

به چیستی ها خوش آمدید.

<http://chistiha.com>

لینک گروه:

<https://t.me/joinchat/Aesof0Ja90QD1mvfXRUa1w>

آدرس سایت:

www.chistiha.com

لینک کانال:

[@TirdadPhilosophyChannel](https://www.instagram.com/TirdadPhilosophyChannel)

نشانی وبلاگ:

[/http://chistiha.blogfa.com](http://chistiha.blogfa.com)

مؤسسه ی آموزش عالی کمال الملک

جزوه ی نمایشنامه نویسی برای تلویزیون

گروه ادبیات نمایشی

تألیف: معصومه بودری

زمان بندی درس تمثيل شناسي			
ردیف	جلسه	تاریخ	شرح درس
1	جلسه اول		شرح وظایف دانشجویان و انواع برنامه های تلویزیونی در ایران
2	جلسه دوم		آشنایی با تلویزیون: پیش تولید، و تولید
3	جلسه سوم		مخاطب شناسی در رسانه ی تلویزیون
4	جلسه چهارم		انواع نمایش برای تلویزیون
5	جلسه پنجم		انواع نمایش برای تلویزیون
6	جلسه ششم		انواع نمایش برای تلویزیون
7	جلسه هفتم		نظام های تئاتری جهان و رسانه تلویزیون
8	جلسه هشتم		نوشتن برای مجموعه ها (سریال ها و جنگ ها)
9	جلسه نهم		تمرین عملی: پانتومیم و زبان بدن در قاب تلویزیون
10	جلسه دهم		تمرین عملی: کارکرد موسیقی در تله تئاتر / توجه به نور / و میکروفن
11	جلسه یازدهم		تمرین عملی: صحنه و میزانشن؛ درام تلفیقی رئال و انیمیشن
12	جلسه دوازدهم		سفارش های مناسبی / تمرین: نوشتن متن برای اعیاد مذهبی
13	جلسه سیزدهم		رفع اشکالات پروژه های دانشجویان
14	جلسه چهاردهم		رفع اشکالات پروژه های دانشجویان
15	جلسه پانزدهم		رفع اشکالات پروژه های دانشجویان
16	جلسه شانزدهم		نظرخواهی

پروژه عملی
نگارش یک درام تلویزیونی (یا همکاری تا مرحله ی اقدام برای ساخت یک برنامه تلویزیونی؛ به صورت مشترک)

امتیازها	
پروژه عملی (همراه با حضور فعال در کلاس و انجام تمرینات کلاسی)	10 نمره
آزمون کتبی (از جزوه)	10 نمره

مقدمه

این واحد درسی، به منظور شناخت و آگاهی دانشجوی رشته ی ادبیات نمایشی با رسانه ی تلویزیون و نوشتن برای بخش نمایشی این رسانه است.

درس دو واحدی: یک واحد نظری، یک واحد عملی

هدف: آشنایی با فنون نگارش نمایشنامه برای تلویزیون

شرح درس:

- مختصات رسانه ی تلویزیون: مخاطب تلویزیون، دکوپاژ تلویزیونی، روند تولید در تلویزیون، انواع برنامه های تلویزیونی

- شرح اصول نگارش تئاتر تلویزیونی به همراه تمرین های مربوط

- شرح اصول نگارش مجموعه و سریال تلویزیونی به همراه تمرین های مربوط

- شرح اصول نگارش برای برنامه های ترکیبی به همراه تمرین های مربوط

* دانشجو موظف است در طول این واحد درسی یک نمایشنامه تلویزیونی را زیر نظر استاد نوشته و تکمیل کند.

منابع:

1- ژان کازنو - قدرت تلویزیون، علی اسدی، امیر کبیر، تهران، 1364

2- تولاک، جان - درام تلویزیونی، ترجمه امیر پوریا و شبنم میرزین العابدین، اداره کل پژوهش های سینما، تهران 1383

فصل اول

آشنایی با رسانه ی تلویزیون

آنچه در پی می آید، مطالبی است پیرامون روند ساخت برنامه های تلویزیونی که دانشجوی ادبیات نمایشی به طور کلی باید با آن آشنا باشد. این مطالب عیناً از فروم ویدئو افکت نقل می شود:

اهمیت تلویزیون

تلویزیون به عنوان یک رسانه ی فراگیر و تأثیرگذار، نقش مهمی در هدایت و جهت دهی به افکار مردم دارد. به همین دلیل تمام حکومت ها توجه ویژه ای به آن داشته و نظرات، ایده ها و تصمیم های خود را در قالب برنامه های مختلف تلویزیونی به مردم جامعه القاء می کنند.

این رسانه پس از ورود به میان مردم، چنان مورد توجه قرار گرفت که شاید بتوان گفت تا پیش از آن هیچ اختراع و ابداعی به این جایگاه دست پیدا نکرده بود. امروزه مردم روز خود را با تلویزیون آغاز کرده و در اکثر ساعات شبانه روز به صفحه ی این جام جهان نما چشم می دوزند.

در قرن حاضر، تلویزیون نه به عنوان یک وسیله تزیینی و لوکس، که به عنوان یکی از لوازم ضروری زندگی شناخته می شود و اختراعات و نوآوری های مختلف، نمی توانند آن را از رونق بی اندازند.

حال دیگر، تلویزیون نه به عنوان یک وسیله تزیینی و لوکس، که به عنوان یکی از لوازم ضروری زندگی شناخته می شود و اختراعات و نوآوری های مختلف، نمی توانند آن را از رونق بیاندازند.

با توجه به ویژگی ها و خصوصیات مذکور، می توان به اهمیت تولید و ساخت برنامه های تلویزیونی پی برد و فهمید که حکومت های این دوران، چرا و به چه علت بودجه های فراوانی برای ارایه ی برنامه ی مختلف تلویزیونی صرف می کنند و همچنین علت تأسیس پی در پی شبکه های گوناگون تلویزیونی چیست.

کتاب "فن برنامه سازی تلویزیونی" نوشته "جرالد میلرسون" در صدد این است تا با آموزش فنون ساخت برنامه های تلویزیونی راه های استفاده ی بهتر از این رسانه را ارایه دهد.

به اعتقاد مترجم (مهدی رحیمیان)، تلویزیون به لحاظ نظری رسانه ای ارتباطی است که نقشی ارزنده در پیشبرد اهداف يك جامعه دارد و در این باره مباحث مفصل و گسترده است ولی کم و بیش از دیدگاه های جامعه شناسی و ارتباطی مورد بررسی قرار گرفته است. آنچه کمتر شکافته شده، اصول شیوه های عملی ساخت برنامه هایی است که در مجموع اساس و پایه قدرت و توانایی این رسانه را تشکیل می دهند.

در این اثر به مباحثی ارزنده پرداخته شده است. از جمله: مجتمع تلویزیونی، تلویزیون چگونه عمل می کند، دوربین تلویزیونی، دوربین خلاق، ترکیب بندی تصویر، صحنه در تلویزیون، ترکیب بندی تصویر، نور در تلویزیون، تدوین، صدا در تلویزیون، گریم، فیلم، نوار ویدئو، گرافیک در تلویزیون، سازماندهی تولید، خلاقیت در تولید برنامه و جلوه های بصری.

جرالد میلرسون مولف کتاب، از افرادی است که سابقه طولانی در کار تهیه و ساخت برنامه های تلویزیونی دارد از این رو به چاپ این اثر همت گماشته است.

سه واحد اصلی در تولیدات تلویزیونی

هر برنامه تلویزیونی از سه واحد تشکیل می شود که این سه واحد خود به دسته های گوناگون تقسیم می شوند. این واحد ها عبارتند از **مراحل تولید، عوامل تولید و صدا**. در اینجا ما با مراحل تولید آشنا می شویم:

ایده ی اولیه:

بررسی این که چگونه می توان موضوعی را به صورت دلخواه گسترش و نشان داد و مواد و مطالب برنامه را در کجا می توان یافت. در این مرحله همچنین اطلاعاتی درمورد شیوه استفاده از مطالب (از نگاه حقوق اجرایی، تالیف و ...) جمع آوری می شود و هزینه های برنامه ارزیابی می گردد. علاوه بر این عوامل مورد نیاز هم در نظر گرفته می شوند. دو الگوی معروف برای تولید وجود دارد که عبارتند از: **Cause to Effect** (محتوا محور) و **Effect to Cause** (مخاطب محور). نقطه آغاز هر دو الگو، ایده اولیه است، اما مسیری که تا گام آخر، یعنی رساندن پیام برنامه به مخاطب پیموده می شود متفاوت است.

