

# پوکه، پلاک، ماشه

نگاهی به سریال بیدارباش / ۴

پیشاهنگان مشارکت

پرونده قاب کوچک درباره برنامه‌های مشارکتی

صفحات ۶-۱۳



## روز رستاخیز درویش

یکی دیگر از چهره‌های این هفته احمدرضا درویش است که خیلی دلمان می‌خواهد بگویمش چرا این همه کم‌پیدا شده‌ای، اما وقتی خبر از «روز رستاخیز» می‌شود و این که پس از گذشت سه سال بالاخره اکران می‌شود به درویش حق می‌دهیم. روز رستاخیز، مقطع تاریخی مرگ معاویه تا شهادت امام حسین(ع) در روز عاشورا را روایت می‌کند و از ویژگی‌هایش این است که تدوینش را طریق انور، تدوینگر صاحب‌نام که برای فیلم «سخنرانی پادشاه» نامزد دریافت اسکار بود، انجام داده و ساخت موسیقی این فیلم هم به عهده استیفن واریک، برنده اسکار بوده است. شنیدیم بیشتر از ۶۰ درصد فیلمبرداری این فیلم اطراف شهرستان بم و بقیه آن در شهداد، اصفهان، تهران، شاهرود و کشور سوریه ضبط شده است و شهرهای مکه، کوفه، دمشق و بخشی از شهرهای مدینه، بصره و نیز دشت کربلا جغرافیای اصلی این فیلم را تشکیل می‌دهد. همین‌طور بد نیست بدانید علاوه بر بازیگران ایرانی، هنرپیشه‌هایی از کشورهای سوریه، کویت، عراق و انگلستان ایفاگر نقش‌های مختلف در فیلم «روز رستاخیز» هستند.



## رادیو تابستانه آری رادیو تابستانه نه!

راه افتادن رادیو تابستانه در تابستان امسال حرف و حدیث‌های بسیاری به همراه داشت، درحالی که مخاطبان استقبال زیادی از این رادیو و برنامه‌های مفرح و شادش کردند (که البته مهم‌ترین هدف این رادیو نیز به نظر می‌رسید فراهم کردن اوقاتی شاد برای مردم در تابستان باشد) برخی برنامه‌سازان و دست‌اندرکاران مربوط، رویکرد و نگاه مثبتی به این مقوله نداشتند، چراکه عده‌ای بر این باور بودند حضور چشمگیر و همه‌جانبه مجریان و برنامه‌سازان از هر شبکه‌ای در رادیو تابستانه به اقبال مخاطبان از دیگر شبکه‌های رادیویی ضربه می‌زند. اما آنچه باعث شد امروز و در قسمت چهره‌های روز از رادیو تابستانه بگویم داستان خداحافظی جانشین این رادیو و دست‌اندرکارانش در هفته آخر تابستان بود؛ چراکه تا روز برنامه و دقایق آخر رادیو تابستانه به شنوندگان گفته می‌شد از فردا از این موج برنامه‌ای نخواهید شنید تا این که در اختتامیه این رادیو محمدحسین صوفی، معاون صدا اعلام کرد حالا رادیو مهر را راه‌اندازی می‌کنیم با رویکرد مسائل آموزشی، فرهنگی و اجتماعی و داستان این شد که به قول قدیمی‌ها اشک‌ها خشک شد و البته شنوندگان بسیاری خوشحال شدند. به هر حال ادامه حیات رسانه‌ای که مخاطبان خودش را در مدت زمانی کوتاه پیدا کرده است لازم است، اما این که تا دقیقه ۹۰ شنونده را برای خداحافظی آماده و بعد غافلگیرش کنیم را نتوانستیم بدرستی درک کنیم.

## دومین عروسک موزیکال متولد شد



چند روز پیش خبری خواندیم درباره فیلم موزیکال عروسکی به نام گورداله. می‌گویند این گورداله دومین فیلم موزیکال عروسکی پس از شهر موش‌هاست. قبل از هر چیز، نام فیلم بود که درگیر و فکریمان کرد؛ گورداله نام شخصیت عروسکی اصلی این فیلم سینمایی است که در کنار خانواده‌اش درگیر نقشه شوم غول قصه می‌شود و داستان فراز و نشیب‌های فانتزی دارد و دست‌اندرکاران فیلم می‌گویند همه اقدار سنی را درگیر قصه می‌کند. البته این فیلم، عروسک‌های عجیب و غریب دیگری هم دارد مثل قازقول! کارگردان گورداله که نادره تر کمانی است و پیش از این نیز با تولید «خاله سوسکه» تجربه کار کودک را دارد، درباره این اثر گفته است پس از ۳۰ سال که از تولید «شهر موش‌ها» می‌گذرد این دومین فیلم سینمایی موزیکال عروسکی ایران است که ساخته و در آن سعی شده با استفاده از ترانه‌های عامیانه و فولکلور ایرانی، فضایی شاد و در عین حال آموزنده برای مخاطبان فراهم شود. تر کمانی عقیده دارد این فیلم می‌تواند احیاکننده فرهنگ اصیل ایرانی برای نسل امروزی باشد. راستش شنیدن این خبر ما را به یاد تجربه‌های نسبتاً موفق و مخاطب‌پسندی مانند «دزد عروسک‌ها»، «الو الو من جوجوام» و «البته» «کلاه قرمزی» و «پسر خاله» انداخت، با این تفاوت که به نظر می‌رسد گورداله کاملاً عروسکی و داستان آن برگرفته از افسانه‌های قدیمی است و ما خوشحالیم که کارهای متفاوتی از این دست این روزها بیشتر در دست تولید قرار دارد.

## خبرساز شدن بعد از رفتن

چه می‌شود کرد و چه می‌شود گفت که این دنیا و مناسب‌بختی انگار قصد ندارند تغییر پیدا کنند. نه این که قصه امروز روزگار ما باشد، سال‌هاست که شاعران، نویسندگان و اهل دل داد برآورده‌اند و گفته‌اند که تا کسی هست سراغش را نمی‌گیریم و وقتی کسی می‌رود همه یادش می‌افتیم. هفته گذشته خبری روی خروجی رسانه‌ها قرار گرفت که تیتراژ آن، روایت درگذشت یک دوبلور پیشکسوت بود: حسین حاتمی، دوبلور پیشکسوت سینما و تلویزیون در هفتاد و یک سالگی درگذشت. در میان اهالی رسانه معدود بودند کسانی که این هنرمند را بشناسند، نه این که ما بگوییم شما خبر فوت حاتمی را در موتورهای جستجو ببینید، همه خبرگزاری‌ها یک متن چند خطی را از هم کپی کرده بودند. اما این خبر وقتی پررنگ‌تر شد که همه متوجه شدند این دوبلور پیشکسوت برادر مرحوم علی حاتمی نیز بوده است. ما هم به گفته‌های آنها استناد می‌کنیم؛ مرحوم حسین حاتمی، بازیگر و صداپیشه فیلم‌ها و سریال‌های متعددی بود، مثلاً در سریال برادرش هزارستان نقش یک آرایشگر را بازی می‌کرد و در فیلم‌های «مادر» علی حاتمی، انیمیشن معروف «سفرهای کمون» فیلم «سراسر شب»، فیلم «جمیل» ساخته احمد بخشی و... هم گویندگی و بازی کرده بود، اما واقعیت این است که این چهره خبرساز هفته گذشته ما خیلی هم آشنا نبود یا این که کمتر کسی سراغ او را می‌گرفت. زنده‌یاد حسین حاتمی سال ۱۳۲۰ در تهران متولد شد. او که در رشته روان‌شناسی تحصیل کرده و معلم نیز بود، دوبله را از سال ۱۳۴۰ آغاز کرد. اتفاق خوبی نیست ولی مرحوم حسین حاتمی هم با مرگش خبرساز شد. او را در مراسمی با حضور پیشکسوتان عرصه دوبله در قطعه هنرمندان بهشت زهرا(س) به خاک سپردند.



## تنها بازمانده سیاه‌بازی ایران را دریابیم

برمی‌خیزد. البته می‌گویند آقای آشنا - مدیرکل مرکز هنرهای نمایشی - از افشار عیادت کرده و پیگیر مسائل مالی است، یعنی می‌داند او بیمه نیست و توان مالی او با عمل جراحی رابطه خوبی ندارد و باقی ماجرا و چه خوب قرار است حواسشان باشد و پیگیر باشند. سعدی افشار که متولد ۱۳۱۳ است اولین بار سال ۱۳۳۰ روی صحنه رفته و بعدها در تئاترهای سیاه‌بازی و تخت‌حوضی شرکت کرده و در نقش سیاه و مبارک روی صحنه رفته است. از او به عنوان تنها بازمانده سیاه‌بازی در ایران یاد می‌شود و ما امیدواریم تنها بازمانده این هنر سنتی کشورمان هرچه زودتر سلامت خودش را به دست بیاورد.



دوست ندارم از کسی به عنوان چهره یاد کنم که بیمار باشد، غمگین باشد، دردمند باشد و خلاصه خوشحال نباشد. این بار باید و باید از سیاه صمیمی و محبوب کشورمان بنویسم که در بستر بیماری است؛ سعدی افشار که ۶۰ سال است در نمایش‌های سنتی سیاه‌بازی ایفای نقش می‌کند به گفته پزشکان به دلیل پوکی استخوان و بروز مشکل در ستون فقراتش در بیمارستان بستری است. یک همراه او در گفت‌وگو با یکی از خبرگزاری‌ها گفته اگر کارش به جراحی بکشد هزینه عمل از توان او خارج است. می‌پرسید چرا؟ چون بیمه نیست. همان داستان همیشگی که و همان‌آه همیشگی که درست این وقت‌ها از نهاد

## دعا برای خواننده «ای ساربان»

بیشتر ما قطعه ارکسترال ای ساربان را به خاطر داریم که با صدای مهرداد کاظمی از رادیو و تلویزیون پخش می‌شد. مهرداد کاظمی اواخر دهه ۶۰ از پیشگامان احیای موسیقی پاپ ایران بود که همین باعث شد محبوبیتش نزد مخاطبان جوان بیشتر شود. کاظمی که کار حرفه‌ای خود را از اواخر دهه ۴۰ در رادیو و تلویزیون و وزارت فرهنگ و هنر آغاز کرده شاگرد استادانی چون ادیب خوانساری و محمود کریمی برای یادگیری فنون آواز بوده است.

این خواننده شصت و یک ساله دکترای موسیقی دارد و در عرصه موسیقی سنتی ایرانی، ارکسترال و پاپ فعالیت داشته است. اما در خبرآنلاین خواندیم این خواننده پیشکسوت به دلیل عفونت حاد ریه در بیمارستان بستری شده است و ناخوشایند بود که دوباره بشنویم به کما رفته است و پسرش در گفت‌وگو با این خبرگزاری از مردم خواسته برای سلامت پدرش دعا کنند. گرچه این‌طور زمان‌ها یاد کردن از هموطنان و هنرمندان و هموعان‌مان وظیفه است، ولی ضمن این که برای بهبود مهرداد کاظمی دعا می‌کنیم و برایش آرزوی بهبودی داریم یک بار دیگر به خودمان و خود خودمان یادآور می‌شویم همیشه و دست‌کم تا آنجا که می‌توانیم به یاد هم باشیم.



## بازگشت جیرانی به سینما

فربدون جیرانی قصد دارد دوباره فیلم بسازد. با شنیدن این خبر می‌گوییم چقدر خوب شد دست از سر «هفت» و ۷۲ ملتش برداشت و روی آورد به همان فیلمسازی‌اش؛ البته سوءتفاهم نشود، ایشان روی برنگردانده بودند. داستان از این قرار است که رحمان سیفی آزاد و لیلا لاریجانی، که سناریوی «قصه پریا» را نوشته‌اند در حال نوشتن فیلمنامه‌ای هستند به نام «زندگی دوگانه فیروز» که رحمان سیفی آزاد درباره‌اش گفته است: «یک کمدی - اجتماعی است با محوریت زندگی یک مرد میانسال چهل و دو ساله که بشدت خسیس است، اما بروز ماجراهایی سبب می‌شود یک تحول در زندگی وی به وجود بیاید.» البته آزاد در ادامه گفته فیلمنامه فارغ از رگه‌های اجتماعی - کمدی خود رنگ و بوی دینی هم دارد؛ یعنی یک کمدی - اجتماعی است با نگاه دینی و همین باعث شده انتظار داشته باشند مورد توجه دست‌اندرکاران دولتی سینما قرار گیرد و این هم فکر خوبی است. امیدواریم قصه فیروز، قصه دلنشین و دیدنی بشود. یک کار خوب دیگر از آقای جیرانی ببینیم و نشود چیزی که بهانه‌ای آورد برای خوب نبودنش!



برنامه زنده «فرصت برابر» به تهیه‌کنندگی علیرضا سپهرین-که از شبکه آموزش پخش می‌شود- همراه با کارشناسان مجرب سعی دارد برنامه‌ریزی درسی، روش‌های مطالعه، تست‌زنی و ایجاد انگیزه در دانش‌آموزان و داوطلبان کنکور را آموزش دهد.

این برنامه بخش‌های متنوع و بسته به دوره‌های زمانی، برنامه‌ریزی متفاوتی دارد. به عنوان مثال در ایام پیش از کنکور به آموزش مواد درسی و برنامه‌ریزی برای مخاطبان، در زمان کنکور به آماده‌سازی داوطلبان برای شرکت در این آزمون و پس از کنکور به شناساندن رشته‌ها و دانشگاه‌ها و چگونگی انجام یک انتخاب رشته مناسب می‌پردازد.

در هر سه دوره علاوه بر کارشناسان و مدرسان، مشاوران تحصیلی و خانواده، راهنمایی مخاطبان و خانواده آنها برای آماده‌سازی روحی داوطلب و طی کردن هر چه مطلوب‌تر این دوره‌ها را به عهده دارد.

این برنامه گاهی پا را فراتر نهاده و به سراغ همسالان می‌رود تا با بیان ساده و تاثیرگذار خود از علت شکست‌ها و موفقیت‌ها گفته، راه‌های موفقیت خود را آن گونه که تجربه کرده‌اند به مخاطبان بیاموزند.

مجریان برنامه همگی بخوبی از عهده اجرا برآمده‌اند و حضور موثری در پیشبرد مباحث و مطالب دارند. شاید یکی از ویژگی‌های مثبت این برنامه، انتخاب مجریانی است که همسن و سال مخاطب نیستند و این اختلاف نسلی که هوشمندانه انتخاب شده می‌تواند نقطه اتکا و اعتمادی برای مخاطب نوجوان و جوان باشد؛ جوانی که اکنون و در شرایط آماده شدن برای آزمون است نه به رابطه دوستانه که به رابطه استاد شاگردی نیازمند است تا بتواند به انباشته‌های ذهنی و تجربی او تکیه کند. خوشبختانه مجریان این برنامه همگی واجد این شرایط هستند.

فرصت برابر گرچه به نوعی یک مجله آموزشی-تصویری است، اما ویژگی‌هایی دارد که آن را به یک برنامه تلویزیونی موفق تبدیل کرده است. یکی از آنها استفاده و انتخاب کارشناسان، مشاوران و مدرسانی است که از قدرت بیان بالایی برخوردارند؛ شیوا سخن می‌گویند و به نوعی کاریزما تیک هستند. در واقع آنها به دلیل داشتن این مشخصات به گونه‌ای مخاطب را مسحور می‌کنند، می‌توانند به او اطمینان خاطر بدهند که سخن درست می‌گویند و اگر به گفته‌های آنها عمل شود، به نتیجه مطلوب خواهند رسید.

## خانه ما

## اختلاف نظرهای خانوادگی

پروانه عبداللہی

خانم‌جان بدو بدو می‌رود سمت تلویزیون و درست آن گوشه روی مبل می‌نشیند که نما و دید بهتری دارد و همین طور زیر لب می‌گوید: «به خدا خیلی بهتر است از این سریال چینی، ژاپنی‌ها، من که هیچ کدام را از هیچ کدامشان تشخیص نمی‌دهم! یکجور لباس می‌پوشند. همه‌شان هم که چشم‌ها قد نخودچی، قد و قواره بگم چی؟...»

خنده انانم نمی‌دهد و می‌پرسم: «خانم‌جان موضوع از چه قرار است؟! دور از جانتان نق که نمی‌زنید؟» مادر چشم غره می‌رود و همین که می‌خواهد چیزی بگوید خانم‌جان نگاهش می‌کند: «خودم گفتم با من لفظ قلم حرف نزنند، البته فکرش را هم نمی‌کردم که این چشم سفید قبول کند...» و می‌خندد رو به من که بزن شبکه پنج. الان است که تکیه بر باد شروع شود.

برق از سرم می‌پرد. خوب می‌دانم یک دقیقه از تکیه بر باد خانم‌جان اگر بگذرد باید نازش را بشکشم تا درست روز بعد و تکرار سریال.

همین که سریال شروع می‌شود خانم‌جانم را می‌بینم که زیر لب چیزی می‌گوید. نگاه می‌کنم به عاطفه تکیه بر باد با آن پنجاه دست لباس رنگ و وارنگی که روی هم پوشیده تا لابد نشان بدهد تازه به دوران رسیده است و حواسم می‌رود به حرف‌هایی که دارد به برادرش می‌گوید. لحظه حساسی است. با خودم می‌گویم همین الان است که برادر داد و فریادی راه بیندازد و سیلی در گوش خواهر بزند و کشان کشان ببردش که با صدای خانم‌جانم حواسم پرت می‌شود. خانم‌جانم به مردمک چشم‌مانم نگاه می‌کند و چشم بر نمی‌دارد و با آه و حسرت می‌گوید: «الان را نبین. چند صبح دیگر اگر پشیمان نشد. حیف‌حیف!»

زیر لب می‌خندم: «خانم‌جان شما چرا غصه می‌خوری؟ داستان است.» انگار که نشنیده باشد یا بخواد خودش را بزند به نشنیدن ادامه می‌دهد: «حیف از آن پدر با آن همه مهربانی. حیف از دست تو سخته کرد! حیف نیامد؟» کم کم دایره نگرانش



## نگاهی به برنامه آموزشی «فرصت برابر»

# کنکوری جریان‌ساز

کارشناس واگذار کند تصویر مجری دیزالومی‌شود به تصویر کارشناس، اما وقتی کارشناس می‌خواهد بحث مجری را ادامه دهد یا تکمیل کند، دوربین از مجری تراول می‌کند به کارشناس. این ریزه کاری‌های تصویری از درک زیباشناسانه و روان‌شناسانه عوامل سازنده نشان دارد.

بزرگ‌ترین ویژگی فرصت برابر، جامعیت داشتن آن است. این برنامه، کنکوری‌ها، خانواده آنها، دوستان، دبیران، مشاوران تحصیلی، مدرسان آموزشگاه‌های کنکوری، کارشناسان سازمان سنجش و مولفان کتاب‌های کنکوری... را مورد توجه قرار می‌دهد و نقد و تحلیل می‌کند.

فرصت برابر که ابتدا به گونه‌ای مکمل کمک آموزشی‌های کنکور بود، طی سال گذشته پا را فراتر نهاده و با راهاندازی سایت فرصت برابر و برنامه‌ریزی دقیق در جهت هر چه تخصصی‌تر شدن، به قطبی بزرگ و جریان‌ساز در عرصه کنکور تبدیل شده است.

این مساله شاید خواست نهایی یک برنامه آموزشی-تلویزیونی باشد که فرصت برابر در کوتاه زمانی این مسیر را طی کرده و جایگاه خود را به درستی یافته است.

آنها گاهی میان مباحث آموزشی، خاطرات و تجربه‌های خود، اطرافیان و مشاهیر و بزرگان جهان را عنوان می‌کنند که به گوش مخاطب آشنا آمده، خوش می‌نشیند و به او دلگرمی و انرژی می‌دهد تا هر چه بیشتر تلاش کند. البته این برنامه برای این که هرچه بیشتر تصویری شود، از عناصر دیگری همچون تصویربرداری، دکور، کلیپ‌ها، گزارش‌های تصویری و... سود برده است.

دکور آن از یک میز بزرگ کتابی شکل و یک میز کوچک‌تر سفید تشکیل شده و در پس زمینه آن تصویری انتزاعی و رنگ‌هایی تند و شاد به چشم می‌خورد که به نوعی مهیج است و انرژی حیاتی در روح مخاطب می‌دمد. تصویربرداری یکی از نقاط مثبت کار است که می‌تواند الگوی مناسبی برای این گونه برنامه‌ها باشد. استفاده مناسب و بجا از تکنیک‌های تصویربرداری چون تراولینگ، پن و... و نمایش قاب‌های زیبا با در نظر داشتن ابعاد روانشناختی تصویری در فرصت برابر، ویژگی‌های بارز و مثال‌زدنی تصویربرداری است.

