

سمیرا جعفری
گفت‌وگو

تلویزیونی که روزگاری می‌توانست با یک سریال خیابان‌ها را خلوت کند، امروز بیش از همیشه با مسئله مخاطب و سازوکار تولید مواجه است؛ رسانه‌ای که به اعتقاد مجید مولایی، پیش از آنکه با کمبود بودجه روبه‌رو باشد، با بحران شناخت مخاطب و ساختار تولید دست‌وپنجه نرم می‌کند. مولایی، تهیه‌کننده سریال‌هایی چون «نابرده رنج»، «بانوی عمارت»، «هفت سنگ» و «دست بالای دست»، در سال‌های اخیر تجربه متفاوتی از تولید در شبکه نمایش خانگی با آثاری چون «می‌خواهم زنده بمانم» و «رهایم کن» داشته است. او در گفت‌وگو با روزنامه صبا از دلایل فاصله گرفتن مخاطب از تلویزیون، حذف تدریجی تهیه‌کننده خلاق، نقش شوراهای تصویب فیلمنامه، ممیزی، سلبریتی‌زدایی، جوان‌گرایی بدون پشتوانه تجربه، هزینه‌کرد بودجه عمومی و فاصله میان سیاست‌گذاری مدیران و سلیقه واقعی مخاطب می‌گوید؛ نقدهایی که در نهایت به یک پرسش اساسی می‌رسند، تلویزیون برای چه کسی سریال می‌سازد؛ مدیران یا مخاطب؟

گفت‌وگوی
روزنامه صبا با مجید
مولایی، تهیه‌کننده
سینما و تلویزیون

سریال‌های بی‌مخاطب تلویزیون بودجه عمومی را می‌بلعند

سلبریتی‌زدایی بدون شناخت مخاطب جواب نمی‌دهد

این تفاوت باید برای مدیران یک علامت سؤال جدی باشد. من نمی‌گویم هیچ‌کس تلویزیون نمی‌بیند یا همه آمارها نادرست است؛ حرقم این است که باید یک نظام شفاف و علمی برای شناخت مخاطب وجود داشته باشد. مدیران باید بدانند مردم چه می‌خواهند، چه زائری را دنبال می‌کنند، از چه شخصیتی خوششان می‌آید و چرا در یک نقطه مشخص، شبکه را عوض می‌کنند یا سرغ تلفن همراه و یلتفرم می‌روند.

○ پس بر خلاف نظر عده‌ای مشکل فقط فیلمنامه نیست؟

نه، مسئله از جایی آغاز می‌شود که اساساً معلوم نیست چه کسی صاحب و مسئول یک اثر است. در دنیا، برای سریال‌های مهم مفهومی مانند «شوران» یا خالق سریال وجود دارد؛ کسی که مغز خلاق اثر است و از مرحله شکل‌گیری ایده تا اتاق نویسندگان، انتخاب مسیر داستان، هماهنگی با کارگردان و اجرای نهایی، صاحب نظر و پاسخگوست. وینس گیلیگان در «بریکینگ بد» یک نمونه شناخته‌شده از چنین جایگاهی است. وقتی مخاطب سریال را می‌بیند، می‌داند یک نگاه مشخص پشت آن وجود دارد. در تلویزیون ما، به تدریج نقش تهیه‌کننده حرفه‌ای و خلاق کمرنگ شد و بخشی از اختیارها به شوراهای تصویب فیلمنامه منتقل شد. نتیجه این شد که گاهی فیلمنامه‌رایک گروه تصویب می‌کند، گروه دیگری تولید را انجام می‌دهد و در نهایت هم اگر اثر موفق نشود، معلوم نیست مسئولیت اصلی با چه کسی است. من به این وضعیت می‌گویم تولید بدون صاحب مشخص. در چنین ساختاری، کسی از ابتدا تا انتها از اثر دفاع نمی‌کند.

○ یعنی شورای تصویب فیلمنامه را یکی از مشکلات اصلی می‌دانید؟

مشکل شورای خود شورا بودنش محدود نیست. مشکل وقتی ایجاد می‌شود که شورا جای سازوکار حرفه‌ای تولید را بگیرد. اگر قرار باشد چند نفر بنشینند و بگویند این فیلمنامه خوب است یا بد، بدون اینکه نویسنده بتواند درباره ساختار، شخصیت، ریتم و مخاطب با آنها گفت‌وگو حرفه‌ای داشته باشد، چیزی جل نمی‌شود. ما نیاز به گفت‌وگو و نقد تخصصی داریم، نه صرفاً یک حکم اداری.

