



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

پژوهش  
تحریری  
معاونت ساسی  
صدا و سیما

## خلاقیت در خبر (۱۴)

### خلاقیت در برنامه های گفت و گو محور

فرآورده های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش های زیر قابل دسترس است:

– وب سایت خبرگزاری صداوسیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

– گروه تلگرام پژوهش خبری صداوسیما <https://telegram.me/pajooreshkhabar>

– گروه رسانه

## مقدمه

برنامه‌های گفت و گو محور<sup>۱</sup> تلویزیونی با انواع مختلف خود، از جمله ژانرهای مرسوم و پرطرفدار تلویزیونی هستند که ضمن آنکه از اصولی کلی برخوردارند، همچنین تفاوت‌هایی در کیفیت و نوع پرداخت، قواعد و نیز محتوا به تناسب نظام رسانه‌ای که متعلق به آن هستند، دارند. بدیهی است که هر کدام از رسانه‌های جمعی جهت ارتباط با مخاطبان و انتقال پیام از قالب‌ها و اشکال مختلف ارتباطی بهره می‌برند. اما رسانه تلویزیون با توجه به قابلیت‌های فناورانه خود، در بین سایر رسانه‌ها از امکانات و انعطاف بیشتری برخوردار است. برنامه گفت‌وگو محور از جمله مرسوم‌ترین و پرمخاطب‌ترین این قالب‌هاست که تلویزیون به عنوان رسانه‌ای پر قدرت و تأثیرگذار همواره از این ساختار بهره گرفته است. این نوع ژانر تلویزیونی، عرصه‌ای عمده برای بحث و ارائه دیدگاه‌های عموم مردم در مورد دامنه‌ای از مسائل، از معماهای فردی و شخصی و روابط خانوادگی گرفته تا گستره وسیع‌تری از مشکلات و دل‌مشغولی‌های اجتماعی را دربرمی‌گیرد از این روست که می‌توان این نوع برنامه را از جمله برنامه‌های پرتولید و پربیننده تلویزیون به شمار آورد. چه اینکه علاوه بر جذابیت‌های معمّاگونه زندگی افراد مشهور، این برنامه‌ها از طریق اخبار و نیز گفت و شنود با صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران حرفه‌ها و سمت‌ها و مسئولیت‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، در کمترین زمان و با آسانترین شیوه دسترسی، اطلاعات را به مخاطب منتقل می‌سازد.<sup>۲</sup>

## برنامه گفت و گو محور

از منظر ارتباطات، گفت و گو نمایانگر شکلی از مباحثه و سخن گفتن است که بر گوش فرادادن و پرس و جو با هدف پرورش و افزایش احترام و فهم متقابل تأکید می‌کند. گفت‌وگو به ارتباط‌گران اجازه می‌دهد که از شیوه‌های مختلف تفسیر و معنادهی افراد به تجارب یکسان، آگاه شوند. گفت‌وگو به عنوان یک فرایند پویا و تبادل با تمرکز خاص بر کیفیت روابط میان شرکت کنندگان، در نظر گرفته می‌شود. گفت‌وگو در بسترها و قالب‌های مختلفی رخ می‌دهد. یکی از این قالب‌ها و بسترها، برنامه‌های گفت‌وگو محور تلویزیونی است. برنامه‌های گفت‌وگو محور یکی از ابتکارات پخش برنامه در قرن بیستم است که شکل باسابقه و دیرینه‌ای از ارتباطات و مکالمه و گفت‌وگو را در بردارد که آن را به شکلی کم هزینه اما بسیار محبوب و دوست داشتنی از اطلاعات و سرگرمی به واسطه نهادها، رویه‌ها و فناوری‌های تلویزیون تبدیل کرده است.

