جام جم

ویژه فرهنگ - هنر
رسانه - جامعه

۵

سه‌شنبه ۳ خرداد ۱۴۰۱ شماره ۶۲۲۱

نگاه

نگاهی به سریال‌های تلویزیونی با موضوع دفاع مقدس

قصه‌هایی که جا ماند

«کیمیا» سریال ۱۱۰ قسمتی که از شبکه دو پخش شد، بخش‌هایی از قصه‌اش در خرمشهر، پیش، حین و پس از جنگ می‌گذشت؛ روزهایی که خرمشهر به اشغال نیروهای عراقی درمی‌آید. شخصیت‌های اصلی در این شهر حضور داشتند...

۶

بررسی تاثیر رفتار سیاسی بازیگران بر تصمیمات مهم مردم

سلبریتی‌ها؛ بی‌اثرتر از گازهای نجیب

رضا حسینی
منتقد

در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۴۰۰ خورشیدی، برخلاف سال‌های ۹۲ و ۹۶، هنرمندان فعال در سینما و تلویزیون حضور چندان پررنگی در زمینه تبلیغ نامزدها نداشتند و کمتر به حمایت آشکار و علنی از آنان پرداختند. با این حال برخلاف دو دوره قبل، کسی نتایج نهایی انتخابات را با حمایت یا حمایت نکردن هنرمندان از گزینه‌ها مرتبط ندانست. در سال‌های ۹۲ و ۹۶ برخی بر این عقیده بودند که حمایت علنی بسیاری از هنرمندان سینما و تلویزیون از تعدادی داوطلب خاص، تاثیری قابل‌توجه بر افکار عمومی و سوق دادن مردم به سوی انتخاب گزینه مدنظر آنها داشته‌است اما خارج از حوزه نظر و در عالم واقعیت، تاثیر هنرمندان به ویژه بازیگران سینما و تلویزیون بر افکار عمومی تا چه اندازه است؟ آیا آنها در عمل از چنان وزن و اعتباری در جامعه برخوردارند که حرفشان حجت باشد و بتوانند بر تصمیمات مهم سیاسی و اجتماعی مردم تاثیراتی قابل توجه بگذارند؟

شاید بررسی برخی پیمایش‌های افکارسنجی بتواند تا حدی ما را در یافتن پاسخی برای پرسش‌های فوق یاری دهد. یکی از این پیمایش‌ها، سال گذشته توسط پژوهشکده فرهنگ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات انجام و نتایج آن با عنوان «پیمایش ذائقه سینمایی ایرانیان» ارائه شد. در این نظرسنجی که به سفارش سازمان امور سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و به شکل تلفنی در سطح ملی انجام گرفت، ۵۳۳۹ نفر به عنوان نمونه آماری شرکت داشتند و به پرسش‌های متعددی در مورد علایق سینمایی و تلویزیونی خود پاسخ دادند. یکی از این پرسش‌ها که پاسخ آن می‌تواند در تعیین جایگاه هنرمندان در جامعه و میزان اثرگذاری آنها بر افکار و تصمیمات مردم، به خصوص تصمیمات سیاسی آنها موثر قلمداد شود، این بود: «در خصوص اظهارنظر هنرمندان درباره مسائل سیاسی چه نظری دارید؟»

مسلما با توجه به محتوای این پیمایش که به آگاهی از ذائقه سینمایی ایرانیان اختصاص دارد، مقصود از هنرمندان در پرسش مذکور، بیش از هر هنرمندی، بازیگران سینما و تلویزیون است.

