاتی از دیالوگ‌های فیلم «مادر» و بخش‌هایی از فیلم‌های قدیمی علی حاتمی در این بخش به گوش می‌رسد. مسابقه نمایشی، از دیگر بخش‌هایی است که در آوای امواج گنجانده شده و شنونده‌ها باید جای

جذب مخاطب می‌داند و می‌گوید: تمام تلاش‌ها و زحمات برنامه‌سازان، مجریان، گزارشگران و مدیران مختلف در این جهت است و ما با این برنامه‌ها، مردم را جذب می‌کنیم.

او درباره انتخاب مریم شیرزاد در این برنامه می‌گوید: با توجه به بررسی‌هایی که انجام شد و سابقه حضور خودم در واحد دوبلاژ طی سال‌های ۷۴ تا ۷۶، به این نتیجه رسیدم که برخی صداها برای مردم همیشه ماندنی و خاطره‌ساز است، صداهایی که شخصیت‌های گمنام خارجی را به شخصیت‌هایی دوست داشتنی و مورد علاقه مردم تبدیل کردند، به طوری که بسیاری از فیلم‌ها و سریال‌های ما، وقتی بعد از گذشت سالیان متمادی بازپخش می‌شوند، صرفاً به دلیل وجود صداهای دلنشین و مطلوب، همچنان با استقبال روبه‌رو می‌شوند. خانم شیرزاد، فعالیت خودش را در عرصه صدایپیشگی از رادیو آغاز کرده و عضوی اصیل و قدیمی از خانواده رادیو محسوب می‌شود. من از او برای همکاری دعوت کردم و خانم شیرزاد نیز با بزرگواری و گرمی این دعوت را پذیرفت.

او با ذکر این جمله صحبت‌های خود را به پایان می‌برد: گرچه علاقه‌مندان حوزه‌های تخصصی از جمله ورزش، سلامت، نمایش و فرهنگ این امکان را دارند که برنامه‌های مورد نظرشان را از شبکه‌های تخصصی بشنوند، اما آوای امواج یعنی رادیو و رادیو یعنی مردم.

در ادامه برنامه، بخش سرفصل روی آنتن می‌رود. در این بخش، گزیده‌هایی از سخنان بزرگان ادبیات، هنر و سیاستمداران خوشنام پخش می‌شود. این بخش از برنامه امروز به علت درگذشت نلسون ماندلا، رهبر مبارزات ضدنژاد پرستی آفریقای جنوبی که ۲۷ سال از عمر خود را در زندان سپری کرد، به او اختصاص یافته است.

نزدیک اذان مغرب است. عوامل برنامه با روی آنتن بردن بخش‌های دینی و معارفی و پخش همخوانی‌هایی با این حال و هوا، شنندگان را به نماز فرامی‌خوانند اما ایده جالبی که توجه مرا به آن جلب می‌کند، قرائت آیاتی از قرآن مجید و ترجمه آیات با صدای چنگیز جلیلود و مریم شیرزاد است.

دیگر باید توسط شنندگان کامل شود. این بخش با استقبال جالب توجه مخاطب روبه‌رو می‌شود. گروهی از شنونده‌های آوای امواج، از طریق پیامک، مطالب و نظرات خود را به شماره پیامک برنامه ارسال می‌کنند و گروهی دیگر، با تماس‌های تلفنی بی‌شماری که با برنامه دارند، نظرات خود را بیان می‌کنند.

در فرصتی که دست می‌دهد با حمیدرضا حصارکی، مدیر گروه ورزش و سلامت رادیو تهران که در استودیو حضور دارد، به گفت‌وگو می‌نشینم. حصارکی با تأکید بر این که آوای امواج تجلی صادقانه‌ترین، خالص‌ترین و گرم‌ترین احساسات، کلمات و اندیشه‌هاست، می‌گوید: این برنامه با نوشتار مریم شیرزاد و کلام گرمشان برای مردم بیان می‌شود. او یکی از اهداف اصلی برنامه‌سازی در رسانه و به طور مشخص رادیو را

خالی بخش نمایشی را که مریم شیرزاد آن را اجرا می‌کند، با جملات خود کامل کنند. در بخش مسابقه نمایشی، نمایشی طراحی شده است که کارشناس - مجری برنامه، بخشی از آن را اجرا می‌کند و بخش

تنظیم موج

آوای امواج کاری از گروه ورزش و سلامت رادیو تهران، جمعه‌ها از ساعت ۱۶ تا ۱۸ به مدت ۱۲۰ دقیقه روی موج اف.ام.ردیف ۹۴ مگاهرتز پخش می‌شود. شماره پیامک ۳۰۰۰۹۵۳ و شماره تلفن‌های ۳۳۹۱۴۱۴۱-۳۳۹۱۴۱۴۲ در زمان پخش برنامه پاسخگوی شهروندان و شرکت‌کنندگان در مسابقه است.

صحبت‌های مریم شیرزاد در بازگشت به رادیو:

اهمیت برنامه به باز خورد آن است

امواج، مجموعه‌ای از ادبیات قدیم و جدید است که با اطلاعات عمومی، ورزش، سلامت و گاهی طنزهای کوتاه نمایشی، روی آنتن می‌رود.

آوای امواج برای شما چه مشخصه‌ای دارد؟

انتقال امید و آرامش بخشی مهم‌ترین رویکرد این برنامه است که از پیشنهاد خود شنندگان به دست می‌آید. با بازشنود و بازخوردی که از شنونده‌ها گرفته می‌شود، ممکن است روال پخش و اجرای برنامه تغییر کند، چراکه براساس روش ما، برنامه باید به روز و باطراوت باشد. در نهایت باید بگویم رمز موفقیت برنامه آوای امواج، رضایت شنندگان آن است. امیدوارم هر روز بیشتر از روز قبل، رضایت شنندگان برنامه جلب شود، چرا که این برنامه، متعلق به مردم است و بیشتر به مسائل اجتماعی شهروندان می‌پردازد. در این برنامه سعی می‌شود به سلاقی مردم، بخصوص نسل جوان توجه شود. در نهایت نیز ما برنامه را بر اساس بازخوردی که از شنندگان می‌گیریم، ادامه می‌دهیم.

