

## گفت‌وگوها چگونه داغ می‌شوند

برنامه‌های تلویزیون در چند سال اخیر تحولات زیادی داشته و تنوع قابل توجهی در آنها دیده می‌شود. از انواع و اقسام سریال‌ها گرفته تا برنامه‌های مستند و ورزشی.



جام جم آنلاین: برنامه‌های تلویزیون در چند سال اخیر تحولات زیادی داشته و تنوع قابل توجهی در آنها دیده می‌شود. از انواع و اقسام سریال‌ها گرفته تا برنامه‌های مستند و ورزشی. یکی از برنامه‌هایی که به آن توجه ویژه‌ای شده برنامه‌های گفت‌وگومحور است. در اغلب برنامه‌های تلویزیون بخصوص برنامه‌های صبحگاهی و میان روز از این دست برنامه‌ها زیاد دیده می‌شود. برنامه‌هایی که مهمان‌محور هستند و در عین حال موضوع خاصی را هم دنبال می‌کنند.

در اکثر رسانه‌های دنیا به برنامه‌های گفت‌وگو محور توجه ویژه‌ای می‌شود و این‌گونه برنامه‌ها مخاطبان زیادی را هم به خود اختصاص می‌دهند.

رسانه ملی نیز در این زمینه تولیدات زیادی داشته است که می‌توان به برنامه‌های مردم ایران سلام، شب شیشه‌ای، صندلی داغ و ... اشاره کرد، اما مساله‌ای که در این بین وجود دارد این است که چرا این برنامه‌ها در اوج خود نزول می‌کنند یا دچار ریزش مخاطب می‌شوند. برای بررسی بیشتر این‌گونه برنامه‌ها با تعدادی از کارشناسان صحبت کرده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

مجری، راس هرم است

مرتضی حیدری، یکی از مجریان باسابقه سیماست که سال‌هاست در برنامه‌های گفت‌وگومحور حضور پررنگی دارد و زمانی برنامه ویژه خبری‌اش با رکورد دست‌نیافتنی 30 میلیون مخاطب در اوج بود.

وی در ابتدا در پاسخ به این سوال که دوران طلایی برنامه‌های گفت‌وگومحور مربوط به چه سال‌هایی است؟ می‌گوید: فکر می‌کنم اوج شکوفایی این برنامه‌ها به 3، 4 سال پیش برمی‌گردد و در آن زمان این‌گونه برنامه‌ها توانستند افق تازه‌ای را در عرصه برنامه‌سازی به مرحله ظهور برسانند.

این مجری توانمند در ادامه در مورد این که چه باید کرد که برنامه‌های گفت‌وگومحور بتوانند مخاطبان خود را حفظ کنند، می‌گوید: این برنامه‌ها جزو برنامه‌های پرمخاطب هستند اما این که بتوانیم این مخاطبان را تا پایان برنامه حفظ کنیم، برمی‌گردد به جذابیت برنامه و همچنین موضوعاتی که در برنامه طرح می‌شود. به این معنا که ما باید حرفی برای گفتن داشته باشیم و مهم‌تر از همه این که باید برنامه‌سازان حرفه‌ای و اهل فن این‌گونه کارها را ارائه کنند.

مرتضی حیدری در مورد این که مجری در این‌گونه برنامه‌ها چقدر حائز اهمیت است؟ می‌گوید: مجری نقش اصلی و حیاتی در این برنامه‌ها دارد. آن قدر که خیلی از مخاطبان نام برنامه را به اسم مجری می‌شناسند. مثلاً خیلی‌ها اسم برنامه مردم ایران سلام را نمی‌دانستند و می‌گفتند برنامه شهیدی‌فر. بنابراین مجری در برنامه‌های گفت‌وگومحور حرف اول را می‌زند و همه چیز در نهایت به او برمی‌گردد و قضاوت درباره برنامه بیشتر همسو با قضاوتی است که مخاطب درباره برنامه‌های گفت‌وگومحور انجام می‌دهد.

این مجری تلویزیون در پاسخ به این سوال که نقش مجری مهم‌تر است یا موضوع و مهمان برنامه می‌گوید: هرکدام به اندازه خودشان در ساختار این‌گونه برنامه‌ها نقش دارند، چراکه وقتی این سه عنصر در کنار هم قرار می‌گیرند تازه فضای اصلی برنامه شکل می‌گیرد و مخاطب می‌فهمد که با چه نوع برنامه‌ای روبه‌رو است.

