

گفت‌وگوی «شهروند» با محمد سلوکی سازنده و مجری برنامه «ستاره شو»

# ستاره‌الزاما یک هنرمند یا ورزشکار نیست

فرنوش ارس‌خانی |



شما قبل از ساخت برنامه «ستاره شو»، اغلب به‌عنوان مجری برنامه‌های تاک شو در تلویزیون فعالیت می‌کردید و برای اولین بار است که با برنامه کاملاً مستقل به‌عنوان تهیه‌کننده و کارگردان و البته مجری حضور دارید. انگیزه اصلی تان از ساخت این برنامه چه بود؟

«ستاره شو» برنامه‌ای است که کلیت و هدف آن متکی بر استفاده کاربردی از یک اپلیکیشن موبایل است و هر چیزی که در آن اتفاق می‌افتد به کارایی این نرم‌افزار توسط مردم برمی‌گردد. به کارایی این نرم‌افزار توجه ویژه‌ای کردیم تا مردم خیلی راحت و به سادگی بتوانند شکل ممکن و بی‌واسطه می‌توانند از طریق این نرم‌افزار برای ما ایده‌هایی را مطرح کنند. تاجایی که محوریت برنامه به وسیله این ایده‌ها شکل می‌گیرد. منتها نه به این شکل که چارچوب‌های رسانه‌ای را متلاشی کنیم. چون درونمایه اصلی این برنامه از علم رسانه وام گرفته؛ علمی که در یک بخش از آن، مولفه‌های تلویزیونی قرار گرفته است و در بخشی دیگر، پتانسیل‌های کل رسانه مفهوم پیدا می‌کند.

می‌توانم ادعا کنم که این برنامه هیچ شباهتی با دیگر برنامه‌های تلویزیونی ندارد و برای اولین بار است که یک برنامه تعاملی در تلویزیون بدین شکل به جریان خلاقیت و تشریح استعدادها در کشورمان می‌پردازد.

**برنامه‌های محدودی یا توجه به این محوریت و ساختار در تلویزیون ساخته شده است، اگر هم به این مفاهیم پرداخته شده، کمتر کسی با مدل این نوع برنامه‌ها ارتباط برقرار کرده است. با این وجود شما براساس کدام مولفه و الگو به سراغ ساخت این برنامه رفتید و اساسا ساختار یک برنامه علمی-پژوهشی بر چه اصولی مبتنی است؟**

یک برنامه علمی-پژوهشی طبق تعالیم علمی، برنامه‌ای است که در یک روند پژوهشی اتفاق می‌افتد و در آن برخی از نخبگان و کارشناسان علمی به‌عنوان یک پژوهشگر و محقق بر یک اصل می‌نشینند و جریانی را رصد می‌کنند تا از نحوه و سبک اجتماعی مردم در برخورد با رسانه‌ها آگاهی پیدا کنند. آنها بر همین اساس برنامه‌ریزی می‌کنند و مثل اپلیکیشن برنامه «ستاره شو» و اغلب اپلیکیشن‌های دنیای مجازی، برنامه‌ای را طراحی می‌کنند و براساس بازتاب‌های آرایه‌شده نسبت به آن عمل می‌کنند.

**چقدر از این ملزومات در برنامه شما حفظ شده است؟**

«ستاره شو» برنامه مخاطب‌محوری است که موضوعات متناسب با درک و میزان برخورد مخاطبان، بر روز می‌شود و یک‌دفعه فعالیتش را به سمتی نمی‌برد که مخاطب هیچ درک و استنباطی از مفهوم آن پیدا نکند. این برنامه با امکاناتی را فراهم می‌آورد تا هر مخاطبی و هر سلیقه‌ای، هر هفته یا هر ماه یک‌بار از طریق اپلیکیشن با برنامه ارتباط برقرار کند و متناسب با خواسته‌ها و نیازهایش موضوعات را جست‌وجو و دریافت کند.

**اماتجربه نشان داده که مخاطب با تجویز چنین مولفه‌ای در یک برنامه تلویزیونی، کمتر ارتباط برقرار می‌کند!**

باطلاع ساختار و فضای این برنامه ایجاد می‌کند تا خیلی از گستره تأکیدات بر مباحث علمی-پژوهشی فاصله بگیریم. اما برای این که از مولفه‌های برنامه‌های مخاطب‌پسند فاصله نگرفته باشیم، از همان قسمت اول برنامه از مخاطبان تقاضا کردیم تا در جریان تماشای