الگوی محتوا محور

در این الگو متخصص محتوا، ایده اولیه برنامه را خلق می کند و آن را به گروه تولید می سپارد که به روال خود، از آن یک برنامه تلویزیونی تهیه کنند. پس از پایان کار تهیه برنامه، آن را برای بینندگان هدف، پخش می کنند. واکنش بینندگان به تماشای برنامه را اصطلاحاً «تأثیر ارتباط» می نامند.

سپس آرای بینندگان در مورد برنامه به متخصص محتوا - و نه به عوامل تولید - بازخورد می شود.

مشکل این الگو این است که هر چند متخصص محتوا و گروه تولید، هر دو هدف نهایی مشترکی دارند، هر یک مستقل کار می کند و منافع هر کدام متفاوت از دیگری است.

مشکل زیربنایی این الگو این است که رسانه تلویزیون اغلب صرفاً یک وسیله انتشار تصویر و صدا تلقی می شود و نه یکی از اجزای تولید برنامه، که قادر است در محتوای برنامه و دریافت آن توسط مخاطبین موثر واقع شود.

الگوی مخاطب محور

این الگو به مانند الگوی قبل، با ایده اولیه آغاز می شود، اما به جای آنکه مسیر الگو از ایده مستقیماً به تولید برنامه برسد، با «اثرمطلوب» با پیام توصیف شده برنامه بر روی مخاطبین آغاز می شود. در واقع مسیر الگو مستقیماً به تولید منجر نمی شود، بلکه نخست به مخاطبین و پیام برنامه و سپس تولید می پردازد. از آنجا که «اثرمطلوب» به واقع نظر مخاطبین برنامه است، آن را «پیام برنامه» نیز می گویند. بدیهی است که در این الگو، پیام برنامه، روند تولید را هدایت می کند و نه ایده اولیه. این بدان معناست که تهیه کننده لازم است دقیق بداند برنامه چه هدفی را دنبال می کند؟ مخاطبین برنامه چه پیامی را باید دریافت کنند؟ و مخاطبین پس از دریافت پیام چه احساسی خواهند یافت و به چه کاری اقدام خواهند کرد؟ تهیه کننده باید پیش از تصمیم گیری در مورد ملزومات برنامه (محتوا و متن، نیروی انسانی و تجهیزات) پاسخ این سوالات را به وضوح بداند. هر چند نظر مخاطبین به هدف اولیه برنامه نزدیکتر باشد، برنامه موفق تلقی می شود.

برتری این الگو آن است که تعریف دقیق برنامه منجر می شود تا متخصص محتوا و گروه تولید در قالب یک گروه واحد کار کنند، به این ترتیب انتخاب افراد و تجهیزات برای کار تولید هموار می شود. تلفیق متخصص محتوا و گروه تولید اختلاف نسبی بین این دو را کاهش می دهد و یا به کل از بین می برد و از اتلاف وقت و دردهای متعاقب این گونه اختلافات می کاهد.

بسیاری از جُنگ های رادیویی و تلویزیونی که مخاطب آنها در ارتباط تلفنی مستقیم یا غیر مستقیم قرار می گیرد، در این دسته جای دارند.

بخش پژوهش:

در نگاه کلی هدف این بخش گردآوری و جمع کردن اطلاعات مربوط به ساخت برنامه می باشد. همانند محتوای برنامه، پیروی از اصول برنامه سازی و معرفی مراجع معتبر پژوهش در تولید برنامه های تلویزیونی یکی از مهم ترین ارکان هر برنامه تلویزیونی است و زمانی تلویزیون می تواند با برنامه های خود به کارکردهای اساسی خود جامه عمل بپوشاند که تحقیق و پژوهش را در مراحل مختلف تولید حاکم کند.

پژوهشگر برنامه های تلویزیونی با توجه به ویژگی ها و توانایی های خود می تواند در مراحل مختلف تولید برنامه ها در هر نوع قالب موثر باشد. از این رو این پژوهش به نقش پژوهشگر در انواع برنامه های تلویزیونی از سه بعد دانش، مهارت، و شخصیت می پردازد. نتایج به دست آمده نشان می دهد 10 درصد محققان برنامه های تلویزیونی دارای آگاهی از شغل و وظایف پژوهشگر برنامه تلویزیونی در حد "زیاد" بوده اند و $72/5$ درصد محققان تلویزیونی درباره این شغل آگاهی در حد "متوسط" داشته اند؛ ضمن اینکه $17/5$ درصد محققان تلویزیونی درباره این شغل آگاهی در حد "کم" داشته اند. به عبارتی 90 درصد از محققان تلویزیونی دارای آگاهی در حد کم و متوسط بوده اند که این درصد، فرضیه ما را که محققان تلویزیونی درباره شغل پژوهشگر تلویزیونی آگاهی ندارند تأیید می کند. همچنین افرادی که در زمینه پژوهشگری برنامه های تلویزیونی فعالیت می کنند از نظر اکثر آنان دارای دانش مناسب در این زمینه نیستند.

تهیه متن برنامه تلویزیونی:

این متن اولیه، عناوین فرعی برنامه، شیوه کلی اجرای برنامه و گفتگوها، گزارشها و تفسیرها را مشخص می کند.

متن برنامه های تلویزیونی وجه اشتراك موضوعی بسیاری با برنامه های رادیویی دارند هر دو رسانه قادرند و حق دارند در مورد زلزله، اخلاق، تاریخ، جهانگردی و موضوع های دیگر برنامه بسازند. اما هر موضوع معین در تلویزیون باید تلویزیونی و در رادیو باید رادیویی باشد این تصور قدیمی که تلویزیونی شدن يك موضوع با افزودن تصویر میسر است امروزه در بسیاری موارد درست نیست. مثلاً يك بحث تحلیلی با حضور مجری و کارشناسان ذاتاً مناسب برنامه ای رادیویی است چرا که برپایه گفتگو - یعنی استفاده از نمادهای زبانی - شکل گرفته است.

حال اگر این بحث در استودیوی تلویزیون ضبط شود، اگرچه از نمادهای تصویری (حرکات و حالات و ظاهر مجری و کارشناسان - دکور و اشیا و رنگ ها) در آن استفاده می شود، باز هم برنامه ای رادیویی است به اضافه تصاویر؛ چرا که نمادهای تصویری اش ذاتی و درونی موضوع نیستند، بلکه الحاقی اند. یعنی قالب همان قالبی است که در رادیو هست. این نمادهای تصویری الحاقی حسی، تمرکز بیننده را در مورد موضوع مخدوش می کنند. افزودن گفتگوی تلفنی به این برنامه هم عملکردی رادیویی است و تصویر گرافیکی تلفن و عکس گوینده تلفنی در گوشه کادر تصویر هم برنامه را تلویزیونی نمی کنند.

تصاویر آرشیوی هم قادر به این کار نیستند و با همه این تدابیر «بیننده» می تواند با چشم بسته یعنی مانند «شنونده» برنامه را پیگیری کند و چیزی را هم از دست ندهد پس عوامل فنی و جلوه های نور و دکور متقبل زحمتی اضافه شده اند. اما اگر در شرایط ویژه مثلاً حمله دشمن به کشور وقوع يك فاجعه و امثالهم مقامی مهم در تلویزیون ظاهر شود و در مورد آن شرایط سخن بگوید با آنکه نمادهای تصویری بسیار محدودند هر حرکت و حالت چهره مکث، تأکید و لحن و آهنگ گفتارش حاوی مفهومی گسترده برای بیننده است، و این يك برنامه تلویزیونی کامل و غنی خواهد بود که تأثیرش با تأثیر برنامه ای همسان در رادیو قیاس پذیر نیست و برای مثال اگر این سخنان همزمان از هر دو رسانه پخش شود قطعاً مخاطبان از نوع تلویزیونی اش استقبال گسترده تری خواهند کرد.

بررسی و ارزیابی:

متن اولیه جهت تنظیم ارتباطات و مرتب کردن موضوعها، صحنه ها و ردیف اجرای برنامه مورد ارزیابی قرار می گیرد. همچنین مدت زمان احتمالی برنامه، دکور یا محل تصویربرداری لازم، مواد و مطالب کمکی لازم که از منابع تصویری دیگر باید تامین شود در این مرحله بررسی می شود. در ارزیابی کیفیت برنامه های تلویزیونی دو رویکرد کاملاً متفاوت مورد استفاده قرار گرفته است. نخست، ارزیابی جزء به جزء که در آن تکتک برنامه ها بر اساس کیفیت

ادراک شده درجه‌بندی می‌شوند. در بررسی 72 برنامه با این شیوه مشخص شد که مقوله ادراک کیفیت برنامه‌ها با تقدیر و تشویق از آن برنامه‌ها تفاوت دارد. اغلب، برنامه‌هایی را که مورد تقدیر قرار می‌گیرند دارای کیفیت بالا می‌دانند در حالی که ممکن است به لحاظ کیفی در درجه پایینی قرار داشته باشند و به همین ترتیب برنامه‌هایی را که کمتر مورد تقدیر واقع می‌شوند، به لحاظ کیفی ضعیف به شمار می‌آورند.

