

فصل ۲

مجری گری تلویزیون



یکی از مهم‌ترین و کاربردی‌ترین تخصص‌های حوزه کاری: «تولید برنامه تلویزیونی» مجری گری است. مجری برنامه‌های تلویزیونی الزاماتی برای ارتباط با مخاطب از طریق گفتار و حرکات بدن (زبان بدن) دارد. سبک‌ها و شیوه‌های ارتباطی نوین و خلاقانه با مخاطبین از جمله مهارت‌های این حرفه است.

واحد یادگیری ۱

گوینده برنامه تلویزیونی

یک مجری موفق در برنامه‌های صدا و سیما چه مهارت‌هایی را دارد؟

- هنرجویان در این واحد یادگیری ویژگی‌های حرفه‌ی مجری‌گری را تمرین کرده و مهارت اجرای یک برنامه‌ی کوتاه را فراخواهد گرفت.

استاندارد عملکرد

- اجرای یک برنامه زنده با تسلط کامل به صورت پخش زنده، ضبط یا اجرا در صحنه

تلویزیون

تلویزیون یا دورنما، سامانه (سیستم) ارتباطی برای پخش و دریافت تصاویر متحرک و صداها از مسافتی دور است. دستگاه گیرنده در این سامانه را تلویزیون می‌نامند. امروزه در ایران، به مجموعه تولیدکننده و پخش‌کننده برنامه‌های تلویزیونی، «سیما» گفته می‌شود.



تصویر ۱

با جستجو در اینترنت تاریخچه اولین تلویزیون در دنیا و نام چند برنامه تلویزیونی در آن زمان را بیابید و در کلاس معرفی کنید.

فعالیت
گروهی



جعبه جادو

با وجود آنکه چند سالی است به کمک فناوری‌های نوین الکترونیکی دستگاه‌های حجیم و سنگین گیرنده‌های تصویری خانگی یا همان تلویزیون تبدیل به صفحات نازک پلاسما یا LCD و LED شده‌اند با این حال واژه «جعبه جادو» برای نشان دادن قدرت نفوذ این رسانه فراگیر و کاربردی، همچنان مناسب است.

ضخامت تلویزیون‌های جدید و پیشرفته - و اخیراً هوشمند - اگرچه به قطر یک جلد کتاب صد صفحه‌ای کاهش پیدا کرده، اما جایگاه رسانه‌ای آن، نزد مخاطبین و پیام‌گیرانش چندین برابر شده است. نفوذ این جعبه نازک جادویی، در میان مردم چنان گسترده و عمیق است که بینندگانش حاضر هستند حتی وعده‌های مختلف غذایی خود را در مقابل صفحه تلویزیون میل کنند اما برنامه مورد علاقه شان را از دست ندهند.

میل به دیدن تلویزیون به خصوص در میان کودکان و نوجوانان چنان شدت یافته است که کارشناسان رسانه و ارتباطات، متخصصان علوم تغذیه، روان‌شناسان و مشاورین امور تربیتی مؤکداً به والدین هشدار داده و توصیه می‌کنند که زمان تماشای تلویزیون توسط فرزندان شان را به درستی مدیریت کنند و جداً مراقب سلامت جسم و روان آنان باشند.

نکات ایمنی



در گروه‌های ۲ یا سه نفری درباره فایده‌ها و آسیب‌های تلویزیون پژوهش کنید و در کلاس درباره آن با یکدیگر گفتگو کنید.

فعالیت
کارگاهی



جذابیت‌های فراوان این رسانه سبب شده است که با وجود پدید آمدن انواع رسانه‌های تصویری و گسترش یافتن شبکه‌های مجازی، تلویزیون همچنان رسانه‌ای بدون رقیب باقی بماند. علی‌رغم فراگیر شدن گوشی‌های هوشمند و مدرن، بینندگان باز هم ترجیح می‌دهند برنامه‌های متنوع را از طریق گیرنده‌های تلویزیونی خود تماشا کنند تا از طریق صفحه محدود نمایشگر در گوشی‌های هوشمند.



برخی معتقدند که «تلویزیون» به لحاظ ایجاد تنوع بصری و بهره‌گیری هنرمندانه از عناصر رنگ و حرکت و افکت‌های تصویری توانسته است گوی سبقت را از «رادیو» برآید و جایگزین رسانه شنیداری قدیمی گردد. اما این ادعا بیش از اندازه اغراق‌آمیز است چراکه رادیو در مقام یک رسانه اصیل و کلاسیک همچنان جایگاه خود را نزد طرفدارانش حفظ کرده و از اعتبار و ارزش آن کاسته نشده است. هر کدام از این دو رسانه (رادیو و تلویزیون) کارکردهای خاص خود را دارند، بنابراین در راستای ارزش‌گذاری قرار نیست یکی از آنها غالب و دیگری مغلوب معرفی شود.



