رئیس رسانه ملی از همکاری‌های دستگاه قضا قدردانی کرد

صیانت قاطع از حقوق عامه در پرونده آپارات

رئیس سازمان صداوسیما با قدردانی از عملکرد قوه قضائیه در پرونده پلتفرم «آپارات»، صدور رأی قطعی ۳۴۰۰ میلیارد تومانی را گامی بزرگ و کم‌سابقه در جهت احیای حقوق عامه و حفاظت از حقوق معنوی بیت‌المال دانست. دکتر جبلی، رئیس رسانه ملی، در نشست مشترک با معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه، با اشاره به روند رسیدگی به پرونده آپارات اعلام کرد: با تعامل اثربخش و تحسین‌برانگیز بخش‌های مختلف دستگاه قضایی، بزرگ‌ترین رأی حمایت از حقوق معنوی تاریخ رسانه ملی صادر و احقاق حقوق بیت‌المال به ارزش ۳ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان قطعی شد. وی با «کم‌سابقه» توصیف کردن این رأی در نظام قضایی کشور تصریح کرد: این پرونده از دو جهت حائز اهمیت فوق‌العاده است؛ نخست صیانت قاطع از حقوق بیت‌المال و صداوسیما، و دوم ایجاد رویه‌ای تازه و بی‌نظیر در آرای قضایی پیرامون حمایت از حقوق مالکیت معنوی که حتی می‌تواند در مراجع و مجامع بین‌المللی نیز به عنوان یک سند معتبر حقوقی مورد استناد قرار گیرد. رئیس سازمان صداوسیما همچنین از قاطعیت دستگاه قضا در احقاق حقوق عامه تشکر کرد.

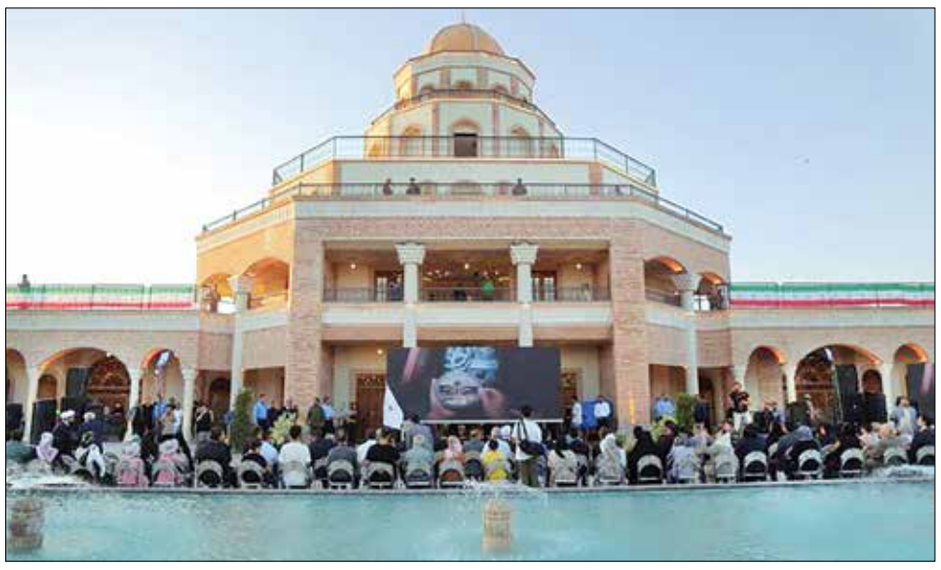


نبض زندگی در عمارت کلاه فرنگی

خبرنگار اعزامی روزنامه «جام جم» از پشت صحنه ضبط متفاوت برنامه‌های رادیویی در تبریز گزارش می‌دهد