ظاهراً برنامه‌هایی که به نظر می‌رسد از کیفیت پائین‌تری برخوردارند، در بعضی ژانرها یا انواع نسبت به بقیه بیشتر یافت می‌شوند. به بیان دیگر، چنین گمان می‌رود که برنامه‌های واقعیت بنیاد (Factual) دارای کیفیت بیشتر و برنامه‌های سرگرم‌کننده و سریال‌های نمایشی دارای کیفیت کمتری هستند.

تماشاگران نیز الگوهای مختلف تقدیر را نشان می‌دهند. برنامه‌هایی که تماشاگران مسن تحسین می‌کنند بر آنچه کل جمعیت به عنوان برنامه‌های با کیفیت انتخاب می‌کنند تأثیر می‌گذارد و برنامه‌هایی که تماشاگران گروه AB مورد انتقاد قرار می‌دهند بر دادن نمره کیفی ضعیف به برنامه‌ها مؤثر واقع می‌شوند.

طراحی و برنامه‌ریزی اولیه:

کارگردان در دیدار و تبادل نظر با عوامل اصلی تیم تولید قالب پیشنهادی برنامه را ارزیابی می‌کند.

برای برنامه‌های ساده، با تجربه کافی و کمی شانس، می‌توانید همه چیز را به دلخواهتان سامان دهید و با کمی تلاش، هر روز یک برنامه بسازید. در حالی که دکور به اصطلاح برپا و نورپردازی می‌شود، می‌توانید با گروه دوربین، نور، صدا و ... در صحنه گشتی بزنید، موضوع برنامه، حرکاتی که انجام می‌گیرد و نماهای احتمالی که انتخاب خواهند شد، برای گروه توضیح دهید و تمرین کنید.

اما روی این روش تکیه نکنید. حتی در بهترین شرایط این وضع موقتی است. مثلاً اگر ناگهان تصمیم بگیرید که در برنامه‌تان به جای چهار صندلی و یک میز گرد شیشه‌ای کوتاه، از دو نیمکت و یک میز بلند استفاده کنید، این ممکن نیست مگر با جستجو در انبار وسایل صحنه، که به هر حال در آن فرصت کوتاه کار بسیار پرزحمتی است.

وقتی برنامه‌ای تولیدی، قالب عادی و جاری خود را دنبال می‌کند؛ مثل برنامه‌های گفتگوی روزانه که در آن تمام شخصیتها با تمام حرکات و نماهایی که گرفته می‌شود، شناخته شده‌اند، برنامه ریزی مداوم و پیگیر ضرورتی ندارد. کافی است تغییرات و تفاوت‌های احتمالی در برنامه روزانه را به اطلاع تمامی گروه برسانید.

برنامه‌ریزی ممکن است ابتدا دست و پاگیر و شاق به نظر برسد؛ اما مزایایی هم دارد. در واقع، بدون داشتن اندیشه و راهی روشن و معین در مورد چگونگی ارائه سوژه خود، و بدون داشتن برنامه‌ریزی ابتدایی، فقط یک استودیوی خالی با یک گروه فنی سرگردان خواهید داشت که نمی‌دانند چه کار باید بکنند. اگر بر اتفاقات لحظه‌ای و برحسب تصادف متکی باشید، حاصل کار معمولاً غیرقابل پیش‌بینی و ناامید کننده خواهد بود و نتیجه نهایی چیزی جز تأسف و تلف شدن وقت و هزینه و تلاش گروه تولید به همراه نخواهد داشت.

اصول برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی دقیق و حساب شده به کارگردان در چگونگی برخورد با تصویر و صدای برنامه و بازیگران و به کارگیری امکانات کمک می‌کند.

اساس اولیه برنامه‌ریزیها به طور معمول به موارد زیر وابسته است:

- متن کامل یا فهرست‌وار برنامه که تمامی جزئیات برنامه را عوض می‌کند

- ترتیب اجرایی که ردیف موضوعها، صحنه‌ها و حرکات و بازی را تعیین می‌کند

- طرحی از ابعاد و اندازه‌های استودیو با نمایش تصویری دکور پیشنهادی برنامه روی کاغذ

- فیلمنامه تصویری که اندیشه‌های اجرایی نماها را تجسم می‌بخشد

کارگردان با کارشناسان فنی مسئول جنبه‌های مختلف تولید، ملاقات و افکار خود را برای آنها تشریح می‌کند و تاریخ ضبط یا تمرین را مشخص می‌نماید. آنان نیز به نوبه خود، نظریات و تجربه‌هایشان را در اختیار کارگردان می‌گذارند؛ ایده‌های کارگردان را بررسی کرده و بسط می‌دهند؛ مشکلات احتمالی را پیش‌بینی می‌کنند و تلاشهای گروهی برای سازمان دادن تولید آغاز می‌گردد.

جریان و فرایند برنامه‌ریزی (شرح تصویر)

مشکل این است که از کجا آغاز کنیم؟ مدار حل مشکل تصویر کمک می‌کند که پیوسته به روشهای طراحی و دستیابی به اهداف بیندیشیم. هرگاه با مشکلی روبه‌رو شدیم، باید هرگونه رامحل بالقوه‌ای را با امکانات و منابع موجود بسنجیم و گزینه حاصل کار ناموفق خواهد بود. توجه داشته باشید که چگونه مدار در جهت و عکس جهت عقربه‌های ساعت کار می‌کند. معمولاً راه حل دقیقی در کار نیست، فقط براساس نیازها، بهترین رامحلها برگزیده می‌شوند.

متن نهایی:

احتمالاً متن بازنگری شده تهیه می‌گردد و در مورد روش و نحوه تولید، اطلاعات نهایی در متن گنجانده می‌شود. فهرست کردن نام شرکت‌کنندگان - و برای برنامه‌های داستانی که نیاز به بازیگر دارد، انتخاب بازیگران - در این مرحله صورت می‌گیرد.

خواندن به شکل خلاصه

موقعی که کار نویسنده یا تیم نویسندگان با متن تمام شد، زمان خواندن به شکل خلاصه و فهرست وار فرا می‌رسد. در فهرست خوانی، هنرپیشه‌های انتخاب شده، همه نویسندگان نمایش و هرکس دیگری در اداره که مشغول به کاری نیست در یک اتاق جمع می‌شوند و روی متن کار می‌کنند. خلاصه خوانی خیلی مهم است. زیرا نویسندگان سرانجام می‌فهمند که کلماتشان موقعی که با صدای بلند بیان می‌شود چه بازتاب و صوتی پیدا می‌کند. نویسندگان و تهیه‌کنندگان از نزدیک به واکنش مخاطبان توجه می‌کنند و درباره آن چه که باید انجام دهند یا نباید انجام دهند یادداشت برداری می‌کنند. بعد از فهرست خوانی، نویسندگان جمع می‌شوند تا درباره همه مشکلات بحث کنند و راه‌هایی را پیدا کنند که متن را بهتر می‌کند. به طور خلاصه نویسندگان و تهیه‌کنندگان روی متن ویرایش و تصحیح نهایی را انجام می‌دهند و اجازه نمایش و ضبط آن را صادر می‌کنند.

جلسات هماهنگی/برنامه‌ریزی‌های فنی تولید:

در این مرحله پس از ادای توضیحات کارگردان پیرامون تمام برنامه، کارشناسان نظرات خود را بیان می‌کنند. تیم تولید، طراحی و ارزیابی عملیات فنی را آغاز می‌کند.

تصاویر متحرک تلویزیون یک زبان جهانی است و برای مبادله جهانی به کار می‌رود. قواعد این زبان، با هر سبک و محتوایی و در هر فرهنگ و جامعه‌ای که آن را به کار می‌برد باید جهانی باشد. در غیر این صورت پیام آن مهجور، منزوی و در نتیجه غیرقابل ارتباط می‌شود.

تولید تصاویر متحرک چون هزینه بسیار دربر دارد باید با دید صنعتی و برای مصرف‌کنندگان انبوه (و در اینجا مخاطبان انبوه، مبادله جهانی و تعداد پخشهای متعدد) در نظر گرفته شود. پس تقسیم کار، تقسیم بودجه، شیوه‌های برنامه‌ریزی و شیوه‌های بهره‌برداری از این وسیله‌بیانی باید از الگویی شناخته شده و صنعتی پیروی کنند. در غیر این صورت غیراقتصادی، غیرقابل رشد، غیرمؤثر و زیان‌آورند.

