

چگونه نقدهای موثرتری بنویسیم؟

کارشناسان رسانه بر این باورند که با نقد آثار تلویزیونی می‌توان سطح کیفی آنها را بالاتر برد ...



کارشناسان رسانه بر این باورند که با نقد آثار تلویزیونی می‌توان سطح کیفی آنها را بالاتر برد چگونه نقدهای موثرتری بنویسیم؟

جام جم آنلاین: قدیم‌ترها القاب زیادی به آن می‌دادند. برخی به آن می‌گفتند «#171;جعبه جادو» و برخی هم به آن می‌گفتند «#171;جام‌جم». هر دو گروه هم برای صفاتی که به تلویزیون می‌دادند دلایل خاص خود را داشتند.

جعبه جادو بود چون مردم را سحر می‌کرد و آنها را پای برنامه‌های خود می‌نشاند و جام‌جم بود، چون مردم ایران زمین بر این باور بودند که «#171;جمشید» یکی از پادشاهان قدرتمند ایران باستان، گوی بلوری داشته که در آن همه دنیا را می‌دیدند و حالا تلویزیون مانند همان گوی بلورین همه دنیا را نشان می‌دهد! شاید برای همین است که قدرت سحرکنندگی دارد و این سحر برای مردم عامی بسیار جذاب و دیدنی است. اما آنهایی که خود را از عموم مردم یک سر و گردن بالاتر می‌دانند با تکیه بر سواد و دانش خود معتقدند که تلویزیون با جادوی تصویر مردم را از دنیای مکتوب دور کرده است.

مردم حالا دیگر هم کمتر کتاب می‌خوانند و هم کمتر مجله و نشریاتی را مطالعه می‌کنند که سواد و شعور آنها را بالا می‌برد. تلویزیون آمده و همه را مجذوب خود کرده است. اما در عصر رسانه‌ها برخی هم بر این باورند که تلویزیون با تولیدات فاخر خود می‌تواند راحت‌تر سطح سواد و تفکر و همچنین سلیقه مردم را ارتقا بخشد. چون مردم با تصویر بیشتر از کلمه ارتباط برقرار می‌کنند.

کارشناسان رسانه بر این باورند که با نقد آثار تلویزیونی می‌توان سطح کیفی آثار این رسانه را بالاتر برد و قشر تحصیلکرده و فرهیخته را هم به مشتریان تلویزیون افزود. اما نقد را باید منتقد بنویسد. یعنی کسی که با نگاهی متفاوت‌تر از مردم عادی به برنامه‌های تلویزیون نگاه می‌کند. سعید قطبی‌زاده یکی از منتقدان و نویسندگان حوزه سینما و تلویزیون بر این باور است که منتقد کسی است که نقدش را می‌نویسد. کسی که درباره یک اثر تلویزیونی یا سینمایی خوب حرف می‌زند، سخنران خوبی است نه منتقد خوبی!

به گفته قطبی‌زاده، نقد اساساً یک کار ادبی است که باید مکتوب شود تا ماندگار و تاثیرگذار شود. اما این منتقد در ادامه می‌گوید: 50 درصد از کسانی که مدعی هستند منتقدند، ترجیح می‌دهند درباره آثار یا در تلویزیون حرف بزنند یا با خبرگزاری‌ها گفت‌وگو کنند و نظر خود را بگویند. آنها توان نوشتن اظهارات خود درباره یک اثر را ندارند، بنابراین منتقد نیستند! از 50 درصد باقیمانده هم 45 درصد اصلاً منتقد نیستند. چون آنها سلیقه و نوع نگاه خود را به یک اثر به نام نقد در نشریات منعکس می‌کنند. آنها با دیدن یک فیلم یا یک سریال برداشت آنی و سریع خود را می‌نویسند و سایت‌ها و بیشتر روزنامه‌ها و نشریات هم چون برای پر کردن صفحات خود به آن مطالب نیاز دارند؛ این نوشته‌های بی محتوا را منتشر می‌کنند. در صورتی که منتقد کسی است که صاحب دیدگاه، بینش و جهان‌بینی است و اصلاً سلیقه خود را در نقدی که می‌نویسد دخیل نمی‌کند.

