

پودمان ۳

میزگرد، مسابقه و سرگرمی



برای تهیه یک برنامه سرگرم‌کننده یا یک برنامه گفت‌وگومحور، داشتن برنامه‌ریزی دقیق لازم است. متن برنامه ساختار آن را می‌سازد و به برنامه‌ساز جهت می‌دهد. در برنامه‌های گفت‌وگومحور چارچوب گفت‌وگو باید از قبل آماده باشد تا شالوده برنامه محکم بماند.

واحد یادگیری ۱

نگارش متن گفت‌وگومحور

آیا تا به حال پی برده‌اید؟

- برای نوشتن متن برنامه گفت‌وگومحور به چه مهارت‌هایی نیاز دارید؟
- گفت‌وگو کردن چقدر در تعامل افراد با یکدیگر مؤثر است؟
- گفت‌وگو کردن چقدر در بالابردن دانش مخاطب اثر دارد؟

هدف از این واحد یادگیری

- هنرجویان در این واحد یادگیری، با انواع برنامه‌های گفت‌وگومحور و چگونگی متن برنامه و ارتباط آن را با مخاطب فرامی‌گیرند.

استاندارد عملکرد

- نگارش برنامه گفت‌وگومحور با موضوع سفارشی از سوی یک شبکه یا حامی مالی با رعایت اصول استاندارد و ارزش‌های ملی و گفتمان غالب حرفه‌ای زمانی و مکانی

برنامه گفت‌وگو محور

یک برنامه گفت‌وگو محور تلویزیونی، بر محوریت گفت‌وگو شکل می‌گیرد، یعنی هسته و شالوده این گونه برنامه بر اساس گفت‌وگوست. برنامه‌های گفت‌وگو محور از پرمخاطب‌ترین و پربیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی به شمار می‌روند. شاید یکی از دلایل جذابیت این نوع برنامه، میل و علاقه انسان‌ها به ایجاد روابط اجتماعی و گفت‌وگو است. اکثر اندیشه‌ها و نظریات بزرگ در تاریخ، بر اساس مکالمه، گفت‌وگو و هم‌اندیشی شکل گرفته‌اند.

سابقه اولین برنامه گفت‌وگو محور به سال ۱۵۹۱ برمی‌گردد که توسط جوفرانکلین اجرا شد. در سال‌های پیش از انقلاب اسلامی، برنامه‌هایی همچون «فانوس خیال» بر پایه گفت‌وگوی مجری و میهمان درباره سینما تهیه و پخش می‌شد. به دلیل شمار اندک شبکه‌های تلویزیون در آن سال‌ها، شمار برنامه‌های گفت‌وگو محور نیز اندک بود. در سال‌های آغازین پس از انقلاب، برنامه‌های گفت‌وگو محور بیشتر بر گرد موضوعات سیاسی می‌چرخید، ولی پخش بیشتر برنامه‌های گفت‌وگو محور به شکلی که امروزه رایج است، به چند سال اخیر بازمی‌گردد.

برخی از برنامه‌های گفت‌وگو محور کنونی سیما عبارت‌اند از: «سیمای خانواده» از معروف‌ترین برنامه‌های گفت‌وگو محور شبکه یک که صبح‌ها پخش می‌شود. «گفت‌وگوی ویژه خبری» معروف‌ترین برنامه گفت‌وگو محور شبکه دو که هر شب پس از اخبار شبانگاهی پخش می‌شود. در این برنامه، ابعاد یک موضوع مهم روز در قالب «گفت‌وگو یا مصاحبه ویژه» به صورت ارتباط مستقیم تلفنی با کارشناسان و مسئولان، گفت‌وگوی حضوری با آنها در استودیو یا تلفیقی از این دو، یا به صورت گزارش ویژه بررسی می‌شود. «برنامه نود» از جمله برنامه‌های گفت‌وگو محور شبکه سوم است که در میان علاقه‌مندان به ورزش محبوبیت ویژه‌ای دارد و جزء پربیننده‌ترین برنامه‌های گفت‌وگو محور محسوب می‌شود.

«دو قدم مانده به صبح» برنامه‌ای گفت‌وگو محور که مخاطبان آن را بیشتر هنرمندان، محققان، دانشگاهیان، و به طور کلی افراد تحصیل کرده و فرهیختگان جامعه تشکیل می‌دهند. در این برنامه، گفت‌وگو بر سر مسائل فرهنگی و هنری، از سینما و تئاتر گرفته تا نقاشی و عکاسی و موسیقی و معماری است. «صبح تهران» برنامه‌ای ترکیبی که از بخش‌های متنوعی شامل پزشکی، ورزشی، اجتماعی و ترافیک تشکیل شده است. در برنامه یک مجری محوری وجود دارد و چند کارشناس در موضوعات مختلف ضمن اعلام آخرین اخبار و وقایع مرتبط با حوزه کاری خود، بحث‌های کارشناسی را ارائه می‌دهند.

انواع قالب‌های برنامه گفت‌وگو محور

۱. مناظره یا «Talk Show»

«Talk Show» را به فارسی «برنامه گفت‌وگو محور» ترجمه کرده‌اند. این نوع برنامه‌ها با توجه به گستردگی موضوع و ویژگی‌های چالشی برای بینندگان جذاب هستند. در این برنامه یک یا چند نفر کنار هم جمع می‌شوند تا درباره موضوعی گفت‌وگو کنند. این گفت‌وگو می‌تواند موضوعات مختلفی داشته باشد. افراد هر برنامه، می‌توانند مهمان فقط همان برنامه باشند. این برنامه‌ها معمولاً دارای یک مجری و چند کارشناس در موضوع برنامه هستند. مصاحبه تلفنی، گزارش و موسیقی از دیگر محتویات این نوع برنامه‌هاست. پخش این نوع برنامه‌ها می‌تواند زنده یا ضبط‌شده باشد و محوریت برنامه با مجری است.

در تقسیم بندی تاک شو، دو حالت نرم و سخت هم وجود دارد:

تاک شو نرم

در این نوع برنامه، گفت وگوها میان مجری، مهمانان یا کارشناسان، صمیمانه، نرم و نه چندان چالشی است. جذابیت برنامه اغلب با عناصر دیگری همچون مسابقه، موسیقی، پرسش و پاسخ تلفنی و غیره، برای بینندگان ایجاد می شود.

تاک شو سخت

همچون بازی پینگ پنگ، یک بازی رفت و برگشتی کلامی با مهمانان، مجری و حتی تماشاگران است. چالش و نقد، از ویژگی های اصلی این نمونه برنامه به شمار می رود. یکی از برنامه های موفق در این حوزه برنامه «مناظرات انتخاباتی» است.



تصویر ۱

سه نمونه از این نوع برنامه ها را انتخاب کنید، دلایل انتخاب خودتان را در چند سطر توضیح دهید، نکات خود را با هنرجویان دیگر به اشتراک بگذارید و درباره آنها گفت وگو کنید.

