
جمال شورجه (فیلم‌ساز) | ابوالقاسم طالبی (فیلم‌ساز) | محمد کاسبی (بازیگر) | رسول ملاقلی‌پور (فیلم‌ساز) | شهریار بحرانی (فیلم‌ساز) | پرویز شیخ طادی (فیلم‌ساز) | داود میرباقری (فیلم‌ساز) | حسین یاری (بازیگر) | پروانه معصومی (بازیگر) | مهدی فقیه (بازیگر) | ابراهیم حاتمی‌کیا (فیلم‌ساز) | فرج‌الله سلحشور (فیلم‌ساز) | هادی محمدیان (پویانما) | مجید مجیدی (فیلم‌ساز) | شهید آوینی (فیلم‌ساز) | جواد اردکانی (فیلم‌ساز)



نگاهی به فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست»

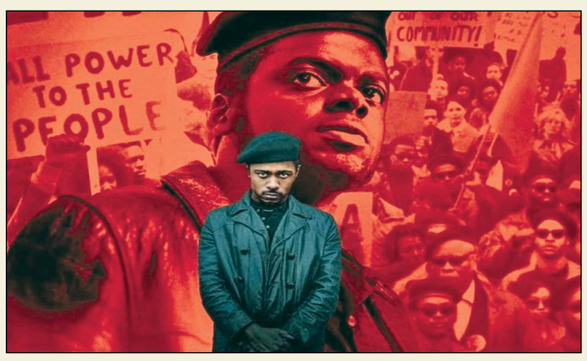
قتل «فرد همپتون» به دست «ویلیام اونیل» بزدل

سعید مستغاثی

آنچه در فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست» ساخته کارگردان تازه کار سیاهپوست یعنی «شاکا کینگ»، می‌تواند شخصیت اصلی باشد، فرد همپتون (دنیل کالویا) یعنی رهبر جنبش استقلال طلبانه پلنگان سیاه در اواخر دهه ۱۹۶۰ نیست، بلکه کاراکتر اصلی فیلم، ویلیام اونیل (لامیت استنفیلد) است که در واقع خائن به جنبش و عامل لو دادن و قتل فرد همپتون و یارانش در ۴ دسامبر ۱۹۶۹ محسوب شد.

از همین روی در عنوان فیلم، نام «یهودا»(که مقصود همین اونیل است) قبل از مسیح سیاهپوست (یعنی همپتون) آمده است. همچنانکه در فیلم «قتل جسی جیمز توسط رابرت فورد بزدل» (اندرو دومینیک - ۲۰۰۷) درباره قتل یاغی معروف آمریکایی یعنی جسی جیمز، شخصیت اصلی فیلم رابرت فورد (کیسی افلک) بود. اگرچه او بسیار ذلیل‌تر و حقیرتر از ویلیام اونیل و شاید همه خائنان تاریخ بود، چه آنهایی که امیلیانو زاپاتا را لو دادند و چه آن تنگستانی که رئیس علی دلواری را از پشت هدف قرار داد و حتی آنهایی که باعث لو رفتن ارنستو چه گوارا در جنگل‌های بولیوی شدند. اغلب آنها به دلیل برخی اغراض شخصی یا تطمیع و تهدید و یا فشارهای مختلف مالی و روانی به چنان خیانتی دست زدند. مثل ویلیام اونیل.

فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست» ظاهرا راوی یکی دو سال پایانی زندگی فرد همپتون و ریاست او بر جنبش پلنگان سیاه به نظر می‌رسد اما در واقع تنها بخشی از ماجرای این جنبش سیاهپوستان را در آمریکا روایت می‌کند که وجه خشونت‌طلبی و آنارشیستی آن بارزتر است.



در واقع شاکا کینگ و نویسنده فیلمنامه‌اش یعنی ویل برسون، ماجرا را به قول آمریکایی‌ها از Second Step یعنی پله دوم شروع کرده و کاری به پله اول یعنی یک تاریخ ظلم و ستم و جنایت نژادپرستان در حق سیاهپوستان و کشتار و آوارگی و نابودی بیش از ۲۰۰ میلیون آفریقایی در جریان فاجعه برده‌داری و پس از آن ولو بعد از ماجرای به اصطلاح الغای برده‌داری و تا همین دهه ۱۹۶۰ که همچنان حقوق سیاهپوستان در قلب شهرهای آمریکا و از جمله همین شیکاگو به تاسف‌بارترین وجه پایمال شده، ندارد.

فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست» حتی کشتار و فاجعه یکسال قبل دیترویت میشیگان در تابستان ۱۹۶۷ را نادیده گرفته، فاجعه‌ای که بنا بر آمار رسمی ۴۳ نفر کشته، ۱۱۸۹ تن زخمی و بیش از ۷ هزار نفر بازداشتی و حاکمیت یک دیکتاتوری خفقان بار بر مناطق سیاهپوست نشین داشت. ماجرایی که کاترین بیگلو در سال ۲۰۱۷ فیلمی درباره‌اش ساخت ولی از کل لیست های فصل جوایز آن سال سانسور گردید. فاجعه ۱۹۶۷ دیترویت، تاثیر بسیاری در تحرکات اجتماعی و سیاسی سیاهپوستان داشت و پس از آن بود که اساسا مبارزات سیاهپوستان علیه تبعیض نژادی و همان جنبش پلنگان سیاه رادیکالیزه شد و بعضا به خشونت متوسل گردیدند. حتی قضیه تظاهرات علیه جنگ ویتنام در اواخر اوت ۱۹۶۸ در شیکاگو و سرکوب وحشیانه آن و دستگیری باب سیل (بنیانگذار جنبش پلنگان سیاه) و متهم کردنش به قتل و همچنین ترور برخی از اعضای برجسته این جنبش، پس از آن اتفاق افتاد.

اما قصه فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست» از سال ۱۹۶۸ در شیکاگو آغاز می‌شود، از جایی که ناظر دزدی و شارلاتان‌بازی یک سیاهپوست برای اعضای باندی دیگری از سیاهپوستان به نام «کراون» هستیم؛ گروهی مخوف و مافیایی که به انواع و اقسام قاچاق و توزیع مواد مخدر و تبانی با پلیس‌های فاسد مشغولند.

پس از آن بدون مقدمه دیگری شاهد سیاهپوستان عصبانی و عصیانگر و خشونت‌طلبی هستیم که شعارهای انقلاب علیه سرمایه‌داری و پلیس آمریکا می‌دهند و سفیدپوستان را با صفت «خوک» خطاب می‌کنند، شاهد تهدیدات مسلحانه و گشت‌های نظامی آنها و حمله به زندان‌ها و آزاد کردن سیاهپوست‌های بازداشتی، شاهد شعارها و داد و فریادهای خشن و شورشی و ... و شاهد فریادهای فرد همپتون در میتینگ خود که می‌گوید وقتی همه این خوک‌های سفید کشته شوند آن‌گاه خیال ما کاملا راحت می‌شود!!

آنها با انواع و اقسام گروه‌ها و دسته‌جات بزهکار و مافیایی پیمان می‌بندند، از پرتوریکویی‌ها و کراون‌ها تا حتی بقایای کوکولوس کلان‌ها در قالب Red Neck ها یا کارگران جنوب آمریکا و ... و از قضا وقتی هم با پلیس هم درگیر شده و مقرشان به آتش کشیده می‌شود، توسط همین باندهای مافیایی حمایت و بازسازی می‌شوند.

آن‌گونه که «شاکا کینگ» نشان می‌دهد، همواره این سیاهپوستان هستند که ردگیری با پلیس را شروع می‌کنند، حتی پالمر که مورد اصابت گلوله پلیس قرار گرفت، اول اسلحه کشیده و جیک وینترز یعنی انتقامجوی او هم در ابتدا چندین پلیس را به بدترین وجه می‌کشد و بعد کشته می‌شود و آنگاه مادرش به همپتون می‌گوید که فقط این اعمال او را ذکر نکنید، کارهای خوبش را هم بگویید!!

گره اصلی فیلم هم با نفوذ و خیانت یک سیاهپوست در میان جنبش سیاهان انجام می‌گیرد و اساسا اف‌بی‌آی توسط افراد زبون و حقیر سیاهپوست به داخل جنبش پلنگان سیاه رخنه می‌کند. به این ترتیب فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست» در واقع بدون آنکه حتی ترور ناجوانمردانه مالکوم ایکس و حتی مارتین لوتر کینگ (که در همان حوالی زمان فیلم اتفاق می‌افتد) را نشان دهد و ذره‌ای به آنچه طی همان سال‌های اواخر دهه ۱۹۶۰ بر سیاهپوستان آمریکا رفت را به تصویر بکشد، سرکشی و خشونت و آنارشی آنها را نشان می‌دهد، تا آنجا که در طرف پلیس و اف‌بی‌آی در شکار سیاهپوستان قرار می‌گیرد. البته در دیالوگ‌های همپتون و دوستانش به برخی از ظلم و ستم‌ها اشاره می‌شود که به دلیل تصویری نشدن آنها در حد یک ادعا باقی می‌ماند.