این گفته قطبی‌زاده درباره منتقد پذیرفتنی است چون منتقد باید حوزه فعالیت خود را بشناسد. مثلاً اگر درباره تلویزیون و آثارش مطلب می‌نویسد، به همه جوانب این حوزه احاطه داشته باشد. ساختار، فرم، فیلمنامه و دیگر اجزای یک اثر را بشناسد تا بتواند درباره مثلاً یک فیلم نقد بنویسد. از طرفی باید صاحب «#171;قلم» هم باشد. یعنی نویسنده باشد، روان و قابل فهم بنویسد. اما سوال اینجا است، کسانی که دارای این ویژگی‌ها نیستند چرا دست به قلم می‌برند و درباره آثار تلویزیونی مطلب می‌نویسند؟ یکی از مهم‌ترین دلایل این گرایش بازار تقاضای نقد است که به اصطلاح داغ است. حالا دیگر همه نشریات و روزنامه‌های مکتوب و رسانه‌های مجازی به این نکته واقف هستند که می‌توانند بخشی از مخاطبان تلویزیون را به مشتریان خود تبدیل کنند. مخاطبان تلویزیون تمایل دارند تا درباره آثاری که در تلویزیون می‌بینند، مطالبی را هم بخوانند و درباره این آثار بیشتر بدانند. این مطالب می‌تواند در شکل خبر، گزارش، گفت‌وگو و نقد منتشر شود. جذابیت‌های تلویزیون باعث شده تا بخش هنری روزنامه‌ها و مجلات بخشی از صفحات خود را به تلویزیون اختصاص دهند. برخی از این نشریات تخصصی هستند مثل روزنامه جام‌جم و مجله سروش که صفحات تخصصی هم فقط مختص تلویزیون و آثار آن دارند، اما بیشتر نشریات در کنار پرداختن به حوزه‌های هنری دیگر به تلویزیون هم روی خوش نشان می‌دهند. البته گاهی هم مجله معتبری مانند مجله فیلم صفحات ابتدایی مجله را به تلویزیون اختصاص می‌دهد. این بازار کار پررونق باعث شده تا خیلی از جوانانی که به هنر و تلویزیون حتی کمی علاقه دارند، به این بازار جذب شوند. حتی گاهی برای این افراد میزان حق‌التحریر هم مهم نیست. مهم این است که نام آنها به عنوان منتقد در نشریه‌ای چاپ شود! برای سردبیران این نشریات هم مهم نیست که ارزش مطلبی که نوشته شده چقدر است. آنها فقط می‌خواهند صفحات خود را پر کنند و به تیراژ خود بیفزایند.

آموزش انتخاب درست

عباس یاری یکی از بنیانگذاران مجله فیلم در گفت‌وگو با خبرنگار جام‌جم درباره اختصاص دادن صفحاتی از این مجله به نقد، گفت‌وگو، گزارش و خبر آثار تلویزیونی، می‌گوید: تلویزیون مخاطبان زیادی دارد. ما به این نکته توجه داریم بیشتر کسانی که به سینما و فیلم علاقه‌مند هستند، تلویزیون هم تماشا می‌کنند. ما در مجله فیلم نقد آثار تلویزیونی را هم چاپ می‌کنیم تا به این وسیله سطح سلیقه مردم را ارتقا بخشیم. ما در مجله فیلم نقد می‌نویسیم تا به مردم یاد بدهیم آثار خوب را انتخاب و تماشا کنند. این آثار هم می‌تواند تلویزیونی باشد و هم سینمایی. در اصل ما سال‌هاست تلاش می‌کنیم در حوزه تصویر انتخاب درست را به مردم آموزش بدهیم.

احسان رضایی، سردبیر صفحات هنری و فرهنگی روزنامه تهران‌امروز هم بر این باور است که فراگیری مخاطب تلویزیون آنها را تشویق کرده تا به تلویزیون جدی‌تر بپردازند. او در این باره می‌گوید: برای ما تلویزیون اولویت دارد چون مردمی که تلویزیون تماشا می‌کنند، بیشتر از مردمی هستند که به سینما می‌روند. بنابراین ما باید نیاز این گروه وسیع از مردم را برآورده کنیم و درباره آثار تلویزیونی مطلب منتشر کنیم.

رضایی در پاسخ به این پرسش که آیا توجه شما به آثار تلویزیونی در روزنامه تهران‌امروز به دلیل بالا بردن تیراژ روزنامه هم می‌تواند باشد؟ می‌گوید: پرداختن به آثار تلویزیونی تیراژ روزنامه ما را افزایش نمی‌دهد، اما مخاطب بیشتری را درگیر خود می‌کند. البته ناگفته نماند روزهایی که گفت‌وگو با افراد چهره و مطرح تلویزیونی داشته‌ایم یا گزارشی از برنامه‌ای که مخاطب زیادی دارد، روی فروش روزنامه تاثیر داشته است.

