

بابه پایان رسیدن جنگ تحمیلی و احساس نیاز به برنامه های سرگرم کننده از سویی و افزایش تعداد شبکه های تلویزیون از سوی دیگر، چهره های زیادی توانستند به محبوبیت برسند. برای مثال می توان به مجموعه «ساعت خوش» اشاره کرد که کارگردان، نویسندگان و بازیگران آن همچنان استخوان بندی اصلی آثار کمدی در تلویزیون و سینما هستند



ساعات خوش ستاره سازی

وضعیت تلویزیون در ستاره سازی در طول این سال ها فراز و نشیب های زیادی داشته و گاهی نسبت به ساختن چهره ها بی اعتنا بوده و گاهی به شکل ساختارمند ستاره سازی را پیگیری کرده است. در دهه های ۷۰ و ۸۰ اتفاقات مهمی در این عرصه رخ داد و با به پایان رسیدن جنگ تحمیلی و احساس نیاز به برنامه های سرگرم کننده از سویی و افزایش تعداد شبکه های تلویزیون از سوی دیگر، چهره های زیادی توانستند به محبوبیت برسند و فعالیت شان برای چند سال در رسانه ملی تداوم یافت. برای مثال می توان به مجموعه «ساعت خوش» اشاره کرد که کارگردان، نویسندگان و بازیگران آن همچنان استخوان بندی اصلی آثار کمدی در تلویزیون و سینما هستند و به جز خود مهران مدیری، رضا عطاران و سعید آقاخانی هم در سال های بعد، سریال های پرمخاطبی برای تلویزیون ساختند. البته «نوروز ۷۲» ساخته داریوش کاردان هم در معرفی چهره های تازه در کمدی اثرگذار بود. در میان بازیگران ملودرام ها هم بسیاری از چهره ها کار خود را با تلویزیون آغاز کردند، برخی از آنها کار خود را در رسانه ملی ادامه دادند و بعضی دیگر در سینما ستاره شدند. مثال دیگر پرورش ستاره در تلویزیون، داوود میرباقری است که سریال سازی را در ۲۸ سالگی با «گرگ ها» آغاز کرد و به مرور به کارگردان بزرگ ترین پروژه های تاریخی تلویزیون تبدیل شد. «کلاه قرمزی» ایرج طهماسب هم با این که سه بار در دهه های ۸۰، ۹۰ و در گیشه سینماها به موفقیت رسیده، ریشه در تلویزیون دارد و محصول چهره سازی این رسانه در دهه ۷۰ به شمار می رود. این ستاره سازی در حوزه اجرا هم دیده می شود و مجریانی که کار خود را با اجرای آیتام های کوتاه و تهیه گزارش برای برنامه ها آغاز کردند، امروز به ستاره های اجرای برنامه و حتی برنامه سازی تبدیل شده اند و بخشی از عطش مخاطبان به دیدن چهره ها را برآورده می کنند. برای معرفی چهره های تازه در زمینه اجرا، در طول این سال ها همیشه رادیو یکی از منابع تلویزیون بوده و برخی از گویندگان خوش صدا، شانس خود را در عرصه تصویر نیز محک زده اند.

رسانه ملی برای موفقیت به تولید ستاره نیاز دارد

کارخانه چهره سازی



اگر نگاهی به برنامه های تلویزیونی موفق در آن سوی مرزها بیندازید، متوجه ستاره محور بودن بخش عمده ای از این برنامه ها خواهید شد. برنامه هایی که بسیاری از اوقات نامشان هم با ساختار «شوی فلانی» انتخاب می شود؛ البته سریال ها هم به چهره نیاز دارند و برخی بازیگران موفق صرفاً در تلویزیون می درخشند و هرگز به سینما راه پیدا نمی کنند. رسانه ملی هم از این قاعده مستثنا نیست و برای جذب مخاطب به تولید چهره های تازه و جذاب نیاز دارد؛ چهره هایی که بیننده به خاطر آنها پای تلویزیون بنشیند. حالا دیگر محدودیت های سابق هم وجود ندارد و صداوسیما چند سالی است به شکل جدی تری به فکر تولید ستاره افتاده است.

