

یک پلتفرم را تماشا می‌کند. از طرف دیگر، یک نفر ممکن است هم‌زمان اشتراک چند پلتفرم را داشته باشد. بنابراین تعداد اشتراک‌ها الزاماً به معنای تعداد مخاطبان نیست. باید بررسی شود چند نفر واقعاً برای تماشای آثار هزینه می‌کنند و درآمد حاصل از اشتراک‌ها چه نسبتی با هزینه‌های تولید دارد.

از طرف دیگر، پلتفرم‌ها وارد چرخه‌ای شده‌اند که در آن هزینه تولید و دستمزد برخی عوامل به‌شدت افزایش یافته است. پرسش من این است که این هزینه‌ها از چه محلی جبران می‌شوند؟ یک تاک‌شو یا برنامه گفت‌وگومحور برای حضور یک چهره ممکن است رقم بسیار بالایی پرداخت کند. آیا درآمد اشتراک‌ها چنین هزینه‌ای را پوشش می‌دهد؟ تبلیغات چقدر درآمد ایجاد می‌کند؟ اگر یک برنامه چند میلیارد تومان هزینه دارد، چه میزان آگهی برای آن فروخته می‌شود و درآمد واقعی آن چقدر است؟ باید این ارقام کنار هم قرار بگیرند تا مشخص شود اقتصاد این چرخه چگونه کار می‌کند.

به نظرم پشت برخی پلتفرم‌ها ممکن است تیم‌ها یا پشتوانه‌های مالی مشخصی وجود داشته باشند؛ همان نکته‌ای که آقای ده‌نمکی نیز به آن اشاره کرده‌اند. البته من سندی درباره منشأ این سرمایه‌ها ندارم، اما پرسش درباره شفافیت اقتصادی آن‌ها کاملاً جدی است.

○ ورود این پلتفرم‌ها، به سینمای ایران نیز آسیب زده است؟

به نظرم این اتفاق دست‌کم در حوزه دستمزدها و مناسبات اقتصادی تأثیر گذاشته است. وقتی چند پلتفرم برای جذب بازیگران و چهره‌های شناخته‌شده رقابت می‌کنند، طبیعی است که دستمزدها افزایش پیدا کند.

من با حضور بازیگران در پلتفرم‌ها مخالف نیستم. بحثم این است که اگر کسی عنوان بازیگر سینما را برای خودش به کار می‌برد، باید ارتباطش با سینما را هم حفظ کند. نمی‌شود سال‌ها تمام فعالیت حرفه‌ای یک بازیگر در شبکه نمایش خانگی متمرکز باشد و در عین حال خودش را صرفاً بازیگر سینما معرفی کند. به نظرم کسی که چنین عنوانی را به کار می‌برد، باید دست‌کم سالی یک فیلم سینمایی در کارنامه‌اش داشته باشد.

در نهایت، وقتی دستمزدها در یک بخش از صنعت بالا می‌رود، اما اقتصاد بخش دیگر توان تحمل آن را ندارد، تعادل به هم می‌خورد. سینما و شبکه نمایش خانگی باید در کنار هم فعالیت کنند، نه اینکه یکی با جذب تمام سرمایه انسانی و مالی، دیگری را از نظر اقتصادی ضعیف‌تر کند.

○ برخی همکاران شما انتقادهای تندی به ساترا دارند و معتقدند اگر نظارت بر پلتفرم‌ها به وزارت فرهنگ واگذار شود، شرایط بهتر خواهد شد. با این دیدگاه موافق هستید؟

ساترا قطعاً اشکال‌ها و ایرادهایی دارد و من هم منکر آن نیستم؛ اما به نظرم انتقاد یک‌طرفه از ساترا و این تصور که اگر همه‌چیز در اختیار وزارت فرهنگ باشد، شرایط آسان‌تر می‌شود، ساده‌انگارانه است.

من از همکارانی که در برنامه‌های مختلف علیه ساترا صحبت می‌کنند، یک سؤال دارم: اگر صدور مجوز تولید در اختیار وزارت فرهنگ و سازمان سینمایی بود، آیا سریالی مانند «عشق هفت‌وجهی» امکان تصویب و تولید داشت؟ تفاوتی وجود دارد میان نهادی که به ساختار حاکمیتی نزدیک‌تر است و نهادی که در چارچوب دولت فعالیت می‌کند. ممکن است وزارت فرهنگ در برخی موارد حاضر نباشد مجوزی صادر کند، اما ساترا با توجه به جایگاه و ساختار خود امکان تصمیم‌گیری متفاوتی داشته باشد.

