

گونه‌شناسی برنامه‌های غیرداستانی تلویزیون

رامین شمسایی نیا^۱، ابوذر خوش بیان^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۷/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۱۶

چکیده

گسترش روزافزون رسانه‌های نو، تلویزیون را به عنوان یک رسانه سنتی، با رقابت و چالش‌های سختی مواجه کرده است. اما این رسانه همچنان برای حفظ موقعیت و جایگاه خود نزد مخاطب، می‌تواند روش‌های مختلفی را به کار گیرد. از جمله، با بهره بردن از ساختارهای مختلف برنامه‌سازی می‌تواند محتوای مناسب و جذابی را در اختیار مخاطبانی با سلیقه‌های متفاوت قرار دهد. در این میان، تنظیم و چینش برنامه‌ها در کنداکتور پخش شبکه‌ها براساس قالب‌های متنوع برنامه‌سازی، از اهمیت خاصی برای حفظ این جایگاه یا این موقعیت برخوردار است. به این منظور، شناخت و استفاده از انواع برنامه‌های تلویزیونی غیرنمایشی، براساس یک دسته‌بندی معیار، برای برنامه‌سازان ضرورت دارد. پژوهش حاضر درصدد است گونه‌ها و ویژگی‌های مختلف این نوع برنامه‌ها را معرفی نماید. برای رسیدن به این هدف، مقاله از روش نظریه داده‌بنیاد یا زمینه‌ای کلاسیک استفاده کرده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در زمینه گونه‌شناسی برنامه‌های غیرنمایشی تلویزیون مبین این است که می‌توان برنامه‌های تلویزیونی را در پنج دسته اصلی تقسیم کرد: تلویزیون واقعیت‌نما (Reality TV)، برنامه‌های ترکیبی، برنامه‌های گفتگو محور، کلیپ و مستند.

واژه‌های کلیدی: برنامه‌سازی تلویزیونی، گونه‌شناسی برنامه‌های تلویزیونی، برنامه‌های غیرداستانی، نظریه زمینه‌ای (داده بنیاد)

۱. استادیار دانشگاه صدا و سیما (نویسنده مسئول) shamsaei@iribu.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه صداوسیما. ab.khoshbayan@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

از زمان اختراع تلویزیون و فراگیر شدن استفاده از آن به‌عنوان یک رسانهٔ جمعی^۱، مسئله‌ای که از اولویت‌های مدیران رسانه و برنامه‌سازان تلویزیون بوده و پیوسته در تکاپو برای بهبود آن هستند، قالب و ساختار مناسب برای ارائهٔ محتوا به مخاطبان است. این مسئله که ظرف و ساختار مناسب برای انتقال پیام در رسانه‌ای مانند تلویزیون چیست و چه قالب‌ها و ساختارهایی می‌توانند در رسیدن به هدف واسط جذب مخاطب و هدف نهایی اثرگذاری بر او موثر واقع شوند، همواره یکی از مباحث مهم در میان مدیران رسانه و تهیه‌کنندگان بوده است.

اهمیت انتخاب درست گونه تولید و طراحی ساختار مناسب برای محتوای تولیدشده، به این دلیل است که اگر برنامهٔ تولید و پخش‌شده از تلویزیون جذابیت لازم را برای مخاطب نداشته باشد، نمی‌تواند بر مخاطب اثرگذاری داشته باشد و درنتیجه، پراکنش پیام از رسانهٔ پرهزینه‌ای مانند تلویزیون، بدون ارتباط موثر مخاطب خواهد بود و کاری عبث و بیهوده می‌نماید. ازاین‌رو، انتخاب ساختاری که بتواند مخاطب را جذب نموده و ضمن آن، بیننده را با محتوای موردنظر درگیر کند، همواره موردتوجه بوده است.

شایان توجه است که در مطالعات ژانر^۲ نمی‌توان به آسانی یک دسته‌بندی جامع و مانع از ساختارهای برنامه‌سازی ارائه نمود. به‌دلیل پیچیدگی روزافزون فرآیند برنامه‌سازی و وجود عناصر خلاقیت و نوآوری در تولید برنامه‌های تلویزیونی، امروزه بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی نقاط مشترک فراوانی دارند و برخی ساختارها محل تلاقی قرار گرفته است. از سویی دیگر شاخص‌ها و زاویه دید پژوهشگر نیز مهم است، مضمون و درون‌مایه، ساعت پخش، مخاطب هدف، ساختار تولیدی و... هریک به تنهایی می‌تواند متغیر اصلی گونه‌شناسی و دسته‌بندی قرار گیرد. همچنین باید توجه داشت که «ژانرها (گونه‌ها) هم تغییر می‌کنند؛ ژانرهای فرعی تکامل می‌یابند و ژانرهای جدید به وجود می‌آیند. آنچه در یک سال، طبیعی، قابل قبول و حتی نوآورانه به

1. Mass Media

2. Genre Studies

نظر می‌رسد، شاید چند سال بعد، کلیشه‌ای، از مد افتاده و غیرقابل قبول باشد» (مک کوئین^۱، ۱۳۸۴: ۳۵). در نتیجه، به دلیل پویایی فضای برنامه‌سازی در طی سال‌های اخیر، برنامه‌سازان تلویزیونی برای رسیدن به این مهم با استفاده از خلاقیت خود به طراحی و اجرای ساختارهای نوین دست زده‌اند. قالب‌هایی که بتوانند مورد انتخاب مخاطب واقع شوند. این پویایی در برنامه‌سازی در برخی موارد، ناظر به بهبود ساختارهای موجود بوده و در مواردی دیگر نیز منجر به ترکیب و طراحی قالب‌های جدید برنامه‌سازی شده است.

این مسئله برای سازمان صدا و سیما به عنوان متولی اصلی برودکست^۲ و تلویزیون در ایران، بسیار مهم جلوه می‌کند. رسانه ملی در ایران وظیفه مدیریت و برنامه ریزی بیش از ۱۹ شبکه تلویزیونی سراسری و ۳۴ شبکه تلویزیونی استانی را- علاوه بر شبکه‌های برون مرزی- بر عهده دارد. حفظ و ارتقاء کیفیت چرخه تولید، تأمین و پخش برنامه با وجود تعداد بالای شبکه‌ها، مستلزم استفاده از گونه‌های مختلف و متنوع تولید برنامه است. استفاده از ساختارهای مختلف و متنوع برنامه‌سازی می‌تواند راهگشای رسیدن به این مهم باشد. برای این منظور، بهره بردن از خلاقیت در ذهن و نوآوری در عمل تهیه کنندگان تلویزیون یکی از روش‌های رسیدن به ساختارهای نوین تولید است. از سوی دیگر، استفاده از تجربیات شبکه‌های تلویزیونی شاخص جهانی که توانسته‌اند اقبال مخاطبان را به خود جلب کنند و در صدر برنامه‌های پربیننده قرار بگیرند، یکی دیگر از راه‌حل‌های مهم و اساسی در زمینه رسیدن به گونه‌ها و ساختارهای شاخص و نوین برنامه‌سازی و شناخت عناصر و ویژگی‌های آنهاست.

«تغییر تدریجی ژانر در صنعت تلویزیون، باعث نوآوری در روش‌هایی می‌شود که امتحان خود را پس داده باشند. روش‌های موفق هم پس از کاهش بینندگان‌شان کنار گذاشته می‌شوند. نوآوری در موفقیت یک ژانر، به اندازه تکرار آن یا استفاده از عناصر مرسوم اهمیت دارد.» (مک کوئین، ۱۳۸۴: ۳۶-۳۵). دقت در این مسئله، مدیران رسانه در شبکه‌های تلویزیونی را به این نتیجه می‌رساند که باید به‌طور مداوم بر ژانرهای موجود تسلط داشته و در زمان مناسب یک ساختار

1. David McQueen

2. Broadcast

جدید را به چرخه تولید خود اضافه نموده و در مقابل، یک ساختار قدیمی را که با کاهش مخاطب روبرو شده، کمرنگ نمایند.

در این بحث، مسئله بهره بردن شبکه‌های مختلف تلویزیونی از تجربیات یکدیگر در زمینه برنامه‌سازی، یک امر رایج و حیاتی برای بالا نگه‌داشتن سطح رضایت مخاطبان شبکه‌هاست. این مسئله تا حدی اهمیت دارد که استانداردها و جزئیات ساختار قالب‌های برنامه‌سازی موفق، میان شبکه‌های تلویزیونی و تهیه‌کنندگان آنها در کشورهای مختلف خرید و فروش می‌شود. در واقع، به‌جای اینکه برنامه تلویزیونی تولیدشده در کشور مبدأ به کشور مقصد فروخته شود، قالب و جزئیات ساختار آن برنامه فروخته می‌شود تا کشور مقصد متناسب با فرهنگ و چهارچوب هنجاری کشور خود، اقدام به تولید و پخش آن کند. مجموع این مباحث، نشانگر اهمیت و ضرورت انجام چنین پژوهشی برای حفظ و ارتقای جایگاه تلویزیون در نزد مخاطبان و افزایش سهم این رسانه در سبد مصرف مخاطبان است.

اهمیت گونه‌شناسی و کاربست ساختارهای متنوع برنامه‌سازی باعث شده پژوهشگران بکوشند با انجام پژوهشی، به رهیافتی از یک دسته‌بندی علمی از انواع گونه‌های برنامه‌سازی تلویزیونی برسند. درواقع، اینکه چه گونه‌هایی از برنامه‌سازی تلویزیونی وجود دارد، شناخت عناصر آنها و نحوه دسته‌بندی این گونه‌ها- که حاصل سالیان متمادی فعالیت و خلاقیت برنامه‌سازان تلویزیونی بوده- مساله و هدف پژوهش بوده است.

چهارچوب مفهومی پژوهش

در ذیل به ارائه مفاهیم و رویکرد نظری کاربست شده در پژوهش حاضر پرداخته می‌شود. **برنامه تلویزیونی:** برای درک برنامه‌های تلویزیونی، می‌توان رویکردی فن‌گرایانه، ساختارشناسانه یا محتوا محور داشت. برخی تعریف‌ها از برنامه تلویزیونی ناظر به قالب، ساختارها و اجزای یک برنامه بوده و برخی نیز به انتشار یک محتوا و رسیدن به هدف موردنظر آن اشاره داشته‌اند. اسناد موجود در سازمان صدا و سیما برنامه تلویزیونی را این‌گونه تعریف می‌کنند: «به مجموعه‌ای منسجم از عناصر پیام در یک قالب تلویزیونی گفته می‌شود که با هدف

تأثیرگذاری‌های خاص بر روی گروه‌های مشخصی از مخاطبان، تهیه و پخش می‌شود» (مفاخر، ۱۳۸۴: ۵۴). «قالب حامل پیام در پاره‌ای از رسانه‌ها مانند رادیو و تلویزیون را برنامه گویند. و آن، مجموعه پیام‌هایی است که دارای موضوع و نگرشی واحد و یا درون‌مایه منطبق، مکمل، هم‌پیوند و گاه مجللی برای برخورد اندیشه و آرا در خدمت بیان، انتقال و القای هدفی یگانه در محدوده زمانی خاص است». (معاونت برنامه‌ریزی و نظارت، ۱۳۸۷)

همچنین در پیشگفتار کتاب فن برنامه‌سازی تلویزیون، برنامه تلویزیونی این‌گونه شرح داده می‌شود: «مجموعه تصاویری است که براساس قواعد و اصول و ویژگی‌های خاص رسانه تلویزیون پرداخت شده است» (میلرسون^۱، ۱۳۹۲). با توجه به این تعریف و دیگر مباحثی که پیرامون برنامه تلویزیونی مطرح است، تعریف ما از برنامه تلویزیونی در این پژوهش بدین شرح است: «برنامه تلویزیونی، اثر تولید و پخش شده از رسانه تلویزیون است که براساس اصول، عناصر و ویژگی‌های خاص این رسانه پرداخت شده است».

گونه‌ها و ساختارها در برنامه‌سازی تلویزیونی: دیوید مک‌کوئین در کتاب راهنمای شناخت تلویزیون، پیش از این که انواع قالب‌های مطرح برنامه‌سازی را تشریح و بررسی کند، به دسته‌بندی تولیدات تلویزیونی با لفظ «ژانر» اشاره می‌کند و آن را این‌گونه شرح می‌دهد: «ژانر واژه‌ای فرانسوی به معنای (گونه) و (نوع) است و در اینجا به انواع و اقسام تولیدات تلویزیونی اطلاق می‌شود. هر ژانر با قواعد خاصی مشخص می‌شود. این قواعد شامل تمام عناصر تکراری‌ای است که به‌نحوی آشنا، قابل پیش‌بینی و وابسته، در هر ژانری مورد استفاده قرار می‌گیرد» (مک‌کوئین، ۱۳۸۴: ۳۳). با توجه به این تعریف می‌توان ساختارهای برنامه تلویزیونی در این پژوهش را این‌گونه توضیح داد: «انواع و گونه‌های مختلف برنامه‌های تلویزیونی که براساس شباهت در قواعد پرداخت رسانه‌ای یک اثر، دسته‌بندی شده‌اند».

توجه به اجزای یک برنامه تلویزیونی نیز یکی دیگر از رهیافت‌ها برای شناخت برنامه تلویزیونی است. «یک برنامه تلویزیونی با ساختار پیچیده و مرکب، مجموعه‌ای از تصاویر متنوع و بسیار زیاد است و قسمت‌های مختلفی را نیز دربرمی‌گیرد از قبیل؛ تیتراژ (عنوان‌بندی)،

قسمت‌هایی که یک یا چند میهمان در آن حضور دارند، آگهی‌های میان‌برنامه، صحنه‌های نمایشی و... اما به‌طور کلی، برنامه‌های تلویزیونی یا به شکل نمایش‌اند و یا با حضور یک یا چند شخصیت در یک برنامه تلویزیونی صورت می‌گیرند» (دوسینی، ۱۳۸۲: ۱۰۸).

معاونت برنامه‌ریزی و نظارت سازمان صدا و سیما (۱۳۸۷) ساختار و شکل برنامه را این‌گونه تعریف می‌کند: «شکل درواقع معماری یک برنامه است با توجه به هدف برنامه، محتوای برنامه، نوع رسانه و اثرگذاری مورد انتظار آن که توسط برنامه‌ساز انتخاب می‌شود».

