

۲ هزار میلیارد تومان و با این پول می‌شود حدود ۴۰۰ فیلم سینمایی در ایران ساخت!

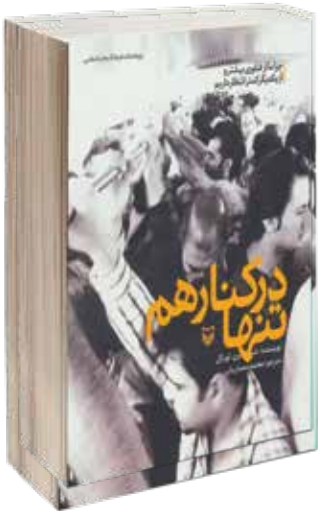
حالا که ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که همه چیز با پول سبک‌وسنگین می‌شود و با وجود همه پزهای روشنفکری و تجمل‌ستیزی، بیشتر افراد همدیگر را با اوراق بهادار برانداز می‌کنند، آیا این مقایسه‌ آماری که کردیم به این معنی است که ارزش ویدئوهای ۱۵ ثانیه‌ای در یوتیوب به اندازه ۴۰۰ فیلم سینمایی ایرانی است؟! فارغ از این که بگویید بله که مهم‌تر است! امروز عصر شبکه‌های اجتماعی است! یا این که دادتان بلند شود که وای به‌حال هنر! چرا باید چنین مقایسه‌ای بین آثار هنری سینما و ویدئوهای کاربران یک شبکه اجتماعی انجام شود، فارغ از این که جواب‌تان به این سوال چه

اولین بار که واردش شدیم، شاید نمی‌دانستیم یک‌روز قرار است تفریح اصلی خیلی‌هایمان گشت‌وگذار در آن شود. شاید نمی‌دانستیم یک‌روز می‌رسد که عده‌ای برای به‌شهرت‌رسیدن در این نرم‌افزار مجازی، حاضر به انجام هرگونه هنجارشکنی می‌شوند. نمی‌دانستیم از دل این دنیای تصاویر و متن‌های دنباله‌اش، یک بازار بی‌رقیب مجازی به وجود می‌آید. اما خیلی زود و تنها پس از



علی غنی  
شاعر، نویسنده و کتایفروشی که هنوز کتاب را به اینستاگرام ترجیح می‌دهد

چند هفته، ماهیت جدی‌اش خیلی از کاربران روشن شد. پس از شناخت این ماهیت، بسیاری از کاربران تفریحی هم برای سر زبان افتادن و به‌اصطلاح آن‌طرف‌ها (ترند شدن)، خودشان را به آب‌وتش زدند و هرکدام با هرچه در چنته داشتند، درصد مطرح‌کردن خود برآمدند. این هفته در روایت کاغذی به بررسی دو کتاب درباره چگونگی فراگیر شدن اینستاگرام و رشد بی‌سابقه اینستاگرام‌های حرفه‌ای یا همان به‌اصطلاح «شاخ‌های اینستاگرامی» و چگونگی مواجهه فردی و اجتماعی با چالش‌های مجازی می‌پردازیم.



#### ۱. این است گرام

کتاب «این است گرام» که به کوشش مصطفی امینی‌خواه و توسط نشر معارف به چاپ رسیده است، به دنبال شناساندن شبکه اجتماعی اینستاگرام به مخاطبان خود بوده و به‌طور مفصل و نسبتاً عادلانه، تهدیدها و فرصت‌های اینستاگرام و اینستاگرامر بودن را بررسی می‌کند. در ابتدای کتاب، نویسنده از مزایا و معایب اینستا سخن می‌گوید و سپس با بررسی تأثیرات روانی و احساسی آن بر جامعه و خصوصا جوانان،

باشد باید بگوییم مهم «سوال» است که مطرح است. حالا شما هر چقدر هم بدوید به دنبال جواب که ثابت کنید برای درآمدزایی از هنر باید اثر فاخر سینمایی ساخت نه ویدئوهای ۱۵ ثانیه‌ای، مردم و مخاطبان سوالی که مطرح است را می‌بینند و با معیارهایی که مطرح است، می‌سنجند. در دنیایی که ما در آن زندگی می‌کنیم قدرت‌های جدیدی به نام پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی به تاج‌وتخت رسیده‌اند که بالا برویم یا پایین بیاییم حرف اول و آخر را در اذهان عمومی آنها می‌زنند. تاج‌داران جدیدی که آنقدر قدرت دارند که می‌توانند حق حرف‌زدن را از دونالد ترامپ هم بگیرند و به هر که دوست دارند حق مضاعف بدهند. حالا در چنین شرایطی و با چنین قدرتی که این شبکه‌ها دارند، تزریق پول از طرف شرکت‌های مالک و تبلیغات

