



فقط برای مردم

گزارش / تحلیل و بررسی ویژگی ها و تاثیرات برنامه رادیویی جمعه ایرانی

علی صفریان

اگرچه از دلایل مهم موفقیت برنامه رادیویی «جمعه ایرانی» که از حجمی وسیع و تنوعی کثیر از مخاطبان برخوردار است، ذات «طنز» آن می باشد اما محدود به آن نیست. این برنامه که شاید بتوان آن را موفق ترین برنامه غیر تخصصی رادیو دانست، دارای خصوصیت های متعددی است که بطور اجماع منجر به توفیق و محبوبیت آن طی زمان گذشته است. هدف از این نوشتار صرفا بررسی برخی از این ویژگیها است و طبیعی است که اینها تنها برخی از عوامل توفیق برنامه «جمعه ایرانی» است.

برنامه ای برای تمام اقشار

بطور کل تولید یک برنامه رادیویی برای عامه مردم که متشکل از لایه ها و اقشار مختلف جامعه هستند و از تنوع فرهنگی و تکثر نیازها و توقعات برخوردارند، امری ثقیل است که اگر شرط مداوم تولید و تبدیل به یک برنامه «روتین» موفق برای چندین سال را به آن بیافزاییم، تنه به «محال» می زند.

از سوی دیگر تجربه ثابت کرده اکثر برنامه های تفریحی رادیو و تلویزیون بخصوص برنامه های طنز خیلی زود به تکرار می افتند و در صورت اصرار به ادامه آن با افت کیفی مخاطب در مرحله نخست و افت کمی مخاطب در مرحله دوم روبرو می شوند. عمر مفید برنامه های طنز در ایران بسیار کوتاهتر از موارد مشابه تولید شده در کشورهای پیشرو است. این مرگ زودرس کیفیت طنز ایرانی دلایل گوناگونی دارد که بررسی آنها در این متن نمی گنجد اما یکی از مهمترین دلایل آن، محدودیت سوژه های طنز شناخته شده برای تولید کنندگان و نویسندگان است.

فقر سوژه های طنز ناشی از ضعف تحقیق و بررسی برای شناخت و کسب سوژه های جدید و بکر است که البته در کشور ما ضعف در تحقیق منحصر به برنامه های رادیویی نیست و در تمام زمینه های رسانه ای و فرهنگی (و حتی غیر فرهنگی) بدلیل عدم اختصاص منابع کافی مالی به این امر از یکسو و بی تفاوتی و سطحی نگری متولیان امر از سوی دیگر، شاهد این ضعف هستیم. تردیدی نیست که تهیه یک برنامه رادیویی طنز برای جامعه ای چون ایران که از ثبات در لایه های اجتماعی برخوردار نیست و بالطبع ارتباطات و بالاخص ارتباطات انسانی از ساختار کلیشه ای برخوردار نیست، نیاز به تحقیق و مطالعه دائمی جریان ارتباطات انسانی و نیز رصد رویدادهای اجتماعی دارد.

از دیگر دلایل محدودیت سوژه می توان به نگاه اخلاق گرا و سطح بالای حساسیت جامعه ایرانی اشاره کرد. جامعه ما به رغم تلاشهای سالهای اخیر گروه های ضد خانواده و آناشسیسم طلب، هنوز به چهارچوب های اخلاقی اعتقادی قوی دارد و

هرگونه خدشه به این چهارچوب را برنمی‌تابد و نمی‌پذیرد حتی برای تولید یک برنامه طنز اصول اخلاقی نادیده گرفته شود و یا مورد تردید قرار گیرد.