از آن جا که «ساختار یعنی نظام؛ در هر نظام، اجزا به هم ربط دارند، به‌نحوی که کارکرد هر جزء وابسته به کل نظام است و کل نظام بر کل اجزا می‌چرخد، شبیه به ساعت. در هر نظام، هیچ جزئی نمی‌تواند بیرون از کار اجزا چنان‌که هست، باشد؛ به همین جهت کل نظام بدون درک کارکرد اجزا قابل درک نیست؛ پس یک نظام فلسفی نیست بلکه یک شیوه درک و توضیح است» (گلدمن^۱، ۱۳۸۲: ۹). درواقع، ساختار یک برنامه را می‌توان نظامی متشکل از اجزای مختلف یک محتوای رسانه‌ای مختص تلویزیون دانست که برای رساندن محتوایی خاص به مخاطب موردنظر در کنار یکدیگر قرارگرفته‌اند. حال با تغییر در اجزای مختلف این نظام، می‌توان به ساختارهای مختلفی برای برنامه‌سازی رسید. هرچند در این ساختار، اصول و اجزای بنیادی مانند اصول صوت و تصویر، صحنه‌پردازی و داستان‌سرایی وجود دارد؛ اما نحوه قرار گرفتن این اجزا در کنار یکدیگر و تفاوت آنها در برنامه‌های مختلف منجر به ایجاد تفاوت و در نتیجه، ساختارهای متفاوت در برنامه‌سازی شده است.

به‌طور کلی، تولید در تلویزیون از سه مرحله اصلی تشکیل شده است. اول، تدارک و برنامه‌ریزی یا پیش‌تولید: یعنی آمادگی، سازمان‌دهی و تمرین‌های قبل از شروع برنامه. می‌توان ۹۰ درصد موارد یک برنامه را در این مرحله پیش‌بینی و برنامه‌ریزی کرد. دوم، تولید: یعنی مرحله تصویربرداری برنامه. سوم، پس از تولید: تدوین، اقدامات تکمیلی و رسیدن به نسخه نهایی (میلرسون & اوونز، ۱۳۹۵: ۹۱).

ویلیامز در کتاب خود، گونه‌های اولیه برنامه‌سازی تلویزیونی را مشتمل بر اخبار، مجادله و مباحثه، آموزش، درام، فیلم، وارپته، ورزش، آگهی‌های تجاری و وقت‌گذرانی می‌داند. از سوی دیگر، گذر زمان را عامل ایجاد ساختارهای جدید و مختلطی شامل درام- مستند، آموزش از راه دیدن، بحث و گفتگو، موضوعات، سکانس‌ها و تلویزیون می‌داند. او در این زمینه می‌گوید «شگفت‌انگیز آن که ناگزیر باید بگوییم درنهایت یکی از شکل‌های نوآورانه تلویزیونی، خود تلویزیون است» (ویلیامز^۱، ۱۳۸۵: ۱۰۱-۶۰)

باید توجه داشت هر چند برنامه‌های تلویزیونی از تعداد یکسانی در شکل پیروی می‌کنند و توانایی ویژه کارگردان یا افراد گروه تولید در نوع برنامه ارائه‌شده اهمیت بسیاری دارد، اما امروزه تغییر در ساخت برنامه‌های تلویزیونی بسیار سریع‌تر از گذشته‌ها اتفاق می‌افتد و این سرعت، روزافزون است. از این رو، باید به تحولات این حوزه توجه ویژه‌ای داشت و درمورد نقش و جایگاه فناوری‌های نوین رسانه‌ای در این تغییر به شناخت مناسبی رسید. ما باید قبول کنیم که می‌توانیم از روش‌هایی استفاده کنیم تا تأثیر بیشتری بر مخاطب داشته باشیم و توجه مخاطبان را بیشتر جلب کنیم (میلرسون & اوونز، ۱۳۹۵).

روش تحقیق و کاربرست الگوی کلاسیک نظریه داده بنیاد

در پژوهش حاضر، از روش نظریه داده‌بنیاد یا نظریه زمینه‌ای^۲ بهره گرفته شده است. در دیدگاه گلیزر^۳، نظریه داده‌بنیاد، مجموعه‌ای یکپارچه از فرضیه‌های مفهومی است که از داده‌ها ظاهر می‌شود (گلیزر، ۱۹۹۸: ۷). الگوی گلیزر به دلیل وفاداری اش به روش نظریه داده‌بنیاد آغازین، معمولاً از آن با عنوان نظریه داده‌بنیاد کلاسیک یاد می‌شود و روش اشتراوس معمولاً نظریه داده‌بنیاد اشتراوسی نامیده می‌شود (هیت و کولی^۴، ۲۰۰۴: ۱۴۲). در الگوی گلیزر، پژوهشگر پیش‌فرض‌های خود را کنار گذاشته و براساس داده‌ها به مفاهیم نظری خود می‌رسد. اما در روش اشتراوسی پژوهشگر علاوه

1. Raymond Henry Williams

2. Grounded Theory

3. Glaser

4. Heath, H. & Cowley, S

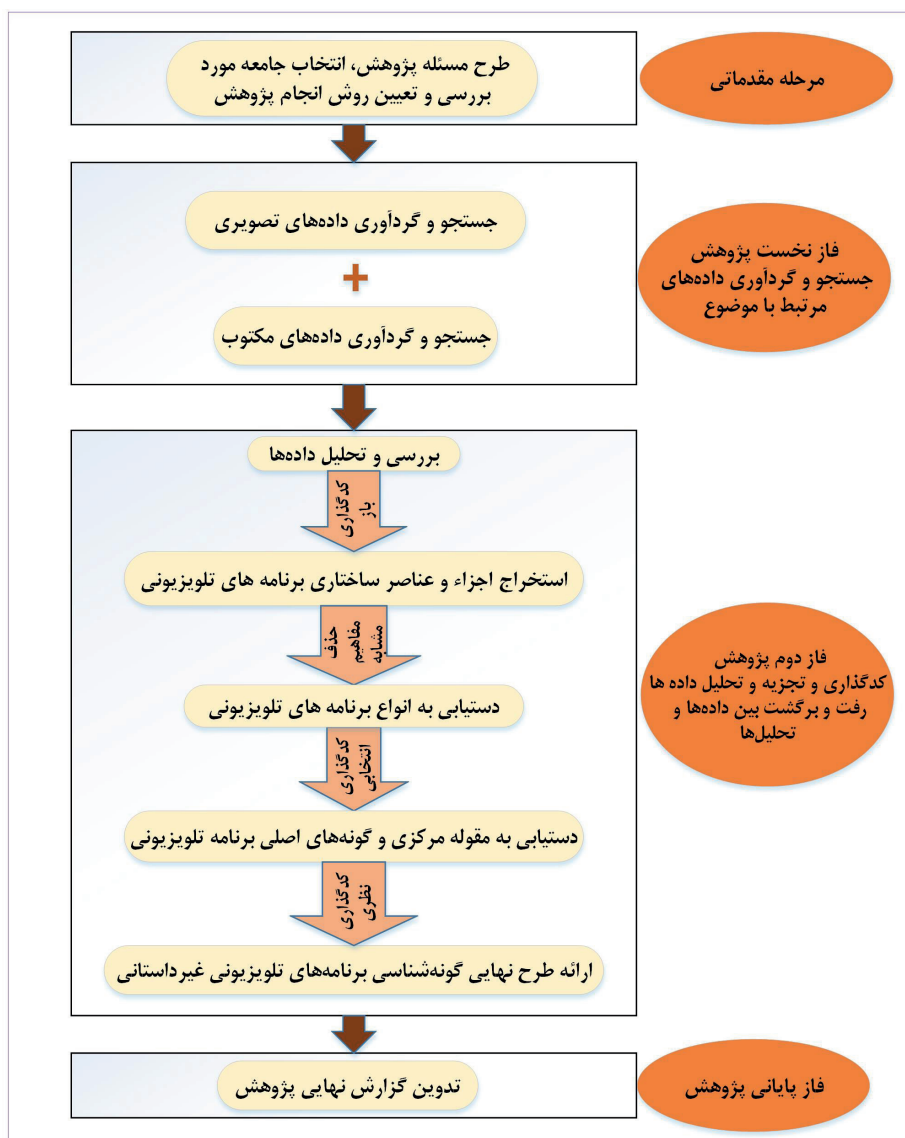
بر مطالعات اولیه و استفاده از مفاهیم موجود، در انتها نیز به یک الگو و چهارچوب خاص می‌رسد. این چهارچوب، فرایندی خطی از کدگذاری است که درنهایت، به مقوله‌های شرایط علی، زمینه‌ای و... می‌انجامد (حسنقلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۹). در الگوی گلizzly، برای تحلیل داده‌ها، از سه سطح کدگذاری باز^۱، کدگذاری انتخابی^۲ و کدگذاری نظری^۳ استفاده می‌شود. (گلizzly، ۱۹۷۸)

جامعه مورد مطالعه و حجم نمونه: در این پژوهش برای شناخت ساختارهای برنامه‌سازی تلویزیونی و ارائه یک گونه شناسی از آنها، در ابتدا حجم قطعی برای نمونه‌ها تعیین نشد و پژوهشگران خود را در معرض داده‌ها قرار دادند. این داده‌ها شامل محتوای تصویری از برنامه‌های تلویزیونی شاخص جهان بود و همچنین داده‌های مکتوب از نقدهایی که پیرامون این برنامه‌ها منتشر شده است. در نهایت ۲۰۰ برنامه تلویزیونی از شبکه‌های برجسته جهان که عمدتاً انگلیسی‌زبان بودند، بررسی شدند که شرح ساختار برخی از آنها در متن پژوهش آمده است.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها: در مرحله کدگذاری باز، پژوهشگران به بازبینی، بررسی و تحلیل این برنامه‌ها پرداختند و اطلاعات حاصل از این امر، پیرامون انواع ساختارهای برنامه‌سازی را پیاده‌سازی کردند. در مرحله کدگذاری محوری سعی شد دسته‌های مشخصی برای این ساختارهای مختلف تعیین شود و هر برنامه، متناسب با ویژگی‌های مشابه در دسته و گونه مخصوص به خود قرار گیرد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از فن مقایسه دائمی^۴ استفاده شد. فن مقایسه دائمی نخستین بار توسط گلizzly و اشتراوس^۵ معرفی شده است. در یک سطح کلی، فن مذکور شامل چهار مرحله است: ۱. مقایسه و قرار دادن وقایع در دسته‌های معین؛ ۲. تدقیق و پالایش دسته‌ها؛ ۳. جست‌وجو برای یافتن انواع روابط و مضمون‌های مشترک میان دسته‌ها؛ ۴. ساده کردن و ترکیب داده‌ها در یک ساختار نظری منسجم (ویمر و دومنیک^۶، ۱۳۸۴: ۱۶۵). در پایان نیز

-
1. Open Coding
 2. Selective Coding
 3. Theoretical Coding
 4. Constant Comparative Technique
 5. Strauss
 6. Rajerdi Vimer & Joseph Dominik

طرح نهایی پژوهش - که شامل مقوله‌بندی گونه‌های مختلف ساختارهای برنامه‌سازی تلویزیونی غیرنمایشی است - تدوین شد. مراحل انجام پژوهش حاضر را می‌توان در شکل زیر مشاهده نمود.



شکل شماره ۱. فرآیند انجام پژوهش

یافته‌های پژوهش

در این بخش از پژوهش پس از معرفی برنامه‌های تلویزیونی شاخص، اجزاء و عناصر ساختاری آنها احصاء شده سپس در الگوی کلان گونه شناسی جانمایی می شوند. دسته‌بندی نمودن و نظم دادن به گونه های برنامه‌های تلویزیونی باعث افزایش قدرت تحلیل و درک برنامه‌سازی خواهد شد. باید توجه داشت که امروزه برنامه‌سازان تلویزیونی در بسیاری از موارد از یک گونه و ساختار فراتر رفته و به ادغام، ترکیب و بهره بردن از چند قالب به صورت هم‌زمان روی آورده‌اند. از این رو، در برخی موارد، مرزبندی دقیق بین برخی قالب‌ها کاری دشوار است و دسته‌بندی کردن آنها در این مورد صرفاً جنبه نظم‌دهی علمی مناسب تر را دارد. به دلیل لزوم شناخت ملموس و عینی تر ساختارهای برنامه‌سازی، ذیل معرفی هر ساختار، نمونه‌ای شناخته‌شده از آن نیز ارائه شده تا درک بهتری از چیرستی این ساختارها ایجاد شود.

برنامه‌های نمایشی و غیرنمایشی

در یک تقسیم بندی کلان، برنامه‌سازی تلویزیونی را می‌توان به دو دسته اصلی نمایشی (داستانی) و غیرنمایشی (غیرداستانی) تقسیم نمود. در دسته اول؛ فیلم داستانی، تله فیلم، سریال، مینی سریال، مجموعه‌های تلویزیونی، داستان‌های پویانمایی، تله تئاتر و... قرار می‌گیرند که در این پژوهش محل بحث نبوده اند. اما در دسته دیگر، برنامه‌های غیرداستانی قرار دارند که زیرشاخه‌های مختلفی از جمله برنامه‌های گفت‌وگومحور، ترکیبی، واقعیت نما، مجله تلویزیونی، برنامه‌های خبری، گزارش زنده و... تا برنامه‌های مستند و میان برنامه های کوتاه را شامل می‌شود. به دلیل پراکندگی و تنوع ساختارهای برنامه‌سازی تلویزیونی، تمرکز اصلی در پژوهش حاضر بر ساختارهای شاخص و شناخته‌شده غیرداستانی بوده است که در شبکه‌های تلویزیونی مطرح جهانی، بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند و حجم زیادی از کنداکتور را به خود اختصاص می‌دهند. در ادامه، یافته‌های حاصل از بررسی ساختارهای برنامه‌سازی غیرنمایشی در تلویزیون ارائه می‌شود.



شکل شماره ۲. مقوله اصلی پژوهش

تلویزیون واقعیت نما^۱

تلویزیون واقعیت نما که به‌عنوان یک ساختار خلاقه و مهم در برنامه‌های تلویزیونی، امروزه به یکی از پرکاربردترین ساختارهای برنامه‌سازی در شبکه‌های مطرح تلویزیونی جهان تبدیل شده، در دسته غیرنمایشی قرار می‌گیرد. به‌گونه‌ای که حتی برخی شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای، برای این سبک به‌صورت اختصاصی یک شبکه تلویزیونی راه‌اندازی کرده‌اند. این ساختار برنامه‌سازی، بخش‌هایی از زندگی آدم‌های واقعی را دنبال می‌کند و آن را برای مخاطبان نمایش می‌دهد. این گونه برنامه‌سازی هرچند برخی خصلت‌های مستند را داراست، اما با آن متفاوت است. از این جهت که تمرکز آن به‌جای آموزش و افزایش معلومات مخاطبان، بر روی درام، درگیری‌های فردی و سرگرمی است. امروزه شبکه‌های تلویزیونی، بسیاری از موضوعاتی که پیش از این سوژه برنامه‌های مستند بوده‌اند را در قالب تلویزیون واقعیت نما به تصویر می‌کشند. می‌توان گفت هویت مستقل و شناخته‌شده این ژانر از دهه ۱۹۹۱ با ساخت برنامه‌ای رقابتی در هلند^۲ آغاز شد و بعدها ساختارهای آن گسترش یافت. همچنین قالب‌هایی که قبل از آن نیز وجود داشتند، مانند: دوربین مخفی^۳، نمایش دادگاه^۴، بهبود خانه‌ها^۵ با اعمال برخی تغییرات به‌عنوان زیرمجموعه این سبک پذیرفته شدند. (Hill A , 2005)

-
1. Reality Television
 2. Netherlands
 3. Hidden Camera
 4. Court Shows
 5. Home Improvement

این ساختار دارای سه ویژگی اصلی است؛ نخست، حالت تصویربرداری مستند آن که به «fly on the wall» معروف است و دیگری استفاده از افرادی است که «نا بازیگر» بوده و بازیگر حرفه‌ای نیستند و شاید برای اولین بار باشد که جلوی دوربین می‌روند. درواقع، افراد برای حضور در این برنامه‌ها گزینش می‌شوند تا بهترین فرد موردنظر که موجب افزایش جذابیت برنامه خواهد شد، انتخاب شود. ویژگی دیگری که در ساخت این قالب از برنامه‌سازی استفاده می‌شود، اعترافات^۱ است. این بخش شامل مونولوگ^۲ شرکت‌کنندگان با دوربین، برای بیان افکار و احساسات درونی خود در خلال برنامه است.

