

یادداشت

مروری بر مجموعه‌های مناسبتی در فصل تابستان

درام تابستانی

مازیار معاونی



با پخش مجموعه تابستانی فاصله‌ها که از دو هفته پیش روی آنتن شبکه سوم سیما رفته است تابستان امسال پنجمین تابستانی است که سیما علاوه بر مناسبت‌هایی مانند ماه رمضان، ماه محرم و عید نوروز تابستان را هم در ردیف ایام مناسبتی به حساب می‌آورد و برایش سریال ویژه تدارک می‌بیند. اولین مجموعه مناسبتی تابستان که اتفاقاً بسیار پربیننده هم بود «ترگیس» نام داشت که نام سروس مقدم به عنوان کارگردان در تیتراژ آن به چشم می‌خورد؛ کارگردانی که مجموعه تابستانی سال گذشته یعنی «رستگاران» را نیز هدایت کرده بود. مجموعه در حال پخش «فاصله‌ها» را هم حسین سهیلی‌زاده کارگردان پرکار چندساله اخیر تلویزیون کارگردانی کرده که افزون بر چندین و چند مجموعه داستانی سابقه کارگردانی مجموعه تابستانی «ترانه مادری» که در تابستان ۸۷ پخش می‌شد را نیز در کارنامه خود دارد. البته یک سریال مناسبتی دیگر را هم باید به این مجموعه اضافه کرد که در میانه این مجموعه‌های داستانی(تابستان ۸۶) و البته با ساختار طنزهای نودشی پخش شد که چهارخانه نام داشت و تنها تجربه مستقل کارگردانی سروش صحت تاامروز به حساب می‌آید.

با تعمقی در سایر مجموعه‌های مناسبتی که تاکنون از سیما پخش شده‌اند، می‌توان چنین نتیجه گرفت که بر اساس یک قانون(شاید هم نوشته ولی منتشر نشده) تلویزیون خود را موظف می‌بیند خط داستانی هر مجموعه مناسبتی را متناسب با حال و هوای آن مناسبت تدارک ببیند که البته فی‌الذاته نادرست به نظر نمی‌آید. به عنوان مثال منطقی است که مردم در ایام نوروز با مردان هزار چهره و دو هزار چهره مهران مدیری با تشر و شیرین رضا طعاران لیختن به لب بیابورد اما در عین حال نباید به چشم یک قانون همیشگی و غیرقابل خطئی هم به این موضوع نگاه کرد و از تجربه‌های موفق همچون مجموعه نوروزی «وفا» (محمدحسین لطیفی) که در نوروز ۸۵ شبکه سه پخش شد به آسانی گذشت. مجموعه‌ای که داستانی در زمینه مسائل امنیتی و درگیری‌های امنیتی -اطلاعاتی کشورمان با صهیونیست‌ها داشت و با اینکه کوچک‌ترین نشانه‌ای از نوروز و طنزهای کلیشه‌ای نوروزی در آن به چشم نمی‌آمد خیلی بیشتر از مجموعه‌های طنزی که به شکل همزمان در حال پخش از سایر شبکه‌های تلویزیونی بودند در جذب مخاطبان توفیق داشت. تصمیمی که متأسفانه درست و اصولی پیگیری نشد و در نوروزهای بعد همچنان این حجم سنگین و زیاده‌روی در پخش آثار طنز بود که بیشتر از آنکه ببیننده را شاد کند حس دلزدگی و نیاز به تماشای ژانری متنوع را در او بیدار می‌کرد. حال آنچه عجیب‌تر از بقیه به نظر می‌رسد و حتی

با همین منطق کلیشه‌ای پخش مجموعه‌های صرفاً شاد در ایام شادی هم جور در نمی‌آید این است که تابستان به‌خودی خود تنها یک فصل از فصول چهارگانه سال محسوب می‌شود و اگر چه به دلیل تعطیلی مدارس و امکان سفرهای تفریحی شاید کمی شادتر از باقی فصول سال به نظر آید اما با توجه به اینکه هیچ قانونی و سند مکتوبی مبنی بر تقسیم‌بندی فصل به شاد و غمگین و استرس‌زا و بدون استرس یا درام و شاد و مفرح وجود ندارد پس چه دلیلی وجود دارد که دست اندرکاران گروه‌های فیلم و سریال شبکه‌های تلویزیونی خصوصاً شبکه سه که تاکنون بیشتر از بقیه



