



فرزانة ابراهیمزاده

«رادیو هفت» حالا دیگر چهارساله شده. چهارسالگی برای برنامه تلویزیونی با ویژگی‌های رادیو هفت یک اتفاق مهم است؛ برنامه‌ای که طی این سال‌ها سعی کرده نوبودنش را چه در روایت‌ها و چه در حضور هنرمندان حفظ کند و ایده‌های تازه‌ای مثل اجرای موسیقی با سازهای خیالی شبیه آنچه گروه پالت انجام داد، داشته باشد. این ایده‌ها البته تنها با همراهی یک کارگردان و تهیه‌کننده رخ می‌دهد؛ اتفاقی که با حضور منصور ضابطیان و محمد صوفی در این برنامه رخ داده است. هر چند هر دو آنها معتقدند این تفاوت و دوام برای رادیو هفت به دلیل آن است که در این چهارسال توانستند اعتماد مسوولان تلویزیون را جلب کنند.

❧ یکی از ویژگی‌های کار با تلویزیون ایران این است که برنامه‌هایی که نوآوری‌هایی دارند کمتر دوام دارند و بعد از مدتی با دچار افت یا تعطیل می‌شوند. اما رادیو هفت طی چهار سال حضور مداوم با همان سیستمی که از ابتدا کارش را شروع کرده همچنان ادامه خواهد داشت؟

منصور ضابطیان: به نظر من وقتی برای یک برنامه طراحی درست داشته باشید و بنای ساخت برنامه مبتنی بر آن برنامه باشد و بداندی هفتان از ساخت آن برنامه چیست و مخاطبان چه کسانی هستند، اقتضائات جامعه چه چیزهایی هستند و تیمی که برنامه را می‌سازد به کارشان ایمان داشته باشند، چه برای رادیو هفت و چه برای هر برنامه دیگر، این اتفاق می‌افتد که کارشان به یک برنامه پردوام تبدیل شود و شیب پیننده‌اش رو به بالا باشد و درجا نزنند و در عین حال که ساختارش را حفظ می‌کند بتواند خودش را نو کند.

❧ با توجه به اتفاقاتی که افتاده فشار روی این برنامه کم نبوده؛ سعی کرده‌اید خودتان را متناسب با این فشارها تغییر دهید یا همان رویه را پی گرفتید؟
محمد صوفی: فشاری روی برنامه وجود نداشته، شاید چیزی که شما احساس می‌کنید توقعی است که از طرف بیننده وجود دارد. ما هم این توقع را به صورت یک فشار احساس و سعی می‌کنیم برنامه را حفظ کنیم یا تغییراتی در آن ایجاد کنیم. در کل از جایی برای تغییر برنامه فشاری روی ما نبوده است.

❧ اینکه می‌خواهید برنامه را حفظ کنید به معنی این نیست که شبکه خواسته‌هایی از شما دارد که باید برای دوام برنامه آنها را رعایت کنید؟
صوفی: اینکه می‌گویم توقع، توقع مخاطب است. رادیو هفت در مخاطباناش توقعی ایجاد کرده و ما هم برای خودمان سطح استانداردهایی را داریم که حفظ این سطح استاندارد و برآورده کردن نظرات مخاطب طبیعتا در برنامه‌سازی کاری سخت است. منظورم از ایجاد توقع و فشار از این منظر است و از طرف تلویزیون فشاری نبوده است.

ضابطیان: وقتی شما کار مدیا انجام می‌دهید چه در تلویزیون چه در رادیو یا مانند شما در مطبوعات، در ایران یا هر جای دیگر دنیا، شما روی یک منحنی سینوسی حرکت می‌کنید. گاهی اتفاقاتی می‌افتد که یکسری توقعات ایجاد می‌شود که کارهایی را انجام بدهید یا ندهید و چیزی نیست که مختص برنامه رادیو هفت باشد. این برنامه باید خودش را با این منحنی منطبق کند. گاهی ممکن است فشاری (در زمینه موسیقی) روی کل تلویزیون باشد که طبیعتا به همه برنامه‌ها منتقل و خود برنامه‌ساز متوجه این حساسیت می‌شود و نیازی نیست که کسی به او گوشزد کند چه کار کند. برنامه‌ساز می‌داند در این مقطع باید یکسری حرف‌ها را نزنند یا به مصلحت است که یکسری از صحبت‌ها بیان شود. همانطور که محمد گفت فشاری که قرار باشد کلیت برنامه تغییر کند تا به حال نبوده است.

❧ دلایل این نبود که برنامه شما از شبکه (آموزش) پخش می‌شود که خیلی حساسیت روی آن نیست.

ضابطیان: این هم می‌تواند یکی از دلایل باشد.

❧ اگر این برنامه در شبکه سه یا دو اجرا می‌شد به نظر تان تا این حد دستان آزاد بود؟

صوفی: نمی‌شود صددرصد گفت اگر برنامه در شبکه سه پخش می‌شد این اتفاقات نمی‌افتاد. این برنامه برای این شبکه و این ساعت شب طراحی شده و اگر این برنامه برای شبکه سه طراحی می‌شد شاید رادیو هفت نبود. اما همانطور که منصور گفت ممکن بود حساسیت‌هایی روی ما هم باشد.

❧ یکسری کارها در برنامه شما برای اولین بار اتفاق افتاد، مثل اجرای پالت که از نظر بیرونی فیدبک‌های زیادی برای برنامه‌تان داشت.

ضابطیان: آن سبک اجرا، ایده‌ای قدیمی بود که چند ماه قبل از اینکه پالت برنامه‌اش را در برنامه ما اجرا کند داشتیم و با پالت صحبت کردیم و چند ماه این کار به تأخیر افتاد تا اینکه این گروه فرصت کردند و با ایده‌ای مشابه ایده ما و تصحیح آن ایده، (چون ایده آنها یک مقدار اگر زهره‌تر بود) نتیجه همان شد که دیدید.

❧ گروه‌های موسیقی دیگر چطور؟ یکی از کارهای شما در رادیو هفت که برای مخاطب جالب بود رفتن به سمت گروه‌هایی است که کم‌کم مخاطب خودشان را پیدا می‌کند. آیا قرار است گروه‌های دیگر هم مانند پالت در برنامه شما اجرا داشته باشند؟

ضابطیان: بله جزو برنامه‌های ماست. اساسا نگاه رادیو هفت موسیقی و اجرای آن است. موسیقی سنتی و روز اران برایمان مهم است و حمایت از خواننده‌های مطرح و چهره‌های جوان‌تر در رادیو هفت، شاید هیچ برنامه‌ای در تلویزیون تا این حد از چهره‌های جدید استفاده نکرده و طبیعتا همانطور که سلیقه مردم به سمت گروه‌های موسیقی رفته رادیو هفت هم از این سلیقه تبعیت می‌کند و به جز پالت گروه چارت‌ها هم به برنامه آمده و نگاه ما حمایت از این گروه‌هاست.

❧ به نظر من این هم یکی از چالش‌هایی است که باید با صداسومیا رفع می‌کردید. چون پخش موسیقی از آن مواردی است که در آن یکسری قواعد وجود دارد. مثلا گروه چارت‌ها وقتی وارد رادیو هفت می‌شود به نظر اتفاق ساده‌ای نیست. ضابطیان: پالاخره کار خوب سخت است. در توضیح سوال قبلی باید بگویم که ما خودمان یک گروه هستیم و طبیعتا از گروه‌هایی که کارشان ارزش پخش شدن را داشته باشد حمایت می‌کنیم. کارهای گروه‌های زیادی هم در برنامه ما کمپویش پخش شده. پالت، چارت‌ها (که شاید اولین حضورش در رادیووتلویزیون در برنامه ما بوده)، با آثار گروه سون که از رادیو هفت پخش شده است. به همین دلیل توجه ویژه‌ای به گروه‌های موسیقی داریم که کارشان با کار رادیو هفت همخوانی دارد. هر کار خوبی یکسری دردسرهای ماهانگی‌هایی دارد اما خوشبختانه چون توانستیم در چهارسال گذشته اعتماد نسبی را در مسوولان سازمان ایجاد کنیم و جابیندازیم که موسیقی‌هایی که در داخل کشور با مجوز ارشاد در حال کار هستند و نیازمند حمایتند را معرفی کنیم، تلویزیون هم با سعه‌صدر یا با همکاری کرده و تا به حال مشکلی نداشته‌ایم.

❧ اما بسیاری از این موسیقی‌ها که در برنامه شما قابل پخش است در شبکه دیگر و برنامه دیگری قابل پخش نیست.

ضابطیان: فکر می‌کنم مربوط به تعامل و تعاریفی است که برنامه‌های مختلف دارند و شاید یک مقدار به دور از تواضع باشد اما کاری است که ما انجام می‌دهیم و آن استفاده به اندازه از موسیقی‌هاست. یک تَرک موسیقی که پخشش از رسانه تعبیاور است را با مجوز فقط یکبار پخش می‌کنیم تا چند ماه بعد به سرافش نمی‌رویم، اما خیلی از دوستان تهیه‌کننده رادیو و تلویزیون به مجرد اینکه برای کاری مجوز می‌گیرند به طور مرتب آن را پخش می‌کنند که به ضد خودش تبدیل شده و همان‌هایی که به این کار مجوز داده‌اند به این نتیجه می‌رسند که درست نیست

منصور ضابطیان و محمد صوفی از «رادیو هفت» می‌گویند

دیکته بدون غلط نانوشته است



عکس محمد شاه‌سین/ منصور ضابطیان (ر است) و محمد صوفی (چپ)

این کار تا این حد پخش شود و جلوی آن را می‌گیرند اگر شما بداندید چه کاری را چه اندازه، کجا، چه زمانی و چقدر استفاده کنید تفاوت شما را با برنامه‌سازهای دیگر نشان می‌دهد و از این زمینه است که تلویزیون به ما اجازه پخش یکسری کارها را می‌دهد.

❧ در واقع به دلیل اینکه از آثار افراطی استفاده نمی‌کنید مجوز پخش را می‌گیرید؟
ضابطیان: بله، ما مجوز پخش کارها را برای چندین بار داریم اما خودمان این کار را نمی‌کنیم.

صوفی: تلویزیون هیچ امتیازی برای رادیو هفت قایل نمی‌شود. همانطور که منصور گفت به مرور زمان با اطمینانی که از طرف مسوولان نسبت به برنامه ما ایجاد شده این مساله اتفاق افتاده است. طبیعتا خیلی از موسیقی‌هایی که امروز از برنامه ما پخش می‌شود شاید تا دوسال پیش این امکان وجود نداشت و ما هم به دنبال آن نبودیم. دره‌روز پیش رفتیم و این اطمینان را جلب کردیم و حال وقتی تصمیم می‌گیریم کاری را پخش کنیم این اعتماد وجود دارد و می‌دانند که هر کاری را به اندازه پخش می‌کنیم نه اینکه چون برنامه رادیو هفت است این اجازه به ما داده می‌شود.

❧ اتفاقا منظور من این بود که به نظر من این راه می‌تواند راهی باشد برای برنامه‌ها و شبکه‌های دیگر که بتوانند موسیقی را مانند شما پخش کنند.

صوفی: به هر حال پخش این نوع موسیقی زحمت و بهیچگیری نیاز دارد. شاید بعضی اوقات تنبلی همکاران ما در این‌سال‌ها بوده که همیشه از موسیقی‌هایی که در دسترس بوده و همه برنامه‌سازها استفاده می‌کردند را استفاده کرده‌اند. شاید باید بیشتر وقت می‌گذاشتند. خیلی از موسیقی‌هایی که در این سال‌ها از برنامه ما پخش شده و برای مخاطب عجیب بوده، کارهایی است که در سازمان مجوز پخش دارد اما کسی در آرشو سازمان برای پخش این موسیقی‌ها اقدام نکرده است.

ضابطیان: دیکته بدون غلط، دیگته ناوشته است. وقتی شما تصمیم می‌گیرید موسیقی را به این صورت پخش کنید زحمت دارد. باید بروید و تعامل کنید و مجوز

به‌نظم الان دیگر مردم رادیو هفت را به‌خوبی می‌شناسند و جایی نیست که مردم به‌عنوان برند با این برنامه برخورد نکنند. آرام‌آرام هم باید این برندینگ را تقویت کرده و هم به مسوولیت‌های اجتماعی‌مان به‌عنوان برنامه‌های تأثیرگذار بیشتر بها دهیم. بنابراین امسال برای اولین‌بار به‌عنوان یک برنامه تلویزیونی شروع به تبلیغات شهری کردیم

بگیرید، اعتماد جلب کنید که این سخت‌ترین بخش است و این نظر در مدیران به وجود آمده که استفاده شما از این موسیقی‌ها درست است و اصلا خطرناک نیست. شاید همین موسیقی که ما در این ساعت پخش می‌کنیم اگر قرار باشد در ساعت دیگری از شبانه‌روز پخش شود غیرممکن باشد. اما موسیقی برای این ساعت شب انتخاب شده است. شاید اگر برنامه‌مان در ساعت دیگری بود اجازه پخش خیلی از این آهنگ‌ها را به ما نمی‌دادند. اما به هر حال درک درستی از زمان پخش موسیقی و محلس و اینکه شما این موسیقی را به چه متنی وصل می‌کنید و مجری چه توضیحی درباره آن خواهد داد به شما در کسب اعتماد کمک می‌کند.

❧ با تغییراتی که در برنامه در طول این چهارسال اتفاق افتاده اما همیشه آیت‌های ثابتی دارید؛ متن‌های نوستالژیک و داستان‌هایی که فقط آدم‌های تغییر می‌کند قصدی برای تغییر ساختار ندارید؟

ضابطیان: ممکن است اگر ساختار تغییر کند برنامه خوبی شود اما دیگر رادیو هفت نیست. چند بار که تصمیم گرفتیم تغییراتی را ایجاد کنیم باافاصله با فیدبک‌های منفی مردم روبه‌رو شدیم و ظاهرا مایلند همین ساختار را حفظ کنیم.

ساختار تغییر نکرده اما در عین حال برنامه هم تکراری نشده و بیننده خودش را حفظ کرده است.

❧ از طریق عوش کردن آدم‌ها…

ضابطیان: یک بحث تنها آدم‌ها، به هر حال ما فرم گرافیکی برنامه را حفظ کرده‌ایم. والا بخش‌های مختلف مدام تغییر کرده؛ شاید به شکل ثابت به نظر بیاید که برنامه به بخش موسیقی، متن‌خوانی و قصه‌خوانی تقسیم شده اما در دل برنامه تغییراتی ایجاد شده و یکی از آن تغییرات حضور افراد جدید است.

❧ اتفاقی که در برنامه‌های موفق مثل رادیو هفت می‌افتد این است که نمونه‌های شبیه به آن ساخته می‌شود. مثلا شبکه دو یا سه برنامه‌هایی مثل یادگاری‌ها را شبیه برنامه شما ساخته‌اند. به نظر تان این برنامه‌ها در تغییر ساختار شما برای اینکه شبیه آنها نباشید موثر نیست؟

ضابطیان: یک برند موفق که وارد بازار می‌شود ده‌ها برند که سعی می‌کنند شبیه به آن باشند وارد بازار می‌شود اما در نهایت مصرف‌کننده متوجه می‌شود این برند ممکن است در لحظه اول شبیه Sonyباشد اما وقتی دقت می‌کند می‌بیند Suny است. این به تصمیم مخاطب بستگی دارد که کدام برند را استفاده کند. الان هم اتفاق افتاده است. البته ما از این اتفاق استقبال می‌کنیم که برنامه آنقدر تأثیرگذار باشد که بتواند دیگران را به فکر بیندازد، اما خوشحال‌تر می‌شویم که چیزی به ما اضافه شود یعنی برنامه‌هایی ساخته شود که از رادیو هفت بهتر باشد اما متأسفانه این اتفاق نیفتاده حتی در شبکه‌های استانی هم برنامه‌هایی ساخته‌اند که به‌نوعی تقلید صریح از برنامه رادیو هفت است. مایلیم که این اتفاق نیفتد.

❧ زمانی بود که دو شبکه تلویزیون بیشتر نداشتیم و ساعت ۱۰ شب خیلی از ماه‌ها برنامه قسه شب را گوش می‌کردیم. به‌نظر تان رادیو هفت تا چه اندازه جایگزین چنین برنامه‌هایی شده است یا اساسا دنبال این جایگزینی نبوده‌اید.
صوفی: اینکه انتخاب پایان شب مردم باشد طبیعتا درست است که به‌عنوان یک برنامه‌ساز در زمان طراحی کار از همان ابتدا به این موضوع فکر می‌کنیم و قرارمان

تلویزیون

قاب جادو

نگاهی به برنامه‌های شبکه آموزش

دو برگ برنده در یک شبکه



بهزاد وفاخواه

در دنیایی که رقابت سختی بین شبکه‌های تلویزیونی بر سر هر چه بیشتر سرگرم‌کنندگیودن در جریان است، وقتی شبکه‌ای با اسم «آموزش» عرضه می‌شود به این معنی است که این شبکه به‌دنبال جذب انبوه مخاطب نیست. اما شبکه آموزش علاوه بر برنامه رادیسو هفت، برگ برنده دیگری هم دارد که با همین دو برگ برنده از بسیاری شبکه‌های دیگر بیننده بیشتری به دست آورده است. «قندپهلو» تلاشی است برای انتقال طنز مکتوب به رسانه‌ای که اساسا در تصویر سرورکار دارد. در این برهوت خلاقیّت در برنامه‌سازی طنز و نیز سایر شاخه‌ها در تلویزیون، اندک استعدادهایی هستند که مثل گامی‌های خودرو در بیابان باعث امیدواری می‌شوند.

برنامه‌هایی که می‌سازند شبیه به شخصیت این مجری- تهیه‌کننده‌ها می‌شود. اینطور است که برنامه ۹۰ مثل خالقش جوان و سرزنده و برششگر و رادیو هفت مثل منصور ضابطیان خلاق و قندپهلو مثل رضا رفیع شده است: آرام، کم‌خطر، متین و فاخر. برنامه‌ای که بسیاری به نکته‌سنجی و حاضر جوابی مجری‌اش رضا رفیع وابسته است.

قندپهلو و معنی طنز در این برنامه از سنت گل‌آقای سرچشمه می‌گیرد و ریشه مخالفت‌ها و موافقت‌ها با آن هم در همین‌جاست. طنزی که مخالفانش آن را بیش از حد خشی می‌دانند و معتقدند وقتی مخاطب فارسی‌زبان با وقوع هر اتفاق اجتماعی یا سیاسی با سبیل انبوه طنز و جوک و کنایاتی با بیشترین گزندگی و طرافت مواجه می‌شود که بلافاصله



بین خود مردم ساخته شده است، طنز گل‌آقای مثل تلگرافزند در عصر ارتباطات است. در عوض موافقتشان آن را نمونه‌ای از طنز فاخر ادبی می‌دانند که با حفظ ادب و توجه به ارزش ادبیاتی، میراث‌دار ادبیات کهن طنز در کشور و طنزپردازان معاصر می‌مثل کیومرث صابری‌قومی، حالت، جلی، صلاخی و احترامی است.

این موافقان، رویکرد مطلقا غیرسیاسی و انتقاد با شیب بسیار ملایم این برنامه را می‌پسندند. اما هیچ‌یک از دو گروه نمی‌توانند منکر شوند که این برنامه‌ها با اشعار فی‌البداهه شرکت‌کنندگان، نکته‌سنجی‌های رضا رفیع که با کم‌ترین میمیک صورت و با صداایی آرام از بیننده صورت و با صداایی آرام از بیننده خنده می‌گیرد و طنزآوری‌های داوران برنامه شهرام شکبیا و ناصر فیض در یکی کم‌مخاطب‌ترین شبکه‌های سیمای بیش‌ترین مخاطب را به خود جذب کرده است؛ موفقیتی که ریشه در محبوبیت و استمرار کم‌نظیر شب شعر شکر خند دارد.

شب شعر طنزی که رضا رفیع از سال ۸۵ تا حالا در اولین شبه هرماه در فرهنگسرای ارسباران برگزار می‌کند و همیشه با استقبال بسیار زیاد روبه‌رو بوده است. بسیاری از شرکت‌کنندگان این برنامه از دل شب‌های شکر‌خند انتخاب شده‌اند؛ موضوعی که شاید یک نقشه راه برای تلویزیون ملی ما باشد؛ از این بوروکراسی سنگین و کارمندی که درجا می‌زنند دور شود. موفقی‌ها را در هر عرصه‌ای بیایید و همان‌ها را به تلویزیون دعوت کنید و به آنها آزادی عمل بدهید. آنها قیلا امتحانشان را پس دادند.

شبکه صفر

عصر طلایی سربال‌های تلویزیون

فرهاد پروین

«ابتدا شما را نادیده می‌گیرند، بعد با شما مخالفت می‌کنند و درنهایت شما را می‌پذیرند» این جملات ممکن است برای خواننده یادآور مبارزات اقلیت‌ها در برابر اکثریت قدرتمند باشد، ممکن است گاندی آن را خطاب به آزادیخواهانی که با استعمار انگلیس در ستیز بودند گفته باشد، یا حتی یک پزشک متخصص درباره بیماری جدیدی که خطر شیوع دارد، اما به ذهن کمتر کسی می‌رسد که این جملات درواقع بیانگر رابطه سراسر عشق و نفرت سینما و تلویزیون نیز باشد. درواقع، نگاه به تاریخ سینما بعد از دوران طلایی استودیوها، بدون اشاره به نبرد تاریخی بین سینما و رسانه جدید چیزی کم دارد. تاریخ سینمایم و سرب‌آورشن هالیوود جدید از خاستکرهای نظام استودیویی قدیم، بدون درنظر گرفتن نقش تلویزیون و رقابت این رسانه نوپا با سینما آشکارا غیرمنصفانه است. نظام استودیویی هالیوود در دوران اوجش بیش از قانون ضدانحصار دادگاه فدرال آمریکا در سال ۱۹۴۸، چنان عرصه را بی‌رقیب می‌دید که حتی ظهور رادیو را نیز به خدمت خود درآورد. تلویزیون اما از آنچه در ابتدا به‌نظر می‌رسید رقیب سرسخت‌تری بود. سینما در سال‌های دهه ۵۰ میلادی با روی آوردن به پرده عریض و استفاده از فیلم رنگی، می‌کوشید در رقابت با تلویزیون که روزبه‌روز در خانه‌های بیشتری سر بر می‌آورد و با حفظ تمایز میان پرده تفرای و صفحه کوچک، عملا بقایای نظام استودیویی را که تلویزیون به‌منابه یکی از نشانه‌های دوران جدید تهدیدی جدی برایش محسوب می‌شد، حفظ کند. اما تمایز و رقابت سینما و تلویزیون، بدل به مصالح‌های استراتژیک شد و سیل فیلمسازی که این‌بار نه در استودیوهای هالیوود که در تلویزیون پرورش یافته بودند هالیوود را بر کرد. نسل جدیدی از فیلمسازان آمریکایی که خود فرزند تلویزیون بودند، نرفته‌ا زبیبایی‌شناسی عصر جدید را با خودبه هالیوود آوردند، که پایانی بودند بر رقابت دیرینه تلویزیون و سینما. امروزه استودیوهای هالیوود تبدیل به مجموعه‌های رسانه‌ای عظیمی شده‌اند که علاوه بر تولید فیلم‌های سینمایی و دردت‌داشتن کاتال‌های تلویزیونی، حتی تولید و پخش آثار موسیقی علمه‌پسند را نیز در اختیار دارند. استودیوی برادران وارنر، تنها یکی از شرکت‌های تولید فیلم از مجموعه عظیم رسانه‌ای تایم وارنر است که علاوه بر شرکت‌های تولید فیلم دیگری مثل نیولاین و سالن‌های سین آمریکا، کاتال‌های تلویزیونی بزرگی مثل CNN، HBO، Cartoon Network و همچنین شرکت‌های تولید آثار موسیقی مثل وارنر میوزیک و آتلانتیک را نیز در اختیار دارد.

این سالن‌های سینمایی کوچک و ارزان‌قیمت محلات کارگری بودند که نخستین‌بار پذیرای سربال‌ها شدند. سربال‌ها، با داستان‌های جنایی و خشنونت و اکشن فراوان در دوران صامت، خوراک خوبی برای طبقات پایین‌دست جامعه و از نظر استودیوها روش مناسبی برای جذب این مخاطبان به سینما بودند. سربال‌ها عموما به دیده تحقیر نگریسته می‌شدند. این تکه از مقاله «سربال سخن می‌گوید» در سال ۱۹۱۶ به شکلی کنایی یادآور جبهه‌گیری بسیاری از منتقدان سینما نسبت به سربال‌های تلویزیونی نیز هست:

«من سربال هستم. من فرزند مطرود خانواده تصویر. من نه اخلاق دارم و نه شخصیت و نه به نسل بشر تعالی می‌بخشم. آما ای‌کاش مورد احترام بودم. ای‌کاش منتقدان بزرگ هنگام برخورد با من وحشت‌زده نمی‌شدند و فریاد نمی‌زدند. شرم بر توافرنزد تجارت! حرامزاده هنر!»

فره‌ای قسمت از سربال یک هفته روی پرده می‌ماند و هر اپیزود طوری به پایان می‌رسید که تماشاچی مشتاق تماشای قسمت بعدی باشد. اما با ورود تلویزیون، سربال‌ها از پرده سینما رخت برپسندند و از طریق جعبه‌های کوچک جادویی، راهی خانه‌ها شدند.

دهه‌ها زمان لازم بود تا مطالعات فرهنگی، سربال را دیگر نه فرزند مطرود خانواده تصویر، که متنی قابل تحلیل و با اهمیت که بازتاب‌دهنده نیازهای جامعه و اقتضائات زمان و بزاز است، ببینند و برایش ارزش تحلیلی، در حد و اندازه بسیاری از آثار بزرگ سینمای جهان قایل شود. به موازات آن، صنعت تولید سربال‌های تلویزیونی از تولیدات رده ب با بازیگران و کارگردان‌های درجده‌مو فاصله گرفت و حالا ستار‌های تلویزیون با دستمزدهای نجومی‌شان، همان ستارگان سینما بودند. فاکس در سال ۱۹۸۹ جسورانه اقدام به ساخت سریال التیمیشن خانواده سیمسون‌ها کرد که هنوز بعد از گذشت ۳۵سال، هر هفته میلیون‌ها نفر در سرتاسر جهان دیده می‌شود. سیمپسون‌ها نه‌تنه‌اتیمیشن‌کی که برای خانواده‌های آمریکایی بود که تیغ تیزنقداش‌از جامعه آمریکا از روسای‌جمهور آن تا مردمش هیچ‌وقت از کار نیفتاد و هر هفته به‌بخشی از مسایل روز اجتماع، در قالب شخصیت‌های زردرنگ و سانساختنی شهر خیالی اسپرینگفیلد واکنش نشان می‌داد. این سربال که در بسیاری از نظرسنجی‌ها و فهرست‌ها (همچون فهرست ۵۰سربال برتر نشریه امپایر) ر جایگاه نخست را به خود اختصاص داده، نه‌تنه‌بخش مهمی از تحول تلویزیون و اهمیت سربال‌سازی که عملا ربع‌قرن تاریخ معاصر آمریکا را نمایش و عین حال به چالش می‌کشد. سربال دوستان (فرنزد) هلی ۱۰ (اسال نمایش از سال ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۴ و با ۲۳۶ اپیزود، سنت سیت‌کام‌های تلویزیونی را احیا کرد و بدل به پدیده‌ای مهم، فراتر از صفحه کوچک تلویزیون شد تا آنجا که بیش از ۵۲میلیون نفر تماشاگر قسمت پایانی این سربال به‌طور هم‌زمان بودند. فرنزد، علاوه بر تأثیراتش بر سبک زندگی مخاطبانش، عملا سیت‌کام‌های تلویزیونی را به‌قبل و بعد از خود تقسیم کرد و بازیگران‌ها با دریافت دستمزد یک‌میلیون دلار برای فصل آخر، تبدیل به پول‌سازترین ستارگان دنیای تصویر شدند. لاس‌ت (گمشدگان) علاوه بر مخاطبان اصلی‌اش که از طریق تلویزیون به تماشایش می‌نشستند، برای مخاطبان ایرانی نیز به پدیده بدل شد و راه را چندین‌قسمت از سربال به صورت پی‌درپی و در برخی موارد تماشای تمام سربال طی چندروز، نتیجه مستقیم فیلمنامه بر تعلق و بر کشش لاست برای سیمای سربال‌ها توسط منتقدان به دست می‌آورد؛ عصری را نوید می‌دهد که بی‌اغراق می‌توان آن را عصر طلایی سربال‌های آمریکایی نامید. مقاومت در برابر تماشای سربال‌های مهم به بهای پرداختن به فیلم‌ها، حالا دیگر تلاش منبذحانه‌ای است برای اینکه همچنان سربال‌ها را به‌عنوان محصولات درجه‌چندم صنعت تصویر قلمداد کنیم. حالا دیگر اعلام برهم‌خوردن تمایز سینما-تلویزیون نه ذوق‌زدگی و شتابزدگی که خبر از درک درست زمانه جدید می‌دهد.