

ایده‌های تکراری، آدم‌های تکراری

یلدا با برنامه‌های تلویزیون طولانی تر شد



سید مهدی موسوی تبار
روزنامه‌نگار

پس از گرانی بنزین، گرانی اجناس دیگر، اتفاقات آذرماه، بی‌خبری صبح جمعه، قطعی اینترنت، سورپرایز وزیر ارتباطات، حتی رفتن استراماچونی از استقلال، یخ‌زدن یک کولبر جوان و دیگر اخبار و وقایع ناامیدکننده به دور از تدبیر، شب یلدا انگار قرار است یک دلخوشی کوچک بزرگ شود. یکی از راه‌های بسط این شادی و دلخوشی، تولید برنامه‌های تلویزیونی است. برنامه‌هایی که سال‌هاست انگار از یک کارخانه تولید می‌شوند و با خلاقیت قهر کرده‌اند. برای مثال به همین ویژه‌برنامه‌های امسال دقیق شویم. شبکه‌های مختلف به فراخور محتوای شان، ویژه‌برنامه‌هایی ترتیب داده‌اند که اخبار آنها در رسانه‌ها منعکس شده است. در کنار برنامه‌های علی ضیاء و محمد سلوکی، سورپرایز تلویزیون و برگ برنده‌اش، رضا رشیدپور و برنامه «شب آرام» شبکه ۳ است. برنامه‌ای که در روز متوالی پخش شد و نکته خاص یا ویژه‌ای نداشت. شاید مهم‌ترین وجه خلاقانه این برنامه ظاهر رشیدپور بود. حالا که قرار است به‌بهانه شب یلدا برای مردم دلخوشی درست کنیم، گزینه بهتر از رشیدپور وجود نداشت؟ برنامه «فرمول یک» که سال گذشته یکی، دو بار سرمربی پرسپولیس را آورده بود امسال هم سنت‌شکنی نکرد؛ با این تفاوت که کالدرون به‌جای برانکو آمد. اما جدا از مصادیق، تلویزیون نشان داده که هیچ برنامه‌ای برای روزهای خوش تقویم ندارد.

چگونه برنامه شب یلدایی بسازیم؟

وقتی تعریف جذابیت رسانه‌ای تغییر کند و هیچ مدیری آن را متوجه نشود و بلد هم نباشد، نتیجه همین چیزی خواهد شد که شاهدش هستیم. وقتی نتوانیم بین برنامه‌ها و مناسبت‌ها تفکیک قائل شویم و کنار این همه معاون و مسئول ریز و درشت، یک جامعه‌شناس یا روانشناس کنارمان نگذاریم، نباید انتظار برنامه‌های جذاب و متفاوت داشته باشیم. نکته‌ای که در سال‌های اخیر از مدیران تلویزیون دیده‌ایم فقط یک تقسیم‌بندی بزرگ بین غم و شادی بوده است. در همین تقسیم‌بندی هم سهم بیشتر برنامه‌های غمگین متعلق به برنامه‌های زنده یا پس‌زمینه حرم امام رضا (ع) یا امام حسین (ع) بوده است. یک کارشناس هم کنار یک مجری خنثی می‌نشیند و با هم صحبت می‌کنند و بعد مداحی پخش می‌شود و دوباره همان صحبت‌ها. این تمام داشته و درایت برنامه‌سازان تلویزیون برای ایام عزاداری است. جالب اینجاست که مدیران تلویزیون در سال‌های اخیر به‌صراحت گفته‌اند در عزاداری‌ها دست‌شان برای ساخت برنامه بازر از مناسبت‌های شاد بوده است. پس اوایل به روزهای شاد این مردم، باز هم همین برنامه‌های این دو شب اخیر به مناسبت یلدا را بررسی کنیم. برای ساخت یک ویژه‌برنامه یلدایی، به یک استودیو با دکور

است و حتی در سینما هم خریدار ندارد و فیلم‌های این ژانر حتی پول خودشان را هم در نمی‌آورند.

یلدا که گذشت، عید را دریاب

با هر مشق‌تی که بود ساخت برنامه‌های یلدایی تمام شد و مدیران سینما می‌توانند نفسی تازه کنند. با توجه به اینکه از نگاه مدیران برای برنامه‌های نوروز هنوز زود است که کاری انجام شود فعلاً خبری از طراحی‌های تازه نیست و می‌تواند آنها استراحت کنند. اما اگر اواسط اسفند خواستند جلسه‌ای تشکیل دهند و به استقبال برنامه‌های نوروزی بروند چند نکته را مد نظر قرار دهند. مردم در شرایط سختی به‌سر می‌برند. لوازم و خوراکی‌هایی که از شبکه‌های مختلف به‌کرات پخش می‌شود ممکن است در خانه تعداد زیادی از مخاطبان پیدا نشود. پخش لباس‌های شیک و گران قیمت مجریان، میوه‌ها و آجیل‌ها و شیرین‌ها و غذاهای مختلف و متنوع، در وضعیت کنونی باعث ایجاد خشم بین مردم خواهد شد حتی اگر کسی که این لباس‌ها را پوشیده‌ها ظاهراً از درد مردم بگوید. این روزها که دولت حواسش به مردم نیست باید خود مردم یا دیگر نهادها جورش را بکشند و این بار را تحمل کنند. نه‌تنها در یلدا که در طول سال تلویزیون باید بداند که مخاطبانش فقط ساکنان خیابان‌های بالای شهر نیستند و ممکن است کسانی باشند که رنگ آجیل را فقط در تلویزیون دیده‌اند.

این یلدا که با هر کیفیتی گذشت، اما لطفاً مسئولان صداوسیما به فکر عید باشند که مثل همیشه غافلگیر نشوند.

دنایی که گاه جذاب است و گاه دافع برای مخاطب دارد. اما شاید نسل‌های تازه که کرسی را به‌عنوان دکور یک برنامه می‌بینند آن را دوست داشته باشند و علاقه‌مند به سنت‌ها و آیین‌های ایرانی شوند. شبکه ۴ سیما، که به غربت میان مخاطبان شهره است با ویژه‌برنامه «انار و برف» و با اجرای رابعه مدنی، آفرین عبیسی و صدیقه کبان‌فر روی آنتن رفت. ریسکی که کمتر شبکه‌ای آن را قبول می‌کند. شاید خصیصه مهم این برنامه همین تفاوتش باشد. هرچند بعضی خاطرات این سه نفر را قبلاً شنیده بودیم، اما در عمل و برای چندمین بار نشان داده شد بازیگری و اجرا دو مقوله جدا از هم است. نقالی‌گری و شاهنامه‌خوانی کودکان از دیگر نکات مثبت این برنامه بود. ای کاش آمار صحیح و دقیقی از مخاطبان این برنامه ارائه شود تا براساس آن برنامه‌ریزی بهتری در شبکه ۴ انجام شود. «یلدا و ورزشگاه» هم برنامه ویژه شبکه ۵ بود. شبکه ۵ سال‌هاست اصرار دارد که دیده نشود. آنهایی که دوران درخشان دهه ۸۰ شبکه ۵ را به‌خاطر دارند برای این روزهای این شبکه افسوس می‌خورند. دم‌دستی‌ترین برنامه‌ریزی برای یک ویژه‌برنامه را از طرف شبکه، شاهد بودیم. تلفیق بازیگران و فوتبالیست‌ها و خوانندگان در دهه ۷۰ یک روش مرسوم بود. فوتبالیست‌ها که دیگر جذابیت دهه ۷۰ را ندارند. سیلقه موسیقی مردم هم که تغییر کرده است و خوانندگان محبوب امروز با رقم‌های پایین یا رایگان جواب سلام را نمی‌دهند و بازیگرانی که به این شبکه آمدند هم چیزی اضافه‌تر از قبل نداشتند. دوره شوخی‌های سطحی و لودگی‌های بی‌مزه گذشته

با این ریسک نشان داد در راستای سلبریتی‌زدایی، محکم‌ترین قدم‌ها را برداشته است. البته چهره‌هایی مانند فریبا کوثری و فریبا متخصص در کنار اعضای شورای شهر تهران دیگر میهمان‌های شبکه ۴ بودند که جای تعجب داشت. شبکه ۴ سال‌هاست حسابش را از دیگر شبکه‌ها جدا کرده و در دنایی خودش سیر می‌کند.

با توجه به اینکه از نگاه مدیران برای برنامه‌های نوروز

هنوز زود است که کاری انجام شود فعلاً خبری از طراحی‌های تازه نیست و می‌توانند آنها استراحت کنند. اما اگر اواسط اسفند خواستند جلسه‌ای تشکیل دهند و به استقبال برنامه‌های نوروزی بروند چند نکته را مد نظر قرار دهند

مردم در شرایط سختی به‌سر می‌برند. لوازم و خوراکی‌هایی که از شبکه‌های مختلف به‌کرات پخش می‌شود ممکن است در خانه تعداد زیادی از مخاطبان پیدا نشود

گزارش

اکران پاییز، مطرب را صدرنشین اکران ۹۸ کرد

مطربی به وقت پاییز

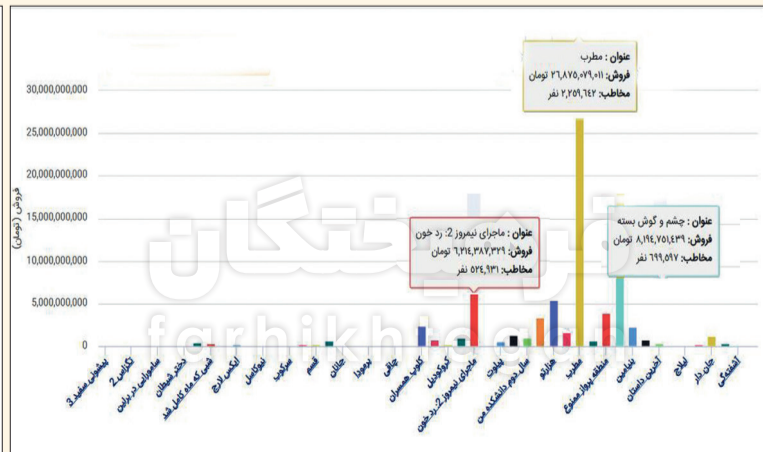
در حال حاضر «متری شیش و نیم» با آمار ۲۷ میلیارد و ۱۸۲ میلیون و ۸۲۶ هزار تومان پرفروش‌ترین فیلم ۹۸ است، ولی فروش پاییزی مطرب باعث شد که این فیلم در رتبه دوم پرفروش‌های امسال قرار بگیرد و رقم فروش ۲۶ میلیارد و ۸۸۸ میلیون و ۵۷۳ هزار تومان را از آن خود کند. به‌نظر می‌رسد که مطرب بتواند رکورد فروش امسال را از آن خود کند. در آذرماه امسال ۲۳ فیلم اکران شدند که فیلم سینمایی مطرب با آمار ۱۶ میلیارد و ۶۴۶ میلیون و ۳۷۶ هزار تومان بیشترین فروش را داشته است.

رتبه	عنوان	فروش (تومان)
۱	مطرب	۲۷,۱۸۲,۰۸۲
۲	متری شیش و نیم	۲۶,۸۸۸,۰۰۰
۳	متری شش و نیم	۲۵,۰۱۶,۳۶۸

رتبه	عنوان	فروش (تومان)
۱	مطرب	۲۶,۸۸۸,۰۰۰
۲	متری شش و نیم	۲۵,۰۱۶,۳۶۸
۳	متری شش و نیم	۲۵,۰۱۶,۳۶۸



نمودار فروش آذرماه سال ۹۸



نمودار فروش ۹ ماه اول سال ۹۸

توضیحات تازه مهدی جعفری در مورد فیلم جدیدش آشنایی ۱۲ ساله با «۳۳ نفر»

بزرگ‌مردان کوچک، همواره احساس وظیفه‌می‌کردم و از سوی دیگر این موضوع را دارای ارزش بسیار برای فیلمسازی می‌دانستم زیرا سوره‌ای بود که سال‌ها مورد غفلت قرار گرفته بود. «وی عنوان کرد: «وقتی به‌عنوان یک فیلمساز سوره‌مهمی پیدا می‌کنم که می‌شود در تاریخ ثبت کرد، به‌نظرم ورود پیدا نکردن به آن جفاست.»

جعفری با تاکید بر اینکه ۲۳ نفر حدود ۸۰ درصد به واقعیت وفادار است، گفت: «مهم‌ترین چالش من در سال‌های اخیر برای ساختن این فیلم، استفاده از عنصر خیال بود چرا که به‌دلیل تحقیقات بسیار و ساختن مستند در این خصوص به‌اندازه کافی اشراف نسبت به موضوع داشتم، اما به‌دلیل اینکه حیطه سینما متفاوت از مستندسازی است در نوشتن فیلمنامه با چالش‌هایی روبه‌رو بودم.» وی افزود: «مهم‌ترین این چالش‌ها رسیدن به فرمی بود که به‌رغم داشتن جذابیت‌های سینمایی بتواند نسبت به اصل قصه نیز وفادار باشد از این رو فیلم نهایی در حدود ۸۰ درصد به واقعیت وفادار است که این موضوع را اغلب ۲۳ آرا تأیید کرده‌اند، از سوی دیگر این فیلم توانسته در کنار وفادار بودن به اصل موضوع به لحاظ فرم نیز جاذبه‌های سینمایی لازم را داشته باشد.»

کارگردان و نویسنده فیلم سینمایی ۲۳ نفر با اشاره به بازبوی مکرر فیلمنامه در طول بیش از هفت سال گذشته بیان کرد: «فیلمنامه در سال ۹۷ بعد از ۶ ماه کار به‌صورت پیوسته نهایی شد.»

مهدی جعفری، نویسنده و کارگردان فیلم سینمایی ۲۳ نفر از دغدغه‌های ۱۲ ساله نسبت به این سوره دفاع مقدسی خبر داد.

مهدی جعفری، نویسنده و کارگردان فیلم سینمایی ۲۳ نفر در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به سابقه فعالیت خود اظهار کرد: «با توجه به فارغ‌التحصیلی در رشته کارگردانی سینما از دانشکده سینما، سال‌هاست که در حوزه مدیریت فیلمبرداری سینما در حال فعالیت هستم.» وی افزود: «فعالیت کارگردانی من در حوزه مستند و داستانی بوده است و فیلم «ایستگاه اتمسفری» اولین تجربه فیلم بلند من محسوب می‌شود که تقریباً دو سال قبل، آن را ساختم و فیلم ۲۳ نفر نیز دومین تجربه من در عرصه فیلم بلند سینمایی است.» جعفری تصریح کرد: «بیش از ۱۲ سال قبل با موضوع ۲۳ نفر آشنا شدم و فیلمی در قالب مستند با محوریت این سوره برای شبکه چهار سیما ساختم، اما با توجه به اینکه سوره را بسیار دوست داشتم، تصمیم گرفتم یک اقتباس سینمایی نیز از این سوره داشته باشم.»

وی با بیان اینکه بعد از سال‌ها پیگیری در سال ۹۷ توانستم با کمک سازمان اوج این اثر را تولید و روی پرده ببرم، گفت: «کتابی نیز با محوریت سوره ۲۳ آرا در غیور در سال ۹۲ منتشر شد، اما همان‌طور که پیشتر گفتم تعلق خاطر من به این سوره از حدود ۱۲ سال قبل به‌وجود آمد به‌گونه‌ای که با یک‌یک شخصیت‌ها رابطه دوستی داشتم.» این کارگردان سینما خاطر نشان کرد: «برای نشان دادن کار این