گفت‌وگو با «علی درستکار»، مجری تلویزیون

لطفا این مصاحبه را تا انتها بخوانید

مهسا علی‌بیگی: قرار بود صحبت درباره این باشد که چطور یک برنامه تلویزیونی مفرح مرزهای ادب را زیر پا می‌گذارد و وقتی این اتفاق افتاد، باید چه کسی را ملامت کرد. آیا باید واکنشی مثل آنچه مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی از خود نشان دادند، ابراز کرد و مجری را به خاطر رفتار ناخوشایندش با شرکت‌کننده برنامه - خواه بازیگر بوده باشد، خواه نباشد- سرزنش کرد یا عوامل دیگری هم در این زمینه دخیل است که شاید به چشم مخاطب نیاید، اما به اندازه مجری اثرگذار است. «علی درستکار»، مجری، در پاسخ به این سؤالات پا را از مرزهای مرسوم فراتر گذاشت و از برخی اسرار مگوی چگونگی حضور در صداوسیما پرده برداشت. او بارها در میانه صحبت‌هایش تأکید کرد: «این صحبت‌ها حتما کسانی را در داخل سازمان دلخور خواهد کرد اما قصد من اصلاح است». او در نهایت هم خوانندگان درون‌سازمانی خود را دعوت کرد که «این مصاحبه را تا انتها بخوانند».

اخیرا اتفاقی حین اجرای برنامه تلویزیونی اکسیر رخ داد که باعث واکنش مخاطبان رسانه ملی و بعضی دیگر از هم‌وطنان و شهروندان شد. به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر این شکل اجرای به‌اصطلاح صمیمانه و مطایبه‌آمیز رواج بیشتری پیدا کرده و تلویزیون می‌خواهد از این طریق بر تعداد تماشاگرانش بیفزاید. اما سؤال اصلی این است که مرز بین شوخی و مطایبه با توهین و تحقیر در اجرا کجاست؟ این مرز را مجری تشخیص می‌دهد یا تلویزیون یا مخاطب یا هرکدام بخشی را؟

من درباره یک برنامه و مجری خاص صحبت نمی‌کنم، بلکه درباره بخش پایانی صحبت‌های شما نظر می‌دهم. در اصل این موضوع که رادیو و تلویزیون باید برنامه‌های شاد و شوخ مانند برنامه سیمرغ که زمانی پخش می‌شد و اساسا برنامه‌هایی که در زبان انگلیسی به آن «شو» می‌گویند، پخش کند، تردیدی نیست. با جسارت بیشتر این را می‌گویم که حتی تلویزیون از نظر من باید «لهو و لعب» داشته باشد. استدلالم هم در این زمینه بیان قرآن است. خداوند در قرآن کریم ازجمله در سوره حدید می‌فرماید دنیا لعب و بازیچه است. این در حالی است که خداوند این دنیا را خلق کرده و خداوند به حکم حکیم‌بودنش کار بیهوده نمی‌کند؛ آنچه اشکال دارد و برخلاف حکمت الهی است «عبث» است که یعنی بی‌فایده اما لهو و لعب یعنی بازی و بازیچه یا آنچه ما امروز بعضا آن را سرگرمی می‌خوانیم؛ پس رادیو و تلویزیون لازم است سهمی و وقتی را به بازی و سرگرمی هم اختصاص دهد. اما تلویزیون ما در سال‌های گذشته با این بهانه که امام‌خمینی(ره) گفته‌اند باید دانشگاه باشد، پر شد از برنامه‌های جدی. درحالی‌که طبیعتا اولا در بیان امام دانشگاه به معنای جامع آن منظور است و ثانیا حتی دانشگاه هم زنگ تفریح دارد نه‌اینکه سراسر درس و کلاس باشد. اما تلویزیون ما تماما شده برنامه‌های جدی دینی، اقتصادی، سیاسی و حتی ورزشی؛ تا جایی که دیگر «مستر بین» هم از صداوسیما پخش نمی‌شود و اگر «لورل و هاردی» و «چارلی چاپلین» هم پخش می‌کنیم جنبه جدی آن و ارتباطش با سینمای کلاسیک مدنظرمان است. اصل ایجاد و وجود برنامه‌هایی مثل «خندوانه»، «دورهمی»، «همه با هم»، «اکسیر»، «سیمرغ» و دیگر شوها نه‌تنها بلامانع است بلکه یک ضرورت است. اما همه برنامه‌ها، چه طنز و چه جدی باید در چارچوب‌های مشخص و مخصوص‌به‌خود اجرا شود.