نقد تأثیری بر تلویزیون ندارد

وحید سعیدی، دبیر گروه تلویزیونی روزنامه هفت‌صبح هم درباره رویکرد این روزنامه به برنامه‌های تلویزیونی می‌گوید: ما فقط اخبار تلویزیونی را که برای مردم جذاب است، منتشر می‌کنیم و اگر برنامه‌ای به اصطلاح گل کند و مخاطبان زیادی پیدا کند، با عوامل اصلی آن گفت‌وگو می‌کنیم، چون بازهم برای مخاطبانمان جذاب است. اما هیچ‌گاه برنامه‌های تلویزیونی را «نقد» نمی‌کنیم! سعیدی معتقد است که نقد برنامه‌های تلویزیونی در کشور ما نه تأثیری بر مخاطب دارد، نه برنامه‌سازان. شاید نقدهایی که در این سال‌ها نوشته شده نقدهای درست و علمی نبوده که تاثیر هم نداشته؟ سعیدی در پاسخ به این سوال می‌گوید: تلویزیون و نقد آثار آن برای منتقدان تبدیل به حیاط خلوت شده است. این رسانه منتقد جدی ندارد چون منتقدان کارشناس و صاحب دیدگاه، تلویزیون تماشا نمی‌کنند!

این گفته خود به خود یک سوال اساسی است؛ چرا منتقدان می‌گویند ما تلویزیون تماشا نمی‌کنیم؟ آیا این یک پُر روشنفکری است یا آنها واقعا وقت و حوصله تماشای آثار تلویزیونی را ندارند که در ادامه بر آنها نقد هم داشته باشند؟

عباس یاری در پاسخ به سوال بالا می‌گوید: ما به همه منتقدانی که با مجله فیلم همکاری می‌کنند توصیه می‌کنیم که تلویزیون تماشا کنند. یک منتقد واقعی نباید خود را از اصلی‌ترین رسانه‌ای که میلیون‌ها نفر از مردم مخاطب آن هستند، دور نگه دارد.

تاثیر نقد به زمان نیاز دارد

امیر پوریا، منتقد و نویسنده سینما و تلویزیون با ذکر این نکته که تلویزیون در تمام دنیا باید برنامه‌های خودش را با پایین‌ترین سطح سلیقه و فکر مردم همسان کند، می‌گوید: برنامه‌های تلویزیون باید به گونه‌ای باشند که عادی‌ترین مردم در شهرستان یا روستایی دورافتاده هم آن را بفهمند.

شفاعی: تلویزیون باید برای خودش منتقد پرورش دهد. امانه منتقد سفارشی‌نویس، بلکه باید درهای خود را به روی منتقدان باز کند و آنها را با شیوه‌های برنامه‌سازی در تلویزیون آشنا و آنها را تشویق کند تا درباره آثار تلویزیونی نقدهای جامع و بیطرفانه بنویسند اما با همه اینها نباید این دیدگاه‌ها باعث شود تا آثار تلویزیونی نقد نشوند. اگر برای این آثار نقد کارشناسی و علمی نوشته شود، در درازمدت می‌تواند هم روی سلیقه مردم و هم برنامه‌سازان و مدیران تاثیر مثبت داشته باشد. اما در کشور ما رابطه تلویزیون با منتقدان خوب نیست.

برخی، منتقدان را تعدادی روشنفکر می‌دانند که قصدشان فقط تخریب تلویزیون و آثار آن است. مدیران تلویزیون آثار این رسانه را با آمار ارزشگذاری می‌کنند. مثلا می‌گویند طبق آمار، فلان سریال 80 درصد بیننده داشته، پس اثر خوبی است و منتقدان اگر این سریال را از نظر محتوایی بررسی کرده و به آن امتیاز پایینی داده‌اند، نگاهشان یا درست نبوده یا مغرضانه بوده است. در صورتی که نقد می‌تواند جریان‌ساز باشد و جلوی ساخت آثار نازل را در تلویزیون بگیرد. البته عباس یاری هم ضمن صحبت‌هایش این نکته را یادآور

می‌شود که مجله فیلم یک مجله خصوصی است که به دور از هر نوع نگرش خاص یا محفل ویژه برنامه‌های تلویزیون را نقد و بررسی می‌کند، بنابراین مدیران تلویزیون باید به نقدهای منصفانه که از سوی کارشناسان نوشته می‌شود، توجه بیشتری نشان دهند.

بیان سلیقه، نقد نیست!

