جمال شورجه (فیلمساز)

ابوالقاسم‌طالبی(فیلمساز)

محمد کاسبی (بازیگر)

رسول ملا قلی پور (فیلمساز)

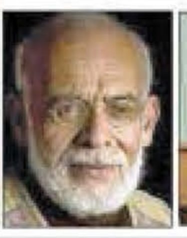
شهریار بحرانی (فیلمساز)

پرویز شیخ طادی (فیلمساز)

داود میرباقری (فیلمساز)

حسین یاری(بازیگر)

پروانه معصومی (بازیگر)


مهدی فقیه (بازیگر)

ابراهیم حاتمی کیا (فیلمساز)

سلحشور (فیلمساز)

هادی محمدیان(پویا نما)

مجید مجیدی (فیلمساز)

شهید آوینی (فیلمساز)

جواد اردکانی (فیلمساز)

نگاهی به آنچه نوروز امسال در تلویزیون گذشت

از حاشیه‌های «پایتخت» تا برنامه‌های تکراری

آرش فهیم

۱۹ اسفند سال قبل، وقتی نشست خبری معاون سیما و مدیران شبکه‌های تلویزیون برگزار شد و همه آنها به طور مفصل درباره برنامه‌های خود برای تعطیلات طولانی مدت آغاز سال جدید صحبت کردند، بارزترین نکته، تکراری بودن نام‌ها و عناوین بود؛ دورهمی، مردان آهنین، کلاه قرمزی، پایتخت، دیوار به دیوار، فیلم‌های سینمایی داخلی و خارجی و... برنامه‌هایی هستند که سال‌های قبل هم توسط این مدیران یا اسلاف آنها اعلام شده بودند.

حتی برنامه‌های گفت وگو محوری هم که برای سال تحویل یا قبل و پس از آن تهیه شدند نیز مشابه سال‌های قبل اجرا شدند. همه آنها با دعوت از سلبریتی‌ها یا چهره‌های مشهور و غیرمشهور در حوزه‌های ورزشی و بازیگری و خوانندگی روی آنتن رفتند؛ درست مثل سال‌های قبل. افرادی که اغلب آنها به زندگی لاکچری و مصرف‌گرایی مبتلا هستند اما قرار بود با حضور در این برنامه‌ها به مردم درس زندگی و سبک زندگی بدهند! غافل از اینکه نیاز اصلی امروز ما در عرصه فرهنگ و رسانه، کشف و معرفی الگوهای کارآمد و اصلاح گر است؛ حضور چنین افرادی در این برنامه‌ها بسیار کمرنگ بود.

البته تکرار و کلیشه، لزوما منفی نیست و دلیل استفاده از این برنامه‌ها هم این بود که قبلا امتحان خود را در «جذب مخاطب» پس داده بودند. اما حتی باز تولید موفق‌ترین محصولات نیز باید همراه با نوسازی و به روزرسانی باشند تا موجب تحرک و پویایی فرهنگ در بین مردم شوند. به ویژه اینکه تعطیلات طولانی مدت نوروز، یک مقطع زمانی راهبردی برای رسانه ملی محسوب می‌شود. چون در این روزها آمار مخاطب صداوسیما افزایش می‌یابد و این موضوع، یک فرصت خیلی مناسب برای رسانه ملی است تا تأثیرگذاری و جریان‌سازی فرهنگی و اجتماعی خود را افزایش دهد. نکته دیگر اینکه به هر حال، برنامه‌های نوروزی، نقش نوعی سرآغاز را دارند و شبکه‌ها و گروه‌های مختلف، می‌توانند با استفاده خوب از این موقعیت، توجه مردم را برای ادامه سال، جلب کنند. همچنانکه برخی از برنامه‌ها و مجموعه‌های پرطرفدار، اولین بار به عنوان یک ویژه برنامه نوروزی خود را معرفی کردند و به خاطر حجم زیاد مخاطب، فصل‌های بعدی آنها نیز تولید و پخش شد.

بگذارید «پایتخت» آباد بماند!

سیروس مقدم، کارگردان مجموعه «پایتخت» در سال ۹۳ و در پی تولید و پخش تحسین برانگیز فصل سوم این سریال صراحتا با ادامه ساخت قسمت‌های بعدی آن مخالفت کرده بود. او در گفت‌وگویی که همان موقع با نگارنده انجام داد و در همین صفحه هم منتشر شد، گفته بود: «به اعتقاد بنده، با «پایتخت ۳»، سه‌گانه پایتخت‌ها کامل شده است. می‌شد با پایتخت‌های دیگر به روند «پایتخت»سازی تا سال‌ها ادامه داد، اما دلم می‌خواهد خاطره خوش پایتخت‌ها،در ذهن مردم باقی بماند.» یعنی کارگردان این مجموعه نیز پیش‌بینی می‌کرد که ادامه پیدا کردن این سریال سبب ضعف آن خواهد شد و شد. درحالی که «پایتخت۳» یکی از بهترین سریال‌های تاریخ تلویزیون ایران به شمار می‌رود، «پایتخت۴» هم از نظر ساختاری و هم محتوایی به طور آشکاری افت پیدا کرد و مسیر این تنزل در «پایتخت۵» هم ادامه یافت.