سریال مناسبتی پخش کرده قسمت عمده تمرکز و انرژی خود را بر پخش آثاری گذاشته و می‌گذارند که بدون تردید می‌توان آنها را در رده ملودرام‌های سطحی و عامه‌پسند تلویزیونی تقسیم‌بندی کرد. در درام‌های تابستانی سیما یا قهرمان اصلی مجموعه ترگیس که «محدود شوکت» نام داشت و حسن پورشیرازی نقشش را بازی می‌کرد پنهانی ازدواج کرده بود یا کاراکتر محسن که دانیال حکیمی در فاصله‌ها نقشش را ایفا می‌کند قرار است پنهانی و با مهندستی خواهرش ازدواج مجدد کند یا بحث همیشگی و تکراری در درگیری و ساختن بچه‌های فاقیل با یک پکی از ستاره‌های اصلی ماجرا است. درگیری‌های آیکی محسن افشانی و سیاوش خیرابی در دو نقشی که در مجموعه ترانه مادری بازی می‌کردند در واقع سفری درگیری‌ها و مشاجرات کاراکترهای شاهر خسروی و پندار اکبری در همین مجموعه است و فاصله‌ها است و اینجااست که باید سه پرسش از گروه فیلم و سریال شبکه سه کرد. یکی اینکه چرا فقط و فقط ملودرام؟ آیا نمی‌توان سایر ژانرها و گونه‌ها را هم ازبورد حلی کرد نتیجه و ناخورد منفی هم گرفت دست کم به جای کار کلیشه‌ای و نخبه‌شاده هم تن نداد؟ دیگر اینکه اگر ملودرام در دستور کار تابستان‌هاست چرا تنها این نوع ملودرام که به سطحی‌نگری و عدم تعمق پهلو می‌زند؟ آیا آثار درخشانی نظیر «اولین شب آرامش» یا «هی‌گناهان» از منظر تصمیم‌گیران تابستانی ملودرام محسوب می‌شوند و می‌توان به این نوع ملودرام هم مجال عرض اندام تابستانی داد یا خیر؟ و سرانجام اینکه آیا در میان خیل عظیم کارگردانان امتحان پس‌داده و حتی جوانان مستعد امروزی نمی‌توان حداقل به یکی دو نفر دیگر هم اعتماد کرد و تا این حد مجموعه‌ای مناسبتی خصوصاً تابستانی‌ها را به سروس مقدم و حسین سهیلی‌زاده نسپرد؛ کارگردانی که در عمل و با ده‌ها مجموعه ثابت کرده‌اند چندان نسبتی با خلاقیت و تمایل به تجربه‌های تازه ندارند و مدت‌هاست که در حال تکرار خود هستند. مجموعه‌های تابستانی را می‌توان بهتر و اصولی‌تر مدیریت کرد.

گفت‌وگو با عادل بزوده از پیشکسوتان طراحی عروسک در سینما، تلویزیون و تئاتر

تنهایی عروسک‌ها

آرزو شهبازی

–چرا سال‌هاست استادان قدیمی در رشته عروسک‌سازی و برنامه‌های عروسکی کمتر در تلویزیون حضور دارند؟ روزگاری در تلویزیون عروسک‌های دوست‌داشتنی وجود داشت که مدت‌هاست از آنها خبری نیست و اغلب عروسک‌های جدید در ارتباط با کودک با شکست روبه‌رو می‌شوند.

