سه‌شنبه ۲۹ خرداد ۱۴۰۳
شماره ۴۱۶۴
WWW.FDN.IR
FARHIKHTEGANDAILY

این شب‌ها طرفداران فوتبال و سیاست پای ثابت برنامه‌های تلویزیون هستند

فرصت ناخواسته تلویزیون برای آشتی با مخاطب

مریم فضائلی
خبرنگار

فرصت‌هایی که در این شب‌ها نصیب تلویزیون شده اگرچه ناخواسته رقم خورده، اما بهترین امکان را برای بازگشت و نگه‌داشت مخاطب تلویزیون فراهم کرده است. شبکه‌های مختلف رسانه ملی عرصه رقابت و معرفی ۶ نامزد انتخاباتی چهاردهمین دوره ریاست‌جمهوری است و آنهایی که پیگیر و نگران آینده ایران هستند، جزء مخاطبان اصلی برنامه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی این شب‌های تلویزیون خواهند بود. اما آنچه که در این شب‌ها نصیب تلویزیون شده فقط مباحث جدی حوزه سیاست نیست و رقابت‌های فوتبال جام ملت‌های اروپا هم از دیگر اتفاقاتی است که تماشاگران و طرفداران خاص خودش را می‌تواند پای تلویزیون بکشاند.

اگر مجموع اتفاقاتی که چند وقت اخیر رخ دادند را رصد کنیم، می‌توان گفت ابر و باد و مه و خورشید و فلک به یاری صداوسیما آمدند تا این رسانه مرجعیت تازه خود را به دست آورد. ضمن اینکه وقایع مهمی در یک سال اخیر رقم خورد و آرام آرام، برنامه‌های تازه و خلاقانه‌تری پیرامون این اتفاقات شکل گرفت که نشان می‌دهد مدیران تلویزیون در نسبت واقعی‌تری با این رسانه فراگیر قرار گرفته‌اند و اتفاقا متناسب با این درک بوده که رویه‌های اصلاحی را در پیش گرفته‌اند. اتفاقاتی همچون طوفان الاقصی و بعد از آن پوشش خبری وعده صادق و همچنین پوشش لحظه به لحظه سانحه تلخ سقوط هلی‌کوپتر رئیس‌جمهور شهید نشان داد که اگر خلاقیت‌رسانه‌ای چاشنی تدبیر و موقعیت‌شناسی شود، می‌توان اعتبار از دست رفته تلویزیون را بازیابی کرد. در گزارش پیش رو سراغ دو فرصت مهم این روزهای تلویزیون رفتیم و اینکه با چه تدبیری قرار است، مسیر جذب و نگه‌داشت مخاطبان را ادامه دهد.

صداوسیما در میدان رقابت

با اعلام نامزدهای چهاردهمین دوره ریاست‌جمهوری، تلویزیون برنامه‌های ویژه این دوره از رقابت‌های انتخاباتی را معرفی کرد. اگر بخواهیم مدل سیاستگذاری، تولید و نظارت بر برنامه‌های انتخاباتی را تقسیم‌بندی کنیم، برنامه‌ها در دو دسته‌بندی قرار می‌گیرد. برنامه‌های اصلی انتخاباتی، به دلیل شرایط ویژه و حساسیت بالای آن، توسط ستاد انتخابات ریاست‌جمهوری رسانه ملی آماده می‌شوند. دسته دوم هم برنامه‌هایی است که داخل شبکه‌ها طراحی و تولید می‌شوند و به عبارتی جزء روتین آن شبکه هستند اما به صورت ویژه در ایام انتخابات سراغ این موضوع حساس رفته‌اند.

در روز دوم خرداد ماه، پیمان جبلی در حکمی محمدعلی صائب را به سمت سرپرست ستاد انتخابات رسانه ملی منصوب کرد. در بخشی از این حکم وظایف و انتظاراتی که از این ستاد باید داشت، آورده شده است: «برنامه‌ریزی برای تبیین جایگاه و اهمیت انتخابات و رأی مردم در جمهوری اسلامی، تشریح نقش رئیس‌جمهور در اداره کشور، مطالبه اجرای دقیق قوانین مربوط به انتخابات، زمینه‌سازی هنرمندانه برای برگزاری انتخابات پرشور و افزایش مشارکت مردم، تسهیل انتخاب اصلح برای مردم در عین رعایت بی‌طرفی و پرهیز از دخالت هرگونه گرایش حزبی، گروهی و جناحی در برنامه‌ها و اهتمام جدی به برآوردن نیازهای رسانه‌ای نهادها و سازمان‌های برگزارکننده انتخابات، برگزاری جلسات منظم ستاد انتخابات سازمان و ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی در همه حوزه‌های پیام از وظایف و مأموریت شما در این مسئولیت می‌باشد و همه معاونت‌ها و مراکز سازمان موظف به بذل نهایت همکاری در این زمینه خواهند بود.»