به عنوان نمونه وقتی قرار است مجری، بحث را به

می‌شدم. چند روز پیش گفته بود پدر عاطفه تکیه بر باد انگاری دایی مرتضای خدا بیامرز و بلافاصله هم گفته بود هر چه خاک مرتضامه عمر این مرد باشه و من خوب می‌دانم یاد روزهای آخر دایی مرتضی افتادن خانم‌جانم چه عواقبی دارد. بلند و بی‌اراده می‌گویم: «خانم‌جان! شما نگران نباش این آقای بدجنس پولدار تکیه بر باد عاطفه را دوست دارد. حالا کمی سنشان بالاست که البته این روزها با بوتاکس و رنگ و اینها پیری و جوانی که معنا ندارد. تازه این آقا پولدار هم هستند!»

خانم‌جانم جوری با غیظ نگاهم می‌کند که لال می‌شوم و پدر که تا همین لحظه سکوت عجیبی اختیار کرده بود بی این که نگاهم کند زیر لب می‌گوید: «توی سرش بخورد دوست داشتش!» و بعد جمله مرا تکرار می‌کند: «این آقای بدجنس پولدار تکیه برباد عاطفه را دوست دارد!»

احساس می‌کنم دوباره بی‌جا و مکان حرف زده‌ام و یاد حرف آقا جانم می‌افتم که حرف در دهان گوهر است، پس مراقب باش. همین اثناست که آقای پولدار را از نمای نزدیک نشان می‌دهد که چشمانش پر از اشک شده است. کم مانده بگویم دیدید گفتم! اما زبان به کام می‌گیرم و نگاه به قیافه مضطرب خانم‌جان می‌کنم که نگران حال پدر عاطفه تکیه برباد است. استکان چای را با ظرف توت خشک خانم‌جانم جلوی من می‌گذارم و آرام می‌گویم: «نگران نباش خانم‌جان!»

دستش را چند بار به زانو می‌زند که یعنی استرس دارد و بعد بلند می‌گوید: «تو دیده، قیا دیده که می‌گویند همین را می‌گویند.» مادر تأیید می‌کند: «من همیشه به پدر بچه‌ها می‌گویم نباید حسرت به دل چیزی باشند و گرنه...»

پدر جان انگار که عصبانی شده باشد، می‌گوید: «وگرنه چه؟ فکر کردی برای چه نگذاشتم موقع انتخاب واحد، شهرستان را انتخاب کند؟! عاشق خانواده‌ام می‌شوم وقتی هر جمله سناریو و هر حرف کارگردان را جدی می‌گیرند. اگر الان برادر بزرگه اینجا بود می‌گفت: «پس معلوم است کارشان را درست انجام داده‌اند!» سریال دارد تمام می‌شود و من خودم را برای رویارویی با صحنه‌های کلیشه‌ای خانه‌مان آماده کرده‌ام. همین که محمد اصفهانی بخواند: «تقاص چپو می‌گیری که تا اینجا کشوندیمون.»

## خط فرضی

آزاد جعفری

یکی از نکات مهم در کارگردانی فیلم داستانی، توجه به خطوط دید در نماهای مختلف است. شرط لازم کارگردانی فیلم یعنی صحنه‌پردازی همین جا آشکار می‌شود و اهمیت پیدا می‌کند. کارگردان باید نظری دقیق درباره موقعیت دوربین داشته و قادر باشد از پیش، فضای کلی صحنه و موقعیت دوربین و بازیگران را در ذهن مجسم کند و ساختاری را که از ترکیب‌های مختلف این عناصر به دست می‌آید، حدس بزند. الگوهای صحنه‌پردازی اصطلاحی است که برای تبیین انواع و اقسام روش‌های موجود برای کارگردانی درست صحنه به کار می‌رود و هدفش جلوگیری از شکسته شدن خط فرضی و به هم خوردن درک بیننده از موقعیت مکانی صحنه است.

خط فرضی در یک تعریف اجمالی عبارت است از خطی که ما آن را برای محدود کردن گستره جابه‌جایی دوربین در نظر می‌گیریم تا هنگام اتصال نماهای مختلف به یکدیگر، تماشاگر دچار سرگشتگی نشود و بتواند تجسم درستی از موقعیت مکانی صحنه داشته باشد.

به عنوان نمونه، اگر ما در یک تصویر، چهره کاراکتری را در حال صحبت مشاهده کنیم به گونه‌ای که نگاه شخصیت به سمت چپ کادر است، در تصویر بعدی باید جهت نگاه طرف مقابل گفت‌وگو به سمت راست کادر باشد، در غیر این صورت به نظر می‌رسد کاراکتر اول دارد پشت به کاراکتر دوم حرف می‌زند یا این که به عکس، مخاطبش به او پشت کرده و به جای نگاه کردن به او دارد سمت دیگری را نظاره می‌کند.

این معضل زمانی پیچیده‌تر می‌شود که ما قصد استفاده از نمای اوور شولدر یا نمای روی شانه را داریم.

همین‌طور زمانی که گفت‌وگو را با نماهای تک‌نفره‌ای پیش می‌بریم که در آنها کاراکتر از روبه‌رو دیده می‌شود نه از نیم‌رخ. اینجا دیگر زاویه نگاه هر دو کاراکتر نزدیک به دوربین است و تشخیص خط فرضی به سادگی موقعیتی نیست که جهت نگاه، مستقیم به سمت راست یا چپ تصویر است.

در این موقعیت باید توجه داشته باشیم که جهت نگاه شخصیت به کدام سمت دوربین است. اگر به سمت راست دوربین نگاه می‌کند در تصویر بعدی مخاطب باید در حال نگاه به سمت چپ دوربین باشد و این روند تا پایان گفت‌وگو یا تا وقتی بازیگران جای خود را عوض کنند و خط فرضی دیگری را ایجاد نمایند ادامه پیدا می‌کند.

اما خط فرضی از کجا آغاز و به کجا منتهی می‌شود؟ در صحنه‌های مکالمه، نقطه شروع و پایان خط فرضی عبارت است از چشم دو طرف در حال گفت‌وگو و در صحنه‌هایی که به جای المان انسانی، شیء در تصویر داریم این خط از یک سمت دوربین آغاز می‌شود و تا سمت دیگر آن به اندازه ۱۸۰ درجه ادامه پیدا می‌کند.

یعنی در واقع خط فرضی عبارت است از قطر دایره‌ای فرضی که دوربین در یکی از نیم‌دایره‌های آن قرار گرفته و اجازه ورود به نیم‌دایره دیگر را ندارد.

تنها در این صورت است که در تدوین نماهای مختلف به یکدیگر، خط فرضی شکسته نمی‌شود و تماشاگر می‌تواند تجسم درستی از فضای صحنه داشته باشد.

شرح کامل جزئیات خط فرضی در کتب تخصصی فیلمسازی تبیین گردیده است.





نگاهی به سریال «بیدارباش»

# پوکه، پلاک، ماشه

حمید سلیمی

تاریخ معاصر ایران بی‌شک تحت تاثیر واقعه‌ای شکوهمند و بی‌همتاست؛ حماسه‌ای سترگ به نام دفاع مقدس.

نبرد حماسه‌ای و نابرابر میان دلاوران ایرانی با بقیه دنیا. روزهایی که کوچه با خون رنگ می‌شد و نوجوانان به جبهه می‌رفتند و عاقله مرد بر می‌گشتند؛ عاقله مرد می‌رفتند و جانباز بر می‌گشتند؛ جانباز می‌رفتند و بر دوش رفقایشان بر می‌گشتند و رهایی و کمال را معنا می‌کردند.

روزهای آتش و خون را ایران و جهان بسادگی از یاد نخواهد برد. چنان‌که حافظه جمعی ایرانیان پر است از نمادها و نشانه‌هایی که این واقعه بر جای گذاشت و برای همیشه طرز تفکر ما را نسبت به خاک، وطن و جنگ تغییر داد.

دفاع مقدس مثل هر واقعه مهم اجتماعی-بشری دیگر بزودی به سوژه‌ای عالی برای رسانه‌ها بدل شد. از همان روزهای اول جنگ سرعت به سینما و تلویزیون راه یافت و مردم بحق عطش داشتند جوانان خود را در قلاب تصاویر ببینند که حماسه خلق می‌کنند و دشمن ناپاک را می‌رانند.

سینمای دفاع مقدس به همین سبب شکوفا شد و کمی بعدتر سریال‌سازی جنگی هم از راه رسید و شما هم آگاهید که زمان بر کدام مدار گذشت و گذشت تا امروز شد، پاییز ۹۱ و آخرین سریال جنگی «بیدارباش». بیدارباش که از شبکه یک پخش می‌شود یک مجموعه جنگی با رگه‌هایی پررنگ از طنز موقعیت و با شخصیت‌هایی ملموس و جذاب است.

بیدارباش را احمد کاوری ساخته

که سال‌ها به عنوان دستیار کارگردان در حوزه سینمای دفاع مقدس فعالیت کرده و اولین فیلم سینمایی او، یعنی «نفوذی» فیلمی متفاوت در همین ژانر بود.

کاوری با تجربه‌ای که در این مدت اندوخته و با توانایی و هوش بالایی که در کارگردانی دارد و قیلا هم در ساخته‌هایش از جمله فیلم تحسین شده «خودزنی» که در جشنواره فجر بشدت مورد استقبال منتقدان قرار گرفت، این توانایی‌ها را ثابت کرده-این بار هم سراغ داستانی چندلایه رفته تا روایتی تازه را از حضور نیروهای مردمی در جنگ ارائه کند.

کاوری در مقام کارگردان، موفق شده با انتخاب نماهایی مناسب و پرهیز از فرم‌گرایی بی‌هوده و خودنمایی کاذب، روایتی

ساده و سرراست از قصه خودارائه‌کننده بدون آن که تحت تاثیر فضای داستان و قصه قرار بگیرد و سراغ پلان‌های شلوغ و آشفته برود، بسادگی کار را با بهترین شکل، دکوپاژ کرده و موفق شده بدون افتادن ریتم، کار را پیش ببرد.

از جمله ویژگی‌های مثبت دیگر بیدارباش، بازی یکدست و روان بازیگران است. نقطه اوج سریال، موقعیت در ارائه شخصیت‌هایی بشدت واقع‌نما و به دور از کلیشه‌ها و شعارهاست که سبب باورپذیری و جذابیت مضاعف شده است.

شخصیت‌های اصلی با بازی خوب بازیگرانی نظیر اکبر عبدی، مجید صالحی، مهدی صباغی، خاطره اسدی، جواد هاشمی و... بدون اغراق رفتاری و کلامی، تیپ‌هایی آشنا اما نه کلیشه‌ای را به مخاطب عرضه می‌کنند و همین آشنا نگاری سبب می‌شود بیننده بخوبی با داستان و آدم‌های آن همراه شود و نگران از سر نوشت قهرمان و یارانش، دم به دم وقایع سریال را پی بگیرد.

نکته دیگر که در کار بشدت به چشم می‌خورد، ضعف امکانات است. این فیلم به سبب فقدان وسایل و امکانات مورد نیاز برای ساخت آثار جنگی، در بسیاری از صحنه‌ها نوعی طراحی فقیرانه و حداقلی بخوبی به چشم می‌آید که گاهی حتی مانع باور کردن وقایع می‌شود که ضربه مهلکی بر این سریال واقع‌نماست.

**بیدارباش بدون شک اثری بی‌عیب و نقص نیست. اما مجموعه‌ای است شریف، جذاب و بسیار دلنشین**

بیدارباش بدون شک اثری بی‌عیب و نقص نیست. اما مجموعه‌ای است شریف، جذاب و بسیار دلنشین. سریالی که پس از مدت‌ها، جنگ را به یاد مردم آورده و لبخندی از جنس خاطره‌بازی بر لبانشان نشانده است. آنها که از مخاطب نداشتن ژانر دفاع مقدس حرف می‌زنند، احتمالاً هرگز استقبال عاشقانه مردم از کاروان‌های شهدای گمنام را ندیده‌اند

که تابوت‌های خالی چگونه بر دست مردم نوازش می‌شود و هر شهیدی بسان سرداری فاتح شهر را از ارتفاع عشق مردم می‌گردد.

مردم هنوز و همیشه حماسه‌ای را که فرزندان‌شان خلق کردند دوست خواهند داشت و این قصه تا ابد برایشان کهنه نمی‌شود. سستی از قصه‌گویی است که یادشان رفته این حماسه را همین مردم زمینی خلق کردند، از بین ما رفتند و شعر عشق سرودند و فرشته‌هایی مادر زاد نبودند که بین نمازهایشان در آغوش خدا بخوابند. اگر یاد بگیریم در آثار دفاع مقدس حجم شعور را از شعار بیشتر کنیم، مردم سرعت ثابت می‌کنند داستان و خاطرات جنگ هنوز هم برایشان شنیدنی است...





زندگی روزمره آدم‌ها گاه دستخوش تغییرات و اتفاقاتی می‌شود که در عین سادگی، گره‌های زیادی را به وجود می‌آورد، گره‌هایی که اگرچه از ابتدا بر اثر یک اتفاق نه چندان مهم ایجاد شده، اما بهانه‌هایی برای گسترش پیچ و خم‌های زندگی است.

استفاده از موضوع اجتماعی و برخاسته از متن زندگی مردم در آثار تلویزیونی به دلیل ایجاد امکان همذات پنداری، فضایی ملموس و... مخاطب در دل قصه می‌تواند ضامن جذابیت و استقبال از یک اثر تلویزیونی در قالب‌های مختلف باشد. این مهم با توجه به برد وسیع تلویزیون میان اقشار متنوع مخاطبان امکان تحقق بیشتر و سریع تری خواهد یافت.

فیلم تلویزیونی در حال تولید «اشیا از آنچه فکر می‌کنید به شما نزدیک‌ترند» را - که به سفارش شبکه یک سیما در حال تولید است - می‌توان از زمره همین آثار تلقی کرد.

این تله‌فیلم که به کارگردانی و نویسندگی نرگس آبیاری و تهیه‌کنندگی محمد قاسمی و ابوذر پورمحمدی مراحل ساخت خود را سپری می‌کند داستان زنی باردار و دارای یک فرزند است که همراه همسر خود فرید با بازی حسام بیگدلو و دو همسایه خود در خانه‌ای قدیمی زندگی می‌کنند. او برای پذیرایی از مهمانان خود یک دست بشقاب به امانت گرفته اما یکی از بشقاب‌ها می‌شکند و او را به دروغ گفتن وامی‌دارد. وی در پی یافتن بشقاب‌های مشابه به بازار می‌رود و ماجراهای دیگر فیلم بتدریج رقم می‌خورد. گلاره عباسی، حسام بیگدلو، گیتی معینی، فاطمه شکری، مهران رجبی، رامسین کبریتی و امیر غفارمنش برخی از بازیگران این تله‌فیلم هستند.

برخی دیگر از عوامل و دست‌اندرکاران این اثر هم عبارتند از: مدیرتصویربرداری: منصور ظهوری، مدیرصدابرداری: مسیح سراج، طراح گریم: هاشم فغانی، طراح صحنه و لباس: جعفر محمدشاهی، مدیر تدارکات: مجید رنجبر، دستیار اول کارگردان و برنامه‌ریز: فرشاد ارج و...

#### دروغ، تم اصلی داستان است

برای تهیه گزارشی از روند تولید این تله‌فیلم با آرش داوودی، مدیرتولید این کار تماس می‌گیرم و هماهنگی‌های لازم را انجام می‌دهم. لوکیشن موردنظر خانه‌ای پرکاربرد در ساخت آثار تلویزیونی واقع در بازارچه شاهپور است. خانه‌ای آجری و دو طبقه که خانه لیلا، شخصیت اصلی داستان با بازی گلاره عباسی و دو همسایه‌اش محسوب می‌شود و بخش عمده‌ای از ماجرا در آن به تصور کشیده خواهد شد. گروه مشغول ضبط یکی از پلان‌هاست. دو اتاق تو در تو خانه عزیز، همسایه لیلا با بازی گیتی معینی است و سفره‌ای هم روی زمین پهن است.

لیلا از در وارد می‌شود و عزیز را صدا می‌زند.

- عزیز جون بشقاب خورشت خوری داری؟ قراره

مادر شوهرم اینا بیان

خونمون. خودم داشتم

اما خانه زد دو تا از

### نقش منفی به من نمی‌آید

گلاره عباسی که در تله‌فیلم اشیا از آنچه فکر می‌کنید به شما نزدیک‌ترند یکی از نقش‌های اصلی را بازی می‌کند درباره بازی در تله‌فیلم‌ها می‌گوید: من معتقدم بخشی از لذت بازی در تله‌فیلم‌ها در پروسه تولید آن اتفاق می‌افتد. جالب است بدانید من تا به حال در چند تله‌فیلم بازی کرده‌ام که بسیاری از افراد هنوز به یاد دارند و وقتی من را می‌بینند آن را یادآوری می‌کنند؛ بنابراین اگر یک اثری اعم از نمایش، فیلم سینمایی و تلویزیونی یا سریال از کیفیت خوبی برخوردار باشد، حتماً به استقبال مخاطب روبه‌رو می‌شود. متأسفانه برخی همکاران ما به تله‌فیلم‌ها به عنوان منبع درآمد و گذران اوقات بیکاری‌شان نگاه می‌کنند. اما من سعی می‌کنم در اوج بیکاری هم درگیر این نگاه نشوم؛ بنابراین اگر در کاری حضور پیدا کنم مثل یک سریال نود شبی برای آن انرژی صرف خواهم کرد و اساساً نباید غیر از این باشد.

عباسی درباره تجربه کردن و قرار گرفتن در قالب نقش‌های مثبت می‌گوید: نقش‌های منفی چندان به من نمی‌آید. اما گاهی اوقات در بعضی نقش‌هایم از جمله در سریال «نون و ریخون» سعی می‌کنم شیطنتهایی برای کاراکتر در نظر بگیرم یا مثل سریال «شیدایی» نقش را جدی‌تر بازی کنم. به هر حال این یک روال مرسوم است که کارگردانان معمولاً ترجیح می‌دهند بازیگری را که به یک نقش نزدیک‌تر است، انتخاب کنند. بسیاری از اوقات خود بازیگران هم این تمایل را دارند. در حال حاضر به دنبال این نیستم که نقش‌های متفاوتی را تجربه کنم. بیشتر به این فکر می‌کنم که در کارهای خوب حضور داشته باشم و تصور می‌کنم نقش‌های مثبت هم جای کار بسیاری دارد.



### گزارش پشت صحنه فیلم تلویزیونی «اشیا از آنچه فکر می‌کنید به شما نزدیک‌ترند»

# برشی از واقعیت یک زندگی

سعی کردیم از افراد توانمندی در تولید این اثر استفاده و بسترهای لازم برای ارائه یک کار با کیفیت کاملاً فراهم کنیم.

قاسمی درباره علت انتخاب نرگس آبیاری به عنوان کارگردان می‌گوید: خانم آبیاری تالیفات زیادی در حوزه داستان نویسی دارد و ما سال‌ها با ایشان در حوزه مستندسازی همکاری کرده و در این زمینه توفیقات زیادی را در جشنواره‌های مختلف داخلی و خارجی کسب کرده و گذشته از این تجربه، ساخت آثار داستانی را هم داشته‌است. اگرچه ممکن است از نظر کمی کارهایشان کوتاه‌تر باشد، اما از نظر کیفی آثار قابل توجهی هستند.

#### بازی در کارهای خوب بهتر است

گلاره عباسی، بازیگر نقش لیلا که چندیار است در نقشی با این نام بازی می‌کند توضیحاتی درباره ویژگی‌های نقش خود بیان می‌کند و می‌گوید: برای چهارمین بار است که در نقش فردی با نام لیلا بازی می‌کنم (با خنده). به نظر من این نقش بسیار خوب شخصیت‌پردازی شده است. لیلاهایی را که بازی کرده‌ام بسیار دوست داشتم و با آنها ارتباط خوبی برقرار کرده‌ام.

او درباره نحوه پیوستن‌اش به این کار چنین توضیح می‌دهد: پیش از این با آقای فرشاد ارج تجربه همکاری داشتم و ایشان پیشنهاد بازی در این نقش را به من دادند. فیلمنامه را خواندم. از نقش و قصه خوشم آمد و دوست داشتم حتماً در این نقش بازی کنم، زیرا کارگردان این کار یک زن است و من از همکاری با کارگردانان زن از جمله خانم برومند خاطره خوبی دارم. قصه این تله‌فیلم هم دارای مایه‌هایی زنانه است و ما در طول کار با لیلا همراه می‌شویم. در این کار داستان چند روز از زندگی یک زن در عین سادگی‌اش روایت می‌شود و فضای آن بسیار به زندگی روزمره خودمان نزدیک است.

بازیگر نقش لیلا درباره نحوه بازی در این کار ادامه می‌دهد: وقتی با خانم آبیاری درباره نوع ایفای نقش صحبت کردم ایشان تأکید زیادی داشتند که بازی‌ها کاملاً رئال باشد و هیچ ادایی در نیآوریم و این همان جنس از بازی است که من آن را ترجیح می‌دهم. ممکن است بازیگر موفق نشود کاملاً این حالت را پیاده کند، اما به هر حال این نوع نگرش به بازی برایم جذابیت داشت.