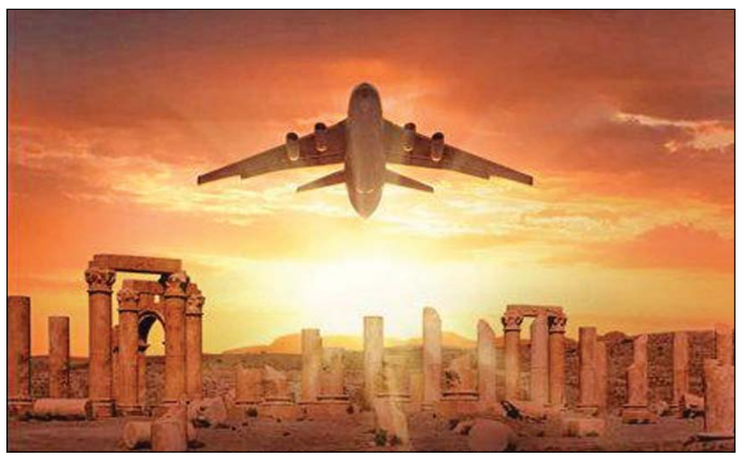
نمایش فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست» در اولین روز جشنواره ساندنس ۲۰۲۱ یعنی اول فوریه و نمایش آن از ۱۲ همین ماه و سپس قرار گرفتن این فیلم و به خصوص بازیگران نقش اول آن در میان لیست‌های مختلف برگزیدگان و نامزدهای فصل جوایز امسال، به خوبی روشن کرد که جنبش‌های اعتراضی ضد نژادپرستی سال ۲۰۲۰ در آمریکا، چه تاثیر بلافصلی برای ایجاد دومین تم امسال حلقات اسکار یعنی «سیاهپوست درجه ۲ یا ضدقهرمان»، داشته است.

چند فیلم مانند «مارینیز بلک باتم»، «چیزهای کوچک»، «شبی در میامی»، «محاکمه شیکاگو ۷»، «۵ هم خون» و همین فیلم «یهودا و مسیح سیاهپوست» که بعضا هم توسط فیلمسازان سیاهپوست ساخته شده‌اند، در میان فهرست‌های فصل جوایز، جایگاههای مهم و پرجایزه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند و با نگاهی نژادپرستانه نه تنها تظاهرات ضد نژادپرستی سال‌های اخیر آمریکا را لوث و بی‌خاصیت گردانده بلکه در کنار تم اول یعنی «زنان عصیانگر و فمینیست»، در واقع تجسم ایدئولوژی آمریکایی را در سینمای هالیوود کامل کرده‌اند.

یکی از چالش‌های سینمای ایران در سال‌های اخیر، حضور بین‌المللی بوده است؛ از یک طرف، ایران یکی از قطب‌های اصلی تولید فیلم در جهان است اما از طرفی، این ظرفیت در سطح بین‌المللی، فروغی ندارد؛ مگر حضور سبک خاصی از فیلم‌ها، از طیف محدودی از سینماگران در برخی از جشنواره‌ها. اما در اکران عمومی و برای مخاطب جهانی، هنوز جایی برای سینمای ایران گشوده نشده است. راهکار اصلی برای جهانی شدن سینمای ایران، تقویت سینمای راهبردی یا به اصطلاح استراتژیک است.

سینمای استراتژیک اصطلاح جدیدی است که در مباحث تحلیل فرهنگی و رسانه‌ای رواج یافته است. این نوع سینما را گرچه نمی‌توان یک ژانر دانست، اما یک جریان قابل شناسایی و آشکار در سینمای امروز دنیاست. منظور از سینمای استراتژیک، سلسله فیلم‌هایی است که از سوی یک کشور، جهت رسیدن به هدفی خاص در عرصه جهانی تولید می‌شوند. طوری که امروز بخش زیادی از آثار هالیوودی را می‌توان در این تعریف گنجاند. آنچه سینمای آمریکا را در راستای سیاست‌های دولت حاکم بر کشورش قرار داده، غلبه و تسلط «سینمای استراتژیک» در هالیوود است. این فیلم‌ها معمولا در پی ترغیب مخاطب‌های خود در اقصی نقاط جهان به پذیرفتن هژمونی آمریکا هستند. فیلم‌هایی که از مسیر ترویج و تلقین ایدئولوژی لیبرال سرمایه‌داری و نمایش اقتدار و حقانیت نظامی آن کشور و معرفی ایالات متحده به عنوان یگانه آرمان شهر رفاه و آزادی، نقش استراتژیک خود را بازی می‌کنند.

