یادداشت

درباره طراحی صحنه در سینما و تلویزیون- بخش پایانی

از ما معجزه می‌خواهند

امیر اثباتی

لوکیشن‌ها: چهره شهرها هر روز و هر ماه عوض می‌شود. هیچ شهری را نمی‌توان سراغ گرفت که دست‌کم یک محله‌اش هویت تاریخی خود را تا حدودی حفظ کرده باشد.

با این وضع چطور می‌شود جز درباره دوره همین ماه‌ها و دست بالا یکی دو سال اخیر فیلمی ساخت؟ لابد توقع ما زیاد است و چه انتظارها داریم! باید بگویم این دغدغه و نگرانی صرفاً به خاطر سینمای ایران نیست، به خاطر هویت این سرزمینی است.

در این شرایط لوکیشن‌ها تکراری است و حداقل همکاری‌ها از سوی نهادها و موسسات دولتی هم از آن دریغ می‌شود. ضابطه و مقرراتی جامع وجود ندارد. نظر و خواست و سلیقه رئیس حرف آخر را می‌زند یا طلب هزینه‌های نامعقول که تناسبی با مختصات اقتصادی این سینما ندارد.

بودجه

بودجه کافی برای طراحی در نظر گرفته نمی‌شود. لباس را بهتر است خود بازیگر از امکانات شخصی‌اش تامین کند و ترجیحاً به لوکیشنی برویم که اثاث داشته باشد. طراحی در این شرایط محلی از اعراب ندارد. تدارکات و امکانات موجود و ارزان جای آن را پر می‌کند و آنچه غایب می‌ماند اندیشه خلاقیت و ظرافت است. تله‌فیلم‌ها هم که دارند آخرین ضربه‌ها را به این پیکر نحیف می‌زنند و نازل‌ترین سلیقه و سطح کیفی را در همه سطوح رواج می‌دهند. هزینه تله‌فیلم دستمزد دست‌کم یک ستاره یا بازیگر مشهور است و تمام. اگر هدف همین تنزل باشد باید به مدیران و هدایت‌کنندگان این مسیر تبریک گفت. دارند موفق می‌شوند و شده‌اند.

امکانات فنی

فرض کنیم که بودجه هم داریم. قدرت انتخاب‌مان برای نمایش آنچه مورد نظر است - مثلاً یک‌پارچه مناسب و دلخواه- چقدر وسیع است؟ جواب این است: به اندازه چند بزازی خیابان گاندی و لاله‌زار و بازار و مولوی. همین. کارگاه‌های بافت پارچه دلخواه کجا هستند؟ من اطلاعی ندارم. کارگاه‌های ساخت دکور و وسایل صحنه هم همین وضع را دارند. نه تجهیزات پیشرفته‌ای داریم نه متخصصان آموزش‌دیده‌ای. آنچه می‌توان روی آن حساب کرد تجربه‌های خودآموخته گاهی همراه با شور و علاقه و انگیزه است و بس. از سویی در پله اول بدیهی‌ترین و ابتدایی‌ترین امکانات و تجهیزات درجا می‌زنیم و از طرف دیگر نگاه‌مان به پیشرفت‌های گرافیک کامپیوتری است. باز هم بازار تبلیغات - بخش خصوصی و انگیزه‌ها و بازده سرمایه‌گذاری‌اش - بیش و کم در حال پیشرفت است. ولی در عرصه سینمای ایران تجربه‌ها کم و هزینه‌های پیش‌بینی‌نشده زیاد است. در این میان آنچه حاصل می‌شود اغلب باعث شرمساری و پوزخند است تا دستیابی به امکانات چشمگیر فناوری پیشرفته.

دانش فنی و هنری

دانشکده‌ها چه می‌کنند؟ حتماً واحدهایی گذرانده می‌شود و مدرک‌هایی گرفته می‌شود. اما آنچه از توانایی فارغ‌التحصیلان این مراکز آموزشی شاهد هستیم با آنچه برای جبران نیازهای حرفه‌ای و افراد توانمند و آشنا به فوت و فن کار در سینما ضروری است، فاصله زیادی دارد و جز با دوباره از صفر شروع کردن و کسب تجربه عملی میسر نیست.