انواع ساختارهای تلویزیون واقعیت نما

همان‌طور که اشاره شد، این ساختار از برنامه در ادوار مختلف تاریخ برنامه‌سازی فعال بوده است، اما مدت‌زمان زیادی از قرار گرفتن آن ذیل یک برند واحد با عنوان تلویزیون واقعیت‌نما نمی‌گذرد. از این رو، درمورد زیرمجموعه‌های این ساختار برنامه‌سازی و انواع آن نظرات مختلفی وجود دارد؛ یک پژوهش در سال ۲۰۰۶ شش زیرمجموعه برای تلویزیون واقعیت‌نما شامل:

عاشقانه، رقابت و بازی، جرم و جنایت، اطلاعاتی، استعدادیابی و درام متصور شده است

(Nabi, Stitt, Halford, & Finnerty, 2006). پژوهشی دیگر در سال ۲۰۰۷ این ساختار

برنامه‌سازی را شامل پنج زیرسبک اصلی اطلاعات- سرگرمی، مستند- درام، سبک زندگی، بازی‌های واقعیت‌نما و زندگی آزمایشی می‌داند

(Hill, Weibull, & Nilsson, 2007). مطالعه دیگری، در سال ۲۰۰۹، نهایتاً این ساختار

را به هشت زیرسبک تقسیم می‌کند که شامل بازی- مستند، دوست‌یابی، درام- مستند، بازسازی، استعدادیابی، نمایش دادگاه، کمدی واقعیت‌نما و سایر است (Murray & Ouellette, 2009).

اما از سال ۲۰۱۴ جایزه «برنامه‌های زمان پربیننده امی»^۳ دسته‌بندی سه‌گانه‌ای را ارائه می‌دهد که

1. Confessionals
2. Monologue
3. Primetime Emmy Awards

شامل سه سبک مستندگونه^۱، رقابتی^۲ و ساختاریافته^۳ می‌شود (Emmy Awards, 2019). در این پژوهش، از به‌روزترین دسته‌بندی، یعنی زیرمجموعه‌های سه‌گانه استفاده شده است. باید توجه داشت که هریک نیز خود شامل زیرمجموعه‌هایی دیگر می‌شوند.

سبک «مستندگونه» رئالیتی شو وقایعی را به ما نشان می‌دهد که در حال وقوع‌اند، چه دوربین آنجا باشد و چه نباشد، آن وقایع رخ خواهند داد و درواقع، این برنامه فقط آن واقعه را با پرداختی واقعیت‌نما ضبط کرده تا به مخاطب نشان دهد. دو سبک دیگر، وقایعی را نشان می‌دهند که توسط برنامه‌سازان، طراحی و ساخته شده‌اند تا افراد در آن شرایط قرار گرفته و به‌صورت واقعیت‌نما- به‌عنوان چالش‌های زندگی واقعی که احتمال ایجاد آنها وجود دارد- به مخاطب نشان داده شوند. در این دو سبک نیز ممکن است رقابتی بین افراد وجود داشته و در پایان، برنده‌ای معرفی شود، یا رقابتی وجود نداشته باشد و صرفاً نشان دادن وقایع و چالش‌ها مدنظر باشد که مسئله وجود رقابت، عامل تفکیک دو سبک دیگر است.

سبک مستندگونه^۴

این قالب از برنامه‌سازی در ساختار تلویزیون واقعیت‌نما وقایعی را به ما نشان می‌دهد که «در حال وقوع» هستند. چه دوربین آنجا باشد و چه نباشد، آن وقایع در حال رخ دادن هستند. تصویربرداری و تدوین به‌گونه‌ای است که مخاطبان احساس یک ناظر منفعل در زندگی واقعی افراد را پیدا می‌کنند. به‌گونه‌ای که آنها خود را معلق در زندگی عمومی یا خصوصی سوژه می‌بینند و همراه او به این طرف و آن طرف کشیده می‌شوند. وضعیت دوربین در این سبک از تلویزیون واقعیت‌نما ثابت نیست و به آن سبک مستندسازی تلویزیون واقعی^۵ نیز می‌گویند. داستان در این سبک اغلب با تدوین یا برنامه‌ریزی موقعیت‌ها ساخته می‌شود.

-
1. Documentary Style
 2. Reality Competition / Game Shows
 3. Scripted / Structured Reality
 4. Documentary Style
 5. Factual Television

جدول (شماره ۱) مشخصات برنامه Ice Road Truckers

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش‌کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Ice Road Truckers	تلویزیون واقعیت‌نما / قالب مستندگونه / سبک Professional activities	۲۰۰۷ الی ۲۰۱۶	کانادا و ایالات متحده	History	۴۵ الی ۵۰ دقیقه	۱۲۸

این برنامه به زندگی حرفه‌ای رانندگانی می‌پردازد که در شرایط خاص اقلیمی سردسیری و برفی مشغول فعالیت هستند. رانندگانی که به همراه وسایل نقلیه سنگین‌شان از زمین‌های یخی، دریاچه‌های یخ‌زده، مسیرهای کولاکی و... عبور می‌کنند تا وظیفه خود را به پایان ببرند. شاید در ابتدا رانندگی یک شغل کسل‌کننده به نظر برسد، اما نوع پرداخت و سوژه‌های مختلف باعث افزایش جذابیت آن می‌شود. در این سبک از برنامه‌سازی تلویزیونی می‌توان به سراغ مشاغل مختلف رفت و با طراحی ساختار روایی مناسب، برای مخاطب جذابیت ایجاد نمود. به عنوان نمونه در همین برنامه به موضوعاتی مانند حمل محموله میلیاردی در طی ۶۰ روز، حمل فلزات سنگین و عبور از رودخانه یخ‌زده نازک، شکستن یخ و برف جاده‌ها برای رسیدن به مقصد، گیر افتادن برخی رانندگان و کمک دیگران به آنها، حمل قطعات بزرگ درختان در جاده‌های لغزنده و... پرداخته می‌شود.

رقابت واقعیت‌نما^۱

این سبک، رقابت و مسابقه در قالب تلویزیون واقعیت‌نماست و مانند دو سبک دیگر، از ویژگی‌های تلویزیون واقعیت‌نما از جمله نحوه فیلم‌برداری، استفاده از نابازیگران و طراحی وضعیت‌ها بهره می‌برد، با این تفاوت که هدف نهایی، رقابت و برنده شدن است. در این قالب، موضوعات مختلفی وجود دارد که محل رقابت قرار می‌گیرند، از زنده ماندن در طبیعت گرفته تا آشپزی و خوانندگی. در این برنامه‌ها یکی از اصلی‌ترین ملاک‌های باقی ماندن افراد در چرخه رقابت، نظر و رأی مخاطبان است.

جدول (شماره ۲) مشخصات برنامه America's Got Talent

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
America's Got Talent	تلویزیون واقعیت‌نما/ رقابت واقعیت‌نما/ استعدادیابی	۲۰۰۶ تاکنون	ایالات متحده	NBC	۶۰ الی ۱۲۰ دقیقه	بیش از ۳۳۰

«آمریکاز گات تالت» یکی از شناخته‌شده‌ترین برنامه‌های این سبک است. این برنامه مانند «آمریکن آیدل»^۱ به دنبال کشف استعدادها برای نمایش به مخاطب است، اما دامنه موضوعات در آن گسترده است و افراد در حوزه سرگرمی، ورزش و موسیقی در آن به رقابت می‌پردازند. مسابقه با حضور سه یا چهار داور به همراه یک مجری برگزار می‌شود. در مرحله نخست، توسط ویدئوهای آنلاین در سایت NBC و یوتیوب، فیلم‌ها توسط متقاضیان بارگذاری می‌شود. بعد از تأیید اولیه، این افراد به مرحله آزمون مقدماتی دعوت می‌شوند و رو در روی داوران و مردم اجرا خواهند داشت تا در صورت گرفتن اکثریت آرا توسط داوران به مرحله بعدی صعود کنند. در مرحله مقدماتی، داوران در شهرهای مختلف حضور پیدا کرده و از بین شرکت‌کنندگان، افراد را انتخاب می‌کنند. مسابقه از مرحله یک چهارم نهایی، به صورت زنده با حضور شرکت‌کنندگان در شهر لس‌آنجلس آمریکا اجرا می‌شود. این رقابت ادامه پیدا می‌کند تا در نهایت، برنده مشخص شود.

تلویزیون واقعیت‌نمای ساختاریافته^۲

در این سبک همان‌طور که پیشتر بیان شد، موقعیت‌ها و چالش‌ها توسط عوامل سازنده به گونه‌ای برنامه‌ریزی و از پیش طراحی شده است و روند ماجرای افراد در این موقعیت‌ها نشان داده می‌شود. یعنی درحالی‌که در سبک مستندگونه، اتفاق، فارغ از حضور یا عدم حضور تیم تولیدکننده در حال وقوع است، در این سبک، تیم تولیدکننده است که وقوع یا عدم وقوع اتفاقات را تعیین می‌کنند. باید توجه داشت که در این سبک از تلویزیون واقعیت‌نما، رقابتی وجود ندارد.

1. American Idol

2. Scripted / Structured Reality Television

این قالب برنامه‌سازی نیز براساس موضوعاتی که به آنها می‌پردازد به زیرقالب‌های مختلفی تقسیم می‌شود که براساس فرهنگ ایرانی - اسلامی قابلیت بومی سازی را دارد.

جدول (شماره ۳) مشخصات برنامه Dragons' Den

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Dragons' Den	تلویزیون واقعیت‌نما / سبک ساختاریافته / سرمایه‌گذاری	۲۰۰۵ تاکنون	انگلستان	BBC Two	۶۰ دقیقه	۱۲۰

این برنامه شامل دو گروه اصلی از شخصیت‌ها می‌شود؛ افراد دارای ایده و افراد دارای سرمایه که روبروی هم قرار گرفتن این دو دسته از افراد باعث رسیدن بهترین ایده به سرمایه می‌شود. در این برنامه، افرادی که دارای ایده‌ای جدید برای کسب و کار هستند و بودجه ندارند، یا کسانی که کسب و کار دارند، اما به دنبال توسعه آن از طریق سرمایه جدید هستند، ایده‌های خود را در معرض دآوری و نقد سرمایه‌گذاران قرار داده و اثبات می‌کنند که سرمایه را چه مقدار افزایش خواهند داد تا بهترین ایده‌ها، آن سرمایه را جذب کنند.

این سرمایه می‌تواند تماماً متعلق به یک سرمایه‌گذار باشد یا بین سرمایه‌گذاران با درصد سهام مختلف تقسیم شود. صحنه شروع این برنامه با نشان دادن مناطقی از انگلستان که در انقلاب صنعتی شهرت داشتند، مانند: کارخانه‌های نساجی منچستر آغاز می‌شود. در هر قسمت پنج سرمایه‌گذار (اژدهایی که در لانه بر روی سرمایه نشسته و افراد باید سرمایه خود را از او کسب کنند) وجود دارد. افراد در طی برنامه در اتاقی در پشت سالن اصلی در انتظار هستند تا نوبت ورود آنها نزد سرمایه‌گذاران شود. افراد می‌توانند تجهیزات و وسایل لازم برای توضیح ایده خلاقانه خود را داخل سالن ببرند و با توضیحات خود سرمایه‌گذاران را جذب کنند.

برنامه تلویزیونی تعاملی^۱

این ساختار از برنامه‌سازی بیشتر بر پایه تعامل و تماس مخاطبان با برنامه و اظهارنظر درمورد مسائل از قبل طرح‌ریزی شده است. توانایی و تسلط اجرا در مجری، مباحثی که مورد بحث قرار می‌گیرند و درجه آزادی تماس‌گیرندگان در اظهار نظرهای خود از جمله عواملی است که بر کیفیت این برنامه‌ها مؤثر هستند. شاید در گذشته تنها راه ارتباط با این برنامه‌ها نامه و تلفن بود، اما امروزه با استفاده از رسانه‌های نوین، شیوه‌های تعامل تحول یافته است. نحوه به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی در برنامه‌های تعاملی، می‌تواند نقطه قوتی خلاقانه در زمینه ساخت این گونه از برنامه‌ها باشد.

جدول (شماره ۴) مشخصات برنامه نوبت شما

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش‌کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
نوبت شما	برنامه تعاملی	۲۰۰۹ تاکنون	انگلستان	بی‌بی‌سی فارسی	۳۰ دقیقه	روتین

نوبت شما، نام برنامه‌ای است که به شنیدن و نمایش دیدگاه‌های افراد مختلف پیرامون مسائل متفاوت می‌پردازد. شرکت‌کنندگان در این برنامه از راه‌های مختلف از جمله تلفن (به‌عنوان رایج‌ترین راه)، پست الکترونیک، پیام کوتاه و همچنین وب‌کم^۲ در آن شرکت می‌کنند و به ارائه دیدگاه‌های خود راجع به موضوع ثابتی که از پیش اعلام شده، می‌پردازند.