من نمی‌گویم این وضعیت به معنای عملکرد بی‌نقص ساتراست؛ حرفم این است که نباید تصور کنیم انتقال مسئولیت به وزارت فرهنگ الزاماً به آزادی بیشتر منجر می‌شود. ما در سینما سال‌هاست با مسئله پروانه ساخت درگیر هستیم. با دیجیتالی شدن تولید، ساخت آثار زیرزمینی نیز گسترش پیدا کرده است. فیلم‌سازانی هستند که بدون دریافت پروانه ساخت، فیلم خود را تولید می‌کنند و بعد آن را به جشنواره‌ها ارائه می‌دهند. برخی فقط می‌خواهند اثرشان دیده شود و نامشان به‌عنوان کارگردان یا تهیه‌کننده مطرح شود.

در شبکه نمایش خانگی نیز بسیاری از آثار تولید می‌شوند و بعد در معرض اصلاح، محدودیت یا توقیف قرار می‌گیرند. گاهی هم خبر توقیف یک اثر به بخشی از چرخه رسانه‌ای و تبلیغاتی آن تبدیل می‌شود. اثری با یک اصلاح جزئی دوباره امکان انتشار پیدا می‌کند، اما پیش از آن خبر توقیفش در شبکه‌های اجتماعی دست‌به‌دست می‌شود. به همین دلیل، من معتقدم باید با دقت بیشتری درباره این مسائل صحبت کرد و همه مشکلات را به یک نهاد نسبت نداد.

○ با توجه به این انتقادها، امروز کدام مدیوم را از نظر تعداد مخاطب مؤثرتر می‌دانید؟

شاید حرفم برخلاف نظر بسیاری از افراد باشد، اما من همچنان معتقدم تلویزیون می‌تواند مخاطب بیشتری از پلتفرم‌ها داشته باشد. دلیل اصلی‌ام هم رایگان بودن آن است. البته منظورم ارائه یک آمار یا درصد مشخص نیست؛ حرفم درباره ظرفیت دسترسی و گستردگی مخاطب است.

اگر به بخش‌های خبری اصلی نگاه کنیم، همچنان مخاطب قابل توجهی دارند. اما نباید مخاطب را فقط در تهران و شهرهای بزرگ جست‌وجو کنیم. ما با جامعه‌ای از مخاطبان در شهرستان‌ها و مناطق روستایی روبه‌رو هستیم که ممکن است برای تماشای فوتبال یا کشتی سراغ شبکه‌های سراسری بروند، برای اخبار شبکه خبر را دنبال کنند و برای دیدن برنامه‌های مرتبط با زبان و فرهنگ خودشان به شبکه استانی مراجعه کنند.

تلویزیون همچنان به دلیل رایگان بودن و پوشش جغرافیایی گسترده، امکان جذب مخاطب دارد. اما باید برای مخاطب خوراک فرهنگی و سرگرمی مناسب فراهم کند. نمی‌توان تصور کرد چون شبکه‌های اجتماعی و تلفن همراه گسترش پیدا کرده‌اند، دیگر تلویزیون هیچ نقشی ندارد. این نگاه درست نیست.

○ اما در راستای سیاست‌های مدیران، تلویزیون علاوه بر مخاطبان، برندهای موفق خود را نیز از دست داده است.

بله، نمونه‌های روشنی وجود دارد. برنامه‌هایی مانند «نود» با اجرای عادل فردوسی‌پور، «خندوانه»، «عصر جدید» و آثار مهران مدیری از جمله برندهایی بودند که مخاطبان گسترده‌ای داشتند. این برنامه‌ها به‌تدریج در ذهن مخاطب جایگاه پیدا کردند و بخشی از هویت تلویزیون شدند. پرسش این است که چرا سازمان نتوانست این سرمایه‌ها را حفظ کند و برای ادامه همکاری با آن‌ها راه‌حل پیدا کند؟

به نظرم ما در ساختار رسانه‌ای کشور در زمینه کنار زدن نیروها و تبدیل آن‌ها به منتقدان بیرونی مهارت پیدا کرده‌ایم. تعبیر تندی است، اما گاهی خودمان چهره‌هایی را که در رسانه ملی رشد کرده‌اند، به سمت فاصله گرفتن از آن سوق می‌دهیم و بعد از مدتی با آن‌ها مانند نیروهایی بیرون از این مجموعه برخورد می‌کنیم.

