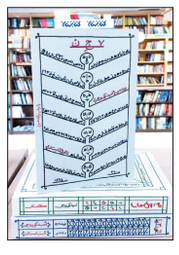
یادداشت | جواد محرمی

عادل بازیچه انتخاباتی آشنا!

ظاهراً که نه، حالا دیگر تحقیقاً باید گفت برای این دولت انسان به ماهو انسان اصالتی ندارد و همه چیز تحت‌الشعاع سیاست است و در این باره حسام‌الدین آشنا را باید متخصص سوءاستفاده از هر ماجرایی به سود سیاست دانست. این بار و یک روز پس از پایان ثبت‌نام انتخابات مجلس مشاور رسانه‌ای رئیس‌جمهور و عضو شورای نظارت بر صداوسیما فیلش یاد هندوستان کرده و درباره عادل فردوسی‌پور به حجت‌الاسلام محسنی‌اژه‌ای، رئیس شورای نظارت نامه‌نگاری کرده و نوشته: «درخواست بررسی مجدد موضوع برنامه ۹۰ و عادل فردوسی‌پور را دارم» که چه نشسته‌اید که بهترین مجری تلویزیون خانه‌نشین شده است! برای آنهایی که با اقوال و گرایشات مدعیان اعتدال آشنایی دارند این گزاره‌ای بدیهی است که حسام‌الدین دولت نه دلش برای آنچه به دروغ خانه‌نشینی فردوسی‌پور عنوان کرده می‌سوزد و نه دغدغه‌مندای برای مخاطبان فوتبال ایران دارد. برای اثبات این ادعا کافی است به دروغ شاخدار مشاور رسانه‌ای رئیس‌جمهور درباره عادل فردوسی‌پور آن هم در اولین جمله از نامه وی اشاره کرد. هر کسی نداند آقای مشاور رسانه‌ای خوب می‌داند که عادل فردوسی‌پور مدتی است که فقط برنامه ۹۰ را اجرا نمی‌کند و قرار است مقابل دوربین نباشد اما همچنان کارمند صداوسیماست و از این سازمان حقوق می‌گیرد و بدیهی است که نباید او را خانه‌نشین تلقی کرد. آشنا می‌نویسد: «وارد آمدن صدمه جدی به اعتبار رسانه ملی و اعتماد مخاطبان به این سازمان، افت کیفی گزارشگری فوتبال در شبکه ۳ و شبکه ورزش، ناموفق بودن برنامه «فوتبال برتر» و آغاز یک برنامه آلترناتیو در شبکه ایران‌اینترنشنال، بار دیگر موضوع عادل فردوسی‌پور و برنامه ۹۰ در دستور کار شورای نظارت بر سازمان صداوسیما قرار گیرد.» آقای مشاور البته به دلایل و مستنداتش در رابطه با ادعای صدمه دیدن اعتبار رسانه ملی و ناموفق بودن برنامه فوتبال برتر و ادعاهایی از این دست اشاره نکرده و تنها چند گزاره بی‌اساس را مطرح نموده است. درباره فردوسی‌پور باید گفت که پرونده مجری‌گری وی در صداوسیما خیلی وقت است که بسته شده و حسام‌الدین آشنا هم بهتر از هر کسی به آن واقف است اما از آنجا که سیاست در مرام ایشان و همفکرانشان بر هر چیز مقدم است فردوسی‌پور را سوژه انتخاباتی خوبی برای دوقطبی‌سازی همیشگی فضای جامعه دیده است. درباره مدعای دیگر جناب آشنا که گزاره ناموفق بودن برنامه فوتبال برتر را مطرح کرده است نیز باید گفت که این برنامه با اجرای محمدحسین میثاقی پیش از کلید خوردن در سیبل حملات هدفمند اتاق فکرهای آشنا و غیرآشنا قرار گرفته بود و تمام تلاش رسانه‌ای پوپولیسم رسانه‌ای دولت و اصلاح‌طلبان بر القای این اصل قرار داشت که فوتبال برتر برنامه‌ای از پیش‌شکست‌خورده معرفی شود، حال آنکه با آغاز فوتبال برتر همه مشاهده کردند که مردم اعتنایی به القائات سیاسی غرض‌ورزانه نمی‌کنند و برنامه جای خود را در میان فوتبال‌دوستان پیدا کرد. این ادعا نیز که برنامه فوتبالی شبکه سعودی با اجرای یکی از مجریان فراری برنامه ۹۰ که متهم به دزدیدن آرشیو صداوسیما نیز هست موفق بوده را نباید چیزی بیش از گزافه‌گویی قلمداد کنیم چراکه دلایلش آنقدر روشن است که نیازی به استدلال ندارد. عجیب است که مشاور رسانه‌ای با پخش تنها یک قسمت از برنامه شبکه سعودی به سرعت به این نتیجه رسیده که این برنامه موفق عمل کرده اما حقیقت ماجرا این است که عادل فردوسی‌پور این روزها وسیله خوبی برای اهداف انتخاباتی است و قرار است از او به سود یک جریان سیاسی ناکارآمد و البته به زیان مردم بهره‌برداری شود. عیار مردمی بودن مجری سابق هم در میان این معرکه‌گیری‌های سیاست‌زده می‌تواند تا حدودی خود را نشان دهد.

