

دکتر شیری در دفاع و نقد تلویزیون

دکتر شیری در گفتگو با [خبرگزاری مهر](#) در دفاع و نقد تلویزیون :

تلویزیون به بهانه بحران مالی مجوز پخش هر تبلیغی را می دهد. در چنین شرایطی هیچ تهیه کننده خوبی نمی تواند سر کار باقی بماند و این توهین به جامعه فرهیخته کشور است که تبلیغات و اسپانسرها مستقیماً به تلویزیون پول بدهند، دقیقه بخردند و وسط یک برنامه تلویزیونی ماهی تابه تبلیغ کنند!



من باید چند مورد از نقدها و پیشنهادهای خود را بیان کنم، باید ابتدا بگویم که اگر شما در چارچوب قوانین جمهوری اسلامی و نه سلايق، شبکه های مختلف ایجاد کنید باعث می شود که تلویزیون به رقابت های درست دست بزند و نه رقابت های اشتباه. به طور مثال هیچ دلیلی ندارد که ما بخواهیم با شبکه ای مثل «من و تو» رقابت کنیم. دوم اینکه من به تبلیغات و آموزش های مستقیم انتقاد دارم. این درست نیست که ما دوربین را در برابر یک کارشناس مذهبی یا هر کارشناس دیگری قرار دهیم و بعد او یک ساعت در برابر این دوربین صحبت کند اینکه تمام خلاقیت، فقط بازی دوربین ها باشد یعنی آن شخص اصلاً از میوم رسانه چیزی نمی داند. من خودم یک سخنران هستم و جایزه های ملی و بین المللی زیادی هم برده ام. حدود شش ساله پیش علی درستکار مجری تلویزیون به من گفت که [ted.com](#) را ببینم و من در آن شبکه دیدم که به طور مثال صاحبان گول های تکنولوژی دنیا اجازه دارند تمام حاصل یک عمر خود را تنها در 18 دقیقه بیان کنند. در واقع دنیا به سمت سخنرانی های موجز و خلاصه به همراه عکس و فیلم رفته است اما ما هنوز سخنرانی های خود را به سبک سنتی ادامه می دهیم.



درباره آموزش مستقیم این را هم باید بگویم که بر اساس نظریات روانشناسی در نظریه تحلیل رفتار متقابل اریک برن TRANSACTIONAL ANALYSIS، ما به حضور سه بخش کودک بالغ و والد در شخصیت انسان و متعاقبا جامعه، اعتقاد داریم یعنی هر آدمی از سه ساحت کودک درون، بالغ درون و والد درون برخوردار است. والد بخشی از بایدها و نبایدهای زندگی است به میزانی که شما خود را والد ببینید مجبورید باقی را کودک ببینید و به میزانی که طرف مقابل خود را بالغ ببینید نگاه عامرانه و یا حتی نگاه احساسی به آن نخواهید داشت. در تلویزیون متاسفانه نگاه برنامه سازان هنوز والدانه است و والد یا حمایت می کند یا سرکوب. البته برنامه های شبکه 4 و بعضی دیگر از شبکه ها بالغانه تر هستند. من نمی گویم همه برنامه ها باید به این شکل باشد اما جنس برنامه های دستوری و والدانه که معتقد است مخاطب نمی فهمد در تلویزیون بسیار است.

نکته دیگری هم که باید درباره آن صحبت کرد پرداختن به یک موضوع با شیوه های سخیف است به طور مثال ساخت برنامه درباره خانواده این روزها کاربرد زیادی دارد الان چند ماهی است که با توجه به سخنان رهبری بحث کودک و فرزند در تلویزیون اهمیت زیادی یافته و از این حیث متاسفانه بعضا می بینم که مباحث ساده لوحانه مربوط به کودک و تربیت بچه به تلویزیون راه پیدا می کند. خود من حدود 10 سال در حوزه پیشگیری از بارداری تدریس کرده ام و آموزش ما درباره این بود که اگر کسی قرار است بچه دار بشود یا نشود چه شرایطی را باید رعایت کند اما تلویزیون به قدری نازل و سطحی به این مبحث ورود پیدا می کند که آن را از اهمیت و ارزش خود انداخته است و شما هر شبکه ای را که باز می کنید نوعی موازی کاری تاسف بار وجود دارد در صورتی که طرح این مباحث لازم است که از ظرافت برخوردار باشد.