با این کیفیت آموزشی و دانش فنی و هنری، مناسبات میان طراح و کارگردان و بقیه عوامل هم چندان حرفه‌ای و شایسته نیست. طراح به جای طرح و تصویر از واژه و کلام استفاده می‌کند و طرح را تعریف می‌کند. طرح شفاهی؟ و این مبنای سوءتفاهم‌های بعدی است. از سوی دیگر ضمانتی نیست که طرح‌ها در صورت ترسیم به بهترین کیفیت همه از جانب کارگردان و فیلمبردار و مدیر تولید و... درست و دقیق فهمیده شود. قدرت تصور و درک بصری متاسفانه در اغلب موارد بسیار اندک است. اظهارنظرها نه در مرحله بررسی طرح‌ها که پس از پایان اجرا آغاز می‌شود. سوءتفاهم‌ها، دوباره‌کاری‌ها و اتلاف وقت و هزینه، پیامد منطقی این شرایط است.

جایگاه طراح

پس از این همه سال هنوز حدود وظایف و اختیارات طراح روشن نیست. گاهی از او معجزه می‌طلبند، بدون هیچ امکانی و گاهی صرفاً انتظار اجرای اوامر و سلایق کارگردان، فیلمبردار یا بازیگر را دارند.

در این زمینه تقصیر اصلی متوجه خانه سینما و انجمن طراحان است. جامعه‌های حرفه‌ای بسیاری از طریق نظام‌نامه‌هایشان مثل نظام مهندسی، یا نظام پزشکی و... تعریف دقیقی از حرفه خود و مناسباتشان با دیگر همکاران‌شان دارند اما در حیطه سینما، نه فقط در بخش طراحی، فقدان این امر مشهود و مساله‌ساز است. حراست از امنیت شغلی و حرفه‌ای در حد آیین‌نامه‌ای بی‌استفاده باقی مانده است. اراده‌ای و همتی برای اجرایی کردن آن دیده نمی‌شود. نظم و انضباطی در حرفه وجود ندارد. برخی از طراحان سال‌ها بیکارند و عده‌ای همزمان درگیر چند پروژه. و این مشغله طراح را در موقعیتی قرار می‌دهد که نه کتاب می‌خواند، نه تئاتر می‌رود، نه از نمایشگاه‌های نقاشی و مجسمه و عکس خبر دارد و نه حتی فیلم می‌بینند. ما طراحان به ندرت و به سختی به بازپروری خود می‌پردازیم. می‌شود این فهرست را ادامه داد. مجالی دیگر می‌خواهد اما واقعاً آب کمی در لیوان است.

گفت‌وگو با مجید میرفخرایی و ایرج رامین‌فر درباره طراحی صحنه در تلویزیون و سینما- بخش پایانی

موفقیت‌های اتفاقی

آرزو شهبازی

بخش اول گفت‌وگو با مجید میرفخرایی و ایرج رامین‌فر درباره معضلات طراحی صحنه در آثار تاریخی تلویزیون روز پنجشنبه درهمین صفحه منتشر شد. آنچه می‌خوانید بخش پایانی این گفت‌وگو است.

-یکی از بحث‌هایی که همواره وجود داشته، بحث ساخت دکورهای ماندگار در آثار تاریخی است که در سینما و تلویزیون ما اغلب اتفاق افتاده و به خاطر نداشتن امکانات نگهداری با همه هزینه‌های بالایی که صرف آنها شده کم کم این دکورها از بین رفته‌اند. حالا جدا از مساله کپی‌رایت این دکورها که اغلب در کشور ما رعایت نمی‌شود، نگاه شما به این شکل از دکورسازی چیست، آیا امروز در دنیا چیزی به اسم دکور ماندگار وجود دارد؟

رامین‌فر: اصلاً دکوری به نام دکور ماندگار وجود ندارد. در تمام دنیا دکور پرتابل وجود دارد. شما مثلاً دکورهای فیلم «گلادیاتور» را نمی‌توانید ببینید. چون حق رایت دارد و تنها برای همین فیلم ساخته شده است. این طور نیست که هر فیلم گلادیاتور دیگری که می‌خواهند بسازند به خودشان اجازه بدهند وارد این دکور بشوند. این یعنی سینما؛ یعنی صنعت و هنر. در هنر بخشی به نام حق رایت مولف وجود دارد که شما نمی‌توانید از وسایلی که در یک کار استفاده شده در کار دیگری استفاده کنید.