امیر گودرزی
گروه رسانه



عمارت تاریخی کلاه فرنگی تبریز، بنایی با قدمت ۴۰۰ سال است که شاهد دوره‌های مختلف تاریخی از صفویه تا قاجاریه بوده و پس از سال‌ها خاموشی، با بازسازی و احیای خود به نمادی از مقاومت و پویایی تبریز تبدیل شده. این عمارت که در ماه‌های گذشته نیز شاهد تجمعات شبانه مردم و ابراز روحیه پایداری آنان بوده، اینک به میزبانی رویداد ملی «ایران جان» پرداخته و صحنه تعاملی بی‌واسطه میان مردم، هنرمندان، ورزشکاران، کارآفرینان و چهره‌های برجسته استان با برنامه‌سازان شبکه‌های سراسری و استانی صداوسیما شده است. این رویداد که با هدف برجسته کردن شعار «آذربایجان، پرچمدار اتحاد مردم ایران» برگزار می‌شود، نه‌تنها بستری برای معرفی دستاوردهای فرهنگی و معرفی ظرفیت‌های منطقه فراهم آورده بلکه با حضور فعالانه مردم در برنامه‌ها، از مخاطب صرف به عضوی فعال در فرآیند تولید محتوا تبدیل شده و پیام وحدت و همبستگی را به سراسر کشور مخابره می‌کند. رادیو آذربایجان شرقی نیز با تولید بیش از ۹۶۷ دقیقه برنامه زنده و میدانی، اجرای ۷۰ عنوان برنامه و مشارکت در حدود ۳۹۱ برنامه سراسری و استانی، نقشی کلیدی در پوشش این رویداد ایفا کرده و توانسته است شور و نشاط اجتماعی را احیا کرده و فاصله‌ها را میان رسانه و مخاطب از میان بردارد. همچنین در این رویداد، برنامه‌های ویژه‌ای برای معرفی خانواده‌های شاخص آذربایجان، بانوان کارآفرین و تجلیل از مقام شامخ استاد شهریار، به عنوان الگوی وحدت‌آفرین فرهنگی در دستور کار قرار گرفته است.

مردم مشتاق در کنار عوامل رادیو

روز جمعه سکوت خاصی در شهر تبریز حاکم است اما نزدیک پارک باغشمال هیاهوی مردم جای این سکوت را می‌گیرد. بعضی در حال پارک کردن خودرو هستند و بسیاری پیاده خودشان را به اینجا می‌رسانند. از وسایل همراه خانواده‌ها معلوم است قصد دارند در پارک چند ساعتی اتراق کنند. قابلمه شام خود را بقچه کرده‌اند تا همین وعده را به جای خانه، در فضای باز بخورند؛ فضایی پر از هیاهو و شادی که منشأ آن عمارت کلاه فرنگی است. بنایی باشکوه و چشم‌نواز که بی‌درنگ گوشی را از جیب بیننده برای ثبت تصویرش بیرون می‌کشد. این بنا که تا سده‌های اخیر پابرجا بود، در دوران پهلوی به بهانه نوسازی، تخریب شد. این تخریب فقط گریبان عمارت را نگرفت. چون عبور خیابان و ساخت و ساز مراکز اداری ساختار باغی آن را چنان دگرگون کرد که از آن به عنوان حلقه گمشده تاریخ معماری و هویت شهری تبریز یاد می‌کردند. درست در حالی که تصور می‌شد عمارت کلاه فرنگی رو به فراموشی می‌رود، شهرداری تبریز برای بازسازی آن دست به‌کار شد. در نهایت این عمارت به‌تازگی بازسازی شد و بازدید از آن برای مردم فراهم است. هرچند داخل عمارت هنوز بازسازی‌های جزئی ادامه دارد و به همین دلیل ورود بازدیدکنندگان از داخل بنا هنوز ممکن نیست.

عمارت کلاه فرنگی امروز نه‌تنها یک بنای تاریخی بلکه یک مجموعه فرهنگی، هنری و اجتماعی مدرن است که با نگاهی به اصالت معماری ایرانی-اسلامی طراحی شده. این مجموعه در قالب پنج بلوک مجزا ولی با معماری پیوسته اجرا شده است. هسته مرکزی بنا در پنج طبقه و دیگر بلوک‌ها در یک طبقه ساخته شده‌اند. زیربنای این مجموعه فرهنگی و گردشگری به ۴ هزار متر مربع می‌رسد و با بهره‌گیری از سازه‌های بتنی و ستون‌هایی با طراحی ویژه، به یکی از شاخص‌ترین پروژه‌های معماری منطقه تبدیل شده است. این عمارت با ارسی‌های چشم‌نواز و قد برافراشته خود، بنایی از سنگ و شیشه و سیمان است که حضور مردم به آن روح و پویایی می‌بخشد؛ مردمی که با اشتیاق برای مشارکت در پخش برنامه‌های رادیویی خود را به پارک باغشمال رسانده‌اند.

