



## چالش‌های مدیریت فرهنگی با پدیده سلبریتی در گفت‌وگو با اکبر نبوی

# دامن زدن به واگرایی‌های فرهنگی از اقتدار حاکمیت می‌گاهد

### گفت‌وگو

**فاطمه ترکاشوند**

خبرنگار

جنجال‌های چالش میان سلبریتی‌ها و مدیریت فرهنگی، هرچند مدتی است که فروخوابیده اما هنوز در جایگاه یکی از مسائل مبتلابه کشور به قوت خود باقی است. مسأله‌ای که هزارگانه‌ی در بحران‌های اجتماعی و سیاسی سربرمی‌آورد و برای مدتی جامعه را به خود مشغول می‌کند. اگرچه نمی‌توان انتظار داشت اصل مسأله روزی به تمامی حل شود اما جست‌وجو برای یافتن بهترین مدل تعاملی میان مدیران و مسئولان یا چهره‌های مشهور می‌تواند تا حد زیادی از اصطکاک آسیب‌زا برای جامعه بکاهد. برای مرور مدل‌های قبلی طی شده و جست‌وجوی راهکارهای جدید به سراغ یکی از منتقدان و متفکران فرهنگی رقتیم. گفت‌وگوی «ایران» را با اکبر نبوی می‌خوانید:



به نظر

می‌رسد که اساساً ظرفیت مدیریت‌پذیری چهره‌ها نسبت به قبل به خاطر گسترش شبکه‌های اجتماعی و قدرت گرفتن رسانه‌های رقیب تلویزیون، کاهش یافته باشد و امروز بیشتر سلبریتی‌ها توسط فالورهایشان مدیریت می‌شوند. به همین علت است که گروه‌های ترول را وارد این شبکه‌ها می‌کنند تا برای چهره‌های پرفالوور، افکارسازی کنند یا دست کم آنها را تحت فشار قرار دهند

چگونه می‌توانند این گروه‌ها با دامن زدن به پدیده سلبریتی‌ها دامن زده است؟

جریانی به این پدیده سلبریتی‌ها دامن زده است؛ جریانی که دو وجه دارد: یک روی سکه این جریان، کسانی هستند که هیچ تعلق‌ی از نظر فکری و عاطفی به منافع ملی و مصالح ملت ایران ندارند. روی دیگر این سکه کسانی هستند که به ظاهر جزو حزب‌اللهی‌ها و ارزش‌گرایان و دلسوزان به شمار می‌آیند اما از درک اولویت‌های اصلی جامعه ناآشناند. شاید بشود به این دو گروه یک طیف دیگر را هم اضافه کرد، آنها مجموعه‌ای از مدیران در حوزه‌های مختلف هستند که می‌خواهند ناتوانی‌ها و کارنامه ضعیف خودشان را در پس مسأله سلبریتی‌ها پنهان یا ناکارآمدی‌شان را لابه‌لای اغتشاشات فکری و روحی جامعه بگنند.

یعنی برای این منظور سلبریتی‌ها را سیبل می‌کنند...

حالا یک زمانی پدیده سلبریتی درشت می‌شود و توسط آنها در کانون توجه افکار عمومی قرار می‌گیرد و یک زمان دیگری، پدیده دیگری، اما به‌هرحال این نوع پرداختن به سلبریتی‌ها هیچ وجهی از یک روند طبیعی را ندارد چون اگر از بالا به صحنه اجتماعی نگاه کنید متوجه می‌شوید سلبریتی‌ها در جایگاه خودشان، سرمایه‌های اجتماعی به حساب می‌آیند. حالا چطور ممکن است کسی مدعی دلسوزی برای منافع ملی و مصالح اجتماعی باشد اما درگیری و منازعات‌ای میان نظام سیاسی و سلبریتی‌های جامعه ایجاد کند یا در حرارت آن دپمد؟! حالا گیریم یک سلبریتی در جایی یک موضعی گرفت یا بستی در شبکه اجتماعی‌اش منتشر کرد؛ اگر تو یک قوه عاقله بلنداده‌ای داری و به دردمست‌ها نگاه

را می‌گیرد؟

خود رهبری هم نسبت به اصلی و فرعی کردن و دقت به متن و حاشیه بارها تکرار داده‌اند.