فرهنگ لغات مطالعات رسانه‌ای دو تعریف عمده از برنامه گفت‌وگو محور ارائه کرده است: ۱. یک برنامه رادیو یا تلویزیونی که در آن مردم معمولی در مورد ابعاد زندگی‌شان یا مسائل اجتماعی اخیر بحث و گفت‌وگو می‌کنند و ۲. یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی که اساساً از مصاحبه‌هایی با میهمانان و به طور خاص مردم مشهور تشکیل شده است. هر چند که خصیصه برجسته برنامه‌های گفت‌وگو محور تلویزیونی را می‌توان غالباً دعوت از افراد مشهور دانست که در مورد کار و زندگی شخصی‌شان به علاوه آخرین فیلم‌ها، نمایش‌های تلویزیونی، ضبط موسیقی یا سایر پروژه‌هایی که تمایل به ترویج

<sup>۱</sup> - Talk show- البته لازم به ذکر است برنامه گفت و گو محور ترجمه دقیق برای عبارت تاک شو نیست و این معادل در این نوشتار با تسامح استفاده می‌شود.

<sup>۲</sup> - محمد شهبان- زیبایی‌شناسی عناصر بصری در برنامه‌های خبری و گفت و گو محور تلویزیونی، مرکز تحقیقات صدا و سیما- ۱۳۹۰- ص ۷

و توسعه آن در میان عموم مردم دارند، به گفت‌وگو و صحبت می‌پردازند. اما به طور کلی در برنامه‌های گفت‌وگو محور، بحث در مورد هر موضوعی که باشد ادعا این است که صدای شرکت کنندگان عوام در این نوع از برنامه‌ها بر صدای متخصصین و کارشناسان اولویت داشته و به طور خاص‌تر اینکه گفتمان اصلی برنامه‌های گفت‌وگو محور روایت‌سازی تجربه مردم عادی و غیرحرفه‌ای است.<sup>۱</sup> گفت‌وگوهای تلویزیونی نوعی گفت‌وگوی رسانه‌ای هستند که در برابر عموم و برای عموم پخش می‌شوند. از این رو نقش بسیار مهمی در زندگی روزمره مردم، رویدادها و مسائل عمومی جامعه و به معنای کلی‌تر، گفتمان یا گفتمان‌های عمومی جامعه دارند.

گفت‌وگوهای تلویزیونی در برجسته‌سازی موضوعات و مسائل اجتماعی و بررسی و اصلاح آنها با هدف خیر همگانی ظرفیت بسیار بالایی دارند. این برنامه‌ها می‌توانند امکان بازنمایی و خودبازنمایی گروه‌ها و دیدگاه‌های مختلف اجتماعی را فراهم کنند و تعامل اجتماعی- فرهنگی، تبادلات گفتمانی و درک عمومی را در جامعه تقویت و گسترده‌تر کنند. گفت‌وگوهای تلویزیونی همچنین می‌توانند در شکل‌دهی به بحث‌های عمومی عقلانی و انتقادی، ترویج و تقویت مردم‌سالاری، ایجاد فضای برابر برای انسان‌های معمولی، متخصصان، صاحبان فکر و اندیشمندان، جناح‌ها و احزاب سیاسی قانونی، انحصارزدایی از جریان پیام و فراهم کردن امکان دسترسی عمومی به ابزار بازنمایی بسیار موثر باشند و در عین حال به عنوان برنامه‌ای سرگرم‌کننده، آموزشی، تربیتی، ارشادی، مشاوره‌ای و آگاهی‌دهنده به مخاطبان، مفید و موثر واقع شوند، البته بدیهی است که بهره‌برداری بهینه از این ژانر در هر سازمان رسانه‌ای یا شبکه تلویزیونی، نیازمند شناخت جامع و دقیق آن، استفاده راهبردی و هدفمند از ظرفیت‌های آن و رفع مشکلات و چالش‌های احتمالی موجود است.

### مزیت‌های مختلف برنامه گفت‌وگو محور



با توجه به ویژگی‌ها و مزیت‌های مختلف برنامه‌های گفت‌وگو محور که به برخی از آنها اشاره شد، شبکه‌های تلویزیونی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران نیز، همانند اغلب شبکه‌های تلویزیونی خبری جهان به میزان و شکل‌های مختلف از این ژانر استفاده می‌کنند.