-با این حساب شما مخالف شهرک‌سازی به شیوه مرسوم در سینمای خودمان هستید.

رامین‌فر: بله من مخالف شهرک‌سازی هستم چون این کار اصول خاص خودش را دارد و باید بر اساس نقشه و ماکتی ساخته بشود که قابلیت تغییر و پرتابل بودن داشته باشد. مثلاً اگر شما مخارجی صرف می‌کنید و شهر دمشق یا روم یا... را در گوشه‌ای از این شهرک بازسازی می‌کنید، برای نگهداری آن باید ۱۰ برابر خرج کنید. اما در دنیا این‌گونه نیست و دکورها به صورت پرتابل وجود دارد. یعنی خیلی از پایه‌ها و پیلوت‌ها ثابت شده، ولی با لته‌سازی می‌توانید کوچه‌ها و خانه‌ها و درها و پنجره‌ها را عوض کنید. اینجاست که مساله تخصص پیش می‌آید. یعنی یک نفر متخصص نجاری است، یک نفر متخصص تزیینات روی در است، یک نفر متخصص جواهرات روی لباس است و... این همان سینمای درست است که شما در تیتراژ فیلم اسم هزار تا آدم را می‌بینید که هر کدام در یک رشته‌ای تخصص دارند. ما با این سینما فاصله داریم. چون هنوز در سینمای ما یک مسوول به عنوان طراح لباس و صحنه وجود دارد. من اصلاً چیزی به عنوان مدیر هنری نمی‌شناسم. این سمت در یک دوره‌ای در هالیوود وجود داشت و مدیر هنری آدم بزرگی بود که روی درام و داستان، معماری و همه مسائل بصری تسلط داشت. ولی وقتی در کشور ما بعد از این همه سال هنوز موقعیت طراح صحنه در کار تثبیت نشده، من نمی‌توانم عامل دیگری به نام مدیر هنری را بپذیرم. ما در سینمای خودمان هنوز یک طراح لباس متخصص نداریم. یک طراح مجبور است برای یکدست شدن کارش هم طراحی لباس بکند و هم طراحی آکسسوار و هم صحنه. این غلط است. چرا ما بعد از این همه سال و با ساخت این همه سریال هنوز نتوانسته‌ایم این قانونمندی‌ها را ایجاد کنیم؟

میرفخرایی: شما الان وارد استودیوهای بزرگ دنیا مثل استودیوی بزرگ سینمایی لندن که می‌شوید، هیچ دکوری نمی‌بینید. در صورتی که اتفاقات بزرگی در آنجا می‌افتد. فقط یکسری پلاتو است.

رامین‌فر: مثلاً همین چند سال پیش بود که دکور «برباد رفته» را آتش زدند.

میرفخرایی: اصلاً فرق کار ما با معماری همین است. معماری ماندگار است اما دکورهای ما قابل تغییر است و هنر در این است که بشود با کمی تغییر یک دکور را به دکور دیگری تبدیل کرد. وقتی من از شهرک‌سازی حرف می‌زنم این شیوه مدنظر من است. مرحوم حاتمی یک زحمتی کشید و لاله‌زار را ساخت، آیا همه کارگردان‌های ما باید از همین لاله‌زار استفاده کنند؟ آیا این خیابان هیچ زاویه دید دیگری نباید داشته باشد؟ به همین خاطر است که می‌گویم ما هنوز در دهه‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۰ به سر می‌بریم.

رامین‌فر: البته ایده‌آل ما این است که حتی در آن دوران به سر ببریم. چون آن دوران اوج شکوفایی سینماست.

