

ستاره‌های اینستاگرام در مستندی جالب از پشت پرده زندگی و در آمدشان می گویند

آن روی اینستاگرامرها!

آیه توانا، مر جان دهقان روزنامه‌نگار



چند روز پیش تصمیم گرفتیم «اینستاگرام» را ببینیم؛ مستندی اگر آن شده در گروه هنرو تجربه که مثل بقیه فیلم‌های این سینما، نه تبلیغ و هیاهویی برایش راه افتاده بود و نه اسم کارگردانش را شنیده بودیم. از اسم فیلم مشخص بود اگر یک ساعت ونیم خوبی را توی سالن نداشته باشیم، دست کم مجبور به تحمل قصه‌های نخ‌نما یا محوریت دروغ و خیانت و فقر و بدبختی هم نیستیم. در توضیح فیلم نوشته‌بود: «اینستاگرام، موضوع پیدایش و رشد ستاره‌های دنیای اینستاگرام است؛ ستاره‌هایی که نمی‌توان دلیل واضحی برای ستاره شدنشان پیدا کرد». این دو جمله مجابیم کرد بلیت بخرم. اگر شما هم کاربر اینستاگرام باشید، حتما می‌دانید منظور از «ستاره‌های بی‌دلیل»

گفت و گو با کارگردان فیلم درباره «اینستاگرام» و اینستاگرامرها خودشان هم نمی‌دانند چرا معروف اند

«سینا کیان پور» متولد ۶۸ است، کارشناسی سینما و کارشناسی ارشد عکاسی خوانده و غیر از کارگردانی، تهیه و تدوین فیلم را هم برعهده داشته‌است. با او درباره دغدغه‌ای که به ساخت «اینستاگرام» منجر شد رووند ساخت فیلم اش، گپ زدیم.



شما خودتان هم سن‌وسال اینستاگرام‌هایی هستید که با آن‌ها مصاحبه کردید؛ پیج اینستاگرام تقریباً فعالی هم دارید. نگاه منتقدانه‌تان به آن‌ها و روال زندگی‌شان از کجا می‌آید؟

البته کسانی که توی فیلم دیدید غیر از یکی دونفرشان، دهه هفتادی‌اند. به‌طور کلی اینستاگرام‌ها افراد دهه ۷۰ هستند. دلیل ام برای ساخت مستند از آن‌جا می‌آید که از یک جایی به‌بعد به‌عنوان یک کاربر ساده اینستاگرام متوجه شدم در این فضا، یک‌سری اسم را زیاد می‌بینم و می‌شنوم. کنجکاوشدم بفهمم این‌ها چه کسانی هستند که مدام به چشم ام می‌خورند و عده زیادی صفحه‌شان را دنبال می‌کنند. به‌نظرم رسید اتفاق جدیدی در حال وقوع است. رسانه تازه، نوع جدیدی از شهرت را به‌وجود آورده‌بود که پیش از آن در کشورهای دیگر، شبیه‌اش را دیده‌بودم؛ مثلاً یوتیوب در آمریکا شهرت برپایه اینترنت و فضای مجازی را ایجاد کرده‌بود. حالا این اتفاق داشت در ایران می‌افتاد؛ اینستاگرام فضایی فراهم می‌کرد که عده‌ای معروف شوند. خوشحالم که متوجه‌ای نگاه منتقدانه‌شده. یک‌عده به‌من گفتند رویکردی خاصیتی در فیلم‌ات داشتی و عده‌ای دیگر معتقد بودند با اینستاگرام‌ها مهربانی کرده‌ام.

شما به‌وضوح در این مستند، کسی را چیزی از برسرِوال نبردید اما همین احساس نیاز به ساختن فیلمی درباره اینستاگرام‌ها یعنی نقد و نظری پشت‌اش وجود دارد. من فکر کردم نگاه بی‌طرفانه‌تان به این دلیل بود که خواستید به مخاطب جهت ندهید.