پیام‌هایی دارد که می‌خواهد به مخاطب منتقل کند. او برای انتقال پیام خود حاضر است هزینه کند، اما مجرا یا کانال انتقال پیام را در اختیار ندارد و شیوه مناسب تأثیرگذاری آن را بلد نیست. در چنین شرایطی رادیو و تلویزیون می‌تواند به میدان بیاید و با توجه به مخاطبانی که نهاد مربوط برای خود تعریف کرده برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی کند.

برای مثال در قالب سریال یا تله‌فیلم یا برنامه ترکیبی پیام آن نهاد را به صورت غیرمستقیم که بهترین شیوه اثرگذاری است به مخاطب منتقل کند. البته برنامه‌ساز رادیو و تلویزیون رگ خواب مخاطب را می‌داند و قادر است اسباب سرگرمی و جذب مخاطب را هم فراهم کند.

این تعامل دوسویه برای صدا و سیما هم مزیت‌هایی دارد، چون به هر حال بخشی از هزینه‌ها را می‌کاهد و نهاد مشارکت‌کننده موظف می‌شود تمام یا بخشی از هزینه‌های کار را بپردازد، اما بیش از صدا و سیما برای آن نهاد مفید است، چون به بهترین حالت، پیام خود را به مخاطب منتقل می‌کند.

به این تعامل دوسویه در اصطلاح برنامه‌سازی، «برنامه‌های مشارکتی» می‌گویند. برنامه‌هایی که حاصل همکاری رادیو و تلویزیون با نهادهایی است که قصد دارد در حوزه کاری خود فرهنگسازی کند.

البته برنامه‌های مشارکتی از این نظر که گاهی نهادهای مشارکت‌کننده بی‌توجه به عناصر برنامه‌سازی از صدا و سیما می‌خواهد مبلغ صرف آنها باشد، دچار اشکالاتی هم هست. به هر حال حسن بزرگ کار مشارکتی این است که با شیوه‌های غیرمستقیم، فرهنگسازی می‌کند و این نکته‌ای است که برخی نهادهای مشارکت‌کننده از آن غافل هستند.

اشکال دیگر مشارکت نهادهای ساخت برنامه‌ها وقتی نمود پیدا می‌کند که نهادهای به عنوان سرمایه‌گذار یا به اصطلاح اسپانسر وارد میدان می‌شوند و هدفشان هم تبلیغ صرف است. در این شیوه که اتفاقاً مخاطب هم متوجه آن می‌شود گاهی آنچنان تبلیغ شرکت سرمایه‌گذار انجام می‌شود که پیام اصلی اثر هم تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد. به هر روی با توجه به اهمیتی که برنامه‌های مشارکتی دارد موضع پرونده این هفته را به این برنامه‌ها و اثرگذاری پیامی که منتقل می‌کند، اختصاص داده‌ایم.



عزت صفوی

استاد بزرگی می‌گفت قبول که ما مشکلات اقتصادی داریم، قبول که در خیلی از حوزه‌ها خوب عمل نکرده‌ایم، قبول که از همه فرصت‌هایمان درست استفاده نکرده‌ایم، اما مشکل اساسی و اصلی ما اینها نیست. مشکل اساسی و اصلی ما ضعف فرهنگی است.

او می‌گفت اگر فرهنگ را اصلاح کنیم خود به خود دیگر حوزه‌ها رشد خواهد کرد، بحران اقتصادی حل می‌شود و کمبودها جبران می‌شود، چرا؟ چون دانش و آگاهی پیدا می‌کنیم؛ دانش این که در چنین حوزه‌هایی ضعف داریم و این که ضعف‌ها را با چه راهکارهایی می‌توانیم برطرف کنیم.

وقتی خوب فکر می‌کنی می‌بینی واقعا این طور

است. ما برای این که مشکلاتمان را برطرف کنیم به فرهنگسازی نیاز داریم.

مثلا اگر می‌خواهیم منابع موجود را بیهوده هدر ندهیم باید به مردم آگاهی بدهیم. همکاری نکردن آنها چه نتایجی در بر خواهد داشت؟ حالا فکر کنیم این فرهنگسازی چگونه و از چه محلی باید انجام پذیرد؟

طبیعی است خیلی‌ها رسانه‌ها را به عنوان کانال‌های اصلی این کار می‌دانند و رسانه‌ها بخصوص رادیو و تلویزیون با توجه به فراگیری و انبوه مخاطبان وظیفه خطیری دارد، اما این طور نیست که نهادهای دیگر شانه خالی کنند و کنار بکشند.

مثلا ما در شرایط فعلی نیاز داریم منابع انرژی خود را به شکل بهینه مصرف کنیم. برای این که در این زمینه فرهنگسازی شود چه باید کرد؟ آیا تلویزیون موظف است

به تنهایی وارد میدان شود و وظیفه آموزش همگانی را در همه حوزه‌ها و زمینه‌ها به عهده بگیرد؟

چنین انتظاری بعید است، اما این مهم با یک روش کارآمد و اصولی قابل دستیابی است و آن وقتی است که نهادهای ارگان‌ها با توجه به مأموریتی که دارند زمینه‌های همکاری و مشارکت با رادیو و تلویزیون را فراهم کنند. به عنوان مثال دستگاه‌های مسئول در زمینه منابع انرژی، اهداف و پیام‌های خود را در قالب برنامه‌هایی که با مشارکت رادیو و تلویزیون ساخته می‌شود باید به مخاطب منتقل کنند.

مزیت بزرگ این امر، همنشینی کار و اندیشه و انتقال پیام به مخاطب در بهترین حالت تأثیرگذاری است.

مشارکت نهادهای صدا و سیما نوعی تعامل دوسویه است. هر نهادی یکسری اهداف و ایده‌آل‌هایی و

## استانداردسازی واحد در برنامه‌های مشارکتی

مهدی دهقان

چند سالی است بحث تولیدات مشارکتی در کشور ما راه افتاده است؛ در حالی که این مساله سالیان زیادی است در صنعت سینمای دنیا باب است. مشارکت در تولیدات نمایشی و غیرنمایشی در دنیا به مفهوم حمایت از بنگاه تولیدکننده نیست، بلکه به گونه‌ای در آثار آورده می‌شود که آن شرکت اعتبارش به این واسطه گسترده‌تر شود. در واقع خیلی مستقیم به آن بنگاه اشاره نمی‌شود، بلکه در لایه‌های زیرین و خیلی هنرمندانه می‌آید تا بتواند از این طریق پیام خود را به مخاطبان منتقل کند.

اما از وقتی بحث تولیدات مشارکتی در کشور ما دنبال می‌شود، انتظار نهادهای اقتصادی این است که آثارشان به شکل تابلوی اعلانات در آثار نمایشی باشد. متأسفانه این نوع پرداخت برای دستگاه‌های اقتصادی ضدتبلیغ است و نه تنها اعتباری به ارمغان نخواهد آورد، بلکه برای مخاطبان هم آزاردهنده می‌شود.

متأسفانه عدم درک درست از رسانه باعث می‌شود تبلیغات به شکل گل‌درشت در کار گنجانده شود. امروز مخاطبان با سریال‌های زیادی روبه‌رو هستند که بانک‌ها، شرکت‌های آب، گاز، نفت، برق، بیمه و... در تولید آثار مختلف تلویزیونی و رادیویی همکاری می‌کنند، بدون آن که از قواعد درام پیروی کنند.

اکنون این اتفاق در مجموعه‌های نمایشی و غیرنمایشی هم افتاده و باعث شده تبلیغات گل‌درشت شرکت‌ها نه تنها کمکی به آنها نکند، بلکه نتیجه عکس هم داشته باشد. مسلماً در این باره باید مدیران فرهنگی و بخش‌های اقتصادی را توجیه کرد که اگر تبلیغات به شکل واضح باشد، نه تنها الگوی درستی به مخاطب ارائه نمی‌کند، بلکه آزاردهنده هم می‌شود و ضد تبلیغ خواهد بود.

متأسفانه در این باره دلال‌هایی در حوزه فرهنگ و هنر فعال هستند. آنها وقتی تهیه‌کنندگان به دنبال جذب بودجه هستند و پول کم می‌آورند

شرکت‌های اقتصادی را برای بخش مالی به پروژه تزریق می‌کنند. این دلال‌ها نه تنها سود می‌برند، بلکه سطح توقع شرکت‌های اقتصادی حمایت‌کننده از آثار را هم بیشتر می‌کنند.

بنابراین برای حل این مشکل در گام اول باید جلوی فعالیت دلال‌ها را گرفت و اگر قرار است اثری با مشارکت نهادی تولید شود باید از قواعد درام پیروی کند و تبلیغات به شکل غیرمستقیم در کار گنجانده شود.

این مشکل برطرف نخواهد شد مگر آن که در این باره فرهنگسازی شود تا نهادهای مشارکت‌کننده در تولید یک اثر مرتب انتظار نداشته باشند تا به شکل زیرنویس از همان ابتدای اثر درباره نهاد مربوط صحبت شود. یکی دیگر از مشکلاتی که در ارتباط با برنامه‌های مشارکتی وارد است و در این باره باید توجه بیشتری کرد، استانداردسازی واحد در زمینه تولیدات مشارکتی است. در این باره شاهد هستیم هر شبکه‌ای بنا به شرایطی که با آن روبه‌روست، تصمیم می‌گیرد؛ در حالی که باید استانداردهای مشخصی وجود داشته باشد تا بر آن اساس عمل کرد نه این که هر شبکه‌ای برای خودش قانونی داشته باشد و بر آن اساس عمل کند.

متأسفانه این مساله باعث شده یک نهاد صرفاً با یک شبکه همکاری کند و در آن شبکه برنامه‌های متنوعی داشته باشد و بقیه شبکه‌ها محروم از همکاری نهاد مربوط باشند.

در این باره می‌توان به سازمانی همچون کنترل ترافیک اشاره کرد که بیشترین همکاری را با شبکه سه دارد. به همین دلیل در این شبکه شاهد برنامه‌های متنوع نمایشی و غیرنمایشی با مشارکت این نهاد هستیم.

از سوی دیگر، شبکه‌های دیگر از این همکاری محروم هستند یا به شکل خیلی ضعیف برنامه‌ای با همکاری آن نهاد دارند. همچنین بیشترین همکاری ستاد مبارزه با مواد مخدر با شبکه یک سیماست و این شبکه در این باره برنامه‌های متنوعی تهیه و پخش می‌کند، در حالی که این نوع برنامه‌ها در شبکه‌های دیگر خیلی کم دیده می‌شود.

مسلماً هر شبکه‌ای براساس مأموریت‌هایی که به عهده دارد برنامه‌های



متنوعی هم برای پخش آماده می‌کند، اما اگر تولیدات مشارکتی به یک استانداردسازی واحد برسد، در آن صورت شاهد همکاری نهادهای گوناگون با شبکه‌های مختلف خواهیم بود که می‌توانند پیام‌های مناسبی در اختیار مخاطبان قرار بدهند، نه این که گلچین خوب برنامه‌ها تنها در یک شبکه محدود شود.

این محدودیت حتی گاهی باعث می‌شود تعدد برنامه‌های شبکه، مانع پرداختن مناسب به برنامه‌های نهاد مشارکت‌دهنده شود. گاهی پخش فوتبال از این شبکه مانع روی آنتن رفتن این برنامه می‌شود و مخاطبانی که پیگیر این برنامه هستند، به خاطر فوتبال نمی‌توانند آن را دنبال کنند یا برخی سازمان‌ها از جمله شهرداری تنها با شبکه‌های استانی فعالیت می‌کنند. مسلماً زمانی که این همکاری به کل شبکه‌ها سرایت کند دیگر شاهد چنین مشکلاتی نخواهیم بود و برنامه‌ها در شبکه‌های مختلف قرار می‌گیرند.

در حال حاضر شبکه‌های سراسری از طریق گیرنده‌های دیجیتال قابل دریافت هستند، بنابراین باید براساس آمار بینندگان و علاقه‌مندی‌هایشان بر تعاریف برنامه‌های مشارکتی بازنگری شود تا شاهد تجمع برخی برنامه‌های خوب در یک شبکه نباشیم. در این صورت، مخاطبان استقبال بیشتری خواهند کرد و آموزش پیام‌های نهادهای مشارکت‌کننده در میان شبکه‌ها تقسیم می‌شود.



# پشاهنگان مشارکت

طاها سعیدی

قصه سریال مشارکتی و ساخت و ساز یک مجموعه داستانی با پول نهادهای ارگان‌ها، سال‌هاست پای بسیاری از سازمان‌ها، وزارتخانه و... را به سریال‌سازی باز کرده تا جایی که حالا کارهای مشارکتی در اولویت قرار گرفته است. البته در این میان برخی سازمان‌ها با برنامه‌ریزی صحیح و اصولی و در اختیار گرفتن افراد مستعد و زبده آثار مشارکتی قابل قبولی تولید کرده و برخی دیگر راه را به خطا رفته‌اند و سریال را فقط بستری برای تبلیغات مستقیم و غیرمستقیم نهاد یا سازمان خودشان قرار داده‌اند و به نوعی تبلیغ‌شان به ضدتبلیغ تبدیل شده است.

## ناجا، پیشاهنگ مشارکتی‌ها

میان همه این ارگان‌ها و نهادهای نیروی انتظامی طی این سال‌ها بیشترین مشارکت را در ساخت تله‌فیلم و سریال داشته است. ناجا طی سه سال متوالی به شکل ویژه و برای گرامی‌داشت هفته نیروی انتظامی تله‌فیلم‌هایی تولید کرد که به دلیل تعجیل در نگارش فیلمنامه و تولید، به آثار درخور توجهی تبدیل نشد. البته در این میان تله‌فیلم‌های خوبی چون «خراجی» ساخته مهدی کریمپور و «سرقت» و «گروگان» هر دو ساخته محمدرضا آهنج از تله‌فیلم‌های خوب و موفق ناجا بود. این نهاد در ادامه سیاست‌های خود برای گرامی‌داشت هفته ناجا، تولید مینی‌سریال را جایگزین تولید تله‌فیلم کرد. سریال «سقوط آزاد» به کارگردانی علیرضا امینی سال گذشته تولید شد؛ سریالی که با حضور ستارگان و کارگردان سینمایی‌اش، نتوانست انتظارات را برآورده کند. حالا و برای امسال هم، ناجا تولید سه سریال را در دستور کار خود قرار داده است؛ اولین آنها «دیوار» به کارگردانی سیروس مقدم است؛ سریالی که با توجه به حضور کارگردان کارکشته و مخاطب‌شناسی چون مقدم قطعا کار موفقی از کار درخواهد آمد در ضمن فیلمنامه سریال را هم سعید نعمت‌الله نوشته است. سریال «ماتادور» و «بدل»، دیگر سریال‌های در دست تولید ناجا است که سریال اول به کارگردانی فرهاد نجفی در دست تولید است و دومی هم در مرحله نگارش، تا پس از اتمام فیلمنامه جلوی دوربین مهدی فخیم‌زاده می‌رود. ناجا که پیش از این در تولید سریال‌هایی چون «خواب و بیدار»، «معما» و... در جذب مخاطب، موفق عمل کرده بود، حالا نشان می‌دهد که پس از چند تجربه ناموفق، دوباره با جذب کارگردانان کاربلد درصدد تولید سریال‌های مشارکتی پر مخاطب است.

## سریال‌های نفتی و گازی

شرکت گاز و در کل وزارت نفت هم از وزارتخانه‌های تقریبا فعال در عرصه سریال‌سازی است. این وزارتخانه که تولید چند فیلم سینمایی موفق از جمله «جنگ نفتکش‌ها»

و «توفان» را در کارنامه تولیدات نمایشی خود دارد در ساخت چند سریال تلویزیونی هم مشارکت داشته است. «نفس سنگ» به کارگردانی احمد بخشی که سال‌ها به‌عنوان دستیار در کنار علی حاتمی فعالیت داشت، یکی از سریال‌های شرکت گاز است؛ سریالی که البته به شکلی کاملا مستقیم به ارائه پیام‌های آموزشی درباره شیوه استفاده از گاز می‌پرداخت. این شرکت طی یکی دو سال اخیر هم در تولید سریال مشارکت داشته است. تولید بخشی از سریال اپیزودیک «شاید برای شما هم اتفاق بیفتد» از جمله فعالیت‌های اخیر این شرکت است، اما مهم‌ترین و قابل توجه‌ترین سریال شرکت گاز، مشارکت در تولید «مثل یک کابوس» بود؛ سریالی که هرچند در بخش پیام‌های آموزشی‌اش کمی مستقیم‌گویی می‌کرد، اما ساختار منسجم و داستان پریپیچ و خم و پر تعلیق‌اش از آن اثری قابل توجه ساخت. البته در این مدت وزارت نفت هم به شکل مستقیم وارد عرصه سریال‌سازی شد، سریالی با نام «چاه پنجاه» که الان حدود دوسالی می‌شود

هنرمند و «کتایفروشی هدهد» به کارگردانی مرضیه پرومندی اشاره کرد که هر دوی آنها با مشارکت سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تولید شد، اما یکی دیگر از سازمان‌های وابسته به شهرداری تهران - که در تولید سریال مشارکتی حضوری موفق داشت - سازمان آتش‌نشانی است. سازمانی که طی این سال‌ها با تولید سریال «عملیات ۱۲۵» توانست در قالب اثری خوش ساخت و مخاطب‌پسند، فعالیت‌ها و عملیات مهیج آتش‌نشانان را به تصویر بکشد. سریالی که



به دلیل مشکلات مالی متوقف شده و امکان ادامه تولید آن هم تقریبا صفر است.

## شهرداری، فعال در سریال‌سازی

شهرداری تهران و موسسات و سازمان‌های وابسته‌اش در سال‌های اخیر در تولید و مشارکت آثار زیادی نقش داشته است. نکته قابل توجه در خصوص سریال‌های مشارکتی شهرداری و موسسات وابسته‌اش، پر مخاطب و جذاب بودن بیشتر آنهاست؛ سریال‌هایی که غالب آنها را هم کارگردانان صاحب‌نام تولید کرده‌اند، کارگردانی که به واسطه حضورشان در راس سریال توانسته‌اند پای بازیگران اسم و رسم‌داری را به سریال‌شان باز کنند. از جمله این سریال می‌توان به «زیر تیغ» به کارگردانی محمدرضا



جواد نوروزبیگی، تهیه‌کننده سریال شوق پرواز، سریال زندگی سردار علی صیادشیرازی را در دستور کار خود قرار داده است. فرهاد توحیدی که فیلمنامه اولیه شوق پرواز را نوشته، نگارش فیلمنامه زندگی شهید صیاد را به عهده دارد. البته بنیاد شهید در عرصه سریال‌سازی علاوه بر ساخت این قبیل مجموعه‌های نمایشی، سریال‌های دیگری هم ساخته که بارزترین تولید نمایشی آن سریال پر مخاطب «گل پامچال» به کارگردانی محمدعلی طالبی است که سال ۱۳۷۰ پخش و با استقبال بسیار خوبی هم روبه‌رو شد.

## کمیته امداد و سریال‌سازی

کمیته امداد امام خمینی (ره) هم یکی از نهادهای فعال در عرصه سریال‌سازی است؛ نهادهی که تلاش دارد در قالب آثار نمایشی خود بحث اتفاق و کمک به هموطنان را ترویج دهد. یکی از سریال‌های معروف این کمیته «لیخند زندگی» است که اوایل دهه ۷۰ پخش شد؛ سریالی که موجب دیده شدن یک چهره جدید شد. این چهره جدید کسی نبود جز نسرين مقانلو که با این سریال حسابی دیده شد و به شهرت رسید. سریال «سر نوشت» با نام قبلی «سامیه» هم یکی دیگر از تولیدات مشارکتی کمیته امداد است. این کمیته امسال هم در ساخت سریال «رویای گنجشک‌ها» مشارکت داشته است. این سریال به کارگردانی راما قویلد قرار بود ماه مبارک رمضان از شبکه دو پخش شود که این امر اتفاق نیفتاد و حالا در نوبت پخش این شبکه است.

## سریال‌های مالیاتی

سازمان مالیاتی کشور هم در مناسبت‌های مختلف در عرصه تولید سریال ورود کرده و سریال‌هایی را با مشارکت تلویزیون تهیه و تولید کرده است. یکی از آخرین کارهای این سازمان، سریال کمدی «روزگار خوش حبیب آقا» است؛ سریالی که اگرچه برای پخش در ایام نوروز آماده شد، اما روی آنتن رفتنش در این مناسبت هم نتوانست زیاد به کمکش بیايد. سریالی که با وجود حضور سیروس گرجستانی چندان به چشم نیامد.