میرفخرایی: بله. اگر امروز در سال ۲۰۱۰ می‌خواهیم یک شهرک سینمایی بسازیم باید این شرایط یعنی پلاتوهای دیجیتالی، استودیوهای پرتابل و...را داشته باشیم.

-آقای میرفخرایی نظر شما در مورد سمت مدیر هنری که آقای رامین‌فر به آن اشاره کردند، چیست؟

میرفخرایی: ببینید ما الان در سینما دو تا تخصص را کنار هم گذاشته‌ایم که هیچ ربطی به هم ندارد؛ یعنی طراح لباس و صحنه. وقتی این عنوان را برای یک آدم حرفه‌ای در سینمای جهان ترجمه کنی می‌گوید خب اینها چه ربطی به هم دارد؟ مثل اینکه بگویی فلانی هم معمار است، هم طراح مد. اما اگر قرار است دو آدم متخصص در این دو حوزه با هم کار کنند، ما نیاز به یک سرگروه هماهنگ‌کننده داریم که همان مدیر هنری است. چون این آدم در سینمای ما وجود ندارد، ما هر دو این حوزه‌ها را برعهده می‌گیریم. این غلط است. باید یک مدیر هنری باشد که آدم‌های مختلفی زیر نظر او کار کنند. هنوز فرهنگ سینمایی ما یعنی فرهنگ تولیدمان به جایی نرسیده که بتوانیم اینها را با هم چفت کنیم. چون ۹۰ درصد اتفاقات سینمای ما بدون برنامه‌ریزی و بر اساس اتفاق صورت می‌گیرد. یک بار با مرحوم علی حاتمی صحبت می‌کردم می‌گفت من اصلاً قصدم این نبود که یک شهرک سینمایی بسازم. من گفتم می‌خواهم خیابان لاله‌زار را بسازم، به من گفتند یک زمینی هست به نام آقای غزالی که آن را برای ساخت مجتمع مسکونی به تلویزیون فروخته است، بیایید این خیابان را اینجا بسازیم. با چه بدبختی هم لاله‌زار را ساختند و قرار بود دو سال بعد هم خراب بشود. اما بعد از آن آقایان رامین‌فر و خورشیدی دکور «سربداران» را درست کردند. کمی آن طرف‌تر من دکور سریال «امام علی»(ع) را ساختم و بر اساس یک اتفاق فی‌البداهه شهرک بی‌در و پیکری ساخته شد که فاقد هر گونه امکانات است.

-خب تا الان همه بحث‌ها به مرحله پیش‌تولید و لزوم بحث و گفت‌وگو در مورد کار در این مرحله برمی‌گشت. اما اتفاق مهم‌تری هم هست که اغلب در مرحله فیلمبرداری می‌افتد و آن تاثیر نورپردازی و زاویه دوربین بر دکورهای ساخته‌شده است. این اتفاق چه درصدی از مشکلات طراحی صحنه در سینما و تلویزیون ما را شامل می‌شود؟

میرفخرایی: به همان دلیل نداشتن استوری‌بورد بسیاری از موارد در کارهای تاریخی بوده که من یک دکور ۳۶۰ درجه ساخته‌ام و فقط نیمی از آن در کار استفاده شده است.

رامین‌فر: این بر اساس بی‌برنامگی است. دکوری که ساخته می‌شود بر اساس دکوپاژ تصویری فیلمنامه است؛ اما چون ما این را نداریم، یک دکور ۳۶۰ درجه ساخته می‌شود و بعد می‌بینیم کارگردان داستانش را در یک گوشه‌ای فیلمبرداری می‌کند که اگر حساب کنیم می‌بینیم تنها یک‌صدم هزینه انجام‌شده در تصویر است. آن هم با نورپردازی‌های بسیار بدی که اغلب روی دکورهای تاریخی وجود دارد. ما وقتی یک فیلم تاریخی می‌سازیم هنوز نمی‌دانیم عامل روشنایی ما شمع است، مشعل است، پیه‌سوز است؟ چون مطمئناً در پنج هزار سال پیش که برق نبوده است. اما این تصنع در بافت کار وجود دارد و آنقدر نورپردازی می‌شود که حتی حرکت مشعل‌ها در آن پیدا نیست.

