محمدجواد اسدی، کارگردان «ملاقات با حسین» و فصل‌های پیشین «با حسین حرف بزن» در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

برنامه‌مان فقط برای مذهبی‌ها نیست

تلویزیون می‌خواهد برای یک جامعه ۳ میلیونی برنامه بسازد

عاطفه جعفری
خبرنگار گروه فرهنگ

از آن جنس برنامه‌هایی است که بعد از هشت سال اجرا، دیگر هویت و شخصیت مستقل خودش را پیدا کرده و فرقی هم نمی‌کند نامش را «با حسین حرف بزن» بگذارند یا «ملاقات با حسین». مخاطبی که روبه‌روی قاب تلویزیون نشسته، در لحظه‌های این گفت‌وگو، مثل همان میهمانی می‌شود که روی آن صندلی سفید وسط قاب نشسته است، گویی که خودش به دوربین زل زده و حرف‌هایش را هم میهمان به زبان می‌آورد؛ حرف‌های دلی از یک ارتباط عاطفی با امام حسین(ع). محرم امسال تیم تولید «با حسین حرف بزن»، بعد از چندین سال حضور مستمر از تلویزیون به شبکه نمایش خانگی کوچ کردند. ظاهرا فقط نام برنامه در تلویزیون مانده و فصل نهم آن هم با تیم جدید در محرم امسال تولید و پخش شده است. حالا تیمی هم که به فیلیمو کوچ کرده، برنامه دیگری بر همان سیاق سابق می‌سازد به نام «ملاقات با حسین»! برای اینکه ببینیم چه اتفاقی افتاده و دلیل این کوچ اجباری چیست به سراغ محمدجواد اسدی، کارگردان «ملاقات با حسین» و فصل‌های پیشین «با حسین حرف بزن» رفتیم. او توضیحاتی در این باره داده که البته یک طرف ماجرا است و «فرهیختگان» این فرصت را برای مدیران تلویزیون فراهم می‌کند تا توضیحات خودشان را در این موضوع بدهند. این مصاحبه فارغ از بخش‌های جنجالی‌اش، حرف‌هایی هم از شیوه برنامه‌سازی مذهبی دارد و اینکه چگونه می‌توان برنامه‌ای ساخت که مثل آیین‌های عاشورایی ما برای عموم مردم باشد و مخاطبان وسیع پای آن برنامه، از ارتباط دلی‌شان با امام حسین(ع) بگویند.

* * *

بالاخره پای تیم «با حسین حرف بزن» هم به پلتفرم‌ها باز شد. برای سوال اول دوست دارم درمورد کار کردن با پلتفرم‌ها بپرسم. آیا آن‌طور که می‌گویند راحت‌تر از کار با تلویزیون است یا سختی‌های خودش را دارد؟

چون تجربه کار کردن در پلتفرم‌ها را قبلا داشته‌ام، روال کار این‌طور است که در گروه خودمانی سه نفره حرف‌ها را می‌زنید و کار را انجام می‌دهید. اما این موضوع در تلویزیون متفاوت است، یکی از دوستان مثالی را می‌زد و می‌گفت مدیر در صداوسیما، اگر بخواهد تصمیم بگیرد باید چند ساعت از روز خود را در اتاق مشغول این باشد که با بقیه کسانی که در تصمیم نقش دارند مشورت کند، ولی در پلتفرم‌ها این نیست، مدیر صبح که از خانه حرکت می‌کند، در مسیر، در راه‌پله تصمیم خود را گرفته و به اتاق که می‌رسد کار را انجام می‌دهد. اساسا در سازمان با بوروکراسی‌های پیچیده مواجه هستیم، اما در پلتفرم‌ها این نیست و تصمیم‌گیری‌ها راحت‌تر انجام می‌شود.

پس می‌شود گفت اینکه شرایط تولید در شبکه نمایش خانگی بهتر است، به‌خاطر حذف همین بوروکراسی‌های پیچیده است؟

بوروکراسی کمتر شده است ولی خیلی چیزها فرقی با سازمان ندارد. سختی‌های تولید همان سختی‌های قبل است و شاید یک‌سری دردسرهای جدید هم اضافه شود. احتیاط‌ها نیز وجود دارد. شاید تفاوت کوچک در تولید این باشد که خط قرمزها کمتر است و سختگیری‌هایی که سازمان انجام می‌داد را ندارند. تلاش ما این بود خیلی از آن طرف بام نیفتیم. با این حال همین تغییر فضای پخش، روی نگاه میهمان‌های برنامه هم تاثیر داشت. خیلی از کسانی که قبلا تلویزیون نمی‌آمدند الان می‌گویند ما را به برنامه دعوت کنید، می‌آییم.

این نکته مهمی است. اینکه تغییر فضا دادید روی اقبال حضور میهمان نیز تاثیر داشته است، یعنی میهمان را راحت‌تر می‌توانید دعوت کنید و بیاورید؟

لزوما این‌طور نیست. بوده‌اند کسانی که دوست نداشتند به تلویزیون بیایند ولی وقتی دیدند در پلتفرم فیلیمو قرار است پخش شود بدشان نیامد که بیایند. البته ما طبق روال هرساله کار کردیم. هر سال روشی برای دعوت از میهمانان داشتیم که همان را انجام دادیم. می‌توانستیم کل بازیگران سریال فلان را بیاوریم یا فیلیمو می‌توانست هزینه بیشتری کند و سلبریتی‌ها را دعوت کند و بیایند و حضور داشته باشند و طبیعتا نمایش بیشتری داشته است. اما یک‌سری مشی داشتیم که این کار را نکنیم. از ابتدا هم گفتیم امام حسین(ع) برای همه است. آن اوایل شاید تعداد بازیگران و سلبریتی‌ها در برنامه بیشتر بود اما از یک جایی سعی کردیم تعادل را حفظ کنیم. یعنی اگر دو بازیگر را دعوت می‌کنیم یک نانوا، یک راننده تاکسی را هم دعوت می‌کنیم.