*بله فکر می کنم این ظرافتی که می گوئید این روزها کمی از آن دور شده ایم و حتی می بینیم که در لابه لای برنامه های ترکیبی و خانوادگی به طور مثال کالایی به مستقیم ترین شکل ممکن تبلیغ می شود که گاهی خودش برعکس دافعه ایجاد می کند.

شیری: بله شاید از دیگر کارهایی که تلویزیون باید انجام دهد این است که فرمت ها و قالب ها را متناسب با زمانه خود بشکند و این مستلزم این است که مافیای تهیه کنندگان در تلویزیون از بین برود. وقتی نظارت از حد لازم بیشتر شود فلج کننده می شود همه دست به کارهای نازل می زنند و ریسک نمی کنند. باید توجه داشت که بازاری شدن با پاپولار شدن متفاوت است. تلویزیون ما امروز بازاری شده است و این توهین به مخاطب است که در یک برنامه خانوادگی یک کمپانی به شکلی مستقیم تبلیغ می شود.

تلویزیون به بهانه بحران مالی مجوز پخش هر تبلیغی را می دهد. در چنین شرایطی هیچ تهیه کننده خوبی نمی تواند سر کار باقی بماند و این توهین به جامعه فرهیخته کشور است که تبلیغات و اسپانسرها مستقیماً به تلویزیون پول بدهند، دقیقه بخرند و وسط یک برنامه تلویزیونی ماهی تابه تبلیغ کنند.

خبرگزاری مهر- گروه هنر:

در نشست که مدتی پیش و قبل از تغییر مدیریت رسانه ملی در خبرگزاری مهر برگزار شد از چند کارشناس دعوت شد تا برنامه های خانوادگی و ترکیبی و سریال های تلویزیونی که قسمت عمده ای از این قاب جادویی را تشکیل داده اند مورد ارزیابی قرار گیرند.

در این نشست دکتر علیرضا شیری مدرس روانشناسی و آسیب شناسی شخصیت در دانشگاه، حجت الاسلام جواد گلی مشاور مذهبی در فیلم و سریال های تلویزیون و همچنین دکتر امیر عبدالرضا سپنجی متخصص رسانه و علوم ارتباطات حضور داشتند.

قسمت اول این نشست نگاهی کلی به برنامه های تلویزیون داشت و اینکه این رسانه ملی تا چه حد توانسته کارکرد دانشگاهی و آموزشی خود را همراه با جذب مخاطب و جلب نظر او فراهم کند.

همچنین در بخشی از این نشست به برنامه های ترکیبی و خانوادگی تلویزیون اشاره شد و علیرضا شیری از منظر رفتارشناسی نوع پرداخت به موضوعاتی مثل خانواده را نازل دانست که باعث شده است از ارزش این مباحث کاسته شود.

با ما در این نشست همراه می شوید:



*** یعنی ما برنامه های کارشناسی و حرفه ای زیادی داریم اما در جایگاهی که باید قرار نمی گیرند؟**

حجت الاسلام گلی: ببینید زمانی ما پازلی از برنامه سازی تلویزیون را در نظر می گیریم و برنامه «هزار راه نرفته» قطعه ای از این پازل می شود که به خوبی طراحی شده است اما این قطعه در کدام قسمت تلویزیون باید قرار بگیرد. در تلویزیون شما گاهی با برنامه هایی مواجه می شوید که اصلا متناسب با ذائقه مخاطب در جایگاه خود قرار نگرفته است و حتی گاهی بدآموزی هایی از جنس نگرانی هایی که شما از برنامه های ماهواره ای دارید ایجاد می کند مثلا ما برنامه ای پیرامون خانواده و با مورد توجه قرار دادن روابط زناشویی طراحی می کنیم حال آیا این برنامه باید در شبکه یک پخش شود یا در شبکه آموزش، و اگر قرار است در شبکه یک پخش شود چه ساعتی باید باشد که بچه ها آن را نبینند، مجری این برنامه باید خانم باشد یا آقا، خانم ها و آقایان همزمان می توانند حضور داشته باشند یا به شکلی دیگر و چندین نکته دیگر که باید مورد توجه قرار گیرد.

من روی اینکه قطعه ای از برنامه های تلویزیون علمی طراحی می شود مخالفتی ندارم. ما هم در سریال های تلویزیون ساعت ها و گاهی صدها ساعت پیرامون نگارش یک اثر بحث می کنیم. به طور مثال برای سریال «صاحبدلان» حداقل 10 کارشناس مهم در حوزه علمیه قم و دانشگاه تهران متن ما را دیدند و درباره آن صحبت کردیم ولی نکته من این است که نگاه هواپیمایی به برنامه سازی که همه قطعات را دقیق سر جای خود بچیند در تلویزیون وجود ندارد. من اعتقاد ندارم که شبکه 2 باید «هزار راه نرفته» را پخش می کرد چون شبکه 2 همان زمان شبکه کودک بود و نباید این شبکه بحران ها و مسایل دوره نوجوانی را بگوید بلکه بایستی در شبکه دیگری این اتفاق می افتاد.

***یعنی برنامه هایی که حتی به شکلی جداگانه و تکی ساخته می شوند در نهایت نمی توانند در شکل گیری جایگاه مطلوب تلویزیون موفق باشند؟**

حجت الاسلام گلی: ما زمانی در شبکه یک سریالی به نام «زیر تیغ» را پخش کردیم که بیش از 90 درصد مردم آن را دیدند اما آیا این سریال رسانه ما را ارتقا داد؟ خیر. حتی شبکه یک را هم ارتقا نداد. یک برنامه خوب تولید می شود و تمام می شود اما مجموعه ای از برنامه های متوسط می تواند رسانه را استاندارد کند. تلویزیون ما با برنامه های خوب موضعی و موسمی مواجه است که می آیند و می روند و هیچ گاه رسانه را ارتقا نمی دهند چون نگاه عالمانه و پازلی وجود ندارد. طرح و برنامه در صداوسیما شکلی و ستادی است، نگارش در تلویزیون نازل ترین و کم ارزش ترین هزینه را دارد. زمانیکه شما سریال می سازید دقیقه ای 2 میلیون و 700 هزار تومان بابت آن پرداخته می شود که از این میزان کمتر از 10 درصد سهم نویسنده و فیلمنامه نویس است و کمتر از یک درصد سهم مطالعه و تحقیق است. متن یک فیلمنامه برای تله فیلم حدود پنج میلیون تومان است و همان فیلم زمانیکه فروخته می شود حدود 250 میلیون تومان فروخته و یا برآورد می شود و در اختیار تلویزیون قرار می گیرد. شما حالا پنج میلیون تومان را با 250 میلیون مقایسه کنید و ببینید تولید محتوا چقدر این میان ارزش دارد. نویسنده نماینده تولید محتواست درحالیکه کارگردان و تهیه کننده و بازیگران و مجری این محتوا هستند.

شیری: به نظر شما اگر این مبلغ به طور مثال 20 میلیون شود فرقی می کند؟

حجت الاسلام گلی: حتما. یکی از نشانه های سخنم هم این است که امروز همه نویسندگان ما به کارگردانی گرایش پیدا کرده اند. بسیاری از کسانی که امروز فیلم می سازند پیش از این نویسنده بوده اند اما چون معیشت نداشتند، در جشنواره ها کمتر مورد توجه بودند و کمتر جایزه می گرفتند به کارگردانی روی آورده اند. ما در جشنواره های خود بیشترین جوایز را به بازیگر و کارگردان می دهیم چون بازیگر محور هستیم.

شیری: من فکر می کنم این مساله در همه جای دنیا به همین شکل است و بازیگران از اهمیت بیشتری برخوردارند.

حجت الاسلام گلی: خیر اینگونه نیست. در بسیاری از جاها کارگردان مولف هستند اما در اینجا اینگونه نیست.

شیری: من فکر می کنم توقع ما از رسانه می تواند حداقلی باشد یا حداکثری باشد اما ما بیشتر حداکثری نگاه می کنیم.

حجت الاسلام گلی: نگاه ما در حال حاضر حداقلی هست وگرنه نیازی به ارزیابی وجود ندارد. ببینید به طور مثال باید به برنامه های معارفی تلویزیون در ماه رمضان اشاره کرد؛ یکی از نقاط عطف ساعات تلویزیون در ماه رمضان ساعات سحر است که در آن باید خیلی از حرف های خود را بزنیم. یک دیدگاه این است که اصلا نیازی نیست که در سحرگاه ما برنامه داشته باشیم. زمانیکه ما در شبکه یک برنامه سازی در سحر را ارتقا دادیم عده ای می گفتند مفهومی ندارد در آن وقت برنامه داشته باشیم. مردم باید تلویزیون را خاموش کنند و قرآن بخوانند. در صورتیکه مردم تلویزیون ها را خاموش نکردند و دوست

داشتند که سحرگاه برنامه های مناسب آن وقت را تماشا کنند.

من نمی خواهم بگویم که ما کمک کنیم که مردم ساعت بیشتری تلویزیون ببینند اما می خواهم بگویم در حال حاضر مردم تلویزیون می بینند پس باید برنامه های پرمحتوا تولید کرد. برنامه هایی که برای سحرگاه ساخته می شود دقیقه ای 120 هزار تا 150 هزار از تلویزیون هزینه دریافت می کند. برنامه ای که در نقطه عطف و پربیننده ترین زمان ساخته می شود و شما می توانید رفتار صحیحی را در جامعه بسازید یعنی ما درحالیکه معتقد هستیم رسانه مان در خدمت معارف دینی و انقلابی است در یکی از بهترین زمان های رسانه ای چنین پولی را هزینه می کند. در صورتیکه در ساعت نامناسبی مثل ساعت 23:30 در ماه مبارک رمضان در یک شبکه سریالی با دقیقه ای 2 میلیون و 200 هزار تومان ساخته می شود این یعنی شعار و یعنی اینکه ما اصلا به دنبال ارتقای جامعه نیستیم. ارزان ترین برنامه های تلویزیون برنامه های معارفی هستند و تهیه کنندگان و تولیدکنندگان این برنامه ها به دنبال فرار هستند و حالا زمانیکه می خواهید سریال دینی بسازید سنگین ترین و پرهزینه ترین سریال خود را تاریخی می سازید مثل سریال «یوسف» و یا «مختارنامه» و بعد اسمشان را سریال دینی می گذاریم.

*** یعنی نباید روی این آثار چنین هزینه ای بشود؟**

حجت الاسلام گلی: منظور این نیست، بحث بر سر این است که اینها سریال های دینی نیستند و تنها روایتی تاریخی از یک انسانی هستند که در عرصه های دینی حضور داشته است. سریال دینی یعنی اثری که در آن درباره دین تولید محتوا شود مثل «اغما» که ظاهرش دینی نیست اما بسیار دینی تر از «مختار نامه» است چون تولید محتوا می کند و به نوعی کلاس شیطان شناسی است و شما در آن یک محتوای دینی را با صنعتی به نام هنر به یک سریال تلویزیونی تبدیل کرده اید. مخاطب پس از تماشای این سریال به معرفت جدیدی از دین می رسد. مفهومی به نام شیطان را در قرآن خوانده است و حالا بهتر آن را می شناسد.

سپنجی: البته من درباره کژکارکردهای همین سریال بحث هایی دارم.

