گفت‌وگو با پدرام کریمی، مجری و نویسنده
درباره وضعیت نگارش فیلم‌نامه‌های امروزی در رسانه ملی

داستان خوب، مخاطب را پای تلویزیون نگه می‌دارد

نیایش احمدی| پدرام کریمی برای مخاطبان تلویزیون نامی آشناست؛ مجری‌ای که سال‌ها مقابل دوربین حضور داشته و در کنار آن، مسیر نویسندگی را هم به‌صورت جدی دنبال کرده است. همین تجربه دوگانه موجب شده نگاه او به تلویزیون، فیلم‌نامه و فرایند تولید، از جنس یک نگاه صرفاً اجرایی یا صرفاً تئوریک نباشد. در این گفت‌وگو، او از نسبت میان اجرا و نویسندگی، وضعیت تولید سریال‌ها، چالش‌های خلاقیت در تلویزیون و آنچه امروز می‌تواند به کیفیت آثار کمک کند، صحبت کرده است؛ روایتی از پشت‌صحنه ایده‌ها تا رسیدن به تصویر.

■چرا «سفارشی‌نویسی» در ایران بار منفی پیدا کرده است؟ آیا همه آثار سفارشی الزاماً ضعیف هستند؟

«سفارشی‌نویسی» ذاتاً مفهوم منفی ندارد و در همه جای دنیا بخش مهمی از تولیدات سینمایی و تلویزیونی بر اساس سفارش شکل می‌گیرد. در ایران گاهی مداخلات سلیقه‌ای و محدودیت‌های متعدد سبب شده این مفهوم بار منفی پیدا کند. اگر سفارش‌دهنده به موضوع اشراف داشته باشد و به نویسنده اعتماد کند، اتفاقاً می‌توان آثار ارزشمند و ماندگاری خلق کرد؛ نمونه‌های موفق جهانی هم نشان می‌دهد سفارشی بودن الزاماً به معنای ضعف اثر نیست، بلکه در صورت آزادی عمل نویسنده می‌تواند به نتیجه‌ای کاملاً خلاقانه منجر شود. در تجربه شخصی خودم هم سعی کرده‌ام صرفاً مجری یک ایده نباشم و هر سفارش را به یک داستان زنده و قابل لمس تبدیل کنم تا مخاطب بتواند با آن ارتباط بگیرد.

■در میان فیلم‌نامه‌ها کدام ژانر بیشترین شانس تولید را دارد؟

طنز همیشه شانس بالاتری برای تولید داشته و به احتمال زیاد همچنان هم خواهد داشت، چون هم مخاطبان بیشتری را جذب می‌کند و هم برای سرمایه‌گذار و تهیه‌کننده ریسک کمتری دارد. با این حال، این به معنای کنار رفتن درام یا آثار اجتماعی نیست. مخاطب امروز بیش از هر چیز به دنبال یک داستان خوب است. اگر یک اثر درام یا اجتماعی به‌درستی نوشته و حرفه‌ای ساخته شود، می‌تواند کاملاً موفق باشد و ارتباط مؤثری با مخاطب برقرار کند. البته تولید آثار اجتماعی معمولاً با حساسیت‌ها، محدودیت‌ها و ریسک‌های بیشتری همراه است و همین موضوع کار را دشوارتر می‌کند. در نهایت، ژانر به‌تنهایی تعیین‌کننده موفقیت نیست. آنچه اهمیت دارد کیفیت فیلم‌نامه، اجرای درست و توانایی اثر در برقراری ارتباط با مخاطب است؛ فارغ از اینکه در چه ژانری ساخته شده باشد.

■مدیران تلویزیون بیشتر به دنبال چه نوع قصه‌هایی هستند؟

قصه‌هایی که هم مخاطب گسترده‌ای را جذب کند و هم با سیاست‌ها و مأموریت‌های رسانه ملی همخوانی داشته باشد. به همین دلیل، آثار خانواده‌محور، اجتماعی با رویکرد امیدبخش، مجموعه‌های تاریخی، دفاع مقدس، امنیتی و روایت زندگی شخصیت‌های تأثیرگذار بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. برای نمونه، سریال‌های خانوادگی با تمرکز بر روابط میان نسل‌ها، مسائل تربیتی و سبک زندگی همواره در اولویت بوده‌اند. در سال‌های اخیر نیز آثار تاریخی و امنیتی به دلیل ظرفیت بالای قصه‌گویی و همسویی با رویکردهای تلویزیون جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده‌اند. با این حال، انتخاب موضوع به‌تنهایی تضمین‌کننده موفقیت نیست. بارها دیده‌ایم اثری با موضوع کاملاً مورد تأیید مدیران به دلیل ضعف فیلم‌نامه موفق نشده و در مقابل، یک داستان ساده اما خوش‌ساخت توانسته مخاطبان زیادی را جذب کند. در نهایت، آنچه اهمیت دارد کیفیت روایت و شخصیت‌پردازی است؛ چون مخاطب پیش از هر چیز با یک داستان خوب ارتباط برقرار می‌کند، نه صرفاً با موضوع آن.

