

کارکردهای روایت در رسانه‌های جمعی

غلامرضا یوسفزاده

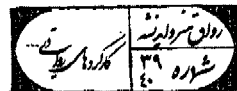
روایت را در تعریفی ساده می‌توان نقل یک داستان دانست. نقل داستان، در هر رسانه و هر قالبی نوعی روایت است. به این سبب فیلم سینمایی، سریال، رمان، داستان کوتاه، حکایت عامیانه، تئاتر و... همه ذیل این تعریف می‌گنجند. گرچه در گذشته نقل قصه، جایگاه ویژه‌ای داشته است ولی اکنون باید اعتراف کنیم که با گسترش رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون و شبکه‌های متعدد آن ما غرق در روایت هستیم.

روایت و جذب مخاطب

روایت‌ها به جهت بهره‌گیری از عناصر داستانی قدرت جذب بالایی دارند. از این رو رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون سعی دارند تا در قالب‌های مختلف برنامه‌ای خود حتی در برنامه‌های کوتاهی چون تیزرهای تبلیغاتی از عناصر داستانی استفاده کنند. در این جا به دو نمونه اشاره می‌شود:

۱. در گزارش‌های خبری، برخی خبرنگاران به جای گزارش مستقیم تلاش می‌کنند آن را به صورت یک روایت القا کنند. به این صورت که خبرنگار، خود، مانند شخصیت اول یک داستان در نقش جست‌وجوگر ظاهر می‌شود و گزارش خود را با یک پرسش (گره داستانی) آغاز می‌کند. سپس کم‌کم با ادامه گزارش به طرف پاسخ پرسش (گره‌گشایی) پیش می‌رود. این نوع گزارش‌ها به ویژه در مستندهای ترکیبی شبکه‌های حرفه‌ای به وفور قابل مشاهده است. خبرنگاران شاخص این شبکه‌ها چون ستارگان سینما ظاهر شده و مسائل مختلف را با حفظ دیدگاه خود انتقال می‌دهند.

۲. گزارش یک مسابقه فوتبال هم در تلویزیون نوعی روایت - و مبتنی بر عناصر داستانی - است. یک گزارشگر حرفه‌ای به خوبی این مطلب را درک کرده و آن را برجسته می‌کند. به این



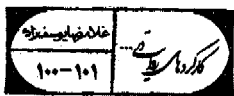
صورت که گزارشگر، خود در نقش راوی داستان، ابتدا موقعیت اولیه بازی را به خوبی ترسیم می‌کند؛ برای نمونه موقعیت هر دو تیم در جدول رده‌بندی را تشریح می‌کند و این که هر دو تیم چه نگاه و انتظاری از این بازی دارند و این که پیروزی و شکست در این بازی چه پیامدهایی برای تیم‌ها، سرمربی‌ها و بازیکنان خواهد داشت و هواداران چه عکس‌العملی نشان خواهند داد. پس بازی را از این جهت مهم و حیثیتی ترسیم می‌کند؛ چرا که به خوبی می‌داند اگر بازی برای مخاطب مهم جلوه نکند و گره داستانی و موقعیت اولیه درست منتقل نشود، مخاطب بازی را دنبال نخواهد کرد. گزارشگر پس از ترسیم موقعیت اولیه، بازیکنان دو تیم را به عنوان دو دسته از شخصیت‌ها که قرار است وارد کشمکش سخت شوند، معرفی می‌کند تا جایی که گاهی به جزئیات خانوادگی آنان هم می‌پردازد؛ چرا که خوب می‌داند به این صورت تماشاگر تعلق خاطر بیشتری به بازیکن (شخصیت داستانی) پیدا خواهد کرد و از این میان چند بازیکن از دو طرف را به عنوان شخصیت‌های اصلی (قهرمان / ضد قهرمان) با دقت بیشتری معرفی می‌کند. گزارشگر تلاش می‌کند تا دقیقه نود با همه حرارت، بازی را در قالب یک کشمکش پرتعلیق ادامه دهد. هنرنمایی گزارشگر در جایی مشخص می‌شود که در پایان بازی معلوم شود به دلیل زنده نبودن بازی از ابتدا نتیجه را می‌دانسته و با زیرکی تمام در طول گزارش وانمود می‌کرده است که نمی‌داند.

