

چالش‌های میان سرگرمی و فرهنگ

راز موفقیت‌ها و ضعف‌های پدیده جدید
شبکه نمایش خانگی



زهره مشتاق
منتقد سینما و تلویزیون:

وقتی حتی سلبریتی‌ها
از نقد مصون نیستند

باشد، همین پیام را به مخاطب منتقل می‌کند و این ارزشمند است. این برنامه به مخاطب نشان می‌دهد که شما فقط در جایگاه تماشاگر نیستید؛ شما در تولید محتوا سهیم هستید. هر نمایشی که به شما ارائه می‌شود، می‌توانید ببینید، بشنوید، دست بزنید یا متوقف کنید و نظر بدهید. این احترام به مخاطب و دادن نقش فعال به او، ارزش بسیار زیادی دارد.

به نظر شما مشارکت فعال مخاطب در «کارناوال» چه تاثیری بر فرهنگ عمومی و تجربه تماشاگر برنامه دارد؟ من چند بار برنامه را دیدم و به خصوص کاراکتر عروسکی «افتو» که یک گربه سیاه تک چشم است، برایم جالب بود. ابتدا شاید فکر کنید که یک عروسک ساده است، اما می‌بینید که چقدر می‌تواند با مخاطب ارتباط برقرار کند. چالشی میان این عروسک و رامبد جوان شکل می‌گیرد و ارتباط بین آن‌ها حس و حال ویژه‌ای به مخاطب منتقل می‌کند.

به نظر شما کاراکتر عروسکی «افتو» چه ویژگی‌هایی دارد که برای مخاطب جذاب و دوست‌داشتنی شده است؟ واقعیت این است که یک عروسک تازه نمی‌تواند به راحتی با مخاطب ارتباط برقرار کند. عروسک به تنهایی یک واژه نیست؛ نوع طراحی و شخصیت‌پردازی آن اهمیت دارد. درباره «افتو» حتماً فکر شده، دیالوگ نوشته شده و لحنش مشخص است؛ چه خجالتی باشد، چه دعوای، چه انتقادکننده یا ترسو. همین ویژگی باعث شد از همان چند برنامه اول این عروسک تبدیل به یک شخصیت دوست‌داشتنی شود و ارتباط خوبی با مخاطب برقرار کند.

یکی دیگر از نکات مهم، بحث دسترسی مخاطب است. چنین برنامه‌هایی با هزینه‌های بسیار بالا تولید می‌شوند و معمولاً اسپانسرهای قدرتمندی پشتشان هستند. در کشورهای دیگر پلتفرم‌های خصوصی وجود دارد، اما در ایران چنین برنامه‌ها باید در تلویزیون ملی هم قابل دسترس باشند، نه فقط در پلتفرم‌های خصوصی.

به نظر شما محدود بودن دسترسی برنامه‌های باکیفیت در پلتفرم‌های خصوصی چه تاثیری بر مخاطب ایرانی دارد؟

سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی بودجه کلانی دریافت می‌کند که از جیب مردم تأمین می‌شود، اما محتوای تولیدی آن اغلب مورد علاقه عموم مردم نیست و مخاطب عام توان دسترسی به آن را ندارد. پلتفرم‌های خصوصی هم محدودیت‌هایی دارند؛ اگر فردی توان پرداخت نداشته باشد، امکان تماشای این برنامه‌ها را ندارد. این مسئله نوعی بی‌عدالتی فرهنگی ایجاد می‌کند و باعث می‌شود همه نتوانند از برنامه‌های سرگرم‌کننده و آموزشی مثل «کارناوال» بهره‌مند شوند. در نهایت، خوشحالم که افرادی هستند که همیشه پیشرو و خلاق هستند و توانایی خلق برنامه‌های موثر دارند. کسانی که می‌توانند مخاطب را جذب کنند، سرگرم کنند و همزمان به شعور او احترام بگذارند، بسیار ارزشمند هستند. برنامه‌سازی مثل رامبد جوان، رضا رشیدپور و عادل فردوسی‌پور نمونه‌های موفق این مسیر هستند.

به نظر شما «کارناوال» چه نقشی در ایجاد فرصت فکر کردن و شکستن تابوها برای مخاطبان دارد و این ویژگی چقدر برای جامعه اهمیت دارد؟ واقعیت این است که این نوع برنامه‌ها در دنیا بسیار مرسوم هستند. همیشه نمونه‌های مشابهی وجود داشته است، مثل برنامه‌های تلنت یا چالش‌های ورزشی و آشپزی که به انگلیسی یا دوبله شده به فارسی بخش می‌شوند. بنابراین از این منظر، «کارناوال» چیز تازه‌ای نیست.

با این حال، خوشحالم که چنین برنامه‌هایی در ایران هم تولید می‌شوند. برنامه‌هایی که آقای احسان علیخانی یا خود رامبد جوان در تلویزیون تولید کردند، شروع‌کننده این مسیر بودند، اما با محدودیت‌هایی که به تدریج اعمال شد و غلبه نظام ایدئولوژیک بر تلویزیون، ساخت و تولید چنین برنامه‌هایی در تلویزیون بسیار محدود شد. به همین دلیل، این برنامه‌ها به پلتفرم‌های خصوصی منتقل شدند و با رفع محدودیت‌ها، شکل بزرگتر و خلاقانه‌تری پیدا کردند که همسو با گرایش‌های فرهنگی مردم ایران است. واقعیت این است که در کشوری که طبق آمار میزان افسردگی بالاست و مردم شادکامی کافی ندارند، وجود چنین برنامه‌هایی می‌تواند مردم را خوشحال کند و فرصتی برای تنفس و استراحت ذهنی در طول ۴۰ تا ۶۰ دقیقه فراهم کند. همین دلیل بود که مردم با علاقه «خندوانه» را دنبال می‌کردند؛ برنامه‌ای تازه، نزدیک به زندگی مردم و با زبانی قابل فهم برای آن‌ها.

در پلتفرم‌های خصوصی، این روند ادامه دارد؛ مردم در جایگاه تماشاگر قرار می‌گیرند و از آن‌ها خواسته می‌شود درباره اجراکنندگان نظر بدهند. «کارناوال» به نظر می‌رسد، از محدود برنامه‌هایی است که جسارت و جرات دادن به مخاطب را دارد؛ این که شما می‌توانید اجراکنندگان، حتی اگر چهره‌های شناخته شده یا سلبریتی باشند را قضاوت کنید و به آن‌ها نمره دهید.

به نظر شما «کارناوال» چگونه این پیام را به مخاطب منتقل می‌کند که هیچ فرد مشهوری مصون از نقد نیست؟ «کارناوال»، به طور غیرمستقیم و شاید بدون اینکه خود برنامه به آن فکر کرده



زهره طاهریان
نقد

وقتی «کارناوال» رامبد جوان وارد شبکه نمایش خانگی شد، بحث و هیاهوی فراوانی به پا کرد؛ از عروسک تازه نفس «افتو» تا دکور عظیم و حضور چهره‌های محبوب، همه چیز حکایت از تولد یک ریالیتی‌شو متفاوت داشت. روزنامه صبا در این پرونده به سراغ این پدیده تازه رفته؛ برنامه‌ای که توانسته مخاطب را نه فقط سرگرم، بلکه وارد بازی قضاوت و مشارکت کند. اما در کنار این موفقیت‌ها، منتقدانی چون محسن بیگ‌آقا، جبار آذین و زهره مشتاق بر این باورند که «کارناوال» اگر چه در فرم و اجرا پیشروست، اما هنوز می‌تواند در غنا بخشیدن به محتوا، تقویت فرهنگ نقد و کشف استعدادهای تازه، قدم‌های جدی‌تری بردارد. برنامه‌ای که پتانسیل آن را دارد از یک ریالیتی‌شوی پرهیاهو، به تجربه‌ای اثرگذار در عرصه طنز و گفت‌وگوی فرهنگی تبدیل شود.