#### کتاب‌ها از فضای مجازی و چالش‌ها و فرصت‌های آن چه می‌گویند؟

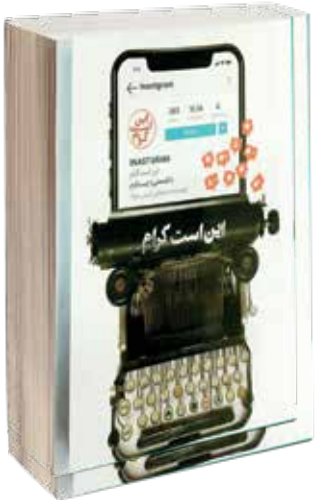
## با همان تنه‌ایان

نیمه تاریک این شبکه را به خواننده می‌نمایاند. و در نهایت با نگاهی جامعه‌شناسانه و روانکاوانه به فرصت‌های به‌وجودآمده در اثر ظهور این نرم‌افزار، سخن را به پایان می‌برد. اگر به دنبال یک کتاب جامع در معرفی اینستاگرام می‌گردید، این است گرام می‌تواند از بهترین گزینه‌ها باشد.

#### ۲. تنه‌ادر کنار هم

این کتاب که نوشته شری تورکل بوده و توسط محمد معماریان ترجمه شده است، با نگاهی نسبتا نو و از زاویه‌ای متفاوت به فناوری‌ها در حوزه رسانه نگریسته است. درواقع نویسنده در این کتاب کوشیده است ضمن نگاه متصفانه به مزایای سهل‌شدن ارتباط بشری و جذابیت‌های فزاینده‌ای که این‌گونه فناوری‌ها یا خود به همراه داشته است، به نکته‌ای فراموش‌شده در جوامع امروزی اشاره کند که در ارزیابی مدرنیسم و جذابیت‌های رسانه‌ای‌اش، هر انسانی را به تأمل وامی‌دارد. نویسنده از ابتدا سعی دارد به مخاطب یادآوری کند که در گذشته برای ارتباط با انسان‌های دیگر و خصوصا

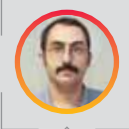
نزدیکانش، چقدر تلاش می‌کرده و این سعی همواره برایش شیرینی خاصی داشته است. اما در حال حاضر با پیشرفت چشمگیر علم وفناوری رسانه‌ای، گویا چندی است قدر و ارزش واقعی ارتباط انسان‌ها با هم، آن‌گونه که در گذشته بوده، به فراموشی سپرده شده است و این راحت‌الوصول شدن ارتباط آدم‌ها در هرکجای دنیا با هم، موجب پیش‌پاافتاده‌شدن آن شده است. در انتهای کتاب با آوردن مثال‌هایی به نتیجه‌گیری نهایی که همان «کم‌اهمیت شدن رابطه و تعامل بشری بر اثر راحت‌شدن این ارتباط» بوده است، می‌رسد. این کتاب اخیرا به همت انتشارات سوره مهر به چاپ رسیده است.