## سازمان بازرسی و پرونده جرائم کلان

یکی از جذاب‌ترین و صریح‌ترین سریال‌های دهه ۸۰ با مشارکت سازمان بازرسی کل کشور تهیه و تولید شد. این سازمان با در اختیار قرار دادن پرونده‌هایش برای ساخت سریالی نمایشی، زمینه تولید مجموعه اپیزودیک «جستجوگران» را مهیا کرد؛ سریالی به کارگردانی محمدعلی سجادی که با همه تنگناهایی که داشت، توانست نظر مخاطبان را جلب کند. لحن صریح سجادی در به تصویر کشیدن پرونده مفاسد اقتصادی و عبور او از برخی خطوط قرمز موجب شد این سریال در کانون توجه قرار بگیرد. جستجوگران هرچند پخش خوبی نداشت و با کمترین تبلیغ روی آنتن رفت، اما همین نگاه جسورانه موجب تبلیغ دهان به دهان آن میان مخاطبان شد و آمار مخاطبان سریال به طرز عجیبی بالا رفت. این سازمان پس از موفقیت سری اول، آمادگی خود را برای تولید فصل دوم سریال اعلام کرد و محمدعلی سجادی هم نگارش فیلمنامه آن را شروع کرده، اما هنوز به تولید نرسیده است.



# آنچه شما خواسته‌اید

مریم طالبی

طی این سال‌ها برنامه‌های نمایشی و غیرنمایشی مشارکتی بسیاری ساخته شده است. در میان نهادهای مشارکت‌کننده، بیشترین همکاری را سازمان‌های آب، برق، گاز، نیروی انتظامی (ناجا)، بیمه و... داشته‌اند. البته در این باره نمی‌توان نهادهای اقتصادی همچون بانک‌ها را نادیده گرفت که به عنوان اسپانسر در برخی تولیدات نمایشی همچون «عید امسال»، «پنج کیلومتر تا بهشت» و... حضور داشتند و صحنه‌هایی از آثار تولید شده به ورود شخصیت‌های قصه به بانک‌ها اختصاص داشت.

در میان آثار تولید شده نمایشی و غیرنمایشی که با مشارکت نهادی تهیه شده است برخی آثار موفق‌تر از بقیه بودند که در این گزارش تلاش کردیم بخشی از برنامه‌ها و سریال‌های مشارکتی موفق‌تر را مرور و دلایل موفقیت آنها را بیان کنیم.

## آتش‌نشانی واقعی در عملیات ۱۲۵

بهرروز افخمی پس از «کوچک جنگلی» در دهه ۶۰ دیگر برای تلویزیون مجموعه نداشت تا این که با کارگردانی سری اول «عملیات ۱۲۵» با موضوع حرفه آتش‌نشانی دوباره به تلویزیون برگشت.

از سال‌ها پیش ساخت مجموعه‌های تلویزیونی با محور قرار دادن یک حرفه خاص همچون پزشکی، پرستاری، آتش‌نشانی و... در شبکه‌های مختلف تلویزیون دنیا رواج پیدا کرد و دستمایه مجموعه‌های جذابی همچون «هشدار برای کبری ۱۱»، «پرستاران»، «هلیکوپتر امداد» و... شد و توانست مخاطبان زیادی کسب کند، اما در مجموعه‌های وطنی کمتر پیش آمده نوع موضوعات به مجموعه‌های جذابی تبدیل شود.

بهرروز افخمی در مجموعه تلویزیونی عملیات ۱۲۵ به تهیه‌کنندگی داوود هاشمی سراغ یکی از پرخطرترین و جذاب‌ترین مشاغل دنیا یعنی آتش‌نشانی رفت که به لحاظ دراماتیک جای پرداخت زیادی داشت. او با انتخاب و هدایت صحیح نویسندگان این اثر توانست با محور قرار دادن زندگی شخصی و مشکلات تعدادی از داوطلبان آتش‌نشانی داستان‌های فرعی جذابی خلق کند.

این مجموعه روایتگر ماجراهای پنج جوان بود که تلاش می‌کردند وارد آتش‌نشانی شوند. گرچه این مجموعه با همکاری و سفارش سازمان آتش‌نشانی تهران ساخته شد، اما می‌توان گفت یکی از نکات ویژه مجموعه عملیات ۱۲۵ پرداخت به ریزترین جزئیات زندگی داوطلبان آتش‌نشانی بود. افخمی در این مجموعه با قرار دادن عنایت (عبدالرضا اکبری) به عنوان هسته مرکزی و دو آتش‌نشان قدیمی و کهنه‌کار در کنار او مثلث خوبی را شکل داد.

یکی از امتیازات این مجموعه گرفتن بازی‌های رئال از بازیگران بود در ضمن این که شخصیت طنز قصه، حسین لطیفی با بازی ایمان صفا به نمک قصه افزود. بعد از موفقیت سری اول این مجموعه، سری دوم هم به کارگردانی محمدرضا آهنگ ساخته شد. او در سری دوم، عملیات آتش‌نشان را به تصویر کشید و نشان داد چگونه آنها در معرض خطر هستند و جانشان را برای نجات افراد حادثه‌دیده به خطر می‌اندازند.

سری دوم این مجموعه هم با موفقیت روبه‌رو و باعث شد بار دیگر تلویزیون از داوود هاشمی بخواهد سری سوم این مجموعه را تهیه کند. فاز اول این مجموعه را مسعود آب‌پرور ساخت و فاز دوم را بهروز افخمی کارگردانی کرد. هنوز سری سوم این مجموعه پخش نشده تا مورد قضاوت قرار بگیرد.

## اجرای موثر مجری‌رها شده از دام اعتیاد

تاکنون برنامه‌های متنوعی در ساختارهای نمایشی و گفت‌وگو محور با موضوع اعتیاد از شبکه‌های سیما

پخش شده، اما برنامه شروع خوب با اجرای یک مجری که خودش سال‌ها گرفتار معضل اعتیاد بوده، رنگ و بوی دیگری به برنامه‌های شبکه سه داد. این برنامه به تهیه‌کنندگی علی زاهدی و اجرای امیر معافی از شبکه سه پخش شد. زاهدی، جزو تهیه‌کنندگان فعال و با سابقه در سازمان صدا و سیماست که تهیه برنامه‌های خوبی همچون جزر و مد، کوله‌پشتی، فوق‌العاده، نیمروز... را در کارنامه دارد. در واقع می‌توان او را جزو تهیه‌کنندگانی به شمار آورد که سرش برای تهیه برنامه‌های چالشی و مناسب درد می‌کند.

او با تهیه برنامه شروع خوب کارنامه‌اش را کامل کرده است. زاهدی برای اجرای این برنامه دست به اقدام جالبی زد که تاکنون در تلویزیون تجربه نشده و آن هم دعوت از فردی برای اجرا بود که سال‌های بسیاری با معضل اعتیاد دست و پنجه نرم کرده و حالا چند سالی می‌شود از این بیماری رها شده است. معافی در حال حاضر عضو تیم ملی تیراندازی با کمان است و به عنوان تنها نماینده ایران در اجلاس وین همراه سردار اسماعیل احمدی‌مقدم شرکت و درباره مبارزه با مواد مخدر صحبت کرد.

معافی چهار سال پیش همراه مادرش در برنامه «ماه عسل» بدون آن که از مسئولان بخواهد تصویرش را شطرنجی کند، حاضر شد و درباره سال‌هایی که در بند اعتیاد بود، صحبت کرد و در مقام مجری مقابل کارشناسان و افرادی که معضل اعتیاد را لمس کرده‌اند، نشست و چندی بعد هدایت برنامه شروع خوب را به عهده گرفت.

معافی نه تنها اجرای خوبی داشت، بلکه با توجه به تجربه‌ای که درباره مواد مخدر دارد، سوالات خوبی هم مطرح کرد. برنامه شروع خوب تلاش کرد با رویکرد مثبت نگرانه این معضل قدیمی و بارها گفته شده را با روش و ساختاری جدید و متفاوت بیان کند و آن را به تصویر بکشد. این برنامه ترکیبی از حضور کارشناس، پخش مستند و دعوت از افرادی بود که سال‌ها اسیر اعتیاد بودند.

انتخاب این ترکیب، جذابیت خاصی به برنامه داد و باعث شد خیلی عمیق به چگونگی گرایش افراد مختلف به اعتیاد بپردازد و کارشناس برنامه هم دلایل آن را مورد بررسی قرار بدهد. گرچه این برنامه از همکاری ستاد مبارزه با مواد مخدر نهاد ریاست جمهوری هم بهره برد، اما اصلا شبیه برنامه‌های سفارشی و مشارکتی که صرفا رپرتاژ آگهی هستند، نبود.

از سوی دیگر، نوع چیدمان مستندها در برنامه شروع خوب به حدی خوب بود که باعث شد برنامه از کلی‌گویی خارج شود و به جزئیات بپردازد تا بیشتر مورد توجه بینندگان قرار بگیرد و موضوع برای آنها قابل لمس و باور باشد.

برنامه شروع خوب صرفا گفت‌وگو با کارشناس را نشان نمی‌داد و تصاویر واقعی از معتادان و تجربیات اندوهناک آنها رنگ و بوی دیگری به این برنامه داد. این برنامه جسورانه، خطرات و پیامدهای منفی این معضل را روایت کرد و علاوه بر آسیب‌شناسی، نگاه هشداردهنده و پیشگیری هم برای خانواده‌ها داشت.

می‌توان گفت یکی از امتیازات برنامه شروع خوب پخش تصاویر و گفت‌وگوهای خیابانی با معتادانی بود که در حال مصرف بودند. این تصاویر، جذابیت بیشتری برای مخاطبان داشت و از سوی دیگر به اعتیاد زنان هم پرداخت و فقط جامعه مردان معتاد را انتخاب نکرد. صحنه‌های تلخ و تکان‌دهنده این برنامه، حرف‌های بسیاری برای جوانان و خانواده‌هایی داشت که با این معضل روبه‌رو بودند.

## کتاب‌های جذاب در کتابفروشی هدهد

مجموعه تلویزیونی کتابفروشی هدهد به کارگردانی



مرضیه برومند با مشارکت سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهیه و پخش شد. قصه کتابفروشی هدهد مانند سایر آثار برومند پیچیده نبود. روایت اتفاقاتی بود که اطراف ما به عنوان آدم‌های عادی در حال رخ دادن بود و همین آن را جذاب می‌کرد. این مجموعه که شنبه‌ها پخش می‌شد، مخاطبان را با آدم‌ها و کتاب‌هایش همراه می‌کرد.

بی‌تردید و بدون اغراق، کتابفروشی هدهد اولین سریال ایرانی است که طی چند سال اخیر به طور اختصاصی بحث کتاب را مطرح کرد. این مجموعه حکایت کیوان کتابچی، صاحب کتابفروشی هدهد بود که پس از مرگ پدرش آن را به شوهر خواهرش می‌فروشد تا به پیتزا فروشی تبدیل کند و خود با یک اتوبوس قدیمی مستعمل، دور و اطراف شهر به فروختن کتاب مشغول می‌شود. حکایتی نه چندان پیچیده با زبانی آمیخته با طنز معمول مرضیه برومند، نویسنده و کارگردان سینما و تلویزیون که در کارنامه خود آثاری موفق چون مدرسه موش‌ها، خانه مادر بزرگه، قصه‌های تابه‌تا، آرایشگاه زیبا، خودروی تهران یازده، ورثه آقای نیکبخت، الو الو من جوجوام، مربای شیرین و شمسی و مادام را دارد.

برومند پس از ساخت این مجموعه تاکید کرد: از کودکی تا امروز همیشه کتاب را دوست داشتم. در زیباترین و شیرین‌ترین خاطراتم حتما کتاب نقش اصلی داشته و با من همراه بوده است. همیشه دلم می‌خواست این دلبستگی به کتاب را جوری به نمایش بگذارم تا این که کتابفروشی هدهد این فرصت را به من داد.

هر قسمت این سریال به نام یک کتاب پخش می‌شد. یک هفته روی ماه خداوند را ببوس نوشته مصطفی مستور، یک قسمت به نام «مثنوی مولانا» و یک بار دیگر نیز اتوبیوگرافی هوشنگ مرادی کرمانی با نام «شما که غریبه نیستید».

در مجموع مرضیه برومند ثابت کرد می‌توان در قالب یک مجموعه نمایشی جذاب، کتاب‌ها را به شکلی



متفاوت، خواندنی و دوست داشتنی تبلیغ کرد.

## تابوشکنی کمال تبریزی در دوران سرکشی

کمال تبریزی از کارگردانان متبحر سینما و تلویزیون است که تاکنون ساخت آثار مختلفی را در کارنامه هنری‌اش به ثبت رسانده است. او سال ۱۳۸۰ دست به یک تابوشکنی در آثار نمایشی تلویزیون زد و آن هم تولید مجموعه تلویزیونی «دوران سرکشی» با موضوع عصیانگری دختران بود.

دوران سرکشی، داستان دختری فراری به نام روناک با بازی عاطفه نوری بود که با کمک بهزیستی قصد داشت به زندگی عادی بازگردد. در این باره مربی با بازی لادن مستوفی تلاش زیادی کرد تا روناک را به زندگی عادی برگرداند. او در این باره از هیچ تلاشی سر باز نزد.

این سریال به بررسی مشکلات اجتماعی و رفتاری بلوغ در دختران می‌پرداخت. تبریزی این مجموعه را به تهیه‌کنندگی رضا جودی و براساس فیلمنامه علیرضا طالب‌زاده جلوسی دوربین برد. این مجموعه گرچه به سفارش شهرداری تهران ساخته شد، اما به دور از هرگونه سفارش بود.

این مجموعه که از شبکه تهران روی آنتن رفت نه تنها توانست سطح آثار نمایشی تلویزیون را ارتقا ببخشد، بلکه به فیلمسازان نشان داد می‌توان اثر مشارکتی بدون تبلیغات ساخت که هم برای مخاطبان سرگرم‌کننده است، هم جنبه آموزشی دارد. این مجموعه هشدار می‌دهد به خانواده‌ها بود تا همیشه رفتار درستی با فرزندانشان داشته باشند تا مبادا از میان راه‌هایی که پیش رو دارند راه اشتباه را انتخاب کنند و با مشکلات زیادی همراه شوند.

## پلیس ۱۱۰ و مهدی فخم‌زاده

مجموعه تلویزیونی خواب و بیدار به کارگردانی مهدی فخم‌زاده و تهیه‌کنندگی سیدجمال ساداتیان سال ۱۳۸۱ ساخته شد و سال ۱۳۸۲ روی آنتن شبکه یک رفت. در این سریال محمد صادقی، دانیال حکیمی، لادن





مجموعه تلویزیونی بود. استفاده از فضاهای متعدد مجموعه مثل یک کابوس از دیگر نقاط قوت آن به شمار می رود. قاب‌بندی‌های مناسب، دکوپاژ خوب، بازیگری مقبول، تعدد لوکیشن و ضرباهنگ مناسب و قصه ملودرام اما معماگونه نکات بارز و نقطه قوت مجموعه به شمار می‌آیند که به طور قطع برای موفقیت یک اثر تلویزیونی، تضمین است.

#### شوق پرواز و حکایت یک قهرمان ملی

مجموعه تلویزیونی «شوق پرواز» به کارگردانی یدالله صمدی و تهیه‌کنندگی جواد نوروزبیگی با همکاری بنیاد شهید ساخته شد. این مجموعه جزو تولیدات فاخر تلویزیون است که توانست نگاه‌های بسیاری از مخاطبان را همراه کند. بینندگان این مجموعه با دیدن هر قسمت برای تماشای این اثر بیشتر رغبت می‌شدند، چرا که به دور از هر گونه کار سفارشی بود.

این مجموعه تلویزیونی به وقایع زندگی ماندگار و غرورآفرین شهید بابایی و نحوه شهادتش پرداخت و فرهاد توحیدی، مهدی محمدنژادیان و حسین تراب‌نژاد فیلمنامه اثر را بر پایه زندگی واقعی شهید عباس بابایی نوشتند. در این مجموعه بازی‌های بی‌نظیری از بازیگرانی چون شهاب حسینی، کورش تهامی، افسانه بایگان، ستاره اسکندری، الهام حمیدی، فخرالدین صدیق شریف، مهران رجبی، شهرام حقیقت‌دوست و... شاهد بودیم.

به تصویر کشیدن دوران کودکی، نوجوانی و جوانی شخصیت اصلی داستان (شهید عباس بابایی)، القای حس لازم در مخاطب برای باور لحظات سپری شده زندگی او و پرهیز از شعارزدگی از ویژگی‌های قابل تامل شوق پرواز بود. صمدی در شوق پرواز با بهره‌گیری درست و مناسب از بار دراماتیک داستان، تلاش داشت با ساختاری متفاوت به ترسیم ابعاد شخصیتی، وجوه انسانی و مناسبات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی شهید بابایی بپردازد. توجه وی به ساختار روایی، شخصیت‌پردازی‌ها، گره‌افکنی‌ها، امانت در تصویر کردن واقعیات و خلق باورپذیر اتفاق‌ها و حوادث زندگی قهرمان داستان صمدی، از احترام او به مخاطب نشان داشت.

داستان شوق پرواز از زمان حال آغاز شد و هنگام روایت، با فلاش بک‌هایی به گذشته می‌رفتیم و سرگرم دیگر زوایای پنهان زندگی شهید عباس بابایی می‌شدیم و با آن همذات‌پنداری می‌کردیم. بی‌تردید انتخاب بخش‌هایی از زندگی عباس بابایی که بار دراماتیک و جذابیت بیشتری داشت به انسجام خط روایی انجامید. فیلمنامه منسجم و انجام پژوهش و تحقیقات لازم و مناسب برای بازتاب شخصیت فردی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی شهید بابایی، پلی میان گذشته و اکنون زد. شوق پرواز حکایت شور و شوق یک قهرمان ملی بود که لایه‌لای دفترچه خاطراتش پنهان مانده بود؛ خاطراتی که بی‌شک بخشی از حماسه دفاع مقدس و شکوه آن دوران را در خود جای داده و هیچ گاه رنگ فراموشی نمی‌گیرد.

#### سفر بخیر و موضوعات متنوع

«سفر بخیر»، برنامه زنده شبکه سه، جزو تولیدات مشارکتی با پلیس راه است. این برنامه در هر هفته به موضوعات متنوعی می‌پردازد که برای بینندگان جذابیت زیادی به همراه دارد. این برنامه با شخصیت‌های متعددی گفت‌وگو می‌کند و اطلاعات مناسبی در اختیار بینندگان قرار می‌دهد.

مردم‌دار است و از اسراف و ریخت و پاش پرهیز می‌کند، اما نادر نقطه مقابل اوست. عاطفه که اعتقادات پدر و شیوه زندگی او را نمی‌پسندد به نادر گرایش پیدا کرده و از او می‌خواهد باهم ازدواج کنند. ظاهرعاطفه و سبک زندگی او چنان تغییر می‌یابد که همه خانواده با او به مشکل می‌خورند و نگرانش می‌شوند، اما عاطفه بی‌پروا به رفتارش ادامه می‌دهد و همه تلاشش را برای ازدواج با نادر می‌کند. نادر هم که سال‌ها پیش از همسرش جدا شده است، در ظاهر به او ابراز علاقه می‌کند و برای او خانه و ماشین می‌گیرد و شرایطی فراهم می‌آورد که عاطفه را همچنان راضی و مشتاق نگه دارد. مجموعه تکیه بر باد داستان تقابل‌ها و تضادها و مقابله عاطفه با هنجارهاست. این مجموعه به واسطه داستانی که مملو از گرهِ برای مخاطبان است، با کارگردانی یکدست و بازی‌های خوب توانسته نظر بینندگان را جلب کند.

**عملیات پایتخت و ماجرای یک جاسوس بیگانه** از دیگر آثار موفق تلویزیون در زمینه کارهای مشارکتی، فیلم تلویزیونی «عملیات پایتخت» به کارگردانی محمدرضا آهنج و تهیه‌کنندگی کاوه افضلی بود که با همکاری نهاد ریاست جمهوری و شبکه تهران ساخته شد. آهنج جزو کارگردانانی است که ساخت آثار متعددی را در کارنامه هنری‌اش به ثبت رسانده است. او غیر از این فیلم، مجموعه تلویزیونی «معما» هم ساخته بود و با آن‌که کار مشارکتی بوده، اما به زیبایی روایتگر یک قصه دلنشین بود.

فیلم تلویزیونی عملیات پایتخت، مضمونی پلیسی داشت و داستان سال ۲۰۰۲ و از جایی آغاز می‌شد که مبادله‌ای بین تشکیلات امنیتی ایران و یک جاسوس بیگانه صورت می‌گیرد. حامد، مامور امنیتی ایرانی برای معالجه به خارج از کشور سفر می‌کند، اما در این سفر ربوده می‌شود و...

حمیدرضا پگاه، امیر کاوه آهنجان، لیلا بلوکات، امیرمحمد زند، مریم سلطانی، محمود مقامی، شهرروز ابراهیمی، نازآفرین کاظمی، مژگان‌ترانه، پروانه صلابت و آنا گروگریان در آن ایفای نقش کرده‌اند.