من اخیراً هم پیشنهادی از تلویزیون داشتم؛ پروژه‌ای با بودجه قابل توجه، نپذیرفتم، چون هنوز با همین ساختار مسئله دارم. دوست دارم کسی که درباره فیلمنامه تصمیم می‌گیرد، از پشت عنوان شورا بیرون بیاید و دقیق توضیح دهد چرا این متن خوب است یا چرا بد است. بعد نویسنده هم بتواند پاسخ دهد و درباره شخصیت‌ها، بازیگران، کارگردان، فیلمبرداری و مسیر تولید تصمیم حرفه‌ای گرفته شود. این تعامل، تولید را زنده می‌کند.

○ چرا تلویزیون هنوز با سازوکارهای قدیمی سریال تولید می‌کند؟

چون بخش زیادی از دانش تولید به‌روز نشده است. در دنیا دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و گروه‌های حرفه‌ای سال‌ها درباره سریال‌های موفق مطالعه کرده‌اند. ساختار پابلوت، پرده‌ها، ضرباهنگ، نقاط عطف، طراحی شخصیت و اتاق نویسندگان موضوعاتی هستند که درباره آنها دانش انباشته شده است. اتاق نویسندگان یک جمع ساده برای تقسیم

○ آقای مولایی چرا تلویزیونی که زمانی می‌توانست خیابان‌ها را خلوت کند، امروز برای جذب مخاطب با مشکل روبه‌روست؟

اگر بخواهیم ریشه‌ای نگاه کنیم، باید بدانیم سریال از ابتدا برای ارتباط با مخاطب و سرگرمی شکل گرفته است. تلویزیون در جهان با نمایش قصه‌گویی و برای جذب مخاطب و آگهی توسعه پیدا کرد. در ایران هم از دهه ۱۳۳۰ تلویزیون شکل گرفت و سریال‌سازی خیلی زود وارد این رسانه شد. «امیرارسلان نامدار» از نخستین تجربه‌های سریال‌سازی بود. در بیش از شش دهه، تلویزیون دوره‌های مختلفی را پشت سر گذاشت و در مقطعی به اوج رسید. دهه ۱۳۸۰ و به‌خصوص سریال‌های ماه رمضان نمونه روشن آن بود؛ مردم سریال‌ها را دنبال می‌کردند و حتی برنامه برخی هیئت‌ها با زمان پخش سریال تنظیم می‌شد.

امروز اما شرایط رسانه عوض شده است. تلویزیون سنتی در تمام دنیا با شبکه‌های کابلی، یلتفرم‌ها، شبکه‌های اجتماعی و حجم عظیمی از محتوای رایگان روبه‌روست. با این حال، مشکل تلویزیون ایران را فقط نباید به آمدن یلتفرم‌ها نسبت داد. بخش مهمی از مسئله به خود سازوکار تولید برمی‌گردد. سریال، برخلاف یک اثر سینمایی که ممکن است مخاطب محدودی داشته باشد و بعدها کشف شود، ذاتاً یک محصول مخاطب‌محور است. اگر مخاطب نداشته باشد، باید درباره موفقیت آن تردید کرد.

○ چند وقت پیش مدیران تلویزیون از آمار بالای مخاطب صحبت کردند. در صورتی که این آمار با تجربه واقعی مردم همخوان نیست...

بله گفته‌اند تلویزیون ۷۰ درصد مخاطب دارد. سؤال من این است که این آمار چگونه به دست آمده و دقیقاً چه چیزی را اندازه می‌گیرد؟ اگر چنین مخاطبی وجود دارد، چرا وقتی به خانواده‌ها، شهرهای کوچک و حتی اطرافیان خودمان نگاه می‌کنیم، بسیاری از آنها سریال‌های جدید را نمی‌شناسند؟ در مقابل، بعضی سریال‌های قدیمی که از آی‌فیلم پخش می‌شوند، همچنان مخاطب دارند و مردم آنها را می‌بینند.