این درست‌ترین برداشتی است که دوست داشتم از فیلم به ذهن برسد. دلم می‌خواست چیزی را که وجود دارد، نشان بدهم و این قضاوت نکردن، کاملاً عمدی بود. البته قبل از شروع کار، نگاه از بالا به پایین به این مدل استفاده از اینستاگرام و اینستاگرام‌ها داشتم اما در جریان تحقیقات، سعی کردم بیشتر یک ناظر باشم تا جهان‌نشان را بفهمم. نگاهم نیز به‌مرور تعدیل شد و کم‌کم نتوانستم آن آدم‌ها را در جایگاه خودشان در ک‌کم‌ها به‌رحال کسانی هستند که زندگی‌شان از این راه [اینستاگرام] می‌گذرد.

ولی به‌رحال، سوال‌ها و مسئله‌هایی داشتید که دنبال جواب‌شان می‌گشتید؛ مثل قسبه پول درآوردن اینستاگرام‌ها از هیچی!

یکی از نکات مهم برام نشان دادن این بود که چطور یک چیز الکی، جدی می‌شود. خب این جریان جدی شدن فعالیت در اینستاگرام؛ تبلیغ کردن، دعوا، کل‌کل و درآمد هم با خودش به همراه دارد. از بیرون هیاهوی بسیار برای هیچ به‌نظرم می‌رسد اما برای خودشان خیلی مهم است که مثلاً چه کسی «اینستامیت» (رودادی جهانی که بانی‌اش اینستاگرام است با هدف دور هم جمع شدن اینستاگرام‌ها) برگزار کند. برای همین است که گاهی پشت سر هم حرف می‌زنند و بدوبیراه می‌گویند و حرص می‌خورند. این‌ها نکاتی بود که قبل دنبالش بودم. به‌علاوه، در ۹-۸ ماهی که تحقیقات‌مان طول کشید، با اینستاگرام‌ها جلسات مفصلی برگزار کردیم و سوال و جواب‌های‌مان مسیر کار را مشخص کرد. تعداد آنچه خیلی بیشتر بودو در نهایت این چندنفر، انتخاب شدند.

آدم‌های مستندتان را بر اساسی انتخاب کردید؟

این افراد، اولین کسانی بودند که در ایران از اینستاگرام استفاده کردند و مخاطب زیادی گرفتند. دلیل دوم انتخاب این افراد و انتخاب نکردن کسانی که فالوئرهای خیلی بیشتری دارند، این بود که دوست داشتم بروم سراغ شهرت بی‌دلیل. دلیل معروفیت کسانی که محتوای کم‌دی مد‌دستی تولید می‌کنند یا دعوا و کل‌کل راه می‌اندازند، برایم واضح بود. توی خیابان هم وقتی دونفر دعوا می‌کنند، یک‌سری آدم دورشان جمع می‌شوند اما این که چرا عکس گرفتن‌های ساده چندنفر آدم معمولی از قهوه و مسافرت‌شان، این همه دنبال‌کننده دارد، برایم جذاب بود. هنوز جواب مشخصی ندارم که این افراد چرا معروف‌اند و جالب این‌جاست که خودشان هم نمی‌دانند. جدی می‌گویم. فقط از یک جایی به‌بعد فهمیدند این مدلی جواب می‌دهد. کاری که دوست داشتم انجام بدهم اما به دلایل رویایی برایم ممکن نبود، حرف‌زدن با فالوئر‌ها بود. نتوانستم جایش را توی فیلم پیدا کنم ولی می‌خواستم سراغ مخاطب اینستاگرام‌ها بروم و بفهمم انگیزه‌شان از دنبال کردن آن‌ها چیست.

اینستاگرام‌ها که باز ندگی لوکس و تزیین‌شده‌شان معروف‌اند، جلوی دوربین شما از وجود ناگفته زندگی‌شان حرف زدند؛ چطور راضی به این کار شدند؟ بعضی از بچه‌ها می‌گفتند تو می‌خواهی پنبه ما را بزنی. بعضی‌ها نگران بودند توجه کسانی که نباید، به آن‌ها جلب شود و در دسر دردی داشته‌باشد. این چالش همیشگی مستندسازی است که باسوزه واقعی در جهان واقعی سروکار دارد. یک بخش ماجرا، تلاش ما برای اعتمادسازی بودو بخش دیگرش، احساس راحتی بچه‌ها در مدیوم سینما. آن‌ها در اینستاگرام احساس امنیت ندارند چون آن‌جا باز خوردها خیلی مستقیم و لحظه‌ای است. مثلاً درباره روحانی توی فیلم، هنوز هم کسی چهره‌مش‌ش را بدون پوشیه ندیده اما به ما اعتماد داشتند چون می‌دانستند سوءاستفاده و حاشیه‌ای وجود نخواهدداشت.

آیا چیزهای دیگری از پشت پرده ماجرای اینستاگرام‌ها هست که خودتان فهمیده‌باشید ولی در فیلم نیامده‌باشد؟

بله، برای نشان دادن یک‌سری چیزها معذوریت اخلاقی داشتم؛ دلم نمی‌خواست کسی این وسط خراب شود. مثلاً در پوشش خبریه‌ای که اینستاگرام‌ها راه‌انداخته‌بودند، یک نفر شان مقداری پول برداشته‌بود. البته بقیه بچه‌ها آن مبلغ را خودشان جبران کردند ولی به‌رحال مسائل این چنینی هم وجود داشت یا مثلاً بدوبیراه‌هایی که سر اینستامیت‌ها به هم می‌گفتند خیلی جدی‌تر از چیزی بود که در فیلم دیدیم.

چیست؛ آدم‌های خوشحال باز ندگی‌های رنگی که معلوم نیست کی، چرا و چطور ناگهان مشهور و محبوب شدند؛ بیشترشان جز سفر و کافه دورهمی و خرید و البته عکس گرفتن از همه این‌ها، کار خاصی نمی‌کنند یا حداقل ما نمی‌بینیم و نمی‌دانیم. اینستاگرام، درباره این آدم‌ها و وجه‌ناده‌بوده و ناشنیده زندگی آن‌هاست. آن‌ها چرا معروف‌اند؟ چرا به اندازه یک هنرپیشه یا چندین سال سابقه کار یا یک موزیسین با کارنامه کاری قابل‌اعتنا، دنبال‌کننده و طرفدار دارند؟ ما توی صفحه این افراد دنبال چه چیزی هستیم؟ مستند، به بخشی از این سوالات جواب می‌دهد. جواب بقیه سوالات را هم در گفت‌وگوی ما با کارگردان فیلم و یک کارشناس رسانه، می‌توانید پیدا کنید. اگر فضای اینستاگرام و سازوکارش برای تان جالب است و ساکن شهر مشهد هستید، دوازدهم آبان‌ماه می‌توانید فیلم را در پردیس هویزه با حضور کارگردان ببینید و در جلسه نقد و بررسی اش حضور داشته‌باشید.

فیلم آن روی اینستاگرام مستند اینستاگرام



این که چرا ما اینستاگرام‌ها را دنبال می‌کنیم به متغیرهای گوناگون اجتماعی، اقتصادی و مذهبی بستگی دارد اما به‌طور کلی هر موضوعی که در فضای فیزیکی یا محدودیت روبه‌روست در فضای مجازی بیشتر از آن استقبال می‌شود

خودیم، زیر این کار به درستی انجام نشده‌است. به‌جای آموزش و کنترل، سانسور کردیم که تضادهای اجتماعی نتیجه‌آن است. اگر جریان اجتماعی را به‌حال خودبگذاریم و صرفاً دیدگاه‌ها و اطلاعات مفید را به‌آن اختصاص بدهیم، قرار دهیم این فضا کم‌کم به ثبات و تعادل می‌رسد.

چرا بعضی از اینستاگرام‌ها برای خودشان مسئولیت اجتماعی خاصی قائل هستند؟

برای پاسخ به این سوال قبل از هر چیز باید بدانیم چرا مردم به تولید یا دنبال کردن این محتواها گرایش دارند. یکی از دلایل‌اش تولید نشدن محتوای ارزشمند در فضای مجازی است. وقتی ما محتوای مناسبی نداشته‌باشیم هر چیزی امکان جذب مخاطب را پیدا می‌کند. توضیح ساده این که وقتی چشم ما به دیدن زیبایی عادت نداشته‌باشد، به‌راحتی هر چیزی را دنبال می‌کند. متأسفانه ما نتوانستیم از فرصت‌های فضای مجازی برای تولید محتوای ارزشمند به‌دست‌دست استفاده کنیم. میدان به‌دست محتوای عامه‌پسند افتاده‌است. حالا این که چرا بعضی از اینستاگرام‌ها با بالا رفتن تعداد دنبال‌کننده‌هایشان، در زمینه‌های مختلف اظهار نظر می‌کنند یا مسئولیت اجتماعی خاصی برای خود متصور هستند، صرفاً باور خودشان است. رواقع این موضوع از بی‌رسالتی نشئت می‌گیرد و برای جذب مخاطب است. در بعضی مواقع هم بالا رفتن تعداد دنبال‌کنندگان، ترغیب‌کننده افراد برای تولید محتواهای این چنینی است. شاید بهتر باشد به‌جای صادر کردن حکم کلی برای این موضوع، آن‌را به صورت موردی بررسی کنیم.

دکتر «احسان پوری» کارشناس رسانه‌های جمعی تحلیل می‌کند: چرا اینستاگرام‌ها را فالو می‌کنیم؟

مستند «اینستاگرام‌ها» به دلیل محدودیت‌های روایی و سینمایی، به همه سوالات پیونده درباره اینستاگرام، فعالان و مخاطبانش پاسخ نمی‌دهد. به همین دلیل دکتر «احسان پوری»، دانش‌آموخته مدیریت رسانه، توضیح می‌دهد که ما به چه دلیل اینستاگرام‌ها را به‌عنوان گروهی قابل‌اعتنا می‌پذیریم.



به چه دلیل فعالان مجازی، بی‌آن‌که کار خاصی انجام بدهند، محبوب و مشهور می‌شوند؟ تعاریف فضای مجازی یا تعاریف فضای واقعی متفاوت است. در فضای اجتماعی واقعی، جریان اطلاعات از بالا به پایین است یعنی فقط به‌رآن فکری هستند که می‌توانند برای خود رسانه داشته‌باشند و مخاطب جذب کنند. به عبارت بهتر برای داشتن دنبال‌کننده در فضای اجتماعی واقعی، باید حرفی برای گفتن داشته‌باشیم اما ویژگی‌های فضای مجازی به ما امکان می‌دهد که با هر سطح سواد و دانشی به تولید محتوا بپردازیم و مخاطب جذب کنیم. جریان اطلاعات در فضای مجازی به صورت افقی و کاملاً تعاملی است. افراد در این فضا هم می‌توانند فرستنده اطلاعات باشند و هم گیرنده‌آن. دوران تک‌کانالی جریان اطلاعات با پدید آمدن فضای مجازی به پایان رسیده‌است. اگر در گذشته برای جذب مخاطب نیاز به توانایی ویژه‌ای بود، امروز همه بافضای مجازی یک‌رسانه مستقل در اختیار دارند که می‌توانند هر محتوایی را در آن منتشر کنند. این که چرا ما

ZENDEGI-SALAM

ضمیمه روزنامه خراسان

چهارشنبه ۹ آبان ۱۳۹۷
شماره ۱۴۰ ۲۱ آبان ۲۰۱۸

۱۱۷۵

2,739,596

مروری بر نقاط مثبت و منفی فیلم

آن‌چه در ادامه می‌خوانید، نظر شخصی ما درباره «اینستاگرام» است. خطر لوفتن فیلم که در کار نیست؛ چون اساساً با قصه‌بآن معنا که در سینمای قصه‌گوسراغ داریم، مواجه نیستیم. اما اگر دل‌تان می‌خواهد برداشت شخصی‌تان از فیلم تحت تأثیر قرار نگیرد، می‌توانید خواندن این بخش را به‌بعد از دیدن مستند موکول کنید.