■نوشتن برای تلویزیون چه تفاوتی با شبکه نمایش خانگی دارد؟

تفاوت اصلی نوشتن برای تلویزیون و شبکه نمایش خانگی در مخاطب و چارچوب‌های تولید است. در تلویزیون، مخاطب طیف گسترده‌ای از اعضای خانواده است؛ از کودک تا سالمند و همین موضوع موجب می‌شود در انتخاب سوژه، لحن، دیالوگ‌ها و حتی نوع روایت؛ ملاحظات و محدودیت‌های بیشتری وجود داشته باشد. در شبکه نمایش خانگی اما دست نویسنده تا حدی بازتر است؛ چه در انتخاب موضوع، چه در شخصیت‌پردازی و چه در پرداخت روابط و موقعیت‌ها. در هر دو مدیوم اصل ماجرا یک چیز است: داشتن یک داستان خوب. اگر فیلم‌نامه ساختار محکم، شخصیت‌پردازی باورپذیر و روایت جذاب داشته باشد، در هر قالبی می‌تواند موفق شود؛ به شرطی که نویسنده مخاطب و زبان هر رسانه را به‌درستی بشناسد و متناسب با آن بنویسد.

■چرا بسیاری از سریال‌های تلویزیون شبیه هم شده‌اند؟

یکی از مهم‌ترین دلایل این است که وقتی یک الگو یا فرمول، موفق می‌شود، مدیران و تهیه‌کنندگان برای کاهش ریسک، دوباره به سراغ همان مدل می‌روند. این رویکرد اگرچه از نظر تولید قابل درک است، اما به‌تدریج تنوع و خلاقیت را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، گاهی فرصت کافی برای پرورش ایده‌های تازه و توسعه فیلم‌نامه‌های متفاوت وجود ندارد و همین مسئله سبب می‌شود قالب‌های امتحان‌پس‌داده در اولویت قرار بگیرند. مخاطب امروز تکرار را خیلی زود تشخیص می‌دهد. اگر تلویزیون بخواهد دوباره برای مخاطب، جذاب و غافلگیرکننده باشد، باید بیش از گذشته به ایده‌های تازه، نویسندگان جدید و روایت‌های متفاوت اعتماد کند. آنچه مخاطب را پای تلویزیون نگه می‌دارد، یک داستان خوب و متفاوت است، نه تکرار فرمول‌های موفق گذشته.

■چطور می‌توان بدون عبور از خطوط قرمز، قصه‌ای تازه تعریف کرد؟

تازگی در قصه‌گویی فقط به معنای عبور از خطوط قرمز نیست. گاهی این تصور وجود دارد که وجود محدودیت‌ها اجازه خلق روایت تازه را نمی‌دهد، در حالی که واقعیت برعکس است؛ تازگی بیشتر از زاویه نگاه نویسنده و شیوه روایت او شکل می‌گیرد تا از خود موضوع. می‌توان درباره موضوعات آشنا هم نوشت، اما با شخصیت‌هایی متفاوت، نگاهی تازه یا ساختاری خلاقانه. اگر شخصیت‌ها واقعی و باورپذیر باشند و داستان از دل زندگی مردم بیرون بیاید، حتی یک موضوع تکراری هم می‌تواند برای مخاطب تازگی داشته باشد. محدودیت‌ها اگرچه کار را سخت‌تر می‌کنند، اما الزاماً مانع خلاقیت نیستند. حتی گاهی نویسنده را به سمت پیدا کردن مسیرهای هوشمندانه‌تر برای روایت هدایت می‌کنند. در نهایت، آنچه مخاطب را جذب می‌کند صداقت در روایت و داشتن یک داستان خوب است، نه صرفاً عبور از خطوط قرمز.

■بزرگ‌ترین مانع خلاقیت در آثار، ممیزی است یا محافظه‌کاری؟

محافظه‌کاری مانع بزرگ‌تری برای خلاقیت است. ممیزی در نهایت چارچوب‌های مشخصی دارد و نویسنده می‌تواند با شناخت آن‌ها مسیر روایت خود را تنظیم کند، اما محافظه‌کاری موجب می‌شود بسیاری از ایده‌ها حتی پیش از شکل‌گیری و پرداخت، کنار گذاشته شوند. در چنین شرایطی، اغلب همه عوامل یک پروژه از نویسنده و تهیه‌کننده تا مدیران ترجیح می‌دهند به سراغ مسیرهای آزموده‌شده و کم‌ریسک بروند. نتیجه این رویکرد، تکرار الگوها و شبیه شدن تدریجی آثار به یکدیگر است. اگر نگاه محافظه‌کارانه کمتر شود و اعتماد بیشتری به ایده‌های تازه و نویسندگان وجود داشته باشد، حتی در چارچوب‌های فعلی هم می‌توان آثار متفاوت و خلاقانه تولید کرد. در نهایت، خلاقیت بیش از آنکه قربانی محدودیت‌ها باشد، قربانی ترس از تجربه و ریسک‌پذیری است.

> اگر فیلم‌نامه ساختار محکم، شخصیت‌پردازی باورپذیر و روایت جذاب داشته باشد، در هر قالبی می‌تواند موفق شود؛ به شرطی که نویسنده، مخاطب و زبان هر رسانه را به‌درستی بشناسد و متناسب با آن بنویسد

■مخاطب امروز از تلویزیون چه انتظاراتی دارد؟

مخاطب امروز دیگر فقط با تلویزیون روبه‌رو نیست؛ او به پلتفرم‌ها و آثار داخلی و خارجی دسترسی دارد و مدام در حال مقایسه است. طبیعی است که انتظار داشته باشد تلویزیون هم بتواند او را غافلگیر کند و حرف تازه‌ای برای گفتن داشته باشد. گاهی یک روایت متفاوت، یک شخصیت تازه یا حتی زاویه نگاهی جدید به یک موضوع آشنا هم می‌تواند حس تازگی ایجاد کند. اگر تلویزیون بخواهد مخاطبان خود را حفظ و بخشی از مخاطبان از دست رفته را دوباره همراه کند، ناگزیر است به نوآوری توجه بیشتری داشته باشد. مخاطب امروز به‌خوبی داستان خوب را تشخیص می‌دهد و اگر احساس کند با اثری تکراری روبه‌رو است، به‌راحتی به سراغ گزینه‌های دیگر می‌رود. نوآوری دیگر یک انتخاب نیست، بلکه ضرورتی برای حفظ ارتباط با مخاطب و تداوم اثرگذاری تلویزیون است.

■تلویزیون چقدر فرصت ظهور استعدادهای تازه را فراهم می‌کند؟

استعدادهای تازه همیشه وجود دارند و اتفاقاً نسل جدید به‌دلیل دسترسی گسترده‌تر به آثار سینمایی و سریال‌های روز دنیا، آشنایی با شیوه‌های نوین روایت و استفاده از ابزارهای جدید نویسندگی، امکانات بیشتری نسبت به نسل‌های گذشته دارد. نکته مهم این است که استعداد فقط زمانی شکوفا می‌شود که فرصت دیده شدن و تجربه کردن وجود داشته باشد. اگر به نویسندگان جوان امکان آزمون، تجربه و حتی اشتباه کردن داده نشود، طبیعی است که ورودشان به فضای حرفه‌ای دشوار شود. تلویزیون در مقاطع مختلف چنین فرصت‌هایی را فراهم کرده، اما این روند هنوز به یک برنامه منسجم و مستمر تبدیل نشده است. اگر تلویزیون برای شناسایی، آموزش و حمایت از نویسندگان جوان یک مسیر مشخص و پایدار طراحی کند؛ از کارگاه‌های فیلم‌نامه‌نویسی گرفته تا همکاری آن‌ها در کنار نویسندگان باتجربه در اتاق‌های نویسندگی، هم زمینه کشف استعدادهای تازه فراهم می‌شود و هم نیرویی تازه وارد چرخه تولید خواهد شد. نویسندگی فقط در کلاس درس شکل نمی‌گیرد؛ نویسنده باید فرصت کار کردن، دیده شدن، تجربه کردن و حتی اشتباه کردن داشته باشد. در چنین شرایطی، هم تلویزیون از این نسل جدید بهره‌مند می‌شود و هم آینده فیلم‌نامه‌نویسی تقویت خواهد شد.

