دوشنبه ۴ اسفند ۱۴۰۴
شماره ۴۶۳۶
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE

گزارش تحلیل «مضمون» و «مخاطب‌شناسی» ۴ سال سریال‌سازی تلویزیون

گاهی به مخاطب نگاه کن

عاطفه جعفری - محمدحسین سلطانی
گروه فرهنگ

«تلویزیون اگر سریال خوب داشته باشد، بقیه برنامه‌هایش هم دیده می‌شود.» این جمله‌ای است که علی داودی، تهیه‌کننده برنامه «کاپیتان»، در گفت‌وگویی که با او داشتیم بر زبان آورد؛ جمله‌ای ساده اما کلیدی که می‌تواند نقطه شروعی برای یک بحث جدی درباره جایگاه سریال‌سازی در رسانه ملی باشد. به تعبیر بسیاری از اهالی رسانه، سریال در تلویزیون نقش لکوموتیو را دارد؛ موتوری که اگر روشن و پرقدرت حرکت کند، واگن‌های دیگر را هم با خود می‌کشد و اگر از حرکت بایستد، سایر بخش‌ها نیز از نفس می‌افتند.

در تجربه چند دهه اخیر تلویزیون، هر زمان که یک یا چند سریال پرمخاطب روی آنتن بوده، نه‌تنها همان آثار بلکه کنداکتور کلی شبکه نیز جان گرفته است. مخاطبی که برای تماشای یک سریال جذاب پای تلویزیون می‌نشیند، پیش و پس از آن نیز در معرض سایر تولیدات قرار می‌گیرد؛ از برنامه‌های گفت‌وگومحور گرفته تا مسابقه‌ها، مستندها و حتی باکس‌های خبری. به‌این‌ترتیب، یک سریال موفق می‌تواند به شکل غیرمستقیم ضریب دیده‌شدن دیگر برنامه‌ها را افزایش دهد و نوعی هم‌افزایی در شبکه ایجاد کند.

اهمیت سریال‌سازی فقط به جذب مخاطب محدود نمی‌شود. سریال‌ها به دلیل تداوم روایت، فرصت شکل‌دادن به عادت تماشا را فراهم می‌کنند. مخاطب وقتی با شخصیت‌ها هم‌ذات‌پنداری می‌کند و درگیر قصه می‌شود، هر شب یا هر هفته در زمان مشخصی به سراغ تلویزیون می‌آید. این تداوم، همان سرمایه‌ای است که هر رسانه‌ای برای بقا به آن نیاز دارد؛ عادت‌سازی. در مقابل، برنامه‌های مقطعی یا کوتاه‌مدت، هرچقدر هم باکیفیت باشند، کمتر می‌توانند چنین پیوند بلندمدتی با مخاطب برقرار کنند.

ازسوی‌دیگر، سریال‌ها قدرت جریان‌سازی فرهنگی دارند. یک دیالوگ، یک شخصیت یا یک موقعیت داستانی می‌تواند وارد گفت‌وگوی روزمره مردم شود و به بخشی از حافظه جمعی بدل گردد. این تأثیرگذاری گسترده، جایگاهی را برای تلویزیون ایجاد می‌کند که کمتر قالب دیگری قادر به دستیابی به آن است. در شرایطی که پلتفرم‌های متنوع و شبکه‌های رقیب در حال جذب مخاطب هستند، سرمایه‌گذاری جدی بر سریال‌سازی نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی راهبردی به نظر می‌رسد.

البته سریال‌سازی موفق نیازمند فیلمنامه‌های قوی، کارگردانی خلاق، تولید منظم و برنامه‌ریزی بلندمدت است. نمی‌توان از سریال انتظار داشت لکوموتیو باشد، اما سوخت و ریل مناسب در اختیارش قرار نداد. توجه به نویسندگان، پرورش ایده‌های تازه، میدان دادن به نسل جدید فیلمسازان و درعین‌حال بهره‌گیری از تجربه پیش‌کسوتان، از جمله پیش‌نیازهای این مسیر است.

وقتی از سریال به‌عنوان لکوموتیو تلویزیون یاد می‌کنیم در واقع از نقشی سخن می‌گوییم که می‌تواند موتور محرک کل ساختار رسانه باشد. اگر این موتور، قدرتمند و منظم کار کند سایر واگن‌ها نیز با آن هم‌مسیر خواهند شد؛ اما اگر ضعیف یا کم‌جان باشد حرکت کلی رسانه کُند و پراکنده خواهد شد. شاید بازخوانی همین نکته ساده که «سریال خوب، بقیه برنامه‌ها را هم بالا می‌کشد» بتواند بار دیگر اهمیت سرمایه‌گذاری هدفمند در حوزه سریال‌سازی را به مرکز توجه بازگرداند.

