یک گفت‌وگوی انتقادی با تقی آزادارمکی درباره سریال، نوروز و جایگاه طنز

طنز در جامعه ما، تخریب است

سعید برآبادی

انتقاد به صداوسیما نه موضوع تازه‌ای است و نه نیاز به کنکاش تازه دارد؛ به‌ویژه اگر بهانه این انتقاد، بررسی وضعیت سریال‌سازی در مناسبت‌ها و خصوصا مناسبتی مانند نوروز باشد. با این همه وقتی جامعه‌شناسی با بیش از دو دهه فعالیت در حوزه دانشگاه و صداوسیما به خاطر نگرانی‌اش از موضوعات فرهنگی و اجتماعی به نحوه و ساختار سریال‌سازی در کشور می‌تازد و سازندگان سریال‌ها را با این سؤال جدی مواجه می‌کند که «طنز چیست و چه کارکردی دارد؟»، نمی‌توان دیگر پای برخی از چهره‌های همیشه ثابت در عرصه طنزپردازی کشور را به میان نکشید و به قول معروف پنبه آنها را نزد. جامعه ما بیش از دو دهه است که براساس بیانات مقام معظم رهبری، در هر مناسبتی با فوجی از سریال‌های دست‌ساز تلویزیون مواجه می‌شود که عموما محتوا و درون‌مایه‌ای یکدست و قابل تشخیص دارند، خصوصا آنکه در این میان پای طنز هم به میان کشیده شده و حالا دیگر هر نوروز، مردم منتظر یک سریال خنده‌دار جدید هستند تا تکیه‌کلام‌هایش را در میهمانی‌های نوروزی به کار بگیرند و متلک‌هایش را به جوک‌های تلگرامی خود بیفزایند. اما سؤال اینجاست که این سریال‌ها واقعا تا چه حد طنز هستند و تا چه پایه می‌توانند مردم را شاد و آگاه کنند؟ اینجاست که تقی آزادارمکی، جامعه‌شناس و استاد دانشگاه، منتقدانه، این سریال‌ها را به نقد می‌کشد و از دریچه متفاوتی به جعبه جادو نگاه می‌کند که شاید تا به حال کمتر به آن توجه شده:

به‌عنوان سؤال آغازین، می‌خواهم بدانم چه تحقیقات و مطالعاتی در زمینه سریال‌های تلویزیونی که عموما به صورت مناسبتی در ایام مختلف سال پخش می‌شوند، انجام شده است و آیا اصولا می‌توان این سریال‌ها را به‌عنوان یک پدیده فرهنگی بررسی کرد؟

از آنجا که تلویزیون در ایران یک پدیده صرفا «فرهنگی» و «اطلاع‌رسانی» نیست و جنبه‌های سیاسی هم دارد، عناصر و اجزای آن هم نمی‌توانند صرفا فرهنگی باشند. سریال‌های تلویزیونی چندان فرقی با دیگر ساختارها و ساخته‌های تلویزیونی ندارند، بنابراین می‌توان گفت انتظارات از یک بیننده سریال تلویزیونی، خیلی متفاوت از یک بیننده برنامه خبری نیست! ببینید، مدیریت در تلویزیون از بالا به پایین است؛ یک مجموعه از نبایدها و بایدهای بسیار زیاد که بر خروجی تلویزیون نظارت می‌کنند. از طرفی «کل» در سریال‌های تلویزیون ایران وجود ندارد این در حالی است که در سریال‌های تلویزیونی کشورهای دیگر مثلا آمریکا، برنامه‌ها متکثر است، هر برنامه مدیریت مستقل دارد و رقابت‌ها بر سر دستیابی به منافع بیشتر برای مدیران، باعث شده که رنگارنگی خاصی در رسانه‌های این کشور به وجود بیاید، اما ما در اینجا این رنگارنگی را نداریم چون مدیریت واحد است.

با این همه وقتی به روند بودجه‌گیری صداوسیما و نحوه تبلیغ این رسانه توجه می‌کنیم، درمی‌یابیم که صداوسیما خصوصا در بخش سریال‌سازی خود را به شدت پایبند به مسائل خانوادگی می‌داند. چطور چنین رویه‌ای می‌تواند غیرفرهنگی باشد؟

نگاهی به سریال‌هایی که در تلویزیون ساخته و پخش می‌شوند، نشان می‌دهد که این تولیدات تصویری هر کدام به شکلی می‌خواهند به قول معروف «خانوادگی» باشند اما چون تعریف خاص و دید روشنی درباره این مسئله وجود ندارد، تلاش آنها بی‌نتیجه می‌ماند. تصور این است که تلویزیون دارد برنامه‌های خانوادگی پخش می‌کند اما در واقعیت چنین نیست چون جای آن «کل» خالی است. تاریخ سه‌دهه‌ای تلویزیون کشور و سریال‌های ایرانی را نگاه کنید؛ از ساخته‌های مرحوم رسام و بیرنگ که شروع کنیم، در بسیاری از سریال‌های ساخته‌شده در این دوره، شاهد یک ساحت انبوه از مسئله خانواده نیستیم. در سال‌های اخیر هم به جای پیشرفت، افت کرده‌ایم و به این معنا دچار یک نوع سرگشتگی شده‌ایم و درنهایت اینکه سریال‌هایمان اکثرا سفارشی هستند و به نظرم تلویزیون از طریق پخش این سریال‌ها به جای شفاف‌سازی، مشکلات جامعه را تعین می‌بخشد.

چرا؟

از آنجا که تلویزیون مشکلات جامعه را به صورت استراتژیک بررسی نمی‌کند و این حس را به وجود می‌آورد که جامعه در حال آسیب است و به دنبال همین انتقال حس است که مخاطب دچار نوعی سرخوشی می‌شود.

اما نمونه‌های خوب هم در حوزه سریال‌سازی داریم. شما به ساخته‌های رسام و بیرنگ اشاره کردید و من دیگر از «خانه سبز» یا «همسران» اسم نمی‌برم. اما در میان مردم نمونه‌های خوب و خاطره‌ساز سریالی کم نیستند.

البته تلویزیون هم نمونه‌های خوبی در حوزه سریال‌سازی دارد که الان به نوعی به شکل خاطره جمعی درآمده؛ مثل سریال «پدرسالار» که یک نمونه موفق پردازش موضوعی به نام «پدرسالاری» در دوره فروپاشی جامعه و حرکت به سمت جامعه مدرن بود! اما نمونه‌های موردی بیشتر، نشان می‌دهند که در تلویزیون به صورت نقطه‌ای عمل می‌شود و به جای داشتن یک ساحت استراتژیک، موضوعات را به صورت بی‌ارتباط با یکدیگر مطرح می‌کند. در این میان یک نکته دیگر هم وجود دارد و آن این است که معروف‌شدن یک هنرمند در تلویزیون به نوعی پایان کار آن هنرمند هم هست چراکه تلویزیون ما از مطرح‌شدن هنرمندانش می‌ترسد!

هم‌زمان با نوروز، پخش سریال‌های مناسبتی با محتوای طنز در صداوسیما شروع می‌شود، جنس این سریال‌ها چیست؟

در حدود بیست‌واندی سال پیش، رهبری بحثی درباره طنز در صداوسیما مطرح کردند و فضایی باز شد که رسید به موضوع خنداندن مردم، اما متأسفانه تلویزیون ما «تبسم» تولید نکرد بلکه با مسخره‌کردن آدم‌ها، مخاطب را به «قهقهه» انداخت! وقتی شما مخاطب «مستربین» هستید، طنز برنامه، شما را اذیت نمی‌کند، بلکه قلقلک می‌دهد، چرا؟ چون «بین»، نظام مدرن را به سخره می‌گیرد. می‌خواهد نظم را نشان دهد اما شلختگی از آن بیرون می‌آید چراکه متناسب با انضباط جامعه مدرن تربیت نشده و این موضوعی مشترک بین مخاطب و رسانه ایجاد می‌کند. اما طنز در جامعه ما از این دست نیست، بلکه تخریب است؛ تخریب سنت‌های اجتماعی و ویرانی داشته‌های ما. مفروض بسیاری از طنزپردازان ما این است که همه چیز را می‌شود مسخره کرد و نادیده گرفت. این البته مربوط به تولیدات تلویزیونی پس از انقلاب نمی‌شود، پایه آن در سریال‌های قبل از انقلاب هم قابل رؤیت است؛ مثلا سریال‌های «صمد» و «مراد برقی» هم این‌طور بودند، سنت‌ها و تاریخ اجتماعی ایران را ویران می‌کردند.

اما طنزپردازان معتقدند پرداختن به موضوعات جدی‌تر باعث سانسور کارهای آنها می‌شود. مثلا مدیری که نهایتا نتوانست قهوه تلخ را به تلویزیون بسپارد، حالا هم در طنزهایش به موضوع سانسور اشاره می‌کند البته به شکل مرسوم خودش: طفره‌رفتن از موضوع و خیره‌شدن به دوربین.

این درست است که مشکلات وجود دارد و البته نگاه سانسوری هم هست اما این به آن معنی نیست که باید چیزی ساخت که ساختارهای سیاسی، آن را قبول ندارند. به نظر من برخی از طنزپردازان امروز لمپن هستند درحالی‌که طنزپردازی باید به سمت وجه فرهنگی پیش برود. اما درباره مهران مدیری و قهوه تلخش، من مهران مدیری را متهم می‌کنم!

برخلاف حرف‌های شما مردم مدیری را دوست دارند و منتظر برنامه‌های او هستند؛ همان‌طور که دیروز منتظر قهوه تلخش بودند امروز هم منتظر دورهمی‌اش هستند.

می‌دانید، بگذارید از این زاویه به ماجرا نگاه کنیم؛ جامعه برای اعتراض به صداوسیما چندین راه دارد، دیدن رسانه‌های دیگر یکی از این راه‌هاست. در تهران که نمی‌دانم ماهواره کجا پیدا نمی‌شود، پس دیدن ماهواره نوعی اعتراض به صداوسیما به حساب می‌آید. یکی دیگر از این راه‌ها، جایگزین‌کردن برنامه‌های شبکه خانگی به جای تولیدات تلویزیون است. وقتی موضوع عدم پخش قهوه تلخ از تلویزیون مطرح شد، مدیری هیچ وقت نگفت که من را از صداوسیما بیرون کرده‌اند اما جامعه این را به‌عنوان یک ارجاع دید. جامعه هزینه می‌کند تا انتظاراتش را در ساخته‌های مدیری ببیند، بنابراین مدیری برای جامعه یک وسیله است، جامعه دارد با مدیری بازی می‌کند.

چطور جامعه‌ای که این قدر از طنزپردازان ما تقلید می‌کند و الگو می‌گیرد، جامعه‌ای که هر نوروز آغشته به تکیه‌کلام طنزپردازان سریال‌های نوروزی می‌شود، می‌تواند از طنزپرداز به معنای عام کلمه یک ابزار بسازد؟

به برنامه‌های مهران مدیری نگاه کنید؛ من قبول ندارم که جامعه براساس مدیری، رفتارهایش را می‌سازد، مدیری یک بهانه است برای نقد ساحت فرهنگی جامعه.

آیا با این حساب، چنین جامعه‌ای می‌تواند همچنان که به قول شما در حال ساختن رفتارهایش براساس رفتار طنزپردازان است، بخندد؟ آیا نباید پیش از هر چیز یک سریال نوروزی مفرح و شاداب‌کننده باشد؟

در جامعه شیب صعودی توجه به سریال کم شده، ارجاعات اجتماعی به این مجموعه‌های طنز کمتر از قبل شده و کمتر از این هم خواهد شد. اگر پدیده‌ای به نام مدیری را در نظر بگیریم، در مرحله اول موضوع پیدایش آن مطرح است؛ کارگردانی، نویسندگی، خوانندگی و حالا هم تا مرحله‌ای پیش رفته که به یک کمپانی بدل شده و بنابراین می‌توانیم بگوییم پدیده‌ای به نام «مدیری» داریم. اینکه چطور چنین پدیده‌ای ساخته می‌شود، به فقدان موضوع رقابت درون سازمان در صداوسیما برمی‌گردد. اگر رقابت وجود داشت، این‌طور نمی‌شد. پدیده مدیری هم شبیه تلویزیون ساخته شده، چون درون همان فضا به وجود آمده. علاوه بر اینها، مدیری دیگر حتما یک پدیده است چراکه اقتصاد دارد و از این زاویه می‌تواند رابطه‌اش را با حوزه سیاست تنظیم کند. از این زاویه پدیده مدیری فرق می‌کند با روشنفکری که فقط ایده دارد، حتی شاید تشکیلات مدیری قوی‌تر از رئیس‌جمهور باشد، پس توقع نداشته باشید که خیلی راحت مصاحبه کند، به سؤالات مخاطبانش پاسخ دهد و... .

پدیده ۹۰ قسمتی‌ها با «دورهمی» به سراغ شو تلویزیونی رفته است.

علی‌البدل از همان دست سریال‌های مناسبتی همیشگی بود

پخش‌نشدن سریال کلاه قرمزی، حسرت نوروزی امسال بود

دریچه

تلویزیون بدون کلاه‌قرمزی

این فقط بچه‌ها نیستند که هر سال منتظر پخش کلاه‌قرمزی و پسرخاله می‌مانند. این سریال نوروزی که سابقه پخش آن به چند سال می‌رسد، آن‌قدر در میان سنین مختلف، برای خودش مخاطب دست و پا کرده که به راحتی نمی‌توان جمعیت مشتاق دیدن آن را رده‌بندی سنی کرد. پیر و جوان، زن و مرد، بچه و بزرگ از دیدن شوخی‌های این عروسک‌های دست‌ساز ایرانی شاد می‌شوند. اما اتفاقا چند ماه بعد از مرگ دلخراش عروسک‌گردان کلاه‌قرمزی، پخش‌نشدن این سریال، تلویزیون را در نوروز به یک جعبه بی‌بخار تبدیل کرد؛ جعبه‌ای که نتوانست با سریال‌های سفارشی و فیلم‌های سانسورشده خارجی، به بینندگان تلویزیون شادی ببخشد. اینها همه در حالی است که نوروز، به هزار و یک دلیل برای ما ایرانی‌ها، موسم شادی است؛ آیین کهنی که به شکل‌های مختلف سعی در پاسداشت و زنده نگه‌داشتن آن داریم و ماحصل آن، یافتن شادی و انرژی مضاعف برای سال تازه و تلاش تازه است. اما تا چه حد ما ایرانی‌ها که رتبه چندان خوبی در میان فهرست کشورهای شاد دنیا نداریم، توانسته‌ایم نوروزهای شادی را سپری کنیم و این شادی تا چه حد توانسته در چارچوب قواعد و قوانین خاص خود باشد؟ رسانه‌های جمعی مثل رادیو و تلویزیون که در ایام عید، مشغول به کار هستند، چطور؟ آیا آنها توانسته‌اند ما را در رسیدن به یک شادی واقعی کمک کنند؟ بخش مهمی از تولیدات صداوسیما که هزینه‌های سرسام‌آوری را طلب می‌کنند، قرار است هر نوروز، ما را از نشستن پای شبکه‌های ماهواره‌ای باز دارند و سعی کنند در جذب مخاطب، از آنها پیشی بگیرند، حال سؤال اینجاست که آیا می‌توان از ماحصل تمام اینها، ارزیابی مثبتی از شادی مردم در نوروز سال ۹۶ داشت؟ آیا ما ایرانی‌ها شادتر شده‌ایم؟ منیژه حکمت تهیه‌کننده سینما در پاسخ به این سؤال می‌گوید: «همه‌ساله در زمان نوروز و عید باستانی ایرانی‌ها، موضوع سریال‌های تلویزیونی مطرح می‌شود و این سؤال پیش می‌آید که آیا تلویزیون با صرف چنین هزینه‌های گزافی می‌تواند نوروزی شاد و متفاوت برای مردم کشور رقم بزند یا نه؟».

به گفته او متأسفانه در کشور آن چنان با ضیق رفتارهای اجتماعی و از آن مهم‌تر شادی مواجه‌ایم که مردم به هر دلیلی به دنبال اتفاقاتی هستند که بتوانند تعریف اجتماعی- جمعی خودشان را نشان دهند. مردم تمایل دارند شادی‌شان را در جامعه با شنیدن اخبار خوش بروز دهند و بهترین اتفاق، رخ‌دادن مسائلی است که با عرق ملی آدم‌ها گره خورده است. بروز چنین اتفاقاتی انگیزه حضور مردم در عرصه اجتماعی و شادی جمعی آنها را پررنگ می‌کند تا در نهایت به شکل یک همدلی اجتماعی جلوه‌گر شود.

او ادامه می‌دهد: «به نظر من صداوسیما در این مسیر از مردم جدا افتاده و هنوز نتوانسته از محک مردم نمره خوبی عاید خود کند. خصوصا که امسال با پخش‌نشدن برنامه تلویزیونی کلاه‌قرمزی که بسیاری از مردم را پای تلویزیون‌ها می‌کشاند، این موضوع جدی‌تر شد». حکمت در پاسخ به این سؤال که به‌طورکلی شادی برای جامعه چه اهمیت و کارکردی دارد نیز می‌گوید: «به نظرم بیش از هر چیز، شادی، یک نوع سرمایه اجتماعی به حساب می‌آید؛ شادی نوروزی می‌تواند مردم را در سال پیش‌رو، متحدتر، هماهنگ‌تر و دلسوزتر کند. رفع محرومیت‌های اجتماعی، یکی از نیازهای مهم کشور است که به نظر می‌رسد بیش از هر چیز نیاز به شادکامی و رضایت فردفرد ما از زندگی خودمان دارد».

نگاه

پاسخ‌های موسوی‌چلک درباره وضعیت شادی در میان ایرانی‌ها

شادی حلقه گم‌شده زندگی ماست

از قدیم به ما آموخته‌اند میان طنز و هزل، میان شوخی و مسخره‌بازی و میان شادی و جلف‌شدن، تفاوت بسیار است؛ اما به نظر می‌رسد بسیاری از مواقع دیگران تلاش می‌کنند با ابزارهای نابجا ما را شاد کنند. نمونه‌اش هم بسیار است؛ از رسم مطرودی مثل «دروغ سیزده» گرفته تا شوخی‌های خارج از عرفی که در همین اثنای تعطیلات نوروزی، شبکه‌های اجتماعی را درنوردید. به‌عنوان نمونه بد نیست به یکی از مجریان برنامه‌های اینترنتی اشاره کرد که از خانم متأهلی در کنار همسرش، سؤال‌های نابجایی درباره عشق پرسید تا بتواند جو گفت‌وگو را به سمت شادی ببرد؛ اما با واکنش کاربران شبکه‌های مجازی همراه شد. بنابراین به نظر می‌رسد اگرچه ما در میان کشورهای دنیا، مردمان چندان شادی نیستیم؛ اما راه و رسم شادی را هم نیاموخته‌ایم. سیدحسن موسوی‌چلک، رئیس انجمن مددکاری ایران، براساس تحقیقاتی که روی آداب و رسوم استان‌های مختلف انجام داده، معتقد است در رسوم قدیمی ایران راه‌های بسیار درست و مقبولی برای شادی وجود دارد که می‌تواند بستر شادی‌سازی برای امروز ما باشد.

امسال هم‌زمان با نوروز، آمارهای تازه‌ای از وضعیت شادی در جهان مطرح شد و متأسفانه ایران چندان رتبه خوبی در این فهرست نداشت. تجربه شادی در ایران چطور تجربه‌ای است و چه مؤلفه‌هایی در شادی ما ایرانی‌ها اثرگذار هستند؟

چند مؤلفه در شادی تأثیرگذار است که «سبک زندگی» یکی از مهم‌ترین آنهاست. اگر به استان‌های زنجان، گلستان، بوشهر و البته گیلان نگاه کنیم، در این استان‌ها، سبک زندگی به شیوه‌ای است که در جهت حفظ و احیای هویت‌های فرهنگی و آیین‌های قومی قدم برداشته‌اند. توزیع جمعیتی در جغرافیای این استان‌ها هم نشانه‌ای از سن «امید به زندگی» دارد. مسن‌ترین سالمندان ما در استان گیلان زندگی می‌کنند. می‌خواهم بگویم اگر مؤلفه‌های تأثیرگذار در موضوع شادی را پیگیری کنید، درخواهید یافت که چطور برخی از ایرانی‌ها از برخی دیگر شادتر هستند و این روش شاید راهکاری باشد برای اینکه دریابیم چطور می‌توان در جهان امروز شاد بود.

