

نگاهی به برنامه‌سازی تلویزیونی در ژانر ماجراجویی از قالب **ریلیتی شو** در گفت‌وگو با یک تهیه‌کننده

# فرار از استودیو برای نمایش تنوع اقلیمی فرهنگی و قومیتی

فرهنگی



قالب ریلیتی شو بسیار پاز است. تصور کنید که یک زمان برنامه‌ای را برای مخاطبان داخلی و با حضور خود او می‌سازید. اما گاهی با استفاده از مخاطب ایرانی، مستندمسابقه‌ای را برای مخاطب ایرانی خارج از کشور تولید می‌کنید که این هم اقتصادات و شرایط تولید متفاوتی دارد

سریال «اسکویتد گیم» نشان داد که هنوز این قالب بسیار جدی و پرمخاطب است، مطمئن شدیم و هستیم که کارهای ریلیتی، بسیار اثرگذار و جریان‌ساز هستند و نقش مهمی در اصلاح سبک زندگی و فرهنگ می‌توانند داشته باشند.

**حتی نمونه‌های استودیویی آن هم مثل عصر جدید یا مافیا در کشور خودمان بسیار مورد استقبال قرار گرفتند و تولیدات مشابه‌شان در شبکه‌های خانگی هنوز مورد توجه مخاطبان است.**

البته خود ریلیتی هم قالب‌های مختلفی دارد که برخی، ریلیتی‌گیم‌شو هستند که اغلب کارهایی هم که تاکنون در تلویزیون پخش شده از این ژانر هستند. ولی ژانری که ما بیشتر با آن کار کرده‌ایم ریلیتی محض یا همان مستندمسابقه است.

#### چه فرقی با هم دارند؟

در گیم‌شوها اساساً چالش جدی برنامه همان گیم یا مسابقه و رقابت است اما ریلیتی محض بر توسعه کار و قبل و بعد شخصیت‌ها پس از تحول، تمرکز دارد.

یعنی مخاطب با کاراکترها همراه می‌شود و از تجربه متفاوتی که او کسب می‌کند یا رشد اعتقادی و تغییر باورهایی که در او اتفاق می‌افتد، استقبال می‌کند و چون شرکت‌کننده‌ها آدم‌های واقعی هستند و بازیگر نیستند، تأثیرگذاری

تلویزیون هنوز هم قدرتمندترین رسانه در جهان از حیث گستره مخاطب است و شاید به همین علت باشد که برنامه‌سازی، تبدیل به حرفه‌ای جاافتاده شده و سیر تحول جالبی را طی کرده است. مسابقه‌ها از این جهت که ارتباط یک سوپه تلویزیون را دوسویه و مشارکت فعال مخاطب را جلب می‌کنند همواره از جمله پرمخاطب‌ترین شاخه‌های برنامه‌سازی تلویزیونی هستند. اما پس از پیشرفت‌ها و تلفیق قالب‌های مختلف حالا با شاخه‌ای

خیلی جدی و عمیق است. شاید بگویید در ریلیتی‌شوهای که بازیگران در آنها شرکت می‌کنند همین خود واقعی دیده می‌شود و مخاطب را با خود همراه می‌کند. اما آنها بالاخره تا حدی در اجرا و ارائه منجر هستند و کنش‌ها و واکنش‌هایشان تحت تأثیر همین تبحر است. اما در تجربه‌هایی که ما داشتیم سرگرد مردم عادی رفتارهایم و از میان آنها یا به صورت مسابقه یا مصاحبه افرادی را انتخاب کردیم. به همین دلیل خروجی برای مخاطب اثرگذارتر و الهام‌بخش‌تر است چون آنها ویژگی خاصی ندارند و درست مثل خود مخاطب از مردم عادی هستند و تجربه متفاوتی که از سرنویش‌ها باعث تغییر آنها و جداییت برنامه می‌شود. مشخصاً در کاری مثل «خانه‌ما» سه خانواده و انتخاب می‌شوند و چالش‌ها همان چالش‌های روزمره است که در شرایط کنترل‌شده اتفاق می‌افتد. مخاطب

در این فرایند با پدر و مادر و فرزندان در این شرایط خاص آشنا می‌شوند و ایده‌هایی که برای عبور از چالش به ذهن آنها می‌رسد برای مخاطب جذاب می‌شود.

