خبر

رفع توقیف ساخته علی جبارزاده پس از سه سال

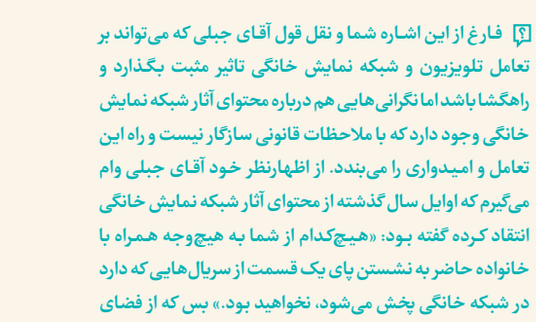
با صدور پروانه نمایش فیلم سینمایی «لب خط» به نویسندگی و کارگردانی علی جبارزاده این فیلم در اولین فرصت ممکن روی پرده سینماها می‌رود.

جبارزاده درباره مسیری که لب خط برای دریافت پروانه نمایش طی کرده، گفت: لب خط که به‌طور کامل در بخش خصوصی و با سرمایه‌گذاری خانم لیلا بهادری گنج‌آبادی تولید شده، در دولت قبل رسما توقیف بود. خوشبختانه با مساعدت مدیران سازمان سینمایی دولت جدید سرانجام پس از سه سال موفق به دریافت پروانه نمایش شدیم تا در اولین فرصت فیلم اکران شود. جبارزاده در ادامه افزود: با توجه به معادلات پیچیده این روزهای اکران باید ببینیم اولین فرصت مناسب برای اکران فیلم چه زمانی خواهد بود. نیما شعبان‌نژاد، هومن حاجی‌عبداللهی، روشنک گرامی، محیا دهقانی، سیاوش چراغی‌پور، رضا داوودنژاد، لاله صبوری، هامون سیدی، کاظم نوربخش، علیرضا مهران، مونا کرمی، علی کاظمی و سمیرا حسن‌پور، (باحضور) نسیم ادبی، محمدرضا داوودنـژاد، سعید امیرسلیمانی، صفر کشکولی و (با هنرمندی) جمشید هاشم‌پور، بازیگرانی هستند که در این فیلم سینمایی به ایفای نقش پرداخته‌اند. عوامل اصلی لب خط عبارتند از: نویسنده و کارگردان: علی جبارزاده، تهیه‌کننده: علی عبدالعلی‌زاده، مدیر فیلمبرداری: مجید گرجیان.