شمال کشور یکی از مقاصد سفرهای نوروزی به حساب می‌آید؛ آیا می‌توان گفت استان‌های شمالی کشور، مردم شادتری دارند و یکی از دلایل پنهان سفرهای نوروزی به این استان‌ها، شریک‌شدن در شادی مردم آنجاست؟

استان مازندران در مقایسه با استان گیلان و گلستان، بکربودن خود را بیشتر از دست داده و این موضوع واقعا روی روحیه عمومی جامعه تأثیرگذار است. با این همه، همین سه استان در میانگین شادی استان‌های دیگر، بالاتر قرار گرفته‌اند؛ چون فضای طبیعی این استان‌ها و هم‌جواری آنها با دریا و جنگل، علاوه بر اینکه به مردمش آرامش و زندگی بهتر می‌دهد، زمینه برگزاری ارزان‌تر اوقات فراغت را هم فراهم می‌کند. چگونگی سپری‌کردن اوقات فراغت هم یکی دیگر از نشانه‌های میزان شادی در یک استان است. در همین استان‌ها ما شاهد حفظ آیین‌های قومی هستیم و البته اقتدار ساختار خانواده - البته نه به شکل سابق- که می‌تواند از دیگر مؤلفه‌های تأثیرگذار در حوزه شادی باشد. مردم ما در سفر به این استان‌ها با قرارگرفتن در کنار یک محیط طبیعی، سازگار و دل‌انگیز، بشاش‌تر و باروحیه‌تر می‌شوند.

از سوی دیگر همین حضور آنها میان ساختارهای متراکم خانوادگی که در این استان‌ها وجود دارد، به آنها حسی از همدلی را می‌دهد که می‌تواند الگوساز باشد.

امسال آمار سفر به زنجان هم براساس اعلام سازمان میراث فرهنگی و گردشگری بالا بوده و اتفاقا استان زنجان یکی از استان‌های الگو در زمینه شادی به حساب می‌آید. فکر می‌کنید این دو به هم ربط دارند؟

مردم زنجان مردم قانعی هستند؛ حفظ ارتباطات بین‌فردی میان آنها به حدی قوی است که در کل استان یک روح جمعی حاکم است. در بحث مذهبی، حسینیه‌های زنجانی واقعا در تمام ایران معروف هستند. این مؤلفه‌ها را دست کم نگیرید. اینها در ساختن جامعه‌ای شادتر واقعا نقش مهمی دارند.

یکی از موضوعاتی که همیشه در نوروز مطرح می‌شود، بحث این است که چطور می‌شود شاد بود؟ آیا در این زمینه تحقیقاتی انجام شده و دانش مددکاری توصیه‌هایی دارد؟

اگر بخواهم کلی بگویم باید به این نکته توجه کنید که وضعیت ایران در حوزه نشاط و شادی در مقایسه با جهان، وضعیت مناسبی نیست. آخرین پژوهشی که در سال ۲۰۱۵ انجام شده، ایران را میان ۱۵۷ کشور در رتبه صدوپنجم قرار می‌دهد و همین رتبه در سال ۲۰۱۴، ۱۱۵ بود. الان نمی‌دانیم ما ۱۰ پله صعود کرده‌ایم یا کشورهای دیگر ۱۰ پله پایین آمده‌اند؛ اما یک تحلیل در این زمینه وجود دارد که می‌گوید مردم بعد از تصویب برجام به خاطر موج امیدواری در جامعه، شادتر شده‌اند. اگرچه این تحلیل هنوز بررسی نشده؛ اما کسی درباره نقش امیدواری در میزان شادی جامعه شکی ندارد. شادی حلقه گم‌شده زندگی ما ایرانی‌هاست. بارها گفته‌ام برای داشتن یک فضای بانشاط، باید به سه مؤلفه کلیدی «هویت دینی»، «هویت ملی» و «هویت قومی» توجه کرد؛ اما متأسفانه در این زمینه اقدامی نشده. چهارشنبه‌سوری جشن ملی ماست و مولودی تولد امامان معصوم، جشن دینی ما و در کنار آن جشن خرمن و سلام هم از هویت قومی ما سرچشمه می‌گیرند. اگر به همین آمارها توجه کنید درمی‌یابید که استان‌هایی که به این سه مؤلفه توجه کرده‌اند، شادتر از استان‌هایی هستند که یکی از این سه گزینه را به فراموشی سپرده یا کمتر به آن توجه می‌کنند.