



سریال های طولانی را می توان از جمله راه های کوتاه معرفی
چهره های تلویزیونی دانست. بازیگری که مثلاً ۸۰ یا ۱۲۰ شب به صورت متوالی
روی آنتن باشد، بی تردید با داشتن همان یک سریال می تواند
به طیف وسیعی از بینندگان تلویزیون معرفی شود

سریال های تلویزیونی با تعداد قسمت های زیاد، چه مزیت ها و محدودیت هایی دارند؟

بیم و امید سررررررریال ها!

طیف وسیعی از بینندگان تلویزیون معرفی شود؛ حتی اگر ایفای نقش کاراکتر محوری را بر عهده نداشته باشد. این در حالی است که در شرایط عادی، یک بازیگر سریال های تلویزیونی باید در یک بازه زمانی مثلاً ۱۰ ساله، در پنج یا شش سریال معمولی تلویزیونی دیده و برای اغلب مخاطبان شناخته شود. بنابراین سریال های طولانی را می توان نوعی کارخانه تولید چهره های تلویزیونی به شمار آورد. این بستر چهره سازی برای رسانه ملی که گاه با مهاجرت چهره هایش به سینما یا شبکه نمایش خانگی مواجه است، یک غنیمت بزرگ به شمار می آید. خصوصاً آن که پیش از پخش سریال نخست، می توان به وسیله قراردادهایی از تداوم حضور چهره های تازه در چند مجموعه دیگر تلویزیون نیز اطمینان حاصل کرد.

استقبال از پیوست های کارشناسی

از امکاناتی که سریال هایی با قسمت های زیاد، در اختیار رسانه ملی قرار می دهد، می توان به امکان تولید پیوست های کارشناسی در کنار سریال اشاره کرد. به عبارت دیگر سیما می تواند در بازه زمانی پخش این دسته سریال ها، به علت آن که مخاطبان به مدتی طولانی درگیر یک مساله اجتماعی یا واقعه تاریخی شده اند، با پخش برنامه های کارشناسی درباره موضوع سریال، آن را بررسی کند. در سال های گذشته، شبکه یک سیما با پخش برنامه «هنگام درنگ» از این امکان برای بررسی مسائل تاریخی مرتبط با دو سریال «مختارنامه» و «کلاه پهلوی» استفاده کرده و خصوصاً در مورد اول، نتیجه هم گرفته است؛ برنامه محبوبی که موجبات معرفی محمدحسین رجبی دوانی، کارشناس تاریخ نیز به عموم مخاطبان تلویزیون فراهم آورد. نکته اینجاست که این زمینه نه فقط برای موضوعات تاریخی، بلکه حتی برای مسائل اجتماعی و اساساً هر سوژه ای که به مدت طولانی در یک سریال مطرح شود، مهیاست تا پیوست محتوایی مرتبط با آن از تلویزیون پخش گردد. بدیهی است اگرچه می توان برنامه کارشناسی مورد نظر را در هر زمان روی آنتن برد اما در صورت پخش همزمان با خود سریال، استقبال عمومی از درام - که عموماً بیش از برنامه های کارشناسی گفت و گو محور است - به یاری این برنامه خواهد آمد و آن را به برنامه ای پربیننده تبدیل خواهد کرد. این برنامه از سوی دیگر به وجهه تلویزیون به عنوان یک دانشگاه عمومی نیز کمک می کند.



مجموعه «برف بی صدا می بارد» محصول شبکه سه سیما که فصل نخست آن در ۱۰۰ قسمت روی آنتن رفته، همراه با سریال هایی دیگر مثل «کیمیا»، «نرگس»، «همه چیز آنجاست» و «بوی باران» از جمله مجموعه هایی به شمار می آیند که برای مدتی طولانی - که گاه به سه یا چهار ماه بالغ شده - روی آنتن یکی از شبکه های سیما رفتند. سریال هایی این چنینی با تعداد قسمت های زیاد، به علت آن که به مدتی مدید روی آنتن تلویزیون قرار می گیرند، درعین حال که محدودیت هایی برای تلویزیون ایجاد می کنند، ظرفیت هایی نیز برای آن به وجود می آورند که به انحای مختلف، به نفع سیماست. در گزارش پیش رو، محدودیت ها و مزیت های ملودرام های تلویزیونی با تعداد قسمت های بالا بررسی شده است. ذکر این نکته ضروری است که اینجا منظور سریال های چندفصلی نیست، چراکه مجموعه های دنباله دار بنا به استقبال از فصل های قبلی ساخته می شوند اما سریال های طولانی که در پرونده این شماره از «قاپ کوچک» مورد بررسی قرار گرفته اند، فارغ از فصل بندی طولانی اند.