همه جذابیت این سری از پایتخت، به خاطر عقبه درخشان این مجموعه است. در سه قسمت اول «پایتخت» ساختار درام و کمدی پاک با فرهنگ و زیست- بوم و آداب بخشی از سرزمین ایران و همچنین باورها و غرور ملی در هم آمیخته شده بودند. خانواده نقی معمولی با اینکه متعلق به استان مازندران و با لهجه این خطه بودند اما چکیده‌ای از همه مردم ایران و روحیات آنها به نظر می‌رسید. نقی، هما، ارسطو، بابا پنجعلی، فهیمه و... در عین خاص و متفاوت بودن اما طوری خلق شدند که باورمان نمی‌شود آنها ساختگی‌اند و تصور می‌کنیم که با آدم‌هایی واقعی مواجه هستیم. نکته مهم این است که بازیگرانی که ایفاکننده این نقش‌ها هستند، فقط در قالب همین شخصیت‌ها شناخته می‌شوند. مثلا افرادی که بازی محسن تنابنده را در سایر فیلم‌ها می‌بینند، نمی‌توانند با نقش وی در آن آثار ارتباط برقرار کنند.

پایتخت، با تکیه بر قدرت شخصیت‌های باورپذیر و دوست داشتنی و فضای کاملا بومی و اخلاقی خود، به دل مردم راه یافت. در سری چهارم، علاوه بر اینکه ساختار روایی این سریال سست و بی‌انسجام شد، آن صمیمیت و گرمای سابق نیز در روابط و رفتار آدم‌های سریال کمرنگ‌تر به نظر می‌آمد و حتی جو «زیرآب‌زنی» در آن بالا گرفت. در «پایتخت۵» هم در کنار جذابیت بالا و قدرت بالای برقراری ارتباط با مخاطب، این روند ادامه پیدا کرد. باز هم ما یک خط روایی مشخص و منطقی را در این سریال نمی‌بینیم. علی آبادی‌هایی که قبلا به خاطر صافی و سادگی روستایی خود دلبری می‌کردند، این بار دل خود را به سفر ترکیه سپردند و در این مسیر، دیگر از آن خصلت‌های زیبا و دل نشین آنها کمتر می‌شد دید. تا جایی که حتی کارشان به مشارکت در قاچاق لباس هم کشید! مناسبات عاشقانه ارسطو که در سری‌های قبلی، پاک و بی‌آلایش بودند جایش را به هیز بازی‌های او در سفر هوایی و ماجراهای بد بوی بهتاش داد. در این سریال، همه در پی مچ گیری از هم هستند و عامل اصلی ایجاد موقعیت‌های طنز را سوءتفاهم علی آبادی‌ها نسبت به هم یا توهین و تمسخر یکدیگر گرفته است. استفاده از صدای یک خواننده ترک هم نوعی کج سلیقگی بود، چون با فضای حاکم بر این سریال تناسب ندارد؛ «پایتخت» در همه فصول آن متکی به بازنمایی جلوه‌های فرهنگ بومی و سنتی ایرانی بوده است و قرار گرفتن آهنگ‌های نسبتا مبتذل ابراهیم تاتلیس، برخلاف مشی دراماتیک این سریال است. ظرفیت پایتخت برای جذابیت به قدری بالاست که برای افزایش جذابیت، هیچ نیازی به این کارها نبود! تبلیغ جاذبه‌های گردشگری ترکیه آن هم به شکلی گلدرشت که توی ذوق می‌زد، در روایت «پایتخت۵» سکته ایجاد کرد.

با این حال، «پایتخت۵» در بین سایر سریال‌های نوروز سیما با استقبال بیشتری از سوی مردم مواجه شد که این موفقیت به خاطر ملموس بودن شخصیت‌های این سریال است. در حوزه جلوه‌های ویژه و جذابیت‌های بصری، سریال «پایتخت» عملکرد مثبی دارد. صحنه‌های بالن سواری و به ویژه گیر افتادن پایتختی‌ها در طوفان و وسط دریا، نسبت به صحنه‌های مشابه در سینما و تلویزیون کیفیت بهتری داشت. همچنین صحنه‌های درگیری با داعش در سوریه نیز مهیج و قابل قبول ارزیابی می‌شود.

سریال‌هایی برای دیده نشدن

به جز «پایتخت۵» سایر سریال‌های نوروزی امسال طوری ساخته شده بودند که تماشای آنها کار دشواری بود. سه مجموعه دیگر سیما در این ایام، دورهمی چند بازیگر در موقعیت‌های ثابت و ایستا و بدون داستان بود.