چطور شد دوباره به رادیو برگشتید؟

نمی‌خواستیم فقط برنامه را اجرا کنیم، بلکه دوست داشتیم خودم هم در تولید برنامه سهمی داشته باشیم. به همین دلیل، به این نتیجه رسیدم که خودم متن را بنویسم، سلاقی مردم را بررسی کنم و با منظور کردن ایده‌ها و سلیقه‌های مختلف، مشارکت مردم را در یک برنامه رادیویی معنا کنم.

هم با گذشت چند دهه از پخش آنها بینندگان خود را دارد و در بازپخش هم مخاطبان خود را خواهد داشت. دلیل اصلی بیان این مقدمه، اشاره به بازگشت دوبلور معروف سال‌های دور از خانه، به خانه اصلی خود یعنی رادیو تهران است. مریم شیرزاد که با صدای آرامش بخش خود خاطرات دوران کودکی را برای ما بویژه بچه‌های نسل دهه ۶۰ تداعی می‌کند، این روزها میزبان شنندگان رادیو تهران است. او بعد از سال‌های دور از خانه، به رادیو تهران برگشته و کار خود را با اجرای برنامه آوای امواج آغاز کرده است.

چطور شد دوباره به رادیو برگشتید؟

با توجه به این که از دوازده سالگی کارم را با رادیو آغاز کردم، خودم را جزئی از این خانواده می‌دانم. پیش از این در رادیو پیام و نمایش فعالیت داشتیم. در رادیو تهران به‌عنوان بازیگر در برنامه‌های زنده رادیویی «شهر مهربانی» و «رنگین کمان» حضور داشتیم و گویندگی و سردبیری برنامه عصر بخیر تهران را نیز به عهده داشتیم، اما حالا با آوای امواج، حضوری جدی‌تر دارم.

گویا نام برنامه هم پیشنهاد شما بوده است؟

بله. آوای امواج از ترکیب دو کلمه زیبا و لطیف آوا و امواج تشکیل می‌شود. در این عنوان از امواج استفاده دوگانه‌ای شده است؛ آنچه ابتدا در اذهان متبادر می‌شود امواج دریا و سپس امواج فرکانس‌های صوتی است. آوای



اگر صدایی مولفه‌های لازم شنیدن را داشته باشد، مخاطبان خود را جذب می‌کند، حتی با گذشت سالیان سال، نه تنها فراموش نمی‌شود، بلکه با تلنگری، یاد و خاطره‌های دوردست را زنده می‌کند. سریال سال‌های دور از خانه، آنه شرلی دختری با موهای قرمز و آلیس در سرزمین عجایب هنوز



از اذان تا قله نیایش «به افق آفتاب»

گزارشی از برنامه اذانگاهی رادیو ایران

زهره زمانی

اینجا ساختمان پخش رادیوست، تا دقایقی دیگر برنامه «به افق آفتاب» کاری از گروه اندیشه این شبکه رادیویی پخش می‌شود. با اشاره دست بیات (تهیه کننده) محمد حسین نورشاهی با طمانینه خاصی می‌گوید: «به نام خدایی که بهترین یاریگر است و کمک کنندگان به بندگانش را دوست دارد. سلام به قراری همیشگی، در موعِد اذانگاهی ظهر و به قصد قرب به خدای بی همتا همراه شما خوبان هستیم. همراه با شما تا امروز هم به زمزمه کلامی خیر، قدمی به رضای خدای بزرگ نزدیک تر بشویم.»

موضوع این هفته برنامه به افق آفتاب، مسائل اقتصادی روز است که استاد نورشاهی با مقدمه‌ای در خصوص گرانفروشی، آن را بخوبی بیان می‌کند. او از مردم می‌خواهد در راستای تکریم فضایل اخلاقی، کسبه محل را که رفتار مناسبی با مشتری دارند و گرانفروشی نمی‌کنند با دو شماره تلفن ۲۲۰۵۰۰۹ و ۲۲۰۴۰۰۸۶ و پیامک ۱۰۰۶۶۰۲ به برنامه معرفی کنند. همچنین نورشاهی پدیده گرانفروشی را یک اتفاق آبی و تصادفی نمی‌داند، بلکه معتقد است برای شناخت مقصر باید همه عوامل را در نظر گرفت، ولی کسبه و تجار در این مهم نقش اساسی بازی می‌کنند.

گوینده پیشکسوت این برنامه اذانگاهی با بیان حدیثی از حضرت علی(ع) به آثار و نتایج گرانفروشی می‌پردازد و می‌گوید: این آثار ساده و قابل چشم‌پوشی نیست. بعد از این که بیات موسیقی‌ای پخش می‌کند، صحبت‌های مردمی شنیده می‌شود. بیشتر صحبت‌های مردمی حامل یک پیام است. آنها معتقدند نبود نظارت بر کار فروشندگان و احتکار، پدیده گرانفروشی را در جامعه به وجود می‌آورد. با پخش آئونسوی مذهبی - قرآنی بخش داستان‌های قرآنی با کارشناسی مهندس فتحی‌پور پخش می‌شود. در این بخش قسمت دیگری از داستان زندگی حضرت یوسف(ع) آنجا که برادرانش تصمیم می‌گیرند او را در چاهی بیندازند، بیان می‌شود. از خوبی‌های این بخش، تلاوت آیات سوره یوسف با صدای استاد منشاسوی و تفسیر روان و خوب مهندس فتحی‌پور است. آن قدر بیان او شیرین و جذاب است که متوجه نمی‌شوم نورشاهی وقت اذان را اعلام کرده است. امروز اذان ظهر با صدای عبدالحسین محمدی پخش می‌شود.

