

تشکر مخاطبان رسانه ملی از رادیو اربعین

مخاطبان رسانه ملی در هفته گذشته با ارسال پیامک هایی به سامانه ۱۶۲ روابط عمومی صداوسیما از برنامه های قرارگاه جنگ، پاورقی، زمانه و نوسان تشکر کردند. همچنین مخاطبان رسانه ملی نسبت به پخش برنامه های رادیو اربعین توجه نشان دادند و در پیامک ها از این شبکه رادیویی قدردانی کردند.



امیر کودری گروه رسانه

تجربه زیارت اربعین برای نوجوانان و دانش آموزان تنها یک سفر مذهبی نیست بلکه کلاس درسی است که در آن مفهوم آزادی را از مکتب امام حسین می آموزند و در امتداد جاده کربلا، پاسخ بسیاری از پرسش ها و ابهامات ذهنی خود را در مواجهه با واقعیت های دنیای امروز می یابند. این سفر چندروزه به مثابه یک مسیر رشد و تجلی هویت ملی و دینی نوجوان است که او را از یک مشاهده گر به یک تحلیلگر فعال تبدیل می کند. با درک همین ضرورت، صداوسیما در ویژه برنامه «همه به پیش»، دوربین خود را همسفر دانش آموزانی کرده است که در پیاده روی اربعین، مرزهای میان رفاه ظاهری و استقلال واقعی را جست و جو می کنند. سیدحمیدرضا رضایی تهیه کننده و کارگردان این برنامه در گفت وگو با جام جم ابعاد این مستند و تحلیل های عمیق دانش آموزان را تشریح کرد.

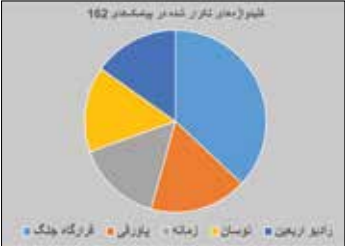
تقابل رفاه ظاهری و اصالت استقلال

یکی از فرازهای مهم این سفر، مواجهه دانش آموزان با مفهوم مقاومت در متن زندگی مردم عراق بود. رضایی در این باره به جام جم می گوید: بچه ها در کنار مریی های شان به این ماهیت رسیدند که اگر جبهه مقاومتی وجود نداشته باشد و اگر بچه شیعه در برابر استبداد نایستد چه آینده ای در انتظارش خواهد بود. دانش آموزان در گفت وگو با میزبانان عراقی دریافتند آنها چقدر ایرانی ها را دوست دارند. دلیل این علاقه این است که شیعیان ایران کاری را کردند که عراقی ها روزی آرزو داشتند انجام دهند؛ یعنی مقاومت. او با ذکر مثالی عینی ادامه می دهد: دانش آموزان می دیدند عراقی ها گاهی ماشین های خوب آمریکایی سوار می شوند اما چیز بزرگ تری را از دست داده اند تا چیزهای ظاهری به دست بیاورند. در این مستندسازی، وقتی از یک نوجوان عراقی پرسیده شد رفاه ظاهری را ترجیح می دهد یا استقلال کشورش را، صراحتا و بدون درنگ گفت دوست داریم کشورمان مال خودمان باشد و خودمان درباره همه چیز تصمیم بگیریم. این موقعیت، اربعین امسال را برای دانش آموزان ویژه ساخت.

مفهوم مستعمره مدرن و ایران قوی

در جریان تهیه این مستند، چالش های ذهنی جدی میان دانش آموزان شکل گرفته که منجر به تحلیل های عمیق سیاسی شد. رضایی روایت می کند: یکی از بچه ها سوال کرد چرا ما نباید به سمت صلح و توافق برویم با يتوانیم از چنین رفاهی بهره مند شویم؟ در پاسخ به این شبهه، دانش آموز دیگری بحث مستعمره مدرن را پیش

رادیو اربعین که از سال ۱۳۹۲ فعالیت خود را آغاز کرده، همزمان با آغاز ماه صفر، پخش رسمی خود را روی موج ۱۰/۵ مگاهرتز آغاز کرده و تا پایان ماه صفر با ۷۲۰ ساعت پخش زنده و مستقیم، همراه زائران حضرت اباعبدالله الحسین (ع) خواهد بود. برنامه کشیک سلامت از شبکه سلامت و برنامه به وقت ایران از شبکه خبر نیز



مورد توجه بینندگان سیما قرار گرفته طوری که در پیامک های ارسالی به آنها اشاره شده است. بینندگان زیادی در هفته گذشته مخاطب شبکه مستند بودند و در پیامک های ارسالی خود از پخش مستندهایی چون معبر، مشتئ اسماعیل، نجوم و تلسکوپ هابل تشکر کردند.

همه به پیش در جاده کربلا

مستند شبکه آموزش، مسیر آزادی را از نگاه نسل نو روایت می کند



می گوید: در این سفر ۲۴ساعته بچه ها آنچه را در درون شان می گذرد با هم در میان می گذارند. آنها می فهمند مقاومت هزینه هایی دارد اما باعث سربلندی کشور می شود. برنامه «همه به پیش» تلاش کرده چشم سوم این گفت وگوها باشد و ضمن پذیرش تکثر آرا، روایتگر صادقانه باشد چراکه همگی خبر و سرافرازی کشورشان را می خواهند. رضایی ادامه می دهد: دانش آموزان درمی یابند که مقاومت هزینه هایی دارد اما همین هزینه ها باعث سربلندی کشور می شود. برنامه «همه به پیش» تلاش کرده چشم سوم این گفت وگوها بوده و در عین پذیرش تکثر آرا، روایتگر صادقانه این فضا باشد. چون همه این بچه ها زیر پرچم جمهوری اسلامی و بیرق اباعبدالله (ع) حرکت می کنند و همگی خبر و سرافرازی کشورشان را می خواهند. رضایی هدف نهایی این پروژه را چنین توضیح می دهد: هدف برنامه تغییر کامل بینش سیاسی دانش آموزان در چند روز نیست بلکه غایت ما ایجاد سوال و تأمل در مسیر رشد است. این برنامه در پنج تا شش قسمت تهیه شده و روایتگر سفر اربعین ۱۴۰۵ دانش آموزان است.

اربعین به مثابه مدرسه رشد و مقاومت

با توجه به کاهش فضای فیزیکی مدارس اربعین به عنوان یک مدرسه با حضور مربیان آگاه فرصتی برای یادگیری فراهم کرده است. رضایی

آنچه رضایی از تجربه تولید «همه به پیش» روایت می کند، صرفا گزارش یک برنامه تلویزیونی درباره اربعین نیست بلکه نشانه ای از تغییر میدان ادراک نسل نوجوان در مواجهه با مفاهیم سیاسی، هویتی و اجتماعی است. در این روایت، اربعین فقط یک مناسک جمعی یا سفر زیارتی نیست بلکه به یک موقعیت تربیتی و تحلیلی تبدیل می شود؛ موقعیتی که در آن دانش آموز ایرانی از خلال گفت وگوی مستقیم با همسال عراقی، نسبت میان استقلال، رفاه، مقاومت و سلطه را نه در قالب مفاهیم انتزاعی بلکه در متن واقعیت میدانی درک می کند. از این گفته ها می توان دریافت نسل نوجوان امروز، برخلاف تصور بخشی از رسانه ها و حتی بعضی خانواده ها، از مرحله انفعال عبور کرده و توانایی درک و صورت بندی مسائل کلان سیاسی و اجتماعی را پیدا کرده است. از همین رو، اگر رسانه رسمی و خانواده نتوانند فضای امن، صریح و آگاهانه ای برای شنیدن و هدایت این ذهن پرسشگر فراهم کنند، این نیاز از مجراهای دیگری تامین خواهد شد. «همه به پیش» می کوشد نه پاسخ های آماده بلکه امکان سوال، تأمل و شکل گیری فهم جمعی را در اختیار مخاطب نوجوان قرار دهد.

به نظر می رسد «همه به پیش» تلاشی است برای روایت اربعین از زاویه دید دانش آموزان؛ روایتی که در آن نسل جدید نه سوزهای خاموش بلکه ناظری فعال، تحلیلگر و درگیر با مسائل روز است. تأکید رضایی بر سیاسی ترین اربعین دهه های اخیر، طرح مفهوم مستعمره مدرن، برجسته شدن تقابل رفاه ظاهری و استقلال و اصرار بر ضرورت نزدیکی رسانه به زبان نوجوانان، همگی نشان می دهد این برنامه قصد دارد اربعین را به مثابه مدرسه ای برای رشد، مقاومت و خودآگاهی نسل نو بازخوانی کند. حاصل این نگاه آن است که اربعین برای دانش آموزان فقط یک خاطره معنوی باقی نمی ماند بلکه به تجربه ای تبدیل می شود که می تواند در شکل دهی به درک سیاسی، حس تعلق ملی و فهم هزینه و فایده مقاومت اثرگذار باشد. به این اعتبار، برنامه «همه به پیش» می خواهد چشم سوم این مسیر باشد؛ نه برای تحمیل یک قرائت یکدست بلکه برای ثبت صادقانه لحظه ای که در آن نسل نوجوان می خواهد خودش جهان پیرامونش را بفهمد، درباره آن حرف بزند و در مسیر رشد فکری و هویتی خود، سهمی فعال داشته باشد.

نمانند و امکان تماشای آنها برای عموم مردم فراهم شود. پخش اهل ایران از شبکه آی فیلم از این منظر اهمیت ویژه ای دارد. آی فیلم به عنوان یکی از شبکه های پرمخاطب تلویزیون، تجربه موفقی در رساندن سریال ها به مخاطبان گسترده داخل و خارج از کشور دارد و بسیاری از آثار نمایشی پس از حضور در این شبکه، مخاطبان تازه ای پیدا کرده اند. این ظرفیت می تواند به ماندگاری بیشتر آثار و افزایش گفت وگو درباره موضوعات مطرح شده در آنها کمک کند. در شرایطی که فضای رسانه ای امروز با سرعت زیادی در حال تغییر است، تلویزیون نیز برای حفظ جایگاه خود نیازمند توجه بیشتر به آثاری است که هم کیفیت هنری داشته باشند، هم خانواده ها بتوانند باطمینان آنها را تماشا کنند و هم بتوانند تصویری امیدوارکننده، واقعی و نزدیک به جامعه ارائه دهند. حمایت از چنین آثاری می تواند به تقویت سرمایه اجتماعی و ایجاد ارتباط عمیق تر میان رسانه و مخاطب کمک کند. «اهل ایران» یادآور این نکته است که داستان هایی درباره مردم، ایران و تجربه های مشترک یک جامعه، زمانی بیشترین تاثیر را خواهند داشت که در دسترس بیشترین تعداد مخاطبان قرار بگیرند. تلویزیون همچنان بزرگ ترین قاب تصویری مردم ایران است؛ قاب فراگیری که می تواند روایت های ملی، انسانی و امیدبخش را از یک گروه محدود مخاطب به خانه های میلیون ها نفر برساند. پخش این سریال از شبکه آی فیلم، می تواند گامی در همین مسیر باشد؛ مسیری که در آن آثار نمایشی ارزشمند، فارغ از محل تولید و عرضه اولیه، فرصت پیدا می کنند با مخاطبان بیشتری ارتباط برقرار کنند و روایت هایی از جنس ایران، مردم ایران و امید به آینده را گسترده تر به نمایش بگذارند.

تلویزیون، میزبان اهل ایران

رسانه ملی همچنان رسانه ای فراگیر است که می تواند همزمان میلیون ها نفر را در سراسر کشور با یک اثر همراه کند

حتی موفق ترین آثار نمایش خانگی نیز در بهترین شرایط به چند میلیون مخاطب دست پیدا می کنند، در حالی که تلویزیون همچنان رسانه ای فراگیر است که می تواند همزمان میلیون ها نفر را در سراسر کشور با یک اثر همراه کند. بسیاری از خانواده ها، نسل های مختلف و مخاطبانی که به هر دلیل امکان استفاده از پلتفرم ها را ندارند، همچنان از طریق تلویزیون با تولیدات نمایشی ارتباط برقرار می کنند. از همین رو، حضور آثاری مانند اهل ایران در قاب تلویزیون، به معنای چندبرابر شدن امکان دیده شدن و اثرگذاری آنهاست.

الگوی برای تولیدات نمایشی

این موضوع می تواند یک الگوی مهم برای آینده تولیدات نمایشی کشور باشد؛ الگویی که براساس آن، تلویزیون و نمایش خانگی نه رقیب یکدیگر بلکه مکمل هم باشند. نمایش خانگی می تواند فضایی برای تولید، آزمودن قالب های تازه و جذب مخاطب اولیه ایجاد کند و تلویزیون با قدرت فراگیر خود، آثار مناسب و ارزشمند را به جامعه گسترده تری معرفی نماید.