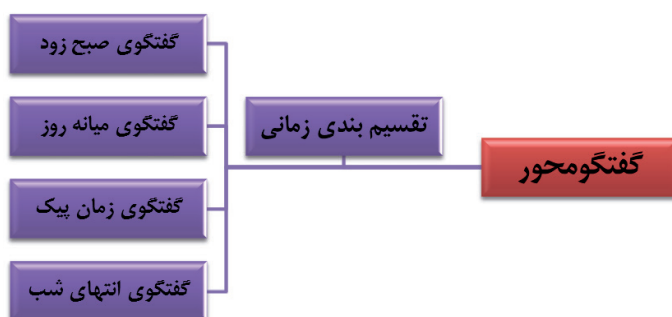
در هر برنامه معمولاً شخصی مسئول جستجوی دنیای وب درمورد موضوع تعیین‌شده است که غالباً آخر برنامه به موضوعات متفرقه و کلی‌تر هم می‌پردازد. در برخی موارد نیز از یک کارشناس به‌صورت غیرحضوری در برنامه استفاده می‌شود تا مسائل را دقیق‌تر تبیین کند. تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی اعلام کرد در پی افزایش تعداد کسانی که در برنامه، شرکت و به دیگران توهین کرده و افترا می‌زدند، برنامه نوبت شما با تأخیر ۱۰ ثانیه‌ای از آن تاریخ پخش خواهد شد تا امکان سانسور نظرات وجود داشته باشد.

1 Interactive Television Program

2. Webcam

برنامه گفت‌وگومحور^۱

برنامه‌های گفت‌وگومحور از قدیمی‌ترین و اصلی‌ترین ساختارهای برنامه‌سازی تلویزیونی هستند. عدم امکان ضبط برنامه‌های تلویزیونی در سال‌های ابتدایی موجب می‌شد تمام برنامه‌های تلویزیونی، پخش زنده باشند. از این رو گفتگو میان افراد بر روی آنتن زنده، یکی از اولین ساختارهای برنامه‌سازی کلاسیک را شکل داد. از سوی دیگر، این گونه از برنامه به دلیل منعطف و بازدهی بالا بودن و همچنین هزینه و دشواری کمتر تولید نسبت به سایر قالب‌های برنامه‌سازی، همواره مورد توجه تهیه‌کنندگان تلویزیون بوده است. این ساختار از برنامه‌سازی، در میان شبکه‌های بزرگ تلویزیونی، گونه‌ای مهم به حساب می‌آید که می‌تواند مخاطبان زیادی را با خود همراه سازد. در این ساختار برنامه‌سازی، دو عنصر اصلی وجود دارد؛ میزبان^۲ و مهمان^۳. درواقع، هر گفت‌وگویی دو طرف دارد و در این برنامه‌ها نیز دو طرف ماجرا یعنی مهمان و مجری، عناصر اصلی برنامه هستند. هرچند امروزه، برای جذاب‌تر شدن گفت‌وگوها، از عناصری همچون «تماشاگران در صحنه استودیو»، گفت‌وگوهای چندنفره و تعدد مهمان‌ها، طراحی دکورهای عظیم و پرهزینه، «شخصیت‌های جانبی» و... استفاده می‌شود، اما پایه اصلی جذابیت این برنامه‌ها همان گفتگوست.



شکل شماره ۳. انواع برنامه گفتگومحور براساس تقسیم‌بندی روز (Day parting)

1. Chat Show or Talk Show
2. Host
3. Guest
4. Audience

برنامه‌های گفت‌وگومحور را می‌توان براساس شاخصه‌های مختلف دسته‌بندی کرد. آنچه در این پژوهش موردنظر بوده، زمان پخش برنامه براساس «بخش‌بندی زمان روز»^۱ است. در تصویر زیر، دسته‌بندی شبانه‌روز متعلق به سه کشور آمریکا، انگلستان و استرالیا مشاهده می‌شود. این دسته‌بندی شامل صبح زود^۲، میانه روز^۳، زمان پیک ملی^۴، آخر شب^۵ و نیمه‌شب^۶ است. اینکه برنامه در چه زمانی از روز پخش شود، بر نوع گفت‌وگوها، مهمان‌ها و محتوای بحث‌ها مؤثر است. برای هر کدام از این زمان‌ها یک نمونه به‌صورت اجمالی بررسی شده است.

جدول (شماره ۵) تقسیم‌بندی زمان روز برای پخش

تقسیم‌بندی روز		آمریکا	بریتانیا	استرالیا
صبح زود		۶ الی ۱۰	۶ الی ۹	۶ الی ۹
میانه روز	صبح دیر	۱۰ الی ۱۷	۹ الی ۱۲	۹ الی ۱۲
	عصرگاه		۱۲ الی ۱۷:۳۰	۱۲ الی ۱۸
زمان پیک ملی	بخش اول	۱۷ الی ۲۰	۱۷:۳۰ الی ۲۰	۱۸ الی ۱۹
	بخش دوم	۲۰ الی ۲۳	۲۰ الی ۲۳	۷ الی ۲۳
انتهای شب		۲۳ الی ۲	۲۳ الی ۰:۳۰	۲۳ الی ۱
بامدادی		۲ الی ۶	۰:۳۰ الی ۶	۱ الی ۶

1. Day Parting
2. Breakfast
3. Daytime
4. National Prime Time
5. Late Night
6. Overnight

برنامه گفت‌وگوی صبح زود^۱

این ساختار گفت‌وگو چندان به صورت مستقل مشاهده نمی‌شود و آنچه به عنوان گفت‌وگوی صبح زود شناخته می‌شود، در واقع بخشی از برنامه‌های ترکیبی صبحگاهی است. در برنامه‌های ترکیبی صبحگاهی که در ادامه به آن خواهیم پرداخت، غالباً بخش انتهایی، به گفت‌وگوی صمیمی با هنرمندان، ورزشکاران و ستاره‌ها^۲ اختصاص می‌یابد که تعداد مهمان‌ها معمولاً بیش از یک نفر است. این گفت‌وگوها بیشتر سرگرم‌کننده است و جنبه تفریحی دارد و سعی بر این است که به مخاطب برای اول صبح و پشت سر گذاشتن یک روز، انرژی داده شود. یک نمونه شناخته‌شده در این زمینه، برنامه «Good Morning Britain» است که بخش انتهایی آن به یک گفت‌وگوی صبحگاهی اختصاص دارد. این برنامه در مبحث برنامه‌های ترکیبی بررسی شده است.

برنامه گفت‌وگوی میانه روز^۳

میانه روز زمانی است که بیشتر مخاطبان اصلی، زنان خانه‌دار و افرادی با زمان آزاد هستند. از این رو، برنامه‌های گفت‌وگومحور در این بازه زمانی به موضوعاتی می‌پردازند که بیشتر جذب این قشر را هدف خود قرار دهند. موضوعاتی چون، خانواده، عشق و محبت، مشکلات روزمره زندگی، آشپزی، مسائل پزشکی و بهداشتی عمومی و... از شناخته‌شده‌ترین این موضوعات هستند. افراد مورد گفت‌وگو در این برنامه‌ها عمدتاً افراد عادی جامعه هستند. یک سبک از برنامه‌های گفت‌وگومحور مختص میانه روز، سبک «Tabloid talk show» است. این سبک از برنامه گفت‌وگومحور بیشتر به مسائل هنجارشکن و حساسیت‌برانگیز در جامعه می‌پردازد. سوژه‌های این سبک از گفتگو، کسانی هستند که با یکدیگر مشکل دارند، مانند دو همسایه یا دو رقیب عشقی یا زوج‌هایی که به یکدیگر خیانت کرده‌اند و یا افراد دارای مشکلاتی مانند اعتیاد، مصرف الکل و غیره. در این سبک، تعداد مهمان‌ها بیشتر از یک نفر است.

-
1. Breakfast Chat or Morning Talk Shows
 2. Celebrity
 3. Daytime Talk Shows

جدول (شماره ۶) مشخصات برنامه The Jerry Springer Show

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
The Jerry Springer Show	Tabloid talk show	۱۹۹۱ تاکنون	ایالات متحده	Syndication	۴۵ دقیقه	بیش از ۳۹۰۰

تشریح برنامه: یک برنامه گفت‌وگومحور به میزبانی سیاستمدار سابق «جری اسپرینگر»^۱ است. این برنامه با حضور تماشاگران در استودیو و با اجرای موسیقی زنده طراحی شده است. در ابتدای برنامه، هشدار درمورد احتمال نامناسب بودن برنامه برای مخاطب با سن و سال کم داده می‌شود و بعد اجرای موسیقی زنده انجام می‌شود. سپس مجری از میان تماشاگران به سمت دوربین می‌آید، موضوع برنامه و مهمانانی که تجربیاتی درباره آن موضوع دارند را معرفی می‌کند، سپس مهمانان از ماجرای خود می‌گویند. با توجه به موضوع و مشکلی که مهمان‌ها با هم در آن زمینه دارند، ممکن است بین‌شان درگیری پیش آمده و به زدوخورد بینجامد که در این صورت، مأموران امنیتی برنامه وارد شده و افراد را از هم جدا می‌کنند. این اتفاق ممکن است چندین بار در طی برنامه رخ دهد. بعد از آن، افراد مرتبط با مهمان‌ها مانند دوستان‌شان، خانواده و اطرافیانی که در موضوع دخیل هستند، به برنامه اضافه می‌شوند. سپس مهمان‌ها به سؤال مخاطبان حاضر در استودیو پاسخ می‌دهند، در بخش‌های پایانی برنامه، مجری درباره موضوع صحبت کرده و سعی می‌کند مشکل را حل کند.

جدول (شماره ۷) مشخصات برنامه The Jeremy Kyle Show

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
The Jeremy Kyle Show	Tabloid talk show	۲۰۰۵ تاکنون	انگلستان	ITV	۵۰ دقیقه	بیش از ۲۸۰۰

همچنین نسخه انگلیسی این برنامه نیز با عنوان «The Jeremy Kyle Show» از سال ۲۰۰۵ تولید می‌شود.

تشریح برنامه: یک برنامه گفت‌وگومحور است که در آن، مهمانان مشکلات خود را به برنامه می‌آورند و سعی می‌کنند مشکلات خود را در برابر دوربین و با حضور تماشاگران حاضر در استودیو حل کنند. ممکن است به درگیری‌های لفظی و احساسی بین طرفین بینجامد و اغلب شامل موارد خانوادگی، روابط عاشقانه، مواد مخدر، الکل و غیره می‌شود. مهمان‌ها که معمولاً از طبقه متوسط و دچار مشکلات هستند، در این برنامه، غالباً احساسات شدید خود مانند خشم، گریه و غیره را مقابل دوربین بروز می‌دهند. در این برنامه، یک روان‌درمانگر و یک پزشک نیز برای بهبود وضعیت مهمان‌ها و کمک به آنها برای بهتر شدن وضعیت‌شان حضور دارند.

از برخی تکنیک‌ها برای جذابیت و رسیدن به نتیجه نیز استفاده می‌شود. یکی از تکنیک‌هایی که در برنامه استفاده می‌شود، «دستگاه دروغ‌سنج»^۱ است که برای مواردی مثل خیانت و سرقت و... به کار می‌رود. آزمون دی‌ان‌ای^۲ نیز یکی دیگر از ابزارهایی است که در این برنامه برای مشخص شدن رابطه‌های خانوادگی از آن استفاده می‌شود. در این برنامه، مجری خود را میانجی بین طرفین می‌داند تا راه‌حلی برای مشکلات آنها پیدا کند و سعی می‌کند مشکل را با گفتگو حل کند. او به‌طور مرتب به اتاق آمادگی پشت‌صحنه می‌رود که در آن، روان‌درمانگر و پزشک مشغول کمک به مهمان‌ها هستند تا برای آمدن روی صحنه آماده شوند، از اتاق آمادگی نیز تصاویری ضبط و پخش می‌شود.

برنامه گفت‌وگوی زمان پیک^۳

زمان پیک ملی، زمانی است که در آن، بیشترین مخاطب در مقابل تلویزیون قرار دارد. در این زمان، افراد شاغل نیز به خانه برگشته و گفت‌وگوهایی با جذابیت بالا را می‌پسندند. افراد موردگفت‌وگو در برنامه‌های گفت‌وگومحور در این زمان از کندانکتور، بیشتر افراد شناخته‌شده،

1. Polygraph Machine

2. DNA

3. National Prime Time Talk Shows

سیاست‌مداران مشهور و سلبریتی‌ها را شامل می‌شود. برعکس زمان میانه روز که موضوعات گفتگوها بیشتر حول محور موضوعاتی مانند خانواده و روابط عاطفی می‌گذرد، در اینجا برنامه‌ها بیشتر حول مسائل سخت‌تر سیاسی، فرهنگی و اجتماعی با چاشنی نقد و تحلیل می‌چرخند.

گفت‌وگوی زمان پیک^۱

زمان پیک ملی، زمانی است که در آن، بیشترین مخاطب در مقابل تلویزیون قرار دارد. در این زمان، افراد شاغل نیز به خانه برگشته و گفت‌وگوهایی با جذابیت بالا را می‌پسندند. افراد موردگفت‌وگو در برنامه‌های گفت‌وگومحور در این زمان از کندانکتور، بیشتر، افراد شناخته‌شده، سیاست‌مداران مشهور و سلبریتی‌ها را شامل می‌شود. برعکس زمان میانه روز که موضوعات گفتگوها بیشتر حول محور موضوعاتی مانند خانواده و روابط عاطفی می‌گذرد، در اینجا برنامه‌ها بیشتر حول مسائل سخت‌تر سیاسی، فرهنگی و اجتماعی با چاشنی نقد و تحلیل می‌چرخند.

جدول (شماره ۸) مشخصات برنامه Hardtalk

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش‌کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Hardtalk	talk show	۱۹۹۷ : تاکنون	انگلستان	BBC	۲۵ دقیقه	روتین

یک برنامه گفت‌وگومحور با سابقه است که به گفتگوهای عمیق رودررو و دونفره ۲۵ دقیقه‌ای می‌پردازد. مهمان‌های مشهور و سرشناسی از جمله رؤسای جمهور فعلی و سابق کشورهای مختلف جهان، چهره‌های سیاسی و فرهنگی بین‌المللی و بسیاری از اعضای دولت انگلستان به این برنامه دعوت می‌شوند. در برخی سال‌ها علاوه بر برنامه اصلی یک نسخه با عنوان «Hardtalk Extra» تولید شده که به گفتگو با مهمان‌های هنری و فرهنگی سرشناس می‌پردازد. یک نسخه دیگر نیز با عنوان «Extra Time» ارائه شده که به گفتگو با مهمان‌های ورزشی اختصاص دارد.

از شاخصه‌های این برنامه می‌توان گفتگوهای صریح، بی‌پرده و براساس تحقیقات عمیق درمورد مخاطب را برشمرد که باعث ایجاد گفت‌وگویی چالشی و سخت میان مجری و مهمان برنامه خواهد شد.

