

صدای سیمایما!

نیمه‌نگاهی
به رسانه ملی
و مستقدماتش

محتلفی خبری

گذشته و آینده



ده سال گذشت، نیمه اول خرداد ماه ۸۳ دیدار رهبری، تقدیر از مدیریت سازمان و سرانجام تیتراژ درشت روزنامه‌ها: "لاریجانی رفت!" بعضی از مطبوعات حجم وسیعی از صفحات آن روز خود را به این خبر اختصاص دادند یادداشت‌ها و سرمقاله‌هایی که به پیش‌بینی‌هایی در مورد برنامه‌های مدیریت جدید اختصاص یافت. و بالاخره نقدهایی بر عملکرد مدیریت قبلی سازمان صدا و سیما؛ آنچه را که پیش از این کمتر مورد توجه قرار می‌گرفت.

"آثاری که در رادیو و تلویزیون پخش می‌شوند نباید ریتم شاد داشته باشند به گفته خبرنگار امیر کبیر احمدعلی راغب مدیر تولید موسیقی مراکز استانهای صدا و سیما، درباره ضوابط تولید و پخش موسیقی رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی گفت: "نباید ریتم زیاد شادی داشته باشند و یا دارای فضای به گفته وی آلوده باشند و از موسیقی غرب که او آن را مستهجن خواند تأثیر پذیرفته باشند.

...یعنی این همه غم و اذاداری؟! برای ملت ما بس نیست؟ اصلاً واقعاً این حرف خنده داره که موسیقی ما از غرب نباید بیاد یعنی تا اینها هستن نباید بیشتر از سه‌تار و فلوت به چیز دیگری گوش بدیم؟..."

کافیست با یکی از موتور جستجوهای اینترنتی و با یک کلمه کلیدی کلی مثل "صدا و سیما" لیستی از مجموعه مقالات موجود تهیه کنید. مجموعه‌ای از مطالب داستانگونه طنز، خبر، گزارش، خاطره و بیانیه و یادداشت از روزنامه‌نگاران و برنامه‌سازانی مخالف نظام تشکیل دهنده طیف اکثریت این مقالات هستند و باقی، به خبر و اعلان برنامه‌ها محدود می‌شود. اما آیا موضوع نقد تولید رسانه‌ای در صدا و سیما به همین جا ختم می‌شود؟

□ □ □

برخی صاحب‌نظران در پاسخ به این پرسش معتقدند صدا و سیما تا به امروز به دلیل برخورداری از فراگیری از نقد فرهنگی نیروهای درون نظام به دور مانده که این امر در میان منتقدین متعهد به آرمان‌های انقلاب اسلامی شایع‌تر است و قاعدتاً نتیجه چنین خلأی در حوزه نقد رسانه‌ای بی‌اعتنایی نیروهای انقلابی نسبت به ظرفیت عظیم هنری و تبلیغاتی این رسانه خواهد بود.

از طرفی فقدان نقد متعهد نسبت به صدا و سیما جریان‌های منتقد نسبت به این رسانه را به دو دسته کلی محدود می‌کند: دسته اول منتقدین سیاسی هستند که تلویزیون را تنها در کارکردهای حزبی محدود می‌بینند که پاسخ سیاسی مسئولین صدا و سیما به چنین نقدهایی طبیعی است. دسته دوم نقدها به گروهی دیگر تعلق دارد که تنها به حضور ظواهری از مذهب در رسانه بسنده می‌کنند؛ این دسته را هم می‌توان با گنجاندن گوشه‌هایی از ظواهر دین - مثل صلوات فرستادن در ابتدای بخش‌های خبری - راضی کرد. چنین وضعیتی چیزی جز احساس مشرووعیت مدیران سازمان را نسبت به عملکردشان به دنبال نخواهد داشت.

□ □ □

"اسلام تلویزیون، اسلامی است که با ارزش‌های جامعه سرمایه‌داری جور درمی‌آید."

