مخاطبان تلویزیون از «رویای ریحانه» گفتند

براساس گزارش واحد (۱۶۲) امور ارتباط با مخاطبان اداره‌کل روابط عمومی رسانه ملی، در بازه زمانی ۲۲ تا ۲۹ مهر تعداد ۲۶ هزار و ۶۸۸ پیام در سامانه (۱۶۲) امور ارتباط با مخاطبان به ثبت رسیده است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی سیما، از میان شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی به ترتیب برنامه‌های شبکه‌های دو، آی‌فیلم و سه و شبکه‌های رادیویی ایران، آوا و معارف شامل بیشترین تماس‌های مردمی بوده‌اند که موضوعات و برنامه‌های مختلفی دارند. از میان برنامه‌های شبکه دو سیما، سریال «رؤیای ریحانه» و برنامه «پاورقی»، شبکه آی‌فیلم تشکر و درخواست پخش سریال‌های جذاب و متنوع و شبکه سه سیما برنامه‌های «سلام صبح بخیر» و «فوتبال برتر» بیشترین سهم برنامه‌های تلویزیونی و برنامه «صبح جمعه با شما» شبکه رادیویی ایران، تشکر و درخواست پخش ترانه‌های متنوع از شبکه رادیویی آوا و برنامه‌های مختلف شبکه رادیویی معارف بیشترین سهم برنامه‌های شبکه‌های رادیویی در پیشنهادها، درخواست‌ها و قدردانی‌های مخاطبان در تماس با سامانه ۱۶۲ را به خود اختصاص داده‌اند. مهم‌ترین محورهای نظرات مخاطبان درباره سریال «رویای ریحانه»، شامل تشکر از محتوای جذاب، آموزنده و دلنشین، بازی خوب بازیگران، تشویق خانواده‌ها به فرزندآوری و... بوده است.



طنز همچنان در قبضه تلویزیون

وقتی تلویزیون فرمانده می‌ماند و نمایش خانگی دنبال شوک و شوخی می‌دود

مجتبی برزگر
گروه رسانه



در روزگاری که شوخی‌های «جنس دوم»، دعوای ساختگی، کتک‌کاری مهمان و میزبان و سوتی‌های برنامه‌ریزی‌شده، ابزار اصلی خنداندن مخاطب در نمایش خانگی شده است، تلویزیون با همه محدودیت‌ها، کمبود بودجه و هجمه‌های سیاسی و اجتماعی، هنوز رگ خواب مخاطب کمدی‌دوست را می‌داند.

در حالی‌که پلتفرم‌های خصوصی بیشتر روی ایجاد لحظات «وایرال شده» تمرکز کرده‌اند، تلویزیون می‌تواند در یک شب عادی، لبخندی از ته دل به مخاطب هدیه دهد.

با نگاهی به صف سریال‌هایی که قرار است از اواخر پاییز تا نوروز ۱۴۰۴ از قاب سیما پخش شود، می‌شود فهمید که رسانه ملی هنوز «پیرمرد بامرام محله کمدی» است؛ همان که بی‌هزار فیلتر اینفلوئنسری، ما را به خنده می‌انداخت.

چه کسی فکرش را می‌کرد در روزگاری که تلویزیون بیش از هر چیز با میزگردهای خشک، اخبار رسمی، مستندهای تاریخ‌محور و برنامه‌هایی پر از چهره‌های اخمو شناخته می‌شود، همچنان فهرستی از آثار تولیدی و در حال تولید طنز در برنامه پخش داشته باشد؟ اما این اتفاق افتاده است. رسانه ملی، بعد از ایام فاطمیه، عملا وارد «فصل برداشت لبخند» خواهد شد با پروژه‌هایی که نشان می‌دهد مدیران شبکه‌ها به‌درستی فهمیده‌اند در روزگار بحران اقتصادی، ترافیک روانی و حجم بالای محتواهای آزاردهنده، لبخند هنوز یکی از معدود دارایی‌های جمعی ماست.