صمیمیت در کلام

محمدحسین نورشاهی زمانی که سوم دبیرستان بوده، از طرف امور تربیتی به رادیو معرفی می‌شود و یک سال



هم گوینده برنامه جوان رادیو بوده است. این همکاری سال ۴۸ با رفتنش به دانشکده افسری قطع شد تا این که اوایل سال ۵۸ رادیو کمبود شدید گوینده داشت و او تصمیم گرفت همکاری مجددش را با این رسانه از سر بگیرد. به این ترتیب از بیست و چهارم تیر ۱۳۵۸ با گویندگی در پخش رادیو کارش را شروع کرد.

وقتی از نورشاهی می‌پرسم چطور با مخاطب خود آن قدر صمیمی می‌شود، در پاسخ می‌گوید: لحنی که به دل می‌نشیند و مردم آن را می‌پسندند در نیت‌های انسان نهفته است. این عقیده ۳۵ سال کار حرفه‌ای من است. وقتی یک مجری با نیت خالص و صادقانه موضوعی را بیان می‌کند، خدا صمیمیت را در کلامش می‌گنجاند. در ضمن مخاطب‌شناسی، مساله مهمی است. اگر گوینده و مجری در متن جامعه زندگی کرده و از مردم فاصله نگرفته باشد، این بیان صمیمی را پیدا می‌کند. به طور مثال برای این که من از متن جامعه دور نشوم حداقل ماهی دو بار سوار مترو می‌شوم و به جای استفاده از ماشین شخصی از تاکسی استفاده می‌کنم. همه این مسائل به من اجازه می‌دهد در متن جامعه زندگی کنم و آموزش ببینم. گفتم با متن جامعه و مخاطب باید چگونه باشد.

نورشاهی در خصوص لحن و بیانش در برنامه می‌گوید: نوع و شکل گفتار ما منافاتی با قرآن و آیین و اعتقادات مذهبی ما ندارد. آنجا که به کلام مولا می‌رسیم باید مودبانه‌ترین کلام را بگوییم و آنجا که می‌خواهیم با مخاطبان به عنوان یک همشهری صحبت کنیم باید زبان عادی، عمومی و راحت خودمان را داشته باشیم و این می‌طلبد در یک برنامه از هر دو بهره ببریم. زبان بیان به متن برنامه بستگی دارد. وقتی موضوعی را در ذهنمان می‌پرورانیم و می‌خواهیم راجع به آن صحبت کنیم یا متنی را که می‌خواهیم بخوانیم، محتوای ذهنی برای ما تعیین می‌کند با چه لحنی باید صحبت بکنیم.

وقتی از گوینده برنامه می‌پرسم پیام‌های مذهبی را به چه صورت به مخاطب منتقل می‌کنید تا اثرگذارتر باشد، با آوردن مثالی از حجت‌الاسلام قرائتی می‌گوید:

آقای قرائتی سی و چند سال است تدریس می‌کنند، ولی در کنار قرآن شوخی‌ها و طنزهایی را به کار می‌برند که باعث جذابیت کلامشان و جذب مخاطب شده است. من در گفته‌هایم از کلمات ثقیل استفاده نمی‌کنم. هنر رادیو به این است که کلامش همه فهم باشد، چون ما در رادیو سراسری با همان رادیوی مادر برای یک قشر خاص صحبت نمی‌کنیم، بنابراین باید از زبانی استفاده کنیم که برای عموم قابل فهم باشد.

برنامه اذانگاهی به افق آفتاب - که از بهار سال ۱۳۸۴ به تهیه کنندگی شهریار کریمی، گویندگی مرتضی حافظی و مهری قلع ریز هر روز ظهر از آنتن رادیو ایران پخش شده است - اکنون دارای دو تیم برنامه ساز است. یک هفته وحید بیات (تهیه کننده)، محمد حسین نورشاهی (گوینده)، مصطفی طالبیان و جواد نادری (ارتباطات) عبدالله علایی (آیتم ساز و هماهنگی)، نفیسه فرازنده‌نیا (نویسنده) و در هفته دوم محمد پورابراهیم (تهیه کننده)، سیدمحمد اطهری (گوینده)، لیلا کوچکیان (هماهنگی) و سعید میشری که به مدت چهار سال است متن‌ها را می‌نویسد.

پرداختن به مسائل مردم

وحید بیات - که از سال ۱۳۸۵ با ساختن بخش‌های مذهبی برنامه، همکاری خود را با گروه اندیشه رادیو ایران شروع کرده است - می‌گوید: رویکرد برنامه در هفته‌ای که من آن را تهیه می‌کنم پرداختن به مسائل روز جامعه بر اساس دیدگاه مذهبی است و ما نگاه دین را در موضوعات مبتلا به مردم بررسی می‌کنیم.



داستان‌های قرآنی با نقل سعه سلطانی و کارشناسی مهندس فتحی‌پور، بخش‌های ویژه اذان، آئونس‌های اخلاقی، تشریح احکام در قالب نمایش‌های رادیویی، بسته‌های صوتی، میکس موضوعات اخلاقی - اجتماعی کلام بزرگانی همچون آیت‌الله حق‌شناس، بهجت و حجج‌اسلام عالی و هاشمی‌نژاد و شعرخوانی اصیل با صدای استاد نورشاهی از دیگر بخش‌های این برنامه است، بیات می‌گوید: تا امروز داستان حضرت ابراهیم و حضرت نوح گفته شده و اکنون داستان حضرت یوسف(ع)

بیان می‌شود.

وقتی از بیات درخصوص ویژگی‌های برنامه مذهبی می‌پرسم، می‌گوید: در یک برنامه مذهبی باید موضوعات روز و هر آنچه در زندگی روزمره مردم مطرح می‌شود به شکلی نو و متفاوت گفته شود. درضمن ارتباط تلفنی برنامه با حجت‌الاسلام علی سرلک، کارشناس برنامه صرفاً بیان مباحث معارف دینی نیست، بلکه موضوعات اجتماعی و فرهنگی نیز مطرح می‌شود و آقای نورشاهی با مخاطبان ارتباطی صمیمی برقرار می‌کند. او سعی دارد ارتباط دوسویه‌ای با مخاطب داشته باشد و فقط پیامک‌های مردم را نمی‌خواند، بلکه موضوعات و دغدغه‌های آنها را با کارشناس برنامه مطرح می‌کند تا مردم متوجه مشکل خود شوند. همچنین در برنامه از مطالب سنگین استفاده نمی‌شود.