#### «شبکه اجتماعی»، فیلمی که زندگی خالق شبکه اجتماعی را روایت می‌کند

## جاست فرند!

همه چیز از یک شکست عشقی شروع شد، ماجرای تاسیس فیس‌بوک را می‌گوییم. دست کم روایت سینمایی‌اش که این طوری بود و بیشتر به کار یک فیلم درام می‌آمد. اگر کمی به عقب‌تر برگردیم، به کتاب «میلیاردهای اتفاقی» نوشته بن‌مزیک می‌رسیم که ماجرای کشمن‌های تاسیس فیس‌بوک و جلسات دادگاه بنیانگذارانش از جمله چهره و متهم اصلی یعنی مارک زاکربگ را قلمی کرده‌بود. موفقیت این کتاب و محبوبیت فیس‌بوک، به عنوان یک شبکه‌اجتماعی پرنفوذ و قدرتمند سال ۲۰۰۹، بلافاصله شاخک‌های سینما را تیز کرد که مدام چنین ماجراها و سوزنه‌های داغ را بو می‌کشند. آرون سورکین که تا آن موقع فیلمنامه آثاری مثل چند مرد خوب، رئیس‌جمهور آمریکا و جنگ چارلی ویلسون را نوشته‌بود و بعد هم فیلمنامه مانیبال و استیو جابز (یک نابغه و چهره تأثیرگذار دیگر) را و بعدتر هم فیلم‌هایی چون بازی مالی و دادگاه شیکاگوهفت را ساخت، پشت کیبورد قرار گرفت و قصه مبتنی بر واقعیت مزریک را تبدیل به فیلمنامه‌ای با روایت غیرخطی کرد. فیلم را هم دیوید فینچر کارگردانی کرد که استاد درام‌های معمایی است و با درک درست از شخصیت اصلی قصه و تأثیر او در جهان واقعی و اشراف به زیر و بم فیلمنامه، اثری خوش ضربه‌انگ و ماجراجویانه ساخت و تصویر جذابی از پشت‌پرده شکل‌گیری فیس‌بوک ارائه کرد. یکی از نکات جالب درباره شبکه‌اجتماعی، حضور کوین اسپیسبی، دوست فینچر به عنوان یکی از تهیه‌کننده‌های فیلم بود که آن زمان هنوز خبری از رسوایی و اتهامات سال‌های اخیرش نبود. عجیب این‌که همین شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک هستند که نقش مهمی در دست به دست شدن اخبار رسوایی اسپیسبی و علنی‌تر شدن دیگر اتهامات و شکل‌گیری هشتگ‌ها و جنبش‌های اجتماعی دیگر دارند. نکته جالب دیگر این‌که سازندگان فیلم، برای ساخت شبکه‌اجتماعی، اصلا سراغ خود زاکربگ و دیگر شرکای او همچون اوداردو ساورین نرفتند و آنها هیچ‌گونه همکاری با پروژه نداشتند. شاید یکی از دلایل این همکاری نکردن، اظهارنظر زاکربگ بود که تمایل نداشت دست‌کم تا وقتی که زنده است- فیلمی درباره او ساخته‌شود اما همان‌طور که انتظار می‌رفت، بعید بود سینما از چنین ظرفیت جذاب و شخصیت پرمجاری چون زاکربگ چشم‌پوشی کند. باز از نکات جالب اشاره دیگر به بازی جسی آیزنبرگ در نقش مارک زاکربگ می‌رسیم که عضو فیس‌بوک نیست و فقط برای بازی در نقش زاکربگ، مدتی را در فیس‌بوک گذراند. حالا دوباره برگردیم به آن ماجرای شکست عشقی که در فیلم، انگیزه‌ای جدی برای مارک می‌شود تا به ایده فیس‌بوک به عنوان یک شبکه‌اجتماعی فراگیر برسد. با این‌که ظاهر واقعیت تاسیس فیس‌بوک و انگیزه‌های بنیانگذاران آن، چندان منطبق با قصه نبود اما بحث ازلی و ابدی تنهایی انسان و چاره‌اندیشی برای فرار از آن به بهانه ایده زاکربگ، به خوبی در قالب قصه‌ای جذاب و دراماتیک طرح می‌شود. سینمایی فیس‌بوک، می‌تواند حکایت شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی دیگر هم باشد. این‌که آدمی برای التیام درد بی‌دوستی در دنیای واقعی، به جهان مجازی پناه می‌برد. فارغ از نیت خیر احتمالی تاسیس شبکه‌های اجتماعی چون فیس‌بوک، تبعات منفی پناه‌بردن به آنها هم خیلی زود و تقریباً از ابتدای شکل‌گیری خودش را نشان داد و چه خوندنمایی‌ها و چه چشم و هم‌چشمی‌ها و چه طلاق‌ها و چه بدهای دیگری که در آن رخ نمی‌دهد. از فیلم فینچر، نکیه‌گاه نامطمئن و پایه لغزان شبکه(های) اجتماعی هم استنباط می‌شود. این‌که فارغ از آزادی، فیلترینگ یا بهره‌مندی فیلترشکنانه و «دسترسی به بازمانی فراخوانده‌شده امکان‌پذیر نمی‌باشد!»، نباید در چنین فضاهایی به دوستی عمیق و درست و درمان و نظرات دقیق و صائب و کارشناسانه دل بست و ارسال هر ریکوئست و درخواست دوستی، پاسخگوی قطعی تنهایی انسان معاصر نیست.