در تولید صنعتی، سوددهی معیار ارزیابی است؛ اما در برنامه‌ریزی تولید تلویزیون، چون سرمایه بازگشت مستقیم ندارد، معیارهای ارزیابی همانند معیارهای آموزش و پرورش و دانشگاهی هستند.

تولید فیلم و برنامه یک سرمایه گذاری است. برنامه تلویزیونی کالایی فرهنگی است؛ کالایی است برای فروش و مبادله و نه صرفاً مصرفی و دورریختنی. غالب فیلمها و برنامه ها باید سالها و سالها، قابلیت مطالبه و مبادله داشته باشند. برنامه هایی که برای یک بار پخش تولید می شوند، مصرفی اند و بودجه تولید چنین برنامه هایی باید بسیار آگاهانه پیش بینی شود.

چنین برنامه هایی یا باید هزینه بسیار اندکی داشته باشند یا از اهمیت بسیار بالایی برخوردار باشند تا هزینه خود را توجیه کنند. پس معیار هزینه یک برنامه یا برآورد یک برنامه ارزش کیفی و مبادلاتی و نیز قابلیت پخشهای مجدد و متعدد آن است. اجزای نظام تولیدی تلویزیون نیاز به دانش، تجربه، تخصص، علاقه و امنیت دارند. در واقع، خواسته ها باید متناسب با امکانات باشند.

در اینجا است که گروه برنامه ریزی و هماهنگی دست به کار می شوند تا یک برنامه را در بهترین وضعیت برای تولید آماده نمایند.

اقدام برای عقد قراردادها و آغاز رسمی کار:

به دنبال این هماهنگی ها و پس از تأیید مسئولان، کارشناسان آغاز به استخدام افراد لازم می کنند.

در تهیه هر برنامه، واحدی وجود دارد که ساز و کار آن براساس تحقیقاتی است که براساس مخاطب شناسی صورت گرفته است. این واحد اقدام به برنامه ریزی و مدیریت چگونگی عقد قرارداد با سازمان و پخش تولیدات فیلم های تبلیغاتی از شبکه های مختلف می نماید.

آماده سازی متن برای تمرین:

تصویرنامه با تمام جزئیات اجرای برنامه و حرکات دوربین ها آماده می شود، ترفندها و جلوه های مخصوص تصویری لازم تعیین می گردد. در برنامه های نمایشی، راهنمایی های بیش تری در مورد زمان و مکان اجرای صحنه داده می شود (از جمله نور روز، عصر، اتاق نشیمن و ...) برای سامان دادن به روال عمومی تولید، تمرینات اولیه برای آشنایی گروه با برنامه انجام می گردد.

اتاق فرمان در یک برنامه تلویزیونی

تمرینات ابتدایی در سالن تمرین: در این مرحله، به طور معمول تمرین بازیگران، شرکت کنندگان در برنامه، خط گفتار، حرکات صحنه و توافق های اساسی برای برابری حرکات بازیگران با وسایل فنی، در سالن تمرین و قبل از رفتن به استودیو انجام می گیرد.

تهیه تصویرنامه برای تمرین: این نوشته متنی است که به طور کامل آماده شده و با افزودن جزئیات اضافی به متن تمرینی به دست می آید. همچنین تمام جزئیات فنی لازم را دربرمی گیرد.

بررسی ها و ملاحظات فنی: در جلسه تمرین نهایی و پیش از ورود به استودیو، کارشناسان و متخصصان فنی (از جمله تصویربرداران و عوامل نور و صدا و ...) برای آشنا شدن با حرکات مجریان و بازیگران و نحوه اجرای حرکات، کنترل و رفع مشکلات احتمالی، در محل تمرین حاضر می شوند.

آماده سازی استودیو: صحنه پردازی و صحنه آرای، نورپردازی، چیدن وسایل و آماده سازی دوربین ها و لوازم صداپردازی و کنترل دستگاه های ضبط و پخش در این مرحله انجام می شود.

تمرین با دوربین: در این مرحله تمرین عوامل برنامه در حضور دوربین فیلم برداری انجام می گیرد و کارگردان راهنمایی های لازم را انجام می دهد.

ضبط: برنامه ضبط می گردد که این کار ممکن است در بخش های کوتاه یا به طور کامل در یک برداشت انجام شود. در برنامه های زنده تلویزیونی، علاوه بر ضبط برنامه، پخش همزمان آن نیز صورت می گیرد.

تدوین تصاویر کپی شده: کارگردان و تدوین‌گر، تمام نسخه‌های برنامه ضبط شده را برای شناسایی نماهای مختلف مورد نیاز آن نگاه می‌کنند. سپس با گزارش‌های منشی صحنه، کارگردان درمورد انتخاب نماهای مناسب، ردیف کردن نماها و آماده‌سازی انواع جلوه‌های لازم، تصمیم می‌گیرد.

تدوین تصاویر اصلی: بر اساس رمزهای تعیین شده و نسخه تدوین شده اولیه، نماهای مختلف از یک یا چند نوار، به طور مرتب و پشت‌سرهم، با کیفیت بالا روی نوار اصلی برای فرستادن به واحد پخش، ضبط می‌گردد. هنگام تهیه این نسخه، هر نوع اصلاح در تصویر (از نظر رنگ) و صدا (از نظر ایجاد طنین لازم و ضروری) صورت می‌گیرد. همچنین در این مرحله است که عناوین، آثار صوتی ویژه، موسیقی زمینه، تمهیدات و جلوه‌های تصویری و غیره به نوار افزوده می‌شود.

بازبینی پایانی: نوار کامل شده برنامه بازبینی و کنترل می‌شود و اگر بدون اشکال بود، تایید می‌گردد. در این مرحله زمان پخش برنامه به توافق و تصویب می‌سد و نوار روند مراحل پخش را آغاز می‌کند.

انتقال: از نوار تولید شده، یک یا دو نسخه کامل برای بایگانی و پخش تهیه می‌گردد.

ساخت برنامه توسط عوامل تولید: با توجه به موارد بالا در این مرحله بایستی از افراد وارد و متخصصی برای مشارکت در ساخت برنامه دعوت به عمل خواهد آمد و برای هر یک از عوامل آفیش کاری تهیه خواهد شد. عوامل اصلی تولید عبارتند از :

- کارگردان فنی و تولید
- تهیه کننده: سازمان دهنده، تامین کننده مالی و سرپرست برنامه از ابتدا تا انتها
- پژوهشگر: تحقیقات مربوط به موضوع را انجام می‌دهد
- نویسنده: متن برنامه را تهیه می‌کند
- مدیر فیلمبرداری: مسئولیت هماهنگی عوامل و گروه فیلمبرداری و نورپردازی را برعهده دارد
- صدابردار: کیفیت صدا را کنترل می‌کند و به وسیله گروه صدا برداری همراهی می‌شود
- طراح صحنه و لباس: طراح صحنه به طراحی دکور برنامه و یا طراحی صحنه‌ای که قرار است فیلمبرداری شود می‌پردازد. علاوه بر این، در تولید برنامه‌های بزرگ تلویزیونی، لباس‌های مورد نیاز مجریان، بازیگران یا... را یا از انبار اجاره می‌کنند و یا پس از طراحی توسط طراح لباس طبق نیازهای برنامه، آن را می‌دوزند.
- پس بدین ترتیب، با عوامل تولید نیز آشنا شدی. از مسأله ی "صدا" عبور می کنیم و در ادامه ی این فصل، به "سبک های صحنه پردازی اشاره ای خواهیم داشت.

سبک های صحنه پردازی

برای دانشجوی ادبیات نمایشی، آگاهی از سبک های صحنه پردازی ضروری است. زیرا همزمان با نگارش متن درام و خلق شخصیت های نمایشی برای تلویزیون می بایست به نحوه اجرای نقش بازیگران در صحنه نیز بیاندیشد. در اینجا تأکید می کنیم که بهتر است در نگارش متن برای تلویزیون، اقتصاد صحنه نیز در نظر گرفته شود و تا آنجا که ممکن است از تغییرات اضافی صحنه ها پرهیز شود.

مطالب این بخش از دانشنامه ی رشد اتخاذ شده است:

در تولید برنامه های تلویزیونی، توجه به صحنه پردازی، نورپردازی و تصویربرداری ضرورتاً مطابق با اصول هر یک از این در شرایط سازمان یا تهیه کننده می باشد.

ارزش نهادن به روشهای اجرایی کار را آسان خواهد کرد. نویسنده ی متن برنامه نیز بهتر است در نظر داشته باشد که برای چه نوع برنامه ای، بهتر است چه فضایی را در نظر بگیرد. حتی نویسنده باید هنگام نوشتن طرح اولیه برای چنین برنامه هایی، به پرداخت نهایی تصویر (مثلاً کند یا تند کردن تصویر) بیاندیشد.

