



**کنسرت حسین علیزاده در اروپا**

حسین علیزاده و گروه هم‌آوایان پاییز پیش‌رو مجموعه کنسرت‌هایی را در اروپا برگزار خواهد کرد. مهر ضمن اعلام این خبر نوشت، حسین علیزاده و گروه هم‌آوایان در ماه‌های آبان و آذر امسال در برخی از شهرهای اروپایی از جمله زوریخ، مونیخ، لندن، فرانکفورت، آمستردام، برلین، کلن، استپه‌کلم، مادرید و چند شهر دیگر کنسرت برگزار خواهند کرد. حسین علیزاده (نوازنده تار)، علی بوستان (نوازنده سه‌تار)، صبا علیزاده (نوازنده کمانچه)، پریسا پولادیان (نوازنده ریاب)، مهدی امامی (خواننده و نوازنده دایره)، هوشمند عبادی (نوازنده نی) و بهنام سامانی (نوازنده تمبک و دف) عوامل این کنسرت را شکل می‌دهند. حسین علیزاده تا به حال سه‌بار برای آلبوم‌های «فریاد»، «بی‌توبه سر نمی‌شود» و «به‌تماشای آب‌های سپید» نامزد جایزه گرمی در بخش بهترین آلبوم سنتی جهان شده است. جوایز گرمی از معتبرترین جوایز در صنعت ضبط و پخش موسیقی در آمریکا محسوب می‌شوند. گروه هم‌آوایان، گروه موسیقی‌ای است که توسط حسین علیزاده در ژانر موسیقی سنتی ایرانی تشکیل شده است.



**نام کروز نشان لژیون دونور گرفت**

تام کروز، بازیگر مشهور آمریکایی توسط راجیدا داتی، وزیر فرهنگ فرانسه در تاریخ ۲۶ ژوئیه در پاریس نشان لژیون دونور در دریافت کرد و شوالیه شد. این بازیگر، ساعاتی قبل از شروع مراسم افتتاحیه المپیک، یکی از معتبرترین جوایز فرانسه را دریافت کرد. پیش‌تر هنرمندان مشهور دیگری مانند رابرت دفورد، مارتین اسکورسیزی و کلینت ایستوود موفق به دریافت این نشان شده بودند. نشان لژیون دونور، بالاترین نشان افتخار فرانسه است که در ۱۹ می ۱۸۰۲ توسط ناپلئون بناپارت بنیان گذاشته شد. این نشان از سه سطح فرمانده، افسر و شوالیه و دو مقام صلیب بزرگ و افسر بزرگ تشکیل شده است. داتی که در ژانویه توسط امانوئل مکرون، رئیس‌جمهور فرانسه به‌عنوان وزیر فرهنگ منصوب شد، تصویری از خود در کنار کروز در حال دریافت مدال منتشر کرد. این مراسم مخفیانه برگزار شد و کروز هنوز در مورد آن اظهارنظری نکرده است.



**فراخوان جشنواره تئاتر فجر**

فراخوان چهل‌وسومین جشنواره بین‌المللی تئاتر فجر به دبیری خیرالله تقیانی‌پور منتشر شد. چهل‌وسومین دوره جشنواره بین‌المللی تئاتر فجر توسط اداره کل هنرهای نمایشی انجمن هنرهای نمایشی ایران در بهمن‌ماه ۱۴۰۲ برگزار خواهد شد. طبق این فراخوان بخش‌های این جشنواره عبارت از نمایش‌های صحنه‌ای، نمایش‌های خیابانی، دیگرگونه‌های اجرایی، تئاتر ملل، مسابقه نمایشنامه‌نویسی، سمینار علمی- پژوهشی، مسابقه و نمایشگاه عکس تئاتر، مسابقه و نمایشگاه پوستر و سایر اقلام تبلیغاتی تئاتر است. اولویت‌های این جشنواره نیز توجه به مبانی فرهنگ ایرانی-اسلامی، توجه به شعار جهش تولید با مشارکت مردم، پاسداشت خدمت صادقانه به کشور و تکریم شهادی خدمت، جوانی جمعیت، پاسداشت رشادت‌های ایثارگران و مدافعان وطن و توجه به زندگی و مقاومت قهرمانان ملی، توجه ویژه به ترویج و تقویت روحیه امیدواری و گسترش نشاط اجتماعی و... ذکر شده است.



# شرق‌زدگی سرریالی

چرا بازیخس مجموعه‌های تلویزیونی کره‌ای و ژاپنی مدام تکرار می‌شود



**رضا صائمی**  
منتقد سیما

**بازیخس دوباره سریال‌های «سال‌های دور از خانه» و «جوهری در قصر» که در ایران به سریال‌های «اوشین» و «یانگوم» شناخته می‌شود، یک جور بازگشت تلویزیونی به دهه‌های ۶۰ و ۷۰ است که سریال‌های ژاپنی و کره‌ای در میان سریال‌های خارجی هژمونی داشت. گرچه در سه دهه اخیر این سریال‌های شرق آسیا بودند که همواره بر مجموعه‌های نمایشی تلویزیونی حاکم بودند، البته این سریال‌ها مخاطبان پروپا قرصی هم داشتند و استقبال مردم هم دلیلی بود که هر سال یکی، دو تا از این سریال‌ها به سبد پخش اضافه شوند. به نظر می‌رسد مسئله صرفاً در سویه‌های دراماتیک و سینمایی قابل توضیح نباشد و باید فراتر از عوامل درون‌متنی این سریال‌ها به این پرسش پاسخ داد که چرا سریال‌های شرق آسیایی در ایران این همه طرفدار پیدا کرد؟**

**به نظر می‌رسد آنچه موجب موفقیت سریال‌های آسیای شرقی در ایران شده، در یک خوانش کلی‌تر به دلایل فرامتنی و فراسریالی و درواقع به عوامل فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی مربوط می‌شود. بسیاری از سریال‌های موفق شرقی مشخصاً به مفاهیمی می‌پردازد آشنا و عزیز است؛ مانند بردباری، ایثار، شهامت و صداقت. ازسوی دیگر شکل روابط در این سریال‌ها برای مخاطب ایرانی بسیار باورپذیرتر و قابل‌فهم‌تر است تا سریال‌های اروپایی. علاوه بر این، نکته مهم و قابل‌توجه در سریال‌های خاور دور، داستان‌گویی است**