پس چرا اینها توجه ندارند؟ غیر از این است که منافع آنها‌اعم از منافع سیاسی و فرهنگی و اقتصادی‌شان این‌طور اقتضا می‌کند؟ البته که در این میان کژفهمی‌ها از دین هم مؤثر است.

نتیجه‌ای که از مجموعه صحبت‌های شما گرفته می‌شود این است که مدیریت سلبریتی‌ها ضرورت ندارد یا اگر دارد باید شکل دیگری از آن را جست‌وجو کنیم.

وقتی می‌گویم سلبریتی سرمایه اجتماعی ماست معنایش این است که باید این سرمایه را محکم حفظ کنیم و یکی از راه‌های دستیابی به این سرمایه، مدیریت صحیح آن است. این مدیریت را چه کسی باید انجام دهد؟ چه کسانی صلاحیت این مدیریت را دارند؟ آیا الزاماً این مدیریت باید توسط مدیریت دولتی انجام شود؟

منظور مدیریت در همه جوانب قضایی و اقتصادی است یا صرفاً مدیریت فرهنگی؟ فرض کنیم، هم صلاحیت فرهنگی و هم صلاحیت هنری و هم صلاحیت اجتماعی. پاسخ بنده این است که هیچ کدام در هیچ دولتی، صلاحیت این کار را ندارند.

چون هیچ یک درکی از این شرایط اجتماعی ندارند و می‌خواهند بر اساس جهان فردی خودشان، سلبریتی را مدیریت کنند. مگر می‌شود من بر اساس جهان شخصی خودم یک جریان اجتماعی را مدیریت کنم. مگر اصلاً امکان دارد؟ من باید او را به‌عنوان سرمایه اجتماعی ارزیابی کنم و بعد او را در نسبت با سایر پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی بسنجم، این پدیده‌ها با هم در نسبت با سایر صلاحیت‌های خودم را هم در نسبت با این پدیده‌ها بسنجم و بعد تازه با سلبریتی وارد دیالوگ بشوم. عمده مدیریت در حوزه انسان، اگر بخواهد درست انجام شود فقط با گفت‌وگو و رفاقت و دوستی محقق می‌شود. آخر آخرش اگر مرزهای قانونی زیر پا گذاشته شد به ضرورت‌های اندکی باید از ابزار قانونی استفاده کرد که عموماً به اعتقاد من به آن نقطه نخواهد رسید اگر روش‌ها و مقدمات را درست طی کرده باشیم. البته منظورم

قاطبه سلبریتی‌هاست وگرنه هستند اندکی که شما هر کاری هم بکنید او به راه خودش خواهد رفت و اصلاً جهان معنایی و فرهنگی او با شما تفاوت است. یعنی نمی‌توانید با او از جهان فرهنگی حرف بزنید که اصلاً به آن اعتقادی ندارد. درست مثل این است که با کسی درباره مسأله نبوت حرف بزنید که اصلاً به خدا اعتقادی ندارد. گروه اندکی از سلبریتی‌ها این طورهستند.

با این دسته باید چکار کرد؟

باید متناسب با وزن‌شان درباره‌شان حرف زد و تصمیم گرفت. ممکن است اصلاً جهان معنایی شما را قبول نداشته باشند اما آسبایی هم به شما نرسانند. چرا باید بی‌خود او را تحریک کنید تا او را به نقطه آسیب‌زایی برسانید؟ حتماً جامعه در همه حوزه‌ها به مدیریت عالی نیاز دارد. اما به این شرط که از افق بالا به پدیده‌ها نگاه کند. در این صورت به یک شکلی مدیریت خواهد کرد و اگر تا نوک دماغش را ببیند طور دیگری مدیریت می‌کند. انسان را باید از بالا دید چون فقط در این حالت است که روابط او را با سایر انسان‌ها خواهید فهمید.