با توجه به حوزه فعالیتی ستاد انتخابات، تمام برنامه‌هایی که به صورت مستقیم درباره انتخابات و نامزدهای ریاست‌جمهوری تولید می‌شود، زیر نظر این ستاد تعریف شده‌اند. پنج مناظره چهار ساعته، میزگردهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و مستندهای نامزدهای ریاست‌جمهوری همگی این مسیر را طی کرده‌اند و ذیل ستاد انتخابات ریاست‌جمهوری سیما تولید می‌شوند و به دستور و تصمیم مدیران در شبکه‌های مختلف پخش می‌شوند. همچنین برنامه «پایش» با حضور نامزدهای انتخاباتی، یکی دیگر از فرصت‌هایی است که برای هرنامزد در نظر گرفته شده و با پرسش و پاسخ از زندگی نامزدها و طرح‌ها و ایده‌های آنان انجام می‌شود. برنامه «با مردم» با حضور نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از شبکه یک سیما روی آنتن می‌رود. برنامه «خط سوم» هم به صورت زنده با حضور نماینده نامزدهای انتخاباتی حول ایده‌های اصلی آنها درباره موضوعات مهم حوزه زنان و خانواده در آخر شب روی آنتن می‌رود.

در کنار این مدل برنامه‌ها، تولیدات دیگری هم پخش می‌شود که از مسیر ستاد گذر نکرده‌اند و هرشبکه برای خودش انجام می‌دهد. برنامه‌های صبحگاهی که از شبکه‌ها پخش می‌شود و بخشی برای انتخابات دارند، جزء این دسته قرار می‌گیرند. شبکه دو با ویژه برنامه «زمانه» با محوریت انتخابات ریاست‌جمهوری و با اجرای المیرا شریفی‌مقدم به روی آنتن می‌رود. در این برنامه به بررسی و مرور آخرین خبرها و گفت‌وگوهای داغ انتخاباتی می‌پردازد. ویژه برنامه‌های «نسیما»، «نسیمی شو» و «نسیم آرا»، انتخابات چهاردهم ریاست‌جمهوری را پوشش می‌دهند. حتی دوربین مخفی «نسیما» هم به موضوع انتخابات می‌پردازد. مجموعه برنامه گفت‌وگو محور «مادرم ایران» درباره مسائل و چالش‌های کشور با حضور فرهیختگان روستایی و معلمان از شبکه چهار پخش می‌شود. برنامه «شهید جمهور» که از شبکه افق پخش می‌شود، با بررسی فرد اصلح به موضوع انتخابات ورود پیدا کرد. اینها مواردی است از برنامه‌هایی که خارج از ستاد اما با موضوع انتخابات تولید شده‌اند.