امتیازی به نام برنامه‌های گفت‌وگومحور

منصور ضابطیان جزو آن دسته از افراد رسانه‌ای است که تاکنون هم در رادیو و هم در تلویزیون فعالیت داشته و در عین حال به تجربه‌های تازه‌ای در زمینه ساخت و تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی دست پیدا کرده است. وی نیز جزو افرادی است که در تولید برنامه‌های گفت‌وگومحور در تلویزیون حضور پررنگی داشته و دارد.

ضابطیان درباره برنامه‌های گفت‌وگومحور می‌گوید: این برنامه‌ها در واقع می‌کوشند موضوعات خاصی را مطرح و گرهی را باز کنند.

ضابطیان معتقد است اغلب مجریان این‌گونه برنامه‌ها فقط مجریان خوبی هستند، ولی گفت‌وگوکننده‌های خوبی نیستند. برای همین هم دیگر شاهد اتفاق تازه‌ای در طی این سال‌ها و در این زمینه نبوده‌ایم. او از برنامه مردم ایران سلام به عنوان یکی از بهترین تانک‌شوهای سیما نام می‌برد.

ضابطیان درباره افت برنامه‌های گفت‌وگومحور می‌گوید: اکثر شبکه‌ها این‌گونه برنامه‌ها را در جدول پخش خود قرار می‌دهند، چون می‌خواهند از بقیه شبکه‌ها عقب نمانند، در صورتی‌که الزامی وجود ندارد که تمامی شبکه‌ها برنامه‌های یکسان داشته باشند.

وی تأکید می‌کند: برنامه‌های گفت‌وگومحور زمانی در جذب مخاطب موفق می‌شوند که همه چیز درست در کنار هم قرار بگیرد؛ از انتخاب موضوعات جذاب تا سپردن برنامه به یک مجری کاربلد.

ضابطیان در پاسخ به این سوال که این برنامه‌ها بیشتر باید روی مهمان تأکید داشته باشند یا مجری و موضوع می‌گوید: این برمی‌گردد به تعریف تهیه‌کننده و شبکه از برنامه.

مرتضی حیدری: مجری در برنامه‌های گفت‌وگومحور حرف اول را می‌زند و همه چیز در نهایت به او برمی‌گردد و قضاوت درباره برنامه بیشتر همسو با قضاوتی است که مخاطب درباره برنامه‌های گفت‌وگومحور انجام می‌دهد. مثلاً برنامه 90 بیشتر فوتبالی است. چون تأکید و محورش درباره فوتبال است. البته مهمان هم در این برنامه وجود دارد، اما تأکیدی روی چهره‌ها ندارد. به هر حال همه این گزینه‌ها مهم هستند، اما مجری در اولویت است چون اوست که به برنامه اعتبار می‌بخشد و می‌تواند از صحبت با یک آدم معمولی یک گفت‌وگوی شاهکار خلق کند.

ضابطیان در ادامه می‌گوید: به نظرم مجری این برنامه‌ها باید افرادی باشند که اصول گفت‌وگو را می‌شناسند و با حفظ قوانین گفت‌وگو را چالشی و جذاب می‌کنند. کسی که آداب گفت‌وگو را بلد نیست، خواه ناخواه دچار خودسانسوری می‌شود یا حتی ممکن است گاهی جسورانه با مهمان برنامه برخورد کند. به هر حال مجری باید اهل فن باشد تا برنامه موفق شود.

تهیه‌کننده برنامه رادیو هفت در پاسخ به این سوال که آیا اساساً برای برنامه‌های گفت‌وگومحور باید خط قرمزی وجود داشته باشد یا خیر می‌گوید: بله، در تمام دنیا رسانه‌ها برای خودشان خط‌قرمزهایی دارند و اگر این مساله رعایت نشود دیگر گفت‌وگویی وجود ندارد و مخاطب بیشتر با یک میدان جنگ روبه‌رو می‌شود تا یک برنامه تلویزیونی. منصور ضابطیان در خاتمه با ذکر این نکته که جای خالی این‌گونه برنامه‌ها در رسانه ملی بسیار خالی است، می‌گوید: برنامه‌های گفت‌وگومحور می‌توانند امتیاز یک شبکه باشند و مخاطبان بیشتری را به طرف آن جذب کنند.

باید اصلاح درست در کنار هم قرار گیرند

فواد صفاریان‌پور، مجری و تهیه‌کننده برنامه‌های سیماست. او نیز در تولید برنامه‌های گفت‌وگومحور در تلویزیون نقش بسزایی داشته است. برنامه تیک‌تاک او را می‌توان در ردیف متفاوت‌ترین برنامه‌های گفت‌وگومحور قرار داد.

