

مرکز تحقیقات صداوسیما در مقاطع مختلف و بر اساس نیازی که وجود دارد، اقدام به نظرسنجی یا‌مور تحقیقاتی می‌کند تا به داده‌هایی دست یابد که قابل استناد برای مردم‌ومدیران باشد.
بیشتر از ۳۰ شب‌است که مردم ایران در میدان‌های اصلی شهرهای مختلف حاضر هستند فضایی، رسانه تنها یک ابزار اطلاع‌رسانی نیست؛ بلکه به بازیگری تبدیل می‌شود که باید بتواند روایت خود را پیش از دیگران به گوش مخاطب برساند.

سال گذشته برای رسانه ملی از همین منظر سال متفاوتی بود. مجموعه‌ای از رخدادها و بحران‌ها باعث شد صداوسیما بیش از هر زمان دیگری درگیر میدان روایت شود؛ میدانی که در آن هر خبر، هر تصویر و هر تحلیل می‌توانست در شکل دادن به نگاه جامعه نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. در چنین شرایطی، رسانه ملی ناگزیر بود فراتر از یک دستگاه پخش برنامه عمل کند و به نهادی تبدیل شود که هم‌زمان چند وظیفه را بر دوش می‌کشد: اطلاع‌رسانی، تحلیل، آرام‌سازی افکار عمومی و در عین حال مقابله با موج گسترده روایت‌های رقیب.

در این میان، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها تلاش برخی رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور برای شکل دادن به روایت‌هایی بود که اغلب با جهت‌گیری خاصی همراه می‌شد. این رسانه‌ها تلاش می‌کردند با برجسته‌سازی برخی اخبار منفی و نادیده گرفتن برخی واقعیت‌ها، فضای عمومی را به سمت نوعی یأس و بی‌اعتمادی سوق دهند. طبیعی بود که در چنین فضایی، صداوسیما خود را در برابر یک رقابت جدی رسانه‌ای ببیند؛ رقابتی که بیش از آنکه در میدان فیزیکی شکل بگیرد، در میدان ذهن و روایت جریان داشت. همین مسئله اهمیت نقش «راوی اول» بودن را برجسته می‌کند. در ادبیات رسانه‌ای، راوی اول بودن تنها به معنای زودتر خبر دادن نیست؛ بلکه به معنای ارائه تصویری قابل اعتماد از واقعیت است. رسانه‌ای که بتواند اعتماد مخاطب را جلب کند، در عمل بخش مهمی از میدان روایت را در اختیار خواهد داشت.

در این چارچوب، یکی از وظایف اصلی رسانه ملی تلاش برای ارائه تصویری دقیق از واقعیت‌های کشور بود؛ چه در حوزه دستاوردها و چه در زمینه چالش‌ها. نشان دادن فعالیت‌ها و اقدامات نهادهای مختلف، روایت تلاش‌ها و خدمات و بازتاب جلوه‌های همبستگی اجتماعی از جمله رویکردهایی بود که در این مسیر دنبال شد. بسیاری از کارشناسان معتقدند که پیروزی در جنگ روایت‌ها بدون توجه به تولیدات خلاقانه رسانه‌ای ممکن نیست. برنامه‌سازی جذاب، استفاده از زبان روایت‌گرانه، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین تصویر و صدا و همچنین توجه به نیازهای نسل جوان از جمله عواملی است که می‌تواند جایگاه رسانه را در این رقابت تقویت کند.

نسل جوان امروز بیش از هر زمان دیگری با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه است. در چنین فضایی، اگر رسانه‌ای نتواند روایت خود را با زبان و قالبی جذاب ارائه کند، به‌ساذگی میدان را به دیگران واگذار خواهد کرد. به همین دلیل، بسیاری از صاحب‌نظران حوزه رسانه بر این باورند که روایت پیشرفت‌ها، تجربه‌ها و حتی دشواری‌های کشور باید با زبانی تازه و متناسب با مخاطبان امروز بازگو شود. در کنار این مسئله، آگاهی بخشی درباره شیوه‌های عملیات رسانه‌ای نیز اهمیت دارد. مخاطبان امروز باید بدانند که چگونه برخی روایت‌ها می‌توانند با هدف ایجاد ناامیدی یا بی‌اعتمادی شکل بگیرند. افزایش سواد رسانه‌ای جامعه می‌تواند یکی از مهم‌ترین ابزارها برای خنثی کردن چنین تلاش‌هایی باشد. اما در کنار این نگاه کلی، عملکرد تلویزیون در روزهای بحرانی نیز اهمیت ویژه‌ای دارد.

صورت گرفته، اعلام کرده‌اند این تجمعات و کاروان‌ها تا پایان جنگ یا تا زمانی که مردم خود جوش حضور دارند، باید ادامه یابد. بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما، که به صورت حضوری در بین افراد بالای ۱۵ سال انجام شده است، ۴۸.۳ درصد از پاسخگویان اعلام کرده‌اند که هر شب در تجمعات شهرها و روستاهای کشور شرکت کرده‌اند. این نظرسنجی روزهای ۹ و ۱۰ فروردین در

تهران و ۳۲ مرکز استان، انجام شده است. مرکز تحقیقات صداوسیما همچنین نوشته است که با توجه به اینکه حدود ۴۵ درصد از جمعیت کشور ساکن مراکز استان‌ها هستند، برآورد می‌شود بیش از ۲۰ میلیون نفر از مردم ساکن تهران و مراکز استان‌های کشور از آغاز جنگ تحمیلی سوم در تجمعات حمایت از نظام اسلامی حضور داشته‌اند.

رسانه ملی، سربلند در آزمونی تاریخی

از جنگ ۱۲ روزه تاکنون، صدا و سیما با انعطاف حرفه‌ای در هر دو حوزه خبر و برنامه‌سازی حضوری فعال داشته است



و تحلیل‌هایی که در برنامه‌های مختلف ارائه می‌شد، همگی نشان می‌داد که تلویزیون در موقعیت‌هایی گاهی ساختار برنامه‌های خود را تغییر دهد تا بتواند با فضای اجتماعی هماهنگ‌تر عمل کند. در برخی موارد، برنامه‌هایی که از قبل تولید شده‌اند نیز با تغییراتی به‌روز می‌شوند تا با حال و هوای جدید جامعه همخوانی پیدا کنند. این انعطاف‌پذیری نشان می‌دهد که رسانه نمی‌تواند در شرایط بحرانی با همان الگوی معمول ادامه مسیر دهد. آینده میدان جنگ

روایت‌ها بیش از هر چیز به توانایی رسانه‌ها در روایت کردن بستگی دارد. رسانه‌ای که بتواند واقعیت‌ها را با زبانی روشن، دقیق و جذاب روایت کند، در نهادهای دست بالاتر را در این رقابت خواهد داشت. اما اگر بخواهیم به تجربه‌های نزدیک‌تر نگاه کنیم، باید به ماجرای جنگ ۱۲ روزه اشاره کرد؛ مقطعی که تلویزیون عملاً در خط مقدم روایت ایستاد. در آن روزها رسانه ملی تلاش کرد بدون وقفه، تصویر روشنی از آنچه در میدان می‌گذرد به مخاطب ارائه دهد. پوشش خبری حملات هدفمند و هوشمندانه نیروهای مسلح، گزارش‌های میدانی



رسانه در شرایط خاص، انعطاف در کنداکتور برنامه‌ها است. تلویزیون ناچار است در چنین موقعیت‌هایی گاهی ساختار برنامه‌های خود را تغییر دهد تا بتواند با فضای اجتماعی هماهنگ‌تر عمل کند. در برخی موارد، برنامه‌هایی که از قبل تولید شده‌اند نیز با تغییراتی به‌روز می‌شوند تا با حال و هوای جدید جامعه همخوانی پیدا کنند. این انعطاف‌پذیری نشان می‌دهد که رسانه نمی‌تواند در شرایط بحرانی با همان الگوی معمول ادامه مسیر دهد. آینده میدان جنگ روایت‌ها بیش از هر چیز به توانایی رسانه‌ها در روایت کردن بستگی دارد. رسانه‌ای که بتواند واقعیت‌ها را با زبانی روشن، دقیق و جذاب روایت کند، در نهادهای دست بالاتر را در این رقابت خواهد داشت. می‌آیند تا ابعاد مختلف رویدادها را برای مخاطب روشن کند. کارشناسان، گفت‌وگوهای تخصصی و بررسی سناریوهای مختلف از جمله اقداماتی است که می‌تواند به درک