میرفخرایی: به خاطر اینکه برنامه‌ریزی قرص و محکمی در زمان پیش‌تولید وجود ندارد. همه چیز باری به هر جهت شروع می‌شود و معمولاً مواردی هم که به عنوان برنامه می‌نویسند و روی دیوار می‌زنند اجرا نمی‌شود. یعنی خود فیلم است که تعیین می‌کند امروز می‌توانیم کار کنیم یا نه. یک مساله دیگر این است که فیلمبرداران ما باید پلان نوری داشته باشند . مثل نقشه‌ای که ما داریم و تکلیف‌مان را موقع کار معلوم می‌کند. اما این اتفاق در کارهای ما نمی‌افتد و البته فیلمبردارها هم در این زمینه درد دل‌های زیادی دارند. وقتی چهار تا پروژکتور و ۱۰ تا آرک در کشور وجود داشته باشد، تنها مساله مهم این است که اینها روشن بشود و کار پیش برود. البته این حرف‌ها برای این نیست که از وضعیت امروزمان مایوس بشویم. حرف من این است که وقتی ما اینقدر جلو آمده‌ایم و به این دردها رسیده‌ایم، حالا یک آسیب‌شناسی کنیم تا برای این دردها درمانی پیدا شود. یک وقتی ممکن است کشوری اصلاً به سینما نرسیده باشد و به تبع آن چنین دردهایی هم نداشته باشد اما ما تا این جای راه را آمده‌ایم و نباید سال‌ها با این درد جلو برویم.

رامین‌فر: همه این بحث‌ها به یک چیز برمی‌گردد و آن اینکه ما قبل از اینکه فیلمی را بسازیم بنشینیم و با هم صحبت کنیم که می‌خواهیم چه کار کنیم. نه اینکه این اتفاق اصلاً نیفتاده باشد. من یادم هست در فیلم «مسافران» بهرام بیضایی که تمام داستان در خانه‌ای به شیوه مدرنیست‌های دهه‌های ۳۰ و ۴۰ می‌گذرد، من از روز اول به تهیه‌کننده‌ها که چهار نفر بودند گفتم این دکور باید ساخته بشود. چون بر اساس یک سناریویی داریم کار می‌کنیم که دقیقاً در آن مشخص شده مثلاً پنجره باید طرف راست باشد یا چپ. خب این اتفاق افتاد و ۹۰ درصد دکوری که ساخته شد الان در فیلم وجود دارد، چون فیلم صاحب یک ماکت بود که ما روی آن بحث کردیم و حتی بخشی از ماکت به خاطر هزینه‌ها حذف شد. به این می‌گویند فیلمسازی حرفه‌ای. اما این در سینمای ما تداوم ندارد.

-خود کارگردان معمولاً چقدر در مراحل ساخت دکور حضور دارد؟

رامین‌فر: در تمام فیلم‌های که می‌سازیم اثری از کارگردان وجود ندارد. مثلاً مدیر تولید خبر می‌دهد که فلان تالار ساخته شد و کارگردان برای اولین بار می‌آید، می‌ایستد و می‌گوید اگر می‌شود فلان دیوار را هم بسازید. اما تمام دکور یک قصر را که نمی‌شود در فیلم گنجاند و می‌بینی نصف آن پرت می‌شود و این یعنی هدر رفتن هزینه. بعد تازه هنگام اجرای کار فیلمبردار می‌گوید فلان پنجره کوچک است. خب مگر شما طرح را ندیده‌اید؟ یک فیلمبردار باید مثل یک معمار بتواند نقشه بخواند و با ماکت تجسم کند که در دکور چه اتفاقی می‌افتد. بارها اتفاق افتاده که در دکورها دری ساخته شده که عرض آن کمتر از ریل تراولینگ بوده است. بعد سه روز وقت و هزینه صرف شده تا این در عریض‌تر بشود. یا دکور می‌سازیم و یکباره کارگردان هنگام فیلمبرداری می‌گوید سقف می‌آید توی کادر من. خب چرا قبلاً به این فکر نکرده‌ای؟ باز دو روز تعطیلی و صرف وقت و هزینه. برخی مواقع یک سقفی را ساخته‌ام و همین طور منتظر بوده‌ام که ببینم در تصویرهایی که می‌گیرند اصلاً این سقف توی کادر هست یا نه و دست آخر هم دیده‌ام که نه. اینها نشان می‌دهد که ما باید بین کارگردان آثار تاریخی با دیگر ژانرها تفکیکی قائل بشویم. کارگردانی که هنوز توی زندگی‌اش نقاشی ندیده چطور می‌خواهد فیلم تاریخی بسازد؟ حالا بگذریم از اینکه بخواهد نظریه‌ای هم درباره معماری نئورئالیست‌ها یا سوررئالیست‌ها داشته باشد. اما این اتفاق نمی‌افتد و بیشتر فیلم‌های تاریخی ما شبیه هم هستند. یعنی یک عده‌ای در تالارهایی راست راست راه می‌روند و حرف می‌زنند.