برخی از پروژه‌های مهم این فاز جدید عبارتند از سریال «شش ماهه» از مهران مدیری؛ پروژه‌ای با حال‌وهوای طنزهای کلاسیک مدیری اما این بار با بازی در فضاهای اجتماعی جدید و شخصیت‌های تازه. گفته می‌شود این سریال، نوعی بازگشت به ریشه‌های طنز مدیری است؛ پر از شخصیت‌های تیپیکال، کنایه‌های آشنا و دکوپاژهای گزنده.

فصل جدید «مرد هزارچهره» هم با بازگشت محبوب‌ترین شخصیت‌های طنز دهه ۸۰ و با نگاهی تازه به جامعه امروز، برای نوروز در راه است. این پروژه، نوعی نوستالژی با کارکرد اجتماعی است؛ همان شیرینی بدون مناسبت که همه‌مان دوست داریم شب هنگام سراغش برویم.

بازگشت «پایتخت» با طرح و ایده‌ای جدید، بی‌تردید یکی از مهم‌ترین اتفاقات طنز سال آینده تلویزیون خواهد بود. حتی منتقدان فصل‌های اخیر این مجموعه هم اذعان دارند که «پایتخت» هنوز قدرت زنده‌کردن لحظاتی شیرین، انسانی و ملی را دارد. اگر فصل جدید «پایتخت» با همان نگاه دقیق اجتماعی روایتگر مشکلات واقعی مردم عادی ساخته شود، می‌توان امیدوار بود نه‌تنها به روزهای اوجش نزدیک شود بلکه دوباره به سریالی بدل شود که مردم سر سفره هفت‌سین، منتظر فصل بعدی‌اش باشند.

همچنین حضور دوباره سعید آقاخانی در قاب تلویزیون، به‌خصوص در قالب یک سریال رمضانی، نویدبخش بازگشت به طنزهایی است که هم می‌خنداند و هم دل‌ها را گرم می‌کند. آقاخانی به‌خوبی بلد است چگونه قصه‌های بومی را با زبان ساده، پر از شوخی‌های لطیف و موقعیت‌های انسانی بسازد که برای تمام اعضای خانواده قابل تماشا باشد.

برنامه «هزار و یک» جناب خان نیز از پروژه‌های در دست تولید شبکه نسیم است که برخلاف گمانه‌های ابتدایی، قرار نیست محسن کیایی آن را اجرا کند. در حال حاضر اتاق فکر، طراحی دکور و تیم ایده‌پردازی در حال کار روی فرمت نهایی‌اند.

چرا تلویزیون هنوز «جذاب‌تر» است؟

برخلاف تصور عموم، تلویزیون هنوز فضاهای دست نخورده زیاد دارد. وقتی سراغ هنرمندانی چون رضا عطاران، سعید آقاخانی، مهران مدیری و دیگران می‌رویم، متوجه می‌شویم بهترین آثار طنز آنها در قالب تلویزیون تولید شده‌اند؛ نه در نمایش خانگی، نه در پلتفرم‌های خصوصی و نه حتی در سینما.

بازگشت این چهره‌ها به رسانه‌ای که آنها را ساخته، تنها به معنای رجعت نیست بلکه بازتعریفی هوشمندانه از طنز ایرانی است متناسب با نیازهای روز.

از آن‌سو، شبکه نمایش خانگی ظاهرا به مسیر دیگری قدم گذاشته: شوک‌درمانی مخاطب. انگار طنز، نه یک ژانر هنری بلکه یک «ترفند تبلیغاتی» شده است.

برنامه «شفرونی» که با شعار ترکیب آشپزی، مهمان‌بازی و سرگرمی وارد میدان شد، عملا چیزی نبود جز یک نمایش بدون کنترل. در اپیزود نخست، جواد خیابانی وسط یک سناریوی سردرگم، مجبور بود در برابر شوخی‌های بی‌جای مجری سکوت کند و لبخند بزند. شفرونی نشان داد حتی اگر برنامه موفقی در جهان راکپی کنید، بدون درک از هویت فرهنگی مخاطب و اصول اخلاقی بومی، به نتیجه‌ای جز هجو فرهنگی نخواهید رسید.