در گفت‌وگوی «جام‌جم» با سعید ابوطالب، کارگردان رئالیتی‌شوهای ایرانی عنوان شد

پلتفرم‌ها قابل رقابت با تلویزیون نیستند

کم‌بیننده‌ترین سریال تلویزیون برابر با پرمخاطب‌ترین برنامه نمایش خانگی است



علی رستگار
گروه فرهنگ و هنر

رئالیتی‌شو یا برنامه تلویزیونی واقع‌نما و مستند ـ مسابقه در ایران با نام سعید ابوطالب گره خورده و او فعال‌ترین برنامه‌ساز و کارگردان در این زمینه است. گرچه او در این چند سال اخیر حضور خوبی در ساخت رئالیتی‌شو برای شبکه نمایش خانگی دارد و با کارگردانی برنامه‌هایی چون رالی ایرانی، شام ایرانی و شب‌های مافیا مخاطبانی را پای پلتفرم‌ها نشانده اما ابوطالب برای نخستین بار چراغ رئالیتی‌شو را با ساخت «سرزمین دانایی» در تلویزیون روشن کرد و بعد این تجربه را در ساخت «رالی ایرانی» به کار گرفت و بعد از آن هم به تناوب در تلویزیون و شبکه نمایش خانگی تجربیات موفقی در این نوع برنامه‌سازی داشت و مخاطب ایرانی را با رئالیتی‌شو آشنا کرد. این آشنایی در ترکیب نمونه‌های مشابه خارجی با فرهنگ ایرانی و هنجارها و ارزش‌های وطنی، جایگاه رئالیتی‌شو در ایران را تثبیت کرد و در ادامه هم ابوطالب با ساخت مسابقاتی چون شب‌های مافیا، پدرخوانده و ارتش سری، باعث شد این گونه برنامه‌ها به رقیب جدی سریال‌های پرچهره شبکه نمایش خانگی تبدیل شود. با این حال اصرار او بر ساخت مستند ـ مسابقه با محوریت بازی استدلالی و استنتاجی و ادامه‌هایی چون پدرخوانده و ارتش سری که نسخه‌های دیگری از شب‌های مافیا به نظر می‌رسند، باعث انتقادهایی شده است و این سؤال را مطرح می‌کند چرا ابوطالب به جای این تکرار، سراغ مهارت‌ها و توانایی‌های دیگرش در عرصه نمی‌رود. انتشار گزارشی انتقادی با عنوان «سری‌سازی بی‌محتوا در دو پلتفرم» با روتیتر «چگونه سعید ابوطالب بارها از آب مافیا کره گرفته است؟» به مذاق ابوطالب خوش نیامد و باعث گلایه و دلخوری او شد. ما هم برای این‌که یکطرفه به قاضی نرویم، با ابوطالب به گفت‌وگویی تخصصی و تفصیلی درباره رئالیتی‌شو در ایران نشستیم و به نقاط ضعف و قوت برنامه‌هایی که ساخته پرداختیم. نکته جالب این‌که برخلاف تصور، ابوطالب بیشتر از این‌که پشت پلتفرم‌ها و شبکه نمایش خانگی درآید، از تلویزیون و رسانه ملی دفاع می‌کند و حتی ما در نقد سریال‌های تلویزیونی نکته‌ای می‌گوییم، این ابوطالب است که به‌صورت مستدل روشنگری کرده و تاکید می‌کند بسیاری از تولیدات تلویزیون به لحاظ کیفی از اغلب تولیدات شبکه نمایش خانگی بهتر است.

شب‌های مافیا و مشتقات آن را تا چه زمانی ادامه می‌دهید؟

این سؤال قشنگ نیست!

شما جواب‌های قشنگ بدهید.

(می‌خندد) سؤال کردن حق شماست اما اگر سؤال کنایه‌آمیز بپرسید جواب نمی‌دهم. اگر این جواب را هم در تنظیم مصاحبه بیاورید، ناراحت نمی‌شوم.

پس بگذارید سؤال دیگری بپرسم که حتما جواب آن برای مخاطبان شب‌های مافیا جالب است. خودتان بازی مافیا را بلدید؟

خودم بلد نیستم آن را بازی کنم.

جدی؟ حتی بعد از ساخت این همه برنامه درباره این بازی؟

قواعد و سازوکار بازی و نقش‌ها را بلدم و در تمرینات بازیکنان هم مشارکت دارم اما بازی نمی‌کنم.

اما اگر بازی کنید، احتمالا جزو بازیکنان حرفه‌ای و کاربلد باشید.

(می‌خندد) می‌خواهید مصاحبه را شروع کنید؟

مصاحبه که شروع شده است.

دلیل اولین همکاری من با پلتفرم به خود تلویزیون برمی‌گردد و این‌که سال‌ها پیش مجموعه‌ای تلویزیونی به نام «سرزمین دانایی» برای شبکه پنج می‌ساختم که همزمان شبکه مستند و شبکه جام‌جم هم آن را پخش می‌کردند. این برنامه یک رئالیتی‌شو جذاب و موفق بود و سازمان هم آن زمان خیلی از ساخت آن حمایت کرد. سرزمین دانایی در جشنواره جام‌جم هم جوایزی را به دست آورد، سه سال متوالی هم به جشنواره‌های بین‌المللی می‌رفت و مقام کسب می‌کرد. این مجموعه پایه علمی داشت و شعار آن هم این بود که علم را کاربردی و دوست‌داشتنی کنیم. آن زمان تعریف و مفهوم رئالیتی‌شو برای مدیران سازمان تازگی داشت و شناختی از این‌گونه برنامه نداشتند. می‌پرسیدند رئالیتی‌شو همان بازسازی مستند است یا مستند ـ داستانی؟ می‌گفتم هیچ‌کدام از اینها نیست، رئالیتی‌شو به مستند شباهت دارد ولی اصالتا یک گونه مستقل است. به دلیل این‌که تعریف رئالیتی‌شو برای دوستان ما در اداری و مالی سازمان مفهوم شود، اسم آن را مستند ـ مسابقه گذاشتیم. بعدا در سازمان جا افتاد که رئالیتی‌شو یعنی مستند ـ مسابقه، درحالی که در واقع مستند ـ مسابقه می‌تواند زیرمجموعه رئالیتی‌شو باشد. رئالیتی شو انواع متفاوت و متنوعی را شامل می‌شود.