میرفخرایی: یا میوه می‌خورند و می‌خندند.

رامین‌فر: حتی دیالوگ‌ها و مسائل و داستان‌شان شبیه هم است. انگار شاهان آن دوره هیچ کار دیگری نداشتند جز اینکه در تالارها راه بروند و حرف‌های بی‌مورد بزنند؛ حرف‌هایی که در پیشبرد داستان هیچ نقشی ندارند. دیالوگ‌هایی مثل اینکه من تصمیم دارم به دمشق بروم. خب برو به دمشق. این دیالوگ‌ها فقط کش دادن فیلم است. یا فکر می‌کنم این اتفاق برای میرفخرایی هم افتاده که مثلاً من یک طراحی برای شخصیتی انجام داده‌ام و بعد آمده‌ام توی پلاتو و دیده‌ام همین شخصیت یکدفعه با گریمی وارد پلاتو شده که خود من حیرت کرده‌ام. وقتی من دارم در یک کار تاریخی لباسی را طراحی می‌کنم، می‌دانم گریم این آدم در آن سال‌ها چگونه بوده است. ما در همین کشور خودمان کارگردانی داریم که در مورد گریم هم اظهارنظر دارد. اما واقعیت این است که بهترین آثار ما در اثر اتفاقات از قبل تعیین‌نشده و فی‌البداهه خلق شده‌اند. و اینها همه به همان پیش‌تولید برمی‌گردد. یعنی زمانی که تهیه‌کننده حتی حاضر نیست به آن فکر کند.

میرفخرایی: من می‌خواهم در مورد اهمیت برنامه‌ریزی در زمان پیش‌تولید یک مثالی بزنم. من داشتم یک کار تاریخی با ان اچ کی ژاپن انجام می‌دادم که بخشی از آن که مربوط به تاریخ ایران بود همین جا کار می‌شد. در مدت ۱۵ روزی که کارگردان فیلم در ایران بود با هم بحث‌ها را انجام دادیم و یک دفترچه استوری‌بورد درست کردیم که تقریباً شامل ۳۰۰ فریم بود که همه چیز را شامل می‌شد و یک نسخه آن دست من بود، یکی دست کارگردان و یکی دست تهیه‌کننده در توکیو. در زمانی که من داشتم دکورها را کامل می‌کردم و کارگردان داشت برخی صحنه‌ها را در رودبار فیلمبرداری می‌کرد، یک روز صبح تهیه‌کننده از توکیو به من زنگ زد و گفت مجید تو می‌دانی الان در رودبار چه اتفاقی دارد می‌افتد؟ گفتم نه. گفت الان کارگردان دارد تصویر شماره ۲۵ و ۶۰ را می‌گیرد، ولی به جای اینکه دوربین را توی رودخانه بگذارد، آن را بالای کوه گذاشته است و این اتفاق یعنی اینکه ما در دیجیتال باید به جای ۱۰ تا چادر صد تا چادر داشته باشیم. شما به عنوان مدیر هنری زنگ بزن و بگو ما نمی‌توانیم این کار را بکنیم. چون دو سال بعد ساعت شش بعد ازظهر باید فیلم از شبکه ان اچ کی پخش بشود و با این کار ما از زمان کاری عقب می‌مانیم. یعنی همه چیز در آن سینما پیش‌بینی شده است و هیچ حرکتی بر اساس اتفاق نیست.