ریک آلتمن از اساتید دانشگاه پرینستن آمریکا درباره کارکردهای سیاسی و اقتصادی فیلم‌های آمریکایی در دیگر جوامع در یکی از کتاب هایش نوشته است: «... بیش از نیم قرن آثار سینمایی، نقش بزرگی در تحکیم و قوام جامعه آمریکایی و معرفی آن به دنیا داشتند. سینما به عنوان یکی از پرخرج‌ترین تولیدات، خصوصا در ژانرهایی که پیوند بیشتری با دیگر آداب و سنت‌های فرهنگی آمریکایی داشت، به طور مرتب برای تبلیغ اهداف فرهنگی و هنری و همچنین اقتصادی و اجتماعی سردمداران آمریکای پس از جنگ (که قصد نفوذ در جهان به عنوان استعمار نو در سر داشتند) به کار گرفته شد... فیلم‌های هالیوودی آنچنان نفوذی در زندگی روزمره جماعت عاشق سینما داشت که ناخودآگاه رسوم آمریکایی را در دیگر جوامع گسترش می‌داد... فیلم‌های هالیوودی همیشه نگاه‌ها را از معضلات عمیق جامعه بشری به دلمشغولی‌های جامعه آمریکایی سوق می‌دهد و به شکلی آرمان‌شهر فرهنگ یانکی‌ها را به تماشاگران ساده‌لوح حقنه می‌کند که آنها حتی در دورترین جوامع نسبت به آمریکا هم دغدغه‌های فرهنگی غربی را مسئله خود به حساب می‌آوردند. آنها قانع شدند که همچون قهرمانان همان فیلم‌ها زندگی کنند، لباس بپوشند و حتی موی سر خود را آرایش کنند که همه و همه در واقع تقلیدی از زندگی اسطوره‌ای آمریکایی بود و بس...»



این درحالی است که سینمای ایران هنوز نتوانسته چنین کارکردی را بیاید. بجز برخی فیلم‌ها که تاکنون حتی تعداد آنها به انگشتان یک دست هم نرسیده، ما فیلمی نداشته ایم که در دنیا نقشی استراتژیک داشته باشد.

نکته مهم این است که این نوع فیلم‌ها توان بازاریابی در فرامرزها را نیز دارند. مثل فیلم «به وقت شام» به کارگردانی ابراهیم حاتمی‌کیا که در کشورهای مختلفی به نمایش درآمد و استقبال نسبتا خوبی را به همراه داشت.

یکی از دلایل بی‌توجهی به سینمای استراتژیک، تعریف ناقص و غلط مدیران فرهنگی و سینمایی ما از این نوع فیلم‌هاست. از طرفی، بسیاری از اهالی سینما حضور در جشنواره‌های مختلف را با بین‌المللی بودن اشتباه گرفته‌اند. این درحالی است که نه فیلم‌های جشنواره‌ای ما قادر به تأثیرگذاری راهبردی برای کشورمان با اهدافی که نظام مد نظر دارد هستند و نه اینکه گستره مخاطبان جشنواره‌ها به حدی است که در معرفی ایران، موثر واقع شوند. سینمای استرتژیک به نوعی پاتک به جشنواره‌های ضدایرانی است.

متأسفانه طی ۴۰ سال اخیر، تنها منفذ ورود فیلم‌های ایرانی به عرصه بین‌الملل، جشنواره‌ها بوده‌اند. با این حال، جشنواره‌ها و جوایز خارجی، فقط به تعداد محدودی از فیلمسازها و آثار توجه می‌کنند. وقتی فهرست فیلم‌های پذیرفته شده در فستیوال‌ها و جوایزی که توسط سینماگران ایرانی در این رویدادها کسب شده را مرور می‌کنیم، تنها به چند اسم خاص و فیلم‌هایی بر می‌خوریم که اغلب، مضامینی مشترک و کلیشه‌ای دارند. این درحالی است که بخش قابل توجهی از سینماگران صاحب سبک ایرانی که دارای محبوبیت بالایی هم بین مردم هستند و آثار آنها به خاطر ویژگی‌های محتوایی و هنری درخشان است، به دلیل سیاست پیشگی جشنواره‌های خارجی کمتر بین مردم جهان شناخته شده‌اند.

در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی برای اولین بار در سطح جهان، جریانی از فیلمسازها ظهور کرد که آثار آنها به معنای واقعی کلمه، بازتاب دهنده اعتقادات، فرهنگ و انسان شناسی اسلامی-ایرانی بوده است. اما نمایندگان برجسته این جریان، به جز برخی استثناها هیچ گاه راهی به جهان باز نکردند. این درحالی است که کشورهای صاحب صنعت سینما، سینمایی بومی- بین‌المللی دارند. یعنی فیلم‌هایی که هم برای مخاطب داخلی خودشان ساخته می‌شوند، هم بازتاب دهنده فرهنگ آن‌هاست، هم منافع ملی آنها را مطالبه می‌کند و هم برای مخاطب جهانی جذابیت دارند. یعنی فیلم‌های آنها تعریف سینمای استراتژیک را در بر می‌گیرد. برخی از این نوع فیلم‌ها آثاری کم هزینه هستند و به طور مثال، موضوعی رمانتیک و خانوادگی دارند، اما همین فیلم‌ها هم چون سبک زندگی غربی را برجسته می‌سازند، در حوزه سینمای استراتژیک قرار می‌گیرند. این مفهوم را در بسیاری از فیلم‌های هالیوودی و بالیوودی در می‌یابیم. مردم کشور ما و خیلی دیگر از جوامع، این فیلم‌ها را با هدف تفریح و سرگرمی تماشا می‌کنند. هیچ کس یک فیلم هندی یا آمریکایی را تماشا نمی‌کند تا با مبانی تمدنی و ایدئولوژیک یا اهداف دیپلماتیک این کشورها آشنا شود؛ اما به طور غیرمستقیم، اغلب این فیلم‌ها، چنین اهدافی را به فکر و ذهن مخاطب خودشان تزریق می‌کنند.

