



رسانه‌های صبا، در گفت‌وگو با خبرنگار فرهنگی تابناک، با تأکید بر ضرورت ارزیابی عملکرد پنج‌ساله سازمان صداوسیما، معتقد است این ارزیابی باید فارغ از نگاه‌های سیاسی انجام شود. او همچنین درباره وضعیت مخاطب، عملکرد تیم مدیریتی فعلی، در سیاست‌گذاری محتوایی، وضعیت تولیدات تلویزیونی و ویژگی‌هایی که مدیر آینده صداوسیما باید داشته باشد، سخن گفت.

صداوسیما، بحث درباره عملکرد پنج‌ساله مدیریت فعلی رسانه ملی و احتمال تغییرات مدیریتی در این سازمان بیش از گذشته مطرح شده است. در این میان، یکی از موضوعات مهم، میزان موفقیت سیاست‌های تحولی این دوره و توانایی صداوسیما در جذب مخاطب به ویژه نسل جوان است. محمدرضا شفیعی، تهیه‌کننده سینما و تلویزیون و سردبیر مجموعه

است پشت همان میز نشسته و کسی حق انتقاد از عملکرد مفتضحانه اش را ندارد. شفیعی درباره عملکرد محتوایی در سال‌های اخیر گفت: من در این دوره کار مهمی در سازمان نداشتیم، به جز دو کاری که محصول دستگاه‌های بیرونی بود و دوستان آن‌ها را بخش کردند. بنابراین درباره عملکرد معاونت‌ها باید از برنامه‌سازی که در این دوره کار کرده‌اند، سؤال شود. اما آنچه فهم می‌کنم، این است که یکی از اختلالات عجیب این دوره، بحران مدیریت است. جمله مشترکی که تقریباً از خیلی‌ها می‌شنوم این است که «همه هیچ کاره‌اند» او گفت: با احترام به همه معاونان و مدیران سازمان، به نظرم بسیاری از آن‌ها در خلوت خودشان به آن اذعان دارند که شرایط مدیریتی خوبی وجود ندارد. ما کمتر دوره‌ای را دیده‌ایم که مدیران مختلف تقریباً منتظر باشند ببینند یک نفر چه می‌گوید یا چه رفتاری می‌کند و بعد بر اساس آن تصمیم بگیرند. شما در تمام شئون مدیریتی حتی تغییر ساختارها، موضوع اصلاح، بویایی و برداشتن موانع نیست بلکه همه و همه به نفع کنترل‌گری یک فرد خاص بوده است.

«ادامه وضع موجود یا تغییر مدیریت؟»

تهیه‌کننده سر به مهر درباره دیدگاه‌هایی که خواستار ادامه فعالیت تیم فعلی یا برعکس، خواهان تغییر مدیریت و سیاست‌گذاری هستند، گفت: تصمیم نهایی در این زمینه با رهبری معظم است و هر تصمیمی که گرفته شود، همه ما از آن تبعیت خواهیم کرد. او ادامه داد: اما درباره هر مدیری، چه در سازمان صداوسیما و چه در هر جای دیگری، باید یک ارزیابی عملکرد وجود داشته باشد. شفیعی افزود: در پنج سال گذشته بارها شرایط مختلف کشور به عنوان دلیل مشکلات مطرح شده است؛ جنگ، اتفاقات سال ۱۴۰۱ و مسائل دیگر. اما باید پرسید جمهوری اسلامی چه زمانی بدون بحران بوده است؟ کشور همیشه با بحران‌هایی مواجه بوده و در همین شرایط نیز اداره شده و پیشرفت کرده است. بنابراین ارزیابی عملکرد باید ملاک قرار بگیرد.

