سه‌شنبه ۸ آبان ۱۴۰۳
۵۱۴
شماره ۴۲۶۵
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE

علی احمدی، تهیه‌کننده «خندوانه» درگفت‌وگو با «فرهیختگان» از سال‌ها تجربه تولید و البته روند تعطیلی این برنامه گفت

چرا خندوانه تمام شد؟

عاطفه جعفری- مریم قضائلی
گروه فرهنگی

پژوهشی در سال ۱۳۹۳ با عنوان «طراحی مدل بومی‌آموزی برای صداوسیما» انجام گرفت و در این پژوهش به این پرداخته شده که سرگرمی به‌عنوان یک راهبرد ارتباطی و یک شیوه انتقال پیام در عرصه‌های مختلف رسانه در همه دنیا مدنظر بوده است. یک نکته مهم در این پژوهش که روی آن بسیار تأکید شده، آگاه نبودن از مهم بودن سرگرمی و تأثیری است که بر مخاطبان تلویزیون دارد. ممکن است عده‌ای «سرگرمی» را بازی و وقت‌گذرانی معنا کرده و براساس آن تعریفشان را ارائه کنند. عده‌ای دیگر سرگرمی را مجموعه‌ای از فعالیت‌های اجتماعی، انتخابی، تفننی و غیرانتفاعی معنا کرده‌اند که اغلب با هدف رسیدن به برخی هیجانات مثبت نظیر شادی، لذت، آرامش، خلاقیت و... است. با هر تعریفی سرگرمی اهمیت بالایی دارد. یکی از برنامه‌هایی که در ۸ فصل از برنامه‌اش به مسائل پخش شد و توانست مخاطبان بسیار داشته باشد، «خندوانه» بود. برنامه‌ای که در هر فصل با ایده و روایت جدید مخاطب را غافلگیر و او را با خود همراه می‌کرد. برای اینکه از اهمیت برنامه‌های سرگرمی و جزئیات ساخت خندوانه بدانیم، به سراغ علی احمدی، تهیه‌کننده این برنامه رفتیم. احمدی، سرگرمی را لازمه تلویزیون می‌داند و معتقد است برنامه با محوریت سرگرمی می‌تواند پیام آن رسانه و یا برنامه ساز را کاملا دوبیج شده به مخاطب برساند.

■■■

بگذارید سؤال اول را با موضوع سرگرمی شروع کنیم. چرا باید در صداوسیما برنامه‌های سرگرمی داشته باشیم؟ لزوم این کار از کجا می‌آید؟

رسانه به هرحال با سرگرمی شناخته می‌شود و ما به غلط در سال‌هایی از مدیریت تلویزیون تصور می‌کردیم که باید به حوزه نمایشی اهمیت بیشتری بدهیم و بودجه‌ها را بیشتر به آن بخش اختصاص دهیم، تا اینکه مدیرانی آمدند که قدری هوشمند بودند و حواسشان به برنامه‌های ترکیبی و سرگرمی بود. در آن مقاطع، تلویزیون رشد چشمگیری کرد. تلویزیون با سرگرمی و برنامه‌های ترکیبی شناخته می‌شود و توقع مردم هم بیشتر همین است. درست است که مخاطب با سریال، فیلم سینمایی و اپیها هم ارتباط برقرار می‌کنند، ولی ساختار اصلی‌اش به عهده برنامه‌هایی با محوریت سرگرمی است.

این سرگرمی باید چه مختصاتی داشته باشد تا مردم جذب آن شوند؟

هر اقلیمی و فرهنگی تفاوت‌های خود را دارد؛ ولی تصور من کنیم معنای کلی سرگرمی، همانی است که در تمام دنیا از آن استفاده می‌کنند. اینکه شما ساعتی سرگرم باشید، بخشی هم جسمی و روحی خود را فراموش کنید، مشغولیت‌های کاری، مسائل و مشکلات مختلف و فضای شلوغ ذهن را کنار بگذارید و به کاری مشغول شوید که شما را از این مسائل دور کند. این مشغولیت‌ها [در هر مقطع سنی، فرهنگ و شغلی به گونه‌ای معنا می‌شود. باید بتوانیم فارغ از اتفاقات روزمره، ساعتی را با برنامه‌ای سرگرم و آرام‌مان می‌کند، می‌خندانده‌مان و گفت‌وگویی جذاب را به نمایش می‌گذارد، ارتباط بگیریم.

برنامه‌ها طبیعتاً پیام هم منتقل می‌کنند. همه جای دنیا با ساخت برنامه‌های سرگرمی، خیلی هنرمندانه و استادانه پیام‌هایشان را دوبیج می‌کنند. ولی ما متأسفانه سلیقه‌مان خیلی نرم و غیرمحسوس نیست و گل درشت پیام را نشان می‌دهیم. در تلویزیون وقتی می‌خواهید شناسنامه طرح را پر کنید، اذیت می‌شوید؛ چون ساختارش، درصدبندی‌اش و سؤال‌هایی که از شما می‌پرسند زنخ نماست.