روایت و هویت‌سازی

از جمله کارکردهای روایت، هویت‌سازی است. به ویژه این را می‌توان در روایت‌های تاریخی دید؛ چرا که روایت می‌تواند تاریخ یک ملت را به صورت زنده‌های بازسازی کند به این جهت دولت‌ها برای حفظ وحدت و هویت ملی خود در این جهت سرمایه‌گذاری‌های سنگین می‌کنند. امری که صلادوسیمای جمهوری اسلامی به خوبی درک کرده و در این مسیر گام‌های خوبی برداشته است. سریال‌هایی چون *امام علی (ع)*، *تنهاترین سردار* و *ولایت عشق* حافظ بخشی از هویت تاریخ اسلامی ما است. سریال *هوشمندانه بشارت منجی*، نگاه ما را به پیامبری که مورد احترام بخش بزرگی از مخاطبان جهانی است، نشان می‌دهد و *سریال نردبام آسمان* در پی نشان دادن پیشینه ما در دوران نه چندان دوری است که مایه عزت و اعتماد به نفس ملی در گام‌های علمی کنونی است.

روایت و فرهنگ‌سازی

یک روایت از سطوح مختلفی برخوردار است. در سطح اول داستانی است که تماشاگر را سرگرم می‌کند ولی در سطح زیرین، کاملاً ایدئولوژیک عمل کرده و حاصل فرهنگ است. سریال‌هایی چون *آشین*، *بانگوم* و *افسانه جومونگ* از شرق و فیلم‌هایی با درون‌مایه عشق و جنایت از غرب شاهدان خوبی بر این مدعا هستند. این موضوع را در جریان اقتباس هم می‌توان به خوبی درک



کرد؛ برای نمونه می‌توان از اقتباس‌های کارگردانی چون آکیرا کوروساوا که از درام‌های شکسپیر استفاده کرده است، یاد کرد. کوروساوا، نیک می‌داند برای اقتباس از یک درام غربی باید چنان زیرساخت‌های فرهنگی ژاپنی در ساختمان و ساختار داستان وارد شوند که داستان در فضای ژاپنی کاملاً جا گرفته و باورپذیر باشد. درست همین زیرساخت‌های فرهنگی است که موجب می‌شود کشورهای میهمان از چنین فیلم‌ها و سریال‌هایی برای فرهنگ خود احساس خطر کرده و از خود حساسیت نشان دهند. در همین راستا هم صداوسیما جمهوری اسلامی سعی می‌کند هنگام دوبلاژ این فیلم‌ها با تغییر در دیالوگ‌ها و حذف برخی صحنه‌ها از بار فرهنگی ناهمگون این گونه فیلم‌ها بکاهد تا جایی که سریال دوبله‌شدهٔ آشپز در ایران اخلاقی‌تر از نسخهٔ اصلی از کار در آمده و در سریال افسانهٔ جومونگ، مذهب شرک‌آلود شخصیت‌ها به توحید تبدیل می‌شود.

به این سبب باید هوشیار بود، فرهنگی می‌تواند پویا و زنده بماند که بتواند فرهنگ، ایدئولوژی و جهان‌بینی خود را از طریق روایت‌های مختلف و با به کارگیری رسانه‌های جمعی به نسل‌های جدید خود و دیگر ملت‌ها منتقل کند. پس توجه به روایت در چهارچوب ارائهٔ برنامه‌های تلویزیون می‌تواند زمینه‌ای برای اشاعهٔ فرهنگ ایرانی-اسلامی باشد.

ضعف‌های ما

در این جا لازم است به دو نکته اشاره شود:

اول آن که گاهی فیلم و سریال‌های ایرانی چنان از فرهنگ خودی بیگانه‌اند که جامعهٔ مخاطب، از زیرساخت‌های فرهنگی نهفته در آن‌ها احساس خطر کرده، واکنش نشان می‌دهند؛ مانند موج فیلم‌های سینمایی با مضمون عشقی و یا برخی سریال‌های طنز تلویزیون.

دوم آن که ما در ساخت فیلم‌های سینمایی و انیمیشن‌های تلویزیونی برای مخاطب کودک، دچار ضعف مفرط هستیم. متأسفانه سینمای کودک ما پس از تکاپوی خوبی که در گذشته داشت، اکنون کاملاً بی‌رمق شده است و در تلویزیون هم با وجود تلاش‌هایی که صورت گرفته ما مصرف‌کنندهٔ کارتون‌ها غربی و شرقی هستیم. این امر از آن جهت مهم است که کودکان بیش از دیگر گروه‌های سنی از فیلم‌ها و انیمیشن‌ها تأثیر می‌پذیرند؛ چرا که جهان خیالی ترسیم‌شده در این روایت‌ها را، چون جهان واقعی می‌پذیرند و مرز بین خیال و واقعیت را به درستی تشخیص نمی‌دهند.