دراین‌بین به نظر می‌رسد اکثر این برنامه‌ها تقلیدی است از آنچه در دیگر کشورها انجام می‌شود، شاید دلیل این مسائل پیش‌آمده همین کپی‌برداری باشد؟

هرچند نکته بسیار مهم دیگر در این زمینه نیز بحث کپی، تقلید یا گرته‌برداری از برنامه‌های دیگر بلاد است، اما ما نباید اصرار داشته باشیم همه آنچه را که از رسانه‌ها و برنامه‌های کشورهای دیگر الگو می‌گیریم به‌عینه در سرزمینمان پیاده کنیم. بلکه ما باید با استفاده از کارشناسان حوزه‌های مختلف نظیر جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و حتی زبان‌شناسان، این برنامه‌ها را با هنجارها و ارزش‌های جامعه خودمان منطبق و سازگار کنیم. الگوبرداری از رسانه‌های دیگر دنیا اشکالی ندارد به شرط اینکه کارشناسی لازمه کار مراعات شود. ممکن است در یک کشور حضور همسران روی صحنه و افشاکردن دوستی یکی از آنها با شخصی ثالث، هیجان بهنجار باشد اما در کشور ما آبروبری است. در میان دوستان و همکاران من که در رسانه‌های کشور فعالیت می‌کنند، دوستان خوش‌فکری وجود دارند و خود ایشان باید مراقب اعتبار و سرمایه اجتماعی‌شان باشند و نسنجیده و کم‌سنجیده زیر بار یک طرح، یک نظر و یک قالب برنامه نروند. حتی اگر سفارش‌دهنده و تهیه‌کننده برنامه، در مرحله توافق، ارزیابی کاملی از آن ندارد، خود آنها باید این کار کارشناسی و ارزیابی را انجام دهند و بعد دست به تولید و همکاری بزنند.

البته درحال‌حاضر حتی برنامه‌هایی که از آنها به‌عنوان شو نام بردید، همگی پیام‌های مستقیم آموزشی دارند. مثلا در یکی از قسمت‌های خندوانه پیام‌هایی درباره کتاب‌خواندن گنجانده شده بود یا مثال‌های دیگری که می‌توان در این زمینه آورد.

لازم می‌دانم این را تکرار کنم که این برنامه‌های مفرح باید وجود داشته باشد حتی بدون بار آموزشی. چندان درست نیست که اصرار کنیم همه اقسام برنامه‌های حرفه‌ای ما باید دربردارنده پیام آموزشی باشد. مهم این است که رفتارهای ما دربردارنده پیام مخرب و مفسد نباشد و زمان و عمر را ضایع نکند وگرنه سرگرمی گاهی خود، هدفی است مورد اعتنا البته برنامه اگر پیام آموزشی هم داشت چه بهتر و معمولا شوهای ما پیام آموزشی دارند زیرا برنامه‌سازان ما به معنی عام آن، طی همه این سال‌ها این را به‌خوبی آموخته‌اند که حتی در برنامه طنز هم پیام بگنجانند. اما لطفا جزئی‌نگری نکنید. اتفاقا خندوانه یکی از بهترین برنامه‌های طنز سال‌های اخیر است که بدون آسیب‌زدن به شهروند و مخاطب توانسته بخنداند و ساعات شادی را برای خانواده‌ها بیافریند. خندوانه یکی از بی‌ایرادترین برنامه‌های طنز و الگویی تام و تمام در این حوزه است که اگر هیچ پیامی هم نداشته باشد، پیامش همین درست‌خندیدن است و هم از نظر دینی، هم اخلاقی و هم عرفی دفاع‌کردنی است.

چه می‌شود که گاهی شاهدیم این اتفاق تکرار نمی‌شود و ما به‌جای ساعتی خندیدن اغلب با توهین‌های یک مجری مواجه می‌شویم؟

به‌طور کلی عرض کنم و نه درباره یک برنامه خاص که عناصری که در بخش پیشین سخنم برشمردم، در دیگر برنامه‌ها مراعات نمی‌شود و در مجموعه گروه برنامه‌ساز، شخصیت‌های متخصصی مانند جامعه‌شناس، روان‌شناس، زبان‌شناس و متفکر وجود ندارند. حضور این افراد در ساخت برنامه لازم است اگرچه لزومی ندارد حضور دائمی داشته باشند و می‌توان هر چند هفته یک‌بار یا اساسا یک‌بار به مشورت گرفته شوند.

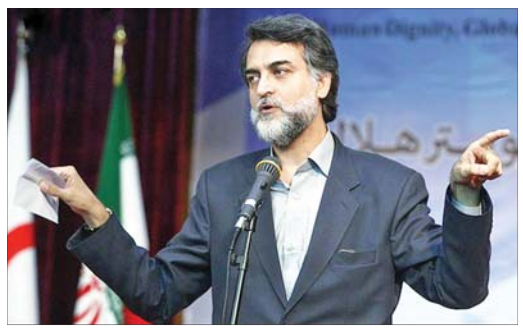
در برنامه‌هایی که مجری‌محور و مجری خودش یک ستاره است، آیا اساسا امکان استفاده از نظر کارشناسان وجود دارد؟ مجری‌ای که با ویژگی‌ای مثل حاضرجوابی‌اش تبدیل به ستاره شده، آیا حاضر است که این حاضرجوابی را به‌خاطر نظر یک کارشناس کنار بگذارد؟