ترویج فرهنگ کسب و کار

عبدالله علایی که بخش ذره‌بین را طراحی کرده است، می‌گوید: با هدف مشارکت دادن شنونده‌ها در برنامه، با این موضوع که کاسب و فروشنده‌های با انصاف محل در سراسر ایران معرفی شوند، این بخش پخش می‌شود. هرچند ما قصد داریم در دل این بخش به موضوعاتی چون برکت در زندگی، راه و روش کسب صحیح و سود و زیان در معاملات اقتصادی و ترویج فرهنگ کسب و کار اسلامی بپردازیم. گفت‌وگوهای این بخش را تینا میرکریمی (گزارشگر رادیو ایران) انجام می‌دهد.

استفاده از موسیقی سنتی

محمد پورابراهیم، یکی دیگر از تهیه کنندگان برنامه به افق آفتاب - که همکاری خود را از سال ۸۴ با تهیه داستان کوتاه از دل سخنرانی‌های علمای دین شروع کرده است - می‌گوید: رویکرد برنامه یک هفته در میان، بیشتر محتوایی است و هر روز به یک موضوع اختصاص دارد.

پورابراهیم ادامه می‌دهد: روزهای شنبه حجت‌الاسلام بنیادی به تفسیر قرآن کریم می‌پردازد و اکنون تفسیر سوره حجرات تمام شده است. ایشان به بررسی هدف از خلقت در قرآن می‌پردازد و به تناسب موضوع، از تلاوت قاری‌های مختلف قرآنی استفاده می‌شود. یکشنبه آقای محمد هادی رضایی در بحثی تاریخی به سیر حرکت کاروان اسرای کربلا می‌پردازد. دوشنبه مباحث اخلاقی مطرح می‌شود که حجت‌الاسلام محمد از کیا به بحثی اخلاقی که جنبه کاربردی در زندگی مردم دارد، می‌پردازد. سه‌شنبه سبک زندگی دینی از زبان حجت‌الاسلام علی شاه‌مرادی بیان می‌شود که این روزها به حقوق فرزند از دیدگاه اسلام در خانواده رسیده‌ایم. چهارشنبه حجت‌الاسلام علی آقابابا در برنامه نامه ۳۱ نهج‌البلاغه حضرت علی(ع) را شرح می‌دهد. پنجشنبه موضوع رجوع به احادیث اهل بیت(ع) است که به صورت یک موضوع اخلاقی بیان می‌شود. حجت‌الاسلام کیفی بجستانی، ظهر جمعه در خصوص فرقه‌های انحرافی، اطلاعاتی به مردم می‌دهد؛ اطلاعاتی در خصوص فرقه‌های وهابیت، بهائیت و دیگر فرقه‌های انحرافی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

پورابراهیم بیان یک حدیث یا سخن بزرگان در بخش هاتف و ارتباطات مردمی را از دیگر قسمت‌های برنامه اذانگاهی به افق آفتاب می‌داند و می‌گوید: بعد از اذان ظهر با شیوه‌ای جدید به جای دعای فرج، صلوات ۱۴ معصوم را که مداحان و خوانندگان رادیو، آقایان حسن‌زاده و صدقی خوانده‌اند، پخش می‌کنیم. همچنین از دیگر ویژگی‌های این برنامه، حضور کارشناسان داخل استودیوی به افق آفتاب است.

این تهیه کننده جوان گروه اندیشه ادامه می‌دهد: تلاش ما برای راضی کردن مخاطب است، بنابراین ما از بخش‌های طولانی و کارشناسی که به روز نیست استفاده نمی‌کنیم و می‌کوشیم با ریتم تند، این برنامه معارفی - اجتماعی را تهیه کنیم.

وی در مورد استفاده از موسیقی می‌گوید: بیشتر از موسیقی‌های سنتی که در دستگاه‌های اصیل موسیقی ایرانی که به فضای اذانگاهی مرتبط باشد، استفاده می‌کنیم.

برنامه به افق آفتاب هر روز از ساعت ۱۱ و ۳۰ دقیقه از رادیو ایران پخش می‌شود.

ارائه الگوی مثبت‌اندیشی در یک برنامه رادیویی

برنامه رادیویی «زندگی ادامه دارد» با حضور برنامه‌سازان و کارشناسان روش‌اندل روی آنتن می‌رود



سیمپا پویا

در یکی از روزهای سرد آذر، وارد استودیوی ۱۷ ساختمان شهدای رادیو می‌شوم. عوامل برنامه زندگی ادامه دارد برای ضبط آماده می‌شوند. سیدحسین اولیابوش، صدابردار می‌گوید: تست صدا می‌گیرم. آماده باشید. از پشت شیشه، مجری برنامه و همکارانش را می‌بینم. اگر شما هم آنجا بودید مثل من بهت‌زده آنها را نگاه می‌کردید و به زندگی امیدوارتر می‌شدید. این افراد همگی نابینا هستند، ولی با امید به خدا زندگی می‌کنند. اینجا هر آنچه می‌بینی عشق به زندگی است.

اولیابوش می‌گوید: چون این دوستان چراغ قرمز میکروفرن را نمی‌بینند، در زمان ضبط برنامه با یک وسیله ارتباطی دیگر با آنها در ارتباط هستیم. البته ضبط برنامه سخت نیست و تنها تفاوتش این است که صدابردار و تهیه‌کننده برای فرمان ضبط و ارتباط با عوامل، از حرکت دست استفاده نمی‌کنند.

برنامه شروع می‌شود و گوینده می‌خواند: «آفرین جان آفرین پاک را - آن که جان بخشید ما را؛ سلام، سلام. امروز دوباره با به اتفاق قشنگ و به برنامه دیگه در خدمت شما دوستان هستیم. تا انتهای برنامه با ما همراه باشید. لحظات شادی رو برای شما آرزو می‌کنم...»

