میزگرد نقد برنامه‌های یلدایی تلویزیون در برنامه «جام‌جم» با حضور مدیر شبکه نسیم و سردبیر «فرهیختگان» برگزار شد

در جست‌وجوی تحول

دوشنبه شب محمد زعیم‌زاده، سردبیر روزنامه «فرهیختگان» و سید محمدرضا خوشرو، مدیر شبکه نسیم میهمانان شانزدهمین برنامه «جام جم» بودند. اجرای برنامه راسیدأحمد موسوی صمدی، برعهده داشت و در توضیح این قسمت از برنامه گفت: «اتفاقاتی که حول‌وحوش برنامه‌های شب یلدای تلویزیون افتاد، تمو تحریریه جام جم به طور خاص مدیران تلویزیون را متقاعد کرد که در این قسمت به برنامه‌های شب یلدا بپردازیم.» اشاره موسوی صمدی، انتقاداتی بود که در این چند روز به شیوه اجرای برنامه‌های تلویزیونی یلدای ۱۴۰۲ در رسانه‌های کشور مطرح شده بود. روزنامه «فرهیختگان» هم روز شنبه گزارشی با همین موضوع و با عنوان «دورگردان تلویزیون» منتشر کرده بود و این یکی از بهانه‌ها برای شکل‌گیری این میزگرد بود. با این حال زعیم‌زاده، سردبیر روزنامه «فرهیختگان»، دایره صحبت‌ها این گزیره را فراتر از برنامه‌های یلدا ۱۴۰۲ برد و نقطه نظراتی که مطرح کرد متوجه این گزاره بود که مدیران تلویزیون در برخورد واقعیت کاهش مخاطبان تلویزیون، از نظرات تحولی خودشان کوتاه آمدند. سردبیر «فرهیختگان» به دو رویکرد اصلی مدیران امروز تلویزیون در مواجهه با مساله کاهش مخاطب تلویزیون اشاره کرد؛ یکی رویکرد مبتنی بر تئوری اقلیت و قادار که بخشی از مدیران صداوسیما در تلویزیون به برنامه در پیش گرفتند و دیگری رویکردی برآمده از انفعال مدیریتی در تولید برنامه‌های تلویزیون. خوشرو، مدیر شبکه نسیم که مسئولیت هماهنگی و برنامه‌ریزی کارگروه برنامه‌های شب یلدا را برعهده داشت، با رد انتقادات روزنامه «فرهیختگان» بر این تاکید داشت که تحول در تلویزیون در حال شکل‌گیری است اما تلاش‌های رسانه‌های بیرون از سازمان این است که این درک تحول را در ذهن مخاطب و جامعه مخدوش کند. آنچه می‌خوانید متن گفت‌وگویی است که در این میزگرد شکل گرفت.

محمد زعیم‌زاده: صحبت‌هایش را این‌گونه شروع کرد: «در ابتدای صحبت‌هایم از برنامه خوب شما تشکر می‌کنم که از دو منظر قابل تمجید است؛ یکی اینکه رسم خودانتقادی که در کشورکم شاهدش هستیم را در این برنامه و برای تلویزیون می‌بینیم و به شما برای تولید این برنامه تبریک می‌گویم. دوم اینکه بحث‌های شما گفت‌وگومحورانست و تا جایی که دیدم دیدگاه‌های مختلف در آن حضور داشتند. البته این را هم بگویم که برنامه شما و یکی دوتای دیگر استدعای تلویزیون هستند.» سردبیر «فرهیختگان» در ادامه صحبت‌هایش گفت: «برای ورود به بحث می‌خواهم دوربین را کمی عقب‌تر بگذارم. از دهه ۸۰ و قبل‌ترش نقد صداوسیما از دو منظر بود. یکی خاستگاهی روشنفکری داشت و دیگری خاستگاه گفتمان انقلاب اسلامی. بخش عمده‌ای از خاستگاه انتقادی گفتمان انقلاب اسلامی هم برآمده از مطالبات تشکل‌های دانشجویی بود. خودم در سال ۱۳۹۰ طی دیدار دانشجویی که با رهبر انقلاب داشتم نکاتی را درمورد شیوه مدیریت صداوسیما دوره آقای ضرغامی مطرح کردم و بعدها هم در زمان علی عسگری بیان کردم. با وجود وضعیت صداوسیما، انتقادهایی در فضای رسانه داشتم. پس همه دلسوزان انقلاب دغدغه تحول در صداوسیما را داشتند و داشتیم و رسانه ملی را ملی می‌خواستیم و ملی می‌خواهیم. با این حال همیشه وضعیت مدیریت تلویزیون برای ما سوال بود و می‌دیدیم یک جای کار می‌لنگد. وقتی گفتمان تحول در صداوسیما مطرح شد به طور طبیعی باید خوشحال می‌شدیم.»

