



## افتتاح شبکه‌ی تلویزیونی نسیم از نگاه چهره‌های طنز ایران

# به شکلی نو بخندانیم



مایا شرفی

چند هفته‌ی پیش بود که شبکه‌های صداوسیما هنگام پخش فیلم و سریال هایشان، به شکل زیر نویس از راه اندازی یک شبکه‌ی تلویزیونی جدید به نام «نسیم» خبر دادند. شبکه‌ای که قرار است به شکل تخصصی به طنز بپردازد. این اقدام اگر چه در گام اول اتفاق خوبی به نظر می‌رسید اما در ادامه وقتی معلوم شد که کار این شبکه‌ی تخصصی طنز، قرار است تکرار چندین باره‌ی مجموعه‌هایی باشد که نه تنها از شبکه‌های سراسری سیمما پخش شده، بلکه از طریق شبکه‌های «آی فیلم»، «تماشا» و «همایش» و... هم روی آنتن رفته‌اند، موج امید می‌کشد که در دل دوستداران آثار طنز به وجود آمده بود را خاموش کرد. راهی که دست‌اندر کاران شبکه‌ی نسیم پیش گرفته‌اند این سوال را به وجود می‌آورد که یک اثر طنز هر چقدر هم که موفق عمل کرده باشد، تا چه اندازه می‌تواند محبوبیت‌اش را نزد مخاطب حفظ کند؟ در کنار اینکه با وجود تغییر نگرش افراد و اتفاقاتی که به سرعت در مسیر زندگی‌های امروز رخ می‌دهد آیا سوزهای که به طور مثال در دهه‌های ۷۰ یا ۸۰ برای تماشاگر جذابیت داشته، امروز هم می‌تواند همان ویژگی را داشته باشد؟ موضوع دیگری که باید به آن پرداخته شود، این است که هر چه بینه بود چه‌ی در نظر گرفته شده برای شبکه‌ی نسیم، با این چشم‌انداز بوده که عمر فعالیت این شبکه محدود به یکی، دو سال باشد؟ زیرا با نگاهی به آرشینو آثار طنز تلویزیون و حتی سینمای ایران متوجه می‌شویم که تعداد این آثار آنقدر نیست که بتواند یک شبکه را برای مدت زیادی سرپا نگه‌دارد. در کنار اینکه برنامه‌های روزانه‌اش برای مخاطب جذابیت هم داشته باشد. شاید نیازی به گفتن ندارد که اگر قرار باشد صرفاً این سیاست‌گذاری از سوی مدیران شبکه‌ی نسیم دنبال شود در همین گام اول هم باشکست رو به روشند بر تکرار چندین باره‌ی مجموعه‌های طنز از همین ابتدای امر نیز برای مخاطب جذابیتی ندارد. نکته‌ی آخر اینکه فراموش نکنیم اگر به فکر جذب مخاطب هستیم و می‌خواهیم بار دیگر توجه تماشاگر ایرانی را به شبکه‌های داخلی جلب کنیم، کیفیت را فدای کمیت نکنیم مگر آنکه بر نام برتری صحیح و بودجه‌ی لازم برای این کار در اختیار داشته باشیم. در ادامه‌ی این گزارش، گپ کوتاهی با پنج نفر از چهره‌های شناخته شده در عرصه‌ی طنز انجام داده‌ایم و نظرشان را در مورد شبکه‌ی نسیم و باید و نبایدهایی که باید مدنظر قرار دهد، جویا شدیم:

### معضلی به نام محدودیت برای ساخت کمدی



مصطفی کیایی

یکی از موضوعاتی که غالباً از سوی متخصصان و اهالی فرهنگ و هنر مطرح می‌شود این است که زیاد شدن شبکه‌های تلویزیونی آن هم در جایی که همین تعداد شبکه‌ی فعال هم نمی‌توانند آنچنان که باید مخاطب داشته باشند، چه لزومی دارد؟ وقتی از مصطفی کیایی در مورد راه اندازی شبکه‌ی «نسیم» سوال می‌کنیم، می‌گوید: «من راه اندازی شبکه‌ای را که تولید

