

بررسی محدودیت‌ها و مزایای شیوه فعلی تولید تله فیلم در سیمای

جمهوری اسلامی ایران

دکتر علی اصغر فهیمی فر^۱

مهدی یادگاری^۲

(تاریخ دریافت ۱۳۸۸/۷/۶، تاریخ پذیرش ۱۳۸۸/۹/۵)

چکیده

یکی از اهداف این مقاله، تحلیل وضعیت فعلی تولید تله فیلم در سیمای جمهوری اسلامی ایران است. خصوصاً در چند سال اخیر، رویکرد مدیریت کلان سازمان به تولید انبوه تله فیلم گرایش زیادی پیدا کرده است. بدیهی است هر گونه رویکردی، محسنات و محدودیت‌هایی دارد. با شناخت دقیق و بررسی موشکافانه این جریان می‌توان از منحرف شدن آن که منجر به افت کمی و محتوایی می‌شود، جلوگیری کرد. برای شناخت بهتر ابعاد این موضوع با ارزیابی تولیدات سال ۸۶ توانستیم به نقاط مشترکی در مزایا و محدودیت‌های این تله فیلم‌ها برسیم که در این مقاله از آنها سخن گفته خواهد شد.

واژگان کلیدی: تله فیلم، آسیب‌شناسی، تولید.

Email: afahimifar@yahoo.co.uk

Email: mahdi2633@yahoo.com

^۱ عضو هیئت علمی دانشکده صدا و سیما (استادیار، رشته فلسفه هنر).

^۲ کارشناس ارشد تهیه کنندگی (گرایش تولید برنامه‌های نمایشی - داستانی).

مقدمه

آسیب‌شناسی مقوله‌ای از سر اقتدار است نه ضعف. معمولاً سازمانی که از محصول و شیوه خود راضی است، تلاش می‌کند با آسیب‌شناسی موضوع به بهینه‌سازی و بالا بردن بازده بپردازد. طبعاً با توجه به این مسئله، محاسن رویکرد وسیع صدا و سیما به تله فیلم در یک دو سال اخیر روشن است و نیازی به بیان مجدد آن نیست.

ذهن راحت طلب، هنگام آسیب‌شناسی و یافتن راهکار در پی یافتن راه‌های "یک کلمه‌ای" است که مانند اکسیری به مس تله فیلم زده، طلا شود؛ اتفاقی که بارها تجربه شده و جواب گرفته نشده است؛ مثلاً در بعضی شبکه‌ها به تصور اینکه ریشه همه مشکلات در بودجه است، به تزریق منابع مالی پرداخته‌اند و اتفاقاً نتایج معکوسی به دست آورده‌اند و بعد باز دنبال راه حل یک کلمه‌ای دیگری مثلاً استفاده از نامداران بوده‌اند که همچنان باز نتایج مثبتی نداشته است.

شاید پاسخ در این باشد که جست‌وجو در پی یافتن راه حل یک کلمه‌ای غلط است. تقلیل دادن موضوعات پیچیده به راه‌کارهایی کاملاً ساده و یک کلمه‌ای، جز نشانی اشتباه دادن چیزی نیست. در آسیب‌شناسی تله فیلم نباید به دنبال یک مشکل واحد بزرگ گشت. بلکه یک سری مشکلات کوچک آن هم در حوزه‌ها و سطوح گوناگون کنار هم قرار گرفته‌اند به همین دلیل راه حل‌ها هم می‌باید در سطوح و حوزه‌های مختلف جست‌وجو شود.

در این مقاله کوشش شده با همین رویکرد به تله فیلم نگاه شود. به همین دلیل در برخی موارد به نقد نگرش‌ها پرداخته شده است؛ گاه به تصحیح عملکردها و در جایی به تحلیل فرایند پیچیده تولید تله فیلم. در بعضی موارد، مشکلات ذکر شده، عام هستند؛ مانند آسیب‌شناسی برآورد یا نگرش درجه دو به سیما. در بعضی دیگر مشکلات خاص تله فیلم‌اند؛ مانند بحث هزینه در تله فیلم. قطعاً ذهن جست‌وجوگر با گذاشتن این تکه‌های به نظر گاه متفاوت پازل در کنار هم و نگاه کلان، تصویر دقیق‌تری از تله فیلم، آسیب‌ها و راهکار خواهد یافت.

تله فیلم

یکی از قالب‌های مهم تلویزیونی تولید فیلم‌های سینمایی تلویزیونی موسوم به تله فیلم است که با توجه به ویژگی‌های رسانه‌ای و بصری تلویزیون تولید می‌شود. حتی در تولید نیز فرآیندی خاص نسبت به فرآیند آثار سینمایی دارد.

آسیب‌شناسی

اصطلاح آسیب‌شناسی در همه رشته‌های علوم اعم از کاربردی، پایه، تجربی، طبیعی و انسانی به کار گرفته شده است. آسیب‌شناسی در زمینه مسائل فرهنگی اصولاً به مطالعه و بررسی دقیق

عوامل زمینه ساز، پدید آورنده یا ثبات بخش امنیتی، بین‌المللی، داخلی و غیره و آسیب‌های موجود در آن زمینه می‌پردازد. هدف اصلی چنین مطالعاتی تکمیل و تأمین فرآیندهای مناسب برای دفع یا رفع آفات آسیب‌هاست. آسیب‌شناسی، شناسایی آن دسته از عوامل مهم و مؤثری است که به وجود آمدن و تداوم حیات آنها می‌تواند فرآیند تحقق اهداف هر نظامی را متوقف یا به صورت محسوسی کند نماید.