اجازه بدهید یک بحث کلی را مطرح کنیم و بعد به جزئیات آن برسیم. اعتقاد قلبی من این است که تجربیات باید از یک نسل به نسل بعد انتقال داده شود. قرار نیست تا آخر عمر فقط من نوعی حضور داشته باشم، بلکه باید بتوانم نسل بعدی را متاثر کنم و نسل بعدی هم نسل‌های بعدتر را. اما این عدم حضور از یک سو به فضای کاری آدم‌هایی مثل من برمی‌گردد و از سوی دیگر به بزرگوارانی برمی‌گردد که به عنوان برنامه‌ریزان کلان صدا و سیما در عرصه کودک و نوجوان مشغول کار هستند در دوران ما تهیه‌کننده‌های بسیار فرهیخته و تحصیل‌کرده در همان رشته‌های کودک و نوجوان وجود داشت و از شانس خوب ما و شانس خوب آن دوره، باعث شد فضایی ایجاد شود که ماحصل‌اش همان کارهایی شود که شما از آن یاد می‌کنید. امروز در برنامه‌ریزی کارهای کودک و نوجوان در تلویزیون تعریف جامع و کارشناسانه و مردم‌شناختی نسبت به مقوله کودک و نوجوان وجود ندارد. چرا نباید رشته نمایش عروسکی در پخش سریال‌های تلویزیونی تدوین شود؟ این را من نباید جواب بدهم چون من در جایگاه خدوم هشتم و تجربه‌ام هم هر روز و هر ساعت و هر ماه بیشتر می‌شود. به هر حال من آدم ۲۰ سال پیش نیستم و به لحاظ نگرش و توانمندی فرق کرده‌ام. مسلماً الان پخته‌تر از گذشته کار می‌کنم. خب چرا از این پختگی استفاده نمی‌کنند؟ مشکل این است که باید در آن برنامه‌ریزی‌های کلان این تعریف وجود داشته باشد که نیست. به خاطر همین همه کارها به برنامه‌های شعرمانندی تبدیل می‌شود که البته بد نیست و من آنها را تکذیب نمی‌کنم. اما بچه‌ها نیاز به قصه شنیدن دارند. می‌خواهند قصه را تبدیل به ماجراهای ذهنی‌شان کنند. باید آنها را با خلق و خوی‌شان به دنیای عجیب و غریب رویایشان ببریم.

–خوب بخشی از این عدم انتقال تجربه به نگرش و برنامه‌ریزی مدیران تلویزیون برمی‌گردد. اما آیا این انتقال از طریق دانشگاه و آموزش آکادمیک به خوبی صورت گرفته است؟

این اتفاق افتاده است. اما خروجی آن کجاست؟ مثلاً در همین کانون پرورش فکری کودکان و نوجوان، بچه‌های دانشجو‌زیر نظر من کار می‌کنند.اما اگر خروجی این بچه‌ها فقط تئاتر عروسکی باشد، این کم‌لطفی در حق آنهاست. اینها زمانی می‌توانند پرمحنت‌تر و موفق‌تر عمل کنند که در عرصه سینما و تلویزیون نیز حضور داشته باشند. اما شما فکر می‌کنید از بعد انقلاب چند فیلم سینمایی عروسکی برای کودکان ساخته شده است؟ خب این حیف است. این توانمندی باید به جریان بیفتد. اگر فضایی برای ارائه کار این دانش‌جویان وجود نداشته باشد، تبدیل به فضای راکد و مردابی می‌شوند که آخر و عاقبت‌شان مرگ هنری است. در صورتی که اگر تبدیل به رودخانه بشوند، حتماً به دریا و اقیانوس خواهند رسید.

ما داریم در کانون تلاش خودمان را می‌کنیم، اما این فقط یک دست است. دست بعدی ما وزارت ارشاد، حوزه هنری و عرصه سینما و تلویزیون است. اگر این دست‌ها روی هم گذاشته شود، می‌بینید که چه انرژی به لحاظ مالی و انسانی خواهد داشت. باید اتاق فکری وجود داشته باشد که بتوانیم از دل این اتاق آینده نسل‌های بعد را بیرون بیاوریم تا کارهای تاثیرگذارتری ارائه بدهیم.