در این گزارش تلاش کرده‌ایم به‌صورت مشخص به این پرسش پاسخ دهیم که تلویزیون در دوره تحول، از سال ۱۴۰۱ تاکنون، چه مسیری را در حوزه سریال‌سازی طی کرده است. مدیران رسانه ملی در این دوره بارها از تغییر رویکرد، جوان‌گرایی، توجه به مضامین هویتی و بازگشت به ارزش‌های بومی سخن گفته‌اند؛ اما این رویکردها در عمل به چه موضوعاتی در سریال‌ها منجر شده است؟ بازخوانی این آثار می‌تواند تصویری روشن‌تر از سیاست‌گذاری محتوایی تلویزیون به دست دهد. اینکه چه سوژه‌هایی در اولویت قرار گرفته‌اند، چه دغدغه‌هایی پررنگ‌تر شده و کدام موضوعات کمتر مجال طرح پیدا کرده‌اند، همه نشان‌دهنده جهت‌گیری کلی رسانه در این سال‌هاست. ازسوی‌دیگر، بررسی میزان استقبال مخاطبان از این تولیدات نیز می‌تواند معیار مهمی برای ارزیابی موفقیت یا ناکامی این سیاست‌ها باشد. شاید مرور این تجربه‌ها کمک کند تا مشخص شود کدام مسیرها نتیجه‌بخش بوده و کدام حوزه‌ها همچنان نیازمند بازنگری و تقویت هستند.

سریال‌های گذشته

در بررسی مسیر سریال‌سازی تلویزیون در دوره تحول (از ۱۴۰۱ تاکنون)، لازم است به یک نکته مهم روش‌شناختی اشاره کنیم؛ اینکه همه آثاری که در این بازه زمانی روی آنتن رفته‌اند، لزوماً محصول ایده‌پردازی و سیاست‌گذاری همین دوره نیستند. بخشی از سریال‌های پخش‌شده در این سال‌ها در واقع امتداد پروژه‌هایی‌اند که پیش‌تر طراحی، تولید یا حتی آغاز شده بودند و حالا صرفاً فصل‌های تازه یا ادامه روایت آن‌ها به آنتن رسیده است.

برای نمونه، مجموعه‌هایی مانند «پایتخت»، «زیرخاکی»، «نجلا» و «سرزمین مادری» هرکدام ریشه در سال‌های قبل از ۱۴۰۱ دارند. ایده اولیه، جهان داستانی و شخصیت‌های اصلی این آثار در دوره‌های پیشین شکل گرفته و مخاطب نیز پیش‌تر با آن‌ها ارتباط برقرار کرده است. بنابراین ادامه ساخت یا پخش فصل‌های جدیدشان را نمی‌توان به طور کامل ذیل سیاست‌های تازه تعریف کرد؛ هرچند ممکن است در روند تولید، تغییراتی متناسب با شرایط جدید در آن‌ها اعمال شده باشد.

به همین دلیل در نمودار موضوعات و تحلیل محتوایی این گزارش، این دسته از آثار را به‌عنوان خروجی ایده‌پردازی دوره تحول لحاظ نکرده‌ایم. هدف ما این بوده که مشخص کنیم در این بازه زمانی، چه سوژه‌ها و چه ژانرهایی به طور مشخص و با رویکرد جدید تعریف و کلید خورده‌اند، نه اینکه مجموع پخش‌ها را بدون تفکیک زمانی بررسی کنیم؛ زیرا اگر این تمایز در نظر گرفته نشود، تصویر نهایی از جهت‌گیری محتوایی تلویزیون می‌تواند دچار خطا شود.

البته تداوم ساخت این مجموعه‌ها خود نکته قابل تأملی است. ادامه‌دادن به برندهای موفق و کاراکترهای محبوب، یکی از راهبردهای رایج در تلویزیون‌های جهان است؛ راهبردی که بر حفظ سرمایه مخاطب استوار است. وقتی سریالی طی چند فصل توانسته اعتماد و علاقه مخاطب را جلب کند طبیعی است که مدیران به فکر ادامه آن باشند. اما این استمرار بیش از آنکه نشان‌دهنده خلق مسیرهای تازه باشد، حکایت از اتکا به سرمایه‌های پیشین دارد.

