



ورود شبکه‌های اجتماعی، اینترنت و... موجب شد تا مردم بیشتر متوجه این شباهت‌ها و کپی‌برداری‌ها شوند. برای همین در یکی دو سال اخیر برنامه‌سازها دیگر راهکاری برای آن‌که شباهت کمتری به برنامه اصلی خارجی داشته باشند، ندارند. بلکه به این نکته توجه دارند که آنچه کپی می‌کنند، کپی مورد تاییدی باشد

بسیار زیاد بود و آن قدرها اینترنت و شبکه‌های مجازی هم همه‌گیر نبود که بسیاری بخواهند از آنها استفاده کنند.

حتی برنامه‌های ماهواره‌ای ایرانی زبان هم برای آن‌که بتوانند مخاطب‌های خود را حفظ کنند از برنامه‌های ایرانی داخلی وام می‌گرفتند و تفاوت‌شان در این بود که نیاز نبود آنها برخی از موازین و موارد شرعی، فرهنگی و... داخلی را حفظ کنند.

در این دهه برنامه‌های موفق بسیاری تولید و ساخته شد و هر روز هم به تعداد آنها اضافه می‌شد. در کنار اضافه شدن، برنامه‌های شبکه‌های ملی نیز افزایش پیدا کردند و شبکه‌های استانی نیز شکل گرفتند. اما باز هم این برنامه‌ها، وامدار برنامه‌های خارجی موفق‌تری بودند که توسط برخی برنامه‌سازها ایرانی‌یزه می‌شد و مقابل دوربین رسانه ملی قرار می‌گرفت.

از جمله این برنامه‌ها تاک شوهایی بود که توسط مجری‌های جوان پا گرفتند. تاک شوهای شبانه‌ای که می‌توان به رضا رشیدپور، فرزاد حسنی، امیرحسین صدیقی و... اشاره کرد که با ورود و اجرای‌شان توانستند انقلابی نو در این زمینه دراندازند. برنامه‌هایی مانند ماه عسل، جزر و مد و... هم از جمله این موارد بود که گرته‌برداری از برنامه‌های خارجی بودند و اتفاقاً مورد استقبال مخاطب‌های داخلی قرار گرفت.

عبور از گرته‌برداری به کپی‌برداری مطلق

آنچه تا اواخر دهه ۸۰ شاهد آن بودیم واقعا يك گرته‌برداری از برنامه‌های خارجی بود که شاید بسیاری متوجه این شباهت‌ها نمی‌شدند؛ اما با ورود به دهه ۹۰ بسیاری از حائل‌ها برداشته شد و به صورت گل درشت‌تری برنامه‌سازها به سمت کپی‌برداری از برنامه‌های خارجی موفق جهان گام برداشتند و از آنجا که در ایران قانونی به عنوان قانون کپی‌رایت وجود ندارد به همین علت به سادگی آب خوردن این روش را پیش برده و مخاطب‌ها هم با علم به این موضوع آنها را به تماشا نشستند.

ورود شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، شبکه‌های ماهواره‌ای و... موجب شد تا مردم بیشتر متوجه این شباهت‌ها و کپی‌برداری‌ها شوند.

برای همین در یکی دو سال اخیر برنامه‌سازها دیگر راهکاری برای آن‌که شباهت کمتری به برنامه اصلی خارجی داشته باشند، ندارند. بلکه به این نکته توجه دارند که آنچه کپی می‌کنند، کپی مورد تاییدی باشد.

برای همین هم چند ساخته اخیر که در شبکه‌های مختلف تلویزیون شاهد آن هستیم بدون کم‌وکاست مانند مدل خارجی‌شان هستند. اما برخی از آنها مانند عصر جدید موفق درآمد و مخاطب‌ها به آن نمره قبولی دادند؛ اما برنامه‌های دیگری مانند شب گشت و... چنگی به دل نزد و موفقیتی را دربرداشت.

حالا سوالی که در اینجا به میان کشیده می‌شود، این است که تاکی خلاقیت‌ها باید خاک بخورند و منتظر نشست و دید خلاقیت تازه در برنامه‌های موفق خارجی چیست و ما بدون کم و کاست آنها را برداریم و ایرانی شده‌اش را بسازیم؟ آیا دیگر به جایی رسیده‌ایم که بگوییم فلان برنامه خوب کپی کرده است و فلان برنامه نتوانست در این زمینه موفق کپی کند؟



روند گرته‌برداری از برنامه‌های خارجی از چه زمانی و چگونه آغاز شد؟

عصر شبیه‌سازی

برنامه‌سازی از جمله دغدغه‌هایی است که در سال‌های اخیر برخی از برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان با آن درگیر هستند و به دنبال راهکارهایی می‌گردند تا از این طریق به يك برنامه جدید دست یافته و بتوانند مخاطب را پای تلویزیون داخلی بنشانند. البته نکته‌ای که در اکثر نتایج ساخت برنامه‌های جدید به چشم می‌خورد کپی‌برداری که به قول خودشان ایرانی‌یزه کردن آنهاست و خلاقیتی در آنها به چشم نمی‌خورد. برای همین برنامه‌سازی‌های اخیر رانمی‌توان براساس خوب یا بد ساخته شدن‌شان بررسی کرد، بلکه باید به بررسی کپی خوب و کپی بد پرداخت. به خصوص در این دو سه سال اخیر که به شکل گل درشتی کاملاً مشخص از برنامه‌های خارجی کپی‌برداری انجام می‌گیرد؛ در حالی که در سال‌های گذشته با کمی تغییرات و تلاش برای ایجاد تنوع و تفاوت‌ها سعی‌شان بر این بود تا کمترین شباهت به نمونه خارجی خود داشته باشد. به همین منظور در این گزارش می‌خواهیم مروری داشته باشیم بر برنامه‌سازی‌های چهار دهه اخیر.

آزاده باقری
روزنامه‌نگار

را دهه آغاز ایجاد برنامه‌سازی‌های تازه تلقی کرد، اما نمی‌توان از آن به عنوان عصر شکوفایی نیز یاد کرد، چون در نهایت آنچه ساخته می‌شد جنس متفاوتی از یکدیگر نداشت و تا حدودی می‌توان به این نکته اشاره کرد که بیشتر ایده‌ها شبیه به یکدیگر بودند. مردم کمی ماهواره داشتند و برای همین هم تصور برنامه‌سازان بر این بود آنچه از برنامه‌های خارجی اقتباس کرده‌اند، می‌تواند رضایت بیننده داخلی را به سمت خود جلب کند.

دوران طلایی برنامه‌سازی در رسانه ملی

اماد دهه ۸۰، دهه اوج قدرت گرفتن صدا و سیما در زمینه برنامه‌سازی بود. در این زمان تلویزیون، بیننده



ساعت‌های محدودی را هم به پخش برنامه‌هایی نه چندان خاص و جذاب سپری می‌کرد حالا با يك شبکه تازه نفس مواجه شد. شبکه سه با هدف پوشش بیشتر برنامه‌های ورزشی و توجه بیشتر به قشر جوان پایه‌گذاری شد.

این شبکه، خون تازه‌ای را در شریان‌های صدا و سیما به جریان انداخت و باعث شد رسانه ملی تکانی به خودش بدهد و به این فکر بیفتد که در برنامه‌سازی به شکل جدی‌تری پیش برود. برای همین هم برخی از برنامه‌سازهای با انگیزه دست به کار شده و به دنبال ساخت برنامه‌هایی رفتند که تنوع را ایجاد کرده و بین شبکه‌ها رقابتی را دراندازد. با این‌که می‌توان دهه ۷۰

سال‌های ابتدایی انقلاب که همه در حال و هوای پیروزی و عبور از حوادث پیش آمده بودند، برنامه‌های محدود تلویزیون هم به همین موضوعات می‌پرداخت و فلسفه برنامه‌سازی به این شکل و حال و هوایی که در حال حاضر است اصلاً در ذهن‌ها هم شکل نگرفته بود.

از طرف دیگر به دلیل آن‌که ارتباطی برای دیدن برنامه‌سازی‌های کشورهای دیگر هم وجود نداشت برای همین مردم هم توقع خاصی از رسانه ملی نداشتند و همه در حال و هوای انقلابی خاص آن دوران به سر می‌بردند.

جان گرفتن رقابت میان برنامه‌سازان

وارد دهه ۹۰ که شدیم جنگ هم وارد زندگی روزمره مردم شد و کمتر کسی بود که درگیر جنگ تحمیلی نشده باشد. به همین دلیل برنامه‌هایی که در همین دوران نیز ساخته می‌شد حول محور موضوع جنگ و اتفاقات پیش آمده از آن می‌گذشت. از همین رو مردم هم انتظاری از صدا و سیما نداشتند و هرآنچه پخش می‌شد را بدون اعتراض، انتظار و... تماشا می‌کردند. دهه ۷۰ اما حال و هوای دیگری به خود گرفت. تلویزیون که تا آن زمان فقط دو شبکه داشت و