محمد سلوکی یکی از مجریان جوان و شناخته‌شده تلویزیون است. او برای اولین بار با برنامه «نیمرخ» شیوه متفاوت و نویی را در اجرای خود خلق کرد؛ اجزایی که سبک متعارف آن مورد توجه مخاطبان این برنامه قرار گرفت. او بعد از این برنامه، که اتفاقا یکی از برنامه‌های پر مخاطب دهه ۸۰ برای مخاطبان جوان بود، به تدریج فعالیتش در دیگر برنامه‌های تلویزیونی را ادامه داد و در این میان سعی کرد تا توانایی‌هایش را به‌عنوان یک مجری مسلط اثبات کند. سلوکی بعد از یک دوره فعالیت در حوزه اجرا، این روزها با برنامه‌های تلویزیون حضور دارد که مسئولیت تهیه و تولیدش را هم خودش بر عهده گرفته است. برنامه‌ای که اگر چه هنوز مخاطبان صدرصدی را جذب خودش نکرده است، اما به نظر می‌رسد کاملاً با انگیزه و فکر شده روی آنتن می‌رود. او در رابطه با این برنامه که البته خودش مقدمه گفت و کوبا مخاطبانش می‌داند، صحبت می‌کند.

برایم موضوعاتی که دوست دارد، تهیه کند و برآیند آن‌ها بفرستد. مثلاً اگر کسی درباره زاینده‌رود بحث و ایده‌ای دارد، می‌تواند به سمت این رودخانه برود و مشکلات آن را واره به واره مطرح کند تا مردم هم نسبت به وضعیت آن اطلاعات بیشتری پیدا کنند.

بر همین اساس ما شرایطی را برای مردم و مخاطبان در این برنامه فراهم کرده ایم تا به شکل ساده‌ای درباره هر موضوعی صحبت کنند. فکر می‌کنم تلویزیون به همین فضای مجازی اجتماعی و فضای رسانه‌ای در این برنامه ایجاد کرده ایم که رنگ سفید خوب است، یک نفر هم می‌تواند به خاصیت‌های رنگ مشکی بی‌برد. شاید مشکلی هم رنگ خوبی باشد؛ به همین منظور کماکان در این برنامه نهایت تلاش مان را انجام می‌دهیم تا اول چارچوب‌ها و ساختارهای عادی و معمول و تکراری که مخاطب به آنها عادت کرده به هم بریزیم و بشکنیم، سپس دنبال ساختارهای جدیدی برای مطرح کردن مفاهیم اصلی مان باشیم.

**بر اساس تعاریفی که ارائه دادید و آنچه تا به حال از مفهوم برنامه تان استنباط کرده ایم، به نظر می‌رسد که ساختار برنامه شباهت خاصی به برنامه‌های تاک شو ندارد...**

«تاک شو» هم می‌تواند باشد، ولی نباید الزاماً تصور کنید که این برنامه فقط یک برنامه «تاک شو» است چراکه ساختار آن بیشتر به یک برنامه شو و نمایشی شباهت دارد تا «تاک شو». این برنامه سعی دارد تا جریان استعدادیابی را از ابتدا و نقطه صفر با مردم تمرین کند و همراه با آنها حرکت کند. هر اتفاقی هم که در برنامه می‌افتد، براساس موضوعاتی است که مردم به آن توجه می‌کنند. یعنی اگر ما فیلم‌های خوبی در برنامه پخش کنیم و همه از آنها استقبال کنند، به این خاطر است که مردم فیلم‌های خوبی فرستاده‌اند و اگر از فیلم‌های ضعیف و بی‌کیفیتی در برنامه استفاده کنیم، مجدداً آنها برآیند ارسال کرده‌اند.

**جایگاه مجری در این برنامه چقدر تحت تأثیر ساختار آن قرار گرفته است؟**

در این برنامه جایگاه مجری نسبت به گوینده صرفی که همیشه فقط خودش در برنامه‌های تلویزیون صحبت کرده و مردم همیشه به‌عنوان شنونده، حرف‌های او را گوش داده‌اند، تغییر پیدا کرده است. ساختار این برنامه به شکلی است که مخاطب می‌تواند هم‌سطح با مجری در برنامه نقش محوری داشته باشد. او به راحتی می‌تواند درباره برخی از موضوعات و مسائلی که در جامعه اتفاق می‌افتد نظر بدهد و حتی فیلم‌هایی را هم