این‌که برخی مدیران وقت از یک گونه برنامه‌سازی تثبیت شده و موفق جهانی شناخت نداشتند هم جالب است.

بله، واقعا از حوالی سال ۲۰۰۰ کارهای خیلی خوبی در این ژانر بدیع در بسیاری تلویزیون‌های دنیا ساخته شده و می‌شود و به نمایش درآمده. اصالتا هم این گونه برنامه، یک ژانر تلویزیونی است و به درد سینما نمی‌خورد. با تغییر مدیریتی شبکه پنج، مدیر وقت گفت که این برنامه در اولویت ما نیست. برای همین من هم این ژانر را در شبکه نمایش خانگی دنبال کردم و مجموعه‌ای رئالیتی‌شو به نام رالی ایرانی را با حضور بازیگران ساختم که خیلی از این برنامه استقبال شد. در فصل اول هنرمندانی چون محمدرضا فروتن، فرزاد حسنی، الناز شاکردوست، سیروان خسروی و ... حضور داشتند و همه رکوردهای مخاطب را جابه‌جا کرد. بعد از موفقیت این برنامه، شبکه افق از من دعوت کرد تا با موضوع مقاومت در لبنان، مجموعه‌ای شبیه رالی ایرانی بسازم. من هم برنامه «هفت روز و هفت ساعت» را با حضور بازیگران ایرانی و لبنانی ساختم. منظور این‌که این ژانر در تلویزیون تثبیت، تقویت و مدل‌های دیگری هم از آن تولید شد. از جمله بعدا مجموعه «فرمانده» ساخته شد و دوستانی که این برنامه را می‌ساختند به دفتر من هم می‌آمدند و جلساتی با هم داشتیم. رئالیتی‌شوهایی از جنس رالی ایرانی امکانات فنی خاص خودش را دارد و مدل برنامه‌سازی، استودیوی داخل تلویزیون و سینما نیست. ما دوربین‌ها را برای سرزمین دانایی خریده بودیم که در رالی ایرانی هم از آنها استفاده کردیم. بنابراین نه تنها در تولید ساختار متفاوت است، بلکه حتی عوامل این برنامه‌ها هم باید خاص باشند، به عنوان مثال فیلمبردارهای استودیویی و سینمایی و داستانی نمی‌توانستند با ما همکاری کنند. چون در این قالب برنامه‌سازی فیلمبردار باید ضمن حرفه‌ای بودن در کارش مثلا غواصی بلد باشد و زیر آب برود، کوهنوری بلد باشد و از ارتفاع نترسد و خودش راپل کند و مهارت‌هایی از این دست. در واقع با این برنامه‌ها، چنین توانایی هم درمیان عوامل کشف شد و گسترش پیدا کرد که حالا به کار پروژه‌های مختلف می‌آید. تدوین رئالیتی‌شوها هم قصه متفاوتی دارد و تدوینگر باید هنر و مهارت بالایی در تدوین تصاویر ۱۵ تا ۲۰ دوربینی داشته باشد که به طور همزمان فیلمبرداری کرده‌اند. در این کارهای متاخر مثل «ارتش سری» و «ضد» که به زودی منتشر خواهد شد، گروه فنی و کارگردانی فارغ‌التحصیل دانشگاه‌های برتر کشور مثل امیرکبیر، شریف و ... هستند. ممکن است بگویید نیاز نیست فیلمبرداری یک رئالیتی‌شو را یک دانش‌آموخته شریف انجام دهد، ولی وقتی ما با دوربین ۳۶۰ درجه فیلمبرداری می‌کنیم و وقتی با ۲۰ دوربین همزمان فیلمبرداری را انجام می‌دهیم و در کمترین زمان ممکن انبوه تصاویر را تدوین می‌کنیم، مستلزم دانشی غیر از دانش فیلمسازی است. همه اینها را گفتم تا به اینجا برسم که خاستگاه رئالیتی‌شو تلویزیون بود و خودم آن را با سرزمین دانایی شروع کردم، با رالی ایرانی ادامه دادم و بعد هم سراغ برنامه‌های دیگر در این فضا رفتم. در این فعالیت مستمر، همیشه تجربیات شبکه نمایش خانگی را به تلویزیون آورده یا از تلویزیون به شبکه نمایش خانگی منتقل کرده‌ام. همان‌طور که تجربه رالی ایرانی را در رئالیتی‌شو تلویزیونی «دستم را بگیر» استفاده کردم و از شبکه افق پخش شد. در ادامه هم شبکه نمایش پیشنهاد ساخت یک رئالیتی‌شو را با موضوع علمی و فنی و کاربردی به من داد. نتیجه تولید مجموعه بلندی به نام «۷۷ ساعت» شد که ۹۲ قسمت بود و طی سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ به نمایش درآمد. با این پیشینه و رفت و برگشت‌های مدام و انتقال تجربیات، به نظرم تقسیم‌بندی و دوگانه‌سازی فرضی بین تلویزیون به عنوان رسانه‌ملی و شبکه نمایش خانگی غلط است. یعنی این دو مدیوم، رقیب همدیگر نیستند و صرفا دو رسانه گسترده هستند که می‌توانند همپوشانی داشته باشند و به هم کمک کنند.