قدم مهم در این زمینه، جایگزین کردن مردم و اکران عمومی در سطح کشورهای مختلف به جای جشنواره‌هاست. مشارکت دادن کشورهای همسو با ایران می‌تواند راهگشای اکران در آن کشورها باشد. همچنانکه طی سال‌های اخیر انیمیشن‌هایی چون «شاهزاده روم» و «فیلشاه» با همکاری گروه‌های فرهنگی در لبنان ساخته شده‌اند. این همبستگی باعث شده تا آثار مذکور در سینماهای کشورهای عربی به نمایش در بیاید. درباره سایر فیلم‌هایی که با رویکرد بین‌المللی و استراتژیک ساخته می‌شوند نیز باید راه‌های تازه تری برای راه یافتن به جوامع و توده‌های مردم در اقصی نقاط جهان پیدا کرد. تنها در این صورت است، که می‌توان به سینمای ایران لقب جهانی داد.

یکی از مشکلات بزرگ سینمای امروز ایران که از موانع اصلی قدرت گرفتن سینمای استراتژیک در آن شده، شیفتگی در مقابل سینمای غرب است. آن هم در شرایطی که خود غربی‌ها تعارف را کنار گذاشته و در اوج سیاسی کاری و فعالیت ایدئولوژیک هستند. بدون تردید یکی از مهم‌ترین و بهترین راه‌ها برای ایجاد تحول در سینمای کشورمان، تقویت و پویایی سینمای استراتژیک است. جا دارد که برای این گونه آثار، حمایت‌های تبلیغاتی بیشتری صورت گیرد و تدابیری اتخاذ شود که مخاطبی حداکثری پیدا کنند. چنین سینمایی می‌تواند یخ هنر هفتم این مرز و بوم را بشکند که در این راه، علاوه‌بر سیاستگذاری اصولی و پویا توسط دولت، نهادهای نظامی و امنیتی نیز باید وارد عرصه شده و بخشی از بار را بر عهده بگیرند.

راه بازسازی حضور جهانی سینمای ایران

آرش فهیم

چه کسانی مخالف گاندو هستند؟!

پژمان کریمی

«گاندو» روایتگر بخشی از رشادت‌ها و مجاهدت‌های پاسدارانی است که شبانه روز در راه پاسداری و صیانت از امنیت و استقلال و بقای نظام جمهوری اسلامی تلاش می‌کنند.

تماشاگر این مجموعه به خوبی درمی‌یابد که با وجود دشمنان فراوان و دشمنی‌ها و تهدیدها چگونه و به چه بهایی کشور و نظام سیاسی کشورمان با ثبات و مقتدر، می‌درخشد. درمی‌یابد که دشمنان داخلی و خارجی چه ماهیتی دارند و با چه ابزاری در پی تعقیب خواسته‌ها و مطامع نامشروع هستند و چه معضلات و رنج‌هایی را در همه سطوح به مردم ایران تحمیل می‌کنند!

داستان‌های این مجموعه، جملگی برگرفته از پرونده‌های امنیتی و قضایی است و اغلب شخصیت‌های آن دارای مابه‌ازای بیرونی‌اند که بنا بر مصالح و ملاحظاتی با نام و چهره‌ای دیگر به نمایش گذاشته شده‌اند. در این اثر تلویزیونی، تماشاگر - برعکس آثار هالیوودی- شاهد نظامیان و ماموران اطلاعاتی و امنیتی تنومند و افسانه‌ای نیست.

تماشگر با صحنه‌های رویایی و دور از واقعیت و محصول جلوه‌های ویژه روبرو نمی‌شود. قهرمانان از جنس مردم عادی اما مسلح به سلاح باور و مقید به تکلیف‌اند. برتری‌ها و موفقیت‌های نظامی و اطلاعاتی این ماموران نه مانند رمبو و مانند آن؛ که مبتنی بر خرد و دلاوری برآمده از ایمان و حس تکلیف، شکل می‌گیرند.