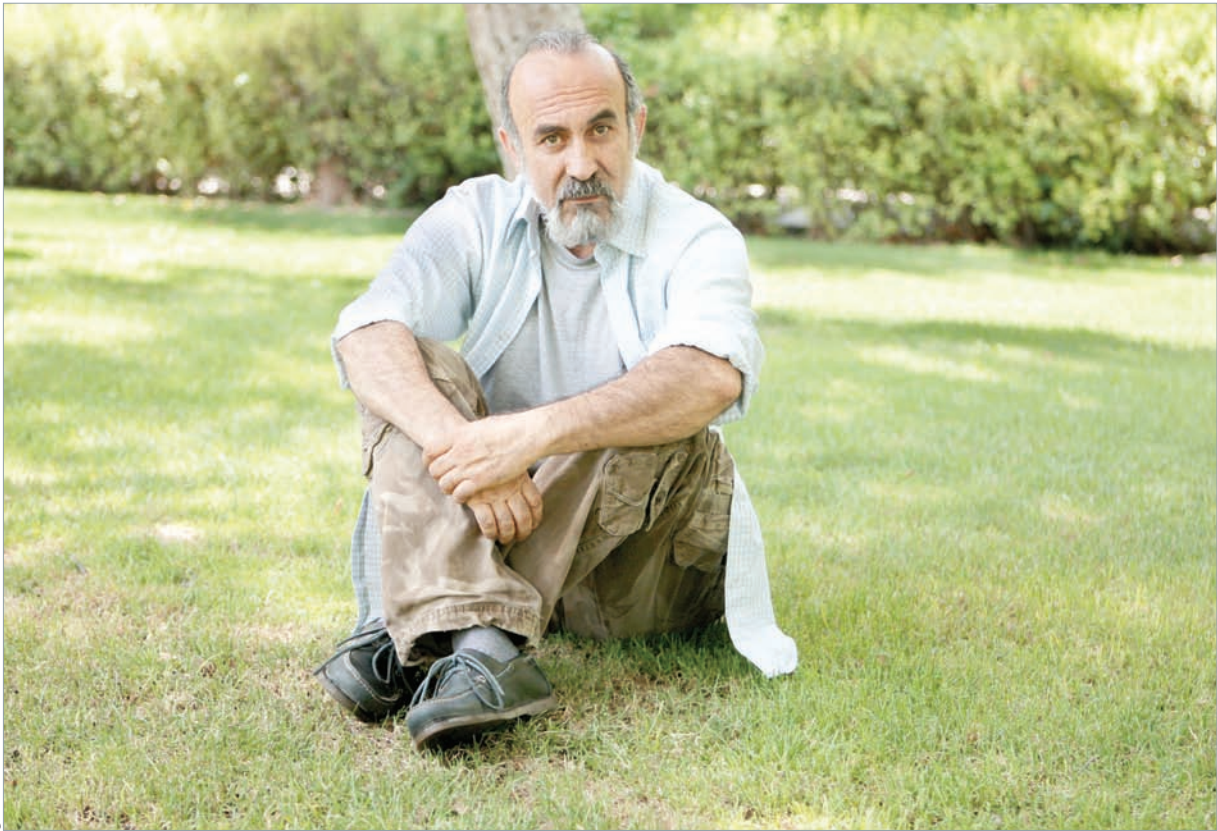
– شما به برنامه‌های مجری و عروسک اشاره کردید، فکر می‌کنید این برنامه‌ها چقدر با بچه‌ها ارتباط درستی برقرار می‌کند؟

من تاثیر این برنامه‌ها را بد نمی‌بینم. اما این کارها یک نفر و نصفی است. از طرف دیگر این برنامه‌ها برای کجا ساخته می‌شود؟ برای بچه‌های تهران یا ایران؟ این برعات خطرناکی دارد که شما از عروسکی در برنامه استفاده کنید که فقط بچه‌های تهران خوش‌شان می‌آید. آیا همه بچه‌های کشور در بچه‌های تهران خلاصه می‌شوند؟ خوشبختانه ما در مملکتی هستیم که اقوام و زبان‌های مختلفی دارد و باید برای هر کدام از اینها برنامه داشته باشیم.

–متأسفانه رویکرد برخی از این برنامه‌ها به تنوع اقوام تنها به استفاده از لهجه‌های مختلف در مجری یا میهمانان برنامه محدود شده است.

این چیزها سطح کار را پایین می‌آورد. در صورتی که بچه‌ها بسیار آندینمهند هستند. اینکه تصور کنیم آنها نمی‌فهمند، خلط بزرگی است و از آنجا ناشی می‌شود که ما شعور درک آنها را ندانشتایم. بچه‌ها همه چیز را می‌فهمند. خلوص، زبلی، تیزهوشی و همه این ویژگی‌ها را می‌فهمند. وقتی با نمایش‌ها و سریال‌های عروسکی درگیری ایجاد می‌کنیم، ناخواسته به ذهن بچه‌ها می‌گوییم که دوست‌کی است، فیفت کی است، چه کسی واقعاً مهربان است و کدام مهربانی ظاهری است. اینها همه در داستان‌ها وجود دارد و تنها مربوط به ایران نیست. همه بچه‌های روی زمین با داستان، زندگی اطراف خودشان را می‌شناسند. یک عروسک و مجری چقدر گنجایش دارد که بچه‌ها را وارد این مفاهیم کند؟ مسلماً خیلی محدود است. شاید در حد یک تفریح چند دقیقه‌ای باشد. البته بحث من سرکوب کردن و نهی برنامه‌های مجری و عروسک نیست. آن هم بخشی است که باید وجود داشته باشد. اما چرا بخشی‌های دیگر را فراموش کرده‌ام؟ همه اینها باید سر جای خودش باشد. بچه‌ها در کنار بازی نیاز به تعقل دارند و باید به همه نیازهای