زعیم‌زاده بعد از این مقدمه، صحبت‌هایش را این‌گونه ادامه داد: «حال به سوال ابتدایی برگردیم و اینکه چرا ما درباره اجراهای شب یلدای صداوسیما نوشتیم، «دورگردان تلویزیون»، البته اینکه دورگردان تلویزیون خوب است یا نه را مفصل در موردش حرف خواهیم زد اما بگذارید با یک مثال بگویم که یلدای ۱۴۰۲ در منظر مخاطب بیرونی چه مفهومی داشت. وزنی یک رویدادی سوار تراکتور رفیقش می‌شود و به سمت شهر می‌رود. وسط راه صاحب تراکتور به شوخی می‌گوید اگر محاسنت را بزنی، تراکتورم را می‌دهم به تو! طرف هم که شوخی و جدی برایش فرقی نداشت، قبول کرد و محاسنش را از ته تراشید و صاحب تراکتور شد! عصر موقع برگشتن مرد به این فکر می‌کرد اگر بفهمند چطوری صاحب تراکتور شده، آبروش می‌رود و رکرد به رفیقش وگفت اگر تو هم محاسنت را بتراشی من هم تراکتور را بهت نمی‌دهم. صاحب قبلی تراکتور هم ریش‌هایش را از ته تراشید و دوباره صاحب تراکتور خودش شد! نزدیک روستاکه رسیدند، مرد روستایی به رفیقش گفت، می‌دونی به چی فکر می‌کنم. صبح من صاحب تراکتور بودم و الان هم صاحب تراکتوم، فقط نمی‌دونم این وسط محاسن مون را برای چی تراشیدیم؟ ببینید آنچه در یلدای ۱۴۰۲ و در تلویزیون دیدیم، چیزی شبیه همین حکایت است و نشان داد اینده تحول مدنظر دوستان با شکست مواجه شده است. مدیران مدیریت در این دو سال به این فکر می‌کردند که می‌شد چرخی را از نو اختراع کرد. سازمان بعد از دو سال به این نقطه رسیده است. از این جهت حقانیت دورگردان تلویزیون. درحقیقت بعد از دو سال برگشتیم به همان روستا و با همان صاحب تراکتور و فقط کمی چهره‌ها تغییر کردند.»

در ادامه این میزگرد محمدرضا خوشرو، صحبت‌های آغازین خود را این‌گونه شروع کرد: «خیلی خوشحال شدم که دوست عزیزمان در این برنامه حضور دارند و توضیحاتی را دادند. هرچند در احترام ماندند. در این چند روزی که گذشت رسانه‌ها اغراق‌آمیزی برای برنامه‌های شب یلدای تلویزیون استفاده کردند مثل دورگردان و امثالهم و خیلی برای ما سوال بود که این ابهام از کجاست؟ خیلی این برنامه حداقلش این است که ما متوجه طرح ابهامات دوستان شویم. باورم نمی‌شود که کسی تصور این را داشته باشد که در تابستان ۱۴۰۲ بازگشت داشتیم. من چون مسئولیت هماهنگی و برنامه‌ریزی کارگروه یلدای هر دو سال را داشتم، از جانب ماتفاوت ویژه و خاصی رخ نداده است غیر از اینکه تلاش کردیم، ذائقه مردم را بیشتر مدنظر قرار دهیم و برنامه‌ها را بهتر از قبل اجرا کنیم. مگر ما در برنامه‌های نوروز چه کار می‌کردیم. در مناسبت‌ها و مراسم مذهبی دیگر چه کار می‌کردیم. به نظر من هیچ اتفاق خاصی نیفتاده است. غیر از بهتر شدن برنامه‌ها و توسعه مخاطب و اینکه تلاش کردیم مخاطب خودش را بیشتر در فضای تلویزیون ببیند. اما آن چیزی که به عنوان تحول اتفاق اسم می‌زند و مثال زدن محاسن و اینها را گفتند؛ فکر می‌کنم که دوستان «فرهیختگان» و مجموعه رسانه‌های دیگر، تحولی مدنظرشان است که ما آن را نمی‌شناسیم. ما به عنوان مدیران دوران تحول، گاهی در فضای رسانه‌ای حرف‌هایی درخصوص تحول صداوسیما می‌شنویم که می‌گویند این فلان تحول است یا این بیسار تحول است. مگر تحول چه چیز عجیبی است. تحول مجموعه‌ای از اقدامات، راهبردها و سیاست‌های مفید برای تلویزیون و کل سازمان صداوسیما است و فضای رسانه‌ای کشور هم از آن متاثر خواهد شد ولی آن چیزی که دوستان در مورد عقبگرد یا تحولی در تحول، تصور می‌کنند ناشی از این است که همینی از تحول را ترسیم کردند و مرتب به آن حمله می‌کنند و قضاوتش می‌کنند. سوال ما این است که این برنامه‌های یلدا، کجایش معایرتی با برنامه‌های تحولی ما داشته است. اینکه مردم احساس بهتری دارند که در نظرسنجی‌ها و پیمایش‌ها و فضای عمومی ببینیم که میزان مخاطب یلدای امسال به نسبت سال گذشته افزایش داشته است، آیا معایرتی با تحول دارد؟ ضمن اینکه مخاطب مدیوم تلویزیون در کل دنیا کاهشی بوده اما همکاران ما در مناسبت‌های ویژه تلاش کردند که مخاطب را پای تلویزیون نگه دارند و در یلدای امسال نهایت تلاش را کردند که مخاطب راضی باشد. سوال من از شما این است که شما از برنامه‌های یلدا چه انتظاری داشتید و به ما بگویید برنامه‌های یلدای امسال چه معایرتی با آن برنامه تحولی مدنظر شما داشته است. به نظر می‌رسد که با فهم درستی از تحول وجود ندارد یا اینکه برنامه‌های شب یلدای امسال و سال گذشته را درست ندیدید.»

