

شروع شاد چند سریال نمایش خانگی و تزریق غم و افسردگی در قسمت‌های بعدی

این گزارش به مناسبت انتشار «جان سخت» در فیلم‌نت آماده شده است. آیا این هشدار مثل ماجرای خوشونت سریال‌ها نیز نادیده گرفته می‌شود؟

فیما رجبی

گروه فرهنگ و هنر - «جان سخت» تازه‌ترین سریالی است که شروعی سرخوشانه داشت ولی در قسمت دوم با اندوه خود مخاطبان را غمگین کرد؛ ریشه این اتفاقات چیست؟

مورد اول: جان سخت

مصطفی تقی‌زاده در دومین سریال خانگی‌اش پس از «حرفه‌ای» داستان چند جوان را محور روایت «جان سخت» قرار داده است. در قسمت اول دیدیم که رفقا در تور کویرگردی سرگرم بزن و بکوب و شادای شدند و در ادامه

بر سر یک دختر به جان هم افتادند. در سکانس پایانی نیز یک نزار میان عاشق جدید و عاشق قدیم در گرفت و دومی میان بیم و امید جوان‌ها شروع شد و با مرگ عاشق قدیمی بحران بر قصه سایه افکند. دوستان متول همچون وحوش زخم خورده، برای قاتل و رفقای او خط و نشان کشیدند و رک گردن متورم کردند. همزمان شاهد یک عزای حسابی در فراق یار سفر کرده بودیم. یکی ضجه می‌زد؛ دیگری پیراهن می‌درید و آن یکی انگشتش بر صورت می‌انداخت. نگوییم برای تان؛ یک غم جانگاز از سوی سریال «جان سخت» که آغازی سرخوشانه داشت. حقیقتا تماشاچی چنین سریالی وسط این همه گرفتاری روزمره، نتیجه‌ای جز افسردگی ندارد.

مورد دوم: اگردن زنی

پیش از این، سریال «گردن زنی» را منتشر شد و حالا دو جمعه است که شاهد «جان سخت» به جای آن هستیم. سریال سامان سسلور یک شروع شاد و شگول داشت؛ جایی که عروس و داماد قصه، نزد عشق می‌باختند و خانسواده و فامیل غرق عیش بودند. در لحظات پایانی اما فاجعه رخ داد و دو جوان نوباوه به فجیع‌ترین شکل ممکن به قتل رسیدند. سریال تا لحظه آخر،



مثالی‌ها فراوان است که می‌توان به «پوست شیر» به عنوان نمونه‌ای شاخص اشاره کرد. خاطر تان هست که پدر بعد از آزادی و اثبات بی‌گناهی پیش دختر آمد و مخاطب شاهد یک رابطه جذاب عاطفی بود. سفرشان به شمال حال همه را خوب کرد اما در راه باز گشت، دختر به دام افتاد و بلافاصله هجوم آوردند. آنگاه بود که فهمیدیم دخترک جناب پلیس هم اسیر دست

مورد چهارم: اطوبی و

همچنان که اشاره شد، ترفند ترساندن در تبلیغات به معنای استفاده از ترس و نگرانی مخاطبان برای جلب توجه و ترغیب آن‌ها به خرید محصولات یا خدمات است. در زمینه کالاهای فرهنگی، فیلم و سریال، این ترفندها ممکن است شامل نمایش تصاویر یا پیام‌های ترسناک، هشدارهای اغراق‌آمیز درباره خطرات احتمالی، یا ایجاد احساس ناامنی در مخاطبان باشد.

هرچند این گونه تبلیغات در آثار هنری سینمای ایران به ندرت دیده می‌شود اما تجربه نشان داده که هرچند در کوتاه مدت برای مقطعی چند روزه این تبلیغ ممکن است تاثیرگذار باشد، در نهایت و در بلندمدت کمکی به دیده شدن اثر هنری نمی‌کند چرا که همواره آنچه باعث پر مخاطب شدن یک اثر هنری در تمام دنیا بوده، کیفیت آن اثر است. در این زمینه پژوهشگر ایرانی با «جلال خوش چهره» روزنامه‌نگار و

تبلیغات با چاشنی وحشت!