«ملی بودن صداوسیما باید دقیق تعریف شود»

شفیعی در پایان درباره ویژگی‌های مدیر آینده صداوسیما گفت: تا زمانی که مفهوم «ملی بودن» را در مصادیق آن به‌طور کامل و دقیق نکنیم، هر مدیر دیگری هم که بیاید ممکن است گرفتار همین اختلال شود. او با اشاره به دوره مدیریت برخی مدیران پیشین صداوسیما گفت: ممکن است درباره دوره‌های مختلف مدیریت نقدهایی وجود داشته باشد و افراد سلاقی متفاوتی داشته باشند، اما بدون داشتن شاخص قابل لمس و اجرایی از مفهوم ملی بودن همچنان امکان برداشت‌های شخصی از آن وجود دارد. شفیعی تأکید کرد: اگر تعریف روشنی وجود نداشته باشد، سلیقه‌ای عمل خواهد شد. ممکن است بخش‌های مختلف حاکمیت یک مسیر را دنبال کنند اما تلویزیون مسیر دیگری برود و در عین حال بگوید آنجا رسانه ملی هست. او در پایان گفت: به نظر می‌رسد باید یک تعریف دقیق‌تر و درست‌تر از رسانه ملی ارائه شود و یک استراتژی مشخص و بلندمدت برای سازمان صداوسیما تدوین شود؛ استراتژی‌ای که با تغییر مدیران تغییر نکند و مدیران مختلف بتوانند بر اساس همان مسیر و ریل حرکت کنند.

صداوسیما کنونی محصول آقای جلیلی نیست. او توضیح داد: ما از آقای جلیلی شناختی داریم. او سال‌ها در دانشگاه صداوسیما بوده، در دوره آقای سرفراز معاون خبر بوده و در دوره آقای علی عسکری نیز مسئولیت معاونت برون‌مرزی را بر عهده داشته است. اما به اعتقاد من، آنچه امروز در سازمان صداوسیما حاکم است، بیشتر محصول تفکر آقای وحید جلیلی و اطرافیان اوست. شفیعی افزود: به نظرم برای فهم وضعیت فعلی سازمان، باید به تفکرات و مسلک آقای وحید جلیلی و نقش آن در سیاست‌گذاری‌های سازمان توجه کرد. ایشان در اوایل همین دوره ۵ سال اخیر چند گفتگوی منتشر شده دارند که به راحتی می‌توان از میان همین گفتگوها به مدل اداره بزرگترین رسانه کشور پی برد. از مخاطب هسته سخت ۱۰ درصدی گرفته تا نظرشان در مورد برنامه‌های سرگرمی و حتی ژانرهای مثل ملودرام‌ها و...!

شفیعی افزود: آقای جلیلی فاقد ایدئولوژی، ساختار ذهنی دقیق و منسجم برای اداره رسانه و شعارهای مطرح شده بود. وحید جلیلی وظیفه نظم ایدئولوژیک و اندیشه حکم رانی رسانه‌ای را به عهده می‌گیرد البته با مشی خود، نتیجه این ترکیب وضع موجود است. تهیه‌کننده تنهایی لیلا اضافه می‌کرد: انتقاد‌های ناجوانمردانه وحید جلیلی از مدیران و برنامه‌سازان تلویزیون در بیش از دو دهه گذشته به یاد دارد. ایشان با برچسب‌های سیاه‌نمایی نظام اسلامی در سریال‌ها، پرداختن به آسیب‌های اجتماعی، نداشتن حتی یک شخصیت حزب الهی در سریال‌های سیمایا... همه را متهم می‌کرد به باد انتقاد می‌گرفت. حافظه رسانه‌ای ما اجازه فراموشی نامه توهین آمیز وحید جلیلی به دفتر فرهنگی رهبر شهید و درست کردن خوراکی ناب برای رسانه‌های معاند علیه رهبری را نمی‌دهد. حالا او ۵ سال

تعیین‌کننده، عدم شناخت از زیست رسانه‌ای نسل نو، بی‌تجربگی و ناپلیدی در تطابق محتوا و تولید، فروپاشی زنجیره تولید، مسائلی است که می‌توان ساعت‌ها درباره آن صحبت کرد.