از اطرافیان بپرسید که کدامیک از رسانه‌های رادیو یا تلویزیون از محبوبیت بیشتری برخوردارند؟ لیستی از مشاغلی که بیشتر با رادیو ارتباط دارند، را بنویسید. به نظر شما چرا برخی از مشاغل مخاطبین اصلی رادیو هستند؟
چه اقشاری از جامعه بیشتر مخاطب رسانه دیداری هستند؟
در کدامیک از اماکن عمومی رسانه دیداری بیشتر کاربرد دارد؟

تاریخچه تلویزیون در ایران

حدود نیم قرن از پیدایش تلویزیون «رسانه دیداری» در ایران می‌گذرد و امروز این جعبه جادویی هم‌چنان یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین رسانه‌های ارتباط جمعی در ایران محسوب می‌شود. نخستین



تصویر ۲

فرستنده تلویزیونی تاریخ ایران ساعت پنج بعد از ظهر جمعه یازدهم مهرماه سال ۱۳۳۷ آغاز به کار کرد. مجلس شورای ملی طی مصوبه‌ای اجازه داد یک فرستنده تلویزیونی زیر پوشش وزارت پست و تلگراف و تلفن در تهران ایجاد شود. نخستین فرستنده تلویزیونی ایران ساعت پنج بعد از ظهر جمعه یازدهم مهرماه ۱۳۳۷ اولین برنامه خود را پخش کرد. این فرستنده که «تلویزیون



تصویر ۳

ایران» نامیده می‌شد، ابتدا هر روز از شش بعد از ظهر تا ۱۰ شب برنامه داشت.

تلویزیون ایران به صورت خصوصی اداره می‌شد و متکی به درآمد خود از آگهی‌های تجارتي و تبلیغاتی بود. این سازمان پس از یک سال فعالیت برنامه‌های روزانه خود را در تهران به پنج ساعت افزایش داد و در سال ۱۳۴۰ فرستنده دیگری در آبادان و یک فرستنده تقویتی در اهواز تاسیس کرد.

پس از تصویب طرح ایجاد «تلویزیون ملی ایران»،

یک ایستگاه کوچک به وجود آمد و با امکاناتی ساده پخش برنامه‌های آزمایشی را از سال ۱۳۴۵ آغاز کرد.

با مطالعه در منابع (مکتوب یا اینترنت) درباره ایستگاه‌های پخش برنامه تلویزیونی در آغاز کار در ایران پژوهش کنید و نتایج آن را در کلاس ارائه دهید.

پژوهش



مدتی کمتر از دو سال از تأسیس تلویزیون ملی نمی‌گذشت که در ۱۷ مرداد ۱۳۴۷ نخستین مرکز شهرستانی تلویزیون ملی در ارومیه گشایش یافت و چندی بعد مرکز تلویزیونی بندرعباس راه‌اندازی شد. مراکز تلویزیونی به تدریج یکی بعد از دیگری در شهرهای مختلف شروع به فعالیت کردند. اولین مجری تاریخ تلویزیون ایران مرحوم منوچهر نودری بود. او نخستین کلام تلویزیونی‌اش را با این جمله آغاز کرد: «تصویر من را در جعبه‌ای می‌بینید که اسمش تلویزیون است.» به این ترتیب تلویزیون به میان مردم آمد. ساختمان تولید به عنوان اولین ساختمان رادیو و تلویزیون ملی در اراضی چند هکتاری جام‌جم (خیابان ولی عصر (عج الله) فعلی) ساخته شد.

تلویزیون ملی ایران در سال‌های پس از انقلاب اسلامی با تغییر نام به سازمان «صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران» در قالب دو شبکه برنامه‌های خود را پی گرفت. در سال‌های آغازین پس از انقلاب بیشترین زمان برنامه‌های سیما به مستندهای سیاسی تبلیغاتی و اخبار سراسری اختصاص داشت. امروز پس از گذشت شش دهه از ورود تلویزیون به ایران، بیش از ۵۰ شبکه داخلی و برون‌مرزی تلویزیونی در ایران به تولید و پخش برنامه اشتغال دارند که این تولیدات در تمامی نقاط ایران قابل دریافت می‌باشند.



۱- با بررسی آرشیو صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، درباره موضوع سریال‌هایی را که برای کودکان و نوجوانان در سال‌های اول پس از انقلاب ساخته شده‌اند، لیستی تهیه کنید و به کلاس آورده و درباره آن با هم‌کلاسی‌های خود گفتگو کنید.

۲- با راهنمایی هنرآموز یکی از برنامه‌های تلویزیون را انتخاب و درباره موضوع عنوان برنامه؛ فضا سازی برنامه و ... با هم‌کلاسی‌های خود گفتگو کنید.

برنامه‌سازی در تلویزیون و حرفه‌های مرتبط با آن

تلویزیون یک «رسانه دیداری» است و طبیعتاً برنامه‌هایی را تولید و پخش می‌کند که متحرک و دارای عناصر بصری باشد. کیفیت تولید این برنامه‌ها باید چنان جذاب و دیدنی باشد که تماشاگران با اشتیاق مایل باشند ساعت‌ها در مقابل صفحه نمایشگر تلویزیون بنشینند و از دیدن برنامه‌های مورد علاقه خود لذت ببرند.

مجری کیست؟

ساختار اغلب برنامه‌های سیما اصطلاحاً «مجری محور» هستند. برنامه‌های مجری محور به آن دسته از برنامه‌های تولیدی گفته می‌شود که مجری نقش اساسی و کلیدی در آن ایفا می‌کند و حضورش در برنامه بسیار پررنگ است. در این گونه برنامه‌ها، مجری به عنوان حلقه ارتباطی بین بینندگان و گروه تولید برنامه عمل می‌کند.