از سوی دیگر اگرچه جامعه ایرانی خود معتقد به اصول اخلاقی و مذهبی است و خطوط قرمزی برای هر فعال فرهنگی مشخص کرده است، اما وجود نظارت چند لایه رسمی سازمان صدا و سیما بصورت مستقیم و غیر مستقیم و حتی گاهی (اکثر مواقع) سلیقه‌ای و نیز دخالت شخصیت‌های ذی ربط و بی ربط، منجر به حذف بسیاری از موضوعات طنز می‌گردد. دلایل مذکور جملگی موجب عدم کاربری اکثر سوژه‌های طنز در رسانه ملی را و افزایش ثقل کار می‌گردد. با وجود همه این مصائب برخی از عوامل تولید برنامه پر طرفدار و پرسابقه «صبح جمعه با شما» با احیا و ترمیم آن گروه هنری توانستند پس از چند سال وقفه، شجاعانه و بدون هرگونه هراس از احتمال عدم موفقیت و یا اتهام «تقلید»، برنامه‌ای جدید با ساختاری به روز شده بعنوان جایگزین ارائه نمایند و پس از 5 سال نه تنها به تکرار نیافتادند بلکه سهم مخاطبان خود را از مخاطبان رادیو به رقم بی‌سابقه 80 درصدی برسانند تا آنچه به استناد وجود مصائب و موانع «محال» یا «قریب به محال» خوانده می‌شد، «ممکن» بخوانند و عذر‌ها را بلا اعتبار کنند.

در شرایطی که طی سالهای اخیر با تولد شبکه‌های تخصصی رادیویی و تولید برنامه‌هایی با ساختارهای مدرن و نیز اتخاذ تصمیم اشتباه مبني بر توقف برنامه‌های قدیمی و البته محبوب در رادیو ایران، حجم وسیعی از شنوندگان صدای جمهوری اسلامی ایران، انتخاب خود را از رادیو ایران به سمت ایستگاه‌های دیگر گردانند، وجود برنامه‌ای جذاب برای 80 درصد شنونده از اقصی نقاط کشور و از قشرهای مختلف اجتماعی که بسیاری از آنها صرفاً شنونده همین برنامه در بین کلیه برنامه‌های رادیویی هستند، موهبتی برای مدیران رادیو ایران تلقی می‌شود و با توقف پخش آن به هر دلیل نشانه دیگری از اندک نشانه‌های حیاتی باقی مانده در پیکر رادیو ایران از بین می‌رود.

طنز تلخ

نقد و نقادی لازمه ساخت و پیشرفت است و بیان آن بصورت سازنده هنر می‌باشد. هنری که بدلیل برداشت غلط از مفهوم «نقادی» و خلط آن با مفهوم «تخریب» و «تضعیف» کمتر شنیده و دیده شده است. تاثیر این برداشت غلط تا بدانجا رسیده که اکنون هر منتقدی و در اکثر حوزه‌ها فارغ از آنچه می‌گوید مورد خشم و شقاوت قرار می‌گیرد.

اما برنامه رادیویی «جمعه ایرانی» بعنوان هدف ثانی، با تکیه بر درایت مدیران و هنر هنرمندان و استفاده از ادبیات طنز معضلات و مشکلات جامعه و با اولویت قشر متوسط و ضعیف جامعه - نه قشر توانگر و مرفه- مطرح کرده و برخلاف برخی از برنامه‌های نوین رادیویی و تلویزیونی که به تحمید و یا تخریب دستگاه‌های اجرایی با نیت «خطای» همسویی مخاطب، می‌پردازند، به بیان واقعیات و ذکر آنچه هست و یا باید باشد، پرداخت.

این هدف ثانی بعنوان مکملی ارزشمند در کنار هدف اصلی که همان خلف لحظات شاد برای مخاطب است، در گذار زمان بعنوان خصیصه‌ای ارزشمند برای این برنامه در آمده و تاثیر بسزایی در تمایز این برنامه در قیاس با برنامه مشابه دیگر رادیویی داشته است.



تأثیر فرهنگی

برخی از کارشناسان ارشد جامعه‌شناسی معتقدند ساختار نظام اجتماعی ایران بدلیل حجم مهاجرت‌های وسیعی که طی نیم قرن اخیر به شهرهای بزرگ صورت گرفت و موجب اختلاط نژادی و فرهنگی شد و به فرهنگ یکدست این شهرها به شدت ضربه زد و نیز حوادث سیاسی و نوسانات شدید اقتصادی در سه دهه اخیر که امکانات پیشرفته رفاهی و سخت‌افزاری را بطور ناگهانی و پیش از کسب فرهنگ لازم در اختیار طبقه مهاجر قرارداد و آنها را از بعد اقتصادی توانمند ساخت و ... ، دچار چندگانگی فرهنگی بدون ارتباط منطقی بین فرهنگ‌ها (تعارض فرهنگی) و به تبع آن آناشیسیم شدید گردیده است.