مجری برنامه در این بخش از میزگرد و در جمع‌بندی صحبت‌های مدیر شبکه نسیم گفت: «آقای خوشرو معتقدند که گفتمان تحول و قرائتی که توسط برخی از رسانه‌های در کشورما ارائه می‌شود، گفتمان دقیقی نیست و تحلیل و بازخوانی درستی از آن نمی‌شود. نکته دوم شان هم با استناد پیمایش‌ها و نظرسنجی‌های صورت گرفته است که تلویزیون قله‌های خوبی از لحاظ جذب مخاطب به دست آورده است. نظر شما در این باره چیست؟»

زعیم‌زاده در پاسخ به این بخش از صحبت‌های خوشرو گفت: «من قضاوتی نکردم که این دورویرگردان یا بازگشت از شعارهای تحولی پیشین مثبت است یا منفی. عرض کردم شما در برنامه‌ریزی‌ای که داشتید، به همان اسنادارده‌های دوره‌های قبل برگشتید. ما هم نگفتیم که این کار خوب است یا بد. اینکه می‌گویید آمارها رو به رشد است خیلی خوشحالم و دوست دارم به آمار مخاطبان تلویزیون رو به رشد باشد. اما من اساسا چنین وضعیتی را حاصل شیب نزولی تعداد مخاطبان در سال‌های اخیر می‌دانم. آقای خوشرو لطف کردند و به بحث خوبی ورود کردند و آمارها را برای مردم بگویند. حق مردم است که بدانند تلویزیون این روزها در چه وضعیتی است. بالاخره تلویزیونی که با پول بیت‌المال و مالیات مردم اداره می‌شود، باید بدانند چقدر مخاطب دارد. این را هم بگویم که من حتی مخالف آن مدل اجرای برنامه‌های یلدا نیستم. فقط توصیفی کردم و گفتم که به مدل اجرای دوره قبل برگشته است.»

زعیم‌زاده در توضیح صحبت‌هایش به تناقض بین یلدای ۱۴۰۲ تلویزیون و آن شعارهای تحولی اشاره کرد و گفت: «ببینید من در این مورد به چه چیزی استناد می‌کنم؟ اینکه مدیران ارشد سازمان نظرشان در مورد سلبریتی‌ها و طبقه متوسط چه بوده و چه است. مثلا دوسمت عزیزی از مدیران ارشد سازمان صداوسیما معتقد است که طبقه متوسط در جامعه ایران یک چیز برساخته است و واقعی نیست یا رباست محترم سازمان صداوسیما در مورد سلبریتی‌ها یدادگه‌هایی دارند. ایشان در روز ۱۶ آذرماه سخنرانی داشتند که گفتند خارج شدن از بند سلبریتیسم هزینه دارد و بعدترش گفتند که ما می‌خواهیم سلبریتی سالم داشته باشیم. اشاره من به این مواردی است که از سوی خود مدیران سازمان به عنوان تحول مطرح شده است و قضاوتی ندادشم در مورد اینکه آیا این دورویرگردان تلویزیون خوب است یا نه؟ می‌خواهم بگویم که آن چیزی که در یلدای ۱۴۰۲ رخ داده است، با آن مدعا همخوانی ندارد و این قابل سنجش است.»