میزان اهمیت مواضع سیاسی هنرمندان

حدود ۶۵/۴ درصد شرکت‌کنندگان در پیمایش ذائقه سینمایی ایرانیان، معتقدند مواضع سیاسی هنرمندان برای‌شان اهمیتی ندارد. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت تبلیغات انتخاباتی هنرمندان و جهت‌گیری‌های سیاسی آنان، حداقل بر این دسته از افراد تاثیری نداشته‌است. در عین حال ۱۲/۷ درصد افراد شرکت‌کننده در نظرسنجی مذکور به این نکته اشاره کرده‌اند که موضع سیاسی هنرمندان تا حدی برای‌شان اهمیت دارد؛ به این معنی که نظرات یا اعتقادات سیاسی بازیگران سینما و تلویزیون را مورد توجه قرار می‌دهند اما چشم‌بسته به آن استناد نمی‌کنند. حدود ۶/۵ درصد شرکت‌کنندگان نیز نظری در مورد این پرسش نداشتند و شاید بتوان آنها را هم در ردیف کسانی قرار داد که به اتخاذ یا درپیش نگرفتن مواضع سیاسی توسط بازیگران سینما و تلویزیون اهمیتی نمی‌دهند. در مجموع تنها ۱۵/۳ درصد افراد شرکت‌کننده در این پیمایش اعتراف کردند موضع سیاسی هنرمندان برای‌شان اهمیت دارد و به آن توجه می‌کنند. با این اوصاف شاید بتوان به نظر کسانی که معتقدند تبلیغات و موضعگیری هنرمندان در رویدادهای سیاسی می‌تواند تاثیر قابل توجهی بر افکار عمومی بگذارد، با دیده شک و تردید نگریست.

تکیه بر نظر شخصی به جای تلقین

در بخش دیگری از این نظرسنجی، میزان تاثیر تبلیغات هنرمندان در موارد عموما تجاری بر تصمیمات غیرسیاسی شرکت‌کنندگان بررسی شده‌است. برای رسیدن به هدف مذکور، این پرسش با شرکت‌کنندگان در میان گذاشته شد تا به آن پاسخ دهند: «تا به حال برای‌تان پیش آمده به دلیل این‌که هنرمندی کالایی را تبلیغ کرده‌است، آن را خریده باشید؟» در پاسخ به این پرسش ۹۰/۴ درصد شرکت‌کنندگان عنوان کردند هرگز چنین امری برای‌شان پیش نیامده‌است و تنها کمتر از ۱۰ درصد افراد شرکت‌کننده تبلیغات هنرمندان در مورد یک کالا را در خریدن آن موثر دانستند. در واقع بیشتر افراد شرکت‌کننده در پیمایش ذائقه سینمایی ایرانیان، تصمیمات خود درباره خرید کالاهای مورد نیازشان را فارغ از تبلیغات هنرمندان می‌دانند. با این اوصاف به نظر می‌رسد نظرات غیرسیاسی هنرمندان نیز مانند مواضع سیاسی آنها بر تصمیمات مهم مردم یا حداقل افراد شرکت‌کننده در این نظرسنجی تاثیر چندانی ندارد. از این جنبه حتی تاثیر نظرات هنرمندان بر افکار عمومی کم‌رنگ‌تر جلوه می‌کند. احتمالا به این دلیل که در این زمینه گزینه‌های بیشتر و متنوع‌تری برای انتخاب پیش روی مردم قرار دارد و برای برگزیدن یکی از آنها نیاز چندانی به تبلیغات افراد سرشناس ندارند.

پرهیز از تقلید کورکورانه

با آن که بیشتر شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی تبلیغات تجاری هنرمندان را بر تصمیمات خود بی‌تاثیر دانسته‌اند اما بسیاری از آنها با نفس تبلیغ کالاهای تجاری توسط هنرمندان، مشکلی ندارند. به گونه‌ای که ۲۴/۹ درصد افراد شرکت‌کننده در این نظرسنجی اعلام کردند با تبلیغ کالا توسط هنرمندان مخالف نیستند. در مقابل ۳۷/۶ درصد آنها مخالف این امر بودند. سایر آمار نیز به کسانی اختصاص دارد که نظر قاطعی در رابطه با این موضوع نداشتند. مخالفت برخی مردم با تبلیغ محصولات تجاری توسط هنرمندان شاید به این دلیل باشد که آنها جایگاه هنرمند را بالاتر از یک مبلغ کالا می‌دانند.