برویم سراغ تلویزیون چون شاید به نوعی تلویزیون بیش از سایر دستگاه‌های فرهنگی با پدیده سلبریتی درگیر باشد. آیا می‌شود درباره تاریخچه مدیریت تلویزیون در این موضوع به نوعی جریان‌شناسی و دسته‌بندی رسید که بتوانیم راهکاری برای مدیریت پیدا کنیم؟ به نظر می‌رسد که اساساً ظرفیت مدیریت‌پذیری چهره‌ها نسبت به قبل به خاطر گسترش شبکه‌های اجتماعی و قدرت گرفتن رسانه‌های رقیب تلویزیون، کاهش یافته باشد و امروز بیشتر سلبریتی‌ها توسط فالورهایشان مدیریت می‌شوند. به همین علت است که گروه‌های ترول را وارد این شبکه‌ها می‌کنند تا برای چهره‌های پرفالوور، افکارسازی کنند یا دست کم آنها را تحت فشار قرار دهند.

به دو نکته باید دقت کنیم؛ اول اینکه اقتدار حاکمیت در حوزه اجتماعی کاهش پیدا کرده است. یعنی اقتدار اجتماعی حاکمیت مثل یک دهه پیش نیست و من وارد دلایلش نمی‌شوم اما حاکمیتی که اقتدار نداشته باشد خیلی چیزها را از دست می‌دهد. دقیقاً مثل پدری که اقتدارش را در خانواده از دست می‌دهد. اقتدار را با دیکتاتوری و استبداد اشتباه نگیرید. یک حاکمیت ممکن است استبدادی باشد اما اقتداری نداشته باشد و با قوه قهریه، قدرتش را اعمال کند. اقتدار جایی است که همراه با مقبولیت عمومی باشد. متأسفانه این اقتدار کاهش پیدا کرده و کسی هم به‌دنبال علت‌یابی آن نیست.

نکته دوم اینکه من معتقدم خیلی از مسائل در ارتباط با چهره‌ها در مرحله اول با گفت‌وگو و بعد با ارتباط عاطفی، تیزی‌ها و تلخی‌های این پدیده را می‌گیرد. به علاوه به خاطر کاهش اقتدار، تلویزیون دیگر اساساً نمی‌تواند نفوذی مثل قدیم داشته باشد. یک زمانی امکانش بود به دلایلی که منافع اجتماعی را تهدید می‌کرد و شبکه نمایش خانگی به این شکل وجود نداشت، انتخاب‌های چهره‌ها محدود بود و دست‌کم به خاطر منافع اقتصادی‌شان مجبور بودند به برخی توصیه‌ها تن بدهند. اما الان دیگر آن وضعیت وجود ندارد و وجود بسیاری از امکانات، کار را سخت می‌کند و البته هنر مدیریت فرهنگی هم باید این جور جاها خودش را نشان دهد. با در نظر گرفتن این شرایط، بهترین دوره تلویزیون در حوزه آثار نمایشی را می‌توان دوره علی لاریجانی دانست. نکته مهم اینجاست که شما زمانی می‌توانید یک گروه انسانی را مدیریت کنید که نزد آنها مقبولیت داشته باشید. یعنی حتی اگر اصول فکری شما را قبول ندارند، دست کم به‌عنوان یک عنصر فرهنگی حسرت‌قبول‌تان داشته باشند و شما را به کارشناسی و صاحب‌نظر بودن بشناسند. پشت سرتان نگویند که فلانی را از جایی هلی‌پرن کرده‌اند بلکه مثل ما سال‌هاست در این عرصه کار کرده و خاک صحنه خورده است.

اگر در هر دوره‌ای، مدیریت در دست چنین افرادی باشد حتماً تعامل با سلبریتی‌ها بسیار آسان‌تر خواهد بود. الان که اصلاً تعاملی وجود ندارد! ارتباط کاملاً قطع شده است. البته برخی هم خوشحال هستند. می‌گویند به جهنم! چنین نگاهی وقتی در جایگاه مدیریت فرهنگی بنشینید دقیقاً عین سم است. حتماً سلبریتی سرمایه اجتماعی است اما حتماً هم این جمله به این معنا نیست که اجازه دهیم هر کاری که دوست دارند انجام دهند و همه هنجارهای

اجتماعی را به چالش بکشند. اما باید اول بفهمیم که آنها سرمایه هستند و نگوییم آنها اصلاً چه ارزشی دارند و هر چیزی را می‌شود جایگزین‌شان کرد، دیگر حرفی از مدیریت نمی‌شود زد.