دوستان مجری و مجرب من به‌عنوان جزئی از حرفه‌ای‌گری آموخته‌اند که چطور از همفکری متخصصان استفاده کنند و می‌دانند هر اندازه متبحر و آزموده باشند، همان‌طور که از نظر کارگردان، تهیه‌کننده و عوامل بالاسری تولید استفاده می‌کنند، باید از نظر متخصصان هم استفاده کنند و اگرنه می‌شود گفت گرفتار عنوان‌هایی مانند استبداد رأی، خودخواهی، غرور، اعمال سلیقه شخصی و حتی گاهی هم غفلت شده‌اند که باید برای آن دوست توضیح داد که کمک‌گرفتن از متخصصان، نادیده‌گرفتن یا کوچک‌شمردن توانایی‌های او نیست؛ بلکه این، جزئی از برنامه، جزئی از کار و جزئی از حرفه‌ای‌گری است. بزرگ‌ترین مجریان دنیا هم از نظر متخصصان استفاده می‌کنند. ما اگر از فلان تلویزیون جهان، الگو می‌گیریم استفاده آنها از مشورت دیگر متخصصان را نیز باید یاد بگیریم.

شما دوست ندارید از یک مجری خاص نام ببرید؛ اما به نظر می‌رسد مشکل اصلی امروز ما برخی از مجری‌های خاصی هستند که کم‌وبیش تبدیل به ستاره شده‌اند و اتفاقا در همه دنیا این مسئله وجود دارد که مجری‌هایی که ستاره می‌شوند، مسئولان و ناظرانی حقیقی یا حقوقی، اغلب به‌خاطر ویژگی‌های خاص شخصیتی‌شان برای برنامه‌شان مشکل ایجاد می‌کنند. مورد اخیرش ماجرای برنامه «تخته‌گاز» است. سؤال من این است که چرا اجازه می‌دهیم کسانی ستاره شوند که شاید ویژگی لازم برای این کار را ندارند؟

مسئولان ما رسما و به‌روشنی اعلام کرده‌اند که ما از ستاره‌ساختن پرهیز داریم. درواقع با این استدلال که اگر زمانی این ستاره‌ها دست به عملی ناپسند و ناهنجار زدند، مسئولیت عملشان به عهده خودشان باشد، نه به گردن نهاد متبوع آنها، به‌همین‌دلیل ما آن‌طور که در دنیا مرسوم است و اصطلاح فلان برنامه با فلان کس به کار گرفته می‌شود، برنامه تلویزیونی نداریم. در دنیا اشکال مختلف این ستاره‌سازی وجود دارد؛ گرفته از اینکه فقط تشخص یک برنامه به تشخص مجری آن باشد تا اینکه در بعضی موارد نام برنامه از نام مجری آن گرفته شده مثل «دکتر فیلد»، «اپرا». ما در ایران هیچ‌یک از این اشکال را نداریم و گویا اصلا اجازه آن را هم نداریم؛ ولی به‌طور کلی این طبیعی است که مجری نسبت به سایر عوامل و عناصر برنامه، غلبه داشته باشد.

اما عملا در ایران برخی مجری‌ها به ستاره تبدیل شده‌اند. حالا سؤال این است که وقتی این اتفاق می‌افتد؛ چطور می‌شود آنها را کنترل کرد؟ با نظارت یا با شیوه‌هایی دیگر؟



تلویزیون ما در سال‌های گذشته با این بهانه که امام‌خمینی(ره) گفته‌اند باید دانشگاه باشد، پر شد از برنامه‌های جدی. درحالی‌که طبیعتا اولا در بیان امام دانشگاه به معنای جامع آن منظور است و ثانیا حتی دانشگاه هم زنگ تفریح دارد نه‌اینکه سراسر درس و کلاس باشد. اما تلویزیون ما تماما شده برنامه‌های جدی دینی، اقتصادی، سیاسی و حتی ورزشی؛ تا جایی که دیگر «مستر بین» هم از صداوسیما پخش نمی‌شود

موضوع نظارت و مدیریت، موضوعی است انکارنکردنی و جدانشدنی از مدیریت کلان سازمان صداوسیما. البته روی برنامه‌های صداوسیما و رادیو و تلویزیون، نظارت وجود دارد. داستان این است که گاهی اوقات احساس یا ادراک می‌شود سازمان صداوسیما به دلیل گستردگی و فراوانی شبکه‌ها که پیدا کرده، نظارت جدی و شایسته، به ویژه بر اجزای برنامه‌ها و آنتن را از دست داده است. نظارت داریم؛ برای برنامه‌های زنده و ضبط‌شده به‌صورت جداگانه ناظر و بازبین پخش وجود دارد که گزارش مکتوب و اشکالات و زشتی‌ها و زیبایی‌های برنامه‌ها را به اطلاع مدیران مربوط می‌رسانند و از مدیران خواسته می‌شود براساس این گزارش‌ها نقاط ضعف و قوت را به اطلاع برنامه‌سازان برسانند؛ اما متأسفانه این روند به طور کامل اجرا و به طور کامل هم جدی گرفته نمی‌شود.