این مشی در «باحسین حرف بزن» و حالا در «ملاقات با حسین» چطور شکل گرفت؟ یعنی ابتدا شکل دیگری داشت و بعد با نظر مدیران، دست فرمان برنامه تغییر کرد؟

ما هیچ‌گاه نظرات تحمیلی را قبول نکردیم. به‌جز یک مورد که سال گذشته به ما تحمیل شد، خط قرمزها را رد نکردیم. حرف ما این بود که ما تنها برنامه تلویزیونی هستیم که همه کامنت‌ها و دایرکت‌ها را می‌خوانیم و پاسخ می‌دهیم. هر کس گفته من می‌خواهم به برنامه شما بیایم و شرکت کنم یک لیست تهیه کردیم و نگاه نکردیم چند فالوور در شبکه اجتماعی خودش دارد یا چه کسی یا از کجاست. اسم و شماره تماس و مشخصات و عکس را خواستیم. اینها را لیست کردیم و خیلی از میهمانان ما از این لیست دعوت می‌شوند. برنامه برای مخاطب است و برای ما نیست. خیلی‌ها می‌گویند این‌طور درنمی‌آید. میهمانی داشتیم که با شوق و حرارت دوست داشته بیاید و ما نیز گفتیم بفرمایید. آمده و سوالات ما را با بله و خیر جواب داده. استرس داشته و بعد هدیه او را دادیم و همان ماشینی که بقیه میهمانان را می‌رساند ایشان را نیز رسانده است. برنامه او را استفاده نکردیم اما دعوتش کردیم و برنامه را ضبط کردیم. یکی از میهمانان برنامه می‌گفت من فکر نمی‌کردم شما دعوت کنید و فکر می‌کردم من را سر کار گذاشته‌اید که گفتید دعوت می‌کنیم.

معیار شما برای انتخاب میهمان‌ها چه بود؟

امام حسین(ع) را دوست داشته باشند.

خیلی‌ها این ویژگی را دارند.

برای همین است که ما شاید سالی صد نفر را دعوت کنیم و شرمنده خیلی‌ها شویم. پیش آمده است که خیلی ناراحت شده‌اند که چرا به ما نگفته‌اند.

یعنی هیچ معیاری برای جذابیت یا قصه افراد برای دعوت میهمان در نظر نداشتید؟

امام حسین(ع) برکت این کار را می‌دهد. چرا باید مردم عادی در تلویزیون و رسانه ملی نباشند. این را می‌فهمم که قاعده رسانه ایجاب می‌کند که کسی را بیاورید که قصه داشته باشد، کسی را دعوت کنید که چهره خوب یا فن بیان خوبی داشته باشد، معروف باشد و او را بشناسند یا هر چیز دیگری باشد. اما می‌گویم یک فرد عادی است و چرا نباید در تلویزیون و رسانه ملی در یک برنامه حضور یابد؟ رفتگر باشد چرا نباید حضور داشته باشد؟ او هم آدمی است که امام حسین(ع) را دوست دارد. چرا او از امام حسینی که می‌شناسد حرفی نزند؟ چرا باید حتما موزیسین باشد و کار محرمی کرده باشد و حضور یابد. موزیسین باشد و کار محرمی هم نکرده باشد، اگر دعوت کنیم چه اشکالی دارد؟

ایده اولیه برنامه با همین موضوع بود؟

من در زمان ایده اولیه نبودم یعنی از یک جایی به برنامه اضافه شدم. ایده اولیه متعلق به آقای محمدامین پرواس، تهیه‌کننده این برنامه است. امین پرواس یک روزی احساس کرد به پیشنهاد یکی از رفقا شاید بتواند کاری درباره امام حسین(ع) بسازد. در این موضوع، برنامه‌های زیادی در تلویزیون داشتیم که یک روحانی و مجری و یک بک‌گراند گنبد باشد و بنشینند درباره امام حسین(ع) حرف بزنند. حرف‌ها بعضا تکراری است یا بیان طوری نیست که عموم مخاطبان را جذب کند و بنشینند پای تلویزیون برنامه را نگاه کند. یک سری از مخاطبان هستند که در این دایره نیستند یعنی آنها حرف‌هایی می‌زنند که این مخاطب هیچ گاه نمی‌شنود و اگر بشنود هم شاید دوست نداشته باشد یا قبول نکند. قدری باید در نظر داشت که با حسین(ع) حرف بزن برای بچه مذهبی‌ها نیست. برای آدم‌های معمولی‌تر است، برای کسانی که قهر کرده‌اند، کسانی که در خانه اهل بیت(ع) را زده‌اند و فکر می‌کنند جواب نگرفته‌اند. شاید این‌طور بگویم بهتر است برای کسانی که تازه آشنا شده‌اند.

برای من سوال است، چطور ممکن است پلتفرمی مثل فیلیمو که تعداد مخاطب و دیده شدن برنامه برایش مهم است، می‌آید و از برنامه‌ای حمایت می‌کند که آدم‌های عادی را دعوت می‌کند تا درباره امام حسین(ع) حرف بزنند.

این را باید از مدیر پلتفرم بپرسید. البته سابقه هم بی‌تاثیر نیست علاوه‌بر اینکه جدای از فیلیمو از چند جای دیگر نیز پیشنهاد داشتیم.

این سابقه چند سال است؟

هشت سال. امسال نهمین سال است. البته الان در ملاقات با حسین این سابقه را صفر کرده‌ایم و یک‌سال می‌شود. جدای از فیلیمو یکی دو پلتفرم دیگر هم پیشنهاد داد و یکی خیلی عجیب و غریب پیشنهاد داد ولی چون صحبت کرده بودیم پای حرف خود با مجموعه فیلیمو ماندیم. پیشنهادی بود که وقتی به من گفتند برایم بسیار جذاب بود. جنس کاری که ما می‌کنیم توجیه اقتصادی ندارد یعنی با حسین را نساختیم که پولی به جیب‌مان بیاید ولی امام حسین(ع) برکت این کار را در جای دیگر می‌دهد. انگار امام حسین(ع) می‌گوید دست شما درد نکند که اینجا یک کار ساختید و این ۱۰ پروژه دیگر برای شما باشد.

فیلیمو شرطی برای حضور میهمانان نداشت؟

خیر. اساسا خیلی این‌طور نیستند. یعنی نگفت این را بیاورید یا نیاورید، فقط خواستند برنامه خوب بسازیم و ما هم گفتیم با کمک امام حسین(ع) می‌سازیم.