نداشته باشد، درک نمی‌کنم! آن هم در شرایطی که شبکه‌های فعلی ما به خاطر مشکل بودجه، سریال‌هایشان را تبدیل به فیلم ۹۰ دقیقه‌ای می‌کنند و فیلم ۹۰ دقیقه‌ای را سریال و با تغییر وزن آثار تولید شده در این سال‌ها، ساعت برنامه‌هایشان را پر می‌کنند. به نظرم در چنین شرایطی اگر قرار باشد برای راه اندازی یک شبکه، بودجه و هزینه صرف شود و همان کارهای تکراری باز پخش شوند، کار بی‌بهدای است. اما اگر قرار باشد به سمت تولید آثار طنز برود و تبدیل به یک شبکه‌ی تخصصی طنز با آثار تولیدی شود تا جای خالی طنز در میان خانواده‌ها را پر کند، بحث‌اش فرق می‌کند. اما صرف باز پخش آثار دیگر فایده‌ای ندارد چرا که کار جدیدی در این فضا انجام نمی‌شود و برای مخاطب جذاب نخواهد بود.» کیایی در ادامه به مشکلات و موانعی که بر سر راه ساخت طنز وجود دارد، اشاره کرد و یاد آور شد: «برای ساخت کار طنز به جسارت و فضای باز نیاز است که متأسفانه این فضا به خصوص در تلویزیون خیلی کمتر وجود دارد. اگر می‌خواهیم کارهای طنز خوب بسازیم باید فضا را باز کنیم تا خلاقیت هنرمند بروز کند و گرنه در چار چوب بسته‌ای که امروز همه کارهای طنز ما حول آن دور می‌زند، بهترین‌هایی که می‌شده، ساخته شده و در این شرایط اتفاق خاصی نمی‌افتد. در تمام دنیا شوخی با سیاست و فضای سیاسی کشور، موضوعی است که طنز پردازان به سراغش می‌روند ولی ما این امکان را نداریم یا بسیاری از موضوعات دیگر که ظرفیت تبدیل شدن به طنز را دارند، ما نمی‌توانیم به آنها بپردازیم.»

### به سوز‌های تازه فضای باز نیاز داریم



امیر حسین صدیقی

ظاهراً شبکه‌ی نسیم با آنکه هنوز شروع به کار نکرده اما تا اینجا نتوانسته رای مثبت اهالی هنر را کسب کند و همه آنها از اینکه پخش چندین باره‌ی فیلم‌ها و سریال‌های طنز هیچ اقدام مفید و موثری برای حوزه‌ی کمدی و طنز ایران نیست، از آن گله‌مند هستند. امیر حسین صدیقی نیز با انتقاد از نحوه‌ی عملکرد شبکه‌ی نسیم می‌گوید: «فکر