#### گاز و مثل یک کابوس

مثل یک کابوس سومین تجربه شهرام شاه‌حسینی در تلویزیون است. شاه حسینی با تجربه و درس‌هایی که از کارگردانان بزرگی از جمله مرحوم رسول ملاقلی‌پور، بهرام بیضایی و سیامک شایقی به دست آورده، خود در ساخت آثار کوتاه و بلند سینمایی گام گذاشت. این مجموعه قصه مردی بود که برای پیدا کردن گذشته‌اش پس از ۳۰ سال به کشور بازگشت و درگیر ماجراهایی شد. در کنار این قصه خانواده‌ای را دیدیم که در سطح بالای تحصیلات و موقعیت اجتماعی قرار داشتند و البته در همان قسمت‌های نخست شوک بزرگی به آنها وارد شد و فرزند خود را که از اعضای یک تیم نجات شرکت گاز بود، از دست می‌دهند.

این مجموعه گرچه با مشارکت شرکت گاز تهیه شد، اما توانست اثر سفارشی مناسبی باشد. در واقع شاه‌حسینی در قالب یک داستان متفاوت، کار سفارشی خوبی ساخت. او ریتم مناسبی برای این کار انتخاب کرد تا مخاطب خسته نشود و پیگیر قصه باشد. استفاده از بازیگران باتجربه و بزرگی چون داریوش فرهنگ، محمد صادقی، بهرام ابراهیمی، ناصر طهماسب، زهره حمیدی و شراره دولت‌آبادی در کنار جوانانی مانند پریناز ایزدیار، آرمان صورتگر، نیما راد و سارا بهرامی نقطه عطف این

تا آن زمان فکر نمی‌کردم پلیس تا این حد پیشرفت کرده باشد. در ادامه هم مجموعه‌های «حس سوم» و «بی صدا فریاد کن» را ساختم.

می‌توان گفت مجموعه خواب و بیدار از کارهای مشارکتی خوب میان صدا و سیما و نیروی انتظامی است که در بازپخش هم توانست نگاه بسیاری از مخاطبان را به سمت خودش جلب کند. این مجموعه به زیبایی، تصویرگر زحمات نیروی انتظامی بود، بدون آن‌که تبلیغاتی باشد. مسلمان این موفقیت‌اش به این خاطر بود که پلیس مخاطب عام مد نظرش بود. به همین دلیل هم کار خوبی شکل گرفت.

#### تکیه بر باد و عصیانگری یک دختر بلندپرواز

مجموعه تلویزیونی «تکیه بر باد» به کارگردانی محمود معظمی و تهیه‌کنندگی حمیدرضا مهدوی از تولیدات شبکه تهران است که این روزها از شبکه تهران پخش می‌شود. این مجموعه نیز با آن‌که با مشارکت اداره کل اوقاف و امور خیریه استان تهران ساخته شده، اما هیچ ردی در این باره در مجموعه نمی‌بینیم. درواقع کارگردان، نویسندگان و بازیگران حرفه‌ای مانع شده‌اند این مجموعه تلویزیونی رنگ و بوی سفارشی به خود بگیرد.

در این مجموعه بازیگرانی چون فرامرز قریبیان، مهدی فخیم‌زاده، افسانه پاکرو، شهرام عبدلی، اشکان خطیبی، بهزاد خداویسی، شراره دولت‌آبادی، گلاره عباسی، فلور نظری و... ایفای نقش کردند. داستان سریال تکیه بر باد که یک ملودرام اجتماعی است و توسط عباس نعمتی، طلا معتمدی و محمدمحمود سلطانی نوشته شده درباره دختری به نام عاطفه است که با قبول شدن در دانشگاه از شیراز به تهران می‌آید و این مساله سرآغاز اتفاقات گوناگونی برای او و اطرافیانش است. عاطفه که دختر دادستان شیراز است در بدو ورودش به دانشگاه با مرد مسنی به‌نام نادر آشنا می‌شود.

پدر عاطفه (فرامرز قریبیان) مردی معتقد، مذهبی و

طباطبایی، مهدی فخیم‌زاده، لیلا برخوردار و رویا نونهالی ایفای نقش کردند.

داستان این مجموعه در مورد زنی به نام ناتاشا با بازی رویا نونهالی بود که به ایران باز می‌گردد تا معامله موادمخدر را به انجام رساند، اما با دستگیری همدستان او، ارزیابی که برای خرید مواد مخدر به ایران آورده شده به دست پلیس می‌افتد. ناتاشا که اکنون راهی برای ادامه کار ندارد تصمیم می‌گیرد با همدستی فردی با سابقه در ایران به نام عبدالله پلنگ به چند بانک دستبرد بزند تا پول لازم را برای انجام ماموریتش تهیه کند.

فخیم‌زاده درباره نخستین تجربه پلیسی‌اش در تلویزیون می‌گوید: بعد از سریال ولایت عشق، آقای قالیباف که فرمانده وقت نیروی انتظامی بودند، مرا صدا کردند و گفتند می‌خواهیم کاری درباره نیروی انتظامی بسازیم. من به آنها گفتم بلد نیستم کار تبلیغاتی و سفارشی بسازم. ایشان گفتند من هم نمی‌خواهم کار تبلیغاتی بسازید، می‌خواهم تصور مردم را از پلیس اصلاح کنم، چرا که مردم هنوز راجع به پلیس همان آژان‌های ۵۰ سال پیش را در خاطره دارند. تصورشان از بزهدار هم این است که همان آفتابه‌دزدهای ۵۰ سال پیش هستند. گفتم این یک بحث دیگر است. اجازه بدهید من کمی فکر کنم، چون الان ذهنیتی راجع به این کار ندارم. از دفتر ایشان که بیرون آمدم (در میدان عطار) متوجه شدم پلیس ۱۱۰ تازه تاسیس شده و آقای رویانیان نیز مسئول آنجا بود. در اتاق ایشان دیدم تابلویی نصب شده که اگر مثلاً در شهر کرمانشاه در ساعت فلان کسی به کلانتری زنگ زده باشد، این تابلو نشان می‌دهد. آن مساله در نگاه اول به نظر من جالب آمد و کم‌کم شروع کردم به تحقیق بیشتر. در ادامه متوجه گروهی به نام رهایی‌گروگان شدم که گویا مثل آتش‌نشانان آماده به کار هستند که هر کجا گروگانگیری اتفاق افتاد، وارد عمل می‌شوند و... در ادامه تحقیقاتم را وسیع‌تر کردم در مورد یگان ویژه، آگاهی و...، تا این‌که ماجرا برای خودم هم جالب و جذاب شد، چون



# چه کسی قاعده بازی را نمی‌داند؟

علی افشار

صدا و سیما مجموعه بزرگی است که انتظارات مدیریتی کلان از یک سو و توقعات مردمی از سوی دیگر، موجب می‌شود مسئولان و دست‌اندرکارانش از هر سو، با سلاقی و تصمیم‌های متعدد و گاه تعریف نشده مواجه باشند. طبیعی است اگر بخواهیم هر موضوعی را درباره این رسانه نقد کنیم باید مجموعه این شرایط را در نظر بگیریم، چراکه به نظر می‌رسد در بسیاری موارد، دست‌کم یک سلیقه از میان سلاقی که به تصمیم‌گیری در تلویزیون منجر می‌شود، با آنچه از سوی یک روزنامه‌نگار یا منتقد تلویزیونی تحلیل می‌شود، نزدیک است.

در چنین شرایطی، قطعاً طرف نقد باید بداند منتقد، قصد و غرضی بر عالم‌نمایی ندارد؛ چیزی که متأسفانه در فرهنگ نقدپذیری مسئولان مختلف، یک ذهنیت شکل گرفته و هر گونه نقد و تحلیلی را مترادف با تخریب می‌داند و به صداقت و دلسوزی منتقد هم کوچک‌ترین اعتقادی ندارد. با منطق مقدمه بالا، می‌توان شاخص‌ترین مسأله، یعنی بحث مهم برنامه‌سازی مشارکتی در تلویزیون را نیز ارزیابی کرد. این مسأله، البته به هنرمند، برنامه‌ساز و تهیه‌کننده کمتر برمی‌گردد؛ مسأله‌ای به نام شناخت، همان‌طور که در حیطه نقد مسأله‌ساز است، در بخش تولید هم در دسترس می‌شود.

شاید بسیاری از منتقدان برنامه‌های مشارکتی سازمان، مشکلات و مصائب این دست، کارها را متوجه ضعف برنامه‌ساز بدانند یا همه تقصیرها را گردن سفارش‌دهنده یا تهیه‌کننده مشارکتی بیندازند، اما در واقع، مسئولیت ضعف هر برنامه‌ای در سازمان صداوسیما (با همان محدودیت‌ها، فشارها و شاخصه‌هایش که به آنها اشاره شد) با مدیران گروه، بخش‌ها و شبکه‌های مختلف آن است.

به عبارت دیگر، حتی اگر یک سفارش‌دهنده یا تهیه‌کننده مشارکتی در سازمان، دریافت اشتباهی از یک کار مشارکتی با رویکرد تبلیغ غیرمستقیم داشته باشد، این در درجه اول، وظیفه مدیر تلویزیونی است که با احاطه‌اش به قواعد رسانه، آن تشکل را (که طبیعی است فرمول‌های رسانه‌ای را آن‌طور که باید نشناسد) توجیه و مجاب کند که برای تاثیرگذاری بر مخاطب انبوه باید این قواعد را بپذیرد.

مریم رها

هزینه ساخت برنامه تلویزیونی شاید در وضع موجود مهم‌ترین فاکتوری باشد که ساختش را ممکن می‌کند. صدا و سیما برای تأمین برنامه‌های خود بخصوص در شبکه‌های بیست و چهار ساعته نیازمند برنامه‌های بسیار زیاد و متنوع است که طبعاً تولید آنها هزینه دارد.

صدا و سیما برای تولید بخشی از برنامه‌های خود با ارگان‌های مختلف دولتی و شرکت‌های خصوصی مشارکت می‌کند، این برنامه‌ها که پیش از هر چیز به نفع ارگان سفارش‌دهنده است به شیوه‌ای غیر از رپرتاژ آگهی تولید و در واقع برای آنها برنامه‌سازی می‌شود. به عبارتی برنامه‌هایی با عنوان برنامه‌های مشارکتی ساخته می‌شود. تولید برنامه‌های تلویزیونی یک چرخه اقتصادی خوب و در ادامه اشتغال‌زایی به همراه خواهد داشت. یک پروژه تلویزیونی از مرحله طرح تا مرحله پس از تولیدش به نیروی کار نیاز دارد. نیروی کار این پروژه‌ها هنرمندان و تکنسین‌های تحصیلکرده کشور هستند. البته این مسأله به شرطی محقق می‌شود که تولید انحصاری نشود. حال هزینه‌های این چرخه اگر از سازمان‌های مختلف تأمین شود چرخه، چرخه بزرگ‌تری خواهد بود. پس ساخت برنامه مشارکتی گامی به سمت اقتصاد مشارکتی و پویاست. کمپانی‌های بزرگ فیلمسازی و تلویزیونی خارجی سال‌هاست در ساخت فیلم‌ها و برنامه‌های خود از سیستم مشارکتی بهره می‌برند.

همان‌طور که گفته شد ایجاد بازار اقتصادی پویا از مزایای تولید مشترک است. از دیگر مزایای این شیوه تولید اگر درست به اجرا درآید دخیل بودن سلیقه‌های مختلف و چندصدایی شدن برنامه است. درست اجرا شدن به این معناست که بار هنری اثر باید بر بخش صنعتی آن بچربد. برآیند کنش و واکنشی که طرف‌های بزرگ‌تر و سهامداران

اصل مهم در برنامه‌سازی مشارکتی رسانه تلویزیونی، اقناع مخاطب است. شاید این مسأله در آگهی‌های بازرگانی صدق نکند و یک تیزر تبلیغاتی، هر چه گل‌درشت‌تر به تبلیغ یک کالا بپردازد، تبلیغ محکم‌تری است، ولو این که از



خلاقیت در ایده و اجرا هم برخوردار باشد، اما در برنامه‌های ترکیبی یا نمایشی که سازندگان با جذب اسپانسر قصد ارتباط با مخاطب تلویزیونی و تاثیرگذاری تدریجی بر افکار عمومی را دارند، نمی‌توانند با شعار (در دیالوگ‌نویسی)، اغراق و نابلدی روایی (در قصه‌پردازی) و استفاده بی‌منطق از ردپا یا نشان اسپانسر (در آکسسوار صحنه) به هدف خود برسند و چه‌بسا این فرآیند به نقض غرض هم بدل شود و هر بیننده کم‌سپ یا کم‌سواد یا بی‌تفاوتی هم با دیدن صحنه‌ای از یک کار داستانی که در آن، یک نشانه به شکل غیررسانه‌ای و گل‌درشت به

درنگی بر باید و نبایدهای برنامه‌های مشارکتی

## هنر و تبلیغ

شود علاقه شرکت‌ها نیز برای سرمایه‌گذاری بیشتر خواهد شد. ولی باید توجه داشت در نهایت قصد این سرمایه‌گذاران یا اسپانسرهای تبلیغ کالا یا خدماتشان است و نمی‌توانند کیفیت برنامه را تضمین کنند. فاکتورهای کیفیت یک برنامه مانند تناسب با بازه سنی مخاطب گرفته و کارگردانی باید به وسیله طرف اصلی (تولیدکننده) و تصمیم‌گیرنده کنترل و اجرا شود، چراکه در نهایت مسئولیت برنامه پخش شده به عهده آن طرف است.



نمایش درآمده، این دیالوگ را زیر زبان زمزمه می‌کند که «چه خبره! چقدر تبلیغ؟! و این درست، عکس آن چیزی است که سفارش‌دهنده از یک پروژه مشارکتی انتظار داشته است.

بسیاری از دست‌اندرکاران برنامه‌های رادیویی یا تلویزیونی از نبود اسپانسر ناراحتند و این قضیه برای بسیاری دیگر اتفاقاً ابزاری است برای پیشرفت سریع در موقعیت فعالیت‌شان. با این وصف، حضور حامی مالی در یک پروژه تلویزیونی اگر در کانال درست خود واقع نشود، ره به جایی نخواهد برد. همچنین نحوه حضور حامی مالی در پروژه‌های مشارکتی نیز تعیین‌کننده است. بسیاری از اسپانسرهایی که از طریق تهیه‌کننده به سازمان معرفی می‌شوند، قواعد مدیریتی تلویزیون را نمی‌دانند و این امر کار را با مشکل مواجه می‌کند.

در این زمینه، البته بهتر است مدیریت رسانه به دنبال راهکارهای مختلفی باشد که از سوی صاحب‌نظران و کارشناسان ارائه می‌شود. جذب بودجه به شکل کلان توسط واحد بازرگانی سازمان و تزریق آن به پروژه‌های مختلف، راهکاری است که اگر با تعریف و اجرای درستی همراه باشد، شاید نتایج بهتری را رقم بزند. در این گیرودار، اگر آنچه ابتدا درباره لزوم شناخت مدیر رسانه از قواعد ارتباطات گفته شد، وجود داشته باشد می‌توان نزدیک بودن اسپانسر به کار هنری و رسانه‌ای را نیز به عنوان مکمل کیفی و تسریع‌کننده روند تولید ایده به اثر، کارساز دانست. آنچه می‌تواند در کنار مدیریت رسانه‌ای درست در شبکه‌های تلویزیون، تکمیل‌کننده نتیجه کارهای مشارکتی باشد، وجود شاخصه شناخت رسانه‌ای در تشکل‌های حامی است.

در سال‌های اخیر، نهادهای سازمان‌هایی که درون خود، تشکل رسانه‌ای و هنری داشته‌اند، کارهای قابل دفاع و بازده بیرونی بهتری داشته‌اند. باید توجه داشت اصل، در فرمول یک برنامه مشارکتی، تبلیغات غیرمستقیم است و این فرمول باید در مرحله ایده، طرح، فیلمنامه و ساختار یک اثر به طور هماهنگ به کار گرفته شود.

اگر هر اسپانسری در خود یک تیم رسانه‌ای و هنری داشته باشد، طرحی که قرار است برای انجام یک پروژه مشارکتی به یک تهیه‌کننده یا شبکه ارائه شود، به پختگی لازم می‌رسد و اینجاست که شناخت و تسلط مدیر تلویزیونی بر این مادیوم رسانه‌ای و تبحر برنامه‌ساز در اجرا، نتیجه‌ای ایده‌آل را رقم خواهد زد.

اگر دلیل سرمایه‌گذاری شرکتی در یک برنامه تلویزیونی صرفاً تبلیغ باشد نباید گذاشت آن شرکت همه بار هنری برنامه را فدای تبلیغات خود کند. این مسأله باعث صنعت‌زدگی هر برنامه رسانه‌ای می‌شود و نمونه‌های آن را در شبکه‌های مختلف سیما و همچنین شبکه‌های خارجی دیده‌ایم. این برنامه‌ها به علت تک بعدی بودن بسیار خشک و بی‌روح است و جز برای محدود افرادی که کالای مورد تبلیغ برایشان جذابیت دارد، مخاطبی ندارد.

یکی از مشکلاتی که در پروژه‌های مشارکتی از طرف سرمایه‌گذار پیش می‌آید، انصراف یا نبود همکاری یا به تعویق‌اندازی است. پروژه‌های تلویزیونی و بخصوص برنامه‌هایی که پخش روزانه دارد یا شاید حتی زنده هم باشد همکاری مداوم و فعال سرمایه‌گذار را می‌طلبد. اگر سرمایه‌گذار به هر دلیلی در میانه‌های پروژه دست از همکاری بکشد صرف‌نظر از تعطیلی برنامه ضررهای دو چندی را به پروژه تحمیل می‌کند.

برای جلوگیری از این گونه پیشامدها، طرف تولیدکننده در قراردادی، شرایط سختی برای سرمایه‌گذار تعیین می‌کند. ساده‌ترین این شرط‌ها تحمیل غرامت به میزان دو برابر هزینه پروژه است که تاکنون برای شرکت‌های بزرگ تولیدکننده شرایط خوبی فراهم آورده است. البته اجرای این بند قرار داد هم سلسله شروطی دارد که موضوع بحث این مقاله نیست. در موقعیتی که سرمایه‌گذار کنار می‌کشد آوردن سرمایه‌گذار جدید در بسیاری از موارد دردسر می‌سازد، چراکه می‌تواند یکدست بودن برنامه را از میان ببرد. سرمایه‌گذار جدید علایق و خدمات متفاوتی دارد و برنامه باید باب میل او نیز باشد. البته مدیریت بخش تولیدکننده با چارچوب تعریف شده‌اش نباید اجازه این دخل و تصرف را بدهد، ولی پروژه‌های ضعیف همواره از این مشکل رنج می‌برد.





## تولیدات مشارکتی ابزاری کاربردی برای فرهنگسازی شمشیر دو لبه تبلیغات رسانه‌ای

سیداحمد آل‌آقا

امروزه تبلیغات با توجه به ویژگی فراگیری‌شان، جزء انکارناپذیر شبکه‌های تلویزیونی محسوب می‌شود. از این‌رو تبلیغات تلویزیونی را پادشاه تبلیغات می‌گویند؛ پادشاهی که برقراری حکومتش به دو عامل اساسی بستگی دارد: قلمرو گسترده تلویزیون و درآمد نامحدود به واسطه تبلیغات.

برخی کارشناسان معتقدند باید به بعضی اطلاع‌رسانی‌های مثبت که به وسیله عوامل تبلیغاتی در جامعه صورت می‌گیرد، ارج نهاد؛ زیرا بدون اطلاع‌رسانی صحیح، هیچ وقت امکان انتخاب درست میسر نمی‌شود.

بدون شک یکی از اهداف تبلیغات، آگاهی دادن به مردم است که به این وسیله ضمن درک نیازهای مصرف‌کننده به نفع شرکت مربوط نیز خواهد بود به شرط این که کالای تبلیغ شده از کیفیت مرغوبی برخوردار باشد یا به عبارت دیگر، تبلیغات ضمن اطلاع‌رسانی و آگاه کردن باید مخاطب را نیز متقاعد کند که به چه دلیل از کالای معرفی شده استفاده کند.

برای درک درست از تاثیر تبلیغات در رسانه‌های عمومی بخصوص تلویزیون که علاوه بر شمار بالای مخاطب، سلايق گوناگونی را شامل می‌شود باید دانست این روند با چه ویژگی‌هایی همراه است.

\*\*\*

آگاهی از نظرات اغلب کارشناسان ارتباطات درخصوص شیوه‌های تبلیغات مؤثر در روند زندگی روزمره مردم، نه تنها برای متقاضیان و سفارش‌دهندگان تبلیغات تلویزیونی حائز اهمیت است، بلکه این مهم در دستور کار دست‌اندرکاران، سیاستگذاران و برنامه‌سازان تلویزیونی قرار گرفت تا تبلیغات به بازدهی مورد انتظار دست یابد.

