چون نابلدی شما را لو می‌دادند حذف‌شان کردید

میلاد جلیل‌زاده
خبرنگار گروه فرهنگ

«مال حزب‌اللهی هاست...» وقتی خانم معصومی اصل، مملکت را مال خودشان و خودشان را حزب‌اللهی عنوان می‌کردند، مدی به حرف الف این واژه دادند که در آفوبستان دل‌های جماعت ایرانی تا دورترین افق‌ها کش آمد؛ تلویزیون مال حزب‌اللهی هاست ولابد به همین سیاق، همه چیز مملکت مال نظمی است که خودش را حزب‌اللهی می‌داند و حتی حزب‌اللهی بودن را هم مال خودش می‌داند. خشم گسترده‌ای که این جملات به رغم ناشناس بودن گوینده‌اش برانگیخت، کاملا قابل درک بود. انگار این جمله نمادی بود از همه آنچه در سر یک طیف به خصوص می‌گذشت و اکثر اوقات علنا به آن اعتراف نمی‌شد، اما حالا از دهان یکی‌شان که ساده‌تر و بی‌سیاست‌تر از بقیه است، بیرون پریده بود. خانمی که این جمله جنجالی را به زبان آورد، نسبت به حضور بعضی چهره‌های اصلاح‌طلب و اعتدالی از جمله محمد جواد آذری جهرمی و محمد علی ابطحی در برنامه «به افق فلسطین» معترض بود. او اول این برنامه را تحسین کرد بابت اینکه علی اکبر رائفی پور را دعوت کرده‌اند و بعد به حضور چهره‌هایی از جمله آذری جهرمی و ابطحی تاخت.

چند روزی بیشتر از این اظهارات نگذشته بود که تیم محتوایی برنامه به افق فلسطین تغییر کردند تا در مقابل چشمان ناباور تمام آنهایی که به صحبت‌های خانم معصومی واکنش منفی نشان داده بودند، او و طیفی که مثل او فکر می‌کردند، برنده دعوا به نظر برسند. به طور قطع منصوره معصومی اصل، باعث و بانی چنین تغییر بنیادین و چالش برانگیزی در صداوسیما نبود؛ بلکه او را احتمالا بی‌اینکه خودش هم دقیقا بداند، در چه موقعیتی قرار گرفته، به عنوان یک رجزخوان نمادین جلو انداخته‌اند. وقتی یک طیف تمامیت‌خواه مطلقا به جذب اعتقادی نداشته باشد، چه حداقلی و چه حداکثری، طبیعتا به جای اینکه محبوبیت را محصول و پادافش فعالیت‌های اجتماعی و رسانه‌ای اش بداند، کم کردن روی بقیه و درآوردن لُج آنها را موقعیت خودش خواهد دید. بنابراین وصف اگر دقت کنیم آنچه منصوره معصومی اصل گفت حرفی نبود که ناخواسته از دهان یکی از دادیکال‌ها بیرون پریده باشد، بلکه بخشی از پروژه روحیه بخشی به آنهاست و به شکل آگاهانه پیاده می‌شود.