هیچ تغییری در برنامه، وقتی از فضای تلویزیون به فضای پلتفرم آمد، داده نشد؟

هر سال فرق ما با سال گذشته این بود که تلاش کردیم مفهومی را نرم بیان کنیم و این مفهوم را به نوعی با دکور مرتبط می‌کردیم. سعی‌مان همیشه این است که برنامه را محتوامحور ببینیم. یک سال درباره اینکه می‌توان با امام حسین(ع) حرف زد و می‌توان ایشان را حاضر و حی و زنده دید و با ایشان گفت‌وگو کرد، یک سال گفتیم رابطه‌ای که آدم‌ها با امام خود دارند می‌تواند وجوه مختلفی داشته باشد. در آن محبت و عشق و دوستی است، می‌تواند خشم و قهر و... هم باشد. اگر در جایی صدا کردید و جوابی که دوست داشتید نگرفتید مثل بقیه رابطه‌ها باید دنبال علت آن بگردید. بعد اینها مبانی فقهی داشت یعنی یا از صحیفه سجادیه می‌آمد یا از منابع دیگر.

امسال خیلی در اتاق فکر تامل کردیم که این سردرگمی در چه چیزی ریشه دارد و جمع‌بندی چند جلسه این شد که ما فکر می‌کنیم خیلی وقت داریم و بر این اساس اشتباه می‌کنیم و می‌گوییم بعدا جبران می‌کنیم. کاری که باید انجام دهیم را انجام نمی‌دهیم و به بعد موکول می‌کنیم.

> «با حسین(ع) حرف بزن» برای بچه‌مذهبی‌ها نیست. برای آدم‌های معمولی‌تر است، برای کسانی که قهر کرده‌اند کسانی که در خانه اهل بیت(ع) را زده‌اند و فکر می‌کنند جواب نگرفته‌اند شاید این‌طور بگویم بهتر است برای کسانی که تازه آشنا شده‌اند

امسال در زمان رفتیم و اینکه به گذشته نگاه کنیم، به آینده نگاه کنیم و قدر حال را بدانیم. در سوالات سعی کردیم این را لحاظ کنیم. اینکه الان چند سال دارید. مثلا ۳۰ ساله هستید. در این ۳۰ سال از خودتان راضی هستید یا خیر. جواب میهمانان را داریم و بعد می‌پرسیم باید چه کار می‌کردید که از خود، راضی‌تر باشید. سراغ ارتباط امام حسینی خود می‌آمدند. تصویر اعلامیه‌شان را به آنها می‌دادیم و می‌گفتیم سه روز تا لحظه خاکسپاری وقت دارید؛ چه کار می‌کنید؟ کاری بوده که قبلا برای آن خیلی وقت گذاشته باشید؟ حرص آن را خورده باشید و ارزش نداشته باشد؟ الان کاری هست که فکر کنید از اینجا بیرون بروید باید انجام دهید؟ همواره تلاش می‌کردیم به خود و کسانی که برنامه را می‌بینند بگوییم خیلی وقت نداریم. کرونا این را به ما نشان داد ولی از آن درس نگرفتیم. در راستای اینکه ما می‌گوییم امام حسین برای همه است سراغ غیر مسلمان‌ها هم رفتیم و میهمان‌هایی از سراسر دنیا داشتیم که امام حسین را دوست داشتند و فکر می‌کنم یکی از جذابیت‌های ملاقات با حسین امسال، آیتم‌های اسکایپی آن بود.

علی‌رغم این تصور که سوگواری برای عزای امام حسین(ع) را یک آیین تکرارشونده می‌دانند، اما جنس محرم هر سال متفاوت است و می‌توان تاثیر و تاثرش بر وقایع اجتماعی آن سال ردیابی کرد. امسال جنس واکنش‌های مردم در هیئات و مناسبت‌ها هم متاثر از وقایع پاییز سال گذشته بود. در برنامه شما همچنین چیزی از اتفاقات بود یا اینکه خودتان بخواهید سوالات و مباحث چالشی در این موضوع را در برنامه داشته باشید؟

طبیعتا نمی‌توان گفت نداشتیم. این را در برنامه داشتیم ولی سعی نکردیم به‌واسطه صحبت درباره یک موضوع سیاسی برنامه ما بیشتر دیده شود. مواردی داشتیم که خیلی حرف‌های قشنگ‌تر از حرف‌هایی که در این مدت همه‌جا چرخیده است بود، ولی چون پایه و منطقی نداشت و یک‌سری حرف احساسی و نقد بود استفاده نکردیم ولی آنهایی که منطقی بود را استفاده کردیم.

خود شما سانسور کردید؟

سانسور نبود. چیزی که من متوجه شدم گویا ساترا برنامه‌ای که از روبیکا برای بازبینی می‌رود و برنامه‌ای که از فیلیمو می‌رود را با دو نگاه متفاوت می‌بیند. این اتفاقی است که وجود دارد. یعنی اگر ما این قسمت‌ها را برنمی‌داشتیم آنها سانسور می‌کردند البته ما بنای سانسور نداشتیم. هر جایی آدم‌ها نسبت به گرانی‌ها، بی‌عدالتی‌ها، ظلم و... صحبت کردند تا جایی که گل‌درشت نشود و تمرکز برنامه از روی هدف اصلی بیرون نرود استفاده کردیم. یکی از سوالات ما این بود که بزرگ‌ترین گرفتاری این روزها چیست؟ یک‌سری می‌گفتند سردرگمی و بی‌هدفی است و یک‌سری می‌گفتند گرانی و اجاره‌بهای سنگین است. آنها را اقرار دادیم و سعی نکردیم مشی ما طوری باشد که همه‌چیز خوب و همه‌جا بهشت است. ما امام حسینی که معرفی کردیم امام حسینی بود که جلوی ظلم می‌ایستد، امام حسینی بود که نسبت به بی‌عدالتی واکنش دارد. البته در برخی از برنامه‌ها این‌طور نبود! در آن برنامه‌ها، امام حسین فقط نسبت به نماز، امر به معروف و حجاب صحبت‌هایی داشتند و در دیگر موارد واکنشی ندارند.