در چنین برنامه‌هایی مجری با مهارت تمام ضمن ایجاد ارتباط خلاقانه با بینندگان پیام‌های اصلی برنامه را به تماشاگران انتقال می‌دهد. مجری موفق با تسلط در اجرا و موضوع در حقیقت تضمین کننده موفقیت کامل آن برنامه است. ارتباط مؤثر با مخاطب از ویژگی‌های الزامی برای یک مجری است. چنانچه مجری علاوه بر داشتن توانمندی‌های اجرا، در زمینه موضوع برنامه نیز صاحب نظر و مطلع باشد به او «مجری-کارشناس» می‌گویند.

برخی از افراد مجری برنامه تلویزیونی را صرفاً یک گوینده تلویزیونی غیرمسئول می‌دانند که تنها متنی را از حفظ و یا از روی کاغذ می‌خواند، اما کارشناسان تلویزیونی معتقدند گویندگی فقط یکی از مسؤلیت‌های مهم و تخصصی مجریان است و لذا باید بین این دو شخصیت یعنی مجری و گوینده تفاوت قائل شد.



تصویر ۵



تصویر ۴



تصویر ۷



تصویر ۶

- چند برنامه تلویزیونی را که مجریان موفق دارند انتخاب کنید و درباره اجرای آنها در کلاس گفتگو کنید.
- برای یکی از برنامه های انتخابی تلویزیون، نقش یک مجری را در کلاس ایفا کنید و نظر هم کلاسی های دیگر را درباره اجرای خود بشنوید.

تمرین



همان طور که می توان بازیگری را یکی از مهم ترین عوامل تاثیر گذار در صنعت سینما دانست، مجری و شیوه اجرا او نیز یکی از مهم ترین عوامل موفقیت در برنامه های تلویزیونی است. مجری با شیوه اجرای مناسب خود به عنوان ویتترین یک برنامه عمل می کند و در روند جذب مخاطب برای برنامه بسیار مؤثر است. همه مجری های تلویزیونی این توانایی را ندارند که به طور پیوسته و برای مدتی طولانی اجرای یک برنامه را بر عهده بگیرند. برای اجرای ثابت یک برنامه، مجری در درجه نخست باید به موضوع برنامه علاقه مند باشد و آن را متناسب با روحیات خود ببیند. علاوه بر این، مجری با مطالعه مستمر و افزودن

دانش در زمینه حرفه‌ای و کسب تجربه‌های متنوع در حوزه اجرا می‌تواند ماندگاری خود را در جلوی دوربین تضمین کند. صداقت با مخاطب نیز از عواملی است که نقش مؤثری در اعتماد آنها به برنامه و مجری ایفا می‌کنند.

تلویزیون به عنوان یک رسانه پذیرفته شده در بین مردم، نقش یک مرجع و منبع مطمئن و قابل اعتماد را هم ایفا می‌کند. همچنانکه تماشاگران به اخبار پخش شده از تلویزیون اطمینان دارند و به آن استناد می‌کنند، نگاهشان به مجری‌های تلویزیونی نیز همین گونه است. مجری‌ها در نگاه مردم افرادی هستند که صداقت دارند، از دانش بالایی برخوردار هستند، با زبان معیار^۱ سخن می‌گویند، در ارتباط با موضوع برنامه‌ای که اجرا می‌کنند اطلاعات دقیق و صحیحی دارند و ... بنابراین نقش مجری در اصلاح یا انحراف افکار عمومی بسیار مؤثر و تعیین‌کننده است.

از چند برنامه تلویزیونی قسمتهایی را انتخاب کنید مانند: خبر، برنامه ورزشی، برنامه فرهنگی و مانند آن، سپس آنها را در کلاس به نمایش بگذارید و درباره شیوه‌های اجرای برنامه توسط مجریان گفت‌وگو کنید.

فعالیت
کلاسی



برنامه‌های تخصصی، مجریان متخصص

در سیمای جمهوری اسلامی ایران، تنوع برنامه‌های استودیویی (زنده و ضبط شده) مدیران این رسانه را ضرورتاً به سمت انتخاب مجریان حرفه‌ای و تخصصی هدایت کرده است. تماشاگران سیما چند سالی است که شاهد پخش برنامه‌های روتین روزانه یا هفتگی با مجریان ثابت هستند. اقبال بینندگان به این برنامه‌ها حاکی از رضایت‌مندی آنان از نوع برنامه‌ها و پیام‌های محتوایی آن است. بدون شک نحوه اداره کردن برنامه‌ها توسط مجریان یکی از عوامل مؤثر در میزان افزایش این رضایت‌مندی است. طیف برنامه‌های مجری محور در شبکه‌های مختلف سیما بسیار متنوع است. مهم‌ترین برنامه‌های مجری محور که در اینجا می‌توانیم فقط به تنوع موضوعی آنها اشاره کنیم عبارتند از: اخبار، تفسیر، گزارش، میزگرد، ورزشی، اقتصادی، خانواده، آشپزی، مسابقه و سرگرمی، مشاعره، کودک و نوجوان، مناظره، گفتگو محور (تاک شو) و ... که در همه این برنامه‌ها استفاده از مجری به عنوان اداره‌کننده اصلی آن و ایجاد ارتباط با تماشاگران ضرورتی انکارناپذیر است.