مثالی در این خصوص می‌زنید؟

در هر طرحی که می‌خواهید پر کنید، درباره اهداف، درباره اینکه چند درصد به عناوین مختلف می‌پردازید و... سؤال شده است. آن‌ها از شما درصد می‌خواهند و خب این غلط است؛ یک برنامه نمی‌تواند بار همه چیز را به دوش بکشد. ما زمانی برنامه‌های پربیننده‌ای داشتیم که تلاش می‌کردند به همه چیز بپردازند. مثلاً مهمانان برنامه متنوع بودند و راجع به موضوعات مختلف هم صحبت می‌کردند. برای مثال مهمانانش از ورزشکار، استاد دانشگاه، بازیگر و... بودند و روزی راجع به بحران آب، روزی راجع به بحران محیط‌زیست، روزی راجع به مدافعان حرم و موضوعات مختلف صحبت می‌کردند. ولی بالاخره ذات هربرنامه باید مشخص شود. اگر برنامه سرگرمی است، هیچ‌وقت نباید اولویت‌های خودش را فراموش کند. اگر اولویتش را فراموش کند، پس زده می‌شود. شما تصور کنید زمانی که می‌خواهید به فرزندتان تلنگری بزنید، اول باید با او همراه شوید و در گوشه و کنار یک کاری، یا او درباره کارش صحبت کنید. نمی‌توانید برایش روی منبر بروید یا کلاس آموزشی برگزار کنید. او پس می‌زند و می‌گوید: «بِد، تو به من گفتی بیا بریم گردش، حالا برایم کلاس آموزشی گذاشته‌ای؟»

یعنی از سازنده، پیام گل‌درشت می‌خواهد؟

منظور من این است که همیشه در پی پیام‌ایم. حتی والدینی که برای فرزندانشان سرگرمی فراهم می‌کنند، هدفشان تنها سرگرمی نیست. سرگرمی به‌گونه‌ای طراحی شده تا لحظات آرامش و آسایشی فراهم کند و ما را برای مواجهه با رویدادهای روزمره آماده سازد. سرگرمی جایگاه خاص خود را دارد؛ اما اکنون تلویزیون نه‌تنها این مفهوم، بلکه مفاهیم دیگری مثل رقابت بین کانال‌ها و جایگاه پیام را نیز تحت‌الشعاع قرار داده است. به همین دلیل، شاهد به‌هم ریختگی تقسیم‌بندی کانال‌هاییم. مثلاً درحال حاضر یکی از موفق‌ترین برنامه‌های کانال ۳ چیست؟ برنامه «محفل»؛ برنامه‌ای که اصولاً باید از کانال فارن پخش می‌شد. اگر این برنامه را مدیر کانال فارن ساخته بود، دمش را می‌گشتیم احتمالاً با تغییراتی که ایجاد شده بود ما زنمی خواستند. اسم نمی‌گویم این برنامه برای کانال ۳ نامناسب است؛ به‌شرط آنکه در کنار آن دو برنامه شناخت دیگر، یکی در حوزه سرگرمی و دیگری در سایر حوزه‌ها، داشته باشد. اکنون برنامه‌های سرگرمی کانال ۳ شکست خورده‌اند. درحالی‌که برنامه‌های مذهبی آن با استقبال مواجه شده است. شبکه ۳ که روزگاری بهترین شبکه تلویزیون بود، با شبکه نسیم وارد رقابت شد. گاهی شبکه نسیم در حوزه سرگرمی پیشی می‌گرفت و گاهی شبکه سه؛ اما اکنون دیگر شبکه نسیم وجود خارجی ندارد. با اینکه من در ایندا نسبت به این شبکه موضع جدی داشتم، اما رفته‌رفته متوجه شده‌ام که رویکرد درستی اتخاذ شده و شبکه جایگاه خود را پیدا کرده است. آقای کریمی، فردی بی‌نظیر، فوق‌العاده هوشمند و رسانه‌شناس، اسلام‌شناس و آشنا با انقلاب اسلامی است. واقعاً شرم‌آور است که در سازمانی که هنوز دکتر حسین کرمی حضور دارد، برخی خود را مدیر می‌نامند و به تجربه وی ایراد نمی‌نهند. سن و سال او برای بازنشستگی نیست؛ او ۸۰ سال ندارد که بگوییم دیگر مدیریت ندارد. شبکه نسیم با عنوان «شبکه نشاط و سرگرمی» تأسیس شد ولی در ادامه مسیر از به درستی طی نشد.

مصداقی برای اینکه شبکه نسیم دیگر آن کارکرد سرگرمی را ندارد، می‌آورید؟

برای مثال در فرهنگ عامه، هیچ‌چیز بالاتر از امام حسین(ع) نیست. انتظار می‌رفت برنامه‌های این شبکه در ماه محرم ضمن حفظ شعائر این ماه از مأموریت اصلی دور نشود. در رسانه‌ای که تمامی شبکه‌ها به این موضوع توجه دارند، از یک سو توجه بخشی می‌شود و از سوی دیگر سخنرانی، نیازی نیست که شبکه نسیم هم مانند دیگر شبکه‌ها عمل کند و باید تفاوت آن با دیگر شبکه‌ها حس شود. موضوع رسانه با سبک زندگی شخصی آغ متفاوت است. موضوع این است که در رسانه باید اعتدال را رعایت کرد، که ما این کار را نکردیم. ما رسانه ملی‌ایم و باید برنامه‌های عادی را هم در زمان‌های خاص بتوانیم ادامه دهیم. رسانه ملی باید برای همه اقشار و طبقات و همه فضاها برنامه داشته باشد، حتی برای کسی که با نظام و حاکمیت زاویه دارد، باید برای او هم محتوای فرهنگی را فراهم کند؛ تا بتواند به یک کانال دیگر برود و برنامه‌ای عادی تماشا کند. البته ما می‌دانیم که جامعه ما یک جامعه مذهبی است و توقع جامعه از ما این است که زمان‌های عزای عمومی، موسیقی قطع شود. حتی مردم در این ایام به لباس نامناسب و رنگارنگ مجری هم واکنش نشان می‌دهند. اما به نظرم باید رعایت همین حساسیت‌ها هم می‌توان به‌گونه‌ای عمل کرد که از مأموریت‌های اصلی یک شبکه دور نشویم. این موضوع چهارچوب و اسلوبی دارد؛ دومورد شبکه نسیم، میزان تولیدات برنامه‌های آرشیوی و تأمینی‌اش کاملاً مشخص بود، اما تمام این تعاریف را ما به هم زدیم. این تغییر باید در چهارچوب خاصی انجام می‌شد؛ یعنی بالاخره سازمان باید برنامه‌ساز را توجیه کند تا اگر کسی پرسید، جوابی برای آن داشته باشد. من به شخصه در ابتدا، این تغییرات را نمی‌پذیرفتم و آن‌ها را قبول نداشتم. اما مدیران آن موقع طی فرایندی به این نتایج رسیدند و تغییرات را اعمال کردند. حالا اگر فرایند قاعده‌مند و منظمی وجود نداشته باشد، خروجی‌اش چیزی می‌شود که درحال حاضر هست. اگر مفاهیم ارزشمند را به صورت گل‌درشت مطرح کنیم این مفاهیم ارزش و کارکردشان را از دست می‌دهند و نفوذ خود را در میان نوجوانان و جوانان از دست می‌دهند.

همزمان با تغییرات تلویزیون در سال ۱۴۰۰، با شما در این مواردی که گفتید، ما در فصل هشتم «خندوانه» روی آنتن بودیم. با ما صحبت‌هایی شد و ما هم با مشقت به کار ادامه دادیم! اذیت می‌شدیم چون زمان مشترکی نداشتیم و تصمیم گرفتیم که یک سال نباشیم. از قبل هم صحبتش را کرده بودیم و تصمیم گرفتیم یک سال برنامه نسازیم. در آن یک سال هم فکر کنیم و با ایده‌های جدید بازگردیم.

یعنی با تغییر مدیریت‌ها، قصد داشتید یک سال استراحت کنید؟ یا این تصمیم قبل از این گرفته شده بود؟

از قبل تصمیم گرفته بودیم یک سال استراحت کنیم؛ چون دیگر ساخت پشت‌سرهم باعث تکرار شده بود. با تغییر مدیران و عوض شدن معاون سیما، اعمال سلیقه‌های فرهنگی آقای جلیلی افزایش یافت. ایشان مدیران خودشان را منصوب کردند و ما احساس کردیم که دیگر فشار مناسب نیست. بعد از دو ماه و نیم جلسه‌ای با آقای دکتر جبلی داشتیم. وی به من گفت: «یک سال شوخی است؛ بیایید زودتر شروع کنید»؛ اما فضای مناسبی نبود. حتی اگر بازمی‌گشتیم احتمالاً با تغییراتی که ایجاد شده بود ما زنمی خواستند. بعد هم ماجرای نازآمی‌های سال ۱۴۰۱ پیش آمد. البته همان‌طور که رامبد هم قلمداد کرده است، جلسه‌ای بین آقای خوشرو، رامبد و آقای کریمی برگزار شد. آقای کریمی همیشه اصرار کرد؛ اما این برنامه‌ساز رامبد را متقاعد به بازگشت کند. در طول هشت فصل خندوانه، بارها مسائلی پیش آمد که اگر هوش و تدبیری نبود، منجر به تعطیلی برنامه می‌شد. توجه به این مسائل از ظرایف برنامه‌سازی و فکر تیمی نشأت می‌گیرد. در تیم ما افرادی هستند که ژنرال برنامه‌سازی‌اند و همچنان آژانس‌ان در قله است. وقتی چنین افرادی به برنامه‌ای می‌پیوندند، درواقع ظرفیت برنامه را می‌بینند و به آن اعتبار می‌بخشند.

برگردیم به ساخت برنامه سرگرمی؛ فکر می‌کنید چه عاملی باعث موفقیت برنامه‌ای مانند خندوانه شد که اکنون جایش در تلویزیون خالی است؟

بینندگان، توجه به حرفه‌ای‌ها به جزئیات برنامه از عوامل مهمند. تماشاچیان ما هویت داشتند. در فصلی از خندوانه، تماشاچیان کمی عقب‌تر از دوربین قرار گرفتند و این فاصله، از شور و حال برنامه کم کرد. بنابراین استودیو را کوچک‌تر کردیم تا تماشاچیان خندوانه هویت خود را بازیابند و حس نکنند که در تاریکی نشسته‌اند و فقط صدای خنده‌شان پخش می‌شود. کنش تماشاچیان، هویت داشت.

برای همین بنده برنامه تدبیری برای سرحال نگه داشتن آن‌ها داشتیم. ضبط برنامه گاهی ۱۴ ساعت طول می‌کشید و طبیعی بود که خسته شوند. ازپدیرایی گرفته تا اجرای استدآپ کمدی توسط رامبد جوان و اجرای قطعات موسیقی توسط گروه موسیقی برای سرگرم‌کردن تماشاچیان، ازجمله تمهیدات ما بود. این کارها صرفاً برای جلوگیری از خستگی و غر زدن تماشاچیان نبود، بلکه خندیدن، سرحال بودن و کنش آن‌ها جزئی از برنامه بود و ما به همین خود اجرا فکر می‌کردیم. برای ما مهم بود که صدای خنده پخش شده، مصنوعی نباشد. گاهی پسش می‌آمد که اجرای کمدینی چندان بامزه نبود و کمی صدای خنده اضافه می‌کردیم. اما این استثنا بود. گاهی از پنج کمدین، اجرای سه نفر را به دلیل بی‌مزگی کنار می‌گذاشتیم و از آن‌ها می‌خواستیم متن خود را اصلاح و اجرا را تکرار کنند.

اما گاهی نیز به خاطر محدودیت زمانی، مجبور به پذیرش اجراهای متوسط می‌شدیم. اصالت خنده و کنش تماشاچیان برایمان مهم بود؛ زیرا معتقد بودیم آنچه در استودیو به آن می‌خندند، برای مخاطبان خانگی نیز مهم است. به همه اجرا فکر می‌کردیم و آن‌ها را جدی می‌گرفتیم. برای کوچک‌ترین اتفاق برنامه‌ریزی می‌کردیم. به‌عنوان مثال، در ایندا سه گروه خارج از استودیو داشتیم که آیتم و لیه تولید می‌کردند. این گروه‌ها علاوه بر گروه‌های موشن‌گرافی، اینیمیشن و تدوین بودند. به‌عنوان نمونه، تعداد گروه‌های خارج از استودیو را که سفرنامه ضبط می‌کردند، به دو گروه کاهش دادیم. رامبد جوان یک‌بار به محسن چاوشی گفت حضور ندانستن او جلوی دوربین مناسب نیست و خندوانه جای خوبی برای گفت‌وگو است. خلاصه او را تشویق به حضور در برنامه کرد. محسن چاوشی برای اینکه محترمانه و دعوت رارد کند، ترانه‌ای به خندوانه هدیه کرد. آن ترانه در نگاه اول به خندوانه نمی‌آمد و فضای عرفانی داشت و برمبنای یکی از اشعار مولانا بود. یکی از گروه‌های ما نزدیک به سه ماه روی ساخت ویدئو بودی آن ترانه کار کرد. فیلمبرداری ویدئو سه یا چهار روز طول کشید و بازیگر آن حسام منظور بود. سه ماه زمان صرف طراحی، اتود زدن و مشورت با رامبد جوان و سایر اعضای گروه شد. ویدئوکلیپ خوبی تولید شد که شاید در نگاه اول ارتباطی با خندوانه نداشت، اما ما احساس می‌کردیم محصول متفاوتی است که به آن می‌بالیم و نشان می‌دهد برای ترانه محسن چاوشی زحمت کشیده‌ایم. همه اجزای برنامه برایمان مهم بود. این رویکرد از نظر برنامه‌سازی و مالی قابل توجیه نبود. هزینه تولید ویدئوکلیپ برای ما بسیار زیاد بود. مخاطب نیز این موضوع را درک می‌کرد و با برنامه همراه بود.

هنوز خاطره‌های خوش برنامه در ذهن‌ها مانده است و در فضای مجازی، گفت‌وگوهای مختلف برنامه دیده می‌شود. من سعی کردم غرق در خندوانه نشوم، زیرا صحبت‌کردن درباره آن، ما را از فهمیدن شرایط فعلی و اقدامات لازم بازمی‌دارد. همه برنامه‌های تلویزیونی پس از قدرت‌گرفتن شبکه‌های اجتماعی، علاقه‌مند به دیده‌شدن در فضای مجازی شدند. تقریباً همه برنامه‌های تلویزیونی تک‌هایی از برنامه‌شان را در فضای مجازی منتشر کرده و برای آن هزینه می‌کردند. ما این کار را نمی‌کردیم. ما محتوای خوب تولید می‌کردیم که خودبه‌خود منتشر می‌شد. در شرایط فعلی هم اگر محتوای خوبی تولید شود، حتماً دیده می‌شود. گفت‌وگوهای کامران نجف‌زاده در سال گذشته (برنامه بومداد)، نمونه خوبی می‌تواند باشد.

برخی معتقدند با سرعت گرفتن فضای مجازی و دسترسی‌ای که مخاطبان به این شبکه‌ها دارند، تلویزیون دیگر مخاطب ندارد و برخی هم غیر از این می‌گویند؛ نظر شما در این خصوص چیست؟

قطعاً مخاطب دارد! تلویزیون سرمایه ما و شماست. نفت، گاز و آب تنها سرمایه‌های ملی نیستند که باید برای آیندگان حفظ کنیم. رادیو، تلویزیون و سینما سرمایه‌های ملی‌اند. هر فردی که می‌تواند رد و قبلم خوب بسازد، اگر به هر دلیلی و از دلگیر کنیم، بایکوت کیمی و خانه‌نشین کنیم، به این سرمایه لطمه زده‌ایم، زیرا این افراد جایگزین ندارند. حرف من این است که تلویزیون متعلق به مردم و نظام حاکمیت است. نظام ما از طریق تلویزیون با مردم ارتباط برقرار می‌کند. این ارتباط اکنون لطمه جدی خورده است. تلویزیون قطعاً هنوز بینندگان زیادی دارد؛ مهم‌ترین دلیل اثبات آن هم فروش آگهی‌های بازرگانی است. اما نباید به خودمان آدرس غلط بدهیم و زخم‌هایمان را بی‌خیال نشویم. همان اندازه که بگوییم تلویزیون بیننده ندارد، اشتباه گفته‌ایم، اینکه بگوییم تلویزیون هفتاد درصد بیننده دارد نیز غلط است. کسی که می‌گوید مخاطبان ما فقط افرادی هستند که در تشییع شهید حاج قاسم سلیمانی شرکت کردند، غلط گفته است. کسی که این حرف را می‌زند، اصلاً نظام اسلامی را نفهمیده است. نظام اسلامی در عین اینکه باید چهارچوب خود را حفظ کند، باید جامعیت نیز داشته باشد. در حکومت اسلامی، افراد با اقوام، مذاهب و اقلیت‌های مختلف وجود دارند. در این مملکت نیز همه نوع آدم و آدم‌ایی هستیم. این افراد تلویزیون می‌خواهند. هنر در این است که آن‌ها را به سمت خود جذب کنیم. من همیشه در گفت‌وگوها و جلسات کاری این حرف را می‌زدم که پدر بزرگ ما که رئیس‌جمهور کسی که می‌ایستاد و بی‌سواد، حکمت داشتند. آنچه می‌گویم، مشاهدات من است. قدیم در خانه‌ای که تعداد زیادی بچه داشت، برخی سر به راه و برخی ناآهل بودند. آن پدر و مادر با حکمت، مهربانی و دانایی خود، آن‌ها را حفظ می‌کردند و می‌گفتند کاری نکنیم که بدعاقبت شوند. آن‌ها بلد بودند زمینه را طوری فراهم کنند که فرزندانشان از آنچه هستند، بدتر نشوند. نگاه ما در این مملکت نباید این باشد که تلویزیون فقط برای کسانی است که نظام را قبول دارند. تلویزیون باید از پوسته فعلی خود خارج شود. نباید شریعت را زیر پا بگذاریم، اما تلویزیون باید بیشتر شبیه جامعه باشد. آیا کسی که تلویزیون ما را می‌بیند، تصور واقعی از ایران و مردم ایران پیدا می‌کند؟ ابداً!

این منظر می‌گوید تلویزیون همه سلایق را باید ببیند و فقط به یک گروه توجه نکند؟

این موضوع به باورها ربط دارد. من اعتقاد جدی دارم که بخش قابل‌توجهی از لطمه‌ای که در ماجراهای نازآمی‌های ۱۴۰۱ خوردیم، مربوط به رسانه ملی بود. ما در رسانه ملی بلد نیستیم اطلاع‌رسانی درست کنیم، تحلیل واقعی ارائه دهیم و طرفین ماجرا را بشناسیم تا با هم گفت‌وگو کنند. در شرایط فعلی سازمان در تولید مجری و برنامه‌سازهای باکیفیت، ناتوان است.

حتماً توجیه به کیفیت برنامه می‌تواند مخاطب را بیشتر کند. چرا به این سرمایه‌ها فکر نمی‌کنند؟

چون درکاری که به آن عادت کرده‌ایم، نابلدند! مثل این است که به من بگویند بیا رئیس بورس بشو. من فقط در حوزه فرهنگ و هنر، آن هم در شاخه تولید تلویزیون یا سینما، اندکی تجربه دارم. اگر به کاری بروم که تجربه‌اش نکرده‌ام و از مسیرش نگذشته‌ام، چطور ممکن است که در رسانه ملی تصمیم‌گیر باشم؟ برخی مدیران فعلی، سیاست‌گذاری برای یک پلتفرم سازمانی را با سیاست‌گذاری برای همه برنامه‌ها و کانال‌های تلویزیون اشتباه گرفته‌اند. آیا می‌توان کسی را مسئول تأیید فیلمنامه‌ها کرد، درصورتی که یک دقیقه در زندگی‌اش برنامه نساخته؟ با تمام این شرایط، هزینه‌هایی که برای ساخت برنامه در این دوره می‌شود، اصلاً قابل قیاس با گذشته نیست.

یعنی هزینه تولید برنامه الان بیشتر شده است؟

خیلی بیشتر! این عزیزانی که به دستمزد افرادی مثل رامبد جوان، عادل فردوسی‌پور، احسان علیخانی، مهران مدیری و... گیر می‌دادند، ببایند ببینند آدم‌هایی که اصلاً به لحاظ سطح حرفه‌ای به این‌ها نزدیک هم نمی‌شوند، چه دستمزدهایی می‌گیرند! نمی‌خواهم همه را سر تلویزیون خراب کنم، چون پلتفرم‌ها هم در این موضوع خیلی تأثیرگذاشته‌اند، یک سری نهادهای موازی هم تأثیرشان را گذاشته‌اند. ولی بازیگر اصلی این ماجرا تلویزیون است. آقای تلویزیون! تو قدرت داری، وابسته به حاکمیتی! عده و عُده هم داری! زیرساخت هم داری! ابزار چانه‌زنی و اعمال قدرت هم داری! همان‌طور که الان «ستاره» را در اختیار گرفته‌ای. اینکه در تنظیم‌گری و مدیریت این عرصه مشکل وجود دارد، تقصیر صداوسیما است. اگر این‌ها به موقع اقدام کرده بودند، الان پلتفرم‌ها را در چهارچوب بهتری قرار داده بودند.

پلتفرم‌ها می‌توانند کمک‌کننده باشند؟

بااینکه نگاه من متفاوت است، اما بالاخره قشری «جوکر» می‌بینند. جوکری که رفته، مجوز گرفته و برای پخشش چانه‌زنی می‌کند. مردم جوکر ببینند بهتر است، با بودند مسراغ فلان محتوای نامربوط شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام؟ پس پلتفرم هم دارد کمک می‌کند.

برگردیم به حذف برخی سرمایه‌های انسانی که کارشان را در تلویزیون شروع کردند و الان مدت زیادی است که استمثال مطرح نیست.

نباید آدم‌ها را حذف کرد. همچنان آقایان چه در سینما، چه در تلویزیون، چه در پلتفرم، می‌خواهند مشورت کنند، سلطان بلامنازع فیلمنامه‌نویسی کمدی، آقای پیمان قاسم‌خانی است. خشایار الوند که از دنیا رفت، ما جایگزین داشتیم برایش، برای ژوله در حوزه نویسندگی جایگزینی آمده است؟ نه، ما کمدی‌نویس مثل پیمان قاسم‌خانی می‌خواهیم.

موضوعی که وجود دارد، وابسته شدن تلویزیون به فضای مجازی است. چه شده که رسانه‌ای که فیلتر است، می‌تواند به تلویزیون کمک کند. انگار که برعکس شده باشد، به جای اینکه تلویزیون بتواند به شبکه اجتماعی چهارچوب بدهد، از آن طرف افراد موفق فضای مجازی را به تلویزیون می‌آورند. تقریباً همه آدم‌هایی که روزی در تلویزیون برنامه‌های پرمخاطب داشتند به سمت پلتفرم‌ها رفته‌اند و ما را برم آن‌ها را در تلویزیون از دست می‌دهیم. این قطعاً می‌تواند به ضرر تلویزیون باشد. اصلاً این دوگانه تلویزیون و پلتفرم اشتباه است. مطمئن باشید که اگر شرایط فراهم شود و کمی مدیران فعلی انعطاف بیشتری نشان بدهند، به خدا قسم که بسیاری علاقه‌مندند در تلویزیون برنامه‌سازی کنند. یکی از این افراد، ایرج طهماسب است.

او قبل از آنکه به پلتفرم بیاید، به من گفت آقای احمدی! پلتفرم و VOD برای اقشار خاصی از جامعه است، اما من علاقه دارم با تودها صحبت کنم و این تنها از طریق تلویزیون ممکن است. به همین دلیل، آقای طهماسب با اعتقاد به تلویزیون بازگشت. مطمئن باشید اگر شرایط فراهم شود و کمی مدیران فعلی انعطاف بیشتری نشان بدهند، به خدا قسم که بسیاری علاقه‌مندند در تلویزیون برنامه‌سازی کنند.

صحبتی شد؟

ما در فصل هشتم «خندوانه» روی آنتن بودیم. با ما صحبت‌هایی شد و ما هم با مشقت به کار ادامه دادیم! اذیت می‌شدیم چون زمان مشترکی نداشتیم و تصمیم گرفتیم که یک سال نباشیم. از قبل هم صحبتش را کرده بودیم و تصمیم گرفتیم یک سال برنامه نسازیم. در آن یک سال هم فکر کنیم و با ایده‌های جدید بازگردیم.

یعنی با تغییر مدیریت‌ها، قصد داشتید یک سال استراحت کنید؟ یا این تصمیم قبل از این گرفته شده بود؟

از قبل تصمیم گرفته بودیم یک سال استراحت کنیم؛ چون دیگر ساخت پشت‌سرهم باعث تکرار شده بود. با تغییر مدیران و عوض شدن معاون سیما، اعمال سلیقه‌های فرهنگی آقای جلیلی افزایش یافت. ایشان مدیران خودشان را منصوب کردند و ما احساس کردیم که دیگر فشار مناسب نیست. بعد از دو ماه و نیم جلسه‌ای با آقای دکتر جبلی داشتیم. وی به من گفت: «یک سال شوخی است؛ بیایید زودتر شروع کنید»؛ اما فضای مناسبی نبود. حتی اگر بازمی‌گشتیم احتمالاً با تغییراتی که ایجاد شده بود ما زنمی خواستند. بعد هم ماجرای نازآمی‌های سال ۱۴۰۱ پیش آمد. البته همان‌طور که رامبد هم قلمداد کرده است، جلسه‌ای بین آقای خوشرو، رامبد و آقای کریمی برگزار شد. آقای کریمی همیشه اصرار کرد؛ اما این برنامه‌ساز رامبد را متقاعد به بازگشت کند. در طول هشت فصل خندوانه، بارها مسائلی پیش آمد که اگر هوش و تدبیری نبود، منجر به تعطیلی برنامه می‌شد. توجه به این مسائل از ظرایف برنامه‌سازی و فکر تیمی نشأت می‌گیرد. در تیم ما افرادی هستند که ژنرال برنامه‌سازی‌اند و همچنان آژانس‌ان در قله است. وقتی چنین افرادی به برنامه‌ای می‌پیوندند، درواقع ظرفیت برنامه را می‌بینند و به آن اعتبار می‌بخشند.

برگردیم به ساخت برنامه سرگرمی؛ فکر می‌کنید چه عاملی باعث موفقیت برنامه‌ای مانند خندوانه شد که اکنون جایش در تلویزیون خالی است؟

بینندگان، توجه به حرفه‌ای‌ها به جزئیات برنامه از عوامل مهمند. تماشاچیان ما هویت داشتند. در فصلی از خندوانه، تماشاچیان کمی عقب‌تر از دوربین قرار گرفتند و این فاصله، از شور و حال برنامه کم کرد. بنابراین استودیو را کوچک‌تر کردیم تا تماشاچیان خندوانه هویت خود را بازیابند و حس نکنند که در تاریکی نشسته‌اند و فقط صدای خنده‌شان پخش می‌شود. کنش تماشاچیان، هویت داشت.

برای همین بنده برنامه تدبیری برای سرحال نگه داشتن آن‌ها داشتیم. ضبط برنامه گاهی ۱۴ ساعت طول می‌کشید و طبیعی بود که خسته شوند. ازپدیرایی گرفته تا اجرای استدآپ کمدی توسط رامبد جوان و اجرای قطعات موسیقی توسط گروه موسیقی برای سرگرم‌کردن تماشاچیان، ازجمله تمهیدات ما بود. این کارها صرفاً برای جلوگیری از خستگی و غر زدن تماشاچیان نبود، بلکه خندیدن، سرحال بودن و کنش آن‌ها جزئی از برنامه بود و ما به همین خود اجرا فکر می‌کردیم. برای ما مهم بود که صدای خنده پخش شده، مصنوعی نباشد. گاهی پسش می‌آمد که اجرای کمدینی چندان بامزه نبود و کمی صدای خنده اضافه می‌کردیم. اما این استثنا بود. گاهی از پنج کمدین، اجرای سه نفر را به دلیل بی‌مزگی کنار می‌گذاشتیم و از آن‌ها می‌خواستیم متن خود را اصلاح و اجرا را تکرار کنند.

برنامه «خندوانه» توانست در فروش چند کتاب تأثیر بسزایی بگذارد. یعنی غیر از آن چیزی که درفضای اجتماعی درموردش صحبت کردیم، درفضای فرهنگی به خصوص کتاب که شاید برای کسی خیلی مهم نباشد هم تأثیر گذاشت.

سال ۱۳۹۵، اپلیکیشن «طاقچه» آمد و اسپانسر مسابقه کتابخوانی «بخون و ببر» ما شد. آن‌ها هدفشان از این سرمایه‌گذاری، برند یک کتاب خودشان بود. در آن کمپین، آن‌ها توانستند سود خوبی هم کنند. اما کتاب‌ها هم دیده شد.

این نوع اتفاقات فقط در تلویزیون رخ می‌دهد. مثلاً ما در پلتفرم سریالی داریم که اقتباسی است. نام یک کتاب را ازبلش زده‌اند. اما خیلی در چاپ و تجدید چاپ تأثیری نداشته. ولی وقتی در تلویزیون اتفاق می‌افتد، اتفاق دیگری رقم می‌خورد.

ما هنوز گستره تلویزیون را نمی‌شناسیم.

درباره بازگشت چهره‌ها، بارها شنیده‌ایم که گفته‌اند درهای صداوسیما رو به افراد مختلف باز است؛ اما صلاً درها را زنیسته‌ایم که حالا بخواهیم درها را باز کنیم. ولی می‌بینیم همچنان اتفاقی نیفتاده است. امیدی می‌توانیم داشته باشیم که افراد سرشناس بازگردند؟

حالا فرض کنیم که درها بازند؛ از قدیم گفته‌اند: «با در باز نمی‌آیند؛ با روی باز می‌آیند.» مفهوم «روی باز» در حوزه رسانه، معنا و مفهوم دیگری دارد. به این نیست که در جلسه با شما بنشینند و به شما گلبند بزنند. به این است که درک درستی از واقعیات اجتماع داشته باشند، شناخت درستی از رسانه و حوزه برنامه‌سازی داشته باشند.

با کاراکتر «جناب خان» در شبکه نسیم برنامه ساخته می‌شود؟

بله.

اطلاعات جدیدی از آن برنامه دارید؟

واقعیتش، اطلاعاتم شاید از شما هم کمتر باشد! چون نه در شبکه رفت‌وآمد می‌کنم، نه اخبارش را پیگیری می‌کنم. اصل‌دوام موفق باشند. زمانی که هنوز ماجراهای اجتماعی رخ نداده بود و ما خودمان تصمیم حرفه‌ای‌مان این بود یک سال نباشیم، آقای خوشرو بلافاصله بعد از خندوانه تصمیم به تجزیه این برنامه گرفتند. هرکدام از ما (من، رامبد و جناب خان) را برای ساخت برنامه‌ای دیگری دعوت کرد. من اولین حرفی که به آقای جبلی زدم، گفتم آقای جبلی! تو یک تیم موفق که با خون دل کنار هم جمع شده‌اند،

ادامه در صفحه ۱۳

سه‌شنبه ۸ آبان ۱۴۰۳
۵۱۴
شماره ۴۲۶۵
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE

سریال حسین فتحی بعد از ۶ سال تولید در ایران به ترکیه رسیده است

شهرزاد در استانبول

محمدحسین سلطانی
خبرنگار

در چند روز گذشته تصاویری از یک میز منتشر شد. مهم‌تر از حضور میز افرادی بودند که دور آن جمع شده بودند و کاغذهایی روبه‌روی‌شان بود. سیمای بارلاس، اسماعیل حاجی اوغلو و جاغری ویلاتوسوغالی دورخوانی سریالی را می‌کردند که نامش برای مردم ایران بسیار آشناست. سریال «شهرزاد» اثر تحسین‌شده، پرمخاطب و البته پرحاشیه حسن فتحی که آن را می‌توان از مهم‌ترین آثار صوح اول نمایش خانگی در ایران قلمداد کرد. سریالی که بافت تاریخی آن، گره‌های داستانی و البته کاراکترهای خوش‌ساختش باعث شده بود مردم هر دوفصله منتظر پخش قسمت جدید ماجرای شهرزاد و مصائبش باشند.

نزدیک به ۶ سال از پخش آخرین قسمت شهرزاد می‌گذرد و حدود ۲۵۰۰ کیلومتر آن طرف‌تر از لوکیشن ساخت سریال فتحی، قرار است شهرزادی دیگر کلید بخورد. شهرزاد جدید قرار است استانبولی باشد و در سرزمین سریال‌های چندصد قسمتی یعنی ترکیه متولد شود. آن‌طور که عکس‌های دورخوانی شهرزاد ترکیه‌ای می‌گوید قرار است سیمای بارلاس ۲۵ سا