محمد وفایی
خبرنگار

مخاطب در پی رصد ستاره

در موفقیت یک برنامه یا سریال تلویزیونی عوامل متعددی نقش دارند و از ایده اولیه و نحوه طراحی گرفته تا ساعت و شبکه پخش در دیده شدن یک محصول رسانه ای اثرگذارند، اما مهم ترین عاملی که در لحظه می تواند بیننده را از عوض کردن کانال منصرف کند و پای یک برنامه بنشاند، دیدن یک

چهره آشناست که خاطره خوبی از او در ذهن دارد. این چهره می تواند بازیگر، مجری، کمدین، خواننده یا حتی خبرنگار باشد. به جز ستاره هایی که جلوی دوربین قرار می گیرند، نیروهای پشت دوربین مانند تهیه کننده، کارگردان، تصویربردار، عوامل فنی و... هم در کیفیت آثار تلویزیونی تأثیر بسزایی دارند و پرورش آنها توسط

صداوسیما یک ضرورت غیرقابل انکار است؛ ضرورتی که البته در گرو ازمیان رفتن حلقه های سنتی برنامه سازی و استقبال از ورود نیروهای جوان، خلاق، اهل فکر و تازه نفس به تلویزیون است. با همه این اوصاف، در نهایت ویتترین رسانه و چیزی که به مخاطب عرضه می شود، ستاره هایی هستند که چهره شان در جعبه جادو نقش می بندد.

چهره ها در سربالایی جام جم

اواسط دهه ۹۰ تلویزیون بار دیگر به اهمیت معرفی چهره های تازه پی برد و فضای جدیدی برای معرفی جوانان علاقه مند به هنر باز کرد. این نیاز به دنبال پایه سن گذاشتن ستاره های مطرح شده در دهه ۷۰ احساس شد و برخی کارگردانان مجموعه های نمایشی و تعدادی از برنامه سازان به ناچار سراغ هنرمندان ناشناخته و جوان رفتند. برنامه «خندوانه» با نگاه تازه ای به طنز و کمدی روی آنتن رفت و پس از برگزاری یک دوره مسابقات استندآپ کمدی با حضور همان ستاره های دهه های گذشته به اضافه چند چهره تازه، سال ۹۶ فراخوان مسابقه «خنداننده شو» را با هدف استعدادیابی در زمینه استندآپ کمدی منتشر کرد. این مسابقات در زمان پخش بسیار پربیننده شد و پس از برگزاری دومین دوره در سال ۹۷، حالا در بسیاری از برنامه ها، فیلم ها و سریال ها شاهد حضور قابل قبول شرکت کنندگان خنداننده شو به عنوان بازیگر، مجری، کمدین و... هستیم؛ البته برخی از این چهره ها حالا به عنوان نویسنده در پشت صحنه برنامه های رسانه ملی مشغول فعالیت هستند. این رویکرد صداوسیما ادامه پیدا کرد و در روزهای پایانی سال ۹۷، «عصر جدید» روی آنتن شبکه سه رفت؛



به استفاده از هنرمندان نسل قبلی به قوت خود باقی است و رگه هایی از این نگاه را می توان در ورود گسترده بازیگران به عرصه اجرا جست و جو کرد. مطمئناً رسانه ملی برای حفظ کیفیت برنامه ها و جلب رضایت مخاطبان به معرفی و تربیت چهره های محبوب نیاز دارد و مسیری که در این چند سال آغاز شده، باید ادامه پیدا کند؛ این اول راه است.

برنامه ای که با الگوبرداری از نمونه های موفق خارجی، اختصاصاً به استعدادیابی می پرداخت و در زمینه های گوناگون فرهنگی، هنری، ورزشی، علمی و... استعداد های دیده نشده را معرفی می کرد. فصل اول این برنامه به خوبی دیده شد و فصل دوم آن در انتظار ساخت و پخش مرحله نیمه نهایی است؛ البته در مقابل رویکردی که به معرفی چهره های جدید اهتمام دارد، همچنان اصرار برخی برنامه سازان