بهرتر مخاطب از شرایط کمک کند.
توانایی روایت کردن
از سوی دیگر، یکی از نکات قابل توجه در مدیریت

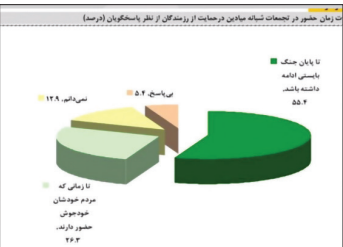
برش

یک کنداکتور منعطف

آغاز تحولات اخیر، در روزهای ابتدایی اسفندماه رقم خورد؛ زمانی که تنها چند روز از آغاز ماه مبارک رمضان گشته بود. همین هم‌زمانی کار تلویزیون را دشوارتر می‌کرد، چراکه باید میان فضای معنوی و ویژه ماه رمضان و شرایط ملتهب کشور نوعی توازن برقرار می‌کرد.

در همان روزهای نخست، خبرهای تلخ و سنگینی منتشر شد که فضای عمومی کشور را تحت تأثیر قرار داد. اعلام این خبرها از آنتن تلویزیون، به‌ویژه در برنامه‌های سحرگاهی و بخش‌های خبری، از جمله لحظات دشوار رسانه بود. مجریان شبکه خبر و برنامه‌های سحرگاهی ناچار بودند خبرهایی را با مردم در میان بگذارند که برای افکار عمومی بسیار سنگین و جانکاه بود.

در چنین فضایی، طبیعی بود که برنامه‌ریزی‌های از پیش انجام شده برای ماه رمضان با چالش‌های جدی روبه‌رو شود. اما آنچه در عمل رخ داد، نشان‌دهنده نوعی انعطاف در ساختار برنامه‌سازی تلویزیون بود. بسیاری از برنامه‌ها با حفظ چارچوب اصلی خود، متناسب با شرایط کشور بازنطراحی شدند تا با فضای عزاداری عمومی و وضعیت خاص جامعه همخوانی پیداکنند. برای نمونه، برنامه‌هایی که از پیش تولید شده بودند نیز به‌روزرسانی شدند تا حال و هوای جدید جامعه را بازتاب دهند. برنامه «محفل» از جمله آثار بود که تلاش کرد در عین حفظ هویت اصلی خود، با شرایط تازه همراه شود. همچنین برنامه رضانی محمد رضا شهیدی فر در شبکه نسیم نیز تغییرات



توزیع خبر در تجمعات شبانه در میدان آزادی، تهران (بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما)

طور معمول، این مقطع زمانی یکی از طلایی‌ترین فصل‌های برنامه‌سازی تلویزیون به‌شمار می‌رود؛ دوره‌ای که بسیاری از برنامه‌های ویژه، مسابقات و سریال‌های پرمخاطب برای آن تدارک دیده می‌شود.

با وجود این شرایط، ساختار رسانه ملی از پیش برای سناریوهای مختلف آماده شده بود. همان‌طور که معاون سیما نیز در توضیح این وضعیت اشاره کرد، طراحی‌هایی برای مواجهه با شرایط بحرانی انجام شده و رسانه برای سناریوهای گوناگون آمادگی داشته است. همان‌گونه که نیروهای مسلح در میدان نظامی وظیفه‌ای بر عهده دارند، رسانه نیز مسئولیتی در میدان اطلاع‌رسانی و روایت بر دوش دارد.

تولید برنامه برای آگاهی عمومی

در همین چارچوب، برنامه‌هایی نیز با هدف افزایش آگاهی عمومی درباره فضای جنگ رسانه‌ای تولید شد. این برنامه‌ها تلاش می‌کردند مخاطبان را نسبت به شایعات، اخبار نادرست و عملیات روانی که در فضای رسانه‌ای جریان داشت آگاه‌تر کنند. علاوه بر این، آیت‌های کوتاه‌ی نیز طراحی شد که در میان بخش‌های خبری مانند خبرهای ساعت ۱۴ و ۲۱ پخش می‌شد و به روشن شدن برخی ابهام‌ها کمک می‌کرد.