فعالیت
کلاسی



۲. میزگرد اول - شخص مفرد و جمع

میزگرد نیز یک برنامه گفت وگو محور است ولی جزء اطلاع رسانی و حتی آموزشی قرار می گیرد. میزگرد به لحاظ فرم، شباهت های زیادی با تاک شو دارد، ولی به لحاظ محتوا با آن متفاوت است. در میزگرد، این مجری است که بیشتر حول موضوع گفت وگو می کند یا اگر جمعی از کارشناسان حضور دارند، تنها ایشان به دادن اطلاعات مشغول هستند و ممکن است چالش، هیجان و یا اتفاق خاصی در طول برنامه رخ ندهد. این برنامه ها مخاطبان خاص خود را داشته و معمولاً به سفارش شبکه های تخصصی ساخته می شود.



تصویر ۲



چند نمونه از این نوع برنامه را مثال بزنید و درباره آن گفت‌وگو کنید. سه مورد شباهت و تفاوت را در برنامه‌هایی که انتخاب کرده‌اید مثال بزنید.

عناصر شکل‌دهنده و مؤثر در جذب مخاطب

محتوای برنامه گفت‌وگو

کیفیاتی همچون بافت برنامه، می‌تواند پرزرق و برق، ساده، سنتی یا مدرن باشد. کنتراست، یا تضادها، به عبارتی چالش‌های با ایجاد سؤال از مهمان‌ها و خلق فضاهای جدید در حوزه موضوعات مورد بحث، ایجاد می‌شود.

ریتم یا تند و بی‌وقفه است (مانند لحن مجری که می‌تواند سریع یا کند باشد)، یا آرام و کند، سرعت زمان‌بندی پخش میان برنامه‌ها، رفت و آمد مهمان‌ها یا نوع موسیقی، همگی در ایجاد ریتم برنامه مؤثر هستند. تم برنامه مشخص می‌کند که نقطه آغاز یا شروع از کجا بوده، نقطه عطف و پایانی برنامه کجا خواهد بود. آیا برنامه با پایان باز همراه است یا دارای نتیجه‌گیری است.

مخاطب

برنامه‌های تلویزیونی برای مخاطب و بیننده ساخته می‌شوند؛ بنابراین، شناخت و تحلیل سلیقه مخاطب از مهم‌ترین عوامل موفقیت یک برنامه تلویزیونی است. نویسنده متن باید درک و شناخت مناسب و جامعی از مخاطب و طیف بیننده خود داشته باشد.

مثلاً بینندگان تلویزیون در ساعات مختلف روز با هم متفاوت هستند؛ بنابراین کلماتی که در متن استفاده می‌کنیم، در برنامه‌ای که ساعت پخش آن یازده صبح است، با ادبیات متن برنامه‌ای که ساعت ۸ شب پخش می‌شود، متفاوت است. عوامل مؤثر در جذب مخاطب در یک برنامه گفت‌وگو محور بر اساس هدف و قالب برنامه به نحوه انتخاب عناصر بالا بستگی دارد.

انتخاب مهمان‌ها، پرسش‌های تهیه‌شده، گزارش‌ها، مهمان‌های تلفنی، قراردادن قرعه‌کشی، مسابقه‌های تلفنی، موسیقی و زمان‌بندی دقیق آنها در طول برنامه از عوامل مؤثر در ساخت یک برنامه موفق گفت‌وگو محور خواهد بود. گردآوری و طبقه‌بندی اطلاعات در جهت موضوع انتخابی یک برنامه گفت‌وگو محور پیش‌زمینه خلق یک سبک، مدل و الگوی رفتاری در برنامه است.



سه برنامه گفت‌وگو محور را که در زمان‌های مختلف از شبکه‌های متفاوت پخش می‌شوند، با هم مقایسه کنید.



برای موضوع تابستان (اوقات فراغت) کدام یکی از موضوعات زیر برای یک برنامه گفت‌وگو محور مناسب است:

ورزش در مکان‌های عمومی با حضور خانواده‌ها
برنامه درباره گردشگری و شیوه‌های نوین در ایران (کوله‌گردی)
برنامه آموزشی نجاری یا جوشکاری به عنوان حرفه و هنر

بر اساس موضوع انتخابی، سه دلیل و پرسش را در رابطه با آن بنویسید.

- ۱-.....
- ۲-.....
- ۳-.....

نوشتن متن موضوع انتخابی شما در چه قالبی بهتر است؟ مناظره(تاک‌شو)، میزگرد یا ترکیبی؟

.....

نتیجه‌گیری یا جمع‌بندی شما درباره این موضوع چیست؟

.....

.....

.....

طرح اولیه

در این مرحله می‌توانید قلمتان را به دست بگیرید و یک طرح اولیه برای برنامه گفت‌وگو محور خود بنویسید. اما مراد ما در اینجا از طرح اولیه نوشتن متن نیست؛ طرح اولیه ساختار و مدلی است که انتخاب کرده‌اید. پایه و اساس و خمیره برنامه مهم است که از چه الگویی پیروی می‌کند. آیا برنامه‌ای که می‌خواهید برای آن بنویسید، یک تاک‌شوی چالشی است؟ یا یک میزگرد است.

ساختار کل برنامه به دو نوع برون‌گرا و درون‌گرا تقسیم می‌شود:

برون‌گرا

در این نوع برنامه‌ها فرم و محتوای یک برنامه جهت‌ی، به بیرون دارند؛ مثلاً شخصیت برون‌گرا، فضای استودیوها بزرگ، نورپردازی‌ها درخشان، ایده‌ها پرشور، تعداد تماشاچی‌ها زیاد و ریتم برنامه از سرعت قابل توجهی برخوردار است. تاک‌شوها، مسابقات، مناظره‌های سیاسی و اقتصادی چالشی، برنامه‌های گفت‌وگو محور با سوژه‌های جنجالی و داغ جزء سبک برون‌گرا هستند. دیالوگ‌ها ساده، به ادبیات مردمی نزدیک‌تر است؛ مگر در بحث‌های تخصصی. این برنامه‌ها حداکثر تغییر و هیجان را تجربه می‌کنند. چاشنی این سبک برنامه طنز، نقد، هیجان و مسابقه است. موضوعات به‌روز و جدید در متن این برنامه‌ها گنجانده می‌شود.

درون‌گرا

در همه موارد این سبک مقابل سبک برون‌گرا قرار می‌گیرد. الگوهای اجرا در این نوع برنامه‌ها بسته است، رنگ‌ها تیره، قهوه‌ای، خاکستری یا ترکیبی با سفید یا سیاه هستند. نورها ملایم و معمولاً برنامه دارای نور کم، ریتم آهسته و نتیجه‌گیری و چارچوب کلاسیک است. برنامه‌های هنری کلاسیک، مناسبی، مذهبی، آموزشی، علمی، برنامه‌های اطلاع‌رسانی و بعضی میزگردها از این سبک پیروی می‌کنند. در این برنامه‌ها از انفجار و تغییر خبری نیست. ادبیات جدی و درست در متن برنامه از ویژگی‌های دیگر این سبک است. طرح اولیه که با ایده برنامه هم می‌تواند تلفیق شود، قبل از نوشتن متن و تهیه دیگر ملزومات برنامه اتفاق می‌افتد. طرح‌ها به صورت خلاصه در یک یا دو صفحه نوشته می‌شوند.