نقد منصفانه چگونه نقدي است؟ این هم پرسش خوبی است؛ سحر عصر آزاد، منتقد حوزه سینما و تلویزیون هم بر این باور است که نقد می‌تواند تاثیرگذار باشد. اما نقدي می‌تواند چنین کارکردی داشته باشد که بیطرفانه نوشته شود و کاملاً علمی باشد. نگاه شخصی نباید به آن حاکم باشد و سلیقه هم در آن اعمال نشود. عصرآزاد هم مانند قطبی‌زاده به نقد مکتوب اعتقاد دارد و می‌گوید: نقدهایی که تلویزیون خودش تولید و پخش می‌کند به نظر من ارزش چندانی ندارد. به این دلیل که در این‌جور نقدها منتقد و سازنده اثر رودرروي یکدیگر قرار می‌گیرند و معمولاً از منتقد قبل از ضبط برنامه خواسته می‌شود تا درباره اثر مثبت صحبت کند. از طرفی این نقدها زمانی برگزار می‌شود که نمایش اثر به پایان رسیده است. وقتی اثری تمام شده، نقد آن بی‌فایده است.

احسان رضایی اما از رویکرد روزنامه تهران امروز درباره تلویزیون چنین می‌گوید: ما از کلیت تلویزیون حمایت می‌کنیم، اما زمان‌هایی هم که لازم باشد نقدهای خود را بر این آثار هم منتشر می‌کنیم.

امسال تلویزیون در کل خوب شروع کرد. برنامه‌های ترکیبی خوبی را روی آنتن فرستاد و با پخش سریال ساختمان پزشکان، طنز را بار دیگر در تلویزیون زنده کرد. ما همه اینها را می‌بینیم و درباره آنها مطالب خوبی هم می‌نویسیم، اما از کنار آثار ماه رمضان امسال بسادگی عبور نمی‌کنیم و آنها را یکجور عقبگرد برای تلویزیون می‌دانیم و نظراتمان را هم می‌نویسیم.

پس شما بر این باورید که نقد بر روند کیفی تلویزیون تاثیرگذار است؟ رضایی در پاسخ به این پرسش می‌گوید: بله! اما همیشه نه! گاهی نقدي بر اثری نوشته‌ایم و بازخوردهای آن را دیده‌ایم و متوجه شده‌ایم، نقدي که منتشر کرده‌ایم هم روی مدیران و هم برنامه‌ساز تاثیر مثبت داشته است.

نقد جریان‌سازی نمی‌کند

باز هم یک سوال، یک نقد در چه زمان‌هایی تاثیرگذار است؟ آرش شفایی، دبیر بخش هنری روزنامه قدس با اشاره به این نکته که پرداختن به تلویزیون بنا به مخاطب فراگیر این رسانه برای روزنامه‌ای مانند قدس که بیشترین مخاطب آن در استان خراسان هستند، می‌گوید: سعی ما در این روزنامه بر این است که با پیشفرض جلو نرویم و کیفیت آثار را در نظر بگیریم. اگر اثری به شعور مخاطب احترام گذاشته باشد، ما هم به شیوه‌های مختلف از آن حمایت می‌کنیم.

شفاعي بر این باور است که نقدهای برنامه‌های تلویزیون تاثیر چندانی بر کسی ندارد و نمی‌تواند جریان‌سازی کند، چون سفارش‌دهنده برنامه‌ها به تهیه‌کنندگان نسبت به این نقدها حساسیت ندارند و اصلاً برایشان مهم نیست که یک منتقد یا یک نشریه درباره آثار تلویزیونی چه نظری دارد. البته مردم گاهی به نقدها روی خوش نشان می‌دهند.

شفاعي معتقد است که تلویزیون منتقد ویژه خود را ندارد. او می‌گوید: بیشتر منتقدانی که دست به قلم دارند و نظرشان کارشناسانه است در زمینه سینما نقد می‌نویسند و آنهایی که مدعی هستند نقادند و تلویزیون می‌بینند، در اصل منتقد نیستند، بلکه سلیقه خود را درباره یک اثر می‌نویسند.

برای حل این مشکل، شفاعي پیشنهاد می‌دهد، تلویزیون باید برای خودش منتقد پرورش دهد. اما این‌گفته به این معنا نیست که منتقد سفارشی‌نویس تعلیم دهد. بلکه باید درهای خود را به روی منتقدان باز کند و آنها را با شیوه‌های برنامه‌سازی در تلویزیون آشنا و آنها را تشویق کند تا درباره آثار تلویزیونی نقدهای جامع و بیطرفانه بنویسند.

دبیر بخش هنر روزنامه قدس هم این نکته را تایید می‌کند که منتقد تلویزیون بسیار کم است. او هم معتقد است، منتقدی که کار فرهنگی می‌کند، همه وقت خود را به تلویزیون اختصاص نمی‌دهد. در صورتی که منتقد تلویزیون باید همه یا بیشتر برنامه‌های این رسانه را تماشا کند تا بتواند ارزیابی درستی از آثار آن داشته باشد.