به عقب برگردیم و به این برسیم که چرا از شبکه نسیم قطع شدید و به فیلیمو آمدید؟

برنامه ما سال ۹۴ با هزینه شخصی فردی تولید می‌شد؛ از ۹۴ تا ۹۹ به‌مدت ۵ سال برنامه تولید شد. کسانی را داشتیم که بانی برنامه می‌شدند و مثلا ناهار تیم تولید را تهیه می‌کردند، کسانی بودند که می‌گفتند نمی‌توانم کمک فنی کنم ولی این ۱۰ میلیون را هزینه کنید، این‌طور موارد بوده است. بچه‌هایی بودند که پولی دریافت نکردند و مجانی پشت دوربین ایستادند و کار کردند. از یک سالی به بعد هزینه‌ها افزایش یافت. آن زمان دکتر احسانی، مدیر شبکه نسیم بودند. درمورد برنامه صحبت کردیم و ما گفتیم می‌خواهیم بسازیم ولی توان مالی نداریم. شبکه هم فضای مقابل این بود که دوست داریم کمک کنیم و پول بدهیم ولی ما هم توان مالی نداریم. این موضوع برای سال ۹۹ است. اگر اشتباه نکنم بخش کمی طی سه سال پرداخت شد. قید آن زمان ما این بود که برای حضور میهمان لیست ندهد، مالکیتی نداشته باشد و برنامه برای کسی نیست، برنامه برای امام حسین(ع) است و در مقابل ما هم متعهد باشیم میهمانان را چک کنیم که مشکلی ایجاد نشود. تا زمانی که دکتر احسانی مدیر شبکه بودند همه مسائل به‌طور دوستانه و رفاقتی جلو می‌رفت. پیش می‌آمد میهمانی پیشنهاد می‌دادیم و می‌گفتند صلاح نیست و ما هم دلیل نمی‌پرسیدیم و قبول می‌کردیم. پیش می‌آمد میهمانی پیشنهاد می‌دادند و ما می‌گفتیم صلاح نیست. عموما کسانی که ما می‌گفتیم صلاح نیست افراد سیاسی بودند یعنی پست سیاسی مهم داشتند. این افراد را سعی می‌کردیم دعوت نکنیم چون همیشه دعوایی در پیچ راه می‌افتاد که چرا فلانی آمده و بقیه نمی‌آیند.

از یک جایی به بعد گفتیم نه چپ و نه راست را دعوت می‌کنیم که کسی ناراحت نشود، سعی کردیم افراد معمولی‌تر را دعوت کنیم. برنامه این‌طور جلو رفت.

سال گذشته مدیر شبکه عوض شد و آقای خوشرو آمدند و ایشان در جلسه‌ای به آقای پرواس گفتند می‌خواهیم با حسین را بسازیم ولی ۴۰ قسمتی باشد؛ ما همیشه ۲۵-۲۰ قسمت داشتیم. گفتند ۲۰۰ میلیون می‌دهند و ما باید با این برنامه را جلو ببریم، عدد قدری خنده‌دار بود. درصورتی که همان زمان برنامه‌ای در شبکه دیگر ۱۵ میلیارد هزینه داشت. ما هیچ‌وقت هدف مالی نداشتیم. امین گفت امکان ندارد و هر چقدر بتوانم می‌سازم.

همان زمان جلسه دیگری با مدیران سازمان اوج داشتیم، لابه‌لای حرف‌ها حرف این پروژه هم پیش آمد. گفتیم حدود دو میلیارد هزینه دارد و ۲۰۰ میلیون مبلغی است که شبکه گفته و به نشدن کار فکر می‌کنیم و با لطف این دوستان قرار شد سازمان اوج هم همکاری داشته باشد. ما هم قرارداد را کمی تغییر دادیم و تعاملات با اوج انجام شد. قرار شد میهمان‌ها را با اوج چک کنیم و کار را شروع کردیم. آقای خوشرو روزی برای بازدید آمد و نکاتی را بیان کرد. چند روز بعد تماسی گرفت و گفت در هزینه ساخت شبکه نیز مشارکت می‌کند و نیاز نیست همه را اوج پرداخت کند. برای ما فرقی نداشت که کدام نهاد پول را بدهد. قرارداد را جلوی ما گذاشتند، گفتیم این را با این شرایط امضا نمی‌کنیم و آنها در این فضا رفتند که این برند است و شما ۷ سال قبلا ساختید و چه کسی می‌تواند بهتر از شما این برنامه را بسازد. ما برای اینکه بخواهیم پول شما را پرداخت کنیم باید قراردادی داشته باشیم. برای یک برنامه نمی‌توانیم فرمت کلی سازمان را عوض کنیم، امضا کنید که تمام شود.

قراردادها قبلا هم این گونه بود؟

خیر، به این صورت نبود. البته من دقیقا حضور ذهن ندارم ولی بعید می‌دانم این‌طور بوده باشد و فکر می‌کنم در ۳-۲ سال اخیر همه‌چیز سخت‌تر شده که بندهایی اعم از

ادامه در صفحه ۱۳

ادامه از صفحه ۱۲

فضای مجازی و... هم اضافه کرده‌اند؛ البته حق آنهاست. سازمان هستند و در پروژه‌هایی که پولش را پرداخت می‌کنند طبیعی است این مسائل را مطالبه کنند. بعد از اینکه قرارداد امضا شد همه چیز در صلح و آرامش و دوستی جلو رفت و پخش برنامه تمام شد. ما ۴۰ قسمت هم نساختیم. اگر اشتباه نکنم ۲۷-۲۶ قسمت ساختیم. بدون اینکه با ما هماهنگ کنند تصمیم به بازپخش برنامه گرفتند و ما که متوجه شدیم گفتیم اجازه دهید آن قسمت‌هایی که برای بازپخش بهتر است را انتخاب کنیم که قبول کردند. بگذریم از اتفاقاتی که نمی‌خواهم درموردش بگویم؛ درمورد پیج اینستاگرام و بقیه موارد که به وقتش صحبت می‌کنیم. ما در اردیبهشت‌ماه امسال فهمیدیم اینها قبل از اینکه ما صحبت کنیم با تیمی صحبت کرده بودند و بعد در مصاحبه با رسانه‌ها اعلام کردند که ما از تیم «با حسین» خواستیم برای برنامه طرح جدید بدهند که مطابق با نیازهای روز جامعه باشد و آنها طرح جدید نداشتند و ما از بقیه تولیدکننده‌ها خواستیم طرح بیاورند و آنها آوردند و قبول کردیم.