1- برنامه های آموزشی (از هر نوع): برنامه های آموزشی - از آشپزی گرفته تا تعمیر خودرو - ویژگیهای مشترکی دارند. در این برنامه ها، با دقت، از نماهای نزدیک کنترل شده استفاده می شود. تمرکز، روی نمایش جزئیات کار، ارتباط بین بخشها و قطعات مختلف و مقایسه میان تفاوت های ظاهری سوژه است. آهسته تر کردن یا تندتر کردن حرکات برنامه ممکن است واضحتر شدن جریان کار شود.

2- برنامه های سرگرم کننده - مثل برنامه های ورزشی یا اجرای کنسرت های موسیقی توسط ارکسترهای بزرگ - نیازمند فضاهای وسیع و بزرگ است و مشکلات و گرفتاریهای خاصی دارد. وقتی در این برنامه ها از نماهای باز استفاده می شود، در آن فضای باز و وسیع، جزئیات جالب حرکات هریک از مجریان بازیکنان، بازیگران، نوازندگان و...) مسلماً دیده نخواهد شد. حال اگر با نمای بسته کار شود، این بار رویدادهای مهم کلی از دست می رود. برش دادن تصویر اگر یک لحظه زودتر یا دیرتر از آغاز یک رویداد در صحنه بزرگ صورت پذیرد، همه چیز از بین می رود.

3- برنامه های گفتگو - شامل مصاحبه ها، بحثها و بسیاری از مسابقات - هرچند نماهایی که در این برنامه ها گنجانیده می شوند، نسبتاً ساکن و بی تحرکند، اما واکنشهای بین شرکت کنندگان در برنامه و تصاویری که از عکس العمل آنان گرفته می شود، جذابیت های تصویری خودجوش برنامه را جان می بخشد.

4- برنامه های نمایشی که محدوده ای از سریالهای بسیار عادی و معمولی تا آثار برجسته نمایشی دنیا را شامل می شود و ضرورت بهره گیری از فنون پیچیده علم و دانش تلویزیون، حرکات ظریف و خوب دوربین، تدوین، نورپردازی و صداپردازی هنرمندانه را لازم دارد.

5- برنامه های مرکب مثل اخبار و برنامه های موسوم به مجله ای: نیروی انسانی و تقریباً تمامی مواد و لوازم فنی استودیو را به خدمت می گیرد و با کمک و همراهی مفسران، گزارشگران، کارشناسان و با استفاده از بخشهایی از نوارهای ویدئویی، فیلمها، کارهای گرافیک، اسلایدها و غیره، برنامه ساخته می شود. تولید این نوع برنامه ها، اغلب متکی به آمیختن و درهم پیوستن منابع و موقعیتهای مختلف است. اینجاست که کارگردان باید بیشتر از همیشه سرگرم دادن علامتهای دقیق، زمانبندی حساب شده و حفظ و تداوم منطقی و درست برنامه باشد. در نتیجه قالب اجرای چنین برنامه هایی، آسان و قابل فهم خواهد شد.

6- برنامه های آرشیوی: به طور معمول خلاصه ای از ارزیابی مربوط به یک موضوع را ارائه می دهند؛ و معمولاً با استفاده از مجموعه ای از گزیده نماهای برنامه های گذشته ساخته می شوند (مثل فیلمهای خبری). این برنامه ها با بهره گیری از یک مجری یا مفسر خارج از قاب تصویر تکمیل می گردد.

7- موضوعهای غیرقابل رویت: که در حقیقت میدان تلاش و تجربه برای کارگردان است. در واقع او باید برای بیان آنچه نمی‌تواند به صورت تصویری نشان دهد، تصاویر جایگزین مناسبی پیدا کند که نه بسیار پیش پا افتاده و مبتذل باشد و نه بسیار ناآشنا و غریب؛ نه بسیار چشمگیر و جذاب و نه بسیار گنگ و نامفهوم باشند. در اغلب موارد، کارگردان برای حل مشکل خود، متوسل به نماهای کوتاه موجود در بایگانی می‌شود.

[مطالب فوق از آدرس

<http://daneshnameh.roshd.ir/mavara/mavara-index.php?page=%D8%B3%D8%A8%DA%A9%D9%87%D8%A7%DB%8C+%D8%A8%D8%B1%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87+%D8%AA%D9%84%D9%88%DB%8C%D8%B2%DB%8C%D9%88%D9%86%DB%8C&SSOReturnPage=Check&Rand=0>

اخذ شده است.]

چند نکته درباره ی تصویر در برنامه های زنده و غیره

برنامه زنده:

تولید برنامه زنده پیچیده‌ای که بدور از هرگونه مشکل و گرفتاری باشد، نیازمند سازماندهی منظم، کارگردانی اندیشمند و گروه کاری ورزیده و ماهر است. هر مسأله‌ای که در طول پخش برنامه پیش بیاید یا به نحوی رفع می‌گردد، یا به سادگی پذیرفته شده و پخش می‌شود.

برنامه‌ای که بدون هیچ وقفه‌ای ضبط می‌شود:

ساده‌ترین روش استفاده از دستگاه ضبط ویدئو، تمرین کردن تمامی برنامه با دوربین، قبل از ضبط است. در این حالت، اگر بخشی از برنامه خوب اجرا نشود، به احتمال زیاد ادامه تمرین متوقف می‌گردد؛ یا تمرین تا پایان ادامه می‌یابد و در آخر تمرین، اشکالات گوشزد می‌شود. در پایان، مرحله تمرین عمومی با لباسهای مخصوص بازی و اجرا نیز صورت می‌گیرد. پس از این مراحل، برنامه را مثل حالت اجرای زنده، از ابتدا تا انتها و بدون هیچ‌گونه وقفه‌ای اجرا و ضبط می‌کنند. کارگردان فنی، منابع تصویری را همزمان به یکدیگر برش می‌دهد و چون این نوع برنامه نیاز به تدوین بعدی ندارد، بنابراین می‌تواند از همانجا راهی استودیوی پخش شود.

برداشت‌های مجدد:

در این مورد، برنامه مثل حالت قبل، پس از انجام مراحل تمرین، به طور پیوسته ضبط می‌گردد. هر نوع اشتباهی که صوت بگیرد (مانند اشتباه در گفتگوی بازیگران، برشهای نادرست، اشکالات صدا و...) ضبط متوقف شده و از جایی که اشتباه صورت گرفته تکرار می‌کنند. ضبط قسمت تکرار شده ممکن است روی مرتبه قبلی انجام بگیرد و یا اینکه در جای دیگری ضبط شود و موقع تدوین آنرا سر جای درست قرار دهند.

تمرین و ضبط مرحله به مرحله:

در این روش، نماها یا بخشها ابتدا تمرین و سپس ضبط میشوند. برداشت‌های مجدد هر نما، قبل از رفتن به بخش بعدی، همانجا ضبط می‌شود.

کار با یک دوربین، و یک دستگاه ضبط یا چند دوربین و یک دستگاه ضبط: در کار با چند دوربین و دیگر منابع تصویری در یک برنامه زنده یا برنامه‌ای که بدون هیچ وقفه‌ای ضبط می‌شود، خروجی هریک از دوربینها و تمامی منابع دیگر، از طریق میز استودیو (و با تغییراتی که روی آن انجام می‌شود)، راهی دستگاه ضبط اصلی می‌شوند. اما گاهی فقط خروجی یکی از دوربینها از ابتدا تا انتهای برنامه، به طور مستقیم توسط یک دستگاه ضبط ویدئوی جداگانه،

دریافت می‌شود. این دوربین خاص به طور معمول نماهای پوششی (نمایی که مثلا کل صحنه یا بین نماهای معنی‌دار دیگر نشان داده می‌شود) نماهای واکنشی (که در آن بطور مثال واکنش طرف مقابل را از شنیدن سخنان نشان می‌دهد)، یا مجموعه‌ای از نماهای مورد نیاز که در همه زمانها قابل استفاده‌اند را دریافت میکنند.

دستگاههای ضبط و یدئوی مجزا:

در این روش، چند دوربین از صحنه تصویربرداری می‌کنند و خروجی هر یک از دوربینها به طور جداگانه به یک دستگاه ضبط متصل است. همه نوارها پس از پایان ضبط با هم تدوین می‌شوند.

روش ضبط تک‌دوربین:

در این روش، نماهای جداگانه ابتدا تمرین و سپس تک‌به‌تک فقط با یک دوربین ضبط می‌شوند. بهتر است تدوین و فاصله‌گذاری و هر نوع افزودن جلوه‌های تصویری، خارج از زمان ضبط، و روی نواری غیر از نوار اصلی صورت بگیرد.