گفت‌وگوی انتهای شب^۱

نمونه دیگر از برنامه‌های گفت‌وگومحور، برنامه‌هایی هستند که در انتهای شب پخش می‌شوند. این برنامه‌ها که با مخاطب خسته از فعالیت روزانه مواجه‌اند، بیشتر بر پایه طنز و گفتگوهای جذاب به همراه پخش موسیقی زنده در استودیو هستند. همان‌قدر که جذابیت برنامه‌های زمان پیک مانند هاردتاک در سختی و نگاه نقادانه آن است، جذابیت این‌گونه گفتگوها که در انتهای شب پخش می‌شود، در داشتن چاشنی طنز و سرگرم‌کنندگی آنهاست. در این برنامه‌ها علاوه بر موسیقی زنده، از بازی‌های خانوادگی و سرگرم‌کننده و استندآپ کمدی نیز بهره برده می‌شود.

جدول (شماره ۹) مشخصات برنامه The Tonight Show Starring Jimmy Fallon

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش‌کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
The Tonight Show Starring Jimmy Fallon	Late Night talk shows	۲۰۱۴ تاکنون	ایالات متحده	NBC	۶۰ دقیقه	۶۹۰

«امشب با جیمی فالون» یک برنامه گفت‌وگومحور شبانه است که بیشتر بر پایه سرگرمی و گفتگوهای طنز بنا شده است. این برنامه از سال ۱۹۵۴ در شبکه ان‌بی‌سی^۲ به‌عنوان یک برنامه ثابت در حال پخش است که در هر سری متناسب با نام مجری میزبان، نام برنامه نیز تغییر می‌کند و میزبان فعلی از سال ۲۰۱۴ برنامه خود را شروع کرده است. در این برنامه، یک گروه موسیقی وظیفه اجرای زنده موسیقی را بر عهده دارد. برنامه با مونولوگ طنز جیمی فالون^۳ شروع می‌شود،

1. Late Night Talk Shows
2. NBC
3. Jimmy Fallon

سپس از طریق گفتگو با مهمان‌ها ادامه پیدا می‌کند و موسیقی زنده نیز فضا را برای مخاطبان شادتر می‌کند. در این تاک‌شو، بازی‌های کمدی مانند لیپ سینک^۱، بازی‌های معمایی، حدس کلمات، بازی‌های کامپیوتری ساده و سایر بازی‌های خانوادگی نیز به همراه مهمان‌ها انجام می‌شود تا لحظات مفرحی را برای مخاطب رقم بزند. این برنامه همچنین از بینندگان حاضر در استودیو بهره می‌برد.

برنامه‌های جُنگ یا نمایش وارите^۲

برنامه‌های نمایش وارите را می‌توان همان «جُنگ تلویزیونی» دانست که صرفاً جنبه سرگرمی دارد. هر چند نمونه‌های خارجی، کامل‌تر و با بخش‌های بیشتری هستند. ترکیبی از نمایش، طنز، موسیقی، رقص، کمدی با بهره بردن از داستان‌های کوتاه مختلف، باعث ایجاد نمایشی گوناگون برای سرگرم کردن مخاطب می‌شود. این گونه برنامه‌ها غالباً در شب و هنگام استراحت افراد و خانواده‌ها پخش می‌شوند.

جدول (شماره ۱۰) مشخصات برنامه Maya – Marty

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش‌کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Maya & Marty	Variety show	۲۰۱۶	ایالات متحده	NBC	۶۰ دقیقه	روتین

یک «شو»ی تلویزیونی است که به دنبال سرگرم کردن و خنداندن مخاطب است. در این «شو»ی ترکیبی، بخش‌های مختلفی مانند برنامه‌های موزیکال و خوانندگی، کمدی (به صورت استندآپ یا داستان‌های کوتاه ساخته شده) و گفتگوهای کوتاه با چهره‌های مشهور قابل مشاهده است. در کل، این برنامه از قسمت‌های مختلف نمایشی، موسیقایی و گفت‌وگومحور تشکیل شده است. در این برنامه، از مخاطبان حاضر در استودیو نیز استفاده می‌شود.

1. Lip Cync
2. Variety Show

یک «شو»ی تلویزیونی است که به دنبال سرگرم کردن و خنداندن مخاطب است. در این «شو»ی ترکیبی، بخش‌های مختلفی مانند برنامه‌های موزیکال و خوانندگی، کمدی (به صورت استندآپ یا داستان‌های کوتاه ساخته شده) و گفتگوهای کوتاه با چهره‌های مشهور قابل مشاهده است. در کل، این برنامه از قسمت‌های مختلف نمایشی، موسیقایی و گفت‌وگومحور تشکیل شده است. در این برنامه، از مخاطبان حاضر در استودیو نیز استفاده می‌شود.

برنامه‌های تلویزیونی سخنرانی محور

برنامه‌های سخنرانی محور حالت مونولوگ میان سخنران و شنونده دارد. این ساختار برنامه‌سازی بیشتر برای مضامین دینی و یا سخنرانی‌های رهبران سیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرد. یکی از پرکاربردترین زمینه استفاده این قالب، سخنرانی مذهبی^۱ است. البته امروزه با بهره بردن از امکانات تصویری و گرافیکی می‌توان پخش سخنرانی را جذاب‌تر کرد. استفاده از تصاویر، نمودارها، مصداق‌ها و... می‌تواند دیدن برنامه سخنرانی محور و مونولوگ را جذاب کند. برای مطالعه موردی «Fourth Sunday Of Lent» یک برنامه با ساختار سخنرانی محور مذهبی است که به پخش موعظه‌های مسیحیت می‌پردازد. مجری/ سخنران این برنامه، یک کشیش مسیحی است. در ابتدا، بخش‌هایی از انجیل روی صفحه تلویزیون نمایش داده می‌شود و سپس کشیش رو به دوربین نشسته و درحالی که زمینه تصویر به فضای معنوی و کلیسا شباهت دارد، برای مخاطبان به صورت مونولوگ صحبت می‌کند.

تولیدات کوتاه و میان برنامه های تلویزیونی

«کنداکتور» در میان رسانه های دیداری مفهومی ویژه تلویزیون است، بنا براین بدیهیست که در طراحی و اجرای آن به گونه های متنوعی از برنامه و همچنین میان برنامه ها نیاز باشد. میان برنامه ها معمولاً تولیدات کوتاهی هستند که از ساختارها و مضامین گوناگون تشکیل شده و کارکردهای متنوعی از «اطلاع رسانی» تا ارائه «داستان های کوتاه نمایشی» برای آموزش یا

سرگرمی و همچنین «تنظیم خلاءهای کنداکتور» و «مشکلات ناشی از پخش زنده» را بر عهده دارند. در واقع این گونه از تولیدات، محلی برای «تنفس کنداکتور» هستند. این قطعات کوتاه ویدئویی که در تلویزیون روانه آنتن می‌شوند، پراکندگی دارند و به سختی می‌توان آنها را در یک دسته تولیدی قرار داد، اما از نگاه میان برنامه بودن می‌توان آنها را از منظر ماموریت در یک دسته قرار داد. با همین رویکرد در پژوهش حاضر این قطعات کوتاه به‌عنوان یک قالب- ساختار (میان) برنامه‌سازی تلویزیونی در نظر گرفته شده‌اند که دارای چند زیرگونه است که در ادامه تشریح می‌شود.



شکل شماره ۴. انواع تولیدات کوتاه و میان برنامه‌های تلویزیونی

تریلر تیزر^۱

تیزر (پیش پرده) که کارکردی مشابه آنونس^۲ دارد برای معرفی یک فیلم، سریال یا برنامه تلویزیونی به کار می‌رود و جنبه اطلاع‌رسانی درباره آن محصول رسانه‌ای اصلی را دارد. امروزه تیزرسازی به عنوان یک قالب تبلیغاتی چنان مهم است که برای ساخت آن کارگردان و گروه تولید جداگانه و متخصص در نظر گرفته می‌شود.

فیلم کوتاه^۳

فیلم کوتاه نیز یکی از شناخته‌شده‌ترین‌های این دسته است که معمولاً با بودجه و تجهیزات کم تولید می‌شود. اگر چه این گونه تولید باید در دسته داستانی قرار گیرد، ولی به دلیل کارکرد و مرزهای مشترک با سایر میان برنامه‌ها و تولیدات کوتاه در تلویزیون، نام بردن از آن در این بخش نیز منطقی است.

گزارش^۴

گزارش، ساختاری دیگر از برنامه‌سازی در تولیدات کوتاه و میان برنامه است. هرچند این قالب بیشتر در بخش خبر به کار می‌رود اما گزارش، خود نیز به صورت مستقل می‌تواند به عنوان یک قالب برنامه‌سازی تلویزیونی پذیرفته شود، از نمونه‌های ایرانی آن می‌توان به «گزارش روز» از شبکه سه سیما و «دوربین هفت» در شبکه آموزش سیما اشاره کرد. این گزارش‌ها ممکن است از وقایع، رویدادها، همایش‌ها و یا جاذبه‌های مختلف در سطح یک شهر یا کشور و جهان باشند. امروزه برای اینکه یک گزارش بتواند مدت زمان بیشتری در فضای مجازی وایرال^۵ شود، سعی می‌شود تاریخ مصرف بیشتری داشته باشد و به موضوعاتی پرداخته شود که کمتر زمانمند باشند.

-
1. Teaser Trailer
 2. Announcement
 3. Short Film
 4. Report
 5. Viral

نماهنگ^۱

نماهنگ یا «موزیک ویدئو» یکی دیگر از ساختارهای تولید در قطعات کوتاه و با کاربرد میان برنامه در تلویزیون است. تولید نماهنگ، دارای دوفاز صوتی و تصویری است، که معمولاً اینکه کدام فاز زودتر تولید شود و فاز دیگر براساس آن طراحی و تولید شود، بستگی به کارکرد موزیک ویدئو دارد. گاهی تصاویر در یک موزیک ویدئو اصالت دارند و برای آن موسیقی ساخته می‌شود، و گاهی نیز موسیقی ساخته شده و سپس فاز تصویری آن نگاشته و کارگردانی می‌شود. یک موزیک ویدئو می‌تواند به صورت مستقل و به صورت میان برنامه از تلویزیون پخش شود یا اینکه در قالب یک برنامه موسیقایی در کنار چندین موزیک ویدئوی دیگر به مخاطب عرضه شود.

گرافیک متحرک^۲ (موشن گرافیک)

امروزه موشن گرافیک به یکی از پرکاربردترین ساختار قطعات کوتاه برنامه‌سازی برای انتقال اطلاعات آماری تبدیل شده است. موشن گرافیک غالباً به دنبال ارائه داده‌ها، به خصوص آمار و ارقام و نمودارهاست. این قالب از برنامه‌سازی بیشتر برای آگاهی بخشیدن به مخاطب در یک زمینه خاص در مدت زمانی کوتاه و فشرده سازی شده، ساخته می‌شود. صحت و کیفیت داده‌ها، ساده سازی معنا، تعداد گرافیک‌های مورد استفاده، سرعت متعادل ارائه آنها و برخی عوامل دیگر در کیفیت یک موشن گرافیک مؤثر است که قاعداً در هزینه ساخت نیز اثر می‌گذارد.

پُرکننده^۳ (فیلرها)

این قالب شامل قطعات کوتاه غالباً و زیر یک دقیقه می‌شود. قالبی که خلق آن به زمان ابتدایی پخش زنده تلویزیونی برمی‌گردد، زمانی که به دلیل مشکلات فنی، پخش برنامه اصلی قطع می‌گردد، و یا فواصلی که به هر دلیل بین دو برنامه ایجاد می‌شود، سعی می‌شود با این پخش قطعات کوتاه صفحه تلویزیون خالی نمانده و به اصطلاح خلأ به وجود آمده را پر می‌کردند. این قطعات که «فیلر» یا پُرکننده نامیده شدند، ممکن است تصاویر طبیعت، مناظر و... همراه با پخش

1. Music Video

2. Motion Graphic

3. Filler

موسیقی باشند. امروزه نیز از این قالب برای پر کردن زمان‌های بسیار کوتاه میان برنامه‌ها استفاده می‌شود، ولی هدفمندتر شده‌اند و سعی در ارائه مفهوم دارند. همانگونه که در ابتدای این بخش مطرح شد اصلی‌ترین کاربرد تولیدات کوتاه و میان برنامه‌ها مدیریت کنداکتور و فضای تنفس دادن به آن است.

برنامه‌های تلویزیونی ترکیبی

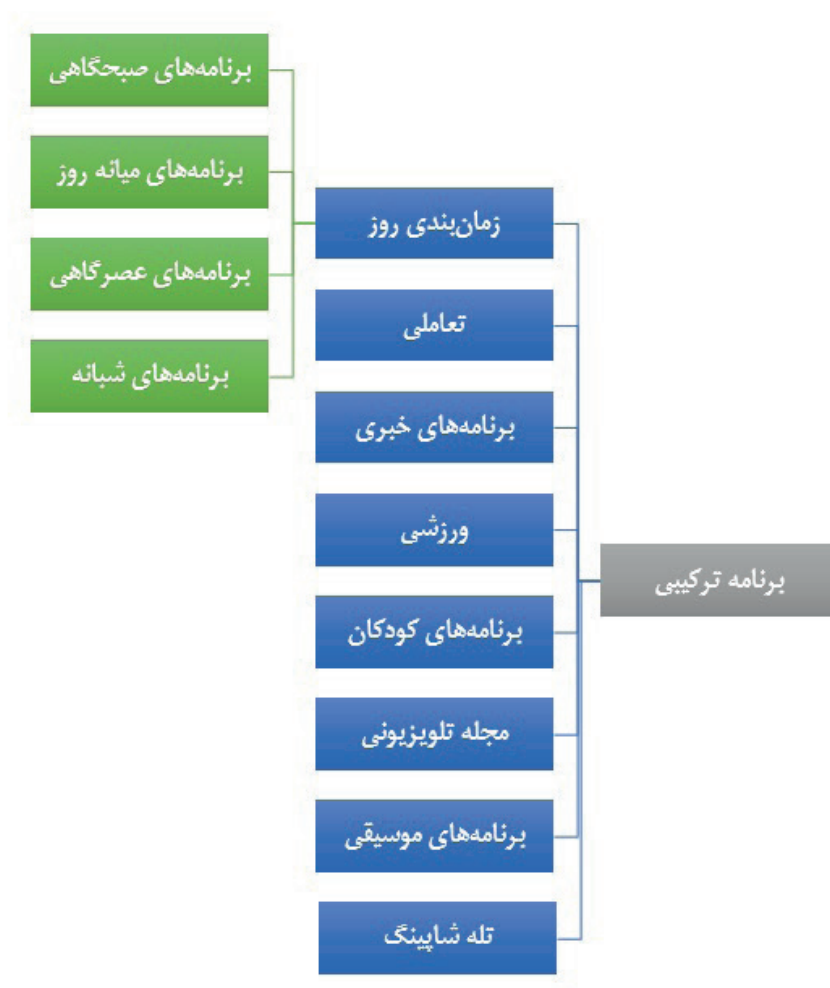
برنامه‌های ترکیبی همان‌طور که از نامشان هویداست، ساختاری از برنامه‌های تلویزیونی است که چندین آیتم مختلف را شامل می‌شود. گفتگو، پلی‌بک، پخش تیزر و کلیپ، گزارش، استند آپ کمدی، نمایش، خبر و... در طرای این برنامه‌ها جانمایی می‌شود. باید توجه داشت که با اضافه کردن چند آیتم مختصر به برنامه‌های گفت‌وگومحور نمی‌شود آن‌ها را در دسته برنامه‌های ترکیبی قرار داد و آنها طراحی ویژه خود را اقتضاء می‌کنند.