خود برنامه‌سازان چطور آنها را نظارت می‌کنند؟

علاوه‌براین - تا جایی که خبر دارم- هیچ‌وقت این سه سو، یعنی ناظران، مدیران و برنامه‌سازان کنار هم ننشسته‌اند که بگویند و ببینند این نظارت چرا به نتیجه نمی‌رسد و در کار برنامه‌سازی تفاهم مؤثر کنند. موضوع این است که ما امر ارسال پیام در کشوری به این پهناوری را جدی نمی‌گیریم و تا وقتی یک امام‌جمعه یا یک فرمانده سپاه یا یک نماینده مجلس یا شخصیتی امنیتی یا سیاسی موردی را درباره صداوسیما نگوید، حرف مردم عادی درباره سازمان را نمی‌پذیریم و مهم نمی‌شماریم؛ مثلا زمانی هرچه مردم ایران درباره حجم بالای تبلیغات تلویزیون می‌گفتند، شنیده نشد تا بالاخره در دوره ریاست آقای سرافراز این رویه گویا کم‌وبیش تعدیل شد. نظارت برای اداره رسانه بحث شده، کاری جدی، همه‌جانبه، پیوسته و مستمر می‌طلبد، نه دوره‌ای و مقطعی؛ آن هم در این حد که نتایج آن تبدیل به جزوه‌ای شود و بعد گفته شود ما نظارت را انجام داده‌ایم؛ بلکه باید تا حصول نتیجه و همراه با اعمال تشویق و تنبیه، جریان داشته باشد. نظارت مثل حضور پلیس در جامعه است و همواره باید جریان داشته باشد. به‌همین‌ترتیب همواره پاسداران اندیشه باید بر برج پاسداری و مراقبت خود با وسیله انصاف، عدل و خرد و دوری از تعصب‌های سیاسی و با آداب لازم و به دور از توهین و پرخاش و تهمت و نسبت امنیتی و قضائی، بلکه با هدف اصلاح، بالندگی و رشد نیروهای میدان فرهنگ و جامعه، آنان را بپایند تا ببالند نه اینکه بپایند که مچ بگیرند؛ مگر ما امثال فردوسی‌پور، مرتضی حیدری و شهیدی‌فرد چند نفر داریم که بخواهیم کاری کنیم که بروند. به همین دلیل مهم است که بدانیم روند آموزش‌وپرورش و پایش دوستان سازمان، روندی است جاری و مستمر و البته سنجیده و با آداب آن.

به‌جز نظارت چه عوامل دیگری در این زمینه مؤثر هستند؟ چقدر ویژگی‌های خود مجری در زیرپانگذاشتن خطوط قرمزی از این دست مؤثر است؟

ویژگی‌های شخصیتی، صددرصد مؤثر است. اما این موضوع با مدیریت کلان مجموعه هم ارتباط دارد. به این شکل که باید عناصری که مجری را در طول مسیرش آزار می‌دهد، بپایند تا نه در طول زمان دچار آزردگی انباشته شود و نه دچار پریشانی‌های نهفته، نامحسوس اما اثربخش؛ بگذارید یک مثال بزنم؛ برخی از ما سال‌های سال است که در سازمان کار می‌کنیم و به‌خوبی شناخته شده‌ایم اما هنوز برای ورود به سازمان از سوی دوستان حراست دچار مشکلاتی می‌شویم که منطق ندارد و این نباید وجود داشته باشد. هیچ‌کس در کشور منکر وجود امنیت و حساب و کتاب و اعمال دقت‌نظر برای ورود و خروج به و از سازمان‌هایی نظیر صداوسیما نیست. ولی فکر نمی‌کنم کسی هم در کشور وجود داشته باشد که معتقد باشد باید جلوی اشخاصی را که سال‌ها برای صداوسیما کار کرده و بر مسند برنامه‌های اثرگذار بوده‌اند، به طور بی‌منطق و ناشایست گرفت؛ مثلا به این دلیل که یک نقطه اسمش در کامپیوتر حراست سازمان کم و زیاد شده یا مواردی شبیه آن؛ به‌خصوص وقتی چند دقیقه بیشتر به پخش زنده‌اش باقی نمانده است. دوستان حراست باید پاسبان امنیت و آرامش افراد در چنان نهاد حساس و ویژه‌ای باشند؛ وقتی در کنار بی‌شعوری مانند کامپیوتر ذی‌شعوری مانند انسان قرار می‌گیرد به این دلیل است که اگر مثلا نقصی در اطلاعات کامپیوتر وجود داشت، فرد ذی‌شعور آن نقص را جبران کند. این جملات را از هیچ‌کس در سازمان نمی‌شنوید چون از حراست سازمان ترس دارند. درحالی‌که اصلا نباید حراست به‌گونه‌ای باشد که افراد از آن بترسند. اتفاقا همه حرمت حراست را می‌فهمند و قبول دارند. اما این دلیل نمی‌شود که نیروهای شاغل در حراست هر طور خواستند با ما به شکل متهم یا زندانی رفتار کنند و مانند زندان‌بان نسبت به ما هر لفظی را به کار برند.