پذیرش نقد منصفانه

حسین سهیلی‌زاده یکی از پرکارترین کارگردانان تلویزیون بر این باور است که نقد برای کار هنری لازم است. او می‌گوید: یک اثر هنری که فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی هم جزو آنها هستند باید صورت گیرد تا سازنده به نقاط قوت و ضعف خود پی‌برد.

وي مي‌گويد: من هميشه نقدهايي را كه بر آثارم منتشر مي‌شود، مي‌خوانم و اگر نقدي منصفانه و بدون غرض‌ورزي باشد حتماً مورد توجه قرار مي‌دهم. اما اغلب نقدهايي كه منتشر مي‌شود، غير كارشناسانه است و نشان مي‌دهد كه نويسنده از فضاي تلويزيون و ساخت و ساز در آن بي‌خبر است و به همين دليل سليقه خود را درباره يك اثر نوشته است.

سهيلي‌زاده در پاسخ به اين پرسش كه آيا نقد آثار تلويزيوني روي مديران تلويزيون هم تاثير دارد يا نه؟ مي‌گويد: مديران تلويزيون بعد از خواندن يك نقد متوجه مي‌شوند كه اين نقد چقدر واقعي و درست است يا به چه ميزان سليقه و نگاه خود نويسنده است. بنابراين نبايد توقع داشت كه مديران روي همه نقدها حساسيت به خرج بدهند و آنها را در آثار تلويزيون اعمال كنند.

سروش صحت كه بيشتر منتقدان به سريال ساختمان پزشكان او روي خوش نشان دادند، مي‌گويد: برخي از كارگردانان به نقدهايي كه درباره آثارشان نوشته مي‌شود، توجه نمي‌كنند اما من همه نقدها را به دقت مي‌خوانم و به مطلبي كه در آنها عنوان شده است، فكر مي‌كنم. مطلبي كه مستند باشد و نويسنده براي آنها دلايل قابل قبول داشته باشد در ذهنم نگه مي‌دارم و از کنار برخي نقدها هم عبور مي‌كنم چون به صحبت‌هايي كه در آن نقد شده، اصلاً اعتقادي ندارم.

صحت در پاسخ به اين پرسش كه از سريال كمدي چارخونه تا موفقيت ساختمان پزشكان آيا نقدهايي كه بر اين آثار نوشته شد روي كار شما تاثير داشت يا خير؟ مي‌گويد: مطمئناً نقدهاي كارشناسانه غيرمستقيم تاثير خود را روي ذهن من گذاشته و در كارم موثر بوده است.

عباس ياري هم هر چند تاكيد مي‌كند كه نقدهاي مجله فيلم بيطرفانه است و به نوعي حمايت از آثار فاخر تلويزيون است، اما به اين نكته هم اشاره دارد كه مديران دوست دارند كه هميشه از آثار شبكه‌هاي مختلف تلويزيون تعريف و تمجيد شود.

اگر قرار است كه تلويزيون صاحب شأن و منزلت خاص شود بايد آثارش توسط كساني ساخته شود كه تلويزيون را جدي مي‌گيرند و حاصل كارشان را مي‌توان چندين و چند بار از تلويزيون پخش كرد و مردم هم از تماشاي آنها دلزده نمي‌شوند. تلويزيون حالا ديگر نبايد اثري را توليد و پخش كند كه حتي عامي‌ترين قشر مردم همه رغبتي به تماشاي آن ندارند.

انجمن منتقدان تلويزيون

چند سال پيش رئيس سازمان صدا و سيما نشستي را با منتقدان و نويسندگان تلويزيون و سينما برگزار كرد. در اين نشست از منتقدان خواسته شد تا نقدهاي كارشناسانه خود را منتشر كنند چون اين‌گونه نقدها باعث ارتقاي كيفي آثار تلويزيوني مي‌شود. شايد بهتر بود بعد از اين ديدار و نشست، روابط عمومي صدا و سيما انجمن منتقدان تلويزيون را تشكيل مي‌داد، همان‌گونه كه خانه سينما انجمن منتقدان سينما را راه‌اندازي کرده است.

منتقدان تلويزيون وقتي صاحب انجمن شوند به ماهيت سازمان بيشتر آشنا مي‌شوند و آن‌وقت است كه مي‌توان از آنها انتظار داشت نقدهاي كارشناسانه خود را بنويسند تا برنامه‌سازان و مديران با ديدگاه آنها آشنا شوند.

طاهره آشياني / گروه راديو و تلويزيون