> **تاکید می‌کنم نباید شبکه نمایش خانگی را رقیب تلویزیون بدانیم. مثلا سریالی در تلویزیون ساخته می‌شود که طبق آمارهای سازمان کم‌بیننده‌ترین سریال تلویزیون میلیون‌ها نفر مخاطب دارد. یعنی حداقل مخاطب هر سریال در پربیننده‌ترین آثار شبکه نمایش خانگی است**

اما متاسفانه الان برخی پلتفرم‌ها بر طبل رقابت می‌کوبند و چندان نشانه‌های رفاقت بروز نمی‌دهند.

من هیچ وقت درگیر این کشمکش‌ها و صدور مجوزها نبودم.

قرار بود شبکه نمایش خانگی ضمن ایجاد رقابتی سالم و دست به دست تلویزیون و سینما، مردم را از پای شبکه‌های ماهواره‌ای به سمت تولیدات داخلی سوق دهد. البته نه به هر قیمتی، اما به نظر می‌رسد در این دو سه سال اخیر بیشتر رقیب تلویزیون و سینما شده و به لحاظ زرق و برق تولیدات، سعی می‌کند به هرقیمتی جذب مخاطب داشته باشد.

نه. اخیرا مصاحبه‌ای از آقای جبلی خواندم که خیلی لذت بردم. ایشان گفتند که ما می‌توانیم بعضی از محصولات شبکه نمایش خانگی را در تلویزیون هم استفاده کنیم، اگر با استانداردهای درستی ساخته شود. تاکید می‌کنم نباید شبکه نمایش خانگی را رقیب تلویزیون بدانیم. مثال می‌زنم؛ سریالی در تلویزیون ساخته می‌شود که طبق آمارهای سازمان کم‌بیننده‌ترین سریال است. اما اغلب کم‌مخاطب‌ترین سریال در تلویزیون هم میلیون‌ها نفر مخاطب دارد. یعنی حداقل مخاطب هر سریال و برنامه تلویزیونی، دو سه میلیون نفر است. در حالی‌که در شبکه نمایش خانگی اغلب کارها بیش از دو سه میلیون مخاطب ندارد. پس پلتفرم‌ها قابل رقابت با تلویزیون نیستند. منتهی چون این شبکه به بخش خصوصی مربوط می‌شود، همزمان با تولید از تبلیغات محیطی و مجازی هم استفاده می‌کند. این‌که چرا تلویزیون از این ظرفیت بهره نمی‌برد، یک سؤال است. البته این اواخر در اتفاقی خوب، برای سریال‌هایی از جمله «گیلدخت» هم از تبلیغات محیطی استفاده شد. به نظرم وقتی فیلم‌های سینمایی را در تلویزیون تبلیغ می‌کنند، محصولات شبکه نمایش خانگی هم می‌تواند در تلویزیون تبلیغ شود، البته آن محصولاتی که با هنجارها و استانداردهای تلویزیون مطابقت داشته باشد. بعدا هم می‌توان این محصولات شبکه نمایش خانگی را در تلویزیون پخش کرد. این اتفاق، هزینه‌های تولید در سازمان را هم کاهش می‌دهد. چون به فرض تلویزیون می‌تواند به من تولید برنامه‌ای را سفارش دهد و من آن را در شبکه نمایش خانگی پخش کنم که هزینه تولید برگردد و بعد هم تلویزیون آن را پخش کند. طبق تجربه تلوبیون، ممکن است یک سریال در زمان پخش یک تعداد بیننده داشته باشد اما شش ماه یا یک سال بعد از پخش، باز هم به شکل دیگری دیده شود و مخاطبان بیشتری آن را ببینند. بنابراین اگر سازمان کمی با تامل با موضوع برخورد کند، می‌توان برنامه‌هایی تولید کرد که همزمان یا بعد از پخش در شبکه نمایش خانگی در تلویزیون هم پخش شود. این مسأله از لحاظ اقتصادی هم به‌صرفه است.