برنامه‌های ترکیبی را می‌توان براساس شاخصه‌های مختلف دسته‌بندی نمود. آنچه بیشتر موردنظر است، زمان پخش برنامه براساس «بخش‌بندی زمان روز»^۱ است که پیش‌تر در دسته‌بندی برنامه‌های گفت‌وگومحور نیز بدان اشاره شد. این دسته‌بندی شامل صبح زود^۲، میانه روز یا روزانه^۳، زمان پیک‌ملی^۴، آخر شب^۵ و نیمه‌شب^۶ بود. غالباً برنامه‌های ترکیبی در بازه زمانی صبح زود و میانه روز (از شش صبح تا شش عصر) پخش می‌شود. اینکه برنامه ترکیبی در چه زمانی از روز پخش شود، بر ترکیب آیتم‌های مختلف برنامه نیز مؤثر است.

ساختار و محتوای برنامه‌های ترکیبی با توجه به مضامین و بازه زمانی‌ای که پخش می‌شوند، ممکن است متفاوت باشد. برنامه‌های ورزشی و بولتن‌های خبری از این نوع هستند. هر چند این‌گونه برنامه‌ها به دلیل گسترش فراوان و موضوعات مختلف‌شان، هویت مستقلی از برنامه‌های

-
1. Dayparting
 2. Breakfast
 3. Daytime
 4. National Prime Time
 5. Late Night
 6. Overnight

ترکیبی پیدا کرده‌اند و در هر زمانی از روز ممکن است روانه آنتن تلویزیون شوند، اما درواقع می‌توان آنها را در این دسته قرار داد.



شکل شماره ۵. برنامه‌های ترکیبی رایج

برنامه صبحگاهی^۱

یک برنامه صبحگاهی در ابتدای صبح، و معمولاً بین ساعات شش تا نه صبح پخش می‌شود. این برنامه‌ها بیشتر به دنبال ارائه اخبار صبحگاهی، اعلام وضعیت آب و هوا، وضعیت ترافیک، گزارش وقایع در حال رخداد آن روز از نقاط مختلف کشور و... است که ممکن است از شبکه‌های خبری یا شبکه‌های عمومی پخش شود و نوع شبکه نیز در غلظت آیتم‌های مختلف خبری این برنامه‌ها موثر است. در این نوع برنامه‌های صبحگاهی هرچه زمان می‌گذرد و به انتهای برنامه نزدیک می‌شویم، نوع آیتم‌ها تغییر کرده و بیشتر به سمت برنامه گفت‌وگومحور و سرگرم‌کننده پیش می‌رویم.

جدول (شماره ۱۱) مشخصات برنامه Good Morning Britain

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش‌کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Good Morning Britain	برنامه ترکیبی / برنامه صبحگاهی	۱۹۸۳ تاکنون	انگلستان	ITV	۱۵۰ الی ۲۷۰ دقیقه	روتین

«صبح بخیر بریتانیا» یک برنامه ترکیبی صبحگاهی است که در کشور انگلستان تولید و پخش می‌شود. این برنامه در طول روزهای غیرتعطیل هفته و از شش تا هشت و نیم صبح پخش می‌شود و برنامه‌ای مرکب از اطلاع‌رسانی وقایع روز پیش‌رو، سرگرمی، گزارش‌های زنده از سراسر کشور و جهان، ارائه مشاوره در زمینه مالی، بهداشتی و سبک زندگی به مردم و گفتگو با افراد مشهور است.

پخش نسخه اصلی این برنامه به سال ۱۹۸۳ برمی‌گردد و این نسخه، به‌روزشده آن است. این برنامه نیز مانند سایر برنامه‌های صبحگاهی، پایه اصلی‌اش بر پوشش خبر صبحگاهی است. خبرهای این برنامه بیشتر شامل اخبار کوتاه، خبرهای سرگرم‌کننده، گزارش‌های زنده، اخبار

ورزشی، بررسی وضعیت آب‌وهوا می‌شود. در پایان این برنامه گفتگو با چهره‌های سرشناس و هنرمندان در نظر گرفته شده است.

برنامه گفتگو محور میانه روز^۱

یک بازه زمانی سنتی در برنامه‌ریزی کنداکتور شبکه تلویزیونی است که غالباً از نه صبح تا شش عصر را شامل می‌شود. این زمان ممکن است در کشورهای مختلف بین نیم تا یک ساعت تفاوت زمان داشته باشد. باید توجه داشت اصطلاح برنامه روزانه، بیشتر برای «ایام کاری هفته» استفاده می‌شود و برنامه‌ریزی در پایان هفته و ایام تعطیل متفاوت است. در این بازه زمانی از روز، مخاطب هدف بیشتر افرادی مانند زنان خانه‌دار، سالمندان، خردسالان، افراد از کار افتاده، بازنشسته‌ها و غیره هستند که در خانه می‌مانند. از این جهت، به لحاظ مخاطب شناسی تمرکز اصلی بر روی این افراد و بیشترین موضوعات، پیرامون مسائلی چون تربیت فرزندان، بهداشت و سلامت عمومی، خانه‌داری، روابط عاطفی و... است. همچنین خردسالان پیش‌دبستانی نیز در این بازه زمانی مورد هدف هستند. در بسیاری از کشورهای دنیا، با افزایش اشتغال زنان و کاهش جمعیت خردسال، میزان مخاطب در این بازه زمانی رو به کاهش است.

برنامه‌هایی که در این بازه زمانی پخش می‌شوند، غالباً جزء آن دسته از برنامه‌های تلویزیونی هستند که با بودجه کم^۲ تولید می‌شوند. برنامه‌های گفت‌وگو محور سرگرم‌کننده پیرامون روابط عاطفی (پیش‌تر توضیح داده شد)، برنامه‌های ترکیبی مانند مجله‌های سرگرم‌کننده، نمایش‌های سواپ اپرا^۳ (نوع خاصی از درام تلویزیونی که به دلیل طولانی، احساسی و اکثراً کم محتوا بودن به سریال‌های آبکی یا صابونی معروف هستند) است. این برنامه‌ها غالباً در هر پنج روز کاری هفته پخش می‌شوند. برنامه‌های کودک و خردسال را نیز می‌توان زیرمجموعه برنامه‌های ترکیبی دانست که ترکیبی از مسابقه، گفتگو، آیت‌های عروسکی، پخش کلیپ و پویانمایی و... است. این برنامه‌ها غالباً در بازه زمانی میانه روز یا روزمره پخش می‌شوند. هر چند با ظهور شبکه‌های اختصاصی

-
1. Daytime
 2. low Budget
 3. Soap Opera

برای پخش برنامه‌های مخصوص کودک و نوجوان، این بازه زمانی برای این قالب از برنامه‌های تلویزیونی ممکن است تغییر کرده باشد.

جدول (شماره ۱۲) مشخصات برنامه This Morning

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش‌کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
This Morning	برنامه ترکیبی / بازه زمانی میانه روز	۱۹۸۸ تاکنون	انگلستان	ITV	۱۲۰ دقیقه	بیش از ۶۱۰۰

برنامه «امروز صبح»، ترکیبی از اخبار، آیتم‌های موضوعی، نمایشگاه‌ها، مد و زیبایی، خانه و باغداری، غذا، سلامت، زندگی واقعی، خانه‌داری و مسائلی از این نوع است که در طول ایام کاری هفته، در بازه زمانی ۹ الی ۱۱ صبح پخش می‌شود. درواقع، یک مرحله بعد از برنامه‌های صبحگاهی است که در آن غلظت خبر و گزارش‌های خبری کاهش پیدا کرده و بیشتر به سمت مسائل خانه‌داری، خانواده و... رفته است.

مجله تلویزیونی^۱

مجله‌های تلویزیونی یک قالب از برنامه‌های ترکیبی روزمره و ترکیبی از یونیت‌های برنامه سازی تلویزیونی همچون گزارش‌ها، خبرها، گفتگوها، اجرای نمایش و... هستند. امروزه این برنامه‌ها بیشتر به‌عنوان برنامه ترکیبی شناخته می‌شوند و کمتر، از واژه مجله تلویزیونی استفاده می‌شود. گزارش‌ها و خبرها نیز طیف وسیعی از موضوعات سرگرم کننده مانند نمایشگاه‌ها، سلبریتی‌ها، موسیقی، فیلم و سینما، چهره‌های شاخص و... تا مسائل سخت و اساسی مانند علم و فناوری، کشاورزی، سیاست، اقتصاد، ازجمله موضوعاتی است که در این برنامه‌ها به آن پرداخته می‌شود.

جدول (شماره ۱۳) مشخصات برنامه Click

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Click	برنامه ترکیبی / بازه زمانی میانه روز	۲۰۰۰ تاکنون	انگلستان	BBC مجموعه	۱۵ الی ۳۰ دقیقه	بیش از ۸۸۰

«کلیک» یک مجله تلویزیونی با محوریت اخبار و موضوعات فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های پیرامون آن است. بررسی اخبار، وقایع و پیشرفت‌های فناوری اطلاعات، محتوای اصلی این برنامه را تشکیل می‌دهد. ترفندهای کامپیوتری، آموزش و رفع اشکال، معرفی وبسایت‌ها و گفتگو با فن‌آوران، پژوهشگران و متخصصان این علوم از بخش‌های دیگر این برنامه است. این برنامه که با نام قبلی «کلیک آنلاین» شناخته می‌شود، در چندین نسخه با تفاوت‌هایی در کانال‌های مختلف موسسه بی‌بی‌سی پخش می‌شود.

جدول (شماره ۱۴) مشخصات برنامه من و تو پلاس

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
من و تو پلاس	برنامه ترکیبی / بازه زمانی میانه روز		انگلستان	من و تو	۶۰ دقیقه	روتین

من و تو پلاس یک مجله تلویزیونی یک‌ساعته است که به‌صورت زنده از شبکه من و تو پخش می‌شود. خبرهای مربوط به افراد مشهور ایران و جهان، تازه‌های دنیای مد، آخرین دستاوردهای علمی، مسائل روانشناسی، ویدئوهای پربیننده، دنیای ورزش، گزارش‌ها و گفت‌وگو با میهمانان، بخش‌های مختلف این برنامه را تشکیل می‌دهند. این برنامه دارای دو مجری است که برنامه را هدایت و بخش‌هایی که قرار است پخش شود را معرفی می‌کنند. در ادامه نیز گزارش‌های مختلف در موضوعاتی که اشاره شد، پخش می‌شود.

تله‌شاپینگ^۱

یک ساختار برنامه تلویزیونی است که به‌عنوان «فروش و آگهی»^۲ نیز شناخته می‌شود. این ساختار برنامه‌سازی درواقع یک تبلیغ طولانی‌مدت، بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه و ترکیبی از کلمه اطلاعات^۳ و تجاری^۴ است. برعکس تبلیغات معمولی که بر جلب‌توجه کوتاه مخاطب و اثرگذاری بر ناخودآگاه او تمرکز دارد، این برنامه‌ها اطلاعات زیادی درباره یک محصول به مخاطب ارائه می‌دهند و در طی برنامه، قابلیت پرداخت مبلغ و سفارش کالا برای بینندگان فراهم است. این دسته از برنامه‌ها ابتدا در ایالات‌متحده و در نیمه‌شب بین ساعات دو بامداد تا شش صبح روی آنتن می‌رفت، اما کم‌کم به ساعات عادی روز نیز کشیده شد. بیشتر سیاست‌گذاران و مدیران تلویزیون سعی می‌کنند این سبک از برنامه‌های خود را در یک شبکه جداگانه بگنجانند تا از کیفیت شبکه‌های اصلی خود نکاهند.

اجرای کمدی ایستاده^۵ (استند آپ کمدی)

کمدی به عنوان یک ژانر شناخته می‌شود که برنامه‌های تلویزیونی با ساختار مختلفی در این ژانر ساخته می‌شوند. برنامه‌های گفت‌وگومحور و ترکیبی کمدی، مستند مسابقه‌های کمدی، تلنت شو‌های کمدی، سریال کمدی، فیلم سینمایی کمدی، اجراهای کمدی و... از این نوع هستند. یک نمونه از کمدی غیرداستانی در برنامه‌سازی تلویزیون، «استند آپ کمدی» است که در آن، اجراکننده بدون وجود «دیوار چهارم» و به‌صورت مستقیم با تماشاگران صحبت می‌کند. این ساختار تلویزیونی می‌تواند به‌صورت مستقل ارائه شود و یا در قالب یک یونیت در یک برنامه ترکیبی و یا به عنوان بخشی از یک برنامه دیگر مانند برنامه‌های گفت‌وگومحور آخر شب قرار بگیرد.

-
1. Teleshopping
 2. Infomercial
 3. Information
 4. Commercial
 5. Stand Up Comedy

این نوع کم‌دی معمولاً توسط یک نفر اجرا می‌شود. در این نمایش، کم‌دین به اجرای سریعی از داستان‌گویی، لطیفه و شوخی‌های کوتاه و بداهه‌سازی‌ها در جمع تماشاگران می‌پردازد.

گونه‌های رایج مستند^۱ در تلویزیون

مستند یکی از شناخته‌شده‌ترین و پرکاربردترین ساختارهای فیلم‌سازی است که عمدتاً «واقعیت» ماده خام آن را تشکیل می‌دهد، بالعکس تولیدات داستانی و نمایشی که عمدتاً «تخیل» ماده خام آن را تشکیل می‌دهد. مستند به دنبال ارائه اطلاعات درباره واقعیت و یا ثبت وقایع و روایت آنهاست. بخش زیادی از کنداکتور شبکه‌های عمومی تلویزیون را برنامه‌های مستند به خود اختصاص می‌دهند، همچنین در سالیان اخیر شبکه‌های مستقل و اختصاصی برای نیاز سنجی، تولید و پخش مستند تاسیس شده‌اند که «شبکه مستند سیما» نمونه ایرانی آن است.

پاتریشیا افدرهاید^۲ مستند را این‌گونه تعریف می‌کند: «مستند، فیلمی درباره زندگی واقعی است و نه خود زندگی واقعی، درواقع، تصویری از زندگی واقعی است که از آن به عنوان مواد خام خود بهره می‌برد» (افدرهاید، ۱۳۸۹: ۸). ضابطی جهرمی نیز مستند را این‌گونه توصیف می‌نماید: هنر مستند فیلمی است که موضوع و شخصیت‌های آن، واقعی و شکل آن ابداعی برآمده از تخیل مبتنی بر واقعیت باشد (ضابطی جهرمی، ۱۳۹۴: ۳۱۰).

درمورد فیلم مستند و انواع قالب‌های زیرمجموعه آن مباحث مختلفی مطرح شده است. یکی از شناخته‌شده‌ترین دسته‌بندی‌ها براساس «دوره زمانی تکامل فیلم مستند» است. ضابطی جهرمی در زمینه دسته‌بندی فیلم مستند می‌نویسد: «این گونه فیلم را می‌توانیم از طریق الف) موضوع‌هایش؛ ب) اهداف، دیدگاه‌ها و رویکردهایش؛ ج) شکل و ساختارش؛ د) شیوه‌ها و تکنیک‌های تولیدش؛ و ه) نوع تجربه‌ای که مخاطب انقال می‌دهد، طبقه‌بندی کرد. بر این اساس، مثلاً طبقه‌بندی موضوعی انواعی چون: مستند ورزشی، مستند پژوهشی، مستند آموزشی، مستند جنگی، مستند قوم‌شناسی، مستند تبلیغی، مستند صنعتی و... را داریم» (ضابطی جهرمی، ۱۳۸۵).

1. Documentary

2. Patricia Aufderheide

وی همچنین اشاره می‌کند که: «تقسیم‌بندی ساختاری، کم‌اشکال‌ترین نوع تقسیم‌بندی است که می‌توان پیشنهاد کرد و انواع آن عبارت‌اند از: مستند خبری- گزارشی، مستند آرشیوی، مستند توصیفی و مستند بازسازی (ضابطی جهرمی، ۱۳۷۷). اسناد معاونت سیمای سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی نیز فیلم مستند را به یازده دسته: مستند داستانی، مستند انیمیشن، محض، گزارشی، آرشیوی، بازسازی، شاعرانه، تجربی، روایی، آموزشی و تلفیقی دسته‌بندی می‌کند (معاونت سیمای).

با در نظر داشتن پویایی و خلاقیتی که در ذات هنر است، نمی‌توان دسته‌بندی ثابتی از فرم مستند ارائه کرد. برخی براساس «سیر تطور تاریخی مستند» آن را طبقه‌بندی کرده‌اند و برخی نیز براساس «ساختار و یا محتوای مستند»، برخی نیز نحوه تولید را مدنظر قرار داده‌اند. با تلاقی برخی از ژانرهای مستند با محتوای داستانی، این امر پیچیده‌تر نیز شده است.

در یک دسته‌بندی کلی شاید بتوان فیلم‌های مستندی را که از تلویزیون پخش می‌شوند به دو دسته کلی داستانی و غیرداستانی تقسیم کرد. که در این مقاله به دلیل ضیق فضا و نوین تر بودن مستند های داستانی و دورگه، به بررسی و تحلیل این گونه پرداخته می شود.

داستانی بودن مستند به معنای استفاده از عناصر دراماتیک و دراماتیزه کردن ماجراست؛ به نوعی که به فیلم داستانی نزدیک می‌شود، که درواقع ترکیب دو ساختار فیلم مستند و فیلم داستانی است که به آنها «مستندهای هیبریدی»^۱ یا دو رگه اطلاق می‌شود. در دسته مستند داستانی می‌توان به سه زیرگونه اصلی اشاره کرد که وجه مشترک تمام آنها تلفیق مستند و داستان است.

مستند-درام^۲ (داکیو دراما): که نام آن ترکیبی از واژگان documentary و drama است اجرای نمایشی مستندات بوده و درواقع، نقطه تلفیق این دو گونه است به طوری که مخاطب شاهد استفاده از تصاویر و صحنه‌های طراحی و یا بازسازی‌شده به صورت فیلم داستانی در مستند هست. در این گونه مستند هیبریدی که صحنه‌های دراماتیک و روایی در آن از پیش طراحی و یا بازسازی‌شده اند، گاهی راوی نریشن می‌گوید و مصاحبه‌هایی نیز در آن صورت می‌گیرد تا

1. Hybrid

2. Docudrama

گونه‌شناسی برنامه‌های غیرداستانی تلویزیون ❖ ۲۰۳

داستانی غیرتخیلی روایت شود. درواقع، در این ساختار، محتوای مستند با استفاده از چهارچوب و ابزار ساخت فیلم داستانی مانند نابازیگری، طراحی و یا بازتولید صحنه‌ها و... تولید می‌شود و همانطور که اشاره شد نوعی از اجرای نمایشی مستندات است.

جدول (شماره ۱۵) مشخصات برنامه Barbarians Rising

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Barbarians Rising	مستند داستانی / Docudrama	۲۰۱۶	ایالات متحده	History Channel	۴۳ دقیقه	۴

«ظهور بربرها» یک مستند داستانی است پیرامون امپراتوری روم و اقوامی در اروپا که با این امپراتوری در کشمکش بوده‌اند. در داستان این برنامه مشاهده می‌کنیم که امپراتوری روم که در حال گسترش مرزهای خود است، به مردم بومی یک منطقه برخورد می‌کند، مردم آن منطقه در برابر رومی‌ها می‌ایستند و برای همین، بربر یا وحشی خوانده می‌شوند. این مستند داستانی با استفاده از تصاویر بازسازی‌شده آن دوران، به همراه مصاحبه با دانشمندان، مورخان و کارشناسان نظامی در کنار ارائه نریشن توسط راوی تولید شده است.

مستند داستانی^۱ (داکیو فیکشن): که نام آن ترکیبی از واژگان Documentary و Fiction است. در اینجا غلبه بیشتر بر جنبه روایت‌گری داستانی تخیلی است. در سبک Docudrama، تصاویر، طراحی یا بازسازی می‌شدند و به واقعیت تعهد بیشتری نشان می‌دادند، اما در اینجا بیشتر بر پایه تصاویر مستند و بازسازی نشده هستند، اما داستان تخیلی و غیرواقعی است. یعنی ساخت یک فیلم داستانی با استفاده از تصاویر مستندگونه مد نظر است. نحوه فیلم‌برداری، نریشن، دیالوگ‌ها و... شبیه یک فیلم مستند است اما خط سیر دراماتیک و بازیگری یک فیلم داستانی، و حتی کاربست میزانشن در آن دنبال می‌شود. درواقع با استفاده از ابزار و چهارچوب ساخت فیلم مستند، فیلم داستانی ساخته می‌شود.

از جمله زیرگونه های Docufiction می‌توان به «اثنوفیکشن‌ها» اشاره نمود؛ Ethnofiction درواقع یک "Ethnographic Docufiction" است. در این گونه مستند داستانی تأکید بیشتر بر مسائل قوم‌نگارانه است، در واقع نوعی مستند داستانی تخیلی پیرامون موضوعات و مضامین مردم نگارانه می باشد.

ماکیومتری^۱: از دیگر گونه های مستند داستانی است که مفهومی ترکیبی از Documentary و Mock^۲ است. این گونه درواقع نوعی از Docufiction در ژانر کمدی بوده و از خانواده «شبه مستندها»^۳ می باشد. در این سبک، محتوایی با تلاقی سه ژانر مستند، داستانی و کمدی به مخاطب ارائه می‌شود.

جدول (شماره ۱۶) مشخصات برنامه Alien Planet

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Alien Planet	مستند داستانی / docufiction	۲۰۰۵	ایالات متحده	Discovery Channel	۹۰ دقیقه	۱

«سیاره بیگانه» مستندی داستانی در ژانر «علمی- تخیلی» است که درباره حضور یک ربات جستجوگر حیات بر روی یک سیاره بیگانه ساخته شده است. این مستند بر پایه یک رمان علمی تخیلی ساخته شده و با استفاده از تصاویر کامپیوتری و مصاحبه با شخصیت‌های برجسته علمی مانند استفان هاوکینگ^۴ و جرج لوکاس^۵ به همراه روایت‌گویی، داستان ورود ربات‌های جستجوگر حیات به یک سیاره ناشناخته را روایت می‌کند. در این میان، به ساکنانی ذی‌شعور برمی‌خورند و

1. Mockumentary

۲- به معنای تقلبی، جعلی یا بدلی است هم چنین به معنای سُخره گرفتن

3. Pseudo-Documentary

4. Stephen William Hawking

5. George Walton Lucas

به دنبال ارتباط با آنها می‌روند. از یک سو، ساختار فیلم، مستند است اما از سوی دیگر، داشتن یک روایت تخیلی و دور از استناد، باعث ایجاد یک قالب مستند داستانی شده است.

جدول (شماره ۱۷) مشخصات برنامه Toomelah

نام برنامه	قالب	سال تولید	کشور تولیدکننده	شبکه پخش کننده	مدت زمان	تعداد قسمت‌ها
Toomelah	مستند داستانی / docufiction/ Ethnofiction	۲۰۱۱	Australia	—	۱۰۶ دقیقه	۱

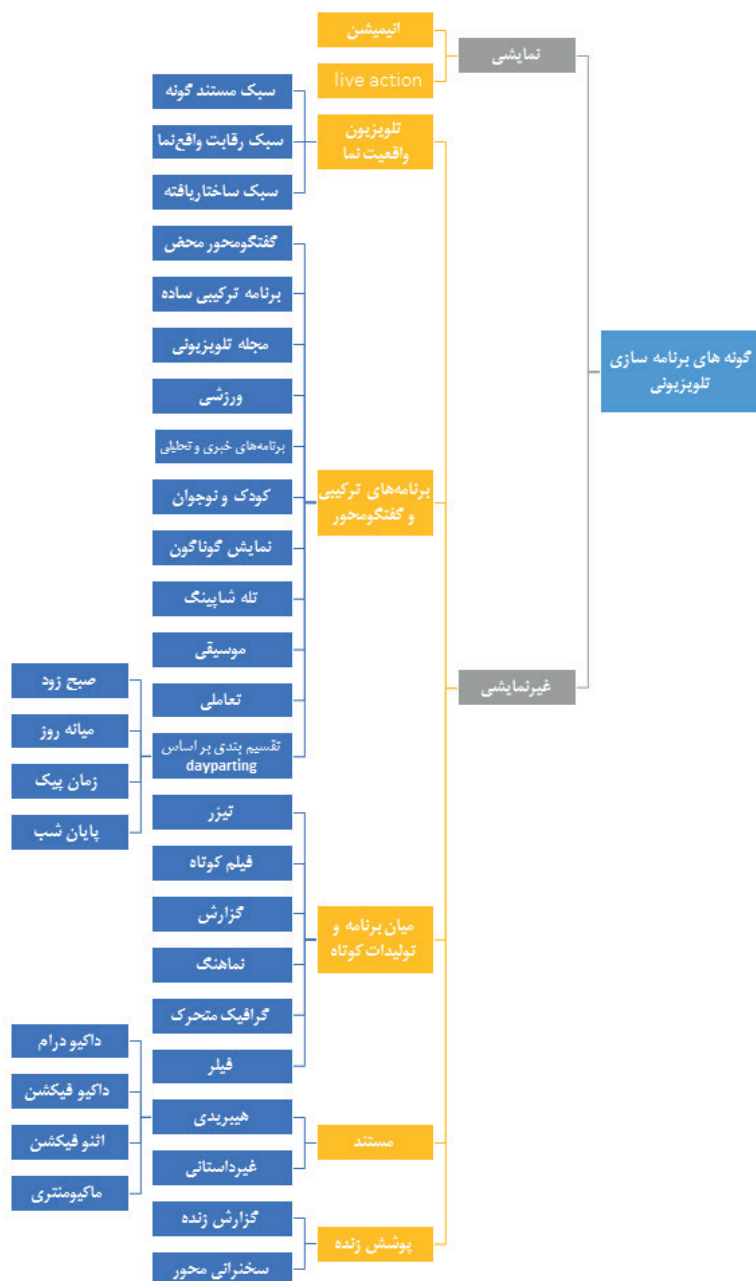
فیلم مستند «توملا»، درام مستندگونه‌ای است که زندگی یک کودک ده ساله را روایت می‌کند. روایت فیلم از یک جامعه بومی دورافتاده در استرالیاست که «دنیل» ده ساله می‌خواهد مانند قهرمان خود در زندگی، یک تبهکار قدرتمند شود. برای این کار او پس از درگیری با سلاح سرد، مدرسه را ترک کرده و وارد باند مواد مخدر می‌شود. سبک تولید این فیلم که براساس داستانی تخیلی ساخته شده، مستند است و به‌نوعی یک docufiction است و از آن جهت که به مسائل قوم‌نگارانه مرتبط می‌شود یک Ethnofiction «آن تلقی می‌شود. ژانر مستند، یعنی مستندهای غیرداستانی نیز به انواع مختلفی طبقه‌بندی می‌شود که در ابتدای بحث برنامه‌های مستند، درمورد انواع دسته‌بندی‌های آن بحث شد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با گسترش روزافزون هنر- صنعت- رسانه تلویزیون و تکرر شبکه‌های تلویزیونی، رقابت در این عرصه پیچیده تر از گذشته شده است. مالکان شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای و مدیران رسانه و شبکه‌های تلویزیونی، طرح‌های مختلفی را برای موفقیت در این رقابت و جذب مخاطبان به سمت رسانه خود اجرا کرده‌اند. یکی از مهم‌ترین راهبردها و در این زمینه، بهره‌گیری از ساختارهای شاخص و نوین تولید برنامه‌های تلویزیونی است تا تلویزیون را از رکود جذابیت خارج نموده و فهرست متنوع تری را در اختیار مخاطب قرار دهند. در این مسیر، ساختارهای

برنامه‌سازی بسیاری ظهور کرده و برخی پس از مدتی به دلیل عدم توانایی جذب مخاطب یا جانمایی ارگانیک خود در کنداکتور تلویزیون از رده خارج شده و یا کمرنگ گشته اند، اما برخی از ساختارها مورد اقبال مخاطبان و تهیه کنندگان قرار گرفتند و پایدار شده اند.