[مطالب فوق از آدرس

<http://daneshnameh.roshd.ir/mavara/mavara-index.php?page=%D8%B1%D9%88%D8%B4%D9%87%D8%A7%DB%8C+%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%B3%DB%8C+%DA%A9%D8%A7%D8%B1%DA%AF%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D9%86%DB%8C+%D9%88+%D8%AA%D9%88%D9%84%DB%8C%D8%AF&SSOReturnPage=Check&Rand=0>

اخذ شده است.]

فصل دوم

درام نویسی برای تلویزیون

حال که با کلیات برنامه سازی برای تلویزیون آشنا شدیم، در این فصل به شش گفتار توجه می کنیم. با این امید که همزمان با مطالعه ی این شش گفتار، دانشجو تمرینات مربوط به هر گفتار را با جدیت انجام دهد.

با مقدمه ای درباره ی مقایسه ی نظام نشانه ای تلویزیون و تئاتر صحنه ای از مقاله ی دکتر سهیلا نجم آغاز می کنیم:

جاودانگی تئاتر در ناپایداری آن است، مثل ناپایداری زندگی، همچنانکه از این ناپایداری رنج می بریم و اشک می ریزیم آن را دوست داریم و به آن عشق می ورزیم. اما همیشه در رویای جاودانگی به سر برده ایم و این جاودانگی را زمینه فنی فیلم می تواند به تئاتر عرضه کند. باید دیدگاه تالیفی کارگردان یا دست اندرکاران تئاتر را پایدار کرد و دوام بخشید و از این طریق تئاتری را که دیری نمی پاید می توان دیرپا کرد. به قول لوئی ژووه:

«تئاتر به جاودانگی کاخ هایی است که در کنار دریا از ماسه بنا می کنند کاخ هایی رفیع و باشکوه، و ناگهان، مد، ساحل را فرا می گیرد و در یک زمان آنها را ویران می کند.»

مفهوم فضا در سینما و بعدها در تلویزیون از طریق مونتاژ به دست آمد. یعنی امکان تغییر مکان، که سینما فاقد آن است. در سینما با وجودی که فیلم يك فضای واقعی به مفهوم فیزیکی کلمه را نمایش نمی دهد، بلکه يك تصویر است، اما تماشاگر به مدد مونتاژ یعنی به کمک تحرك نقاط دید، به کمک تعویض و تغییر مستمر نماها، در حالی که کاملاً در صندلی خود مستقر شده، تصور می کند که به صورت فیزیکی در فضا حرکت می کند و تغییر مکان می دهد، و بدین ترتیب در واقعه شرکت می کند و شخصاً در صحنه نمایش قرار می گیرد. او در آن واحد درون جریان واقعه است و بیرون از آن، در این فضا و بیرون از این فضا. فضایی که توسط کارگردان و دوربین انتخاب شده و تماشاگر هیچگونه آزادی عمل در انتخاب آن ندارد.

اما در فضای زنده تئاتر انتخابی است که تماشاگر انجام می دهد. یا اینکه ما سعی می کنیم او را در خلق فضا شریک سازیم. او می تواند فضای خودش را بسازد.

تماشاگر تلویزیون خود کجاست؟ محیط تماشاگران تلویزیونی پر از تنوع است، خانه های متفاوت، قهوه خانه ها، اماکن عمومی، دفاتر کار، اتاق های انتظار و ... در نتیجه نوع ارتباط تماشاگران تلویزیونی با تماشاگرانی که در یک سالن سینما یا تماشاخانه گرد هم می آیند و در مکانی واحد به تماشا می نشینند متفاوت است. در تئاتر صحنه ای ارتباطی مستقیم و بدون واسطه و رو در رو صورت می گیرد، حال آنکه در تلویزیون ارتباط با واسطه زمینه وسایل، ارتباط جمعی به وجود می آید. اساسی ترین ویژگی تئاتر صحنه ای ایجاد فضای زنده نمایشی است که توسط عمل مشترک تماشاگر و بازیگر خلق می شود، یعنی تماشاگر در آن حضور فعال دارد و بر صحنه تاثیر می گذارد و در عین حال همیشه امکاناتی دارد که از این فضا یا خلق این فضا بگریزد. بدین ترتیب فضا انتخابی است که تماشاگر انجام می دهد.

ویژگی مهم دیگر تئاتر صحنه ای که باز هم به شکلی دیگر به ویژگی فضای موجود در آن باز می گردد، نظام نشانه های دیداری در نمایش صحنه ای است که از اساس با تلویزیون متفاوت است.

در زبان های اروپایی ریشه لغت Imaginem (ایماژ) برابر تصویر، از راه واژه لاتین Image به واژه Imitari می رسد که ریشه واژه Imitation (ایمی تاسون) یعنی تقلید است. به گفته رولان بارت این نکته ما را به مهمترین جنبه بحث از نشانه های تصویری می رساند: تصویر تقلید است؛ تصویر چیزی ساخته دست انسان است. نظامی از نشانه ها و همواره بیانگر غایب موضوع.

نظام نشانه ای تئاتر تلویزیونی مثل سینما و عکاسی یک نظام نشانه ای تصویری است. یعنی نظام نشانه ای با واسطه است. در حالی که نظام نشانه ای هنرهای نمایشی ویژگی بسیار پیچیده تری دارد، یعنی یک نظام نشانه ای زنده است، ضمن اینکه تصویری

هم هست. تئاتر هنری است که جسم را نمایش می دهد و نه تصویر آن را، جسم در تئاتر حضوری جادویی دارد. به عبارت دیگر: تئاتر تلویزیونی تصویر بدن انسان است، اما تئاتر صحنه ای حضور بدن انسان است.

در اینجا نکته مهمی که ویژگی های بارز تئاتر تلویزیونی است وجود دارد: این ویژگی صمیمیت و نزدیکی در ارتباط با تماشاگر است، یعنی امکان آرایه یک نمایش به یک تماشاگر و فقط به خاطر او، البته این فقط یک صورت ظاهر است، واقعیت این است که این نمایش در آن واحد توسط میلیون ها نفر تماشاگر جدا از هم تماشا می شود: جدا بودن، تنها بودن و در ضمن ارتباط جمعی داشتن، این ویژگی خاص تلویزیون است، و این چنین است که شکل جدیدی از نمایشنامه نویسی به وجود می آید. نمایشنامه تلویزیونی.

تئاتر تلویزیونی به عنوان یکی از فرهنگی ترین برنامه های تلویزیونی ضمن اینکه ناچار است با مخاطب عام تری رابطه برقرار کند، بایستی با نمادهای درشت خود از این صفحه کوچک ضمن جذب و سرگرم کردن تماشاگر هدفی فرهنگی را نیز دنبال کند. تئاتر تلویزیونی همچنین اجرایی متفاوت را نیز طلب می کند: اساس کارآوری تئاتر تلویزیونی بر دکوپاژ استوار است. تئاتر تلویزیونی ضمن اینکه از وحدت موضوعی برخوردار است، اما توسط تقطیع، صحنه به صحنه می شود و وحدت زمان و مکان را می شکند. تئاتر تلویزیونی همچنین از نظر نوع صحنه پردازی، دکور و جابجا شدن بازیگران در آنها، ویژگی های متفاوت و خاص خود را داراست.

صفحه کوچک تلویزیون اغلب نمای درشت بازیگر را طلب می کند. صفحه تلویزیون در ابعاد معمولی خود کوچک است، حتی اگر این نسبت به صورت وسیع تر و بزرگتری درآید، باز هم آنچه قبل از هر چیز بر صفحه تلویزیون حساسیت بیشتری دارد حضور انسان ها و نورپردازی است، نورپردازی در تلویزیون عموماً از اهمیت زیادی برخوردار است و به صورت متعارف نقش اساسی را ایفا می کند و در مقابل آن اشیا و دکور نقش کم اهمیت تری دارند و اگر اهمیتی در آنها یافت شود بیشتر به واسطه نقش همی است که نورپردازی روی آنها ایفا کرده است. مگر در موارد خاصی که عمل نمایش و یا سبک ویژه آن ایجاب می کند. تصویر درشت در تلویزیون یک تصویر کاملاً عادی و معمولی است. و در عین حال امکان مهمی است که در مقایسه با تئاتر، پرسوناژهای صحنه ای از آن بی بهره اند، و به صورت یک تفاوت تعیین کننده عمل می کند. بدین ترتیب حضور و عرضه انبوه جمعیت بر صفحه تلویزیون دشوار می شود. پیتز چاپفسکی می گوید:

«بر روی صحنه تئاتر تماشاگران می پذیرند که انبوه جمعیت توسط ده نفر بازیگر نشان داده می شود، در حالی که چنین چیزی در تلویزیون پذیرفتنی نیست.»