سردبیر روزنامه «فرهیختگان» ادامه داد: «به نظر من سازمان در وضعیت تناقض در مسیرگذاری به سر می‌برد و این تناقض از کجا می‌آید. برخی مدیران این دوره، مدعاهایی داشتند و شعارهایی دادند و در ادامه هرچه پیش رفت به دیوار سخت واقعیت خوردند. آقای دکتر خوشروی عزیز، حتما شما بیشتر از ما نسبت به آمار تلویزیون مطلع هستید اما ما خبرنگاران ذاتا جست‌وجوگریم و از این سمت و آن سمت عددها و ارقام را پیدا می‌کنیم. شما گاهی اصرار خودتان، از آبان ماه ۱۴۰۰ تا آبان ماه ۱۴۰۲، میزان مخاطب عمومی تلویزیون ۲۳ درصد افت کرده است. دوستان اگر این آمار را منتشر کنند، خیلی خوب است تا مردم هم بدانند. این افت مخاطب چه که باعث شد مدیران سازمان به یک واقعیت برسند ووضعیت امروز تلویزیون ناشی از همین درک واقعیت است. مدیران تلویزیون دوباه درپیش دارند؛ یامی‌روند به سمت انفعال یا می‌روند به سمت رادیکال شدن در ایده‌ها! در این تناقض‌ها است که دو رویکرد بیرون آمده. یکی از این رویکردها مبتنی بر تئوری اقلیت وقادار است که بخشی از سازمان در تولید برنامه به سمت جذب اقلیت وقادار رفته است. اینها دیدند این اختلاف در آمار وجود دارد. گفتند ما که دیگر نمی‌توانیم همه را جذب کنیم، پس بیوریم روی بدنه‌ای سرمایه‌گذاری کنیم و آنها را جذب کنیم. آن وقت برای طیف خاصی برنامه تولید کردند و همه مخاطبان هم باید بیایند برنامه‌ای مثل «باورنی» ببینند. آنها نمی‌گویند که باید بیایند این برنامه را ببینند اما تولید به این سمت رفته که این جنس برنامه‌ها برای مخاطب هدف‌مان ساخته شود.»

زعیم‌زاده در بخش دیگری از صحبت‌هایش گفت: «یکی از مدیران صداوسیما آمد و در توجیه اینکه چرا چهره‌ها در تلویزیون کار نمی‌کنند گفت، اینها می‌خواهند کار کنند اما یک دیکتاتوری رسانه‌ای که با جوسازی نمی‌گذارد مثلا زامبد جواد یا سروش صحت در فضای استاندارد کار کنند. من این حرف را قبول دارم حتما یک دیکتاتوری رسانه‌ای شامل پهلویست‌ها و رجویست‌ها، فضا را سانگین می‌کند و نمی‌گذارد که اینها کار کنند. اما این بخش را هم قبول کنید که نوع مواجهه شما با برنامه‌سازها هم مانع از حضور آنها می‌شود. مثلا به زامبد جوان بگویید تو برنامه بساز اما باید بگوئه‌ای بسازی که برای آن مخاطب اقلیتی که من تعیین کردم باشد. درحالی‌که مساله این است که او اصلا باید نیست برای مخاطب مدنظر شما برنامه بسازد.»

در این جای بحث بود که زعیم‌زاده با تعریض به صحبت‌های خوشرو گفت: «شما یک بار دیگر هم گفتید که نقد‌های شما، سفارشی است. منظورتان از این سفارشی بودن نقد‌ها چیست؟ اصلا سفارش کجا؟» خوشرو هم در جواب گفت: «من نمی‌دانم. سوال من هم همین است که شما سفارشی تلویزیون را دستور کار شماست یا لذتی می‌برید از اینده؟ (یکویید) یک تحولی وجود دارد. ببینید تحول مجموعه‌ای از اتفاقات خوب است؛ حرف‌های دل مردم است، حرف‌های دل فرمانده بالادستی مجموعه‌ای است که دارد کار می‌کند. هیچ‌کدام از این بندهای مسند تحول حرف‌های بدی ندارد و برای دل مردم است.»

زعیم‌زاده اینجای بحث گفت: «آقای خوشرو آیا می‌شود حرف دل مردم را زد و مخاطب تلویزیون ۲۳ درصد افت کند.» خوشرو گفت: «این ۲۳ درصد هم که عدد شماست.» و زعیم‌زاده گفت: «چند درصد است، شما عدد صحیح رابگویید؟» خوشرو از پاسخ به این سوال طفره رفت و گفت: «اگر بخواهیم بر سر عددها بحث کنیم که ما مجموعه‌ای از گزارش‌ها را در نظر می‌گیریم. ما در مورد برنامه‌های خودمان پژوهش می‌کنیم. جلسات و اتاق فکرهای متعدد داریم تا بتوانیم مخاطب برنامه‌ها را افزایش دهیم. منتها بحثم این است که تحولی که می‌گویید، و به نفع صداوسیما است را در چه زمانه‌ها بخشی از زمانه‌ها را در نظر می‌گیرند و شروع به بمباران خبری گسترده می‌کنند، باعث تجربر برای خودم است. چرا فرصتی که مردم پیدا کردند تا شاد باشند، را در نظر نمی‌گیرند؟ ما سال گذشته همین کارها را داشتیم و برخی شبکه‌ها به نسبت سال گذشته تعداد کمتری از میهمان‌ها را آورده بودند. در اعیاد و جشن‌های ملی مثل نوروز و شب یلدا همیشه به دنبال این بودیم که از چهره‌ها دعوت کنیم. میهمان‌ها متناسب با اتفاقات نیز بعضا دعوت می‌شدند. اتفاقی که در شبکه نسیم افتاد و به موضوع چای دبش به صورت اشاره می‌شود. یعنی آن چیزی که ذهن مردم دگیرش است، پس ضرورتی که برای این دوره در نظر گرفتیم، ضریب دادن به چهره‌ها است تا در یک تناسبی اتفاق بیفتد.» و در بخش دیگری از صحبت‌هایش گفت: «احساس می‌کنم توعی از مغالطه پهلوان پنبه‌ای در فضای نقد صداوسیما شکل گرفته است. در دو سال اخیر، «فرهیختگان» هم خیلی اهتمام ویژه یا دستور کار ویژه‌ای برای آن دارد و حجم قابل‌توجهی از مطالبش را به این حوزه اختصاص می‌دهد.»