ای کاش هنگام ضبط برنامه اینجا بودید تا شما هم می‌توانستید سرزندگی و انرژی اشکان آذر ماسوله، مجری برنامه را ببینید. پس از پخش یک موسیقی کوتاه، سوال برنامه با این مضمون که تجربه شما از رویارویی و برخورد با نابینایان چیست، مطرح می‌شود. مجری برنامه می‌گوید: «به این پرسش پاسخ دهید. ممکن است تجربه شما یک خاطره شیدنی باشد. منتظر پاسخ‌های شما دوستان هستیم تا در برنامه آینده آنها را مطرح کنیم. خوشحالم که امروز هم مهمان شما هستیم.» نکته جالب توجه این است که مجری برنامه بدون این که تیق بزند یا متنی که با خط بریل (خط مخصوص نابینایان) نوشته شده باشد، فی‌البداهه و با تمرکز صحبت می‌کند.

سیدامیر بنی‌هاشمی، تهیه‌کننده برنامه از آذر ماسوله پرسد با مهمان تلفنی برنامه دکتر بهرام جدیدی هماهنگ کردی که او در پاسخ می‌گوید: بله، الان منتظر تماس ماست و شماره تلفن دکتر جدیدی را از حفظ می‌گویم. بنی‌هاشمی با دکتر بهرام جدیدی تماس می‌گیرد و او پشت خط می‌آید. در ادامه برنامه، این پزشک درباره مهارت‌های حرکتی نابینایان و اندازه عصای متناسب با قد افراد، نکاتی را بیان می‌کند.

اجرای بخش پرونده به عهده امیر سردمی است. او با

مخاطبان برنامه صحبت می‌کند و می‌گوید: هر کجا که هستید، خوب و خوش باشید. این هفته مجالی دست داد تا با بعضی ورزشکاران و هنرمندان گفت‌وگوی کوتاهی داشته باشیم. وقتی سردمی نام این افراد را می‌گوید سردبیر برنامه از او می‌خواهد اسم افراد را براساس گزارشی که تهیه کرده بگوید تا در زمان تدوین برنامه مشکلی پیش نیاید. یکی از این افراد مهدی مهدوی کیاست که نظر او را در باره فوتبال نابینایان پرسیده‌اند. صدای مهدوی کیا پخش می‌شود که می‌گوید: باید در برابر این همه عظمت و تلاش سر تعظیم فرود آورد.

در پایان اجرای این بخش، پای صحبت‌های امیر سردمی می‌نشینم. او در بخشی از صحبت‌هایش می‌گوید: من از کودکی به دلایلی ناشناخته، بینایی چشم‌هایم کم شد و در چهارده سالگی نابینا شدم، اما این اتفاق سبب مهجوری من از جامعه نشد. بارها این جمله را شنیده‌ایم که معلولیت ناتوانی نیست. برنامه زندگی ادامه دارد مصداق عینی این جمله است.

بخش دیگر برنامه، مهمانخانه، نام دارد. این بخش از برنامه توسط شهروز حسینی اجرا می‌شود. مهمان امروز برنامه دکتر عبدالحسین لطیفی، استاد دانشگاه در رشته تاریخ ادیان است. او نیز نابیناست، اما در دانشگاه برای افراد بینا تدریس می‌کند. در برنامه امروز او روی خط تلفن آمده و دقایقی مهمان برنامه است. لطیفی از خاطرات خود و چگونگی برقراری ارتباط با دانشجویان سر کلاس صحبت می‌کند. در انتهای این مهمانی ساده، به رسم معمول، دکتر لطیفی ترانه‌ای از خشایار اعتمادی انتخاب می‌کند و این موسیقی به او تقدیم می‌شود.

با شهروز حسینی در انتهای این بخش همکلام می‌شوم. او با ذکر یک خاطره می‌گوید: در یکی از برنامه‌های زندگی ادامه دارد، محمدرضا احمدی، گزارشگر فوتبال مهمان برنامه بود و از حس خود در زمان گزارش فوتبال نابینایان صحبت می‌کرد. در برنامه‌های آینده، قصد دارم با هنرمندان نابینا و از جمله با یک دوبلور نابینا گفت‌وگو کنم. حسینی با ذکر این نکته که این برنامه، ایده‌های تازه‌ای برای زندگی ارائه می‌کند، می‌گوید: افرادی که در رویایی با مشکلات، دست‌پاچه

تنظیم موج

زندگی ادامه دارد، چهارشنبه‌ها ساعت ۱۳ و ۳۰ دقیقه تا ۱۴ روی موج ۱۰۵/۵ مگاهرتز رادیو فصلی می‌رود. ارتباط با این برنامه از طریق سامانه پیامکی ۳۰۰۰۱۰۵۵ و شماره تلفن ۲۲۶۵۳۰۴۳ است.

قالب در پیامک‌ها/۱۱۲۲۱/۳۰۰۰

۱۶۷۴---۰۹۱۸: امیدوارم شبکه‌های دیجیتال تلویزیون مثل ورزش در همه شهرستان‌ها دریافت شود تا ما هم بتوانیم پیگیر این برنامه‌ها باشیم.

۷۸۲۲---۰۹۱۲: از انتشار دو گزارش پشت صحنه جذاب در شماره قبل قالب کوچک تشکر می‌کنم.

۳۴۵۶---۰۹۳۶: نقد سریال «خانه‌ای روی تپه» که بخش آن از هفته گذشته شروع شده، نوشته خوبی بود، اما ای کاش نقد و بررسی سریال‌ها را در زمانی منتشر کنید که قسمت‌های بیشتری از این کارها پخش شده باشد. با تشکر.

ما هم از نظر خوب شما تشکر می‌کنیم و می‌کوشیم این اتفاق در قالب کوچک رخ دهد.

۳۴۹۹---۰۹۱۲: از نوشته خوب خانم مریم رها درباره «خرده ستمگران» تشکر می‌کنم.