(سوره شماره چهارم صفحه ۴۵)

سوره دوره جدید از همان شماره‌های اول تکلیف خود را با موضوع تلویزیون روشن می‌کند. موضوع کاملاً مشخص است: "تحقق آرمانها و ایده‌آل‌های انقلاب اسلامی و رهبران آن در حوزه رسانه"

"بزرگترین انتقاد ممکن به صدا و سیما آن است که فرهنگ مصرفی" را بشدت تبلیغ می‌کند، چه از طریق کثرت آگهی‌ها و چه از طریق سریال‌ها و فیلم‌ها که با مؤلفه‌های زندگی اقتصادی و فرهنگ اسلامی ماناسازگار

است.

...برای اینکه وابستگی اقتصادی و فرهنگی خود را به قدرتهای بزرگ کاهش دهیم نیاز شدیدی به الگوهای اسلامی داریم که متأسفانه عکس آن عمل می‌شود."

(سوره شماره هشتم صفحه ۳۲ و ۳۳)

سوره در نقد صدا و سیما علاوه بر پرداختن به مبانی آرمانی، تلاش می‌کند در بند کلی‌گویی قرار نگیرد لذا با توجه به نمونه‌ها سعی دارد تا از فضای انتزاع به دنیای واقعی وارد شود در عین اینکه می‌کوشد ساخت برنامه‌ها را با توجه به جریان‌های برنامه‌سازی تحلیل کند.

برنامه‌سازی در تلویزیون از نکات قابل توجه نقد چارچوبی سیما از نگاه سوره است. "دکتر پیمان جبلی" کارشناس ارتباطات، "ابراهیم فیاض" جامعه‌شناس ارتباطات و برنامه‌سازی چون "فریدون حسن‌پور"، "جواد شمقدری"، "حسین محمودیان" و "حسین دهباشی" از کسانی هستند که در عین نقد چارچوب‌های برنامه‌سازی در صدا و سیما در دو سطح نظری و عملی نمونه‌هایی از وضعیت مطلوب را ارائه کرده‌اند.

به هر حال آنچه در شرایط فعلی برای مدیریت جدید سازمان صدا و سیما ضروری به نظر می‌رسد شناخت نقاط ضعف و قوت برنامه‌سازی در دوره گذشته است که توجه به جریان نقد متعهد تلویزیون در خارج از سازمان را می‌توان از منابع رسیدن به آن دانست.

□ □ □

دوشنبه ۲۸ اردیبهشت ماه ۸۳ برنامه از ساعت ۱۰:۴۰ دقیقه صبح آغاز شده است. مزار شهدای گمنام و قرائت فاتحه مثل همیشه شروع بازدید است، آقای لاریجانی هم آمده‌اند، رهبری هیچ جا را از قلم نمی‌اندازد از استودیو پخش خبر گرفته تارژی و بعد دو برنامه سخنرانی برای مدیران و عموم کارمندان.

از لاریجانی تقدیر می‌شود؛ به خاطر یک دهه مدیریت سازمان صدا و سیما. اما رهبری حرف‌های دیگری هم برای گفتن در مورد صدا و سیما دارد که فعلاً نمی‌گوید؛ "یاشد برای یک فرصت دیگر"، انتظارات هنوز ادامه دارد؛ حتی در دوره جدید. و این یعنی "پایان کار لاریجانی"

دور از تیغ نقد

"اگر بخواهیم تلویزیونمان را با رسانه‌های تصویری دنیا مقایسه کنیم پاک‌ترین آنهاست. ولی وقتی با آرمان‌های خودمان مقایسه می‌کنیم، با آن افق بلندی که در نظر داشتیم با آن ویژگی خاص فرهنگی که انقلاب‌مان

داشت، می‌بینیم باید کار به نقد کشیده شود.

محمد میرکیانی را به عنوان داستان‌نویس می‌شناسند و البته نویسنده برنامه‌های تلویزیونی. و امروز در حالی در مورد عملکرد صدا و سیما صحبت می‌کند که کارمند بازنشسته پیش از موعد آن است. وقتی قرار می‌شود در مورد کارنامه لاریجانی در ده ساله گذشته گفتگو کنیم از لزوم نقد جدی و دقیق برنامه‌های صدا و سیما می‌گویید: "صدا و سیما از تیغ نقد در امان مانده است. وقتی یک نویسنده یا مصیبت بسیار یک کتاب بیست صفحه‌ای را چاپ می‌کند، آن وقت در یک صفحه روزنامه مشهور کشور در چند ستون نقدش می‌کنند در تیراژ خیلی وسیع. اما صدا و سیما همیشه از نقد به دور بوده است. متأسفانه عناصر صدا و سیما به خاطر گستردگی و توان تأثیرگذاری فکر می‌کنند همیشه حق با آنهاست، این را باید از ذهنشان دور کنند."

