



گزارشی از وضعیت مجریان صداوسیما

# قد و قواره برنامه سازان کوتاه شده است

 زینب رازدشت  
 روزنامه نگار

نیازمند ظریف ترین و شفاف ترین شیوه های کلامی و غیر کلامی است. گوینده و مجری ناآشنا به جاذبه های کلامی و رفتارهای غیر کلامی در برقرار کردن ارتباط مؤثر و پایدار ناتوان خواهند بود. شاید بتوان گفت مفهوم ارتباط به معنای تسخیر مخاطب علاقه مند، ایجاد رغبت در بیننده یا شنونده برای دنبال کردن برنامه و اثرگذاری بر نگرش و رفتار اوست.

برای دستیابی به این مهارت ها لازم است با دانش ارتباطات آشنا شد. نظریه های ارتباطی را آموخت و مخاطب را بخوبی شناخت تا طی ارتباط به درک و شعور او توهین نشود. اگر مجری یا گوینده، علم ارتباطات را نشناسد بی شک در جلوی دوربین، فردی مزاحم خواهد بود. قدرت جذب سریع مخاطب و شاد نگه داشتن روحیه او در عین جدی بودن از یک مجری یا گوینده ارتباط گر خوبی خواهد ساخت.

البته این مشکل به مدیران و مسئولان صداوسیما بر نمی گردد و بیشتر متوجه تهیه کنندگان است زیرا قد و قواره برنامه سازان ما آنقدر کوتاه شده که نمی توانند تشخیص دهند کدام مجری برای فلان برنامه مناسب است.

همچنین اجرای برنامه در تلویزیون و رادیو کاملاً متفاوت است. بسیاری از مجریان موفق رادیو که به تلویزیون آمده اند، در سیما موفق نبوده اند و برعکس این قضیه هم شاید اتفاق افتاده است. شاید افرادی که در رادیو بوده اند، ظاهر مناسبی برای کار در تلویزیون نداشته باشند و بیننده هم نتواند با آنها ارتباط برقرار کند. اما متأسفانه نه برنامه سازان و نه مدیران به این جزئیات توجه نمی کنند و با این سهل انگاریشان رسانه را به بازی می گیرند.

اجرای برنامه تلویزیونی یک کار تخصصی و نیازمند گذراندن دوره های آموزشی است. شناخت از مردم، هوشمندی، درک و پردازش مسائل فرهنگی، اجتماعی، توانایی کارگروهي و شفقت و همدردی با مردم، صدای خوب و داشتن یک چهره متناسب مؤلفه های قطعی یک مجری را شکل می دهد. در سراسر دنیا تقسیم بندی هایی برای مجریان قائل هستند. در سازمان صداوسیما چند درصد تابع این تقسیم بندی ها هستیم؟

که دوست داشته باشد یک برنامه را اجرا کند، در تلویزیون از او استفاده کنند اما در ایران این اتفاق نمی افتد و هر مجری بنا به سلیقه تهیه کننده اقدام به اجرای برنامه ای که خارج از تخصص اوست می کند.

گاهی گمان می رود همین اندازه که گوینده و مجری بتوانند مخاطب را تسخیر کنند، کافی است که بگوئیم آنها ارتباط گران خوبی هستند. اشتباه اینجاست که ارتباط، به درستی تعریف نمی شود. ارتباط رسانه ای مفهومی دو جانبه دارد که با واسطه رسانه شکل می گیرد. ارتباط، ابزار هموار کردن درک متقابل میان گوینده و مردم است و این مهم

دوم ۸ درصد و شش درصد تلویزیون کسانی هستند که از رادیو آمده اند. در تمام دنیا حاکمیت ها رسانه ها را به عنوان ابزاری برای گسترش فرهنگ و یکسان سازی مردم به کار می برند. لازم است که مجریان تلویزیون دسته بندی شده و هر کس در حوزه تخصصی خود کار کند.

در کشورمان مانند کانادا ۴۸ دانشکده هنر ارتباطات فعالیت می کند که از این تعداد ۳۱ دانشکده در زمینه اجرای برنامه های رادیویی و تلویزیونی مشغول تدریس به هنرجویان هستند. هر کس در زمینه خاصی آموزش می بیند و این طور نیست هر کس

## نوآوری را با ادا در آوردن اشتباه نگیرید

بسیاری از برنامه سازان هم نوآوری را با ادا در آوردن اشتباه می گیرند. به طور طبیعی زمانی که ساختار برنامه ضعیف باشد و با این تفکر ساخته شود، استعدادهایی هم که در زمینه اجرا وجود دارد، می خشکد. در حال حاضر بسیاری از مجریان یا با شیوه تکراری برنامه اجرا می کنند و یا حوزه کار خود را عوض می کنند.

در تلویزیون ایران مجریان به سه دسته مجری بازیگر، مجریان رادیویی که به تلویزیون کوچ کرده اند و تازه کارها تقسیم بندی می شوند که گروه اول ۶ درصد، گروه

## مجریان صداوسیما آموزش ندیده اند

فرزاد جمشیدی مجری برنامه های معارفی تلویزیون معتقد است: در بین ۱۶۸ مجری که در صداوسیما مشغول فعالیت هستند، تقریباً می توان گفت برای هیچ کدام از آنها برنامه خاصی از لحاظ آموزش علمی و تخصصی تدارک دیده نشده است.

مجریان یا تصادفی وارد این عرصه می شوند یا برطبق ارتباط های فامیلی برای اجرای یک برنامه انتخاب می شوند و هیچ برنامه ای برای آموزش این افراد از لحاظ علمی در سازمان صدا و سیما تاکنون تدارک دیده نشده است. وی در ادامه مطرح کرد: بیشتر مجریان ما با مطالعه قهر مطلق کرده اند و قلمرو واژگانی آنها نیز از ۵۰ کلمه تجاوز نمی کند. با این حساب در صداوسیما ما مقوله ای به نام آموزش مجری نداریم.

جمشیدی معتقد است: ما باید به بسیاری از مجریان قبل از اجرای برنامه التماس کنیم به موهای خود شانه بزنند. اینها همان هایی هستند که تازه کارند و با پارتی یا به این عرصه گذاشته اند و چون از لحاظ تخصصی و علمی هم گزینش نشده اند، با ظاهرهای نه چندان دلچسب بر صفحه تلویزیون ظاهر می شوند. نتیجه کار همان می شود که می بینیم. تازمانی که به مقوله اجرای برنامه به صورت تخصصی نگاه نشود، به نظر می رسد باید به این نکته اکتفا کرد، فعلاً با این مجریان کنار بیایید تا ببینیم صد سال بعد چه اتفاقی می افتد. متأسفانه فضای تلویزیون طوری شده که بیشتر مجریان در قالب های تکراری و تقلیدی برنامه اجرا می کنند.



مجریان یا تصادفی وارد این عرصه می شوند یا برطبق ارتباط های فامیلی برای اجرای یک برنامه انتخاب می شوند و هیچ برنامه ای برای آموزش این افراد از لحاظ علمی در سازمان صداوسیما تاکنون تدارک دیده نشده است

