

نگاره‌های یک مجری

دکترنداملکی

مجری و مدرس دانشگاه

سفر به سرزمینی ناشناخته بدون دانایی و آگاهی از خصلت و سرشت آن، آورده‌ای جز حیرت و ناپختگی نخواهد داشت و این رویکرد، یک انتخاب است که سیورورت و شدن انسان را با معرفت به خویشتن درهم می‌آمیزد.

ورود به عرصه اجرای تلویزیونی می‌تواند ذیل همین انتخاب قرار گرفته و تعریف شود. قاب تماشای تلویزیون از آن‌رو که با طمطراق و انجذاب همراه است، دل‌باخته شهرت را بر آن می‌دارد تا برای یک بار هم که شده طبع و ذائقه خود را بیازماید و بر مدار سخن و صدا و متن و گفت و شنود با مشاهده‌گرهای آن جعبه جادویی قرار گیرد. اما آیا این قاب تماشا، حضور هر طبع و ذائقه‌ای را در درازمدت بر فطرت خویش می‌پسندد یا مقام یافتن در آن براساس قاعده و قانون، امری سخت و سترگ است؟



آری حرفه‌ا جرادر تلویزیون از جمله ساحت‌هایی است که تبیین و شناساندن آن در پیشبرد اهداف رسانه مغفول مانده و همین نسیان و غفلت بر کیفیت انتخاب افراد مستعد و تمایز ایشان با افراد نامستعد برای حضور در این جایگاه سایه انداخته است.

ویژگی‌هایی چون داشتن چهره و صدا و ظاهر مناسب و... آن هنگام فرد را برای احراز این تشخیص، صالح می‌پندارد که با فرهیختگی و انس با سطور نگاشته شده در کتاب‌ها و تورق ایشان همراه باشد. آن‌گاه معجزه حضور مجری مؤلف و توانمند قاب، تماشای تلویزیون را زیباتر و جذاب‌تر می‌نماید.

بنابراین کیفیت مطلوب اجرا در رسانه ملی مستلزم داشتن قابلیت‌ها و توانمندی‌های، هم ذاتی و هم اکتسابی است که می‌بایست از درجه نگاه مخاطب به عنوان حق او به این موضوع و اهمیت آن نگرسته شود و داشتن یکی از این ویژگی‌ها نمی‌تواند کارآمدی را برای این شغل رقم زند.

بسیاری به انواع هنر علاقه دارند اما خود هنرمند نیستند. علاقه به اجرا در تلویزیون نیز همین گونه است و نمی‌تواند صلاحیت ورود به این حرفه را برای فرد احراز کند. مجری در هر اجرای تلویزیونی دست به خلق یک شاهکار هنری می‌زند و حضور افراد بی‌هنر در این میدان از کیفیت مقام و رتبه آن می‌کاهد. اما چنانچه داشتن چهره مناسب، صدای شفاف، ظاهری معروف، قدرت بیان، دانش، مهارت مدیریت هیجان، مهارت حل مسئله و مدیریت بحران و مهارت‌های خاص این حرفه همراه باشد، کارآمدی و اثرگذاری این حضور مشهود خواهد بود.

کوتاه آن‌که دقت در انتخاب مجری تلویزیون یکی از راه‌کنش‌های اساسی در راستای رسیدن به اهداف متعالی رسانه ملی است.

تک‌رفته‌ها را می‌بینیم، صدها ماندگان را نه!

فلان مجری یا گوینده، از ایران رفت!



ورفته‌اند مورد سرزنش قرار گیرند یا نهادهای سازمان‌هایی که آنها را توانمند کرده و از استعداد و مهارت‌شان، سعی کرده به نحو احسن بهره‌مند شود و به‌زایش قدرشناس آن فرد شود؟ قطعاً او که رفته، بیشتر سزاوار پرسش و سرزنش است.

منطقی‌ترین است که تصمیمات شخصی اشتباه افرادی را که نه مورد بی‌توجهی بوده‌اند و نه بی‌مهری، به پای بی‌وفایی و بی‌اخلاقی خودشان بنویسیم، نه مطلوب نبودن شرایط کشور مبدأ. شرایط هم اگر مطلوب نیست، او که می‌ماند تا با هنرش مرهمی باشد هنرمند است و او که می‌رود و با رفتنش زخمی می‌زند، تسلیم است و کم‌هنر. به عنوان رسانه، بهتر است بیشتر به مانده‌ها توجه کنیم و ضریب بد‌هیم، نه جلای وطن کرده‌ها.

شود. فقط کافی است، یک چهره شناخته‌شده، ایران را ترک کند تا همان را به مثابه پیراهن عثمان علم کرده و به نشانه ضعف تلقی کنند.

اولاً بد نیست در این مواقع، به تعداد رفته‌ها اشاره شده تا مشخص شود که تعداد رفته‌ها، به یک درصد کل مجریان هم نمی‌رسد.