تلویزیون



یک صندوق و چند عروسک نخی، کمانچه و تمبک و قهرمان‌هایی که نام‌شان سیاه و پهلوان کچل و پهلوان پنبه و... بود. این خیمه‌شب‌بازی‌ها ساده‌ترین و قدیمی‌ترین شکل نمایش‌های عروسکی در ایران بودند. اما کودکی‌های ما مثل کودکی‌های عادل بزوده نبود که گوشه و کنار کوچه‌ای و خیابانی، بساط آب و جارو کرده خیمه‌شب‌بازی، روح و جان‌مان را نوازش بدهد. عروسک‌های محبوب ما همان‌هایی بودند که بزوده و آدم‌های هم‌دوره‌ای‌اش برای تلویزیون ساختند و شیرینی‌شان دیگر در هیچ کدام از عروسک‌های امروز پیدانشد. تلویزیون در این سال‌ها هر بار که قرار بوده جذابیتی برای ما ایجاد کند، به تکرار برنامه‌هایی از دهه‌های ۶۰ و ۷۰ روی آورده است. این روزها هم نمایش عروسکی «خونه‌مادر بزرگ» در حال پخش است که گفت‌وگوی ما با عادل بزوده طراح و سازنده عروسک‌های این مجموعه نیز به همین بهانه شکل گرفت. گویا از این مجموعه تنها چند عکس برای بزوده باقی مانده و همه عروسک‌های آن از بین رفته‌اند. این یعنی که تلویزیون آشپزی برای عروسک‌ها ندارد. عروسک‌های دوست‌داشتنی کم‌کم از بین می‌روند و جایشان را به مجری‌هایی می‌دهند که یکسره فریاد می‌زنند و بچه‌ها را به کارهای خوب تشویق می‌کنند. اما خیلی از ما یادمان هست و خوب هم یادمان هست که بسیاری از چیزها را از نخودی و زیزی گولو و کلاه‌قرمزی و خونه‌مادر بزرگ و هادی و هدی... یاد گرفته‌ایم و عادل بزوده از طراحان برخی از بهترین نمایش‌های عروسکی در همان دوران است.

شناسایی هیچ کاری نکرده‌ایم که در وسیع ایران‌زمین و فرهنگ آن باشد. باید بچه‌ها این را بلدانند که قدمت عروسک‌های ایران‌زمین به ۸۰۰- ۷۰۰ سال پیش برمی‌گردد. عروسک در ایران با بچه سر و کار نداشته است و به لحاظ ساختار اجتماعی از قرن نوزدهم به این طرف آرام‌آرام بچه‌ها جزء زیرساخت‌های اجتماعی قرار می‌گیرند و آموزش و پرورش چیزی آنها به وجود می‌آید. فکر می‌کنم اگر تاریخ ایران را چند ورق بزنیم، می‌بینیم عمر آموزش و پرورش در این مملکت به ۲۰۰ سال نمی‌رسد. یعنی از دوران امیرکبیر به این طرف تازه به بچه‌های عموم مردم توجه می‌شود. البته ملاداشی یا میرزا بنویس‌ها به بچه‌ها دربار درس می‌داده‌اند، اما شکل عمومی نداشته است. اما حالا عمومیت پیدا کردن آموزش بر ما واجب می‌کند که بتوانیم بخش‌های دیگر تربیتی را هم در اختیار داشته باشیم. این را باید بقیه هم بپذیرند و دیگر مدیرت‌های کلان فرهنگی هم متوجه باشند که از چه چیز غافل‌اند؛ چرا که آموزش برای کودکان پرورش فکری که تعاریف مشخص خودش را دارد و بر اساس آن تعاریف می‌کند. اما بقیه چطور باید به این مرکز وظایف خودش عمل می‌کند. اما بقیه چطور باید به این مرکز کمک کنند و چه راهکارهایی برای رساندن پیام‌های تربیتی آموزشی در اختیار کانون قرار می‌دهند تا بتواند حتی به دل روستاهای دورافتاده برود که ممکن است الان رادیو هم نداشته باشند. اینها جزء وظایف ماست که همه ایران را متاثر کنیم و مد نظر قرار دهیم.