تلویزیون در ایران نیز براساس فلسفه وجودی خود در طی سال‌های اخیر، در قالب‌ها و ساختارهای مختلفی اقدام به برنامه‌سازی نموده است. نکته‌ای که در این زمینه باید به آن توجه کرد دوری از ایجاد سکون و رکود در ساختارها و کیفیت تولید است. در دوران کنونی با ورود برخی بازیگران حرفه‌ای در زمینه پرودکست ازجمله؛ شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان- که برخی از آن‌ها به دلیل استفاده از عوامل تولید حرفه‌ای و تجربه رسانه‌های جهانی- از به‌روزترین و شاخص‌ترین ساختارهای برنامه‌سازی استفاده می‌کنند، ضرورت و اهمیت تبیین این مسئله برای سازمان صدا و سیما مشخص می‌شود، همچنین ظهور و گسترش رقیب قدرتمند جدیدی به نام پرودبند^۱ (پهن بایند) و رسانه‌های دیداری مبتنی بر اینترنت و اقبال مخاطبان به تماشای ویدئوهای آنلاین، ضرورت ارتقاء کیفی و زیبایی شناسانه برنامه‌های تلویزیونی را بیش از پیش می‌سازد. در این زمینه، پیش از این نیز پژوهش‌هایی صورت گرفته که در راستای نظم‌دهی و دسته‌بندی برنامه‌های تلویزیونی بوده اند، اما به دلیل پویایی فضای رسانه‌ها و به روز سازی گونه های تولید تلویزیونی به‌خصوص سرعت تحولاتی که در این زمینه برقرار است، با گذر زمان نیاز به بررسی‌های مجدد و بحث پیرامون ساختارهای نوین برنامه‌سازی است تا مطالعات و علم تلویزیون در این زمینه به‌روز شود. نتایج نهایی موارد مورد مطالعه در پژوهش حاضر، در طرح زیر ارائه شده است.



شکل شماره ۶. گونه‌های مورد مطالعه در برنامه‌سازی تلویزیونی

در طرح‌واره فوق، رهیافتی به نحوه دسته‌بندی نهایی برای گونه شناسی برنامه های غیرداستانی تلویزیون ارائه شده است. باید توجه داشت که نمی‌توان یک دسته‌بندی جامع و مانع از ساختارهای برنامه‌سازی ارائه نمود. به‌دلیل پیچیدگی روزافزون فرآیند برنامه‌سازی و وجود عناصر خلاقیت و نوآوری در تولید برنامه‌های تلویزیونی، امروزه بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی نقاط مشترک فراوانی دارند و برخی ساختارها محل تلاقی قرار گرفته است.

به عنوان نمونه، برخی از سبک‌های برنامه‌های «تلویزیون واقعیت‌نما» را همچنین می‌توان گونه‌ای از مستند در نظر گرفت. از سوی دیگر، مستند دورگه داستانی را می‌توان یک درام نمایشی مستندگونه نیز تعریف نمود. همچنین علاوه بر ساختار تولیدی، برنامه‌های تلویزیونی را می‌توان براساس موضوع، درونمایه، ساعت پخش و مخاطب هدف نیز دسته‌بندی کرد. درواقع اینکه زاویه دید پژوهشگر و شاخص‌های تقسیم چه باشد، بر دسته‌بندی و گونه شناسی تاثیر می‌گذارد. به‌عنوان نمونه، برنامه‌های خبری و برنامه استودیویی کودک هر دو دارای ساختاری ترکیبی هستند، اما دو درونمایه و زیست جهان کاملاً متفاوت از یکدیگر دارند. در واقع در دوران کنونی شاهد نوعی از «همگرایی ساختارهای تولید» هستیم. از این رو، گونه‌شناسی برنامه‌های تلویزیونی، پیچیدگی و دشواری ویژه‌ای دارد و ادعای ارائه یک دسته‌بندی جامع و مانع برای ساختارهای برنامه‌سازی تلویزیونی به سختی امکان پذیر است، پژوهش حاضر کوشش نموده با قرار دادن عنصر «ساختار و قالب» در برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان ملاک تقسیم، برنامه‌های تلویزیونی را گونه شناسی و دسته‌بندی نماید.

در این زمینه، می‌توان گفت که ساختار برنامه‌های تلویزیونی شامل دو کلان گونه اصلی داستانی (نمایشی) و غیر داستانی (غیرنمایشی) می‌شود. برنامه‌های نمایشی نیز خود شامل دو دسته اصلی لایو اکشن^۱ و انیمیشن می‌شود که زیرمجموعه‌های گسترده‌ای دارند که محل بحث پژوهش حاضر نبوده است. اما دسته برنامه‌های تلویزیونی غیرنمایشی را می‌توان شامل پنج دسته اصلی برنامه‌های ترکیبی و گفتگومحور، تلویزیون واقعیت‌نما، میان برنامه و تولیدات کوتاه، مستند و گزارش‌های زنده دانست. هر کدام از این گونه‌ها نیز با توجه به جزئیات پرداخت، تغییرات

اندک در ساختارهای برنامه، نوع مضمون و مخاطب هدف برنامه، دارای زیرساختارهای مختلفی هستند. که البته ممکن است با ترکیب هریک از ساختارها و زیرگونه‌ها، ساختار و گونه جدید متناسب با نوآوری برنامه ساز تلویزیونی خلق شود.

درک درست این ساختارها موجب می‌شود تا مدیران رسانه، طراحان و تهیه کنندگان یک شبکه تلویزیونی در هنگام چینش جدول پخش، بدانند که هرکدام از ساختارها به چه میزان در شبکه مورد استفاده قرار گرفته و تکرار یک ساختار ممکن است موجب «فرسودگی ارتباطی» مخاطب شود. درواقع، ممکن است سوژه و روایت بسیاری از برنامه‌ها متفاوت باشد، اما دارای ساختاری واحد مانند ساختار گونه برنامه‌های ترکیبی باشند. از این رو، قرار دادن برنامه‌های شبکه در این دسته‌بندی پنج‌گانه می‌تواند به مدیریت بهتر نظام تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی کمک کند.

پیشنهادهای پژوهش

باید توجه داشت که اکثر ساختارها و گونه‌های موجود در این طرح‌واره، هم اکنون در تلویزیون ایران (ذیل سازمان صدا و سیما ج.ا. ایران) نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما درمورد هر کدام، نکات مهم و حرفه‌ای برای ارتقاء مطرح هست که باید بدان توجه صورت گیرد. به عنوان مثال، بررسی‌ها پیرامون برنامه‌های گفتگو محور (تاک شو) که یکی از پر کاربرد ترین ساختارهای تولید در تلویزیون ایران هست، بیانگر آن است که عنصر محوری این گونه، گفتگوست؛ و یک‌سوی این گفتگو به صورت ثابت، مجری برنامه است. شاید از این رو است که نام اکثر برنامه‌های گفت‌وگو محور در جهان، با نام مجری پیوند خورده است. از طولانی‌ترین و موثرترین برنامه گفت‌وگو محور میانه روز آمریکایی با اجرای اُپرا وینفری^۱ در بیش از ۲۵ سال پخش مداوم با عنوان «اُپرا شو»^۲ گرفته تا گفتگوهای چالشی لری کینگ در برنامه Larry King Live که پس از بازنشستگی جای او را پیرس مورگان با برنامه Piers Morgan Live گرفت. لذا می‌توان

1. Oprah Gail Winfrey

2. The Oprah Winfrey Show

نتیجه گرفت برای تقویت برنامه‌های گفتگو محور می‌بایست به مجری ضریب بیشتری داده و به تقویت جسارت و روحیه پرسشگری او افزود. و این یک سرمایه‌گذاری است چرا که برنامه گفت‌وگو محور، گونه‌ای از تولید است که هیچ‌گاه کهنه نمی‌شود.

برنامه‌هایی همچون سرزمین دانایی، فرمانده، خانه‌ما، ضدگلوله، عصر جدید و... را می‌توان نمونه‌هایی از تلویزیون واقعیت‌نما دانست که در سازمان صدا و سیما ساخته و پخش شده، اما اکثر آن‌ها در «سبک رقابتی» بوده است. مناسب است سازمان صدا و سیما به سبک‌های دیگر این نوع قالب برنامه‌سازی نیز ورود کند. سازمان باید بسیاری از برنامه‌ها و مستندهای خود پیرامون سوژه‌های فراوانی که در این زمینه در پیشینه این کشور وجود دارد را در قالب تلویزیون واقعیت‌نما به مخاطبان خود ارائه دهد.

در برنامه‌های تلویزیون واقعیت‌نما، سبک‌های فرعی، بیشتر بر مبنای طراحی مساله و مضمون ایجاد شده‌اند و در اصول کلی با یکدیگر مشترک هستند. قطعاً این موضوعات با توجه به فرهنگ بومی هر کشور متفاوت است و با استفاده از اندیشه‌های خلاق در این زمینه، می‌توان سوژه‌ها و موضوعات جذاب ایرانی- اسلامی را برای ساخت برنامه در این قالب مهم برنامه‌سازی طراحی کرد؛ از خرده‌فرهنگ‌های بومی گرفته تا مشاغل و فعالیت‌های مختلف که همگی ظرفیت تولید شدن در سبک تلویزیون واقعیت‌نما را دارند.

امروزه با ورود فناوری‌های نوینی مانند گوشی‌های هوشمند، دستگاه‌های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی، رقابت برای جذب مخاطب دشوارتر از پیش شده است. از این رو تلویزیون باید بیشترین کوشش خود را برای بقاء انجام دهد و یکی از راهکارهای بقای تلویزیون، تولید برنامه در قالب‌های مختلف، جذاب و نوین است، تا بتواند سلیقه‌های گوناگون را با خود همراه کند و به‌غایت نهایی یک رسانه، یعنی جذب مخاطب و سپس اثرگذاری بر او برسد.

در این راستا، بهره‌بردن از قالب‌های شناخته‌شده و نوینی که در شبکه‌های مطرح جهانی مورد استفاده قرار گرفته‌اند و موفق به جلب توجه مخاطبان شده، اقدامی منطقی به شمار می‌رود که باید در دستور کار طراحان تلویزیون در ایران قرار گیرد و یقیناً استفاده از این قالب‌ها نیاز به شناخت آنها و احصای ویژگی‌های آنها دارد و پژوهش حاضر می‌تواند در این مسئله راهگشا باشد.

زمانی که این مقوله‌بندی مبنا قرار گیرد، مشخص می‌شود چه حجمی از آنتن با چه نوع برنامه‌ای تامین شده است. درواقع، ممکن است تلویزیون دارای برنامه‌های مختلف و گوناگونی باشد که از حیث موضوع و محتوا با یکدیگر بسیار متفاوت هستند، اما هنگامی که در این گونه‌شناسی قرار می‌گیرند، متوجه خواهیم شد درصد زیادی از حجم روزانه آنتن در خدمت یک نوع خاص از ساختار برنامه‌سازی مانند ترکیبی و گفتگو محور بوده است. این مسئله نشان خواهد داد که مخاطب از نظر حظّ بصری به تکرار افتاده است. درواقع، تکرار در موضوع و محتوای برنامه، به‌تنهایی نمی‌تواند رضایت مخاطب را جلب کند، بلکه تکرار در نوع فرم و ساختار برنامه نیز در این امر بسیار مهم بوده و این حظّ بصری متنوع مخاطب است که در کنار موضوعات موردعلاقه او می‌تواند تلویزیون را برای او به رسانه‌ای جذاب تر تبدیل سازد.

فهرست منابع

- افدرهاید، پاتریشیا (۱۳۸۹). *درآمدی کوتاه بر فیلم مستند*. (مترجم: کیهان بهمنی). تهران: انتشارات افراز.
- حسنقلی‌پور، حکیمه؛ و قلی‌پور، آرین؛ محمدی قاضی‌محله، مهدی، روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۹). *الزامات، ضرورت‌ها و مکانیزم‌های تجاری‌سازی دانش در دانشکده‌های مدیریت*. فصلنامه مدیریت بازرگانی. دوره ۲ شماره ۴. ۶۰-۴۱.
- ضابطی جهرمی، احمد (۱۳۹۴). *شکل‌شناسی و گونه‌شناسی فیلم مستند*. تهران: رونق: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور سینمایی و سمعی و بصری، مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی.
- ضابطی جهرمی، احمد (۱۳۸۵). *گونه‌شناسی فیلم مستند صنعتی*. فارابی. شماره ۵۹ و ۶۰. ۲۵۶-۲۵۱.
- ضابطی جهرمی، احمد (۱۳۷۷). *نگرش تئوریک به فیلم مستند*. نقد سینما. شماره ۱۳. ۸۹-۸۳.
- دوسینی، ه (۱۳۸۲). *تلویزیون و برنامه‌هایش*. تهران: اداره کل پژوهش‌های سینما.

- گلدمن، ل (۱۳۸۲). نقد تکوینی. (مترجم: م. غیاثی). تهران: نشر نگاه.
- مک کوئین، د (۱۳۸۴). راهنمای شناخت تلویزیون. (مترجم: ع. گیویان؛ و ف. کرمعلی) تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- معاونت برنامه‌ریزی و نظارت (۱۳۸۷). فرهنگ‌نامه تولید و معیارهای کمی و کیفی برنامه‌سازی صدا و سیما. تهران: معاونت نظارت و برنامه‌ریزی.
- اداره کل اطلاعات و برنامه ریزی معاونت سیما (۱۳۸۸). جزوه خلاصه تعاریف و مفاهیم بازنگری‌شده برنامه‌سازی تلویزیونی، نشر سازمان صدا و سیما.
- مفاخر، ز. (۱۳۸۴) درآمدی بر مفاهیم و اصطلاحات برنامه‌سازی سیما. ۱۳۸۴: معاونت تحقیقات و برنامه‌ریزی صدا و سیما.
- میلرسون، ج (۱۳۹۲). فن برنامه‌سازی تلویزیونی. (مترجم: م. رحیمیان) تهران: سروش.
- میلرسون، ج؛ و اولنز، ج (۱۳۹۵). فرهنگ جامع تولید برنامه‌های تلویزیونی. (مترجم: س. شبانی) تهران: مارلیک.
- ویلیامز، ر (۱۳۸۵). تلویزیون، تکنولوژی و شکل فرهنگ. (مترجم: م. بیگدلی خمسه) تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- ویمیر، راجر دی؛ و جوزف آر دومنیک (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی. (مترجم: کاووس سیدامامی). تهران: انتشارات سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- Emy Awards. (2019) <https://www.emmys.com>.
- Glaser, B. (1998). *Doing grounded theory: Issues and discussions*, Sociology Press. Mill Valley, CA.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*, Sociology Press. Mill Valley, CA.
- Heath, H. & Cowley, S. (2004). *Developing a grounded theory approach: A comparison of Glaser and Strauss*. International Journal of Nursing Studies, 41(2): 141–150.

- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. Psychology Press.
- Hill, A., Weibull, L., & Nilsson, A. (2007). *Public and popular: British and Swedish audience trends in factual and reality television*. Cultural Trends, 17-41.
- Murray, S., & Ouellette, L. (2009). *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York: New York University Press.
- Nabi, R., Stitt, C., Halford, J., & Finnerty, K. (2006). Nabi, R.; Stitt, C.; Halford, J.; Finnerty, K. (2006). *“Emotional and cognitive predictors of the enjoyment of reality based and fictional television programming: An elaboration of the uses and gratifications perspective*. Media Psychology, 421-447.