

سیدهادی شریف‌زاده*

شبکه‌های استانی و انتخابات

با توجه به سیاستگذاری‌های رسانه ملی درباره وظایف و شیوه‌های تبلیغاتی سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، معاونت امور استان‌ها و شبکه‌های استانی تحت مدیریت آن هم به این حوزه ورود کرد که نتیجه این حضور افزایش شش برابری برنامه‌های تبلیغاتی نامزدها بود. این افزایش کمی برنامه‌های تبلیغاتی به معنای بسترسازی بیشتر برای افزایش و ارتقای آگاهی مردم در انتخابات پیش رو است تا با شناخت بیشتر و بهتر کارنامه و برنامه هفت نامزد موجود بتوانند این آگاهی جمعی را به اراده ملی بدل کنند و انتخاباتی آگاهانه و روشنگرانه را رقم بزنند. بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته ۸۱ شبکه تلویزیونی و رادیویی استانی و محلی به صورت همزمان اقدام به پخش برنامه‌های تبلیغی هفت نامزد ریاست جمهوری در استان‌های مختلف می‌کنند، این به معنای گسترش پهنای دریافت رسانه‌ای تبلیغات نامزدها در گستره فراخ جغرافیایی، قومیتی و تلاش در جهت بسط عدالت رسانه‌ای درباره نامزدهاست. در حالی که ضبط برنامه‌های انتخاباتی استانی هفت نامزد ریاست جمهوری همچنان ادامه دارد، این برنامه‌ها از ۱۹ خردادماه ساعت ۱۶:۳۰ روی آنتن شبکه‌های استانی و محلی رسانه ملی می‌رود تا دسترسی تعداد بیشتری از مردم از این برنامه‌ها ممکن شود. این برنامه‌ها شامل گفت‌وگوی اختصاصی با هفت نامزد انتخابات ریاست جمهوری است که از ۲۰ مرکز استانی و سه شبکه محلی آبادان، کیش و مهاباد پخش می‌شود. به این ترتیب هر یک از نامزدها ۳۰ برنامه برای ۳۰ استان کشور (جدای استان تهران) خواهند داشت که شامل ۱۵ ساعت گفت‌وگو با هر یک از نامزدهاست و مجموع زمان آن به ۶هزار ۵۰۰ دقیقه می‌رسد.

نگاهی آماری به تولیدات رسانه‌ای مرتبط با انتخابات ریاست

جمهوری در حوزه استان‌ها نشان می‌دهد نسبت به دوره‌های قبلی با یک حرکت جهادی در حوزه تبلیغات انتخاباتی مواجه هستیم که اگر حجم تولیدات تبلیغات انتخابات شورای اسلامی

شهر و روستا را هم به آن اضافه کنیم به جرئت می‌توان گفت

نقش و سهم شبکه‌های استانی در تبیین و تبلیغ انتخابات

۲۸ خرداد بیش از شبکه‌های سراسری است که این مسئله از

حیث جمعیت‌شناسی انتخابات هم حائز اهمیت است، به این

دلیل که حجم کثیر واجدان رأی در انتخابات پیش رو در مراکز

استانی و در شهرستان‌ها زندگی می‌کنند، ضمن اینکه علاوه

بر انتخابات ریاست جمهوری که اهمیت و اعتباری ملی دارد،

انتخابات شورای شهر و روستا در استان‌های کشور از اهمیت

بیشتری برخوردار است و سوبه بومی و محلی و قومیتی هم پیدا

می‌کند. بدون شک انتخابات آتی یک آزمون رسانه‌ای مهم برای

معاونت امور استان‌ها و ۳۳ مرکز استانی است تا توان و ظرفیت

رسانه‌ای و تبلیغاتی خود را در برگزاری یک انتخابات پر شور و

حماسی و آگاهانه اثبات کنند و اهمیت و جایگاه اثر گذار خود را

به عنوان مکمل شبکه‌های سراسری نشان دهند.

***کارشناس رسانه**

خبر

تلاش «ریز احمد» برای بهبود وضعیت مسلمانان در هالیوود

ریز احمد، بازیگر معروف مسلمان نامزد اسکار، تصمیم به ایجاد تغییراتی در شرایط حضور مسلمانان در فیلم‌های هالیوود گرفته است.
نتایج مطالعاتی نشان می‌دهد که از مسلمانان در فیلم‌های سینمایی هالیوود کمتر استفاده می‌شود و حتی در صورت حضور، مسلمانان به شکل شخصیت‌های منفی نمایش داده می‌شوند. ریز احمد بازیگر انگلیسی و مسلمان هالیوود، تصمیم به بهبود نحوه به تصویر کشیدن مسلمانان در فیلم‌های سینمایی گرفته است.

ریز احمد، بازیگر فیلم سینمایی «آوای متال» و اولین مسلمانی که بهترین نامزدی اسکار بهترین بازیگر سینما را دریافت کرده است گفت که طرح اولیه آنها برای ورود بیشتر مسلمانان به سینما شامل حمایت و سرمایه‌گذاری بر داستانگوهای مسلمان می‌شود.

احمد در بیانیه‌ای گفت: نمایش مسلمانان در فیلم‌ها، سیاست‌هایی که وضع می‌شوند، افرادی که کشته می‌شوند و کشورهایی را که مورد حمله قرار می‌گیرند، تغذیه می‌کند. احمد ادامه می‌دهد: داده‌ها دروغ نمی‌گویند و این مطالعات حجم مشکلات در فیلم‌های محبوب را نشان می‌دهد. این مطالعات که «هقوق و بدنام شده» نامگذاری شده بود، نشان می‌دهد که کمتر از ۱۰ درصد فیلم‌های پر فروش که طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ در انگلیس یا آمریکا منتشر شدند حداقل از یک شخصیت مسلمان باطابق استفاده کرده‌اند. این تحقیق همچنین نشان داد از مسلمان‌ها بیشتر در نقش‌های تهدیدآمیز و بیگانه استفاده شده است. در فیلم‌ها حدود یک‌سوم شخصیت‌های مسلمان مرتکب خشونت شده‌اند و بیش از نیمی از آنها هدف خشونت قرار گرفته‌اند.

تلوویزیون



روزنامه جوان | شماره ۶۲۲۸ | شنبه ۲۲ خرداد ۱۴۰۰ | اول دی‌القمده ۱۴۴۲ | اذان ظهر: ۱۳:۰۴ | غروب آفتاب: ۱۷:۲۱ | اذان مغرب: ۱۷:۴۲ | نیمه شب: ۰۱:۱۰ | اذان صبح فردا: ۰۴:۲۰ | طلوع آفتاب فردا: ۰۵:۴۸

در گفت‌وگوی «جوان» با مدیر تأمین برنامه شبکه ۴ مطرح شد

مردم باید فیلم فاخر ببینند

رویکرد تخصصی شبکه ۴ به سینما باعث شده است آثار روز سینمای جهان

همراه با تحلیل و نقد در اختیار مخاطبان قرار گیرد



■ **محمدصادق عابدینی**

سینمایی جهان مخاطبان زیادی در ایران دارد. علاقه‌مندان تلاش می‌کنند از راه‌های مختلف به تماشای فیلم‌های برتر و جدید سینما بنشینند، با این حال تماشای فیلم همراه با ارائه تحلیل مکملی برای نمایش فیلم در رسانه‌ای چون تلویزیون است. شبکه ۴ سینما چند سالی است شروع به پخش بهترین‌های سینمای جهان کرده و جالب این است که در کنار پخش فیلم به تحلیل آن نیز می‌پردازد؛ موضوعی که سال‌هاست در دیگر شبکه‌های تلویزیونی به فراموشی سپرده شده است. جواد رضایی، مدیر تأمین شبکه ۴ سینما در گفت‌وگو با «جوان» از سیاست این شبکه در پخش آثار مهم سینمای جهان می‌گوید.

به نظر می‌رسد شبکه ۴ در نمایش فیلم هم به دنبال مخاطب نخبه است!
رویکرد شبکه ۴ در نمایش فیلم‌های سینمایی از بدو تأسیس این شبکه تا امروز تغییر نکرده و آن پخش فیلم‌های شاخص سینما در کنار تفسیر و تحلیل فیلم در قالب برنامه‌های تخصصی است. این شبکه ابتدا برنامه «سینما ۴» را داشت و پس از آن برنامه‌های «ساعت سینما» و «فیلم‌خانه» به وجود آمدند. سیاست شبکه نیز این است که حداقل در هفته دو فیلم شاخص و جدید سینما، با یک فیلم جدید به همراه بازیخش آثار مطرح سینمایی جهان را داشته باشد.

انتخاب فیلم برای پخش و تحلیل بر اساس چه معیارهایی انجام می‌شود؟
مهم‌ترین شاخصه مدنظر ما محتوا و ژانر فیلم است. شبکه ۴ برخلاف دیگر شبکه‌های تلویزیون رویکرد تخصصی به سینما دارد. **چه ژانرهایی برای شما اولویت دارد؟**
اغلب تلاش می‌شود ژانرهای تاریخی، بیوگرافی، علمی و تخیلی و حتی ژانر وحشت باشد تا دیگر ژانرهای سینمایی؛ البته بعدی نیز نام فیلمساز است، ما در انتخاب فیلم می‌کنیم به اینکه سینماگر صاحب سبک می‌تواند از این فضا استفاده کند.

رویکرد ویژه‌ای را داریم. بسیاری از آثار نیز متعلق به سینمای تجاری نیست. اکنون به دنبال پخش فیلم «نوماد لند» بهترین فیلم اسکار و فیلم «کی برابر اصل» عباس کیارستمی هستیم.

یعنی صرف بر کردن آنتن مدنظر نیست!
احترام به سلیقه مخاطب برای ما اهمیت دارد برای همین هر فیلمی را انتخاب نمی‌کنیم. فیلم‌ها باید حرفی برای گفتن داشته باشد. ما برای فیلم‌های انتخابی نیز جهت آماده‌سازی پخش، وقت و هزینه صرف می‌کنیم.

درباره هزینه آماده‌سازی بیشتر توضیح می‌دهید.
رویکرد ما این است که کمترین خدشه ممکن به اصالت فیلم وارد شود، مثلاً در فیلم «۱۹۱۷» ساخته «سم مندس» که برداشت‌های بلند به نوعی در کنار هم قرار گرفته‌اند که گویا فیلم هیچ «کات» نمی‌خورد، شبکه ۴ به احترام مخاطبان و حفظ این ویژگی هزینه بالایی برای «روتسکوپی» (نوعی ممیزی پوشش‌ها در فیلم) پرداخت کرد. برای ممیزی هم تلاش می‌کنیم فقط صحنه‌های غیراخلاقی حذف شود و باقی سکانس‌های مورد نیاز با تدوین و جلوه‌های ویژه قابل پخش شود.

پس احتمالاً از آباژور در فیلم‌ها زیاد استفاده می‌کنید؟
نه آنقدرها هم آباژور استفاده نمی‌کنیم، ولی معتقدیم اگر اثری دارای ممیزی زیادی است، اصلاً نباید پخش شود. این طور هم به اصالت فیلم خدشه وارد نمی‌شود و هم مخاطب با اثری که دستکاری زیادی در آن شده مواجه نمی‌شود.

حکمت

پیامبر(ص):

ساز گاری با مردم، نیمی از ایمان

و نرم‌رفتاری با آنان، نیمی از زندگانی است.

«گزیده تحف العقول»

—————

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز مدیرعامل و مدیر مسئول: عبدالله گنجی سر دبیر: غلامرضا صادقیان

آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری تقاطع میرزای شیرازی، پلاک ۳۸۴

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۸۴۵۰

روابط‌عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸؛ شماره: ۸۸۴۴۵۶۳۴-۶

توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۸۸۸۶۲۱۹۴

چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان

www.javanonline.ir

—————

نخواهد شد.

چه فیلم‌هایی برای اولین بار از طریق شبکه ۴ پخش شده‌است؟

فیلم‌های زیادی بوده، در همین ماه‌های اخیر مثلاً «مرد ایرلندی» (مارتین اسکورسیزی)، «تبت» (کریستفور نولان)، «استیو جابز» (آرون سورکین)، «بروکلین بی‌مادر» (ادوارد نورتون)، «پست» (استیون اسپیلبرگ)، «منک» (دیوید فینچر) و همچنین «نومادلند» (کلویی ژائو) که در دستور پخش است.

در مورد فیلم‌های ایرانی نیز چنین نگاهی برای دیده شدن آثار فاخر وجود دارد؟

بله، همان نگاه و سختگیری را داریم. ما برای اولین بار نسخه «چ‌دی» فیلم «باشو غریبه کوچک» (بهرام بیضایی) و «ان سوی آتش» (کیانوش عبیاری) را پخش کردیم. «بدون تاریخ، بدون امضا» (وحید جلیلوند) را هم به زودی پخش خواهیم کرد.