۴۶۴۸---۰۹۳۸: سلام، چرا با آقای پرویز پرستویی گفت‌وگو نمی‌کنید؟ چرا این روزها جویای حال ستاره‌های سینما و تلویزیون نیستید؟

دوست عزیز. اوضاع این‌طور که شما پیامک زدید هم نیست. در صفحات اصلی روزنامه بارها با هنرمندان مشهور سینما و تلویزیون گفت‌وگو می‌شود و قالب کوچک نیز از این قاعده مستثنا نیست. ولی باز در اولین فرصت این کار را انجام خواهیم داد.

۰۴۸۳---۰۹۳۵: لطفا بخشی را به تازه‌های موسیقی اختصاص بدهید و با مجید اخشابی هم مصاحبه کنید.

۳۷۲۲---۰۹۱۲: از ضیاءالدین دری بابت ساخت سریال خوب «کیف انگلیسی» تشکر می‌کنم و امیدوارم این کارگردان خوب کارهای تاریخی از انتقاداتی که صورت گرفته ناراحت نشود و به مسیر خودش ادامه دهد. وقتی خواندم او اعلام کرده دیگر کار تاریخی نخواهد ساخت، ناراحت شدم.

۳۲۹۹---۰۹۳۹: خواهش می‌کنم از شبکه‌های جدید دیجیتال که در آینده افتتاح می‌شود، اطلاعات و گزارش‌هایی در قالب کوچک ارائه کنید.

۰۴۸۳---۰۹۳۵: لطفاً با آیدا فقیه‌زاده، بازیگر سریال‌های «بچه‌های نسبتا بد» و «زمانه» گفت‌وگو کنید.

۳۴۹۹---۰۹۱۲: با سلام به دست‌اندرکاران قالب کوچک، سریال «معراجی‌ها» زودتر پخش می‌شود یا فیلم سینمایی آن؟

اگر نسخه سینمایی این فیلم در سی‌ودومین جشنواره فیلم فجر پذیرفته شود، زودتر از پخش سریال آن، در این دوره جشنواره شاهد آن خواهیم بود، اما زمان نمایش عمومی نسخه سینمایی معراجی‌ها هنوز معلوم نیست.

۱۹۶۳---۰۹۳۶: به نظرم اگر بخشی از قالب کوچک به آموزش اختصاص پیدا کند، می‌توانم بهره بیشتری از این ضمیمه خوب ببرم.

با سپاس از لطف شما. قبلاً قالب کوچک، در قالب یک ستون به مباحث آموزشی می‌پرداخت. پیشنهاد شما را به دبیر ضمیمه منتقل می‌کنیم.

۳۹۵۶---۰۹۳۹: به نظر من اگر شبکه دیجیتال موسیقی تأسیس شود و خوانندگان مجاز پاپ و سنتی کلیپ‌هایی بسازند که از این شبکه پخش شود، تمایل مردم به استفاده از ماهواره کاهش خواهد یافت.

۳۴۰۹---۰۹۱۲: لطفاً از پشت صحنه برنامه ورزشی «۱۲۰» از شبکه ورزش گزارش تهیه کنید.

۸۶۴۹---۰۹۳۶: پس چرا سری دوم سریال «ستایش» پخش نمی‌شود؟

دوست عزیز، تولید این سریال هنوز تمام نشده. کمی صبر کنید زمان پخش آن اعلام خواهد شد.

۹۵۰۱---۰۹۳۷ و ۲۶۰۴---۰۹۳۰: لطفاً به بهانه بازپخش سریال «بی‌صدا فریادکن» از شبکه آی‌فیلم با مهدی فخیم‌زاده گفت‌وگو کنید.

۹۹۱۵---۰۹۱۴: دوبله‌های آذری در شبکه‌های استانی از کیفیت بهتری برخوردار شده است که جای قدردانی دارد.

نمی‌شوند و از راه‌حل‌های منطقی برای برطرف کردن مشکلات و مسائل خود استفاده می‌کنند، انسان‌های موفقی هستند.

بخش دانستنی‌های برنامه را سیده فاطمه شجاع اجرا می‌کند. شجاع معتقد است این برنامه به ما می‌گوید فقط نباید نیمه خالی لیوان را دید. او می‌گوید: در این قسمت خبرهای مهم علمی، فرهنگی و هنری را که به نوعی با نابینایان در ارتباط است، می‌خوانم. همچنین درباره وسایل و تجهیزات که تولید شده و می‌تواند در بهتر زندگی کردن به نابینایان کمک کند، اطلاعاتی ارائه می‌کنم.

او در ادامه برنامه، اطلاعاتی درباره نوعی گوشی تلفن همراه را که قابلیت استفاده برای نابینایان دارد، بیان می‌کند. در ضمن چند کتاب هم که به خط بریل ترجمه شده، در این بخش از برنامه معرفی می‌شود. سیدامیر بنی‌هاشمی، تهیه‌کننده برنامه به محض تمام شدن ضبط برنامه با همه خداحافظی می‌کند. گروه سازنده، کار را تا برنامه‌ای دیگر متوقف می‌کند و آنچه برای من شگفت‌انگیز است، تلاش مضاعف گروهی است که با نابینایی، تسلط قابل توجهی در کار رسانه‌ای خود دارند و انرژی زایدالوصفی برای انجام این کار می‌گذارند.

ویژگی دیگری که درباره برنامه‌سازان این برنامه می‌توان برشمرد، میزان تحصیلات آنهاست. امیر سردمی، مترجم رشته زبان انگلیسی، شهروز حسینی کارشناس رشته فلسفه، سیده فاطمه شجاع دانش‌آموخته روان‌شناسی بالینی و اشکان آذر ماسوله هم کارشناس فقه و حقوق است.