مثال روشنش عادل فردوسی‌پور است. او در همین رسانه رشد کرد و برند حرفه‌ای‌اش در تلویزیون شکل گرفت. هوش، توانایی و استعداد خودش در این مسیر تعیین‌کننده بود، اما نمی‌توان نقش بستری را که در آن شناخته شد، نادیده گرفت. در این میان، مدیرانی مانند علی‌اصغر پورمحمدی نیز در حمایت از برخی برنامه‌سازان و ایجاد امکان فعالیت برای آن‌ها نقش داشتند.

○ این مسئله را باید به مدیران این دوره نسبت داد؟

نه، به نظرم نمی‌توان تمام مشکلات را به یک مدیر یا یک دوره محدود کرد. مدیران مختلف سازمان صداوسیما در دوره‌های متفاوت، کارهای خوب و بدی داشته‌اند. در دوره آقای علی لاریجانی آثار و محصولات قابل توجهی تولید شد. در دوره آقای ضرغامی نیز برنامه‌ها و سریال‌های موفقی روی آنتن رفت. دوره‌های آقای سرافراز، آقای علی‌عسگری و مدیران بعدی هم نقاط قوت و ضعف خودشان را داشته‌اند.

اما نکته مهم این است که اگر مدیران پیشین امروز دوباره به سازمان برگردند، آیا واقعاً می‌توانند همان انتقادهایی را که اکنون مطرح می‌کنند، در عمل برطرف کنند؟ من معتقدم تا وقتی سیاست‌های کلان و ملاحظات ساختاری تغییر نکرده باشد، تغییر مدیر به‌تنهایی اتفاق تعیین‌کننده‌ای ایجاد نمی‌کند. ممکن است در حوزه سرگرمی یا انتخاب برنامه‌ها تغییراتی رخ دهد، اما مسئله اصلی فراتر از سلیقه یک مدیر است.

○ پس مسئله اصلی را در تغییر سیاست‌گذاری می‌دانید؟

دقیقاً. رسانه باید جامعه را با همه تنوع آن ببیند. این کشور متعلق به یک طیف یا یک سلیقه نیست. در رخدادهای مهم ملی دیده‌ایم که افراد با دیدگاه‌ها، سبک زندگی و نگرش‌های متفاوت ممکن است در کنار یکدیگر قرار بگیرند. رسانه باید بتواند این واقعیت را بازتاب دهد و امکان شنیده شدن دیدگاه‌های مختلف را فراهم کند.

به نظرم یکی از مشکلات این است که بسیاری از موضوعات اجتماعی خیلی زود به منازعه سیاسی میان دو جناح تبدیل می‌شوند. در حالی که دغدغه اصلی بخش بزرگی از مردم، معیشت، تورم، اشتغال و زندگی روزمره است. نمی‌توان در هر برنامه‌ای تمام مسائل را به رقابت سیاسی میان دو جریان تقلیل داد. تلویزیون باید نگاه فراگیرتری داشته باشد و از تبدیل هر موضوعی به منازعه سیاسی پرهیز کند.

مدیر سازمان نیز باید توانایی ایستادگی در برابر فشارها را داشته باشد و در عین حال مسئولیت تصمیم‌هایش را بپذیرد. مدیریت رسانه فقط به معنای اداره ساختمان، شبکه و بودجه نیست. مدیر باید بتواند از برنامه‌ساز و محتوایی که بر اساس ضوابط و چارچوب‌های روشن تولید شده، حمایت کند.

ما مدیرانی داشته‌ایم که در مقاطعی چنین ویژگی‌ای را نشان داده‌اند. برای مثال، آقای پورمحمدی در برخی موارد از برنامه‌سازان حمایت می‌کرد. آقای شریعت‌پناهی نیز از جمله مدیرانی بود که مسیر حرفه‌ای را از سطوح پایین‌تر آغاز کرده و به‌تدریج به مدیریت رسیده بود. او تجربه کار را داشت و می‌دانست یک برنامه چگونه تولید می‌شود و چه موانعی پیش روی عوامل آن قرار می‌گیرد. در چنین شرایطی، تفاوت مدیر باتجربه و مدیری که صرفاً جایگاه اداری دارد، مشخص می‌شود.