گاهی این طور است که رفتن سلبریتی‌ها برایمان مهم نیست اما گاهی هم دنبال این هستیم که به نوعی، کسی را اذیت کنیم یا از آنها دستاویزی گیر بگیریم تا حذف‌شان کنیم. این رویکرد هم وجود دارد با اینکه در مورد برخی از چهره‌ها که بعضاً کش نامطلوبی هم در وقایع اخیر داشته‌اند، گفت‌وگوهایی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اتفاق افتاد تا مسائل حل شود اما برخی فشارهای بیرونی وارد کردند.

بله، آرام آرام چیزهایی تغییر می‌کند. مواضع مدیریت این دوره تلویزیون هم به نسبت قبل تعدیل شده است چون حتماً وقتی آدم به مرحله عمل وارد می‌شود از همیات و تخیلات خودش فاصله می‌گیرد و متوجه می‌شود آن چیزهایی که از دور می‌دید آن گونه نیست و واقعیت‌های سنگینی وجود دارند که خودشان را به کار تحمیل می‌کنند.

نکته دیگر هم اینکه نباید جریان نفوذ را دست‌کم گرفت. جریان نفوذ در کشور ما خیلی قدرتمند است اصلاً ایران بهشت نفوذی‌هاست. از بس درگیر حواشی شده‌ایم آنها راحت دارند کارشان را انجام می‌دهند. اولین جایی که مردم با این رفتار مواجه شدند پدیده ویدیو بود. ۱۰ سال زمان کمی نیست که جلوی ویدیو را بگیرید درحالی که در همان زمان، شبکه قاچاق ویدیو داشت کار خودش را می‌کرد.

سال ۱۳۶۹ به‌عنوان دبیر سرویس اجتماعی روزنامه رسالت معتقد به آزادی ویدیو بودم و گزارشگری را برای پیگیری این مسأله گذاشتم و از جمله کسانی که برای مصاحبه پیشنهاد دادم آقای فخرالدین انوار، معاونت سینمایی وقت وزارت فرهنگ بود. یک روز مدیر روزنامه تماس گرفت و پرسید چرا درباره آزادی ویدیو کار می‌کنی و دلایل را بگویم. نامه‌ای را با سرپرگ وزارت ارشاد و امضای آقای انوار جلوی من گذاشت که در آن استدلال کرده بود که چرا ویدیو نباید آزاد شود. یکی از بندهایش را چون عددی بود دقیقاً یاد مانده است که استدلال کرده بود سرمایه در گردش قاچاق ویدیو، ۶ میلیارد تومان در سال است و این رقم به مدیر روزنامه گفتم همه دلایل را کنار بگذارید لافال به همین یک علت ویدیو باید آزاد شود. چون او دارد کار خودش را می‌کند و ما از این امکان محروم شده‌ایم که فیلم‌های خوب را در شبکه عرضه کنیم. حکومت خود را محروم کرده اما شبکه قاچاق دارد کار خودش را می‌کند. ایشان هم گفتند در مجموعه باید حرف این مدیران را بپذیریم و گزارش ما هم منتفی شد.

برگردیم به بحث سلبریتی‌ها؛ به نظر می‌رسد دستگاه‌های فرهنگی کشور و خصوصاً تلویزیون که مستقیماً با چهره‌ها در ارتباط بودند الان دارند از فقدان ارتباط با آنها متضرر می‌شوند و برنامه‌هایی که تا پیش از این با نام‌های شناخته‌شده در میان مردم نفوذ داشتند حالا دیگر وجود ندارند و چیزی هم جایگزین آنها نشده است. آیا به چنین ضرری اعتقاد دارید؟ در این صورت برای جبران چه باید کرد؟

اینکه می‌گویم صداوسیما باید خودش را متعلق به ملت ایران بداند اولین علتش این است که تلویزیون از بودجه عمومی ارتزاق می‌کند. دوم اینکه ما طبق قانون اساسی، تلویزیون خصوصی نداریم و این یعنی انحصاری در حوزه رسانه‌های صوتی و تصویری ایجاد کرده‌ایم که خوب و بد آن اصلاً اینچا مسأله نیست بلکه نتیجه روشنش این است که تلویزیون حق ندارد به گروهی بی‌تفاوت باشد و اصلاً آنها را ببیند.