از این منظر، تفکیک میان سریال‌های امتدادی و سریال‌های برآمده از ایده‌های جدید اهمیت پیدا می‌کند. اولی‌ها بیشتر به تثبیت جایگاه تلویزیون کمک می‌کنند و دومی‌ها می‌توانند نشانه‌ای از تحول و تغییر رویکرد باشند. در این گزارش تمرکز ما بر دسته دوم است؛ یعنی آثاری که ایده، طراحی و تولیدشان در همین دوره تعریف شده تا بتوان ارزیابی دقیق‌تری از سیاست‌های محتوایی سال‌های اخیر ارائه داد. درنهایت، اشاره به این نکته ضروری است که حذف این آثار از نمودار موضوعی به معنای نادیده‌گرفتن اهمیت یا میزان موفقیت آن‌ها نیست، بلکه تلاشی است برای ارائه تصویری شفاف‌تر از آنچه در این دوره، به‌عنوان سیاست و جهت‌گیری تازه مطرح شده و به مرحله اجرا رسیده است.

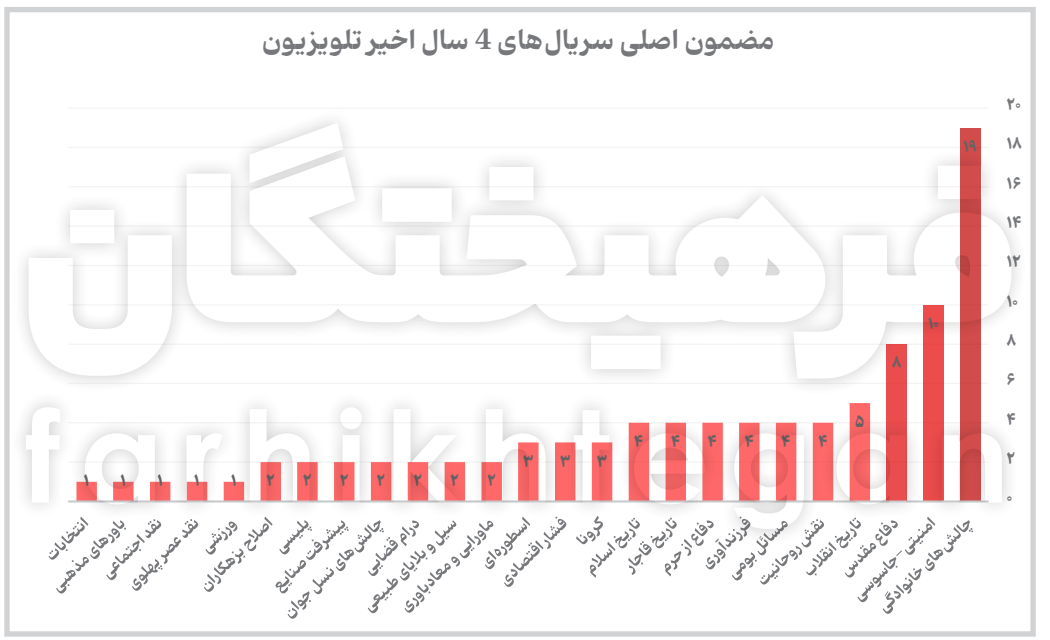
چالش‌های خانوادگی در صدر

بر اساس بررسی‌هایی که در این گزارش انجام داده‌ایم، در دوره تحول تلویزیون از سال ۱۴۰۱ تاکنون حدود ۱۰۳ سریال تولید و پخش شده است؛ هرچند ممکن است آمار نهایی بیش از این باشد، اما در چهارچوب داده‌هایی که برای نگارش این گزارش در دسترس بوده، به این تعداد رسیده‌ایم. از میان این مجموعه‌ها، موضوع و مضمون ۹۴ سریال به‌صورت مشخص مورد تحلیل و دسته‌بندی قرار گرفته تا بتوان تصویری روشن‌تر از جهت‌گیری محتوایی تلویزیون در این سال‌ها ارائه داد.