برنامه امسالی که از تلویزیون با عنوان «با حسین حرف بزن» پخش شد را چطور دیدید؟

الان می‌بینید میهمانان از عموم جامعه نیستند بلکه از دایره تنگی هستند. خود آنها اصرار دارند و تکرار می‌کنند حتما از خانواده شهدا باشند، حتما مادحین و واعظین باشند و در یک‌سری از قسمت‌ها خانم خانه‌دار یا معلمی هم دعوت شد و وقتی نگاه می‌کنید همه پوشش‌ها چادر است. یعنی ما چیزی که همیشه داشتیم ترکیب این بود؛ یکی مانتویی و یکی چادری است. امام حسین(ع) را دوست دارد، چرا باید این را حذف کنیم؟ از این بدتر اتفاقی که می‌افتد برنامه در شبکه‌ای پخش می‌شود که اسم آن شبکه نشاط و سرگرمی است. خط قرمز ما این بود که اگر میهمانی داشتیم که روضه می‌خواند درمی‌آوردیم و می‌گفتیم فضای روضه برای تلویزیون نیست. الان شاهد هستیم ۲۰ دقیقه برنامه است و ۱۵ دقیقه روضه می‌خوانند و مداحی می‌کنند. دو دقیقه هم حرف‌هایی زده می‌شود و تمام! احساس می‌کنم شبیه برخی از این آقایان مداحی که کم‌لطفی به امام حسین(ع) دارند به روضه چیزهای جدیدی اضافه می‌کنند که سوز آن بیشتر شود با حسین(ع) هم تلاش می‌کند که گریه بیشتری دربیاورد و سوز بیشتری داشته باشد و حیف شد!

این تجربه‌ای که حالا در طراحی برنامه‌هایی مثل «با حسین حرف بزن» یا «ملاقات با حسین» کسب کردید، نتیجه ۸-۷ سال تولید این برنامه است. مبتنی بر این تجربه، شما یک‌سری ویژگی برای یک برنامه ایده‌آل این مدلی قائل هستید که بعضی چیزها را مناسب نمی‌دانید و ممکن است از گفت‌وگوها حذف کنید. کمی درمورد این ویژگی‌ها و این ملاحظات بگویید؟

من همیشه فکر می‌کنم که برنامه مذهبی ساختن نسبت به هر مدل برنامه‌سازی دیگری سخت‌تر است. علت این است که اگر یکی برنامه سیاسی بد بسازد مثلا به انقلاب فلان سال بد می‌کند، اما من اگر برنامه مذهبی بد بسازم به یک مکتب ۱۴۰۰ ساله بد کردم. برای همین همیشه تلاش کردیم در برنامه‌سازی نه افراط و نه تفریط داشته باشیم. موقعی که در اتاق فکر گفتیم چه کسانی را دعوت کنیم می‌گفتیم رسول‌الله(ص) می‌خواست مردم را به دین اسلام دعوت کند، مردم را جدا می‌کرد؟ خیر. می‌گفت همه بیایند. اینکه چه کسانی را دعوت نکنیم، می‌دیدیم رسول‌الله(ص) از دست چه کسانی شاکی بود؟ مثلا کسانی که فلان طور بودند و ما هم سعی می‌کردیم افراد با این ویژگی‌ها را دعوت نکنیم یا حداقل تمرکز روی آنها نداشته باشیم، ولی اگر کسی در زد و گفت می‌خواهم بیایم بگوییم بفرمایید! اگر به خود ما باشد این افراد را دعوت نکنیم. مواردی هم داشتیم. کسی را داشتیم که دوست نداشتیم بیاید ولی خود او گفت دوست دارم بیایم و دعوت کردیم.

الان واقعا در برنامه‌سازی تلاش می‌کنیم نه بگوییم خدا مهربان است و می‌بخشد و نه بگوییم خدا عذاب می‌کند. بگوییم خدا همان مهربانی است که جبار هم هست! امام حسین(ع) همان مهربانی است که روی موضوع و هدف خود می‌ایستد و کوتاه نمی‌آید و حتی تیغ هم می‌کشد؛ هرچند با اکراه این کار را می‌کند. امام حسین(ع) همان آدمی است که می‌گوید شمر این کار را نکن. امام حسین(ع) هیچ‌گاه به وهب نگفت شما مسلمان شوید و بعد بیایید ببینم در سپاه خود، شما را راه می‌دهم یا خیر یا به حر نگفت دو روز پیش جلوی من را گرفتید. گفتند، پشیمان هستید و بیایید.

ما هم سعی کردیم این‌طور باشیم. یعنی در برنامه‌سازی خیلی تعادل داشته باشیم و نگاه نکنیم که مدیر شبکه چه چیزی از ما می‌خواهد یا ما چه چیزی دوست داریم. نگاه کنیم که جامعه‌ای در مردم ایران و خارج از کشور هستند که هیچ محتوایی برای اینها تولید نمی‌شود، اینها هیات نمی‌روند، روضه گوش نمی‌دهند، برای اینها قابل هضم نیست چرا امام حسین(ع) شب چراغ‌ها را خاموش کرده و گفته بروید، برای ما این چیزها اتفاق عادی است و برای آنها این‌طور نیست. هیچ کسی هم برای آنها برنامه نمی‌سازد. بخشی از جامعه در این وادی نیستند و مخاطب دورتری هستند. گفتیم دست بیندازیم و آنها را جلوتر بیاوریم. اینها تعادل است. حس من این است که در برنامه‌سازی‌ای که برای با حسین(ع) انجام دادیم سعی کردیم متعادل رفتار کنیم. نه از اینور بام بیفتیم و نه از آن ور بام بیفتیم.

پس خودشما هم قبول دارید یک اجرا و نمایش است؟ یک مهندسی و طراحی برای آن در نظر گرفتید. سوالات مشخص است و همان میزانسنی که چیدید که میهمان بنشیند و مجری را نشان نمی‌دهید یک نمایش از ابراز عقیده است.

مجری نشان نمی‌دهیم به‌خاطر اینکه مجری مهم نیست، یعنی اگر مجری را نشان می‌دادیم باید سال به سال پی این می‌رفتیم که چه کسی را بیاوریم. مجری هم می‌آمد می‌خواست نکات خود را به کار اضافه کند. البته این را بگویم که برای میهمان چیزی مشخص نیست. سوالات را نمی‌دانند و این طراحی برای میهمان نیست. فضا جوری طراحی شده است که آدم‌ها خودشان باشند.