فارغ از این اشاره شما و نقل قول آقای جبلی که می‌تواند بر تعامل تلویزیون و شبکه نمایش خانگی تاثیر مثبت بگذارد و راهگشا باشد اما نگرانی‌هایی هم درباره محتوای آثار شبکه نمایش خانگی وجود دارد که با ملاحظات قانونی سازگار نیست و راه این تعامل و امیدواری را می‌بندد. از اظهارنظر خود آقای جبلی وام می‌گیرم که اوایل سال گذشته از محتوای آثار شبکه نمایش خانگی انتقاد کرده گفته بود: «هیچ‌کدام از شما به هیچ‌وجه همراه با خانواده حاضر به نشستن پای یک قسمت از سریال‌هایی که دارد در شبکه خانگی پخش می‌شود، نخواهید بود.» بس که از فضای رهای پیش‌آمده سوءاستفاده شد. با همین نگاه و ملاحظه، تصور پخش سریال‌های فعلی نمایش خانگی مثل یاغی، قورباغه، زخم کاری و ... از تلویزیون ممکن نیست.

برای تولیدکنندگان آثار شبکه نمایش خانگی باید مزیت ایجاد کرد. اگر این اطمینان در سازندگان این محصولات ایجاد شود و آنها به مزیت‌های پخش از تلویزیون پی ببرند، تولیدکنندگان ممکن است استانداردهای رسانه‌ملی را هم بپذیرند و رعایت کنند. مسأله اصلی باز اینجاست که ما این دو رسانه را رقیب هم نبینیم. البته این موضوع کمی مسائل قانونی بالادستی دارد که باید حل شود و در صلاحیت من هم نیست.

اما شما یکی از همان تولیدکنندگانی هستید که دوست دارید علاوه‌بر شبکه نمایش خانگی، کارهای‌تان در تلویزیون هم دیده شود. از این نظر این امکان وجود دارد؟

بله، وجود دارد. به شرطی که از اول و پیش از تولید درباره آن اثر گفت‌وگو شود. یعنی اگر پلتفرم و سرمایه‌گذار می‌خواهد مجموعه‌ای تولید کند، در جریان خواسته‌ها و استانداردهای تلویزیون قرار بگیرد. من برنامه‌ساز هستم، برای برنامه‌ساز مهم دیده شدن کار است، چه در شبکه نمایش خانگی باشد و چه در تلویزیون و چه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی. اگر ما بستر بزرگی مثل تلویزیون داریم، چرا باید آن را از دست دهیم؟ منتها قبل از آن، سازمان و پلتفرم باید به توافقاتی رسیده باشند. حتی پیشنهاد می‌کنم تلویزیون در تولید محصولات شبکه نمایش خانگی شریک شود.