اشکان آذر ماسوله، سردبیر و مجری برنامه می‌گوید: توانایی‌های نابینایان در این برنامه بازگو می‌شود و به عقیده من می‌تواند نقطه آغازی برای تمام انسان‌هایی باشد که به زندگی امید ندارند و از توانایی‌های خود استفاده بهینه نمی‌کنند. به همین دلیل می‌توان به برنامه زندگی ادامه دارد، لقب سکوی پرتاب داد. هدف ما در این برنامه القای حس شادی و نشاط به مخاطبان است. محتوای برنامه براساس روان‌شناسی مثبت تعریف شده است و به جای آسیب‌شناسی و طرح مشکلات سعی می‌کنیم مثبت‌اندیشی و چگونه شاد زیستن را به یکدیگر هدیه بدهیم. او در ادامه می‌گوید: نابینایی به معنای گوشه‌نشینی نیست. وجود مشکل در زندگی، طبیعی و اجتناب‌ناپذیر است. در این برنامه به مسائل و موضوعات به شکلی نو نگاه می‌کنیم و فقط به نقاط ضعف و منفی نمی‌نگریم، بلکه نقاط مثبت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد، چراکه معتقدیم مثبت‌اندیشی، قشنگ‌نگریستن و کاربردی‌اندیشیدن یک هنر است.

«مرد گرگی» به تلویزیون می آید

ورایتی / مترجم: کیکاووس زیاری



شخصیت‌ها، لوکیشن‌ها و موقعیت‌های قصه به صورت کامل به تماشاگران تلویزیون معرفی می‌شوند. کثافت در عین حال مدیر تولید مجموعه هم است و سرپرست گروه نویسندگان فیلمنامه اپیزودهای بعدی آن نیز خواهد بود. شخصیت اصلی قصه مردی سی و پنج تا چهل ساله به نام لاورنس تالبوت است. او یک نفرین قدیمی و باستانی را با خود دارد و در ارتباط با آن، مجبور به تحمل درد و رنج زیادی است. این نفرین قدیمی به گونه‌ای است که لاورنس را بدون تمایل و خواسته او به یک مرد گرگ‌نما تبدیل می‌کند. این اتفاق زمانی می‌افتد که ماه کامل در آسمان پدیدار می‌شود و لاورنس، امکان فرار از این تغییر و تبدیل را ندارد. وقتی این تغییر اتفاق می‌افتد، لاورنس به یک موجود بسیار وحشی تبدیل می‌شود که کنترل بر رفتار و اعمال خود ندارد.

اسکات استور یکی از تهیه‌کنندگان نسخه سینمایی سال ۲۰۱۰ در تولید مجموعه تلویزیونی آن نقش اصلی را دارد. او می‌گوید: این مجموعه اثری جذاب‌تر و تماشایی‌تر از نسخه سینمایی آن خواهد بود و او و همکارانش، اشتباهات خود را در زمان تولید فیلم در دوران ساخت مجموعه تلویزیونی تکرار نخواهند کرد. مسئولان شبکه تلویزیونی ان‌بی‌سی هنوز زمانی را برای شروع کار فیلمبرداری آن تعیین نکرده‌اند. منابع



نزدیک به مرد گرگی می‌گویند به احتمال زیاد کاید فیلمبرداری آن اوایل سال جدید میلادی زده خواهد شد تا برای پخش در تابستان ۲۰۱۴ آماده شود. فصل اول مجموعه در ۱۳ اپیزود تهیه می‌شود و در صورت استقبال تماشاگران از آن، تولید فصل‌های بعدی هم در دستور کار تهیه‌کنندگان قرار خواهد گرفت. شبکه

«مرد گرگی» به یک مجموعه تلویزیونی تبدیل می‌شود. شبکه تلویزیونی ان‌بی‌سی این مجموعه تلویزیونی را با همکاری واحد تلویزیونی شرکت یونیورسال تهیه خواهد کرد. یونیورسال، مالک معنوی قصه مرد گرگی است و اجازه تولید نسخه تلویزیونی آن را به شبکه ان‌بی‌سی داده است. این مجموعه تلویزیونی ترسناک و دلهره‌آور براساس خط اصلی قصه فیلمنامه سینمایی «مرد گرگی / ولف من» ساخته خواهد شد. این محصول، سال ۲۰۱۰ روی پرده رفت و نتوانست موفقیت زیادی در جدول گیشه نمایش سینماها کسب کند. مجموعه تلویزیونی مرد گرگی در حالی وارد مرحله تولید می‌شود که نسخه سینمایی آن هم دوباره‌سازی امروزی و مدرن یک فیلم کلاسیک بود. نسخه اصلی سال ۱۹۴۱ به نمایش عمومی درآمد و با استقبال تماشاگران و منتقدان سینمایی روبه‌رو شد. لئون چنلی جونیور در این نسخه در نقش مرد گرگی بازی کرد.

مسئولان شبکه تلویزیونی ان‌بی‌سی از بنیسیو دل‌تورو، بازیگر مکزیکی تبار سینما دعوت کرده‌اند نقش مرد گرگی را جلوی دوربین آنها بازی کند. دل‌تورو در نسخه سینمایی ناموفق سال ۲۰۱۰ همین نقش را بازی کرد. وی هم‌اکنون در حال مذاکره با تهیه‌کنندگان این مجموعه تلویزیونی است و منابع نزدیک به شبکه ان‌بی‌سی می‌گویند وی قرارداد بازی در نقش اصلی این مجموعه را امضا خواهد کرد. خود بازیگر هم در گفت‌وگویی از علاقه‌اش برای همکاری با این پروژه تلویزیونی صحبت کرده است.

دل‌تورو می‌گوید: «بازی در نقش مرد گرگی را دوست داشتم و فرصت بسیار خوبی برایم فراهم کرد در قالب شخصیت متفاوتی ظاهر شوم. مایل بودم فیلم با استقبال تماشاگران سینما روبه‌رو شده و صاحب دنباله و قسمت‌های تازه‌ای شود، اما در عمل این اتفاق نیفتاد. نمی‌دانم کجای کار اشتباه بود که چنین اتفاق بدی برای این فیلم افتاد. خبر تولید مجموعه‌ای تلویزیونی براساس قصه و ماجراجویی‌های مرد گرگی، خبر خوشحال‌کننده‌ای است. احساس می‌کنم آنچه را در نسخه سینمایی نتوانستم انجام دهم، اینجا در مجموعه تلویزیونی می‌توانم. مجموعه تلویزیونی مثل مجموعه فیلم سینمایی دنباله‌دار است که بازیگر می‌تواند یک نقش را برای چند بار تکرار کند و هر دفعه با ماجراجویی‌های تازه‌ای روبه‌رو شود.