رامین‌فر: بله. من باز هم تکرار می‌کنم که استوری‌بورد یعنی یک مدیر تولید درست در سینما و تلویزیون. فکر می‌کنید هزینه آوردن دو سه تا نقاش برای یک پروداکشن میلیاردی چقدر می‌شود؟

میرفخرایی: مساله‌ای که وجود دارد این است که ما برای رسیدن به یک سینمای درست، باید رودربایستی را کنار بگذاریم. الان تمام سینمای ما اسیر یک رودربایستی بزرگ است که همه نسبت به هم دارند. ما باید بین روابط دوستی و روابط کاری‌مان خط‌کشی کنیم. اما اگر من بترسم که اگر حرف بزنم ممکن است فلان کارگردان خوشش نیاید و به من کار ندهد، یا کارگردان به خاطر تهیه‌کننده ملاحظاتی را در نظر بگیرد و حرفش را نزند، آنچه در نهایت فدا می‌شود سینمای ماست.

عکس: مهدی حسنی

نمایی از دکورهای سریال «یوسف پیامبر ص» به کارگردانی فرج‌الله سلحشور - طراح: مجید میرفخرایی

نمایی از دکورهای سریال «دردیدم آسمان» به کارگردانی محمدحسین لطیفی - طراح: ایرج رامین‌فر

رادیو

گفت‌وگو با مهران دوستی گوینده رادیو

مجری حرف می‌زند گوینده بیان می‌کند

سهیلا قوسی

گویندگی رادیو، در یک کلام، مقوله‌ای سهل و ممتنع است؛ هنر- فنی که شاید در ساختار تعریف‌شده نخستین‌اش، حرفه «خیلی تعریف‌شده‌ای» نیست. مهران دوستی از معدود گویندگان متبحر، نام‌آشنا و جریان‌ساز رادیو است که با بیش از سه دهه فعالیت مستمر در عرصه رسانه شنیداری کشور، در حال حاضر دارای جایگاه تثبیت‌شده و بارزی در این عرصه است. همچنین شنوندگان حرفه‌ای رادیو و کارشناسان رسانه از این گوینده توانا همواره به عنوان «صاحب سبک» یاد می‌کنند. دوستی در مراسم تجلیل از برترین‌های رسانه بیست و هشتمین جشنواره بین‌المللی فیلم فجر به عنوان گوینده برتر رادیو برگزیده شد. به این بهانه و در گفت‌وگویی مجمل و صمیمانه با وی، علاوه بر بررسی تفاوت‌های میان دو مقوله اجرا و گویندگی به آسیب‌شناسی وضعیت فعلی گویندگی در رادیو پرداختیم.

- شما از گویندگان باسابقه و جریان‌ساز در حوزه اجرای رادیویی هستید. در اینجا این پرسش مطرح می‌شود که به چه علت افرادی چون شما که فضای متفاوت و فرهنگسازی را در این رسانه به وجود آورده‌اند تا این حد انگشت‌شمارند؟

بهتر است ابتدا به تفاوت‌های علمی و ساختاری مجری‌گری و گویندگی بپردازیم. شاید خیلی از آدم‌ها در عرصه اجرا موفق باشند حتی در ایجاد یک فضای فکاهی و طنز موفق عمل کنند اما لزوماً نمی‌توانند گوینده خوبی باشند چون مجری حرف می‌زند و گوینده بیان می‌کند. گوینده انتقاد می‌کند و به بیان دیدگاه‌های مختلف می‌پردازد. در کشورهای پیشرفته دنیا در حوزه رسانه ممکن است با یک مجری به مدت شش ماه قرارداد ببندند و اگر در این مدت این مجری سوددهی لازم را برایشان نداشت شخص دیگری را جایگزین او کنند اما هرگز در قبال یک گوینده مرتکب چنین حرکتی نمی‌شوند چون استودیوی رادیویی برای گوینده ساخته شده و گوینده می‌تواند در این فضای محدود دست به خلاقیت‌های شگرفی بزند. اما عمده‌ترین و محسوس‌ترین مشکل در این بخش محافظه‌کاری بیش از حد و حتی بسیار فراتر از خطوط تعیین‌شده رسانه و خودسانسوری‌های بیجا و بی‌منطق است. ببینید وقتی یک گوینده از طریق یک پروسه اداری استخدام می‌شود در حقیقت فقط یک کارمند است که تصور می‌کند باید برای پر کردن ساعت‌های موظف‌شده‌اش پشت تریبون بنشیند، بدون آنکه حرف متفاوتی بزند. به این دلیل که به رادیو آن هم با این منابع بسیار محدود مالی به چشم یک منبع درآمد صرف نگاه می‌کند و طبیعی است که دغدغه