یک طرح اولیه برای برنامه گفت‌وگو محور سیاسی به سبک برون‌گرا و انفجاری - مناظره بنویسید.
یک طرح اولیه برای یک برنامه گفت‌وگو محور سینمایی به سبک درون‌گرا بنویسید.

فعالیت
کلاسی



نوشتن متن

متن یک برنامه گفت‌وگو محور از ساختار عمومی یک متن برنامه یا همان شیوه فیلمنامه‌ای تبعیت می‌کند، به صورت استاندارد دارای تم، یک هسته یا موضوع اولیه یا همان پیرنگ است؛ شخصیت، فضا و مکان، گفت‌وگو دارد؛ دارای مقدمه، نقطه اوج و نتیجه‌گیری یا پایان است. تمام لحظات نوشتن مخاطب، زمان پخش و امکانات تولید در نظر گرفته می‌شود. بعد از انتخاب قالب، موضوع را برمی‌گزینیم و نمودار پیرنگ را برای آن رسم می‌کنیم پس از مشخص کردن شخصیت‌ها که مجری و مهمانان هستند، دیالوگ‌های کلیدی را می‌نویسیم و در نهایت متن نهایی را بر اساس مدل استاندارد فیلمنامه با مشخصات سر صحنه و شرح آن کامل می‌کنیم.

انواع موضوع برنامه‌های گفت‌وگو محور

الف) برنامه گفت‌وگو محور سیاسی و اقتصادی

موضوعات سیاسی مخاطبان خاص خود را دارد. موضوع این برنامه‌ها در حوزه سیاست‌های داخلی، بین‌المللی و یا ترکیبی است و براساس اخبار و رویدادهای جاری شکل می‌گیرد یا درباره موضوعات تحلیلی و عمومی است. مهم‌ترین اصل در نوشتن یک برنامه گفت‌وگو محور سیاسی، شناخت درست موضوع برنامه و رعایت قوانین عرفی یا مکتوب سازمان صداوسیما است که البته این خط قرمزها توسط مدیر سازمان یا شبکه به خوبی به عوامل سازنده منتقل می‌شود.

از برنامه‌های پرمخاطب در این حوزه انواع برنامه‌های گفت‌وگو محور بعد از خبر در شبکه‌های سراسری تلویزیون است که برخی از آنها تا سال‌ها ادامه داشته است، که شکل کلی این برنامه‌ها به صورت مناظره، دعوت از میهمانان و ایجاد چالش در حین گفت‌وگو با ایشان است. این نوع برنامه‌ها مشکلات خاص خودشان را دارند؛ مانند مقولاتی چون شفافیت، حریم خصوصی، صداقت، منافع ملی، منافع سازمان و... هسته مرکزی متن چنین برنامه‌هایی بر اساس یکی از موضوعات مهم سیاسی است که می‌تواند تاریخی یا معاصر باشد.



یک موضوع سیاسی انتخاب کنید.
سه سؤال عمومی دربارهٔ موضوع طرح کنید.
سه سؤال تخصصی دربارهٔ موضوع طرح کنید.
سه سؤال چالشی در رابطه با موضوع طرح کنید.



تصویر ۳

الف. (۱) انواع برنامه‌های تحلیلی

تحلیل، شکافتن، تجزیه و بررسی یک موضوع است. برنامه‌های تحلیلی به بررسی و واکاوی یک رویداد سیاسی تاریخی می‌پردازد یا موضوع آن رویدادهای معاصر است، این تحلیل‌ها می‌تواند در راستای جست‌وجوی پاسخ برای یک پرسش یا بحران یا صرفاً تحلیلی باشد. برنامه‌های تحلیلی سیاسی می‌توانند به موضوعات یا حوادث تاریخی بپردازند.

در این نوع برنامه هم سؤال مطرح می‌شود و هم پاسخ. برای نوشتن متن چنین برنامه‌ای شما باید موضوع انتخابی را چندلایه فرض کنید. سؤالاتی که نوشته می‌شود، به مرور در طول برنامه موضوع را شفاف و مشخص می‌کند.



نخستین «گفتگوی ویژه خبری» معروف‌ترین برنامهٔ گفت‌وگومحور شبکه دو است که هر شب ساعت ۲۲:۳۰ پس از اخبار شبانگهی پخش می‌شود. در این برنامه، ابعاد یک موضوع مهم روز در قالب «گفت‌وگو یا مصاحبهٔ ویژه» به صورت ارتباط مستقیم تلفنی با کارشناسان و مسئولان، گفت‌وگوی حضوری با آنها در استودیو یا تلفیقی از این دو یا گزارش ویژهٔ بررسی می‌شود. این برنامه تقریباً همتای برنامهٔ «۴۵ دقیقه» است که هر شب ساعت ۱۲ از شبکه خبر پخش می‌گردد. اجرا با یک مجری و معمولاً دو میهمان و پرداختن به مسائل روز - بیشتر اجتماعی و سیاسی - بارزترین همانندی‌های این دو برنامهٔ گفت‌وگومحور است. «گفت‌وگوی ویژه خبری» با استفاده از مجریان باسابقه و پخش در ساعت مناسب، توانسته است جایگاه خوبی در میان علاقه‌مندان برنامه‌های گفت‌وگومحور بیابد. طیف گستردهٔ میهمانان برنامه از دیگر عواملی است که به محبوبیت این برنامه یاری رسانده است. با این همه، مهم‌ترین نکته را باید در سرعت عمل این برنامه جست. به این معنا که گفت‌وگوهای این برنامه معمولاً دربارهٔ مسائل روز است؛ یعنی دربارهٔ مسائلی که همان روز رخ داده است. همزمانی برنامه با رویدادهای جامعه، از عوامل مؤثر در موفقیت آن است.

الف. ۲) مناسبی

این نوع برنامه‌ها، با گفت‌وگوهایی حول یک موضوع خاص و معاصر شکل می‌گیرد؛ مانند انتخابات، انرژی هسته‌ای، تورم و یا موضوعاتی که در همان دوره پخش برنامه در حال اتفاق یا انجام هستند. متن عموماً بر اساس هسته اصلی پیامی که قرار است به مخاطب منتقل شود، شکل می‌گیرد. در این مدل نیز داشتن اطلاعات دقیق و طبقه‌بندی شده از ویژگی‌های مهم برنامه محسوب می‌شود.

تعداد میان‌برنامه، گزارش و وله در شکل‌گیری محصول نهایی نقش مهمی ایفا می‌کند. آگاهی و شناخت درست و مناسب از هسته و موضوع اصلی برنامه از نکات مهمی است که باید به آن توجه داشت. تسلط مجری، اطلاعات و آگاهی وی درباره موضوع، از دیگر عوامل موفقیت یک برنامه گفت‌وگومحور است.

ب) برنامه گفت‌وگومحور اجتماعی

هر اجتماع با توجه به مختصات مختلفی قابل دیدن، تعریف و بررسی است. اجتماع شامل یک جمع است؛ جمعی بزرگ یا کوچک. اجتماع می‌تواند یک محله یک مجموعه از افراد در یک کارخانه یا گرایش‌های فکری خاص، یا یک قوم با زبان، مذهب و فرهنگ‌های متفاوت باشد. اما مرزهای جغرافیایی یک کشور، همه این تفاوت‌ها را زیر نام تمامیت ارضی جمع می‌کند و تعریف عمومی تری از اجتماع ارائه می‌دهد؛ بنابراین ویژگی‌ها، مشکلات و اتفاقات آن به همه آحاد این اجتماع مربوط می‌شود.

برنامه‌های گفت‌وگومحور که به مسائل اجتماعی، می‌پردازند، می‌توانند صرف‌نظر از سرگرمی، به گره‌گشایی از مشکلات و انعکاس آن به مسئولین و مدیران یک اجتماع در حوزه‌های مربوط باشند. نمونه‌های موفق را در طول سال‌های اخیر از این مدل در صدا و سیما شاهد بوده‌ایم.

این برنامه‌ها با جذب بالای مخاطب توانسته‌اند تعامل خوبی در ایجاد رابطه بین طبقات مختلف مردم و مسئولان شکل دهند. برنامه‌هایی مانند صندلی داغ، شب شیشه‌ای و ماه عسل نمونه‌هایی از این برنامه‌های گفت‌وگومحور در حوزه موضوعات اجتماعی بوده‌اند. مسئولیت‌پذیری و پرهیز جانب‌داری از یک گرایش و جریان خاص سیاسی یا اقتصادی و در واقع بی‌طرف بودن این برنامه‌ها، از ویژگی‌های اصلی آنها به شمار می‌رود. موضوعات این برنامه‌ها برای مردم، کوچه و خیابان و زندگی عادی و روزمره است.



تصویر ۴

ج) برنامه گفت‌وگو محور فرهنگی

شبکه چهار، اولین شبکه تخصصی در صدا و سیمای ایران است که بر روی مسائل فرهنگی و هنری متمرکز است. در این شبکه شاهد برنامه‌های گفت‌وگو محوری در حوزه سینما، موسیقی، هنرهای تجسمی، ادبیات و فرهنگ بوده‌ایم. محور برنامه‌ها، فرهنگی است و می‌تواند آگاهی‌رسان، سرگرم‌کننده، مسابقه‌ای یا با نگاهی انتقادی باشد.

موضوعات مربوط به هنر، صنایع دستی، ادبیات و... در همین طبقه قرار می‌گیرند. آموزش نقاشی، برنامه‌های انتقادی یا تحلیلی در حوزه ادبیات و سینما، موسیقی و شعر در همین گروه قرار می‌گیرند. ریتم در این برنامه‌ها به هدف شما از ساخت و مخاطبان بستگی دارد؛ مثلاً یک برنامه سینمایی با مخاطبان جوان با یک برنامه مشاعره برای مخاطب خاص از نظر ریتم متفاوت هستند، یکی می‌تواند هیجانی و پرجنب و جوش باشد و یکی کند و خطی.



تصویر ۵

د) برنامه گفت‌وگو محور علمی- آموزشی

شیوه‌های نوین در ساخت و طراحی برنامه‌های آموزشی و علمی باعث شده است که آنها بیش از قبل برای مخاطب جذاب باشند، اما به دلیل آنکه مخاطبان این برنامه‌ها خاص هستند، تمرکز نویسنده برنامه بر روی موضوع و هدف برنامه است. برنامه‌های آشپزی، آموزش زبان، حرفه‌های مختلف مانند گل‌کاری، نجاری و غیره در شاخه برنامه‌های آموزشی هستند. برنامه‌های گفت‌وگو محور علمی هم رسالت اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی دارند.

با توجه به میزان تخصصی بودن یک برنامه علمی، دست سازندگان در انتخاب انواع فرم، قالب و سبک، بازتر یا بسته‌تر خواهد بود؛ برای مثال، یک برنامه تخصصی ممکن است درباره اطلاعات کلی یا تاریخچه جهان و

کهکشان گفت‌وگو کند. در این برنامه می‌توان از یک مجری که هنرپیشه محبوب سینما است، استفاده کرد. در برنامه‌هایی که تخصصی‌تر هستند، در میزگرد و هدایت برنامه از متخصصان همان حوزه استفاده می‌شود. این نوع میزگردها، اطلاع‌رسانی و آموزشی با اهداف ارشادی و تبلیغی است.

ح) برنامه گفت‌وگومحور ورزشی

برنامه‌های ورزشی، مخصوصاً نوع گفت‌وگومحور آنها، از جذاب‌ترین و پربیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی هستند. برای نوشتن یک برنامه گفت‌وگومحور ورزشی ابتدا باید به ورزش علاقه داشته باشید. از دیگر ملزومات نوشتن چنین برنامه‌هایی، تخصص در ورزش یا نوع برنامه ورزشی است، که انتخاب کرده‌اید. این برنامه‌ها شامل گزارش، تحلیل، خبر و گاهی به صورت ترکیبی باهم هستند و تنها تمرکزشان بر روی یک رشته ورزشی خاص مثلاً فوتبال است.



تصویر ۶

برنامه‌هایی که در جداول زیر نام آنها نوشته شده است، جزء کدام یک از برنامه‌های گفت‌وگومحور هستند.

- سیمای خانواده
- برنامه نود
- صبح تهران
- دو قدم مانده به صبح
- گفت‌وگوی ویژه خبری (شبکه ۲ سیمای جمهوری اسلامی ایران)
- مکث
- ۱۸۰ درجه

با کمک هنرآموز خود متنی برای یک برنامه گفت‌وگومحور انتظاری- چالشی با مسئولان هنرستان بنویسید و سپس در حضور بقیه هنرجویان اجرا کنید. نقاط قوت و ضعف خود را یادداشت نمایید. در مورد چگونگی رفع آنها با یکدیگر گفت‌وگو کنید.

