چرا مسابقه جوکر توانست مخاطبان زیادی را جذب کند؟

رسانه بدون سرگرمی حذف می‌شد!

سیدمهدی موسوی‌تبار
روزنامه‌نگار

قرار است قسمت آخر فصل اول «جوکر» «امشب» پخش شود. طبق آماری که پلتفرم سازنده و پخش‌کننده‌اش یعنی «فیلیمو» منتشر کرده، قسمت دوم «جوکر» در روز اول با بیش از ۱۸ میلیون دقیقه تماشا رکورد بیشترین تماشاگر تولیدات پلتفرم‌ها را زد و واکنش‌های اطرافیان در فضای واقعی و فضای مجازی هم نشان می‌دهد که این به تعبیر سایت فیلیمو، «سریال» و به تعبیر منتشرشده در رسانه‌ها، «رئالیتی‌شو» مورد توجه و استقبال جدی مخاطبان قرار گرفته است. جوکر پس از چند سریال ناموفق مانند «میدان سرخ» و «جزیره» آمد تا اعتبار ازدست‌رفته «فیلیمو» را بازگرداند و تا اینجای کار موفقیت چشمگیری هم داشته است. نکته جالب درباره جوکر این بود که از همان قسمت اول، به‌صراحت گفته شد که این برنامه کپی از یک بازی معروف ژاپنی است و توضیحات ابتدای هر قسمت می‌گوید که اولین‌بار یکی از چهره‌های کمدی مطرح ژاپن این بازی را ابداع کرد و با نام «Documental» آن را ساخته است. از این برنامه استقبال شد و شرکتی با عنوان «آمازون پرایم‌ویدئو» امتیاز آن را خرید و با نام LOL اقدام به ساختن نسخه‌های اختصاصی آن در کشورهای مختلف کرد.

گفته می‌شود تاکنون علاوه‌بر ژاپن که طی ۵ سال ۹ فصل از این برنامه را پخش کرده، کشورهای استرالیا، آلمان، ایتالیا، فرانسه، اسپانیا، هند و مکزیک نیز دست به تولید آن زده‌اند. حالا و در این شرایط، ایران هم به فهرست سازنده‌های جوکر اضافه شد و استقبال‌ها نشان می‌دهد که جای خالی اش بدجوری حس می‌شده است. جوکر در استودیوی «قرن جدید» ساخته شده و آنهایی که حواس‌شان به تیتراژ هست، می‌دانند که این اسم یعنی پای احسان علیخانی هم درمیان است. پایی که ابتدا و در قسمت اول انگشتانش معلوم بود و پس از اشتیاق فوق‌العاده مخاطبان، از تمامی یا رونمایی شد. نام احسان علیخانی در قسمت اول با عنوان «مدیر هنری و مدیر پروژه» و در قسمت دوم با عنوان «کارگردانی مشترک» و حتی «جوکر علیخانی» منتشر شد. احتمالا این مسابقه یا رئالیتی‌شو را دیده‌اید اما برای آنها که ندیده‌اند، لازم است بگوییم جوکر یک مسابقه کمدی است که در آن ۸ شرکت‌کننده برای مدت مشخصی در یک اتاق بزرگ محبوس می‌شوند. هرکس باید در طول مسابقه دیگران را بخندانند و درعین‌حال خود شان نخندد. هر شرکت‌کننده‌ای که بخندد، بار اول کارت زرد می‌گیرد و بار دوم با کارت قرمز جریمه و از اتاق اخراج می‌شود. در قسمت اول هم بازیگران طنز مشهوری چون امین حیایی، سام درخشانی، هومن حاجی‌عبداللهی، بیژن بنفشه‌خواه و رضا نیکخواه حضور دارند و در هر فصل این هشت نفر تغییر می‌کنند. مجری این برنامه سیامک انصاری است که پس از شکست در عرصه تبلیغات، انگار نیاز به یک بهانه برای احیا بود و تا این قسمت، هدفش محقق شده است.

فرمول ساده یا پیچیدگی فرمی؟

شاید آنها که سه قسمت جوکر را دیده‌اند در نگاه اول از خود سوال کنند که این برنامه چه ویژگی خاصی دارد که مخاطب را جذب می‌کند و مگر چیزی فراتر از همان بازی «اگه میتونی نخند» دوره کودکی مان است؟ شاید در ابتدا جواب سوال یک بله محکم باشد. اما اگر دقیق نگاه کنیم ممکن است به پاسخ‌های دیگر و حتی درنهایت به نتایج دیگری برسیم. حضور هشت شرکت‌کننده، یک اتاق برای مجری، یک فضا که سعی شده شبیه خانه باشد و آشپزخانه هم دارد و یک اتاق که لوازم گریم و لباس برای نقش‌های مختلف در آنجا تعبیه شده، ابزار سخت‌افزاری این سریال یا مسابقه است. درظاهر با یک فرم پیچیده روبه‌رو نیستیم و دکور عجیب و غریبی هم نمی‌بینیم. بخش‌های مسابقه هم که تشکیل شده از «اجرای نمایش کمدی»، «کاراکترسازی و تیپ‌سازی»، «شوخی‌های کلامی»، «اجرای موسیقی کمیک»، «اجرای استندآپ کمدی»، «استفاده از آکسسوار و ابزار مختلف مثل عروسک و لباس‌های بامزه»، «پارودی‌سازی آثار مشهور»، «کمدی فیزیکی» و.... شاید هنوز هم به سبک پیچیده‌ای از برنامه‌سازی برنخورده باشیم. همین‌جا کمی مکث کنیم. شاید همین پیچیده نبودن، یکی از دلایل اصلی دیده شدن و توفیق جوکر باشد. جوکر روایت انسان است در موقعیت‌هایی که ممکن است در زندگی عادی هر فردی رخ دهد. موقعیت‌هایی که احتمالا برای ما و شما هم پیش آمده و در آینده هم گریزی از آنها نیست. حالا این انسان در مواجهه با این موقعیت‌ها باید چه کند؟ همین روایت ساده که شد خط روایی اصلی جوکر و نخندیدن اینجا فضیلت است برای شرکت‌کنندگان. تا اینجا مشخص شد که فرم و محتوا پیچیدگی خاصی ندارند و جوکر برای مخاطبان‌اش چیزی شبیه راحت‌الحلقوم است. در جوکر خبری از پیچیدگی‌های فرمی بعضی برنامه‌های تلویزیونی نیست و باید در پایش را در حضور احسان علیخانی دید که در سابقه‌اش «ماه عسل» و «عصر جدید» دیده می‌شود که سادگی یکی از ویژگی‌های اصلی‌شان بود.

جوکر برای همه

سال‌هاست که عده‌ای برای موجه ساختن ساخته‌هایشان می‌گویند برای خندانـدن مردم حتما باید شوخی‌های کلامی و تصویری غلیظ جنسی وجود داشته باشد و حواس‌شان هم به این نیست که یک فیلم یا سریال را باید به همه اعضای خانواده دید. یکی از ویژگی‌های جوکر این است که همه رده‌های سنی می‌توانند آن را ببینند و البته این به معنی آن نیست که شوخی‌های نامناسب ندارد اما سعی شده اندازه‌اش حفظ شود که این کاش همین هم نبود، البته بدیهی است که در این حفظ اندازه، نقش ساترا انکارناپذیر است!

ساختن یک برنامه جذاب برای همه گروه‌ها و رده‌های سنی در سال‌های اخیر و با توجه به ظهور و بروز انواع امکانات تماشای فیلم و سریال و تولید بازی‌های مختلف و سرگرمی‌های متعدد یکی از معیارهای موفقیت است. خاصه اینکه هر برنامه‌ای با هدف جذب مخاطب خاصی تولید می‌شود. حالا و در این شرایط جوکر توانسته مخاطبان با سلیقه‌های مختلف را پای قسمت‌هایش بنشاند و این یک ویژگی مهم و خاص است.

جوکر نمونه خیر مطلق از یک اثر ساخته‌شده برای عموم نیست اما به همان گروه اندک که در ابتدای این بخش به آن اشاره شد، یادآوری می‌کند که قرار نیست برای خواندن و راضی نگه‌داشتن همه اعضای یک خانواده یا همه جامعه، ناچار به استفاده از شلوارک و شوخی‌های سخیف و جنسی شد.

با چه زبانی بگویند سرگرمی می‌خواهند

فارغ از گروه خاص و اندکی که هنوز هم اعتقاد دارند سرمایه‌گذاری برای تامین سرگرمی مردم، هم هزینه است و هم اسراف، اما اکثر افراد رسانه‌ای و اهالی فرهنگ و هنر به اهمیت و نقش سرگرمی پی برده‌اند. مخاطبان تلویزیون، سینما و شبکه نمایش خانگی هم در سال‌های اخیر و به بهانه‌های مختلف، نیاز و روی خوش‌شان به این موضوع را فریاد زده‌اند و آمارهای گاه‌به‌گاه رسانه‌های ذکرشده، موید این نکته است. اگر «خنداوند» در شبکه نسیم دیده شد، به‌دلیل نیاز بینندگان به وجه سرگرمی بود؛ اصلا همین تاسیس شبکه نسیم یعنی پرکردن دیرهنگام خلأ یک شبکه تلویزیونی برای خدمت کردن در جبهه سرگرمی.

کافی است به برنامه‌های محبوب ساخته‌شده در دهه اخیر و در همه رسانه‌ها دقت بیشتری کنیم. آنهایی که وجه سرگرمی در دل‌شان بیشتر بود، بیشتر دیده شدند و این قانون ناشناخته حالا در پلتفرم‌ها هم صدق می‌کند. اینکه مردم سرگرمی می‌خواهند بدیهی‌تر از آن چیزی است که مدیری بخواهد آن را نادیده بگیرد یا انکار کند.

جوکر با تکیه بر همین وجه مهم است که توانسته دیده شود و جای خود را تنها با سه قسمت بین مردم باز کند. برنامه‌ای که سوال مهمی را در ذهن ایجاد می‌کند و آن هم دلیل ساخته نشدن چنین برنامه‌ای در قاب تلویزیون است. ایده برنامه، که طبق گفته سازندگان کپی بوده و کمی ایرانیزه شده است. مشکل ظاهری چندانی هم که ندارد و خبری از بدحجابی در آن نیست. شوخی‌های نامتعارف در سریال‌های تلویزیونی هم که ندیدیم در این سال‌ها. از نظر مالی هم که احتمالا هزینه جوکر از بعضی سریال‌های ساخته‌شده در سال گذشته توسط چهره‌های مشهور بیشتر نیست یا در همان حد است. پس مشکل از کجا بوده که چنین ایده‌ای جایی در تلویزیون نداشته است.

چهره‌های آشنا، بدون سلبریتی بازی

معمولا مخاطب در هر برنامه‌ای دنبال چهره‌ای آشنا می‌گردد تا بتواند با آن ارتباط برقرار کند. به‌واسطه همین موضوع کارگردانان سعی می‌کنند در فیلم و سریالی که قرار است تولید کنند از چهره‌های مشهور و دیده‌شده استفاده کنند. گاهی اوقات تصور می‌کنند این امر سبب می‌شود تا فیلم و سریال چه با کیفیت و چه کم‌کیفیت دیده شود اما این نسخه اصلی و همه‌گیر نیست. اما اینجا مخاطبان با تعداد نسبتا زیادی (هشت نفر) چهره معروف و محبوب مواجه هستند که پیش از این در آثار جدی و طنز مختلفی حضور داشته‌اند و اینجا درظاهر «خود» واقعی شان بیشتر درمعرض دید قرار گرفته است. استفاده درست از چهره‌های آشنا یا مشهور در این سریال نقطه قوتی است که بار جاب‌توجهی از دیده شدن را به دوش می‌کشد. یکی از خواص حضور چهره‌های آشنا این است که مخاطب نیاز ندارد با دیدن قسمت‌های مختلف، تازه با بازیگران ارتباط بگیرد و آشنا شود بلکه یک تصویری از همه آنها در ذهنش دارد که جوکر آن را نزدیک‌تر یا شفاف‌تر می‌کند.

این چهره‌های آشنا صرفا سلبریتی به معنای منفی این روزها نیستند و گاهی بازیگرانی هستند که یا مانند رضا نیکخواه بیش از دو دهه است کار می‌کنند یا شبیه سهیل مستجابیان به‌واسطه فضای مجازی و دابسمش مشهور شده‌اند. ترکیبی که شاید در نگاه اول چندان همگون نباشد اما خروجی آن درنهایت برای تماشاگر باورپذیر است و این همان خواسته برنامه‌ساز و شرکت‌کنندگان است.

یک خنده مساوی با یک کارت زرد

در حالت عادی کنترل خنده در مدت زمان طولانی کار سختی است. حالا تصور کنید چند بازیگر کمدی در یک محیط بسته در مدتی طولانی روبه‌روی هم قرار بگیرند و علاوه‌بر اینکه حرکات طنز انجام می‌دهند باید جلوی خنده خودشان را هم بگیرند و در آن واحد جدی هم باشند. این یک تضاد جالبی برای مخاطب ایجاد می‌کند که کارکترهای سریال هم جدی هستند هم همزمان کاری می‌کنند تا برنامه شکل کمدی به خود بگیرد. اتفاقاتی که در «جوکر» می‌افتد از قبل برنامه‌ریزی شده است اما بازیگران از آن خبر ندارند و درلحظه به آنها اطلاع داده می‌شود که باید چه کاری انجام دهند. برای مثال فال‌بینی به سبک رضا نیکخواه برای سهیل مستجابیان. این کار در قسمت سوم سریال انجام شد و همه بازیگران به‌سختی جلوی خنده خود را گرفته بودند و چون این اتفاقات پیش‌بینی نشده بود سختی کار را برای آنها بیشتر می‌کرد. این همان موقعیتی است که به‌واسطه جربمه درنظر گرفته‌شده، نتیجه جذاب و بامزه‌ای دارد که تعدد آن، یک قسمت را پر از لحظه‌های دیدنی و شنیدنی می‌کند. توجه به دیدن و شنیدن یکی از جلوه‌های مهم هر اثری است و در جوکر هم این اختلاف‌نظر وجود دارد که بار سنگین‌تر روی دوش چشم‌هاست یا گوش‌ها. اینکه آیا جوکر بدون صدا باز هم جذاب است یا شنیدن صدای آن هم برای لذت بردن کفایت می‌کند.

استفاده از بازیگران در جای درست

یکی از کارهای مهم که کارگردان وظیفه دارد آن را انجام دهد، قرار دادن هر بازیگر در جای درست است. این موضوع هم‌ساختار هم کیفیت کار را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد. اتفاقی که در سریال جوکر افتاده این است که هر بازیگر در جایی که باید قرار گرفته و این موضوع سبب جذابیت این برنامه شده است. برای مثال کار اجرا در جوکر به‌عهده سیامک انصاری است. این بازیگر اجرا و چهره جدی دارد و برای کاراکتری که قرار است در صحنه جدی باشد، مناسب است. یعنی کارگردان از این بازیگر در جای درستی استفاده کرده که کاملا مشهود است یا در بخش‌های مختلف کارهایی که برای هر کاراکتر درنظر گرفته شده، متناسب با شخصیت آنهاست و این موضوع یکی از نقاط قوت جوکر محسوب می‌شود. تمجیدانی که از این برنامه شده، بیانگر روند درستی است که کارگردان جوکر درپیش گرفته است. فارغ از اینکه جوکر رایک اثر متوسط یا با کیفیت بالا بدانیم، مساله اصلی‌تر این است که مخاطب امروز تشنه چنین برنامه‌هایی است و با نقایص و ایراداتش هم کنار می‌آید و اصلا اصرار دارد که بنشیند پای همین برنامه‌ها. اینکه خوراکی برایش در این سفره درنظر گرفته نشده، عجیب است و دردناک. جوکر با وجود ضعف‌هایش اما در شرایط کنونی یکی از برنامه‌های محبوب است. ممکن است سال‌ها بعد تماشای این برنامه به اندازه امروز، خنده روی لب‌مان نیاورد مانند برنامه‌های دهه ۶۰ و ۷۰ که حال امروزمان را به اندازه زمان خودش خوب نمی‌کند. این یک مساله فرعی است. توجه به نیازهای زمان و رفع آنها از مسئولیت‌های بدیهی دستگاه‌های فرهنگی و رسانه‌ای کشور است و دیگر حتی تکرار اینکه اگر مانند سریع سراغ سریال‌های مخرب بیرونی می‌روند هم خسته‌مان کرده است. جوکر با تکیه بر تناسب بین فرم و محتوا و همچنین توجه جدی به امر سرگرمی و نیز استفاده درست و بجا از چهره‌های آشنا توانسته به موفقیتی دست پیدا کند که پیش از این نظیرش در شبکه نمایش خانگی نبوده است. جوکر سرگرم کردن مردم به زبان ساده را به همگان آموزش می‌دهد.

ادامه از صفحه ۱۲

این نمایش است نه مسابقه!

معین احمدیان
دبیر گروه فرهنگ

«جوکر» درحالی برای مخاطبانش، جذاب و گیرا شده که بخش مهمی از سریال‌های شبکه نمایش خانگی به تکرار افتاده‌اند و پول‌پاشی‌های بی‌حساب‌وکتاب در پلتفرم‌ها هم نتوانسته آورده کیفی برایشان به‌همراه داشته باشد. حالا به‌نظر می‌رسد «فیلیمو» با برنامه جوکر توانسته مخاطبان مایوس شده‌اش را بازگرداند. البته تعطیلی و بلاتکیفی تلویزیون در حوزه تولید محتوای سرگرم‌کننده هم در این جلوه‌گری «جوکر» بی‌تاثیر نبوده و مدیران تلویزیون همچنان دلخوش به همان ابداع هشت‌سال پیش‌شان یعنی برنامه خندوانه هستند و دیگر تلاش‌های خلاقانه در تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده تا به امروز ناکام مانده است. فارغ از اینکه جوکر در چه اتمسفر رسانه‌ای برجسته و دیده شده است، بازخورد مثبت و پیگیری مخاطبان این برنامه، موید این است که جامعه امروز ایران نه‌تنها علاقه‌مند به سرگرمی، که نیازمند دلخوشی‌های گاه‌به‌گاه اینچنینی است. از همان ابتدا قابل حدس بود که فرم اجرای جوکر کنجکاوبرانگیز باشد و نشاندن مخاطب برای تماشای قسمت اول این مسابقه کار سختی به‌نظر نمی‌رسید. ضمن اینکه قالب و ایده اولیه که سازندگان جوکر انتخاب کردند، در اجرا به‌درستی طراحی شده است. عناصر به‌کار برده‌شده سرجای خود قرار دارند و اندازه نگه‌داشتن در به‌کارگیری این اجزا، ازجمله ویژگی‌های اصلی جوکر است. خلاف عادت مرسوم برنامه‌سازان امروز، حضور چهره‌های مشهور برای مخاطب تقلیل‌یافته در حد به کارگیری سلبریتی در «تاک‌شو» نیست. رفت و برگشت‌های دوربین در بخش‌های مختلف برنامه به‌گونه‌ای است که حواس مخاطب را از نمایشی که پیش‌رویش قرار داده پرت نمی‌کند. ضمن اینکه جزئی‌نگری در طراحی برنامه، باعث شده مخاطب جوکر بیش از آنکه با یک مسابقه یا چالش طرف باشد، با یک کمدی موقعیت همراه شود. چالش نخندیدن و تلاش شرکت‌کنندگان مسابقه بر حفظ موقعیت‌شان در این چالش، وضعیتی را بر آنها تحمیل می‌کند تا موقعیت‌های کمیک این نمایش شکل بگیرد. عمده خنده گرفتن از مخاطب در بستر چنین چالشی پیش از آنکه متکی بر تکیه‌کلام‌ها و شوخی‌های تکراری بازیگران این نمایش باشد، بر خلق موقعیت‌های کمیک طنز تکیه دارد. خلق موقعیت طنز در هر نمایشی نیازمند ابزارها و خلاقیت‌هایی در طراحی است و اتفاقا شرکت‌کننده‌ای می‌تواند دل مخاطبان نمایش جوکر را ببرد که بتواند از این امتیاز خلق موقعیت‌های طنز بهترین استفاده را داشته باشد. به‌تکرار افتادن می‌تواند پاشنه‌آشیل جوکر باشد، چون همین چالش نخندیدن و تلاش برای خنداندن، خودش یک ایده تکراری است و در فصل‌های بعدی دیگر ایده جذاب و بکری نیست و اگر قرار باشد سازندگان نمایش جوکر، با تکیه بر همین چالش و فقط تعویض شرکت‌کننده‌ها، سایر فصل‌ها را پیش ببرند، احتمالا با افت مخاطب مواجه خواهند شد. موفقیت جوکر در همین فصل اول، «موقعیت بوسیه کننده‌ای است تا چهره‌های مشهوری بخواهند خودشان را به طریقی در این نمایش جای دهند. البته پلتفرم‌ها هم بدشان نمی‌آید از همین موقعیت تبلیغاتی برای چهره‌ها، بهره‌برداری مالی کنند که اگر چنین اتفاقی بیفتد، همان بلایی سر جوکر خواهد آمد که این روزها سر سریال‌های شبکه نمایش خانگی آمده است. انتخاب و گزینش دقیق شرکت‌کننده‌های نمایش‌های بعدی جوکر یکی از مهم‌ترین چالش‌های برای سازندگان جوکر است و سهل‌انگاری در انتخاب بازیگران این نمایش، به قیمت گرافی برای این برنامه تمام خواهد شد.

جوکر نمونه یک اجرای درست از نمایشی سرگرم‌کننده است و قرار هم نیست حرف‌های گل‌درشت اخلاقی بزند و اصلا لزومی هم ندارد به روال برخی از برنامه‌های تلویزیونی باشد که بعد از چند قسمت مخاطب جذب کردن، بخش‌هایی را مختص نکات آموزشی و اخلاقی قرار دهد. اتفاقا اگر همین سرگرم کردن مخاطب به‌درستی اجرا شود، برنامه‌ای خواهد شد که طیف‌های متنوعی از مردم ایران با آن ارتباط برقرار کنند. کافی است تنها یک چهارچوب اخلاقی را برای خودش لحاظ کند؛ اینکه برای گرفتن خنده از مخاطب، دستاویز هر حربه‌ای نشود که اگر گرفتار این شود، دیگر فرقی با جوک‌های اینستاگرامی نخواهد داشت.

یادداشت

چرا نوروزبیگی به ۴۰ درصد سهم سینما در اکران هم رضایت ندارد؟!

درنقد تمامیت‌خواهی

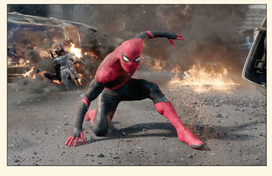
محراب وحیدزاده
روزنامه‌نگار

جواد نوروزبیگی، تهیه‌کننده فیلم سینمایی «بی‌همه‌چیز» که از هفته گذشته اکران خود را با سرودمدی زیاد در سینماها آغاز کرد، تنها سه‌روز پس از آغاز اکرانش در یک مصاحبه حاشیه‌ای و به‌سبکِ گذشته، از انتقاد از حوزه هنری در شیوه تخصیص سینما به فیلمش، این نهاد را متهم به تحریم فیلمش کرد. این درحالی است که به‌ادعای خود این تهیه‌کننده حوزه هنری با تخصیص حدود ۳۰-۴۰ درصد ظرفیت سینماهایش به این فیلم، نه‌تنها آن را تحریم نکرده، بلکه در میان صف شلوغ فیلم‌های روی پرده اتفاقا به‌نظر می‌رسد میانگین سانس خوبی به آن داده است. این مساله وقتی بهتر درک می‌شود که ببینید هم اکنون ۱۵ فیلم سینمایی روی پرده سینماهای کشور درحال نمایش است که به‌طور متوسط هر هفته سه فیلم جدید نیز به تصمیم‌وسیاست‌های نمایشی شورای صنفی نمایش به صف فیلم‌های درحال اکران اضافه می‌شود، به‌طور مثال از چهارشنبه پیش‌رو حداقل دو فیلم سینمایی «چه، راست» و «صحنه زنی» اکران خود را آغاز خواهند کرد که تا پیش از جشنواره فیلم فجر روند سینماها تداوم یابد. اینکه این سیاست سیاست درستی است یا خیر، بحث دیگری است که متولیان نمایش و اکران در سینمای ایران باید پاسخ دهند، اما به‌نظر می‌رسد در این وضعیت اکران سهم ۴۰ درصد از ظرفیت ناوگان سینمایی سهم قابل توجه و اعتنایی است. اما چرا با وجود این شخصی چون جواد نوروزبیگی با حمله به یک سینماداز دولتی که جدای از آنکه همواره ماموریت‌ها و اهداف مشخص و حاکمیتی داشته و موظف بوده است در این مسیر حرکت کند و به‌حکم آمار سهمی درنهایت ۲۵ درصدی در گیشه سینمای ایران داشته و متهم به مالکیت سینماهای کم‌برخوردار در شهرها بوده، به‌بدترین فشار و سهم‌خواهی بپیشد تر است؟!

برای پاسخ به این سوال باید کمی به عقب بازگردیم. فیلم سینمایی «بی‌همه‌چیز» که با سرمایه‌گذاری شخصی غیرسینمایی به نام امید اخباراتی، یکی از پرهزینه‌ترین فیلم‌های چند سال اخیر سینمای ایران است، برای بازگشت اصل سرمایه خود در گیشه سینما به فروشی حداقل سه‌برابر هزینه تولید خود نیازمند است. طبیعتا برای تامین و ضمانت بازگشت این میزان هزینه صرف شده، نیازمند جنجال، سهم‌خواهی، تمامیت‌خواهی و فشار به سینماها برای تخصیص و دریافت سانس بیشتر است. اتفاقی که در گذشته نیز سابقه داشته و برخی تهیه‌کنندگان که از قدرت نفوذ و مافیای قوی‌تری برخوردار بوده‌اند یا نادیده انگاشتن سهم دیگر فیلمسازان در چرخه اکران و توزیع عادلانه سالن نمایش، به‌دنبال قبضه کردن سینماها در بازه زمانی اکران فیلم خود بوده‌اند. درحالی که در همین وضعیت با وجود ۱۵ فیلم درحال نمایش، بسیاری فیلم یا کیفیت، هنری و درعین‌حال مخاطب‌پسند یافت می‌شود که عوامل آن نجیبانه در اکران برخورد کرده و بدون جنجال و سهم‌خواهی که حق آنهاست، اکران خود را پیش می‌برند و اگر بنابر اعتراض باشد اولویت با آنهاست. در این شرایط برای فیلمی همچون «بی‌همه‌چیز» که مطابق تجربه‌های مشابه در سینمای ایران همواره صرف هزینه‌های زیاد، فیلم‌ها را قابل دفاع نکرده و با وجود هزینه‌های عجیب‌وغریب فیلمساز وارد دنیایی شده که به‌طور واضح با آن غریبه بوده، بازگشت این هزینه سخت‌تر و درعین‌حال بااهمیت است، لذا تمامیت‌خواهی عوامل آن تا جایی پیش می‌رود که با فشار بر سینماداز که طبق آیین‌نامه شورای صنفی نمایش چینش و نحوه سانس‌دهی فیلم در اختیار اوست و از نهادی مانند حوزه هنری قطعا انتظار می‌رود مطابق با سیاست‌ها و چهارچوب‌های بالادستی رفتار کند و به فیلم‌هایی با مضامین همسو با ماموریت‌های ماهیتی خود بها دهد، او را مجاب به تامین خواسته‌های خود کند. سینمای ایران همواره از انحصارطلبی و تمامیت‌خواهی برخی پدرخوانده‌ها رنج برده است. به‌تازگی محمد خزاعی، رئیس سازمان سینمایی در اظهارنظری مرتبط در این خصوص بیان داشت: «در این مدت ۶۰ روزه بیش از ۵۰۰ نفر را ملاقات کردم که عمدتا از سینماگران، دست‌اندرکاران تولید و مردم بودند. جالب اینجاست که همگی از شرایط موجود ناراضی بودند و حتی یک نفر را ندیدم که بگوید من از این وضعیت راضی هستم. با بررسی این گله‌مندی‌ها متوجه شدم ریشه آن در تساهل و تسامحی است که پیش‌تر در سازمان سینمایی وجود داشته و سبب ایجاد دغدغه‌هایی در گروه‌های مختلف شده است.» وی افزود: «سینمای ایران متعلق به ۱۰ هزار نفر است و نمی‌توانیم بگوییم که همه امکانات و تجهیزات در اختیار ۳۰-۲۰ نفر باشد. دوران پدرخواندگی در سینمای ایران تمام شده، اکنون سینمای ما به پدری نیاز دارد که خوب بشنود و خوب عمل کند و عدالت را رعایت کند. امروز در سینمای ایران قوانین حکمفرماست، باید بگویم که دوران تلفن زدن و سفارش کردن تمام شده و قوانین حکمفرماست.»

چارسو

ثبت رکورد دومین فروش افتتاحیه بزرگ تاریخ سینما برای اسپایدرمن



حتی سویه جدید ویروس کرونا یعنی امیکرون هم نتوانست جلوی باکس‌آفیس این هفته آمریکای شمالی را بگیرد و فیلم «اسپایدرمن: راهی به خانه نیست» محصول سونی و مارول با ۱۲۱/۵ میلیون دلار فروش (ازجمله ۵۰ میلیون دلار فروش پیش‌نمایش فیلم) توانست دومین فروش روز افتتاحیه تاریخ را به نام خود ثبت کند. به این ترتیب این فیلم بعد از ۱۵۷/۴ میلیون فروش روز اول «انتقام‌جویان: پایان بازی» و جلوتر از ۱۱۹/۱ میلیون دلار فروش «جنگ ستارگان: نیرو بیدار می‌شود» قرار گرفت. رقم فروش آن همچنین بالاترین میزان دیده‌شده در تاریخ برای ماه دسامبر بود. تخمین‌زده می‌شود فروش این فیلم پرستاره با نقش‌آفرینی تام هالند، زندایا و بندیکت کامربچ به چیزی بین ۲۴۰ تا ۲۵۰ میلیون دلار تا پایان امروز برسد و به این ترتیب این فیلم بتواند چهارمین فروش بزرگ نخستین آخر هفته آکران را در تاریخ آمریکا و کانادا داشته باشد. با تحقق این میزان فروش، «اسپایدرمن» پشت «انتقام‌جویان: پایان بازی» با ۲۵۷/۱ میلیون دلار، «انتقام‌جویان: جنگ ابدیت» با ۲۵۷/۵ میلیون دلار و «جنگ ستارگان: نیرو بیدار می‌شود» با ۲۴۷/۹۶ میلیون دلار قرار می‌گیرد. فروش راهی به خانه نیست، در باکس‌آفیس جهانی از همین حالا از مرز ۳۰۰ میلیون دلار گذشته و انتظار می‌رود تا پایان یکشنبه فروش آن از ۵۰۰ میلیون دلار فراتر برود. تحلیلگران انتظار دارند این فیلم بسیار فراتر از این رقم برود، اما حتی رسیدن به چنین فروشی باعث می‌شود این فیلم تبدیل به تنها ششمین فیلم تاریخ شود که به این میزان فروش دست پیدا می‌کند. شاید مهم‌تر از آن، «اسپایدرمن» دومین فیلمی خواهد بود که بدون اکران در چین که بزرگ‌ترین بازار فیلم جهان است، به این رقم می‌رسد. علاوه‌بر این، فیلم هنوز در ژاپن هم اکران نشده که مخاطبان عاشق شخصیت مرد عنکبوتی هستند. تا پایان جمعه، آمار رسمی فروش فیلم نشان می‌دهد که بریتانیا بزرگ‌ترین بازار خارجی آن با ۲۴/۹ میلیون دلار فروش بوده و بعد از آن مکزیک با ۲۰ میلیون دلار و کره با ۱۲/۲ میلیون دلار قرار گرفتند.