مگر چقدر این اتفاق تکرار می‌شود؟ شاید این مشکل شما یا مجری دیگری باشد ولی نمی‌شود گفت مشکل همه مجری‌ها این است که برخورد مناسبی توسط حراست سازمان صداوسیما با آنها نمی‌شود.

خیر، این طرح یک مشکل شخصی نیست. همکاران من هم با آن مواجه هستند. البته اگر جرئت کنند بگویند، متوجه می‌شوید که مشکل شخصی نیست. شما فرض کنید من یا هر مجری دیگری، خودبه‌خود قبل از ورود به سازمان اضطراب مدیریت برنامه خود را داریم و این مسائل، قوز بالای قوز می‌شود. ببینید که ما چطور باید این کوه بزرگ را از دوش برداریم و پشت صحنه بگذاریم تا بتوانیم نشاط لازم برای گفت‌وگو در یک فضای حساب‌شده و سنجیده را به دست آوریم. اتفاق هم افتاده که دچار این مسائل هستیم و وقتی سراغ مدیر مربوطه رفته‌ایم، دعوت به چشم‌پوشی و صبوری شده‌ایم و این‌گونه موضوع مسکوت مانده است. سؤال من این است که چرا یک مجموعه نباید به سمتی برود که اصلاح و کمال در آن اتفاق بیفتد؟ چرا من باید این حرف‌ها را به یک رسانه دیگر مانند شما بگویم و چرا نباید سامانه‌ای تأمین شود که صدای من به گوش مدیران سازمان برسد. حتما مسئولان سازمان از این گفت‌وگو دل‌خور خواهند شد و خواهند گفت چرا مسائل درون‌سازمانی را به دیگری منتقل کردی؟ اما پاسخ این است که رفتار شما به‌گونه‌ای است که ما باید همه چیز را درون خود بریزیم و راهی جز این باقی نمی‌ماند. حرفه ما سختی‌های خاص خود را دارد و مزید بر آن را سازمان نباید ایجاد کند. بلکه مدیریت سازمان باید کاهنده آسیب‌ها باشد.

درنهایت تعویض بالاترین مسئولان صداوسیما چطور؟ آیا تغییر سیاست‌ها در مقام‌های بالایی می‌تواند در این روند هم تأثیر داشته باشد؟

در هر دوره هم که مدیریت سازمان تغییر می‌کند، تغییرات اثرگذاری در حراست و مدیریت ایجاد می‌شود و هر بار نیاز به صرف هزینه‌هایی است که کار مجددا روان شود اما در این میان، - از جمله- این ما هستیم که احساس یتیمی و درماندگی می‌کنیم. چرا؟ چون ناظری نداریم که وقتی اشکالاتی در مسائل حرفه‌ای‌مان دیده می‌شود، بتوانیم به او ارجاع دهیم و او فهم حرفه‌ای لازم، مثمر و همراه با انصاف و عدل داشته باشد و علاوه بر آن احساس امنیت لازم را به ما بدهد و بدانیم پس از انتقال مسائل، سیل غرض‌ها، کینه‌ورزی‌ها، آزارهای شخصی و مشمول هوا و هوس یا قضاوت‌های آلوده به هوا و هوس نخواهیم شد. اینها مسائلی بسیار جدی است که در فضای کاری ما وجود دارد. کار در رادیو و تلویزیون کاری بسیار سخت است چون صداوسیما در نوع خود دارای بالاترین اهمیت در کشور است و به همین دلیل افرادی که در آن مجموعه فعالیت می‌کنند، باید بالاترین نوع همکاری همراه با تفاهم و صمیمیت را با هم داشته باشند. این عنصر آخری سال‌هاست در صداوسیما مفقود است و افراد در سازمان عموما با هم چنین ارتباطی را ندارند. عموما بستر یا صحنه‌ای که افراد گرداگرد هم جمع شوند و به یکدیگر درباره نحوه کارشان به شایستگی تذکر دهند، وجود ندارد. به‌علاوه در خودمان هم ظرفیت پذیرش تذکر را نساخته‌ایم. خاطرم هست در دوران آقای ضرغامی گردهمایی‌هایی به‌صورت صنفی بین همکاران وجود داشت که مشاهده می‌کردیم در هرکدام، همتایان تحمل تذکر همتایی را نداشتند. رفع همه اینها نیازمند اصلاحاتی است که باید در پایه‌های اخلاقی همکاران رادیو و تلویزیون ایجاد شود و باید از جایی آنها را آغاز کرد تا گرفتار آسیب‌های بعدی نشویم. راستش شاید بهتر باشد تیتر این مصاحبه باشد: «لطفا همه این مصاحبه را بخوانید!» چون می‌دانم حتما دل‌خوری‌هایی پس از چاپ آن ایجاد خواهد شد. اما واقعیت این است که من با هیچ‌کس حساب شخصی ندارم؛ نه حسادتی دارم، نه کینه‌ای. من خواهان رشد شایسته برای همه هستم و از همه می‌خواهم برای رشد من هم کمک کنند و این ممکن نمی‌شود مگر از طریق تذکر و اصلاح و فهم متقابل. نکاتی که گفته شد شاید در نگاه اول نامربوط به موضوع به نظر برسد اما من آنها را به‌عنوان بعضی از مبادی اشکالات موضوع مصاحبه می‌دانم و عرض کردم؛ خدا ما را از خودهامان مصون بدارد.