در کنار خبر و برنامه‌های تحلیلی، پخش سریال‌های تلویزیونی نیز نقش مهمی در مدیریت فضای رسانه‌ای داشت. یکی از نکات قابل توجه این بود که تلویزیون در سال‌های اخیر تولید مجموعه‌های متعدد و متنوع را در دستور کار قرار داده بود؛ موضوعی که در چنین شرایطی به کمک کنداکتور آمد.

به همین دلیل، هنگامی که فضای کشور به سمت عزای عمومی رفت، تلویزیون توانست نسبتاً سریع کنداکتور خود را تغییر دهد و به جای برنامه‌های مفرح‌تر، آثار متناسب با شرایط جامعه را روی آنتن ببرد. برای نمونه، سریالی با عنوان «بی‌مرز» به جدول پخش اضافه شد؛ مجموعه‌ای که با فضایی امنیتی و موضوعات مرتبط با حفاظت از کشور همخوانی داشت. در ادامه و با نزدیک شدن به ایام نوروز نیز باز تغییراتی در کنداکتور ایجاد شد. از یک سو کشور همچنان در شرایط جنگی قرار داشت و از سوی دیگر فضای عمومی جامعه با عزاداری همراه بود. به همین دلیل، انتخاب سریال‌ها و برنامه‌های نمایشی نیز با دقت بیشتری انجام شد.

در این میان سه مجموعه تلویزیونی «بیگانگان»، «روشنایی شب» و «کلاترنی ۱۱» به جدول پخش اضافه شدند. هر یک از این آثار به شکلی متفاوت به موضوع امنیت، هویت ملی و تلاش برای حفظ تمامیت ارضی کشور می‌پرداختند. برای مثال «بیگانگان» مخاطب را به این تأمل می‌رساند که امنیت و استقلال کشور تا چه اندازه از رزשמنداست و حفظ آن چه تلاش‌هایی را می‌طلبد. در مقابل، «روشنایی شب» با فضایی امنیتی به نقش نیروهایی می‌پردازد که در سکوت و دور از هیاهو مسئولیت حفظ امنیت جامعه را بر عهده دارند. «کلاترنی ۱۱» نیز از زاویه‌ای دیگر به همین موضوع نزدیک می‌شود و تلاش می‌کند تصویری از نظم اجتماعی و نقش نیروهای انتظامی در حفظ آرامش جامعه ارائه دهد.

درمجموع، مرور این تجربه‌ها نشان می‌دهد که تلویزیون در مواجهه با شرایط پیچیده و غیرمنتظره ناچار است هم‌زمان چند وظیفه را انجام دهد: اطلاع‌رسانی دقیق، مقابله با شایعات، بازتاب واکنش‌های اجتماعی و در عین حال مدیریت فضای برنامه‌سازی. از جنگ ۱۲ روزه تا تحولات بعدی، رسانه ملی تلاش کرده است در هر دو حوزه خبر و برنامه‌سازی حضوری فعال داشته باشد. چه در بخش اطلاع‌رسانی و تحلیل و چه در تولید برنامه‌ها و سریال‌های متناسب با شرایط کشور، تلویزیون کوشیده است روایت خود را از تحولات به مخاطب ارائه دهد. همین ترکیب از خبر، تحلیل، برنامه‌سازی و تولید آثار نمایشی نشان می‌دهد که رسانه در جهان امروز تنها یک پخش‌کننده محتوایی نیست؛ بلکه بازیگری است که باید بتواند در لحظه‌های حساس، میدان روایت را مدیریت کند و تصویر روشنی از واقعیت برای مخاطب ترسیم کند.



آینده میدان جنگ روایت‌ها، بیش از هر چیز به توانایی رسانه‌ها در روایت کردن بستگی دارد. رسانه‌ای که بتواند واقعیت‌ها را با زبانی روشن، دقیق و جذاب روایت کند، در نهایت دست بالاتر را در این رقابت خواهد داشت

ملی و تلاش برای حفظ تمامیت ارضی کشور می‌پرداختند. برای مثال «بیگانگان» مخاطب را به این تأمل می‌رساند که امنیت و استقلال کشور تا چه اندازه از رزשמنداست و حفظ آن چه تلاش‌هایی را می‌طلبد. در مقابل، «روشنایی شب» با فضایی امنیتی به نقش نیروهایی می‌پردازد که در سکوت و دور از هیاهو مسئولیت حفظ امنیت جامعه را بر عهده دارند. «کلاترنی ۱۱» نیز از زاویه‌ای دیگر به همین موضوع نزدیک می‌شود و تلاش می‌کند تصویری از نظم اجتماعی و نقش نیروهای انتظامی در حفظ آرامش جامعه ارائه دهد. درمجموع، مرور این تجربه‌ها نشان می‌دهد که تلویزیون در مواجهه با شرایط پیچیده و غیرمنتظره ناچار است هم‌زمان چند وظیفه را انجام دهد: اطلاع‌رسانی دقیق، مقابله با شایعات، بازتاب واکنش‌های اجتماعی و در عین حال مدیریت فضای برنامه‌سازی. از جنگ ۱۲ روزه تا تحولات بعدی، رسانه ملی تلاش کرده است در هر دو حوزه خبر و برنامه‌سازی حضوری فعال داشته باشد. چه در بخش اطلاع‌رسانی و تحلیل و چه در تولید برنامه‌ها و سریال‌های متناسب با شرایط کشور، تلویزیون کوشیده است روایت خود را از تحولات به مخاطب ارائه دهد. همین ترکیب از خبر، تحلیل، برنامه‌سازی و تولید آثار نمایشی نشان می‌دهد که رسانه در جهان امروز تنها یک پخش‌کننده محتوایی نیست؛ بلکه بازیگری است که باید بتواند در لحظه‌های حساس، میدان روایت را مدیریت کند و تصویر روشنی از واقعیت برای مخاطب ترسیم کند.

رسانه

MEDIA

دوشنبه ۱۷ فروردین ۱۴۰۵ شماره ۲۲۸۹

اخبار

به فرزندانمان خواهیم آموخت که امام حسینی بمانند

از زمان آغاز دفاع مقدس سوم، هنرمندان بسیاری نسبت به جنایت صورت گرفته از سوی دشمن آمریکایی صهیونی واکنش نشان دادند و از سوگ خود برای رهبر شهید انقلاب گفتند. در این میان، ابوالفضل حاجتمند تهیه‌کننده تلویزیون در یادداشتی از ایستادگی مردم در جنگ و بیعت با رهبر نوشت. این تهیه‌کننده عنوان کرد: رهبر و مرشد‌مان را شهید کردند، اما خون او چون خون حسین (ع) تاباد می‌جوشت. تاریخ می‌نویسد که او تن به ذلت نپذیرد نداد؛ مردانه زیست و غرور ایستادگی را به ما آموخت. امروز نیز جنگنده‌های دشمن زیر ضربات محکم ایران قرار گرفته‌اند و این ملت سربلند، بار دیگر به جهانیان نشان داد که تسلیم نمی‌شود ما به فرزندانمان خواهیم آموخت که با افتخار، محکم بر پای زندگی امام حسینی خود بمانند، و امروز با همه وجود اعلام می‌کنیم که همانگونه با رهبر و مرشد شهیدمان محکم بودیم، با آیت الله جنتی خامنه‌ای نیز همچون امام خامنه‌ای محکم و استوار خواهیم ماند.»