«ادعای شفیعی درباره آمار سازی در عملکرد تولیدات»

این تهیه‌کننده در بخش دیگری از سخنان خود به نمونه‌ای که به گفته خودش اخیراً درباره عملکرد او منتشر شده اشاره کرد و گفت: من تاکنون هیچ اظهارنظر رسمی یا انتقادی از صداوسیما نکرده‌ام و این اولین و شاید آخرین صحبت من با این موضوع باشد، اما دوستان ظاهراً از جلسات خصوصی ما مطلع‌اند که این‌گونه برافروخته هستند. او افزود: اخیراً آماری منتشر شد که در آن گفته بودند شفیعی، که منتقد صداوسیماست، از پرکارترین تهیه‌کنندگان دوره تحول بوده است. اگر بخواهید نمونه‌ای از چیزی که من آن را ارائه آمار نادرست می‌دانم داشته باشید، همین مورد کافی است.

شفیعی درباره نام بردن از برخی سریال‌ها به عنوان محصولات دوره تحول نیز گفت: برخی از سریال‌هایی که به عنوان تولیدات این دوره معرفی شده‌اند، سال‌ها پیش و در دوره مدیریت قبلی کلید خورده‌اند. او برای نمونه به سریال «برف بی صدا می‌بارد» و «کلیدخت» و «نوار زرد» اشاره کرد و گفت که اطلاعات مربوط به زمان آغاز نگارش و تولید این آثار در رسانه‌ها قابل دسترسی است و به قول شهید لاریجانی مظلوم اگر مختصر فهمی برای مخاطب خود قائل بودید متوجه می‌شدید که با یک سرچ ساده سال نگارش و تولید آثار آشکار می‌شود.

«صداوسیما محصول تفکر جلیلی نیست»

این تهیه‌کننده در پاسخ به پرسشی درباره نقش وحید جلیلی در سیاست‌گذاری محتوایی صداوسیما گفت: فهم من این است که سازمان

است. رسانه تراز آقایان با مسلک آغلیه تبدیل شده است به رسانه پمپاژ دروغ، اختلاف افکنی و ترویج ریاکاری. گجای شاخص‌های کنونی صدا و سیمای شاخص‌های رسانه تراز انقلاب اسلامی در کلام و مشی امام راحل و رهبر شهید نزدیک شده است.

«مدیر بعدی و «زمین سوخته»؛ دو کلمه‌ای که می‌ماند»

تهیه‌کننده صیاد درباره احتمال تغییر مدیریت صداوسیما و اینکه آیا تغییر مدیر می‌تواند به تغییر در تولیدات تلویزیونی منجر شود، گفت: ابتدا باید به مدیر بعدی تسلیت گفت؛ چون زمین سوخته را تحویل می‌گیرد. او ادامه داد: صداوسیما از نظر اقتصادی، مقبولیت و محبوبیت و حتی از نظر ارتباط با نخبگان رسانه‌ای شرایط دشواری دارد و هر فردی که این مسئولیت را بپذیرد، کار بسیار سختی پیش رو خواهد داشت.

به گفته شفیعی، مدیر آینده باید قبل از هر چیز باید در میان اهالی رسانه و نخبگان محبوبیت و مقبولیت داشته باشد تا بتواند برای زنده نگه داشتن و احیای این رسانه کاری جهادی انجام دهد. دو چیزی که از این پنج سال در ذهن مردم می‌ماند.

شفیعی درباره تصویری که از مدیریت پنج‌ساله اخیر صداوسیما در ذهن‌ها باقی خواهد ماند، گفت: اگر از من بپرسند به عنوان کسی که سال‌ها با رسانه و مردم سروکار داشته‌ام، از این دوره چه چیزی در ذهن‌ها می‌ماند، دو عنوان را مطرح می‌کنم: ناکارآمدی و دروغ! او توضیح داد: ممکن است یک مجموعه ناکارآمد باشد، اما دست‌کم واقعیت را بگوید. به نظر من در این پنج سال هم ناکارآمدی به معنای واقعی کلمه دیده‌ایم و هم مسئله قبول نکردن واقعیت‌ها و ارائه تصویری متفاوت از واقعیت. شفیعی ادامه داد: نشناختن عرصه رسانه، درک نادرست از ترکیب مخاطب، غفلت از طیف