جدا از تبلیغات کالاها و خدمات مصرفی، ارائه گزارش از دستاوردهای دستگاه‌های خدمتگذار مردم در ایران که از آن به‌عنوان برنامه‌های مشارکتی تلویزیون یاد می‌شود - که البته از سالم‌ترین انواع تبلیغات تلویزیونی است - علاوه بر عام‌المنفعه بودن آن، با ایجاد امید و روحیه میان مردم - به واسطه نمایش دستاوردهای نظام - مخاطب را متغفل فرض نکرده و نیز همچون دیگر تبلیغات به خرید کالایی که به آن نیاز ندارد، تشويق نمی‌کند، بلکه وی را عنصری هوشمند و پیگیر تلقی می‌کند که دستگاه‌ها را ملزم به پاسخگویی درخصوص عملکرد خرد و کلان‌شان می‌داند.

از این‌روست که ارائه اطلاعات رسا و شفاف در زمینه عملکرد نهاده‌ها، سازمان‌ها و موسسات، جزئی از نیازهای اولیه و حرکت‌های بنیادی و اصولی آنها به شمار می‌رود که چنانچه این بخش از نیازهای این دستگاه‌ها را در کنار حق طبیعی مردم و مخاطبان تلویزیون برای دسترسی به اطلاعات عملکرد و نحوه بازده نهادهای اجتماعی بدانیم، وجوه تقاضای دوجانبه تلویزیون و نهادهای گوناگون اجتماعی، اقتصادی و... را برای مشارکت در تولید برنامه‌های تلویزیونی بهتر می‌توان مورد تحلیل و بررسی قرار داد.

\*\*\*

با تغییر سیاست‌ها در تخصیص بودجه تبلیغات در هر دستگاه دولتی به جای تمرکز بودجه این دست فعالیت‌ها در صدا و سیما، عرصه رقابت تنگاتنگ وزارتخانه‌ها یا مؤسسات دولتی در ارائه گزارشی از فعالیت‌ها و نیز فرهنگسازی و آموزش متناسب با مأموریت، در نظر داشتن سلیقه و زاویه دید خاص آنها ایجاد کرد؛ بنابراین تلویزیون ناگزیر به تعیین موازین اجرایی و مالی ساخت برنامه‌های مشارکتی همسو با نیاز سازمان‌های متقاضی شد تا ضمن ارائه خدمات، این حق برای همه بخش‌های دولتی یکسان باشد.

از آنجا که تبلیغات - اعم از مستقیم یا غیرمستقیم، میان برنامه‌ای یا در دل برنامه‌ها - یکی از عرصه‌هایی است که فکر و اندیشه سیاستگذاران خود را به مخاطبان آن عرضه می‌کند، می‌توان نتیجه گرفت قبل از هر گونه پردازش و اجرایی، آشنایی با قوانین و مقررات تبلیغاتی و احاطه بر آنها بویژه در تلویزیون که دربردارنده ارزش‌ها و باید و نبایدهایی خاص رسانه ملی است، ضرورت می‌یابد.

### همزیستی مسالمت‌آمیز

از ضریب نفوذ بالای تلویزیون و جذابیت دیداری و شنیداری آن بر مخاطب که بگذریم، رابطه خوراک تبلیغاتی و شبکه‌های تلویزیونی متقابل است. همان قدر که تلویزیون زمینه مناسبی برای معرفی کالاها یا خدمات است، به همان میزان نیز درآمد تبلیغات، محملی برای تامین یا تعدیل هزینه‌های گزاف برنامه سازی می‌شود و در نتیجه، ادامه حیات شبکه‌های تلویزیونی را میسر می‌کند.

وابستگی دوجانبه و غیرقابل انکار تلویزیون و تبلیغات که حیات هر کدام را به تداوم حیات دیگری پیوند داده است، باعث شده شیوه‌های متنوعی از این همزیستی پدید آید.

در همه جای دنیا ابرشرکت‌های چند ده میلیارد دلاری که شبکه‌های تلویزیونی را اداره می‌کنند - مانند سونی، والت دیزنی، جنرال الکتریک، تایم وارنر، ای‌تی‌اندتی، کام‌کست، نیوز کرپ یا کام و... - نمی‌توانستند بدون تلویزیون به اندازه فعلی بزرگ شوند.

همان‌طور که بدون حمایت این شرکت‌ها، ساخت تاثیرگذارترین سریال‌ها و برنامه‌های تلویزیونی در تاریخ این رسانه غیرممکن بود.

مقررات و نظام‌نامه‌های اخلاقی و مکانیسم تعامل و شیوه‌های اجرایی این موضوع در صدا و سیما از اصول کلی و جزئیات و حساسیت‌های بسیار رسانه ملی سر چشمه می‌گیرند که از طریق متولی پخش آگهی‌ها در صدا و سیما بخش بازرگانی که از جمله زیر مجموعه‌های معاونت اداری و مالی سازمان است، اجرا می‌شوند.



### با مروری بر عملکرد رسانه ملی در سال‌های اخیر و نیاز آنتن به تولید و پخش برنامه‌های متنوع و بودجه محدود در اختیار سازمان، هنوز در آمد ناشی از تولیدات مشارکتی چشمگیر نیست



روند تولیدات مشارکتی به‌گونه‌ای متفاوت و با مراجعه سازمان‌ها به امور عمومی شبکه‌های تلویزیونی و بررسی نیازهای سفارش‌دهندگان تا رسیدن به قالب‌های مجاز سازمان در این حوزه انجام می‌شود. بررسی طرح‌های ارسالی از سه دیدگاه محتوایی شامل پیام یا ساختار برنامه، زمان و نحوه پخش توسط امور عمومی، گروه‌های برنامه‌ساز و تامین برنامه و پخش هر شبکه صورت می‌گیرد.

پس از آن طرح برنامه‌های متقاضیان از سوی امور

عمومی در کمیته نرخ‌گذاری اداری و مالی سازمان ارائه و مبلغ مصوب به سفارش‌دهنده اعلام می‌شود تا چنانچه توافق صورت گیرد قراردادی با توافق طرفین انجام و کار به مرحله پیش تولید و پس از آن تولید و پخش وارد شود.

تولیدات مشارکتی شامل برنامه‌های گفت‌وگومحور و ترکیبی، مستندهای گزارشی، فیلم‌های تلویزیونی و... به صورت مستقل یا درون برنامه‌ای است که از ابتدا تا نظارت بر پخش و ارائه گزارش توسط امور عمومی هدایت می‌شود.

البته سلیقه برخی ارگان‌ها در جانمایی آموزه‌های متناسب با نیاز مخاطب در مجموعه‌های تلویزیونی - البته نه به صورت گل درشت و حساسیت‌زا - به ایشان در صرف هزینه کمتر و بازدهی بیشتر کمک کرد؛ مثل آموزش‌ها و فرهنگسازی درباره استفاده درست از گاز در مجموعه تلویزیونی «مثل یک کابوس» که با مشارکت شرکت ملی گاز ایران ساخته و از شبکه یک سیما پخش شد.

نظارت بخش‌های ذی‌ربط در سازمان به منظور جلوگیری از آسیب فروش آنتن گامی است که رسانه ملی از ابتدای قدم نهادن در این مسیر برداشته تا ضمن ارائه خدمات با کیفیت به سازمان‌های سفارش‌دهنده، حق مسلم مخاطبان خود را که همانا دسترسی به برنامه‌های ارزشمند و پرمحتواست، نادیده نگیرد.

این شمشیر دو لبه به قدری تیز است که در مواردی به حذف مشارکت‌کننده برنامه - مانند بهزیستی در برنامه رضائی شبکه دو سیما به نام «ضیافت الهی» - نیز انجامیده است. آنچه در این میان برای متولیان رسانه ملی اهمیت دارد شناخت دقیق اقتضات رسانه و سعی در گل درشت و مستقیم نشدن تبلیغات از سوی طرف مشارکت است که در صورت رعایت نکردن آنها، موجبات پس زدن مخاطب و زیر سؤال رفتن رسانه فراهم می‌آید.

\*\*\*

با مروری بر عملکرد رسانه ملی در سال‌های اخیر و نیاز آنتن به تولید و پخش برنامه‌های متنوع مخاطب‌پسند، آموزنده و سرگرم‌کننده در فضای رقابتی با شبکه‌های ماهواره‌ای و بودجه محدود سازمان باید گفت درآمد ناشی از تولیدات مشارکتی چشمگیر نیست.

همراهی همه‌جانبه رسانه ملی با دولت به منظور اجرای صحیح طرح‌های ملی مانند هدفمندی یارانه‌ها یا ساخت ویژه‌برنامه‌های مناسبی، هر سال مستلزم حجم بالایی از تولید، در سرفصل وظایف رسانه قرار دارد که بدون مشارکت انجام می‌شود.

از دیگر سو، شکل‌گیری طرح‌های مشارکتی، نوعی هم‌افزایی محسوس بین صدا و سیما و نهادهای مرتبط را نشان می‌دهد، زیرا با این که ارائه آموزش‌های عمومی، تبلیغ سبک زندگی صحیح و فرهنگسازی اخلاق، دینمداری و مشارکت اجتماعی و سیاسی، تولید محوری و استقلال اقتصادی در دستور کار عمومی رسانه است، اما بسط دامنه فعالیت‌های صدا و سیما و تاسیس شبکه‌های تخصصی از یک سو و گسترده‌ی شاخه‌های مختلف این مفاهیم که در شرایط فعلی جامعه هر روز پیچیده‌تر از روز پیش می‌شود از سوی دیگر، نهادهای متنوع فرهنگی، اقتصادی، شهری، اجتماعی و... را بر آن می‌دارد تا در راستای مأموریت‌های توسعه‌یابنده و روزافزون خود، هم به نشر و ترویج آموزه‌های مدنظر خود پرداخته و هم به نضج و رسوخ تضمین شده و قابل اطمینان فعالیت‌های خود امیدوارتر شوند.

به این گونه نه تنها رسانه ملی به وسعت بخشی انجام رسالت خود دست می‌یابد و نکات و دستاوردهایی را در بازنمایی‌های خود به عرصه نمایش می‌گذارد که مبتنی بر جدیدترین یافته‌های نهادهای درگیر با آن در متن جامعه هستند که دستگاه‌های فعال جامعه را نیز در قدرت شگفت‌انگیز و جادوی رسانه شریک می‌کند؛ تعاملی که در صورت رعایت اصول آن برای هر دو سو، نتیجه‌ای جز برد - برد ندارد.





ابتدا مشخص و مجوز آن هم گرفته شده بود، به همین دلیل جای نگرانی وجود نداشت.

وی در پاسخ به این پرسش که با آن که برنامه حباب مشارکتی تهیه می‌شود، اما از تبلیغات گل درشت خبری نیست، آیا در این رابطه نهاد مشارکت‌کننده مساله‌ای را به شما در برنامه دیکته نکرد، توضیح می‌دهد: هدف ستاد، تبلیغات گل درشت نبود، بلکه تهیه برنامه‌ای مناسب بود تا مورد توجه مردم قرار بگیرد و از آن استفاده کنند. در واقع باید گفت: ما به دنبال تهیه برنامه‌ای تاثیرگذار بودیم نه تبلیغاتی.

سیدی درباره این که تهیه چنین برنامه‌هایی نیازمند دانش و اطلاعات زیادی است، اما برخی مواقع تهیه‌کنندگان چنین دانشی را ندارند و برنامه با مشکلاتی روبه‌رو می‌شود، چرا شاهد چنین مسائلی هستیم، توضیح می‌دهد: برای تهیه چنین برنامه‌هایی باید پیش از هر چیزی تهیه‌کننده اشراف لازم را داشته باشد. متأسفانه گاهی پیش آمده چون تهیه‌کننده آگاهی نداشته برنامه از هدف اصلی دور شده است. ما تلاش کردیم بتوانیم پاسخگوی دغدغه‌ها و نیازهای مردم باشیم. به همین دلیل ما اتفاق فکر داریم و در این اتاق موضوعات را از قبل مشخص و در ارتباط با آن برنامه‌ریزی می‌کنیم تا شروع و پایان خوبی برای هر مبحث داشته باشیم.

سیدی درباره انتخاب قنبری به عنوان مجری - کارشناس برنامه حباب می‌گوید: در سری قبل در خدمت آقای اسماعیلی بودیم، اما ایشان مجری بودند نه مجری - کارشناس. احساس کردم در این برنامه باید از مجری - کارشناس بهره ببریم تا بتواند به درستی برنامه را هدایت کند. به همین دلیل یک مجری - کارشناس برای برنامه انتخاب کردیم. امیر قنبری، روان‌شناس است و برنامه را درست اجرا می‌کند. همچنین گزارش‌هایی که بخش می‌کنیم متنوع است تا مورد توجه مردم قرار بگیرد.

وی درباره این که تا چه حد از پیامک‌های مردم بهره می‌برید، می‌گوید: مردم در پیامک‌هایی که دارند درد دل‌هایشان را به ما می‌گویند و ما این درد دل‌ها را اولویت‌بندی می‌کنیم و بر این اساس به موضوعات دردناک زندگی آنها می‌پردازیم. امیدوارم بتوانیم پاسخگوی دغدغه‌ها و نیاز مردم در این برنامه باشیم.

گزارشی از برنامه مشارکتی «حباب»

# آینه‌ای در برابر زندگی

مهدی دهقان

برنامه‌های متعددی با موضوع اعتیاد از شبکه‌های مختلف سیما تهیه و پخش شده است. گاهی برخی از این برنامه‌ها مورد توجه مردم قرار می‌گیرد. دلیل موفقیت چنین برنامه‌هایی پرداخت به موضوع‌هایی است که مردم بیشتر با آن درگیر هستند و مشکلاتی در این ارتباط دارند.

«حباب» عنوان یکی از برنامه‌های مشارکتی با ستاد مبارزه با مواد مخدر است که با موضوع اعتیاد این روزها به آنتن شبکه یک سپرده شده است. این برنامه به تهیه‌کنندگی امیرحسین سیدی، چهارشنبه‌ها به صورت زنده ساعت ۱۸ و ۲۰ دقیقه تا ۱۹ پخش می‌شود. امیر قنبری که کارشناس - مجری برنامه حباب است تحصیلاتش را در رشته روان‌شناسی گذرانده است. خطیبی نیز کارگردانی را به عهده دارد.

این برنامه اگرچه با مشارکت ستاد مبارزه با مواد مخدر تهیه می‌شود، اما به دور از هرگونه شعارزدگی و مستقیم‌گویی است و در قالب صحبت‌های کارشناس - مجری با مهمان برنامه و پخش گزارش‌های متنوع تلاش دارد پاسخگوی دغدغه‌های خانواده‌ها در این باره باشد. این برنامه به موضوع پیشگیری از اعتیاد می‌پردازد و تلاش می‌کند به خانواده‌ها هشدار بدهد مراقب فرزندان‌شان باشند تا گرفتار اعتیاد نشوند. همه این عوامل ما را برای تهیه گزارش پشت صحنه ترغیب کرد و یک روز مهمان این برنامه شدیم.

برنامه حباب از استودیو ۱۳ ساختمان سیما به صورت زنده روی آنتن می‌رود.

پس از عبور از یک راهرو که استودیوهای متفاوتی دارد به استودیو ۱۳ می‌رسیم. همه عوامل تلاش می‌کنند هر کس گوشه‌ای از کار را انجام دهد.

پس از گذشت دقایقی برنامه آغاز می‌شود و مجری - کارشناس با بینندگان احوالپرسی می‌کند.

در بخشی از این استودیو، امیرحسین سیدی، طراح و تهیه‌کننده برنامه حباب را می‌بینم که با عوامل مشغول صحبت است. او گرچه پزشک عمومی است، اما سال‌ها سابقه تهیه‌کنندگی برنامه‌هایی را با موضوع اعتیاد دارد. به همین دلیل سراغ او می‌روم تا بیشتر درباره تهیه برنامه حباب بدانم. سری اول و دوم این برنامه از شبکه دو روی آنتن رفت و پخش سری سوم این برنامه از چندی پیش از شبکه یک شروع شده است. این برنامه از تولیدات گروه اجتماعی همین شبکه است.

از او می‌پرسم از ابتدا ساخت این سه‌گانه را مد نظر داشته یا پس از این که سری اول با استقبال مخاطبان روبه‌رو شد، تصمیم گرفت سری‌های دوم و سوم را

بسازد که او این گونه توضیح می‌دهد: نه، از ابتدا این تصمیم را نداشتیم. پس از این که برنامه مورد توجه و استقبال مردم قرار گرفت، تصمیم تولید سری دوم و سوم این برنامه را گرفتیم.

وی درباره تهیه برنامه می‌گوید: تاکنون برنامه‌های زیادی درباره اعتیاد تهیه و پخش شده است، اما بیشتر دوستان عزیز تهیه‌کننده به موضوع اعتیاد، سیاه نگاه کردند و افرادی را که گرفتار چنین بیماری‌ای شدند خیلی بد به تصویر کشیدند. در حالی که باید به این افراد همچون بیمار نگاه کرد، بیمارانی که بیشتر از بقیه به مراقبت نیاز دارند. ما تلاش کردیم به این بیماری همچون بیمارانی قلبی - عروقی یا گوارشی نگاه کنیم. به همین دلیل تلاش کردیم نشان بدهیم این افراد هم می‌توانند خودشان را اصلاح کنند. تنها باید آنها را آگاه کرد تا مشکل شان برطرف شود.

\*\*\*

سیدی عنوان می‌کند: به همین دلیل در سری اول بیشتر به درمان پرداختیم. پس از این که سری اول روی آنتن رفت، متوجه شدیم با استقبال مخاطبان روبه‌رو شده است. ما به بینندگان نشان می‌دادیم چگونه باید به یک نفر که شیشه مصرف کرده کمک کرد، چگونه باید او را به کمپ فرستاد و... اما در سری جدید به سراغ پیشگیری رفتیم، بویژه این که در سری سوم افراد ۱۵ تا ۲۵ سال را در نظر گرفتیم و به خانواده‌ها آموزش می‌دهیم که چگونه مراقب نوجوانان و جوانان خودشان باشند تا گرفتار اعتیاد نشوند. پیشگیری اهمیت زیادی دارد و باید در این باره خانواده‌ها را آموزش داد تا آنها ایزوله شوند و بدانند هنگام بروز چنین مشکلاتی چگونه برخورد کنند. سری سوم را برای ۵۲ قسمت تهیه می‌کنیم که تاکنون ۱۶ قسمت روی آنتن رفته است.

وی با اشاره به استقبال مخاطبان از برنامه می‌گوید: خوشبختانه مردم استقبال خوبی از این برنامه دارند و مرتب برای ما پیامک می‌فرستند. آنها با نظرات سازنده‌شان کمک زیادی به ما می‌کنند. در واقع ما تلاش کردیم در برنامه حباب، پاسخگوی نگرانی‌های والدین باشیم که چگونه باید از فرزندان‌شان مراقبت کنند تا گرفتار این بیماری نشوند. امیدوارم توانسته باشیم مثر ثمر باشیم. این تهیه‌کننده درباره این که چرا سری اول و دوم برنامه از شبکه دو پخش شد و سری سوم از شبکه یک روی آنتن می‌رود، می‌افزاید: با توجه به این که شبکه دو برای کودکان و نوجوان تعریف شده، دوستان اعلام کردند پخش چنین برنامه‌ای از این شبکه مناسب بچه‌ها نیست و قرار شد ساعت ۲۳ روی آنتن برود، ولی از آنجا که اگر در این زمان از شبکه دو پخش می‌شد، بیننده خود را از دست می‌دادیم، شبکه یک را انتخاب کردیم.

## پیشگیری پیش از درمان

در آمریکا یک بار تحقیقاتی در ارتباط با مارشملو (غذای مورد علاقه بچه‌ها در آمریکا) انجام دادند. این غذا جلوی بچه‌ها گذاشته شد و مربی به آنها گفت اگر دست به این غذا نزنند به آنها دو تا مارشملو داده می‌شود.

برخورد بچه‌ها خیلی جالب بود. برخی از آنها نگاهی به این غذا می‌کردند و از آنجا که نمی‌دانستند دوربین مخفی در اتاق وجود دارد و صحنه‌ها را ضبط می‌کند به این غذا لیس می‌زدند و بعد آن را کنار می‌گذاشتند تا دو تا دریافت کنند. بعضی بچه‌ها گاز می‌زدند و پشت و رو می‌کردند. به هر حال برخورد بچه‌ها متفاوت بود.

بعد از انجام تحقیقات آینده این بچه‌ها در ۳۵ سال بعد مشخص شد کدام یک از آنها صبور هستند و در مقابل مشکلات کم نمی‌آورند و کدام یک عکس این کار را انجام می‌دهند.

به هر حال ما هم تصمیم گرفتیم این تحقیقات را بومی کنیم و در این ارتباط تحقیقاتی انجام بدهیم. به همین دلیل در سری جدید برنامه حباب به موضوع پیشگیری میان بچه‌ها خواهیم پرداخت.