آینده از آن ملت ایران است

تهیه‌کننده برنامه «منم بچه مسلمان» با تأکید بر این‌که آینده از آن ملت ایران است، اظهار کرد: ملتی که حالا پشت ابرقدرت‌ها را به زمین زده، معادلات آینده را تعیین خواهد کرد. مهدی شکوهی، تهیه‌کننده تلویزیون با بیان اینکه ملت ما حالا متحدتر از همیشه است، عنوان کرد: حالا همه به این نتیجه رسیده‌ایم که باید در مقابل بدخواهان این کشور بایستیم. حالا به برکت خون شهدای مدرسه شجره طیبه میناب و خون همه شهدا، مردم ایران اقامه کننده قسط شده‌اند و یک نشانه آن اینکه هر روز و هر شب در میدان هستند تا از ایران و اسلام دفاع کنند. تهیه‌کننده برنامه «منم بچه مسلمان» در پاسخ به این سؤال که این لحظات مواجهه مستقیم با استکبار جهانی، آمریکای جنایتکار، چه معنایی برای ملت بزرگ ایران دارد، گفت: مردم ایران از ابتدای سال ۱۴۰۴ دو مرتبه دیدند که دولت فربه‌کار ایالات متحده، به هیچ وجه حاضر نیست با ایران قوی کنار بیاید. در ماه‌های اخیر هم دوباره مسجل شد که هدف آمریکا رژیم صهیونیستی، نه کنترل فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای، و نه حتی تضعیف جمهوری اسلامی است؛ بلکه آن‌ها به اسم کمک به مردم ایران می‌خواهند کشور ما را به آشوب بکشند و در این راه هیچ ابایی از به آتش کشیدن شهرها و محلات مسکونی، بمباران کردن کلاترنی‌ها و بیمارستان‌ها و حتی به شهادت رساندن بچه‌های مدرسه‌ای ندارند. شکوهی بیان کرد: تصویر «آینده» تصویر یک تمدن نوین با هویت اسلامی و ایرانی است. حالا وقت تهاجم ما است. هنرمندان هم باید تهاجم به انحطاط فرهنگ غرب را در دستور کار خود قرار دهند. رسوایی‌هایی که در دهه‌های اخیر در غرب می‌بینید، مثل تضعیف فرهنگ خانواده، تبعیض علیه مهاجران و اقلیت‌های نژادی، نادیده گرفتن حقوق بشر، کشتار و قتل و غارت در کشورهای مختلف و فاجعه‌اپستین، همگی می‌توانند به سوره‌هایی برای رسانه‌ها و هنرمندان انقلابی تبدیل شوند.



«روشنایی شب»؛ روایتی از نفوذ، آگاهی بخشی و تولید

بهروز مفید، تهیه‌کننده سریال «روشنایی شب»، با اشاره به مضمون این مجموعه گفت: در این سریال تلاش کردیم در کنار روایت داستان، شیوه‌های نفوذ و جذب نیرو توسط دشمن را به تصویر بکشیم و مخاطب را نسبت به تهدیدهایی که زیرساخت‌ها و امنیت جامعه را هدف قرار می‌دهد، آگاه کنیم. وی با تشریح جزئیات شکل‌گیری سریال «روشنایی شب» اظهار کرد: این مجموعه از اوایل سال جاری کلید خورد و از ابتدای نگاه در آن وجود داشت که مخاطب نیاز دارد با بخشی از فضاهای اطلاعاتی و امنیتی آشنا شود. به همین دلیل، تلاش شد در کنار قصه‌گویی، نوعی آگاهی‌بخشی نیز در ساختار کار لحاظ شود. مفید ادامه داد: در این سریال به‌طور مشخص به این موضوع پرداخته شده که دشمن، به‌ویژه رژیم صهیونیستی، از چه شیوه‌هایی برای جذب نیرو استفاده می‌کند. این جذب می‌تواند از مسیرهای مختلفی صورت بگیرد؛ از نقاط ضعف اقتصادی افراد گرفته تا مسائل اخلاقی، رزاده‌خواهی‌ها یا حتی برخی انگیزه‌های شخصی. در واقع تلاش کردیم چند نمونه از این شیوه‌ها را در دل داستان به تصویر بکشیم. در کنار این موضوع، نحوه به‌کارگیری این افراد در جامعه نیز نشان داده می‌شود؛ اینکه چگونه این نیروها در لایه‌های مختلف نفوذ می‌کنند و در چه بخش‌هایی می‌توانند آسیب ایجاد کنند. امیدوارم این مجموعه بتواند علاوه بر ایجاد جذابیت برای مخاطب، در افزایش آگاهی نسبت به برخی تهدیدها نیز مؤثر واقع شود.