

گفت و گو با سعید مستغاثی، رئیس پیشین انجمن منتقدان و نویسندگان سینمایی درباره رویکرد جدید برنامه‌ها در صداوسیما

عبور از شبهه چهره‌ها با ورود چهره‌های تازه نفس



رسانه ملی در حال پوست اندازی است؛ طی ماه‌های اخیر شاهد ورود و حضور چهره‌هایی جدید در قالب تلویزیون یا برنامه‌های رادیویی هستیم که نویدبخش دورانی تازه در صداوسیما هستند. در برنامه‌ها، مردم بیش از چهره‌های مشهور به اصطلاح سلبریتی دیده می‌شوند. اما این تحول، حتما ملاحظات و مخاطراتی هم دارد و باید به خوبی و با درایت، مدیریت و هدایت شود تا به نتیجه عالی برسد. در این باره با سعید مستغاثی، نویسنده و پژوهشگر و رئیس پیشین انجمن منتقدان سینمایی به گفت و گو پرداختیم.

۴ مدیران و برنامه‌سازان صداوسیما چطور باید این جریان را مدیریت کنند تا به اهداف مدنظر دست یابند؟

اول این که باید همه آنچه در چهار دهه گذشته توسط شبه سلبریتی‌ها در برنامه‌هایی نه چندان تخصصی و نه چندان مماس با تفکرات و ارزش‌های مردمی اتفاق می‌افتاد را کنار بگذارند. حالا باید مردم و زندگی مردمی وارد تلویزیون شود. یعنی باید همان طور که حضرت امام فرموده بودند، این صداوسیما دانشگاه بشود. الان مردم ما و به ویژه نسل جدید از کمبود سواد و اطلاعات فرهنگی رنج می‌برند و بسیاری از مشکلات و نابسامانی‌های اجتماعی، به خاطر این کمبود است. یکی از مراکز متولی در این زمینه همین صداوسیماست. رسانه ملی می‌تواند به جای سرگرمی‌های تقلیدی و ضد فرهنگ ما، سرگرمی‌های جدیدی را جایگزین کند که فرهنگ و سواد و هنر هم داشته باشد و بر اساس سبک زندگی و باورهای خودمان تولید شوند. باید در دوره جدید، این مراقبت صورت بگیرد تا آدم‌های جدیدی که ورود می‌کنند، باز هم همان آش و همان کاسه نشود. چون در آن صورت، اصلا چه نیازی به پاکسازی عناصر قبل از انقلاب بود؟! باید یک جریان جدید و براساس فرهنگ خودمان شکل بگیرد.

۴ کدام برنامه‌ها نمونه مردمی شدن در صداوسیما هستند؟

برنامه‌های مختلفی را می‌توان نام برد که یکی از موفق‌ترین‌ها برنامه «محفل» بود که نمونه یک کار جدید است. یا برنامه «سیدخندان» که البته هنوز خیلی خام است و می‌تواند پخته‌تر شود.

۴ جای چه نوع کارها و برنامه‌هایی را در تلویزیون خالی می‌بینید؟

الان بیشتر فضای تلویزیون را مسابقه یا برنامه‌های گفت و گو محور تشکیل داده و تلویزیون به طور آشکار، دچار کمبود برنامه‌نمایی است. اغلب سریال‌های جدید، ملال‌آور هستند و باید فکری به حال آن کرد.



الان بیشتر فضای تلویزیون را مسابقه‌های گفت و گو محور تشکیل داده و تلویزیون به طور آشکار دچار کمبود برنامه‌نمایی است

۴ نظرتان درباره تلاش صداوسیما برای عبور از سلبریتی‌زدگی در تولید برنامه‌ها چیست؟

ابتدا بگویم من با به کارگیری لفظ سلبریتی برای خیلی از این افراد مشکل دارم؛ چون اصلا آنها را سلبریتی نمی‌دانم! سلبریتی یعنی این که یک فرد اول باید شناخته شده باشد و بخش وسیعی از مردم او را به خوبی بشناسند و دوم هم این که باید محبوب باشد. اما متأسفانه اغلب افرادی که در حوزه سینما به عنوان سلبریتی تعریف شده‌اند، فیلم‌هایی که بازی کرده‌اند حتی سه، چهار درصد هم تماشاگر نداشته‌اند! یعنی حتی می‌توان درباره مشهور بودن این چهره‌ها هم ان قلت داشت چه رسد به محبوبیت. به همین دلیل هم آنها را شبه سلبریتی تلقی می‌کنم.

بسیاری از شبه سلبریتی‌ها بعد از انقلاب و به دلیل فضای خالی ناشی از کنار رفتن خیلی از فعالان سینما و تلویزیون قبل از انقلاب، وارد این عرصه شدند. آنها به تدریج از این فرصت استفاده کردند؛ برخی متخصص شدند و به ارزش‌های مردمی هم معتقد بوده‌اند که روی صحبت من با آنها نیست اما بعضی دیگر از آنها نه متخصص شدند و نه اعتقادی به مردم و باورهای آنها داشته‌اند و بیشتر مقلد نمونه‌های خارجی بوده‌اند، درست مثل قبل از انقلاب؛ در واقع تداوم همان آدم‌های قبل از انقلاب فعال در فیلم‌سازی و تلویزیون شاهنشاهی محسوب می‌شوند. یعنی نمونه دست دوم آن افراد هستند! این افراد سی چهل سال تلویزیون را در چنگ خود داشتند و تا جای ممکن استفاده کردند؛ بیشتر هم تفکرات شان سکولار است و با این تفکر در نمایش‌های تلویزیونی حضور می‌یافتند. به شدت هم تکراری شده بودند. یعنی ما در نمایش‌ها و برنامه‌های آنها کمتر نشانه‌ای از فرهنگ و مفاهیم ایرانی-اسلامی می‌دیدیم و بیشتر ترجمه همان نمونه‌های خارجی را پیاده می‌کردند. اما واقعا دوره آنها گذشته و بهتر است یک عده جوان و تازه نفس بیایند و تفکرات و ایده‌های جدیدی در تلویزیون را شاهد باشیم. به نظرم بعد از هشت فصل «خندوانه» که به تکرار افتاده بود دیگر حتی دست‌اندرکاران این برنامه هم از کارهای شان حالشان به هم می‌خورد! یا «دوره‌می» دیگر از بس به ورطه تکرار افتاده بود دیگر حرفی برای گفتن نداشت و کسالت‌آور بود.

محبوب‌های مردمی جایگزین مشهورهای مصنوعی

محمد تقی فهیم

کارشناس

سیمای برنامه‌های جدید خود با تغییر ریخت همه اجزایش خودنمایی کرد؛ روندی که از چند ماه قبل با شبکه دو کلید خورد، به تدریج دیگر شبکه‌ها را دربرگرفت به طوری که در تمام آیت‌ها، پلاتوهای مختلف، گفت و گو محورها و حتی مسابقات و ... در شبکه‌های متنوع، این تغییرات کاملاً محسوس است. این تغییرات در برنامه‌های آغاز سال بیشتر به چشم آمد؛ تلویزیون خصوصاً در برداشتن گام جسورانه عبور از خط قرمزهای سلیقه‌ای، نشان داد که اگر بخواهد جای سلبریتی‌ها را پر کنند باید مردم را با تمام تمایزات ظاهری و باطنی برتابد.

اما پرسش این است که آیا سلبریتی‌زدایی تلویزیون جواب داد؟ چنین به نظر می‌رسد که مدیریت جسور کنونی در زمینه محبوبیت و شهرت مجریان و کارشناسان تردید دارد. نباید دچار افراط و تفریط شد و نیاز برنامه‌ها را به «محبوب» ها و «مشهور» ها دست کم گرفت. روند در پیش گرفته شده برای حذف جنجالی‌ها و عدم پرداخت‌های نجومی به خوش چهره‌های مصنوعی و بزک کرده‌های حراف کاملاً اصولی است ولی ایستادن پای آدم‌های محبوب و مردم‌دار نیز به همین نسبت روایی پذیرفتنی است که مدیریت کنونی نباید از نظر دور بدارد.

تغییر ریخت تلویزیون به سمت دربرگیری نمایندگان اکثریت جمعیت کشور، در گرایش کیفی و محتوایی نیز تجلی داشت به طوری که جای بی مغزی و فقدان علم سلبریتی‌های چشم رنگی و ابرو برداشته پرمدا در سال‌های گذشته را صاحبان نظر و اندیشه و علم و خاطره و خانواده گرفته است و این حرکت کمی باید در تحکیم حضور مردم عادی و اهالی دانش بر صفحه قاب کوچک مسیر کیفی‌تر طی کند.

پذیرش این ریخت و روند از سوی مخاطبانی که به حضور سلبریتی‌ها در مقام مجری، جایگاه کارشناس و صندلی مدعو عادت کرده بودند زمانبر است ولی در صورت تداوم این روال به نفع حفظ و افزایش محبوب‌های توانا بی تردید بیش از پیش مردم خود را در تلویزیون خواهند دید و به آن دل خواهند بست، مشروط بر این که تخصص و محبوبیت مجریان و ... قربانی ظواهر فریبکارانه نشود.

