



همه برنامه‌ها از جایی ایده گرفته‌اند. این ایده ممکن است در فضایی عمومی یا رسانه‌ای اتفاق بیفتد. ایده گرفتن با کپی کردن خیلی متفاوت است. یک وقت است شما از بخشی از یک برنامه خوش می‌آید و سعی می‌کنی آن را به نوعی در برنامه خودت پیاده کنی. اما الان ما برنامه داریم که حتی دکورش را هم کپی کرده!

فانچ ویکی

ویژه نامه رادیو و تلویزیون روزنامه جام جم
شنبه ۱۶ آذر ۹۸ • شماره ۶۹۲

نظر کارشناس رسانه درباره کپی کاری چیست؟

کپی کاری توهین و الهام گرفتن مجاز است

به آن بدهند.

شما مفهومی به نام «ایرانیزه کردن» را قبول دارید؟

اگر منظور از ایرانیزه کردن این است که یک ترمه بیندازیم روی میز دکور، دو تا بته جقه روی دیوار بزنیم و یک متکا هم کنار دست مجری بگذاریم، نه قبول ندارم. ولی اگر منظور این است که مفاهیم را ایرانی کنیم، ایرانیزه کردن را می‌پذیرم. ایرانیزه کردن کار بسیار پیچیده‌ای است و لازمه‌اش تسلط کافی به فرهنگ ایرانی است. برنامه‌های گفت و گو محور هم در اصل از آن طرف گرفته شده‌اند، اما نمونه‌های موفق در ایران داشته‌ایم. مثلاً برنامه «پنجره» با اجرای محمدرضا حسینیان و محمود محمدی یک برنامه کپی اما ایرانیزه شده و موفق بود که در دهه ۷۰ پخش می‌شد. فضای این برنامه آن قدر صمیمی و ایرانی بود که شما احساس نمی‌کردی کپی شده است. شما می‌توانی از یک برنامه خارجی ایده بگیری و آن را با فرهنگ خودت انطباق دهی و برنامه را با یک مجری آداب‌دان روی آنتن ببری. خیلی مهم است که مجری اهل ادبیات و کتابخوان باشد، نه این‌که هر کس که بدنسازی می‌رود و چهره زیبایی دارد، مجری شود. مجری باید خودش یک آدم فرهنگی باشد.

قرار بود صداوسیما دانشگاه باشد،

اما اخیراً دانشگاه در حال تبدیل به

تلویزیون است و دانشگاه شهید بهشتی

یک تلنت شو برگزار کرده! این اتفاق را چطور

ارزیابی می‌کنید؟

بحث فراتر از اینهاست. کلیپی که من از این برنامه دیدم، بسیار سطح پایین بود. فضای سیاسی و اجتماعی ما تمایل دارد دانشگاه تبدیل شود به یک مدرسه که چهار پنج تا در ورودی دارد. به خاطر همین دانشجویان را با ابتذال سرگرم می‌کنند تا کارکرد سیاسی دانشگاه را از آن بگیرند. چیزی که من از برنامه دانشگاه شهید بهشتی دیدم، فعالیت رسانه‌ای محسوب نمی‌شود. نمی‌گویم این سرگرمی‌ها کلاً نباشد، ولی در حاشیه باشد و تبدیل به اصل نشود.



راه خلاصی از برنامه‌های کپی

برای این کار باید دایره تولیدکنندگان بازتر شود. دایره تهیه‌کنندگان رسانه ما بسته است و کسی که می‌خواهد برنامه بسازد، باید در سازمان ارتباط داشته باشد. این باعث می‌شود خلاقیت کاهش یابد. بسترهای فناوری اطلاعات برای جمع‌آوری ایده‌های مردم فراهم است. صداوسیما می‌تواند آگهی بدهد که من چهار تا باکس پخش دارم، برای آن ایده و طرح بدهید. مردم عادی و شرکت‌های فیلمسازی می‌توانند ایده‌شان را ثبت کنند و ایده برگزیده مورد حمایت سازمان قرار گیرد و یک برنامه با ساختار نو تولید شود. صداوسیما باید بخشی از تولیدش را در یک فرآیند شفاف برون‌سپاری کند و با این شیوه آن قدر ایده زیاد می‌شود که دیگر به مشکل ایده بر نمی‌خوریم.

یک وقت است شما از بخشی از یک برنامه خوش می‌آید و سعی می‌کنی آن را به نوعی در برنامه خودت پیاده کنی. اما الان ما برنامه داریم که حتی دکورش را هم کپی کرده! این حجم از کپی نوعی توهین به بیننده و توهین به هویت سازمان رسانه‌ای است. به نظرم حتی اگر تولید هم شده، نباید اجازه پخش

با فرهنگ ما همخوانی ندارد. چون مهمان در فرهنگ ما جایگاه ویژه‌ای دارد و وقتی شما یک مهمان را به برنامه‌ات دعوت می‌کنی، آداب فرهنگ ایرانی لازم می‌داند که شما هوایش را داشته باشی و به او احترام بگذاری. مخاطب ما دوست دارد میزبان یا مجری احترام مهمان را حفظ کند و صمیمانه با او گپ بزند. این مثال نشان می‌دهد که فقط محتوا مطرح نیست و فرمت برنامه هم اهمیت دارد. یا مثلاً چند وقت پیش بخش‌های خبری تلویزیون از مدل‌های خارجی کپی‌برداری کردند. ایستاده اجرا کردند، خودمانی با هم صحبت کردند و خیلی اصرار داشتند مهمان تلفنی یا تصویری بخش خبری، روی آنتن سلام نکند و مستقیماً نظرش را درباره موضوع بگوید. این کپی عین به عین است و نیازی به آن نیست. حتی لوگو و فونت زیرنویس بخش خبری هم کپی بود.

مرز بین ایده گرفتن و کپی‌برداری کجاست؟

بالاخره همه برنامه‌ها از جایی ایده گرفته‌اند. این ایده ممکن است در فضایی عمومی یا رسانه‌ای اتفاق بیفتد. ایده گرفتن با کپی کردن خیلی متفاوت است.

بررسی مساله «کپی‌برداری»

پیش از آن‌که نیازمند یک نگاه

ژورنالیستی باشد، به بررسی

دقیق کارشناسی نیاز دارد.

برای ریشه‌یابی کپی‌برداری در

برنامه‌های تلویزیونی و ارزیابی

کارشناسانه دلایل آن با محمدرضا اصنافی دانش‌آموخته

دکتری مدیریت رسانه، پژوهشگر و مدرس دانشگاه

محمود فای
خبرنگار

کپی‌کاری از برنامه‌های تلویزیونی خارجی اصولاً کار

درستی است؟ کپی به دو دسته موفق و ناموفق

تقسیم می‌شود یا نفس کپی کردن، نشان‌دهنده

شکست برنامه‌سازان در ایده‌پردازی است؟

کاری را که از پایه غلط است، می‌توان به شکل موفق یا به شکل ناموفق انجام داد. کسی که از یک برنامه موفق کپی کند و باز هم برنامه‌اش ناموفق از آب درآید، خیلی برنامه‌ساز ناشی‌ای است. چون ایده متعلق به خودش نبوده و همین ایده یک بار به موفقیت رسیده، اما او نتوانسته بر اساس آن ایده برنامه موفق بسازد. ولی کسی را که بتواند از یک کار خوب، یک کپی موفق بسازد، حداقل می‌توان در اجرا تحسین کرد. بخش عمده‌ای از یک برنامه تلویزیونی، ایده آن است. ما باید در نظام رده‌بندی رسانه‌ای مان در نظر بگیریم که اگر یک برنامه ایده‌اش متعلق به خود برنامه‌ساز نیست، حداقل پول ایده به تهیه‌کننده پرداخت نشود و به این شکل ریسک تولید هم کمتر می‌شود. در مجموع کپی کاری را مثبت ارزیابی نمی‌کنم.

این کار با شعارها و اهداف فرهنگی ما تا چه حد همخوانی دارد؟ بیشتر برنامه‌هایی که در این سال‌ها با ایده کپی تولید شده‌اند، از برنامه‌های آمریکایی ایده گرفته‌اند.

هر برنامه‌ای به جز محتوا، مدل و فرمی دارد و این مدل و فرمت، بخشی از مفهوم را انتقال می‌دهد که ممکن است با سبک زندگی ما چندان منطبق نباشد. مثلاً چند وقتی است که هاردتاک در ایران خیلی جدی شده است. من معتقدم فارغ از این‌که محتوای هاردتاک چیست، اصلاً خود فرمت هاردتاک

عکس: عطنا نیوز

سند برگ سبز و سند کمپانی خودرو سواری پژو ۲۰۶، مدل ۸۹، به رنگ سفید، به شماره انتظامی ۳۷۳ ل ۷۶ - ایران ۴۶، شماره موتور 14189059133 و شماره شاسی NAAP03ED0BJ470886 به مالکیت امیر جواد شجونی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

سند خودرو سمند تیپ LXXU7 مدل ۱۳۹۲، به رنگ سفید روغنی، به شماره انتظامی ۶۶۵ س ۴۶ - ایران ۵۳، شماره موتور 124K0178453 و شماره شاسی NAAC91CC4DF629421 به مالکیت سمیه خلیلیان مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

سند فروش خودرو سواری پژو GLX 405، مدل ۸۴، رنگ خاکستری، به شماره انتظامی ۳۵۸ الف ۱۳ - ایران ۱۱، شماره موتور 12484227740 و شماره شاسی 14281743 به نام سازمان تحقیقات و آموزش کشاورزی طرح تامین تجهیزات و ماشین آلات طرح مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

سند برگ سبز و سند کمپانی خودرو سواری پژو ۲۰۶، مدل ۸۹، به رنگ سفید، به شماره انتظامی ۳۷۳ ل ۷۶ - ایران ۴۶، شماره موتور 14189059133 و شماره شاسی NAAP03ED0BJ470886 به مالکیت امیر جواد شجونی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

سند برگ سبز و سند کمپانی خودرو سواری پژو ۲۰۶، مدل ۸۴، به رنگ نقره‌ای، به شماره انتظامی ۵۱۶ س ۴۷ - ایران ۴۶، شماره موتور 1013084016190 و شماره شاسی 10820656 به مالکیت سید محمدرضا حسینی شافاجی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

کارت ماشین، برگ سبز و سند خودرو سواری وانت - نیسان مدل ۱۳۶۳، تیپ ۲۰۰، رنگ آبی، به شماره انتظامی ۷۳۸ ص - ایران ۱۵، شماره موتور 110962 و شماره شاسی A92717 به نام حسین عبدلی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

کارت نمایندگی بیمه پارسیان به شماره کد ۵۶۵۷۳۰ به نام نسترن محبعلی‌زاده مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

سند و برگ سبز خودرو سواری کار هیوندای وراکروز IX55-3800CC، مدل ۲۰۱۱، به رنگ مشکی متالیک، به شماره انتظامی ۶۵۶ ن ۴۵ - ایران ۱۳، شماره موتور G6DAAA627938 و شماره شاسی KMHN81CDBU161775 به نام مصطفی حاجی هاشمی طالعونچه مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.