در یک جمله خلاصه می‌کنید؛ وقتی یک اثر منتشر شد دیگر مالکیتش برای صاحب اثر نیست.

توقف در کمیت، بی‌توجهی به کیفیت

ده سال؛ ده شبکه سیما؛ ده شبکه رادیویی. رشد سریع سازمان صدا و سیما در کمیت و سخت‌افزار رسانه‌ای نقطه قوتی است که تقریباً قریب به اتفاق صاحب نظران به آن اشاره کرده‌اند. توسعه شبکه‌های تلویزیونی، ایجاد شبکه‌های استانی، راه‌اندازی شبکه‌های بیرون مرزی جام جم، العالم و سحر و بسیاری از مراکز مختلف دیگر گوشه‌ای از فعالیت کمی لاریجانی در صدا و سیماست. اما موضوع به همین جا ختم نمی‌شود میرکیانی این مورد را در مقابل افت کیفی قرار می‌دهد:

"شبکه‌ها گسترش پیدا کرد؛ شبکه‌های داخلی و خارجی ایجاد شد ولی از نظر کیفی افت کرد و علتش هم این بود که به موازات و تناسب گسترش شبکه‌ها نیروسازی نشد و عمدتاً عناصر تصمیم‌گیرنده صدا و سیما غیر از موارد خاصی با جزئیات تولید فکر آشنا نبودند."

بهر روز اثباتی مسوول گروه تلویزیونی روایت فتح هم موضوع رشد کمی را از نقاط مثبت برجسته سازمان صدا و سیما در ده ساله اخیر می‌داند: "در بعد کمی کارهای مفیدی انجام شده است، گسترش شبکه‌ها و تأسیس

میرکیانی: آیامی شود امروز که بیست و پنج سال از انقلاب می‌گذرد ما با همان بهانه سال ۵۸ به سازمان حق بدیم و بگوییم نیروی فرهنگی متناسب با انقلاب نداریم؟!

اثباتی: توان هر مجموعه‌ای را با توجه به امکانات موجود باید سنجید، وضعیت صدا و سیما را وقتی آقای لاریجانی آن را تحویل گرفت باید در نظر داشت امکاناتی را هم که در اختیارش گذاشته‌اند باید لحاظ شود.



مراکز تهیه خبر مثل باشگاه خبرنگاران جوان و گسترش شبکه‌های خبری از نکات مثبت این دوره است

ابوالقاسم طالبی - کارگردان سینما و تلویزیون - نیز بر همین عقیده است و عملکرد لاریجانی را چون معماری بنایی عظیم برای استفاده در خور مدیر بعدی می‌داند. با این حال هستند کسانی که به این مورد هم در حوزه‌هایی

میرکیانی در ورود به بحث صدا و سیما بر یک محور تأکید می‌کند، موضوعی که کم و بیش در همه اظهار نظرهایی که در گفت‌وگو با سوره صورت گرفته موجود است "صدا و سیما باید نقد شود."

که از حدود امکانات خارج شده با دیده تردید نگاه می‌کنند. لجام گسیختگی در کمیت که باعث وارد آمدن بار مالی سنگین بر مجموعه سازمان شده است. اما در عین اینکه برخی مسأله مشکلات مالی را برای سازمان جدی می‌داند همچنان هنوز موضوع کمیبود مدیر فرهنگی آشنا به مسائل مشکلات برای برخی دیگر در اولویت است؛ علاوه بر میر کیانی، جواد شمقدری - کارگردان سینما و تلویزیون - عدم حضور چنین افرادی را یکی از مسائل اساسی صدا و سیما می‌داند و غفلت از آن را در کنار رشد سخت‌افزاری بی‌رویه، بحران توصیف می‌کند با این حال سؤال جدی میر کیانی به سازمان بازمی‌گردد: آیا می‌شود امروز که بیست و پنج سال از انقلاب می‌گذرد ما با همان بهانه‌های ۵۸ به سازمان حق بدهیم و بگوییم نیروی فرهنگی متناسب با انقلاب نداریم؟!'