درباره فیلم‌های خارجی آیا حق پخش از سوی صداوسیما پرداخت می‌شود؟

این موضوع را بهتر است بچه‌های اداره کل تأمین برنامه سینما جواب دهند، ولی فکر می‌کنم آنها تمام تلاششان را برای خرید حق پخش فیلم‌ها انجام می‌دهند.

لیست فیلم‌های خارجی تان پر از آثار مطرح است، آیا شبکه‌های دیگر از این انتخاب‌ها نارضاحت نمی‌شوند؟

نمی‌شود به این شکل گفت، بالاخره دیگر شبکه‌ها هم فیلم‌هایی سینمایی پخش می‌کنند که در ژانرهایی مثل کمدی، اکشن و ماجراجویانه ساخته شده است. دیدن این آثار برای مخاطب عامه خوشایند است، بالاخره فیلم‌های هندی و کره‌ای، مخاطب خود را دارد و فکر نمی‌کنم شبکه‌ای از داشتن آن مخاطب ناراضی باشد، البته ما یک همپوشانی با شبکه‌یک برای پخش فیلم داریم.

سال‌هاست تلویزیون از برنامه‌های تحلیلی سینما خالی شده، به نظر می‌دهد «فیلم‌خانه» بازگشتی است به دورانی که تلویزیون برای مخاطب فیلم‌ها وقت می‌گذاشت و فقط فیلم پخش نمی‌کرد!

یکی از سخت‌ترین کارهای ما پخش فیلم همراه با تحلیل و نقد است. برنامه‌های تخصصی است و ارائه تحلیل مناسب و آماده‌سازی فیلم‌های جدید، انرژی زیادی می‌خواهد.

درباره زمان پخش فیلم‌ها نیز توضیح دهید.

ما هر هفته دو پخش فیلم داریم، روزهای پنج‌شنبه و جمعه، ساعت ۲۰:۳۰ بعد از اخبار شبکه ۴، پخش فیلم داریم. یکی از سختی‌های دیگر ما تنظیم مناسبت‌ها و رویدادهای تقویمی با پخش فیلم‌هاست.

نما حسین گشتار



گزارش

روایت اولین معاون سینمایی جمهوری اسلامی از سستی رایزنان فرهنگی

رایزن فرهنگی ایران باید دنیا را مثل عقاب ببیند



الان بیشتر رایزن‌های مان‌می‌دانند در کشور محل مأموریتشان چه خبر است اما رایزن‌های فرهنگی و سفارتخانه‌های آنان از همه چیز ما باخبرند. مهدی کلهر، اولین معاون سینمایی، از بنیانگذاران جشنواره فیلم فجر و عضو چند دوره هیئت‌داوران جشنواره بین‌المللی فیلم فجر که سابقه حضور در کشورهای متعدد خارجی چه چندبار پخش شد، همین شد که رایزن‌های فرهنگی ایران در جشنواره‌های جهانی فرهنگیمان چه داریم؟ رایزن فرهنگی ما در جهان چه کار می‌کند؟ اما رایزن‌های فرهنگی کشورهای دیگر در ممالک دیگر رصد می‌کنند.

وی ادامه داد: در سال ۱۳۵۹ که هنوز به وزارت فرهنگ و هنر نمانده بودم، یک کلیپ آزمایشی ساختیم که از اولین کلیپ‌های در آن زمان بود به مدت ۲۷ دقیقه که شعر ابتهاج در آن است، راجع به ۱۷ شهرو است. این کلیپ در تلویزیون چندبار پخش شد. همین شد که رایزن فرهنگی ایتالیا گشت و من را پیدا کرد و گفت من این را فرستادم ژم و شد الگویی برای ساختن ویدئو کلیپی که در ایتالیا شروع به کار کرد و بعد هم بقیه کشورها شروع به ساخت مانند آن کردند، یعنی تلفیق موسیقی، شعر و تصویر. این را آزمایشی ساختیم ولی آنقدر خوب در آمده بود که ۳۷ بار از شبکه‌ها پخش شد.

پس قصه خیلی ساده است. باید با دنیا با زبان هنر ارتباط داشته باشید نه اینکه در یک جشنواره پول غذا و هتل مهمان خارجی را بدهید و دستاوردی برای شما نداشته باشد. خب

می‌ایند تفرحناشان را در اینجا انجام می‌دهند و می‌روند و تمام. شما باید رایزن فرهنگیان در سفارت‌ها رصد کند و

فیلمی دیدن آن را بپذهد و سوادش را داشته باشد. چند تا رایزن فرهنگی داریم که سواد هنری داشته باشند؟

که تفاوت موسیقی کلاسیک با فولکور را بدانند چیست؟ باید سوادش را داشته باشد، زیرا در آنجا با استادش طرف می‌شود. پادم است که ۴۰ سال پیش در ماسیج به سمت مرکز اسلامی هامبورگ می‌رفتم. نماینده امام در آلمان، نواز توشیح اسما الحسنی را که تازه ساخته شده بود در ماسیج پخش کرد. اصل این قطعه توسط یک پروفیسور موسیقی در تونس اجرا شده است. وقتی آن را شنیدم به شدت تحت تأثیر

فرد بزرگی تبدیل بشود و بعد با التماس دعوتش کنیم.

گفت‌وگو

در گفت‌وگوی «جوان» با محمد الهی مطرح شد

به ایجاد تعادل میان متن و بازی نیاز داریم



رازیر سؤال می‌برد و حاصلش می‌شود سریال‌هایی که در همان پخش ابتدایی نیز مخاطب چندی نداشت.

الهی با اشاره به کم‌رنگ شدن فعالیت‌های شبکه‌های استانی گفت: یکی از کارکردهای مهم شبکه‌های استانی، تبادل فرهنگی و بروز و ظهور بازیگران بومی و ترقی‌شان به سطح ملی بود ولی در این سال‌ها تولیدات استانی به حداقل رسیده که باید مورد بازنگری قرار بگیرد. این بازیگر خاطر نشان کرد: هر چه تولیدات استانی را تقویت کنیم، بیشتر خواهیم توانست از پتانسیلی که در شهرستان‌ها در زمینه بازیگری وجود دارد، استفاده کنیم و هر چه بیشتر بازیگران خارج از مرکز را وارد کار کنیم، تنوع محصولات بیشتر می‌شود.

بازیگر «تنهایی لیلیا» و «سر دلبران» گفت: تجربه برخی سریال‌هایی که خارج از تهران و با تمرکز بر بازیگران بومی تولید شده است، نشان می‌دهد اتفاقاً انگیزه در بازیگران شهرستانی آنقدر بالاست که حتی اگر حداقل امکانات را برایشان فراهم کنند باز گلییم خود را از بازیرون می‌کنند.

دبیر شورای نظارت بر صداوسیما توضیح می‌دهد

چرا در مناظره فرهنگی خبری از فرهنگ نبود!



صداوسیما مستقلاً مسئولیتی ندارد و صرفاً امکانات و زمینه را فراهم می‌کند اما سیاستگذاری با کمیسیون بررسی تبلیغات انتخابات است.

محمد صوفی، دبیر شورای نظارت بر صداوسیما با بیان این مطلب در پاسخ به این سؤال که چرا در مناظره فرهنگی خبری از فرهنگ نبود، به تسنیم گفت: کیفیت، تعداد، زمان، سوالات و اداره مناظره منحصر در اختیار سازمان صداوسیما نیست. کمیسیون بررسی تبلیغات انتخابات ریاست جمهوری بر همه این اتفاقات نظارت دارد و تصمیم‌گیرنده است، صداوسیما هم عضوی از این کمیسیون است، بنابراین هر گونه انتقاد و اعتراض باید به آن کمیسیون بشود و صداوسیما مستقلاً مسئولیتی ندارد. صداوسیما امکانات و زمینه را فراهم می‌کند اما سیاستگذاری با آن کمیسیون است. او در پاسخ به این سؤال که بسیاری می‌گویند مرتضی حیدری مجری این مناظره متغیله رفتار می‌کند و بسیار حضور کم‌رنگی در مناظره دارد، تأکید کرد: آقای حیدری اصلاً مقصر نیست؛ در سناریویی که طراحی شده خیلی نقش بر جسته‌ای برای او نوشته نشده و بیشتر تنظیم وقت، زمان، نوبت و قرانت سوالات بر عهده ایشان است. اینجا هم