مصطفی قاسمیان
روزنامه نگار

سریال های پرریسک

محدودیت مهم سریال های یک فصلی با تعداد قسمت های بالا، آن است که ریسک ساخت آنها به اندازه شمار قسمت ها بالاست. علت آن نیز روشن است. هزینه ساخت سریال ها برای سیما، همزمان با افزایش زمان سریال بالا می رود و اگر مخاطب در همان قسمت های نخست با آن ارتباط برقرار نکند، تا انتها نیز کمتر پیش می آید که به تماشای آن بپردازد. در این شرایط است که تلویزیون با صرف هزینه ای زیاد، آورده کمی به دست آورده است. درعین حال به علت هزینه ای که شده و به احترام آن دسته از مخاطبانی - هرچند کم شمار - که آن را تماشا می کنند، نمی شود سریال مذکور را از کنذاکتور حذف کرد؛ بنابراین آنتن باید تا زمانی دراز با یک مجموعه کم مخاطب کنار بیاید. این ریسک در شرایطی است که در سال های اخیر، هزینه فیلمسازی و سریال سازی به شکلی تصاعدی بالا رفته و با ورود رقبای جدید از جمله نمایش خانگی و دسترسی آسان به سریال های خارجی، تنگناهای تازه ای در تولید و پخش سریال های سیما به وجود آمده است. درواقع اگر سریالی طولانی باشد و کل سناریوی اثر در یک

مرحله تولید شود، امکان اصلاح و ارتقای آن کاهش پیدا می کند چراکه در اواسط دوره تولید نمی شود قصه یا بازیگران یا ... را تغییر داد. از طرفی مردم هنوز به تماشای آن ننشسته اند که بازخوردها کیفیت اثر را مشخص کند.

کارخانه های چهره سازی

سریال های طولانی را می توان از جمله راه های کوتاه معرفی چهره های تلویزیونی دانست. بازیگری که مثلاً ۸۰ یا ۱۲۰ شب به صورت متوالی روی آنتن باشد، بی تردید با داشتن همان یک سریال می تواند به

سرریز مخاطب به دیگر برنامه ها

دیگر مزیت پخش سریال های طولانی برای سیما، بالا بردن کیفیت آنتن برای مدتی طولانی است. این دسته سریال ها وقتی پربیننده شوند و به اصطلاح «بگیرند»، مخاطبان را بیش از هر زمان دیگر در دقایق و ساعات پیش از آغاز مجموعه، پای تلویزیون می کشانند. نخست این که در این مواقع مخاطب کلی تلویزیون بالا می رود و دوم آن که برنامه بلافاصله پیش از پخش سریال نیز حساسی دیده می شود. مثال دقیق این بحث را می توان دیده شدن برنامه تلویزیونی «جیوگی» با اجرای میلاد دخانچی دانست که فصل اول آن سال ۹۴، شب ها پیش از پخش مجموعه کیمیا روی آنتن می رفت. اگر به خاطر داشته باشید، سری دوم جیوگی یک سال بعد روی آنتن رفت و اگرچه از نظر کیفی نسبت به فصل نخست پخته تر شده بود، اما هیچ گاه به اندازه آن مورد توجه مخاطبان قرار نرفت. علت مهم این امر را می توان تأثیرگذاری ملودرام پربیننده کیمیا روی میزان بیننده های برنامه



جیوگی دانست که در مدت زمانی کوتاه - بین ۲۰ تا ۳۰ دقیقه - پیش از آن از شبکه دوی سیما پخش می شد. این نکته مساله ای است که روی باکس های تبلیغاتی و میزان آگهی های مختلفی که پیش، حین و پس از برنامه پخش می شود نیز موثر است و به راحتی می تواند بخشی از هزینه سریال مدنظر را بازگرداند.