از کوزه همان برون تراود که در اوست!

زندگی‌های لوکس، مشکلات فانتزی، تبلیغات مصرفی و هر آنچه که در یک کلام تجمل‌گرایی خوانده می‌شود از نظر جواد شمقدری ثمره دوران مدیریت آقای لاریجانی نیست، بلکه ده سال مدیریت ایشان بر صدا و سیما تنها بخشی از دوران ترویج تجمل و مصرف در این رسانه به شمار می‌آید. شمقدری ریشه مسأله را فراتر از سیاستگذاری‌های سازمان می‌داند:

'پس از دوران جنگ و در دوران دو دولت اخیر با توجه به سیاست‌های خاص اقتصادی در دوره سازندگی و پس از آن، ظهور چنین فرهنگی و به تبع آن ترویجش در رسانه طبیعی بود.' میر کیانی هم عامل فرهنگ عمومی را دخیل می‌داند اما از عوامل داخلی هم نام می‌برد:

'با این حال اکثر فیلم‌های تلویزیون و فضایی که در آن روایت می‌شوند ارتباط مستقیمی با نوع نگاه و سطح زندگی سازندگان و مدیران سازمان دارد، به عبارتی این برنامه‌ها آئینه‌ای است از سطح زندگی خود مدیران. از کوزه همان برون تراود که در اوست.'



جواد شمقدری: در دوران آقای محمد هاشمی ایشان را برای همایشی در قم به عنوان رییس صدا و سیما دعوت کرده بودند. آنجا از ایشان در مورد سیر تجمل‌گرایی در صدا و سیما سؤال شد جواب دادند که چون پایه دوربین کوتاه نداریم مجبوریم بازیگران را روی مبل بنشانیم!

در مورد مصرف‌گرایی و ترویج آن قضیه تا حدی فرق می‌کند شمقدری مبارزه با ترویج مصرف‌گرایی را که به شدت از طرف رهبران انقلاب مورد تأکید قرار گرفته بود از نکات فراموش شده پس از هاشمی می‌داند:

'متأسفانه غفلت شد، و از طرفی با توسعه کمی و بالا رفتن خرج‌ها کم‌کم حرکت به سمت تبلیغات کالاهای مصرفی

'به یاد دارم دوران آقای محمد هاشمی بود، ایشان را به عنوان رییس صدا و سیما برای همایش در قم دعوت کرده بودند آنجا از ایشان در مورد سیر تجمل‌گرایی در صدا و سیما سؤال شد ایشان جواب دادند که چون پایه دوربین کوتاه نداریم مجبوریم بنا بر این مجبوریم بازیگران را روی مبل و صندلی بنشانیم.'



شمقیری در دوران
دولت اخیر با توجه
به سیاست‌های
اقتصادی خاص ظهور
فرهنگ تجمل و به تبع
آن ترویجش در
رسانه طبیعی بود.

سرعت گرفت.

تا اینکه امروز کار به جایی می‌رسد که یک کمپانی خارجی در نمایش سریال‌های ما نقش تعیین کننده پیدا می‌کند، باید جلوی این روند گرفته شود.
بهر روز اثباتی مسأله را از جهتی دیگر تحلیل می‌کند: توان هر مجموعه‌ای را با توجه به امکانات موجود باید سنجید، وضعیت صدا و سیما را وقتی آقای لاریجانی آن را تحویل گرفت باید در نظر داشت امکاناتی را هم که در اختیارش گذاشته‌اند باید لحاظ شود.
اما وقتی به این سؤال می‌رسیم که چرا با امکانات کم کارهای بزرگ صورت گرفته که نتیجه آن ترویج مصرف‌گرایی و تجمل شده است پاسخ وی متفاوت است: ما اینجا توجیه‌گر و پاسخ‌گوی عملکرد آقای لاریجانی نیستیم باید مشخص کنیم که آیا صدا و سیما سازمانی دولتی است که باید برای عموم مردم برنامه بسازد و بودجه‌اش تأمین شود یا خیر. وقتی بگویند هزینه‌های سازمان را خود سازمان باید تأمین کند، نتیجه‌اش این می‌شود.

