

در بسیاری از کشورهای جهان با پررنگ شدن بحران‌های اقتصادی نقش فیلم‌ها و سریال‌های کمدی نیز پررنگ‌تر می‌شوند. این موضوعی است که باید در دستور کار رسانه‌ای فراگیر همچون تلویزیون نیز قرار بگیرد. به قول علیرضا مسعودی کمدین و نویسنده طنزهای تلویزیونی: «هر قدر مشکلات اقتصادی یک جامعه بیشتر شود، خنداندن آن جامعه سخت‌تر می‌شود»



پیشنادهایی برای تولید محتوا و برنامه‌سازی تلویزیونی در دوره بحران اقتصادی

عبور از گردنه بحران، همراه با جعبه جادو

اقتصادی در جامعه ایرانی، موضوع عجیب و بی‌منطقی نیست. تلویزیونی که می‌تواند نقشی چشمگیر در تغییر حال و هوای مردم داشته باشد و البته در کنار آن با ارائه راهکارهایی کاربردی، سبک زندگی اقتصادی جامعه ایرانی را به سمت و سویی سوق دهد که تطابق بیشتری با این شرایط داشته باشد. این گزارش دربردارنده پیشنهادهایی برای برنامه‌سازان و تولیدکنندگان برنامه‌های نمایشی و خبری در تلویزیون است تا بتوانند در دوره بحران اقتصادی فعلی، با آثار و تولیدات خود حضوری فعال‌تر در عرصه کاهش فشارهای روحی ناشی از این بحران بر مخاطبان تلویزیون داشته باشند.

تلویزیون بیش از چند دهه است که به عنوان عمومی‌ترین رسانه جهان شناخته می‌شود. حتی با وجود گسترش اینترنت و فضای مجازی در میان مردم سراسر جهان اما باز هم به دلیل سهل بودن دسترسی به تلویزیون و استفاده از خدمات آن، به ویژه برای افراد میانسال و سالمند، این رسانه هنوز از محبوبیتی فراگیر در میان مخاطبان برخوردار است. همین محبوبیت و البته فراگیری است که باعث شده رسالت این رسانه در مواقع بروز بحران نیز پررنگ‌تر شود. با در نظر گرفتن این موضوع، انتظار داشتن از تلویزیون برای حضوری موثر در دوره وقوع بحران

حسین مبارکی
خبرنگار

تله‌ای به نام لاکچری بازی

در این میان نباید از این نکته نیز غافل شد که در مواجهه با این شرایط، دولگو در تولید سریال‌های طنز وجود دارد که فقط یکی از آنها قابل تایید است. در سال‌های اخیر تولید در سینما و شبکه نمایش خانگی، تولید فیلم‌ها و سریال‌هایی با حال و هوای اشرافی به شدت رونق گرفته است. مجموعه‌هایی که به بهانه نقد فاصله طبقاتی، با نمایش زندگی‌های آن‌چنانی و پرزرق و برق، دست بر حسرت‌های جامعه ایرانی می‌گذارد. این الگو در برخی آثار طنز تولید شده در این سال‌ها نیز دیده می‌شود؛ الگویی به شدت خطرناک که نه تنها کارکردی در زمینه نقد فاصله طبقاتی ندارد بلکه

شدن بحران‌های اقتصادی نقش فیلم‌ها و سریال‌های کمدی نیز پررنگ‌تر می‌شوند. این موضوعی است که باید در دستور کار رسانه‌ای فراگیر همچون تلویزیون نیز قرار بگیرد. البته به قول علیرضا مسعودی، کمدین و نویسنده طنزهای تلویزیونی: «هر قدر مشکلات اقتصادی یک جامعه بیشتر شود خنداندن آن جامعه سخت‌تر می‌شود. به نظر من ۲۰ سال پیش مردم خیلی راحت‌تر می‌خندیدند و الان خیلی خنداندن‌شان سخت‌تر است.» با وجود همه این سختی‌ها، موضوع ساخت سریال‌های طنز باید بیش از پیش در دستور کار سریال‌سازان تلویزیونی قرار بگیرد.