پخش یورو و نخبگان آسیا از یک قاب

از ۲۴ خرداد ماه که مسابقات یورو آغاز شده، شاید مخاطبان شیفته فوتبال، تلویزیون را فقط با همین نیت روشن کنند. فوتبال یورو یکی از بازه‌های پیک فوتبال حساب می‌شود و قطعا برنامه‌سازان ورزشی برای آن فکر کرده و برنامه تولید کرده‌اند. میثم فضلعلی، مدیرگروه ورزش شبکه سه سیما با اشاره به برگزاری مسابقات فوتبال جام ملت‌های اروپا ۲۰۲۴، از پوشش کامل این مسابقات از شبکه سه سیما خبر داد و گفت: «هفدهمین دوره مسابقات فوتبال جام ملت‌های اروپا از جمعه ۲۵ خردادماه آغاز می‌شود و شبکه سه نیز در قالب ویژه برنامه «یورو ۲۰۲۴» تدارک ویژه‌ای برای پخش و تحلیل این مسابقات درنظر گرفته است. تمام ۲۴ بازی که به میزبانی کشور آلمان انجام می‌شود، به صورت زنده از شبکه سه پخش می‌شود. اما به دلیل همزمانی، برخی بازی‌ها از شبکه ورزش پخش می‌شود. ویژه برنامه‌ای که شبکه سه برای یورو ۲۰۲۴ آماده کرده، ترکیبی از اجرای حمید محمدی و پیمان اسدیان و به تهیه‌کنندگی مهدی هاشمی است. به گفته مدیرگروه ورزش شبکه سه، ۱۲ ساعت برنامه متناسب این رویداد ورزشی در نظر گرفته شده است. در کنار شبکه سه، شبکه ورزش هم حضور پررنگی دارد. اجرای برنامه یورو ۲۰۲۴ شبکه ورزش توسط جواد خیابانی و رسول مجیدی انجام می‌شود. دو کارشناس شناخته شده و ثابت این برنامه خداداد عزیزی، پیشکسوت فوتبال و اشکان دژاگه، بازیکن فوتبال هستند. تهیه‌کنندگی این ویژه برنامه برعهده پویا خسروی است.

از دیگر مسابقات فوتبال که از مرداد ماه آغاز می‌شود، مسابقات فوتبال باشگاهی آسیاست که با حضور ۷۶ تیم و در سه سطح انجام می‌شود. ۲۴ تیم در سطح اول، ۳۲ تیم در سطح دوم و ۲۰ تیم در سطح سوم باشگاه‌های آسیا با هم رقابت خواهند کرد. نام مسابقات لیگ قهرمانان آسیا به لیگ قهرمانان نخبگان آسیا تغییر یافته و در نحوه برگزاری این مسابقات فوتبال تغییراتی رخ داده است. همچنین سطح‌های دوم و سوم مسابقات به ترتیب لیگ قهرمانان آسیا و چلنج لیگ آسیا نامگذاری شده است.

ارزش مازاد یورو ۲۰۲۴ برای تلویزیون

ایمان عظیمی
خبرنگار

این از بخت خوب طرفداران فوتبال در کشور ماست که می‌توانند به‌صورت رایگان به تماشای تورنمنت‌هایی نظیر جام جهانی و جام ملت‌های اروپا بنشینند و حتی تماشای بازی‌های مهم اروپایی و جهانی را با رصد کامل از دست ندهند. تلویزیون در ایران دولتی است و اگر مردم با ممیزی‌های دست‌وپاگیر رسانه ملی کنار بیایند، می‌توانند با آسودگی خاطر اغلب بازی‌های که دوست دارند را نگاه کنند. آمار بیننده‌های تلویزیونی هم در ایام برگزاری مسابقات جام جهانی، یورو، جام ملت‌های آسیا، لیگ قهرمانان اروپا و... نسبت به شرایط عادی با رشد قابل توجهی روبه‌رو می‌شود و کام مدیران سیما از بروز این اتفاق شیرین می‌شود. درواقع پخش بازی‌های فوتبال برای تلویزیون حکم استفاده از ماده نیروزا را دارد، اما چه کاری مضاف بر پخش عادی مسابقات فوتبال می‌توان انجام داد که تماشای بازی‌ها بیشتر به دل فوتبال‌فن‌ها بچسبد و آنهایی که با تلویزیون قهر کرده‌اند را دوباره با این رسانه آشتی دهد؟