کتاب

رمان «هفت‌جن» برای یازدهمین بار منتشر شد



انتشارات کتابستان معرفت اثر پرطرفدار امید کوره‌چی را به چاپ یازدهم رساند.

از جمله رمان‌های نوشته شده در مقابله با معنویت‌های ناقص و عرفان‌های نوظهور، رمان «هفت‌جن» نوشته امید کوره‌چی است. «هفت‌جن» نثری بسیار روان و فوق‌العاده جذاب دارد. داستان از این قرار است که مردی (راوی داستان) برای به‌دست‌آوردن قدرت ماورایی سراغ درویشی می‌رود تا علوم غریبه و چگونگی ارتباط با جنه را یاد بگیرد اما اتفاقاتی برای او می‌افتد که در طول داستان مجبور می‌شود هفت جن را از بین ببرد که بعضی از آنها بسیار قدرتمند هستند. می‌توان گفت بزرگ‌ترین قدرت جذب داستان، هیجان مبارزه با جن‌های مختلف است.

جوان

روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیرعامل و مدیر مسئول: عبدالله گنجی
سردبیر: غلامرضا صادقیان
آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری تقاطع میرزای شیرازی، پلاک ۳۸۴
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۴۱۶۵۴
روابط عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نمابر: ۶-۸۸۸۴۵۶۳۴
توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۸۸۸۶۲۱۹۴
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان
www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۵۸۱۲ | دوشنبه ۱۸ آذر ۱۳۹۸ | ۱۲ ربیع‌الثانی ۱۴۴۱ | اذان ظهر: ۱۱:۵۶ |
غروب آفتاب: ۱۶:۵۱ | اذان مغرب: ۱۷:۱۱ | نیمه‌شب شرعی: ۲۳:۱۲ | اذان صبح فردا: ۰۵:۳۳ | طلوع آفتاب فردا: ۰۷:۰۳ |

هنرمندان درگیر صندوقی که اعتبارش آب می‌رود!

دبیر شورای عالی تهیه‌کنندگان سینما خطاب به وزیر ارشاد: گلایه‌های هنرمندان درباره کارایی‌نداشتن و بی‌درایتی صندوق اعتباری هنرمندان همچنان پابرجاست

■ **هادی عسگری**

بی‌کفایتی صندوق اعتباری هنر در حمایت از هنرمندانی که نیازمند چتر حمایت بیمه هستند، باعث شد تا دبیر شورای عالی تهیه‌کنندگان در نامه‌ای سرگشاده به وزیر ارشاد، از وی بخواهد به وضعیت این صندوق و مشکلاتی که برای هنرمندان به وجود آمده است، رسیدگی کند.

وزیر ارشاد قول رسیدگی به معافیت مالیاتی بخشی از هنرمندان دارای درآمدهای میلیاردی را داده است. همین قول مساعد بهانه‌ای برای نامه‌نگاری سیدضیاء هاشمی دبیر شورای عالی تهیه‌کنندگان به وزیر ارشاد و مطرح کردن مسئله بغرنج بیمه هنرمندان شده است.

■ **هنرمندان دغدغه بیمه دارند**

در نامه هاشمی خطاب به وزیر ارشاد آمده است: «ضمن سپاس و تشکر از توجه، حسن نیت و پیگیری حضرتعالی در خصوص حل وضعیت مالیات هنرمندان، به استحضار می‌رساند کماکان دیگر دغدغه هنرمندان یعنی بحث مهم بیمه تکمیلی درمان پابرجاست. این مسئله در ماه‌های اخیر زحمت فراوان برای بیماران این قشر فراهم آورده که پیش‌تر نیز به صورت مکتوب خدمت‌تان اعلام شد و اصلاح و بهبود شرایط این مهم نیازمند دستور اکید و پیگیری مجدانه شماست.»

هاشمی می‌نویسد: «همانطور که مستحضرید گلایه‌های هنرمندان درباره عدم‌کارایی و بی‌درایتی صندوق اعتباری هنرمندان همچنان پابرجاست و وضعیت بیمه تکمیلی هنرمندان با مشکلات متعدد مواجه است. این صندوق با بی‌کفایتی، هنرمندان بیمار را با بوروکراسی دست و پاگیر، درگیر کرده است که هزینه‌های گزافی را به صندوق تحمیل می‌کند و انجام اموری را به هنرمندان متحمل می‌کند که عبث و جاهلانه است. در شرایطی که همه ارگان‌ها به سمت دولت الکترونیک رفته و کمتر با کاغذ سر و کار دارند، صندوق علاوه بر ثبت از طریق سامانه که خود با اشکالات متعدد همراه است، عزیزان بیمار را موظف به پست و تحویل مدارک می‌کند و اکثر باجه‌های پست از ارسال رایگان مدارک اظهار بی‌اطلاعی می‌کنند. سؤال اینجاست تاوان بی‌کفایتی مدیران صندوق را چرا باید هنرمندان بیمار بدهند؟!»

دبیر شورای عالی تهیه‌کنندگان ادامه می‌دهد:

عنقا: باید بپذیریم برای بازی‌گردانان سیاسی، سلبریتی‌ها بهره‌وری تبلیغی دارند؛ چهره‌هایی که همیشه برای دولت‌ها مهمند

«بسیاری از بیماران جامانده از ثبت‌نام کماکان بلاتکلیف هستند و بیمه سرمد و صندوق هیچ یک رسیدگی به این موضوع را در برنامه قرار نداده‌اند. متأسفانه مدیران صندوق به جای سامان‌بخشی به وضعیت بیمه‌گزار، بیمه‌شدگان که معمولاً درگیر پروسه درمان هستند را به زحمت انداخته و تنها به فکر کسب و کارهای دیگر خود هستند و کارمندان صندوق هم به تبع مدیران برخورد مناسبی با هنرمندان ندارند.»

■ **انتقادها مربوط به گذشته است**

به دنبال انتشار چنین انتقاداتی، صندوق اعتباری هنر که متولی حمایت از هنرمندان است در بیانیه‌ای از عملکرد خود دفاع کرد. در بخشی از این بیانیه با اشاره به انتقاد هنرمندان و رسانه‌ها آمده است: «عمده موضوعات مطرح شده در فضای رسانه‌ای مرتبط با عدم‌پرداخت خسارت‌های سال گذشته می‌باشد که صندوق مسئولیتی در این رابطه نداشته و نماینده قبلی خانه سینما در امور بیمه درمان تکمیلی مسئول پیگیری اسناد درمانی و احقاق حقوق بیمه‌شدگان هستند، با این وجود طی ماه جاری صندوق با همکاری خانه سینما و شرکت‌های بیمه رازی و سرمد نسبت به تعیین تکلیف و پرداخت هزینه‌های معوق سال‌های گذشته اقدام نمود. در سال ۹۸ با توجه به تفاهم انجام شده با خانه سینما مسئولیت دریافت، پیگیری و پرداخت خسارت‌های اهالی سینما بر عهده صندوق اعتباری هنر می‌باشد و صندوق در این رابطه تمام تلاش خود را در بررسی اسناد، هماهنگی با شرکت بیمه و پرداخت به موقع انجام خواهد داد.»

اینکه چرا باید مسئله معافیت هنرمندان به این شکل مطرح شود و در نتیجه آن مالیات ندادن بخش سلبریتی پررنگ شود، می‌تواند به عنوان یک بحث حاشیه‌ای رسانه‌ای در روزهایی که اعتراض‌ها به گرانی بنزین در جامعه وجود داشت، مطرح شود اما اکنون مواجهه جامعه هنرمندان با معافیتی که دولت آن را تبلیغ می‌کند، جالب توجه است.

■ **مالیات ندادن اوج بی‌عدالتی است**

حامد عنقا نویسنده و تهیه‌کننده سینما و تلویزیون در گفت‌وگو با «تسنیم» درباره ماجرای معافیت مالیاتی هنرمندان، تصریح می‌کند: «من به شدت موافق مالیات پرداخت کردنم چراکه نهایت ظلم و نهایت تبعیض در عدالت اجتماعی است که برخی از مشاغل با حقوق‌های پایین، مالیات بدهند و شخصی که ماهانه چند صدمیلیون درآمد دارد از مالیات معاف شود، این اوج بی‌عدالتی است اما کارکرد مالیات در جوامع به این شکل است که دولت‌ها به عنوان متولی، مالیات را می‌گیرند که بخشی از خدمات اجتماعی را ارتقا بدهند پس معنی‌اش این است که من درآمد چند صدمیلیونی دارم باید مالیات بدهم و خدمات اجتماعی ایجاد شود که آن آدمی که در حوزه فرهنگ و هنر ماهی ۳میلیون تومان درآمد دارد، به واسطه این اخذ مالیات، امتیازاتی را دریافت کند، البته آن دستمزدهای کلان و هنگفت شامل یک یا ۲درصد هنرمندان می‌شود.»

■ **بازی انتخاباتی با مالیات!**

عنقا در پاسخ به این سؤال که چرا دولت در این شرایط دست به چنین اقدامی زده است، می‌گوید: «بالاخره نزدیک انتخابات است و بخش عمده‌ای از این ماجرا به بازی‌های انتخاباتی برمی‌گردد. باید بپذیریم برای بازی‌گردانان سیاسی، هنرمندانی بهره‌وری تبلیغی دارند که جزو همین یک یا ۲درصد جامعه هنری‌اند؛ همان چهره‌هایی که همیشه برای دولت‌ها مهمند، یعنی وقتی که دولت می‌گوید هنرمند معاف شود، نگاهش به آن یک یا ۲درصد هنرمندی است که درآمد میلیاردی دارند چراکه آنها با حرف، حضور و پست‌های اینستاگرامی مردم را پای صندوق رأی می‌آورند و به حمایت سمت و سوی خاصی که لازم است ترغیب می‌کنند. واقعیت این است که بخشی از بازی معافیت مالیاتی در این معادلات سیاسی تعریف می‌شود.»

■ **نه بیمه دارم نه بازنشستگی!**

در همین زمینه پژمان بازغی در گفت‌وگو با «آنا» در واکنش به طرح معافیت مالیاتی هنرمندان و همچنین ساز و کار اجرایی آن می‌گوید: اولاً بگویم من موافقم که همه از جمله هنرمندان، مالیات بدهند اما این موافقت مشروط بر این است که اگر من هنرمند یا بازیگر، مالیاتی هم می‌دهم لااقل در قبالش خدماتی هم به من بدهند.

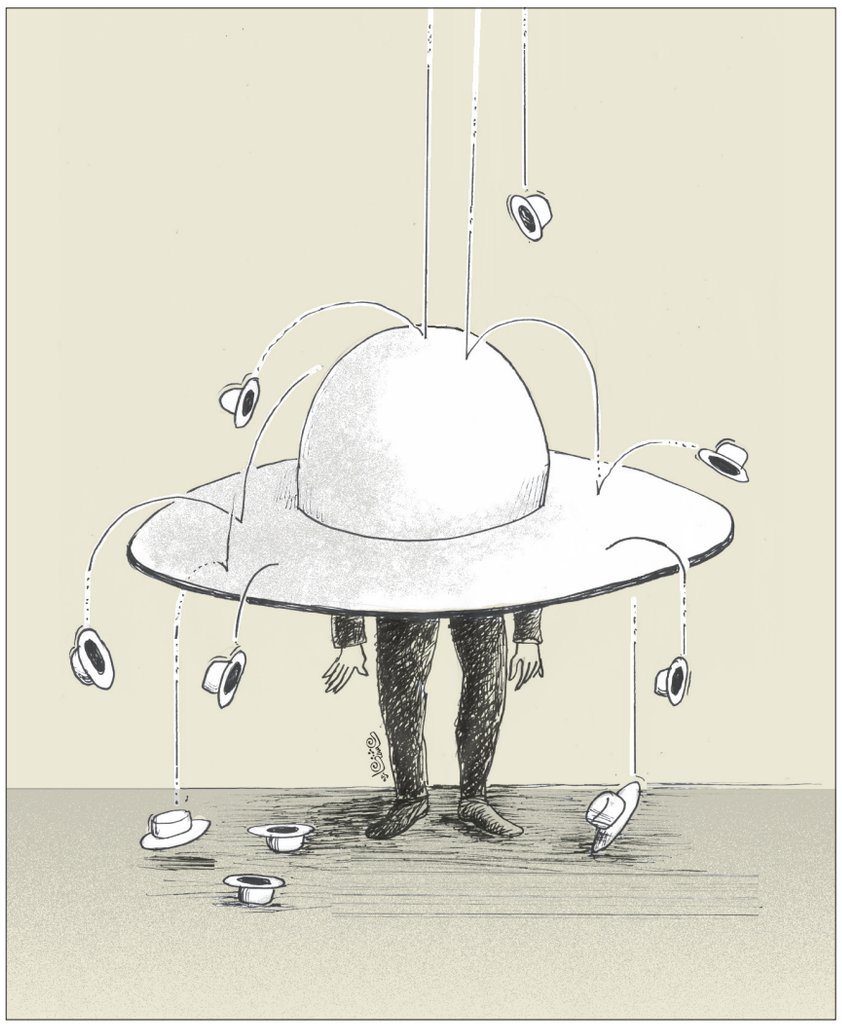
وی می‌افزاید: «مشکل من این است که هیچ خدماتی در قبالش نمی‌گیرم، شما بروید و وضعیت من بازیگر را ببینید چنان که نه بیمه‌ای دارم و نه مشمول بازنشستگی می‌شوم و نه سندیکا و صنف حمایتی و غیره‌ای هست که مرا تحت پوشش قرار دهد. با این مسئله که می‌خواهند کمبود خزانه دولت را از بنزین و مالیات و اینها پر کنند، هیچ مشکلی ندارم و در همه دولت‌های متمدن نیز این کار را می‌کنند، مشکل عدم ارائه خدمات مناسب در قبال پرداخت مالیات است.»

حکمت

حکمت ۳۹۱

از حرام دنیا چشم بپوش تا خدا زشتی‌های آن را به تو بنمایاند و غافل مباش که لحظه‌ای از تو غفلت نشود.

نما | حسین کشتکار



«ماهرخ» این داستانِ نفسگیر

آنچه کم‌کم در میان مستندهایی درباره جنگ با داعش به چشم آمد مشابهت‌هایی است که در نوع نگاه، مدل روایت و پیشبرد خط روایی وجود دارد

■ **نوید پارسا**

با گذشت مدتی از حمله نیروهای تکفیری به مناطق وسیعی از دو کشور سوریه و عراق و بعد از آنکه شرایط از بحران اولیه که بیم سقوط کامل کشور سوریه نیز می‌رفت خارج شد، به مرور تهمیداتی برای حضور گروه‌های مستندساز و ثبت جزئیات جنگ سخت میان نیروهای مقاومت و جریانات تکفیری مهیا شد و تعدادی از مستندسازان کشورمان توانستند با حضور در مناطق عملیاتی جنگ روایت‌های دست اولی از این جنگ سخت را در قاب دوربین مستند خود به نمایش بگذارند.

حاصل این تلاش تولید ده‌ها مستند از جنگ با داعش شد؛ مستندهایی که عموماً با تمرکز بر شهدا و زندگی ایشان و تکنیک برش زمان مانند اشاره به حضور در دفاع مقدس تا شهادت در جنگ با داعش روایت می‌شد و مستنداتی که پرتره‌ای بود از شهدای جنگ و البته تعداد دیگری که متمرکز بر حوادث خاص بود و منظر قالب و نوع نگاه پهلو می‌زد به مستندهای روایت فتح پس از جنگ تحمیلی.

با گذشت زمان و افزایش کمی مستندها با این موضوع، آنچه کم‌کم به چشم آمد مشابهت‌هایی بود که در نوع نگاه، مدل روایت و پیشبرد خط مستند در میان مستندهای مختلف این حوزه وجود داشت و موضوع طوری بود که گویی فقر سوژه در حوزه جنگ داعش وجود دارد، حال آنکه تاثیر عمیق این جنگ در لایه‌های اجتماعی عموم مردم در عراق و سوریه، تأثیر و تأثر حضور مستشاری ایران و روایت‌های خانواده‌های رزمندگان ایرانی، گستره نیروهای مقاومت از پاکستان و افغانستان تا ایران و سوریه و لبنان با تفاوت‌های فرهنگی-اجتماعی این ملت‌ها، ترکیب سوژه جنگ با اعتقادات شیعیان، از آستان حضرت زینب(س) تا عتبات عالیات و حتی تنوع عقیدتی دینی رزمندگان مقاومت هر کدام می‌توانند سوژه ده‌ها و صدها مستند و فیلم کوتاه و فیلم سینمایی با داستان‌های مختلف شنیدنی باشند، اما تنها تلاش جدی هنری در این عرصه به حوزه مستند محدود شد که آن هم گزاف نیست اگر بگوییم به مرور بعضاً در مواردی به تکرار در روایت افتاد.

در این میان اما گاه مستنداتی رونمایی می‌شود که چه به لحاظ فکر بودن سوژه و تفاوت در نگاه و چه به لحاظ نگاه اجتماعی مردمی به موضوع جنگ متفاوت و دیدنی است؛ مستنداتی که حتماً تاثیر بیشتری در جذب مخاطب و برانگیختگی حس همراهی مخاطب با سوژه دارد و در مجموع موفق‌تر عمل می‌کنند. مستندهایی مانند با صبر زندگی، زنانی با گوشواره‌های باروتی، بوم رنگ و... از جمله مستندهایی هستند که با نگاه‌هایی متفاوت به مقوله جنگ با داعش پرداختند و از قضا موفق‌تر از بقیه نیز به حساب می‌آیند.

اخیراً هم مستند ماهرخ روی آنتن رفت که روایتی دیدنی از یک زن ایرانی است که سال‌هاست در کشور سوریه زندگی می‌کند و به رغم مشکلات اجتماعی و قانونی خود و فرزندانش در سوریه اسیر جنگ و در آستانه دستگیری توسط داعش به عنوان یک اسیر ارزشمند و قابل مبادله ایرانی است و به همین جهت داعشی‌ها به شدت به دنبال دستگیری او هستند.

سیده‌ماهرخ حسینی زن ایرانی که سال‌ها در سوریه زندگی کرده و حتی بعد از جنگ و به رغم آنکه زندگی‌اش در جنگ نابود شده اما باز هم در سوریه باقی مانده و توانسته قصه‌ای جذاب و نفسگیر از زندگی خود و فرزندانش را روایت کند.

این مستند دوباره نشان داد که روایت‌های اینچنینی از جنگ با داعش هم بار دراماتیک بالاتری دارند و هم در چشم مخاطب ایرانی بیشتر تاثیرگذار واقع می‌شوند، چنانکه حتی وقتی به آثار موفق سینمای دفاع مقدس نیز می‌نگریم اسامی‌ای مانند از کرخه تا راین، بوی پیراهن یوسف، گیلانه، شیار ۱۴۳ و... نیز به چشم می‌آیند که هر کدام با دوربینی خارج از مناطق عملیاتی به جنگ تحمیلی نگاه کرده‌اند.

انتقاد از ورود بخش خصوصی به موسیقی نواحی

دولت نظارت کیفی لازم روی جشنواره‌های موسیقی نواحی ندارد

پژوهشگر موسیقی نواحی با اشاره به افزایش کمی فستیوال‌ها و رویدادهای مرتبط با موسیقی اقوام به میزبانی بخش خصوصی نسبت به کم‌توجهی نظارت کیفی دولت در این حوزه انتقاد کرد.

هوشنگ جاوید پژوهشگر و مولف موسیقی نواحی در گفت‌وگو با مهر توضیح داد: یکی از بزرگ‌ترین معضلاتی که طی سال‌های اخیر آسیب‌های زیادی را به بدنه موسیقی نواحی ایران وارد کرده، تولد رویدادها و فستیوال‌هایی است که با استفاده از امکانات بخش خصوصی در حوزه موسیقی نواحی به فعالیت مشغولند. این رویدادها به اعتقاد من از بنیاد و بنیه علمی کافی برخوردار نیستند و من نمی‌دانم با چه دلیل و توجیهی برگزار می‌شوند.

وی ادامه داد: من متوجه نمی‌شوم برگزاری چنین فستیوال‌هایی که از حمایت‌های مالی خوبی هم برخوردار می‌شوند چه مبنای علمی و کارشناسی شده‌ای دارند که باید به آنها به عنوان یک جریان مؤثر در حوزه موسیقی اقوام ایران اشاره کرد. آیا دولت در این زمینه کارپژوهشی و نظارت کیفی روی این جشنواره‌ها و فستیوال‌ها دارد؟ یا خیر فقط آنچه برای دوستان دولتی مهم است اعطای مجوز به رویدادی در بخش خصوصی است که توان برگزاری آن از عهده دولت خارج است.

این مولف و مدرس دانشگاه تصریح کرد: بنده سال‌های بسیار زیادی است که در عرصه موسیقی نواحی ایران فعالیت می‌کنم و خوشبختانه انتفاعی از این رویدادهای خصوصی ندارم که بخواهم براساس حسادت‌ها و غرض‌ورزی‌های شخصی دست به انتقاد از این فستیوال‌ها بزنم اما صرف اینکه فلان شخص یا افراد دارای سرمایه هنگفتی برای تهیه‌کنندگی و حمایت از یک جریان فرهنگی است نمی‌تواند شاخص درستی در جهت اعطای مجوز برای برگزاری یک رویداد در حوزه موسیقی نواحی باشد. من واقعاً نمی‌دانم چرا کار به اینجا رسید که هر مجموعه‌ای می‌تواند به راحتی و بدون کارشناسی دست به برگزاری رویدادی بزند که اصلاً وجوه علمی و صحیحی ندارد.

جاوید گفت: بنده در این مدت شاهد برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای متعددی در تهران و شهرستان بودم که اصلاً تاثیر چندانی در بهبود اوضاع فعلی موسیقی نواحی ایران ندارد و فقط محلی برای عرضه برخی افراد برای درآمدزایی به‌عنوان هنرمند یا اجرای افرادی است که پیشینه فرهنگی-هنری آنها در برابر هنرمندان واقعی این عرصه در هر استان بسیار کمتر و بی‌کیفیت‌تر است. من واقعاً نمی‌دانم این چه حمایتی است که فلان نوازنده یا گروه باید به نام موسیقی نواحی در ایستگاه‌های مترو و اماکنی از این دست اجرای برنامه داشته باشد؟ آیا اجرای موسیقی نواحی در کنار پختن آش و عرضه لواشک محلی می‌تواند شرایط خوبی برای معرفی یک جریان موسیقی باشد؟ یا نه این به صرف درآمدزایی و پول در جیب برخی ریختن افرادی است که می‌خواهند از این شرایط ثروت‌اندوزی کنند؟

انیمیشن

«بنیامین» به باشگاه انیمیشن‌های میلیاردی پیوست

انیمیشن سینمایی «بنیامین» پس از یک ماه اکران در سینماهای کشور به فروشی بیش از یک‌میلیارد تومان رسید.

انیمیشن سینمایی «بنیامین» کاری از موسسه پویانمایی «آینده‌نگار» به تهیه‌کنندگی مصطفی حسن‌آبادی و کارگردانی محسن عنایتی پس از یک ماه اکران در سینماهای کشور توانست به باشگاه انیمیشن‌های میلیاردی بپیوندد.