«تعطیلات رویایی» که از شبکه دو پخش می‌شد، در بخشی از ساحل جزیره کیش گیر افتاده بود. گویی برای سازندگان این سریال، فقط همین کافی بود تا به سفارش منطقه آزاد کیش، برخی از جاذبه‌های گردشگری این منطقه را نمایش دهند و سایر الزامات یک مجموعه نمایشی را رها کرده بودند. چون هیچ منطق و اصولی بر ماجراهای این سریال حاکم نبود. مثلا مشخص نیست که دختری که پس از سال‌ها پدر واقعی خود را پیدا کرده، چرا این همه راه به تعقیب پدر خود می‌پردازد و از شیراز تا کیش می‌رود و پس از چند روز کارآگاه بازی، واقعیت را پدرش می‌گوید؟ چرا صبر نمی‌کند تا او از سفر برگردد و بعد به سراغش برود؟ و چرا این همه تعقیب وگریز و موش و گربه بازی؟

«دیوار به دیوار۲» هم مثل سری قبلی این مجموعه، روایتگر ماجراهایی است که در یک خانه اتفاق می‌افتد. فضای مصنوعی و دور از مسائل روز جامعه، نتیجه‌اش سریالی بدون دغدغه و بی‌درد است که همچون خانه‌ای بی‌در و پیکر، همه چیز در آن بدون هیچ منطق و عقلانیتی رخ می‌دهد! برخلاف «پایتخت۵» که نمایش دهنده آدم‌هایی ملموس و موقعیت‌هایی شبیه به زندگی واقعی است، در «دیوار به دیوار۲» شاهد آدم‌هایی پلاستیکی و بی‌روح هستیم که روابط و مسائل آنها ربطی به جامعه امروز ما ندارد.

«هیئت مدیره» نیز یک سریال بیش از حد آپارتمانی است که همه ماجراهای آن در یک ساختمان اتفاق می‌افتد. سریالی که بیشتر به یک نمایش رادیویی شباهت دارد و مسائل رخ داده در آن چندان مهم و جدی تلقی نمی‌شود. مردم عادی در حل کردن مشکلات منازل و آپارتمان‌های خود از این سریال بسیار پیشروتر هستند. ضمن اینکه برخی از تلقین‌های این سریال نیز سوال برانگیز هستند. مثلا میترا، شخصیت محوری و قهرمان سریال «هیئت مدیره» وقتی متوجه می‌شود که شوهرش صاحب یک شغل آبرومند و خوب شده است، واکنشی منفی نشان می‌دهد! در سریال نوروزی شبکه پنج، مادر بودن و داشتن فرزند به عنوان یک امر منفی معرفی می‌شود. از یک طرف، زن صاحب فکر و کاردرست این سریال، با اینکه سال هاست ازدواج کرده‌اما از مادر شدن پرهیز کرده و از طرف دیگر، همه بچه‌ها در این سریال، عامل سلب آسایش و آرامش خانواده‌های خود و همسایگانشان هستند!

«کلاه قرمزی» نیز با فضایی شبیه به فصل‌های قبلی این برنامه روی آنتن رفت و با وجود افزوده شدن چند عروسک جدید اما نوآوری خاصی در کل نداشت. ضمن اینکه جای سؤال است که چرا از ظرفیت مخاطب بالای این برنامه برای تأثیرگذاری فرهنگی و تربیتی استفاده چندانی نمی‌شود و به جز چند نصیحت خشک و خالی که دیگر به کار بچه‌های این زمانه هم نمی‌آید، حرف مهمی در آن مطرح نمی‌شود. «دورهمی» هم که دیگر برنامه پرمخاطب سیما در نوروز امسال بود، به جز برخی لحظات، از محتوای نسبتا تأمل برانگیز روزهای آغاز خود فاصله گرفته بود. سؤالات تکراری مهران مدیری، تلاش برخی از حاضران برای به دست آوردن جایزه از طریق تحقیر خودشان و... باعث شدند تا این برنامه پایان چندان خوشی نداشته باشد. برنامه «مردان آهنین» هم که پس از چند سال غیبت دوباره به تلویزیون برگشتند، باز هم نگرانی‌هایی را درباره تکرار برخی از عواقب منفی این برنامه زنده کردند. متولیان این برنامه باید در کنار قدرت جسمانی، به فرهنگ پهلوانی هم در این برنامه بپردازند تا در کنار قدرت جسمانی، بار فرهنگی آن را هم افزایش دهند.

لاتاری

از زاویه‌ای دیگر

فرزاد میرحمیدی

فیلم «لاتاری» آخرین ساخته محمدحسین مهدویان و محصول همکاری مجدد این کارگردان و ابراهیم امینی به عنوان نویسندگان و سید محمود رضوی به عنوان تهیه‌کننده، اگرچه مانند فیلم قبلی ایشان «ماجرای نیمروز» (۱۳۹۵)، به لحاظ کارگردانی و سناریو نویسی قدرتمند نبود و حتی به لحاظ جلوه‌های ویژه بصری- تنها بخشی که برای آن نامزد دریافت سیمرغ بلورین از سی و ششمین جشنوارۀ فیلم فجر شد- از فیلم «ایستاده در غبار» (۱۳۹۴) ضعیف‌تر می‌نمود، با این همه فیلم درخور توجه و مهمی است که در جشنوارۀ فیلم فجر آنچنان‌که باید دیده نشد.