رادیو آذربایجان شرقی با تولید بیش از ۹۶۷ دقیقه برنامه زنده و میدانی، اجرای ۷۰ عنوان برنامه و مشارکت در حدود ۳۹۱ برنامه سراسری و استانی، نقشی کلیدی در پوشش رویداد ایران جان ایفا کرده و توانسته شور و نشاط اجتماعی را احیا کرده و فاصله‌ها را میان رسانه و مخاطب از میان بردارد

نوجوانان و جوانان روی صندلی‌های چیده شده روبه‌روی مجریان و گویندگان رادیو نشسته و برای اولین بار شاهد پخش زنده برنامه رادیو هستند؛ آن هم از شهر خودشان تبریز. سالمندان و پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها کمی دورتر روی زیراندازهای خود نشسته‌اند و از خوشحالی جوانان حظ می‌کنند.

هم‌افزایی میراث تاریخی مشارکت مردمی و توان رسانه‌ای

فرخنده تبرسخن معاون صدای مرکز صداوسیمای استان آذربایجان شرقی که در پشت صحنه حضور دارد و گاه میکروفن را هم در دست می‌گیرد، درباره دلیل انتخاب این محل برای پخش زنده به جام‌جم می‌گوید: ما عمارت کلاه فرنگی را مدت‌ها خاموش دیده بودیم ولی به همت شهرداری تبریز، این عمارت چندی پیش به بهره‌برداری رسید و بازسازی شد. این مجموعه بسیار زیبا و فخیم که از دل تاریخ سر برآورده الان پذیرای مهمانان ما در مرکز تبریز است. وی با بیان آن‌که این عمارت تاریخی در زمان آق قویونلوها ساخته شده و در دوره صفویه و قاجاریه سراهای دیگری به آن اضافه شده است، ادامه می‌دهد: ما این مکان زیبا را که بعد از مدت‌ها از دل تاریخ بیرون آمده و محل و وقت گذرانی و سرگرمی خیلی از همشهریان عزیزمان را فراهم آورده است انتخاب کردیم. یک پارک زیبایی در کنار این عمارت احداث شده که مردم هر روز در آنجا حضور دارند، آبنماهای زیبایی آنجاست و نمایشگاه‌های زیبایی آنجا برگزار می‌شود.

تبرسخن درباره شور و حال این رویداد می‌گوید: همان‌طور که می‌بینید مردم می‌آیند و در کنار برنامه‌سازان قرار می‌گیرند و یکی دو ساعتی که آنجا روی آنتن زنده هستیم، در ساخت برنامه‌ها با ما همراه می‌شوند و خودشان عضو برنامه احساس می‌کنند و حتی بخشی از برنامه را هم اجرا می‌کنند.

او با تاکید بر تعدد برنامه‌های این رویداد می‌گوید: در رویداد ملی ایران جان در صدای رسانه ملی با ۷۰ عنوان برنامه سعی کردیم در آنتن سراسری حضور داشته باشیم. قرار بود تقریبا ۳۹۱ برنامه با ما همکاری داشته باشند. ما با تمام شبکه‌های رادیویی در حال برنامه‌سازی هستیم و مواد تولیدی‌مان را در اختیارشان قرار دادیم و مهمان‌های‌مان را معرفی کردیم. افراد شاخص و سرآمد آذربایجان، پزشکان، دانشمندان، قهرمانان، هنرمندان، جوانان، ورزشکاران و تمام این کارآفرینان جزو این افراد شاخص هستند.

وی ادامه می‌دهد: تا این لحظه ۹۶۷ دقیقه با شبکه‌های سراسری برنامه‌سازی داریم. همچنین ۱۲ برنامه میدانی و مشترک داشتیم که با شبکه‌های سراسری، از جمله برنامه‌های «ایران جوان»، «آفساید»، «صبح و ورزش»، «زیر آسمان»، «ایرانشهر»، «ایران ما»، «دستور کار»، «دهگرد» و «نوشدارو» به سرانجام رسید.

