

# نوروز چگونه بود؟

برای انواع سلیقه‌ها و گرایش‌ها نماید. صداوسیما با پخش چند سریال ایرانی خاطره‌انگیز قدیمی، ده‌ها فیلم و سریال خارجی مانند فصل سوم سریال افسانه‌های کره‌ای «جومونگ» برای دوستداران این نوع آثار، ویژه برنامه‌های متنوع و تولید محتوا محور اطفال، سحر و تحویل سال که همه دارای جذابیت‌های موضوعی، اجرایی، دکور، آکسسوار، رنگ، نور و موسیقی بودند؛ نسبت به سال‌های پیش با دستان پرتر و تولیدات مردم‌پسندتر، رضامانی و نوروزی ظاهر شد. در کل ارائه برنامه‌های متعدد شاد و سرگرم‌کننده از ویژگی‌های کلی تولیدات امسال رسانه ملی بود.

او در ادامه به شاخص‌ترین این برنامه‌ها اشاره کرد: از نگاه مخاطبان دو برنامه «زندگی پس از زندگی» و «محفل» از بقیه برنامه‌های رضامانی بینندگان بیشتر و تأثیرات ایمانی و اعتقادی بیشتری داشتند. در میان ویژه‌برنامه‌های تحویل سال شبکه‌های مختلف سیما نیز شبکه‌های سه و یک طراوت معنوی افزون‌تری را به نمایش گذاشتند. بررسی تصویری هفت پرونده مفسدان اقتصادی و نمایش پشت و روی بعضی از سوءاستفاده‌کنندگان از بیت‌المال و تخریب‌گران اقتصاد ملی به روایت ابوالقاسم طالبی در مجموعه «هفت سرازدها» در مقایسه با دو سریال دیگر، مخاطبان بیشتری را جذب کرد. کودکان و خانواده‌ها نیز به میهمانی عروسک‌ها در برنامه ایرج طهماسب رفتند و به تماشای «کودک شو» نشستند و ساعتی را به شادی گذراندند. حضور برخی از مجریان ویژه‌برنامه‌ها، حکایت از بازگشت چندتن از هنرمندان مطرح به تلویزیون

در راستای تحول آفرینی مضمونی، محتوایی و اجرایی برنامه‌های سیما و توجه به نظرها و سلیقه قشرهای گوناگون جامعه داشت که حرکتی مثبت تلقی می‌شود. جبار آذین در پایان گفت: تلویزیون به‌رغم برخی کاستی‌ها در اجرا و

نبود خلاقیت و نوگویی در بسیاری از تولیدات، به علت تعدد و تنوع برنامه‌ها و حضور چهره‌های شناخته‌شده هنری، ورزشی و اجتماعی در ایام نوروز با استقبال مردم روبرو شد و نمره خوب و قابل‌قبولی را از ملت دریافت کرد.

## رضا استادی:

### مطلب «قابل‌عرضی» وجود ندارد!

رضا استادی منتقد سینما و تلویزیون و مستندساز گفت: متأسفانه برنامه‌های امسال حتی نسبت به قالب برنامه‌سازی ده سال پیش هم تفاوت کیفی محسوسی نداشت و همان روش تکراری دعوت و این میهمان‌ها حرف‌هایی بزنند و خود را شاد و خوشحال نشان بدهند و تمام‌البته مباحثی هم در این برنامه‌ها مطرح شد که از نظر مدیران فعلی تلویزیون ظاهراً حرف‌های خاص، عجیب‌غریب و نامتعارفی است اما سال‌هاست که این قبیل موضوع‌ها در کف جامعه صحبت‌های جسورانه و جذابی محسوب نمی‌شود.

وی افزود: هرچه قدر سیاست‌های تلویزیون بسته و غیر قابل انعطاف باشد، باید در مناسبت‌های ملی و مذهبی مثل ایام نوروز، هفته دفاع مقدس و دهه فجر گارد بسته کنار گذاشته شده و با استفاده از حضور حداکثری هنرمندان و شخصیت‌های برجسته آثاری تولید و عرضه شود که همه مردم ایران از هر گرایش فکری و سلیقه‌ای خود را در آن برنامه‌ها ببینند اما متأسفانه در چنین مناسبت‌هایی و مشخصاً نوروز امسال نهایت هنر تلویزیون این است که میهمان‌ها محدود به طیفی از چهره‌های ثابت و تکراری شدند که انتخاب و دعوت آن‌ها حتی ارتباط زیادی با هویت آن شبکه هم نداشت؛ یعنی میهمان شبکه‌ها می‌توانست به شبکه دو برود، میهمان شبکه دو می‌توانست به شبکه یک برود، میهمان

شبکه یک می‌توانست در شبکه پنج حضور داشته باشد و هیچ اتفاق خاصی هم نیفتد. در حالی که در اواخر دهه هشتاد و اوایل دهه نود که تلویزیون همچنان مقبولیتی گسترده در میان مردم داشت، همیشه فهرست میهمان‌های نوروزی هر شبکه محرمانه بود و هر شبکه از مدت‌ها قبل یک سناریوی جذابی برای تولید برنامه و حضور میهمان‌های نوروزی خود در نظر می‌گرفت و تلاش می‌کرد میهمان‌های خاص خود را دعوت کند. اما حالا این اتفاق بیشتر شبیه به خرید از یک سوپرمارکت شده و هر شبکه هر میهمانی که دم دستش باشد را به برنامه نوروزی‌اش می‌آورد و بسته به مبلغ پرداختی و سرعت عمل، در نهایت از سید محدود میهمان‌های هر شبکه به‌گزینه‌هایی اجباری می‌رسد. این مستندساز در ادامه تأکید کرد: این که میهمان‌های برنامه‌ها فقط به فوتبالیست و بازیگران محدود می‌شود حرفه‌ای نیست. ما چهره‌های اجتماعی، فرهنگی و پزشکی معتبر و متعددی داریم. ویژه‌برنامه عید باید تنوع بالایی داشته باشد و ویتترین تمام برنامه‌های شبکه‌ها در طول سال گذشته باشد و از تمامی چهره‌ها در آن حضور داشته باشند. آن چه من از تماشای برنامه‌های تلویزیونی استنباط می‌کنم این است که ظاهراً تلویزیون به همین سطح کیفی قناعت کرده و پذیرفته که همین است که هست! همین میزان قدرت نفوذ و همین مقدار مخاطب سقف توان تلویزیون است و بیشتر از این نمی‌تواند امکان‌مانور داشته باشد.

### زیرخاکی هم کامل و بی نقص نیست

استادی اذعان داشت: بی‌رقیب بودن نه تنها به صداوسیما کمک نکرده بلکه باعث نزول کیفی برنامه‌ها هم شده و کمتر برنامه ماندگار و خاصی در چند سال اخیر تولید شده که امکان تماشای چند باره آن وجود داشته باشد و همچنان پربیننده‌ترین زمان‌ها در اختیار برنامه‌های تکراری مثل سریال‌های «پایتخت»، «خانه دوش»، «میوه ممنوعه» و «در چشم باد» است. در بین برنامه‌های غیر تکراری تنها برنامه‌هایی که می‌تواند برای مخاطب جذابیت داشته باشد، سریال «زیرخاکی» است که آن هم چندان کامل و بی نقص محسوب نمی‌شود و فقط در میان موجود تلویزیون برنامه قابل تماشایی است. وی در پایان با اشاره به دوران روزنامه‌نگاری خود گفت: در دوره‌ای که من کار خبری بیشتری انجام می‌دادم، همیشه از دو ماه قبل از نوروز رقابتی بین خبرنگارها بود تا بدانند کدام شبکه چه برنامه‌ای برای نوروز تولید می‌کند. در ویژه‌برنامه‌های نوروزی روزنامه‌هایی که به لحاظ سیاسی مخالف صداوسیما بودند نیز همیشه صفحات مختلفی به برنامه‌های نوروزی صداوسیما اختصاص پیدا می‌کرد. اما در سایت‌های خبرگزاری فعلی به جز معدودی از رسانه‌ها، مطالب زیادی راجع به برنامه‌های نوروزی منتشر نمی‌شود، چون مطلب قابل‌بیانی وجود ندارد. یعنی سطح کیفی این برنامه‌ها به قدری ضعیف است که حتی خیلی از خبرنگارهایی که حوزه کاری‌شان تلویزیون است هم این برنامه‌ها و اخبارشان را دنبال نمی‌کنند تا نکته‌ای از آن‌ها را استخراج و انعکاس دهند یا محتوایی برای رسانه خود تولید کنند.

## محمدصادق کوشکی:

### حضور سلبریتی و دیگر هیچ...

محمدصادق کوشکی پژوهشگر، منتقد و کارشناس تلویزیون در خصوص ویژه‌برنامه‌های نوروزی بیان کرد: حجم برنامه‌های نوروزی قابل توجه بوده و نشان می‌داد که مسئولین سازمان سعی داشته‌اند با ارائه برنامه‌های ویژه نوروزی سهمی در پر کردن اوقات فراغت مردم داشته باشند اما نکته این است که کیفیت برنامه‌های نوروزی از نظر فرهنگی و مفید بودن برای جامعه همچونین از نظر ارتقاء دانش و بینش مردم و انطباق با فرهنگ اسلامی و انقلابی مشکل داشت.

وی افزود: براساس انطباق ماه رمضان و ایام عید، ویژه‌برنامه‌هایی داشتیم مانند برنامه «محفل» که در نوع خودش به نوعی یک ابتکار بود و از لحاظ کیفی نیز تأثیر خوبی روی اقشار مختلف جامعه داشت، ولی عمده برنامه‌ها این گونه نبود. در واقع در اغلب برنامه‌ها یک بازیگر به‌عنوان مجری، تعدادی از مردم به‌عنوان تماشاچی در استودیو، چند نفر هم به‌عنوان مثلاً داور حضور داشتند و این‌گو مدام در تمام شبکه‌ها تکرار می‌شد. یک الگوی تکراری و بی محتوا که عموماً از یک بازیگر دعوت می‌شود و مدام از تماشاچی‌ها درخواست می‌شود که مرتب دست بزنند! در واقع حضور یک سلبریتی و دیگر هیچ. این مسئله نشان می‌دهد که بخش اعظم برنامه‌ها عملاً هیچ پشتوانه فکری، فرهنگی و اعتقادی ندارند و فقط قرار است در یک استودیوی شیک نورافشانی شده و پر زرق و برق یک سلبریتی، بازیگر یا ورزشکار بیاید و همین. محمدصادق کوشکی در پایان اظهار داشت: این که این برنامه‌ها چه قدر مخاطب را تغذیه فرهنگی می‌کنند، چه قدر برای بالابردن سطح دانش و بینش مخاطب مفیداند و چه قدر قرار است سطح سلیقه فرهنگی مخاطب را بالا ببرند؛ نه متأسفانه چنین نبوده است.