اما از زاویه‌ای دیگر توجه به پیام و محتوای فیلم «لاتاری»، به ویژه با آغاز سال جدید و نامگذاری آن به عنوان سال «حمایت از کالای ایرانی» و مضمون غیرت نسبت به وطن، چه در زمین فوتبال و ورزش و چه در زمینۀ اقتصاد و حمایت از تولید داخلی، با توجه به بیانات رهبر معظم انقلاب و اولویت‌های ملی و میهنی، اهمیتی دوچندان می‌یابد. به طور محسوس در صحنه‌های پایانی فیلم، آنجا که موسی (مربی فوتبال امیرعلی و از رزمندگان دفاع مقدس) در حمایت از غیرتمندی امیرعلی که به خون خواهی نامزدش (نوشین) - که به دست قاچاقچیان در یکی از شیخ نشینان امارات متحده به قتل رسیده است - مسبب این وضع (قاچاق دختران به امارات) را به نوعی از قصور و غفلت خود می‌داند و می‌گوید؛

«اون وقت (زمان جنگ) نذاشتم یک قرون پول از بیت‌المال جابه‌جا بشه. حتی با خودکار سازمانی امضای شخصی نزدم... حالا فقط غفلت کردم، حواسم نبود...»

این غفلت و حواس پرتی دلسوزان و برخی مسئولان، از جمله در مسئله قاچاق، آنجا مهم‌تر می‌نماید که اتفاقاً پدر نوشین (آقا رضا) خود از تولید کنندگان داخلی بوده و احتمالاً تنها یک نمونه از هزاران نمونه‌ای است که به واسطۀ قاچاق پوشاک ورشکست شده، کارش به دست‌فروشی در خیابان کشیده و در نهایت برای خلاص شدن از پولی که نزول کرده مغبون و فریفته قاچاقچیان و شیخ نشینان فاسدی می‌شود که به گفتۀ مرتضی (دوست موسی در دوران دفاع مقدس و افسر امنیتی امروز) کارشان فقط فحشاء و قاچاق دختران جوان به این شیخ نشین نیست که در تمام زمینه‌ها از قاچاق اسلحه و مواد مخدر گرفته تا پول‌شویی و حمایت مالی از افراط‌گرایان تکفیری و داعشی برای خود چه بروبیایی که تشکیل نداده و چه برج‌ها که نساخته‌اند. برج‌هایی که به قول دوست دیگر موسی و مرتضی (راننده تاکسی مقیم دبی)، از فساد همین شیخ نشینان و مزدوری شان برای دولت‌های استعمارگر غربی از ریگزارهای جنوب خلیج‌فارس سر برآورده‌اند؛

«گول این برجها رو نخور، اینجا ریگزاره... همه چیزو با پول خریدن. برج، فوتبال، موزۀ لوور...»

اما اهمیت این غیرتمندی و وطن‌دوستی که در «لاتاری» در قالب ناموس پرستی مطرح می‌شود از جنبۀ دیگری نیز مهم و قابل تأمل می‌نماید و آن زمان و شرایطی است که بر منطقه و خواه- ناخواه بر کشور ما تأثیر گذار است. در شرایطی که دشمنان قدیمی و قسم خوردۀ ما و در رأس آنها ایالات متحده و بریتانیا به واسطۀ مزدوران و ایادیشان در منطقه، کمر به شکستن نهضت آزادی‌خواهی و مقاومت مردم منطقه بسته‌اند و اینک که از برجام فقط نامی باقی مانده و نوک تیز هجمه‌های دشمنان، متوجه تحریم‌ها و ورشکستگی اقتصاد ایران به عنوان هستۀ مرکزی مقاومت و آزادی‌خواهی مردم منطقه است، اولویت در حمایت از تولید داخلی و ایجاد توازن در تجارت با دیگر کشورها- از چین و ترکیه گرفته تا اروپا و شیخ نشینان خلیج‌فارس- باید در مرکز توجه مسئولان نظام و دلسوزان وطن قرار گیرد. اینکه این بار غفلت و حواس پرتی این مسئولان به ویژه از معضل قاچاق و رانت‌های مافیایی و به ویژه در ورود کالای قاچاق، مسئله‌ای نیست که سال‌ها بعد حتی با منطق انقلابی و شیوه‌های دفاع مقدسی موسی و همرزمانش برطرف شود. چنان‌که در پایان فیلم، موسی به طریقی نمادین سردستۀ باند قاچاق دختران در دبی (هلال بن حمد) را به هلاکت می‌رساند و اگر این شیوه‌ها جوابگو باشند باید هم‌اکنون به عنوان راه‌حلی برای مبارزه با قاچاق ارز و کالا در ایران، از آن استفاده کرد.

مسئولیت رسانه ملی و فعالان رسانه در سال ۹۷

سال ۱۳۹۷ از یک‌سو چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی ایران است و از سوی دیگر با نام «حمایت از کالای ایرانی» از سوی رهبر فرزانه انقلاب اسلامی مزین شده است. با توجه به این حقایق، صداوسیما و مستندسازان به عنوان بخش بزرگی از فرهنگسازان جامعه، وظایف و رسالات سنگین و سرنوشت‌سازی دارند. به گونه‌ای که می توان این گونه تعبیر نمود که امسال در پیچی تاریخی و موقعیتی حساس برای خدمت به انقلاب و نظام و تحقق منویات رهبر انقلاب قرار دارند.