صفاریان‌پور در مورد برنامه‌های تیک‌تاک (گفت و گو محور) در تلویزیون می‌گوید: پس از انقلاب و در سال‌های اخیر روند تولید این‌گونه برنامه‌ها خوشبختانه در تلویزیون بسیار زیاد بود که از میان آنها می‌توان به برنامه صدلی داغ، شب شیشه‌ای، باز هم زندگی و... اشاره کرد. این برنامه‌ها همیشه مورد توجه قرار می‌گیرند چون تازه هستند و برای بیننده همیشه حرف نویی دارند.

وی در پاسخ به این سوال که چرا برنامه‌های گفت‌وگومحور بعد از یک دوره موفقیت با کاهش کیفیت و مخاطب روبه‌رو می‌شوند، می‌گوید: یکی از دلایل مهمی که این برنامه‌ها را با شکست روبه‌رو می‌کند پیش‌تولید آنهاست که معمولاً عجله‌ای صورت می‌گیرد. در صورتی که این‌گونه برنامه‌ها باید با یک تحقیق وسیع شکل بگیرند و وقتی این چیزها وجود ندارد و فقط به خاطر این که آنتن پر شود برنامه‌های گفت‌وگومحور ساخته و پخش می‌شود. طبیعتاً در ادامه راه دیگر مخاطب با آنها همراه نخواهد بود. ضمن این که این‌گونه برنامه‌ها باید با گذشت زمان در پیشرفت کنند و به روز شوند و اگر در همان جایی که هستند متوقف شوند دیگر جذابیتی نخواهند داشت.

صفاریان‌پور در مورد این که چرا در برنامه‌های گفت‌وگومحور بیشترین تمرکز روی چهره‌ها و مهمانان برنامه است و کمتر به موضوعات فکر می‌شود؟ می‌گوید: ما مبتکر این‌گونه برنامه‌ها در دنیا نیستیم. بنابراین باید از تجربه‌های کشورهای دیگر استفاده کنیم. یک برنامه موفق گفت‌وگومحور موضوع، مجری و مهمان هر سه مهم هستند، اما در تلویزیون ما به قول شما بیشتر روی چهره‌ها تأکید می‌شود که این مساله اصلاً درست نیست و هر چیزی و هر کسی نقش خودش را دارد.

در کشور ما این برنامه‌ها تیم تحقیق و نگارش به آن معنا ندارند و همه چیز به ناچار به گردن مجری می‌افتد و او است که باید همه چیز را کنترل کند برای همین هم بسیاری از این برنامه‌ها با این که شروع خوبی داشته‌اند، اما در ادامه رها شده‌اند.

### گفت‌وگو مثل بازی فوتبال

محمدجواد خسروی، مجری برنامه تهران 20 است. او سال‌های زیادی است که در رادیو و تلویزیون مشغول به فعالیت است و در گفت‌وگو کردن جسارت و لحن منتقدانه‌ای دارد. خسروی برنامه‌های گفت‌وگومحور را چنین تعریف می‌کند: برنامه‌هایی هستند که یک یا چند نفر با هم در مورد موضوعی به گفت‌وگو می‌نشینند و البته این گفت‌وگوها می‌تواند در قالب‌های متفاوتی مطرح شوند.

خسروی در پاسخ به این سوال که چرا تولید و پخش برنامه‌های گفت‌وگومحور مدتی است در تلویزیون کم شده است؟ می‌گوید: این موضوع بستگی به مدیران شبکه‌ها و تهیه‌کنندگانی دارد که با شبکه کار می‌کنند.

خسروی در ادامه می‌افزاید: نکته مهم در تولید این برنامه‌ها توجه به این نکته است که مجری باید بتواند برنامه را هدایت کند. گفت‌وگو کردن درست مثل بازی فوتبال است. اگر بازیکن مقابل، بازی بلد نباشد طبیعتاً روی کار شما هم اثر می‌گذارد.

البته مجری باید محیط را برای مهمان آماده کند و این مساله به این معنا نیست که مجری باید هدایتگر همه چیز باشد، او تنها وظیفه دارد اطلاعات مهمان را درست دریافت و به مخاطب انتقال دهد.

خسروی درباره ویژگی‌های مجری برنامه‌های گفت‌وگومحور می‌گوید: مجری این برنامه‌ها باید در عین حال که صراحت کلام دارد، گفته‌هایش منطقی و مستند باشد و در همه شرایط احترام مهمان برنامه را حفظ کند.

محبوبه ریاستی / جام‌جم