تولید

فرآیند برنامه سازی در سه مرحله انجام می‌شود، پیش تولید، تولید و پس تولید. مرحله تولید شامل عملی کردن برنامه‌های مرحله قبل است. در خلال دوران تحول صنعت و هنر تلویزیون شیوه‌های تولیدی گوناگونی پدید آمده است. خاستگاه بعضی از این شیوه‌ها مستقیماً به اصول اولیه و ویژگی‌های خاص رسانه تلویزیون مربوط می‌شود. در حالی که بعضی دیگر از قراردادهای و روش‌های رایج از سایر رسانه‌ها نتیجه شده اند، از جمله روش تک دوربین و چند دوربین. اما اینکه چگونه کارگردان تلویزیونی برنامه اش را تنظیم می‌کند با توجه به شیوه‌های رایج در سازمان تهیه‌کننده، نوع و خصوصیات برنامه و تجربه و سلیقه شخص کارگردان متغیر خواهد بود. به همین صورت در تولید برنامه دامنه وسیعی از گرایش‌های آزاد و تجربی تا برنامه‌ریزی دقیق و سنجیده وجود دارد. تولید برنامه تا حدود زیادی به استانداردهای هنری و اجرایی موجود و تجارب گروه تهیه برنامه بستگی دارد.

تاریخچه تله فیلم و تفاوت آن با فیلم سینمایی

تاریخچه تله فیلم و پیدایش آن به امریکا، اصلی‌ترین و تأثیرگذارترین مرکز تولید تله فیلم جهان، بر می‌گردد. دانستن این تاریخچه ما را در آسیب‌شناسی و ضرورت‌های این قالب تلویزیونی یاری می‌کند. به همین دلیل تجربه تله فیلم در امریکا به صورت خلاصه بازخوانی می‌شود. اغلب، این برداشت و تصور اشتباه وجود دارد که فیلم تلویزیونی امریکایی ۱ که به آن فیلم‌های تلویزیونی یا تله فیلم هم می‌گویند، در ردیف فیلم‌های نوع B امروز است. معنی ضمنی این گفته این است که فیلم داستانی تلویزیونی، تولیدی است که در داخل کشور به تقلید از نمونه‌های هالیوودی ساخته شده است. این تصور، ساده انگاشتن بیش از حد ریشه و سرشت ذاتی فیلم تلویزیونی است. اساساً این قالب برگرفته از فیلم‌های داستانی سنتی هالیوودی و جنگ‌های زنده‌ی تلویزیونی دهه ۱۹۵۰ است. هر چند تردیدی نیست که پیشروان دیگری را نیز می‌توان یافت که در طی قرن گذشته در زیبایی‌شناسی، فناوری، اقتصاد و فرهنگ جامعه‌ی امریکا مؤثر بوده‌اند. با این

همه، فیلم تلویزیونی به راحتی با گسترش سنت روایی منطبق است که در حال حاضر به طرز جدایی ناپذیر با صنعت و تجارت امریکا پیوند خورده است.

امروزه، ساخت تله فیلم ۳ها میلیون ها دلار هزینه می برد (هزینه تله فیلم در امریکا متوسط، یک پنجم فیلم سینمایی است) و از طریق فناوری های قدیمی و جدید پخش و توزیع انتقال پذیر به سراسر جهان است. شمار فیلم های تلویزیونی که درآمد بیشتری از یک فیلم پرفروش هالیوودی به دست می آورند، بسیار بسیار اندک است. به علاوه، یک فیلم تلویزیونی موفق می تواند حدود چهل تا بیش از هفتاد میلیون بیننده را جذب کند، در حالی که فقط بیست میلیون نفر در امریکا فیلم های سینمایی را در هفته دنبال می کنند. (پیش از ورود تلویزیون و حجم بالای تله فیلم این تعداد هفته ای ۶۰ میلیون بوده است) بدیهی است که تأثیر اقتصادی تله فیلم بسیار عظیم و گسترده است، چرا که این نوع فیلم بیش از بیست سال در سه شبکه، منبعی دائمی برای برنامه سازی تولیدی بوده است. نکته عجیب این جاست که به هر حال ارزش و اعتبار زیبایی شناسی و فرهنگی - اجتماعی این قالب معمولا فراموش می شود و به فیلم داستانی تلویزیونی اهمیت و بهای چندانی داده نمی شود. این نوع فیلم هنوز گرفتار این انتقاد است که آن را ((فرزند خوانده ی)) هالیوود یا همشهری درجه دوم می داند. با وجود این، فیلم تلویزیونی اگر چه نوپاست، اما قالبی غنی و متنوع با تدابیر موضوعی، سبکی و رسمی منحصر به فرد خودش است. (Boddy, 1972, P.87)