به طور خاص در مورد آثاری که با محوریت خانواده، هویت ملی، میهن دوستی، همبستگی اجتماعی و روایت درست از جامعه ساخته می شوند، اهمیت این همکاری بیشتر هم می شود. چنین مجموعه هایی زمانی به هدف فرهنگی خود نزدیک می شوند که محدود به گروهی خاص از مخاطبان



کشید. آنها به این تحلیل رسیدند که ما با دو نوع مستعمره روبه رو هستیم. یکسری کشورها مثل برخی کشورهای حاشیه خلیج فارس مستعمره مدرن هستند که رفاه دارند اما تحت تسلط یک هیمنه دیگرند ولی در مورد کشورهایی مثل عراق و افغانستان مستکبران می خواهند آنها را پایین وضعیت نگه دارند. رضایی تأکید می کند: تحلیل خود بچه ها این بود که آمریکا با ایران قوی و یکپارچه مشکل دارد. این نگاه تحلیلی که توسط خود دانش آموزان شکل گرفت نشان دهنده بلوغ سیاسی این نسل است.

ضرورت نزدیکی رسانه به دنیای نوجوانان

رضایی با نقد فاصله ای که گاهی میان رسانه و نوجوانان ایجاد می شود، می گوید: اشتباه رسانه ای ما این است که فکر می کنیم اینها هنوز به درجه ای نرسیده اند که درباره موضوعات سیاسی ابراز نظر کنند. برنامه «همه به پیش» تلاش می کند این خلأ را پر کند و رویدادهای سیاسی و اجتماعی را از دید بچه های نوجوان ببیند.

او درباره تیم تولید توضیح داد: تیم اتاق فکر برنامه متشکل از جوانان دهه های ۷۰ و ۸۰ است

اکبر بداللهی گروه رسانه

پخش تلویزیونی است. این اتفاق می تواند نشانه ای از یک نگاه تازه به چرخه تولید و عرضه آثار نمایشی در کشور باشد؛ نگاهی که در آن، آثار ارزشمند با موضوعات ملی، هویتی، خانوادگی و اجتماعی، پس از تجربه حضور در نمایش خانگی، فرصت پیدا می کنند به گسترده ترین طیف مخاطبان دسترسی پیدا کنند.

اهل ایران به طراحی محمدحسین مهدویان و تهیه کنندگی محمدرضا منصوری، از جمله آثاری است که تلاش کرده تصویری انسانی از ایران و ایرانی بودن ارائه دهد؛ روایتی از مردم در شرایط دشوار، از روزهایی که بحران و تهدید، بیش از هر زمان دیگری اهمیت همدلی، امید، مسئولیت پذیری و تعلق به سرزمین را آشکار می کند. این مجموعه به جای تمرکز صرف بر رویدادها، سراغ آدم هایی رفته که در دل جامعه زندگی می کنند؛ شخصیت هایی آشنا که در موقعیت های سخت، جلوه هایی از ایستادگی و شجاعت را به نمایش می گذارند.

خاص بودن ساختار یک سریال

ساختار اپیزودیک اهل ایران و حضور چند فیلمساز در روایت بخش های مختلف، این امکان را فراهم کرده که قصه های متنوعی از تجربه های انسانی شکل بگیرد. قهرمانان این سریال الزاما شخصیت های دور از دسترس یا استثنایی نیستند بلکه آدم هایی از جنس مردم هستند که در لحظه های حساس، مفهوم «ایرانی ماندن» و حفظ امید را معنا می کنند. همین ویژگی باعث شده این اثر علاوه بر وجه سرگرمی، ظرفیت یک محصول فرهنگی و هویتی را نیز داشته باشد.

جام جم

رسانه

MEDIA

چهارشنبه ۱۴ مرداد ۱۴۰۵شماره ۷۳۸۵

خبر

مفتاح، سرپرست اداره کل برنامه های سیاسی صداوسیما شد

حسن عابدینی، معاون سیاسی رسانه ملی، محمد صالح مفتاح را به عنوان سرپرست اداره کل برنامه های سیاسی این معاونت منصوب کرد. در متن این حکم چنین آمده است: با توجه به تعهد، دانش و افزون بر دو دهه تجربه ای که الحمدلله در فضای رسانه ای کشور کسب کرده اید، به موجب این حکم به عنوان سرپرست اداره کل برنامه های سیاسی معاونت سیاسی منصوب می شوید. بهره گیری از ظرفیت های محتوایی، تجهیزاتی و نیروی انسانی مجموعه های خارج از معاونت سیاسی در کنار به کارگیری حداکثری ظرفیت های خبرگزاری صداوسیما و شبکه خبر در تولید برنامه های سیاسی مورد انتظار است.