گاندو تا اندازه‌ای موفق است که دشمنان داخلی و خارجی را برافروخته می‌سازد هرچند که این بدخواهان، مانند سفیر انگلیس در تهران - سایمون شرکلیف - بکوشند خود را خونسرد جلوه دهند و برای القای دروغ بودن مجموعه؛ در فضای مجازی ادعا کنند:« از گاندو لذت می‌برم»!

با پخش گاندو، چنانکه پیش‌بینی می‌شد؛ پادوهای رسانه‌ای - در بستر مطبوعات و خبرگزاری‌ها و فضای عفن مجازی- شروع به هیاهو کردند و در پوشش حمایت از دولت دوازدهم، به مجموعه تاختند.

برخی مانند وزیر خارجه-محمدجواد ظریف-اثر یادشده را سراسر دروغ توصیف کرد و برخی هم به بهانه‌هایی چون «رویکرد ضد اصلاحات» تاختند و هتاکی نمودند.



وی و برخی عناصر نفوذی در تیم هسته‌ای کشورمان! عناصری که اخبار و اطلاعات لازم درخصوص فعالیت و مهاجمان هتاک در واقع مستندات امنیتی و قضایی را به شکلی وقیحانه کتمان می‌کردند.

در حالی که بخشی از همین مستندات، پیشتر در سطح رسانه‌ها منتشر شده بود. مثل بازداشت برخی افراد منتسب به شخص رئیس‌جمهور دوازدهم ، معاون تصمیم‌های مهم هسته‌ای را بی‌شرمانه، در کف دست دشمن قرار می‌دادند.

حالا جای پرسش نیست که، آیا برخورد با مفسدین و جاسوسان و خیانتکاران را براحتی می‌توان در پوشش «رویکرد جناحی و گروهی» تحریف نمود و به تحمیق مخاطب دل سپرد؟ قطعا خیر...! به قطع و یقین؛ برخی رسانه‌های داخلی مهاجم و سیاسیون ایستاده در پشت سر آنان؛ به کل؛ رویکرد و دغدغه گروه و جناحی ندارند. اگر چه هم، ممکن است تابلوی یک حزب و جناح را هم بر سر دست گرفته‌اند. آن «برخی» بی‌تردید پیاده نظام و پادوهای دشمنان‌اند. اینان؛ برای تصحیح ذهن مردم نسبت به ام آی سیکس و دولت فخیمه انگلیس(!)؛ مسئله و موضوع گاندو را به مسائل و آدم‌های داخلی و جناح‌های سیاسی درون مرزی تقلیل می‌دهند.

اینان بواقع؛ پادوهای دشمن‌اند که در گاه ضرورت، به میدان می‌آیند و در نقش وکیل مدافع پنهان دستگاه‌های اطلاعاتی و امنیتی اجنبی ظاهر می‌شوند.

این مدافعان اگر چه سزاوار برخورد امیتی و قضایی‌اند اما پاسخی بهتر و برخوردی کاری‌تر هم وجود داد: ادامه گاندو و ادامه رسوایی خائنان به دین و میهن!...شناخت مخالفان گاندو در واقع شناخت خائنان است!

مماس بر شانه‌های تخم‌مرغ

حامد مظفری

در یک سال ونیم پساکرونا و با تعطیلی سینما تولید سریال برای پلتفرم‌ها رونق گرفته ولی در مسیری انحرافی نوعی دروغ‌پردازی تبلیغاتی حول اغلب سریال‌ها شکل گرفته.

در کارزار تبلیغاتی موجود تا می‌بینیم، حلوا حلوا کردن محصولات است و بالا بردن منزلت کم سوادترین سازندگان تا حد استنلی کوبریک! این دروغ‌های شیرین(!) پیشتر و در جریان اکران سینما هم بود ولی بعد از رسوخ کرونا و تزلزل اقتصادی جماعت منتقد ده برابر شد.

کار به جایی رسیده که بلافاصله بعد از عرضه اولین قسمت یک سریال میانه یا ضعیف آن را تا حد یک شاهکار بالا می‌برند و انگاری که اولین قسمت همان آخرین قسمت است که بشود برمبنایش کلیت را سنجید.

اقتصاد بحران زده فرهنگ توجیه خوبی برای این نوع تبلیغات کذب است ولی آخرش چه خواهد شد؟ بالاخره که سریال دیده می‌شود و مخاطب هم خیلی راحت عیار کار دستش می‌آید پس چه کاریست این بمباران تبلیغاتی دروغین؟

تبلیغ برای هر محصولی نه تنها امر بدی نیست که



اتفاقا تبلیغ درست می‌تواند باعث حسن نیت مخاطب شود. تولیدکنندگان یک سریال اگر به جای کذب نگاری درباره یک محصول واقعیات همان محصول را پروپاگاندا کنند به مراتب مفیدتر خواهد بود. سخن گفتن از درخشش فلان بازیگر در سریالی که هنرور مسلط‌تر از بازیگر اصلیست همچون فروختن دوشاب به قیمت دوغ است.