پیشنهادهایی برای نقش آفرینی بهتر و مؤثر تر در این عرصه ارائه می شود:

بیانات
رهبر
مستند
شاخص
ساخت

صداوسیما و مستندسازان در پیچی تاریخی

تهیه و تنظیم: کامران پورعباس

کار تخصصی روی نقشه راه سال ۹۷

سخنرانی نوروزی رهبر انقلاب در آغاز هر سال به نقشه راه آن سال معروف است، چرا که رهبری هر سال در سخنرانی نوروزی کارنامه نظام را ارائه فرموده، چشم‌انداز سال جاری را ترسیم و انتظارات برای رسیدن به آن را برشمرده، اشکالات و نارساییها را آسیب‌شناسی نموده و معمولاً اصول، شاخص‌ها، دستاوردها، اهداف و آرمان‌های انقلاب و نظام را در سطحی گسترده تبیین و تشریح می‌فرمایند.

از صداوسیما و مستندسازان انتظار می‌رود درباره محورهای مهم نقشه راه ۹۷ که در این سخنرانی ارائه گردیده تمرکز نموده و به صورت تخصی و روشنگرانه محورها را تجزیه و تحلیل و آگاهی‌بخشی نمایند.

درباره هر کدام از سرفصل‌ها هزاران سخن وجود دارد که امید است مستندسازان در جهت روشنگری و افشاگریِ هر چه بیشتر تلاش نموده و مصادیق این سرفصل‌ها را به تصویر کشیده و البته راهکارهای رفع موانع را نیز ارائه نمایند.

پرهیز از کارهای مقطعی و مناسبتی صرف

معمولاً روال کار این گونهَ است که صداوسیما و برخی رسانه‌ها روی موضوعات مختلف صرفاً مقطعی و مناسبتی کار می‌کنند و خارج از این محدوده کمتر به موضوع ورود می‌کنند مثلاً درباره امام خمینی(ره) در ایام نزدیک به سالگرد ارتحال می‌پردازند یا درباره پیروزی انقلاب، دهه فجر کار می‌شود و...

با توجه به حساس بودن و عظیم بودنِ چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی ایران انتظار اَست بدون وقفه و خستگی‌ناپذیر در عرصه تبیین معارف و تشریح دستاوردهای انقلاب اسلامی تلاش شود و از کارهای مقطعی و مناسبتی صرف اجتناب گردد. امید به مستندسازان بیشتر اَست به دلیل آنکه معمولاً کارشان مناسبتی و مقطعی نیست و تولیداتشان در خارج از مناسبت هم پخش و منتشر می‌شود.

البته ناگفته نماند که قصد ما زیر سؤال بردنِ کارهای مقطعی و مناسبتی نیست چرا که این کارها هم به جای خود ارزشمند هستند اما انتظارات در چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی فراتر از این اقدامات است و امید است امسال شاهد شکل‌گیری نهضتی فراگیر و همه‌جانبه در زمینه روشنگری انقلابی باشیم.

تحقق انتظارات رهبری از فرهنگ‌سازان

رهبر انقلاب در سخنرانی‌های مختلف انتظاراتشان از قشرهای مختلف در عرصه حمایت از تولید ملی را تبیین فرموده‌اند که از جمله مخاطبان فرهنگ‌سازان هستند.

برخی از انتظارات معظم‌له از این قشر عبارتند از:

- تحقیق در مورد راه مبارزه با ترجیح کالای خارجی بر کالای ساخت داخل در دانشگاه، ۱۳۸۵/۰۸/۱۸
- اهتمام جدی در زمینه فرهنگ‌سازی برای مصرف کالاهای ساخت داخل از جانب صداوسیما و دیگر دستگاه‌های تبلیغاتی، ۱۳۹۱/۰۱/۱۵
- فرهنگ‌سازی برای مصرف تولید داخلی، ۱۳۹۱/۰۲/۱۰
- در خدمتِ تولید ملی قرار گرفتنِ فرهنگ‌سازان جامعه و تبلیغاتِ صداوسیما، ۱۳۹۱/۰۲/۱۰

مورد اول را صداوسیما و مستندسازان می‌توانند با دانشگاهیان تعامل نموده و نتایج تحقیقاتشان را تشریح نموده، بازتاب داده و درونمایه تهیه برنامه و مستند قرار دهند.

موارد بعدی نیز به صورت مستقیم به صداوسیما و فرهنگسازان مربوط می‌شود که امید است اهتمام جدی داشته باشند.

نکته حائز اهمیت در این میان آنکه همان گونه که ملاحظه می‌شود. این سرفصل‌ها مربوط به سال‌ها قبل هستند و اصرار مکرر رهبری بر حمایت از تولید ملی در سال‌های اخیر احتمالاً حکایت از آن دارد که فرهنگ‌سازی کافی و قانع‌کننده هنوز در این عرصه انجام نشده است و نیاز به تقویت تولید ملی در عرصه گسترده بیش از پیش وجود دارد.