مجری مهم نیست، یعنی نقشه‌راهی برای سوالات مطرح نیست و هر کسی هر چیزی خواست بگوید؟

اینکه مجری چه کسی باشد مهم نیست، یعنی به این کار نداریم چه کسی این سوال را می‌پرسد. دوست داریم کسی که این سوال را می‌پرسد با فضا و برنامه و اتمسفر حال خوبی داشته باشد ولی چرا باید مردم مجری را ببینند وقتی این میزان برنامه است که مردم مجری‌های آن را می‌بینند؟ مجری که در قاب دیده می‌شود به‌تدریج سهم میهمان را از گفت‌وگو کم می‌کند. برنامه ۳۰ دقیقه‌ای داریم که ابتدا ۵ دقیقه مجری است، بعد ۱۰ دقیقه و بعد میهمان فقط سر تکان می‌دهد. هرچه مجری بزرگ‌تر می‌شود و فالوورهای او افزایش می‌یابد و دایره لغات آن زیاد می‌شود این مورد را بیشتر می‌بینیم. در برنامه «با حسین(ع) حرف بزن» یا «ملاقات با حسین(ع)» شخصی که این سوالات را می‌پرسد مهم نیست و برای ما محور محتوایی که چیدیم مهم است، یعنی گفتیم می‌خواهیم امسال درباره وقت و ارزش و رابطه آدم‌ها با امام حسین(ع) حرف بزنیم و این خط محتوایی است.

بالاخره شما یک‌سری سوالات را از یک‌سری افراد می‌پرسید و ممکن است طولانی شود و گاردی داشته باشد، ممکن است دو ساعت سوال بپرسید، همه این دو ساعت را استفاده می‌کنید یا چه کار می‌کنید این گارد شکسته شود و راحت صحبت کند؟

ما هر سال سعی کردیم از دکور زیبا تر استفاده کنیم در کنارش اتاق استراحت و انتظار میهمان بهترین باشد و هیچ برنامه‌ای این کار را نمی‌کند. اتفاقی که می‌افتد این است که ما تلاش می‌کنیم میهمان زمانی که از در منزل بیرون می‌آید تا زمانی که به داخل خانه برمی‌گردد میهمان ما باشد؛ ماشینی که دنبالش می‌رود شرایط خاصی دارد، یعنی امکانات رفاهی داخل آن است؛ آب و چایی دارد و در ترافیک کتاب خواست بخواند، کتابی مرتبط با امام حسین(ع) هست و خیلی مواقع پیش آمده این کتاب‌ها نخ‌نما شده ولی در این یک‌ساعته ترافیک جذاب بوده است. بعد که در استودیو می‌آید در حال‌وهوای اتاقی قرار نمی‌گیرد که برای سال ۱۴۰۲ است، بلکه وارد فضای دیگری می‌شود. مثلا امسال این فضا برای ۱۳۰۰ بود؛ المان‌ها کاملا آرام و فکرشده و قرینه است. محیط به‌نحوی است که وقتی در اتاق می‌نشینید و با خود خلوت می‌کنید شلوغی‌ای که به‌طور روزمره با آن درگیر هستید که الان چک دارم، با خانمم بحث کردم و... را حذف می‌کنید.

میهمان استراحت کوتاهی می‌کند و معمولا پیش می‌آید یک ربع تا ۲۰ دقیقه‌ای در این فضاست تا ضبط قبلی تمام شود. وارد استودیو می‌شوند، فضای استودیو را طوری طراحی کرده‌ایم که زرق و برق آنچنانی نداشته باشد. آن سالی که دکور ما آب بود و من دکور را طراحی کرده بودم، گفتم ویدئووال را جایی بگذاریم و این تصویر را بیندازیم و رفلاکس در آن بیفتد، درنتیجه این آب خفن می‌شود -که بعدا رفقا بدون اجازه در برنامه‌ای در شبکه سه استفاده کردند- برای این هم داستان داشتیم که سال بعد می‌خواستیم تکرار کنیم و اجازه ندادند و گفتند نمی‌توان آن را استفاده کرد. می‌توانستیم تصویر کربلا را بیندازیم و اثرگذاری را بیشتر کنیم ولی این کار را نکردیم و اجازه دادیم خلوت باشد و میهمان در فضای استودیو فقط مجری را ببینند. کل تصویربرداران، صدابرداران و دستیاران در تاریکی مطلق حضور دارند که برخی میهمانان گاهی می‌گویند یکی از اینجا رد شد. این کار در تاریکی است، چون جای خلوت است که حال آدمی را خوب می‌کند. اساسا در هیات‌هایی که همه چراغ‌ها خاموش است و دوربین نیست و خیلی تشریفات ندارد، آدم حال معنوی بهتری دارد؛ چراکه احساس می‌شود دو چشم به ما نگاه می‌کند ولی در هیات‌های شلوغ انگار هزار چشم نگاه می‌کنند و مراقب هستند که بد گریه نکنیم.

فضاهایی که ساختید وام‌دار هیات‌هاست و گفته‌ها نیز همین را تاکید می‌کند.

ما در این فضاها بزرگ شدیم. همیشه نگاه من این بوده که اگر ما زمانی بد، خشن و آدم‌های عجیبی می‌شویم، برای این است که با خود خلوت نمی‌کنیم. اگر ما با خود خلوت کنیم، شب در خانه قبل از خواب روی کاناپه بنشینیم و ۵ دقیقه روز خود را مرور کنیم، می‌فهمیم امروز آدم عجیبی بودیم و کاش کمتر عصبانی شویم، کمتر غر بزنیم، کمتر داد بزنیم. کاش به کسی که جلوی ما پیچید، ناسزا نمی‌گفتیم. این خلوت خیلی مهم است. کاری که خیلی تلاش کرده‌ایم در با حسین(ع) انجام دهیم. بستر دیگری هم داریم که کانال تلگرام است. اسم این کانال به با حسین(ع) ربطی ندارد ولی محتوای با حسین(ع) را داخل کانال گذاشتیم. آن هم خیلی دلی است. یکی از چیزهایی که همیشه در کپشن می‌نوشتیم، این بود که این کار را در خلوت خود ببینید. رفقا در اتاق بروید و در را ببندید و این کار را ببینید و به آن فکر کنید. خیلی فیدبک‌های عجیبی گرفتیم.

برنامه‌ای که شکل گرفته، حاصل چند سال آزمون و خطاست و البته واجد ویژگی‌ها و ظرفیت‌هایی است که نباید سازمان آن را از دست می‌داد. به نظر می‌رسد که تیم قبلی برنامه «با حسین(ع) حرف بزن» با سازمان صداوسیما قهر کرده است.