#### چه ظرفیت‌هایی در این ژانر دیدید که چندین پروژه را در این مسیر جلو بردید؟

هم اثرگذاری این ژانر مدنظرمان



وقتی ۸۰ درصد برنامه‌های تلویزیون از تولیدات نمایشی گرفته تا برنامه‌های ترکیبی در تهران تولید می‌شود، اینکه ما اتفاقاً برعکس، ۸۰ درصد برنامه‌هایمان را در خارج تهران تولید می‌کنیم، به طور طبیعی ارزش افزوده‌ای را ایجاد می‌کند

اخیراً مستندمسابقه‌های کارکردی‌ایم که هدفش نزدیک کردن فرهنگ‌ها در کشورهای منطقه است. برنامه‌ای است به نام «ضیافت» که آن را برای ایام نوروز آماده می‌کنیم و فصل اول آن را بین ایران و سوریه ساخته‌ایم و یک مسابقه خانوادگی جالب است که مردم عادی و سلبریتی‌ها به‌طور هم‌زمان در آن حضور دارند. این مستندمسابقه قرار است در یکی از برنامه‌ها نمایش داده شود.

در عین حال قالب ریلیتی‌شو بسیار باز است. تصور کنید که یک زمان برنامه‌ای را برای مخاطب داخلی و با حضور خود مخاطب ایرانی، مستندمسابقه‌ای را برای مخاطب ایرانی خارج از کشور تولید می‌کنید که این هم اقتصادات و شرایط تولید متفاوتی دارد. گاهی هم ممکن است یک ریلیتی‌شو را برای ایرانی‌های خارج از کشور و با حضور خود آنها بسازید یا اصلاً مستندمسابقه‌ای را از اساس برای مخاطب خارجی تولید کنید. هر کدام از اینها، شرایط و شکل و جزئیات متفاوتی دارد. چنین تجربیاتی می‌تواند برای صدور دانش برنامه‌سازی خصوصاً در کشورهای منطقه اتفاق بیفتد که تقاضای آن هم اتفاقاً وجود دارد.

#### بر آوردن نام به عنوان تولیدکننده این مستندمسابقه‌ها و میزبان و شکل اثرگذاری آنها چیست؟ آیا مثل «مافیا» جریان‌ساز بوده‌اند و توانسته‌اند به مخاطب‌شان دید و جهت بدهند؟

باید معیار مقایسه را مشخص کنیم. کارهایی مثل «مافیا» یا «جوکر» اصلاً ادعای فرهنگی ندارند بلکه بیشتر آثار سرگرم‌کننده‌ای هستند که برای تولیدکننده هم درآمدزایی دارند. به‌رحال تأثیر فرهنگی شاخصی ندارند هرچند برخی هم به این دست آثار نقد دارند که البته قابل بحث است. اما ریلیتی‌شوهای از این دست که ما می‌سازیم اساساً در سطح دیگری مورد توجه و قابل بررسی و تأمل هستند و از این جهت شکل بروز جریان‌سازی و اثرگذاری‌شان هم متفاوت است. نکته این است که به‌غیر از این مستندمسابقه‌هایی که اوج ساخته تجربه قابل توجه دیگری هم واقعاً وجود ندارد.

#### چرا دوره‌های آموزشی متناسب با این شاخه‌های جدید برنامه‌سازی وجود ندارد؟ در حالی که هم خود سازمان صداوسیما هم آموزشگاه‌های مستقل، برای شاخه‌های حرفه‌ای مختلف تولیدات نمایشی و حتی تلویزیونی دوره‌های آموزشی تدارک می‌بینند و مورد استقبال هم هست؟

در فضای داستانی چون قدیم بیزینس و تجارت آن وجود داشته، حولش دوره‌های آموزشی و نیازهایش هم شکل گرفته است. آموزش مستند هم از دو دهه پیش بیشتر مورد توجه قرار گرفت و مراکز و نهادهای علاقه‌مند و مسئول، بیشتر به آموزش نیروی زبده در آن زمینه اهتمام کردند. هرچند متأسفانه توجه به قالب مستند در تلویزیون و نمایش خانگی اخیراً کمتر شده و این، لغزشگاه مهمی است چرا که در جهان این قالب بشدت از هر جهت مورد توجه است و چرخه اقتصادی جدی‌ای هم دارد. اما ریلیتی‌شو شاید به این علت که تولیدش هنوز عمومیت پیدا نکرده یا هنوز جای کار دارد تا بیشتر شناخته شود، هنوز دوره و آموزش خاصی پیرامونش شکل نگرفته است. اما در دنیا، امریکا، هلند و کره در این زمینه پیش‌تازند و کارهای بسیار جالب و فاضری در این ژانر تولید کرده‌اند. ما حتماً از آنها عقب‌تر هستیم اما بالاخره تجربه‌های ارزشمندی داشته‌ایم که به مرور هم بیشتر می‌شود و امیدوارم با این تمرکز و تخصصی که همه گروه استودیویی‌نویسن بر قالب ریلیتی‌شو داشته‌اند، بتوانیم بر آن کشور انجام دهیم و برای شاخه آموزش هم اقدام کنیم.

جذاب به نام **ریلیتی شو** روبه‌رو هستیم که یکی از ژانرهای آن، تیم برنامه‌سازی و بازیکنان را از استودیو و حتی شهر بیرون می‌کشد و به سفر و ماجراجویی می‌برد. در کشور ما هم آثار انگشت‌شماری در این ژانر تولید شده‌اند و به همین دلیل به سراغ یکی از دو تهیه‌کننده با تجربه در این زمینه رفتیم تا با این قالب بیشتر آشنا شویم. در ادامه گفت‌وگویی «ایران» را با احمد شفیعی می‌خوانید:

#### نشان می‌دهد که مخاطب آن را دنبال کرده و دوست داشته است، چه پالس‌هایی از شکل توجه مخاطب در یافت کردید که شما را به سمت ایده‌های جدیدتر سوق داد؟

همیشه استقبال مخاطبان فراتر از تصور ما بوده است خصوصاً که این آثار ما را بیشتر در شهرستان‌ها و استان‌های مختلف دنبال می‌کنند چون احساس می‌کنند که این برنامه‌ها به زیست آنها نزدیک‌تر است. «فرمانده» و «ضدگلوله» از آن دست آثاری بودند که هیجان کارهای نظامی و امنیتی دارند که البته همان‌ها را هم بیرون از تهران تولید کردیم و فصل اول «فرمانده» در شمال کشور و فصل دوم آن در جزایر خلیج فارس فیلمبرداری شد و اولین تصاویر جدی‌ای بود که از مناطق منتشر می‌شدند. برای فصل چهارم و پنجم «فرمانده» هم به سیستان و بلوچستان رفتیم.

در پروژه «خانه ما» هم که الان به فصل دوازدهم رسیده و دارد از شبکه سه پخش می‌شود، به بسیاری از شهرهای کشور سفر کردیم و در هر فصل مردم و فرهنگ هر خطه شرکت کردند و جزئیات تولید در محل خودشان را به تصویر کشیدند. بنابراین بخشی از اینکه مردم این برنامه‌ها را دوست دارند این است که در عین حضور خانواده ایرانی در هر قسمت، با خرده‌فرهنگ‌ها و رسوم شهرهای دیگر آشنا می‌شوند و اگر روزی

بود و هم نمایش ظرفیت‌های کشور؛ ما به بهانه هر کدام از مستندمسابقه‌ها شرکت می‌کنند همین خود واقعی دیده می‌شود و مخاطب را با خود همراه می‌کند. اما آنها بالاخره تا حدی در اجرا و ارائه منجر هستند و کنش‌ها و واکنش‌هایشان تحت تأثیر همین تبحر است. اما در تجربه‌هایی که ما داشتیم سرگرد مردم عادی رفتارهایم و از میان آنها یا به صورت مسابقه یا مصاحبه افرادی را انتخاب کردیم. به همین دلیل خروجی برای مخاطب اثرگذارتر و الهام‌بخش‌تر است چون آنها ویژگی خاصی ندارند و درست مثل خود مخاطب از مردم عادی هستند و تجربه متفاوتی که از سرنویش‌ها باعث تغییر آنها و جداییت برنامه می‌شود. مشخصاً در کاری مثل «خانه‌ما» سه خانواده و انتخاب می‌شوند و چالش‌ها همان چالش‌های روزمره است که در شرایط کنترل‌شده اتفاق می‌افتد. مخاطب

در این فرایند با پدر و مادر و فرزندان در این شرایط خاص آشنا می‌شوند و ایده‌هایی که برای عبور از چالش به ذهن آنها می‌رسد برای مخاطب جذاب می‌شود.

#### چه ظرفیت‌هایی در این ژانر دیدید که چندین پروژه را در این مسیر جلو بردید؟

هم اثرگذاری این ژانر مدنظرمان



**خانه ما / ۱۳۹۲**  
**در دوازده فصل تاکنون کارگردان:** امین کفایش‌زاده، مسلم نهانی

مسابقه‌ای که در آن، سه خانواده در شیوه زندگی، مدیریت اقتصاد خانواده و... به مدت یک ماه، با هم رقابت می‌کنند.



**ضد گلوله / ۱۳۹۶**  
**کارگردان:** مجید عزیزی، مهدی ماهان

مستند ضدگلوله، تجربه واقعی عملیات جنگی است با استفاده از سلاح‌های لیزری که همه افراد عادی می‌توانند در این مسابقه مستند برهیجان شرکت کنند.



**کارساز / ۱۳۹۸**  
**کارگردان:** احسان عمادی و امین کفایش‌زاده

مسابقه‌ای که در آن، سه گروه برتر از فضای استودیویی خارج می‌شوند و شاهد تلاش شرکت‌کنندگان برای به ثمر رسیدن ایده‌هایشان خواهیم بود.



**خونه به خونه / ۱۳۹۶**  
**در سه فصل تا ۱۴۰۰**

**کارگردان:** رضا فرهمند و امیر اطهر سهیلی

زوج جوان تهرانی تصمیم می‌گیرند برای مدتی جای خودشان را با خانواده‌ای روستایی (کلبدر) عوض کنند که تاکنون تهران را ندیده‌اند.



**پروژه «هفت روز و هفت ساعت» رالی ایرانی / ۱۳۹۶**  
**کارگردان:** سعید ابوطالب

**پخش:** شبکه افق / یک مسابقه رالی با حضور هنرمندانی از ایران

دانشجو یا کارگران ماهر، ابزارهای خود را در ایستگاه انتخاب می‌کردند و به دامان طبیعت میانکاله و جنگل‌های بهشهر می‌رفتند.



**سرزمین دانایی / ۱۳۹۲**  
**کارگردان:** سعید ابوطالب

**پخش:** شبکه تهران / یک مسابقه علمی مهیج که طی آن، گروه‌های

دانشجو یا کارگران ماهر، ابزارهای خود را در ایستگاه انتخاب می‌کردند و به دامان طبیعت میانکاله و جنگل‌های بهشهر می‌رفتند.



**فرمانده / ۱۳۹۳**  
**در پنج فصل تا سال ۱۳۹۷**

**کارگردان:** حامد شکیبانیا، مهدی ماهان

گروه‌های شرکت‌کننده در رقابتی نفسگیر، با استفاده از تجهیزات و توان و مهارت نظامی به تعقیب و گریز جنگی می‌پردازند.



**بومگرد / ۱۳۹۹**  
**در سه فصل تا ۱۴۰۲**

**کارگردان:** تورج کلانتری، امیر منیری

در این مسابقه، چند خانواده به نقطه‌ای از کشور سفر می‌کنند و وارد چالش‌هایی می‌شوند که بر اساس ظرفیت‌های هر منطقه طراحی شده است.



**دورت برگردم ایران / ۱۳۹۸**  
**در پنج فصل تاکنون کارگردان:** حسن حبیب‌زاده و نازنین چیت‌ساز

این مستند، با همراه کردن ۲ خانواده و فرزندانشان، با به نمایش گذاشتن شهرها و مناطق جذاب ایران، سفرها را از زاویه نگاه کودکان روایت می‌کند.