ناگفته نماند که کارهای ارزنده‌ای نیز تا به حال انجام شده است. مثلاً چند کار تبلیغی ساخته شده که در خلال پیام‌های بازرگانی پخش می‌شود و یا تلویزیون شب عید امسال تصاویری را پخش کرد که اقبال عمومی به جنس داخلی را نشان می‌داد، به این صورت که پیش فروشندگانی می‌رفت که کالای ایرانی می‌فروختند و ابراز می‌داشتند امسال تنوع و قیمت تولید داخلی و اقبال مردم به آن خوب بوده است. ما منکر این حرکات خوب نیستیم اما برای رسیدن به وضعیت مطلوب نیازمند برنامه‌های پررنگ‌تر و عمیق‌تر و همه‌جانبه‌تر همراه با تکرار بیشتر در کل سال هستیم.

درباره تبلیغات و پیام‌های بازرگانی نکته دیگر آنکه تخفیف‌های ویژه در تبلیغات برای کالاهای ایرانی در صداوسیما راهکار دیگری است که امید است در دستورکار قرار گیرد. چرا که شنیده‌ها حاکی از آن است که هزینه تبلیغات نفس‌گیر و سرسام‌آور است، لذا اغلب کارخانه‌های بزرگ و برندهای معروف توانایی پرداخت آن را دارند و همین امر باعث شده تا تبلیغاتی که پخش می‌گردد منحصر به آنها باشد.

استفاده از سوژه‌های بکر و جذاب

انتظار دیگر استفاده از سوژه‌های بکر، جذاب، منحصر به فرد و کمتر شنیده شده است که مخاطب و اثرگذاری بیشتری دارند.

به عنوان نمونه دو مورد از این سوژه‌ها که در رهنمودهای رهبری بیان شده‌اند نقل می‌گردد.

معظم‌له در ۱۳۹۵/۰۲/۰۸ فرمودند: «من اطّلاع پیدا کردم که در تهران - حالا شاید در شهرستان‌ها هم هست - بعضی از فروشگاه‌ها مقیّد شده‌اند که جز تولید داخلی را نفروشند؛ تابلو هم زده‌اند؛ عکسش را گرفتند برای من آوردند و من دیدم. تابلو زده‌اند، تابلوی بزرگ، که در این فروشگاه فقط تولید داخلی فروش می‌رود. بارک‌الله! آفرین بر این انسان باغیرت، بر این انسان مصلح! هرچه در این فروشگاه هست، تولید داخلی است.»

و در ۱۳۹۷/۰۱/۰۱ فرمودند: «ما بایستی تعصّب داشته باشیم نسبت به مصرف داخلی و جنس داخلی و اقتصاد ملّی‌مان. جوان‌های ما تعصّب دارند نسبت به فلان تیم فوتبال؛ یکی طرف‌دار تیم قرمز است، یکی طرف‌دار تیم آبی است، [آن هم] با تعصّب؛ و حتّی [تعصّب به] تیم‌های خارجی؛ یکی طرف‌دار تیم رئال است، یکی طرف‌دار تیم [دیگر]؛ اینها تعصّب نسبت به این تیم‌ها دارند؛ اگر همین مقدار و همین اندازه تعصّب را نسبت به اقتصاد ملّی و تولید داخلی داشته باشیم، بسیاری از کارهای ما اصلاح خواهد شد.»

پیوست فرهنگی

رهبر انقلاب در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی در ۱۳۹۲/۹/۱۹ مطالب مهم و راهگشایی درباره مقوله پیوست فرهنگی فرمودند. از جمله: «ما گفتیم مسائل اقتصادی و مسائل گوناگون مهم، پیوست فرهنگی داشته باشد، معنای آن همین است؛ معنای آن این است که یک حرکت اساسی که در زمینه اقتصاد، در زمینه سیاست، در زمینه سازندگی، در زمینه فناوری، تولید، پیشرفت علم می‌خواهیم انجام بدهیم، ملتفت لوازم فرهنگی آن باشیم. گاهی اوقات انسان در یک کاری وارد می‌شود، یک کار اقتصادی انجام می‌دهد، [اما] لوازم آن و تبعات فرهنگی آن را توجه ندارد.»

ایشان در این دیدار مثالی هم برای مقوله پیوست فرهنگی ذکر فرمودند: «دوستان ما آمدند در یکی از دستگاه‌های فعال و مسئول، عروسک‌های خوبی درست کردند؛ خوب هم بود؛ اول هم حساسیت طرف مقابل را - یعنی مخالفین را، خارجی‌ها را - برانگیخت که اینها آمدند در مقابل باربی و مانند اینها، این [عروسک‌ها] را درست کردند؛ ولی نگرفت. من به اینها گفتم که اشکال کار شما این است که شما آمدید به فلان نام، یک پسری را، یک دختری را آوردید در بازار، این عروسک شما را بچه ما اصلاً نمی‌شناسد - ببینید، پیوست فرهنگی که می‌گوییم اینها است - خب، یک عروسک است فقط، در حالی که مرد عنکبوتی را بچه ما می‌شناسد، بتمن را بچه ما می‌شناسد. ده بیست فیلم درست کرده‌اند، این فیلم را آنجا دیده، بعد که می‌بیند همان عروسکی که در فیلم داشت کار می‌کرد، در مغازه هست، به پدر و مادرش می‌گوید این را برای من بخرید؛ عروسک را می‌شناسد؛ این پیوست فرهنگی [است]. شما بایستی این عروسک را که ساختید، در کنار ساخت عروسک، ده بیست فیلم کودک درست می‌کردید برای اینکه این عروسک معرفی بشود پیش بچه‌ها؛ بعد که معرفی شد، آن‌وقت خودشان می‌خرند، [ولی] وقتی معرفی نشد، بازار ندارد و ورشکست می‌شود.»

البته رسانه ملی و مستندسازان نمی‌توانند به صورت مصداقی برای مصنوعات داخلی پیوست فرهنگی تهیه کنند و تبلیغات کالا در برنامه‌هایشان انجام دهند اما می‌توانند مقوله گرایش به مصرف داخلی و کالای ایرانی را دستمایه تهیه برنامه و ساخت پیوست فرهنگی قرار دهند.

رعایت منشور مستندسازی

در پی دیدار شیرین جمعی از مستندسازان جوان با رهبر انقلاب در ۲۱ دی ۹۶، معظم‌له فردای آن روز در پیامی خطاب به مستندسازان جوان، پنج نکته را توصیه فرمودند. این پیام به منشور مستندسازی شهرت یافت.

محورهای پیام عبارتند از:

- حفظ جهت انقلابی با دقّت تمام
- بی‌اثر کردنِ جنگ نرم دشمن
- سرچشمه اَمید و شوق و حرکت بودن
- استفاده صحیح از انتقاد به همراه طنز
- در نظر گرفتنِ رضای خدای در کارها و کمک خواستن از او

مستندسازان با نصب‌العین قرار دادنِ این محورها و تلاش برای تطبیق کارهای خود با آنها مَی‌توانند آثار بی‌بدیل و فاخری در چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی خلق نمایند و روشنگری‌های عظیم و کم‌نظیری درباره انقلاب اسلامی انجام دهند.

بدون شک سرفصل‌هایی همچون حفظ جهت انقلابی، بی‌اثر کردنِ جنگ نرم دشمن و سرچشمه امید و شوق و حرکت بودَن، یکی از مهمترین مصادیقش کار بر روی معارف و دستاوردهای انقلاب اسلامی است.

در بند دوم این پیام آمده است: «جنگ نرم دشمن، برپایه دروغ و تحریف و شایعه و سانسور و بایکوت بنا شده است؛ هنر شما می‌تواند با سند، کار دشمن را بی‌اثر کند. تاریخ چهل ساله، لبریز از سندها بر حقانیت جمهوری اسلامی و کج‌روی و گمراهی دشمنان است.»

جمع‌آوری و ارائه سندهای محکم و متقن درباره تاریخ انقلاب، ضرورتی مهم است که اگر مستندسازان بخواهند روی آن کار کنند منابع بسیار متنوع و گسترده‌ای هم در این زمینه موجود است که می‌توانند از آنها بهره‌برداری نمایند. فقط کافی است بخواهند و در این مسیر قدم بردارند و با پژوهشگران و نخبگانِ این عرصه ارتباط و تعامل داشته باشند.

در بند سوم تصریح شده است: «یک هدف اساسی دشمن، ترویج بدبینی و نومیدی است؛ دستمایه‌های امید درکشور بی‌شمار است. هنر شما قادر است با استناد به واقعیّات، سرچشمه امید و شوق و حرکت باشد.»

واقعاً نیز چنین است و دستمایه‌های امید در کشور بی‌شمار است. متعدد کارهای امیدبخش با اثرگذاری بالا توسط نیروهای گمنام و جهادی و انقلابی انجام شده که کمتر به آن پرداخته شده و اگر هم پرداخته شده واکاوی عمیق نگردیده است مثل ابعاد و زوایای کارهایی که در اردوهای راهیان نور و اردوهای جهادی انجام می‌گیرد یا مثل اقدامات ابتکاری متعدد که افراد مؤمن و جهادی با دست خالی و بدون امکانات رسانه‌ای کردن در گوش‌های از کشور در مساجد، تکایا، هیات‌ها، حوزه‌های علمیه، انجمن‌های اسلامی، پایگاه‌های بسیج و... انجام می‌دهند.

در زمینه دستاوردهای نظام دست ما پر است و در گوشه و کنار مملکت کارهای ارزشمندی با کیفیت و بازدهی بسیار بالا و استثنایی و شگفت‌انگیز توسط نیروهای مخلص و جهادی و انقلابی همه‌روزه انجام می‌گردد که گاهی اصلاً به تصویر کشیده نمی‌شود و گاهی هم رسانه‌ای می‌گردد اما بسیار ناقص و عظمت و عمق آن به درستی نشان داده نمی‌شود.

در بند چهارم آمده است: «مستند انتقادی، مفید و لازم است. لحن اثر باید ناصحانه و چاره‌جویانه باشد. در انتقاد، لحن خصمانه و یأس‌آلود و هرج‌ومرج‌طلبانه، فایده آن را تبدیل به زیان می‌کند. زبان طنز به رسایی و سودمندی اثر کمک می‌کند.»

انتقاد و طنز ابزارهای سازنده و تأثیرگذار با درجه بسیار بالا هستند منتها به شرطی که در جایگاه صحیح خود قرار گیرند و با الزامات و احتیاط‌های لازم به کار گرفته شوند وگرنه دقیقاً نتیجه معکوس به دنبال خواهند داشت. در مورد انتقاد الزامات مورد نیاز در این بند ذکر شده و دیگر بی‌نیاز از توضیح اضافه است.

درباره طنز باید گفت که تجربه نشان داده اقبال عمومی به طنز بیشتر است و در سال‌های اخیر برنامه‌های طنز پربیننده‌ترین برنامه‌ها بوده است به گونه‌ای که شاید بتوان این گونه تعبیر کرد که پای ثابت تلویزیون در سال‌های اخیر به پایتخت و دورهمی و خندوانه که برنامه‌های صددرصد طنز هستند محدود گردیده است.

طنز، هنر بسیار بزرگی است به شرط آنکه قدر شناخته شود و استفاده از طنز فاخر با محدودیت‌ها و الزامات آن در دستورکار قرار گیرد.

رهبر انقلاب طرفدار طنز فاخر هستند و حد و حدود آن را مشخّص نموده‌اند.

ایشان الزامات و خط قرمزهای طنز و طنّازی را تعیین و تبیین فرموده‌اند که عبارتند از: حفظ جهت‌گیری ارزش‌های اسلام و انقلاب(۱۳۷۰/۱۱/۲۹)، پرهیز از لودگی و ابتذال(۱۳۸۳/۹/۱۱) و رعایت متانت و پرهیز از کارهای سبک(۱۳۷۱/۱۰/۱)

این خط قرمزها بسیار مهم و اساسی هستند که متأسفانه کمتر در سال‌های اخیرِ در برنامه‌های طنز معروف رعایت گردیده‌اند. معمولاً هر برنامه طنزی هم که پخش شده از این آفات مبرّا نبوده است و خواسته یا ناخواسته پرتو یا پرتوهایی از توهین، سیاه‌نمایی و مسخره‌گری و بدتر از آن هنجارشکنی و یأس‌آفرینی بر آن تابیده است.

به عنوان نمونه چنین به نظر می‌رسد که برنامه‌های پرطرفداری مثل خندوانه و دورهمی و پایتخت آنقدر بزرگ شده‌اند و آنقدر برنامه‌های پرمخاطب صداوسیما به همین‌ها در طول سال‌های اخیر محدود شده است که صداوسیما در برابر عبور از خط قرمزها یا سکوت کرده یا احتمالاً به یک تذکر شفاهی بسنده کرده است. این برنامه‌ها در سری‌های اولیه بهتر و وزین‌تر بودند اما بعد از طولانی شدن و ساخت مجموعه‌های مکرر به نظر می‌رسد با مشکل کمبود سوژه مواجه شده و به طنز جلف و مبتذل و سبک روی آورده و شوخی با همه چیز و همه کس را در دستور کار قرار داده‌اند. شوخی غیراخلاقی، شوخی با مرگ و میر و مسائل مربوط به آن، نمایش رقص، پخش صوت خواننده ترکی‌هایِ معلوم‌الحال، پرداختن افراطی به روابط نامتعارف زن و مرد و عشق و عاشقی‌های هنجارشکنانه و... از جمله موارد موجود در قسمت‌های اخیر این مجموعه‌ها است.

مستندسازان باید بکوشند به صورت ظریف و هنرمندانه از تکنیک طنز بهره ببرند و در دام آفات و مضرات تخریبگرانه آن نیفتند.

از مستندسازان انتظار می‌رود با رعایت دقیق بندهای منشور مستندسازی، مستندهای جذاب و انقلابی و اثرگذار بسازند و با استفاده از درونمایه‌های متقن و مستدل و جلوه‌های چشم‌نواز و دلنواز یادگاری ارزنده در چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی از خود باقی گذارند.

تجربه نشان داده در عرصه برنامه‌های مستند، چشم‌انداز روشن و امیدوارکننده است چرا که هر گاه برنامه مستند قوی ساخته شده با اقبال عمومی و استقبال مخاطبان مواجه شده است. به عنوان نمونه برخی مستندهایی که در پایان برنامه‌های اخبار سراسری مانند شاخص پخش شده تحسین همگان را برانگیخته است. برنامه مستند ایرانگرد هم آنقدر پرطرفدار است که با آنکه همزمان با برنامه پرمخاطب دورهمی پخش می‌شده باز بسیاری تماشای ایرانگرد را ترجیح داده‌اند.

به امید حماسه‌ای شکوهمند و خدمتی عظیم

به امید آنکه صداوسیما و مستندسازان با توجه به حساسیت‌های موجود و با عنایت به تهاجم همه‌جانبه فرهنگی و جنگ نرم پرحجم و پردامنه دشمنان، در سال جاری حماسه‌ایَ شکوهمند و بزرگ خلق نمایند و با تلاش بی‌وقفه و شبانه‌روزی در جهت تحقق منویات رهنمودهای رهبری و روشنگری در زمینه معارف، اصول، دستاوردها و آرمان‌های انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی ایران گام بردارند و خدمات عظیم و بی‌بدیلی در این عرصه به ثبت رسانند.