جدیدترین‌ها از برگزاری کنسرت‌های موسیقی

تعدادی از خوانندگان مطرح موسیقی پاپ کشورمان پس از گذشت نزدیک به دو سال از آخرین اجرای زنده‌ای که در تهران داشتند، از دی‌ماه سال جاری با چراغ‌سبز دست‌اندرکاران برگزاری کنسرت‌ها چه در حوزه وزارت ارشاد و چه در مراجع دولتی دیگر، میزبان مخاطبان خود در تالارهای تهران خواهند بود. براساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته، مسیج و آرش روز اول دی‌ماه در سالن بزرگ وزارت کشور، بابک جهانبخش روز دوم دی‌ماه در برج میلاد تهران، حجت اشرف‌زاده روز سوم دی‌ماه در سالن اسپیناس، آرون افشار روز چهارم دی‌ماه در برج میلاد تهران و رضا بهرام روز یازدهم دی در سالن اسپیناس کنسرت‌های خود را برگزار می‌کنند. این درحالی است که بهنام بانی، روزبه نعمت‌اللهی، علیرضا طلیسچی و سینا شعبانخانی هم دیگر خوانندگانی هستند که تاریخ برگزاری کنسرت‌های آنها به‌زودی اعلام می‌شود. براساس آنچه در سامانه‌های فروش بلیت کنسرت دیده می‌شود، گویا هنوز امکان برگزاری کنسرت‌ها با ظرفیت ۱۰۰ درصدی سالن‌ها براساس آنچه در روزهای گذشته مطرح شده، بود، وجود ندارد و مکانیزم خرید بلیت به‌صورتی است که بعد از خرید هر بلیت دو عدد صندلی قبل و بعد جهت حفظ فاصله گذاری غیرفعال خواهد شد. این درحالی است که همراه داشتن کارت واکسن، ماسک و دستکش حین ورود به سالن اجرا الزامی است. این شرایط درحالی است که ورود سامانه‌های جدید فروش بلیت کنسرت، یکی از اتفاقات قابل‌تأمل برگزاری کنسرت‌ها در پایتخت است که طی روزهای آینده می‌تواند فارغ از حاشیه‌ها و اما و اگرهای احتمالی، آغازگر یک رقابت متفاوت در کورس برگزاری کنسرت‌ها و احتمالا شکستن انحصار برخی سامانه‌ها باشد. شرایطی که اگرچه دربرگیرنده پرسش‌های زیادی برای چرایی راه‌اندازی این سامانه‌هاست اما به‌طور حتم در روزهای پیش‌رو می‌تواند فضای جالب‌توجهی را در فرآیند و نظام اقتصادی موسیقی ایران به وجود بیاورد. برگزاری کنسرت خوانندگان موسیقی پاپ می‌تواند در شرایط سخت روزهای کرونایی نویدبخش روزهای خوبی برای این گونه موسیقایی باشد؛ اما در حوزه موسیقی ایرانی، موسیقی نواحی و موسیقی کلاسیک خبری از برگزاری کنسرت نیست.

انتشار کتابی برای شهید مدافع سلامت

کتاب «پرواز تا بهشت؛ زندگینامه شهید مدافع سلامت علی اکبر آقابابایی‌پور» نوشته سهیلا آقابابایی‌پور به‌تازگی توسط نشر ۲۷ هفت منتشر و راهی بازار نشر شده است. این کتاب یکی از عناوین مجموعه «مدافعان سلامت» است که این ناشر چاپ می‌کند. علی اکبر آقابابایی‌پور متولد سال ۱۳۴۰ در تهران است و یکی از پزشکانی است که مدت‌ها در مناطق محروم به خدمت‌رسانی به هموطنان مشغول بوده است. او ریاست بیمارستان نیک‌شهر، دستیاری تخصصی اطفال دانشگاه علوم پزشکی سمنان، خدمت به کودکان بی‌سرپرست و پزشکی در بیمارستان قائم کرج را در کارنامه دارد. او پس از شیوع بیماری کرونا، به جنگ با این ویروس منحوس پرداخت و در محل خدمت خود بستری شد. آقابابایی‌پور درنهایت اول مرداد ۹۹ به شهادت رسید. کتاب پیش‌رو درباره زندگی این شهید مدافع سلامت است که به قلم سهیلا آقابابایی‌پور خواهرزاده وی نوشته شده است. گلعلی بابایی، نویسنده دفاع مقدس نیز مقدمه کوتاهی بر این کتاب نوشته است. زندگی و خاطرات شهید آقابابایی‌پور در ۱۶ فصل گردآوری و تدوین شده که به‌ترتیب عبارت‌اند از: شهریور ۱۳۲۵، خرداد ۱۳۳۶، زمستان ۱۳۴۰، سال ۱۳۴۶، سال ۱۳۵۰، سال ۱۳۵۴، فروردین ۱۳۵۹، تیر ۱۳۶۱، سال ۱۳۶۴، سال ۱۳۶۸، پاییز ۱۳۶۹، سال ۱۳۷۲، سال ۱۳۸۶، آبان ۱۳۸۹، سال ۱۳۹۳ و سال ۱۳۹۹. در قسمتی از این کتاب آمده است: «... وبه کمک همکاران مرتضی، او را داخل ماشین گذاشتند و به‌سمت بیمارستان قائم که اکبر ساعاتی از هفته را در آنجا کشیک بود، حرکت کردند. فرح در میان راه با اکبر تماس گرفت و موضوع را برایش توضیح داد. اکبر گفت: «شما برین منم الان خودم رو می‌رسونم»، به بیمارستان رسیدند و مرتضی را به کمک کارکنان بیمار