

هدف از پخش دوره‌می مهران مدیری چیست؟

سوالاتی که در برنامه «دوره‌می» از شرکت کنندگان پرسیده می‌شود، عمدتاً سطحی و در حوزه دانش عمومی است.

به گزارش سایت خبری پرسون، یک مدرس دانشگاه با باور به اینکه «صداوسیما نشان داده است بیشتر بحث درآمدزایی برایش در اولویت است تا فرهنگ سازی»، درباره رویکرد اخیر برنامه «دوره‌می» که با ساختار مسابقه و با تعریف بالا بردن سطح اطلاعات عمومی مردم، تولید و پخش می‌شود، تصریح کرد: «در این میان برای تهیه‌کننده‌ای که به ساخت برنامه می‌پردازد نیز بحث اقتصادی اول است و در حال حاضر به نظر نمی‌رسد که صداوسیما با اولویت فرهنگ‌سازی در حال حرکت باشد.»

«دوره‌می» از برنامه‌های ادامه دار تلویزیونی است که تاکنون در فصل‌های مختلفی روی آنتن رفته است.

این مجموعه که تا مدت ها با ساختار تاک شو پخش شد، پس از اینکه به تکرار افتاد، سراغ ساختاری جدیدتر به نام مسابقه رفت.

قابلی که این روزها در شبکه های تلویزیونی دنیا در بسیاری موارد حرف اول را می زند و پیش از این در کارنامه مهران مدیری هم دیده نمی شد.

با این همه اذعان به کپی بودن این برنامه از سوی سازنده، از همان ابتدا «دوره‌می» را وارد چالش جدیدی کرد.

اینکه آیا کپی بودن یک برنامه به قوت آن آسیب می‌رساند و ماهیتا کار درستی است؟ و آیا تمام برنامه‌های سرگرمی از این دست باید حتما جدید باشند؟

پرسش هایی از این دست سپس با پاسخی صریح از سوی مهران مدیری همراه شد؛ اینکه برای احترام به مخاطب باید واقعیت را به او گفت و تاکید کرد، «در جهانی زندگی می کنیم که شما به هرچه استناد کنید، کمتر از دو دقیقه می توان اصلش را درآورد» (صحبت‌های مهران مدیری در برنامه پرانتز باز).

نگاه دوره‌می دو دسته می شود

پس از آن بود که نگاه ها به «دوره‌می» به دو دسته تقسیم شد؛ دسته اول بر این باور بودند که به دلیل نداشتن خلاقیت کافی از سوی برنامه سازان داخلی، کپی کردن تبدیل به امری مرسوم شده است که چندان مقبول نیست.

دسته دوم اما معتقد بودند که کپی کردن اگر با اصول درستی انجام شود، منعی ندارد و اعمال تغییرات جزئی متناسب با فرهنگ مردم، امری ضروری در کارهای کپی شده است که از طرفی خلاقیت سازنده برنامه را نیز طلب می کند.

بنابراین کپی بودن یک برنامه از برنامه‌های دیگر در صورتی که سازنده این امر را تکذیب نکند کار غلطی نیست اما زمانی که سازنده برنامه این واقعیت را قبول نمی‌کند و یا تغییرات جزئی‌ای متناسب با فرهنگ مردم در برنامه ایجاد نکند کپی بودن این برنامه تبدیل به آسیبی می‌شود و کار درستی به نظر نمی‌رسد.

اما در این میان نگاهی دیگر هم شکل گرفت؛ «دوره‌می» مهران مدیری که به گفته خودش جزء به جزء کپی شده، سراغ سوالاتی رفته است که در نمایی کلی به ادبیات، موسیقی، سینما و در مجموع هنر نگاهی ویژه دارد و در این میان موضوعات و نام افرادی برای نخستین بار فرصت مطرح شدن در آنتن رسانه ملی را پیدا می کند.

هرچند باید تاکید کرد که صرف گذر از نام یک نویسنده، آهنگساز و یا کارگردان در یک برنامه نمی تواند تضمینی برای بالا بردن سطح سواد و اطلاعات عمومی بینندگان و شرکت کنندگان باشد.

انگیزه اقتصادی با روکش فرهنگ و هنر

بی‌تا شاه منصوری، عضو هیات علمی دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه - در پاسخ به این پرسش که آیا با تولید و پخش برنامه ای مانند «دوره‌می» می توان چشم امیدی به افزایش دانش علمی و فرهنگی شرکت کنندگان و تماشاگران داشت؟ می گوید:

«پخش قطعات موسیقی و نام بردن از نویسندگانی که نامشان کمتر در تلویزیون برده می‌شود، بسیار مفید است و به فرهنگ‌سازی نیز کمک بیشتری می‌کند.»

او با اشاره به اینکه سؤالاتی که در برنامه «دوره‌می» از شرکت کنندگان پرسیده می‌شود، عمدتاً سطحی و در حوزه دانش عمومی است، در عین حال تأکید می‌کند:

«اگر مخاطب علاقه‌مند باشد، طرح این پرسش‌ها به دانش عمومی اش کمک می‌کند. چون برنامه تخصصی نیست و نباید هم باشد.»

دکتر شاه منصوری با اشاره به این نکته که بهتر است برنامه‌های سرگرمی با همین قالب پیش بروند و برنامه‌های تخصصی که قرار است دانش علمی مردم را بالا ببرند در قالب خودشان ساخته شوند، اظهار می‌کند:

«خیلی خوب است که ما بتوانیم برنامه‌ریزی‌های دقیقی داشته باشیم که علاوه بر اینکه مردم سرگرم می‌شوند، دانش تخصصی نیز آموزش ببینند؛ اما نکته اینجاست که برنامه ای مانند «دوره‌می» این ظرفیت را ندارد.»

جذب مخاطب به هر قیمتی

این مدرس دانشگاه در پاسخ به پرسشی درباره تغییراتی که مهران مدیری در فصل‌های گوناگون «دوره‌می» ایجاد کرد، با اشاره به اینکه «چارچوب کلی برنامه‌های صداوسیما تلاش برای جذب تعداد بیشتر مخاطب است»، تصریح می‌کند:

«به نظر من اولویت صرفاً نشان دادن مخاطب پای برنامه است. پس قطعاً تلاش می‌شود که با توجه به تغییر فصل، برنامه هم تغییری کند تا با ریزش مخاطب مواجه نشود.»

شاه منصوری در پاسخ به این پرسش که آیا «انگیزه اقتصادی را هدف اصلی برنامه دوره‌می می‌داند؟» می‌گوید:

برنامه‌سازی صداوسیما شرایط خاصی دارد و هر کس حتی با ظرفیت پایینی در صورتی که اسپانسر داشته باشد، می‌تواند برنامه بسازد و مجوز تولید و پخش را دریافت کند.

بنابراین برنامه‌هایی که با این ظرفیت تولید و ساخته می‌شوند، بیشتر به دلیل بحث درآمدزایی به دنبال مخاطب هستند و به این ترتیب بحث اقتصادی بحث اول می‌شود و بعد بحث فرهنگ‌سازی.