



متاسفانه تاکنون مادر حوزه برنامه‌های معارفی از فرم‌ها و ساختارهای متنوع استفاده نکرده‌ایم. در این حوزه یک فاصله بین فرم و محتوا وجود دارد. غنی‌ترین محتوا مختص برنامه‌های معارفی است و ما هیچ برنامه دیگری نداریم که از نظر محتوا تا این حد غنی باشد. اما از آن طرف متناسب با این محتوای غنی، فرم‌های خوبی تولید و طراحی نشده است

قاب و یک

ویژه‌نامه رادیو و تلویزیون روزنامه جام جم
شنبه ۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۰ • شماره ۷۵۲

۶
رو در رو



عکس: مهدی کریمی

گفت‌وگو با میثم فکری، تهیه‌کننده «ماه طلایی» و مدیر سابق گروه فرهنگ و معارف شبکه ۳

از فضای پر نشاط ماه رمضان دور شده‌ایم

متناسب با آن استعداد، علاقه و توانمندی‌هایی که دارد و کاری که انجام می‌دهد، می‌تواند بهترین شود. یک تعمیرکار، برق‌کار، تکنیسین اورژانس، پزشک، معلم و... باید کارش را به بهترین شکل انجام دهد. در این صورت است که جامعه پر از بهترین‌ها خواهد شد. در واقع فلسفه همان سیمرغ است که بر این بارو است ما الزاماً یک ابرقهرمان نداریم ما پر از قهرمان‌هایی هستیم که در کار خود بهترین هستند و کار را پیش می‌برند. این هدف کلی ماست. البته موضوعات دیگری هم داریم که در هر برنامه آنها را از طریق نمایش، میان‌برنامه و... بیان کرده و مسائلی همچون همدلی، وجدان، خویشتنداری و دیگر موضوعات اخلاقی را دربرمی‌گیرد. سعی کرده‌ایم در ماه مبارک رمضان که ماه خودسازی است، بحث قدرتمند شدن و خودسازی را پرورش دهیم. تلاش ما این است این نگاه در بعد اجتماعی ارائه داده شود. ما به دنبال ابرقهرمان‌پروری که بعضاً در انیمیشن‌ها و فیلم‌های خارجی مرتبط با کودک هست، نیستیم و سعی‌مان بر این است این نگاه را از بین ببریم و به جای آن این مفهوم را جایگزین کنیم که هر کس باید در حوزه خودش بهترین باشد و به این واسطه به اهداف خود برسد.

باشد. به نظرم در برنامه‌سازی‌های مان از فضای پر نشاط ماه مبارک رمضان دور شده‌ایم. در همین راستا هدف برنامه ما این است بتوانیم انگیزه‌ای در بچه‌ها به وجود آوریم تا سحرها در کنار سایر اعضای خانواده بیدار باشند و ضمن شب‌زنده‌داری‌شان در وقت سحر یک فضای خوب و بانشاط را تجربه کنند. حالا این‌که بتوانیم ضمن این کار، محتوایی را هم ارائه کنیم، بهترین نتیجه را به دست آورده‌ایم. این‌که بتوان بچه‌ها را برای سحر بیدار کرد و بیدار نگه داشت کار سختی است. بنابراین ما در برنامه تلاش کرده‌ایم، بچه‌ها را بیدار کنیم و برای بیدار ماندن‌شان یک محتوای خوب ارائه دهیم.

❏ برای این منظور چه محتوایی در نظر گرفته و آن را به چه شکل‌هایی ارائه می‌دهید؟

ما یک هدف کلی داریم که محور اصلی ماجراها، داستان‌ها و گفت‌وگوهای ماست و آن بحث قدرتمند شدن کودکان است. در واقع تلاش اصلی ما قهرمان‌پروری در ذهن کودکان است. نگاه ما این است که باید جامعه قوی شود و لازمه آن این است هر شخص در هر جایگاهی که هست، قوی شود و قدرت لازم را به دست آورد. کودکان باید به این باور برسند لازم نیست همه در عرصه تکنولوژی، طب و... بهترین باشند. هر کسی

«ماه طلایی» برنامه سحرگاهی است که در روزهای ماه مبارک رمضان برای کودکان تولید و آماده پخش شده است. برنامه‌ای که هر روز در این ماه مبارک از ساعت ۳ و ۴۵ دقیقه از شبکه پویا برای روزه‌اولی‌ها پخش می‌شود و تلاش کرده انگیزه‌ای باشد برای کودکانی که قرار است از امسال تجربه روزه گرفتن را به دست آورند. میثم فکری که به عنوان برنامه‌ساز مدیریت ماه طلایی را به عهده دارد با توجه به سال‌ها تجربه و مدیریت در گروه معارف شبکه سه تلاش کرده است این بار برنامه‌ای تولید کند که مخاطب آن کودکان باشد. تجربه سهل و ممتنعی که به باور او همچنان می‌توان روی آن کار کرد و برای کودکان و نوجوانان برنامه‌هایی با محتوای مذهبی اما جذاب و دیدنی ساخت.

آزاده باقری
خبرنگار

بنشانید. به همین دلیل سختی‌ها قابل تحمل می‌شود تا در نهایت یک بازخورد و اتفاق خوب بیفتد. ولی واقعا کار کودک به شدت سخت است و یک تلاش مضاعف می‌خواهد. نه فقط شبکه کودک، نه فقط در تلویزیون که یک کار جمعی در جامعه لازم دارد و متأسفانه کم‌لطفی و سهل‌انگاری در آن دیده می‌شود.

❏ کمی از برنامه خودتان بگویید. برنامه شما چه ویژگی‌هایی دارد که موجب شده برای قشر کودک مناسب باشد؟

من نمی‌توانم درباره ماه طلایی صحبت کنم. چون قضاوت این برنامه به عهده منتقدان و مخاطبان است. اما تلاش خودمان را کرده‌ایم. مهم‌ترین هدف و تلاش ما این است که برنامه سرشار از نشاط

❏ با توجه به سال‌ها تجربه در ساخت برنامه‌های مختلف برای بزرگسالان، به نظر شما ساخت برنامه برای کودکان دشوارتر است یا برای سنین بالاتر؟

بحثی وجود دارد تحت عنوان سهل و ممتنع به این معنا که کار ما در اینجا سخت؛ اما لذت‌بخش است. محتوایی که به کودکان ارائه می‌شود، باید کاملاً پاکیزه باشد. یعنی این برنامه‌ها باید به گونه‌ای ساخته شوند که کودک به راحتی بتواند آن را قضاوت و هضم کند. از طرفی کودکان از مظلوم‌ترین مخاطبان تلویزیون هستند و همین موضوع کار کردن برای آنها را بسیار لذت‌بخش کرده است. ذات کودکان آن قدر پاک است که شما می‌توانید به راحتی مفاهیم درست را در وجودشان