می‌کنم دوستان در نگاه اول باید بررسی کنند که تعریف‌شان از طنز چیست؟ آیا برنامه‌های هر شبکه‌ی تلویزیون را کمدی می‌دانند یا هر اثری که در خود، طنز نهفته‌ای دارد نیز در این دسته قرار می‌گیرد و در گام بعدی باید ببینند اینها را چگونه با هم مقایسه می‌کنند. اما جدای از این مسئله در جایی که مدیران این شبکه تصمیم دارند از برنامه‌های تولید شده استفاده کنند چه راهکاری می‌توان ارائه داد تا در جذب مخاطب موفق عمل کند، زیرا این افراد دست‌شان به اندازه‌ی برنامه‌های تولید شده باز است و وقت‌شان را با همین تعداد اثر ساخته شده پر می‌کنند. این تنها شامل شبکه‌ی نسیم نمی‌شود و وقتی به دیگر شبکه‌های ماهواره‌ای خودمان مانند آی فیلم، تماشا، مستند و... هم نگاه می‌کنیم، می‌بینیم تمام ساعت خود را با آرشینو موجود پر می‌کنند و در آنها تولید وجود ندارد.» نکته‌ای که نباید از نظر دور بماند این است که تولید به تنهایی نمی‌تواند راهگشا باشد چرا که در این سال‌ها ماهواره ساخت مجموعه‌های طنز در تلویزیون و شبکه‌ی خانگی ادامه داشته اما نتوانسته در جذب مخاطب موفق عمل کند. اتفاقی که صدیق درباره‌ی چربی این معتقد است: «فکر می‌کنم دلیل این موضوع، عدم شناخت درست مخاطب، سهل انگاشتن سلیقه‌ی او و عدم تلاش و تخصص لازم توسط سازندگان این مجموعه‌هاست. به نظرم افرادی که کاملاً با این کار آشنایی ندارند، اشتباه می‌کنند که اصلاً آن را انجام می‌دهند. مسئله‌ی دیگری که در این سال‌ها با آن روبه‌رو شده‌ایم این است که مجموعه‌های طنز شبکه‌ی خانگی در ابتدا با استقبال خوبی از جانب مخاطب مواجه می‌شوند اما از آنجایی که این دوستان می‌خواهند همان تجربه‌ی تلویزیون را در این بخش نیز به کار گیرند، در میانه‌ی راه شکست می‌خورند. فراموش نکنیم که برای برنامه‌سازی به نگاه تازه‌ای نیاز داریم و استفاده از روش‌های قدیمی دیگر پاسخگو نیاز مخاطب نیست.» راه اندازی شبکه‌هایی که به شکل تخصصی به مقوله‌ی طنز می‌پردازند در تمام دنیا رایج است و غالباً در جذب مخاطب هم بسیار موفق هستند. در حالی که ما در ایران هر چه پیش می‌رود، در این حوزه، عقب‌تر می‌مانیم. وقتی از صدیق، دلیل‌اش را می‌پرسیم، می‌گوید: «مجموعه‌های کمدی که به شکل روتین از تلویزیون آن کشورها پخش می‌شوند دارای متن‌های قوی، کارگردانی خوب، بازیگران حرفه‌ای، موسیقی درست و... هستند و همه اینها وقتی کنار هم جمع می‌شوند، یک کار خوب ارائه می‌دهند. به نظرم ما هم اگر می‌خواهیم موفق عمل کنیم باید موضوعات جدیدتری برای پرداختن به آنها در حوزه‌ی طنز پیدا کنیم و از طرف دیگر محدودیت‌ها نیز کمتر شود؛ به خصوص در تلویزیون که این محدودیت‌ها خیلی بیشتر است. اگر این فضا ایجاد نشود و به دنبال سوزهای بکر نرویم، موفق نخواهیم شد.»