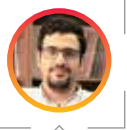


علی رستگار  
روزنامه‌نگاری که معتقد است جای نوشتن از سینما روی کاغذ روزنامه است، نه شبکه‌های اجتماعی



#### احمد آذرسا توضیح می‌دهد که چرا آرزوی بچه‌هایمان از خلبان و پلیس شدن به شاخ مجازی شدن تغییر پیدا کرده‌است؟

## سندرم چشم بی‌قرار



احمد آذرسا  
کارشناس رسانه‌ها و از مدیران ساترا که تلاش می‌کند مردم بدانند نت‌وندی هم مثل شهروندی آداب دارد

قدیم‌ترها یعنی دوران دایناسورهای دهه شصتی یعنی زمانی که گوشی‌های موبایل هوشمند هنوز نبودند وقتی از ما می‌پرسیدند دوست داری چه کاره بشوی؟ می‌گفتیم خلبان، پلیس، دکتر، آتش‌نشان، فوتبالیست، بازیگر، خواننده، مهندس، معلم یا دانشمند که البته رشته و حوزه‌اش چندان اهمیتی نداشت. یعنی دانشمند هر چیزی! مثلا دانشمند چشیدن کرم کارامل هم اگر به پوشیدن یک دست کت و شلوار و یک عینک کانوچویی گرد منجر می‌شد و یک منشی و یک عده دانشجو که جلوی ما بلند شوند، برای ما یک شغل ایده‌آل بود. فقط کافی بود شب قبل یک فیلمی دیده باشیم که در آن یک شخصیت ما را جذب خودش کرده باشد. (اگر الان بروید از پارکراف بعدی شروع کنید چیزی را از دست نخواهید داد) چند روز پیش از پسر دوستم که هنوز مدرسه نرفته است پرسیدم دوست داری چه کاره شوی؟ شما فکر می‌کنید چه جوابی به من داد؟ (انگار برقتید و دارید همین پارکراف را ادامه می‌دهید). فکر می‌کنید راست راست تو چشم‌های من زل زد و گفت می‌خواهد چه کاره شود؟ بله! گفت می‌خواهد شاخ اینستاگرام بشود. گفت می‌خواهد یک صفحه بزند و کلی فالوئر داشته باشد و لایو بگذارد. خیلی دوست داشت وقتی را که کنار لایو قلب‌ها می‌رقصدند و می‌روند بالا. آیا این یک اتفاق ناگوار است و ما باید خودمان را از تیرهای سیمانی چراغ برق آویزان کنیم و فاتحه نسل بعد را بخوانیم؟ پر واضح است که خیر! بیایید به این فکر کنیم که ما بر اساس چه معیارهایی شغل انتخاب می‌کنیم. کسب درآمد، رفاه، شأن اجتماعی و از همین چیزها اما یک چیز خیلی مهمی وجود دارد که در انتخاب ما مؤثر است و آن کسب شهرت است. ما دوست داریم دیده شویم. دوست داریم خوب دیده شویم. دوست داریم آدم‌ها ما را با انگشت نشان دهند یا در فضای مجازی با انگشت لایک کنند! تا حالا به این فکر کرده‌اید که چرا ما زندگی افراد مشهور را دنبال می‌کنیم؟ یکی از دلایلش این است که ما از سرک کشیدن در زندگی دیگران لذت می‌بریم. این اصلا به زندگی سلبریتی‌ها ربطی ندارد. ما به طور کلی دوست داریم یواشکی خانه همسایه را دید بزنیم! حتی برخی‌ها می‌گویند علت این که ما قصه شنیدن را دوست داریم و رمان می‌خوانیم یا فیلم می‌بینیم این است که از سرک کشیدن در زندگی دیگران بدون این که آنها بدانند لذت می‌بریم اما چرا سعی می‌کنیم مثل سلبریتی‌ها لباس بپوشیم، حرف بزنیم، راه برویم و موهایمان را شبیه آنها درست کنیم حتی اگر خیلی مضحک باشد؟ این یک دلیل مهم دارد که یکی از اصلی‌ترین دلایلی هم است که چرا ما زندگی سلبریتی‌ها را دنبال می‌کنیم، ما میل بسیاری داریم که مشهور شویم.

آن دو باتن (فیلسوف زندگی)، جایی می‌نویسد که ما زندگی افراد مشهور را دنبال می‌کنیم چون خود ما در باطن دوست داریم مشهور بشویم و فکر می‌کنیم با دنبال کردن زندگی آنها می‌توانیم یاد بگیریم چگونه به شهرت برسیم و این فقط به خاطر این نیست که افراد مشهور پولدار هستند و در رفاهند و هر چه می‌خواهند می‌توانند بخرند. نه! بلکه به خاطر این است که به آدم‌های مشهور احترام ویژه‌ای گذاشته می‌شود و همه ما به دنبال آن احترام ویژه هستیم. یعنی ما خیلی از کارهایی که می‌کنیم به خاطر رسیدن به آن احترام ویژه لعنتی است. راستش را بخواید تا حدود زیادی این حرف درست است چه در گذشته‌ها که نسل‌های خیلی قبل‌تر دوست داشتند کارهای در دربار شوند و موسیقی و تئاتر، مطربی و مسخرگی بود تا نسل‌های کمی متاخر که می‌خواستند هنرمند فاخری بشوند و پرده‌های آواز را یکی یکی بزدند و موسیقی مطربی و مسخرگی نبود ولی استعدادی می‌خواست و چه حالا که امروزی‌ها و فردایی‌ها نیاز به استعداد ذاتی و پروراندن آن ندارند و خیلی دوست دارند شاخ مجازی شوند. این هم به خاطر این است که در درون‌مان دوست داریم مشهور بشویم چون پولدار می‌شویم، در رفاه هستیم و مورد احترام تعداد زیادی آدم خواهیم بود. (حتی این پاراگراف هم که گفتم بخوانید خیلی مهم نبود).

احتمالا شما هم تصدیق می‌کنید که این خیلی خوب است که ما به خاطر کسب احترام و توجه دیگران تلاش کنیم و سلبریتی شویم. بله ما شما هم عقیده‌ام اما این اتفاق این روزها به شکل دیگری در حال افتادن است. این ماجرا ربطی به ایران و کشورهای جهان سوم و چهارم و پنجم ندارد. این اتفاق در زیست بوم مجازی در حال افتادن است. ما در دنیای واقعی شهروند یا citizen و در دنیای مجازی نیز نت‌وند یا netizen هستیم که قاعده‌های خودش را دارد. وقتی نت‌وسلبریتی‌ها به خاطر سبک زندگی فانتزی و عجیب و غریب یا به صرف داشتن برجستگی‌هایی که از ویژگی‌های بارزشان است! فالوئرهای میلیونی دارند، به این معنی است که برای مشهور شدن، کسب درآمد و در بهترین حالت کسب آن احترام ویژه نیاز نیست که مهارت ویژه‌ای مثل تخصص مغز و اعصاب داشته باشید یا کاهنامه راه شیری را به صورت منظوم نوشته باشید (اگر حوصله‌تان سر رفته می‌توانید به خواندن ادامه ندهید و بروید اینستاگرام چک کنید). فقط کافی است یک استعداد ساده را مثل تقلید صدا به کار بگیرید، که البته این هنر است و در فیلم هیچ‌کاک به دنبال عباس بوعزرا! بگردید و در نهایت اگر دیدید استعداد ویژه‌ای ندارید سعی کنید فقط ویژه‌اش را داشته باشید و یک جوری یک تفاوت بفروشید. موهایتان را قرمز کنید و یک استوری با خروس‌ها بگذارید یا یک پیرهن نازک به تن کنید و در مورد مسائل خاک برسری که آدم‌ها در پستوی خانه‌شان به آن فکر می‌کنند در لایو به صورت زنده و کاملا زنگی صحبت کنید که البته خیلی تکراری شده‌است و از این دست کارها و بعدش نیاز به استعداد و صحنه تئاتر و اینها هم نیست. صحنه و تماشاگر کاملا فراهم است. یک گوشی هوشمند کافی است و حالا شما یک نت‌وسلبرینی بالقوه هستید. البته به این راحتی‌ها هم نیست مخاطبان این روزها دیگر به راحتی به هر چیزی یا نمی‌دهند و باید کار ویژه‌تری انجام دهید مخاطب امروز چیز ویژه جدید می‌خواهد انکار او دچار سندرم چشم بی‌قرار شده است همه‌اش به دنبال یک چیز جدید است و مدام انگشتش را از بالای صفحه به پایین می‌کشد تا صفحه تازه شود و چیزی جدید ببیند اما میل ما به شهرت هم بی‌پایان است.