



۷

## مرکز صبا بزرگ‌ترین سفارش‌دهنده پویانمایی کشور

احضار کودک ۳ ساله فلسطینی برای بازجویی

۸

بیش از ۵۰ شهید و مجروح در گلوله باران توپخانه‌ای ائتلاف متجاوز عربستان

## روز سرخ صعه



۸

رسانه

چهارشنبه ۹ مرداد ۱۳۹۸ :: شماره ۵۴۴۵



صندلی داغ



یادداشت: رسول نجفیان

بازیگر

### ضرورت‌ها را بشناسیم

❏ لازم است در سریال‌سازی، ضرورت‌های جامعه و نیازهای مردم همان‌طور که هست و نه آن‌طور که مدیران دوست دارند، بازنمایی شود. همان‌طور که در مناسبت‌های تاریخی - مذهبی به دنبال چنین جدول‌پخش متناسب با ضرورت‌های مناسبت‌ها می‌رویم در سریال‌سازی هم يك‌دم نباید از نیازهای جامعه غافل شویم. جامعه‌ای که ضرورت‌های خود را در رسانه ملی ببیند هرگز به دامن ماهواره و رسانه‌های معاند نخواهد رفت. زمانی در همین کشور مجله طنزی داشتیم که به صورت هفتگی با مشکلات و حتی مدیران شوخی‌های گزنده می‌کرد و همین باعث حل برخی مشکلات می‌شد. الان هم که رسانه‌های تصویری بخش عمده سبد سرگرمی مخاطبان را به خود اختصاص داده‌اند لازم است رسانه ملی پیش‌تاز بازتاب خواسته‌های مردم باشد. رسانه‌ای که مردم را داشته باشد، می‌تواند حتی از وابستگی مالی به بخش دولتی هم بی‌نیاز شود.

سریال‌سازی کار سختی نیست ولی ساختن سریال‌های روزآمد که گره از مشکلات مردم بگشاید کاری است بسیار مهم و باید این نگاه در تهیه‌کنندگان تلویزیون نهادینه شود که حتی يك فضای فانتزی را هم با ایجاد ارتباط با مشکلات مردم جذاب و ملموس کنند. البته در ساخت سریال‌های روزآمد نباید به دام نگاه گزارشی موجود در روزنامه‌ها افتاد و باید در کنار مرور اتفاقات، حتما راهکارهای بنیادی برای حل مشکل را نیز طرح کرد تا هم مردمی که با مشکلات مواجه‌اند و هم مدیرانی که باید مشکلات را حل کنند از تماشای سریال سود ببرند. ❏

### «پیشاشو» جایزه

### صربستان را گرفت

جایزه ویژه هیات داوران بیست و هشتمین جشنواره فیلم‌های تلویزیونی و مردم‌شناسی کوزوووی صربستان به فیلم «پیشاشو» ساخته رضا مجلسی از ایران به خاطر غنای سینمایی و جست‌وخیز سرخوشانه و حیرت‌انگیز آن در روایت زندگی يك زن روستایی اهدا شده است. پیشاشو، مستندی آیینی است که به سفارش شبکه مستند تولید شده است. این مجموعه به زندگی روزمره سخت و پرتلاش يك زن سال‌خورده روستایی در گیلان در ماه رمضان می‌پردازد و سال گذشته توانست جایزه بزرگ جشنواره درخت زردآلوی ارمنستان را نیز از آن خود کند.