برنامه به افق فلسطین در میان تمام برنامه‌هایی که صداوسیما از زمان شروع طوفان الاقصی تا به حال ساخته، پربحث‌ترین و دیده‌شده‌ترین نمونه بود. البته باید توجه کرد که این رتبه در ضعیف‌ترین دوره از تاریخ کار تلویزیون جمهوری اسلامی (چهره موضوع فلسطین، کسب شده است و از همین رو وجود چنین برنامه‌ای و توجه مخاطبان به آن، خودبه‌خود نشان می‌داد که مشکل خیلی از مردم ما اگر مرجع‌شان در تحلیل و پیگیری اخبار فلسطین رسانه رسمی جمهوری اسلامی نیست، با اصل چنین مواضعی نیست، بلکه مشکل اصلی پرداختن ضعیف رسانه می‌ماند به موضوع است و این پرداخت ضعیف را می‌شود در تمام بیانه‌های دیگر دید. این برنامه که مخاطبش به طور واضحی مردم داخل ایران هستند، در کنار اطلاعات و تحلیل‌هایی که راجع به جنگ غزه می‌داد، کوشش بود برای اقناع‌سازی فکری در سطح جامعه و ساختن فضای عمومی بر سر مسائل انسانی حول محور مظلومان فلسطین. چیزی که این برنامه را مغضوب عده‌ای می‌کرد، ایستادن در جایی بود که عموما با لحن منفی «سیاست‌بازی» به آن از سوی تندروهای هر دو سر حمله می‌شد. همان طور که شد، ذوق‌زدگی نظیر آنچه در سر معصومی اصل می‌گذرد، رویکرد یک طیف سیاسی و اجتماعی به خصوص در داخل کشور است. در طیف مقابل هم شذوذاتی با همین درجه را می‌شود دید. به عنوان مثال صادق زیباکلام معروف بود به اینکه می‌گوید حتی اگر اسرائیل تا حق باشد و فلسطین برحق، این چه ربطی به مردم ما دارد و ما نباید برای احقاق چنین حقی هزینه دهیم، اما همین شخص حالا در یک مناظره صفحه شده که بخش‌هایی از آن در فضای مجازی وایرال شده، می‌گوید: «حتی اگر جمهوری اسلامی بتواند اسرائیل را نابود کند، من مخالف این هستم که جمهوری اسلامی اسرائیل را نابود کند.» اینکه صدای تندروهای دو طرف مرتب طنین بیشتری پیدا کند و ایده‌هایشان هر روز ضریب بیشتری بگیرد و شذوذات بیشتری عادی‌سازی شوند، به معنی مرگ امر سیاسی در ایران است و نتیجتا ایجاد گسل‌های عریض اجتماعی، سیاست‌ورزی باید شبیه بازی شطرنج باشد نه فضای یک استادیوم فوتبال که بازیکنانش از وسط جمن سبز کنار کشیده‌اند و تماشاچیان دو طرف میدان دار اصلی دعواشده‌اند. در چنین شرایطی است که هر حرکتی به سمت عقلانیت تکفیر می‌شود. طبیعتا تماشاچیان استادیوم فوتبال که حالا تحقق رویای تبدیل شدن به بازیگران اصلی صحنه را جدی می‌بینند، دوست ندارند بازی عوض شود و دوباره میز شطرنج چیده شود که در آن هیچ مهارتی ندارند.

از آنجا که مخاطب اصلی برنامه‌ای اش مثل به افق فلسطین، ایرانی‌های داخل کشور هستند، دلیل برخود حذفی با عوامل آن و اعضای اتاق فکرش را هم می‌شود در همین بستر فهم کرد که تماشاچیان سابق استادیوم فوتبال و بازیگران فعلی صحنه نمی‌خواهند دوباره میز شطرنج چیده شود، چون در آن هیچ مهارتی ندارند. به عبارت ساده‌تر هنان میزان موفقیتی که برنامه به افق فلسطین در راهیابی به بحث‌های عمومی جامعه و اقناع‌سازی و اجماع‌سازی داشت، کافی بود تا ناتوانی طیف‌های تندروی کشور در برقراری مفاهمه با جامعه و نابلدی‌شان در کار رسانه‌ای لو بود. همین است که تمام خشم‌شان را به طور نمادین بر سر حضور دو میهمان یک برنامه بیوز می‌دهند و با مادی که به ادای واژه الف می‌دهند، چنانکه مشخص است از حرص دندان به هم می‌سایند، می‌گویند تلویزیون مال حزب‌اللهی هاست و منظورشان از حزب‌اللهی هم خودشان است. آنها این برنامه تلویزیونی را به مثابه روزنه‌ای می‌دیدند که ممکن بود از آن سیل به راه بیفتد و چون راهی منطقی برای ایستادن در مقابل آن به جز قلدری باقی نمانده بود، حب کردند اگر با قلدری جلویش نایستند و کارش را متوقف نکنند، این الگوی بدبهی و ساده را پیش چشم همه بگذارد که جذب مخاطب ایرانی برای تماشای تلویزیون، آن هم درخصوص موضوعی مثل فلسطین کاری محال نیست، بلکه مدیران فعلی رسانه این‌کاره نیستند.

ادامه از صفحه ۱۳

تیم محتوایی «به افق فلسطین» تغییرکرد تا ضعف بقیه آنتن تلویزیون به چشم نیاید!