علاقه دارند تا ستاره‌های عرصه سینما و ورزش را بیشتر بشناسند. ولی ما نهایت تلاشمان را انجام می‌دهیم تا مردم بعد از تماشای ۳۰، ۴۰ قسمت از برنامه، با مفهوم ستاره به معنای دیگری آشنا شوند. این اتفاق در سایر کشورهای پیشرفته جهان می‌افتد. وقتی امروز یک نویسنده در دنیا از صد تا ستاره سینما معروف و تأثیرگذارتر و البته محبوب‌تر نسبت به آنها دوچندان است، بدون شک ما هم می‌توانیم ذهنیت مردم را نسبت به واژه ستاره تغییر دهیم. **ستاره‌های سینما را معرفی و محبوب تر از یک نویسنده یا ناوا می‌دانند و خواه یا ناخواه این مسأله به یک باور بزرگ تبدیل شده است!**

بله، اما همان طور که گفتیم ما در این برنامه تلاش خودمان را انجام می‌دهیم تا این باور غلط و اشتباهی که آسیب‌های فرهنگی بزرگی را به کشورمان وارد کرده است و متأسفانه فضای رسانه‌ای ما تاکنون به اهمیت این موضوع کمک کرده را تغییر دهیم و بیشتر به این مسأله بپردازیم که ستاره الزاماً یک بازیگر، خواننده و ورزشکار نیست!

**برای انتقال این مفهوم تاکنون چه اقداماتی انجام داده‌اید؟**

ما در سومین قسمت از برنامه از مخاطبانمان خواستیم تا با ما مشارکتی داشته باشند و دکورمان را خودشان طراحی کنند. آنها این کار را انجام دادند و ما هم از بین آثار ارسال‌شده، بهترین ایده و طرح را معرفی و صاحبان‌شان را به برنامه دعوت کردیم. بر همین اساس ما یک فضای مجازی و اتاق فکرهای بزرگی را راه‌اندازی کردیم تا مردم درباره حوزه کار تخصصی‌شان بیشتر حرف بزنند و ما بیشتر متوجه حضور آنها باشیم. بعد از این هم اگر هر شخصی علاقه مند است تا با ما همکاری کند، از فعالان سازمان‌های دولتی و مسئولان گرفته تا مطبوعاتی‌ها، می‌توانند به ما طرح‌ها و ایده‌هایی ارائه دهند تا ما از طریق برنامه و اپلیکیشنمان امکان مطرح کردن ایده‌هایشان را فراهم کنیم.

**تاکنون کدام یک از اقتضار جامعه با برنامه تان ارتباط برقرار کرده‌اند و نحوه برخوردشان با آن به چه شکل بوده است؟**

استقبال مخاطبان ما در یکی، دو ماه گذشته و با توجه به زمان و ساعت پخش آن، خدا را شکر خیلی زیاد بوده است. به‌گونه‌ای که در ابتدا اکثر بچه‌های تیم «ستاره شو» از این استقبال دچار شوک و غافلگیری بزرگی شدند. چون طبق استراتژی و طرحی که برنامه‌ریزی کرده بودیم، فکر نمی‌کردیم با این حجم از مخاطب و کاربر روبه‌رو شویم.

اما به نظر من برخوردهایی که نسبت به برنامه ما شکل گرفته است، از دو حالت خارج نیست. برخی جوان‌هایی بودند که به خاطر سواد و دانش‌شان موضوع ما را درک کردند و استقبال فوق‌العاده و گرمی از خود نشان دادند. عده‌ای هم مخاطبانی بودند که براساس شکل و شیوه‌های قدیمی و سنتی برنامه ما را دنبال کردند. با این که این دسته نسبت به برنامه ما خیلی انتقاد داشتند اما انتقاد آنها برای من کاملاً احترام برانگیز و قابل ستایش بود. بر همین اساس معتقدم که مخاطبان «ستاره‌شو» بین صفر تا صد قرار دارند؛ یعنی یا خیلی از برنامه و حرفمان خوش‌شان آمده است یا اصلاً هیچ ارتباطی با آن برقرار نکرده‌اند و تاکنون برخورد سردی نسبت به پخش آن داشته‌اند.

پخش آن داشته‌اند. این مسأله به یک باور بزرگ تبدیل شده است!

