

## ترویج مصرف ماهی، لبنیات و ماکارونی به شیوه مظفر خان

# تبلیغات از ترویج تا ابتذال

چند وقتی است که سریال طنز "باغ مظفر" پای تبلیغات را به شیوه‌ای جدید در تلویزیون باز کرده است و **پیام‌های تبلیغاتی سازمان شیلات، لبنیات دامداران و تک ماکارون** به عنوان فرهنگ‌سازی با عنوان‌های مختلف در قالب دیالوگ‌های شخصیت‌های سریال از **خان مظفر گرفته تا قل مراد** به چشم می‌خورد. به خصوص پیام‌های شیلاتی که جهت فرهنگ‌سازی در کشور از اهمیت به‌سزایی برخوردار هستند.

تجربه‌های گذشته‌ی سریال‌هایی از این دست نشان می‌دهد که اگر چه به دلیل تعداد زیاد مخاطبان، از فراگیری قابل توجهی در سطح کشور برخوردارند، اما نقش **"تولید به مصرف"** بودن این سریال‌ها و مکلف بودن برای تولید ۹۰ قسمت در مدت زمانی معین، به تدریج آن را از مسیر اصلی و داستان‌های پخته و با محتوا به سوی **روزمره‌گی و طنزهای بعضاً بی‌محتوا** می‌کشاند. بر مبنای همین ویژگی گاه این سریال‌ها از نیمه‌ی راه با واکنش منفعلانه

مخاطبان مواجه شده و مخاطبان باقی مانده نیز به جای اشتیاق از سر عادت به دیدن آن روی می‌آورند. **لذا این خطر برای اسپانسرهای این سریال وجود دارد که به تدریج واکنش منفی مخاطبان عظیم این سریال‌ها، دامن تولیدات آنها را نیز بگیرد.**

به عبارتی طنز باغ مظفر همان طور که در جلب مخاطب عام تاکنون موفق عمل کرده اما چندی است که همچون سایر سریال‌های "مهران مدیری" روندی نزولی در محتوای داستان این سریال ملموس‌تر به نظر می‌رسد، این امر نگرانی‌ها جهت **بازتاب منفی به خصوص در مورد افزایش مصرف سرانه ماهی و لبنیات که از اهداف ملی کشور است**، را دوچندان می‌کند. لوث کردن جمله اثبات شده "مصرف دو بار ماهی در هفته برای سلامتی مفید است"، به تمسخر کشیدن مصرف ماهی توسط افرادی چون قل مراد و حتی پایین آوردن سطح مصرف آن تا حد مصرف گربه و سایر چهارپایان و **آمیخته شدن کلیه مضامین تبلیغی و ترویجی با هجویاتی**

که خواه و ناخواه **دامنگیر این سریال شده و** مدام توسط بردبار خان، مظفر، منصور و سایر شخصیت‌های سریال مورد استهزا واقع می‌شود، می‌تواند تاثیر ناخوشایند و غیر قابل جبران بر ذهنیت مصرف‌کنندگان داشته باشد. به نظر می‌رسد سازمان شیلات و سایر اسپانسرهایی که به نوعی با غذای جامعه سروکار دارند و **با صرف هزینه‌های هنگفت تن به چنین ریسکی داده‌اند**، می‌بایست نظارت و حساسیت بیشتری بر مراحل تولید و نحوه نوشتن دیالوگ‌ها و کاربرد پیام‌های تبلیغی، ترویجی داشته باشند و دست‌اندرکاران تولید این سریال را مجاز به هر رفتاری در قبال این پیام‌های ملی ننمایند. امری که به نظر می‌رسد تاکنون به هر دلیلی کمتر در این سریال رعایت شده و **پیام‌های مطروحه در سریال را به بیراهه کشانده است**. در این خصوص مسوولان سازمان‌ها و شرکت‌های فوق می‌توانند با نظارت و اعمال نظر در سایر قسمت‌های باقی مانده این سریال، **وضع اسف‌بار کنونی آگهی‌های غذایی** در آن را به گونه‌ای آبرومند سامان دهند تا از تاثیر مثبت مخاطبان فراوان آن به نحوی مطلوب بهره ببرند و گرنه...