*** فکر می کنم این هم به همان مساله ای برمی گردد که جناب آقای گلی گفتند. باید شبکه و زمان پخش برنامه ها در یک پازل مدیریت شده قرار بگیرد اما در اینجا سوالی از آقای دکتر شیر می دارم. شما در بخشی از سخنان خود گفتید که تلویزیون به نوعی دچار کابوس شده است که مردم به سمت ماهواره نروند و سعی دارد هر برنامه ای را که در ماهواره پربیننده می شود، شبیه سازی کند. رفتن به سراغ اثری که نمونه آن وجود دارد به نظر شما در تلویزیون حتی با وجود به کارگیری المان های مطابق با جامعه خود ما چه سودی دارد؟**

شیری: بله همانطور که گفتم برنامه سازان برایشان کابوس بود که برنامه ای در ماهواره بگیرد آنوقت آنها هم سعی می کردند به سرعت معادل آن را بسازند تا مردم نروند ماهواره ببینند. نه اینکه به طور مثال تهیه کننده و یا کارگردان بخواهد مثل سریال «مدرن فامیلی» را که در ماه رمضان دیدیم بسازد که البته من در این شکل از برنامه سازی مشکلی نمی بینم. به طور مثال سریال «دسپریت هوس وایف» (خانه داران

مستاصل) در آمریکا طبقه مخاطب زیادی داشت و دیگر کشورها مثل ترکیه سریال هایی را از روی آن ساختند و یا برنامه های سرگرمی که یک نمونه موفق توسط بسیاری دیگر تکرار شده است. فکر می کنم این خیلی هم خوب است که ایران بتواند به نوعی برندسازی کند و البته در صورتیکه کپی رایت را هم بپردازد.

حجت الاسلام گلی: البته درباره سریال «هفت سنگ» که از «مدرن فامیلی» کپی شد قضیه کمی تفاوت دارد. زمانی شما یک موقعیت نمایشی را اقتباس می کنید که هیچ اشکالی هم ندارد مثل «آژانس شیشه ای» ابراهیم حاتمی کیا اما زمانی کارگردان کپی برداری می کند و این اشکال دارد.

شیری: بله این کار باید درست انجام شود.

حجت الاسلام گلی: اتفاقی که در کشور ما در حال رخ دادن است این است که ما به دلیل تعداد زیاد شبکه ها و میزان بالای ساعات پخش که برایشان ظرفیت سازی صورت نگرفته است دچار کپی برداری بسیار سخیف شده ایم و در سریال «هفت سنگ» این کپی برداری خود را نشان داد و همه مردم آن را فهمیدند که این خود دو نکته را دارد. یکی اینکه چقدر همه سریال «مدرن فامیلی» را خوب دیده اند و دیگر اینکه مردم متوجه خواهند شد که سریال «هفت سنگ» که بر یک کپی برداری نعل به نعل استوار بوده است (و نه یک موقعیت نمایشی) چقدر می تواند بی اثر شود و از طراحی در تولید تهی باشد.



شیری: البته می توان به نوع دیگری هم فکر کرد. چند نفر هستند که ممکن است سریال «مدرن فامیلی» را دیده باشند و به این دلیل از «هفت سنگ» ناراحت شوند؟ عده بیشتری از جامعه شاید کار را دوست داشتند.

حجت الاسلام گلی: ببینید تعداد اهمیت ندارد مهم این است که تلویزیون از قوانین خود عدول کرده است. مثل این است که استاد دانشگاه نکته غلطی را در دانشگاه بیان کند و دانشجویان متوجه نشوند.

شیری: این مقایسه درستی نیست چون در این کار، حرکت غلطی انجام نشده بود.

حجت الاسلام گلی: ببینید براساس استانداردهای برنامه سازی در دنیا این شیوه کپی برداری غلط است. فیلمنامه نویس ها بیان می کنند که در سریال سازی اساسا 39 موقعیت نمایشی داریم که همه قصه ها مبتنی بر اینهاست و این اشکالی ندارد که براساس آنها سریال ساخته شود.

شیری: برای من این کپی کاری خیلی مورد بحث نبود البته به غیر از کپی رایت که فکر می کنم باید مورد توجه قرار بگیرد. من زمانی که این سریال را دیدم واقعا لذت بردم. من سریال «مدرن فامیلی» را ندیدم اما با سریال «هفت سنگ» به راحتی ارتباط برقرار کردم چون کاملا این مساله را در خانواده ها دیده ام که به طور مثال یک پسر نوجوان دارند و نسبت به روابطش نگران هستند. از طرف دیگر این سریال کاملا توانست مرا بخنداند و روابط خانواده ها در آن برایم قابل درک بود.