گفت و گو با مسعود اوحدی درباره تاثیر گذاری برنامه‌های مشارکتی بر مخاطبان

# اثر مشارکتی متخصص می‌خواهد



دارد. به یقین تولید این نوع برنامه‌ها اگر با برنامه‌ریزی و درایت باشد و تبلیغات به صورت مستقیم در آنها عرضه نشود تاثیر بیشتر و موثرتری در تبلیغ همان نهاد یا کالا به صورت مستقیم دارد، چون وجود داستان و عنصر نمایشی علاوه بر جنبه سرگرمی می‌تواند مخاطب را درگیر و به تفکر وادار کند.

مسعود اوحدی، فارغ التحصیل رشته کارگردانی سینما از دانشکده هنرهای دراماتیک و فوق لیسانس سینما و تلویزیون از دانشگاه سیراکیوز نیویورک است. وی سال

قدرت نفوذ و تاثیر گذاری رسانه‌ها بویژه تلویزیون در جوامع امروزی بسیار زیاد است. چون در دنیای امروز از طریق رسانه می‌توان اهداف و پیام‌های مورد نظر را به شکل‌های مختلف به تماشاگر ارائه کرد.

تولید برنامه‌های مشارکتی در صدا و سیما که برپایه اهداف خاصی تولید می‌شوند و نهادهای مختلفی در تولید این آثار مشارکت دارند چند سال است در دستور کار تلویزیون قرار گرفته است. در همه جای دنیا این نوع برنامه‌سازی هست و تاثیرات بسیاری هم در شکل‌گیری سلیقه مخاطب و اطمینان به یک محصول خاص یا عملکرد نهاد و شرکت دولتی یا خصوصی

## آروین موذن‌زاده

به نظر شما میزان تاثیر گذاری برنامه‌های مشارکتی صدا و سیما در مقایسه با تبلیغات صرف تا چه اندازه است؟

این که تولید برنامه‌های مشارکتی تاثیر بیشتری نسبت به برنامه‌های تبلیغاتی صرف دارند کاملاً واضح و مشخص است.

هر پیامی اگر در قالب نمایشی عرضه شود مخاطب راحت‌تر با آن ارتباط برقرار کرده و مفهوم مورد نظر را بهتر درک می‌کند، چون مخاطب هیچ‌گاه از طریق تبلیغ مستقیم، اطمینان و اعتماد به یک نهاد یا موسسه یا حتی هنجاری اجتماعی پیدا نمی‌کند، اما اگر همین تبلیغ از طریق یک برنامه آموزشی یا داستانی صورت گیرد تاثیر آن چند برابر خواهد شد.

این موضوع که تولید برنامه‌های ترکیبی بسیار تاثیر گذارتر از تبلیغ مستقیم و صرف است جای خود

۱۳۶۱ ریاست گروه سینمایی دانشگاه هنر را به عهده گرفت و در دانشکده‌های صدا و سیما، سینما، هنر، هنرهای زیبا و مرکز اسلامی آموزش فیلمسازی به تدریس پرداخت. او علاوه بر ساخت فیلم‌های کوتاه، ترجمه و تألیف چند کتاب سینمایی را نیز به عهده داشته است. درباره میزان تاثیر گذاری برنامه‌های مشارکتی صدا و سیما در مقایسه با تبلیغات صرف، گفت و گویی با این استاد دانشگاه و کارشناس رسانه انجام دادیم.

رسیدن پیام باید از راه‌های ویژه‌ای وارد شد تا برنامه مورد نظر از کیفیت جذابی برخوردار شود و بتواند بیشترین مخاطب را جلب کند.

اگر برنامه‌ای در بهترین حالت خود تولید شد آیا می‌تواند همه بار تبلیغات را به دوش بکشد؟

این مساله نیز به میزان آگاهی و حرفه‌ای بودن گروه از موضوعی که قصد مطرح کردن آن را دارند باز می‌گردد.

اگر گروهی متخصص، ایده مورد نظر را به درستی به تصویر بکشند و آگاهی کامل از نهاد یا کالایی که قصد تبلیغش را دارند داشته باشند به یقین مخاطب کاملاً درگیر برنامه می‌شود. برخی برنامه‌های مشارکتی با هدف آموزشی تربیتی یا اجتماعی تولید می‌شوند. در این برنامه‌ها نیز آگاهی به ایده و موضوع مورد نظر و استفاده از کارشناسان و متخصصان حرفه‌ای آن رشته از اهمیت خاصی برخوردار است، چون بدون بهره‌گیری از متخصصان نمی‌توان به کنه وجود موضوع مورد نظر وارد شد و پیام آن را انتقال داد.

پژوهش و تحقیقات نیز از اهمیت خاصی برخوردار است، چون بدون تحقیق و بررسی موضوع نمی‌توان در انتقال اهداف موفق بود. این تحقیقات و پژوهش‌ها در زمینه‌های جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی نیز باید صورت گیرد. باید دید تبلیغ مورد نظر نزد عامه مردم چه جایگاهی دارد تا برای ارائه آن در قالب و جایگاه مورد نظر برنامه‌ریزی کرد.

مدیران نیز باید به افراد متخصص، پیشنهاد تولید اثر مشارکتی بدهند. در واقع کار را باید به دست کاردان سپرد. مساله مهم دیگر در بالا بردن کیفیت برنامه‌های مشارکتی ایجاد رقابت میان سازندگان این آثار است. ایجاد رقابت و انگیزه در بروز خلاقیت هنرمندان برای خلق اثری چند بعدی بسیار تاثیر گذار است، بنابراین مدیران تصمیم‌گیرنده در گام اول با ایجاد مسابقه و رقابتی سالم میان تولیدکنندگان هم می‌توانند در انتقال پیام خود موفق عمل کنند و هم فیلم یا مجموعه‌ای با کیفیت استاندارد و جذاب به مخاطبان تحویل دهند.

نکته دیگر این است که نباید تولید برنامه‌های مشارکتی یا ترکیبی را به دست هر کسی سپرد یا این نوع سوژه‌ها را در اختیار افرادی قرار داد که مدت‌هاست کار و فعالیتی در زمینه مورد نظر نداشته و به ساخت این آثار اشراف ندارند. باید نیرویی متخصص را به کار دعوت کرد تا این وظیفه را به عهده بگیرند.

برای بهبود کیفیت هنری این آثار چه پیشنهادی دارید؟

از آنجا که کیفیت هنری این برنامه‌ها نیز از اهمیت بالایی برخوردار است نباید تولید چنین کارهایی را هم فقط به دست افرادی سپرد که در تولید کارهای تبلیغاتی فعالیت می‌کنند، بلکه کارگردانی کارگشته و کاربلد باید پشت کار قرار گیرد. در بسیاری از فیلم‌های موفق یا فیلم‌هایی که فلسفه و جهان بینی خاصی را مدنظر دارند دیده‌ایم به هر حال ایده یا طرز تفکری تبلیغ می‌شود، اما کارگردان و گروه تولید آنقدر کارشان را بلد و در حرفه خودشان متخصص هستند که مخاطب شیفته آن طرز تفکر مطرح شده می‌شود. بنابراین گروه مورد نظر برای تولید هر برنامه‌ای باید با آگاهی انتخاب شوند.

نیز یکی از عوامل مهم در تولید آثار نمایشی است. از همه این مسائل با اهمیت‌تر، سواد حرفه‌ای گروه تولید است. میزان حرفه‌ای بودن نویسندگان و کارگردان یک اثر هنری مهم‌ترین مساله در تولید درست و انتقال مناسب یک پیام است.

پس معتقدید حتی برای ساخت برنامه‌های تبلیغی هم باید از گروهی حرفه‌ای و متخصص استفاده کرد؟

کاملاً درست است. اتفاقاً افرادی که در زمینه تبلیغی کار می‌کنند باید آموزش‌های ویژه‌ای در این زمینه دیده و کار خودشان را به درستی بلد باشند. پرورش ایده در مرحله بعد قرار می‌گیرد. فرقی هم نمی‌کند یک فیلم سینمایی قرار است ساخته شود یا یک فیلم کوتاه یا مجموعه‌ای نمایشی.

اصل قضیه این است که کارگردان و طراح چه ترندها و فرمول‌هایی برای رساندن پیام و تبلیغ کالا یا نهاد مورد نظر به کار می‌بندد، چون برای به ظهور





# «اسکار» در اندیشه بزرگسالی

رکسانا قهقرایی

رادیو، رسانه‌ای است که در طول حیات خود از آغاز پیدایش تا دوران اوجگیری و کارکرد بی‌بدیل اطلاع‌رسانی‌اش طی دو جنگ جهانی و فاصله میان آنها محملی برای ارائه نظریات مختلف بوده است. عده‌ای چون مک لوهان آن را رسانه گرم می‌خوانند و کنش و واکنش متقابل میان آن و مخاطب را در قیاس با رسانه‌های سردی همچون تلویزیون کاملاً فعالانه ارزیابی می‌کنند. از طرفی، افرادی نظیر برتولت برشت فارغ از هر نوع نگاه کارشناسانه‌ای جهت بقای عمر رادیو و با آرزوی این که هرگز خاموش نشود آن را همراهی برای اوقات دردمندی خود می‌دانند.

برخلاف نظر گروهی که ظهور رسانه‌های رقیب را به منزله پایان حیات رادیو می‌پنداشتند، این رسانه همچنان زنده است و هم‌اکنون در قالب برنامه‌هایی مختلف اعم از ترکیبی، گفت‌وگو محور، نمایشی جنگ و... نیازهای صوتی شنوندگان را پاسخگوست. علاوه بر قالب‌های مختلف برنامه‌سازی در رادیو، برخی دیگر از بسترها نیز در اتخاذ رویکرد تخصصی آن بی‌تأثیر نبوده است که می‌توان به تاسیس و راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی مختلف و دسته‌بندی موضوعی آنها اشاره کرد، شبکه‌هایی که بخش عمده‌ای از برنامه‌های خود را به موضوعی مشخص اختصاص داده و برای تعمیق هرچه بیشتر در مباحث مورد نظر خود از کارشناسان و دست‌اندرکاران آن عرصه بهره می‌گیرند. شبکه رادیویی نمایش را که بیش از یک سال از حیات آن می‌گذرد، می‌توان در راستای تحقق همین هدف در نظر گرفت.

تاسیس این شبکه بدون شک به غنای آثار نمایش رادیویی و ایجاد خلاقیت در تولید این آثار منجر شده است.

برای تهیه گزارش از ضبط نمایش رادیویی «طبل حلبی» به تهیه‌کنندگی فرهنگ جولایی و کارگردانی فریدون محرابی به استودیو شماره ۱۲ ساختمان رادیو ارک می‌روم. بسیاری از پیشکسوتان عرصه نمایش آنجا حضور دارند. ضبط نمایش حدود ساعت ۲ بعدازظهر آغاز شده است. نمایشنامه این اثر برگرفته از رمان طبل حلبی نوشته گونتر گراس است که توسط محمد رضا قربانی برای تولید نمایش رادیویی پرداخت شده است.

داستان این نمایش زندگی پسری را روایت می‌کند که به لحاظ فیزیکی در ۳ سالگی باقی مانده و دارای معلولیت جسمی است؛ اما از نظر فکری رشد کرده و درک مناسبی از محیط پیرامونی خود و وقایع اطرافش دارد؛ در حالی که دیگران به او همچنان به دیده یک کودک می‌نگرند.

وقایع این داستان را می‌توان به دوران هیتلر و برخاسته از بطن اجتماعی و شرایط تاریخی دوره حیات نگارنده رمان دانست.

نمایش رادیویی طبل حلبی برای پخش از شبکه رادیویی نمایش در ۷ قسمت تهیه شده است و هر



پرتنش دارد. بازیگران برای ایفای نقش‌های خود تمام انرژی‌شان را به کار می‌گیرند و فضای استودیو سراسر از صدای زد و خورد و درگیری است و از افکت‌های رتال متنوعی برای بهتر در آمدن آن استفاده می‌شود.

برخی بازیگران بتدریج در استودیو حاضر می‌شوند و به ایفای نقش می‌پردازند. به نظر می‌رسد در این کار از بازیگرانی با طیف صداهای متفاوت استفاده شده است تا تمایزات و تفکیک کاراکترها برای شنونده‌ای که تنها ابزار او برای تخیل‌انگیزی و ایجاد ارتباط با نمایش رادیویی صداست، بسیار راحت‌تر صورت بگیرد.

همچنین برخی بازیگران به تناسب نقش‌های خود از یک تیپ مشخص استفاده می‌کنند که این مساله در تحقق هدف ذکر شده تأثیرگذار خواهد بود. حضور نوازندگان در استودیو و اجرای زنده آنها یکی دیگر از نکات جالب توجه در این نمایش است که کمتر تجربه شده است. خلاقیت در طراحی افکت‌ها در عین استفاده از ابزارهایی ساده و تطابق کامل جلوه‌های صوتی به کار رفته در نمایش با فضای واقعی را می‌توان از دیگر ویژگی‌های نمایش رادیویی طبل حلبی بر شمرد.

در حالی که ساعت به ۵ بعد از ظهر نزدیک می‌شود، ضبط قسمت‌های سوم و چهارم به پایان رسیده است. وقفه کوتاهی برای استراحت بازیگران و عوامل در نظر گرفته می‌شود. از این فرصت استفاده می‌کنم و از فرهنگ جولایی می‌خواهم کمی درخصوص چند و چون تهیه نمایش‌های رادیویی صحبت کند. او با اشاره به پرکارتر بودن نمایش طبل حلبی و دشواری‌های ضبط آثاری نظیر آن می‌گوید: بازیگران و عواملی که در زمینه تولید نمایش‌های رادیویی فعالیت می‌کنند با سختی‌های زیادی روبه‌رو هستند. برای مثال در حال حاضر امیر جوشقانی که قرار بود در نقش اسکار بازی کند صدایش بشدت گرفته و دکتر به او توصیه کرده تا ده روز صحبت نکند. گذشته از آن وقتی مسئولیت تهیه‌کنندگی یک کار رادیویی به من سپرده می‌شود، از آغاز جلسات تمرین تا تحویل دادن آن به مرکز برای پخش، تمام فکر و ذهنم درگیر کار است تا از نظر فضا سازی و موسیقی اشکالی در آن وجود نداشته باشد و همه جوانب را در نظر می‌گیرم.

قسمت از این نمایش است. فریدون محرابی نمایشنامه را به دست دارد و بدقت به نحوه ادای دیالوگ‌ها توسط بازیگران توجه می‌کند. گاهی نیز ضبط نمایش را متوقف کرده و نکات لازم را برای بهبود کیفیت کار تذکر می‌دهد. ضبط قسمت دوم نمایش به پایان می‌رسد و با وقفه‌ای کوتاه ضبط سومین قسمت آغاز می‌شود.

محرابی که خود ایفاگر نقش اسکار، شخصیت اصلی و قهرمان قصه طبل حلبی است به داخل استودیو می‌رود و پشت میکروفن قرار می‌گیرد. پیش از این قرار بوده امیر جوشقانی ایفای این نقش را به عهده بگیرد که به دلیل گرفتگی صدا، این امکان برای او فراهم نشده است. فضای این قسمت از داستان به ورود اسکار به مدرسه و انزجار او از حضور در این محیط، گفت‌وگوی میان او، معلم و دیگر شاگردان کلاس، درگیری لفظی با معلم و همکلاسی‌های خود و سماجت در نواختن طبل و... مربوط می‌شود. قسمت سوم از این نمایش، فضایی

قسمت بیش از ۳۰ دقیقه را در بر می‌گیرد. در این اثر پرکاراکتر، نزدیک به ۳۵ بازیگر ایفای نقش می‌کنند و در کنار دیگر عوامل آن حدود ۴۵ نفر در گروه تولید مشغول فعالیت هستند.

فریدون محرابی، جواد پیشگر، بهرام ابراهیمی، علی میلانی، احمد ایرانی‌خواه، فریبا متخصص، شمسی صادقی، سیما خوش‌چشم، سعیده فرضی، حمید منوچهری، مهدی نمینی‌مقدم، خسرو فرخزادی و... ترکیب بازیگران این مجموعه نمایش رادیویی را تشکیل می‌دهند.

مریم نشیبا از گویندگان پیشکسوت رادیو نیز روایت داستان و بیان خلاصه‌های آن را به عهده دارد.

## همه صداها در یک اتاق در بسته

ساعت حدود ۳ بعد از ظهر است که به استودیو ضبط این نمایش می‌روم. ضبط نخستین قسمت از نمایش طبل حلبی به پایان رسیده و گروه، مشغول ضبط دومین

## تفاوت تهیه‌کننده رادیو با تهیه‌کننده سینما

فرهنگ جولایی درباره تفاوت‌های تهیه‌کنندگی در عرصه نمایش‌های رادیویی با دیگر برنامه‌ها ادامه می‌دهد: تهیه‌کنندگی در تولید برنامه‌های غیرنمایشی رادیو، یکی از بخش‌های اصلی است و تهیه‌کننده مسئولیت طراحی، اجرا، انتخاب عوامل ضبط و ادیت را خود به عهده دارد. اما تهیه‌کننده نمایش‌های رادیویی با دیگر آثار تفاوت‌هایی دارد. اکنون در مرکز هنرهای نمایشی تنها ده تهیه‌کننده مجوز ساخت نمایش رادیویی دارند که کارگردانان مختلفی با آنها همکاری می‌کنند. کارگردان توسط خود مرکز انتخاب می‌شود و انتخاب بازیگران و مدیریت اجرای نمایشنامه را به عهده دارد. وی با اشاره به برآوردهای مالی کمی که برای تولید آثار نمایشی در رادیو در نظر گرفته می‌شود در خصوص نحوه پرداخت رادیویی کتاب‌ها و داستان‌های مشهور ایرانی و خارجی ادامه می‌دهد: به نظر من حفظ خط اصلی داستان‌ها در پرداخت رادیویی آنها اهمیت زیادی دارد. اما رادیو نیز مقتضیات خاص خود را دارد و این داستان‌ها در دو بخش برای تبدیل شدن به نمایشنامه تنظیم می‌شوند. یک بخش، هماهنگ کردن آنها با فرهنگ ایرانی است و مرحله دوم به تطبیق آنها با شرایط این رسانه برمی‌گردد. جولایی در پایان صحبت‌های خود تم داستانی نمایش طبل حلبی را پرکشش و جذاب دانسته و می‌گوید: این کار اگرچه یک کار رادیویی است و با بودجه و دستمزدهای کمی که به این آثار تعلق می‌گیرد، تهیه می‌شود؛ اما می‌توان به آن مثل یک اثر سینمایی حرفه‌ای نگاه کرد. در طول کار از صد افکت متنوع استفاده می‌شود که ۵۲ افکت را خودم انتخاب کرده‌ام و بقیه آنها به صورت زنده در داخل استودیو اجرا می‌شود. در این کار تلاش داریم در حد امکان از افکت‌های طبیعی استفاده کنیم و برخی از آنها هم بناچار و به دلیل این که امکان اجرای آنها در داخل استودیو وجود نداشته است، از آرشیو استفاده می‌کنیم.





# این کوچه «بن بست» نیست!



محمدرضا مانی فر

تردید نباید کرد مخاطبان مورد نظر هر ایستگاه که می‌توان آنها را به اختصار مخاطبان هدف نامید، تنها هنگامی شنونده برنامه‌های آن ایستگاه می‌شوند و دلبستگی خود را به ایستگاه و برنامه‌های آن ابراز می‌دارند که در درون و لایه‌لای برنامه‌ها، ارائه آیت‌ها یا بخش‌های مختلف مانند آخرین اخبار و اطلاعات مورد نیاز موسیقی‌های باکلام و بی‌کلام مورد علاقه، پیش‌بینی‌های دقیق و راهگشا درباره وضعیت آب و هوا و آمد و شد جاده‌ها و در کنار آنها، اعلام نام و ساعت و معرفی برنامه‌های ایستگاه را شاهد باشند و این همه را از زبان گویندگان آگاه با بیانی سرگرم‌کننده بشنوند.

گویندگان ناآگاه با بیانی کسل‌کننده که محتوای بی‌ارتباط با هویت و نوع مخاطبان هر ایستگاه را بر بستر موسیقی‌های نامناسب ارائه می‌کنند، گریز شنوندگان را موجب می‌شوند و ایستگاه را از سرمایه اساسی برای بقا در میدان رقابت تهی می‌کنند.

بی‌سبب نیست صاحب‌نظران رسانه بر این اعتقادند مهم‌ترین وظیفه برنامه‌سازان بویژه گویندگان و مجریان و در پس آن، برنامه‌ریزان هر ایستگاه آن است که همواره و در همه حال با حرفه‌ای‌ترین نگاه و رفتار موجب حفظ مخاطبان فعلی و البته جذب مخاطبان جدید به ایستگاه و برنامه‌های آن شوند و شنوندگان وفادار برای آن به ارمان آورند و در نهایت آن کنند که مانع تغییر موج ایستگاه از سوی شنوندگان شوند.