نظام تهیه کنندگی و فقر تولید فرهنگی

برای رسیدن به شرایط مطلوب - با توجه به آنچه از نابسامانی‌ها طرح شد - گام اول علت‌یابی است. میرکیانی مشکل را در عدم آشنایی مدیران فرهنگی با فرآیند تولید فرهنگی می‌داند:
وقتی یک مدیر در صدا و سیما باروند تولید فکر و محصولات فرهنگی آشنا نباشد نمی‌تواند عوامل مناسبی را برای تأمین برنامه گرد هم بیاورد، وقتی دغدغه اصلی افراد موضوع فرهنگی نباشد در پیدا کردن آدم‌ها مایوس و دلسرد می‌شوند و فقط آدم‌هایی را پیدا می‌کنند که امور را بگذرانند و مجموعه را اداره کنند، یک مدیر شبکه که حداقل‌اش این است که بتواند یک سریال را تحلیل کند و چنین آدم‌هایی در بین مدیر شبکه‌ها کم‌اند. یعنی اگر نداند، سرش را کلاه می‌گذارند و یک سریال سیزده قسمتی را پنجاه قسمت ارائه می‌دهند.
ابوالقاسم طالبی موضوع را در زد و بندهای داخلی می‌بیند اما باز هم راه‌حل در یک چیز است: "اندیشه‌سالاری" به جای "تهیه‌کننده‌سالاری".

آرمانهای فراموش شده

"ما باید بعضی از موقیعت‌ها را حفظ می‌کردیم؛ برای مستضعفین که ولی نعمتان انقلاب بودند و هر زمان که لازم باشد این قشر سینه سپر می‌کنند چقدر کار کرده‌ایم چقدر جریان اصیل زندگی این‌ها را به تصویر کشیده‌ایم؟ این سؤال مهمی است که باید پرسیده شود!
جواب خود میرکیانی به این پرسش است: "شاید آدم‌هایی که می‌بایست این کار را انجام دهند در این آرمانها و زندگی‌ها غرق نیستند."
متأسفانه کارهایی انجام شده ولی سیاست صدا و سیما، بخش چنین برنامه‌هایی نیست. با موضوع طرح زندگی قشر مستضعف و جنگ فقر و غنا و... کارهایی ساخته شده است اما نگاه محتاطانه‌ای در تلویزیون وجود دارد که مانع از طرح چنین موضوعاتی می‌شود. شمقیری حتی فراتر می‌رود و سیاست‌های برنامه‌سازی را در جهت خلاف آرمانهای انقلاب معرفی می‌کند:
"در شرایطی که کشور ما از هر چهار طرف تقریباً در محاصره دشمن قرار دارد و بیش از هر زمان دیگر ملت احتیاج به روحیه حساسیت به واقعیات جامعه و شهادت‌طلبی و... دارد رسانه‌های ما متأسفانه در جهت غافل نگه داشتن جامعه برنامه می‌سازند."

هنر، اندیشه، دین و پر و پاگانند تلویزیونی

"سیاستگذاری‌ها نگذاشتند تلویزیون به حدی که باید، برسد." دکتر محمد مددیپور وضعیت تولید برنامه در بخش دین و اندیشه را تحت تأثیر دو جریان تفسیر می‌کند: "ضعف در تهیه‌کنندگان و سیاستگذاری" و نتیجه‌گیری می‌کند که چنین نقاط ضعفی باعث پرداخت سطحی به همه موضوعات از جمله اندیشه و دین می‌شود:
"نتیجتاً آنچه بر صدا و سیما غلبه کرد همان برنامه‌های سطحی و تکراری است، با آدم‌های مشخص تکراری. چه در عرصه فرهنگ و هنر و چه در بخش‌های دیگر، عملاً شما طوری بازگشت کردید به سیاست صدا و سیما دوران شاه. یعنی ساختار صدا و سیما تغییری نکرد؛ غیرسیاسی کردن و یا بخش خاصی از سیاست را مطرح کردن.
البته مددیپور این بازگشت به گذشته را نه در ظاهر که در جوهره فعالیت‌های رسانه‌ای می‌بیند و می‌افزاید:
"متأسفانه اگر زمانی هم احساس می‌شد که باید [در جهت ارزش‌ها] کاری هم انجام بگیرد، پر و پاگاندايي بوده و آنچه انتظار می‌رفت حاصل نمی‌شد و خوب این باعث می‌شود که برنامه‌ها به همان سطح مبتذل دوره گذشته تنزل یابد با این تفاوت که در گذشته جهت‌گیری‌ها در جهت نظام شاهنشاهی بوده اما امروز به ظاهر در جهت



دکتر محمد مدپور: آنچه بر صدا و سیما غلبه کرده همان برنامه‌های سطحی و تکراری است با آدم‌های مشخص و تکراری چه در عرصه فرهنگ و هنر و چه در بخش‌های دیگر، عملاً شما طوری بازگشت کردید به سیاست صدا و سیما دوران شاه!