قهر ما با سازمان در این خصوص بود که آنها می‌خواهند برای جامعه سه‌میلیونی برنامه بسازند. همیشه من برای رفقا مثالی می‌زنم، قبل از این در مستندسازی کارهایی کرده‌ام که شاید هیچ کسی نکرده است. نیمی از مستندهای ما توقیف شده است و اجازه پخش ندارد، یک روز به یکی از این مدیران گفتم شما اشتباه می‌کنید و کار درست این است و نمی‌شود از راه رسید و گفت کار درست این است و همه قبل شما بی‌سواد بودند و شما باسواد هستید. گفت مدرکی دال بر این دارید که مردم تلویزیون کمتر می‌بینند. گفتم من سال گذشته کولر پشت‌بام را سرویس کردم و ۱۷ واحد هستیم ۴ دیش ماهواره بود و من و یک واحد که خالی بود آن را نداشتیم. امسال کولر را دوباره سرویس کردم و ۱۷ واحد هستیم و ۱۸ دیش وجود دارد و من و آن واحدی که خالی است هنوز ماهواره نداریم! این یعنی شرایط تغییر می‌کند و شما بند را آب می‌دهید. چرا باید تلویزیون سریال خود را در بیلبوردهای اتوبان همت و صدر و نیایش تبلیغ کند؟ در خیابان‌های انقلاب بیلبورد بزنید که سریال را ببینند. الان فرق شما با فیلیمو چیست؟ فیلیمو ۲۰۰ و فیلم‌نت ۳۰۰ و نماوا ۱۰۰ کارمند دارند و همین کار را می‌کند. صداوسیما ۳۰ هزار کارمند دارد. این حجم از امکانات را دارد و خروجی این است! در همین شبکه نسیم که درباره آن بحث کردیم «کتاب‌باز» تعطیل شد، چرا سروش صحت و رضائیان را باید بیرون بیندازید؟ چرا به هیچ کسی اعتماد ندارید؟ «خندوانه» و «دورهمی» را جمع کردید و به جای آن چه برنامه‌ای گذاشتید؟ با «با حسین(ع) حرف بزن» این کار را کردید، جای آن چه گذاشتید؟ یادم هست، برنامه‌ای ساختم، روز اولی که متن زیر دست من آمد، گفتم این پخش نمی‌شود، گفتند آقای فلانی خوانده و تایید کرده است. گفتم عمرا این را تایید کرده باشند. ما ساختیم، قسمت‌های دوم و سوم متن زیر دستم آمد و گفتم این درنمی‌آید. گفتند نگران نباشید و بسازید. کل برنامه تولید و عددی سنگین هم هزینه تولید آن شد، کار حرفه‌ای بود و تیمی که وجود داشت خیلی خوب بود.

محتوای برنامه چه بود؟

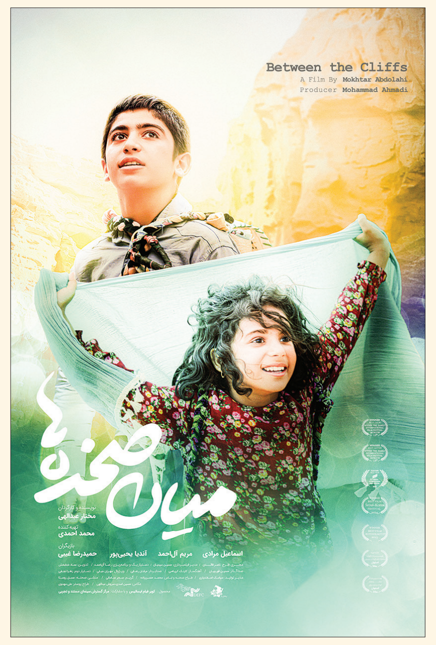
برنامه تلویزیونی نمایشی و عروسکی بود. برنامه آرشیو شد، پخش نشد. اگر من تهیه‌کننده این برنامه می‌بودم زنده می‌ماندم؟ اذیت می‌کردند که بیت‌المال فلان شد. چرا یک تهیه‌کننده می‌تواند برنامه‌ای با بودجه بیت‌المال بسازد که بعد با خیال راحت آرشیو شود و کسی هم مشکلی نداشته باشد. من به‌عنوان کسی که برنامه را جمع کردم، پول را کامل گرفتم و همه عوامل پول را دادند و خوب هم پول دادند. چرا باید این‌طور باشد؟ چرا آن مدیر سر جای خود است؟ چطور می‌شود که در آنتن شبکه اتفاقی می‌افتد که نابهنجار است و در فضای مجازی پخش می‌شود و تدوینگر پروژه را اخراج می‌کنید؟ چرا پخش را اخراج نکردید؟ تدوینگر چه کاره است؟ پخش آنجا برای چه نشسته است و حقوق می‌گیرد؟ یک‌سری مسائلی هست که سر جای خودش نیست. مثل اینکه جای شما که دبیر فرهنگی هستید دبیر ورزش بگذارند و به‌جای دبیر ورزش دبیر فرهنگی بگذارند یا اینکه کار من برنامه‌سازی است، بیایند بگویند رئیس اتحادیه تاکسیرانان شوید؛ الان سازمان این‌طور است. از درون همه ناراضی هستند و به تیپ‌وتاپ هم می‌زنند و جنگ قدرت درونی شکل گرفته و از بیرون مخاطب هم نشسته و ضرر می‌کند.

> چرا باید تلویزیون سریال خود را در بیلبوردهای اتوبان همت و صدر و نیایش تبلیغ کند؟ در خیابان‌های انقلاب بیلبورد بزنید که سریال را ببینند. الان فرق شما با فیلیمو چیست؟ فیلیمو ۲۰۰ و فیلم نت ۳۰۰ و نماوا ۱۰۰ کارمند دارند و همین کار را می‌کند. صداوسیما ۳۰ هزار کارمند دارد. این حجم از امکانات را دارد و خروجی این است!

روزنامه فرهیختگان
صدای نخبگان، نگاه جوانان

چارسو

«در میان صخره‌ها» میزبان کودکان و نوجوانان در سینما



در شرایطی که فصل تابستان به نیمه رسیده و انتظار می‌رفت در سبد سینما تدارک مناسبی برای بچه‌ها در نظر گرفته شود، سرانجام یک فیلم جدید از سینمای کودک و نوجوان روی پرده می‌رود.