گزارش جام‌چم از سریال‌های در حال تولید تلویزیون

## آنچه در آینده خواهید دید

نمایی از پشت‌صحنه سریال آشوب/عکس: مهر

### پدیده‌ای به نام شهرت

شهرت به خودی خود نه‌تنها اتفاق بدی نیست بلکه این روزها بسیاری از جوانان در ایران و جهان خواستار آن هستند! شاید تا قبل از قرن ۲۰، نام آدم‌های مشهور در تاریخ بود و سیاست‌یون بیشترین شهرت را داشتند، اما از اوایل قرن بیستم و با ظهور رسانه و صنعت سینما داستان شکل دیگری به خود گرفت و پدیده‌ای نوین به نام «سلبریتی» شکل گرفت که تا پیش از آن، با زیر ذره‌بین بردن افراد مشهور هر جامعه در هر دوره تاریخی، می‌توانستیم به تصویری از ارزش‌ها و باورهای مورد قبول آن جامعه دست یابیم. اما از هنگام پیدایش رسانه که می‌توانست افراد را فارغ از توانمندی‌ها و فضايلت‌های آنان به شهرت برساند، این روند واژگون شد. همان‌طور که «دنیل بورستین»، تاریخ‌نگار آمریکایی می‌گوید: «سلبریتی‌ها نه به خاطر دستاوردهایشان، بلکه تنها به خاطر مشهور بودن‌شان سلبریتی می‌شوند.»

پس هیچ جای شگفتی نیست اگر تحقیقاتی به ما بگوید که از سال ۱۹۰۰ تا ۲۰۱۰، «توجه» مردم به بازیگران بیش از دو برابر شده است و حال آن‌که این توجه به نوبسندۀها، کارگردانان و دانشمندان از نصف هم کمتر شده است! البته که ذکر این نکته ضروری است که بنویسیم، منظور از سلبریتی در جامعه کنونی ما فقط بازیگر و نویسندۀ و کارگردان و ورزشکار نیست، بلکه منظور افرادی است که ما در بها دادن بیش از حد به آنها مقصر هستیم و کاری کرده‌ایم که از يك فرد معمولی به يك شاخ مجازی تبدیل شوند! این جمله شاید پرتنگ‌ترین جمله این گزارش باشد!

### يك نفر به جای همه!

سلبریتی‌ها در دنیای امروز ما که مراجع علمی و ادبی هیچ ارتباطی با مردم ندارند، جای سیاست‌دان‌ها و اقتصاددان‌ها، جامعه‌شناس‌ها و شاعران را گرفته‌اند. برای همین است که انگار آنان در عصر ما نقش مهمی برعهده دارند. شاید جالب باشد اگر بدانید نتایج تحقیقی در ایالات متحده نشان می‌دهد «سلبریتی» مورد علاقه يك نفر کم‌کم به یکی از اشخاص مهم زندگی او تبدیل می‌شود که در بخش قابل توجهی از زندگی روزمره، ذهن او را درگیر خود می‌کند و دیگر جایی برای موضوع‌های اصلی باقی نمی‌گذارد. در نتیجه کسانی که بیشترین علاقه را به سلبریتی‌ها دارند، همان کسانی هستند که کمترین دغدغه سیاسی و فرهنگی را دارند و با کمترین احتمال به شرایط جامعه خود اعتراض می‌کنند. به همین خاطر است که «جورج مونبیوت»، فعال سیاسی و روزنامه‌نگار بریتانیایی می‌گوید: «اگر می‌خواهی مردم بی‌دغدغه فرهنگ و هنر و سیاست باقی بمانند، روزی چند بار عکس «تیلور سوئیفت» را به آنان نشان بده!

### ماجرای تکراری يك پویش

بر همین اساس مدت زیادی است که مردم آمریکا و اروپا به پویشی با عنوان «احمق‌ها را معروف نکنیم» پیوسته‌اند. پویشی که از کاربران اینستاگرام خواسته است از دنبال کردن صفحات افرادی که هویت مشخصی ندارند و با به نمایش گذاشتن رفتار ناشایست در فضای مجازی مشهور شده‌اند، خودداری کنند. این پویش اجازه نمی‌دهد افراد با به نمایش گذاشتن هر گونه بی‌بند و باری، تبدیل به الگو شوند؛ اتفاقی که مدتی است در کشور ما هم به وقوع پیوسته است. کاربران ایرانی که به این پویش پیوسته‌اند، معتقدند: «برخی حتی ارزش ندارند شما تائیه‌ای وقت بگذارید و صفحه آنها را دنبال کنید. دنبال کردن و تایید آنها یعنی شما شخصیت‌تان به اندازه آنها پایین است و هم‌عقیده آنها هستید.»