۱. گونه‌ای نوشتاری یا گفتاری است که افراد دارای تحصیلات بالا از آن استفاده می‌کنند. (هم در نوشتن و هم در صحبت کردن) این زبان به عنوان الگوی زبان غالب در جامعه پذیرفته شده است. در رسانه‌ها (مطبوعات و صدا و سیما)، سخنرانی‌ها و کتاب‌های درسی مدارس یا در گفت‌وگوها و مصاحبه‌های رسمی از زبان معیار استفاده می‌کنند.

آنچه که مجریان این برنامه‌ها را از یکدیگر متمایز می‌سازد تخصصی بودن موضوع از یک سو و تسلط مجری بر محتوای برنامه از سوی دیگر است. بنابراین مدیریت صحیح رسانه‌ای ایجاب می‌کند که اجرای تلویزیونی برنامه‌هایی با موضوعات تخصصی الزاماً توسط افراد آگاه و مسلط به آن حوزه انجام شود. البته دانش و تسلط موضوعی فقط یکی از شرایط لازم برای مجریان تلویزیونی است و برای درخشیدن در حرفه مجری‌گری ویژگی‌های مختلف دیگری نیاز است که در این بخش از کتاب به آن‌ها پرداخته می‌شود. برخی دیگر از برنامه‌های تولیدی سیما توسط دو مجری اداره می‌شود. این شیوه اجرا صرفاً به منظور ایجاد جذابیت و تنوع بصری در بیننده صورت می‌گیرد. چنین اجراهای دو نفره را غالباً می‌توان در برنامه‌های مسابقه، آشپزی، مناظره، خانواده، مشاعره، اخبار و نظایر آن مشاهده کرد. یکی دیگر از دلایل حضور همزمان دو مجری، طولانی بودن زمان پخش آن برنامه است که با این روش می‌توان امیدوار بود که بیننده تا پایان، برنامه را همراهی خواهد کرد.

متن یک برنامه ورزشی را در ۳ دقیقه تهیه و تنظیم کرده و در گروه‌های ۲ یا ۳ نفره آن را در کلاس اجرا می‌کنید. از هنرجویان دیگر بخواهید که درباره اجرای شما نظر بدهند.

تمرین



ویژگی‌های مجری تلویزیونی

آنچه گویندگی رادیو را از مجری تلویزیون متفاوت می‌کند، تنها شنیداری بودن اجرا است، در حالیکه مجری تلویزیون توانان برای ارتباط با مخاطبین خود استفاده می‌کند. هنرمندی یک گوینده رادیو در این است که با مهارت و تسلط تمام بتواند مخاطب را راضی کند که تا پایان برنامه با او (گوینده) همراه باشد و او را بشنود. اما موفقیت یک مجری تلویزیونی در گرو آن است که با هنرمندی تمام بکوشد تا بیننده و مخاطب هم او را بشنوند و هم ببینند!

اگرچه مجری برنامه‌های تلویزیونی و گوینده برنامه‌های رادیویی ویژگی‌های مشترکی دارند و هر دو آن‌ها برای رسیدن به حرفه مجری‌گری باید استانداردهای معینی را کسب نمایند اما، مجری برنامه‌های تلویزیونی مسؤلیت‌های سخت‌تری برای اداره کردن یک برنامه برعهده دارد. مجری تلویزیون مانند کسی است که در یک اتاق شیشه‌ای و در مقابل میلیون‌ها تماشاگر، با مهارت تمام باید بتواند با مخاطبانش ارتباط صمیمانه برقرار نماید و پیام برنامه را تمام و کمال به آن‌ها انتقال دهد.

اگر در جعبه بسته و نامرئی رادیو، گوینده می‌تواند بدون دغدغه و استرس با ظاهری ساده و بی‌تکلف بر صندلی استودیو تکیه بزند و دستی بر موهایش بکشد و همزمان با شنوندگانش سخن بگوید اما مجری تلویزیون موظف می‌باشد با ظاهری آراسته و زیبا در استودیو حاضر شود و مؤدبانه در صندلی‌اش قرار بگیرد و با میهمان برنامه و مخاطبینش در سراسر کشور گفت‌وگو کند.

نکته



اگر در یک استودیو رادیویی، گوینده یا مجری می‌تواند با موهایی آشفته و چهره‌ای پژمرده در پشت میکروفن بنشیند و پیام (محتوا) برنامه را به مخاطبینش انتقال دهد، اما مجری تلویزیون پیش از آن که بخواهد قدم به درون استودیو یا محل ضبط برنامه بگذارد در حلقه چهره‌پرداز (گریمور) و طراح لباس و صحنه قرار می‌گیرد تا آنها چهره‌ای مرتب و قابل قبول و ظاهری موجه از مجری تلویزیون بسازند.

– به استودیوهای رادیو بروید و اجرای رادیویی گویندگان را از نزدیک ببینید و در صورت داشتن مجوز از آنها عکاسی کنید و در کلاس مشاهدات خود ارائه کنید.
– با هماهنگی قبلی و کسب مجوز به استودیو ضبط برنامه تلویزیونی بروید و از مجریان برنامه تلویزیونی نیز عکاسی کنید. سپس مشاهدات خود را با دوستان خود در میان بگذارید.