مکث

سلبریتی‌های بی‌تاثیر

بررسی نتایج پیمایش ذائقه سینمایی ایرانیان در مورد تاثیر نظرات و آرای هنرمندان بر افکار و تصمیمات مردم، شاید ما را به نظر کسانی که معتقدند در ایران پدیده‌ای به نام سلبریتی، به معنی واقعی کلمه، وجود ندارد و این پدیده خودساخته و جعلی است، نزدیک‌تر کند. هرچه باشد سلبریتی‌های بین‌المللی که در عرصه‌های مختلفی نظیر هنر، ورزش، سرگرمی و نظایر آن حضور دارند، حداقل در تصمیمات مهم مردم برای خرید کالاهای تجاری تاثیرگذارند. چه اگر این‌گونه نبود، برندهای شناخته شده ورزشی جهان که تمام سود و زیان خود را به صورت لحظه‌ای حساب می‌کنند، برای تبلیغ محصولات‌شان سالانه میلیون‌ها دلار دستمزد به کسانی نظیر کریستیانو رونالدو پرداخت نمی‌کردند. با این حال، هنگامی که بحث سیاست به میان می‌آید، مشاهده می‌کنیم که حتی در آن سوی آب‌ها نیز مواضع سیاسی سلبریتی‌ها تاثیر چندانی بر تصمیمات مهم و تعیین‌کننده مردم ندارد. به عنوان مثال در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۱۶ آمریکا هیلاری کلینتون با وجود برخورداری از پشتیبانی اکثر هنرمندان و سلبریتی‌ها، از دیگر نامزد این دوره یعنی دونالد ترامپ شکست خورد.

نخستین جشنواره ملی مستند رادیویی پژواک برگزار شد

پژواک صدای مردم در رسانه ملی

بخشی‌زاده: ما با رویکرد واقعگرایانه‌ای، شعار جشنواره را «صدای واقعیت، پژواک حقیقت» انتخاب کرده‌ایم تا تصویری از جوهره اصلی مستند یعنی بازنمایی حقیقت را در این جشنواره شاهد باشیم. شعار جشنواره مبتنی بر سرواژه عنوان «پژواک» انتخاب شد...

۸

گفت‌وگو با محمدرضا عیوضی درباره دلایل خواندن قطعه «خرمشهر»

ادای دین هنرمندانه به مقاومت مردم

۱۰

گفت‌وگو با فاطمه آل‌عباس گوینده رادیو

رادیو خانه پدری است

برای من هیچ زمانی گویندگی حرفه نبوده، بلکه هم هنر و عشق است و هم از آن ارتزاق می‌کنم. شاید هنر و عشق از جنبه ارتزاق آن، سنگین‌تر هم باشد.

۷

یادداشت

فتح یا اشغال؟

مهدی عظیمی میرآبادی
تهیه‌کننده سینما

اگر در فهرست آثاری که با محوریت خرمشهر عزیز در ایام دفاع مقدس در حوزه فیلم و سینما ساخته و پرداخته شده، نظری بیندازیم، تصویری که بیش از هر چیز خودنمایی می‌کند، آخرین روزها یا آخرین ساعات مقاومت رزمندگان اسلام در برابر ارتش تا بن دندان مسلح صدام است که با کمترین تعداد نیرو و امکانات و پس از تحمل شهیدان فراوان و زخمی‌های بی‌شمار، بالاخره مجبور به پذیرش شکست و خروج از خرمشهر شدند.

جالب این‌که در بررسی کوتاهی که در پایگاه‌ها و سایت‌های خبری انجام گرفت تا اسامی فیلم‌ها و سریال‌های مرتبط با موضوع دفاع مقدس گردآوری شود، تعدادی از سایت‌ها، پایگاه‌های خبری یا خبرگزاری‌ها دیده شد که تیتر خود را به فیلم‌هایی با محوریت آزادسازی خرمشهر اختصاص داده بودند اما در متن از هیچ فیلمی با این محوریت نام نبرده، بلکه به آثاری اشاره کرده بودند که اتفاقا موضوع محوری‌شان اشغال این شهر است. اگر از برخی آثار مستند بگذریم، تقریبا هیچ فیلم یا سریالی وجود ندارد که به‌طور مستقیم به فتح خرمشهر پرداخته باشد. سؤال این است که واقعا چرا هیچ اثر سینمایی یا تلویزیونی با موضوع فتح سراسر افتخار خرمشهر ساخته نشده است؟ مشکل را در کجا باید جست‌وجو کرد؟! این‌که آیا این فیلم‌ها و سریال‌ها توانسته است موضوع موردنظر خود را به‌درستی نمایش دهد یا اصلا ضرورتی در ساخت آنها بدون توجه حداقلی به رهایی خونین‌شهر از دست دشمن و برگرداندن آن به دامان مام وطن وجود داشته یا نه، موضوع این نوشته نیست و البته نگارنده نیز قصد احاله موضوع را به اهداف بی‌ربط و غیرقابل اثبات ندارد.