لطفاً به این نکته توجه کنید که هیچ‌کس مخالف شادی شما نیست، اما خندیدن به هر جوك بی‌مقداری هم نامش شادی نیست. آنها فقط يك هدف دارند و راه و روش آن را هم یاد گرفته‌اند. يك ویدئو ضبط و آن را در اینستاگرام آپلود می‌کنند و فقط می‌خواهند به هر طریقی معروف شوند، آن هم خیلی فوری. اسم و رسم حقیقی‌شان را کسی نمی‌داند و در نهایت ما مقصر اصلی شناخته می‌شویم. قبل از اتمام این گزارش لطفاً به ابتدای مطلب برگردید و صحبت‌های خاویر باردِم را بخوانید. چرا باید آنها را بشناسیم؟ آیا آنها واکنس اختراع کرده‌اند؟ به مردم فقیر جهان کمکی کرده‌اند؟ آنها چه کار خاصی در قبال دنیا انجام داده‌اند که من موظف هستم آنها را بشناسم؟ لطفاً به من بگو که آنها چه خاصیتی برای بشریت داشته‌اند؟ ❏

انتشار صحبت‌های خاویر باردِم درباره سلبریت‌ها باعث واکنش‌های زیادی شده است

## سلبریتی؟ نمی‌شناسم...

❏ احتمالاً خیلی از شما ویدئوی کوتاهی را که از مصاحبه خاویر باردِم منتشر شد دیده‌اید. ویدئویی که بارها و بارها در یوتیوب دیده شد و البته واکنش‌های بسیاری در فضای مجازی داشته است. کلیپی که حالا یکی از پُرسر و صد‌اترین ویدئوهای فضای مجازی است، اما داستان این ویدئو چیست و چرا در فضای مجازی تا این حد چنچال‌برانگیز شده است؟ ماجرای عجیب و غریب به نام «سلبریتی» که بارها و بارها از آن نوشته‌ایم و حالا بخشی از آن را در فضایی خارج از کشور خودمان می‌بینیم. ما مقصران بزرگ کردن آدم‌هایی هستیم که آنها را سلبریتی می‌نامیم!



یگانه عساری

رسانه

### سلبریتی‌ها چه کرده‌اند؟

اما داستان ویدئوی منتشر شده‌ای که از آن صحبت می‌کنیم، چیست؟ مجری برنامه در مصاحبه‌ای از خاویر باردِم، بازیگر معروف و فعال محیط زیست اسپانیایی، می‌پرسد: در اسپانیا زندگی می‌کنی و سلبریتی‌ها را نمی‌شناسی؟ باردِم در پاسخ به او می‌گوید: «منظورت از سلبریتی و چهره شناخته شده، کارآشيان‌ها است؟ چرا باید آنها را بشناسم؟ آیا آنها واکنس اختراع کرده‌اند؟ به مردم فقیر جهان کمکی کرده‌اند؟ آنها چه کار خاصی در قبال دنیا انجام داده‌اند که من موظف هستم آنها را بشناسم؟ لطفاً به من بگو که آنها چه خاصیتی برای بشریت داشته‌اند؟» و همین ماجرا چندین هزار کامنت می‌گیرد و بحث روز مردم می‌شود.

### تواستوره ما هستی

خواندن تعدادی از کامنت‌های مردم شاید ماچرا را روشن‌تر کنند. البته که تعداد فحاشی‌ها هم کم نیست اما در این بین متن‌شان را برای یکدیگر فرستادیم و زیر عکس‌هایشان یکدیگر را «منشن» کردیم تا آنها هم بخندند. همین اتفاق به ظاهر ساده اما باعث شد تا خیلی از آنها حالا با گرفتن «تيك آبی تایید» از اینستاگرام، همه ما را مردمی عادی بدانند و خودشان را يك چهره مشهور بی‌قیمت که از هنر و استعداد پر هستند! نکته غم‌انگیز اجرا اما چیز دیگری است. «تيك آبی» زمانی مورد تایید اینستاگرام قرار می‌گیرد که بداند صفحه شخص مورد نظر، اصیل و معتبر است؛ بنابراین يك آرم تایید آبی‌رنگ در کنار نام آن شخص در صفحه‌اش ظاهر می‌شود و این شروع ماجرای تلخی است که ما هم آغازگر آن بوده‌ایم!

### تيك آبی

و البته که برای اولین بار نیست که می‌نویسیم، همه ما در رشد و شهرت بیهوده آنها مقصریم. آن زمانی که صرفاً برای خندیدن یا لحظه‌ای حال خوب آتی، آنها را «لایک» کردیم، برایشان «کامنت» گذاشتیم، متن‌شان را برای یکدیگر فرستادیم و زیر عکس‌هایشان یکدیگر را «منشن» کردیم تا آنها هم بخندند. همین اتفاق به ظاهر ساده اما باعث شد تا خیلی از آنها حالا با گرفتن «تيك آبی تایید» از اینستاگرام، همه ما را مردمی عادی بدانند و خودشان را يك چهره مشهور بی‌قیمت که از هنر و استعداد پر هستند! نکته غم‌انگیز اجرا اما چیز دیگری است. «تيك آبی» زمانی مورد تایید اینستاگرام قرار می‌گیرد که بداند صفحه شخص مورد نظر، اصیل و معتبر است؛ بنابراین يك آرم تایید آبی‌رنگ در کنار نام آن شخص در صفحه‌اش ظاهر می‌شود و این شروع ماجرای تلخی است که ما هم آغازگر آن بوده‌ایم!

شبکه يك	
۱۰/۲۵	قانون و قصا
۱۶/۱۰	حرف حساب
۱۷/۵۰	فرمول يك
۱۹/۳۵	ثریا
۲۲/۰۵	سریال بوی باران
۲۳/۱۰	دستپخت

شبکه دو	
۱۴/۳۰	يك فغان سلامت
۱۷/۳۰	كام شیرین
۱۸/۴۵	دوقلوا
۱۹/۴۵	میخچه
۲۱	اقدانوس آرام
۲۱/۳۵	سریال سلام آقای مدیر

شبکه سه	
۱۲/۱۵	بهونه
۱۵/۳۰	پشت صحنه عصرجدید
۱۸/۳۰	صاحب‌خونه خوب
۱۹/۳۰	محرمانه
۲۰	بدون توقف
۲۰/۴۵	سریال آچمز
۲۲/۳۰	مخفیلم

شبکه پنج	
۶/۳۰	به روز تازه، این برنامه تقریباً ۲۵ بخش تولیدی و زنده دارد که در ۱۳۰ دقیقه تقدیم مخاطبان می‌شود.
۱۶/۵۰	به خانه برمی‌گردیم
۲۰	تهران ۲۰
۲۱/۳۰	شب فیروزه‌ای
۲۳	سریال مامور انتقال

شبکه نمایش	
۱۳	آخرین روز ماه
۱۵	نمك حال
۱۷	اسب رویایی
۱۹	لاك پشت‌های نینجا
۲۱	حماسه مجنون
۲۳	اتاق امن

شبکه‌های رادیویی	
۷	صبا: صباچی ميگه/معضلات اجتماعی و فرهنگی و... در قالب روایت و نمایش به صورت طنز و روش صحیح برخورد با این معضلات از زبان صبا گفته خواهد شد
۸/۳۰	فرهنگ: چرخانه/ بانوان کارآفرین
۹/۱۵	قرآن: صراط تصحیح قرأت قرآن/ تصحیح قرأت قرآن شنوندگان به کارشناسی حسین رستمی اسفهانی، محمودرضا پور زکری، محسن موسوی‌بلده و...
۱۲	سلامت: نیم‌نگاه/ دستاوردهای سازمان انتقال خون
۱۵	اقتصاد: چالش/ بررسی ارزهای دیجیتال و چالش‌های آن
۱۶/۳۰	معارف: بیان/ طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن (بیانات مقام معظم رهبری سال ۱۳۵۳)
۱۷	ورزش: عصرانه/ ایستگاه گپ و گفت عصرگاهی (تابستان) مخاطبان شبکه در فضای طنز و سرگرمی با محوریت تعمیق روحیه امید، نشاط خودباوری و صرف فعل (ما می‌توانیم)
۲۱	جوان: کارت دعوت/ این برنامه برای ایجاد لحظات شاد و مفرح در تابستان و براساس شعار سال رونق تولید تهیه شده است.
۲۲/۰۵	ایران: راهی به آبادی/ سفر به روستاها و آشنایی با آداب و سنن و نحوه معیشت مناطق روستایی