فعالیت
کارگاهی



ارزشیابی واحد یادگیری نگارش متن برنامه گفت‌وگو محور

شرح کار:

طراحی موضوع، جمع‌آوری اطلاعات، نوشتن طرح اولیه، نوشتن متن

استاندارد عملکرد:

نگارش برنامه گفت‌وگو محور با موضوع سفارشی از سوی یک شبکه یا حامی مالی با رعایت اصول استاندارد و ارزش‌های ملی و گفتمان غالب حرفه‌ای زمانی و مکانی

شاخص‌ها:

- ۱- شناخت عمومی رسانه
- ۲- مهارت‌های حل مسئله و فنون مذاکره

شرایط انجام کار:

مکان: کلاس درس

زمان: ۳۰ ساعت

ابزار و تجهیزات: کاغذ، قلم، ابزار نمایش بزرگ مثل پرده و دستگاه ویدئو پروجکشن، رایانه، دستگاه پخش سی‌دی، میز و صندلی، تخته سفید

معیار شایستگی:

ردیف	مراحل کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	طراحی موضوع	۲	
۲	جمع‌آوری اطلاعات	۲	
۳	نوشتن طرح اولیه	۲	
۴	نوشتن متن	۱	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست‌محیطی و نگرشی: تفکر خلاق (N15)، احترام و تعامل با صاحب نظران و مخاطبان، بردباری در گفت‌وگوهای چالشی و حفظ ارزش‌های اخلاقی، تأثیر مثبت و باکیفیت بر نگرش افراد اجتماع در حوزه محوریت موضوع‌های انتخابی هر گفت‌وگو		۲
میانگین نمرات			*

حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ است.

واحد یادگیری ۲

نگارش متن مسابقه و سرگرمی

آیا تا به حال پی برده‌اید؟

- یک برنامه سرگرم‌کننده یا مسابقه به چه نوع متنی نیاز دارد؟
- برای نوشتن متن برنامه سرگرم‌کننده چه دانشی لازم است؟
- سرگرمی چقدر می‌تواند در ارتقای دانش مؤثر باشد؟

هدف از این واحد یادگیری

- هنرجویان در این واحد یادگیری، تاریخچه برنامه‌های سرگرمی در تلویزیون را فرامی‌گیرند، و می‌آموزند چند نوع برنامه سرگرمی می‌توان ساخت و مراحل ایده تا نگارش متن در برنامه‌های سرگرمی و مسابقات چگونه است.

استاندارد عملکرد

- نگارش متن یک برنامه مسابقه و سرگرمی به سفارش تهیه‌کننده با استفاده از سناریو و طبق استانداردهای IRIB

مسابقه تلویزیونی و برنامه‌های سرگرمی

برنامه‌های سرگرمی و مسابقات تلویزیونی جزء برنامه‌های محبوب برای مخاطبان و تماشاگران تلویزیون است، که در ایران نیز طرفداران بسیار دارد. تاریخچه این برنامه‌ها در غرب به دهه ۳۰ میلادی برمی‌گردد. پس از حضور فراگیر تلویزیون و افزایش مخاطبان، چنین برنامه‌هایی شکل گرفتند که هدف آنها جذب مخاطب با انگیزه رقابت و برد جوایز مسابقات بود. از مسابقات محبوب تلویزیونی در گذشته می‌توان، «مسابقه هفته»، «نام‌ها و نشانه‌ها» و «یک مسابقه سی سوال» را نام برد.



تصویر ۸



تصویر ۷

مسابقات تلویزیونی که پس از انقلاب اسلامی و در دهه ۶۰ از صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش می‌شدند.

مسابقات تلویزیونی، برنامه‌هایی هستند که در آن افراد در قالب گروهی یا انفرادی در حوزه خاصی برای کسب بهترین امتیاز به رقابت می‌پردازند. این گونه مسابقات، بر جایزه یا یک موضوع خاص، بر مخاطب عام یا مشارکت‌کنندگان حاضر در برنامه تمرکز دارند. برنامه‌های سرگرمی نیز به همین منوال یا به صورت مناظره طراحی می‌شوند یا به صورت تاک شو. این قبیل برنامه‌ها در قالب، از مدل برنامه‌های گفت‌وگومحور پیروی می‌کنند و در موضوع و محتوا بیشتر در حوزه موضوعات عامه‌پسند، اجتماعی، ورزشی و طنز هستند. در برنامه‌های سرگرمی، موضوع، مفهوم یا یک ایده برای جذب مخاطب در قالب‌های مختلف برنامه‌ای برای بیننده‌ها طراحی می‌شود. در برنامه‌های مسابقه، ایجاد رقابت و تخصیص جایزه برای تماشاگران، سبب محبوبیت برنامه در میان مخاطبان می‌شود. هدف در طراحی چنین برنامه‌هایی بسیار اهمیت دارد. هدف‌ها ممکن است سرگرمی، تبلیغاتی یا اطلاع‌رسانی باشد.



تصویر ۹

انواع برنامه‌های سرگرمی و مسابقات تلویزیونی

در ایام و زمان‌های قدیم امکانات متفاوتی برای سرگرمی وجود داشت؛ مانند: بازی «هفت سنگ»، «یه قل دو قل»، بازی‌های دسته جمعی مثل «زووو» و «اسم- فامیل». اما امروزه همه چیز تغییر کرده است و به فراخور زندگی مدرن، تماشاگر برنامه‌های تلویزیون و محصولات رایانه‌ای در حکم سرگرمی محسوب می‌شوند. این برنامه‌ها برای جذب مخاطب و بر اساس یک هدف خاص سفارش داده می‌شوند. زمان این برنامه‌ها بر اساس جدول پخش برنامه‌های تلویزیونی مشخص می‌گردد و در قالب‌های فرهنگی، هنری،

خانواده، طنز، ورزشی ساخته می‌شوند. عناصر متن در آنها با عناصر متن برنامه‌های مسابقه مشترک است و به فراخور نوع مخاطب و ساعت پخش، متفاوت هستند. به لحاظ ساختار نیز از فرم‌های برنامه‌های گفت‌وگومحور پیروی می‌کنند. برنامه‌های سرگرمی و مسابقات تلویزیونی را از لحاظ ساختار و شکل و همچنین موضوعی می‌توان به صورت‌های مختلف طبقه‌بندی کرد.

اولین مسابقه تلویزیونی سال ۱۹۳۸ با نام «هجی کلمات» (spelling bee) در امریکا روی آنتن رفت.

مسابقه بعدی که با هدف تبلیغاتی روی آنتن رفت «حقیقت یا پیامد» (Truth or Consequence) در سال ۱۹۴۱ بود که اولین اپیزود آن به طور آزمایشی پخش شد. جوایز این مسابقه‌ها اغلب پول نقد، سفر به اقصی نقاط دنیا و اهدای کالاها و خدماتی است که حامیان مالی برنامه به برندگان اعطا می‌کنند که البته در مقابل این بذل و بخشش، هدف تبلیغاتی آن کالا یا خدمات تأمین می‌شود. اما نقش مجری مسابقه در هر چه جذاب‌تر کردن برنامه بسیار تعیین‌کننده بود.

انواع مسابقه

مسابقات تلفنی مجری محور

مجری، سؤالاتی را مطرح می‌کند و از بینندگان برنامه درخواست می‌کند که به صورت تلفنی در مسابقه شرکت کنند. حضور افراد مشهور، نماهنگ و گزارش‌های جذاب به محبوبیت این نوع برنامه‌ها می‌افزاید و نویسنده در متن خود باید به حضور این بخش‌ها در صورت نیاز اشاره کند. این مسابقات گاهی بدون استفاده از دکور و با استفاده از رایانه و تصاویر انیمیشن ساخته می‌شوند.



تصویر ۱۱



تصویر ۱۰

مسابقات داخل استودیو در حضور شرکت کنندگان

در این نوع مسابقه، شرکت کنندگان به همراه مجری یا مجریان در استودیوی مسابقه حضور می‌یابند و به سؤالات مطرح شده پاسخ می‌دهند و بر اساس طراحی مسابقه، امتیازبندی و پیشرفت مسابقه شکل می‌گیرد.

مسابقات خارج از استودیو

این گونه مسابقات در فضای خارجی اجرا می‌شوند. مسابقات اتومبیل‌رانی، مسابقات آیینی یا سفرنامه‌ای از این دسته محسوب می‌شوند.

مسابقات ترکیبی

این نوع مسابقات در دو فضای استودیویی و خارج از آن ضبط و تهیه می‌شوند؛ برای مثال، مجری در استودیو، شرکت کنندگان را در فضای دیگری هدایت و رهبری می‌کند.

بیست سؤالی

مسابقه‌های بیست سؤالی بیشتر بر اطلاعات عمومی افراد تمرکز دارد. این اطلاعات عمومی می‌تواند به صورت تفکیک شده نیز باشد؛ مانند ورزشی، مذهبی، تاریخی و...

حل معما

نوع دیگر در قالب حل معما و یافتن کلمات است. این معماها و سؤالات توسط نویسندگان متن طراحی می‌شوند و درباره موضوع‌های مختلف علمی و هوش هستند.

بدلکاری و ورزشی

در این نوع مسابقه، شرکت کنندگان به چالش‌های فیزیکی کشانده می‌شوند و حتی مسابقه‌ها در حد ورزش‌های مخاطره‌آمیز یا همان ماجراجویی ورزشی برگزار می‌شود. البته گاهی چاشنی خنده نیز به آن افزوده می‌شود. برای مثال، شرکت کنندگان مجبورند از روی یک استخر آب عبور کنند، اما عبور به همین سادگی نیست، بلکه باید خود را از روی یک تخته متحرک از این سوی استخر یا دریاچه به آن سوی دیگر برسانند؛ در حالی که تعادل خود را نیز روی تخته حفظ می‌کنند.

مسابقات موزیکال

برخی مسابقه‌ها به طور موزیکال برگزار می‌شود. در این نوع مسابقه‌ها شرکت کننده باید نام ترانه‌ها، آوازها و گاهی هم خواننده آن یا حتی آلبوم خواننده را با توجه به پخش قسمتی از موسیقی بدون کلام از آن ترانه به خصوص حدس بزنند.

تاک شو

نوعی دیگر از مسابقات که شرکت کنندگان با گفتن نکاتی درباره خاطرات یا زندگی شخصی‌شان، توسط بینندگان امتیاز می‌گیرند، تاک شو از هیجان برخوردار است و سؤالات می‌تواند در حوزه اطلاعات عمومی افراد در تم‌های مختلف باشد. جوایز این مسابقات دارای رتبه‌بندی است و مسابقه به صورت چندمرحله‌ای از مقدماتی تا فینال برگزار می‌شود.

مسابقه در حوزه ادبیات در قالب مشاعره

این گونه از برنامه‌ها بر محور شعر طراحی و نوشته می‌شوند و به صورت رقابتی و دارای جایزه هستند. این مسابقات در خارج از ایران هم رایج است. برای جذاب‌تر شدن برنامه، انتخاب اشعاری که حلقه اتصال و ادامه دارند، مهم است. مسابقات در حوزه ادبیات به مشاعره محدود نمی‌شود و می‌تواند در دیگر بخش‌ها هم باشد؛ از جمله، تاریخ ادبیات، داستان، بازی لغات و غیره.



تصویر ۱۴



تصویر ۱۳



تصویر ۱۲

مسابقه مشاعره در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران به همراه مجریان و برخی شرکت‌کنندگان در دهه ۹۰ شمسی

مسابقات استعدادیابی

از طرفدارترین مسابقات تلویزیونی محسوب می‌شود. استعدادیابی میان یک گروه داوری، تماشاگران در استودیو، و تماشاگران تلویزیون به صورت امتیازدهی اتفاق می‌افتد. محتوای این مسابقات در قالب موضوع‌هایی مانند بازیگری، خوانندگی و استعداد خاص است. جوایز این مسابقات می‌تواند غیرنقدی باشند و معمولاً یک حامی مالی از کار حرفه‌ای شرکت‌کنندگان در حوزه‌ای که برنده شده‌اند را حمایت می‌کند. مثلاً اگر یک شرکت‌کننده یک ایده یا طرح ویژه‌ای در ساخت یک فیلم ارائه کرده است، حامیان مالی فیلم را برای او خواهند ساخت. در بعضی موارد نیز این جوایز نقدی است.



تصویر ۱۵

برنامه‌های سفرنامه‌ای-آشپزی

مسابقات آشپزی نیز از برنامه‌های محبوب تلویزیونی محسوب می‌شود که در قالب آموزشی در حوزه برنامه‌های سرگرمی یا به صورت مسابقه برگزار می‌شود. در سال‌های اخیر مشابه این مسابقات که ایده آنها برگرفته از نمونه‌های خارجی بود، برنامه‌های مختلفی ضبط شده در شبکه‌های خانگی نیز توزیع شده است. مسابقه‌های سفرنامه‌ای مدل‌های مختلفی دارند. کشف گنج، راندن دوچرخه یا کشف مکان‌های جدید با هدف اشاعه فرهنگ سفر، احترام به محیط زیست و کار گروهی می‌تواند در ترکیب با ایده یک سفر، مخاطبان بسیاری را به خود جذب کند.



تصویر ۱۶

مسابقات قرآنی

مسابقات قرآنی در جهت ترویج مفاهیم این کتاب آسمانی برگزار می‌شود و می‌تواند در موضوع حفظ آیات و احادیث، روخوانی و صوت یا داستان‌ها و مضامین درونی قرآن باشد. مسابقات به صورت پخش زنده، تعاملی با بینندگان، یا در فضای خارج از استودیو ساخته می‌شود.



تصویر ۱۹



تصویر ۱۸



تصویر ۱۷



الف) چند مسابقه در یکی از قالب‌های فوق نام ببرید و در یک خط درباره‌شان توضیح دهید.
ب) ضمن انتخاب موضوع و ساختار برای طراحی یک برنامه سرگرمی یا مسابقه، حداقل دو دلیل برای انتخاب آن ذکر کنید.

دو مسابقه بین هنرجویان هنرستان طراحی و برگزار کنید.
۱. مسابقه‌ای در حوزه تخصصی علمی مربوط به رشته تحصیلی
۲. مسابقه‌ای در حوزه عمومی و سرگرمی
سپس استقبال مخاطبان و هیجان و شور برگزاری آن دو را با هم مقایسه نمایید و درباره آن گفت‌وگو کنید.

مراحل نوشتن متن

۱. هدف از ساخت برنامه
۲. انتخاب تم یا ژانر، موضوع و ایده
۳. مشخص نمودن عناصر برنامه و پرداخت آنها
۴. تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات
۵. نوشتن برنامه

۱. هدف از برگزاری مسابقه

در ساخت هر برنامه‌ای دو هدف همیشه اولویت و اهمیت دارد. قبل از پرداختن به این موضوع، نظر شما درباره هدف از ساخت یک مسابقه تلویزیونی چیست؟ آیا هدف فقط جذب مخاطب و بالا بردن تعداد تماشاچیان است یا هدف دیگری هم از ساخت یک مسابقه وجود دارد؟ آیا می‌توان با یک مسابقه تلویزیونی یک رفتار اجتماعی مثبت (مثلاً احترام به قانون) را در جامعه فرهنگ‌سازی کرد؟ می‌توان جامعه را به خواندن کتاب یا مطالعه ترغیب کرد؟ می‌توان موضوعی را در جامعه نقد نمود؟

۲. انتخاب ژانر، تم یا گونه برنامه‌های سرگرمی و مسابقه‌ای

سبک‌های مختلف بر اساس سلیقه مخاطب و امکانات اجرایی برنامه، طراحی و انتخاب می‌شوند. ورزشی، خبری، حادثه‌ای، علمی، مذهبی، هوش، هنری، آموزشی، آشپزی، مهارت‌های فردی و... جزء گونه‌های مختلف یک برنامه سرگرمی یا مسابقه در تلویزیون محسوب می‌شوند.
ایده مهم‌ترین بخش در هسته اولیه ایجاد یک برنامه مسابقه تلویزیونی است، و میزان محبوبیت یک مسابقه بر ایده اولیه آن استوار است. خلاقیت، تحقیق و شناخت دقیق مخاطب در شکل‌گیری دقیق یک ایده یاری‌رسان هستند.



نام چند مسابقهٔ تلویزیونی یا برنامهٔ سرگرمی را در مقابل ژانرهای مشخص شده بنویسید؟

- ورزشی
- علمی
- هنری
- آشپزی

انتخاب ایده

ایده در برنامه‌های سرگرمی و مسابقه رکن اصلی محبوبیت و موفقیت برنامه است، ایده مزیت رقابتی یک برنامه است که می‌تواند اقتباسی یا خلاق باشد.

ایده‌های اقتباسی

اقتباس، کپی و شبیه‌سازی از یک ایده نیست. کپی کردن را نباید با اقتباس اشتباه گرفت، در اقتباس هسته و فکر اولیه ممکن است از یک فکر گرفته شده باشد، اما بقیهٔ مراحل توسط نویسنده پرداخته و نوشته می‌شود؛ برای مثال، شاید ایدهٔ یک مسابقهٔ تلویزیونی از یک داستان یا یک اتفاق یا یک فیلم گرفته شده باشد، مثلاً مسابقه هفت‌خان رستم که ایدهٔ آن از داستان‌های شاهنامه گرفته شده و به شیوهٔ معاصر بازسازی شده و تغییر کرده است.

ایده‌های غیراقتباسی یا خلاق

روش‌های مختلفی برای ایده‌پردازی موجود است. باید به خاطر داشت که اولین ایده‌ای که دربارهٔ موضوعی به ذهن شما می‌رسد، لزوماً ایدهٔ خلاق نیست. در زیر یکی از روش‌های خلق ایده را بررسی می‌کنیم:

تصویرسازی و محرک‌های تصویری

ایده بر اساس پاسخ‌های ذهنی انسان به محرک‌های تصویری شکل گرفته است. شکل هر چیزی را که ببینید در ذهن شما چیز دیگری تداعی می‌شود، داستان، خاطره یا یک جمله، هر چقدر این تصاویر متنوع‌تر باشند، از داخل آنها می‌توان به ایده‌های تازه‌تری رسید.

این روش به جای تمرکز بر افکار، بر تصاویر متمرکز است. برای اجرای این کار، پس از انتخاب موضوع به



تصویر ۲۰

شیوه زیر عمل کنید:

■ بر اساس موضوع انتخابی تان تصاویر مرتبطی را انتخاب کنید. این عکس‌ها را می‌توانید در بریده روزنامه یا مجلات یا روی رایانه خود جمع‌آوری کنید.

■ سپس تصاویر را در اختیار هم‌گروهی‌ها یا اطرافیانتان قرار دهید و از ایشان بخواهید درباره عکس‌ها و تصاویر شما حرف بزنند. نظرات ایشان را یادداشت کنید و تا رسیدن به ایده مطلوب‌تان به تکرار این روش ادامه دهید. در انتخاب تصاویر، از عکس‌های مرتبط با موضوع، واضح و با جذابیت بصری مناسب استفاده کنید.

فعالیت
کارگاهی



برای یک مسابقه آشپزی، یک ایده اقتباسی بنویسید.
برای یک برنامه سرگرمی در حوزه ایرانگردی، یک ایده طراحی کنید.

۳. مشخص نمودن عناصر برنامه و پرداخت آنها

شخصیت‌ها

شخصیت‌ها در یک مسابقه تلویزیونی، مجری، مهمانان خاص و مشخص و کارشناسان هستند که می‌تواند از قبل بر اساس نیازهای برنامه و سبک آن مشخص شود؛ مثلاً برای یک مسابقه آشپزی، مجری لازم نیست تخصص خاصی در این حوزه داشته باشد و بیشتر روابط عمومی و نحوه اداره برنامه و مشخصات فردی وی اهمیت دارد؛ اما در یک مسابقه قرآنی، تسلط مجری در این حوزه حائز اهمیت است. کارشناسان نیز بر این اساس اولویت‌بندی شده و در نظر گرفته می‌شوند. طراحی شخصیت می‌تواند توسط نویسندگان صورت گیرد، اما گزینش نهایی آن با کارگردان است.



تصویر ۲۳



تصویر ۲۲



تصویر ۲۱



تصویر ۲۶



تصویر ۲۵



تصویر ۲۴

پیرنگ اولیه

پیرنگ یا هسته اولیه شباهت‌های زیادی با ایده و پیرنگ در فیلمنامه‌های دراماتیک دارد و می‌تواند بر اساس یک رویداد شکل بگیرد. حادثه، کنش یا عمل دراماتیک در یک داستان تلاش برای کسب امتیاز و برنده شدن، است و ممکن است در این میان اتفاقات فراوانی در روند ماجرا رخ دهد. فرض کنید در یک مسابقه با جایزه‌ای بزرگ، شرکت‌کنندگان در آستانه برد در یک دوراهی قرار می‌گیرند؛ دو راهی که مسیر و سرنوشت ایشان را در بازی یا مسابقه تغییر می‌دهد؛ مثلاً با انتخاب یک گزینه از دور بازی حذف می‌شوند یا با پاسخ دادن درست تنها به یک سؤال به مرحله بالاتر می‌روند.