در گذشته، تلویزیون مخاطبان زیادی داشت و رسیدن به آمار بالای ۸۰ درصد بیننده در مورد فلان برنامه یک امر کاملا عادی به حساب می‌آمد و کمتر برنامه‌ای در صداوسیما بود که به این آمار بالا، اما بسیار عادی دست پیدا نکند. فوتبال به‌همراه برنامه‌های پیرامونی و آیتم‌های جذابش هم مزید بر علت بود تا جمعیت جوان آن سال‌های ایران تنها به صداوسیما دل ببندند و حتی برای لحظه‌ای هم که شده فکر تماشای بازی‌ها از طریق دیگر را از سر خودشان بیرون کنند. اقتصاد سیاسی موجه‌تر جمهوری اسلامی به‌علاوه شرایط فرهنگی و خانوادگی بهتر مردم تا اواخر دهه ۸۰، موجب شده بود تا آنها هم دل و دماغ پیگیری فوتبال تهاجمی و نیمه‌کلاسیک و جذاب آن روزها را داشته باشند و هم با فراغ بال بیشتری اوقات خود را میان کار روزانه و برنامه‌های سرگرم‌کننده تلویزیون تقسیم کنند. اما سخت‌تر شدن زندگی و کوچ بعضی از برنامه‌سازان تلویزیون و همچنین بروز مسائل مختلف فرهنگی در کشور، طیف زیادی از مردم را نسبت به پیگیری برنامه‌های تلویزیون دلسرد کرد، اما همچنان ارزش مازاد نمایشی برگزاری مسابقاتی مانند یورو برای تلویزیون به‌نحو بالقوه وجود دارد و مدیران صداوسیما می‌توانند با استفاده از اتاق‌های فکر خلاق، شکاف ایجاد شده میان خود و طیف قهرکرده را پر کنند. اما این امکان چگونه فرصت بروز پیدا می‌کند؟

فوتبال به‌مثابه ثبت هنرمندانه تصاویر متحرک

بازی فوتبال تیم ملی ایران و چین در مقدماتی جام جهانی ۲۰۱۸ را به یاد آورید. چند ده‌هزار نفر این مسابقه را در استادیوم آزادی به تماشا نشستند و میلیون‌ها نفر دیگر باید از طریق کارگردانی و پخش صداوسیما این مسابقه را می‌دیدند، اما جذابیت تصویری برتری ایران بر چین مارچلو لیپی پیرانه‌سر را آن‌طور که باید، به واسطه عملکرد ضعیف پخش تلویزیونی فوتبال، درک نکردند. فوتبال اروپا به دلایل متعدد جذاب است ولی فاکتوری که تماشای آن را برای بیننده دلچسب و رضایت‌بخش می‌کند طریقه ثبت و ارائه تصاویر است. پخش فوتبال در ایران با کم‌ترین ذوق و اشراف نسبت به ابزار کاری که رسانه‌ای همچون صداوسیما در دسترس دارد، انجام می‌شود و مردم مشتاق فوتبال را تقریبا از تماشای بازی منصرف و دلسرد می‌کند. در اروپا و حتی کشورهای اطراف ما، با فوتبال و همچنین مسابقات ورزشی دیگر رشته‌ها مانند یک اثر سینمایی رفتار می‌شود و مخاطب می‌تواند امکان نظارت بر بازی را از زوایای متعدد داشته باشد. اما وقتی به بالاترین سطح فوتبال داخلی ایران، یعنی لیگ برتر خلیج فارس نگاه می‌کنیم، درمی‌یابیم دست‌اندرکاران سیما هنوز هم نتوانسته‌اند به‌درستی ماهیت پخش تلویزیونی فوتبال را درک کنند و به آن در قالب یک فرم اصیل و قائم به ذات هنری توجه نشان دهند. به‌عنوان نمونه، وقتی پای تماشای دربی استقلال و پرسپولیس می‌نشینیم، در بسیاری از موارد با اعصاب خراب تماشای مسابقه را به پایان می‌رسانیم. بارها پیش آمده که دوربین‌های تلویزیونی از ثبت موقعیت‌های مهم و اثرگذار بازی جا مانده‌اند و در صحنه‌های مشکوک به آفساید جاگیری بدی داشته‌اند. عدم رعایت این بدیهیات علاوه‌بر اینکه مخاطب را عصبی می‌کند، این فکر را در ذهن او جا می‌اندازد که اصلا چرا باید پیگیر تماشای مسابقه‌ای شود که کیفیت پخش آن از لیگ محلات دیگر کشورها هم در جایگاه پایین‌تری قرار دارد؟ از قِبَل پخش تلویزیونی است که میلیون‌ها بیننده به سمت رسانه ملی سرازیر می‌شوند ولی باید این واقعیت را نیز قبول کرد که فرمت پخش مستعمل و بی‌کیفیت فوتبال داخلی در صداوسیما حتی می‌تواند در روند همسان‌سازی افراد با تیم ملی و تیم باشگاهی مورد علاقه‌شان اختلال به‌وجود بیاورد و حلقه ارتباطی میان رسانه و مردم را از بین ببرد. فوتبال دارای یک ذات دو وجهی است و همان‌گونه که می‌تواند به تضاد میان دسته‌ها و طیف‌های اجتماعی مختلف دامن بزند، رسیدن به رویای موفقیت را نیز در ذهن افراد ته‌نشین می‌کند. حال در بعد رسانه‌ای آن اگر ثبت و انتقال تصاویر با کج‌سلیقگی و نابلدی انجام شود، بیننده دچار اعوجاج و اختلال فکری می‌شود و ارتباطش با بازی فوتبال را از دست می‌دهد. فوتبالی که از حیث نمادین قابلیت هم‌گرایی و همبستگی میان افراد یک جامعه را دارد با پوشش بد و نامناسب تصاویر به عاملی برای واگرایی و شکاف بیشتر میان طبقات و همین‌طور برهم زدن رابطه ملت با دولت ختم می‌شود و سطح تنش را بالا می‌برد.

آمار بازی فینال انگلیس و ایتالیا در چهارچوب مسابقات یورو ۲۰۲۰ روی این واقعیت صحه می‌گذارد که کیفیت بالای پخش مسابقات ورزشی ارتباط مستقیمی با جلب تماشاگران میلیونی دارد. براساس آمار اتحادیه فوتبال اروپا (یوفا) جمعا ۳۲۸ میلیون نفر بازی فینال را تماشا کردند. وقوع این رویداد برای صنعت سرگرمی در بریتانیا خوش‌یمن بود و موجب شد تا آمار پربیننده‌ترین برنامه تلویزیونی در این کشور با پخش بازی ایتالیا و انگلیس پس از ۲۴ سال جابه‌جا شود. این تورنمنت اروپایی برای طرفداران ایرانی این ورزش هم جذابیت دارد اما آنها برای تماشا ترجیح می‌دهند راه‌های جایگزین را انتخاب کنند. بر مبنای آمار مرکز تحقیقات صدا و سیما، تنها ۳۲٫۹ درصد از بینندگان یورو ۲۰۲۰ شبکه‌های سیما را برای تماشای این مسابقات انتخاب کردند!

فوتبال و تولید سرگرمی از راه تلویزیون

تولید سرگرمی در کشور ما به‌خاطر وجود محدودیت‌های اقتصادی و فرهنگی با مانع مواجه شده و فوتبال در قالب محصولی فرهنگی به‌عنوان راهی برای فرار از این موقعیت محسوب می‌شود. شبکه‌هایی نظیر سه و ورزش تنها می‌توانند بخش کوچکی از نیازهای مردم را مرتفع کنند و کشور ۹۰ میلیونی ما استحقاق این را دارد که لااقل از حیث کمی با شبکه‌های متنوع ورزشی در صداوسیما به استقبال مخاطب برود. مسابقات فوتبال و متعلقات آن هرچه بیشتر از تلویزیون پخش شوند، تقاضای تماشای برنامه‌های ورزشی را از طرف مردم تشدید می‌کند. درحقیقت گسترش و همه‌گیری برنامه‌های فوتبالی نیاز جامعه به سرگرمی را تا حد مطلوبی مدیریت، کانالیزه و مرتفع می‌کند و از طرف دیگر ضعف برنامه‌های انگشت‌شمار تلویزیون در جذب مخاطب را پوشش می‌دهد. اکنون تنها دو شبکه سه و ورزش در سیما به‌شکل ویژه به بررسی فوتبال می‌پردازند و مردم با زوم شدن در این برنامه‌ها، گاف‌ها و لغزش‌های زبانی مجریان و کارشناسان را به سهولت رصد می‌کنند، اما اگر با تاسیس شبکه‌های جدید به تعداد این برنامه‌ها اضافه شود، ضعف برنامه‌سازان کمتر به چشم می‌آید و مردم با برخورداری از انتخاب‌های متعدد می‌توانند انعکاس سلیقه خود بر جعبه جادو را بیش از پیش احساس و تجربه کنند.

فوتبال وجوه مختلفی برای پرداخت در ساحت رسانه دارد چون متصل به فرهنگ عامه ملت‌هاست و آنها می‌توانند به واسطه این ورزش آرزوها و رویاهای خودشان را در قاب تلویزیون ببینند. برنامه‌سازان اگر با این نگاه سراغ پدیده فوتبال بروند، آیتم‌ها، گفت‌وگوها و گزارش‌های متنوعی را برای بینندگان تلویزیون خواهند ساخت. گفت‌وگوهای کارشناسان فوتبالی تنها نباید معطوف به مستطیل سبز باشد و آنها از این راه می‌توانند به تاریخ و فرهنگ نقب بزنند و به فوتبال و عناصر وابسته به آن کاراکتر ببخشند. برنامه «match of the day» با اجرای گری لینه‌کر، یکی از نمونه‌های مشهور جهانی است که با اتکا به همین ترفند توانسته تماشاگران فوتبال را جذب کند.

چارسو

اقتباس سینمایی «ژانگ ییمو» از رمان «سه جرم کیهانی»

عمده آثار مشهور سینمای جهان از کتاب‌ها و رمان‌های سینمایی اقتباس شده‌اند. حالا قرار است «ژانگ ییمو» کارگردان نامدار چینی با ورود به عرصه فیلم‌های علمی تخیلی اقتباسی سینمایی از رمان «مساله سه جسم» داشته باشد. رمان مساله سه جسم، در ایران به‌عنوان «سه جرم کیهانی» منتشر شده است. رمان مساله سه جسم، نخستین قسمت از سه‌گانه‌ای است که سال ۲۰۰۸ توسط نویسنده چینی «سیکسین لیو» نوشته شده است. در چین، این رمان در قالب سریالی انیمیشن، سریالی تلویزیونی و درامی رادیویی اقتباس شده است. نسخه‌ای سینمایی نیز براساس این رمان در سال ۲۰۱۶ تولید شده که هنوز منتشر نشده است. ژانگ ییمو، با گستره‌ای از فیلم‌های هنری، کمدی و رزمی، یکی از پرکارترین و موفق‌ترین کارگردانان چین است که فیلم‌هایش بیش از یک میلیارد دلار فروش داشته‌اند. از آثار اکشن او می‌توان به «قهرمان»، «خانه خنجرهای پرنده» و «رودخانه سرخ» اشاره کرد. او همچنین مراسم افتتاحیه و اختتامیه بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ پکن را طراحی کرد. این سینماگر به‌عنوان یکی از چهره‌های کلیدی فیلمسازان نسل پنجم چین در نظر گرفته می‌شود و کار خود را در سال ۱۹۷۸ آغاز کرد. پس از فارغ‌التحصیلی در سال ۱۹۸۲ از آکادمی فیلم پکن، اولین کارگردانی خود را با «ذرت سرخ» پشت سر گذاشت که برنده خرس طلایی جشنواره بین‌المللی فیلم برلین در ۱۹۸۸ شد.

«Inside Out2» در گیشه رکوردشکنی کرد

انیمیشن «Inside Out2» با فروش جهانی ۲۹۵ میلیون دلار (۲۳۲٫۶ میلیون پوند) در آخر هفته گذشته، رکورد افتتاحیه جهانی را برای یک انیمیشن شکست. احساسات درون سر دختربچه‌ای به نام رایلی برای اولین بار ۹ سال پیش، زمانی که فیلم اصلی «Inside Out» اکران شد، روی پرده‌های سینما ظاهر شد. قسمت دوم این انیمیشن سینمایی تابستان امسال بازگشته است. آن هم درحالی که رایلی وارد سال‌های نوجوانی خود می‌شود و اضطراب، خجالت، بی‌حوصلگی و حسادت ظاهر می‌شوند و احساسات اصلی را دور می‌کنند. حالا کارکردهای درونی ذهن رایلی با هم مبارزه می‌کنند. شرکت دیزنی، کمپانی مادر پیکسار، اعلام کرد این انیمیشن بهترین آمار فروش افتتاحیه جهانی برای یک انیمیشن در تمام دوران را به دست آورده است. این موفقیت بزرگی برای سینماها محسوب می‌شود که امسال شاهد فروش ضعیف برخی فیلم‌های جدید بوده‌اند. بخش بزرگی از فروش سالانه بلیت سینما معمولا از اولین آخر هفته ماه می تا ابتدای سپتامبر اتفاق می‌افتد. با این حال، اعتصاب‌های بازیگران و فیلمنامه‌نویسان در سال گذشته باعث شد فیلم‌های کمتری برای اکران در سال جاری آماده شوند. این صنعت همچنین مجبور به رقابت با سرویس‌های استریم برای محتوا و جذب مخاطب بوده است. طبق گفته شرکت تحقیقات بازار رسانه‌ای کام اسکور، تعداد بلیت‌های فروخته‌شده سینما در آمریکای شمالی تاکنون در سال جاری، تقریبا نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۳، یک چهارم کاهش داشته است.

اسکورسیزی در سیسیل مستند کشتی‌های باستانی می‌سازد

مارتین اسکورسیزی قرار است مستندی را در سیسیل در مورد کشتی‌های باستانی غرق شده در دریای مدیترانه فیلمبرداری کند. این پروژه بدون عنوان، براساس تحقیقات «لیزا بریگز» باستان‌شناس آمریکایی و استاد و محقق در دانشگاه کرانفیلد انگلستان است که در زمینه باستان‌شناسی زمینی و زیرآب تخصص دارد؛ او به‌ویژه در استفاده از ابزارهای علمی از جمله تجزیه و تحلیل DNA روی آثار به دست آمده از کشتی‌های غرق شده برای بازسازی داستان کشتی‌ها، ملوانان، محموله‌ها و تجارت دریایی در دنیای باستان متخصص است. «فرانچسکو پائولو اسکارپیناتو» مشاور میراث فرهنگی سیسیل، به خبرگزاری ایتالیایی آنسا گفته است: «ما با اشتیاق از این ابتکار استقبال می‌کنیم و مقامات جزیره با توجه به اهمیت پروژه، تمام سایت‌ها و پارک‌های باستان‌شناسی مربوطه را در دسترس گروه مستندساز قرار می‌دهند.» چندین منبع دیگر تایید کرده‌اند انتظار می‌رود فیلمبرداری این مستند به کارگردانی مارتین اسکورسیزی در تابستان امسال آغاز شود و دپارتمان فرهنگ منطقه‌ای سیسیل یکی از تهیه‌کنندگان آن است. به گزارش ورایتی، مستند کشتی‌های باستانی غرق شده در لوکیشن‌های خاکی و آبی شامل تنگه سیسیل فیلمبرداری خواهد شد. منطقه اطراف شهر بندری تراپانی، در گوشه شمال غربی سیسیل و ماراوسا در مجاورت آن که به دلیل کشف اخیر لاشه کشتی غرق شده بزرگ «Marausa 2» در قرن سوم پس از میلاد، شناخته شده نیز از لوکیشن‌های این مستند خواهد بود.

رمان منتشرنشده احمد دهقان از ایتالیا سردرآورد

مجله لیمز از نشریات مشهور ایتالیایی، قسمتی از رمان منتشر نشده احمد دهقان را با نام «دریاچه ماهی» منتشر کرده است.

میکله مارلی، مترجم متن در مقدمه این بریده‌رمان آورده است: «این قسمت از رمان با عنوان دریاچه ماهی که توسط نویسنده به لیمز سپرده شده، هنوز در ایران منتشر نشده است. قهرمانان داستان که در سال آخر جنگ ایران و عراق (۱۹۸۸-۱۹۸۰) اتفاق می‌افتد، سه دوست هستند که منتظرند تا دریاچه ماهی خشک شود و آنها بتوانند جسد همرزم‌شان ناصر را بیابند و به خانه برگردانند. در میانه هر فصل، راوی تجربیات خود را در میدان‌های جنگ بازگو می‌کند و به شما امکان می‌دهد که در جنگ‌های خاورمیانه، چه در دوران معاصر و چه سالیان دور، غرق شوید.» نویسنده در شروع این رمان نوشته است: «اگر آنقدر زنده بمانم که بتوانم همه چیز را تعریف کنم، سیر تا پیاز «دریاچه ماهی» را خواهم نوشت. یک واو هم جا نمی‌اندازم. تنها چیزی که از این جنگ لعنتی برایم مانده، خاطرات و رفاقت‌هایش است. بقیه‌اش هیچ و پوچ بود. سرزمین‌هایی که دست به دست شد، برای تاریخ خوب است. تاریخ فقط از این چیزها می‌گوید. ۲۰۰ هزار شهید، ۵۰۰ هزار مجروح، ۵۰ هزار اسیر... حتی اینقدر ارزش نداشتیم که تعداد دقیق‌مان را بگویند. عددها را رند کردند.»