این بهم ریختگی و تکثر فرهنگ‌های ناهمگون بیشترین وضوح و تأثیر را بصورت گره‌هایی در ارتباطات اجتماعی و بخصوص ارتباطات انسانی داشته است و ریشه بسیاری از مشکلات ناشی از همین ارتباطات ناموفق انسانی است. این شرایط برای بهبود محتاج زمان طولانی است تا با مرور آن و شکل‌گیری تعاملات و بعضاً تنازعات، لایه‌های جامعه به یک بستر واحد فرهنگی نزدیک شوند.

اما رسانه‌ها و بخصوص رادیو و تلویزیون با رمسیت بخشیدن به ارزشها و ضد ارزشها، ضمن همگن‌سازی افکار و آداب می‌توانند بعنوان یک «کاتالیزور» زمان لازم را برای رسیدن به یک وحدت فرهنگی کاهش دهند. چنین کارکردی وقتی از یک برنامه رادیویی و تلویزیونی بر می‌آید که دارای ضریب نفوذ بالا باشد و بتواند اقشار مختلف و بخصوص قشرهای میانی و عادی را که بدنه یک جامعه را تشکیل می‌دهند جذب نماید. بدیهی است یک برنامه با مخاطبان اندک توان تأثیرگذاری لازم برای اصلاح فرهنگی را ندارد و برنامه «جمعه ایرانی» با حدود 80 درصد مخاطب از اقصی نقاط کشور که بسیاری از آنها صرفاً شنونده این برنامه رادیویی هستند، می‌تواند با پرداختن به معضلات بظاهر ساده فرهنگی و ارتباطی در جامعه، تأثیرات مثبت بارزی را بر ارتباطات جامعه بگذارد.

جنگ رسانه‌ای

یکی از کارکردهای رسانه‌ها، تقویت و مدیریت فضای روانی ملی علیه تهدیدات روانی و رسانه‌ای کشورهای خارجی است. اینگونه تهدیدات که اصولاً توسط جریان رسانه‌ای بصورت مقطعی و مستقیم و یا پیوسته و غیر مستقیم صورت می‌گیرد در جهت تضعیف انسجام ملی، مشروعیت نظام و یا تلاش برای به باور رساندن یک شایعه و یا ادعای دروغ طراحی و اعمال می‌گردد.

اگرچه در زمان تهدیدات مقطعی و مستقیم که غالباً بر پایه اظهارات شخصیت‌های شهیر و یا تحت قالب محصولات فرهنگی می‌باشد، رسانه‌های کشور و بخصوص سازمان صدا و سیما اقدام به واکنش و حتی ایجاد ویژه برنامه‌هایی می‌کنند. اما متأسفانه کمتر رسانه‌ای برای تهدیدات پیوسته و غیر مستقیم که توسط رسانه‌های کشورهای خارجی و با هدف ضربه به روح ملی و یا تمامیت ارضی (بري و بحري) کشور شکل می‌گیرد، برنامه خاصی دارد. بعنوان مثال تحرکات رسانه‌ای گروه‌های افراطی «ترک» در ترکیه برای ضربه به شخصیت اقوام ایرانی و بالخصوص قوم پارس، ادعای مجعول رسانه‌های خرده‌کشورهای عرب در باب نام تاریخی «خلیج پارس» و ... ، از جمله این تهدیدات پیوسته و غیر مستقیم است که نباید با بی‌تفاوتی رسانه‌های ایرانی روبرو شود و تا تبدیل آن به یک تهدید جدی و مستقیم تأمل کرد. اما می‌توان برنامه رادیویی «جمعه ایرانی» را یک استثنا دانست. برنامه‌ای که سالهاست بطور پیوسته با استفاده از حربه‌های طنز، هجو موزیک فولکلور کشورهای مغرض و ... باب یک جدال رسانه‌ای مستدام را با رسانه‌های متنوع خارجی باز کرده و تأثیرات شیطنت‌های آنان را بر اقوام مرزنشین خنثی می‌نماید.