نان جایی برای خلاقیت باقی نمی‌گذارد. در حالی که من معتقدم گویندگان رادیو باید منابع اقتصادی خود را بیرون از فضای این رسانه تامین کنند، در غیر این صورت به یک عنصر خنثی تبدیل می‌شوند.

- به ویژه آنکه گویندگان رادیو مورد قضاوت نیز قرار می‌گیرند.

بله. قطعاً شما در فضای روزنامه شاید هر ۲۴ ساعت یک بار قضاوت شوید، اما برنامه رادیویی یک آن است و در همان لحظه داوری می‌شود. روسای سازمان از ابتدا تا امروز به ویژه جناب ضرغامی احترام خاصی برای رادیو قائل بوده و هستند و با سعه صدر با این رسانه برخورد می‌کنند و محدوده ممیزی تعیین‌شده برای رادیو بسیار وسیع است. اما متاسفانه همکاران در این عرصه به خودسانسوری‌های بی‌منطق می‌پردازند که نه‌تنها سازنده نیست بلکه می‌تواند مخرب باشد.

- به نظر می‌رسد در اینجا نقش گوینده در چگونگی طرح اصولی و چارچوب‌بندی‌شده مشکلات موجود در جامعه بسیار مهم و تعیین‌کننده است.

بله. رسانه یک علم و یک تخصص است. نوع مطرح کردن موضوعات اگر درست و به دور از احساسات و جانبداری‌های مغرضانه باشد نه‌تنها مشکل‌ساز نیست بلکه سبب تشویق مدیران نیز می‌شود. شما اگر مشکلی را درست مطرح کنید قابل دفاع است. من در امریکا درس خوانده‌ام و در آنجا هم خطوط قرمز در عرصه رسانه وجود دارد. به بیان دیگر همه کشورهای دنیا سلسله اصول اخلاقی و ملی برای خود تعریف کرده‌اند که اهالی فرهنگ نباید از آنها بی‌منطق عدول کنند، اما مدیریت درست این ارکان نشانگر تفاوت و خلاقیت است، به ویژه در بخش فرهنگ.

- شاید بخشی از این مشکل به نبود نیروی تربیت‌شده این فن در رادیو برمی‌گردد.

متاسفانه بله. تربیت گوینده برای رادیو از طریق کلاس‌های آموزشی کلاسیک و طبقه‌بندی‌شده نیست. این روند مثل یاد دادن یک ساز است. یک جوان برای رسیدن به جایگاه یک گوینده حرفه‌ای باید سال‌ها ممارست کند، ادبیات گفتاری را بیاموزد و جنس مخاطب را بشناسد. من به جرات می‌گویم بخش عمده‌ای از نوع گویش گویندگان رادیو و مجریان تلویزیون با مردم بسیار ناملموس و غریب است و این معضل از همان عدم بهره‌مندی از مهارت‌های تکنیکی و سخنوری نشات می‌گیرد و یک مساله مهم دیگر این است که گوینده تنها طرح موضوع می‌کند و قرار نیست چیزی را حل کند و ارائه راهکار متقن توسط یک گوینده بسیار غیرحرفه‌ای است؛ اتفاقی که بعضاً در شبکه‌های رادیویی، که تعدادشان نیز زیاد شده و این مساله نیز خود معضلی است، دیده می‌شود.