رئالیتی‌شوهایی که قرار بود گشایشی در طنز شبکه نمایش خانگی باشند، اغلب در همان قسمت‌های اول، به بن‌بست رسیده‌اند.

«دفتر یادداشت» که با حضور رضا عطاران تبلیغ می‌شد، در عمل چیزی جز گفت‌وگوهای شل‌وول، شوخی‌های قابل پیش‌بینی و موقعیت‌های آزاردهنده نبود. «اجل معلق» با شعار ترکیب تعلیق و طنز وارد بازار شد اما چیزی جز یک کلاف سردرگم از موقعیت‌های ساختگی و بازی‌های تصنعی تحویل مخاطب نداد.

«جوکر» پرچمدار این فرمت، در فصل‌های ابتدایی جذاب و متفاوت بود اما دیگر آن هیجان اولیه را ندارد.

یکی از تناقض‌های بزرگ نمایش خانگی این است که با بودجه‌های میلیاردی، محصولاتی می‌سازد که حتی یک شخصیت ماندگار یا دیالوگ قابل نقل ندارد.



شاید ریشه این شکست‌ها، درک نادرست از طنز ایرانی باشد. طنز در ایران همیشه رابطه‌ای عاطفی با طبقه متوسط داشته؛ شوخی با دردهای واقعی، دغدغه‌های ملموس و شخصیت‌هایی که می‌شد با آنها زندگی کرد. نه صرفا شوخی با زن و شوخی با بدن. اگر صادق باشیم، باید بپذیریم که تلویزیون با همه محدودیت‌ها و ساختار دولتی‌اش، هنوز موفق‌تر از نمایش خانگی در تولید طنزهای ماندگار است.

در حالی‌که پلتفرم‌های خانگی با آزادی کامل در محتوا، سرمایه‌گذاری سنگین، دست باز در انتخاب بازیگر و حمایت‌های تبلیغاتی وارد میدان شده‌اند، محصولاتی ساخته‌اند که حتی به اندازه یک آیتم ۱۰ دقیقه‌ای از «پایتخت» یا «نودشبی‌های قدیم» خنده‌دار نیست.

آینده طنز ایرانی، نه در دعواهای مجازی و نه در رقابت برای وایرال شدن بلکه در بازگشت به ریشه‌های طنز ماندگار است: داستان خوب، شخصیت‌های قابل‌باور، موقعیت‌های بومی و شوخی‌هایی که درد را کم می‌کنند نه آن‌که تحقیرش کنند.

اگر نمایش خانگی مسیرش را اصلاح نکند، مخاطب خسته، بی‌اعتماد و بی‌تفاوت می‌شود؛ همان‌طور که سرمایه‌گذارها از سود بازنمانده و ریسک‌شان را کم می‌کنند.

عباسی: «کاکتوس» یا «شب‌های برره» نمونه‌هایی بودند که نویسندگان‌شان باعث شدند کار ماندگار شود. نویسنده باید کمدی را بفهمد. آیتم بنویسد، نه این‌که حرف رکیک بچپاند. الان نویسنده‌های خوب کم داریم. تلویزیون هم آیتم‌نویس حرفه‌ای پرورش نمی‌دهد

طنز با مسئولیت اجتماعی؛ نه لودگی برای وایرال شدن

در روزگاری نه‌چندان دور، آیتم کمدی در تلویزیون ایران تجربه‌ای تازه و تا حدی پرریسک محسوب می‌شد. مخاطب عادت داشت سریال‌هایی با روایت خطی ببیند، اما در میانه دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰، شکل تازه‌ای از شوخی‌پردازی بر قاب تلویزیون نشست: طنزهای کوتاه، شخصیت‌محور، موقعیت‌ساز و در عین حال با درون‌مایه‌ای انتقادی. در این فضا، «خنده بازار» توانست موجی از استقبال مردمی را رقم بزند.

خالق این فضا کسی نبود جز شهاب عباسی؛ هنرمندی که کارش را با بازیگری آغاز کرد، اما خیلی زود به نویسندگی، طراحی آیتم، اجرا و نهایتا کارگردانی روی آورد. عباسی در آثارش از شوخی‌های سطحی فراتر رفت و به نقد اجتماعی، سیاسی و فرهنگی قدم گذاشت، بی‌آن‌که از دایره ادب و چارچوب رسانه ملی خارج شود. او در ادامه، با آثاری چون «ناخونک» و «دست‌انداز» همچنان مسیر طنز آیتمی را پی گرفت.

او در گفت‌وگو با جام جم درخصوص طنز آیتمی می‌گوید: طنز آیتمی ساختاری کوتاه و سریع دارد. برای همین مخاطب در مدت‌زمان کوتاهی به خنده می‌رسد. مزیتش این است که تنوع دارد، کش نمی‌آید و برای همه اقشار قابل فهم است. در تلویزیون هم به همین دلیل موفق بود اما در نمایش خانگی، اغلب سریال‌ها طولانی‌اند با قصه و شخصیت‌پردازی ادامه‌دار. آنجا طنز آیتمی کمتر جواب می‌دهد چون ساختارش فرق می‌کند. البته اگر درست ساخته شود، هنوز هم می‌تواند موفق باشد.

وی ۹۰ درصد موفقیت یک برنامه را به نویسندگی آن مرتبط می‌داند و می‌گوید: «کاکتوس» یا «شب‌های برره» نمونه‌هایی بودند که نویسندگان‌شان باعث شدند کار ماندگار شود. نویسنده باید کمدی را بفهمد. آیتم بنویسد، نه این‌که حرف رکیک بچپاند. الان نویسنده‌های خوب کم داریم. تلویزیون هم آیتم‌نویس حرفه‌ای پرورش نمی‌دهد. پلتفرم‌ها هم به اسم فیلمنامه طنز، فقط رنگ و لعاب می‌ریزند روی متن بی‌محتوا.

وی ادامه می‌دهد: مشکل امروز این است که بعضی طنزها صرفا دنبال دیده شدن هستند. نویسنده و کارگردان از همان ابتدا دنبال شوخی‌های اروتیک، لحن دوپهلو و چیزهایی می‌روند که در فضای مجازی پخش شود. خب معلوم است که شوخی آیتمی در چنین شرایطی زود می‌سوزد.

یکی از ویژگی‌های مهم طنزهای تلویزیونی این است که می‌شود با خانواده تماشا کرد؛ چیزی که امروز در نمایش خانگی کمتر دیده می‌شود. عباسی با تاکید بر این‌که در زمان تولید آثار تلویزیونی همه دنبال ساخت برنامه‌ای بودند که بشود با خانواده پای آن نشست، ادامه می‌دهد: ما در «خنده بازار» با وجود شوخی‌های سیاسی و اجتماعی، هیچ‌وقت به تمسخر و توهین نرسیدیم. تقلید می‌کردیم اما با احترام. امروز اما مسأله فرق کرده و انگار اگر کاری شوخی جنسی نداشته باشد، مورد قبول تهیه‌کننده نیست. هدف فقط وایرال شدن و دیده شدن شده است. به من پیشنهاد چنین فضایی داده نشده، اما در جلساتی بودم که تهیه‌کننده‌ها صراحتا می‌گفتند فلانی بیاید مجلس را گرم کند، حرفای ۱۸+ بزند، مردم بخندند و کار وایرال شود! این یعنی فاصله گرفتن کامل از طنز خانوادگی.

برش

محدودیت تلویزیون گاهی عامل خلاقیت است

شهاب عباسی با پذیرش این‌که نظارت‌های محتوایی تلویزیون باعث ایجاد محدودیت می‌شود، تاکید می‌کند: تلویزیون قطعا محدود بوده و هست اما همین محدودیت ما را وادار می‌کرد خلاق باشیم. باید با حداقل ابزار، حداکثر خنده را درمی‌آوردیم، بدون عبور از خط قرمزها. در فضای مجازی محدودیتی نیست، ولی خلاقیتی هم نیست! برای خنداندن فحش می‌دهند یا لباس عجیب می‌پوشند. خب این طنز نیست؛ یک سرگرمی موقت است. الان هم تلویزیون باید نظارت داشته باشد. البته فرق هست بین ممیزی سلیقه‌ای با نظارت درست. متأسفانه در برخی دوره‌ها نظارت تبدیل به حذف شده اما در اصل، طنز بدون قاعده به بیراهه می‌رود.

وی تاکید می‌کند: به نظر من نه آزادی کامل جواب می‌دهد و نه نظارتی. در ایران، هنوز ظرفیت آزادی کامل وجود ندارد. اگر نباشد، همان‌طور که دیدیم، طنز تبدیل می‌شود به هرج‌ومرج.

یادم هست یک زمان ورود به عرصه موسیقی سخت بود اما امروز هر کسی بالپ‌تاپش آهنگ می‌سازد، چون نرم‌افزار کار را ساده کرده. نتیجه‌اش چه شده؟ موسیقی مصرفی بدون ماندگاری. طنز هم همین است: اگر ساختارش را از دست بدهد، ماندگاری ندارد. خودم همیشه دنبال کاری بودم که هم بخنداند هم فکر بدهد. طنز باید چیزی به مخاطب بدهد. شوخی‌هایی که به تحقیر و تمسخر قومیت‌ها یا زنان منجر شود، از نظر من خط قرمز است. اگر حس کنم قرار است صرفا یک محتوای لوده ساخته شود وارد پروژه‌ای نمی‌شوم و حاضر نیستم با اسم طنز، ارزش‌ها را زیر پا بگذارم. متأسفم که بگویم امروز در نمایش خانگی این خط قرمزها خیلی وقت‌ها نادیده گرفته می‌شوند.

جام جم
رسانه
MEDIA
۳
یکشنبه ۴ آبان ۱۴۰۴ شماره ۷۱۷۳

دهمین هفته «سینما افق» روی آنتن

در دهمین هفته از «سینما افق»، شش فیلم سینمایی در ژانرهای سیاسی، انقلابی، امنیتی و دفاع مقدسی، از شبکه افق روی آنتن می‌رود.

امروز فیلم سینمایی «طلا و مس» به کارگردانی همایون اسعدیان با نقش‌آفرینی بهروز شعیبی، نگار جواهریان، سحر دولتشاهی، رضا رادمنش و جواد عزتی، ساعت ۲۳:۱۵ پخش خواهد شد.

این فیلم زندگی یک جوان روحانی و همسرش را بیان می‌کند که با صفا و ایمان در کنار دو کودک خود زندگی می‌کنند. آنها به دلیل محبت و آرامشی که در زندگی‌شان دارند، هیچ کمبودی احساس نمی‌کنند تا این‌که ناگهان زن به بیماری شدیدی مبتلا می‌شود و به دلیل بستری‌شدن در بیمارستان، همسر و فرزندانش را با مشکلات فراوان تنها می‌گذارد. پس از مدتی که از بازگشت او به خانه می‌گذرد و زندگی برای‌شان بسیار سخت می‌شود، زن به این نتیجه می‌رسد که باید برای همسرش فرد مناسبی پیدا کند، اما با تمسخر او روبه‌رو می‌شود و....

فردا در همین ساعت فیلم سینمایی «مهران» به کارگردانی رقیه توکلی پخش خواهد شد.

در این فیلم خواهیم دید: پدر مهران در جبهه پزشک است و سه سال پیش همسرش را از دست داده و مهران حالا با پدربزرگش زندگی می‌کند. پدرش خانواده‌ای کرد از شهر مهران را که در اثر جنگ آواره شده‌اند و پدر خانواده نیاز به جراحی دارد را به منزل پدرش می‌فرستد تا آنجا مستقر شوند و پدربزرگ به آنها کمک کند تا بیماری پدر او برطرف شود. حضور این خانواده کمی جای خالی پدر و مادر را برای مهران پر می‌کند اما عمه خانم به دنبال پیدا کردن همسری برای پدر مهران است. مهران تصمیم می‌گیرد خودش مادر مناسبی برای خود بیابد....

سجاد اسماعیلی، باسط رضایی، امیررضا وزیری، محمدمهدی میرحسینی، معصومه قاسمی‌پور، شیما میرعربشاهی و فاطمه مجیبیان در این فیلم سینمایی هنرنمایی کرده‌اند.

فیلم سینمایی «ایستاده در غبار» به کارگردانی محمدحسین مهدویان با بازی هادی حجازی‌فر، امیرحسین هاشمی، سوده ازقندی، فرهاد فداکار و عماد محمدی، سه‌شنبه ۶ آبان ساعت ۲۳:۱۵ روی آنتن خواهد رفت.

در این فیلم خواهید دید: احمد متوسلیان که دوران نوجوانی‌اش را در سکوت گذرانده و اکنون بزرگ‌تر شده، فرمانده لشکری می‌شود که باید در دروازه‌های خرمشهر با دشمن بجنگند اما سرنوشت او....

فیلم سینمایی «بیست‌ویک روز بعد» به کارگردانی سیدمحمدرضا خردمندان، چهارشنبه ۷ آبان ساعت ۲۳:۱۵ پخش خواهد شد. این فیلم داستان پسری نوجوان به نام مرتضی است که بعد از فوت پدرش همراه مادر بیمار و برادر کوچکش زندگی می‌کند. مادر مرتضی از راه شستن و اتو کردن لباس‌های مردم امرار معاش می‌کند و درگیر بیماری سختی است. مرتضی آرزو دارد فیلمساز شود و قصه‌ای هم برای این کار دارد اما روزی که برای اجاره دوربین از مادرش پول می‌گیرد به داروخانه می‌رود تا داروهای او را تهیه کند که آنجا می‌فهمد داروها خیلی گران است و اگر مادرش آن را استفاده نکند، فلج خواهد شد. مرتضی ابتدا فیلمنامه‌اش را می‌فروشد و سپس راه‌های مختلفی همچون بازی کامپیوتری و... برای کسب پول امتحان می‌کند که....

ساره بیات، حمیدرضا آذرنگ، امیرحسین صدیق، سینا رازانی، جلال فاطمی، مهدی قربانی و علیرضا استادی در این فیلم سینمایی به هنرمندی پرداخته‌اند.

فیلم سینمایی «کارو» به کارگردانی احمد مرادپور، پنجشنبه ۸ آبان ساعت ۲۳:۱۵ پخش خواهد شد.

در این فیلم خواهیم دید: می‌می (خاله) شیلان زنی میانسال و کرد است که در سال‌های دفاع مقدس، همراه پسر نوجوانش کارو در یکی از روستاهای اطراف کرمانشاه زندگی می‌کند. کارو، کشتی‌گیر توانمندی است که برای مسابقات انتخابی تیم ملی آماده می‌شود، اما آرزو دارد مانند بسیاری از جوانان روستا به جبهه برود و از میهن دفاع کند....

مریلا زارعی، پیمان مقدمی و حبیب پاینده در این فیلم ایفای نقش کرده‌اند.

آگهی تمدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۱/ت/۱۴۰۴
شرکت مخابرات ایران – منطقه تهران
اداره کل پشتیبانی و تدارکات
موضوع: خرید ۱۲ قلم یونیت یدکی
جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت شرکت مخابرات ایران منطقه تهران به نشانی te.tci.ir مراجعه فرمایید.
روابط عمومی شرکت مخابرات ایران – منطقه تهران
شرکت مخابرات ایران (سهامی عام) منطقه تهران