■مشکل اصلی سریال‌های تلویزیون فیلم‌نامه است یا اجرا؟

نمی‌توان یک عامل واحد را مقصر اصلی دانست، چون سریال حاصل کار یک گروه و مجموعه‌ای از عوامل مختلف است. اگر فیلم‌نامه ضعیف باشد، حتی بهترین کارگردانی و بازیگری هم نمی‌تواند آن را به‌طور کامل نجات دهد. از طرف دیگر، یک فیلم‌نامه قوی هم اگر در مرحله اجرا، کارگردانی، انتخاب بازیگران یا فرایند تولید به‌درستی حمایت نشود، ممکن است به نتیجه مطلوب نرسد. در برخی موارد هم فیلم‌نامه در جریان تولید قربانی می‌شود؛ عواملی مثل کمبود زمان، محدودیت بودجه، تغییرات حین تولید یا تصمیم‌های اجرایی می‌تواند سبب حذف یا تغییر بخش‌هایی از داستان شود و در نهایت نسخه نهایی با آنچه روی کاغذ نوشته شده متفاوت باشد. بهترین نتیجه زمانی بدست می‌آید که از ابتدا تا پایان پروژه، همه عوامل، فیلم‌نامه را به‌عنوان ستون اصلی اثر در نظر بگیرند و میان نویسنده، کارگردان، تهیه‌کننده و مدیران یک نگاه مشترک وجود داشته باشد. در نهایت، فیلم‌نامه قلب یک سریال است، اما این قلب برای زنده ماندن به یک بدن هماهنگ و سالم نیاز دارد.

■شما سال‌ها مجری تلویزیون هم بوده‌اید. این تجربه اجرا چه تأثیری بر نویسندگی‌تان گذاشته است؟

اجرا برای من فقط حضور جلو دوربین نبود، بلکه فرصتی بود برای شناخت نزدیک‌تر مخاطب. وقتی سال‌ها با مردم در ارتباط باشید، واکنش‌ها، سلیقه‌ها، دغدغه‌ها و حتی شیوه حرف زدنشان را بهتر درک می‌کنید و این شناخت به‌صورت ناخودآگاه وارد نویسندگی هم می‌شود. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای اجرا برای من، درک اهمیت ارتباط مستقیم با مخاطب بود. در اجرا خیلی زود مشخص می‌شود کدام جمله اثر می‌گذارد، کدام لحن باورپذیر است و کجا ارتباط با مخاطب قطع می‌شود. همین تجربه موجب شده هنگام نوشتن دیالوگ‌ها، بیشتر به طبیعی بودن آن‌ها فکر کنم؛ اینکه آیا یک آدم واقعی این جمله را می‌گوید و آیا برای مخاطب قابل باور است یا نه. هر چه تجربه زیسته نویسنده بیشتر باشد، دست او برای خلق شخصیت‌ها و دیالوگ‌ها بازتر می‌شود. همیشه سعی کرده‌ام شخصیت‌هایم شبیه آدم‌های واقعی حرف بزنند، نه صرفاً شخصیت‌هایی که فقط قرار است دیالوگ‌های زیبا بگویند.

■این روزها مشغول نگارش یا تولید چه اثری هستید؟

در حال حاضر یک طرح سینمایی با عنوان «گوش بریده» دارم که تمرکز اصلی‌ام روی توسعه و تکمیل آن است. در کنار آن، یک طرح سریال هم نوشته‌ام که اکنون در مرحله پیگیری‌های اداری و اجرایی توسط تهیه‌کننده قرار دارد. در حوزه اجرا نیز فعلاً در انتظار تغییر نگاه در سطح مدیران میانی هستم. به نظر من، در شرایطی که گاهی برنامه‌سازی بدون توجه کافی به ذائقه و خواست مخاطب انجام می‌شود، طبیعی است برخی تولیدات با اقبال مواجه نشوند و در نهایت به اتلاف منابع منجر شوند. امیدوارم مدیران جوان‌تر رسانه ملی با تجربه‌ای که در این سال‌ها کسب کرده‌اند، بیش از گذشته به این نکته توجه کنند که شناخت مخاطب و توجه به نیاز او، یکی از ارکان اصلی موفقیت در تولیدات رسانه‌ای است.

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۵-۱۴۰۴/۱۰ (نوبت اول)

N.P.G.M

شرکت مدیریت تولید برق نکا در نظر دارد نسبت به خرید ۳۰۰ تن اسید سولفوریک ۹۷ درصد مورد نیاز واحدهای بخار و سیکل ترکیبی نیروگاه شهید سلیمی نکا طبق شرایط ذیل و همچنین شرایط فنی و خصوصی پیوست اسناد مناقصه اقدام نماید . علاقمندان میتوانند اسناد مناقصه را از روز دوشنبه مورخه ۱۴۰۵/۰۴/۲۲ لغایت روز دوشنبه مورخه ۱۴۰۵/۰۴/۲۹ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR با شماره ۲۰۰۵۰۹۳۷۹۱۰۰۰۰۲۵ دریافت نموده و پس از تکمیل اسناد پاکت پیشنهادی را حداکثر تا ساعت ۱۶ روز پنجشنبه مورخه ۱۴۰۵/۰۵/۰۸ ضمن بارگذاری در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) صرفاً پاکت الف را به صورت فیزیکی به اداره تدارکات این شرکت ارسال نمایند.پیشنهادات واصله راس ساعت ۸/۳۰ صبح روز شنبه مورخه ۱۴۰۵/۰۵/۱۰ باتوجه به شرایط مناقصه باز و قرائت خواهد شد. بدیهی است به پیشنهادهای فاقد بارگذاری در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ستاد فاقد امضا، مشروط ، مخدوش و به پیشنهادهایی که بعد از موعد مقرر واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.۱- مدت قرارداد: ۶ ماه از تاریخ مبادله قرارداد می باشد.۲- حضور پیشنهاد دهندگان یا نمایندگان آنان در جلسه گشایش پیشنهادهای مالی کمیسیون مناقصه آزاد می باشد .۳- سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ سپرده شرکت در مناقصه معادل ۵/۲۳۸,۰۰۰,۰۰۰ ریال است که بایستی به یکی از صورتهای مشروحه ذیل همراه با اسناد مناقصه در پاکت الف به دستگاه مناقصه گذار تسلیم گردد:۱- ۳ رسید بانکی واریز وجه مزبور به حساب سیبا ۰۱۰۵۶۹۲۷۱۶۰۰۸ این شرکت نزد بانک ملی۳-۲ ضمانتنامه بانکی به نفع شرکت مدیریت تولید برق نکا با شناسه ملی ۱۰۱۰۱۳۳۶۷۸۷ که می بایست از تاریخ صدور به مدت ۳ ماه دارای اعتبار باشد.۴- به پیشنهادهای فاقد سپرده ، سپرده های مخدوش ، سپرده های کمتر از میزان مقرر ، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.۵- توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی حُسن انجام تعهدات به میزان ۱۰ درصد مبلغ قرارداد پس از عقد قرارداد .۶- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط ، در اسناد مناقصه مندرج است.جهت مشاهده آگهی و خلاصه اسناد به سایت های www.npgm.ir, www.namaniroo.tender.tpph.ir پایگاه ملی مناقصات کشور و سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) مراجعه و برای کسب موارد بازرگانی با شماره تلفن ۰۹۱۱۱۵۲۶۲۰۴ آقای اسدپور و کسب اطلاعات فنی بیشتر با شماره تلفن ۰۹۱۱۳۲۷۷۸۹۹ آقای مهندس عزیزی تماس حاصل فرمایید .

اداره روابط عمومی

۱۴۰۵۰۶۴۶۶

مناقصه عمومی یک مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی (فشرده) انجام امور خدمات کشاورزی، مزارع آموزشی، باغات، گلخانه‌ها و فعالیت‌های وابسته دانشکده کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد (نوبت اول)

دانشگاه فردوسی مشهد

دانشگاه فردوسی مشهد در نظر دارد فراخوان انجام امور خدمات کشاورزی، مزارع آموزشی، باغات، گلخانه‌ها و فعالیت‌های وابسته دانشکده کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد به شماره (سیستمی) ۲۰۰۵۰۹۱۵۷۹۰۰۰۰۱۱ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

مواعد زمانی:

-تاریخ انتشار فراخوان: ۱۴۰۵/۰۴/۲۰ ساعت ۱۲:۰۰

-مهلت دریافت اسناد فراخوان: ۱۴۰۵/۰۴/۲۷ ساعت ۱۲:۰۰

-مهلت ارسال پیشنهادات: ۱۴۰۵/۰۵/۱۱ ساعت ۱۱:۰۰

- زمان بازگشایی پاکت های ارزیابی کیفی: ۱۴۰۵/۰۵/۱۱ ساعت ۱۱:۰۰

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار : مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۴۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال است. تضمین مزبور شامل: الف) ضمانت‌نامه بانکی؛ ب) فیش نقدی ج) چك بین‌بانکی د) چک تضمین‌شده بانکی

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه : اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکتهای الف: مشهد، میدان آزادی، پردیس دانشگاه فردوسی مشهد، سازمان مرکزی (تلفن ۳۸۸۰۲۲۳۶-۰۵۱)

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

مرکز تماس : ۴۱۹۳۴ -۰۲۱

دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش «ثبت نام/ پروفایل تامین کننده/ مناقصه گر» موجود است.

۱۴۰۵۰۶۵۵۵۳