از سال ۹۳ تاکنون ۱۵انیمیشن سینمایی در سینماهای کشور اکران شده‌اند که از این بین تنها انیمیشن‌های «فیلشاه»، «شاهزاده روم»، «بنیامین» و رئال انیمیشن «مبارک» توانسته‌اند فروش بیش از یک‌میلیارد تومان در گیشه سینماها داشته باشند. «بنیامین» در حالی به باشگاه انیمیشن‌های میلیاردی پیوسته است که از آغاز اکران با مشکلات متعددی از جمله نداشتن سرگروه سینمایی، اکران همزمان سه فیلم کودک و در پی آن تعطیلی اردوهای دانش‌آموزی به علت برودت هوا و آلودگی مواجه بوده است. انیمیشن سینمایی «بنیامین» شهریور ماه امسال با حضور در سی‌ودومین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان مورد استقبال کودکان و خانواده‌ها قرار گرفت و توانست جایزه بهترین پویانمایی این جشنواره را کسب کند.

چرا «تبلیغات» از شبکه کودک حذف نمی‌شود؟

تأثیرات مخرب پیام‌های بازرگانی بر کودکان

تبلیغات بازرگانی به‌رغم وعده چندباره مدیران سیما هنوز از شبکه ویژه کودکان حذف نشده است؛ اتفاقی که هشدار مجدد درباره آسیب‌های ناشی از این تبلیغات را ضروری جلوه می‌کند.

به گزارش مهر، هم اکنون کانال پویا که برای خردسالان است و از ساعت ۸ صبح تا ۱۴ بعدازظهر روی آنتن می‌رود در کنداکتور خود آگهی بازرگانی پخش نمی‌کند. کانال نهال نیز که از ساعت ۱۴ تا ۲۲ برنامه‌هایی را متناسب با کودکان پخش می‌کند از ساعت ۲۰ بخش‌های مرتبط با پیام بازرگانی را پخش می‌کند که اتفاقاً باکس پربیننده‌تری است. در این بازه زمانی یعنی ۲۰ تا ۲۲ هر نیم ساعت یک بار و در مجموع در چهار باکس به ترتیب در ساعت‌های ۲۰، ۲۰:۳۰، ۲۱ و ۲۱:۳۰ پیام‌های بازرگانی پخش می‌شود. در هر بار پخش پیام‌های بازرگانی اگرچه مدت این تبلیغات چندان زیاد نیست ولی در هر بار حدود دو یا سه آگهی بازرگانی به تبلیغ می‌رسد.

این آگهی‌های بازرگانی از تبلیغ تن‌ماهی تا کتاب‌های کمک‌درسی و دوغ و بیسکوئیت را در برمی‌گیرد و با توجه به پخش از شبکه کودک چندان تفکیک شده و متناسب با سن این کودکان نیست.

با نگاهی روان‌شناختی حتی پخش باکس‌های کوتاه پیام‌های بازرگانی در شبکه کودک برای کودکان بسیار آسیب‌زا و خطرآفرین است و می‌تواند تاثیر بسیار سوئی در سرنوشت و شخصیت فردی و اجتماعی آنها داشته باشد.

مهدی اسماعیل‌تبار روانشناس فرهنگی با انتقاد از پخش آگهی‌های بازرگانی در شبکه کودک یکی از این آسیب‌ها را مرتبط با شکل‌گیری شخصیت آینده کودکان دانست و در این باره توضیح داد: هر آنچه از ناهنجاری‌هایی که امروز در جامعه می‌بینیم تاثیر بسیاری در گذشته و کودکی این افراد دارد. از طلاق‌هایی که هر سه دقیقه به یک طلاق منتج می‌شود تا دیگر معضلاتی که نسل‌های نوجوان و جوان ما با آنها روبه‌رو هستند و بخشی از این اتفاقات نیز ناخودآگاه از تصویری که در تلویزیون و پیام‌های بازرگانی ارائه شده است رخ می‌دهد.

وی در ادامه به یک تاثیر مخرب با بهره‌گیری از خود کودکان در پیام‌های بازرگانی هم اشاره کرد و گفت: تماشای پیام‌های بازرگانی هم برای کودکان و هم پخش این آگهی‌های بازرگانی با استفاده از کودکان به شکل‌گیری شخصیت نمایشی در کودکان منجر خواهد شد؛ شخصیتی که بیشتر درگیر عشوه‌گری و زیباکردن خود خواهد بود و تمایل شدیدی برای دیده شدن دارد.