همه‌آحاد کشور در تمام حقوق اجتماعی برابر هستند. این تلویزیون برای کسی که منتقد و مخالف حاکمیت و شهروند ایران است هم باید برنامه داشته باشد و با او حرف بزند. این لطف نیست بلکه حق آن شهروند و وظیفه صداوسیما به‌عنوان رسانه حاکمیت است. اگر نمی‌تواند بر اساس الگوها و هنجارهای زندگی آن مخالف، سریال بسازد، من هم می‌گویم سلمن! این کار درستی است اما آیا در تاک‌شوها و قالب‌های دیگر نمی‌تواند او را در آنتن شریک کند؟ نمی‌تواند میان او و مخالفانش، فرصت تعامل ایجاد کند؟

و اینجا نقش آن سلبریتی‌ها که واسطه ارتباط گرفتن آن بخش‌های دیگر جامعه با

یکشنبه ۹ مهر ۱۴۰۲ ● شماره ۸۳۹۱



irannewsaper.ir

تلویزیون هستند، مهم می‌شود؟

اولاً همه این سلبریتی‌های تلویزیونی توسط خود تلویزیون شهرت اجتماعی پیدا کرده‌اند. چرا صداوسیما مثل آب خوردن سرمایه‌هایش را از دست می‌دهد؟ شاید چون فکر می‌کند فلان سلبریتی در صفحه شخصی‌اش در شبکه‌های اجتماعی، همان آدم تلویزیون نیست و مواضع و در نتیجه اثرگذاری‌اش تحت کنترل نیست. هر مجری که با صداوسیما کار کرده باشد شک نکنید که خودش بهتر می‌داند تزیبونش در کم‌مخاطب‌ترین برنامه تلویزیون اصلاً قابل مقایسه با شبکه‌های اجتماعی‌اش نیست. در همه جای دنیا همین طور است و هم کمی و کیفی این تفاوت قابل توجه است. رایگان بودن تلویزیون و انحصاری بودن آن هم در ایران این وضعیت را خاص‌تر کرده است.

من واقعاً شگفت‌زده می‌شوم وقتی می‌بینم تلویزیون به این سادگی سرمایه‌هایش را از دست می‌دهد. وقتی عادل فردوسی‌پور از آنتن حذف شد من یادداشت نوشتم. حالا فردوسی‌پور خطایی کرده است؟ با او حرف بزنید! بالاخره فردوسی‌پور، صدام که نیست بگوید حتماً کار خودم را خواهم کرد. در همان یادداشت هم گفتم عادل فردوسی‌پور، حقوق و تکالیفی دارد همان طور که مدیر شبکه هم حقوق و تکالیفی دارد. باید بنشینند با هم حرف بزنند و سرحدود اینها به توافق برسند. بنابراین تلویزیون حق ندارد فشری را نادیده بگیرد و دگراندیش و بی‌تفاوت و باحجاب و بدحجاب و بی‌حجاب مردم به اقتضای آنها برنامه داشته باشد.

یک تلقی شاید ناخودآگاه در میان مدیران فرهنگی وجود دارد که وابستگی فکری و اقتصادی سلبریتی به مدیریت را یک عامل مثبت می‌دانند بر این مبنا اگر آن سلبریتی به هر نحو امکان استقلال پیدا کند عملاً از دایره اعمال قدرت آن مدیر خارج می‌شود. آیا این تلقی درست است؟ شاید می‌توانستیم فکر کنیم که استقلال فکری سلبریتی‌ها اتفاقاً به نفع ماست چون در عین اینکه در برخی مواضع، مخالف ماست اما در بسیاری مسائل و موقعیت‌های بحرانی کشور اتفاقاً سمت منافع ملی می‌ایستند و آنجاست که ما به سرمایه اجتماعی و نیاز بیشتری داریم. در این حالت دایره توافق‌ها گسترده می‌شود و سر بزنگاه این همروهای مشترک به کم جامعه می‌آید درست مثل اتفاقی که در مورد مراسم تشییع پیکر سردار سلیمانی افتاد. آن وابستگی به نفع ماست یا این استقلال؟

سال ۷۵ برای مجله فیلم‌ویدیو یک سرمقاله نوشتم با عنوان «چهره یا مهره؟» مرحوم پرورش که در دوره‌ای توفیق استفاده از محضرشان را داشتیم می‌گفتند «نظام ولایت الهی، چهره‌پرور است نه مهره‌پرور» و می‌گفت خداوند انسان‌های رشید و قدبلند و با‌بلخ را دوست دارد. آیا ما بربنای این نظام عمل می‌کنیم. ما چهره می‌خواهیم یا مهره؟ ما چهره‌ها را برنمی‌تاییم. اولاً وابستگی از هر نوع آن، خلافت سنت الهی است. خدا انسان را آزاد آفریده و تنها وابستگی پذیرفته‌شده در نظام خلقت الهی، وابستگی به خداوند است. بنابراین استقلال مهم می‌شود چون هر وابستگی که ما می‌خواهیم در درونش نوعی بندگی است. ما بندگی را اراده کرده‌ایم در حالی که خداوند انسان را تنها بنده خودش آفریده است. دوم اینکه در این کشور اگر همه و همه از دولت و مجلس گرفته تا سلبریتی و مردم، بر سر یک امر ملی به اشتراک نظر برسیم بسیاری از مشکلات ما حل خواهد شد و آن امر چیست؛ «منافع ملی». متأسفانه ما تعریف مشترکی از منافع ملی نداریم. اگر به این تعریف مشترک برسیم نقاط همگرایی‌مان به شدت افزایش می‌یابد. متأسفانه ما نقاط همگرایی را نمی‌شناسیم و هرآ کرده‌ایم و مدام روی تقاضا افتراق پافشاری می‌کنیم و این مسأله به‌طور طبیعی واگرایی را دامن می‌زند. اگر رسد واگرایی شکسته شود دیگر در همان حد باقی نخواهد ماند به هر بزرگ‌تری می‌شود آن قدر که دیگر سدی به نام منافع ملی باقی نخواهد ماند.

یکی از علل مهم کاهش اقتدار حاکمیت هم همین است که به واگرایی‌ها دامن زده‌ایم و از اشتراکات چشم پوشیده‌ایم و درحالی که یک نظام مقتدر و پیشرو و آرمان‌گرا تا حد ممکن باید همگرایی را تقویت کند. اگر این اتفاق بیفتد حجم بالایی از سرمایه اجتماعی شکوفا می‌شود که همه نهاد‌های فرهنگی می‌توانند از آن استفاده کنند.

سال ۱۳۶۹ به‌عنوان دبیر سرویس اجتماعی روزنامه رسالت معتقد به آزادی ویدیو بودم و گزارشگری را برای پیگیری این مسأله گذاشتم و از جمله کسانی که برای مصاحبه پیشنهاد دادم آقای فخرالدین انوار، معاونت سینمایی وقت وزارت فرهنگ بود. یک روز مدیر روزنامه تماس گرفت و پرسید چرا درباره آزادی ویدیو کار می‌کنی و دلایل را بگویم. نامه‌ای را با سرپرگ وزارت ارشاد و امضای آقای انوار جلوی من گذاشت که در آن استدلال کرده بود که دلایل ویدیو نباید آزاد شود. یکی از بندهایش را چون عددی بود دقیقاً یاد مانده است که استدلال کرده بود سرمایه در گردش قاچاق ویدیو، ۶ میلیارد تومان در سال است و این رقم در آن زمان پول خیلی زیادی بود. من هم به مدیر روزنامه گفتم همه دلایل را کنار بگذارید لافال به همین یک علت ویدیو باید آزاد شود. چون او دارد کار خودش را می‌کند و ما از این امکان محروم شده‌ایم که فیلم‌های خوب را در شبکه عرضه کنیم. حکومت خود را محروم کرده اما شبکه قاچاق دارد کار خودش را می‌کند. ایشان هم گفتند در مجموعه باید حرف این مدیران را بپذیریم و گزارش ما هم منتفی شد.



بخش