آدم‌ها از بین می‌روند. ما باید تا لحظه آخر به یکدیگر امید بدهیم.» البته بسیاری دیگر از برنامه‌های طنز تلویزیون مثل فصول قبلی «دورهمی» نیز کارکردی مشابه خندوانه را داشتند؛ آثاری که گاهی سویه انتقادی آنها پررنگ‌تر است اما به واسطه طرح مطالبات مردمی و انتقاد از عملکرد مدیران، نقشی پررنگ در بهتر شدن حال عمومی جامعه داشتند. این موضوع البته صرفاً محدود به ساخت برنامه‌ها و تاک شوهای تلویزیونی نمی‌شود؛ بلکه این پازلی است که آثار نمایشی نیز بخش مهمی از آن را تکمیل می‌کند. در بسیاری از کشورهای جهان با پررنگ

تزریق شادی با تولیدات تلویزیونی

هر وقت جامعه با بحران روبه‌رو شود، طنز دارای اهمیت بیشتری می‌شود. در این زمان طنز در دل مردم نفوذ می‌کند و نهادینه می‌شود. طنز اگر نهادینه شود می‌تواند در تصحیح کاستی‌های فرد و جامعه موثر باشد و البته زمانی نرم و رسا برای مطالبه خواسته‌های جامعه شود. با این تفاسیر در دوره بروز بحران اقتصادی، طنز نقشی بی‌بدیل در زمینه بیان مطالبات مردم و البته تغییر حال عمومی جامعه دارد. یکی از ابزارهای مهم رسانه ملی در دوره وقوع بحران اقتصادی همین زبان طنز است؛ زبانی که ابزار تزریق شادی به جامعه به شمار می‌آید. به همین دلیل است که تلویزیون در دوره رکود اقتصادی و همچنین شرایط پیش آمده به واسطه کرونا باید ساخت برنامه‌ها و مجموعه‌های نمایشی طنز را جدی‌تر بگیرد. «خندوانه» یکی از الگوهای قابل توجه در این دوره است؛ برنامه‌ای که با وجود انتقادات مختلف به آن اما از منظر گسترش فرهنگ شاد زیستن در جامعه ارزشمند است. قطعاً خندوانه برنامه‌ای همه چیز تمام نیست ولی حداقل کارکرد آن در دوره‌ای که همه ابعاد زندگی مردم متأثر از فشارهای اقتصادی شده، دعوت مردم برای داشتن نگاهی متفاوت نسبت به زندگی است. به قول رامبد جوان: «خندوانه، به مردم می‌گوید دوام بیاورید؛ حتی اگر سخت باشد، کوچک‌ترین روزنه امید را پیدا کنید. خائنانه‌ترین رفتار با آدم‌ها این است که امید را از آنها بگیرد. وقتی امید نباشد،



سند و فاکتور فروش ایران خودرو پژو ۴۰۵ تاکسی
رنگ زرد خورشیدی با نوار شطرنجی مشکی
روغنی مدل ۱۳۹۱ موتور 12491053556 شاسی
NAAM11CAXCH307432 پلاک ۶۸-ایران-۱۵۶
ت ۲۶ به نام عباس لتری مفقود گردیده و از درجه
اعتبار ساقط می‌باشد.

سند شناسنامه مالکیت (برگ سبز) خودرو سواری
لیفت بک، مدل ۲۰۱۵، رنگ سفید، شماره
موتور 18K4GM090001046، شماره شاسی
LSJW24G9XFS012264 به نام قنبر شیرینی‌زاد
گشستی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

سند و فاکتور فروش خودرو ام وی ام ۳۱۵H
رنگ سفید روغنی مدل ۱۳۹۶ شماره موتور
MVM477FJAH061889 و شماره شاسی
NATFBAMD7H1050575 مفقود گردیده و از
درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

برگ سبز خودرو سواری پژو ۴۰۵ جی ال ایکس آی
مدل ۱۳۹۳ به رنگ نقره‌ای متالیک شماره انتظامی
ایران ۵۳ ۹۷۸ ق ۷۲ شماره موتور 124K0520474
شماره شاسی NAAM01CAXEK653988 به نام
عارف محمودی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.