البته سعید توکل، تهیه‌کننده این برنامه هرگونه هماهنگی با دستگاه سیاست خارجی کشور در جهت شکل‌گیری اینگونه موضع‌گیری‌ها رد کرد و گفت: «ما به رویدادهای سیاست خارجی و دیگر حوزه‌ها توجه داریم و اینطور نیست که یک مقام مملکتی برای من فکسی بزنند که به فلان سوژه بپردازد. این دقت مجموعه به حوادث بین‌الملل است، مثلاً وقتی کشور امارات متحده عربی درباره جزایر سه‌گانه ایرانی ادعای نابحق و کذب مالکیت می‌کند از لحاظ غیرت ملی برای ما برخوردار است و یا وقتی مسئله آن فرد شروزی که به راحتی تا نزدیکی کرمان آمد، برخی از مردم را گروگان گرفت، برخی دیگر را کشت و رفت را ما مطرح کردیم و گفتیم که این «ریگی» است که از لوله‌گاز پاکستان در می‌آید، تلاش ما این بود و هست که سطح دید و آگاهی مخاطبانمان را بالا ببریم و به نوعی به هوش و به گوش باشیم. این تلاش منبعث از خط‌گیری از وزارت امور خارجه و یا هر ارگان دیگر نیست، بلکه صرفاً بدلیل ایرانی بودن و عرق ملی خودمان است و اینکه بخشی از وظایف ما بعنوان یک برنامه رادیویی تلاش برای احقاق حق ملی است. تا مردم تحت تأثیر رسانه‌های خارجی نباشند».

بدیهی است که رصد اخبار، بررسی و واکنش متناسب و سریع، فراتر از انتظارات از یک برنامه رادیویی طنز هفتگی است و تداوم این رویه نیاز به حمایت های مادی و معنوی سازمان صدا و سیما بعنوان متولی برنامه های رادیویی و تلویزیونی دارد. توکل با اشاره به پتانسل بالای این برنامه بر لزوم افزایش این حمایت ها تاکید کرد: «این برنامه یکی از برنامه های رادیویی کشور است و ما یک عضو بسیار کوچکی از سازمان صدا و سیما هستیم و اگر حمایت نشویم به انزوا می رویم و مجبور می شویم از خیلی چیزها صرف نظر کنیم. ما در زمانی که این برنامه را راه اندازی کردیم، حمایت بسیار خوب آقای دکتر حسینی بالای سرمان بود و ایشان با درایت و شجاعتی که داشت باعث شد که اندیشه ما محصور نشود. اما الان آن حمایت کمرنگ شده و خستگی و استهلاک روانی ناشی از مسائل و مشکلات مختلف و حاشیه ای جای آن حمایت را پر کرده است و امکان تفکر و تحرک بالا را از ما گرفته است و از فقدان آن حمایت رنج می بریم».

خلا نظام ارزشگذاری

تشویق و ارزشگذاری عادلانه، منصفانه و البته آگاهانه یکی از مهمترین مولدهای انگیزه برای تداوم یک فعالیت است. اگر بین چندین محصول با کیفیت های مختلف ارزشگذاری صحیح صورت نگیرد، رغبتی برای تلاش و دقت مضاعف در جهت افزایش سطح کیفی و برآورده سازی حداکثری هدف های پیش بینی شده، نخواهد بود.

جشنواره صدا که امسال نهمین آن را در اصفهان برگزار کردند، زمانی است برای این ارزشگذاری مشروط به عدل، انصاف و آگاهی که برای تمامی اهالی رادیو اهمیت دارد.