جزیره کم تحمل‌ها

عاطفه جعفری
خبرنگار گروه فرهنگ

بیست و چهارم مهرماه اولین شب پخش برنامه تلویزیونی «به افق فلسطین» بود. ویژه‌برنامه‌ای به سردبیری مهدی عرفانی و تهیه‌کنندگی محمدرضا و پدیدشی فر. شهیدی فر تا قبل از این، تولید برنامه‌هایی چون «مردم ایران سلام» و «بیارک ملت» را در کارنامه خود داشته است. این برنامه‌ها در زمان پخش خود با اقبال خوبی از جانب مخاطبان تلویزیون همراه شدند و حالا در روزگار بمباران غزه و رسانه، تیم محتوایی نازنفسی با تهیه‌کنندگی شهیدی فر، برنامه به افق فلسطین را به آنتن شبکه افق آوردند. رسالت این برنامه، پاسخگویی به شبهات و همچنین بیان «تاگفته‌های نبردی خوتین بود. در یک ماه و اندی که از جنایات صهیونیست‌ها گذشته، همچنان دستگاه پروپاگندا به این برنامه، نه فقط در شبکه افق بلکه در میان همه شبکه‌های رسانه ملی شناخته شود. سال‌هاست رژیم اشغالگر قدس در جهت توجیه حضور و مظلوم‌نمایی، فعالانه در رسانه‌ها و مخصوصا رسانه‌های فارسی زبان مشغول تولید محتواست. از سوی دیگر این شبهه را مطرح می‌کند که موضوع حمایت از فلسطین و مبارزه با اسرائیل حزب‌الله ایران نیست و تنها یک اقلیت در حاکمیت طرفدار این موضوع است. در رویارویی با این همچه‌ها و حمله‌ها، رسانه چه کار مهمی انجام داد؟ و شاید پرسش دقیق‌تر این باشد که آیا اصلا در این میدان نبرد رسانه‌ای، نیاز مخاطب در برنامه‌ریزی مدیران رسانه دیده شده؟ حالا و درست در زمانه‌ای که مهم‌ترین اتفاق در جهان اسلام رقم می‌خورد، به جای بحث‌های تئوری و فلسفی و تحلیل‌های تکراری، برنامه‌ای روی آنتن شبکه افق سیما رفت که توانست از موضوع قدیمی و تکراری فلسطین، محتوای جدید و بدیع و مورد نیاز مخاطب تولید کند و به مصاف رسانه‌های رقیب رود. به افق فلسطین مورد اقبال و گرفت‌ن محتوایی قارگرفت برای اینکه:

۱- به افق فلسطین توانست در بحبوحه دگرگوی‌های سخت و بی‌سابقه، به رژیم غاصب، با همه محدودیت‌ها، ارتباط مستقیم با میدان نبرد در غزه و کرانه باختری و جنین و... بوقرار کند و بی‌واسطه و مستقیم مخاطب را در جریان اتفاقات میدانی قرار دهد.

۲- این برنامه به خوبی توانست ما جرای فلسطین را محور انسجام ملی قرار دهد و از منتهای مسیر اصلاح‌طلبی تا این سوی جریان اپوگرایی نگاه مشترک و دغدغه‌مند ملی به ماجرای فلسطین را نمایش دهد.

۳- به افق فلسطین در سخت‌ترین دوره تلویزیون در مواجهه با بحران مخاطب توانست در کانون توجه دائقه‌های مختلف قرارگیرد و جریان‌ساز باشد.

۴- این برنامه توانست از گرافیک جذاب و تدوین‌های حرفه‌ای، محتوای مورد علاقه مخاطب را تولید کند به عبارتی از فرم خوب در جهت تولید محتوای خوب، استفاده کرد و مؤثر واقع شد.

علاوه‌بر موارد بالا حتما موارد دیگری هم می‌توان برای توفیق این برنامه برشمرد. برنامه‌ای که در مدت زمان کوتاهی فرآیند برنامه‌ریزی و اجرا را پشت سر می‌گذارد حتما در مسیر خود با اشکال و ایراداتی هم ممکن است روبه‌رو باشد، اما وقتی اشکال و ایراد در نظر مخاطب دیده نمی‌شود، نشان می‌دهد که تیم تولیدکننده هوشیارند و مسیر برنامه را رصد و اصلاح می‌کنند. اگر برای برنامه سه ضلع برنامه‌ساز و مخاطب و سازمان صداوسیما را در نظر بگیریم، باید گفت دو ضلع، وظیفه خود را به خوبی به انجام رسانده‌اند؛ اول برنامه‌ساز که تمام تلاش خود را به کار بسته و چهارم مهرماه اولین شب پخش برنامه تلویزیونی «به افق فلسطین» بود. ویژه‌برنامه‌ای به سردبیری مهدی عرفانی و تهیه‌کنندگی محمدرضا شهیدی فر. شهیدی فر تا قبل از این، تولید برنامه‌هایی چون «مردم ایران سلام» و «بیارک ملت» را در کارنامه خود داشته است. این برنامه‌ها در زمان پخش خود با اقبال خوبی از جانب مخاطبان تلویزیون همراه شدند و حالا در روزگار بمباران غزه و رسانه، تیم محتوایی نازنفسی با تهیه‌کنندگی شهیدی فر، برنامه به افق فلسطین را به آنتن شبکه افق آوردند. رسالت این برنامه، پاسخگویی به شبهات و همچنین بیان «تاگفته‌های نبردی خوتین بود. در یک ماه و اندی که از جنایات صهیونیست‌ها گذشته، همچنان دستگاه پروپاگندا به این برنامه، نه فقط در شبکه افق بلکه در میان همه شبکه‌های رسانه ملی شناخته شود. سال‌هاست رژیم اشغالگر قدس در جهت توجیه حضور و مظلوم‌نمایی، فعالانه در رسانه‌ها و مخصوصا رسانه‌های فارسی زبان مشغول تولید محتواست. از سوی دیگر این شبهه را مطرح می‌کند که موضوع حمایت از فلسطین و مبارزه با اسرائیل حزب‌الله ایران نیست و تنها یک اقلیت در حاکمیت طرفدار این موضوع است. در رویارویی با این همچه‌ها و حمله‌ها، رسانه چه کار مهمی انجام داد؟ و شاید پرسش دقیق‌تر این باشد که آیا اصلا در این میدان نبرد رسانه‌ای، نیاز مخاطب در برنامه‌ریزی مدیران رسانه دیده شده؟ حالا و درست در زمانه‌ای که مهم‌ترین اتفاق در جهان اسلام رقم می‌خورد، به جای بحث‌های تئوری و فلسفی و تحلیل‌های تکراری، برنامه‌ای روی آنتن شبکه افق سیما رفت که توانست از موضوع قدیمی و تکراری فلسطین، محتوای جدید و بدیع و مورد نیاز مخاطب تولید کند و به مصاف رسانه‌های رقیب رود. به افق فلسطین مورد اقبال و

چرا تیم محتوایی به افق فلسطین حذف شدند؟

شنبه‌شب ۲۰ آبان ماه، شبکه‌های رسمی روزنامه «فرهیختگان» در فضای مجازی گزارشی غاصب، با همه محدودیت‌ها، ارتباط مستقیم با میدان نبرد در غزه و کرانه باختری و جنین و... برقرار کند و بی‌واسطه و مستقیم مخاطب را در جریان اتفاقات میدانی قرار دهد.

۲- این برنامه به خوبی توانست ما جرای فلسطین را محور انسجام ملی قرار دهد و از منتهای مسیر اصلاح‌طلبی تا این سوی جریان اپوگرایی نگاه مشترک و دغدغه‌مند ملی به ماجرای فلسطین را نمایش دهد.

۳- به افق فلسطین در سخت‌ترین دوره تلویزیون در مواجهه با بحران مخاطب توانست در کانون توجه دائقه‌های مختلف قرارگیرد و جریان‌ساز باشد.

۴- این برنامه توانست از گرافیک جذاب و تدوین‌های حرفه‌ای، محتوای مورد علاقه مخاطب را تولید کند به عبارتی از فرم خوب در جهت تولید محتوای خوب، استفاده کرد و مؤثر واقع شد.

علاوه‌بر موارد بالا حتما موارد دیگری هم می‌توان برای توفیق این برنامه برشمرد. برنامه‌ای که در مدت زمان کوتاهی فرآیند برنامه‌ریزی و اجرا را پشت سر می‌گذارد حتما در مسیر خود با اشکال و ایراداتی هم ممکن است روبه‌رو باشد، اما وقتی اشکال و ایراد در نظر مخاطب دیده نمی‌شود، نشان می‌دهد که تیم تولیدکننده هوشیارند و مسیر برنامه را رصد و اصلاح می‌کنند. اگر برای برنامه سه ضلع برنامه‌ساز و مخاطب و سازمان صداوسیما را در نظر بگیریم، باید گفت دو ضلع، وظیفه خود را به خوبی به انجام رسانده‌اند؛ اول برنامه‌ساز که تمام تلاش خود را به کار بسته و نقل از منابع آگاه، این خبر را منتشر کرد، «برنامه به افق فلسطین که از روزهای ابتدایی جنگ اخیر روی آنتن شبکه افق می‌رود و توانسته بود با ادبیات و نگاهی جدید مخاطبان زیادی جذب کند، به یکباره چار شوک شد». در بخش دیگری که بر مردم مظلوم غزه می‌گذرد و حماسه‌آفرینی جانانه جوانان مقاومت عرضه را بر رژیم غاصب و کودک‌کش صهیونیستی تنگ کرده، توقف تولید این برنامه اقدام مناسبی نبود و لازم است همواره مصالح کلان و راهبردی بر تصمیمات و مصالح خرد غالب باشد.»

تزلزلی تولید برنامه در صداوسیما از مدت‌ها پیش کلید خورده است و به نظر می‌رسد فرآیند های ناقص برنامه‌سازی قرار نیست دست از سر تلویزیون بردارد و اتفاقاتی که بر سر تیم محتوایی به افق فلسطین آوردند هم بار دیگر اثبات کرد که حتی راهکارها و ترفندهای خلاقانه هم نمی‌تواند بلای این روزهای تلویزیون را دفع کند. به نظر می‌رسد که باید چاره‌ای دیگر اندیشید.

مخاطب در افق رسانه محو می‌شود!

هادی ناصری
فعال فرهنگی

بعضی وقت‌ها برنامه‌ها هستند که به شبکه‌ها هویت می‌دهند. یکی از نمونه‌های چند سال اخیر که مشهور شد برنامه خندوانه است که برای شبکه نسیم ساخته شد. هنوز وقتی اسم شبکه نسیم می‌آید، مخاطب تنها تصویری که در ذهن دارد، خندوانه است. شبکه افق در حدود ۹ سالی که برنامه تولید و پخش کرده، هیچ وقت نتوانسته بود مخاطب فراگیر و باتنوع سلیقه، برای خود دست و پا کند. شاید اصلا به این موضوع هم در طول این مدت اعتقادی نداشته اما فلسطین توانست در مدتی کوتاه با این برنامه، نه فقط در شبکه افق بلکه در میان همه شبکه‌های رسانه ملی شناخته شود. سال‌هاست رژیم اشغالگر قدس در جهت توجیه حضور و مظلوم‌نمایی، فعالانه در رسانه‌ها و مخصوصا رسانه‌های فارسی زبان مشغول تولید محتواست. از سوی دیگر این شبهه را مطرح می‌کند که موضوع حمایت از فلسطین و مبارزه با اسرائیل حزب‌الله ایران نیست و تنها یک اقلیت در حاکمیت طرفدار این موضوع است. در رویارویی با این همچه‌ها و حمله‌ها، رسانه چه کار مهمی انجام داد؟ و شاید پرسش دقیق‌تر این باشد که آیا اصلا در این میدان نبرد رسانه‌ای، نیاز مخاطب در برنامه‌ریزی مدیران رسانه دیده شده؟ حالا و درست در زمانه‌ای که مهم‌ترین اتفاق در جهان اسلام رقم می‌خورد، به جای بحث‌های تئوری و فلسفی و تحلیل‌های تکراری، برنامه‌ای روی آنتن شبکه افق سیما رفت که توانست از موضوع قدیمی و تکراری فلسطین، محتوای جدید و بدیع و مورد نیاز مخاطب تولید کند و به مصاف رسانه‌های رقیب رود. به افق فلسطین مورد اقبال و

ادامه از صفحه ۱۲

رسانه، حقیقت و پساحقیقت به افق فلسطین

سهیلا عباس‌پور
خبرنگار گروه ایده حکمرانی

در عصر پساحقیقت که مخاطب با تکثر و تعدد منابع رسانه‌ای مواجه است و حقیقت، تنها از سوی یک منبع یا جریان کلان رسانه‌ای ارائه نمی‌شود، به‌ویژه در جامعه‌ای که به دلیل کم‌رنگ شدن جایگاه رسانه ملی کلان و رسمی ارتباط با حقیقت و مهم‌پویدن آن به محاق رفته است و آن حقایق عینی برای مخاطب در مقایسه با اهمیت یافتن روزافزون عاطفه و احساسات فاقد اعتبار شده یا اعتبار اندکی دارد، این تفسیرهایی از حقیقت است که برای مخاطب مهم و جایگزین می‌شود و البته فرد این تفاسیر متعدد را از منابع متکثر به روایت‌های مختلف و در قالب‌های گوناگون دریافت می‌کند که دیگر پساحقیقت نامیده می‌شود. فهم این مسأله که جایگاه و کارکرد رسانه در رابطه با نیاز اصلی مخاطب و جامعه و میزان انعکاس مسائل واقعی که برای مخاطب دارای اهمیت و اعتبار است دچار افت و خیزی می‌شود و انتخاب فرم و محتوا را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در چنین شرایطی، رسانه‌های کلان و رسمی در جامعه متکثری مانند ایران به مراتب با پیچیدگی و مشکلات بیشتری برای بازتعریف جایگاه خود و ارتقای کارکردی مواجه‌اند، همان گونه که تاکنون در مواجهه با مسأله تکثر در جامعه ایران به مشدت منفعل عمل کرده‌اند و ضمن نادیده گرفتن آن مسأله نتوانسته‌اند به نمایندگی از این تعدد و تکثرهای موجود هویتی درون کشور اعم از سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، ذیل واژه ایرانی و چتر فراگیر گفتمان اقناعی انقلاب اسلامی و بنا بر وظیفه ملی در رویارویی با مسائل مخاطب از بعد حقیقت و انعکاس آن عمل کنند. این ضعف کارکردی بارها در مواقع حساس و بحران‌های گوناگون خود را نشان داده است و اخیرا نیز به شکل ملموس‌تری در مسأله غزه و طوفان الاقصی بروز پیدا کرد. برخی واکنش‌های داخلی به مسأله فلسطین و موضع‌گیری نسبت به شرایط غزه و جنگ، محصول کارکرد همین رسانه‌های رسمی و زبان خود را برگزیننده و افکار و اندیشه‌های گوناگون و خرده‌هویت‌های متکثر را با عنوان ملت ایران نمایندگی کنند تا به این‌گونه محور وحدت بخش داخلی گفتمان جمهوری اسلامی را.. با وجود تمام کاستی‌ها و اختلاف‌ها میان جریان‌های سیاسی درون کشور، شرایط دشوار اقتصادی که هیچ‌کس منکر آن نیست، تقویت کرده و حمایت افکار عمومی جامعه را در مواجهه با سیاست خارجی کشور پشتوانه خود سازند.

رسانه ملی که با ریزش چشمگیر مخاطب طی سال‌های اخیر به اعتراف آمار و ارقام و نظرسنجی‌های انجام‌شده، مواجه بوده نشان داده که در صورت حمایت و تقویت ایده‌های خلاق می‌تواند تولیدات درخشانی داشته باشد که در مواقع بحرانی افکار عمومی جامعه را با تاثیرگذاری مثبت بر حافظه جمعی شکل داده و متاثر کند تا ضمن تقویت کلان روایت انقلاب اسلامی، در مواجهه با مسائل دنیای مدرن و جهان اسلام در پیرامون، حتی آنچه محور وفاق و وحدت ملی است، نقش آفرینی پویایی داشته باشد. ایده هوشمندانه ساخت و اجرای برنامه به افق فلسطین که بنا بر اخبار و شنیده‌ها با تغییر تیم محتوایی برنامه مواجه شد، درحالی که باوجود تبلیغات گسترده جریان خوشخوانه فصل جدید «زیرخاکی» در مرحله پیش‌تولید است، فصل جدید «نوخ» تولید خود را آغاز کرده است و کارهای دیگر هم بررسی می‌شود.» او در پاسخ به سوال خبرنگار تسنیم درباره روند ساخت سریال «پایتخت»، گفت: «قبلا هم این جمله را گفته‌ام؛ دوستان ما در سیما فیلم روزانه مشغول مذاکره با تهیه‌کنندگان و کارگردانان متنوع و مختلفی از مجموعه‌های مختلف و درباره تولیدات جدید و تولیدات فصل‌های جدید هستند.»

پیمان جبلی، رئیس صداوسیما همچنین درباره شروع «نوخ» و پیش تولید فصل جدید «زیرخاکی» گفت: «مجموعه‌هایی که در حال تولید است، همکاران ما در دفتر فیلمنامه و در سیمافیلم و در کارگروه‌های تخصصی موضوعی قرارگاه محتوایی سازمان، همه تلاش‌شان این است ترکیب کارهایی که تولید می‌شود ترکیب متوازن و متناسبی باشد که در آنها داستان‌های تاریخی، تاریخ اسلام، تاریخ معاصر، تاریخ دفاع مقدس، کارهای طنز و کمدی، ملودرام و کارهایی که به حوزه‌های مختلف و در ساختارها و ژانرهای مختلف تولید می‌شود، وجود داشته باشد که این مقداری سخت است. برای اینکه فیلمنامه‌ها باید آماده باشد تا همزمان ما بتوانیم در ساختارهای مختلف تولید کنیم اما تلاش دوستان ما این است که حذف در تمام مراحل تولید کارهای طنز داشته باشیم. خوشبختانه فصل جدید «زیرخاکی» در مرحله پیش‌تولید است. فصل جدید «نوخ» تولید خود را آغاز کرده است و کارهای دیگر هم بررسی می‌شود.» او در پاسخ به سوال خبرنگار تسنیم درباره روند ساخت سریال «پایتخت»، گفت: «قبلا هم این جمله را گفته‌ام؛ دوستان ما در سیمافیلم روزانه مشغول مذاکره با تهیه‌کنندگان و کارگردانان متنوع و مختلفی از مجموعه‌های مختلف و درباره تولیدات جدید و تولیدات فصل‌های جدید هستند.»

۱- عدم نمایندگی واقعی افکار عمومی با دیدن تکثرها از سوی رسانه ملی منجر به بلامَوضوع شدن کارکرد آن نزد مخاطب شده است و درصد بالایی از افراد ترجیح می‌دهند آنچه به زعم آنها حقیقت نامیده می‌شود را از منابع دیگری دریافت کرده و به روایت آنها گوش و چشم بسپارند. این ضعف کارکردی و نمایندگی منجر به تفسیرهایی شده از جنس اینکه رسانه کلانی مثل تلویزیون ملی به نمایندگی از اقلیتی خاص همواره عمل کرده و بادر نمایش حقیقت بالاتر است. لذا پاسخ به مسأله تکثر در جامعه ایران که چگونه باید با آن برخورد کرد و اینکه نادیده گرفتن آن چه تبعاتی برای جامعه و کشور داشته است، از بحث‌های بنیادین است که اندیشمندان عرصه فرهنگ، سیاست و اجتماع باید به آن بپردازند. شکل‌گیری این ذهنیت که رسانه، رسانه‌ای واقعه‌ای ملی بوده و رسانه من مخاطب ایرانی است، از پراکندگی و تشتت در جامعه می‌کاهد و به حذف تک‌صدایی و انحصارگری در عرصه رسانه منجر می‌شود.

۲- حقیقت برای مخاطبان بنا بر دغدغه‌های شخصی و عمومی هنگامی که از جنس هست‌هایی مانند معیشت و وضعیت کنونی آن باشد، دیگر ارائه صرف آن از سوی رسانه دردی را دوا نمی‌کند و مخاطب به دنبال چه باید کرد و راه حل است. در چنین شرایطی موضوع اظهمن الشمسی مانند فلسطین که محور همدلی ملت با حاکمیت و پشتوانه موضع‌گیری جمهوری اسلامی در سطح بین‌المللی فارغ از سلیقه شخصی، تفاوت دیدگاه‌ها و تفاسیر گوناگون از شرایط داخلی کشور بوده، محل شک و تردید برای مخاطب یا بر روایت‌های شخصی افراد از وضعیت شان می‌شود، ولو اینکه ساعت‌ها به تبیین چرایی موضع حمایت و همراهی با فلسطین از سوی رسانه پرداخته شود.

۳- در عصر پساحقیقت که ادراک مخاطبان با وجود تعدد رسانه‌های خرد و ارائه حجم زیادی از محتوا به شدت متاثر می‌شود، سابقه رسانه ملی در انعکاس مسائل و بحران کنونی ارتباط با مخاطب و نیازهای واقعی او بحران اعتماد عمومی را مدت‌هاست پدید آورده است. رسانه ملی تأثیر درون رقابت رسانه‌ای با انبوهی از رسانه‌هاست که بسیار سهل‌الوصول هستند و افکار را به صورت آنی متاثر می‌کنند. این ضرورت رقابت، جنسی از برنامه‌سازی را می‌طلبد که با توجه به جایگاه کنونی رسانه کلان نزد مخاطب، اهمیت فرم و محتوا را توأمان دارک کند تا قادر به تبیین باشد.

۴- ذهنیت مدیریت حاکم بر رسانه ملی باید قادر به تحلیل اقتضائات در تعامل با مخاطب و نیز تشخیص منافع ملی کشور باشد که اگر نباشد همین جایگاه کج دار و مریز اکنون را از دست خواهد داد، چه برسد به رقابت با رسانه‌های خرد یا جریان رسانه‌ای حاکم در پیرامون خود. تعطیل شدن به افق فلسطین نشان از فاصله بسیار زیاد مدیران و ذهنیت تصمیم‌ساز مؤثر اصلی در رسانه ملی دارد که با نادیده گرفتن بازخوردهای این برنامه از سوی مخاطبان نشان داد از تحلیل بحران رسانه در جامعه و شکاف‌های موجود فرهنگی و اجتماعی به پویه در رابطه با حاکمیت و ملت ناتوان است یا اینکه خود را به ندیدن زده و مدیریت حزبی در رسانه ملی ارجح بر همه چیز است. همین میزان مخاطب کنونی نیز با این عقلانیت حاکم بر رسانه ملی حاکی از تاب‌آوری بالای مخاطبان بیننده است که به نظر می‌رسد مدیریت رسانه ملی و نگاه حاکم بر عرصه رسانه همچنان از درک آن عاجز است.

اندکی پیرامون آنچه حذف شد

جوین جعفری
خبرنگار

برای شروع این مطلب، با خیال راحت جز رئیس‌جمهور که اصولا بر این باورم که صداوسیمای ایران بنا به دلایلی کاملا مشخص و بی‌نیاز از توضیح با دست‌کم خارج از حوصله من نویسنده و شمای مخاطب، قادر به ساخت برنامه جذاب و مخاطب‌دار نیست با دست‌کم قادر به نگهداری و حفظ یک برنامه پرمخاطب نیست. شاهد من بر این مدعا حذف طویل برنامه‌هایی با قدمت ۱۰ سال و ۲۰ سال است که بی‌دلیل، در اوج محبوبیت با دست‌کم با محبوبیتی بیش از نیازنامه‌های امروزین، به ناگاه به محاق تعطیل رفتند و کسی هم نفهمید چرا؟ دلیل حذف کامل صداوسیما نیستم که هم امری است بیهوده و هم اینجا جایش نیست و هم من قاضی مناسبی نیستم. آنچه من به دنبال آن، هزار کلمه مطلب صریح و ساده و شفاف و بی‌شبله پیله است که همه مخاطبان این مطلب بتوانند به راحتی و بدون نیاز به تفسیر یا تحلیل اضافه‌ای درک و هضمش کنند. الزامی هم به موافقت یا بدیش از ندارند. بنابراین امید دارم بتوانم تا انتهای این مطلب هم به خواسته خود برسم و هم شما را همراه نگه دارم. تخست اینکه برنامه به افق فلسطین، به این دلیل صدا کرد که شبیه یک برنامه همیشگی صداوسیما نبود. هم کاملا خارج از خط قابل پیش‌بینی بود، به نقل از منابع آگاه، این خبر را منتشر کرد: «برنامه به افق فلسطین که از روزهای ابتدایی جنگ اخیر روی آنتن شبکه افق می‌رود و توانسته بود با ادبیات و نگاهی جدید مخاطبان زیادی جذب کند، به یکباره چار شوک شد». در بخش دیگری که بر مردم مظلوم غزه می‌گذرد و حماسه‌آفرینی جانانه جوانان مقاومت عرضه را بر رژیم غاصب و کودک‌کش صهیونیستی تنگ کرده، توقف تولید این برنامه اقدام مناسبی نبود و لازم است همواره مصالح کلان و راهبردی بر تصمیمات و مصالح خرد غالب باشد.»

تزلزلی تولید برنامه در صداوسیما از مدت‌ها پیش کلید خورده است و به نظر می‌رسد فرآیند های ناقص برنامه‌سازی قرار نیست دست از سر تلویزیون بردارد و اتفاقاتی که بر سر تیم محتوایی به افق فلسطین آوردند هم بار دیگر اثبات کرد که حتی راهکارها و ترفندهای خلاقانه هم نمی‌تواند بلای این روزهای تلویزیون را دفع کند. به نظر می‌رسد که باید چاره‌ای دیگر اندیشید.

فاکتورهایی برای موفقیت الجزیره بیان شد که در رسانه‌های امروز ایران خاصه درصداوسیما نه تنها دست نیافتنی یک مباحث مانع منع هم هست. مشکل اصلی اینجاست که رسانه نباید کنترل پذیر باشد. آزادی عمل و اجازه دادن به یک برنامه یا گفت‌وگو برای پیش رفتن حتی تا سرحد مرزهای جنگ، بخشی از جادویی است که یک رسانه ریسک آن را می‌پذیرد. اینجا البته از این خبر هاینیست. اینجا همه چیز باید در حد و شش مجریان تلویزیونی باشد. تکراری، مملا را و قابرو و صد البته ده سال عقب‌تر از مد روز اما مناسب سلیقه مدیرانی که احتمالا از جیبِ زندگی عقبیند و صدالبته که خوب نیز از این امر خبر ندارند. از این منظر هم کاملا قابل پیش‌بینی بود که این برنامه خیلی ماندگار نباشد. برنامه‌ای که مهمان و مجری با هم به بحث و جدل بپردازند، انگار فقط در رسانه‌های خارج از ایران است که یک برنامه زنده و دارای رنج به حساب می‌آید. اینجا دوستان خیلی به روح اعتقاد ندارند! اینکه یک برنامه بتواند فایخ از دستوراتی که از بالا و چپ و راست می‌رسند و همه بخشنامه‌های خشک و تهی از معنا - خاصه در دنیای رسانه - غلبه کند و معجزی جذاب و مخاطب‌پسند، تحویل مردم بدهد، خوب‌تر از آن است که بشود تحملش کرد. خوب‌تر از آن است که ماندگار شود. یادمان باشد اینجا برنامه ماندگاری اش را بیاندازید که بیشتر رنج ببینند! و وقتی برنامه‌ای با این کیفیت و مخاطب‌دار، در مورد فلسطین تحمل نمی‌شود، قرار است برنامه‌های بهتری در مورد سینمای هالیوود و ورزش و فرهنگ و تکنولوژی را شاهد باشیم؟ من باور نمی‌کنم.

چارسو

نامه ۱۲۶ سینماگر سرشناس ایرانی به دبیرکل سازمان ملل

موزه صلح تهران و خانه سینما در بیانیه‌ای کشتار غیرنظامیان در نوار غزه را محکوم کردند و درخواست آتش‌بس فوری دارند