فیلم داستانی تلویزیونی به داستان روایی گفته می شود که برای تلویزیون تهیه شده و ذاتی مستقل دارد و حداقل زمان آن معادل نود دقیقه ((تجاری)) است، اما از یک شب فراتر نمی رود. از یک دیدگاه انتقادی، فیلم های تلویزیونی به لحاظ تاریخی همواره تلاش کرده اند امکانات ذاتی این رسانه - تلویزیون - را با سبک سینماتیک کلاسیک هالیوود منطبق کنند. در آغاز، انواع گونه های فیلم های سینمایی از اهمیت و جایگاه بالاتری برخوردار بود، اما روش کلاسیک داستان گویی و شخصیت پردازی برای تعادل برقرار کردن فرم زیبایی شناسی ظاهر شد. به عبارت دیگر فیلم تلویزیونی فیلمی است با ((مفاهیم عالی)) که طبق قوانین حاکم بر رسانه شکل گرفته است. این مفهوم می تواند تمی جنجالی، بازآفرینی تاریخی یا روایتی تازه از نمایشنامه کتابی عامه پسند یا روند فرهنگی خاصی باشد. نکته ی مهم این است که بین جامعه ی بینندگان امریکایی و مضمون و محتوای موضوعات، پیوندی دایمی وجود دارد. تدابیر زیبایی شناسی که ذات فیلم تلویزیونی است، در چارچوب ((سلیقه ی خوب)) و امکانات شبکه نمایشی شخصی از این تم با مسائل باب روز ارائه می دهد و از این طریق فرم فیلم بلند داستانی در مسیری قرار می گیرد که از میان زندگی خانوادگی افراد، محیط های صمیمی ((اتاق نشیمن)) و مناسبات اجتماعی که فضای تلویزیونی ایجاد می کند، می گذرد. بدین ترتیب این وحدت و یگانگی شکل ذاتی تازه و کاملی را عرضه می کند که ریشه در

موارد گوناگونی دارد، اما به هر صورت خارج از محدوده‌ی سنت‌های خاص هالیوودی رایج در دهه‌ی ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ و عصر طلایی درام تلویزیونی دهه ۱۹۵۰ قرار می‌گیرد (بوالی، ۱۳۸۷) در مورد فرم، سبک و محتوای قالب تله فیلم، می‌توان به جمع‌بندی رسید، هر چند که در ارجاع به فیلم‌های تلویزیونی معین ناگزیر با موارد استثنا هم روبه‌رو می‌شویم؛ با این همه، فرم فیلم تلویزیونی بر طبق قوانین دقیق و مشخص حاکم بر ساختار طرح و نحوه‌ی بیان شکل گرفته است. همانند همه‌ی تولیدات تلویزیون خصوصی، برای تله فیلم نیز امکانات ساختاری معین و قطعی بسیاری به هر دو صورت خودآگاه و ناخودآگاه وجود دارد. در اینجا ویژگی‌های فرعی و ساختاری تله فیلم امریکایی که آن را از فیلم سینمایی هالیوودی جدا می‌کند، ذکر می‌شود.

۱) فرم یا نحوه‌ی بیان فیلم تلویزیونی و همچنین بیشتر برنامه‌های تلویزیونی در قالب ملودرام است. دیوید توربرن^۳ در مقاله‌ی بسیار تأثیرگذاری با عنوان «ملودرام تلویزیونی» به این مسئله اشاره کرده است. سؤال این است که ضروریات مناسب و اساس ملودرام چیست؟ کلاً این نحوه‌ی بیان، شامل پنج ماده‌ی اصلی و اساسی است: جهان داستانی پیش‌بینی‌پذیر، نمایش مبالغه‌آمیز احساسات، شخصیت‌های کلیشه‌ای، قطب‌های متفاوت و متضاد خوبی و بدی با علامتی که غالب است و حل و فصلی که به دنبال کنش‌ها می‌آید. توربرن توضیح می‌دهد که مخاطبان معاصر به طور شهودی قراردادهای ملودرام را چنان کامل درک می‌کنند که تمرکزشان می‌تواند از فرمول - داستان فاصله بگیرد و به سمت بازیگرانی کشیده شود که خودشان را عمیقاً و جدی به نمایش می‌گذارند. به عبارت دیگر، شخصیت پردازی در تلویزیون معمولاً بر طرح مسلط است و روابط و فضای صمیمانه‌ای که ذات این رسانه است، را زیبایی‌شناسی‌ای که در اجرا اعمال می‌شود. به بهترین شکل محقق می‌کند. به همین منظور بیشتر فیلم‌ها بر این برنامه‌ریزی تأکید دارد. چنانچه سطح بسیار شخصی و خصوصی تا آخر ادامه می‌یابد. مخاطب با موضوعات نمایشی مطرح شده هم‌ذات‌پنداری می‌کند و بر این اساس در خلوت خانه اش، با ساده دلی و به شکل محرمانه به آن واکنش نشان می‌دهد (Thorburn, 1982, p.536).

