

شاید در نگاه اول ساختن يك مسابقه در دوزانر رئالیتی و گیم شو کار آسانی به نظر بیاید
در صورتی در دل ماجرا سختی‌های فراوانی
در انتظار سازندگان برنامه‌های تلویزیونی است



گونه‌های جدید برنامه‌سازی در تلویزیون چه تحولی در اجرای مسابقات تلویزیونی ایجاد کرده‌اند؟

مسابقه و زندگی

امروزه کارگردان‌ها برای ساختن برنامه‌های سرگرم‌کننده تلویزیونی با ژانرهای مختلفی روبه‌رو هستند. شاید قدیم‌ترها تنها سرگرم کردن مخاطب برای يك برنامه کفایت می‌کرد، اما امروز مخاطب تلویزیون چیزی فراتر از سرگرم شدن از این برنامه‌ها مطالبه می‌کند. رئالیتی‌شو‌ها و گیم‌شو‌ها هم به خاطر همین نیاز مخاطب کم‌کم رشد کردند و حالا بود و نبودشان قدرت و کیفیت برنامه‌سازی شبکه‌ها را تحت‌الشعاع قرار داده است. البته ساخت این مسابقه‌ها به آسانی مسابقه‌های قبلی نبود و کارگردانان با چالش‌های زیادی روبه‌رو شدند. ساعات طولانی کار، استرس زیاد، اتفاقات غیرمنتظره در حین تولید، تغییرات آنی در درام مستند مسابقه، بروز احساسات شدید شرکت‌کنندگان و سرعت سریع تولید، همه و همه باعث سخت‌تر شدن ساخت این قالب از برنامه‌سازی تلویزیونی شد. به همین خاطر هم برنامه‌هایی که توانستند از پس این چالش‌ها خوب بر بیایند بیشتر دیده شده و طبیعتاً در نگاه مخاطب محبوب‌تر شدند.

الهام فیروزبخت
خبرنگار



و هر چیزی که می‌تواند را با خود از فروشگاه خارج کند. شاید بتوان گفت همین قسمت اهدای جایزه به برنده اندازه خود مسابقه هیجان و جذابیت دارد.

آیا تو آن مسابقه محبوب هستی؟

در بین گونه‌های مختلف ممکن است يك جایی دو نوع رئالیتی و گیم‌شو با هم ترکیب شود و نمونه داخلی موفقش مسابقه خانه ماست. مستند مسابقه‌ای که با قرار دادن شرکت‌کننده‌ها در موقعیت‌های واقعی زندگی و قرار دادن بودجه‌ای محدود برای آنها سبک زندگی‌شان را به چالش کشیده است و انصافاً خیلی خوب توانسته از پس چالش چهارگانه برنامه‌سازی در این ژانر بر بیاید. شاید در شرایط اقتصادی کشور بهترین کار این باشد که ببینیم خانواده‌ها چطور با بودجه کم می‌توانند زندگی‌شان را بچرخانند و خانه‌ما با این ایده کاملاً توانسته مخاطب را با خود همراه کند و با يك سرمایه حداقلی برای ساخت برنامه و بدون حضور چهره‌های مشهور سبک زندگی ایرانی-اسلامی را به مخاطب منتقل می‌کند. از طرف دیگر، تا قبل از این مسابقه بیشتر تمرکز روی شرکت‌کنندگانی بود که ساکن تهران بودند و معمولاً برای غیرتهرانی‌ها مسابقه‌ای با این گستردگی ساخته نشده بود. رفتن به شهرها و استان‌های دیگر و آشنایی مخاطب با سبک زندگی و آداب و رسوم هر شهر یکی از آن گزینه‌های مخاطب جذب‌کن این برنامه بوده است.



خانه‌ما با قرار دادن شرکت‌کننده‌ها در موقعیت‌های واقعی زندگی و قرار دادن بودجه‌ای محدود برای آنها سبک زندگی‌شان را به چالش کشیده است

موفق داخلی‌اش می‌شود مسابقه‌های فرمانده، خانه‌ما و ضدگلوله و نمونه‌های خارجی لحظه حقیقت. دسته آخر به نام پنل گیم‌شو‌ها خورده که شرکت‌کنندگانش از بین افراد مشهور انتخاب می‌شوند و هدف‌شان بیشتر خنداندن مخاطب است. مانند برنامه «الن شو» و «من کشورم را دوست دارم».

يك «شو» چطور بیشتر دیده می‌شود؟

شاید در نگاه اول ساختن يك مسابقه در دوزانر رئالیتی و گیم‌شو کار آسانی به نظر بیاید در صورتی در دل ماجرا سختی‌های فراوانی در انتظار سازندگان برنامه‌های تلویزیونی است. شاید اولین و جدی‌ترین چالشی که سازندگان این نوع برنامه‌ها با آن روبه‌رو هستند، داشتن يك ایده درست و حسابی است. به عنوان مثال ایده مسابقه آشپزی که در گونه رئالیتی‌شو است شاید در چند برنامه اول جذاب به نظر برسد، اما با به تکرار افتادن این نوع برنامه بدون اضافه کردن هیچ ایده جدیدی کم‌کم جذابیتش را از دست می‌دهد و مخاطب را خسته می‌کند. دومین مسأله مهم نویسنده این نوع مسابقات است. نوشتن طرح مسابقه به گونه‌ای که بار دراماتیک مسابقه در کنار سرگرم‌کننده بودنش درست و دقیق به مخاطب منتقل شود، نگاه دقیق يك نویسنده کار بلد را می‌طلبد. چالش بعدی که تیم سازنده با آن روبه‌رو خواهد بود انتخاب درست و به جای شرکت‌کنندگان است. پیدا کردن افراد عادی جامعه که مناسب این نوع مسابقات باشند از آن کارهای به ظاهر ساده است در صورتی که قرار دادن افراد عادی در موقعیتی مثل زندگی عادی کار پیچیده و دشواری است و تحقیق و بررسی فراوان نیاز دارد و در آخر «جایزه» این نوع مسابقات است که می‌تواند علاوه بر شرکت‌کننده برای مخاطب هم جذاب باشد. مثلاً یکی از مسابقه‌های خارجی در نهایت به برنده یک دقیقه اجازه می‌دهد در فروشگاه بگردد

رئالیتی‌شو اصلاً چی هست؟

حدود ۲۰ سال پیش بیشتر مسابقه‌های تلویزیونی به این صورت بود که تعداد زیادی شرکت‌کننده در يك مسابقه شرکت می‌کردند و بیشتر با هدف سرگرم کردن مخاطب در انتها جایزه‌ای هم برنده می‌شدند، یعنی در این نوع مسابقه‌ها بیشترین تمرکز روی

سرگرم کردن مخاطب بود و شاید بشود گفت روی خود شرکت‌کننده‌ها برنامه‌ریزی چندان نشده بود. اما ظهور این ژانر يك تحول اساسی در مسابقه‌های تلویزیونی ایجاد کرد. حدوداً ۲۰ سال از حضور اولین برنامه رئالیتی‌شو در تلویزیون می‌گذرد و در کشور خودمان هم چیزی حدود ده سال عمر دارد. رئالیتی‌شو با تلویزیون واقع‌نما که به آن مستند مسابقه هم می‌گویند قرار است به جای پرداختن به زندگی ستارگان و چهره‌های مشهور، ماجراها و لحظات پرهیجان زندگی مردم عادی را مستندطور برای مخاطب به نمایش بگذارد.

گیم‌شو چه فرقی با رئالیتی‌شو دارد؟

همان‌طور که از اسمش پیداست این نوع مسابقه‌ها با يك جور بازی در ارتباط هستند و معمولاً در قالب رقابت چند نفر یا به شکل رقابت چند تیم دنبال می‌شوند و هدف آن کسب امتیاز برای دریافت جایزه است. خود گیم‌شو‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند؛ اولین دسته کوئیز گیم‌ها هستند که به روش‌های مختلفی اجرا می‌شوند. ساده‌ترین شکلش پرسش و پاسخ و به چالش کشیدن اطلاعات عمومی شرکت‌کننده است. به عنوان مثال برنده‌باش یکی از این نوع کوئیز گیم‌ها بود و نمونه موفق خارجی‌اش «چه کسی می‌خواهد میلیونر شود» که با فیلم «میلیونر زاغه‌نشین» خیلی خوب این مسابقه را شناختیم.

دسته دوم رئالیتی گیم‌شو‌ها هستند که تلفیقی جذاب از دو ژانر رئالیتی و گیم‌شو بوده و مسابقه به جای يك برنامه و در يك مرحله در چندین و چند قسمت و مرحله انجام می‌شود. نمونه‌های



پیدا کردن افراد عادی جامعه که مناسب این نوع مسابقات باشند از آن کارهای به ظاهر ساده است اما بسیار پیچیده و دشوار است و تحقیق و بررسی فراوان نیاز دارد

