

محمد نادری در هر قسمت از این برنامه که معمولاً زمان پخش آن بین ۲۰ تا ۳۰ دقیقه است، پذیرای حداقل دو مهمان مختلف می شود که گاهی به شکل تک نفره و گاهی به شکل گروهی وارد مسابقه می شوند و مقصد خود را به راننده که همان محمد نادری باشد، اعلام می کنند



تحلیل برنامه تلویزیونی «بی کرایه» که این شب ها از شبکه نسیم روی آنتن می رود

بی کرایه به سمت مقصد



تصور کنید هر روز به جای تحمل فشار جمعیت در اتوبوس های شهری و بی آر تی و مترو، با تاکسی به محل کار یا دانشگاه یا هر جای دیگری که کار دارید، بروید؛ آن هم رایگان! تصور لذت بخشی که اگر واقعی شود، کمتر کسی است که به استقبال آن نرود. از آنجا که بخشی از کارکرد سینما و تلویزیون آن است که ما را به تماشای آرزوهایی بنشانند که خیلی از وقت ها برای محقق شدن آنها بخت با ما یار نیست، پس نباید از دیدن تاکسی «بی کرایه» ای که ما را تا مقصد برسد و در عین حال شانس بردن جایزه را هم به ما بدهد، خیلی تعجب کنیم.

احسان سالمی
روزنامه نگار

این در واقع سوژه محوری برنامه تلویزیونی بی کرایه شبکه نسیم است که این شب ها با اجرای محمد نادری روی آنتن این شبکه می رود. برنامه ای که در همین ابتدای شروعش مخاطبان زیادی با آن همراه شدند اما ظرفیت بیشتری دارد.

مسابقه جذاب غیراستودیویی با جزئیات

بزرگ ترین حسن بی کرایه در همان ایده اولیه آن نهفته است. یعنی برگزاری یک مسابقه تلویزیونی «غیراستودیویی» که می تواند آفت های تکراری شدن مسابقه های استودیویی را کم کند. محمد نادری در هر قسمت از این برنامه که معمولاً زمان پخش آن بین ۲۰ تا ۳۰ دقیقه است، پذیرای حداقل دو مهمان مختلف می شود که گاهی به شکل تک نفره و گاهی به شکل گروهی وارد مسابقه می شوند و مقصد خود را به راننده که همان محمد نادری باشد، اعلام می کنند.

تاکسی به سمت مقصد اعلام شده از سوی مسافران حرکت می کند و نادری در خلال حرکت سوالاتی را از مخاطبان می پرسد. چالش های مخاطبان برای پیدا کردن جواب درست که با نمایش نماهای نزدیک از واکنش چهره شرکت کنندگان همراه می شود هم تا میزان زیادی برافزایش هیجان مسابقه و طبعاً جذابیت آن افزوده است. حتی گاهی شادی های پرانرژی برخی شرکت کنندگان بعد از اعلام پاسخ درست به سوالات هم در لایه لای تصاویر گنجانده شده که جنبه سرگرم کنندگی مسابقه را افزایش داده است.

این بار به جای مجری، بازیگر می خواهیم!

یکی از اصلی ترین ایرادات به خیلی از برنامه های تلویزیونی این است که چرا به جای مجری از بازیگران سینما و تلویزیون برای اجرای برنامه استفاده می کنند. ایرادی که از حق نگذریم در خیلی از موارد درست است و معمولاً هم تهیه کنندگان برنامه های تلویزیونی صرف به واسطه شهرت و محبوبیت آن هنرپیشه سراغ او می روند و در عمل به وضوح می توان ضعف آنها در اجرا را دید. اما بی کرایه یکی از معدود مواردی است که اتفاقاً باید

در حسرت نمای باز!

در بخش ابتدایی همین یادداشت نوشتیم که یکی از نقاط قوت بی کرایه استفاده از نماهای بسته شرکت کنندگان برای انتقال چالش ها و نگرانی های آنها در مواجهه با سوالات است که به شکل طبیعی باعث افزایش هیجان مسابقه برای بیننده می شود؛ اما استفاده از این موضوع نباید مانع از این می شد که سازندگان این مسابقه از نماهای لانگشات بیرون از ماشین نیز استفاده کنند. نماهای که می توانست برخی از جذابیت های بصری شهر تهران را به مخاطبان نشان دهد تا هم تصویر ارائه شده در قاب تلویزیون متنوع تر و خوش رنگ و لعاب تر شود و هم تمرکز بیش از اندازه در نمایش نماهای داخل ماشین بی کرایه باعث ایجاد نوعی حس تکرار در میان مخاطبش شود.

فرهنگ سازی زیرپوستی

اما بی کرایه برای نگارنده این مطلب، اگر هیچ کدام از نکات مثبتی که پیش از گفته شد را نداشت و فقط همین یک نکته را که در ادامه به بررسی آن خواهیم پرداخت را داشت (که دارد)، ارزش اضافه شدن به فهرست بهترین برنامه های حال حاضر تلویزیون را داشت. مساله توجه به زبان فارسی به عنوان یکی از مهم ترین مسائلی که رسانه ملی باید به آن توجه کند، به خوبی در بی کرایه مورد توجه قرار گرفته؛ آن هم به شکلی غیرکلیشه ای و مخاطب پسند. هر جا که شرکت کنندگان برنامه از واژه ای انگلیسی استفاده می کنند، معادل فارسی آن واژه به شکل زیرنویسی گرافیکی در پایین صفحه درج می شود تا هم دایره لغات مخاطبان را افزایش دهد و هم در زمینه استفاده از زبان فارسی که میراث مشترک همه ما مردم ایران زمین است، فرهنگ سازی کند.

به جای مجری، از یک بازیگر برای اجرای آن استفاده می شد. این بار به جای قدرت اجرا، به هنر بازیگری نیاز بود و به همین خاطر هم بود که بازیگران برای اجرای این برنامه در اولویت قرار داشتند؛ مخصوصاً این که محمد نادری با سابقه سال ها بازی در عرصه تئاتر تسلط خوبی اجرای مسابقه ای این چنینی که بیشتر شبیه یک نوع نمایش است، دارد.

فرصتی که می شد بهتر از آن استفاده کرد

در بی کرایه مسافرانی که سوار تاکسی می شوند، از زمان سوار شدن به تاکسی تا زمان پیاده شدن از آن، به سوالاتی پاسخ می دهند که به ترتیب از آسان به سمت سخت حرکت می کند. شرکت کنندگان به ازای پاسخ به هر سوال ۲۵ هزار تومان جایزه می گیرند و طبعاً هر چه قدر تعداد پاسخ های درست آنها بیشتر باشد، جایزه بیشتری را به هنگام پیاده شدن از این تاکسی دریافت خواهند کرد. البته شاید یکی از ایرادات وارد به برنامه را بتوان در همین سوالات هم دید. با توجه به این که این مسابقه بر مبنای خریدن تاکسی در سطح خیابان های تهران طراحی شده، شاید بهتر بود به جای سوالات اطلاعات عمومی در ارتباطات با موضوعات مختلف، بیشتر سوالاتی در ارتباط با مسائل شهری، فرهنگ شهرنشینی، فرهنگ استفاده از وسایل نقلیه عمومی و حتی سوالات مربوط به قوانین رانندگی پرسیده می شد تا از این فرصت برای فرهنگ سازی در زمینه مسائل و معضلات شهری از جمله احترام به قوانین راهنمایی و رانندگی استفاده می شد. حتی می شد بخش های نمایشی هم درباره حضور این تاکسی در سطح شهر و یا عبور از مناطق پرترافیک و شلوغ شهر برای آن در نظر گرفت تا فضای کلی مسابقه بیشتر به واقعیت نزدیک می شد.