مروری بر تاک‌شوهای موفق تلویزیونی

## اجرا به سبک ایرانی

آواپرتو |

یکی از مولفه‌های سبک و سیاق‌دار رسانه، نمایش تاک‌شوهای پر مخاطب تلویزیونی در سراسر دنیا است. کم نیستند برنامه‌های تاک‌شویی که رکورد تماشایگر تلویزیونی را از آن خود کرده‌اند. این مدل برنامه‌ها گسترده‌گی و امکاناتی را برای ارزیابی، تحلیل و برآورده کردن نیازهای روزمره مخاطب به وجود می‌آورند. در اغلب برنامه‌های تاک‌شو توانایی‌های مجری، حرف اول را در موفقیت یا ناکامی برنامه‌های گفت‌وگو محور می‌زند. از طرفی باید توجه داشت که «تاک‌شو»ها و «هارد تاک»ها به‌طور مستقیم وابسته به مجری و مهمان هستند. یعنی همان قدر که مجری باید پر بیسان و نحوه اجرای برنامه تسلط خوبی داشته باشد، به همان نسبت باید مهمانی را به برنامه دعوت کنند که مختصات رسانه را به خوبی بشناسد و از بیان خوبی برخوردار باشد. در غیر این صورت مجری هر چقدر هم انرژی صرف کند به جایی نمی‌رسد. در طول سال‌های اخیر برنامه‌های تاک‌شو موفق در تلویزیون ساخته شده‌اند که بدون شک حضور مجری در موفقیت آنها سهم بسزایی داشته است. در این‌جا مروری داریم به برنامه‌های مجری محور که موفق بودند و برپیننده.

**داریوش کاردان | صدلی داغ**

برنامه جنجالی و جذاب «صدلی داغ» یکی از برنامه‌های محبوب سال ۸۴ بود. زمانی که برنامه‌های «تاک شو» هنوز جایگاه خاصی در تلویزیون پیدا نکرده بودند. «صدلی داغ» با اجرای داریوش کاردان از جمله برنامه‌های موفق بود که لحن خاص مجری تقریباً اغلب مردم را جمعه شب‌ها، پای گیرنده‌های خود می‌نشاند. شاید دلیل استقبال از این برنامه، بیشتر به تجربه و جادوکاری کاردان در نحوه اجرا و رفتارشان با مهمانان برمی‌گشت. برنامه‌ای که بسیار به لحن و شیوه اجرای او متکی بود.



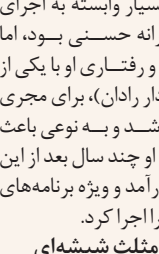
فرزاد حسینی | کوله‌پشتی و جزر و مد

برنامه «کوله‌پشتی» اولین برنامه جوان‌پسندی بود که از سال ۸۳ در شبکه جوان (شبکه ۳) پخش شد. برنامه‌ای که نه از مرسومات برنامه‌هایی مثل «نیمرخ» (که تا قبل از «کوله‌پشتی» تنها برنامه برای مخاطبان جوان بود) پیروی می‌کرد و نه به برنامه‌هایی که تا قبل از آن در تلویزیون پخش می‌شد، شباهت داشت. درخشندگی مجری کاملاً جسوری چون فرزاد حسینی با آن کلام پرطمطراق که هنوز هم حسنی در برنامه رادیویی این روزها پختن (موسیقی من) این شیوه را تکرار می‌کند، تقریباً «کوله‌پشتی» را به یک برنامه جذاب و پر مخاطب تبدیل کرده بود. هرچند جذابیت «کوله‌پشتی» بسیار وابسته به اجرای بی‌مهاپا و کاملاً جسورانه حسینی بود، اما غافلگیری‌های کلیدی و رفتاری او با یکی از مهمانان برنامه (سردار رادان)، برای مجری این برنامه دردسرساز شد و به نوعی باعث ممنوع‌التصویری او شد. او چند سال بعد از این اتفاق از ممنوع‌التکاری درآمد و ویژه برنامه‌های نوروزی شبکه دو سیما را اجرا کرد.

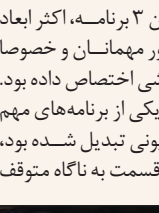


**رضا رشیدپور | مثلث شیشه‌ای**

«مثلث شیشه‌ای» (ادامه س سری برنامه‌های «شب شیشه‌ای» و «عبور شیشه‌ای»)، تنها ناجی شبکه تهران در سال ۸۷ به حساب می‌آید که هنوز نتوانسته رقیبی پیدا کند.



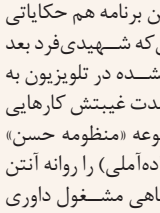
رضا رشیدپور خالق این ۳ برنامه، اکثر ابعاد این برنامه را به حضور مهمانان و خصوصاً ستاره‌های هنری و ورزشی اختصاص داده بود. این برنامه که کم‌کم به یکی از برنامه‌های مهم و مخاطب‌پسند تلویزیونی تبدیل شده بود، نهایتاً پس از پخش ۳۵ قسمت به ناگاه متوقف



شد. رشیدپور بعد از این برنامه تا خرداد ۱۳۹۲ کمتر در برنامه‌ها به‌عنوان مجری ظاهر می‌شد، تا این که در هجدهم خرداد ۱۳۹۲ با حضور در میتینگ پرشور انتخاباتی دکتر حسن روحانی، به صراحت از ایشان حمایت کرده و اجرای برنامه را برعهده گرفت. او امسال با برنامه «عینک آفتابی» در شبکه نسیم حضور پیدا کرد. اما رشیدپور با حضور در این برنامه نتوانست موفقیت برنامه‌های گذشته خود را تکرار کند.

