

«سیما» و زوایای حادّه و منفرجه و خیلی منفرجه!

درمی یابی عجب ملفعه‌ای است این برنامه‌های شبکه‌های پنجگانه!

و همان جمعه، شب ساعت ۸...

یکی از شبکه‌های پنج‌گانه فیلم سینمایی دارد. تلویزیون را روشن می‌کنی و تکمه شبکه مربوطه را می‌زنی. یاللعجب! فیلم وسترن آنگوشتی ایتالیایی ۲۵ سال پیش را برایت نمایش می‌دهند. عنوانش هست «به من میگن تریستی».

از آن نوع فیلم‌های خشونت‌آمیز و بُکش و بگُشی است که حتی نمایش آن در سینماهای قبل از انقلاب اعتراض روانشناسان و جامعه‌شناسان را برانگیخته بود. علت نمایش چنین فیلمی چه می‌تواند باشد؟ شاید علت آن باشد عده‌ای مسیحی که یکدیگر را «برادر» صدا می‌زنند یکی از محورهای داستان لوس و بدآموز این فیلم هستند.

بهرحال نمایش این فیلم نشان می‌دهد در سیما دیدگاه‌هایی هم حاکم است که زاویه‌شان خیلی منفرجه است! حالا شما بنشینید جای ما و بگوئید می‌توان ادعا کرد در سیمای وطنمان یک سیاست فرهنگی مدون و منسجم که بتواند ذهنیت مغشوش دهها میلیون بیننده را به مسیری صحیح و منطقی

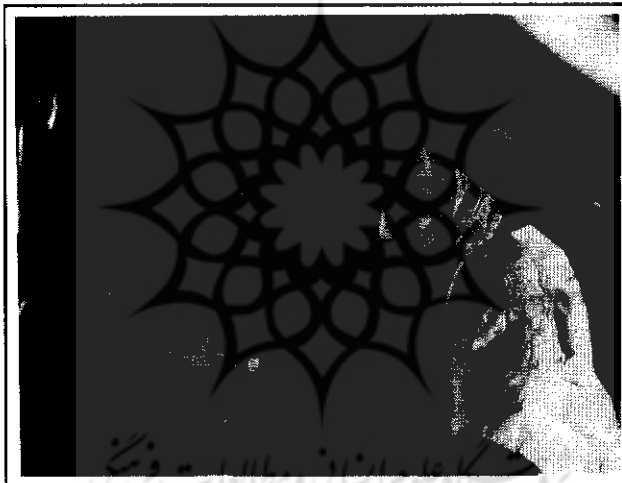
رهنمون شود، حاکم است؟ مردم می‌توانند بطور نسبی تکلیف خود را با این رسانه بسیار پر قدرت روشن کنند؟ یا این رسانه می‌تواند مدعی شود که در جهت‌دهی به افکار عمومی به سمت باورها و ارزشهای ملی، موفق است؟

به نظر می‌رسد شاخص‌ترین خصیصه مدیریت فرهنگی «سیما» تنگ و گشاد کردن زاویه دید، حسب موقعیت و شرایط روز است.

تا نظر شما چه باشد؟

وجود سه دیدگاه با زوایای متفاوت (حادّه = کمتر از ۹۰ درجه، قائمه = ۹۰ درجه و منفرجه بیش از ۹۰ درجه) تو را گیج می‌کند. به فکر فرو می‌روی و از خودت می‌پرسی چرا آقایان برخی اوقات از دروازه رد نمی‌شوند، اما وقتی دلشان بخواهد از ته سوزن هم عبور می‌کنند.

بعد به صرافت می‌افستی مجموعه‌ای از برنامه‌های تلویزیونی را که فرصت تماشایشان را داشته‌ای در مغزت مرور کنی تا شاید بفهمی سیاست‌گذاری فرهنگی تلویزیون بر چه اساسی



علی نصیریان و نیکی کریمی در نمایی از فیلم بوی پیراهن یوسف

استوار است.

فیلم‌های سینمایی، برنامه‌های کسودکان، سریال‌های خارجی شرلوک هلمز و شهر مرزی و کارآگاه مولن و کارآگاه دریک، مسابقات بزرگ و کوچک با آن ژست‌های بعضاً چندش‌آور و بعضاً «من آنم که رستم بود پهلوان»، سریال‌های وطنی که بعضی‌هایشان خاصیت یخ‌قالی را دارند و بعضی‌هایشان مصداق این جمله آخر انشاء بچه‌های دبستانی است که «بنابراین ما نتیجه می‌گیریم که نباید کارهای بد بکنیم» و...

وقتی همه این‌ها را در مغزت مرور می‌کنی

پنج شبکه تلویزیون کشورمان میهمانان ناخوانده و اجباری هر روزه خانواده‌های ایرانی هستند. میهمانانی که حضورشان در خانه‌ها نمی‌تواند خنثی باشد. این میهمانان باید که اثرگذاری داشته باشند، اما چگونه اثری؟

عصر جمعه ۳۰ آبان را در نظر می‌گیریم:

برنامه کودک پایان یافته و تو به انتظار نشسته‌ای پس از پایان سیل آگهی‌های تجاری انواع پُسفک، و ماسکارونی و چیپس و بستنی و ماشین‌رخت‌شوئی یک فیلم سینمایی برایت پخش کنند. در ذهنت این سؤال مطرح است که فیلم امروز از زاویه دید کسانی که بسته می‌اندیشند انتخاب شده یا انتخاب‌کنندگان دارای دیدگاهی به اندازه زاویه قائمه هستند.

وقتی آگهی‌ها تمام می‌شود و بنیه مسالی سیما تقویت لازم را می‌یابد گوینده نام فیلمی را می‌برد که تو به گوشه‌هایت مشکوک می‌شوی: بوی پیرهن یوسف!

فیلمی که آن را چنان توصیف کرده‌اند که تو پنداشته‌ای یک «ضد ارزش» است. لذا وقتی نوشته‌های فیلم-یا به قول سینماچی‌نویس‌ها تیتراژ- آن روی صفحه تلویزیون نقش می‌بندد به

این گمان می‌افتی که: لابد با قیچی کاری، فیلم را تطهیر کرده‌اند. اما روند نمایش فیلم و ارتباط روان و منطقی صحنه‌ها چنان است که در پایان نمایش فیلم به این نتیجه می‌رسی یا متصدی محترم قیچی چنان مهارتی داشته که توانسته به تو بیاوراند فیلم قیچی‌کاری نشده یا... اما کدام یا؟ چیزی به ذهنت نمی‌رسد تا دو سه روز بعد در روزنامه‌ها می‌خوانی «بوی پیرهن یوسف» بدون حذف حتی یک کادر از سیما پخش شده است.

عجبا! پس در تلویزیون کسانی هم هستند که زاویه دیدشان منفرجه است!