به‌نظر می‌رسد اشکال اساسی در مدیریت فرهنگی، هنری، تلویزیونی و سینمایی، تولید و عرضه آثاری از این دست است. تقریبا همه کسانی که با مقوله تولید در عرصه فیلم و سینما آشنا هستند، وجود ایراد بسیار مهمی را که در مدیریت این‌گونه آثار وجود دارد، تأیید می‌کنند که اغلب با وجود سازمان‌های بزرگ و کوچک مؤثر در این روند، هیچ‌گونه برنامه‌ریزی قابل قبولی در تولید و عرضه فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلویزیونی نه در سطح کلان و نه در سطح جزء وجود ندارد و بخش قابل توجهی از مسؤولان این بخش‌ها به جای برنامه‌ریزی خردمندانه و اندیشمندانه برای تولید و عرضه آثار مورد نیاز در بستر مدیریت فرهنگی کشور و براساس تدابیر استراتژیک و راهبردی، چشم بر در دفاتر بسته و محدود خود دوخته‌اند تا فردی قبلا طرح گسترده یا فیلمنامه‌ای عالی نوشته باشد و از در وارد شود، آن وقت مدیران محترم سر از کارتابل شلوغ و مملو از فعالیت‌های روزمره بیرون آورند و با حالتی ناشی از اکراه و دلزدگی دستور بررسی آن طرح یا فیلمنامه را صادر کنند. این‌که آیا آن طرح یا فیلمنامه اساسا دردی را از جامعه درمان می‌کند یا در یک برنامه‌ریزی راهبردی قرار دارد یا در نقشه مهندسی ـ فرهنگی کشور نقشی را به‌عهده گرفته یا نه؟ به خودی خود در این نوع تصمیم‌گیری و مدیریت هیچ تأثیری ندارد. امید است با تغییراتی که در دوره جدید کشور در مدیریت‌های مرتبط با تولید و ساخت فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها رخ داده، با عنایت و دقت لازم در طراحی و برنامه‌ریزی آثار مطلوب، بخش قابل توجهی از ایراد موصوف مرتفع شود.

خبر

اکران فیلم‌های ویژه برنامه سینما خرمشهر

جدول اکران فیلم‌های ویژه‌برنامه «سینما خرمشهر» منتشر شد. این برنامه، همزمان با سالروز آزادسازی خرمشهر در خانه هنرمندان از سوم تا پنجم خرداد، همزمان با چهلمین سالگرد آزادسازی خرمشهر و در قالب اکران آثار ماندگار مرتبط با این حماسه، برگزار می‌شود. بر این اساس امروز چهار فیلم؛ تلویزیون و جنگ، بلمی به سوی ساحل، عملیات مروارید و هنگ نوجوان در سه سئانس ۱۵، ۱۶ و ۱۸ روی پرده می‌رود. فردا هم فیلم‌های؛ دی ۵۹ بوشهر، کیمیا و دوئل به ترتیب در سئانس‌های ۱۵، ۱۶ و ۱۸ اکران می‌شود. روز پنجشنبه ۵ خرداد دو مستند کوتاه «انهدام اسکله نفتی عراق» و «بازگشت» هم در کنار دو فیلم سینمایی «روز سوم» و «سرزمین خورشید» به ترتیب در همین سئانس‌ها روی پرده خواهد رفت. ویژه‌برنامه «سینما خرمشهر» به همت سینماتک خانه هنرمندان ایران در این سه روز به صورت رایگان میزبان علاقه‌مندان خواهد بود.

نگاهی به فیلم ضدایرانی «عنکبوت مقدس»

فیلم سینمایی یا اقدام سیاسی؟!

۹

تبلیغات مجازی بازار جراحی‌های زیبایی را داغ‌تر کرده است

القائات اینستاگرامی برای صنعت زیبایی

۱۲