بهر روز اثباتی: در بعد کمی کارهای مفیدی انجام شده است، گسترش شبکه‌ها و تأسیس مراکز تهیه خبر مثل باشگاه خبرنگاران جوان و گسترش شبکه‌های خبری از نکات مثبت این دوره است.



محمد میرکیانی: اگر بخواهیم تلویزیونمان را بار سانه‌های تصویری دنیا مقایسه کنیم پاک‌ترین آنهاست ولی وقتی با آرمانهای خودمان مقایسه می‌کنیم، با آن افق بلندی که در نظر داشتیم می‌بینیم که باید کار به نقد کشیده شود.

مددپور پرداخت به موضوعات اندیشه و هنر در این سطح را تبلیغاتی و حرکتی در جهت پر کردن برنامه برمی‌شمرد: با این وصف برنامه‌ها، برنامه‌های جالبی نیست و مطالب و گزارش‌های جذبی را مطرح نمی‌کنند. گروه خاص و تکراری که اسبیر این ساختار شده‌اند می‌آیند و تهیه‌کنندگان هم برنامه‌های مجانی تهیه می‌کنند... از طرفی چون تلویزیون جنبه پر و پاگانمایی هم دارد خیلی‌ها هم رغبت نمی‌کنند در این برنامه‌ها حضور یابند.

اسلام است. با این حال وقتی به هسته مرکزی آن توجه می‌کنیم فاقد هویت دینی است. در تلویزیون تظاهر به شرع زیاد است صحنه‌هایی از نماز و روضه می‌گذارند اما پرداختن به واقعیت‌های اجتماعی و مشکلات مردم با آن ظرافتی که در دل معیارهای دینی وجود دارد دیده نمی‌شود. مددپور اظهار تأسف می‌کند که رسانه‌های غربی از این ظرافت‌ها در جهت اهداف خود استفاده می‌کنند ولی ما غافل هستیم.

تحول جدی

ابوالقاسم طالبی: تحول اساسی در مدیران، بهروز اثباتی: توقف رشد کمی، بهبود رشد کیفی محمد میرکیانی تولید فکر در مدیران صدا و سیما محمد مددپور: تغییر شورای سیاست‌گذاری و شمقدری: تقویت نویسندگان و هنرمندان انقلاب. این‌ها همه راهکارهایی بود که برای اصلاح ساختار و افزایش بهره‌وری سازمان صدا و سیما ارائه شد راهکارهایی که هر کدام ریشه در نوع نگاه نقادانه هنرمندان و متفکران و مدیران رسانه‌ای گوینده آن داشت. شاید اگر دایره چنین نقدهایی در بین صاحب‌نظران این رسانه وسعت یابد، جمع‌بندی راهکارها به نتایج راهگشتری منجر شود.

جواد شمقدری دلیل عدم توجه به مسایل زیربنایی در باب رسانه در برخورد با هنر، اندیشه، دین و سیاست را سیاست‌زدگی این رسانه می‌داند و تأکید می‌کند که متأسفانه در چند ساله اخیر مسائل اصلی فراموش شده است. شمقدری در این مورد نمونه‌ای ذکر می‌کند: بحث‌های تخصصی هنر در تلویزیون: در مورد سینما به طور مثال بحث‌های تخصصی مطرح شده بیشتر در جهت فضای اندیشه و هنر آن سوی مرزهاست آن قدر که فضای تخصصی سینما به جشنواره‌های کن و لوکارنو و... نزدیک است. به فضای خودی نزدیک نیست در صورتی که علی‌القاعده سینمای انقلاب می‌بایستی مانیفستی مستقل و مخصوص به خود داشته باشد.