لازم است از تلاش ارزنده آقای محمدحسن روزی طلب در مدت برعهده داشتن این مسئولیت قدردانی شود. موفقیت روزافزون شما را در مسیر تحقق منویات رهبر معظم انقلاب اسلامی (حفظه الله) برای دستیابی به رسانه تراز انقلاب اسلامی از خداوند متعال خواستارم.



رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما:

«شبکه خبر» پرمخاطب ترین

شبکه تلویزیونی شد

محسن شاکری نژاد، رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما در گفت وگو ی تلویزیونی، با اشاره به تغییر ذائقه مخاطبان در شرایط حساس کشور اعلام کرد: شبکه خبر با پشت سر گذاشتن شبکه های سرگرمی، اکنون در رتبه نخست پرمخاطب ترین شبکه های سازمان قرار گرفته است. شاکری نژاد تصریح کرد: اگرچه در شرایط عادی شبکه های سرگرمی همواره پیشتر بودند اما پس از تحولات منطقه، به ویژه در دوران جنگ ۱۲ روزه، رمضان و نبرد هرمز، شبکه خبر به انتخاب اول مخاطبان تبدیل شد. وی با تبیین چرایی این رخداد افزود: این یک پدیده طبیعی در دنیای رسانه است؛ چراکه در شرایط بحران، نیاز مردم به اخبار افزایش می یابد و مخاطبان در سراسر جهان برای دسترسی به اخبار «دقیق، صحیح و قابل اعتماد» به سراغ رسانه های جریان اصلی می روند. رئیس مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما در پایان با تأکید بر تفاوت ماهوی رسانه ملی با فضای مجازی خاطرنشان کرد: باوجود سرعت بالای فضای مجازی، این فضا همچنان در شاخص های «دقت» و «صحت» بارسانه ملی قابل مقایسه نیست و به همین دلیل، مردم برای کسب خبر موثق، کماکان شبکه خبر را به عنوان مرجع اصلی خود انتخاب می کنند.

یادداشت

دکتر سید حسن مظلومی | تحلیلگر مسائل سیاسی واجتماعی

صداوسیما؛ راوی خلاق مقاومت

در جنگ های گذشته، پیروزی بیشتر با فتح خاکریزها و تصرف سرزمین ها سنجیده می شد اما در جنگ های ترکیبی امروز، خط مقدم میدان نبرد، ذهن ها، ادراک ها و افکار عمومی است. دشمن پیش از آن که زیرساخت ها را هدف قرار دهد، تلاش می کند امید مردم را هدف بگیرد و پیش از آن که خاک را تهدید کند، اعتماد را نشانه می رود. از همین رو رسانه در عصر جدید، فقط ابزار اطلاع رسانی نیست بلکه بخشی از قدرت ملی و یکی از عناصر مهم بازآرندگی کشورهاست.

جنگ تحمیلی دوم و سوم نشان داد اگر نیروهای مسلح در میدان نظامی از مرزهای ایران دفاع کردند، صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران نیز در جبهه های دیگر، از مرزهای حقیقت، امید، آرامش و انسجام ملی پاسداری کرد. صداوسیما در این روزها فقط یک شبکه پخش نبوده؛ آلتنی بود که به سنگر تبدیل شد. از جمله ویژگی های صداوسیما در دو جنگ تحمیلی دوم و سوم می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. راوی اول بودن، نخستین خط دفاع رسانه ای: یکی از مهم ترین وظایف رسانه ملی در شرایط جنگی قرار گرفتن در جایگاه «راوی اول» است. یعنی رسانه ای که مردم برای دانستن واقعیت ها، نخست به آن مراجعه کنند. در روزهایی که رسانه های معاند فارسی زبان با انتشار اخبار تفرقه افکن، بزرگ نمایی مشکلات و عملیات روانی و جنگ شناختی تلاش می کردند فضای جامعه را دچار اضطراب و ناامیدی و اغتشاش کنند، صداوسیما تلاش کرد روایت رسمی و بهنگام را در اختیار مردم قرار دهد. در جنگ روایت ها، هر رسانه ای که روایت اول را در اختیار بگیرد، بخش مهمی از میدان را در اختیار گرفته است. زیرا، خلا خبری، سریع ترین مسیر ورود شایعه و تحریف است.



متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید