شناخت شاخص‌های محتوایی و شکلی «تلویزیون ـ واقعیت» و اقتضائات استفاده از آن در تلویزیون ایران

(مطالعه موردی: مجموعه‌های تلویزیونی «فرمانده» و «کارآموز»)

محمدحسن فردوسی‌زاده[1]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۲/۲۲   تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۲/۲۵

چکیده

«تلویزیون ـ واقعیت» (Reality-TV) از گونه‌ها یا ژانرهای متأخر برنامه‌سازی تلویزیونی است که استقبال گسترده مخاطبان، برنامه‌سازان و شبکه‌های تلویزیونی از این گونه، سبب فراگیری آن شده است. بااین‌وجود، «تلویزیون ـ واقعیت» در ایران به‌طور کافی و همه‌جانبه مطالعه نشده و هنوز تولیدات این گونه در تلویزیون ایران با اشکالات فراوانی مواجه است. هدف این پژوهش بررسی چیستی، خاستگاه و مقتضیات این گونه تلویزیونی و شیوه مناسب تولید آن در تلویزیون ایران با توجه به اقتضائات بومی است. این مقاله پس از پرداختن به تاریخچه پیدایش و شکل‌گیری این گونه تلویزیونی و ذکر ویژگی‌های آن و زیرمجموعه‌هایش، دو نمونه از این‌گونه برنامه‌سازی را به شیوه تطبیقی، تحلیل و بررسی می‌کند. نتیجه این پژوهش حاکی از آن است که با توجه به مشکلات این حوزه، لازم است در مورد استفاده از آن، تجربیات علمی و عملی مورد تأکید مقاله، در فرایند تولید آن به نحوی که مقاله پیشنهاد می‌کند در تولید نمونه‌های ایرانی کسب شود.

واژه‌های کلیدی: برنامه‌سازی تلویزیونی، تلویزیون «واقعیت‌نما»، پسامستند، مجموعه تلویزیونی «فرمانده»، مجموعه تلویزیونی «کارآموز»

---

[1] دکترای تاریخ تطبیقی و تحلیلی هنر از دانشگاه شاهد تهران mh.ferdowsi@gmail.com

مقدمه

«تلویزیون ـ واقعیت» یا به اصطلاح مشهورتر در ایران، «ریلیتی شو»، یکی از گونه‌های برنامه‌سازی تلویزیونی است که به‌خصوص در اواخر قرن بیست و ابتدای قرن بیست و یکم به‌شدت موردتوجه برنامه‌سازان قرار گرفت. این رویکرد سبب شکل‌گیری انواع مختلفی از برنامه‌های تلویزیونی در این ژانر شده که طیف بسیار گسترده‌ای از مضامین را دربرمی‌گیرند. در ایران نیز پس از یک فاصله نسبتاً طولانی نسبت به رسانه‌های غربی، از اواخر دهه ۱۳۸۰ نگاه برنامه‌سازان به این ژانر تازه معطوف شده و اخبار متعددی پیرامون تولید یا پخش یکی از مصادیق آن از شبکه‌های تلویزیونی شنیده می‌شود. به همین منظور، این پژوهش درصدد بیان تعریف، تاریخچه و ریشه‌های فکری این گونه تلویزیونی است. سپس با بررسی تطبیقی یک نمونه ایرانی با مشابه خارجی آن تلاش شده تصویری از کیفیت تحقق آن در رسانه ملی و ملاحظات مرتبط با آن ارائه شود.

روش پژوهش

این پژوهش با جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای، به روش تحلیل تطبیقی و با رویکرد کیفی انجام شده است. در روش تطبیقی، یک پدیده یا متغیر در دو گروه یا دو زمینه مطالعاتی بررسی می‌شود (تنهایی، ۱۳۹۱: ۵۷). «در تحقیقات تطبیقی مطالعه موردی، جوامع یا واحدهای فرهنگی معین برای تعمیم‌های وسیع با هم مقایسه نمی‌شوند، بلکه محقق در قیاس آن‌ها موارد محدودی که هر کدام، یک گروه مشخص فرهنگی هستند را عمیقاً مطالعه می‌کند» (ایمان، ۱۳۹۳: ۱۵۴). بدین‌منظور پس از تعریف کلی «تلویزیون ـ واقعیت»، خاستگاه و انواع آن و استخراج شاخص‌های تطبیق، یک نمونه آمریکایی و یک نمونه ایرانی، مقایسه شده است.

تعریف «تلویزیون ـ واقعیت» (Reality TV)

در تعریف «تلویزیون ـ واقعیت» به دلیل وجود اختلافات بسیار میان صاحب‌نظران، تعاریف متعددی از آن ارائه شده است. هیل[1] یکی از جامع‌ترین تعاریف «تلویزیون ـ واقعیت» را بیان کرده است: ««تلویزیون ـ واقعیت» یک گونه‌ی برنامه تلویزیونی

---

[1] Hill

است که موقعیت‌های ظاهراً غیرمکتوب دراماتیک یا گاه مطایبه‌آمیز ارائه کرده و معمولاً از اشخاصی بهره می‌برد که توسط طراحان داستان یا تهیه‌کنندگان برنامه، برای رفتار کردن مطابق یک سناریوی قبلی، توجیه شده‌اند. این ژانر به نمایش وقایعی تغییریافته می‌پردازد که در جریان کارگردانی و تدوین، توهم تطابق با واقعیت پیدا می‌کنند» (Hill, 2005: 1).

باید اشاره کرد که معدودی از صاحب‌نظران، «تلویزیون ـ واقعیت» را یک ژانر یا یک گونه نمی‌دانند. دلیل عمده‌ای که آن‌ها برای این مسئله ذکر می‌کنند این است که «تلویزیون ـ واقعیت» تنها وام‌دار ویژگی‌هایی از سایر ژانرها بوده و ویژگی بدیع و منحصربه‌فردی ندارد (Hill, 2005: 55). بااین‌وجود، اغلب کارشناسان علی‌رغم اذعان به وام گرفتن ویژگی‌هایی از دیگرگونه‌ها، در نهایت آن را یک ژانر مستقل قلمداد می‌کنند. هیل در پژوهش خود به دلیل یادشده، ژانرهای بر اساس واقعیت[1] (مانند «تلویزیون ـ واقعیت») را ژانرهای وام‌دار[2] نامیده (Hill, 2007: 84) و آن را یک گونه ترکیبی[3] می‌داند (Hill, 2005: 55). ضابطی جهرمی این ژانر را ناشی از میل زیاد ترکیب مستند با سایر گونه‌های فیلم (اعم از داستانی و غیرداستانی) و برنامه تلویزیونی دانسته و آن را «دورگه» یا «چندرگه» می‌نامد (ضابطی جهرمی، ۱۳۹٤: ۲۱). براساس این خصلت، تعریف این ژانر گاهی به مسائلی دیگر پیوند می‌خورد. برای مثال در پژوهشی پیرامون «تلویزیون ـ واقعیت» و سبک زندگی[4]، نگارنده پس از بیان برخی تعاریف، نتیجه می‌گیرد که تعریف «تلویزیون ـ واقعیت» وابسته به ویژگی‌های آثار متعلق به آن دوره زمانی است (سالمی، ۱۳۹۱: ۱۰۸).

«تلویزیون ـ واقعیت» در حوزه نام‌گذاری نیز دچار مشکل مشابهی بوده و با نام‌های متفاوتی بیان می‌شود؛ «تلویزیون ـ واقعیت»[5]، ریلیتی‌تی‌وی‌شو[6]، ریلیتی‌شو

---

1. Factual Genres
2. Leaky Genres
3. Hybrid Genre
4. Life Style
5. Reality TV
6. Reality TV Show

تلویزیونی[1] یا گاه به‌اختصار ریلیتی‌شو[2] خوانده شده است. البته اصطلاح ««تلویزیون ـ واقعیت»» رایج‌ترین اصطلاح برای نامیدن این ژانر در زبان انگلیسی است.

به همین شکل معادل‌های فارسی مختلفی نیز برای این ژانر استفاده شده است. گاه آن را «مستند ـ مسابقه» نامیده‌اند که البته تنها یکی از زیرگونه‌های این ژانر را دربرمی‌گیرد. گاه «نمایش واقع‌نما»، «تلویزیون واقع‌نما»، «تلویزیون واقعیت» یا «تلویزیون واقعیت‌نما» خوانده شده که دو اصطلاح آخر، ترجمه‌های دقیق‌تر اصطلاح انگلیسی واژه بوده و در متون علمی از آن‌ها استفاده می‌شود. در این متن به منظور پرهیز از پیچیدگی و دشوارفهمی از اصطلاح «تلویزیون ـ واقعیت» استفاده شده است. در جایی که از سایر اصطلاحات استفاده شده زیرگونه خاصی از این ژانر که معنای دقیق آن اصطلاح است مدنظر است (مانند کاربرد ریلیتی‌شو در بررسی تطبیقی دو مجموعه ایرانی و آمریکایی مورد تحلیل در این مقاله).

تاریخچه

اولین نمونه‌های «تلویزیون ـ واقعیت» به آثاری نسبت داده می‌شود که در دهه ۵۰ میلادی پخش شد. در سال ۱۹۴۸ برنامه دوربین مخفی[3] که به عکس‌العمل‌های خنده‌دار و بی‌ضرر مردم در مقابل دوربین مخفی می‌پرداخت، به عنوان اولین نمونه «تلویزیون ـ واقعیت» شناخته می‌شود (Essaney, 2008: 17) اما این شروع جریان «تلویزیون ـ واقعیت» به معنای ساخت آثار متعدد در زیرگونه‌های مختلف این ژانر و فراگیری آن نبود. آغاز فراگیری این ژانر در انتهای دهه هشتاد میلادی و بیش از آن در دهه نود رخ می‌دهد (Casey et al, ۲۰۰۲:۱۴۲). اگرچه مجموعه‌هایی وجود دارند که پیش از آغاز موج اول در آمریکا، در کشورهای دیگر ساخته شده بودند (مانند مجموعه «ردیابی جنایت»[4] که در سال ۱۹۸۴ در BBC ساخته و پخش شد)، اما در واقع، این مجموعه«اسرار حل‌نشده»[5] بود که در سال ۱۹۸۷ از شبکه NBC

---

1. Television Reality Show
2. Reality Show
3. Candid Camera
4. Crimewatch UK

[5] Unsolved Mysteries: این مجموعه به وقایع غیرطبیعی حل‌نشده مانند جنایت‌های حل‌نشده، افراد گم‌شده، مسئله بشقاب‌پرنده‌ها و... می‌پرداخت.

آمریکا پخش شد و به‌نوعی نقطه آغاز ژانر «تلویزیون ـ واقعیت» به شمار می‌رود. این نقطه شروع از سوی سایر سازندگان پی‌گیری و به سرعت جریان تازه‌ای را در رسانه‌های آمریکا شکل داد؛ به صورتی که تا سال ۱۹۹۱، بیش از ۳۰ مجموعه ریلتی‌تی‌وی از رسانه‌های آمریکا پخش می‌شد (Ibid: ۲۵).

UNSOLVED
mysteries

تصویر ۱. مجموعه تلویزیونی «اسرار حل‌نشده»

هیل در کتاب خود، چهار موج متفاوت برای ترویج «تلویزیون ـ واقعیت» برمی‌شمارد؛ موج اول از آمریکا به سمت اروپا که در انتهای دهه هشتاد و ابتدای دهه نود جریان یافته و اصلی‌ترین موضوع آن مشاغل اورژانسی (مانند پلیس یا بیمارستان) و مسائل مرتبط با این حوزه است. موج دوم که بر اساس موفقیت مستندهای مشاهده‌ای رخ می‌دهد، از بریتانیا به سایر نقاط اروپا حرکت کرده، از میانه تا انتهای دهه ۹۰ را دربرمی‌گیرد. موضوع اصلی این موج، حول برنامه‌هایی با موضوع سبک زندگی شکل می‌گیرد. موج سوم که با قرار دادن چند نفر در موقعیت‌های کنترل‌شده و مشاهده عکس‌العمل آن‌ها خلق شده و گاه Reality Gameshows نامیده می‌شود، از شمال اروپا تا آمریکا را درنوردید و تا اوایل سال ۲۰۰۰ رواج بسیاری داشت. هیل معتقد است که در دوره پس‌ازآن، آمریکا و بخش‌های مختلف اروپا موضوعات مورد علاقه خود را دنبال کردند و در هر قسمت، موضوعی خاص، سردمدار بود (Hill, 2005: 24).

تاریخ ورود این ژانر در ایران فاصله‌ای چند ده ساله با تولد آن دارد. برای یافتن تاریخ ورود «تلویزیون ـ واقعیت» به رسانه‌های ایران باید به انتهای دهه هشتاد بازگشت. اولین اثر تولیدشده این ژانر در صداوسیما، مستند ـ مسابقه «سرزمین

دانایی» به کارگردانی سعید ابوطالب بود که سال ۱۳۸۹ در شبکه پنج سیما تولید و پخش شد. در این «مستند – مسابقه»، چند گروه متشکل از دو یا سه جوان، در یک جزیره مسیری را طی کرده، در نهایت بدون کمک، مقصد تعیین‌شده را برای خود پیدا می‌کردند. آن‌ها باید با استفاده از پیام‌های رمزآمیزی که در مسیر تعبیه شده بود غذا و آب را یافته و مأموریت‌های محوله را نیز انجام می‌دادند. سرانجام گروهی که زودتر به خط پایان می‌رسید برنده محسوب می‌شد.

از سوی دیگر شبکه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور به دلیل ریشه‌های مشابه رسانه‌های غربی و البته تلاش در جهت ترویج سبک زندگی غربی در ایران، در همان بدو تأسیس به تولید آثار این ژانر پرداختند. یکی از اولین «تلویزیون ـ واقعیت»های پخش‌شده به زبان فارسی در این رسانه‌ها، برنامه «بفرمایید شام» در شبکه ماهواره‌ای «من و تو» بود. این برنامه که در حقیقت نسخه فارسی‌زبان «تلویزیون ـ واقعیت» مشهور "Come Dine with Me" بود و حق پخش آن از شبکه ٤ انگلستان خریداری شده بود، به میهمانی شام چهار شرکت‌کننده مسابقه (که تعدادی یا همه آن‌ها پیش از این غریبه بوده‌اند) به میزبانی یکی از آن‌ها می‌پرداخت که در انتهای هر قسمت سایرین به وضعیت میزبانی و شام او امتیاز می‌دادند.

به موازات تولید و پخش آثار «تلویزیون ـ واقعیت»، جریانی از مطالعات علمی و دانشگاهی در این حوزه نیز شکل گرفت. نخستین پژوهش‌های صورت‌گرفته در مورد ریلتی‌تی‌وی اوایل دهه ۹۰ میلادی انجام شد. بیل نیکولز، جان کرنر و ریچارد کیلبرن بین سال‌های ۱۹۹٤ تا ۱۹۹٦ سه کتاب در این حوزه به نگارش درآورده‌اند که اغلب به بحث شناخت این ژانر تازه و ویژگی‌های آن می‌پردازند. اوج شکوفایی مطالعات دانشگاهی این ژانر در دهه ابتدایی قرن بیست‌ویکم مشاهده می‌شود که ده‌ها کتاب توسط ناشران معتبر جهانی در این موضوع به چاپ رسیده است. در دهه دوم نیز اگرچه هنوز تعداد قابل توجهی کتاب منتشر می‌شود اما به دلیل نزدیک شدن به اشباع نظری، آثار کمتری به چشم می‌خورد.

خاستگاه و ریشه‌ها

تاریخ روزهای آغازین سینما با فیلم‌هایی شکل گرفته است که به تصویر کردن یک واقعیت ساده روزمره مانند «خروج کارگران از کارخانه» یا «ورود قطار

به ایستگاه» پرداخته‌اند؛ تصاویری بدون داستانی خاص در پس‌زمینه خود، که جذابیت‌های تولد یک هنر تازه به آن‌ها جان می‌بخشید. پس‌ازآن، با تثبیت ژانر مستند، علاقه به نمایش آنچه «واقعیت» خوانده می‌شد بیش از هر چیز در این حوزه خود را نشان داده است. هسته اولیه و یکی از پایگاه‌های اصلی ژانری که بعدها «تلویزیون ـ واقعیت» نام گرفت را می‌توان در ژانر مستند یافت. «تلویزیون ـ واقعیت» از سویی دیگر ریشه در درام تلویزیونی داشته و از فرم‌های روایی برای مجسم کردن وقایع استفاده می‌کند (Bignell, 2005:91). ازاین‌رو، «تلویزیون ـ واقعیت» به عنوان یک جریان یا تحول تاریخی در قرن ۲۱، بیشتر یک «پسامستند» شمرده می‌شود نه یک زیرگونه یا شیوه‌ای از فیلم مستند (ضابطی جهرمی، ۱۳۹۴: ۲۱۵).

در مورد دلایل به وجود آمدن و رشد سریع ژانر «تلویزیون ـ واقعیت» نظریه‌های گوناگونی ارائه شده است. به لحاظ اقتصادی، هزینه اندک تولید در مقایسه با هزینه تولید درام‌های تلویزیونی و همچنین اقبال بالای مخاطبان از دلایل اصلی رشد سریع این گونه به شمار می‌رود. نکته قابل‌تأمل در مورد این ژانر این است که برخلاف تولید درام‌های تلویزیونی زیان‌ده در دهه ۸۰، تولید «تلویزیون ـ واقعیت» سود قابل توجهی داشته و همین امر، عامل مهمی در سوق دادن شبکه‌های تلویزیونی به تولید بیشتر این گونه جدید شد. در حقیقت علاوه بر تعداد فراوان مخاطب، تولید ارزان‌تر «تلویزیون ـ واقعیت» در مقایسه با درام تلویزیونی یا سریال خانوادگی[1]، دلیل اصلی شکل‌گیری این جریان است. کتاب «راهنمای شناخت تلویزیون» که در انتهای دهه ۸۰ میلادی به نگارش درآمده است ـ زمانی که هنوز ژانر «تلویزیون ـ واقعیت» به عنوان ژانری مستقل شناخته نشده بود ـ صراحتاً شرایط مالی و سازمانی را به عنوان تهدیدی برای مستند تلویزیونی در دهه ۹۰ قلمداد می‌کند که ناشی از کاهش مخاطب آن است (مک‌کوئین، ۱۳۸۴: ۲۰۰).

به لحاظ روانی و اجتماعی نظریه‌های متنوعی در خصوص این ژانر و دلایل جذب مخاطب آن بیان شده است. ریچارد هاف در ابتدای پژوهش خود ـ پیرامون حاشیه‌های تولید آثار معروف این ژانر و اتفاقاتی که پس از آن برای شرکت‌کنندگان و مخاطبان رخ داده است ـ مهم‌ترین دلیل جذابیت این ژانر برای مخاطب را ظرفیت

---

1. Soap Opera

ایجاد هم‌دلی و هم‌ذات‌پنداری آن می‌داند؛ این خصوصیت که مخاطب این ژانر در هر زمان می‌تواند خودش یا افراد پیرامون خویش را در همان موقعیت برنامه مشاهده کند (Huff, ۲۰۰٦: ix).

از سوی دیگر جذابیت این ژانر رابطه عمیقی با برخی از زیرگونه‌های مقبول رسانه‌های زمان خود دارد. داستان‌های جنایی مطبوعات[1] یکی از مهم‌ترین این زیرگونه‌ها است. روایت اعدام‌ها، خیانت‌ها، سرقت‌های خشن و... مهم‌ترین مضامین مورد استفاده در این داستان‌ها با مخاطبان فراوان است (قاسمی، ۱۳۸۸: ٦٦-٦٩). آثار ساخته‌شده در ژانر «تلویزیون ـ واقعیت» به‌خصوص آثار اولیه، کاملاً بر روی همین مضامین تمرکز کرده و البته در بسیاری موارد پا را فراتر گذاشته، به شایعات هم می‌پردازند.

در مجموع، در پژوهش‌های متفاوت انگیزه‌های ذیل به عنوان دلایل روانی اقبال مردم به این ژانر (با نقش مخاطب یا شرکت‌کننده) بیان شده است:

۱. خودنمایی
۲. فعالیت مکانیسم دفاعی (مشاهده موقعیتی ممکن که مخاطب از ضررهای آن دور است)
۳. پذیرش واقعی بودن (پذیرش مخاطب نسبت به واقعیت ارائه‌شده در یک فیلم یا برنامه تلویزیونی)
٤. امکان نظارت و مراقبت (مشاهده رفتار افراد در شرایط مختلف و امکان قضاوت در مورد آن) و به‌طورکلی زیر نظر گرفتن غالباً مخفیانه آن‌ها حتی در حریم خصوصی
۵. تعامل میان مخاطبان (Tsay et al, 2006 :2)

البته نکته‌ای که در این خصوص باید به آن توجه داشت، کاربردهای متفاوت این ژانر و در نتیجه دلایل متفاوت علاقمندی مخاطبان در جوامع مختلف است و بالطبع در نظر گرفتن انگیزه‌های کاملاً یکسان در فرهنگ‌های مختلف برای توجه به این ژانر، فرض صحیحی نیست. در پژوهش صورت‌گرفته در سال ۲۰۰۹، استفاده از ژانرهای تلویزیون در کشورهای متفاوت بررسی شده است. در بخش دوم این پژوهش، «تلویزیون ـ واقعیت» را به عنوان نمونه برجسته‌ای از ظهور «نظریه

---

1. Tabloid Journalism

مدرنیته‌های جایگزین[۱]» چارلز تیلور[۲] ـ که نحوه انطباق جوامع مختلف با مدرنیته را متفاوت می‌داند ـ ذکر می‌کند و برای مثال از تفاوت به‌کارگیری ژانر «تلویزیون ـ واقعیت» در جوامع غربی و عربی سخن می‌گوید (Moran, 2009: 30).

زیرگونه‌های «تلویزیون ـ واقعیت»

دسته‌بندی‌های متفاوتی در مورد گونه‌ها و انواع تعریف شده ذیل «تلویزیون ـ واقعیت» وجود دارد. در یک دسته‌بندی، تسی[۳]، کراکویاک[۴] و کلک[۵] «تلویزیون ـ واقعیت» را به ۹زیرگونه متفاوت تقسیم کرده‌اند:

۱. رابطه رمانتیک[۶]

حول مسائل عاشقانه، روابط عاطفی و معمولاً رقابت در به دست آوردن عشق یک مرد یا یک زن شکل می‌گیرد.

۲. سبک زندگی[۷]

مشاهده روند تغییر زندگی یک شخص پس از انجام یک عمل زیبایی یا تغییر شیوه لباس پوشیدن و آرایش

۳. دوربین مخفی[۸]

۴. استعدادیابی[۹]

۵. بازی[۱۰]

---

[۱] Alternative modernity به معنای این است که به جای در نظر داشتن مدرنیته به عنوان یک امر واحد و یکسان، باید نسخه‌های متعددی از مدرنیته را در نظر داشت که با توجه به خصوصیات جوامع مختلف بروز پیدا کرده‌اند. امروزه مدرنیته به معنای گذشته‌اش دارای یک مرکز اداره غربی نیست و معنای متکثری یافته است. در این معنا، مدرنیته در جوامع مختلف نقطه شروع متفاوت و در نتیجه خروجی متفاوتی نسبت به سایر جوامع پیدا می‌کند.

[2] Charls Taylor

[3] Mina Tsay-Vogel

[4] K. Moja Krakowiak

[5] Kleck

[6] Dating/Romance

[7] Makeover/Lifestyle

[8] Hidden Camera

[9] Talent

[10] Game Show

۶. داکیوسُپ[1] (مجموعه مستند روایی یا داستانی)

نمایش مستند از زندگی انسان‌ها و اتفاقات واقعی که به شکلی قابل مقایسه با سریال‌های هرروزه است.

۷. کمدی موقعیت[2]

کمدی‌های شکل‌گرفته بر اساس موقعیت‌های واقعی

۸. اجرای قانون[3]

به عواقب تخلف از قانون و تعقیب مجرمان توسط پلیس می‌پردازد.

۹. دادگاهی[4] (Tsay et al, 2006: 2-3)

البته با توجه به مبنای این تقسیم‌بندی که بر اساس تم و مضمون آثار شکل‌گرفته است می‌توان زیرگونه‌های متعدد دیگری نظیر وقایع غیرطبیعی و خارق‌العاده[5]، زنده ماندن در محیط یا در شرایط سخت[6] و... را اضافه کرد. تقسیم‌بندی‌های مشابه بسیاری با عناوین نزدیک به این‌ها در پژوهش‌های مختلف مشاهده می‌شود.

از نگاهی دیگر می‌توان این ژانر را به سه زیرگونه اصلی تقسیم کرد که تمام زیرگونه‌های بالا ذیل آن‌ها قابل تعریف باشند. این سه زیرگونه اصلی که برگرفته از تقسیم‌بندی مراسم جایزه امی[7] آمریکا برای انتخاب «تلویزیون ـ واقعیت» برگزیده است، مطابق ذیل تعریف می‌شوند:

۱. به شیوه مستند[8] (یا واقعیت ساختارنیافته[9])

۲. واقعیت ساختاریافته[10]

۳. رقابت و بازی[11]

---

1. Docusoap
2. Sitcom
3. Law enforcement
4. Structured Reality
5. Paranormal and Supernatural
6. Outdoor Survival
7. Emmy Award
8. Documentary-style
9. Unstructured Reality
10. Structured Reality
11. Reality-competition

باندبجرگ[1] نیز تقسیم‌بندی دیگری را بر اساس فرم ارائه می‌کند:

۱. مجموعه مستند داستانی[2] که مشخصه آن ارتباط با واقعیت از طریق کاراکترها و موقعیت داستان (زمان و مکان) است.

۲. مجله واقعیت[3] که در آن پرونده‌هایی از زندگی واقعی و به خصوص جنایات و یا تصادف‌ها ارائه می‌شود.

۳. ریلیتی‌شو[4] که مجموعه‌ای دنباله‌دار از بازی‌هایی است که انسان‌های عادی را در شرایط غیرعادی قرار می‌دهد تا با یکدیگر همکاری و رقابت کنند.

او معتقد است که حداقل این سه گروه در میان اقسام «تلویزیون ـ واقعیت» قابل یافتن است (Bondebjerge: 2002: 171-172).

به نظر می‌رسد دو تقسیم‌بندی اخیر که بر مبنای رابطه فرم اثر با واقعیت و شیوه ارائه آن تنظیم شده است کارکرد مناسب‌تری در شناخت گونه‌های «تلویزیون ـ واقعیت» دارند.

رویکردهای انتقادی به گونه «تلویزیون ـ واقعیت»

با وجود آنکه این ژانر از توانمندی قابل توجهی در جذب مخاطب، آموزش به او و تبادل فرهنگی برخوردار است اما در عین حال نقاط ضعف مهمی داشته و افراد مختلفی از میان صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه رسانه و فرهنگ مخالفت‌های جدی خود را با فراگیری این ژانر و تأثیرات آن ابراز کرده‌اند. اگرچه نقدها هم در حوزه مضمون و هم در حوزه فرم بوده اما گرایش غالب انتقادات به سمت نقد مضامین و سوژه‌ها است. مهم‌ترین نقد فرمی به این ژانر به مسئله سهل‌انگاری تولید بازمی‌گردد. منتقدان اعتقاد دارند سهولت ظاهری بیش از حد تولید و عدم پایبندی به مسائلی چون فیلمنامه، میزانسن دقیق یا دکوپاژ سبب ایجاد سهل‌انگاری در تولید و در نتیجه روبروشدن با تعداد قابل توجهی از آثار سطحی و ضعیف می‌شود.

اما نقدهای مضمونی مطرح‌شده به این ژانر دارای سه جهت کلی است؛ مشکلات ایجادشده برای شرکت‌کنندگان، تأثیرات فرهنگی مرتبط با مخاطبان، تأثیرات سیاسی فراگیری این ژانر.

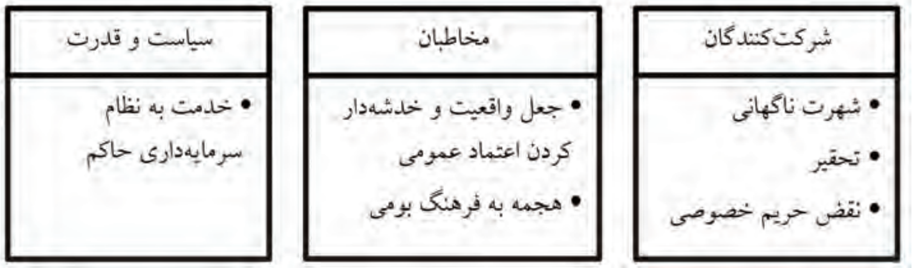
---

[1] Bonebjerg

[2] Docu-soap

[3] Reality-magazine

[4] Reality-show



شرکت‌کنندگان	مخاطبان	سیاست و قدرت
• شهرت ناگهانی • تحقیر • نقض حریم خصوصی	• جعل واقعیت و خدشه‌دار کردن اعتماد عمومی • هجمه به فرهنگ بومی	• خدمت به نظام سرمایه‌داری حاکم

نمودار ۱. نقدهای واردشده به ژانر «تلویزیون ـ واقعیت»

شرکت‌کنندگان در «تلویزیون ـ واقعیت»ها که از میان مردم عادی انتخاب می‌شوند، پس از شروع برنامه و احتمالاً جذب تعداد زیادی از مخاطبان، به سرعت شهره می‌شوند. این شهرت و فراموشی سریع مخاطب پس از پایان مجموعه، اثرات نامناسبی بر زندگی شرکت‌کنندگان این برنامه‌ها می‌گذارد. همچنین در مراحل این «تلویزیون ـ واقعیت»ها معمولاً حریم خصوصی آن‌ها نقض شده (مانند آثار دوربین مخفی یا آثاری که زندگی کامل یک گروه را به نمایش درمی‌آورد) و به واسطه کارهایی که باید انجام دهند یا ناخوداگاه انجام می‌دهند، تحقیر می‌شوند (کاظمی، ۱۳۸۹: ۵۹-۵۸). از سوی دیگر، گروه عمده‌ای از «تلویزیون ـ واقعیت»ها به دلیل نمایش بلاواسطه سبک زندگی غربی و استانداردسازی رفتارها، تهدید جدی برای فرهنگ‌های بومی به شمار رفته و در مقابل به توسعه فرهنگ غربی منجر می‌شوند. پژوهش موران که بالاتر در مورد آن سخن گفته شد، این تأثیرات را در فرهنگ کشورهای عربی بررسی کرده است.

در مورد رابطه این ژانر با قدرت و سیاست نیز نقدهای جدی وجود دارد. نیک کودری[1] در مقاله خود، ریلیتی‌شو را تمهیدی در دستان نئولیبرالیسم می‌داند که توسط آن نیروی کار را مطیع می‌سازد. کودری بُعد مخفی و مرموز ریلیتی‌شو را جایی می‌داند که این ژانر نقش خود را در مورد ترویج و عادی‌سازی شرایط تعریف‌شده کار از سوی نئولیبرالیسم پنهان می‌کند. کودری تلاش دارد شیوه تبدیل این هدف مهم نئولیبرالیسم به یک ساختار برنامه تلویزیونی را شرح دهد: «... به خصوص در مورد فرم بازی ـ مستند که در آن «مردم عادی» مقابل چشمان

---

[1] Nick Couldry

دوربین‌ها رقابت می‌کنند تا با معیار تعداد رأی بیشتر عامه مردم مشخص شود که کدام‌یک «واقعی»تر هستند» (Couldry, 2005:2). در نظریه دیگران، دیدگاه مشابهی دیده می‌شود که «تلویزیون ـ واقعیت» را پایان ژانر مستند و برخی آن را نمود پایان تاریخ تمدن غرب می‌دانند چرا که این فرهنگ، فرهنگی در حال پیشروی و رشد تلقی نمی‌شود (Bignell, 2005: 26-27).

در باب سازگاری این ژانر با دیدگاه دینی و فرهنگ ایرانی نیز نکات قابل‌تأملی وجود دارد. نکته اصلی در توجه به ژانر «تلویزیون ـ واقعیت» را باید در معنای مورد نظر از «واقعیت» و ارتباط برنامه با این مفهوم جستجو کرد. مدعای مهم «تلویزیون ـ واقعیت» این است که «واقعیت‌نمایی» می‌کند. ضابطی‌جهرمی تفاوت اساسی میان واقعیت‌نمایی و واقعیت‌گرایی قائل است و اولی را فعالیتی ناشی از ذات مکانیکی دوربین می‌داند که بدون «سازماندهی» و «تنظیم مواد» و تنها از طریق تقلید مستقیم واقعیت حاصل می‌شود (ضابطی‌جهرمی، ۱۳۹٤: ۲۵) اما همانطور که پیش از آن گفته شد، واقعیت مدعایی، به آن میزان که ادعا می‌شود، واقعیت نیست و برنامه‌سازان ناگزیر هستند که واقعیت را دست‌کاری کنند. این دست‌کاری و دخالت از موارد ساده‌ای مانند تصویربرداری مجدد یک صحنه یا درخواست‌های جزئی در مورد حرکت شرکت‌کنندگان تا شکل دادن پیش‌بینی یک اتفاق و رفتار مطابق فیلم‌نامه تغییر می‌کند. در حقیقت در این آثار، پرداختن به واقعیت برای تفریح و به هدف سرگرم ساختن مخاطب صورت می‌گیرد (ضابطی‌جهرمی، ۱۳۹٤: ۲۱۶). با چنین هدفی، گاه میزان دخالت در آنچه رخ می‌دهد، به حد غیرقابل‌باوری افزایش می‌یابد و علی‌رغم تظاهر اثر به پایبندی در «واقعیت‌نمایی»، صحنه‌سازی و بازی‌های هدف‌دار ساختار اصلی اثر را شکل می‌دهند. ازاین‌رو، گرچه این ژانر در تعریف خود بستگی جدی با واقعیت دارد ولی برخی معتقدند که این ژانر بیش از آنکه واقعیت را نشان دهد آن را تحریف می‌کند (هیلیارد، ۱۳۸۹: ٤۷۵).

مسئله مهم‌تر به تعریف واقعیت بازمی‌گردد. ازآنجاکه انسان‌باوری جایگاه مهمی در باورهای تمدن امروزی غرب دارد، رفتارهای انسانی به‌نوعی مرجعیت پیدا می‌کنند و دارای اهمیت ذاتی می‌شوند. بدین‌صورت انسان‌باوری به عنوان یکی از پایه‌های شکل‌گیری جهان‌بینی مدرن محسوب شده (ساوجی، ۱۳۸۸: ۱۷۵) و به دنبال آن امیال و غرایز انسانی جایگاهی رفیع می‌یابند. این نگرش سبب باور به

تعریفی خاص از واقعیت در مورد انسان می‌شود. این‌گونه، مخاطب غربی علاقمند است قرار گرفتن انسانی دیگر در موقعیتی خاص و رفتارهای ناشی از آن را مشاهده کند تا به «واقعیت» اتفاق جاری پی ببرد. چنین برداشتی از واقعیت سبب می‌شود قرار دادن انسان‌ها در هر موقعیت و مشاهده رفتار آن‌ها به هر شکل، مجاز تلقی شود. با چنین دیدگاهی، ارائه تصویر از خصوصی‌ترین لحظات انسان‌ها حتی در محدوده رفتار جنسی (که در زیرگونه‌های دوربین مخفی یا روابط عاشقانه مشاهده می‌شود) نه تنها دارای اشکال نیست بلکه رویارویی مخاطب با «واقعیت» است و علاقه‌مندان بی‌شماری دارد. موقعیت‌های «واقعی» به این تصاویر محدود نشده و در برنامه‌های گوناگون صحنه‌های متعدد عجیبی از رفتارهای غیرمعمول انسان‌ها مانند خوردن حشرات به شیوه‌ای مشمئزکننده یا خوابیدن در میان جانوران موذی، با هدف برنده شدن مقداری پول، دیده می‌شود. از سوی دیگر، به دلیل تلاش برای به تصویر درآوردن «واقعیت» زندگی شرکت‌کنندگان، اختلاف، بحث، دعوا و حتی درگیری فیزیکی میان شرکت‌کنندگان و حتی میان شرکت‌کننده و تیم برنامه‌ساز، امری معمول در بسیاری از برنامه‌های «تلویزیون ـ واقعیت» محسوب می‌شود.

مقایسه این دیدگاه با نظرگاه ایرانی ـ اسلامی در مورد واقعیت، ناسازگاری خاص این ژانر با فرهنگ ما را نشان می‌دهد.[1] در فرهنگ اسلامی، واقعیت و حقیقت نه تنها یکسان پنداشته نمی‌شوند بلکه به تصریح آیات الهی، مؤمن کسی است که به ظواهر دنیا اکتفا نکرده و به «غیب» ایمان داشته باشد (بقره، ۳). از سوی دیگر پذیرفتن خداوند به عنوان قادر متعال و حاکم امور سبب می‌شود رفتارهای انسانی به‌خودی‌خود دارای ارزش تلقی نشده و تنها آن هنگام مطلوب دانسته شوند که مطابق با امر الهی رخ دهند. علاوه بر این، دستورات مبتنی بر خودداری و صبر، لزوم رازپوشی و پرهیز از تظاهر از مواردی است که رفتارهای مطلوب در نگاه دین (و حتی نه لزوماً نگاه دینی که دیدگاه سنتی شرقی) را به کلی با آنچه از منظر غربی مجاز تلقی می‌شود، متفاوت می‌سازد. ازاین‌رو، در دیدگاه دینی و حتی نظرگاه سنتی شرق، هر چیزی که دیده شود، نام واقعیت به خود نگرفته و همچنین هر چیزی ارزش و امکان دیدن ندارد.

---

[1] ۱. دست کم، از نظر مضمون و محتوای این ژانر در تولیدات تلویزیونی کشورهای غربی

مسئله قابل‌تأمل دیگر در این حوزه، تفاوت‌های فرهنگی در حوزه رفتارهای اجتماعی میان جامعه ایرانی و غربی است. نکته اول اینکه، به دلایل مختلف، اغلب یک ایرانی در مقابل دوربین رسمی رفتاری تصنعی و متفاوت با واقعیت خود بروز می‌دهد. فرهنگ ایرانی مملو از تعارفات و رفتارهای ناشی از «رودربایستی» و پرهیز از تصریح و بیان مستقیم است (شریعتمدار، ۱۳۹۶: ۹۶). فارغ از قضاوت در مورد پسندیده یا ناپسند بودن این امر، امکان پیاده‌سازی برخی زیرگونه‌های این ژانر در کشور ما به همین علت مورد تردید است. همچنین به دلیل نفس تظاهر به واقعیت در «تلویزیون ـ واقعیت»های غربی، کشمکش و چالش که از عناصر اصلی جذابیت درام به شمار می‌رود، در برخوردهای مستقیم میان کاراکترهای برنامه شکل می‌گیرد. تعارضات، جدل‌ها و حتی درگیری فیزیکی مقابل دوربین، در ذات فرهنگ غربی، منفی به شمار نرفته و به راحتی رخ می‌دهند. در حالی که به علت شیوه رفتاری و دیدگاه فرهنگی ما، چنین کشمکشی یا اصولاً در مقابل دوربین رخ نمی‌دهد یا حتی در صورت وقوع، مسئله‌ای ناپسند و منفی تلقی می‌گردد.

در مجموع با توجه به انگیزه‌های روانی برشمرده شده به عنوان علل جذابیت این ژانر، مخالفت‌های قابل‌تأمل برخی اندیشمندان در خاستگاه این حوزه همچنین تفاوت‌های فرهنگی میان خاستگاه و اهداف این گونه و مخاطبان ایرانی، می‌توان به شاخص‌های تطبیق میان دو نمونه مدنظر دست یافت.

شاخص‌های تطبیق

با توجه به آنچه که در خصوص «تلویزیون ـ واقعیت»، گفته شد، عوامل تطبیق ذیل استخراج شده و مورد استفاده قرار گرفته‌اند:

فرم مجموعه؛ بررسی زیرگونه هر مجموعه، مراحل، نحوه روایت و سکانس‌بندی.

ارتباط مضمون و فرم با توجه به هدف مسابقه؛ ارتباط میان فرم و مضمون مجموعه و چگونگی دستیابی به فرم متناسب با مضمون مورد نظر.

در نظر گرفتن اقتضائات فرهنگ بومی؛ توجه و دقت به ویژگی‌ها و اقتضائات فرهنگی در طراحی و اجرای «تلویزیون ـ واقعیت».

بررسی تطبیقی دو مجموعه «فرمانده» و «کارآموز»

مجموعه «فرمانده»

جدول ۱. مشخصات مجموعه «فرمانده» ـ فصل اول

سال ساخت	۱۳۹۳
تهیه‌کننده	خانه مستند انقلاب اسلامی
شبکه پخش‌کننده	شبکه افق
محل ضبط	زیباکنار گیلان
تعداد شرکت‌کننده‌ها	۱۰
تعداد قسمت	۹
جایزه نهایی	تجربه پرواز با هلی‌کوپتر
برآورد میزان مخاطب	نامشخص

خلاصه طرح

ده جوان شرکت‌کننده در مسابقه باید مراحلی را زیر نظر یک فرمانده و با همراهی دستیاران فرمانده بگذرانند. در هر مرحله، افراد به دو گروه تقسیم شده و با نظر فرمانده، یک نفر به عنوان مسئول گروه انتخاب می‌شود. پس از طی هر مرحله، گروه بازنده معرفی و آن گروه در اتاقی کنار فرمانده جمع می‌شوند. سپس فرمانده از آن‌ها می‌خواهد در مورد حذف یکی از افراد گروه، که نقش پررنگ‌تری در شکست داشته است، توافق کنند. در نهایت اگر گروه به نتیجه مشخصی نرسد، با نظر نهایی فرمانده یک نفر حذف می‌شود. در انتهای مراحل، نفر باقی‌مانده را به عنوان برنده معرفی می‌کنند. هدف اعلامی برای نتیجه مسابقه، یافتن مناسب‌ترین فرد برای فرماندهی و راهبری یک گروه است.

مراحل فصل اول مسابقه «فرمانده» مطابق جدول شماره دو است:

جدول ۲. مراحل فصل اول ریلیتی‌شو «فرمانده»

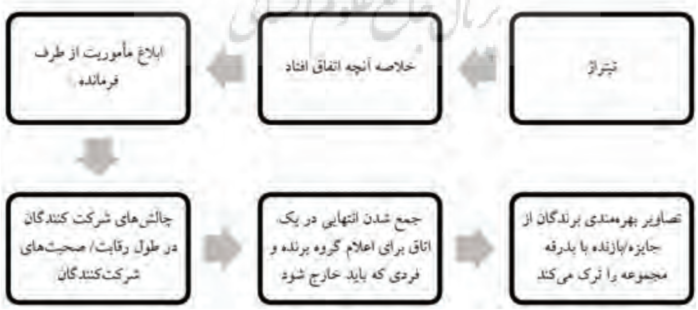
۱	آموزش دانش‌آموزان مدرسه
۲	برگزاری مراسم بزرگداشت شهدا در مسجد
۳	پیدا کردن گلوله‌های رنگی
٤	پینت‌بال
۵	آمادگی جسمانی
٦	آشپزی
۷	فیلم‌سازی
۸	جمع‌آوری زباله
۹	فرماندهی نیروها

فرم مسابقه

مستند ـ مسابقه «فرمانده» در زیرگونه بازی[1] و در تقسیم‌بندی باندبجرگ، در گروه ریلیتی‌شوها قرار می‌گیرد. در فرم روایی «فرمانده»، علاوه بر مصاحبه با شرکت‌کنندگان در مورد اتفاقات، از نریتور ـ که وظیفه شرح آنچه در حال رخ دادن است را بر عهده دارد ـ نیز بهره گرفته شده است.

روایت این مجموعه بر اساس نریشن ـ که بر روی تصاویر شرکت‌کنندگان در حال طی مراحل مسابقه قرار گرفته است ـ پیش می‌رود. همچنین در این میان از مصاحبه با شرکت‌کنندگان نیز استفاده شده است.

ساختار سکانس‌های مجموعه «فرمانده»:


تیتراژ
خلاصه آنچه اتفاق افتاد
ابلاغ مأموریت از طرف فرمانده
چالش‌های شرکت کنندگان در طول رقابت/ صحبت‌های شرکت‌کنندگان
جمع شدن انتهایی در یک اتاق برای اعلام گروه برنده و فردی که باید خارج شود
تصاویر بهره‌مندی برندگان از جایزه/بازنده با بدرقه مجموعه را ترک می‌کند

نمودار ۲. سکانس‌بندی مجموعه «فرمانده»

---

1. Game Show

به لحاظ زمانی، بخش عمده زمان به سکانس چهارم (رقابت شرکت‌کنندگان) اختصاص داده شده است (حدود دو سوم زمان کل).

مجموعه «کارآموز»

جدول ۳. مشخصات مجموعه «کارآموز»- فصل اول

سال ساخت	۲۰۰۴
تهیه‌کننده	Mark Burnett و Donald Trump
شبکه پخش‌کننده	NBC
محل ضبط	برج ترامپ
تعداد شرکت‌کننده‌ها	۱۶ نفر
تعداد قسمت	۱۵
جایزه نهایی	سپردن مدیریت یکی از شرکت‌های تجاری ترامپ به برنده
برآورد تعداد مخاطب	حدود ۲۱ میلیون نفر

خلاصه طرح

۱۶ شرکت‌کننده (۸ مرد و ۸ زن) که در حرفه تجاری خود موفق بوده و از سراسر آمریکا انتخاب شده‌اند، زیر نظر دونالد ترامپ، در مورد مهارت‌های اداره یک فعالیت تجاری مسابقه می‌دهند. ابتدا افراد به دو گروه زنان و مردان تقسیم شده اما این تقسیم‌بندی بعد از مدتی به دلیل حذف تعدادی از مردان، با یارکشی اختیاری گروه‌ها تغییر می‌کند. در هر مرحله، شرکت‌کنندگان یکی را از میان خود برای مدیریت پروژه محوله انتخاب می‌کنند. در انتهای هر قسمت، ترامپ تیم بازنده را به اتاقی دعوت کرده و از مدیر پروژه می‌خواهد دو نفر را که از نظر او نقش پررنگ‌تری در شکست تیم خود دارند، انتخاب کند. در نهایت ترامپ از میان این سه نفر یکی را برای حذف انتخاب کرده و با جمله «تو اخراجی[1]» به او اعلام می‌کند.

هدف اعلام‌شده برای مسابقه، یافتن فردی با توانمندی مدیریت فعالیت‌های بزرگ تجاری است. مراحل فصل اول این مجموعه به شرح ذیل است:

---

[1] You Are Fired!

جدول ٤. مراحل مجموعه «کارآموز»

۱	خرید ملزومات با پول ابتدایی ۲۵۰ دلار و فروش لیموناد در خیابان‌های نیویورک
۲	کمپین تبلیغ برای فروش خدمات جت اختصاصی
۳	خرید لیستی از اقلام کمیاب با پایینترین قیمت ممکن در مدت زمان یک روز
٤	مدیریت رستوران سیاره هالیوود در میدان تایمز و اعلام میزان افزایش سود نسبت به روز مشابه سال قبل
۵	خرید برخی اقلام با پول اولیه و فروش آن‌ها در غرفه‌های موقت با بیشترین سود ممکن
٦	کمک به یک خیریه با ثبت نام از سلبریتیها و متقاعد کردن آن‌ها برای شرکت در حراجی خیریه
۷	پس گرفتن یک آپارتمان از اجاره و اجاره دادن دوباره آن به بالاترین قیمت
۸	فروش بطری‌های آب با نام «یخ ترامپ» و عکس ترامپ بر روی آن
۹	انتخاب یک هنرمند و فروش آثار او در یک گالری
۱۰	کسب بیشترین درآمد از یک درشکه دوچرخه‌ای در اختیار دو گروه
۱۱	مرور قسمت‌های گذشته با تصاویر دیده‌نشده
۱۲	دادن مسئولیت اداره قمارخانه ترامپ به تیم‌ها و اعلام تیم برنده با بیش‌ترین درآمد
۱۳	اجاره دادن پنت هاوس لوکس ترامپ در برج او به قیمت بیش از ۲۰هزار دلار برای یک شب
۱٤	شرکت در مصاحبه با دستیاران ترامپ
۱۵	ترتیب کنسرت جیسکا سیمپسون توسط یک تیم و برگزاری تورنمنت گلف در باشگاه ترامپ توسط تیم دیگر

THE APPRENTICE

تصویر ۲. پوستر مجموعه «کارآموز»

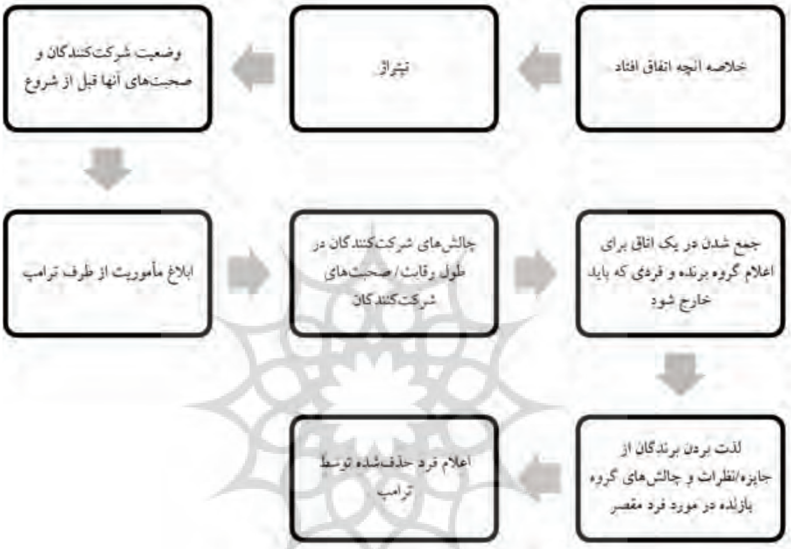
مروری بر ویژگی‌های فرمی مجموعه

مجموعه «کارآموز» در زیرگونه Game Show یا «مسابقه ـ بازی ـ سرگرمی» طبقه‌بندی می‌شود. فرم اثر متشکل از مصاحبه و تصاویر انجام مأموریت‌هاست و به غیر از بخش کوتاه بیان خلاصه قسمت‌های قبل، به ندرت از نریشن استفاده‌شده‌است.

ترامپ دستیارهایی دارد که در قضاوت نهایی به او کمک می‌کنند اما قضاوت نهایی در مورد نفر حذف‌شده به عهده ترامپ است.

در این مجموعه روایت، با استفاده از تصاویر تلاش شرکت‌کنندگان و چالش‌های پیرامون آن‌ها و همچنین مصاحبه پیش می‌رود.

ساختار سکانس‌های مجموعه کارآموز:


خلاصه آنچه اتفاق افتاد
تیتراژ
وضعیت شرکت‌کنندگان و صحبت‌های آنها قبل از شروع
ابلاغ مأموریت از طرف ترامپ
چالش‌های شرکت‌کنندگان در طول رقابت/ صحبت‌های شرکت‌کنندگان
جمع شدن در یک اتاق برای اعلام گروه برنده و فردی که باید خارج شود
لذت بردن برندگان از جایزه/نظرات و چالش‌های گروه بازنده در مورد فرد مقصر
اعلام فرد حذف‌شده توسط ترامپ

نمودار ۳. سکانس‌بندی مجموعه «کارآموز»

به لحاظ زمانی، تصاویر رقابت شرکت‌کنندگان (سکانس پنجم) حدود یک‌سوم از زمان کلی را تشکیل داده و بخش عمده از زمان هر قسمت به سایر وقایع می‌پردازد.

نتیجه بررسی تطبیقی دو مجموعه «فرمانده» و «کارآموز»

در تطبیق مؤلفه‌های محتوایی و فرمی دو مجموعه نکات اشتراک و افتراق قابل توجهی مشاهده می‌شود:

۱. فرم یکسان در هر دو مجموعه؛

هر دو اثر در زیرگونه Game Show (در تقسیم‌بندی امی، رقابت‌بازی و در تقسیم‌بندی باندبجرگ «ریلیتی شو») قرار گرفته و علاوه بر آن از ویژگی‌های ساختاری کاملاً مشابه برخوردارند. ساختار سکانس‌ها یکسان است و طراحی صحنه، تصویربرداری

و میزانسن در هر دو مجموعه از نظام مشابهی بهره می‌برد. اگرچه یک تفاوت عمده میان دو مجموعه وجود دارد؛ مجموعه آمریکایی بر اساس تصویر و بدون نریشن روایت می‌شود اما در مجموعه ایرانی، نریشن نقش اصلی را بر عهده دارد. در حقیقت مجموعه ایرانی بر اساس «گفتن[1]» و مجموعه آمریکایی بر اساس «نشان دادن[2]» پیش می‌رود.

۲. روشن بودن اهداف اولیه در مجموعه «کارآموز» و طراحی دقیق مراحل با توجه به اهداف تعریف شده؛

تمامی مراحل با توجه به هدف اصلی مجموعه، حول قابلیت‌های ضروری برای شکل‌گیری یک تاجر طراحی شده‌اند. تعریف مراحل ساده است و همه آن‌ها بر محور کسب سود بیشتر شکل گرفته‌اند. نکته جالب در مورد مجموعه آمریکایی، حضور دونالد ترامپ به عنوان کاراکتر مرکزی است. ترامپ در اعلام و شرح مأموریت محوله در نقش یک قهرمان حاضر شده و پیش‌فرض مخاطب این است که او در گذراندن تمام این مراحل از بقیه توانمندتر است. سند این توانمندی وضعیت فعلی اوست که به عنوان یکی از قهرمان‌های جهان سرمایه‌داری معرفی می‌شود و محل وقوع تمام مراحل نیز، املاک و شرکت‌های اوست. رقابتی برای دستیابی به ثروت بیشتر هم‌زمان با گزینش سبک زندگی متناسب با آن، که برگزارکننده رقابت نیز خود قهرمان این عرصه است. جایزه‌های مراحل نیز کاملاً متناسب با این نگاه انتخاب شده است؛ خوردن غذا در رستورانی لوکس، سفر با جت شخصی، سفر با کشتی تفریحی، بازدید از پنت هاوس لوکس ترامپ و... . کاراکترها، طراحی مراحل، انتخاب لوکیشن‌ها، جوایز و پیام کلی اثر کاملا به یکدیگر مرتبط هستند و در نهایت در قالب فرمی یکپارچه عمل می‌کنند.

اما در مجموعه «فرمانده»، طراحی مراحل هماهنگی چندانی ندارند. توان سرگرم کردن دانش‌آموزان و آموزش به آن‌ها، در کنار فیلم‌سازی یا برگزاری مجلس بزرگداشت شهدا، حوزه‌هایی پراکنده را دربرمی‌گیرد که هدف واحدی را به ذهن القا نمی‌کنند. به غیر از اشکالات طراحی مراحل، جوایز نیز سازگاری چندانی با هدف نهایی مجموعه ندارند. جایزه سفر با پاراگلایدر یا سوار شدن بر جت‌اسکی ارتباط چندانی با هدف مسابقه (یافتن فردی با قابلیت‌های فرماندهی) ندارد.

---

[1] Telling

[2] Showing

۳. کارکرد صراحت و جسارت به عنوان عامل جذابیت در مجموعه «کارآموز» در مقابل فقدان صراحت لازم و ایجاد جایگاه قربانی در مجموعه «فرمانده»؛

در مجموعه «کارآموز»، بحث و چالش میان افراد گروه در مورد انجام صحیح وظایف محوله یا انتخاب فردی که باید حذف شود، و همچنین کشمکش‌ها و اختلافات شخصی افراد، شرایطی را ایجاد می‌کند که هر یک از شرکت‌کنندگان در طول مجموعه به نحوی با انواع متفاوتی از تنش درگیر هستند. جسارت و صراحت اشخاص در انتقاد و در بسیاری موارد توهین به یکدیگر و همچنین صراحت و قاطعیت ترامپ در تصمیم‌گیری نهایی (جمله مشهور او در حذف افراد هنگام به کار بردن عبارت «تو اخراجی[1]»، در ذهن آمریکایی‌ها کاملاً زنده مانده است)، همه در ایجاد جذابیت برای مخاطب غربی شریک هستند اما در این‌سو، برای مخاطب ایرانی، صراحت ارزش تلقی نشده و گاهی این عدم صراحت و قاطعیت سبب قرار گرفتن شخص حذف‌شده در جایگاه قربانی و مظلوم می‌شود که موجب ایجاد وضعیتی ناخوشایند برای مخاطب ایرانی است.

نمونه دیگری از تفاوت‌های فرهنگی در این مثال مشهود است. در یکی از قسمت‌های مجموعه «کارآموز» ترامپ سردسته یکی از گروه‌ها را تنها به این دلیل که به اندازه کافی از خود دفاع نکرده است، از گردونه حذف می‌کند. اما در مجموعه «فرمانده» تلاش زیاد یکی از کاراکترها برای باقی ماندن در مسابقه، سرانجام با شکستن مچ پایش به پایان می‌رسد. متن نریشن همراه با مخاطب، او را سرزنش کرده و به تلویح شکستن پا را عاقبت نحوه کار او بیان می‌کنند. بدین‌صورت، در مجموعه آمریکایی استفاده درست از مؤلفه فرهنگی تبدیل به موتور پیش‌برنده روایت می‌شود اما در مجموعه ایرانی با این‌که همه در حال رقابت با یکدیگرند، ناگهان ارزشی در تضاد با این رقابت خود را نمایان ساخته و مجموعه هم‌زمان، دو پیام متفاوت صادر می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

ژانر «تلویزیون ـ واقعیت» گرچه دارای سابقه‌ی طولانی نیست اما از توانمندی فراوانی برای جذب مخاطب برخوردار است. به همین دلیل استفاده گسترده‌ای از این ژانر در شبکه‌های مختلف تلویزیونی در سراسر جهان شده است. بررسی

---

[1] You’re fired!

مجموعه‌های مختلف ساخته‌شده در ایران نیز نمایانگر توان مطلوب برنامه‌سازان جوان برای فعالیت در این عرصه بوده و مجموعه «فرمانده» این قابلیت‌ها را به‌خوبی نشان می‌دهد. اما نکته مهم، توان انطباق ژانر با ویژگی‌ها و ارزش‌های فرهنگی کشور است. مقایسه مجموعه «فرمانده» با «کارآموز» نشان داد که در مجموعه آمریکایی طراحی فرم اثر با توجه به اهداف و اقتضائات مدنظر برنامه‌سازان، به‌خوبی توانسته است تیم برنامه‌ساز را به نتیجه دلخواه برساند اما در فصل اول «فرمانده»، توجه بیشتر به مضامین و عدم طراحی فرم درخور آن، سبب نقص مجموعه در ارائه پیام مدنظر خود شده است. گاهی این نقص حتی در فرم اثر (طراحی نامتجانس مراحل، ابهام در معیارهای قضاوت یا جایزه نهایی) خود را نشان می‌دهد. به‌گونه‌ای که عدم وصول به فرم متناسب با مضامین فصل اول، موجب تغییر مضامین در فصل‌های بعدی «فرمانده» و اتخاذ راهبردی دیگر برای مجموعه شده است.

البته در سال‌های اخیر تلاش‌هایی در حوزه انطباق فرم با اهداف مدنظر شده است که نتایج قابل قبولی نیز داشته است. برای مثال، نمونه نسبتاً موفق از انطباق برخی از ویژگی‌های ژانر با مقتضیات فرهنگی داخلی را می‌توان در مجموعه «خانه ما» مشاهده کرد.[1] وجود معیار مشخص برای ارزیابی کارها (پول مشخص، زمان معین، مأموریت‌هایی که توان ارزیابی توفیق خانواده‌ها در انجام آن‌ها وجود دارد) و همچنین نزدیک شدن به کانون داخلی خانواده‌ها با حفظ حریم خصوصی آن‌ها از دلایل توفیق نسبی این مجموعه در تطابق ژانر با محیط فرهنگی ایران به شمار می‌رود. فصل‌های بعدی «فرمانده» نیز با محدود کردن هدف (تربیت نیروی زبده)، توفیق بیشتری یافتند.

بااین‌وجود، با توجه به قابلیت‌های فراوان این ژانر و عطش مخاطبان داخلی، هنوز امکان فراوانی برای استفاده از «تلویزیون ـ واقعیت» وجود دارد. اما این استفاده، مستلزم انجام مطالعات و کسب تجربه اجرایی در جهت تطبیق ژانر با مقتضیات فرهنگ بومی کشور است.

---

[1] در این مجموعه به دو خانواده مقدار مشخصی پول داده می‌شود و از آن‌ها خواسته می‌شود در مدت زمان محدودی با این پول زندگی کرده و مأموریت‌هایی را مانند میهمان کردن خانواده دیگر، تفریحات خانوادگی و... انجام دهند.

منابع و مآخذ

الف) منابع فارسی

۱. ایمان، محمدتقی. (۱۳۹۳). **روش‌شناسی تحقیقات کیفی**، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۲. تنهایی، ح.ا و جواد نکهت .(۱۳۹۱). **شیوه پایان‌نامه‌نویسی؛ با تأکید بر روش‌شناسی کیفی**، تهران: انتشارات بهمن برنا.

۳. سالمی، آزاده (۱۳۹۱). «درآمدی بر برنامه‌های سبک زندگی در تلویزیون واقع‌نما». **فصلنامه مطالعات سبک زندگی**. شماره ۱: ۱۳۱–۱۰۷.

٤. ساوجی، محمد. (۱۳۸۸). «مدرنیته و پسامدرنیسم». **فصلنامه سیاست**. شماره ۲: ۱۹۲–۱۷۱.

۵. شریعتمدار، آسیه. (۱۳۹٦). «تحلیل عوامل مشترک تجربه روان‌شناختی پدیده رودربایستی: مطالعه کیفی». **فصلنامه مطالعات روانشناسی بالینی**. شماره ۲٦: ۸۲–٦۵.

٦. ضابطی‌جهرمی، احمد. (۱۳۹٤). **شکل‌شناسی و گونه‌شناسی فیلم مستند**، تهران: نشر رونق.

۷. کاظمی، محمدرضا. (۱۳۸۹). **ساختارشناسی برنامه‌های «تلویزیون واقعیت‌محور» (Reality Television) همراه با بررسی موردی برنامه «برادر ارشد» (Big Brother)**، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. گروه تولید سیما. دانشکده تولید دانشگاه صداوسیمای جمهوری‌اسلامی‌ایران.

۸. قاسمی، ابوالحسن. (۱۳۸۸). **بررسی تحلیلی مستند تلویزیونی (از ۱۹۹۰ تا ۲۰۰٦ میلادی)**، پایان‌نامه دکتری. گروه پژوهش هنر. دانشکده هنرهای کاربردی. دانشگاه هنر تهران.

۹. مک‌کوئین، دیوید. (۱۳۸٤). **راهنمای شناخت ژانر تلویزیون**، ترجمه فاطمه کرمعلی و عصمت گیویان. تهران: اداره‌کل پژوهش‌های سیمای صداوسیمای جمهوری‌اسلامی‌ایران.

۱۰. هیلیارد، رابرت ال. (۱۳۸۹). **نویسندگی برای تلویزیون، رادیو و رسانه‌های جدید**، ترجمه: فرزاد فرحزاد، صفورا نوربخش، غلامرضا تجویدی، نیسان گاهان. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیمای جمهوری‌اسلامی‌ایران.

ب) منابع لاتین

1. Bignell, Jonathan (2005). Big Brother; Reality TV in the Twenty-first Century. Hampshire: Palgrave McMillan.
2. Bondebjerg, Ib (2002). The Mediation of Everyday Life Genre, Discourse, and Spectacle in Reality TV in Jerslev, Anne (Ed.), Realism and 'reality' in Film and Media. Copenhagen: Museum Tusculanum Press.
3. Casey, Bernadette, Casey, Neil, Calvert, Ben, French, Liam, Lewis, Justin. (Eds.) (2002). Television Studies: The Key Concepts. London and New York: Routledge.
4. Couldry, Nick (2005). Reality TV, or the Secret Theatre of Neoliberalism. Review of Education, Pedagogy and Cultural Studies, Vol 30, No.1.
5. Essany, Michael (2008). Reality Check; the Business and Art of Producing Reality TV. Oxford: Elsevier.
6. Hill, Annette (2005). Reality TV; Audiences and popular factual television. Abingdon: Routledge.
7. Hill, Annette (2007). Restyling Factual TV; Audiences and news, documentary and reality genres. Abingdon: Routledge.
8. Huff, Richard (2006). Reality Television. Westport: Prager.
9. King, Geoff (2005). The Spectacle of the Real: From Hollywood to 'Reality' TV and Beyond. Bristol: Intellect Ltd.
10. Moran, Albert (Ed.) (2009). TV Formats Worldwide; Localizing Global Programs. Chicago: Intellect.
11. Tsay, M., Krakowiak, K. M., & Kleck, C. A. (2006, June). Redefining reality TV: Exploring viewers' perceptions of nine subgenres. Paper presented at the 56thannual conference of the International Communication Association, Dresden, Germany.