به گزارش ایسنا، سالن‌های سینما در ماه‌های گذشته با اکران آثاری متنوع در حوزه‌های کمدی، سیاسی و اجتماعی همراه بود اما با آغاز فصل تابستان جای خالی فیلم کودک و نوجوان بیش از پیش به چشم آمد. در این بین برخی سینماگران فعال در این عرصه از کم شدن تولیدات سینمایی کودکان و نوجوانان، سختگیری‌ها، حمایت نشدن‌ها و انواع طرح‌هایی که پیشنهاد می‌شود، گله کردند. با این حال تا چند روز دیگر فیلم سینمایی «میان صخره‌ها» از آثار سینمای کودک و نوجوان روی پرده سینماها می‌رود. این فیلم به نویسندگی و کارگردانی مختار عبداللهی و تهیه‌کنندگی محمد احمدی از روز چهارشنبه ۱۸ مردادماه در سینماهای سراسر کشور اکران خواهد شد.

پوستر اصلی این فیلم در آستانه اکران رونمایی شده که علی مهدوی طراحی آن را برعهده داشته است. در خلاصه داستان «در میان صخره‌ها» آمده است: «ابراهیم و ایلما خواهر و برادری چوپان هستند که در نبود پدر و مادر خود، گوسفندان را برای چرا به دشت می‌برند، ولی در این میان مشکلاتی رخ می‌دهد که باید با آنها مواجه شوند.»

اسماعیل مرادی، مریم آل‌احمد، حمیدرضا غیبی و آندیا یحیی‌پور بازیگران اصلی این فیلم هستند. این فیلم در آخرین دوره جشنواره بین‌المللی فیلم کودک و نوجوان اصفهان موفق به کسب جایزه ویژه داوران و پروانه زرین بهترین بازیگر کودک شد. همچنین در هجدهمین جشنواره بین‌المللی درون خانوادگی (Within the family) روسیه توانست جوایز بهترین فیلم و بهترین بازیگر را به دست آورد.

انتقاد نماینده مجلس از تعارض منافع در صدور مجوزهای صوت و تصویر فراگیر

عضو هیات‌رئیسه مجلس شورای اسلامی با اشاره به بحث مهم این روزها بین وزارت ارشاد و سازمان صداوسیما درباره صدور مجوزهای صوت و تصویر فراگیر و تبلیغات، تاکید کرد که تعارض منافع در این موضوع باید جدی گرفته شود.

احمد نادری، عضو هیات‌رئیسه مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، با انتقاد از برخی موازی‌کاری‌ها و همچنین درنظر نگرفتن تعارض منافع در امر قانون‌گذاری، به مصوبه جدید شورای عالی انقلاب فرهنگی و همچنین مواد ۷۶ و ۷۷ پیش‌نویس قانون برنامه هفتم درخصوص وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما اشاره کرد و گفت: «وقتی در یک حوزه، قانون جامعی وجود دارد، نباید بدون در نظر گرفتن آن مقرره جدید نوشت یا به خاطر حمایت از یک سازمان و بدون درنظر گرفتن تعارض منافع، مرجع اصلی فرهنگ و هنر را تضعیف کرد.»

صداوسیما ذی‌نفع است؛ نمی‌تواند خودش ناظر یا مرجع صدور مجوز باشد

نادری با تاکید بر لزوم تعریف درست از «صوت و تصویر فراگیر» برای یافتن مصادیق آن و با اشاره به تعریف مرکز ملی فضای مجازی از این موضوع، بیان کرد: «مساله اصلی در صوت و تصویر فراگیر، پخش زنده و نامشخص بودن مخاطب است که عملا در انحصار سازمان صداوسیما قرار دارد، اما خارج از این بحث، واگذاری همه حوزه‌های صوت و تصویر به سازمان صداوسیما که خود ذی‌نفع و یکی از بازیگران و درواقع رقیب تولیدکنندگان محتوای صوتی و تصویری است، مصداق بارز تعارض منافع بوده که غیر از آن عملا باعث تداخل در حوزه وظایف دستگاه‌های متولی فرهنگ و هنر و به‌خصوص وزارت ارشاد خواهد شد.»

این عضو هیات‌رئیسه مجلس در ادامه با بیان اینکه در موضوع «تبلیغات» قانون و مصوبه شورای انقلاب به درستی تمام اختیارات را متوجه وزارت ارشاد کرده، از مصوبه جدید شورای عالی انقلاب فرهنگی و لایحه ارسالی دولت برای برنامه هفتم انتقاد کرد و گفت: «گلوگاه‌های اقتصادی نیازمند نظارت است و بهترین ناظر در حوزه‌های فرهنگ و هنر، وزارت ارشاد است. سازمان صداوسیما در موضوع تبلیغات اولا نیازمند اخذ مجوز از وزارت ارشاد است و ثانیا مجریان بازرگانی در صداوسیما نیز نیازمند اخذ مجوز از وزارت ارشاد هستند.»

نماینده مردم تهران، ری، اسلامشهر، شمیرانات و پردیس در مجلس شورای اسلامی افزود: «سازمان صداوسیما چه در حوزه صوت و تصویر و چه در موضوع تبلیغات و بازرگانی، ذی‌نفع است و قطعا نمی‌تواند ناظر یا مرجع صدور مجوز باشد درحالی که وزارت ارشاد هیچ انتفاعی از نظارت بر این موضوعات ندارد و به‌عنوان مثال در حوزه تبلیغات سال‌هاست که با کمترین حاشیه و تخلف، تبلیغات در سراسر کشور و همه فضاهای شهری، مجازی و مکتوب را نظارت می‌کند و تجربه همراهی و هماهنگی با دستگاه‌های مختلف از جمله وزارت بهداشت، وزارت صنعت و حتی صداوسیما را دارد.» نادری در موضوع «فضای مجازی» و با اشاره به اینکه صداوسیما به‌عنوان رقیب کانون‌های تبلیغاتی، مجازی تبلیغی گسترده در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و تولید محتوای ویژه، نمی‌تواند همزمان ناظر این فضا نیز باشد، ابراز امیدواری کرد که «مجلس با دقت ویژه، موضوع صوت و تصویر فراگیر و تبلیغات را در لایحه پیشنهادی برنامه هفتم مورد بررسی قرار دهد.» نماینده مجلس شورای اسلامی افزود: «امیدوارم مجلس با نگاه فرابخشی، نظارت بر این موضوعات را که نیازمند مشارکت تمام بازیگران و دستگاه‌های مسئول و حمایت و اجماع آنها بر نحوه تنظیم‌گری است، تعیین تکلیف کند و در صورت وجود خلأهای احتمالی، از وزارت ارشاد درخواست آیین‌نامه یا ارائه دستورالعمل‌های جدید و همفکری با سایر سازمان‌ها داشته باشد.»