در این جای بحث بود که زعیم‌زاده با تعریض به صحبت‌های خوشرو گفت: «شما یک بار دیگر هم گفتید که نقد‌های شما، سفارشی است. منظورتان از این سفارشی بودن نقد‌ها چیست؟ اصلا سفارش کجا؟» خوشرو هم در جواب گفت: «من نمی‌دانم. سوال من هم همین است که شما سفارشی تلویزیون را دستور کار شماست یا لذتی می‌برید از اینده؟ (یکویید) یک تحولی وجود دارد. ببینید تحول مجموعه‌ای از اتفاقات خوب است؛ حرف‌های دل مردم است، حرف‌های دل فرمانده بالادستی مجموعه‌ای است که دارد کار می‌کند. هیچ‌کدام از این بندهای مسند تحول حرف‌های بدی ندارد و برای دل مردم است.»

زعیم‌زاده ادامه داد: «ریش مخاطبی که دغدغه‌اش را دارید و آمار می‌دهید، ما هم در روند تحولی به فکرش هستیم. همان طور که تحول در رویکردها و تحول در نگرش‌ها داریم، به فکر تحولی با دغدغه ریش مخاطب هستیم. این جمله که اتفاق افتاد، در یک سطحی بازگشت به آن ابده‌های قبلی بود. حالا مدیران صداوسیما می‌توانند این را بگویند که ما زمانی تئوری هایی می‌دادیم که این تئوری‌ها خوب نبود. الان برگشتیم و مخاطب هم می‌پذیرد. ولی یک سوال از شما دارم. شما گفتید که در دوره جدید سیگرمی مساله ماست. شبکه نسیم که شما مدیریت آن را به عهده دارید، نماد سرگرمی بود. زمانی که شما آمدید شبکه نسیم در نظرخواهی‌ها، رتبه سوم شبکه‌ها را داشت و در برخی دوره‌ها رتبه اول. اما الان در آبان ماه امسال، شبکه دهم است و با شبکه قرآن رقابت می‌کنید.»

خوشرو در اینجای بحث این آمار را رد کرد و زعیم‌زاده در ادامه صحبت‌هایش گفت: «برنده‌هایی که خودمان هزینه دادیم، تولید کردیم و سیگرمی داشتند و کار می‌کردند. الان تعطیل شده‌اند. مثل «عصر جدید» می‌دانید چرا تعطیل شد؟ یک بخش به دیکتاتورهای فضای مجازی برمی‌گردد اما بخشی به مدیریت برمی‌گردد که با مسئول آن کار صحبت می‌کند و با به کاربردن تعبیری مثل این‌که لذت بردن از این برنامه، مثل لذت بردن آن جانور (خرگ) است و ما چنین چیزی نمی‌خواهیم، این می‌شود که برنامه را تعطیل می‌کنند. برنامه‌های مختلفی را به این شکل تعطیل کردیم. رامبد جوان هفت فصل «خدوانه» می‌سازد و همه در چهارچوب جمهوری اسلامی است. الان برنامه‌اش تعطیل است. بخشی از این تعطیلی به این برمی‌گردد که از او خواسته شده تا برنامه‌ای شبیه به سید خندان بسازد. وقتی ما فیتیله سرگرمی را پایین می‌کشیم، آسیب اول را به خود مستضعفان می‌زنیم. کسانی که تیم فکری سازمان هستند با تفکر عدالت خواهی یاد این را دانستند که وقتی سرگرمی را تعطیل می‌کنند ضربه اول را به کجا می‌زنند. خیلی از مردم ماپول سینما، شهربازی و... ندارند. پای تلویزیون می‌نشستند و خدوانه و دورهمی می‌دیدند. اما الان برنده‌هایی را چاپش درست کردیم، مثل نسیما یا نسیم آوا که یکی از مسئولان سازمان صداوسیما این برنامه‌ها را از برنامه‌های موفق دوران تحولی می‌دانست. من یک پیشنهاد دارم. دوربین این برنامه را بردارید و به سه پاتک در شهر تهران بروید. از هزار نفر جامعه آماری درست کنید و از آنها در مورد همین دو برنامه تحولی بپرسید. اگر ۱۰۰ نفر، اسم این برنامه‌ها را شنیده باشند، من ادعایم را پس می‌گیرم.»

در ادامه برنامه جام جم، خوشرو در پاسخ به سوال مجری درمورد منطق انتخاب میهمانان در برنامه‌های مناسبتی گفت: «اتفاقا یکی از اقدامات دوره تحولی این است که این سید میوه‌ای که من خواهم متنوع و متکثر باشد، با سلیقه همه آدم‌های امروز همخوانی داشته باشد. برای همین الان فکر داریم. دیگر از آن رقابت‌های بی‌مبنا که شبکه‌ها با هم داشتند، خبری نیست. به سمت یک آرایش یکپارچه حرکت کردیم. کندکتور جامع داریم. جلسات هفتگی داریم. یکی از دغدغه‌ها همیشه این بوده است که شبکه‌ها میهمانان شبیه به هم نداشته باشند و به این سمت حرکت کردیم. وقتی این برنامه‌ریزی اتفاق می‌افتد، باید رسانه‌های منتقد به این توجه کنند و اگر خبرخواه تلویزیون هستند، بایستی از این حرف‌ها بزنند.» خوشرو با اشاره به متن‌هایی که در روزنامه «فرهیختگان» منتشر شده، این متن‌ها را تخریب دانست و گفت: «شما در رسانه با تخریب حال مردم را بد می‌کنید. نمی‌خود همین طور بگویید یک شبکه تحول را در دزه زده است درحالی‌که اساتید را از جلیلی شفاف هستند برای مخاطبان تلویزیون و کارشناسان رسانه و خبرنگاران هم روشن باشند و مثلا باید اطلاع مارا می‌داشتید که منظور از انبوه اظهارات علیه سلبریتی‌ها، تلاش برای تقبیح عملکرد مدیران پیشین تلویزیون در دعوت از چهره‌ها و امثالهم، سلبریتی‌زدایی نبود و بلکه سلبریتی سالم‌ورزی بوده است. اما حتی حالا هم اظهارات مدیر شبکه نسیم، نشانگر وجود مسائل و تضادهای جدیدی است؛ خوشرو از زاویه کسی پاسخ می‌دهد که برنامه‌ها را می‌داند نه کسی که آنها را می‌بیند؛ درحالی‌که مدیر یک رسانه باید قدر داشد حتی وقتی جلوی آینه می‌ایستد، چهره خودش را از نگاه دسته‌های مختلف مخاطبان تماشا و ارزیابی کند. لحن گلایه‌آمیز و نسبتا خشمگینانه این مدیر هم ناشی از آن است که خلاف آنچه در ذهن مخاطبان و منتقدان از تضادهای مدعا و عملکرد شکل گرفته، بدیهی می‌انگارد و همین مساله باعث ایجاد پندار خصومت اهالی رسانه با تلویزیون شده است. این مهم است که نظر رسانه‌ها برای مدیران تلویزیون ارزش دارد و این احتمالا تنها تحول تحقق یافته در دوره تازه مدیریت صداوسیماست. دست‌کم اشارات متعدد و نه چندان خوشبوانه خوشرو در برنامه جام جم دوشنبه شب این مساله را تایید می‌کند؛ هر چند متاسفانه با خوشبختانه رسانه‌های محبوب، همان قدر که قادر نیستند از برنامه‌های ضعیف تلویزیون، اسطوره‌های بی‌بدیل بسازند و کمبود مخاطب سازمان را به اپهام در آنچه «طرح تحول» خوانده می‌شد، چنین فاصله‌ای را میان ذهنیات و عملکرد ایجاد کرده است. از پژوهش، کمی‌سازی، دقت در برنامه‌ریزی و شفافیت در طرح ادعا خیری نبود و سند تحول سازمان تازه پس از دو سال مدون و تدوین شده و به دست رسانه‌ها می‌رسد؛ سندی که بار هم جنس برنامه‌ریزی و تکنیکی نداشت و تنها بیی سیاست‌های کلی و اشاراتی کوتاه به رویکردهای جدید را می‌داد. گویی که انگاره‌های ژورنالیستی مبتنی بر نوعی تحلیل از جامعه، فرهنگ و سیاست در یکی از طیف‌های فعال در یک دهه قبل، باید همان اندازه که در ذهن وحید بگویم کاری که اتفاق افتاد، در یک سطحی بازگشت به آن ابده‌های قبلی بود. حالا مدیران صداوسیما می‌توانند این را بگویند که ما زمانی تئوری هایی می‌دادیم که این تئوری‌ها خوب نبود. الان برگشتیم و مخاطب هم می‌پذیرد. ولی یک سوال از شما دارم. شما گفتید که در دوره جدید سیگرمی مساله ماست. شبکه نسیم که شما مدیریت آن را به عهده دارید، نماد سرگرمی بود. زمانی که شما آمدید شبکه نسیم در نظرخواهی‌ها، رتبه سوم شبکه‌ها را داشت و در برخی دوره‌ها رتبه اول. اما الان در آبان ماه امسال، شبکه دهم است و با شبکه قرآن رقابت می‌کنید.»

خوشرو در اینجای بحث این آمار را رد کرد و زعیم‌زاده در ادامه صحبت‌هایش گفت: «برنده‌هایی که خودمان هزینه دادیم، تولید کردیم و سیگرمی داشتند و کار می‌کردند. الان تعطیل شده‌اند. مثل «عصر جدید» می‌دانید چرا تعطیل شد؟ یک بخش به دیکتاتورهای فضای مجازی برمی‌گردد اما بخشی به مدیریت برمی‌گردد که با مسئول آن کار صحبت می‌کند و با به کاربردن تعبیری مثل این‌که لذت بردن از این برنامه، مثل لذت بردن آن جانور (خرگ) است و ما چنین چیزی نمی‌خواهیم، این می‌شود که برنامه را تعطیل می‌کنند. برنامه‌های مختلفی را به این شکل تعطیل کردیم. رامبد جوان هفت فصل «خدوانه» می‌سازد و همه در چهارچوب جمهوری اسلامی است. الان برنامه‌اش تعطیل است. بخشی از این تعطیلی به این برمی‌گردد که از او خواسته شده تا برنامه‌ای شبیه به سید خندان بسازد. وقتی ما فیتیله سرگرمی را پایین می‌کشیم، آسیب اول را به خود مستضعفان می‌زنیم. کسانی که تیم فکری سازمان هستند با تفکر عدالت خواهی باید این را بدانند که وقتی سرگرمی را تعطیل می‌کنند ضربه اول را به کجا می‌زنند. خیلی از مردم ماپول سینما، شهربازی و... ندارند. پای تلویزیون می‌نشستند و خدوانه و دورهمی می‌دیدند. اما الان برنده‌هایی را چاپش درست کردیم، مثل نسیما یا نسیم آوا که یکی از مسئولان سازمان صداوسیما این برنامه‌ها را از برنامه‌های موفق دوران تحولی می‌دانست. من یک پیشنهاد دارم. دوربین این برنامه را بردارید و به سه پاتک در شهر تهران بروید. از هزار نفر جامعه آماری درست کنید و از آنها در مورد همین دو برنامه تحولی بپرسید. اگر ۱۰۰ نفر، اسم این برنامه‌ها را شنیده باشند، من ادعایم را پس می‌گیرم.»

در ادامه برنامه جام جم، خوشرو در پاسخ به سوال مجری درمورد منطق انتخاب میهمانان در برنامه‌های مناسبتی گفت: «اتفاقا یکی از اقدامات دوره تحولی این است که این سید میوه‌ای که من خواهم متنوع و متکثر باشد، با سلیقه همه آدم‌های امروز همخوانی داشته باشد. برای همین الان فکر داریم. دیگر از آن رقابت‌های بی‌مبنا که شبکه‌ها با هم داشتند، خبری نیست. به سمت یک آرایش یکپارچه حرکت کردیم. کندکتور جامع داریم. جلسات هفتگی داریم. یکی از دغدغه‌ها همیشه این بوده است که شبکه‌ها میهمانان شبیه به هم نداشته باشند و به این سمت حرکت کردیم. وقتی این برنامه‌ریزی اتفاق می‌افتد، باید رسانه‌های منتقد به این توجه کنند و اگر خبرخواه تلویزیون هستند، بایستی از این حرف‌ها بزنند.» خوشرو با اشاره به متن‌هایی که در روزنامه «فرهیختگان» منتشر شده، این متن‌ها را تخریب دانست و گفت: «شما در رسانه با تخریب حال مردم را بد می‌کنید. نمی‌خود همین طور بگویید یک شبکه تحول را در دزه زده است درحالی‌که اساتید را از جلیلی شفاف هستند برای مخاطبان تلویزیون و کارشناسان رسانه و خبرنگاران هم روشن باشند و مثلا باید اطلاع مارا می‌داشتید که منظور از انبوه اظهارات علیه سلبریتی‌ها، تلاش برای تقبیح عملکرد مدیران پیشین تلویزیون در دعوت از چهره‌ها و امثالهم، سلبریتی‌زدایی نبود و بلکه سلبریتی سالم‌ورزی بوده است. اما حتی حالا هم اظهارات مدیر شبکه نسیم، نشانگر وجود مسائل و تضادهای جدیدی است؛ خوشرو از زاویه کسی پاسخ می‌دهد که برنامه‌ها را می‌داند نه کسی که آنها را می‌بیند؛ درحالی‌که مدیر یک رسانه باید قدر داشد حتی وقتی جلوی آینه می‌ایستد، چهره خودش را از نگاه دسته‌های مختلف مخاطبان تماشا و ارزیابی کند. لحن گلایه‌آمیز و نسبتا خشمگینانه این مدیر هم ناشی از آن است که خلاف آنچه در ذهن مخاطبان و منتقدان از تضادهای مدعا و عملکرد شکل گرفته، بدیهی می‌انگارد و همین مساله باعث ایجاد پندار خصومت اهالی رسانه با تلویزیون شده است. این مهم است که نظر رسانه‌ها برای مدیران تلویزیون ارزش دارد و این احتمالا تنها تحول تحقق یافته در دوره تازه مدیریت صداوسیماست. دست‌کم اشارات متعدد و نه چندان خوشبوانه خوشرو در برنامه جام جم دوشنبه شب این مساله را تایید می‌کند؛ هر چند متاسفانه با خوشبختانه رسانه‌های محبوب، همان قدر که قادر نیستند از برنامه‌های ضعیف تلویزیون، اسطوره‌های بی‌بدیل بسازند و کمبود مخاطب سازمان را به اپهام در آنچه «طرح تحول» خوانده می‌شد، برای همین الان فکر داریم. دیگر از آن رقابت‌های بی‌مبنا که شبکه‌ها با هم داشتند، خبری نیست. به سمت یک آرایش یکپارچه حرکت کردیم. کندکتور جامع داریم. جلسات هفتگی داریم. یکی از دغدغه‌ها همیشه این بوده است که شبکه‌ها میهمانان شبیه به هم نداشته باشند و به این سمت حرکت کردیم. وقتی این برنامه‌ریزی اتفاق می‌افتد، باید رسانه‌های منتقد به این توجه کنند و اگر خبرخواه تلویزیون هستند، بایستی از این حرف‌ها بزنند.» خوشرو با اشاره به متن‌هایی که در روزنامه «فرهیختگان» منتشر شده، این متن‌ها را تخریب دانست و گفت: «شما در رسانه با تخریب حال مردم را بد می‌کنید. نمی‌خود همین طور بگویید یک شبکه تحول را در دزه زده است درحالی‌که اساتید را از جلیلی شفاف هستند برای مخاطبان تلویزیون و کارشناسان رسانه و خبرنگاران هم روشن باشند و مثلا باید اطلاع مارا می‌داشتید که منظور از انبوه اظهارات علیه سلبریتی‌ها، تلاش برای تقبیح عملکرد مدیران پیشین تلویزیون در دعوت از چهره‌ها و امثالهم، سلبریتی‌زدایی نبود و بلکه سلبریتی سالم‌ورزی بوده است. اما حتی حالا هم اظهارات مدیر شبکه نسیم، نشانگر وجود مسائل و تضادهای جدیدی است؛ خوشرو از زاویه کسی پاسخ می‌دهد که برنامه‌ها را می‌داند نه کسی که آنها را می‌بیند؛ درحالی‌که مدیر یک رسانه باید قدر داشد حتی وقتی جلوی آینه می‌ایستد، چهره خودش را از نگاه دسته‌های مختلف مخاطبان تماشا و ارزیابی کند. لحن گلایه‌آمیز و نسبتا خشمگینانه این مدیر هم ناشی از آن است که خلاف آنچه در ذهن مخاطبان و منتقدان از تضادهای مدعا و عملکرد شکل گرفته، بدیهی می‌انگارد و همین مساله باعث ایجاد پندار خصومت اهالی رسانه با تلویزیون شده است. این مهم است که نظر رسانه‌ها برای مدیران تلویزیون ارزش دارد و این احتمالا تنها تحول تحقق یافته در دوره تازه مدیریت صداوسیماست. دست‌کم اشارات متعدد و نه چندان خوشبوانه خوشرو در برنامه جام جم دوشنبه شب این مساله را تایید می‌کند؛ هر چند متاسفانه با خوشبختانه رسانه‌های محبوب، همان قدر که قادر نیستند از برنامه‌های ضعیف تلویزیون، اسطوره‌های بی‌بدیل بسازند و کمبود مخاطب سازمان را به اپهام در آنچه «طرح تحول» خوانده می‌شد، برای همین الان فکر داریم. دیگر از آن رقابت‌های بی‌مبنا که شبکه‌ها با هم داشتند، خبری نیست. به سمت یک آرایش یکپارچه حرکت کردیم. کندکتور جامع داریم. جلسات هفتگی داریم. یکی از دغدغه‌ها همیشه این بوده است که شبکه‌ها میهمانان شبیه به هم نداشته باشند و به این سمت حرکت کردیم. وقتی این برنامه‌ریزی اتفاق می‌افتد، باید رسانه‌های منتقد به این توجه کنند و اگر خبرخواه تلویزیون هستند، بایستی از این حرف‌ها بزنند.» خوشرو با اشاره به متن‌هایی که در روزنامه «فرهیختگان» منتشر شده، این متن‌ها را تخریب دانست و گفت: «شما در رسانه با تخریب حال مردم را بد می‌کنید. نمی‌خود همین طور بگویید یک شبکه تحول را در دزه زده است درحالی‌که اساتید را از جلیلی شفاف هستند برای مخاطبان تلویزیون و کارشناسان رسانه و خبرنگاران هم روشن باشند و مثلا باید اطلاع مارا می‌داشتید که منظور از انبوه اظهارات علیه سلبریتی‌ها، تلاش برای تقبیح عملکرد مدیران پیشین تلویزیون در دعوت از چهره‌ها و امثالهم، سلبریتی‌زدایی نبود و بلکه سلبریتی سال