از آنجا که برنامه‌های گفت‌وگو محور از بافت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشورمان تاثیر می‌پذیرد، با نمونه‌های این ژانر در شبکه‌های خارجی تفاوت‌هایی دارند. نکته مهم این است که با توجه به اهمیت برنامه‌های گفت‌وگو محور در خبر

<sup>۱</sup> - مهدی منتظر قائم و حسین مهربانی فر- برنامه‌های گفت‌وگو محور تلویزیونی و چگونگی آن در دو نظام رسانه‌ای آمریکا و ایران واکاوی اقتضانات، ضرورت‌ها و بایسته‌ها- مجله رسانه- سال بیست و ششم - شماره ۳- پاییز ۹۴

تلویزیونی و ضرورت بهره‌برداری صحیح از ژانرهای مختلف در فضای رقابتی فعالیت رسانه‌ای امروز، ضروری است وضعیت استفاده از این ژانر در تلویزیون ایران به همراه ظرفیت‌ها و چالش‌های فراروی بهره‌برداری از آن شناسایی شود تا بتوان سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، مدیریت و تولید گفت‌وگوهای تلویزیونی را در بخش‌های خبری ارتقا بخشید و به نحو مطلوبی از ظرفیت‌های این ژانر استفاده کرد و بر چالش‌های موجود فائق آمد.<sup>۱</sup>

## کارکردهای ژانر گفت و گو محور

فراهم کردن فضاها و فرصت‌های گفت‌وگو و طرح دیدگاه‌های مختلف در شرایطی دموکراتیک، شمول‌گرا و خلاقانه از الزامات ایجاد و حفظ جامعه‌ای پویا و حرکت در مسیر تکاملی آن است. گفت‌وگو ظرفیت و فرایندی است که از طریق آن می‌توان به طرح دیدگاهها، اعتقادات و احساسات، شناخت همدیگر، ارزیابی خود و دیگران، ایجاد، حفظ و تقویت رابطه، افزایش همدلی، ارتباط و پیوند تفاوت‌ها، افزایش اطلاعات و آگاهی، شناخت و حل مشکلات و مسائل، همفکری، تبادل افکار و پیشنهادها برای اقدامات مطلوب، سهیم شدن در تجارب دیگران، توسعه سازمانی، حل اختلافات مختلف، کاهش رف و پیشداوری‌ها، افزایش مهارت‌ها، ایجاد یک جمع، تقویت همبستگی اجتماعی، تقویت روابط میان مردم و حاکمیت، یادگیری و ... نایل آمد. در این بین، رسانه‌ها در سطح کلان و به ویژه رادیو و تلویزیون در دهه‌های اخیر، انواع گفت‌وگو و مباحثات عمومی را به شکل قابل توجهی گسترش داده‌اند که بی‌شک برجسته‌ترین و مهم‌ترین ژانر تلویزیونی در این زمینه، ژانر گفت‌وگوی تلویزیونی<sup>۲</sup> است.

### کارکردهای ژانر گفت و گوی خبری



<sup>۱</sup> - مهدی منتظر قائم و سیدحسن آذری- "ظرفیت‌ها و چالش‌های ژانر گفتگوی تلویزیونی در سازمان صدا و سیما- فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی- شماره ۸۸- زمستان ۹۵

<sup>۲</sup> - television talk

## ویژگی‌ها و قالب‌های خلاقیت در برنامه گفت و گو محور<sup>۱</sup>

هر چند گفت و گوی تلویزیونی دارای انواع مختلفی است اما با نگاهی به دیدگاه‌های صاحب‌نظران این حوزه (به طور مثال نیوکام ۲۰۰۴، لوینگسون و لانت ۱۹۹۴، بونر ۲۰۰۳، لائریچ ۲۰۱۰، تولسون ۲۰۰۱، تولسون ۲۰۰۶، هاجبی ۲۰۰۶، هس لوتیچ ۲۰۰۷ و الی ۲۰۰۱) می‌توان برای آن اصول مشترکی را برشمرد که برخی از آنها عبارتند از:

کنش گفت‌وگویی پرسش و پاسخ	انعطاف پذیری
توزیع نقش‌ها و موقعیت‌های میزبان، میهمان و مخاطب	خودانگیزی و نانوشته بودن گفت‌وگو در عین ساختارمندی و هدفمندی آن
متوازن نبودن قدرت میان مشارکت‌کنندگان در گفت‌وگو	تعاملی بودن اغلب آنها
گفت‌وگو برای شخص سوم	دوستانه بودن و سازگاری با مخاطب
تصور و احساس زنده بودن گفت‌وگو	اجرای نقش و شبه واقعیت بودن گفت‌وگوها
محصول بودن	حضور میهمانان مختلف و ...

دانشنامه تلویزیون (۲۰۰۴)، قالب‌های گفت‌وگویی تلویزیونی را شامل موارد زیر می‌داند: گفت‌وگویی تلویزیونی سخت خبر مبتنی بر منفعت عمومی یا موضوعات عمومی با حضور متخصص یا متخصصان<sup>۲</sup>، شکل میزگردی و خبری<sup>۳</sup>، قالب مجله-ای برای موضوعی واحد<sup>۴</sup>، قالب مجله‌ای درباره موضوعات چندگانه<sup>۵</sup> و مصاحبه تک به تک میزبان با میهمان<sup>۶</sup>، گفت‌وگوهای تلویزیونی نرم خبر مبتنی بر منفعت عمومی که ترکیبی از سرگرمی، خبر و موضوعات عمومی هستند<sup>۷</sup>، گفت‌وگوهای تلویزیونی سرگرم‌کننده (با حضور افراد مشهور و مکالمه‌ای غیررسمی و صمیمانه). همچنین تیمبرگ<sup>۸</sup> با مطالعه تاریخی گفت‌وگوهای تلویزیونی امریکایی، سه زیر ژانر یا گونه فرعی گفت‌وگویی تلویزیونی را از هم تفکیک می‌کند و معتقد است که این گونه‌های فرعی بر بسیاری از قالب‌های گفت‌وگو در شبکه‌های تلویزیونی امریکایی تاثیرگذار بوده‌اند: گفت‌وگویی تلویزیونی سرگرم‌کننده آخر شب<sup>۹</sup>، گفت‌وگویی تلویزیونی روزانه با مشارکت مخاطب<sup>۱۰</sup> و گفت‌وگویی تلویزیونی صبحگاهی با قالب مجله‌ای.

<sup>۱</sup> - مهدی منتظر قائم و سیدحسن آذری - "ظرفیت‌ها و چالش‌های ژانر گفتگوی تلویزیونی در سازمان صدا و سیما- فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی - شماره ۸۸- زمستان ۹۵

<sup>۲</sup> - general-interest hard-news or public-affairs show

<sup>۳</sup> - panel and news figure

<sup>۴</sup> - magazine format for a single topic

<sup>۵</sup> - magazine format that deals with multiple topics

<sup>۶</sup> - one-on-one host-guest interview

<sup>۷</sup> - general-interest soft-news talk show that mixes entertainment, news, and public affairs

<sup>۸</sup> - Timberg

<sup>۹</sup> - در این نوع گفت و گوها به طور معمول رابطه صمیمی و شوخ طبعانه ای میان میزبان و میهمانان رایج است و اغلب میزبان ها خواننده یا کمدین هستند.

<sup>۱۰</sup> - در این نوع گفت و گوی تلویزیونی، مخاطبان استودیویی، مشارکت کاملی در برنامه دارند و به گفت و گوی مستقیم با میهمانان متخصص یا افراد مشهور می پردازند.



یکی از شاخص ترین گفت وگوهای تلویزیونی، گفت وگوی تلویزیونی عامه پسند است که عده ای آن را گفت وگوی تلویزیونی خوداقراری نیز می نامند. مولیون (۲۰۱۳) براساس دیدگاه شاتک برای این نوع از گفت وگوهای تلویزیونی پنج ویژگی اصلی ذکر می کند:

### پنج ویژگی اصلی گفت وگوهای عامه پسند



بر مبنای دسته بندی های یاد شده و در نگاهی عام، گفت وگوهای تلویزیونی را می توان به انواع زیر دسته بندی کرد:



گفت وگو با مشارکت مخاطبان به صورت های مختلف شامل:

- (۱) بحث های مخاطبان مشارکت کننده در گفت وگو با یکدیگر و یا با میهمان متخصص یا مشهور
- (۲) مواجهه میان دوستان و اعضای خانواده، همراه با توضیحات میهمان متخصص

۳) گفت‌وگوهای سیاسی با حضور سیاستمداران و افراد عادی جامعه

گفت‌وگوی تلویزیونی عامه پسند با ویژگیهای بحث درباره مسائل و آسیب‌های اجتماعی، کانونی بودن مشارکت فعال مخاطب، شأن و جایگاه اخلاقی و اطلاعات پررنگ میزبان، با مخاطبان هدف اغلب زن، با زمان یک ساعته و تولید موسسات رسانه ای بیرون از شبکه‌های تلویزیونی (تولید برون رسانه ای)

## اجزا و عناصر برنامه گفت و گو محور<sup>۱</sup>

اجزا و عناصر اصلی برنامه های گفت‌وگو محور عبارتند از:



میزبانان گفت‌وگوی تلویزیونی ممکن است با سبک‌های متعددی همچون خبرنگاری، کمیک، تهاجمی و چالشی گفت‌وگو را هدایت کنند.



در سبک خبرنگاری میزبان براساس اصول حرفه‌ای و اخلاقی خبرنگاری، همانند میانجی منصف و بی‌طرف عمل می‌کند. در سبک کمیک آنچه نمود بیشتری دارد شوخی‌های زبانی و بداهه پردازی‌های میزبان است که در ارتباط با میهمان، مخاطبان و بینندگان صورت می‌گیرد. در سبک چالشی نیز میزبان با میهمان برنامه به صورت جدی وارد چالش می‌شود و سعی می‌کند پاسخ‌های دقیق‌تر و کامل‌تری از او بگیرد. استفاده از هر کدام از این سبک‌ها در گفت‌وگوهای تلویزیونی مختلف، جایگاه و نقش متفاوتی داشته و با قالب‌ها، موضوعات و میهمانان برنامه منطبق است. در نگاه کلی سبک خبرنگاری بر دو سبک دیگر برتری دارد اما این امر لزوماً به معنای نفی دو سبک دیگر نیست.

میهمانان گفت‌وگوهای تلویزیونی را می‌توان به چهار دسته اصلی متخصصان، مسئولان، افراد مشهور و افراد معمولی دسته‌بندی کرد.

<sup>۱</sup> - مهدی منتظر قائم و سیدحسن آذری - "ظرفیت‌ها و چالش‌های ژانر گفتگوی تلویزیونی در سازمان صدا و سیما- فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی - شماره



دعوت هر کدام از چهار دسته یاد شده مبتنی بر متغیرهای مختلفی همچون قالب، موضوع و رویکرد گفت‌وگو است و هر کدام از این میهمانان دارای ویژگی‌هایی هستند. برای نمونه میهمانان معمولی به شیوه‌ای دراماتیک در گفت‌وگو شرکت می‌کنند. گفت‌وگو با افراد عادی جامعه که تجارب متمایزی دارند اغلب با بروز احساسات و عواطفی همراه است که از سوی میزبان برای افزایش جذابیت گفت‌وگو مورد استقبال قرار می‌گیرد هر چند کنترل این دسته از میهمانان به دلیل ناآشنایی با قواعد و چارچوب‌های رسانه‌ای ممکن است همراه با دشواری باشد اما حضور این قبیل افراد به دلیل داستان-های متنوع و جذاب آنها اغلب منجر به مخاطب پسندی بالایی می‌شود.

مخاطب عنصر دیگری است که ممکن است به شکل استودیویی یا غیراستودیویی در گفت‌وگو مشارکت داشته و به شکل‌های متفاوت به اعلام نظر و عکس‌العمل خود بپردازد. مخاطبان استودیویی ممکن است به صورت مستمر و با معرفی خود در جریان گفت‌وگو مشارکت داشته باشند و یا به صورت گهگاه و تنها برای پاسخ دادن به پرسش خاصی اعلام نظر کنند. همچنین مخاطبان استودیویی ممکن است به عنوان کنشگری فعال به طرح سوالات جدی پرداخته و یا نظر کاملاً مخالف با نظرات میهمانان اصلی، میزبان و جریان و هدف گفت‌وگو طرح نمایند. در مجموع می‌توان حضور مخاطبان استودیویی را در طیفی از حضور منفعل تا مشارکت فعالانه در گفت‌وگو از همدیگر متمایز کرد.

موضوع گفت‌وگو چهارمین عنصر پایه‌ای گفتگوهای تلویزیونی است که بسیار متنوع هستند و از متغیرهای مختلفی چون نظام سیاسی و رسانه‌ای یک کشور، مالکیت رسانه، شبکه تلویزیونی و مأموریت آن، دیدگاهها، گرایش‌ها و سلايق مدیران، تهیه کنندگان و سردبیران، زمان پخش گفت‌وگو، مخاطبان هدف، مسائل و رویدادهای شاخص جامعه و جهان، حدود آزادی بیان در یک کشور، فرهنگ رسانه‌ای و برنامه‌سازی غالب در یک کشور و جز آن تاثیر می‌پذیرند. به دلیل متغیرهای یاد شده است که موضوعات گفت‌وگوهای تلویزیونی در جوامع مختلف همراه با تفاوت‌هایی است. اهمیت موضوع در یک گفت‌وگوی تلویزیونی تا حدی است که بر انتخاب میزبان، نوع میهمان و میزان و سطح مشارکت مخاطبان در برنامه تاثیر بنیادی دارد. موضوع‌های انتخاب شده برای یک گفت‌وگوی تلویزیونی، همچنین بر تعداد قسمت‌ها، مدت زمان برنامه، زمان پخش، نوع شبکه، هزینه‌های تولید، میزان احتمالی جذب مخاطب، پژوهش، برنامه‌ریزی پیش از تولید، نقش‌های میهمانان در گفت‌وگو، سبک گفت‌وگو، رویکرد برنامه و مانند آن اثر بسیار زیادی خواهد داشت.



## ظرفیت های برنامه گفت و گو محور خلاق<sup>۱</sup>

• هزینه کمتر تولید گفت و گوهای تلویزیونی در مقایسه با تولیدات دیگر
• مکان بحث درباره مسائل و موضوعات روز جامعه و دغدغه های روزمره مردم
• زنده بودن بخش قابل توجهی از این برنامه ها، دلالت بر واقعیت داشتن، ممیزی کمتر و جالب بودن اتفاقات گفتگوهای زنده
• مطلوب بودن ساختار برای بعضی از موضوعات مانند طرح موضوعات ارشادی، تربیتی و اعتقادی و ظرفیت بالای گفت و گو تلویزیونی برای آموزش موضوعات مختلف
• ساختار مطلوب برای بعضی از شبکه ها و بعضی از مخاطبان هدف
• ظرفیت تعامل مناسب و آسان با مخاطب
• دارای میهمانی از متن جامعه و در مشاغل و طبقات اجتماعی مختلف
• داشتن قابلیت پخش طولانی مدت و مستمر

## برخی چالش های برنامه گفت و گو محور در رسانه<sup>۲</sup>

- شناخته شدن برنامه های گفت و گو محور به عنوان آسان ترین راه برای تولید برنامه درباره هر موضوع: در تلویزیون ما این باور غلط وجود دارد که وقتی اتفاقی در جامعه می افتد سهل الوصول ترین راه برای پوشش آن، برنامه ای گفت و گو محور است. در حالی که در دنیا درباره یک برنامه گفت و گو محور ماه ها تحقیق می کنند. مثلاً برای تهیه برنامه ماه غسل (۳۰ قسمت) ۶ ماه تحقیق می شود و به همین دلیل است که برنامه موفق می شود. بنابراین نباید برنامه های گفت و گو محور را برنامه ای دم دستی و آسان تصور کنیم که صرفاً نیازمند یک مجری، دکور و میهمان است. در حالی که برای این دسته از برنامه ها نیز مانند دیگر ساختارهای برنامه سازی تمهیداتی لازم است که تامین آنها باید لحاظ شود.
- فراهم کردن امکان هر چه بیشتر و صادقانه تر تعامل با مخاطب و متنوع سازی انواع شکل های گفت و گو محور از کلیدهای کامیابی در محیط رسانه ای پیش روست.
- خودسانسوری برخی از مدیران و تهیه کنندگان و لزوم افزایش آستانه تحمل و سطح ریسک پذیری مدیران و اعتماد آنها به عوامل تولید گفت و گوهای تلویزیونی
- تعداد زیاد برنامه های گفت و گو محور و اولویت یافتن کمیت بر ارتقای کیفیت، تقلید و شباهت گفت و گوهای تلویزیونی به همدیگر، تکرارزدگی، روزمره گی و کمبود نوآوری در تولید گفت و گوهای تلویزیونی بسیار رایج شده است.
- کمبود امکانات و نیروی انسانی متخصص، کمبود استودیو و فضای مناسب، ضعف در طراحی و اجرای دکورها از جمله کمبودهای موجود در این زمینه است.
- واگذاری تولید بعضی از گفت و گوهای خبری به تهیه کنندگان و مجریان غیرمتخصص

۱ - همان

۲ - همان

- ✚ تهیه‌کنندگی مجریان؛ اکثر مجریان خودشان تهیه‌کننده می‌شوند. مجری بعد از حضور در یک برنامه برند می‌شود و می‌گوید اگر خودم تهیه‌کننده باشم، اجرا می‌کنم و گرنه نمی‌آیم!
- ✚ پایین بودن قدرت تهیه‌کنندگان در انتخاب تیم کاری خود
- ✚ تولید اکثر گفت‌وگوهای تلویزیونی در مدت زمان اندک و نبود برنامه‌ریزی قبلی

## راهکارهای خلاقانه برای برنامه گفت‌وگو محور در رسانه<sup>۱</sup>

اصول و هنجارهایی که می‌تواند مبنای عمل در برنامه‌های گفت‌وگو محور تلویزیونی قرار گیرد عبارتند از:

- شیوایی بیان، فصاحت و بلاغت: به طور خاص هر چند که از اصول کلی برنامه‌های گفت‌وگو محور، بهره‌گیری از افراد مشهور و معروف و محبوب است اما می‌بایست شیوایی بیان و فصاحت گفتار نیز در گزینش ایشان لحاظ شود. چه اینکه این امر به نوبه خود موجبات افزایش هر چه بیشتر جذابیت برنامه را فراهم می‌کند. این مهم خاصه در مورد مجریان و به عبارتی میزبانان برنامه‌های گفت‌وگو محور اهمیت فوق‌العاده‌ای می‌یابد.
- مخاطب شناسی دقیق در گفت‌وگو و تنظیم محتوای گفت‌وگو متناسب با نیازهای اطلاعاتی، زمینه‌های ذهنی و هنجارهای مرسوم مخاطبان: شناخت جامع و دقیق از فرهنگ مخاطبین که با رصد دقیق میدانی به دست آمده باشد، می‌تواند نقشی جدی در تنظیم و تدوین صحیح و مناسب برنامه‌های گفت‌وگو محور داشته باشد. این رصد می‌تواند پژوهش در زمینه مسائل جدی و روز جامعه را که مبتلا به عموم مردم جامعه است، در برگیرد. طبیعی است که برنامه گفت‌وگو محوری که با ملاحظه این مهم تدوین شود، در جذب مخاطب موفقیت بیشتری حاصل خواهد کرد.
- صمیمیت و همدلی در گفت‌وگو: در برنامه گفت‌وگو محور باید فضایی صمیمی و همدلانه حاکم باشد به گونه‌ای که میهمانان به راحتی به بحث و گفت‌وگو و تبادل نظرات خود بپردازند و همچنین مخاطبین بتوانند به سهولت در مباحث مشارکت کرده و از بیان نقد و نظر و دل‌مشغولی‌های خود هراس نداشته باشند.
- صداقت، صراحت و منطبق با واقع بودن سخنان: صادق بودن میزبان و میهمان برنامه‌های گفت‌وگو محور با یکدیگر و مخاطبین، پرهیز از بیان‌های اغراق‌آمیز و خلاف واقع جهت جذاب کردن بیشتر برنامه.
- هر دو طرف باید در گفتگو به یک اندازه وقت داشته باشند و هیچ کدام از طرف‌های گفت‌وگو چه میزبان و چه میهمان نباید موضع بالایی در گفت‌وگو داشته باشند و تبعیض میان میهمانان در گفت‌وگو به هیچ وجه شایسته نیست.
- تلاش در جهت مفاهیم حداکثری در گفت‌وگو: ارائه مباحث در برنامه‌های گفت‌وگو محور که مخاطب آن عموم مردم جامعه هستند، باید به گونه‌ای روان، همه فهم و قابل درک از سوی مخاطبین ارائه شود. میزبان و میهمان می‌بایست از ذکر عبارتهای پیچیده که فهم کلام را دشوار می‌سازد، پرهیز کنند و چنانچه نیاز به کاربرد چنین عبارتهایی بود، توضیحات تکمیلی روشنی در مورد آنها ارائه شود. همچنین باید مشارکت مخاطبان در بحث به طور فعالی اخذ شده و از ایشان بازخورهای مناسب گرفته شود.
- جذابیت گفت‌وگو از نظر فرم و محتوا: در گفت‌وگو نه تنها باید به کیفیت بالای فرم و شکل بیان و طرح بحث توجه کرد، بلکه می‌بایست محتوای آن به گونه‌ای تنظیم شود که هرچند مفید و سازنده اما از جذابیت‌های لازم جهت پرکردن خلأهای اطلاعاتی مخاطبان برخوردار باشد.
- محتوااربودن معرفتی گفت‌وگو و تعمیق اندیشه: محتوای گفت‌وگو می‌بایست، سطح درک، افق فکری و اندیشه او را ارتقا بخشد. به‌طور خاص در تاک‌شوها که میهمانان به بیان تجارب زندگی روزمره خود و یا تحلیل و تفسیر اخبار رویدادها و یا مسائل جامعه می‌پردازند و میزبانان به هدایت و گرم کردن بحث و افزایش مشارکت در آن مشغول‌اند،

<sup>۱</sup> - مهدی منتظر قائم و حسین مهربانی فر - "برنامه‌های گفت‌وگو محور تلویزیونی و چگونگی آن در دو نظام رسانه ای آمریکا و ایران واکاوی اقتضانات، ضرورت‌ها و بایسته‌ها" - مجله رسانه - سال بیست و ششم - شماره ۳- پاییز ۹۴

محتوا می‌بایست طوری ارائه شود که برای مخاطب عبرت‌آموز و حاوی درس‌های سازنده و حتی کاربردی باشد. از این رو می‌بایست از پرداختن به مسائل حاشیه‌ای و بی‌فایده پرهیز شود.