به بیان بهتر، برنامه‌ریزان هر ایستگاه باید شرایطی

فراهم آورند که در آن، برنامه‌سازان بتوانند با پخش موسیقی‌های مورد علاقه شنوندگان درباره موضوع‌های اولویت‌یافته نزد آنها گفت‌وگو کنند و به ارائه اخبار و اطلاعات مورد نیاز بپردازند.

گویندگان و مجریان و البته بیشتر گویندگان در این میان، وظیفه‌ای بس سنگین به عهده دارند. آنها با اجرای مناسب خود که اطلاع‌رسانی و سرگرم‌سازی را توأمان کنار یکدیگر دارند، درون و برون برنامه‌ها را مانند چسب به یکدیگر می‌چسبانند و در نهایت، ساختاری یکپارچه و متمایز برای ایستگاه به وجود می‌آورند و با حفظ و جذب بیش از پیش مخاطبان، هویت مناسب از ایستگاه ارائه می‌کنند.

اینجاست که باید موشکافانه به نقش گویندگانی نگاه کرد که در لایه‌لای برنامه‌های هر ایستگاه به اجرای قطعات پیونددهنده می‌پردازند و در اصطلاح، گوینده یا گویندگان پخش نامیده می‌شوند؛ چراکه آنها نقش کم‌نظیر در ارائه هویت مناسب از هر ایستگاه دارند

و می‌توانند با برقراری پیوندهای جالب و جذاب میان برنامه‌های مختلف آن، القاکننده هویت ایستگاه نزد مخاطبان باشند؛ مخاطبان مورد نظر که هر ایستگاه به دنبال دسترسی به آنهاست و کوشش می‌کند آنها را در زمره شنوندگان وفادار خود جای دهد.

آیا گویندگان پخش ایستگاه‌های مختلف صدای جمهوری اسلامی و در کوتاه سخن، رادیو در ایران توانسته‌اند در این مسیر گام بردارند و به حقیقت این‌گونه باشند؟

زهره‌سادات هاشمی، گوینده و مجری و مدیر وقت باشگاه رادیویی جوان در پاسخ به این پرسش به آسیب‌های قابل تامل در این عرصه اشاره می‌کند و صریح و شفاف از آنها می‌گوید: به نظر می‌رسد گویندگی در واحدهای پخش رادیوهای ما و اعلام نام و ساعت و معرفی برنامه‌ها که حداقل انتظار از گویندگان پخش است، آن اهمیتی را که باید داشته باشد، ندارد.

گویندگانی که مدتی از حضور آنها در رادیو گذشته

## هر ایستگاه، هویت خود را دارد

گسترش ایستگاه‌های مختلف با مخاطبان متفاوت در مجموعه صدا نشان‌دهنده آن است که ارائه هویت مناسب از هر ایستگاه به ضرورت انکارناپذیر در تضمین بقای اثربخش آن تبدیل شده است؛ چرا که بدون ارائه این هویت، تنها شنوندگان موجود صدا میان ایستگاه‌های مختلف تقسیم می‌شوند و رفته‌رفته به آن سبب که تمایزی بین ایستگاه‌ها دیده و شنیده نمی‌شود، مخاطبان فعلی صدا نیز کاهش می‌یابند و به خودی خود، جذب مخاطبان جدید هم امکانپذیر نمی‌شود.

گویندگان پخش می‌توانند زمینه مناسب در تحقق این هدف باشند و وابسته به آن که نقشه راهی مشخص در این زمینه، طراحی و نقش برنامه‌سازان بویژه گویندگان پخش بدرستی تحلیل و تبیین شود. واحدهای پخش رادیو، واحدهای بی‌روح با گردش کاری مکانیکی نیستند.

است و جایگاه تثبیت شده در رادیو پیدا کرده‌اند و در اصطلاح، اسم و رسمی دارند، کمتر حاضر می‌شوند در استودیوهای پخش به گویندگی بپردازند و حتی گاهی پیشنهاد انجام این کار را بی‌احترامی به خود و نادیده‌گرفتن جایگاه حرفه‌ای خود قلمداد می‌کنند. شما علت این مسأله را چه می‌دانید؟

این هم به ضعف برنامه‌ریزی در رادیوهای ما بازمی‌گردد. مدیران رادیو به طور معمول هر گوینده‌ای را که تازه از راه رسیده است، پیش از آن که در واحدهای تولید رادیو به کار بگیرند و در اصطلاح، تربیت حرفه‌ای کنند بلافاصله به پخش رادیو می‌آورند و به وی شیفت پخش می‌دهند و می‌گویند: تو اینجا کار را یاد بگیر! مسلم است گوینده‌ای که برای خود شخصیتی قائل است و این وضع را می‌بیند، حاضر نمی‌شود به گویندگی در پخش بپردازد و در کنار گوینده‌ای قرار بگیرد که تازه آمده است فنون گویندگی را پشت میکروفن پخش یاد بگیرد و تمرین کند.

در ضمن هنوز تعریف حرفه‌ای از ویژگی‌های یک گوینده پخش ارائه نشده است. ابتدا گوینده تازه‌وارد را در پخش آموزش می‌دهند، بعد هم برای گویندگان پخش ارزشی قائل نمی‌شوند و پایین‌ترین نمره‌ها را در ارزیابی‌ها به آنها می‌دهند.

مسلم است گوینده باسابقه در شأن خود نمی‌بیند به پخش بیاید و ساعت‌های طولانی با دستمزد پایین گویندگی کند. به همین دلایل است که بیشتر گویندگان رسمی که فقط قرار است بیایند و ساعت‌های موظف خود را پر کنند یا گویندگانی که نمی‌خواهند یا نمی‌توانند برنامه‌های زنده و چالشی اجرا کنند، می‌آیند و در پخش، گویندگی می‌کنند.

البته این تنها زهره‌سادات هاشمی نیست که از این آسیب می‌گوید. حوریه صداقتی، گوینده و مجری باسابقه رادیوهای ایران و پیام نیز به گونه دیگر این آسیب را یادآوری می‌کند و در پاسخ به پرسش نگارنده، این نکته مهم را بیان می‌کند: کلید اصلی موفقیت هر رادیو، گویندگان و مجریان توانمند آن هستند.

آنها هستند که باید با کارشناسان و مهمانان صحبت کنند، آیت‌ها را به یکدیگر ربط دهند و هر اتفاقی را با مناسب‌ترین شیوه اجرا به سمع شنوندگان برسانند، اما الان در رادیوهای ما این طور نیست و بیشتر سرخوردگی است که نصیب آنهاپی می‌شود که بالنگیزه و توانا هستند.

گویندگان پخش را بیشتر از ضعیف‌ترین‌ها انتخاب می‌کنند تا بیایند و تنها چند ساعت شیفت بدهند و بروند. با این شرایط نامناسب در شأن کدام گوینده باسابقه است که بیاید و بگوید «اینجا تهران است». گویندگی پخش، حرفه‌ای بسیار مهم است. البته همکاران من از لحاظ مالی نیز در مضیقه هستند و براحتی حضور در شیفت‌های پخش را نمی‌پذیرند. البته اگر این مسائل حل شود، من مطمئن هستم قدرترین گویندگان به پخش می‌آیند و به گویندگی می‌پردازند.

این در حالی است که گویندگان پخش می‌توانند و باید سرشار از خلاقیت و نوآوری باشند تا بتوانند به واسطه مناسب در انتقال شنوندگان از برنامه‌ای به برنامه دیگر تبدیل شوند.

آنها نباید حتی در این حد نیز محدود بمانند، بلکه باید به گونه‌ای فعالیت کنند که ساختار ایستگاه را بخوبی حفظ کنند و مبلغ شعارهای آن نزد مخاطبان باشند. می‌توان به این نقش شایسته دست یافت و واحدهای پخش رادیو را به گونه‌ای دید که کمتر نشانی از رکود و سستی در آنها باشد یا کمتر بی‌انگیزگی در آنها مشاهده شود.

باید باورهای کهنه را تغییر داد و تحول را به محور فعالیت در واحدهای پخش رادیو تبدیل کرد. باید با نگاهی ژرف، وضعیت موجود را آسیب‌شناسی و راه‌های دستیابی به مطلوب را جستجو کرد. باید متفاوت با گذشته بود و متفاوت با گذشته، برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی کرد و بدرستی این سخن در نگرش و رفتار ایمان آورد که کوچه پخش، هیچ‌گاه بن‌بست نبوده و هیچ‌گاه بن‌بست نیست. آری، این کوچه بن‌بست نیست!





لایق در نقش ارغون شاه، عنایت بخشی، فتحعلی اویسی، حسین محبوب، اسماعیل محرابی، بهروز بقایی، علیرضا شجاع نوری و در گذشتگانی مثل عطاءالله زاهد، جهانگیر صمیمی فرد، رضا کرم رضایی و... از دیگر بازیگران حرفه‌ای این مجموعه بودند.

علاوه بر وجوهی که گفته شد ساخت این مجموعه در آن مقطع توانست به شک و تردیدهایی که نسبت به موجودیت و مشروعیت سینما و فیلم و سریال وجود داشت، خاتمه دهد و رسالت این هنر - صنعت

را به عنوان تربیت کننده نسل ها و همچنین کارکردهای سازنده و قابل دفاع آن در معرض دید همگان قرار دهد؛ هنر - صنعتی که چه بسا با تکیه بر عمده آثار قبل از انقلاب، حرفی برای دفاع و ارتباط با مخاطب خانواده که دنبال وجهی و رای سرگرمی و وقت گذرانی بود، نداشت و به نوعی خانواده ها نسبت به دنیای فیلم و سینمایی اعتماد شده بودند.

این مخاطبان در مواجهه با مجموعه‌ای که در آن قصه‌ای از گذشته تاریخ به گونه‌ای بازسازی شده بود که هم مفاهیم اعتقادی - اخلاقی امروز آنها را بر جسته می کرد هم قابل استناد بود، به این نتیجه رسید که می تواند در کنار گذران وقت مقابل پرده سینما یا کادر کوچک تلویزیون به درکی جدید از گذشته و حال خود برسد و تحلیل کند بدون آن که اصول و مبانی‌ای که حفظ آنها در کانون خانواده اهمیت داشت زیر سوال برود.

در کنار انتقال این مفاهیم و کارکردهایی که در اندازه وسیع تر، مجموعه تلویزیونی سرداران داشت با نگاه حرفه‌ای به وجوه هنری از طراحی صحنه و لباس گرفته تا چهره پردازی، موسیقی، دوبله، کارگردانی، فیلمنامه نویسی و... توانست سطح سلیقه مخاطب آن روزگار را نیز ارتقا دهد و امروز هم پس از گذشت سه دهه همچنان قابل دفاع و جذاب باشد.

شخصیت پردازی دراماتیک این مجموعه، منفی ترین کاراکترها را نیز ملموس و باورپذیر کرد و قهرمان و ضدقهرمان را به یک نسبت مورد توجه قرار داد. در این میان تصویری زمینی که از حماسه آفرینی های مردم این سرزمین ارائه شد در کنار قرینه پردازی با شرایط روز کشور - در فاصله کوتاهی بعد از انقلاب و درگیر بودن همزمان با جنگ عراق - باعث شد مجموعه سرداران به عنوان یک سریال حماسی به دور از نگاه سطحی و اغراق شده در ذهن مخاطبان دیروز و امروز ثبت شود بخصوص در دهه های بعد، بیشتر مجموعه های تاریخی نوعی نگاه سهل، اغراق شده و سیاه و سفید نسبت به رویدادها و شخصیت های منفی و مثبت داشتند که بیش از هر چیز نگاه سلیقه ای به تاریخ را نشان می داد آن هم به منظور تغییر واقعیت نه الزام درام و داستان پردازی.

با تکیه بر این قیاس که با توجه به تولیدات این سال ها همچنان راه برای آن باز است، همچنان جایگاه مجموعه های قدیمی تر که بخصوص محصول دهه ۶۰ هستند، در ذهن مخاطب همچون یک الگو ثبت شده است.

و وجه دیگر نیز از حضور حرفه ای های هر رشته بهره برد. افرادی که امروز همچنان متخصص و تأثیرگذار هستند. از فرهاد فخرالدینی که ساخت موسیقی متن و تیتراژ ماندگار کار را به عهده داشت گرفته تا جلال الدین معیریان و بیژن محتشم که چهره پردازان این مجموعه تاریخی بودند و تبدیل کردن چهره های بازیگران ایرانی به کاراکترهای نمایشی از قوم های مختلف، جلوه هنرشان را بر جسته تر می کند.

مرحوم علی کسمایی، پدر دوبله ایران هم که در دوبله آثار پر شخصیت و بخصوص تاریخی متخصص بود مدیریت دوبلاژ سریال را به عهده داشت. گروه کارگردانی که در کنار نجفی حضور داشت نیز هر کدام امروز کارگردانان مستقلی شده اند از علی ژکان گرفته تا اصغر هاشمی و همچنین افسانه بایگان که در نقش ترکان خاتون نیز حضور پیدا کرد.

فهرست بلندبالای بازیگران حرفه ای این سریال، یکی دیگر از نقاط قوت و بر جسته آن است. در این مجموعه امین تارخ به عنوان بازیگری مسلط و هوشمند در نقش شیخ حسن جوری به مخاطب معرفی شد.

در کنار او بازیگر بر جسته ای به نام علی نصیریان در نقش قاضی شارح خوش درخشید - همچون نقش آفرینی هایش در فیلم های مستقل آن زمان - و توانست این کاراکتر منفی را با جزئیاتی در شخصیت پردازی و ریزه کاری هایی در بازی، ملموس و جذاب کند و مدت ها عنوان این کاراکتر را یدک بکشد.

محمدعلی کشاورز در نقش خواجه قشیری، مرحوم فیروز بهجت محمدی در نقش طغای، مرحوم جمشید

## واقعیت دراماتیزه شده

مجموعه سرداران ملهم از واقعیت تاریخی بود که از دریچه ذهن نویسنده و کارگردان دراماتیزه شد. درواقع شرایط آن مقطع زمانی و حال و هوای جامعه در بر جسته شدن و تأثیرگذاری قصه نقشی بسزا داشت، چراکه زمان زیادی از پیروزی انقلاب اسلامی نگذشته بود و جامعه در کنار مفاهیم و دیدگاه های جدید، بشدت دنبال قرینه پردازی این انقلاب با مستندات تاریخی در گذشته بود تا بتواند ما به ازاها برای این حرکت بیابد عظمت آن برایش تداعی شود.

همچنین درگیر بودن کشور در جنگ با عراق نیز روحیه وطن پرستی و دفاع از آب و خاک را تشدید کرد تا بر بستر واقعگرایی این قصه، برای مخاطب گذشته و حال سرزمین اش و مصائبی را که این خاک و میراث دارانش متحمل شدند تا این امانت را به نسل های بعدی بسپارند، قابل درک و باورپذیر شود.

# خاطره بازی با یکی از سریال های دهه ۶۰ سربداران؛ ترکیبی از واقعیت و داستان

سحر عصرآزاد

یکی از ویژگی های مهم دهه ۶۰ پراگرتن دوباره تولید فیلم و سریال در سینما و تلویزیون بود، چراکه باید مفاهیم اولیه این دو رسانه به گونه ای باز تعریف می شدند تا با تغییر و دگرگونی ای که در جامعه و مردم اتفاق افتاده بود، همساز شوند.

با توجه به این که الگوی روشن و قابل استنادی برای مجموعه هایی مطابق با مفاهیم و دیدگاه های جدید در تلویزیون وجود نداشت این مسیر خواه ناخواه از میان تاریخ و مستندات گذشته عبور کرد.

به این ترتیب، ساخت سریال هایی با تکیه بر رویدادهایی که در گذشته این سرزمین رخ داده و سرانجام و بازتاب اتفاقات مشخص و قابل تحلیل بود، خطر کمتری داشت. هم برای برنامه سازان و هم مدیران تلویزیون تا بتوانند به شکلی قابل دفاع مخاطب را با کارکردهای جدید این رسانه بخصوص از وجه فرهنگ سازی، تبلیغاتی و پیام رسانی آشنا کرده، در واقع مخاطب هدف خود یعنی خانواده ها را جذب کنند. به این شیوه بود که تلویزیون با احیای ظرفیت های بالقوه این رسانه توانست دست همراهی مخاطب را با اعتماد به گذشته تاریخی آنها بگیرد و با پررنگ کردن این اعتماد، به نوعی جایگاه خود را میان خانه و خانواده ها محکم کند.

مجموعه تلویزیونی «سربداران» یکی از نخستین سریال هایی بود که با چنین دورنمایی شکل گرفت و راه به حریم خانه مخاطبان دهه ۶۰ پیدا کرد.

البته تولید سریال «هزارستان» زنده یاد علی حاتمی قبل تر از این مجموعه، یعنی سال ۵۸ شروع شده بود که با چند سال وقفه سال ۶۶ روی آنتن شبکه یک رفت.

سریال سربداران، سال ۶۳ براساس فیلمنامه ای از مرحوم کیهان رهگذر ساخته شد که تهیه کننده و مشاور کارگردان هم بود. او که دانش آموخته تئاتر از دانشگاه هنرهای زیبای دانشگاه تهران بود پیش از این تجربه، فیلمنامه سینمایی «سفیر» را همراه فریبرز صالح نوشته بود که آن فیلمنامه هم با یک قصه فرعی به قیام عاشورا می پرداخت. همان طور که اشاره شد فیلمنامه سربداران با تکیه بر مستندات تاریخی به نگارش درآمد. قیام سربداران خراسان در قرن هشتم هجری به رهبری شیخ حسن جوری علیه ایلخانان مغول که بر ایران تسلط پیدا کرده بودند، محور اصلی این قصه بود.

درباره ریشه این نام و قیامی که به قیام سربداران معروف شد در منابع مختلف تاریخی به موارد متعددی اشاره شده است. اما نکته مهم این است که در نگارش فیلمنامه، داستان واقعی شکل گیری این قیام به گونه ای اجتنابناپذیر در گذر زمان و عبور از فیلتر ذهنی نویسنده، درام پردازی شد و ماحصل کار، ترکیبی از واقعیت و داستان بود که از زاویه دید محمدعلی نجفی به عنوان کارگردان به مجموعه ای قابل دفاع و ماندگار تبدیل شد.

نجفی که خود دانش آموخته رشته معماری بود پیش از این فیلم های سینمایی «لیله القدر» و «جنگ اطهر» را ساخته بود و نکته مهم تر این که قبل از انقلاب تئاتر کار کرده و نمایش «سربداران» را در حسینیه ارشاد روی صحنه برده بود.

این پیشینه و پیدا کردن نقاط اشتراک با کیهان رهگذر باعث شد مجموعه تلویزیونی سربداران شکل بگیرد که ذهن ساختارمند نجفی به عنوان یک معمار در چگونگی تبدیل شدن آن به یک اثر منحصر به فرد تأثیر به سزایی داشت. در واقع این ساختارمندی بخصوص در تصویرسازی و اجرا وقتی با درام پردازی ذهن مرحوم رهگذر تلفیق شد



**در نگارش فیلمنامه، داستان واقعی  
شکل گیری قیام سربداران به  
گونه ای اجتنابناپذیر در گذر زمان  
و عبور از فیلتر ذهنی نویسنده،  
درام پردازی شد و ماحصل کار،  
ترکیبی از واقعیت و داستان بود**



ماحصل کار را به یک اثر شسته رفته که مسیر خود را از میان تاریخ و واقعیت باز می کرد تبدیل کرد، اما در نهایت به مقصد خاص خود می رسید نه لزوماً هر آنچه در تاریخ ثبت شده بود. همین نکته بود که در زمان پخش مجموعه، حاشیه سازی هایی شد در نهایت به سانسور و حذف بخش هایی از آن انجامید. مثل سرانجامی که در قصه برای شیخ حسن جوری طراحی شد که همراه با سربداران تبعید را انتخاب می کرد. در حالی که در واقعیت شیخ حسن در یکی از جنگ ها با سپاه حاکم هرات به قتل رسید و سربداران نیز تلفات سنگینی داد.

به شخصیت فاطمه که شیفته وار در جستجوی شیخ حسن جوری بود - در واقع شیفته شخصیت معنوی شیخ حسن و منش، اعتقادات و سخنان او - نیز انتقادها وارد شد بخصوص درباره واقعی بودن این شخصیت.

اما محمدعلی نجفی همان زمان با تأکید بر این که قصدش ساختن یک فیلم بوده و به تاریخ بدهکار نیست، بلکه تاریخ بهانه ای است برای روایت قصه (نقل به مضمون)، رویکرد خاص خود و طبعاً مرحوم رهگذر را به تاریخ مشخص کرد، هر چند در ادامه همین انتقادها، بخش هایی از حضور کاراکتر فاطمه در مجموعه حذف شد.

سربداران در کنار نویسنده و کارگردانی هوشمند، در