فعالیت
کارگاهی



مجری خوب کیست؟

برای کسانی که دست‌یابی به حرفه «مجری‌گری» را در سر می‌پروراند و در آرزوی این هستند که به عنوان مجری در یکی از برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران ظاهر شوند، تذکر این نکته ضروری است که فقط زیبا و خوش چهره و خوش بیان بودن برای حرفه مجری‌گری تلویزیونی کافی نیست. چه بسا افرادی که به صرف داشتن این ویژگی‌ها در مقابل دوربین‌های استودیو قرار گرفتند تا برنامه‌ای را اجرا کنند اما فقدان خصوصیات دیگر در آنها سبب شد تا عمر مجری‌گریشان چندان طولانی نباشد و از صحنه اجرا خارج شوند. موفقیت در اجرای برنامه‌های تلویزیونی محصول سال‌ها و ماه‌ها آموزش، مطالعه، کسب تجربه و فروتنی است. چه بسیارند مجریان حرفه‌ای و سرشناسی که هنوز خود را در میانه راه می‌بینند و رسیدن به قله کمال در عرصه مجری‌گری را در گرو آموختن از پیشکسوتان این حرفه می‌دانند. بنابراین تواضع و پایبندی به اخلاق، نخستین گام در حرفه مجری‌گری است.



تصویر ۹



تصویر ۸



چه ویژگی‌هایی را برای مجریان برنامه‌های تلویزیونی می‌شناسید؟ معمولاً مردم از مجریان برنامه‌های تلویزیونی چه انتظاراتی دارند؟ نتیجه پژوهش خود را در کلاس ارائه کنید.

ویژگی‌های ضروری حرفه مجریگری

۱- ارتباط با بیننده



تصویر ۱۰

ارتباط با مخاطب از ویژگی‌های الزامی برای یک مجری است. او باید بداند با توجه به گستردگی طیف مخاطبان و هدف تولید برنامه، از چه شیوه‌ای برای برقراری ارتباط استفاده کند. ارتباط به معنای ایجاد درک متقابل میان مجری و مردم است. این ارتباط علاوه بر این که نیازمند ظریف‌ترین و شفاف‌ترین شیوه‌های کلامی و غیرکلامی است، نیازمند سبک، شیوه یا گونه خاصی از ارتباط است که فرد مجری یا ارتباط‌گر را با دیگران متمایز سازد.

۲- صمیمیت

صمیمیت و انعطاف در نحوه اجرا، راحت بودن و استفاده از دایره‌المعارف خودمانی از دیگر ویژگی‌هایی است که نحوه اجرای مجریان را دیدنی‌تر می‌کند. طبیعتاً این گونه رفتارها نگاه سنتی به مجری را از ذهن مخاطب پاک می‌کند و او نزد بیننده بسیار مثبت ارزیابی می‌شود. باید توجه داشت که هرگونه حرکتی توسط مجری چه از قبل تعیین شده باشد یا خیر، باید طبیعی جلوه نماید و باعث خستگی بیننده نگردد.

«تاک شو» یا برنامه‌های گفتگو محور در تمام دنیا از دیدنی‌ترین برنامه‌های تلویزیونی به شمار می‌رود. «شومن» در تعریف جهانی به کسی گفته می‌شود که اجرای چنین برنامه‌هایی را به عهده می‌گیرد و بدون این که متنی از قبل آماده کند، فی‌البداهه و با توجه به موضوع و محتوای برنامه مدیریت گفت‌وگو و برنامه را به عهده می‌گیرد و کلامی را به زبان می‌آورد که به اصطلاح مال خودش است و کسی برای او ننوشته است.

۳- زبان بدن^۱

نکته مهمی که گاهی مجریان نباید فراموش کنند، توجه به ارتباطات غیر کلامی در کنار ارتباطات کلامی است. به طوری که بسیاری از مجریان سیما به صورت محدودی از زبان بدن در اجرای برنامه بهره می‌گیرند. حرکات دست و سر، طرز نگاه کردن، طرز نشستن، راه رفتن و ... در رفتار مجریان سیمای جمهوری اسلامی ایران کمتر قابل رؤیت است. این موضوع در بلندمدت یکنواختی برنامه را به همراه دارد و در بسیاری از موارد نیز به تاثیرگذاری کمتر برنامه منتهی می‌شود.

در بسیاری از اجراهای مطرح در جهان، زبان بدن یکی از عوامل مهم موفقیت مجری محسوب می‌شود. به این معنا که مجری موفق علاوه بر بیان خوب و شیوا باید بتواند به خوبی از زبان بدن خود نیز استفاده کند. او باید بداند که چه موقع و هنگام ادای کدام جمله باید بیشتر از دست خود استفاده کند یا چه



تصویر ۱۱

وقتی لازم است به بینندگان بخندد و چه موقع جدی باشد و یا اینکه چه موقع راه برود و چه هنگام شیوه نگاه کردنش عوض شود. در یک کلام میزان تسلط مجری بر زبان بدن و هماهنگی آن با بیان از ویژگی‌های مهم موفقیت وی به شمار می‌رود. این رفتار هم متأسفانه در میان مجریان ما دیده نمی‌شود. اغلب اجراها در تلویزیون صامت و ساکن است. بسیار از مجری‌ها اغلب نشسته‌اند و در موارد معدودی هم که ایستاده‌اند، تحرک زیادی ندارد. هنوز بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی سیما محتاج حضور و اجرای تخصصی مجریانی است که با استفاده از تمام ظرفیت‌های ارتباطی، خلاقیت بیشتری در کار خود نشان بدهند.

۴- لباس مناسب

انتخاب درست لباس به این معنا است که مجری برای مخاطب احترام قائل است. او قبل از حضور در استودیو یا محل ضبط برنامه می‌تواند نظر دیگران را نسبت به نحوه انتخاب لباس و نیز تناسب آن با موضوع برنامه جویا شود. لباس مناسب نشانه‌ای از شخصیت مجری است.

۵- رسا بودن صدا

گاهی آهنگ و لحن کلام اثری به مراتب قوی‌تر از محتوای آن دارد. مجری با تمرین کردن، باید احساس و انرژی را به صدای خود بیفزاید.

۶- دانش ارتباطات

مجری تلویزیونی برای افزودن مهارت‌هایش لازم است با دانش ارتباطات آشنا شود، نظریه‌های ارتباطی را بیاموزد و مخاطب را به خوبی بشناسد تا در حین اجرا، به درک و شعور بیننده توهین نکند. اگر مجری یا گوینده، علم ارتباطات را نشناسد بی‌شک در جلوی دوربین، فردی مزاحم خواهد بود! قدرت جذب سریع مخاطب و شاد نگاه داشتن روحیه تماشاگر در عین جدی بودن، از ویژگی‌های یک مجری مسلط و با تجربه است.

۷- مطالعه



تصویر ۱۲

برای تقویت گفتار و تأمین پشتوانه سخن، لازم است مجری با برنامه‌ریزی منظم، ساعتی از شبانه‌روز را به مطالعه کاربردی اختصاص دهد و مطالب گزیده را ثبت نماید تا مجبور به تقلید از دیگران یا عاریت گرفتن از آنها نشود. از آنجاکه مجری و اداره کننده برنامه در برخی از اوقات ناچار به بداهه‌گویی در هنگام ضبط زنده تلویزیونی است بنابراین با مطالعه مستمر همواره اطلاعات عمومی خود را به روز کرده و آنها را افزایش دهد.

اگرچه بسیاری از ویژگی‌های بنیادی و اساسی مجری‌گری و اصول آن، بین گوینده رادیو و مجری تلویزیون مشترک است اما برخی از خصوصیات در این حرفه وجود دارد که فقط در انحصار مجریان تلویزیونی است.

یک برنامه تلویزیونی را بر اساس علاقه خود انتخاب کنید، (ورزشی، گفتوگو، مناظره و ...)

فعالیت
کارگاهی



مجری برنامه‌های سازمانی، مجلس گردانی^۱

همانطور که درباره تعریف مجری، اهمیت نقش او در برنامه‌های تلویزیونی و ویژگی‌های یک مجری حرفه‌ای سخن گفته شد، مجریان سرشناس تلویزیونی اگرچه نقش اول را در برنامه‌های گفت‌وگو محور و

1. MASTER OF CEREMONY (MC)

نظایر آن ایفا می‌کنند اما گستره فعالیت‌های این مجریان شناسنامه‌دار، فقط محدود به حضور آن‌ها در برابر دوربین‌های استودیویی نیست.

مجریانی که سال‌های طولانی با شبکه‌های مختلف «رسانه ملی» همکاری داشته‌اند و موفق به کسب تجربه‌های فراوان در زمینه اجرای برنامه‌های تلویزیونی شده‌اند، بعضاً از چنان شهرتی برخوردار می‌شوند که دامنه فعالیت‌های حرفه‌ایشان به خارج از سیمای جمهوری اسلامی ایران هم گسترش می‌یابد. از آنجا که چنین مجریانی غالباً در جامعه ما شناخته شده هستند و در میان مردم طرفداران فراوانی هم دارند لذا سازمان‌ها و نهادهای مختلف دولتی و خصوصی نیز ترجیح می‌دهند از وجود این مجریان سرشناس برای اداره و اجرای مراسم و مناسبت‌های مختلف استفاده کنند.



تصویر ۱۴



تصویر ۱۳



تصویر ۱۶



تصویر ۱۵

مدیران سازمان‌ها و نهادها با دعوت از مجری‌های مشهور تلویزیونی از یک‌سو جذابیت‌های میان‌برنامه‌ای را افزایش داده و از سوی دیگر اجرا و مدیریت مراسم را با خاطری آسوده به یک یا چند مجری حرفه‌ای و کار بلد می‌سپارند. چنین مجریانی را اصطلاحاً «مجری صحنه، مجری برنامه‌های سازمانی»

و یا مجلس گردان (MC) مینامند. وظیفه مجری صحنه، هدایت مراسم و تنظیم برنامه‌ها و گاهی نیز گفت‌وگو با میهمانان برنامه است.

مجری صحنه با پشتوانه‌های تجربی خود و البته به مدد چهره تلویزیونی شناخته شده‌اش مسئولیت اداره یک مراسم را در مکانی خارج از سازمان صدا و سیما به عهده می‌گیرد. طیف اینگونه مراسم بسیار متنوع است. به عنوان مثال می‌توان به نمونه‌هایی از چنین مراسمی اشاره کرد:

مراسم تقدیر از مدیران و کارکنان یک مجموعه دولتی، مراسم اهداء نشان، مراسم برگزاری جشنواره‌های مختلف (جشنواره فیلم فجر، جشنواره خوارزمی، جشنواره موسیقی، تئاتر، معلم، دانش‌آموز و ...)، مراسم سالروزها و یادبودها (دهه مبارک فجر، هفته دفاع مقدس، هفته زن و روز بزرگداشت مقام مادر و ...)، مراسم افتتاح مسابقات بین‌المللی (مسابقات بین‌المللی قرآن کریم، مسابقات بین‌المللی رباتیک، مسابقات بین‌المللی ورزشی و ...)