در این ایام بهترین های حوزه های مختلف انتخاب می شوند و اعلام می گردند. بدیهی است هرگونه خطا در درجه بندی کیفی برنامه های رادیویی بر انگیزه و کوشش برنامه سازان و دیگر عوامل تاثیر می گذارد. این اتفاقی است که سالها برای برنامه «جمعه ایرانی» افتاده است. یعنی برنامه ای با آمار عجیب و غریب مخاطب و حضور اکثر سرمایه های طنز و نمایش رادیویی کشور حضوری در این جشنواره ندارد و البته طبق روال همیشه هیچیک از مدیران سازمان صدا و سیما خود را موظف به ادای توضیح نمی داند!

اگرچه گروه جمعه ایرانی بطور کل هیچ واکنشی در قبال این بی مهری مدیران نداشته و ندارند و کماکان با انگیزه و انرژی به تولید برنامه خود می پردازند اما سعید توکل در اینباره به ذکر چند عبارت کوتاه رضایت داد: «متأسفانه باید عرض کنم کلا در جشنواره ها اصلا به چیزی که توجه ندارند، بحث مخاطب گرایی است و توجه مردم به برنامه و حجم شنونده است. یعنی فقط جاهایی که برنامه ای در جهت اهداف مسئولین است، خیلی درباره آن صحبت می کنند و سخنرانی می کنند و برجسته می کنند. متأسفانه بحث مخاطب گرایی و حجم شنونده فقط در صحبت ها، تئوری ها و نظریه ها مطرح است اما موقعی که به جشنواره می آییم متوجه می شویم که حتی از ارائه آمارهایی که مردم ما چه برنامه ای را دوست دارند و چه ذائقه ای دارند امتناع می شود. این ننگ و عار نیست که بگوییم مردم ما مثلا اینگونه برنامه های طنز را دوست دارند، می شنوند و توجه می کنند».

سعید توکل با توجه به علاقه مدیران سازمان صدا و سیما به برنامه های خاص، پیشنهاد جالبی مبنی بر ایجاد دو هیات داور یعنی داور مردمی و داور کارشناسی ارائه می کند: «یک بخش داور مردمی در همه جشنواره های بزرگ جهانی وجود دارد. جشنواره فیلم فجر هم چند سالی است که چنین کاری را انجام داده است. و شما می بینید که آنچه مردم انتخاب می کند با آنچه داوران انتخاب می کنند، تفاوت دارد. ایرادی هم ندارد و مخاطبان می بینند که نظراتشان مهم و مطرح است. اما در رادیو ما اینطور نیست. البته در تلویزیون چه بسا باشد، در تلویزیون وقتی می بینید به یک سریالی چه جدی و چه طنز مردم توجه می کنند، در پایان سریال تقدیر می کنند، میز گردی برگزار می کنند و مسئولین سازمان با آنها دیدار می کنند و صرفاً هم توجه مالی به قضیه نیست. فاصله بین سلیقه مردم و سلیقه مسئولین مان خیلی زیاد است. یعنی یک برنامه که شاید حتی یک درصد مخاطب هم ندارد، هر ساله بیشترین جوایز را دریافت می کند».



در پایان به نظر می‌رسد که در چند سال اخیر تلاش گسترده‌ای جهت جذب مخاطب از طریق شبکه‌های مختلف رادیو که هر یک گروه خاصی از جامعه را مورد خطاب قرار می‌دهند و با اصرار مطالب و اجرا را به فرهنگ گروه مورد نظر نزدیک کرده (فارغ از وظیفه اصلی خود که فرهنگ‌سازی است) و تفکر جذب هر چه بیشتر مخاطب علی‌الخصوص جانان را در برنامه دارند.

اما آنچه از آمار شنوندگان برنامه «جمعه ایرانی» و دیگر برنامه‌های طنز بر می‌آید آنست که مردم ما، مردم خوب ما، مردم همراه... و بالاخره همان مردم صبور و مقاوم در برابر هر تهدید و مشکل بسیار علاقمند به دیدن و شنیدن برنامه‌های طنز برای ساعتی آسودگی از مشکلات روزمره می‌باشند و بیشتر شیفته بازگو شدن مشکلات، نارسایی‌ها، نقد‌ها و انتقادات خود در برنامه‌های طنز بمعنای واقعی کلمه‌اش می‌باشند.