وی با اشاره به استقبال مردم می‌گوید: هم صبح‌ها میان مردم برنامه داریم و هم عصرها. البته برنامه‌های عصرگاهی شور و نشاط بیشتری دارند و بیشتر با استقبال روبه‌رو می‌شوند. وقتی برنامه‌ها اجرا می‌شوند، امید و امیدآفرینی در چشم مردم دیده می‌شود و از کوچک و بزرگ، زن و مرد و پیر و جوان در کنار ما قرار می‌گیرند و عشق‌شان به رادیو را نشان می‌دهند که برای ما خیلی ارزشمند و قابل ستایش است.

او با یادآوری روزهای سخت جنگ می‌افزاید: ما بعد از روزهای سختی که در ایام جنگ پشت سر گذاشتیم، توانستیم در کنار مردم قرار بگیریم و این فاصله‌ها را از میان برداریم. در رویداد ایران جان به‌جای این‌که ما را از رادیو بشنوند، الان در کنار ما در خود برنامه‌ها شرکت می‌کنند و هم ما را از نزدیک می‌بینند و می‌شنوند.

او می‌گوید گاه استقبال مردم تا حدی است که بعد از تمام شدن برنامه رادیو، در حالی که دیگر روی آنتن نیستیم به اجرای برنامه برای حضار ادامه می‌دهیم.

معاون صدای مرکز صداوسیمای آذربایجان شرقی با اشاره به استقبال قشر جوان از برنامه‌ها می‌گوید: خیلی‌ها-مخصوصا جوانان-علاقه‌مند به همکاری با رادیو هستند. این فرصتی فراهم کرد تا نشان دهیم فاصله‌ای میان ما و مردم وجود ندارد و جوانان می‌توانند عضوی از آنتن رادیو باشند و به تولید محتوا بپردازند. ما این فضا را برای‌شان باز کرده‌ایم و به همه قول داده‌ایم که حتما بخش تولیدات مردمی را راه‌اندازی خواهیم کرد و کلاس‌های آموزشی برای‌شان برگزار می‌کنیم تا آماده حضور مؤثر و پربار در آنتن شوند.

وی در مورد شنیده شدن صدای آذربایجان شرقی در سراسر کشور می‌گوید: بخش عمده فعالیت ما متمرکز بر شهرستان‌های استان‌هاست. ما در کل استان‌ها حضور فعالی داریم و گزارشگران رادیو از صبح تا شب به شبکه‌های مختلف استانی گزارش می‌دهند. در مراکز استان برنامه‌های ثابتی داریم که در ۳۱ استان پخش می‌شود و روزانه شاید سه تا چهار ساعت از برنامه‌های شبکه‌های استانی را به تولید اختصاص می‌دهیم.

تبرسخن همچنین به برنامه‌های شبانه رادیو اشاره می‌کند: برنامه «شب‌های ایران» هر روز از ساعت ۰۰:۳۰ تا ۲ بامداد روی آنتن است. همچنین برنامه «ایران از سراسر کشور» هر روز از ساعت ۱۵ تا ۱۶ با برنامه‌سازی دوستان ما از تبریز پخش می‌شود. ما قصه‌های «خاله‌مهتاب» را برای کودکان سراسر کشور و قصه‌های آذربایجانی را هر شب تعریف می‌کنیم تا با قصه‌های آذربایجان به خواب بروند.

وی به بزرگداشت استاد شهریار در رویداد ایران جان نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: در روز بزرگداشت شهریار، هم گزارشگران و هم برنامه‌سازان ما از ساعت ۶:۳۰ تا ۲ بامداد مشغول برنامه‌سازی برای شبکه‌ها بودند. یکی از نقاط عطف رویداد ایران جان، همین روز بیست و هفتم یعنی روز بزرگداشت شعر و ادبیات فارسی بود که تمام تلاش ما این بود که شهریار را به بهترین شکل ممکن به کل کشور معرفی کنیم.