بسیاری از سریال‌های موفق شرقی مشخصاً به مفاهیمی می‌پردازد که برای ما بسیار آشنا و عزیز است؛ مانند بردباری، ایثار، شهامت و صداقت. ازسوی دیگر شکل روابط در این سریال‌ها برای مخاطب ایرانی بسیار باورپذیرتر و قابل‌فهم‌تر است تا سریال‌های اروپایی. علاوه‌بر این، نکته مهم و قابل‌توجه در سریال‌های خاور دور، داستان‌گویی است. سریال‌های شرقی برخلاف سریال‌های ایرانی که به‌شدت وامدار فرم‌روایی است، کاملاً در خدمت داستان‌گویی و قصه‌ساخته می‌شوند و این اصل را به‌عنوان پایه سریال‌های شان پذیرفته‌اند و به‌دنبال امتحان کردن فرم‌های مختلف نیستند. ساختار ساده و بدون تکلف این سریال‌ها به‌ویژه داستان‌های تاریخی و جذاب، درکنار تکنیک مناسب و استفاده از لوکیشن‌های جذاب، نو و دیدنی، مجموعه‌های شرقی را برای مخاطب ایرانی بسیار دوست‌داشتنی جلوه می‌دهد. وجود اسطوره و تجربه‌های پرترزوار در آثار شرقی آمیخته با هویت تاریخی این منطقه از جهان است که با دنیای درونی و تجربه زیستی انسان‌های این سرزمین پیوندی تاریخی دارد و کشف این رمز و رازها و به‌تصویر کشیدن آن همواره موردتوجه مخاطبان شرقی قرار گرفته است؛ چه این مخاطب ایرانی باشد، چه هندی و چه کره‌ای. نسبتی که شاید میان آثار شرقی و مخاطبان غربی کمتر صورت بگیرد. ذات‌های مخاطبان سینما و تلویزیون در هر ملت و سرزمینی بر ساخته از تاریخ و فرهنگ تجربه‌شده‌ای است که به خلق نوعی فرهنگ تماشای منجر می‌شود که در بستر آن میان مخاطبان و آثار هنری ارتباط معنی‌داری به‌وجود می‌آید. یکی دیگر از مؤلفه‌های فرهنگی - تاریخی که موجب می‌شود آثار افسانه‌ای مثل جنگ‌جویان کوهستان یا افسانه جومونگ با استقبال روبه‌رو شود، این است که میل به قهرمان‌گرایی و اسطوره‌سازی در سرزمین‌های شرقی وجود دارد که البته این ویژگی به‌صورت فطری و بین‌الذات‌های میان همه آدمیان حاکم است که در آثار غربی نیز در قالب الگوهای سوپرمنی روایت می‌شود. اما این قهرمان‌محوری در فرهنگ شرقی از قدرت و دامنه‌ی بیشتری برخوردار است و در هاله‌ای از تقدس تاریخی و مذهبی قرار می‌گیرد. براساس تحقیقاتی که انجام شده، قرابت فرهنگی ایران و کره‌جنوبی بسیار زیاد است. اثرپذیری مخاطبان ایرانی از آثار فرهنگی کره تا جایی پیش رفت که محققانی از هر دو کشور به تحقیق پیرامون پیشینه فرهنگی ایران و کره برآمدند و مدعی وجود یک نقطه ارتباط تاریخی میان امپراتوری سوم کره «سیلا» با امپراتوری پارس شدند. نتیجه تحقیقات‌شان نشان می‌داد که ممکن است فرهنگ این دو کشور حدود ۱۲۰۰ سال پیش، مشابه بوده باشد. عامل دیگر در این میان، شباهت برخی آموزه‌های کنفوسیوسی با فرهنگ اسلامی بود؛ مانند بحث احترام به طرف مقابل. آلمان‌های فرهنگی دیگری که در آثار وارداتی از کره حضور پررنگی دارند و نظر مخاطب ایرانی را به‌خود جلب می‌کنند عبارتند از: شخصیت مرد در خانواده، رنگارنگی لباس‌ها، مدل آرایش‌ها و بسیاری از آلمان‌های مشترک فرهنگی که سبب محبوبیت هر چه بیشتر این موج در ایران شده است. نقش تلویزیون نیز در این زمینه بسیار پررنگ است. خروجی بسیاری از تحقیقات نشان می‌دهد تشابهات فرهنگی و آیینی ایران و کره، بیان پیام‌های اخلاقی در بن‌مایه‌های سریال، طرح داستان‌هایی با اتفاقات هیجان‌انگیز، همچنین پایان خوش از جمله دلایل دیگری است که باعث می‌شود مخاطب ایرانی با سریال‌های کره‌ای ارتباط بیشتری برقرار کند. البته در این میان نباید از نقش دوبله هم گذشت. تعدد دوبله‌رها و متن‌های تمیز و شسته‌رفته، همچنین عدم نگاه کارمندی دوبله‌رها به این سریال‌ها باعث شده مجموعه‌های کره‌ای انظر نزدیکی با مخاطب، گاهی شبیه به سریال‌های ایرانی بشوند و مخاطب فراموش کند که یک اثر خارجی را تماشا می‌کند. جالب است بدانید پس از موفقیت سریال‌های کره‌ای، یک هیئت نمایندگی از صداوسیما ی ایران در سال ۲۰۱۲ برای بازدید به کره

رفت و از لوکیشن‌های سریال‌های کره‌ای مانند «جوهری در قصر» بازدید کرد. آن زمان قراردادهایی با طرف کره‌ای امضاء شد و این همکاری‌ها به اوج خود رسید تا جایی که گاهی حتی تعداد این سریال‌ها از سریال‌های ایرانی در جدول پخش جلو می‌زد و این روند در دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰ به اوج خودش رسید. خبرگزاری «رویترز» در گزارشی اعلام کرده بود، برخی سریال‌های کره‌ای در خارج از کره بیشتر مخاطب دارند تا خود کره! مثلاً طبق آمارها گفته بود، سریال «جومونگ» در ایران ۸۰ درصد مخاطب داشت، در حالی‌که در کره جنوبی ۴۰ درصد از مخاطبان را به‌خود جلب کرد و شخصیت اصلی فیلم یعنی «سونگ ایل گوک» بیش از آنکه در کره محبوبیت داشته باشد، در ایران به‌عنوان یک سوپرستار شناخته شد. هر چند نسل‌های کنونی، جومونگ و یانگوم را بیشتر می‌شناسند و دوست دارند، اما یادمان نرود که اولین قهرمان‌های خارجی نسل‌های دهه پنجاهی و شصتی، شخصیت‌های ژاپنی بودند. نزدیکی فرهنگ ایران با شرق آسیا و رفت‌وآمد دانشمندان و تاجران به آنجا باعث به‌وجود آمدن نزدیکی بیشتر با این منطقه از آسیا شده بود. این نزدیکی همچنان ادامه دارد و می‌توان ریشه علاقه مخاطبان ایرانی به آثار آن کشور و احتمالاً بالعکس‌اش را در همین ارتباطات دانست. اگر برای کره‌ای‌ها قهرمان مهم است و جنگجویی‌هایش، در ژاپن این هوش است که باید حرف اول را بزند.

**گونه‌شناسی سریال‌های ژاپنی**

شاید پررنگ‌ترین نوستالژی‌های ژاپنی برای ایرانیان، سریال‌ها و کارتون‌های ساخت ژاپن باشد؛ از اوشین و هانیکو گرفته تا ای‌کی‌یوسان، فوتبالیست‌ها و میتی‌کومان. شاید پیش از سریال‌ها، این انیمه‌ها بودند که در ژاپن حرف اصلی را می‌زدند؛ انیمه‌هایی که در ایران هم پربیننده بودند. سریال‌های ژاپنی را اما می‌توان به دو گروه تقسیم کرد. گروه اول که بخش‌های مختلف زندگی اوشین و هانیکو، قهرمانان دو سریال محبوب دهه شصتی را شامل می‌شود، هم‌زمان با سه دوره تاریخی در ژاپن است؛ عصر «میچی»، عصر «تایشو» و عصر «شووا». در این سه دوره تاریخی، این افراد به‌ترتیب امپراتورهای ژاپن بودند. عصر میچی، دورانی است که پس از حمله آمریکایی‌ها به خلیج «ادو» در نزدیکی توکیو، در سال ۱۸۵۰ میلادی (۱۲۲۹ خورشیدی) و وادار کردن ژاپنی‌ها به پایان دادن سیاست درهای بسته یا «ساکوکو» آغاز می‌شود. امپراتور تصمیم گرفت نظام حاکم بر ژاپن را در همه عرصه‌ها، از الگوی سنتی به الگوی غربی تغییر دهد و این رویه، فشار سنگینی بر مردم این کشور وارد کرد. سامورایی‌ها سرکوب شدند و فعالیت‌شان در عرصه سیاسی، تنها در صورتی ممکن بود که قید سنت را بزنند و به لباس و آداب جدید روی بیاورند. گروه دوم از سریال‌های ژاپنی آنهایی هستند که به دوران معاصرشان ربط دارند و می‌خواهند از پیشرفت و معرفی فرهنگ و رسوم‌شان بگویند. در این سریال‌ها با جلوه‌های تجدد و تکنولوژی آشنایی می‌شویم، اما مفاهیمی مانند خانواده، عشق و وطن‌دوستی هم موردتوجه قرار گرفته است. سریال‌های ژاپنی همانند سریال‌های کره‌ای پیچیدگی خاصی ندارند و به‌همین دلیل موردتوجه ایرانیان و حتی دیگر کشورهای آسیایی و اروپایی قرار می‌گیرند. شاید بتوان به همان دلایلی که برای سریال‌های کره‌ای برشمریم، علت محبوبیت سریال‌های ژاپنی در ایران را بررسی کرد؛ قصه‌ای سراسرت، لوکیشن‌های جذاب، مفاهیم و فرهنگ‌های مشترک، همچنین وجود شخصیت‌های جذاب و دقیق.

**مورد شگفت‌انگیز اوشین**

اوشین در بیش از ۶۰ کشور جهان پخش شد و جالب اینکه توجه به این مجموعه ژاپنی به اندازه‌ای بود که آن را «استندرد اوشین» یا «اوشین‌دروم» نامیدند. ارزش‌های جهان‌شمولی چون عشق، از خودگذشتگی، استقامت و بخشش باعث موفقیت جهانی این سریال شد. در ایران این سریال، در دهه ۶۰ با هژمونی رسانه‌ای خویش به یک پدیده فرهنگی در جامعه ما بدل شد که به قول دکتر محسنیان راد، استاد و پژوهشگر ارتباطات، می‌توان بر آن نام اوشین‌سیسم گذاشت. سریال «سال‌های دور از خانه» یا همان «اوشین» به‌دلایل تاریخی و روان‌شناسی آن، سال‌ها چنان نفوذی در توده مردم پیدا کرد که در حد یک مُد اجتماعی، فرهنگ عامه را تحت‌تأثیر خود قرار داد. مدل موهای اوشینی، لباس ژاپنی و حتی بازار تاناکورا در معرفی فروشگاه‌های دست‌دوم فروشی از تأثیرات اجتماعی این سریال در آن سال‌ها بود که این آخری هنوز نیز برای مشاغل این چنینی اطلاق می‌شود. لذا این پرسش جامعه‌شناختی مطرح می‌شود که چرا اوشین به چنین جایگاهی در جامعه ایران تبدیل شد و به‌عنوان یک خرده‌فرهنگ رسانه‌ای، در ساخت عمومی جامعه ایرانی تأثیر گذاشت. اهمیت این سریال نه‌فقط در وجوه دراماتیک و سوبه هنری آن، بلکه به‌دلیل تبدیل شدن به یک پدیده اجتماعی در فرهنگ عامه جامعه ایرانی بود. جلوه‌های عجیبی از تأثیر این سریال بر مخاطبان ایرانی را می‌توان در مطالعه پژوهشی که دکتر محسنیان راد، استاد علوم ارتباطات، سال ۶۸ انجام داده مشاهده کرد. براساس یافته‌های این تحقیق، ۶۱/۴ درصد مخاطبان به‌یاد آوردند که هنگام پخش این سریال شاهد عکس‌العمل‌های تقریباً غیرعادی از جمله گریستن، فحاشی و عصی‌شدن تماشاگران و طرفداران این سریال بوده‌اند. برخی نمونه‌های این واکنش‌ها جالب است. مثلاً مردی ۲۵ساله، کارمند، از گنبد کاووس گفته بود: «یک شب که موقع نمایش اوشین برق شهرمان قطع شد، آن قدر عصبانی شدم که حتی ایدسون را نفرین کردم.» نگارنده خود به یاد دارد برخی خانواده‌ها وقتی برق قطع می‌شد با وصل کردن تلویزیون به باتری اتومبیل تماشای اوشین را از دست نمی‌دادند، به‌ویژه اینکه در آن زمان امکان پخش مجدد سریال‌ها وجود نداشت. اما تأثیرات عمیق اوشین بر افکار عمومی واکنش‌های انتقادی هم در بخش‌هایی