خود ببوید نه آنکه عططار بگوید!!!! پیش از این و در اردیبهشت‌ماه سال ۹۷، ورود سیاهی‌لشکرهایی که لباس داعش پوشیده بودند به پاساژ کورش و زره‌فشنشان با اسب و شمشیر و اسلحه بین مردم، واکنش‌هایی تقریباً مشابه ماجرای ازازیل را برانگیخت؛ اقدامی مرتبط با اکران مردمی فیلم «به وقت شام» اثر «ابراهیم حاتمی‌کیا» که قرار بود در پردیس سینمایی این مکان صورت گیرد. هر چند در این ابتکار تبلیغاتی، تعدادی از شهروندان با داعشی‌پوش‌ها عکس یادگاری گرفتند و تصاویر و فیلم‌هایی هم در صفحاتشان منتشر کردند ولی حجم اعتراضات به این ابتکار بسیار برجسته‌تر از خلافتی بود که تصمیم‌گیرندگان این نوع تبلیغات به خرج دادند. نکته قابل تأمل اینکه این قبیل تبلیغات، منحصر به فیلم و محصولات فرهنگی نیست بلکه به صورتی افسارگسیخته و بدون نظارت در فضای مجازی در مورد کالاهای مختلف به چشم می‌خورد. حتی برخی شرکت‌ها در پیامک‌های تبلیغاتی خود دستشان را در زمینه اعمال فشار روانی

این ویدئوهای ترسناک کرده بود، پر شد از واکنش‌های مختلف که البته کفه انتقادات به این اقدام خیلی بیستتر از تایید آن بود. در واقع این اقدام سوالات بسیاری را به آذهان مخاطبان آورد از جمله اینکه آیا تبلیغات ترسناک در حکم توضیح حقوق مصرف‌کنندگان یا به‌طور کلی شهروندان است؟ یا اینکه چگونه تبلیغات ترسناک می‌تواند به ایجاد احساس ناامنی و نگرانی در مخاطبان منجر شود؟ همچنین آیا این تبلیغات می‌تواند به ایجاد احساسات منفی و نگرانی‌های بی‌مورد در مخاطبان منجر شود؟ و سؤالاتی از این دست.

حسن فتاحی خود یکی از کسانی بود که به این ماجرا واکنش نشان داد. وی در پستی در صفحه اینستاگرامش آورده: «بارها در گفت‌وگو با همکاران و رسانه‌ها بر این نکته تأکید کرده‌ام که جنس تبلیغات رسانه‌ای پلنفرم‌ها باید با شرایط روحی و ذهنی جامعه منطبق و همسنگ باشد. از ماجرای تبلیغی پیشامد کرده تا دیشب کاملاً بیخبر بودم و اساساً نیازی به این دست از تبلیغات نمی‌بینم؛ عطر آنست که

گروه فرهنگ و هنر - ویدئوهای

مرموز و ترسناک درباره یک عروسک طی چند روز گذشته در فضای مجازی بسیار دست به دست شد؛ عروسکی با چهره ربع‌آور که گفته می‌شد بعد از آسیب زدن پنهانی به خودروها و مکان‌های مختلف، در محل آسیب بر جای می‌ماند. «بهرنگ علوی» بازیگر سینما یا انتشار محتوایی در فضای مجازی خبر داد که این عروسک به خودروی او هم آسیب زده است. به‌رنگ علوی در صفحه شخصی خود از شکسته شدن شیشه خودرواش و پیدا کردن عروسکی مرموز در آن خبر داد. او همچنین با انتشار ویدئوهایی از دعوت شدن به خانهای در کلاردشت خبر داد و تا توانست کوشید داستانی مرموز و رعب‌آور برایش دنبال‌کنندگانش در فضای مجازی روایت کند اما در نهایت معلوم شد تمام این ماجرا یک ترفند تبلیغاتی برای سریال جدید «ازازیل» به کارگردانی «حسن فتاحی» بوده است.

کاربران فضای مجازی یعنی همان جایی که به‌رنگ علوی اقدام به انتشار

مصطفی تقی‌زاده در دومین سریال خانگی‌اش پس از «حرفه‌ای» داستان چند جوان را محور روایت «جان سخت» قرار داده است. در قسمت اول دیدیم که رفقا در تور کویرگردی سرگرم بزن و بکوب و شادای شدند و در ادامه بربرس یک دختر به جان هم افتادند. در سکانس پایانی نیز یک نزار میان عاشق جدید و عاشق قدیم در گرفت و دومی به کما رفت.