تنوع مراسم‌های یاد شده ایجاب می‌کند که انتخاب مجری نیز با توجه به نوع و محتوای آن صورت پذیرد. همانطور که مجری تلویزیون بر اساس پیشینه، تخصص، علاقه‌مندی و اطلاعاتش باید انجام وظیفه کند در برنامه‌ها و مراسم خارج از حوزه سیما هم ترجیحاً بر همین قاعده باید عمل کند.



تصویر ۱۷

فراتر از یک مجری

با توجه به مطالبی که به طور مشروح دربارهٔ حرفهٔ مجری‌گری تلویزیونی ذکر و به خصوصیات یک مجری خوب اشاره شد و نیز تمرین‌ها و راهکارهایی که برای افزایش مهارت‌های مجری ارائه شد، بنابراین داشتن سابقه مفید و طولانی و درخشان در اجرای برنامه‌های مختلف تلویزیونی، پیش‌نیاز ورود به عرصهٔ مجلس‌گردانی است اما دانستن این نکته ضروری است که «مجری‌گری برنامه‌های سازمانی / مجری صحنه» در حقیقت ورود به عرصه‌ای متفاوت‌تر از رسانه ملی است. اجرای سازمانی و موفقیت در آن، بستگی به داشتن تجربه و کسب مهارت‌ها و توانمندی‌هایی است که مجری به کمک آن‌ها می‌تواند بر روی صحنه اجرا در سازمان‌ها و همایش‌ها و مراسم‌ها خوش بدرخشد و بر شهرتش افزوده شود.

چگونه می‌توانیم یک مجلس‌گردان موفق باشیم؟

مجریان حرفه‌ای و سرشناس و آنان که صمیمانه در پی تعالی بخشیدن به این شغل هستند تجربیاتشان را در اختیار جوانان و نوآموزانی می‌گذارند که علاقه‌مند هستند در آینده مجری‌گری صحنه را به عنوان یک حرفه انتخاب کنند. در این بخش به مهم‌ترین توصیه‌ها و راهنمایی‌های آنان می‌پردازیم: مجریان صحنه یا برنامه‌های سازمانی غالباً عهده‌دار اجرای مراسمی هستند که به مناسبت‌های مختلف از سوی مؤسسات دولتی یا نهادهای وابسته به آن‌ها برگزار می‌شود. چنین مجالسی معمولاً در سالن‌های همایش، آمفی‌تئاترها، تالارها و نظایر آن برپا می‌گردد. علاوه بر مدیران و کارکنان آن نهاد برگزارکننده، مردم عادی و خانواده‌های وابسته به کارکنان نیز در این مراسم شرکت دارند. بنابراین فضای عمومی چنین مجالسی ایجاب می‌کند که برنامه‌های تدارک دیده شده دارای تنوع و جذابیت بیشتری باشد تا موجب کسالت مهمانان نگردد.

اجرا و اداره کردن چنین مراسمی طبیعتاً نوع خاصی از مجری‌گری را می‌طلبد که علاوه بر تأمین اهداف آن مؤسسه یا وزارتخانه باید حداقل به مدت دو ساعت شرکت‌کنندگان و میهمانان را همچنان مشتاقانه و بانشاط با خود همراه کند. برخی از تکنیک‌ها برای اجراهای صحنه‌ای و سازمانی عبارتند از:



■ اعتماد به نفس و خودباوری، اهمیت و افتخار کردن به شغل مجری‌گری

تصویر ۱۸



تصویر ۱۹

■ در هنگام اجرا، به زمان حال بیندیشد و برای غالب شدن بر اضطراب نفس عمیق بکشد.

■ اجتماعی باشد و از گوشه‌گیری پرهیز کند.



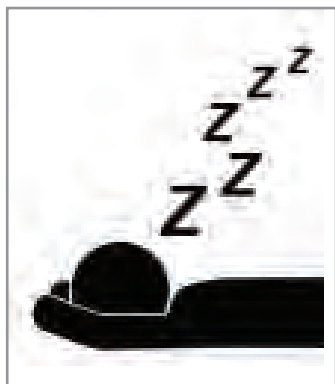
تصویر ۲۰

■ فعالیت بدنی داشته باشد. ورزش باعث بالا رفتن کارایی دستگاه تنفسی و گردش خون و شادابی می‌شود. ورزش‌های سبک مثل پیاده‌روی، نرمش و حرکات مربوط به تقویت صدا و دستگاه صوتی باعث کاهش استرس می‌گردد.



تصویر ۲۱

■ در هر فرصتی در طول برنامه نوشیدن جرعه‌ای آب کمک می‌کند تا در هنگام صحبت کردن مجبور نباشد با زبان، لب‌های خود را مرطوب نماید و از دهان و حنجره خشک رنج ببرد. البته با گذشت زمان و افزایش مهارت در طول اجرا سعی شود از دفعات نوشیدن آب در روی صحنه کاسته شود.