نتیجه این بررسی نشان می‌دهد بیشترین سهم موضوعی به سریال‌هایی با محور چالش‌های خانوادگی اختصاص دارد. روایت اختلافات نسلی، بحران‌های زناشویی، مسائل اقتصادی خانواده‌ها و روابط درون‌خانه‌ای همچنان یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های سریال‌سازان تلویزیون بوده است. این گرایش البته مسبوق به سابقه است و سال‌هاست که درام خانوادگی به‌عنوان ژانر غالب در تلویزیون ایران شناخته می‌شود؛ ژانری که به دلیل نزدیکی به زیست روزمره مخاطب، همواره ظرفیت جذب گسترده‌تری داشته است.

در رتبه‌های بعدی، موضوعات امنیتی - جاسوسی، دفاع مقدس، تاریخ انقلاب و نقش روحانیت قرار می‌گیرند. تولید سریال‌هایی با محوریت پرونده‌های امنیتی و روایت‌های مرتبط با تهدیدهای خارجی یا داخلی، نشان‌دهنده توجه ویژه به بازنمایی اقتدار و امنیت ملی در قاب تلویزیون است. همچنین آثار مرتبط با دفاع مقدس و تاریخ انقلاب، همچنان سهم قابل‌توجهی از تولیدات را به خود اختصاص داده‌اند؛ آثاری که در امتداد سیاست‌های هویتی و تاریخی رسانه تعریف می‌شوند و تلاش دارند روایت رسمی و تثبیت‌شده‌ای از مقاطع مهم تاریخ معاصر ارائه دهند.

در کنار این‌ها، بخشی از تولیدات به بازنمایی زندگی روحانیت اختصاص داشته است؛ نه صرفاً از منظر تاریخی یا مناسبت‌های مذهبی، بلکه با تمرکز بر شیوه زیست، مناسبات خانوادگی، نوع تعامل با مردم و نحوه مواجهه آن‌ها با مسائل اجتماعی روز. در این آثار تلاش شده تصویری ملموس‌تر و روزمره‌تر از روحانیت ارائه شود و سبک زندگی و نوع کنش اجتماعی آنان در بستر داستان روایت شود. مجموع این داده‌ها نشان می‌دهد تلویزیون در دوره تحول، بیش از هر چیز بر ترکیبی از درام‌های خانوادگی، روایت‌های هویتی - امنیتی و بازنمایی سبک زندگی و کنش اجتماعی چهره‌های مذهبی تمرکز داشته است. بااین‌حال، صرف شمارش موضوعات برای ارزیابی موفقیت کافی نیست. تجربه گذشته تلویزیون به‌خوبی نشان داده که برخی ژانرها و مضامین، در صورت پرداخت درست می‌توانند به آثار ماندگار و پرمخاطب تبدیل شوند و برخی دیگر حتی با حمایت گسترده ممکن است نتوانند ارتباط مؤثری با مخاطب برقرار کنند. بنابراین بازخوانی این آمار باید در کنار یک پرسش اساسی قرار گیرد؛ مخاطب امروز چه می‌خواهد و کدام روایت‌ها برای او جذاب‌تر و باورپذیرتر است؟ شناخت سلیقه و نیاز مخاطب، نه به معنای عدول از سیاست‌های کلان، بلکه به معنای هوشمندانه‌تر انتخاب‌کردن سوژه‌ها و شیوه روایت آن‌هاست. تلویزیون در گذشته تجربه سریال‌های موفق در ژانرهای متنوع را داشته و می‌تواند با رجوع به همان تجربه‌ها، مسیر آینده را دقیق‌تر ترسیم کند. شاید اکنون بیش از هر زمان دیگری لازم باشد میان آنچه مهم دانسته می‌شود و آنچه مخاطب دوست دارد، توازن ایجاد شود؛ توازنی که می‌تواند لکوموتیو سریال‌سازی را دوباره پرقدرت‌تر به حرکت درآورد.



سریال‌هایی که نگارش یا فرایند تولید آن‌ها در دوره‌های قبل آغاز شده و در دوره تحول به پخش رسیده‌اند