وی افزود: استاد شهریار همچون اکسیژنی در رویداد ایران جان جاری است و در همه برنامه‌سازی ما حضور دارد و صدا و اشعارش به ما قوت قلب می‌دهد. ما به داشتن شاعری توحیدی، مردمی و مورد احترام همه افتخار می‌کنیم و سعی کردیم این گنجینه ارزشمند خطه آذربایجان را تا جایی که آنتن و برنامه‌سازان اجازه می‌دادند، پرتکرار در شبکه‌های سراسری روی آنتن ببریم و حقش را تا حد امکان ادا کنیم. با توجه به آنچه در این محل رخ می‌دهد و صحبت‌های مطرح شده به‌نظر می‌رسد رویداد ملی ایران جان در عمارت تاریخی کلاه فرنگی تبریز نمونه‌ای موفق از هم‌افزایی میراث تاریخی، مشارکت مردمی و توان رسانه‌ای است که نشان می‌دهد چگونه می‌توان ابنیه کهن را از نمادهایی ایستا و خاموش به گلوگاه‌های حیاتی پویایی فرهنگی تبدیل کرد. احیای این بنای ۴۰۰ ساله و میزبانی آن از ده‌ها عنوان برنامه زنده و تعاملی علاوه بر حذف فاصله میان رسانه ملی و مخاطبان، بستری بی‌بدیل برای انعکاس هویت اصیل آذربایجان، معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و هنری منطقه و تحکیم پیوندهای وحدت ملی فراهم آورد. پایداری این رویکرد و تداوم الگوی «رسانه مردم‌محور» در بسترهای تاریخی کشور می‌تواند نه‌تنها به حفظ هویت بومی و افزایش نشاط اجتماعی بینجامد بلکه نسلی تازه از فعالان فرهنگی و رسانه‌ای را برای فردا تربیت کند.

احیای بنای ۴۰۰ ساله کلاه فرنگی و میزبانی آن از ده‌ها عنوان برنامه زنده و تعاملی بستری بی‌بدیل برای انعکاس هویت اصیل آذربایجان، معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و هنری منطقه و تحکیم پیوندهای وحدت ملی فراهم آورد

یادداشت

دکتر سیدمرتضی موسویان | رئیس هیأت مدیره انجمن سواد رسانه‌ای ایران

چند نکته در باب ارتباط مخاطب و رسانه

مساله رسانه‌ها امروز صرفا این نیست که چگونه اعتماد مخاطب را جلب کنند چرا که اعتماد چیزی نیست که بتوان آن را با تبلیغ و تکرار جمله «ما قابل اعتمادیم» ایجاد کرد. اعتماد، حاصل تجربه مکرر مخاطب از رفتار و عملکرد رسانه است.

رسانه‌ای که در انتشار یک خبر، منبع خود را روشن می‌کند، میان خبر و تحلیل تفاوت می‌گذارد، میزان قطعیت اطلاعات را مشخص می‌کند، روایت‌های متفاوت را نادیده نمی‌گیرد و در صورت اشتباه، آن را می‌پذیرد و اصلاح می‌کند، به‌تدریج سرمایه اعتماد ایجاد می‌کند. بنابراین اعتماد رسانه‌ای را باید در مجموعه‌ای از مؤلفه‌ها مانند صداقت، دقت، انصاف، شفافیت، پاسخگویی، استقلال حرفه‌ای، مخاطب‌محوری و اصلاح‌پذیری جست‌وجو کرد، نه صرفا در جذابیت برنامه‌ها یا تعداد مخاطبان.

در این میان شاید مهم‌ترین تغییر مورد نیاز، تغییر در نگاه به مفهوم اقناع باشد. در الگوی سنتی، رسانه تلاش می‌کرد با تولید پیام، مخاطب را قانع کند اما در فضای رسانه‌ای امروز، مخاطب فقط دریافت‌کننده پیام نیست. او می‌تواند منابع مختلف را بررسی کند، روایت‌های دیگر را ببیند و درباره صحت یک خبر تحقیق کند. از این‌رو، یک رسانه به‌جای این‌که فقط بگوید «به ما اعتماد کنید»، باید شرایطی را فراهم کرده تا مخاطب بتواند رسانه را راستی‌آزمایی کند. اعتماد بایدار از همین نقطه آغاز شود. بر این اساس، ایجاد یک «اتاق شفافیت رسانه» می‌تواند اقدامی عملی و مؤثر باشد. در اخبار مهم، به‌ویژه در حوزه‌های بحران، جنگ، اقتصاد، سلامت و مسائل اجتماعی، مخاطب باید بداند خبر از چه منبعی آمده، چه بخش‌هایی قطعی و چه بخش‌هایی هنوز تأیید نشده است، آیا روایت‌های دیگری وجود دارد و آخرین بار چه زمانی اطلاعات به‌روزرسانی شده است.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید

ذره‌بین

بازنگری در پویش «۶۰۳۰» و تقویت طب ایرانی

چهارمین نشست شورای تخصصی سلامت معاونت صدا با حضور مدیران و برنامه‌سازان شبکه‌های مختلف رادیویی، نماینده شورای سیاستگذاری سلامت سازمان و مراکز استان‌ها برگزار شد و در آن، موضوعات مختلفی در حوزه سلامت و مسئولیت رسانه بررسی شد. به گزارش روابط عمومی رادیو سلامت، در چهارمین نشست شورای تخصصی سلامت معاونت صدا با بررسی تجربه پویش «۶۰۳۰» بر ضرورت ارزیابی اثرگذاری، استمرار و بازطراحی این پویش تأکید شد و همزمان، ساماندهی تولید محتوای رسانه‌ای درباره طب ایرانی و تقویت ارتباط با وزارت بهداشت را در دستور کار قرار داد. دکتر پیام امیری، مدیر رادیو سلامت، در این نشست بر ضرورت آشنایی بیشتر برنامه‌سازان با سیاست‌ها و ضوابط نظام سلامت در حوزه طب ایرانی تأکید کرد و گفت: باید بایدها و نبایدهای رسانه‌ای این حوزه برای برنامه‌سازان روشن‌تر شود. دکتر حسین رضایی‌زاده، رئیس مرکز طب ایرانی و مکمل وزارت بهداشت نیز در این نشست، طب ایرانی را دارای ظرفیت‌هایی در حوزه اصلاح سبک زندگی، پیشگیری و ارتقای سلامت دانست و بر نقش رسانه در انتقال صحیح این مفاهیم به مردم تأکید کرد. وی با اشاره به تجربه برخی کشورها در توسعه طب‌های سنتی، گفت: این حوزه در بسیاری از کشورها علاوه بر سلامت، در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و دیپلماسی سلامت نیز مورد توجه قرار گرفته است. رئیس مرکز طب ایرانی و مکمل وزارت بهداشت همچنین بر ضرورت جلوگیری از حضور افراد فاقد صلاحیت در برنامه‌های رسانه‌ای و پرهیز از طرح ادعاهای تأییدنشده تأکید کرد و گفت: رسانه می‌تواند با ارائه محتوای علمی و جذاب، نیاز مردم به آگاهی درباره سبک زندگی سالم را پاسخ دهد و مانع از سوءاستفاده افراد غیرمتخصص از این نیاز شود. در بخش دیگری از این نشست، اعضای شورای سلامت درباره پویش ۶۰۳۰، ضرورت ارزیابی میزان اثرگذاری آن، استمرار پیام‌های فرهنگ ترافیک در طول سال و استفاده از ظرفیت شبکه‌های مختلف رادیویی، تلویزیونی و فضای مجازی بحث و تبادل نظر کردند. در پایان نیز بر تدوین طرح‌های اجرایی و قابل ارزیابی برای ادامه پویش ۶۰۳۰ و ساماندهی تولید محتوای رسانه‌ای در حوزه طب ایرانی تأکید شد. همچنین ظرفیت مدارس و طرح «همیار پلیس» برای انتقال مفاهیم ایمنی ترافیک به خانواده‌ها مورد تأکید قرار گرفت.

ویژه

سکان هدایت قصه در دست بیننده

سازندگان مسابقه دلیران در نشستی خبری از رویکرد تعاملی این برنامه مستند گفتند



بعد از پخش ۹ قسمت از مستند مسابقه «دلیران»، رئیس مرکز کودک و نوجوان سیما و مدیر شبکه کودک همراه تهیه‌کننده و کارگردان این برنامه و همچنین مدیرعامل سروش‌پلاس در نشستی با حضور خبرنگاران از رویکرد تعاملی این برنامه صحبت کردند. براساس این رویکرد تعاملی، بیننده می‌تواند رأی دهد که شرکت‌کنندگان در مسابقه از کدام مسیر عبور کنند یا دست به کدام انتخاب بزنند. بنابراین هر دو مسیر تصویربرداری و آماده‌سازی می‌شود اما آن مسیری که مخاطب با رأی خود انتخاب می‌کند پخش خواهد شد. البته بینندگان می‌توانند گزینه دیگر را که در رأی‌گیری انتخاب است، در پیام‌رسان سروش مشاهده کنند. به گزارش جام جم، رئیس مرکز کودک و نوجوان سیما در این باره گفت: در برنامه دلیران با تعامل هوشمند، سکان هدایت قصه را به مخاطب سپردیم. این رویداد، گامی مهم در راستای تحول رسانه‌ای و ایجاد تعامل واقعی با نسل جدید مخاطبان به‌شمار می‌رود. تلویزیون از برادکست سنتی به سوی تعامل صددرصدی گام برمی‌دارد. محمدصادق باطنی، با تأکید بر این‌که با نسلی مواجهیم که با فرهنگ کامنت، وایرال و فوروارد رشد کرده است، گفت: تلویزیون از ابتدا رسانه‌ای یک‌سویه و مبتنی بر برودکست بود که در آن کنداکتور چیده می‌شد و مخاطب نقشی در تصمیم‌گیری نداشت اما امروز برای زنده نگه داشتن رسانه، باید به سمت تعامل رفت؛ چنان‌که برای نخستین بار در مسابقه «کهکشان» از تکنولوژی مشارکت مستقیم بیننده بهره بردیم.