❖ قوت فیلم در چیست؟
+ دست‌گذاری روی موضوعی
+ مرور؛ در جولان سوزه‌های تکراری بی‌خاصیت در سینما، صرف حرف‌زدن درباره اینستاگرام اتفاق خوبی است. از طرف دیگر، هرچه آسیب‌شناسی و تحلیل و بررسی درباره فضای مجازی انجام می‌شود، در چهارچوب میزگردها و همایش‌های آکادمیکی است که نه به گوش مخاطب فضای مجازی می‌رسد، نه نتیجه‌اثرش معلوم است.

+ ریتیم خوب؛ سوزه‌های اینستاگرام گرچه همه‌شان به یک دلیل واحد جلوی دوربین هستند اما هر کدام، قصه و ماجرای خودشان را دارند. تقسیم‌زمان بین این افراد، کمک کرده فیلم از ریتیم یفتند. از طرف دیگر، کارگردان از هول نمایش همه‌آدم‌معروف‌های اینستاگرام توی دیگ نیفتاده و با حجم زیادی از اطلاعات مخاطب را گیج و خسته نمی‌کند.
+ نداشتن سوگیری؛ عمده نقدها درباره مستند، همان‌طور که در مصاحبه با کارگردان هم خواندیم به جهت‌گیری نداشتن فیلم معطوف است. ایرادی که اتفاقاً از جهتی، قوت به‌شمار می‌رود. مخاطب اینستاگرام و اینستاگرام‌ها، نوجوان و جوان هستند؛ کسانی که دل خوشی از نصیحت شنیدن ندارند. اینستاگرام، در غیاب رویکرد معلم اخلاق گونه و شعار متداول «این‌ها همه مثل هم‌اند» می‌خواهند با ویرترین رزق پورق درآشان ما را فرب به‌دهند؛ قابل‌اعتنا و دیدنی از آب درآمده‌است.

❖ ضعف فیلم، کجاست؟
- نبود پیشینه پژوهشی؛ گرچه هدف فیلم به گفته کارگردانش آسیب‌شناسی نبوده‌است اما در سوزه‌هایی که ظرفیت پرداخت جامعه‌شناختی و روان‌شناسانه دارند، غفلت از این موضوع کار را در سطح نگه می‌دارد. کمک گرفتن از چند متخصص علوم انسانی، می‌توانست اینستاگرام را از مستندی صرفاً جذاب و اطلاع‌رسان به اثری چالشی، عمیق و قابل‌استناد تبدیل کند.

- سوزه‌های بی‌شناسانه؛ هدف مستند، نمایش واقعیت یا حداقل بخشی از زندگی واقعی اینستاگرام‌هاست؛ بعد از دیدن فیلم، می‌فهمیم این آدم‌ها در چه خانه‌ای زندگی می‌کنند، سر چه چیزهایی با هم بگومگو می‌کنند و لایک و کامنت ما‌پای‌پست‌های‌شان منبع درآمدشان است اما هنوز نمی‌دانیم دقیقاً چه کسانی هستند؛ تحصیلاتشان چیست، حرفه و تخصصی دارند یا نه و قبل از اینستاگرام چه کار می‌کرده‌اند.
- نداشتن روحیه برپرسشگری؛ فضای مجازی، چطور و تحت چه ساز و کاری به‌آدم‌ها توهم رسالت و مسئولیت می‌دهد؟ آیا هر کسی تلفن همراهش دوربین خوبی داشته‌باشد، می‌تواند نقش در فرهنگ ساز و مصلح اجتماعی را ایفا کند؟ مخاطبان اینستاگرام، چطور اینستاگرام‌ها را در چنین نقش‌هایی می‌پذیرند؟ پاسخ دادن به این سوالات، شاید در حیطه وظایف یک مستند سینمایی نباشد اما «اینستاگرام» این گزاره‌ها را در قالب سوال هم مطرح نمی‌کند.

جدول متوسط (شماره ۷۲۴۹)

طراح جدول: مجید شادروح

عمودی

۱- رودرویا- ابزار نقاش ۲- گرفتار بی‌آبرو ۳- پوشش خوشحال- آتش ۴- خیس- مختصر- دشمن سخت ۵- خواب- حرارت ۶- تازه کار- خرما فروش ۷- درون- پیکر پول‌زاین ۸- مورچه- خجستگی ۹- دست‌عرب- فنی در کشتی- حرف‌نداری ۱۰- شاعر نوپرداز- آهسته ۱۱- حیثیت- جست‌وجو ۱۲- حرف‌انتخاب- خواست- تکرار حرف ۱۳- زمستان- واحد مقاومت الکتریکی ۱۴- جدید- نیر- شورا ۱۵- بیرون‌پایه ۱۶- کلمه تصدیق- صمیمی ۱۷- وی- امتیازات- کسوت ۱۸- ابریشم پست- جای خلوت- تفرقه ۱۹- اشاره- دیکته ۲۰- پادزهر- رودخوزستان

۲۰	۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱																			
۲																			
۳																			
۴																			
۵																			
۶																			
۷																			
۸																			
۹																			
۱۰																			
۱۱																			

گروه صنعتی سایان

مشاور، طراح و مجری:

ساکن‌های فلزی سوله

اسکلت فلزی ساختمان‌های طبقاتی

انواع جرثقیل سقفی

۰۵۱-۳۳۴۴۳۳۳۳

تلفن:

ایمیل: sayansteel@yahoo.com

۷۷۷-۷۷۷-۷۷۷

جدول سخت (شماره ۴۵۹)

طراح جدول: بیژن گورانی

عمودی

۱- مرگ ناگهانی و سریع- قسمت‌زیرین ۲- کتابی برتر از با موضوع نان و جنگ نوشته سیده اعظم حسینی- فرمانروای ولایت‌مدان در زمان پادشاهی انوشیروان ۳- بدخلق دوا- نام‌آذری ۴- نوعی گیوه- عالم‌ماده ۵- معجزه ختمیه- روز جزا ۶- قالب‌برشکاری فلزات- مربوط به هجرت ۷- زره جنگاوران قدیم- سم‌حشره کش ۸- پیشوند تکرار- سلول عصبی- مخفف‌اگر ۹- حبس مادام‌العمر- مهمان ناخوانده ۱۰- افزایش دایمی قیمت کالاها- کم کردن از مبلغ چک مدت‌دار و تبدیل آن به پول نقد ۱۱- پدر ادبیات کانادایی و نویسنده داستان‌های کوتاه درباره حیوانات وحشی- سم‌چپ ۱۲- خاک‌فرزندی که در مناطق گرمسیر یافت می‌شود- گله‌چراپایان ۱۳- تکرار حرفی- مخلوط شور و غال و گوگرد- تیرپیک‌انداز ۱۴- سنت‌واین- آندو موغ ۱۵- میوه‌ای شیرین با هسته درشت- میاهات کردن ۱۶- صدمه‌دیده- قائم‌به‌ذات ۱۷- وسیع و باریک- نوعی شاور در پایی می‌مونو ۱۸- حرف‌دهن کچی- سنگ‌مرمر- سورنودونچر قرآن ۱۹- کنایه‌از گدایی که در کندن- کجاست ۲۰- فرمان سکوت- تکیه‌گاه دوتکه محورهای گردنده.

۲۰	۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱																			
۲																			
۳																			
۴																			
۵																			
۶																			
۷																			
۸																			
۹																			
۱۰																			
۱۱																			

حل جدول شماره ۴۵۸

۲۰	۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱																			
۲																			
۳																			
۴																			
۵																			
۶																			
۷																			
۸																			
۹																			
۱۰																			
۱۱																			