یک مفهوم

از خشونت به خشونت

فریدون صدیقی

باید با تأسف شروع کنم. باید بگویم متأسفم از اینکه شنیدیم یک آقای مجری در یک اجرای زنده تلویزیونی، رفتار و گفتاری را به کار برد که به دلایل عدیده قابل‌تأمل و تأثر است. گاه می‌شنویم از تأثیر رسانه بر جامعه صحبت می‌کنند. اما شاید در اینجا با اتفاق دیگری مواجه هستیم. اینجا بیش از آنکه رسانه بر جامعه تأثیرگذار بوده باشد، نوعی نگاه و تلقی که مختص یک پاره‌فرهنگ یا خرده‌فرهنگ در جامعه شهری است و بین بعضی اقشار جامعه به‌جد یا به شوخی رواج دارد، در رسانه ملی بازتاب پیدا کرده است. البته در رسانه‌های غیرجدی و تفننی، این شکل قضاوت و داوری پدیده‌ها رواج دارد، اما اتفاقی که در مورد آن برنامه خاص شاهدش هستیم، این است که برای همراه‌کردن برنامه جدی با چاشنی سرگرمی و تفریح و تفنن، شکلی خاص از ادبیات و گفتار به کار برده می‌شود که مختص رسانه‌هایی ازجمله شبکه‌های اجتماعی است. اما تأکیدم بر تأسف از جهتی دیگر نیز هست و آن اینکه آن شکل از قضاوت و داوری که در برخورد با یک شرکت‌کننده در این برنامه صورت می‌گیرد، خود به‌نوعی بازتاب‌دهنده مناسبات درون اجتماعی هم هست. وقتی جامعه‌ای خشونت‌طلب و خشونت‌زا و شکلی از بدرفتاری در آن پذیرفته می‌شود، طبیعی است آستانه هنجارشکنی تا جایی پیش می‌رود که رسانه رسمی نیز آن را به نمایش بگذارد. اما جدای از مناسبات اجتماعی‌ای که رسانه از آن برخاسته و جدای از تأثیرات که خود رسانه بر بازتولید این مناسبات اجتماعی دارد، باید به نقش مجری نیز در این میان اشاره کرد؛ مجری‌ای که با چنان اعتمادبه‌نفسی و به این راحتی با ادبیاتی توهین‌آمیز با مخاطبش صحبت می‌کند. معتقدم هیچ رسانه‌ای نه محق است و نه سزاوار و بایسته است که چنین رفتاری را با مخاطبش پیش بگیرد. اما چرا در اینجا از لفظ «مخاطب» استفاده کردیم و نه «شرکت‌کننده». گفته می‌شود مخاطب صحنه‌ای یا همان شرکت‌کننده این برنامه با گزینش و توافق ازپیش‌تعیین‌شده در اجرائی نمایشی شرکت کرده و به او توهین شده است. حتی اگر این فرض را که از نظر من چندان درست نیست، بپذیریم، باز هم اشکال مهمی در اینجا مطرح است. شما سؤالی را با شرکت‌کننده‌تان مطرح کرده‌اید که درصد قابل ملاحظه‌ای از مخاطبان آن برنامه که در حال تماشایش بوده‌اند، قطعا و یقینا مانند شرکت‌کننده پاسخ درست را نمی‌دانستند، وقتی واکنش مجری به کسی که پاسخ را نمی‌داند، توهین است، پس به همه کسانی که شاهد برنامه بوده‌اند و پاسخ را نمی‌دانستند، توهین شده. پس این توهین نه فقط به شرکت‌کننده که به مخاطبان است و باز هم متأسفم بگویم این اتفاق غم‌انگیز در رسانه ملی که قرار است دانشگاه باشد، رخ داده. نکته دیگر اینکه سؤالی که در این اجرا پرسیده شده، نه سؤالی در حوزه اطلاعات عمومی که سؤالی تخصصی است. اطلاعات عمومی به اطلاعاتی گفته می‌شود که همگان از آن مطلع هستند چون موضوع مشترک همگان است. اما سؤال این برنامه، سؤالی پزشکی است که اگر قرار است به پرسش گذاشته شود، باید با گروه هدف خودش در میان گذاشته شود. طرح این پرسش غلط و رفتار مجری هم غلط‌تر بود. واقعیت این است که یکی از وظایف اصلی رسانه‌ها، مخاطب‌سازی و مخاطب‌یابی و به‌طورکلی جلب مخاطب است و نه دفع آن. این رفتار یعنی دفع همان مخاطب حداقلی نه‌تنها با ایجاد ناراحتی که حتی شرمساری.

نگاه

تماشای آنلاین خودکشی صداوسیما

علی شاکر

صداوسیمای ایران شبیه پهلوان پیری است که اکنون ارج و قدرت سابق را ندارد، ولی همچنان در ذهن خودش قدرتمند است و محبوب؛ شبیه همان‌موقع‌ها که می‌توانست با چشم‌به‌هم‌زدنی مخاطب را پای تلویزیون و رادیو زنجیر و هرموقع که خودش خواست، آن زنجیر را پاره کند. او حالا رقیب جوان و سرسختی دارد. خیلی از دست اینترنت خسته است. کسی او را نمی‌بیند و پهلوان برای دیده‌شدن هر روز به محله شلوغ، پررفت‌وآمد و البته آنلاین اینترنت سری می‌زند ولی بی‌اعتنایی‌ها را تاب نمی‌آورد و برای دیده‌شدن نمایش خودکشی را اجرا می‌کند.

همگرایی اینترنت با شبکه‌های تلویزیونی دنیا

پژوهش‌ها در غرب و حتی ایران نشان می‌دهند در عرصه رقابت میان رسانه‌ها، هنوز تلویزیون در رتبه نخست ایستاده است. اما به نظر می‌رسد با توجه به روندی که صداوسیما در پیش گرفته، نمی‌توان این امر را دست‌کم در شهرهای بزرگ ایران صادق دانست.

جذابیت‌های بصری، راحتی کار با تلویزیون، همه‌گیربودن و قابلیت پخش مستقیم از این رسانه، عرصه‌ای ساخته که به این‌راحتی‌ها جلو اینترنت و شبکه‌های اجتماعی کنار نمی‌کشد. البته تلویزیون رادیو را راحت شکست داد؛ کاری که رادیو با روزنامه کرد.

این طبع تاریخ رسانه‌های معاصر است. اینکه مثلا روزنامه پس از ظهور رادیو و تلویزیون سعی کرد در ساختارهای ارائه مطالب خویش تغییراتی ایجاد کند؛ یعنی دیگر فقط خبر منتشر نمی‌کرد و تأکیدش روی تحلیل و تفسیر اتفاق‌ها بود. رادیو هم جلو تلویزیون کم آورد. به‌همین‌دلیل هم سعی کرد برای زنده‌ماندن از برنامه‌های بلند و سخت‌فهم خویش بکاهد و برنامه‌هایی کوتاه و ساده پخش کند و با چاشنی موسیقی مخاطبش را هرطور که شده، نگه دارد.

به عبارت دیگر، رسانه مغلوب در طول تاریخ رسانه‌ها همیشه خیلی محترمانه و آرام سعی می‌کند با رسانه پس از خویش بیامیزد و از نقاط قوت او استفاده کند. چون سازش‌نکردن یعنی مرگ. اگر روزنامه و رادیو همچنان مثل سابق برنامه تهیه می‌کردند، درعمل چیزی از آنها باقی نمی‌ماند. سرمایه‌گذاران و صاحبان رسانه‌ها هم خوب می‌دانند چه زمانی از موضع خویش پایین بیایند و سازش را بر چالش ترجیح دهند؛ چون در ساختار سرمایه‌دارانه رسانه‌ها، این منافع تجاری است که حرف اول و آخر را می‌زند.

صاحبان سرمایه و شبکه‌های تلویزیونی خوب می‌دانند در مواجهه با اینترنت نباید با او گلاویز شوند، پس از قابلیت‌های آن برای دریافت پس‌فرست‌های آنی و لحظه‌ای استفاده می‌کنند. اینجاست که می‌بینیم گاهی پیش از تذکر کارگردان یا عوامل یک برنامه زنده تلویزیونی، این کاربران هستند که مثلا می‌گویند مجری فلان حرف را اشتباه زد یا اینکه گوشه پیراهنش لک است و... .

این همگرایی میان اینترنت و تلویزیون در تلویزیون‌های پروتکل اینترنت یا همان «آی‌پی‌تی‌وی»ها همچنان تلویزیون را در بهترین گوشه خانه‌ها نگه داشته است. تلویزیون‌های تعاملی «آنچه شما خواسته‌اید...» را پخش می‌کنند. از طرف دیگر، براساس جست‌وجوها و برنامه‌هایی که می‌بینید، بدون اینکه خودتان بخواهید، اطلاعات ارزشمندی را در اختیار برنامه‌سازان قرار می‌دهید تا آنان نیز همانی که شما دوست دارید را بیشتر بسازند. این در حالی است که شاید اگر پیش‌تر از مخاطبان می‌پرسیدند چه چیزی را دوست دارند ببینند، الزاما راستش را نمی‌گفتند، ولی اکنون با بررسی تاریخچه جست‌وجوی آنان می‌توان فهمید چه موضوع‌هایی را بیشتر می‌پسندند.

جنگ صداوسیما با اپلیکیشن‌های اطلاع‌رسان

درحالی‌که در همه دنیا اینترنت و تلویزیون با هم ساخته‌اند تا بنیاد یک جنگ باخت-باخت را براندازند، صداوسیمای ایران هنوز به خاطر صلاحدیدهایی، مخاطب را موجودی منفعل فرض می‌کند که باید به او خوراک دلخواه خویش را بدهد. فکر می‌کند اگر نگوید، مخاطبان نیز نخواهند دانست.

اینجاست که مثلا در اوج اختتامیه جشنواره «کن»، وقتی حسینی و فرهادی روی صحنه می‌روند، او همچنان سکوت کرده و حدود یکی، دو ساعت بعد به خبری چندثانیه‌ای اکتفا می‌کند. همین هم می‌شود بهانه شوخی‌های بی‌پایان در شبکه‌های اطلاع‌رسانی، مانند تلگرام و شبکه اجتماعی فیس‌بوک و... .

از آن تلخ‌تر ماجرای برنامه «اکسیر» است. وقتی فرزاد حسنی با شرکت‌کننده‌اش آن‌طور بی‌ادبانه برخورد کرد، شبکه‌های اجتماعی چنان به صفحه اینستاگرام و تلگرامش هجوم بردند که چاره‌ای جز بستن درش را نداشت. حتی اگر جواب هم می‌داد، از آن اسکرین‌شات (عکس) می‌گرفتند و دوباره منتشرش می‌کردند. فشارها آن‌قدر به صداوسیما زیاد شد که تهیه‌کننده مجبور شد در برنامه فرداشب توضیح دهد و همان موقع بود که تیر خلاص را به خود و برنامه‌اش زد و گفت این قصه را از قبل تمرین کرده بودند و این فرد بازیگر بوده. یک فیلم پشت‌صحنه با موبایل هم ساختند.

اما ماجرا به همین‌جا هم ختم نشد و نمی‌شود. مدیران صداوسیما باید بدانند دیگر بازیگر بی‌رقیب عرصه سرگرمی و اطلاع‌رسانی در ایران نیستند که بتوانند با جلو دوربین‌آوردن یک ممنوع‌التصویر، هیجان برنامه‌های خویش را بیشتر کنند. آنها اکنون با شبکه‌هایی رقابت می‌کنند که هم به‌شدت خطرناک و هم بسیار مفید هستند.

فقط کافی است بدانید چطور با تلگرام یا شبکه‌های اجتماعی‌ای مثل فیس‌بوک یا اینستاگرام تعامل کنید. در این عرصه نگفتن یا سانسور اخبار و اتفاق‌ها به ارزش آن اضافه می‌کند. اتفاقا رسانه‌های اجتماعی با ممیزی تلخ‌تری همراهند. در این بستر این‌قدر که می‌دانیم و مطلع هستیم، انگار که هیچ نمی‌دانیم! پس نمی‌توانید موفقیت‌ها و شکست‌ها را پوشش ندهید به امید اینکه مخاطبان باخبر نمی‌شوند.

زیاد هم نگران تبعاتش نباشید. به‌راستی چه کسی می‌داند هفته پیش کدام خبر، شبکه‌های اجتماعی را ترکانده است؟ بعد از آن چقدر درباره‌اش خواندیم؟ چقدر عمیق شدیم؟ حال فرض کنید مدام سعی کنیم یک قصه را به‌اشتباه تکذیب کنیم، آن‌وقت شما همیشه در صدر جریان هشتگ‌ها هستید؛ هشتگ‌هایی که شما را پنهان‌کار یا دروغ‌گو می‌دانند.

حال بد صداوسیما نه با تعویض مدیرش که با تغییر دیدگاه رسانه‌ای‌اش اصلاح می‌شود. پهلوان از پس جوان قدرتمند و خوش بروروی امروزین برنمی‌آید. باید با او بسازد تا حرمتش حفظ شود.