۲) مدت زمان کلی تله فیلم‌ها مثل فیلم‌های سینمایی نود دقیقه است با وجود این زمان فیلم تلویزیونی باید تابع قوانین و دقیق باشد. در تله فیلم‌های امریکایی به شکل خود آگاه هر فیلم تلویزیونی به دلیل وجود تقاضای تبلیغاتی محدودیت‌های زمانی خاصی دارد. لذا در هر ده تا پانزده دقیقه، داستان با act break^۴ قطع می‌شود و زمانی حدود دو دقیقه به آگهی بازرگانی اختصاص می‌یابد. این سکانس‌ها بر روابط علی و معلولی روایت اثر می‌گذارند و به همین سبب نقاط اوج به

چنان درجه ای می‌رسند که جریان درام به فرجام خود می‌رسد و داستان گره‌گشایی می‌شود. به این دلیل است که فیلمنامه نویسان و کارگردانانی که روی تله فیلم‌ها کار می‌کنند. با انتظارات رسمی مشخصی مواجه هستند.

۳) صفحه کوچک تلویزیون باعث شده تله فیلم امریکایی تا حذف کامل نمای لانگ‌شات با موفقیت تکرار شود. در این صورت وابستگی به نمای چهره‌ها و حالت نگاه‌ها بیشتر می‌شود و حضور بیش از یک بازیگر در قاب، در زمانی واحد، به ندرت به چشم می‌خورد. به طوری که شخصیت‌پردازی جای همه چیز را می‌گیرد. به عبارت دیگر، بازیگری که مهم‌ترین بخش به شمار می‌رود، از طریق مجموعه نماهای نزدیک باعث نزدیکی مخاطب به فیلم می‌شود و نه از طریق خط طرح. کلاً در مورد فیلم تلویزیونی آن‌قدرها هم غیرعادی به نظر نمی‌رسد.

صفحه ویدیویی کوچک و فقدان صدای مناسب، دو محدودیت اساسی هستند که بخشی از فناوری ساخت فیلم تلویزیونی محسوب می‌شوند. در مقابل، یک فیلم سینمایی باید مشخصاً از انواع نماهای بازتر استفاده کند و همچنین سطوح متعدد (پیش زمینه، میان زمینه و پس زمینه) را به منظور تاکید بر حرکت در محدوده قاب به کار برد و تا آنجا که ممکن است کشمکش بیشتری به وجود آورد. ۴) در مورد نورپردازی فیلم‌های تلویزیونی هم مشکل قاب کوچک و کیفیت تصویر وجود دارد. تعیین وضوح و روشنی مناسب تصاویر تلویزیونی معمولاً مستلزم نورپردازی‌های پر نور و کنتراست‌های نسبتاً شدید است.

بخشی از سختی فیلمبرداری این فیلم روی نوار ویدئو است که همین امر منجر به از دست دادن درجات درخور ملاحظه‌ای کیفیت تصویر و تأثیر پذیری بصری می‌شود. چنانچه پائولین کیل بسیار هوشمندانه یادآور می‌شود: "ما هرگز صفت ((زیبایی)) را به یک نمایش تلویزیونی نسبت نمی‌دهیم یا حتی از فقدان زیبایی آن اظهار نارضایتی هم نمی‌کنیم، چرا که فقدان زیبایی در کارهای تلویزیونی را بدیهی می‌پنداریم" (kael, 1971, P.277).

زیبایی، در ذات خود، هرگز از دست نمی‌رود. سبک تله فیلم مانند خود رسانه، از لحاظ زیبایی‌شناختی، به ندرت نیازمند تعالی و برتری است. در عوض متوجه نوع جدیدی از رئالیسم ویدیویی است که در طراحی، عمیق، ویژه و کامل است. قالب فیلم تلویزیونی بیشتر از اینکه زیبا باشد عادی و پیش پا افتاده است و امکانات فنی آن متوجه پخش روزانه ای برنامه هاست.

۵) در امریکا، سبک فیلم تلویزیونی کلاً ((برنامه‌سازی واقع‌گرا)) خوانده می‌شود. این گرایش به سمت تله رئالیسم باعث به وجود آمدن اولویت‌های محتوایی در فیلم می‌شود. در حال حاضر، تله فیلم‌ها به موضوعاتی می‌پردازند که محورشان جهان و طبیعت است و پیوسته از رویداد‌هایی استفاده می‌کنند که منشاء واقعی‌شان حوادث روزمره ای است که در مراکز و شهرهای امریکا رخ می‌دهند. این حوادث منابعی هستند که طرح‌ها، شخصیت‌ها و تم‌ها بر اساس آن شکل می‌گیرند.

البته برنامه‌های تلویزیونی به معنای دقیق، بازتاب جامعه‌ی امریکایی نیستند، اما برای رسیدن به محبوبیت باید به بیان برخی احساسات و نگرانی‌های واقعی مخاطبان‌شان بپردازند و این کار با به‌کارگیری روش‌های تصنعی و رایج گوناگون امکان‌پذیر است. به تعبیر دیگر، فیلم‌های تلویزیونی ((تلویزیونیزه)) علائق و دل مشغولی‌های امریکایی‌های معاصرند. مطرح‌شدن مسئله‌ای فرهنگی-اجتماعی به مثابه بحث فیلم هفته، علامتی منطقی و معتبر است که نشان می‌دهد امریکای میانه در صدد پرداختن به این ایده است (sh'lar, 1982, p.82).

فیلم تلویزیونی، در مقایسه با فیلم سینمایی، امکان کمتری برای آزمایش دیگر فنون صوتی-بصری دارد. دو مشکل اساسی بودجه‌ی کمتر و برنامه‌ی فیلمبرداری کوتاه‌تر است که در مورد تله فیلم معمولی اعمال می‌شود و البته مانع انجام فنون فی‌البداهه احتمالی می‌گردد.