ثانیاً مهاجرت در همه جای دنیا اتفاقی است که برای حال افراد شناخته‌شده نیز رقم می‌خورد و این می‌تواند صرفاً یک انتخاب باشد، حسب ملاحظات و عوامل خصوصی زندگی افراد که ما از آنها بی‌خبریم.

ثالثاً اگر بنا به سرزنش هم باشد، آیا باید افرادی که در بهترین شرایط زندگی کاری‌شان و توجهات و بهره‌مندی‌هایی که شامل حال‌شان می‌شده، رها کرده

متأسفانه چون گاهی لحاظ نمی‌کنیم که «اشک کباب، موجب طغیان آتش است»، بعضاً آه و فغانی که خود سر می‌دهیم از مهاجرت برخی، از رسانه‌های لندن بیشتر است و از همین رو، هراس داریم تا درباره این اتفاقات، آسیب‌شناسی و تحلیل کنیم و گمان می‌کنیم، سوت زدن و رد شدن از کنار چنین موضوعاتی، به صلاح نزدیک‌تر است، در حالی که این رفتار، نشانه پذیرفتن ترس و شکست بوده و از همین رو، قابل توصیه نیست. اگر خیلی واقع‌بینانه به ماجرا بنگریم، نه اتفاق عجیبی رخ داده، نه این اتفاق فقط در ایران و نه تنها برای رسانه ملی مهاجرت رخ می‌دهد؛ در رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی ایران، صدها مجری در حال فعالیت هم‌زمانند و شاید گاه، این تعداد به هزار نفر هم نزدیک

مدیریت قاب‌ها

مدیریت رسانه‌های لحظه‌ای فراگیر

باسوتی و گاف چه باید کرد؟

لحظات زودگذر باقی بمانند و به فاجعه تبدیل نشوند.

برای مثال، آنچه هفته قبل در برنامه سیدخندان اتفاق افتاد، یک فاجعه یا خطای غیرقابل اغماض نبود اما چون نسبت به تیم سازنده و مخصوصاً مجری برنامه، توسط بعضی افراد غرض‌ورز، احساس نفرت وجود دارد، سعی می‌کنند تا به‌زای کوچک‌ترین اتفاقات نامأنوس، عکس‌العمل نشان داده، او را تخریب کنند و از گاه، کوه بسازند. البته نکته تولیدی بودن برنامه‌ها، مثل سیدخندان، باعث می‌شود تا به‌زای هر اشتباه، سختگیری بیشتری اعمال شود، ولی واقعا با در نظر گرفتن موضوع آن بخش برنامه و ظرف و مظلوفی که در آن، جملاتی بیان شده، می‌شد از آن تعبیر به یک حرکت شدیداً خطرپذیر و متهورانه روی لبه تیغ شود.

سوتی ندادن در رسانه‌های برخط و لحظه‌ای مثل رادیو و تلویزیون محال است و اگر بنا باشد معیار ارزیابی و شاخص‌گذاری، سوتی ندادن باشد، تنها ثمره‌اش می‌شود محصولات غیر جذاب و محافظه‌کارانه. در مدیریت رسانه، عقلانیت باید با خطرپذیری مدیریت شده و با منطق توأم شود.



با فراگیر شدن رسانه‌های برخط غیررسمی و شبکه‌های اجتماعی، عموم مخاطبان در معرض محتواهای مدیریت‌نشده، اخبار جعلی و نه‌اینها شکل گرفتن دنیایی دروغ در ذهن‌شان هستند و از این رو، واجب است تا رسانه‌های رسمی و فراگیر نیز، در بعضی قواعدی که پیش از آن، متصلب و لایتغیر قلمداد می‌کرده‌اند، تجدیدنظر کنند. برای مثال، می‌توان در رسانه‌های رسمی و ملی، خط قرمزهای منعطف وضع کرد تا قابلیت رقابت‌پذیری‌شان با دیگر رسانه‌های غیررسمی که خط قرمزهای‌شان کم‌رنج و نحیف است، حفظ شود.

مثلاً در مبحث همیشگی تازه‌گاف یا سوتی دادن به خصوص در برنامه‌های

زنده، آن چه باید مورد ملاحظه قرار گیرد این است که بنا نیست، خطاهای ناخواسته، روی آنتن، به صفر مطلق برسد بلکه باید به حداقل ممکن

رسیده و به صفر، نزدیک شود، چرا که در ذات آنتن و موج زنده، تیغ زدن و رقم خوردن اتفاقات ناخواسته و طرح نکات غافلگیرکننده، قابل حذف نیست اما می‌توان طوری مدیریت و تنظیم‌گری محتوا را انجام داد که اولاً برآیند محصول، در راستای مسیر مد نظر باشد و ثانیاً، اشتباهات لحظه‌ای، در حد