–در بحث طراحی عروسک، جدا از بخش تکنیکی کار، چه مولفه‌های دیگری اثر یک طراح را از دیگری متمایز می‌کند و باعث ماندگاری آن می‌شود؟

خب وقتی از عروسک مبارک بخوایم به عنوان عروسک ملی و سنتی در خانه استفاده کنیم مطمئناً دیگر آن سوت‌سوت‌ک معنا ندارد، تنها فرم عروسک مطرح است، مثل عروسک دارا و سارا که ساخته شده و تنها پدر و مادرهایی که توان مالی دارند می‌توانند این عروسک‌ها را بخردند و اکثراً هم نمی‌توانند. **– و همین اکثریت به لحاظ قدرت مالی پایین اغلب عروسک‌های باریبی را ترجیح می‌دهند که در قیمت‌های مختلفی وجود دارد.**

بله، چون تولید انبوه جهانی دارد و خیلی راحت‌تر هم قابل حمل است. به هر حال چون ما عروسک مبارک را به عنوان

عنصر اصلی و جدایی‌ناپذیر خیمه‌شب‌بازی سنتی خودمان می‌دانیم گمان می‌کنم شاید بتوان این عروسک را به عنوان عروسک سنتی معرفی کرد که البته هست. تنها می‌ماند این کارکرد که بچه‌ها این عروسک را بخردند و به خانه ببرند. این چیزی است که باید درباره آن بحث کرد. البته من به تنهایی

با وجود چهار دهه سابقه نمی‌توانم در این زمینه نظر بدهم. حتی ممکن است یک جامعه‌شناس و روانشناس کودک بگوید اصل‌الشکل و شمایلی این عروسک بچه را می‌ترساند. البته چند صباحی است بحث ساخت عروسک عمو نوروز هم پیش آمده که فکر می‌کنم این عروسک مقبول‌تر است. البته عمو نوروز قدمت بیشتری نسبت به مبارک دارد یعنی قدمتش با تولد زمین یکی است. درست کردن این عروسک با هیبتی قابل پذیرش هم نیاز به زمان دارد و من هم عمو نوروز را ترجیح می‌دهم، البته مبارک را هم نفی نمی‌کنم، اما به لحاظ صلابت و تاریخ‌دار بودن عروسک عمو نوروز را ترجیح می‌دهم. **– نظراتان درباره استفاده از شیوه خیمه‌شب‌بازی در تلویزیون برای کودکان چیست؟ یادم هست اولین مجموعه‌های عروسکی تلویزیون مثل «نخودی» با آن نخبایشان وقتی جای خودشان را به مجموعه‌هایی مثل «کار و اندیشه» دادند تنها تفاوتی که ایجاد کردند هیجان و حیرت ما از عروسک‌هایی بودند که بدون نخ حرکت می‌کردند اما همچنان همان عروسک‌های نختار جذایت بیشتری داشتند.**

من تصور می‌کنم می‌شود ماجراهای خیمه‌شب‌بازی را که به تبعات زندگی بچه‌ها در بحث حسادت، تقسیم غذا، تقسیم ابزار، تقسیم محبت و... می‌پردازد، در تلویزیون و با استفاده از همان شیوه ارائه داد. استدلال من این نیست که این مفاهیم را با شیوه‌های دیگر نمی‌شود بیان کرد. اما مساله دیگری که می‌ماند این است که حالا بخواهیم کاری کنیم که بچه‌ها یا بزرگ‌ترها خیمه‌شب‌بازی را به یاد نیاورند. بله ما برای این که متصور می‌شود ماجراهای خیمه‌شب‌بازی را که به تبعات زندگی بچه‌ها در بحث حسادت، تقسیم غذا، تقسیم ابزار، تقسیم محبت و... می‌پردازد، در تلویزیون و با استفاده از همان شیوه ارائه داد. استدلال من این نیست که این مفاهیم را با شیوه‌های دیگر نمی‌شود بیان کرد. اما مساله دیگری که می‌ماند این است که حالا بخواهیم کاری کنیم که بچه‌ها یا بزرگ‌ترها خیمه‌شب‌بازی را به یاد نیاورند. بله ما برای این