حرف زدن از پیچش‌های دراماتیک سریالی الگوبردار از محصولات نازل ترک فقط و فقط تحمیق مخاطب است. انتشار تصاویر و پوسترهای مکش مرگ ما از بازیگران زن فلان سریال فقط به درد مدخل سازی برای تماشای سریال می‌خورد وگرنه پس از تماشای سریال و سنجش کیفیت نازل آن نه آن پوستر به کار می‌آید و نه آن تصویر.

اگر دیروز با پر کردن یک خیابان مرکزی شهر از بیلبوردهای یک سریال می‌شد محرک مخاطب شد این روزها سراسر پایتخت را که بیلبورد هوا کنید نهایتا یک یا دو قسمت کارکرد دارد و نه بیشتر.

فقط برای تماشا و احیانا صرف پاپ کورن تولید شده نباید ژست تبلیغاتی اثر جریان ساز بگیرد؟ اینکه دکوپاژت گنج قارونی باشد و سفارش مدیحه سرایی در حد «خون به پا خواهد شد» را می‌دهند فقط و فقط مسکنی است برای تسکین چندساعته درد.

دروغگویی تبلیغاتی به مخاطب مانند مسکنی است که مخاطب را یک یا دو قسمت به سمت سریال می‌آورد ولی درنهایت مخاطب ممکن است چنان زده شود از سریال‌های خانگی که دیگر حتی تبلیغات راستین سریال‌های کیفی را قبول نکند. نتیجه چه خواهد شد؟ عدم اقبال به سریال‌های بعدی و در درازمدت ورشکستگی پلتفرم‌هایی که این سال‌ها با ترافیک اینترنت مصرفی توسط مشترکان حسابی پروار شده‌اند ولی از تجربه تاریخی بیخ گوششان که شکست تله‌فیلم‌سازی است درس نمی‌گیرند.

زمانی نه چندان دور بازار تله‌فیلم‌سازی موسوم به شانه تخم مرغی آن قدر داغ شده بود که تا هفته‌ای چند تلفیلم عرضه می‌شد ولی افت کیفیت تدریجی این محصولات کار را به جایی رساند که حالا حتی محصولات سینمایی هم وقتی در شبکه خانگی توزیع می‌شوند مشتری چندانی ندارند.

دروغگویی در تبلیغات سریال‌ها و وارونه نشان دادن حقیقت کیفی یک سریال هم دیر یا زود این صنعت نیم بند را به سمت ورشکستگی می‌برد ولی نباید گذاشت کار به ورشکستگی برسد. باید راهی تازه گشود و اطلاعات درست به بیننده درباره سریال‌ها دید و اتفاقا از نقدهای درست درباره سریال‌ها استقبال کرد.

روال عقب افتاده برخی پلتفرم‌ها که دوست ندارند جز تعریف و تمجید بشنوند چه کارکردی برای شبکه خانگی داشته! از کجا به کجا رسیده‌ایم؟ همین چند سال پیش یکی مثل داوود میرباقری برای شبکه خانگی سریال می‌ساخت ولی حالا چطور؟ کم تجربه یا بی‌تجربه‌ترین افراد انتخاب می‌شوند برای سریال سازی و از آن طرف در فاز تبلیغاتی حسابی هزینه می‌کنند برای شیرین جلوه دادن ماست تاریخ مصرف گذشته این جماعت! هر که هم راست نگاری کند آماج تهمت و تهدیدهای کودکانه قرار می‌گیرد بدون آنکه اصل حرفش مورد توجه قرار گیرد.

آخر چه کاریست که سرنا را برعکس می‌نوازند؟ اگر به جای صرف هزینه بر تبلیغات به سمت هزینه کردن بر جذب کارگردانان و سناریست‌های توانا بروند قطعا کیفیت سریال‌ها آن قدر بالا می‌رود که بی‌نیاز از انبوه تبلیغات مورد توجه مخاطبان قرار گیرند. آیا پلتفرم‌های وی.او.دی آن قدر نبوغ دارند که پیش از افتادن در چاه ویل شانه تخم مرغی سازان تغییر رویه دهند و هزینه را صرف اموری کنند که اهم است؟

نگاهی به برنامه «چراغ»

یک فهرست پیشنهادی لذیذ برای دختران جوان

مهدیه رسولی

«چراغ» عنوان برنامه‌ای اجتماعی و فرهنگی است که از شبکه پنج سیما روی آنتن می‌رود. برنامه‌ای که تجربیات جدید در ترویج ارزش‌های فرهنگی را در دسترس مردم قرار می‌دهد و به نوعی، نحوه ارتباط با نسل جوان برای انتقال فرهنگ را با مخاطب، درمیان می‌گذارد. شاید انتخاب موضوعات ارزشی مانند «حجاب» برای ساخت برنامه‌ای جذاب و مخاطب پسند، در نگاه اول پیچیده به نظر برسد. چون همیشه انتخاب قالب نامتناسب برای طرح چنین موضوعاتی، ممکن است به نتیجه‌ای ختم شود که در شأن موضوع نباشد و یا دچار شعارزدگی شود. اما برنامه «چراغ» روش و قالبی را برای این موضوع برگزیده که هم دارای جاذبه است و مخاطب جوان و نوجوان را نیز پای خود می‌نشاند و هم اینکه شأن موضوع، بدون افتادن به ورطه شعارزدگی، حفظ شده است. به این ترتیب که در این برنامه، ماجراها و خاطرات فعالان فرهنگی که یا خود تحت تأثیر اتفاقاتی، چادری شده‌اند و یا دیگران را به این پوشش تشویق و ترغیب کرده‌اند، تعریف می‌شود.

به نظر می‌رسد که آن بخش‌هایی که به بانوانی که قبلا پوشش مناسبی نداشتند اما خود به درک تازه‌ای از مفهوم و زیبایی حجاب رسیدند، جذابیت و تأثیر بیشتری داشته باشد.

مشابه این بخش‌ها قبلا در برنامه دیگری با عنوان «از لاک جیغ تا خدا» هم به نمایش درآمده بود، اما در اینجا، زنان گرویده به حجاب برتر، خودشان نیز در روند تبلیغ فرهنگ و ارزش‌ها قرار گرفته‌اند. شنیدن تجربه تغییر هویت ظاهری این افراد در فضایی گرم و صمیمانه هم نوعی لذت روایی و معنوی را به مخاطب می‌چشاند و هم اینکه موجب افزایش آگاهی او می‌شود. یکی از دخترها در این باره می‌گفت: «این صحبت‌ها مثل این می‌ماند که ما به یک رستوران رفته و غذایی بسیار لذیذ را با قیمتی اندک میل کرده‌ایم، حالا حیفمان می‌آید که آن را به دوستانمان پیشنهاد ندهیم.» یعنی دست‌اندرکاران برنامه «چراغ» راه درستی را انتخاب کرده‌اند. آنها به جای روش‌های خشک و امتحان پس داده، به سمت انتقال ارزش‌های فرهنگی از طریق تجربه افرادی که به درک درست و عمیقی از این ارزش‌ها دست پیدا کرده‌اند، رفته و از زبان آنها زیبایی یک امر مقدس را به دیگران اعلان می‌کنند. اینکه جوانانی ره یافته به مسیر روشنایی با همان لحن و بیان هم سالانشان از لذت چادری بودن صحبت می‌کنند، قطعا تأثیر بهتری بر مخاطب خواهد داشت.

همچنین در این برنامه تجربه الگوهای موفق برخی از کانون‌ها یا گروه‌های فرهنگی در ترویج حجاب مطرح می‌گردد. مصطفی هیودی، تهیه‌کننده برنامه «چراغ» می‌گوید: «ما تجربه‌های موفقی را که افراد مختلف اعم از پژوهشگر، نویسنده و فعالان فرهنگی در این حوزه داشته‌اند در برنامه معرفی می‌کنیم و در هر قسمت با یکی از آنها گپ می‌زنیم.» در این قسمت‌ها نیز، فعالان فرهنگی موفق در زمینه ترویج حجاب می‌گفتند که بسیاری از نوجوانان آگاهی لازم درباره حجاب و ارزش‌های اسلامی را نمی‌دانند و وقتی واقعیت اسلام را با زبان خوش و لحن زیبا و رفتار خوب برای آنها می‌گوییم، آنها به حجاب و عفاف علاقه مند می‌شوند.

یکی از بانوان حاضر در این برنامه نیز این گونه تعبیر می‌کند که ما در دوران دفاع مقدس با دستان خالی و امکانات کم به پیروزی رسیدیم و امروز هم در جنگ نرم ، با تلاش و خلاقیت به نتیجه لازم دست می‌یابیم.

حتی تیتراژ آغازین برنامه نیز شکل و شمایلی هنرمندانه و جوان پسند دارد. تیتراژ، نقش ویترین برنامه را دارد و هر چه غنی‌تر و زیباتر ساخته شود، احتمال اینکه مخاطب بیشتری تماشای برنامه را ادامه دهد بالاتر می‌رود.

دکور و چیدمان صحنه برنامه نیز چشم نواز است. دکوری که بیشتر با ابزارهایی چون کتابخانه، گلدان، لامپ و... تزیین شده است و به این طریق، هم به گرم شدن فضای برنامه کمک کرده و هم بار فرهنگی آن را افزایش داده است.