بحث کمیت را قبول دارم اما از نظر زرق و برق و جذابیت و هیاهو، فکر نمی‌کنید برخی آثار شبکه نمایش خانگی وضعیت بهتری نسبت به بعضی آثار تلویزیون دارند؟

نه، قبول ندارم. از نظر زرق و برق، استاندارد و کیفیت، «گیلدخت»

قاب

۳ میلیارد فروش برای یک «مصلحت» سیاسی

اکران فیلم سینمایی «مصلحت» به کارگردانی حسین دارابی و تهیه‌کنندگی محمدرضا شفاه که با گذشت حدود یک ماه از آغاز اکران سه میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان فروش کرده است، با انتشار پوستری جدید و با طرحی از خانه طراحان انقلاب اسلامی ادامه دارد.

داستان این فیلم سینمایی به اوایل دهه ۶۰ برمی‌گردد و در آن پسر یکی از مقامات عالی‌رتبه کشور در یکی از درگیری‌ها مقابل دانشگاه تهران مرتکب قتل می‌شود اما پیوند خانوادگی و مصلحت سیاسی کشور، این پرونده مشکوک و پررمز و راز را وارد موازنه‌ای پیچیده و سخت می‌کند.

رویداد

همکاری فارابی با بزرگ‌ترین تولیدکننده محتوا در روسیه

بنیاد سینمایی فارابی تفاهم‌نامه همکاری مشترک با گروه رسانه‌ای رد اسکوئر به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان محتوا در روسیه را به امضا رساند.

در حاشیه اجلاس فروم اقتصادی بین‌المللی سن‌پترزبورگ، مدیرعامل بنیاد سینمایی فارابی به دعوت آنتون کوبیاکوف (مشاور رئیس‌جمهور روسیه و دبیر اجرایی SPIEF ۲۰۲۳) ضمن حضور در این کشور و حضور در اجلاس فروم اقتصادی بین‌المللی سن‌پترزبورگ (SPIEF) ۲۰۲۳ تفاهم‌نامه همکاری مشترک با گروه رسانه‌ای رد اسکوئر به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان محتوا در روسیه امضا کرد.

براساس این گزارش، این تفاهم‌نامه در پنج محور گسترش محتوا، تولید مشترک، شبکه‌سازی فعالان، توزیع و بازاریابی و برگزاری دوره‌های آموزشی به امضا رسیده است.

سیدمهدی جوادی، مدیرعامل بنیاد سینمایی فارابی و ایلیا الکساندرویچ کریوتسکی مدیرعامل گروه رسانه‌ای رد اسکوئر این تفاهم‌نامه مشترک را با تمرکز بر بازنمایی موضوعاتی که نمایانگر میراث، سنت‌ها و روایات دو کشور و باعث تقویت و درک تنوع بینافرهنگی می‌شود به امضا رسانده‌اند.

اکران

نمایش «غریب» در لبنان

اکران «غریب» به‌تازگی در لبنان آغاز شده و در چهار سینمای این کشور برای علاقه‌مندان نمایش داده می‌شود.

مراسم افتتاحیه این اکران نیز با حضور محمدحسین لطیفی کارگردان فیلم، جمعی از هنرمندان لبنانی، رایزن فرهنگی ایران در لبنان با استقبال مخاطبان برگزار شد. غریب یک ماه در شهر بیروت و پس از آن در بخش جانبی در شهرهای فاقد سینمای لبنان اکران می‌شود. این فیلم سینمایی که به‌عنوان اکران نوروزی در سینماهای کشور روی پرده رفته بود، به فروش ۱۰ میلیاردی رسید. در بخش اکران جانبی نیز یک میلیارد فروش کرد. همچنین غریب در اکران آنلاین با شکسته شدن رکورد تماشا در ۲۴ ساعت نخست اکران فیلم‌های غیر کمدی همراه بود.

بازیگران این فیلم عبارتند از بابک حمیدیان، مهران احمدی، رحیم نوروزی، هژیر سام‌احمدی، پردیس پورعابدینی، محمدرسول صفری، سام کبودوند، حسام محمودی، مجید اسماعیلی و فرهاد قائمیان با حضور افتخاری: جعفر دهقان، سامیه لک، سمیرا کریمی و محمد بروجردی.