بازیگران بخش بزرگی از صفحه تلویزیون را اشغال می کنند، در نتیجه مقدار بسیار کمی از دکور دیده می شود و تمرکز بیشتر روی گفت و گوها صورت می گیرد که باید تا جای ممکن ساده و بدون تصنع باشند. همچنین گفت و گوها نباید تصاویر را تکرار یا تاکید کنند. نویسنده ای که برای تلویزیون می نویسد باید به تصاویر بیندیشد و در تصویرنامه ستون تصاویرش را هم زمان با ستون متن پر کند.

با توجه به شرایط بازیگری و ویژگی های فنی تلویزیون نظرات مختلفی در مورد انتخاب متن و اجرای آن بر تلویزیون وجود دارد. برخی اقتباس از داستان های کوتاه با جوهره دراماتیک و همچنین نمایشنامه های موقعیت یا پرسوناژهای محدود را ترجیح می دهند و مطلقاً با اجرای آثار فاخر کلاسیک در تلویزیون مخالفند و معتقدند با نمایش این گونه آثار در تلویزیون از اعتبار آنها کاسته می شود. برخی دیگر بر این باورند که برعکس، تلویزیون به بعضی از این آثار جلوه تازه ای می دهد. چون بازی چهره ها، استمرار اکسیون، تحول درونی و به اصطلاح بازی زیرپوستی از طریق دوربین به شکل شگفت آوری به نمایش در می آید.

1- انواع نمایش برای تلویزیون

به نمایشی که برای پخش تلویزیونی آماده یا تنظیم شده باشد تله تئاتر گفته می شود. تله تئاترها معمولاً مخاطبان خاص خود را دارند؛ زیرا بسیاری از تماشاچیان تلویزیون صرفاً محض سرگرمی به آنچه پخش می شود نگاه می کنند؛ ولی مخاطب تئاتر اهل اندیشه و تفکر است و نگاهی عمیق تر دارد که تله تئاتر را دنبای می کند.

به لحاظ متن:

گاهی متن تله تئاتر همان متن نمایش صحنه ای است. و گاهی برای اجرای تله فیلم تنظیم می شود.

به لحاظ تکنیک اجرا و ضبط:

1. گاهی آنچه از تلویزیون پخش می شود یک گزارش صحنه است. یعنی ما از قاب تلویزیون خود، همزمان هم تماشاچیان و هم بازیگرانی که روی صحنه برای آنان در حال نمایش هستند را می بینیم. در این شیوه دوربین وارد صحنه نمی شود و نقش ناظر را دارد. چنین شکلی را در شبکه های تلویزیونی ایران کمتر مشاهده می کنیم.
2. گاهی تماماً برای پخش از طریق تلویزیون است و کارگردان فنی و هنری دارد. در چنین مواردی دوربین ها داخل صحنه می شوند و از زوایای مختلف تصویر می گیرند.
- تله تئاتر های سوءظن، تله موش، عیش و نیستی، پسران طلایی، آقای توپاز، هویت و ... که به سفارش صدا و سیما ساخته و از شبکه چهار پخش شد، از این دسته اند. البته تله تئاتر "سکوت" و نیز تله تئاتر "پرواز بر فراز تیر چراغ برق" نیز به همین شیوه، ساخته شدند که داستان آنها ایرانی و مربوط به دوران معاصر بودند.
3. گاهی نیز اساساً متن های طولانی که در چندین قسمت (معمولاً 6، 7، یا 13 قسمت) اجرا می شوند برای کار تلویزیونی آماده می شوند که در آنها از فضاهای باز خبری نیست؛ و تماماً در آپارتمان هایی با نورپردازی استودیویی تهیه می شود. و حتی صحنه هایی مثل حیاط یا باغچه نیز به صورت مصنوعی و در مکان های سرپوشیده یا نیمه باز، برای آنها تعبیه می شود. این سریال ها معمولاً تماشاگران عام دارند که در طول هفته، مجموعه ی دلخواهشان را دنبال می کنند.

2- نظام های تئاتری جهان و رسانه ی تلویزیون

در کتاب "شناخت نظام های تئاتر" نوشته ی شومیت میتر (ترجمه عدالحسین مرتضوی و میترا علوی طلب) با چهار کارگردان و نویسنده آشنا می شویم که مانند چهار جهت عملکرد اجرای تئاتر هستند: استانیسلاوسکی؛ برشت؛ گروتوفسکی؛ و پیتر بروک.

کنستانتین استانیسلاوسکی:

نظر کلی استانیسلاوسکی در مورد اجرای بازیگر این است: حقیقت روی صحنه آن چیزی است که بازیگر هم چون واقعیت تعبیر می کند. استانیسلاوسکی تأکید دارد که بازیگر باید تصدیق کند اشیاء پیرامونی که احاطه اش کرده اند، تنها، اشیاء صحنه ای هستند؛ اشیائی خیالی در جهانی ساختگی. اما در عین حال، امتیاز دادن به واقعیت، تنها یک ترفند است، ابزاری برای اطمینان از اینکه در پی آن پرواز تخیل بازیگر به موقعیت های نمایش، به روشنی منافی این حقیقت ناگزیر نیست که کاراکتر فقط یک موجود دروغین است.

بنابر این استانیسلاوسکی این برداشت را ایجاد می کند که مغایرت میان حقیقت واقعیت و ترفند، از طریق پذیرش شاخصه های یک موجود دروغین است.

برتولت برشت:

غرق کردن مخاطب در جریان سریع اهداف و پیامدهای آن، این توهم را دامن می زند که زنجیره ی علت و معلولی کاملاً مطلق است و رویداد سراسری، آن را تجسم می بخشد. زنجیره ای که در آن الف علت ب و ب بوجود آورنده ج است به گونه ای فراگیر، دلالت بر این دارد که بر اساس داده های الف (شرایط پیشنهادی) ج الزامی می شود. این همان چیزی است که برشت می خواهد از آن اجتناب کند: برشت ترجیح می دهد از تناثری بهره بگیرد که نشان دهد در شرایط پیشنهادی تعداد گزینه ها بیشتر از آنچه مردم به طور معمول می پندارند، در دسترس خواهد بود. دو رکن اصلی تناثر برشتی مستقیماً با جبر سیاسی نهفته در دو جنبه ی اصلی تناثر استانیسلاوسکی، تقابل دارد.

اول آنکه از نظر برشت، تأکید استانیسلاوسکی بر درستی شرایط پیشنهادی به گونه ای نامحسوس درصدد وفق دادن این شرایط با موضوعات سیاسی مورد پرسش است - این شرایط آنقدر آشنا می شوند که به چالش کشیدن تبعات اجتماعی آنها، آنگونه که استنباط می شود، غیرممکن می گردد.

دومین رکن مهم تناثر استانیسلاوسکی، پذیرش به عنوان نتیجه ی رابطه علت و معلولی است. این پذیرش جانشین اشتقاق دیگر نظریه برشت در مورد تناثر یعنی اپیک می شود. نوشته های انتقادی درباره برشت با آسودگی خاطر از "اپیک" به عنوان واژه ی دربرگیرنده همه تمرینات عملی که برای دستیابی به بیگانه سازی در تناثر طراحی شده اند، استفاده می کنند. بدین ترتیب، گسست اجزای به هم پیوسته یک اثر که گویی روایت بین آنها مستقل از زمان است، میسر می شود. نتیجه، مختل کردن رویداد سراسری است که استانیسلاوسکی سخت به آن وابسته است.

پرژوی گروتفسکی:

گروتفسکی درباره ی کار بازیگر چنین می گوید: "این کار باید کارکردی همچون مکاشفه نفس داشته باشد. در لحظه ای که بازیگر به کشف خوش نایل می شود او که بهتر است بشر بنامیم اش، از مرحله ی نقص به مرحله ای می رسد که ما در زندگی روزمره بدان محکوم هستیم؛ واکنشی که بازیگر در ما برمی انگیزد ترکیب غریبی از چیزی فردی و چیزی جمعی است."

بازیگر گروتفسکی به "دیگری" بودن "وانمود" نمی کند. او با شخصیت خودش پدیدار می شود تا با چالشی مقابله کند که به وسیله ی کاراکتری که آن را بازی می کند ایجاد شده است. از نظر گروتفسکی آنچه ما انجام می دهیم چیزی است که هست و ما وانمود نمی کنیم که چیزی دیگر است.

پیتر بروک:

پیتر بروک به مشارکت تماشاگر می اندیشد: «مخاطب با خود قضاوتی را به همراه می آورد که کار بازیگر را تا حدی به نبرد برای چیره شدن بر مخاطب می کشاند. بارزترین تصویر این مسأله در تناثر فرانسه، آنجا که از آن به عنوان تدافع، یاد می شود به چشم می خورد. بنابراین، آنچه که ما می خواستیم در آفریقا انجام دهیم دست یافتن به آن چیزی بود که می توان آن را مخاطب مطلوب نامید. مخاطبی که شرطی نشده است. ما در سفر به آفریقا خواهان یافتن چیزی برای یادگیری، برداشت یا کپی کردن نبودیم. ما به این خاطر به آفریقا رفتیم که در تناثر، مخاطب به اندازه ی بازیگر، عنصر نیرومند و خلاق در رویداد اصلی است.

سؤال:

- آشنایی با نظام های تناثر صحنه ای برای نگارش متن دراماتیک برای تلویزیون چه ضرورتی دارد؟

با آشنایی نظام های تناثر، دانشجوی ادبیات نمایشی می تواند تسلط کاملی نسبت به آنچه به عنوان نمایش از صفحه ی تلویزیون مشاهده می کند داشته باشد و هر نمایش را تجزیه و تحلیل کند؛ و در ادامه، این کار کم کم موجب می شود که خود نیز بتواند تحت یکی از همین نظام های تناثری قلم به دست بگیرد.

اگر برای سریال ها و مجموعه های طولانی مشغول به نوشتن شوید، به زودی متوجه می شوید که کار مهم شما، تنظیم اوج و فرود ها و تعلیق های دراماتیک تا جاهایی است که دقیقاً مدت زمان هر قسمت اجازه می دهد. پس بسط و گسترش داستان مبتنی بر یک روند خطی است و تماشاگر داستان شما صرفاً باید توجهش جلب واقعۀ ای پرکشش در آینده باشد تا آن را دنبال کند. جذابیت داستان در اینجا مبتنی است بر طرح دراماتیک کلی قصه؛ که مخاطب با پرسش "بعد چه خواهد شد؟" مرحله به مرحله، ماجراها را دنبال کند تا در پایان به آن برسد. ضمن اینکه هر قسمت نیز می بایست کشش و کشمکش های ذاتی خود را داشته باشد و در عین حال مدت زمان مشخصی برای آن در نظر گرفته شود.

شیوه ی دیگر مجموعه های نمایشی، اپیزودیک است. چنانکه هر قسمت، داستان مجزایی دارد. این شیوه بیشتر از مجموعه های دنباله دار، تفکر محور هستند و مخاطب آنها یاد گرفته است که به محتوای تله تئاتر و پیام آن توجه بیشتری داشته باشد تا جنبه ی سرگرمی. تله تئاتر "نیمکت" در این دسته قرار می گیرد.

جُنگ های تلویزیونی نیز، نویسنده یا نویسندگانی دارند که به کلیت کار اشراف دارند و سرتاسر برنامه را پوشش می دهند. هرچند نویسنده در این جُنگ ها تنها بخش هایی از محتوا را عهده دار است و سایر موارد به صورت گفتگوی شفاهی میان افراد پیش خواهد رفت که الزاماً همانی نیست که نویسنده روی کاغذ آورده است.

4- پانتومیم و زبان بدن

از آنجا که مخاطب تلویزیون هم خاص است و هم عام، پس باید هنگام نوشتن به جنبه های مختلف ارتباط با مخاطب بیاندیشیم. درامی که قرار است در تلویزیون به اجرا درآید هرچند مخاطب خاص خود را خواهد داشت، اما تماشاگران عام هم آنرا مشاهده می کنند.

با این توصیف، نویسنده باید با زبان بدن و انتقال مفاهیم از طریق اجزاء چهره و دست و رفتارهای بازیگر هر نقش آشنایی عمیق پیدا کند. نویسنده باید همزمان با شخصیت پردازی و نگارش دیالوگ یا مونولوگ، به رفتارها، عمل یا اکت، نگاه و نحوه ی ارتباط با دیگر اشخاص فکر کند.

و اما نمایش میم یا پانتومیم. نمایشی در سکوت. نمایش حرکت صرف. و نمایش بیانگری از طریق چهره و بدن. برای نگارش این نوع نمایش که جذابیت های بسیاری هم دارد، نویسنده می بایست مفهوم کلی کار را برای خود مکتوب نماید؛ سپس تک تک رفتارها را برای انتقال مفاهیم مختلف به صورت گُذبدنی شده ردیف کند. و تا حدودی خود را جای بازیگر تجسم کند. این کار به مهارت و تمرین بسیار نیاز دارد.

5- نوشتن برای اعیاد مذهبی و سایر مناسبت ها

اساساً تئاتر در آیین و مراسم مذهبی ریشه دارد. و دانشجوی ادبیات نمایشی باید به مناسبت های تاریخی و مذهبی توجه ویژه داشته باشد؛ تا حق دنیای نمایش را بتواند به نیکویی ادا کند.

برای آنکه بتوانیم درباره ی تاریخ معاصر یا قدیم، متنی دراماتیک بنویسیم؛ شرط اول قدم آن است که به واقعه ی تاریخی اشراف داشته باشیم. سپس، به عنوان شرط دوم، به انطباق شخصیت های تاریخی و دراماتیک قصه ای که خلق می شود دقت می کنیم. که تا چه حد وفادار به متن تاریخ و تا چه حد آزادی عمل در پرداخت قصه ای تخیلی. آنگاه، شرط سوم مطرح می شود که با بهره گیری از مدل نگارش استادان حرفه ی درام نویسی، زبان کهن و لحن جدی را در دیالوگ ها به صورت کاملاً منطبق با متن درام پرداخت کنیم. نمی توانیم در واقعه ی عاشورا، از لحن منطقه ی جنوب شهر تهران یکصد سال پیش، و یا به فرض، از واژه های متعلق به زبان طنز گویش اصفهانی، در دیالوگ ها استفاده کنیم.

و از آنجا که از حدود یکصد و پنجاه سال پیش به این سو، الگوی مشخصی را بزرگان ما برای متن های تاریخی و زبان آرکائیک بکار گرفته اند بسته به موقعیتی که خلق می کنیم به این می اندیشیم که بهتر است از چه حوزه ی واژگانی و چه سبک گفتاری برای دیالوگ ها یا مونولوگ ها بهره ببریم.

در این زمینه پیشنهاد می شود به متون دراماتیک استادان و صاحب قلم های پیش کسوت ایرانی رجوع کنیم؛ به طور مثال، اکثر آثار بهرام بیضایی، جابر عناصری، صادق هدایت، و برخی آثار قطب الدین صادقی، نصرالله قادری؛ و همچنین متن نمایشنامه های تاریخی "مرگ یزدگرد"، "پروین دختر ساسان"، ترجمه های شاهرخ مسکوب از آثار سوفوکل، ترجمه های آثار شکسپیر، و افزون بر اینها، فیلمنامه های سریال های سربداران، بوعلی سینا، امیر کبیر، نردبام آسمان (روایتی از زندگی غیاث الدین جمشید کاشانی)، شیخ بهایی، و ... و نیز اجراهای رادیو نمایش از متون درام تاریخی، را به یاد آورید. در این آثار، با چه لحن و زبانی سرو کار داریم؟ با کمی دقت و تعمق در لحن و زبان در چنین متون و آثاری، همراه با نگاهی ویژه به وقایع و داستانهای تاریخ اسلام، توانایی خود را در نوشتن برای اعیاد مذهبی و سایر مناسبت ها بیازمایید.

6- نوشتن با توجه به سایر عوامل فنی

در نوشتن برای تلویزیون، نویسنده همزمان با نگارش متن درام، باید به وضعیت صحنه، نور، موسیقی، میکروفن، و نیز در مواردی خاص، تکنیک تلفیق دنیای رئال با انیمیشن را در نظر بگیرد.

دانشجوی ادبیات نمایشی برای هر یک از این موارد باید متن هایی را به صورت تمرین ارائه نماید و در کلاس مطرح کند. و در هر متن ویژگی های خاصی را در نظر بگیرد. این تمرینات علاوه بر دست ورزی و آزمایش یا اتود، نوعی سابقه ی کار و نقطه قوت یک نویسنده ی موفق برای ورود به سازمان صدا و سیما خواهد بود.

در پایان، این نکته را یادآوری می نماید که هنر نویسندگی هنر مقدسی است و قلم جایگاه والایی در حفظ فرهنگ و میراث تمدن و اندیشه ی انسانها دارد. پاس داشت قلم و حفظ قداست و کمالات آن توسط فارغ التحصیلان رشته ی ادبیات نمایشی، به تحقق بسط آگاهی و معرفت جامعه در حوزه ی فرهنگ و هنر و اندیشه می انجامد.

منابع: منابع این جزوه از کتابهای معرفی شده در کلاس، و از منابع اینترنتی اخذ شده است.