○ فکر می‌کنید جوان‌گرایی که در سند تحول مطرح شده، به کنار رفتن نیروهای باتجربه منجر شده است؟

جوان‌گرایی به‌خودی‌خود اتفاق بدی نیست. ما به نیروهای جوان، خلاق و باانگیزه نیاز داریم؛ اما تجربه باید در کنار جوان‌گرایی قرار بگیرد. نمی‌توان تصور کرد صرفاً با سپردن یک پروژه به فردی که تجربه کافی ندارد، یک برنامه یا سریال موفق تولید خواهد شد.

ما تهیه‌کنندگان، کارگردانان و برنامه‌سازان باتجربه‌ای داریم که سال‌ها در تلویزیون فعالیت کرده‌اند، اما به دلایل مختلف از این مجموعه فاصله گرفته‌اند. اگر سازمان نمی‌خواهد تمام پروژه‌ها را به آن‌ها بسپارد، دست‌کم می‌تواند از تجربه‌شان در جایگاه مشاور و راهبر نسل جوان استفاده کند.

وقتی یک نیروی تازه‌کار مسئولیت تولید را برعهده می‌گیرد، باید هم‌زمان درباره فیلمنامه، اصلاح متن، انتخاب عوامل، شیوه تولید و بسیاری از مسائل دیگر تصمیم بگیرد. اگر تجربه کافی در کنار او نباشد و فشار کاری نیز بیش از اندازه باشد، طبیعی است که محصول نهایی دچار ضعف شود. نتیجه ممکن است اثری باشد که از نظر فیلمنامه و اجرا انسجام لازم را ندارد.

تجربه حرفه‌ای یک شبه به دست نمی‌آید. آقای شریعت‌پناهی هم یک‌شبه به جایگاه مدیریتی نرسیده بود. او مسیر کاری را طی کرده و از تجربه‌های مختلف عبور کرده بود. همین مسئله درباره تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان باسابقه نیز صدق می‌کند. باید اجازه داد نسل جدید در کنار این افراد رشد کند، نه اینکه تجربه را حذف کنیم و بعد از نیروهای جوان انتظار داشته باشیم به‌تنهایی تمام مشکلات را حل کنند.

○ با وجود همه انتقادهایی که مطرح کردید، هنوز به بازگشت مخاطب به تلویزیون امیدوار هستید؟

بله. من معتقدم تلویزیون، پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی هر کدام جایگاه خودشان را دارند. قرار نیست یکی جای دیگری را بگیرد یا برای موفقیت یک مدیوم، مدیوم دیگر حذف شود. مخاطب می‌تواند برای اخبار و برخی برنامه‌ها تلویزیون را دنبال کند، برای تماشای سریال به پلتفرم‌ها مراجعه کند و از شبکه‌های اجتماعی نیز برای ارتباط و سرگرمی استفاده کند.

اما تلویزیون باید مخاطب خودش را بشناسد و بر اساس نیاز و سلیقه واقعی او محتوا تولید کند. اگر این اتفاق بیفتد، امکان بازگشت مخاطب وجود دارد. نمی‌توان فقط به رایگان بودن تلویزیون تکیه کرد و تصور کرد همین ویژگی برای حفظ مخاطب کافی است. رایگان بودن یک مزیت است، اما بدون محتوای مناسب نمی‌تواند به‌تنهایی تضمین‌کننده موفقیت باشد.

مهم‌ترین مسئله این است که مسئولان فرهنگی و رسانه‌ای، مخاطب را جدی بگیرند. اگر رسانه بتواند سرگرمی مناسب، باکیفیت و قابل استفاده برای خانواده تولید کند، مردم دوباره به آن ارتباط برقرار می‌کنند. نباید از تولید محتوایی که خانواده‌ها بتوانند در کنار فرزندانشان تماشا کنند، ترسید. باید به‌جای محدود کردن بی‌دلیل ظرفیت‌های تولید، به کیفیت، خلاقیت و مسئولیت حرفه‌ای توجه کرد.