دانیل کثافت، فیلمنامه‌نویس و مدیر تولید سینما و تلویزیون (و نگارنده اصلی فیلمنامه «دراکولا») این روزها مشغول نوشتن فیلمنامه اپیزود اول مجموعه مرد گرگی است. این اپیزود آزمایشی به صورت یک فیلم سینمایی تلویزیونی یک ساعت و نیمه تهیه و تولید می‌شود و در آن



این فروش پایین در سینماهای آمریکای شمالی، راه را بر تولید قسمت‌های بعدی آن بست. جو جانشون، کارگردان نسخه سینمایی برای مجموعه تلویزیونی آن دعوت به همکاری شده است، ولی معلوم نیست وی کارگردانی اپیزودهایی از آن را قبول خواهد کرد یا نه. با این حال به احتمال زیاد او کارگردانی اپیزود اول را که به صورت یک فیلم سینمایی تلویزیونی تهیه می‌شود به عهده خواهد گرفت.

بنیسیو دل‌تورو، بازیگر نقش مرد گرگی، قبل از این هم با رسانه تلویزیون همکاری داشته است. او فعالیت بازیگری را از سال ۱۹۸۷ با بازی در کارهای تلویزیونی شروع کرد و تا به حال در شش مجموعه تلویزیونی بازی داشته است. آخرین همکاری او با رسانه کوچک در سال ۱۹۹۵ و با مجموعه «فرشتگان سقوط کرده» بود. پس از آن، وی که به یک بازیگر سرشناس دنیای سینما تبدیل شده بود در هیچ کار تلویزیونی دیگری ظاهر نشد. تماشاگران سینما دل‌تورو را در فیلم‌هایی مثل ۲۱ گرم، قاچاق / ترافیک، سین‌سیتی و چه دیده‌اند.

ان‌بی‌سی قصد دارد این مجموعه را برای شب‌های جمعه آماده پخش کند. طبق یک سنت قدیمی در آمریکا، مجموعه‌های ترسناک و ماوراء طبیعی تلویزیونی در این زمان روی آنتن می‌رود و پخش‌های دیر هنگام شب‌های جمعه را به خود اختصاص داده است. قبل از این، مجموعه‌هایی مثل «گریم» و «دراکولا» در این زمان روی آنتن رفته و با استقبال زیاد تماشاگران روبه‌رو شده است.

هزینه تولید مرد گرگی تلویزیونی حدود ده میلیون دلار خواهد شد. پرسشی که از سوی تحلیلگران و منتقدان تلویزیونی مطرح شده این است که آیا آنتونی هاپکینز، بازیگر نسخه سینمایی مرد گرگی با نسخه تلویزیونی آن هم همکاری خواهد کرد یا خیر. او در فیلم در نقش سرچان تالبوت، پدر شخصیت مرد گرگی / لاورنس تالبوت ظاهر شد و یکی از دو شخصیت اصلی قصه بود. تهیه‌کنندگان فیلم ۱۵۰ میلیون دلار صرف تولید آن کردند، اما فقط ۶۲ میلیون دلار از این رقم به جیب آنها برگشت.

ساخت «جسیکا جونز» با همکاری ABC

«در دیول» به حساب می‌آید. یکی دو هفته قبل بود که مسئولان شرکت مارول به صورت رسمی خبر شروع فعالیت‌های تلویزیونی خود را دادند و اعلام کردند در اولین گام، قصه فیلم سینمایی کمیک استریپی در دیول را به یک مجموعه تلویزیونی تبدیل می‌کنند. خالق قصه مصور جسیکا جونز، تیم دو نفره برایان مایکل بندی س و مایکل گایدوس هستند.

خط اصلی قصه این مجموعه هم مثل دیگر داستان‌های کمیک استریپی شرکت مارول درباره یک ابرقهرمان خانم است که از یک بیماری لاعلاج روحی و مغزی رنج می‌برد. این مساله باعث می‌شود او لباس و نقاب ابرقهرمانی خویش را کنار بگذارد و یک دفتر ویژه پلیسی دایر کند. تاسیس این دفتر باعث می‌شود او به شکل تازه‌ای در خدمت مردم عادی قرار

ملیسا روزنبرگ برای نگارش فیلمنامه مجموعه تلویزیونی «جسیکا جونز» انتخاب شد. این اکشن ماجراجویانه ابرقهرمانانه براساس یکی از قصه‌های کمیک استریپی شرکت مارول ساخته می‌شود. این شرکت فیلمسازی در عین حال تهیه‌کننده اصلی مجموعه هم است. مسئولان شرکت فیلمسازی مارول که از نحوه کار روزنبرگ در مجموعه فیلم اکشن نوجوانانه «گرگ و میش» با بازی کریستین استوارت راضی هستند، می‌گویند وی بهترین گزینه برای نوشتن فیلمنامه مجموعه تلویزیونی آنها به حساب می‌آید. شرکت فیلمسازی مارول، جسیکا جونز را با همکاری شبکه تلویزیونی ABC (متعلق به شرکت والت دیزنی) تهیه می‌کند. این مجموعه، دومین کار تلویزیونی این شرکت پس از

گیرد و به کمک آنها بیاید. در عین حال، وی به بقیه ابرقهرمان‌ها هم کمک می‌کند. هنوز معلوم نیست کلید فیلمبرداری مجموعه جسیکا جونز چه زمانی زده می‌شود و فصل اول آن در چند اپیزود تهیه خواهد شد. شبکه ABC گفته تا قبل از پایان سال جاری میلادی، اطلاعات تازه‌ای درباره این مجموعه در اختیار رسانه‌های گروهی خواهد گذاشت.

قاب‌کوچک

نظر و پیشنهاد خود را درباره این ضمیمه به نشانی تهران، بلوار میرداماد، جنب مسجد الغدیر روزنامه جام‌جم یا پست الکترونیکی ghabekoochak@jamejamonline.ir بفرستید یا به شماره ۳۰۰۱۱۲۲۱ پیامک بزنید.