دوستان

این الگوی نخ‌نما در تلویزیون هم مورد استفاده است. یکی از موارد اخیر سریال «طوبی» بود که در میان شادی دختران یک خانواده آغاز شد و در ادامه فقط غم دیدیم و نکبت. «آخرین دیدار» که به تازگی روی آنتن شبکه‌های فخر رفته نیز همین شرایط را دارد. دختر داستان در آستانه وصال به یار، بیمار شد و حالا با فضایی سیاه و افسرده مواجه هستیم. تفاوت سریال‌های تلویزیونی این است که عمدتاً پایانی شاد دارند که اگر چنین اتفاقی باسما‌های نباشد، واجد تحسین است.

مورد پنجم: اچالش وظیفه

برخی فیلمسازان مدعی‌اند که رسالت اجتماعی آنها ایجاب می‌کند تا از جامعه تاثیر بگیرند! می‌گویند شادی مراسم ختم و استرس!



فعال حوزه رسانه گفت‌وگویی کوتاه داشت تا نظر وی را در این باره جویا شود. به گفته خوش چهره، مساله این است که سینما و تبلیغات سینمایی یک وضعیت دوقطبی پیدا کرده است. از یک طرف شاهد تبلیغات سینمایی هستیم که زیر نظر دولت و ارشاد و اغلب برای فیلم‌های کم‌دیده بوده است. از طرفی شاهد سریال‌هایی هستیم که چهاره‌ای خشن از تعاملات اجتماعی را بروز می‌دهد و حتی در تبلیغاتشان از عناصری مانند چاقو، خون و... استفاده می‌کنند. این شیوه وضعیت‌یاب‌ه عبارتی چهره، خاکستری و دلگیرکننده را از فضای عمومی منعکس می‌کند.

معرفی دفاتر املاک جزیره کیش

تماس جهت درج آگهی: ۰۷۶ ۴۴۴۲۴ ۹۹۹

فروش واحد های مسکونی در برج های دوقلو محسن پور پاشا
 ۰۹۱۲۲۴۸۶۲۴۸
 آدرس: بلوار مرجان مرجان ۷ جنب هتل مارینا، برج های دوقلو، جنب درب اصلی

مشاورین املاک آنیل ANIL REALSTATE
املاک آنیل سهرابی
 ۰۹۳۴۷۶۹۴۴۲۱
 ۰۷۶-۴۴۴۲۴۴۸
 آدرس: بازارچه حافظ پلاک ۸، املاک آنیل

املاک مرکزی احمد بصیری
 ۰۷۶-۹۱۰۰۷۰۰۰
 آدرس: رو به روی پردیس ۱ ساختمان تجاری ایران زمین طبقه فوقانی اسکینچرز

املاک حبیبی عبدالغنی حبیبی
 ۰۹۳۹۱۹۸۹۵۴۵
 ۰۹۱۷۱۹۸۹۵۴۵
 آدرس: بلوار میرمهنا، بلوار نیایش نش خیابان کرانه، پلاک ۲

املاک خانه لوکس بیژن نهنگی
 ۰۹۳۴۷۶۸۴۴۶۸
 ۰۲۱-۸۲۸۰۴۴۶۸
 آدرس: شهرک صدف، خیابان کرمان ساختمان بساک، طبقه اول، واحد ۲۱

املاک کارا امیر حسین صادقی
 ۰۹۳۴۷۶۹۸۰۸۵
 آدرس: بلوار فردوسی، ویلایی های مروارید، واحد ۷۱۱

املاک دیپلمات DIPLOMAT Real estate محمودی
 ۰۹۱۲۴۴۳۸۲۵۱
 ۰۹۱۲۳۹۹۳۶۴۶
 آدرس: بلوار ساحل بازار دیپلمات، واحد ۲۰۶

محل معرفی دفاتر املاک شما
 ۰۷۶ ۴۴۴۲۴ ۹۹۹

اقتصاد کیش پرتیراژترین و با سابقه ترین نشریه جزیره کیش
 ۴۴۴۲۴۹۶۹
 ۴۴۴۲۴۹۹۹
 گسترده ترین شبکه اطلاع رسانی داخلی منطقه آزاد کیش