نه اصلاً. اگر هم بد بوده از منظر من بد نبوده است. من در کار خودم قبل از اینکه دیگران من را نقد کنند، خودم خودم را نقد می‌کنم و این نقادی یکی از بخش‌هایی است که من را کامل می‌کند. بخش دیگر نگاه‌های بیرون از من است. بنابراین عروسکی که من می‌سازم تنها مال من نیست. درست است که من آن را خلق کرده‌ام، اما دو یا سه نگاه دیگر در آن اتفاق فکر است که عروسک را اسر و سامان می‌دهد. صاحب این عروسک همه ما هستیم و به همین خاطر من افتخار می‌کنم. بعضی‌ها می‌گویند این اثر مال من است. اما من می‌گویم مال ماست. زیزی گولو را من پیچی زده‌ام، من خلق کرده‌ام اما با نگاه خودم و نگاه تیربینانه گروهی که می‌خواستیم یک کار معمولی انجام ندهیم.



گزارش

تلویزیون و ادبیات خبر

مهر: تلویزیون سال‌ها در پخش اخبار شیوه مشخص و ویژه‌ای را مد نظر قرار داده بود. به این ترتیب که گویندگان خبر بسیار خشک و رسمی و بدون احساس در چهره خبرهای مختلف را می‌خواندند و به این نکته توجه ویژه‌ای داشتند که همه چیز برای بیننده جدی جلوه کند. این مساله حتی در طراحی و ساخت دکورهای بخش خبر و شیوه تصویربرداری با تأکید زیادی رعایت می‌شد. یک گوینده خبر خوب با تسلط کامل به کارش باید اطلاعات جامعی نیز داشته باشد. او باید اشرف کلملی به ادبیات فارسی و تا حدودی زبان عربی و انگلیسی هم داشته باشد تا بتواند اسامی خارجی را درست تلفظ کند، اما این مساله تا چه حد در میان گویندگان خبر رادیو و تلویزیون مورد توجه قرار می‌گیرد. در این باره برخی از استادان این حوزه به اظهارنظر پرداخته‌اند.

اوحدی: **گویندگان خبر شخصیت تلویزیونی ندارند**

مسعود اوحدی کارشناس رسانه و استاد دانشکده صدا و سیما در ارزیابی ادبیات گویندگان خبر رادیو و تلویزیون گفت: «من بیشتر برنامه‌های خبری را می‌شنوم تا ببینم، چرا که گویندگان خبری عادت کرده‌اند بیشتر حواس‌شان به متن باشد و کمتر شخصیت خودشان را بروز داده‌اند. مسلماً وقتی گویندگان خبر شخصیت‌های تلویزیونی برای خودشان ندارند تا ما آنها را با آن ویژگی بشناسیم، بنابراین فرقی نمی‌کند خبر را ببینید یا بشنوید. در حالی که وقتی خبری را می‌شنویم باید بگوییم فلاّی آن خبر را داد، نه اینکه نسبت به گوینده بی‌تفاوت باشیم.»وی در ادامه افزود: «گرچه علمی بودن خبر اهمیت دارد، اما مهم است که شما به عنوان بیننده این خبر را از کدام گوینده می‌شنوید. متأسفانه خواندن خبرها حالت انتزاعی دارد و گویندگان به تناسب خبر نمی‌توانند تن صدایشان را تنظیم کنند و به آن اوج و فرود دهند. به نظر مشکل عمده در بحث گویندگان خبر نبود شخصیت تلویزیونی است.» مدرس دانشگاه تهران درباره اینکه ادبیات گویندگان ما تا چه حد با استانداردهای بخش‌های خبری هماهنگ است، توضیح داد: «متأسفانه با سبک‌های خبری هماهنگ نیستیم و گویندگان با القابی کار آشنایی ندارند، حتی بعضی از آنها به دلیل اشرف نداشتن به زبان انگلیسی اسامی خارجی را به اشتباه می‌خوانند. در واقع گویندگان خبر هیچ ویژگی ندارند.»

این کارشناس رسانه درباره اینکه شبکه خبر با توجه به تعدد بخش‌های مختلف خبری چقدر موفق بوده، توضیح داد: «همان طور که اشاره کردم من بیشتر سعی می‌کنم خبر را بشنوم تا ببینم. بنابراین به کلیت توجه می‌کنم تا به جزئیات. پاسخ دادن به این سوال نیازمند تحقیقات است، اما درباره تفاوت در فرم‌های خبری باید بگویم که برخی خبرها می‌تولید که ادبیات گوینده صمیمانه‌تر باشد و در برخی خبرها نه، باید جدی باشد، اما آنچه خیلی اهمیت دارد شخصیت تلویزیونی است.» اوحدی یادآور شد: «بسیار تلای خواندن خبرهای حاشیه‌ای می‌توان ادبیات صمیمانه‌ای داشت، اما در خبرهای جدی نباید این لحن مورد استفاده قرار بگیرد. باید جدی خبر منتقل شود. باید گوینده خبر طوری خبر را بخواند که انگار برای خودش نیز مطرح است. البته منظورم این نیست که با خواندن خبر احساساتی شود یا برای بگویم که میر اشک بریزد، بلکه به گونه‌ای باشد که مخاطب احساس کند خبر مسال خود گوینده است.» مدرس دانشکده هنر درباره اشتباهات گویندگان خبر به ویژه در خواندن اسامی خارجی و عذرخواهی نکردن از مخاطبان توضیح داد: «متأسفانه این نوع اشتباهات، البته بیشتر برای گویندگان عادی شده است، با توجه به اینکه آنها اصل خبر را نمی‌خوانند و برخی حتی به زبان انگلیسی تسلط ندارند دچار چنین اشتباهاتی می‌شوند. باید این موارد مورد توجه جدی قرار بگیرد.»

گیل آبادی: **زبان خبر به زبان معیار جامعه نزدیک نیست**



در این زمینه همچنین شهرام گیل‌آبادی استاد دانشکده صدا و سیما و کارشناس رسانه درباره اینکه ادبیات گویندگان خبر تا چه حد با استانداردهای بخش‌های خبری هماهنگ است، گفت: «در ابتدا باید ببینیم حوزه خبر وظیفه‌اش چیست؟ در سطحی‌ترین نگاه وظیفه‌اش اطلاع‌رسانی و در عالی‌ترین نگاه وظیفه خبر، مدیریت پنهان افکار عمومی مردم است. بنابراین این وظیفه کاملاً روند پیچیده‌ای دارد. یکی از وظایف خبری در دنیا این است که خبر به راستگویی و راست‌انگاری نزدیک باشد.» وی در ادامه افزود: «باید توجه کرد که هر رسانه در گستره سیاست‌های خودش تلاش می‌کند به واسطه خبر افکار عمومی مردم را مدیریت پنهان کند. حال این نگاه در سیاست‌ها با فرم‌های مختلف اجرا می‌شود. یکی از کارهای رادیو و تلویزیون در دنیا اعتمادسازی است و به واسطه اعتماد، کسب اعتبار است. البته نگاهی به خبرهای رادیو بی‌سی‌دی در زمان گذشته داشته باشیم، متوجه می‌شویم به دلیل فرم‌های طراحی‌شده در خبر، زمانی توانست با اخبار انحرافی ارتش آلمان را به زانو دربیآورد.» مدرس دانشگاه تهران خاطرنشان ساخت: «این نوع نگاه باعث می‌شود مدیریت پنهان در خبر فرم‌های همگرا، تعاملی و تقارنی پیدا کند، فرما باعث می‌شوند مخاطبان احساس نزدیکی به خبر داشته باشند. همچنین این احساس سنگ‌بنای اعتبار و اعتماد در خبر می‌شود. در دنیا مخاطبان دسته‌بندی می‌شوند و بر آن اساس در خبر نیز برنامه‌ریزی می‌شود. نوع گفتار یک کارشناس در برنامه خبر منجر به اعتبار رسانه می‌شود و در این صورت حرف رسانه بر مخاطبان تاثیر می‌گذارد.» گیل‌آبادی یادآور شد: «در فرم گفتار باید وجوه فرهنگی مورد توجه قرار گیرد تا مخاطب احساس نزدیکی کند. اگر خبر نتواند به زبان معیار جامعه نزدیک باشد، در این صورت نمی‌تواند در مخاطب تاثیرگذار باشد و فاصله می‌اندازد. در خبر باید وجه تالیفی خودمان را با توجه به مولفه‌های فرهنگی داشته باشیم. این نوع نگاه باعث می‌شود ادبیات گوینده خبر به زبان معیار جامعه نزدیک باشد. خبر را باید به گونه‌ای هر رسانه‌ای است. اگر به خبر درست نپردازیم با آسیب‌های جدی روبه‌رو می‌شویم.»