بر همین اساس، پیرنگ یک مسابقه تلویزیونی که کنش محور است، بر اساس یک آیتیم تأثیرگذار طراحی می‌شود؛ مثلاً اگر مسابقه ما بر اساس شکل حل معماست، گره‌افکنی و نقاط عطف با طرح معما صورت می‌گیرد. تفاوت نمودار پیرنگ در تعداد زیاد نقاط عطف و گره‌افکنی‌هایی است که می‌توان در طول مسابقه لحاظ کرد. برای جذابیت و هیجان‌بخشی بیشتر به مسابقه‌ها از برندگان قبلی استفاده می‌شود. همچنین حضور افراد مشهور مانند هنرپیشه‌ها و چهره‌های معروف تلویزیون و رادیو در این‌گونه مسابقه‌ها به هیجان و جذابیت مسابقه می‌افزاید. دکورها نیز پیچیده‌تر و از نظر بصری پیرنگ و لعاب‌تر می‌شوند.

گفت‌وگو و دیالوگ

در مسابقات، متن گفت‌وگو یا دیالوگ مانند یک متن نمایشی یا دراماتیک نوشته نمی‌شود، و با مهارت مجری و هدایت کارگردان یا تهیه‌کننده پیش می‌رود. همچنین با توجه به زنده بودن برنامه یا ضبط استودیویی متفاوت است. طراحی سؤالات، بخش مهمی از متن و دیالوگ است که با کمک کارشناسان و بهره‌گیری از روش‌های استاندارد طراحی سؤال صورت می‌پذیرد.

مکان و فضا

مکان یک مسابقه یا برنامه سرگرمی دو حالت دارد؛ فضای بسته یا فضای باز، مکان یا همان لوکیشن با شرح صحنه در متن فیلمنامه یا همان متن نوشته می‌شود. اگر در یک برنامه، زمان اجرا و ضبط مهم باشد، در متن، زمان به شکل کلاسیک در فیلمنامه قید می‌شود؛ در غیر این صورت، همان توضیح کلی در ابتدای متن کافی است.

مخاطب

مخاطبان برنامه‌های تلویزیونی گروه‌های مختلفی هستند، اما نیازها و علایق زنان خانه‌دار و افراد غیرشاغل که روزها تماشاگر تلویزیون هستند، با افراد شاغل که معمولاً بعد از ظهرها تماشاکننده تلویزیون هستند، متفاوت است.

آیا کودکان و نوجوانان از مسابقات ورزشی، بازی و هیجان استقبال بیشتری خواهند نمود؟

در موضوعات اجتماعی یا علمی چه سؤال‌هایی برای ایشان جذاب است؟

اغلب این سؤالات در مرحله جمع‌آوری اطلاعات و تحقیق پاسخ داده خواهد شد. موضوع مهم در نظر گرفتن مخاطب عام یک مسابقه است. ممکن است شرکت‌کنندگان یک مسابقه را نوجوانان تشکیل بدهند اما بینندگان آن بزرگسالان باشند. تماشاگران داخل استودیو نیز مخاطبان خاص و محدود چنین برنامه‌هایی هستند و معمولاً توسط عوامل برنامه انتخاب می‌شوند.



مسابقات «خانه‌ما» را از لحاظ ساختار، ژانر یا تم، عناصر متن (شخصیت، مکان، مخاطب و دیالوگ) بررسی کنید.



تصویر ۲۷

۴. جمع‌آوری اطلاعات

در این بخش، تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات دربارهٔ مخاطبان، موضوع برنامه، محتوا و برنامه‌های مشابه است. در هر مرحله‌ای از ساخت و طراحی به جمع‌آوری اطلاعات نیاز است و تنها طبقه‌بندی و موضوع آن متفاوت است. انواع روش‌های تحقیق مانند شهودی، علمی، کتابخانه‌ای، مرجع یا میدانی. نام یک مسابقه از مواردی است که در جذب و توجه مخاطب دارای اهمیت است و می‌تواند وی را به سمت تماشا یا توجه به آن ترغیب کند، نام برنامه باید کوتاه، شفاف، به زبان فارسی و با حداقل استفاده از افعال باشد. نام یک برنامه یا مسابقه می‌تواند ربطی به موضوع برنامه نداشته باشد، ولی انتخاب آن از سوی نویسندهٔ متن باید قابل دفاع و توجیه باشد.

۵. نوشتن برنامه

در انتها با توجه به اطلاعات نهایی طرح برنامه نوشته می‌شود.



۱. برای یک مسابقه تلویزیونی با هدف روحیه‌دادن اجتماعی و تقویت غرور ملی، ایدپردازی کنید و طرحی را ارائه دهید.
۲. یک برنامهٔ سرگرمی در رابطه با فرهنگ ملل و ارتباط آن با میراث فرهنگی خودمان ایده‌پردازی کنید و عناصر متن را در آن مشخص کنید.

ارزشیابی واحد یادگیری نگارش متن مسابقه و سرگرمی

شرح کار:

طراحی ساختار، انتخاب شکل مسابقه، انتخاب ایده، انتخاب عناصر متن، نوشتن متن

استاندارد عملکرد:

نوشتن متن یک برنامه مسابقه و سرگرمی به سفارش تهیه کننده با در نظر گرفتن امکانات موجود و ارائه آن حداقل در ۱۵ صفحه با ذکر لوکیشن و ملزومات صحنه (براساس موضوع انتخابی)

شاخص‌ها:

- ۱- شناخت عمومی رسانه
- ۲- مهارت فیزیکی و ذهنی در طراحی و اجرای متن

شرایط انجام کار:

مکان: کلاس درس

زمان: ۳۰ ساعت

ابزار و تجهیزات: رایانه، دستگاه پخش ضبط و تصویر، پرده نمایش، قلم و کاغذ، فضای مناسب آموزشی

معیار شایستگی:

ردیف	مراحل کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	طراحی ساختار	۲	
۲	انتخاب شکل مسابقه	۱	
۳	انتخاب ایده	۲	
۴	انتخاب عناصر متن	۲	
۵	نوشتن متن	۳	
	شایستگی های غیر فنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرشی: تفکر خلاق (N15)، وفاداری به اصول اخلاقی (امانت داری به ایده) رعایت ارزش های ملی، مذهبی (تأثیر نگرفتن از برنامه های مخرب غربی)		۲
	میانگین نمرات		*

حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ است.