وی با اشاره به پیشینه ۲۰ ساله داستان‌های تعاملی در جهان و تجربه‌های مشابه در نتفلیکس افزود: پس از آزمایش‌های موفقیت‌آمیز جمع‌سپارانه با نوجوانان در سینما، تصمیم به ساخت محصولات تعاملی گرفتیم. مستند مسابقه دلیران که فصل دوم آن به سرانجام رسیده، نمونه‌ای بارز از این رویکرد است که اینک در ۹ قسمت پخش‌شده، نشان داده است مخاطبان می‌توانند نیمی از روند اتفاقات برنامه را به دست بگیرند. همکاری با سروش‌پلاس نیز این مسیر دوسویه را بیش از پیش تقویت کرده است. در ادامه، امین شریفی، مدیرعامل سروش‌پلاس، با ارائه آمار و ارقام مربوط به بازدیدها و تعامل کاربران با برنامه دلیران از طریق این پیام‌رسان، این همکاری را تجربه‌ای بسیار موفق و حکایت‌گر استقبال گرم مخاطبان ارزیابی کرد.

آموزش مفهوم انتخاب‌گری به شکلی عینی

در این نشست همچنین محمدحسین بخشی‌زاده، مدیر شبکه کودک، این مستند مسابقه را یکی از قالب‌های مغفول‌مانده برای گروه سنی کودک دانست و گفت: مجموعه دلیران، کودکان را در اقلیم‌های گوناگون و به دور از خانواده، در چالش‌های سخت کوه و دریا قرار می‌دهد. این چالش‌ها گرچه در ظاهر دشوارند اما بازخوردهای فوق‌العاده‌ای به همراه داشته است. وی مخاطب هدف این برنامه را کودکان ۹ تا ۱۲ ساله عنوان کرد و افزود: دلیران به بچه‌ها می‌آموزد که انتخاب‌های‌شان را بر پایه منطق، عقلانیت و مشورت استوار کنند. در فصل جدید، مفهوم انتخاب‌گری به شکلی عینی به مخاطب منتقل شده تا او در کنار تماشا، عملا درگیر روند تصمیم‌گیری شود. در ادامه نشست، مصطفی رضوانی، تهیه‌کننده دلیران، با اشاره به ریشه‌های شکل‌گیری این ایده از سال ۱۴۰۰ بیان کرد: شبکه کودک دغدغه ساخت مستندی با محوریت آموزش‌های امدادی، نجات و بقا در طبیعت را داشت. ما تلاش کردیم چالش‌ها را به گونه‌ای طراحی کنیم که کودکان نه‌تنها مهارت‌های بقا را بیاموزند، بلکه در مواجهه با ترس‌های خود، در معرض انتخاب‌های واقعی و سرنوشت‌ساز قرار گیرند. او در ادامه با تشریح ابعاد این پروژه، بر دو محور محتوا و فناوری تأکید کرد و گفت: در کنار ساختار تعاملی، ما به دنبال نمایش شکوه اقلیم‌ها و جاذبه‌های ایران بودیم. در همین راستا، مفهوم محتوایی یاری‌گری را به تاروپود برنامه اضافه کردیم؛ ارزشی که ریشه‌ای دیرینه در سنت و فرهنگ ما دارد و حالا در قالب کار جمعی به کودکان آموزش داده می‌شود.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید