

روایت‌های سینمایی‌ها و تئاتری‌ها از عاشورا در نمایشگاه «به بلندای تاریخ»

نمایشگاه منتخب آثار عاشورایی گنچینه مرکز هنرهای تجسمی حوزه هنری با عنوان «۱۰ روایت کوتاه در وصف حماسه‌ای به بلندای تاریخ» در مجموعه گالری‌های حوزه هنری شامل «خانه ۱»، «خانه

زوم

درام‌هایی که زیر سایه پرفروش‌ها به حاشیه رفتند

فیلم‌هایی با یک سانس در روز!

صبا کریمی ۱
در حالی که فیلم‌هایی همچون «پیر پسر» و «زن و بچه» با استقبال بسیار خوبی از سوی مخاطبان روبه‌رو شده‌اند و به صورت هفتگی فروش‌های قابل قبولی را ثبت می‌کنند و از طرفی به رونق سینمای اجتماعی کمک کرده‌اند اما در این میان فیلم‌های درام دیگری هم هستند که زیر سایه این دو فیلم و همچنین کم‌دی‌های روی پرده رفته‌اند و قافیه را به آن‌ها باخته‌اند.
آثاری همچون «آنجا همان ساعت» ساخته سیروس الوند، «زعفرانیه ۱۴ تیر» به کارگردانی سیدعلی هاشمی و «ترک عمیق» ساخته آرمان زرین‌کوب از جمله فیلم‌هایی هستند که اگر قصد تماشای آن‌ها را داشته باشید احتمالاً در انتخاب سینما و سانس مورد نظرتان حتماً به مشکل برمی‌خورید.

به طور مثال «آنجا همان ساعت» که نزدیک به یک ماه از آغاز اکران آن می‌گذرد، دیروز و امروز به ترتیب یک سانس در پردیس سینمایی باغ کتاب و فردا هم یک سانس در پردیس سینمایی کوثر دارد. در سامانه سینما تیکت برای روز جمعه سالن سینما و سانس‌ی برای این فیلم ثبت نشده است.

فیلم «ترک عمیق» نیز همین وضعیت را دارد و برای امروز و روز گذشته در پردیس سینمایی باغ کتاب فقط یک سانس به این فیلم اختصاص پیدا کرده است. «زعفرانیه ۱۴ تیرماه» نیز وضعیتی مشابه این دو فیلم دارد و سهم این فیلم در روزهای چهارشنبه و پنجشنبه این هفته فقط دو سانس است و با این وضعیت اکران این فیلم‌ها تاکنون به طور میانگین فروشی از ۱۲ میلیون تا ۷۲۲ میلیون تومان را ثبت کرده‌اند.

البته وضعیت دو فیلم تازه اکران شده «غیبت موجه» به کارگردانی عباس رافعی که از هفته پیش نمایش خود



را آغاز کرد و «مرجان» ساخته سیدمیلاد بنی‌طبا بهتر است و اگرچه در اغلب روزها تک‌سانس هستند اما تعداد سالن‌های بیشتری در اختیارشان است که بعید نیست آن‌ها هم در هفته‌های آتی به سرنوشت سه فیلمی که پیش‌تر عنوان شد، دچار شوند.

اگرچه این روزها خیلی از سینمادوستان از رونق گیشه و اقبال مردم به فیلم‌های غیرکمدی خرسندند اما نباید فراموش کرد وضعیت اکران و حمایت از فیلم‌ها همچنان دستخوش بی‌عدالتی در شرایط نابرابر و غیر قابل رقابت است. طبیعتاً میزان تقاضای بالا برای تماشای یک فیلم توازن عرضه برابر را بر هم می‌زند و سینمادار با توجه به ذائقه مخاطب و ظرفیت‌های یک فیلم، امکان دسترسی بیشتر را فراهم می‌کند. با توجه به اینکه، این یک رابطه کاملاً مبتنی بر عرضه و تقاضاست اما فضا را برای فیلم‌های کمتر دیده شده تنگ‌تر و همین رابطه علت و معلولی امکان تماشای این فیلم‌ها را هم محدودتر می‌کند؛ بنابراین سانس‌های قابل قبولی وجود ندارد که فیلم دیده شود و از آن طرف سینمادار هم وقتی مخاطب فیلم را بسیار کمتر از سایر فیلم‌ها می‌بیند، سانس و سالن‌های فیلم‌های پرفروش را بیشتر می‌کند.

بنابراین همان‌طور که باید به تنوع ژانری در سبد اکران فصول مختلف توجه کرد، به همان اندازه باید امکان اکران متناسب را برای فیلم‌ها در نظر گرفت، در غیر این صورت اتفاقی جز فیلم‌سوزی در انتظار آثار کمتر دیده شده نخواهد بود.

خبر

بچه مهندس ۵ ساخته می‌شود

سعید سعدی، تهیه‌کننده سریال پرمخاطب «بچه مهندس» از احتمال ساخت فصل پنجم این مجموعه خبر داد.

تهیه‌کننده «بچه مهندس» از تغییر بازیگر نقش اصلی سریال در قسمت‌های نخست به‌عنوان یک چالش جدی یاد کرد. او گفت: در صورت درخواست صداوسیما فصل جدید سریال را هم خواهند ساخت.

سعدی درباره تغییر نقش اصلی این سریال در فصل جدید توضیح داد: شرایطی ایجاد شد که ما مجبور شدیم بازیگر نقش اصلی را تغییر دهیم. تمام تلاشمان این بود بازیگری را انتخاب کنیم که بتواند برای ما زحمت کمتری ایجاد کند و مخاطبان هم راحت‌تر بتوانند با او ارتباط برقرار کنند و بازیگری که انتخاب شده تا حدی این نگرانی را برطرف کرده است.

او درباره همکاری با محمدرضا رهبری در نقش جواد جوادی ادامه داد: در این ارتباط نظر ما مثبت است و مشکل چندانی برای ما ایجاد نکرد. شاید دو سه قسمت اول چالشی را ایجاد کرد و پذیرشش برای مخاطبان سخت بود اما از قسمت سوم -چهارم به بعد، مخاطبان پذیرفتند که جواد جوادی تغییر کرده و این بازیگر است، همان‌طور که در قسمت‌های قبل هم جواد جوادی بنا بر شرایط سنی‌اش یک بازیگر دیگر بود.

۲» و «ابوالفضل عالی» آغاز به کار کرد.۱۰۰ اثر منتخب از آثار نقاشی و نگارگری گنچینه مرکز هنرهای تجسمی حوزه هنری که با مضمون و مفهوم عاشورایی و با روایتی متفاوت توسط ۴۰ هنرمند خلق شده در نمایشگاه «به بلندای تاریخ» به نمایش درآمده است.

این نمایشگاه در اصل بازخوانی و بازنمایی این آثار فاخر بوده

و تفاوتش با دیگر نمایشگاه‌ها این است که با هنرمندان تئاتر، سینما و تلویزیون ارتباط ایجاد کرده و روایت‌هایی که در برهه‌های مختلف از این آثار نوشته‌اند، در کنار آثار به نمایش گذاشته شده است.
دارپوش ارجمند، سیدمحمود رضوی، بهادر زمانی، علیرضا شجاع نوری، فرهاد قائمیان، فریا کوثری، حمید گروگان، هادی



دست‌رسی به اینترنت پایدار و مناسب برای تماشای آثار در پلتفرم‌ها دارند یا خیر. تلویزیون سال‌هاست محتوای خود را به صورت رایگان در اختیار مخاطب قرار داده و سیگنال آن به دورافتاده‌ترین نقاط کشور نیز می‌رسد. این واقعیت را نباید نادیده گرفت و در تحلیل بازخوردها و میزان موفقیت آثار، باید این تفاوت در بسترهای پخش و دسترسی را نیز در نظر داشت.

■ **برای جلوگیری از تکرار و خسته‌شدن مخاطب از یک تیم ثابت، چه برنامه‌ها و اهدافی دارید؟**

هر شروعی، پایانی دارد و ماهمواره تلاش کرده‌ایم پیش از رسیدن به نقطه اشباع، مسیر تازه‌ای را در پیش بگیریم. در همین راستا سعی کرده‌ایم با تغییر قالب‌ها، مثلاً تولید سریال برای پلتفرم‌های برخط یا ادامه فعالیت در تلویزیون، تنوع ایجاد کنیم. شاید در آینده هم به‌سراغ شکل تازه‌ای از کار برویم، اما زمانی که یک اثر به تکرار می‌رسد، به این معناست که دیگر حرف تازه‌ای برای گفتن ندارد. در چنین شرایطی بهتر است خاطرات خوب را حفظ کرد و اجازه داد مردم با همان حسن‌نوس تا لایک و مثبت از ما یاد کنند؛ اینکه بگویند: «این‌ها همان‌هایی بودند که کودکی ما را ساختند و خاطراتی زیبا برایمان به جا گذاشتند». جالب است که برخی از همکاران جوان امروز من، همان کودکانی بودند که زمانی مخاطب همین برنامه‌ها بودند. این یعنی استمرار، اما نه به‌معنای تکرار؛ به‌معنای تأثیرگذاری، ماتمام تلاشمان را می‌کنیم تا در هر پروژه، حرف تازه‌ای برای گفتن داشته باشیم به‌ویژه در بخش خصوصی که هیچ تعارفی با مخاطب وجود ندارد. اگر مخاطب از برنامه استقبال نکند، اگر تماشاگر نباشد، ناگزیر باید خداحافظی کرد یا به فکر مسیر و رویکردی تازه افتاد. همین موضوع است که ما را به پویایی و نوگرایی وادار می‌کند.

■ **عملکرد نمایش خانگی با محوریت کودکان و نوجوانان در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

بازار کودک و نوجوان، بازاری کوچک است؛ به همین دلیل، همین یکی دو کار که در حال حاضر در این حوزه انجام می‌شود باید غنیمت شمرده شود که متأسفانه چنین نگاهی وجود ندارد. در این حوزه، باید نگاه حمایتی حاکم باشد. کودکان به هیچ‌تر بیون مستقیمی دسترسی ندارند، نهایت ارتباط آن‌ها با جهان بیرون، محدود به پدر و مادر و محیط پیرامونشان است. آن‌ها که صاحب‌قلم نیستند تا بتوانند بنویسند، نقد کنند و خواسته‌هایشان را در قالبی رسمی بیان کنند. در نتیجه، دغدغه‌هایشان در مسیر انتقال، همواره با چالش روبه‌رو است. به همین دلیل است که تأکید می‌کنم باید نگاهی حمایتی و ساختار یافته به این حوزه وجود داشته باشد. اگر بحث کیفیت را موقتاً کنار بگذاریم، حتی از نظر کمی نیز این سؤال مطرح است که چرا پلتفرم‌ها در حوزه کودک و نوجوان محتوای بیشتری تولید نمی‌کنند؟ پاسخ روشن است: پلتفرم‌ها ترجیح می‌دهند برای طیف گسترده‌تری از مخاطبان، یعنی بزرگسالان، تولید محتوا کنند؛ چراکه کار کودک و نوجوان نه تنها محدودتر است، بلکه از نظر اقتصادی هم‌مقرون‌بصرفه نیست.

پلتفرم‌ها به خوبی از مشکلات تولید در این حوزه آگاه‌اند؛ از جمله هزینه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، طراحی لباس، گریم، دکور و جلوه‌های ویژه. همه این موارد بسیار هزینه‌بر هستند. حال شمای تصور کنید تمام این هزینه‌ها را برای گروه مخاطبی انجام می‌دهید که به مراتب کوچک‌تر از مخاطبان بزرگسال است. طبیعی است تمایل به تولید در حوزه کودک و نوجوان کاهش یابد.

داشته

باشم و بفهمم آیا

کار ما مورد توجه قرار گرفته

یا خیر. اما در عین حال، باید این نکته را در نظر گرفت که

گستره مخاطبان در پلتفرم‌های برخط، از نظر کمی قابل

مقایسه با تلویزیون نیست. حتی اگر اثری در فضای

پلتفرم‌ها موفق باشد، باز هم میزان دسترسی و فراگیری آن

با تلویزیون تفاوت اساسی دارد.

دلیل اصلی این تفاوت، به‌مسائل اقتصادی و زیرساختی

بازمی‌گردد. توان اقتصادی مردم به مرور ضعیف‌تر شده

و هزینه اشتراک در پلتفرم‌ها برای بسیاری از خانواده‌ها

سنگین است. همچنین باید دید آیا همه مخاطبان

مقدم‌دوست، حمیدرضا نعیمی و دارپوش یاری این روایت‌ها را نوشته‌اند.

همچنین تابلو نقاشی «ذوالجناح» اثر مصطفی گودرزی که ۴۰ روز خلق آن به طول انجامیده نیز در این نمایشگاه رونمایی شد و این اثر در نگاه‌خانه حوزه هنری به نمایش گذاشته شده است.

WWW.QUDSONLINE.IR

پنجشنبه ۱۶ مرداد ۱۴۰۴ ۱۳ مهر ۱۴۴۷ ۷ آگوست ۲۰۲۵ ۱۱ سال سی و هشتم ۱۰۷۱۲ شماره ۱۷۱۲

گفت‌وگو با کارگردان سریال «آرزوهای چپکی» که از شبکه‌نمایش خانگی پخش می‌شود و می‌کوشد از زاویه‌ای تازه به آموزش دانش نگاه کند

زنگ ریاضی با عموپورنگ

■ **مهم‌ترین ویژگی یک پروژه موفق در حوزه کودک و نوجوان چیست؟**

موفقیت در حوزه کودک و نوجوان فقط به کودکان محدود نمی‌شود، بخشی از محبوبیت، به حضور چهره‌هایی مانند دارپوش فرضیایی بازمی‌گردد که به‌تنهایی ظرفیتی عظیم در جذب مخاطب ایجاد کرده‌اند. مخاطب وقتی می‌بیند فردی محبوب در پروژه حضور دارد، به خودی خود جذب می‌شود. اما اگر بخواهم صادقانه صحبت کنم، باید بگویم نمی‌شود تنها با تکیه بر سرگرمی، برای کودک و نوجوان کار تولید کرد. ظاهر ماچرا ممکن است چنین نشان دهد که کودک صرفاً از عناصر سرگرم‌کننده لذت می‌برد، اما ذهن جست‌وجوگر او به دنبال «حرف تازه» است؛ حرفی که به درش بخورد، در ذهنش تفسیرش شود و او را به فکر و همراهی وادارد. همیشه باید از خود پرسید: «چه بشود؟» ما «آرزوهای چپکی» را ساختیم که چه اتفاقی بیفتد؟ آیا هدف صرفاً پر کردن اوقات فراغت مخاطب بود؟ قطعاً نه. ما خواستیم حرفی را برزیم که تأثیر بگذارد و در ذهن و احساس مخاطب ماندگار شود. به‌نظر من، اگر کسی می‌خواهد برای کودک کاری انجام دهد، نباید صرفاً به زرق و برق، بسته‌بندی و ظاهر خوش‌آب و رنگ اثر توجه کند. درست است که موسیقی، طراحی صحنه، رنگ و حرکت نقش مؤثری دارند، اما همه چیز نیستند. در پس همه این ابزارها، باید «محتوا» وجود داشته باشد؛ حرفی که ارزش شنیدن و به‌خاطر سپردن داشته باشد.

برای مثال، در مجموعه «لالایی» که در بخش خصوصی تولید شد، من درباره محیط زیست حرف زدم. گفتم اگر مادر عزیز و محترم است، زمین که مرکز زایش ماست، مقام بالاتری دارد.

بیایید هوای آن را هم داشته باشیم. برای بیان این حرف‌ها نه از سازمان محیط‌زیست سفارشی گرفتیم، نه بودجه‌ای؛ این دغدغه شخصی من بوده است. امروز بسیاری از مشکلاتی که در جامعه‌مان داریم، چند درصدشان سیاسی است؟ بخش بزرگی از آن‌ها به کم‌توجهی به مسائل زیست محیطی و فرهنگی بازمی‌گردد. فرهنگ‌سازی برای کودکان محدود به زمان خاصی نیست؛ باید مستمر و به‌روز باشد. این کار مانند یک دو امدادی است که باید از نسلی به نسل دیگر منتقل شود. نباید به زمانی برسیم که ۲۰ سال بعد، روی بیلبوردها بنویسیم: «آب را ببندید، کم داریم!» این هشدارها باید از کودکی در ذهن نهاده‌ی شود، نه اینکه تازه در بزرگسالی با آن مواجه شویم. بیلبوردهایی که امروز در خیابان می‌بینیم، چقدر اثر دارند؟ اما اگر آموزش‌های اولیه از سن ۶-۵سالگی و از طریق برنامه‌های نمایشی در تلویزیون، سینما و رسانه‌های دیگر داده شود، آن کودک با درکی عمیق‌تر بزرگ خواهد شد.

به نظر من، هر سازمان و نهاد مرتبط با حوزه کودک و نوجوان موظف است دست‌کم سالی یک اثر تولید کند. چون مگر بودجه‌اش چقدر می‌شود؟ تولید نمی‌کنند، چون آیندم‌نگری نداریم.

ما همیشه منتظر بزم بحرانی پیش بیاید، بعد بنشینیم و بگوییم: «حالا چه باید کرد؟» اما باید از امروز بکاریم، تا ۲۰سال بعد برداشت کنیم. نتیجه هر تصمیمی، هر تولیدی و هر غفلتی، ۲۰ سال بعد خودش را نشان می‌دهد. نمی‌دانم صدایم را باید چگونه به گوش مسئولان برسانم. اما آنچه مسلم است، ما ماندنی نیستیم و نسل‌ها تغییر می‌کنند. اگر امروز درباره وضعیت آب و هوایی ایران، ناترازی انرژی و مصرف بهینه با زبان کودکانه در مدارس و برنامه‌ها صحبت نکنیم، در آینده باید فشار بیشتری به مردم و هنرمندان بیاوریم. پرسش مهم من این است که شرکت‌های بزرگی مثل نفت و گاز، یا آقایان توانیر، چقدر برای فرهنگ‌سازی با زبان کودکانه در مدارس و برنامه‌ها صحبت نکنیم، در آینده باید فشار بیشتری به مردم و هنرمندان بیاوریم. پرسش مهم من این است که شرکت‌های بزرگی مثل نفت و گاز، یا آقایان توانیر، چقدر برای فرهنگ‌سازی خود به‌ماچرا نگاه می‌کند و حاضر نیست بودجه فرهنگی را هم‌افزا کند، اما اگر اراده‌ای جدی وجود داشته باشد، می‌توان قدم‌های مؤثر و ماندگاری برداشت.