### یک کار خوب بهتر از چندین کار عجله‌ای است



رامین ناصر نصیر

یکی از سوالاتی که ذهن بیشتر افراد را به خود مشغول کرده، این است که این حجم از شبکه‌هایی که در حال حاضر فعال هستند و باز هم قرار است به تعداد آنها افزوده شود، چه کاری را می‌خواهند انجام دهند آن هم در جایی که همین ۵، ۶ شبکه‌ی سراسری نیز با مشکلات فراوانی در زمینه‌ی بودجه و ساخت برنامه روبه‌رو هستند. رامین ناصر نصیر که از بازیگران با سابقه‌ی آثار طنز است و در دهه‌ی ۷۰ جزو گروهی بود که برنامه‌های طنز روتین شبانه را به تلویزیون آورد، درباره‌ی راه اندازی شبکه‌ی نسیم و چگونگی عملکرد آن معتقد است: «من خیلی درک نمی‌کنم که راه اندازی این شبکه در جایی که قرار است همان برنامه‌های طنز سالیان گذشته را پخش کند، چه دلیلی دارد. وقتی قرار است تولید نداشته باشد پس نام شبکه را هم نمی‌توان روی آن گذاشت و از سوی دیگر، وقتی بناست تکرار کارهای قبلی باشد دیگر سیاست‌گذاری برای آن معنا ندارد زیرا هر آنچه هست را استفاده می‌کنند و کار خاصی انجام نمی‌دهد. به نظرم این کارها، صوری و بی‌بازار است و تولید در آن متوقف می‌گویی ما این تعداد شبکه را راه اندازی کرده‌ایم در حالی که با توجه به مشکل بودجه‌ی که امروز تلویزیون با آن روبه‌روست و تولید در آن متوقف شده تعداد کمی کار، ساخته می‌شود و پرداخت‌ها صورت نمی‌گیرد. اگر همین ۶ شبکه را داشته باشیم، بهتر است. شما نگاه کنید شبکه‌های آی فیلم، تماشا و... چه کاری را جز پخش سریال‌های آرشینو انجام می‌دهند؟ نهایت تولیدی که دارند، انجام مصاحبه و میزگرد است! با توجه به این موضوع اگر این شبکه تصمیم بگیرد تولید برنامه داشته باشد آن زمان می‌توانیم حرف‌های بسیاری در موردش بزنیم که چه کارهایی انجام دهد تا در جذب مخاطب موفق عمل کند.» از آنجایی که ناصر نصیر به قولی پیراهن‌های زیادی در این راه پاره کرده، صاحب تجربیات مفیدی است و در دهه‌ها و مشکلات حوزه‌ی طنز را در ایران به خوبی می‌شناسد، در خصوص عدم موفقیت برنامه‌های طنز در سال‌های اخیر از او سوال می‌کنیم و در پاسخ می‌گوید: «وقتی قرار است با بودجه‌ی کم و خیلی عجله‌ای کاری را در روز تصویر برداری کنیم و شب روی آنتن بفرستیم، کیفیت پایین می‌آید. در حالی که برای هر قسمت، باید یک هفته زمان صرف کرد که این هم مستلزم داشتن بودجه است. اما در کنار وقت و بودجه، افرادی که این کار را انجام می‌دهند باید با این حوزه آشنایی هم داشته باشند که متأسفانه در این زمینه هم مشکل داریم. من، هم به عنوان بازیگر و هم به عنوان کارگردان در مقطعی با این مشکل روبه‌رو شده‌ام. با افرادی که طنز را نمی‌شناسند و سلیقه‌ی خوبی نیز ندارند اما از آنجایی که سفارش دهنده هستند باید نظرشان در کار اعمال شود و با فشاری که به وجود می‌آید، کارها به سمت بی‌بوی خاصیت شدن می‌روند. گاهی هم پیش می‌آید که ۵، ۴ نفر به این شکل تصمیم بگیرند هستند که با هم دیگر نظر هم ندارند و هر کدام هم می‌خواهند سلیقه‌شان اعمال شود. البته ببینید در این وضعیت چه کاری تولید می‌شود؟ پرداختن به سوزهای تکراری و خط قرمزهای متعدد، مشکلات دیگری هستند که ناصر نصیر به آنها اشاره کرده و گفت: «پرداختن به موضوعات نهمان شده که غالباً هم خانواده‌ی هستند و حرف جدیدی برای مخاطب ندارند یا نگاه به مسئله بوروکراسی اداری آن هم به شکل خیلی خفیف، نهایت انتخاب‌هایی است که طنز پردازان می‌توانند به سراغ‌شان بروند زیرا بقیه‌ی موضوعات شامل خط قرمزهایی است که البته عملاً هم خط قرمز نیست و صرفاً به سلیقه یا ترس بود. برخی مدیرانی که برنامه‌سازی می‌کنند، بازمی‌گردند با این توجیه که چرا در دسر درست کنیم و به همین خاطر سراز سوزهایی می‌روند که تکراری و بی‌خاصیت شده‌اند. این اتفاق در حالی می‌افتد که طرف‌ها موضوعات بسیاری وجود دارد که می‌تواند سوزهای مناسبی برای پرداختن طنز به آنها باشد. وقتی این اتفاق نمی‌افتد، تماشاگر احساس می‌کند آنچه نمایش داده می‌شود، رطبی به زندگی روزمره‌اش ندارد و طبیعتاً جذبش هم نمی‌شود. فکر می‌کنم برای خارج شدن از این وضعیت، نیاز است تا از بالا تجدیدنظری صورت گیرد، فضا برای کار بازتر شود، سلیقه‌ی بیشتری در ساخت آثار طنز به کار برود و تعریف‌ماز تولید تغییر کند. به همه اینها اضافه کنید که در بودجه و زمان بندی برای تولید آثار طنز نیز نیاز است تا تغییراتی حاصل شود. واقعیت این است که یک کار خوب بهتر از چندین کار عجله‌ای و بی‌خاصیت است.»

### زنده بودن یک شبکه قائم به تولید است



امیر حسین صدیقی

یکی از اتفاقاتی که شاید در شبکه‌ی نسیم، شاهدش باشیم، ساخت و نمایش مجموعه‌ی طنزی است که امیر حسین رستمی کارگردانی آن را بر عهده دارد. رستمی در توضیح این اتفاق غافلگیر کننده می‌گوید: «چند سالی می‌شود که نحوه‌ی عملکرد شبکه‌ی نسیم اشاره کرد و گفت: «اگر قرار باشد که این شبکه هم فقط فیلم‌ها و سریال‌های طنز تکراری را پخش کند، اقدام جدید و جالبی انجام نداده و نمی‌تواند برای مخاطب جذابیت داشته باشد. چرا که این آثار نه تنها از طریق شبکه‌هایی که آنها را ساخته‌اند پخش شده، بلکه در یکی، دو سال اخیر از شبکه‌های «آی فیلم»، «تماشا» و... هم باز پخش شده‌اند! در جایی که شبکه‌ی نسیم با شعار شادای آمده، پس نیاز است تا بودجه و یکجی برای آن در نظر گرفته نشود تا خودش بتواند مجموعه‌سازی کند و برنامه‌های شاد و سرگرم کننده بسازد. اما چنانچه این شبکه صرفاً بخواهد از کارهای طنز پخش شده استفاده کند، مانند شبکه‌ی کابلی می‌شود که انگار مجموعه‌ای از DVD های متعدد را در اختیار دارد و از آنها استفاده می‌کند و زنده نیست. زیرا زنده بودن یک شبکه، قائم به این است که خودش تولید و برنامه‌سازی داشته باشد و در آن حالت است که می‌توانیم نام «شبکه» روی آن بگذاریم.» رستمی در ادامه با بیان اینکه نظیر این اقدام در تمام دنیا انجام شده و خروجی‌های قابل قبولی نیز داشته است، یاد آور شد: «شنیده‌ام در همین زمان پخش از مایشی هم تعداد پیامک‌هایی که برای شبکه‌ی نسیم ارسال شده، بی‌نظیر بوده و این نشان می‌دهد باید از این پتانسیل استفاده شود و مدیران سازمان، بودجه‌ی خاصی را به این شبکه اختصاص دهند تا برنامه‌سازی کند و خودش نوآور و ایده پرداز باشد. واقعیت این است که کشور ما برای ساخت مجموعه‌های طنز و کمدی پتانسیل خیلی بالایی دارد و از وجود نویسندگان چیره‌دستی همچون پیمان و مهرباب قاسم‌خانی، امیرمهدی زوله، خشایار اووند و... بهره‌مند است که می‌توانند اتاق فکر خوبی را تشکیل دهند و برنامه‌هایی بسازند که برای جوانان جذاب باشد. به نظرم هر چقدر بتوانیم برنامه‌هایی تولید کنیم که متناسب با فرهنگ خودمان، برای جوانان جذابیت داشته باشد، بهتر است تا دیگر سراغ شبکه‌های ماهواره‌ای نروند. البته این را هم بگویم که برای رسیدن به چنین هدفی نیاز است فضای برای کار بازتر و ممیزها کمتر شود.»