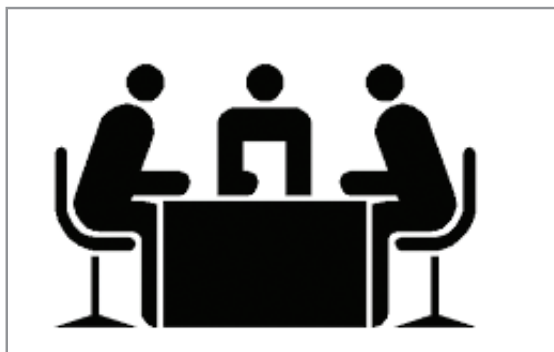
تصویر ۲۲

■ استراحت و خواب کافی داشته باشد.



تصویر ۲۳

■ پیش از حضور در محل اجرا حتماً فرصتی را برای بازدید از سالن همایش و محل برگزاری مراسم اختصاص دهد و با مسؤل مربوطه گفت‌وگو کند. مکان اجرا و امکانات فنی نظیر سیستم صدا و نور و ... را از نزدیک ببیند.



تصویر ۲۴

■ در مورد موضوع مراسم یا همایش حتماً مطالعه کرده و بر اطلاعات خود بیفزاید.



تصویر ۲۵

■ فی‌البداهه سخن گفتن را تمرین کند. از نظر ذهنی آماده باشد تا در همه شرایط بتواند فی‌البداهه حرف بزند. اگرچه موضوع مراسم و مناسبت آن معلوم است اما مجری حرفه‌ای و توانا کسی است که در موقعیت‌های خاص و پیش‌بینی نشده، سخنانی را به زبان بیاورد که مرتبط با موضوع مراسم باشد.

- از تجربیات قبلی خود در هنگام اجراهای تلویزیونی کمک بگیرد و سعی کند در همان شروع برنامه در روی صحنه فوراً توجه مخاطبین و شرکت‌کنندگان در مراسم را جلب کند.
- با تحرک و قدرت صحبت کند.
- با ظاهری کاملاً آراسته در صحنه اجرا حاضر شود. به آرایش ظاهری خود و نوع عطری که استفاده می‌کند توجه داشته باشد.



تصویر ۲۶

■ «زبان بدن» را کاملاً بیاموزد و تلاش کند که تکنیک‌های زبان بدن را به هنگام اجرای صحنه‌ای رعایت کند. این تکنیک‌ها کمک خواهند کرد که کنترل اعضاء بدن به ویژه دست و پا و سر و چشم کاملاً در اختیار مجری باشد و برای اثرگذاری بیشتر اجرا از آنها استفاده نماید.

- در پایان مراسم از همه تشکر و قدردانی نماید و بعضی از نکات و اهداف همایش را به طور برجسته یادآوری کند.
- کار اجرا را با پایانی شورانگیز تمام کند و تا انتها ادامه دهد و توجه داشته باشد که تمام دور بین‌ها برای تهیه قسمت پایانی همایش روی مجری متمرکز شده‌اند.
- فیلم مجری‌گری‌اش را بارها و به تکرار بازبینی نماید و نکات مثبت و منفی اجرایش را یادداشت کند و به تجربه‌های جدید بپردازد.

افزایش مهارت و توانمندی در حرفه «مجری‌گری صحنه یا مجلس‌گردانی» نیاز به مطالعه، کسب تجربه و آموختن از پیشکسوتان این رشته دارد. تمرین عملی این تکنیک‌ها سبب می‌شود تا بر مهارت‌هایشان افزوده گردد و موفقیت‌های روزافزونی را برای آنان به ارمغان بیاورد.

- برای یک مناسبت، در هنرستان برنامه‌ای را به صورت زنده اجرا کنید.
- برای یک مدرسه ابتدایی یا متوسطه اول به مناسبت دهه فجر و یا هفته معلم و یا روز دانش‌آموز و ... سفارش مجلس‌گردانی را هماهنگ کرده و برنامه زنده را اجرا کنید. پس از اجرا بازخوردهای آن را از معلمین مرکز آموزشی و هنرجویان دریافت کنید و به وسیله چک لیست نقاط قوت و ضعف خود را ارزیابی کنید.

فعالیت
کارگاهی



ارزشیابی شایستگی اجرای برنامه تلویزیونی

شرح کار:

مطالعه و پژوهش متن بر اساس محتوا و موضوع برنامه، اجرای برنامه زنده یا ضبط در استودیو و انتقال پیام برنامه

استاندارد عملکرد:

اجرای یک برنامه زنده با تسلط کامل به صورت پخش زنده، ضبط در استودیو یا اجرا در صحنه

شاخص ها:

- خوانش و تقسیم متن بر مبنای موضوع
- مدیریت صحیح اجرای برنامه بر اساس تم و محتوا و رسانه
- اجرای برنامه زنده یا پشتوانه گفتار و صدای رسا، ارتباط موثر با مخاطبین و انتقال پیام

شرایط انجام کار و ابزار و تجهیزات:

زمان: ۳۰ دقیقه

مکان: صحنه اجرا یا ضبط در استودیو

ابزار و تجهیزات: دکور مناسب صحنه، میکروفن ها، تجهیزات صدا و تصویر

معیار شایستگی:

ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	تحقیق درباره نوع برنامه‌ای که اجرا می‌کند	۱	
۲	همه‌نگی با سایر عوامل برنامه	۱	
۳	اجرای یک برنامه تلویزیونی	۱	
شایستگی‌های غیر فنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرش: ارتباط موثر، کار تیمی، سواد اطلاعاتی، ویژگی شخصیتی و اخلاقی، کاربرد فناوری			
میانگین نمرات			*

* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می باشد.