



قرار نیست که در «مامان ها» فرمول های خانواده موفق و زندگی های شاد را یاد بگیریم، قرار است به یک وضعیت فکر کنیم و با شنیدن و دیدن جوانب مختلف آن، راه خودمان را پیدا کنیم. حداقل کارکرد برنامه «مامان ها» برای پدرها این است که درک واقعی تری از مادری کردن همسرانشان پیدا می کنند



ماجرای مواجهه دو پدر از دو نسل با «مامان ها»

برای باباها

تربیت مادر را دچار خدشه می کند و یک تربیت دوگانه را برای بچه فراهم می سازد. پس می شود گفت که مامان ها فقط برای مادرها نیست و نباید باشد.

علاوه بر این نکته از جمله ویژگی های مثبت برنامه «مامان ها»، پرهیز از تجویز و نسخه پیچی است. سال ها است که قالب های مرسوم برنامه سازی از این الگو استفاده می کنند و از کارشناس امور تربیتی یا روان شناس یا مشاور خانواده دعوت می کنند تا از خزانه پژوهش های دانشگاهی و علمی یک نسخه شفاف بخش مقابل خانواده ها بگذارد. اما این قالب تثبیت شده، هم در مواجهه با موضوعات روز کم اثر است و هم به دلیل فاصله زیاد و موضع متفاوت کارشناس با مخاطبان ناکارآمدی های جدی دارد. «مامان ها» این راه در پیش نگرفته و در عوض به طرح سوال درست و مبتلا به مخاطبان و صحبت درباره آن می پردازد. قرار نیست که در «مامان ها» فرمول های خانواده موفق و زندگی های شاد را یاد بگیریم، قرار است به یک وضعیت فکر کنیم و با شنیدن و دیدن جوانب مختلف آن، راه خودمان را پیدا کنیم. حداقل کارکرد برنامه «مامان ها» برای پدرها این است که درک واقعی تری از مادری کردن همسرانشان پیدا می کنند. حتما موضوعاتی وجود دارد که یک مادر در مسیر پرفراز و نشیب تربیت بچه با آن دست و پنجه نرم می کند اما پدرها به دلایلی با آن موضوعات با مواجه نشده اند، یا راه حل های ساده و تک خطی برایش دارند. این برنامه برای پدرها تلنگرهای جدی دارد و این نکته مهم را به آنها یادآوری می کند که تربیت فرزندان، بسیار پیچیده تر از آنی است که تصورشان را می کنیم. اگر کمکی به مادرها در مسیر رشد و تربیت فرزند نمی کنیم، حداقل نسبت به زحمتی که آنها می کشند باید آگاه باشیم و قدر آن را بدانیم. به طور خاص پدرها هیچ وقت بچه را به دنیا نمی آورند و با چالش های روحی، فیزیکی و... دوران پس از بارداری مواجه نمی شوند اما این برنامه با پرداختن به این موضوع باعث شد که شرایط ابتدای دوران مادری برای پدرها شفاف شود و به همسرشان بیشتر کمک کنند. البته این موارد نفی کننده پیچیدگی های پدری نیست و ای کاش برنامه ای هم با همین شکل برای پدرها ساخته شود.

داشتیم سفره شام را مهیا می کردیم که تلویزیون تیزر «مامان ها» را پخش کرد. پدرم، من و همسرم را مخاطب قرار داد و پرسید که این برنامه را می بینید؟ گفتیم نه خیلی و نشده و مشغله های بچه اجازه نداده و... بابا اما خیلی جدی پیگیر برنامه بود. موضوعات قبلی را برایشان مرور کرد و اصلاحات و نکاتی که لازم می دانست را گفت. حتی در مواجهه با انتقاد خواهرم به برنامه هم توضیحاتی داشت که نشان می داد خیلی جدی با کار ارتباط گرفته است و این برای مردی که این روزها صاحب نوه است کمی عجیب است، مخصوصا این که بدانیم موضوعات برنامه مامان ها به مادرهای نسل جدید اختصاص دارد نه پدر و مادرهای نسل قدیم.

مواجهه من هم با «مامان ها» نه به قوت پدرم، اما تجربه شیرینی بوده است. برنامه برای مادران طراحی شده اما هیچ کدام از موضوعاتش بی ارتباط با پدرها نیست. اگرچه شعار برنامه «دورهمی متفاوت مامان های معمولی» است اما «باباهای معمولی» هم با همین موضوعات کم و بیش گره خورده اند. تربیت فرزند موضوعی نیست که فقط مادرها متقبل آن باشند گرچه که سهم آنها بیشتر است. البته شاید بتوان این نقد را به برنامه مامان ها کرد که چرا به لحاظ فرمی و پرداخت محتوایی فقط به سراغ مادرها رفته است و پدرها حتی در جزئیات هم حضورشان کم رنگ است اما فارغ از این مسأله باید اعتراف کرد که انتشار عکس بچه در اینستاگرام، کتاب خواندن بچه ها، چالش های کروناپی و تمایزها و تفاوت های بین نسلی در تربیت بچه ها حتما با پدرها هم ارتباط پیدا می کند. هر پدری می تواند خود را مخاطب این پرسش ها و وضعیت ها بداند و در مورد آنها فکر کند و نظرش را با همسرش در میان بگذارد. ممکن است یکی از حاضران در برنامه ایده او را نمایندگی کند یا این که حداقل با ایده های دیگران در مورد موضوعی مشخص آشنا می شود. در واقع اگر بخواهیم تک تک این موضوعات را بررسی کنیم باید بپذیریم که نه تنها هیچ کدام از موضوعات صرفا مربوط به مادرها نیست بلکه پدرها در عرصه تصمیم گیری و اجرای تک تک موارد نقش پررنگی دارند؛ نقشی که اگر به خوبی انجام نشود

مجید فضائلی
روزنامه نگار



هر پدری
می تواند خود
را مخاطب این
پرسش ها و
وضعیت ها
بداند و در مورد
آنها فکر کند
و نظرش را
با همسرش
در میان بگذارد

قصه های خوب برای مامان های خوب

همه ما می دانیم بهترین تولید محتوا آن است که مخاطب را به شکل غیر مستقیم هدایت کند و محتوایی که طراحش آماده کرده به فرد مقابل منتقل شود. همه این را می دانند اما همیشه یک چالش وجود دارد مبنی بر این که آیا به قدر کافی پیام نهفته در محصول واضح هست که مخاطب متوجهش شود؟ آیا مخاطب درک می کند که مقصود ما دقیقا چیست؟ این شک و شبهه ها باعث می شود تولید کنندگان و مدیران مدام پیام نهفته را پررنگ تر کنند و کار به جایی برسد که با واژه «گل درشت» توصیفش می کنیم. حساسیت این کار در تولید یک برنامه تلویزیونی بسیار بیشتر است. مخاطب های مختلف در سنین و شرایط مختلف قرار است با محصولی مواجه شوند و احتمال دارد هر کدام بر اساس هوش، سبک زندگی و روش شان پیام متفاوتی را برداشت کند. همین مسأله باعث می شود شکل استفاده از پیام یک محصول رسانه ای، شبیه ادویه در غذا باشد. زیاده روی در استفاده از ادویه، غذا را خراب می کند اما می شود با استفاده به اندازه و سروقت کاری کرد که غذا خوشمزه تر و بهتر شود.

برنامه «مامان ها» هم مثل همه برنامه های دیگر همین مدلی است و گل درشت محتوایش فقط باعث می شود مخاطبان دلزده شوند. برای همین از همان اول سعی شد هپیامی که قرار است به مخاطب انتقال داده شود به هیچ وجه توسط کارشناس یا هر جنس دیگری از تولید نباشد. پیام مد نظر باید در چند لایه و به شیرینی به مخاطب منتقل شود. بعد از کمی تحقیق و جست و جو می شود متوجه شد که شاخص ترین فرمی که پیام را به این شکل به مخاطب منتقل می کند داستان و قصه است. انسان ها قصه دوست دارند و به قول معروف «بهترین قصه گو برنده است». رمان ها و فیلم های سینمایی با همین قصه هایشان روی مخاطب تاثیر می گذارند پس برنامه مامان ها سراغ قصه و روایت ها و خرده روایت ها رفت. خرده روایت های مادرانه که هر کدام موضوع منحصر به فردی دارد و درست مثل تاریخ شفاهی مادری هر فردی است. تفاوت گوینده های این خاطرات و تجربیات باعث می شود که همه شان منحصر به فرد باشند چون در شرایط مختلف، سبک زندگی گوناگون داشتند اما از طرفی تک تک این افراد مادر هستند و دنیای مادری همه آدم های جهان شبیه هم است یا حداقل تا حد زیادی تشابه دارد.

همین باعث می شود مهمان های برنامه مامان ها در حالی که یک سری مادر معمولی هستند با بیان تجربیات بکر و شخصی خودشان حس همذات پنداری را در مخاطب ایجاد کنند. این دوگانه یکی از دلایل موفقیت برنامه است که از بدو شروع طراحی برنامه به آن فکر شده است. در کنار این مسائل باید گفت که «مامان ها» سعی کرده لایه همین خاطرات روی اصالت و اهمیت مباحثی تاکید کند که شاید این روزها کمتر به آن پرداخته می شود. مشخص ترین وجه این پرداخت ها همین مسأله مادری است. در سایر برنامه ها شاهد هستیم که مادری به عنوان یک بخش کناری یا یک مسأله در کنار سایر چالش های زنان عنوان می شود اما برنامه «مامان ها» به این وجه اصالت بخشیده و به سایر موارد به عنوان مسائل جانبی مادران پرداخته. از طرفی فرم و محتوای جدید این برنامه به شکل خاص سراغ مادران در نسل جدید رفته و نشان می دهد که دغدغه های نسل جدید مادران قدر در نسل های قبلی متفاوت است اما متأسفانه این دغدغه ها تا پیش از این جایی در تلویزیون نداشته یا به شکل حداقل عنوان شده است.

* سردبیر برنامه «مامان ها»