نام سریال	شبکه	سال نگارش فیلم‌نامه و پخش
غریبه	۳	فیلم‌نامه برای سال ۱۳۹۸ سال پخش ۱۴۰۳
طوبی	۱	فیلم‌نامه برای سال ۱۳۹۸ سال پخش ۱۴۰۳
فراری	۱	سال پخش ۱۴۰۳
بدل	۳	سال پخش ۱۴۰۳
نون‌خ۵	۱	اولین فصل مربوط به ۱۳۹۸، پخش در سال ۱۴۰۳
رستگاری	۲	سال پخش ۱۴۰۳
زیرخاکی۴	۱	اولین فصل مربوط به ۱۳۹۹، پخش در سال ۱۴۰۳
هفت سراژدها	۳	تصویربرداری در سال ۱۳۹۸ آغاز شد و پخش به سال ۱۴۰۳ رسید
چرخ گردون	۲	سال پخش ۱۴۰۲
سنجرخان	۱	تولید در سال ۱۳۹۹ آغاز شد و پخش به سال ۱۴۰۲ رسید
بیست‌کوبید	۳	سال پخش ۱۴۰۲
محرمانه	۳	تولید در سال ۱۴۰۰ آغاز شد و پخش به سال ۱۴۰۲ رسید
سرزمین مادری	۳	تولید در سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ آغاز شد و پخش به سال ۱۴۰۲ رسید
عاشورا	۱	تولید در سال ۱۳۹۹ آغاز و پخش به سال ۱۴۰۲ رسید
پایتخت۷	۱	اولین فصل مربوط به ۱۳۹۰، فصل ۷ سال ۱۴۰۴

توفیق «مارتی بزرگ» در فصل جوایز سینمایی نشان می‌دهد که یهودیت چگونه سینمای آمریکا را کنترل می‌کند

هالیوود در محاصرهٔ خاخام‌ها

ایمان عظیمی
خبرنگار گروه فرهنگ

این روزها دائم شنیده می‌شود که «بنیامین نتانیاهو» و لابی صهیونیسم در آمریکا، دور «دونالد ترامپ» جمع شده‌اند و او را برای انجام کارهای خطرناک ترغیب می‌کنند. در واقع، این اسرائیل است که نقش تعیین‌کننده‌ای در سیاست داخلی و خارجی ایالات متحده دارد و کم‌وبیش در هر دوره‌ای حرف خود را به کُرسی نشانده و اگر هم در مواردی به توفیق و بهره‌ای هم دست نیافته با پیگیری روش ارعاب و حذف، کارش را در سرزمین غصبی یانکی‌ها پیش برده است. در این میان «فرهنگ»، «هنر» و به‌شکل کلی‌تر آن: «رسانه» با هجوم به ادراک و دستگاه محاسباتی سوژه، او را بدل به شی و مفعول کرده و در برابر خواست خویش به زانو درمی‌آورد تا با فاصله گرفتن از مسائلی که به حیات و مماتش بستگی دارد، دل به خیمه‌شب‌بازی‌های یهودیان در درون صنعت پُرسود و هوس‌انگیز هالیوود ببندد؛ اکنون گویا وضعیت فوق وارد فاز تازه‌ای شده و صهیونیسم جهانی برای جلب ترحم مخاطبان عادی و جدی سینما دوباره به سمت روایت قصه‌های بنی‌اسرائیلی، آن هم در سروشکلی کادو پیچ‌شده متمایل شده است. یهودیت و اشتیاق برای نمایش آنچه مربوط به این آیین تلقی می‌شود درست در نقطه مقابل اقدامات اسرائیل -از لحظه پدید آمدن این موجودیت شوم و سرطانی به این‌سو- قرار دارد، اما مهم‌تر از آن شدت گرفتن رویه‌های این‌چنینی در برهه‌های مختلف تاریخ جدید نوع بشر است که جلب نظر می‌کند. اگر در دهه‌های پیش مواجهه با سوژه «یهودی غریب» در جنگ جهانی دوم تنها از سر وظیفه و واکنشی در برابر نازیسم بود، اکنون بررسی این قضیه در قالب کلان‌راهبردها برای آغاز یک نبرد تمدنی فهم می‌شود. در تازه‌ترین نمونه، «جاش سفدی» پس از جدایی از دیگر برادر فیلم‌سازش، «بنی سفدی» قدم در مسیری گذاشته که پیش‌تر آن را به‌همراه هم‌خون خود در «الماس‌های تراش‌نخورده» فرش کرده بود. برادران سفدی در آن فیلم مصیبت‌های تمام‌ناشدنی یک جواهرفروش یهودی برای دستیابی به آرامش و آسایش مالی را روایت می‌کردند؛ رویکردی که در اولین اثر مستقل جاش، یعنی «مارتی بزرگ» نیز به‌شکلی همبسته چه از حیث روایی و چه از نظر تماتیک قابل رؤیت است.

مظلوم‌نمایی می‌کنم پس هستم!

اگرچه به نظر می‌رسد که داستان «مارتی بزرگ» برگرفته از واقعیت باشد، اما جاش سفدی تنها قالب، اسم و بخشی از خصوصیات رفتاری قهرمان واقعی تنیس‌روی‌میز، یعنی «مارتی رایسمن» را برای ساخت کاراکتر «مارتی ماوزر» از این شخصیت وام گرفته است و تخیل و فیکشن جایگاهی ویژه برای مطرح‌کردن اسطوره جهان مدرن و هدایت فرمان سرمایه‌داری به دست یهودیان اشکنازی دارد. شاید حمل این مفاهیم برای یادداشتی سینمایی آن‌هم در رابطه با فیلمی که از آن به‌عنوان یکی از شانس‌های اصلی اسکار در رشته‌های مختلف نام می‌برند، کمی ثقیل به نظر برسد، اما جاش سفدی هم مانند باقی دوستان و همکاران هالیوودی‌اش با زیرکی و براساس فهمی که از زیبایی‌شناسی و تکنیک‌های سینمایی در مقام یک هنرمند و تکنسین دارد، قدم در چنین راهی گذاشته و دین خود به یهودیت را با هنرمندی ادا کرده است. اما فیلم‌ساز در مارتی بزرگ چه می‌گوید که مضمون و تم این اثر را در نسبت با ساختار سینمایی آن در جایگاه بالاتری به‌منظور تحلیل قرار می‌دهد؟ در سطح روایی، مارتی بزرگ مانند بسیاری از آثار هالیوودی، حکایت یک اوج طولانی و دنباله‌دار از پس حضیض‌های فراوان است؛ مارتی ماوزر، با بازی حیرت‌انگیز «تیموتی شالامی» استعداد عجیبی در بازی پینگ‌پنگ دارد، اما به دلیل کم‌اهمیت تلقی‌شدن و ناشناس بودن این ورزش در میان جامعه آمریکایی، راه ساده‌ای برای جاودانه شدن در پیش ندارد. او از طرف دیگر فروشنده مستعد و آینده‌داری در زمینه فروشندگی کفش است، اما نمی‌خواهد زندگی‌اش را در این راه تلف کند؛ به همین دلیل پولی را که از کارفرمایش طلبکار است، با حیله و نیرنگ می‌دزدد تا برای مسابقات جهانی تنیس‌روی‌میز به لندن آماده شود. او در اوپن لندن تمام رقبایش را شکست می‌دهد، اما در بازی پایانی برابر حریف ژاپنی شکست می‌خورد تا آینده‌ای سیاه انتظارش را بکشد، حال او باید برای ماندن در صحنه در قالب یک روایت قرینه سینمایی تلاش کند. فیلمساز برای کامل‌کردن منحنی تحول شخصیت مارتی از الگوهای کلاسیک پیروی نمی‌کند، زیرا او یک یهودی است و ساختارهای خط‌کشی‌شده فیلم‌نامه‌نویسی در موردش صدق نمی‌کند. زندگی سیزیف‌وار مارتی در ادامه شباهت بسیار زیادی به داستان آوارگی یهودیان در کتب مقدس دارد و روایتی مدرن و زمینی‌شده از الهیات یهودی را به مخاطبانش ارائه می‌دهد. ازسوی‌دیگر او به معنای دقیق کلمه شخصیتی است که از دل رمان‌های قرن نوزدهمی نظیر «تاراس بولبا» اثر «نیکلای گوگول» سر برآورده است. در این آثار هم مانند فیلم مارتی بزرگ شخصیت یهودی ماجرا، فردی حریص، آزمند و طماع ترسیم شده که برای به‌دست‌آوردن منافع مادی و دنیوی تمام اصول اخلاقی و قانونی را زیر پا می‌گذارد و ترسی هم به دل خود راه نمی‌دهد. مضاف بر این، در پایان، یعنی در مسابقه نمایشی میان مارتی و اندوی ژاپنی در توکیو، درست هفت سال پس از بمباران اتمی هیروشیما و ناکازاکی توسط آمریکا مخاطب با ضدقهرمان بی‌اخلاق و بی‌اصول ماجرا هم‌ذات‌پنداری کرده و با او همراه می‌شود تا ابعاد فاجعه همچنان در زیر تلی از محتوای سرگرم‌کننده پنهان بماند! در این نقطه میزانسن سینمایی هم علیه قهرمان ژاپنی و به نفع ضدقهرمان طماع یهودی-آمریکایی است.