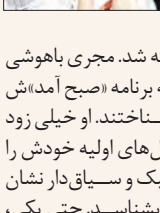


حضور تعدادی از پیشکسوتان هنر در بین استعدادهای حوزه اجرا، در برنامه‌ای که حوالی ساعت ۶ صبح پخش می‌شد، یکی از اتفاق‌های مهم سال ۸۵ در حوزه رسانه بود که محمدرضا شهیدی‌فرد پدیده این برنامه سهم بسزایی در موفقیت آن داشت. مجری فرهیخته‌ای که اگر چه با برنامه «پارک ملت» دوباره تلویزیون حضور پیدا کرد، اما موفقیت «مردم ایران سلام» را نتوانست دوباره تکرار کند. به یکباره متوقف شدن این برنامه هم حکایاتی دارد، هم‌تیر از همه این که شهیدی‌فرد بعد از آن و تاکنون موفق نشده در تلویزیون به فعالیت بپردازد. او در مدت غیبتش برنامه‌هایی مثل تهیه‌کنندگی مجموعه «منظومه حسن» (زندگی علامه حسن‌زاده‌آملی) را روانه آنتن کرده بود. چند ماهی مشغول داوری جشنواره رادیو بود و در جشنواره فجر مجری نشست‌های خبری و مراسم اختتامیه بود.



**احسان علیخانی | ماه عسل**

احسان علیخانی از همان سال‌های که فرزاد حسینی برای اجرای «جزر و مد» کنار گذاشته شد، به‌عنوان بهترین گزینه برای اجرای برنامه‌های ماه رمضان شبکه سه سیمای شناخته شد. مجری باهوشی که تقریباً اکثر کسانی که برنامه «صبح آمد» را دیده بودند، او را می‌شناختند. او خیلی زود توانست در همان سال‌های اولیه خودش را به‌عنوان یک مجری محور و سیاق‌دار نشان دهد و نیض مخاطب را بشناسد. حتی یکی، دو سالی که او در «ماه عسل» حضور پیدا نکرد، بدون شک حسن جوهرچی و علی ضیا نتوانستند خلأ حضور او را پر کنند. «ماه عسل» از سال ۸۶ در ذهن مخاطبان عمق پیدا کرد و به تدریج به‌عنوان یک برنامه موفق شناخته شد. برنامه اثبات شده و موجهی که به‌عنوان یک مجری محور و اجرا محور است و یکی از دلایل استقبال از آن به نحوه پرداختن بی‌واسطه علیخانی به موضوعات عینی جامعه برمی‌گردد. «ماه‌عسل» که با نام علیخانی پیوند خورده است از جمله برنامه‌هایی به حساب می‌آید که هنوز نتوانسته رقیبی پیدا کند.



**علی ضیا | ویتامین ۳**

علی ضیا به واسطه حضورش در برنامه «نیمروز»، به‌عنوان مجری برنامه «ویتامین ۳» انتخاب شد. این برنامه که تا قبل از نوروز ۹۳ هر روز با اجرای علی ضیا روی آنتن می‌رفت، با وجود ضعف‌های زیادی که داشت، تاحدی توانسته بود به یک برند در میان برنامه‌های صبحگاهی تبدیل شود و کاری کند که مخاطبان در ساعات اولیه روز، کانال تلویزیون‌شان را روی شبکه سه تنظیم کنند. با رفتن ضیا، برنامه تعطیل شد و اینطور به نظر می‌رسید که شبکه سه بدون ضیا دیگر تمایلی به ادامه آن نداشته باشد چون به‌هر حال برنامه، برنامه‌ای بود که خوب یا بد ستاره‌های هنری و ورزشی اختصاص داده بود. این برنامه هم به‌خاطر او تماشایش می‌کردند. علی ضیا این روزها با برنامه نسبتاً قابل تأمل «بعضیا» در تلویزیون حضور دارد.



برنامه‌های «شب شیشه‌ای» و «عبور شیشه‌ای»، تنها ناجی شبکه تهران در سال ۸۷ به حساب می‌آید که هنوز نتوانسته رقیبی پیدا کند.