به لحاظ فنی تاکید فیلم تلویزیونی بر انواع نماهای نزدیک، مثل نمای متوسط نزدیک و خیلی نزدیک است. از تدابیری چون عمق میدان کم و نورهای اصلی از بالا هم به دلیل وضوح کمتر تصویر تلویزیونی استفاده می‌شود. موارد دیگری که می‌توان اشاره کرد عبارت‌اند از: چیدمان بسیار ساده و محدود، تدوین ساده که مشخصاً با هدف تداوم سبک صورت می‌گیرد، و استفاده‌ی کاربردی و ساده از صدا.

تاریخچه فیلم ۹۰ دقیقه‌ای در ایران

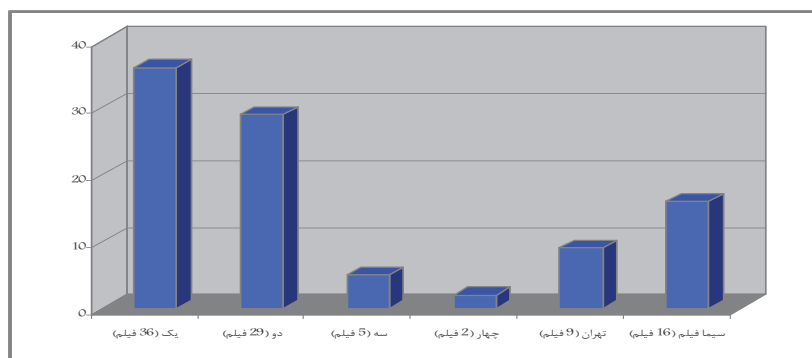
در اوایل دهه ۵۰، در شبکه یک تلویزیون ملی وقت، واحدی به نام ((تل فیلم)) تأسیس شد که هدف اصلی آن تولید فیلم‌های تلویزیونی ۱۶ میلی متری بود. این واحد از قسمت‌های کند و کم کار صدا و سیمای وقت بود. دلیل اصلی آن هم تامین فیلم‌های خارجی برای آنتن، بدون محدودیت اخلاقی بود. لذا فیلم‌های زیادی در آن تولید نمی‌شد و محل بحثی هم نبود. این مرکز، چند فیلم سینمایی با نگاتیو نیز به تهیه‌کنندگی پرویز صیاد و بهمن فرمان‌آرا ساخت که البته تولید فیلم ۳۵ میلی‌متری هدف این واحد نبود. در میان آن چند فیلم گزارش نخستین فیلم بلند عباس کیارستمی تنها فیلم درخور تأمل بود.

پس از انقلاب اسلامی و در آغاز دهه ۶۰، این واحد در شبکه اول سیما بازگشایی شد، ولی به‌جای فیلم ویدئو از نگاتیو ۱۶ میلی‌متری برای تولید استفاده می‌شد. زیر باران، نخستین ساخته سیف‌الله داد، گر، نخستین ساخته یوسف سید مهدوی و مش غلام، نخستین ساخته امیر حسین قهرایی از این جمله آثار بودند. این فیلم‌ها با مدت زمان ۴۵ تا ۶۵ دقیقه و با عنوان فیلم داستانی پخش می‌شدند. اما این فیلم‌ها به‌جای فیلم سینمایی پخش نمی‌شدند و معمولاً در حد فاصل پایان یک سریال تا آماده شدن سریال بعدی روی آنتن می‌رفتند.

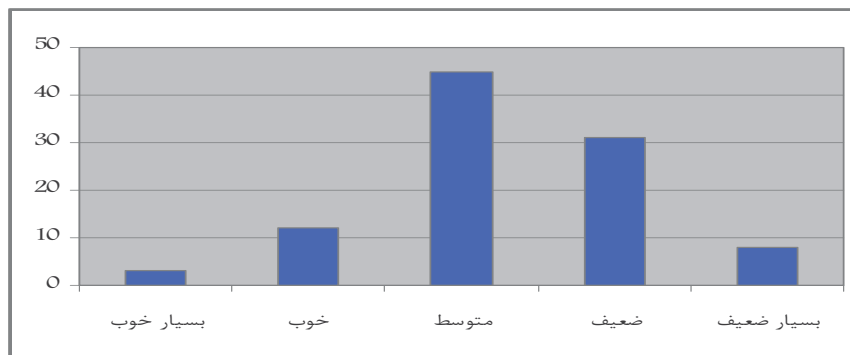
ساخت فیلم ۹۰ دقیقه‌ای به شکل حاضر از سال ۱۳۷۷ آغاز شد و شکل گیری آن تقریباً تصادفی بود. سید مجید امامی مدیر گروه معارف وقت شبکه اول سیما، قصد داشت یک سریال ۶ قسمتی اپیزودیک درباره ماوراء و ارواح بسازد. در نگارش به جای ۶ داستان به ۳ داستان بلند رسیدند. قرار شد هر دو قسمت یک داستان باشد. در همان جلسات تولید مسعود آب پرور و مهرداد خوشبخت سازندگان اثر، به مدیر گروه پیشنهادی ساده دادند؛ هر دو قسمت یکی شود. این اتفاق افتاد و در مرحله تدوین، سه فیلم ۹۰ دقیقه‌ای مستقل تلویزیونی آماده شد و در سال ۷۸ پخش شد. استقبال مردم از این سه فیلم که در جعبه فیلم سینمایی پخش شد، ایده تولید این گونه فیلم‌ها را جرقه زد. از اواخر سال ۷۸، سیما فیلم و شبکه‌ها تولید این فیلم‌ها را موردی، آغاز کردند. پس از بهار ۸۳ و انتصاب آقای مهندس ضرغامی به ریاست سازمان، تولید این قالب فیلم به‌طور جدی‌تر، آغاز شد. (قطبی زاده، ۱۳۸۷)

بررسی و ارزیابی محتوا و ساختار تله فیلم های ۸۶

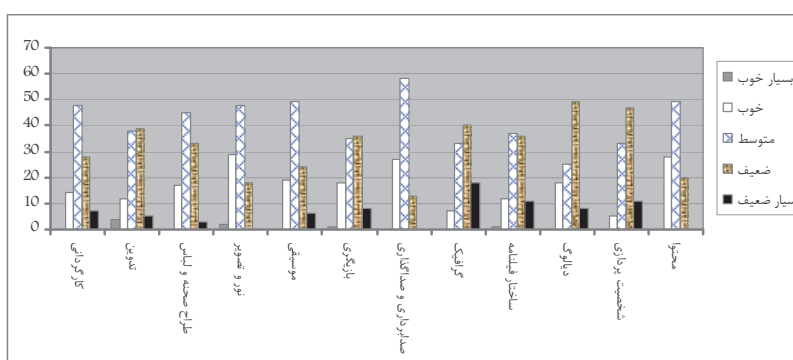
در مجموع، ۹۷ تله فیلم تولیدی معاونت سیما در سال ۸۶ پخش شد. اهم یافته های گزارش بدین شرح است:



نمودار ۱- سهم تولید هر شبکه



نمودار ۲- ارزیابی نهایی تله فیلم‌های معاونت سیما (۹۷ تله فیلم)



نمودار ۳- ارزیابی فنی و محتوایی تله فیلم‌های معاونت سیما

مزایا

به نظر نگارنده با در نظر گرفتن مجموعه نظرات و بررسی‌های انجام گرفته در این پایان‌نامه، تولید انبوه تله فیلم را می‌توان فرصتی مغتنم دانست. با توجه به قرار گرفتن نسل جوان کشور در معرض تهاجم فرهنگی، ساخت انبوه تله فیلم می‌تواند باعث حفظ مبانی ملی، ارزش‌های فرهنگی و ایدئولوژی اسلامی در مردم، مخصوصاً نسل جوان کشور شود. از سویی دیگر، تأمین نیروی انسانی برای تولید تعداد زیاد تله فیلم که در سال‌های آتی رو به افزایش نیز خواهد بود، عرصه خوبی برای جذب جوانان مستعد در انواع گرایش‌های فنی تولید فیلم خواهد شد که هر ساله از دانشگاه‌ها و آموزشکده‌های هنری کشور فارغ التحصیل می‌شوند.

ایجاد حس رقابت و میدان دادن به تجربه‌های نو سبب شناسایی هنرمندان فرهیخته و زبده در این عرصه می‌شود و بستر خوبی را که محملی برای معرفی این افراد به عالم سینما باشد، به وجود می‌آورد.

کمک به طراحی و مکانیزم توسعه نیروی انسانی نیز دیگر مزایای ساخت انبوه تله فیلم است.

محدودیت‌ها

موانع و محدودیت‌ها بر اساس بررسی‌های انجام گرفته به شرح زیر است:

۱- طولانی بودن فرآیند و زمان تصویب

به طور میانگین، زمان تصویب فیلمنامه ۵ تا ۶ ماه طول می‌کشد. بیشترین زمان، مربوط به تصویب در گروه و طرح و برنامه شبکه است. وجود مراکز متعدد تصمیم‌گیری و زمان طولانی باعث شده هزینه‌های تولید افزایش یابد و از آنجا که قیمت (میانگین) فیلم تلویزیونی (میانگین ۲/۵ تا ۳ میلیون) برای ۵ تا ۶ ماه کار کردن پایین است، لذا فیلمنامه نویسی فیلم تلویزیونی به کار چندم نویسنده بدل می‌شود. در این خصوص، معاونت سیما دو گام برداشته است؛ اول، حذف کد نگارش. دوم، اجرای اصلاحات پیشنهادی معاونت توسط شبکه.

۲- پایین بودن قیمت فیلمنامه

قیمت فیلمنامه ۵ تا ۷ درصد پروژه‌های سینمایی در همه جهان است. این قیمت، قیمت اندیشه و فکر فیلم است. در صورتی که تله فیلمی بین ۷۰ تا ۱۰۰ میلیون ساخته شود، هزینه واقعی نگارش فیلمنامه چیزی در حدود ۵ تا ۱۰ میلیون است. هم‌اکنون بازیگر تلویزیونی برای بازی در فیلم تلویزیونی با ۸ تا ۱۰ روز بازی، تقریباً ۸ میلیون دستمزد می‌گیرد و کل هزینه نگارش ۲/۵ تا ۳ میلیون است.

۳- سنتی بودن شیوه برآوردها

در برآوردهای سازمان عنصر خلاقیت دیده نمی‌شود و هزینه‌های اکسسواری و لوکیشنی بهتر درک می‌شود تا هزینه یک ایده خوب یا کاری پر بیننده. لذا با همه تأکیدات سازمان بر نمایش زندگی ساده همچنان شاهد زندگی‌های پر تجمل خواهیم بود (به دلیل آنکه با نشان دادن تجملات و هزینه بالا برای بازیگر می‌توان برآورد بالاتری کرد). مطالعات تطبیقی انجام شده در اداره کل طرح و برنامه سیما نشان می‌دهد در کشورهای اروپایی نظیر آلمان و ایالات متحده ماده‌ای وجود دارد که از همان ابتدا پیش‌بینی می‌کند که بیننده تقریبی کار چقدر خواهد بود و برای آن برآوردی در نظر

گرفته می‌شود. اگر درصد بیننده کار مثلا A درصد بیشتر از پیش‌بینی اولیه شود، خودبه‌خود برآورد دوم که در متن برآورد ذکر شده، پرداخت خواهد شد و اگر به میزان مشخص مثلا B درصد کمتر بیننده داشته باشد، باز هم خودبه‌خود برآورد سوم که کمتر است، لحاظ خواهد شد.

۴- خرید فیلم‌های تلویزیونی ساخت خارج سازمان

ارزیابی‌های اداره کل طرح و برنامه و نظارت بر تله فیلم‌های سال ۸۵، ۸۶ و ۸۷ نشان می‌دهد هیچ کدام از فیلم‌های تلویزیون که مراحل تصویب را طی نکرده و خریداری شده است، کیفیت مطلوب یا متوسط نداشته‌اند و همه ضعیف یا بسیار ضعیف ارزیابی شده‌اند. از آنجا که تولیدات خارج از سازمان بدون نظارت صورت می‌گیرد از نظر محتوی و هزینه و کیفیت فنی نیز بسیار ضعیف‌اند.

۵- فقدان نظام تولید انبوه

ساختار مدیریتی گروه‌های فیلم و سریال با ظرفیت ساخت و تولید انبوه طراحی نشده است. این مسئله در حوزه‌های دیگر نیز دیده می‌شود، از جمله تفاوت قائل نشدن میان فرایند فیلم تلویزیونی و سریال و بی‌توجهی به ظرفیت سازی عوامل نمایشی در سیما.

۶- نبودن مدیر برای فیلم‌های تلویزیونی در شبکه‌ها و چارت آنها.

۷- بی‌تناسبی دستمزد مدیران و کارشناسان صدا و سیما و عوامل تولید.

۸- علاقه به استفاده از ستاره‌ها

متأسفانه بسیاری از موارد به کارگیری بازیگران سرشناس نه به دلیل فیلمنامه پیچیده بلکه به دلیل ضعف فیلمنامه صورت می‌گیرد. به این معنا که می‌خواهند ضعف کشش دراماتیک را با استفاده از بازیگران شاخص بپوشانند. در تلویزیون‌های امریکا پس از دوره ابتدایی ظهور فیلم‌های تلویزیونی که علاقه‌مند بوده‌اند از ستاره‌های سینمایی استفاده کنند (و نتایج خوبی هم نداد)، به سوی استفاده و پرورش بازیگران و ستاره‌های تلویزیونی حرکت کرده‌اند.

۹- اصرار در به کارگیری کارگردان‌های سینمایی

ارزیابی‌های طرح و برنامه سیما نشان می‌دهد به جز یک یا دو استثنا، همه کارهای شاخص فیلم‌های تلویزیونی مربوط به عوامل تلویزیونی بوده است. نگاه بالا به پایین کارگردانان سینما به فیلم‌های تلویزیونی و همچنین دسته دو بودن این کارگردانان در سینما باعث شده نتایج مطلوبی از این تولیدات به دست نیاید.

۱۰- بی توجهی به ظرفیت واقعی تولید

وضع موجود توان ساخت و تولید بیش از ۱۰۰ تله فیلم را ندارد. حجم بالای تعهدات گروه‌ها و سیما فیلم باعث شده به کارهای ضعیف نیز تن در دهند.

۱۱- تعیین میزان تعهدات فیلم‌های تلویزیونی هر شبکه توسط مدیران آنها

مدیران شبکه‌ها متأسفانه نه بر اساس ظرفیت‌ها که بر اساس علایق و گاه رقابت‌هایشان تعهد کرده‌اند، لذا مجبور به انجام تعهدات حتی با کیفیت ضعیف نیز می‌شوند.

۱۲- یکبار پخش بودن فیلم‌های سینمایی

به کارگیری رسانه‌های مکمل مانند رسانه‌های تصویری، عرضه منطقه‌ای، تبلیغ مناسب و جشنواره می‌تواند به این امر کمک کند.

۱۳- انتخاب نکردن تهیه‌کنندگان شایسته و به کارگیری تهیه‌کنندگان ناکارآمد.

۱۴- استفاده نکردن از شیوه تنبیه و پاداش

هم اکنون هم کسانی که خوب کار کرده‌اند و هم کسانی که بد کار کرده‌اند، همچنان مشغول تولیدند بی هیچ تفاوتی.

۱۵- اجرائشدن تعهدات سیما فیلم

سیما فیلم تنها حوزه تولید تله فیلم است که به سطح تعهدات خود با فاصله زیاد نرسیده است.

۱۶- غیرمناسبتی بودن اکثر فیلم‌های تلویزیونی

بر خلاف فرض اولیه که قرار بود فیلم‌های تلویزیونی اکثر مناسبت‌ها را پوشش دهند، این امر به کاملاً محقق نشده است. دلیل آن را می‌توان در تنوع موضوعات، تنوع جغرافیایی، تنوع قومیت‌ها و تنوع گونه‌ها مطرح کرد.

پیشنهادها

نگارنده با جمع بندی و تحلیل یافته‌های پژوهش این‌گونه نتیجه‌گیری کرده است که اگر واقعاً اراده مدیریت کلان سازمان رسیدن به ساخت تله فیلم‌هایی با کیفیت عمده‌تاً مطلوب است، باید سازوکار مدیریتی متخصص، خاص تله فیلم، در نظر گرفته شود که همه بخش‌های گوناگون از

تصمیم‌گیری‌ها و ساخت و پخش، مستقلاً عمل کنند و برنامه ریزی منسجم و گسترده‌ی توسعه نیروی انسانی خاص تله فیلم بر اساس استانداردهای آموزشی ایجاد کند.

جمع‌بندی راهکارها

- ۱- انتخاب تهیه‌کنندگان سالم با دقت بسیار
- ۲- ارزیابی دقیق‌تر فیلم‌ها پیش از تسویه با تهیه‌کننده و میزان تشخیص واقعی هزینه‌ها
- ۳- جداسازی مرحله نگارش از مرحله تولید و حتی الامکان بنای محلی ویژه برای شکل‌گیری فیلمنامه‌ها (تولید و پیشنهاد کار همراه با فیلمنامه کامل)
- ۴- یکی‌کردن کارگردان و تهیه‌کننده در مواقع مطمئن
- ۵- معرفی فیلم‌های برتر و ضعیف هر سال
- ۶- نبستن قرارداد جدید با تهیه‌کننده تا اتمام کار قبلی
- ۷- نبستن قرار داد با تهیه‌کنندگانی که از سایر شبکه‌ها سفارش گرفته‌اند (به‌صورت همزمان)
- ۸- انتخاب ناظر کیفی‌های دقیق از ابتدای کار
- ۹- تلفیق جوان‌ها و حرفه‌ای‌ها در تولیدات ۹۰ دقیقه‌ای
- ۱۰- افزایش درصد دستمزد فیلمنامه‌نویسان از همین بودجه فعلی
- ۱۱- مقابله با دلالتی و واگذار کردن کار به افرادی با عنوان مدیر تولید
- ۱۲- تاکید بر استفاده از بازیگران چهره در حین کنترل دستمزد آنها
- ۱۳- لغو قیمت‌گذاری ثابت و سقف برای تله فیلم (تنوع برآورد ارزان و متوسط و گران)
- ۱۴- کنترل زمان تصویر برداری توسط ناظر کیفی و افزایش به ۲۵-۳۰ جلسه

پی‌نوشت

1. The American made-for-TV-movie
- ۲- فیلم‌های نوع B که از دهه ی ۱۹۳۰ رایج شده است و به فیلم‌های کم‌خرج، با هنر پیشگان گمنام گفته می‌شود. این فیلم‌ها به عنوان فیلم دوم در سینماهایی که دو فیلم با یک بلیط نشان می‌دادند نمایش داده می‌شد.
3. Tele film
4. Thorburn
- ۵- در بین برنامه‌های نمایشی تلویزیونی در نقاط اوج داستان زمان را به آگهی بازرگانی اختصاص داده میشود.

منابع

- قطبی زاده، سعید (۱۳۸۷). «بررسی پدیده تله فیلم در ایران»، فیلم، (۳۸۰)، ۳۸-۵۵
- اداره کل طرح و برنامه و نظارت سیما (۱۳۸۷). بولتن ارزیابی فیلم‌های تلویزیونی سال ۱۳۸۶، تهران: پدید آورنده
- اداره کل طرح و برنامه و نظارت سیما (۱۳۸۷). ارزیابی فنی فیلم‌های تلویزیونی سال ۱۳۸۶، تهران: پدید آورنده
- اداره کل طرح و برنامه و نظارت سیما (۱۳۸۷). موسیقی در فیلم‌های تلویزیونی سال ۱۳۸۶، تهران: پدید آورنده
- بوالی، امیر (۱۳۸۷). فیلم تلویزیونی، تهران: انتشارات یوسف

-Boddy, William (1972). Movies on the tube. Newsweek, (April 10), 87

-Kael, Pauline (1971). Kiss Kiss Bang Bang. New York: Bantam

Books

-Sh'lar, Robert (1982). The fouz, Laverne, Shirley, and the Great American Class Struggle. New York: oxford

-Thorburn, David (1981). TV melodrama. New York: Praeger, 1981

-Thorburn, David (1982). television melodrama. (Horace New comb, 3d). New York: oxford

-Thornton, Jahn (1992). Television suality. New jersey: Rutgers University Press