



چه اشکالی دارد که تولد تختی، شیرودی، ابراهیمی دینانی تبریک گفته شود؟
گوگل حتی نامواره خود را به مناسبت تولد و مرگ آدم های مورد علاقه اش تغییر
می دهد، چرا ما چنین نکنیم؟ اصلاح وضعیت نا آگاهی تاریخی توام شده با فانتزی و
نوستالژی، از همین قدم های کوچک شروع می شود. از یادآوری مفاخر این آب و خاک



فانچویک

ویژه نامه رادیو و تلویزیون روزنامه جام جم
شنبه ۱۳ مهر ۹۸ • شماره ۶۸۴

تحلیل ۳

تحلیل و بررسی جدول پخش شبکه کودک

مهد کودک تلویزیونی

صدا و سیما با توجه به اهمیت مسائل تربیتی ویژه رده سنی کودک چند سالی است که شبکه جدیدی را به شبکه های دیجیتال خود اضافه کرده است؛ شبکه کودک، رسانه ای تخصصی است که توانسته ظرف کمتر از ده سال به پرمخاطب ترین شبکه تلویزیون تبدیل شود. در روزهایی که تنها دو شبکه تلویزیونی و در ساعاتی بسیار محدود برنامه ویژه کودک و نوجوان پخش می کردند، داشتن شبکه ای که تمام ساعات روزی وقفه کارتون پخش کند، یکی از آرزوهای مشترک همه کودکان دهه ۶۰ و ۷۰ بود؛ آرزویی که بالاخره به همت مدیران صدا و سیما برای کودکان دهه هشتادی دست یافتنی شد. در آستانه دهه ۹۰، صدا و سیما برای اولین بار شبکه ویژه کودکان را راه اندازی کرد که از همان روزهای ابتدایی، مخاطب کودک زیادی را به خود جذب کرد. حالا به سراغ کنداکتور این شبکه رفتیم تا به شکل جزئی برنامه های آن را بررسی کنیم.

فاطمه بکایی
خبرنگار

تولد نهال، رشد پویا

اهداف عالی تربیتی و مخاطب بالایی که این شبکه توانسته با خود همراه کند، عوامل اصلی توجه خاص صدا و سیما به تولیدات ویژه کودک بود. شبکه کودک با تمرکز بر مخاطب شناسی و اهمیت تفاوت روش های تربیتی مناسب برای رده های سنی مختلف، بالاخره شبکه پخش برنامه های مربوط به خردسال و کودک را از هم تفکیک کرد و انرژی بیشتری را به تولیدات ویژه اش اختصاص داد. این شبکه از سال ۹۴ عملاً وارد فاز جدیدی از کار خود شد و توانست گام موثرتری در جهت جلب رضایت مخاطب اختصاصی خود بردارد؛ با فاصله زمانی یک ساله دو کانال اختصاصی پویا و نهال در این شبکه راه اندازی شدند که ایجاد اسم و هویت بصری اختصاصی برای هر کدام، مخاطب را نیز با این تغییر همراه کرد.

شبکه پویا هر روز با شش ساعت پخش، از ساعت ۸ تا ۱۴ برنامه های ویژه خردسالان زیر شش سال را پخش می کند و شبکه نهال هم با تمرکز بر کودکان زیر ۱۲ سال از ساعت ۱۴ تا ۲۲ برنامه های ویژه خود را روی آنتن می برد.

کلاس درس تلویزیون

بررسی کنداکتور روزانه این دو شبکه نشان می دهد پویا به صورت روزانه با حداقل چهار برنامه تولیدی و بیش از شش پویانمایی ایرانی برای خردسالان سرگرمی آموزنده ایجاد می کند. مهد پویا، برنامه با سابقه و آموزنده صبحگاهی برای خردسالان است که زیر نظر آریتا محمودپور، روان شناس و سردبیر محتوایی برنامه هر روز چند مفهوم جدید مثل زیر و رو، چپ و راست، کوتاه و بلند، سبک و سنگین و چیزهای خوبی مثل صبحانه خوردن، سلام کردن و دقت و توجه به اطراف و اتفاقات را به خردسالان آموزش می دهد. این برنامه با حضور چند شخصیت عروسکی و چند کارشناس در زمان کوتاه کمتر از نیم ساعت هر روز خردسالان را از پای تلویزیون وارد یک مهد کودک واقعی می کند و به دلیل بخش های جذابی که دارد، مخاطبان قابل توجهی را با خود همراه کرده است.

شبکه نهال نیز با حداقل سه برنامه تولیدی پرمخاطب برای کودکان زیر ۱۲ سال برنامه دارد،

این شبکه از ابتدای سال ۹۸ تمرکز ویژه ای بر تولید و پخش ویژه برنامه های



کودکانه در قالب مستند داشته است. مستند گردشگری «دورت بگردم ایران»، یکی از همین تولیدات است؛ این برنامه به عنوان اولین مستند گردشگری کودکان، تلاش می کند با رویکرد سبک زندگی اسلامی، ایرانی جذابیت های سفر خانوادگی در اقصی نقاط ایران را برای مخاطب کودک به نمایش بگذارد. در هر قسمت دورت بگردم ایران دو خانواده

که هر کدام دو یا سه فرزند دارند در سیاحت شهرهای مختلف کشور با هم همسفر می شوند.

«مل مل» هم یکی دیگر از تولیدی های پرمخاطب شبکه کودک است که محبوبیت بالایش توانست او را وارد

فضای تجاری کرده و به عنوان یک

شخصیت محبوب روی جلد لوازم تحریرهای ایرانی بیاید. این برنامه عروسکی درباره گوسفندی دوست داشتنی است که برخلاف دیگر گوسفندها پوزه ندارد و علف هم نمی خورد؛ او با شیطننت های نمکین خود، مهارت های زندگی را به کودکان می آموزد. مل مل از دهه ۸۰ و در شبکه دوی سیما کار خود را شروع کرد، اما حضورش در شبکه کودک و محبوبیت بالایی که در این شبکه میان کودکان پیدا کرد، موجب شد دانش آموزان دهه نودی هم او را به عنوان یک شخصیت دوست داشتنی در لوازم تحریر ایرانی دنبال کنند.

بازار داغ

انیمیشن های ایرانی

کانال های پویا و نهال که هر دو در بستریک شبکه واحد اما با اختصاص

زمان های ویژه روی آنتن می رود، با تمرکز بیشتری به تولید برنامه های تربیتی توجه می کنند. این توجه باعث شده امروز و پیش از فرا رسیدن ده سالگی این شبکه جدید نه تنها بیش از ۵۰ درصد برنامه های شبکه کودک ایرانی باشد بلکه براساس آمارهای سازمان صدا و سیما، شبکه کودک به عنوان پرمخاطب ترین شبکه تلویزیون نیز شناخته شود.

موفقیت های این شبکه در حالی است که بودجه اختصاص یافته به آن برای تولید برنامه های جدید کافی نیست. محمد سرشار، مدیر شبکه پویا در

آخرین نشست خبری خود، گفته بود: «۲۵ درصد جمعیت کشور ما را خردسالان تشکیل می دهند و دست کم یک چهارم بودجه ها باید به این بخش اختصاص یابد. در حالی که بودجه برنامه سازی برای کودک بسیار ناچیز است. باید انیمیشن ها و سریال های بسیاری تولید شود و بضاعت فعلی برطرف کننده این نیاز نیست.»

شبکه کودک سیما، شامل هر دو بخش پویا و نهال طی چند دوره، به عنوان پرمخاطب ترین شبکه تلویزیونی شناخته شد. ارتباط مخاطبان این دو شبکه با سامانه ۱۶۲ سازمان صدا و سیما نشان می دهد، ارتباط دوسویه بسیار قوی و مستمری بین این رسانه و مخاطبانانش ایجاد شده؛ بیش از ۶۰ درصد از این مخاطبان در تماس با این سامانه، درخواست پخش برنامه های مختلف و مورد علاقه شان را دارند و بیش از ۱۰ درصد نیز برای قدردانی و تشکر از برنامه های مختلف این شبکه با سامانه ۱۶۲ تماس می گیرند.

«تختی» به جای «مایکل جکسون»

از تاریخ گفتن برای کودکان مساله چالش برانگیزی است. از يك سو تصور گذشته برایشان سخت است و از سوی دیگر نا آگاهی نسبت به داشته های فرهنگی و تجربه تاریخی مصیبت به همراه

دارد. وضعیت کتاب های درسی هم مشخص است. يك نگاه تك بعدی حکمرانی می کند که نتیجه اش می شود حفظ کردن عبارت های بی محتوایی نظیر شاهان نالایق و عیش و نوش در حرم سرا و بی توجهی به دشمن و.... به همه اینها سرزیر شدن سیل ابرقهرمان های سینمایی خارجی از مرد عنکبوتی و بن تن و بتمن و هزار شکل ریزودرشت دیگر را اضافه کنیم که خود را روی لیوان و جلد دفتر مدرسه و لباس و کیف و کفش و اسباب بازی ها جا داده اند. همه اینها با هم جمع می شود و نتیجه اش می شود کودکی که حواسش به گذشته نیست و سرگرم فانتزی های وارداتی شده است. نتیجه دهشتناکی است. همین وضعیت هم باعث می شود که فانتزی های تاریخی بازار پررونقی پیدا کنند. تصویر ابرقهرمانی ساخته شده از کوروش و داریوش در سال های اخیر را مرور کنید. شیفتگی ساده لوحانه نسبت به منشور حقوق بشر هخامنشیان را نیز. حتی تصویرسازی های به اصطلاح مستند شبکه هایی نظیر من وتو در تونل تاریخ نیز همین طور است. از کل جامعه ایران، چند خیابان محدود تهران را نمایش می دهند، با ماشین های نوستالژیک و استخر و دامن و موهای رها شده در آرامش ناشی از وزیدن نسیم!

در چنین وضعیتی است که می توان اهمیت برنامه ساده ای مثل «تو هدیه خدایی» را متوجه شد. پدر و مادرهایی که از چند روز قبل، عکس فرزندان خود را برای شبکه پویا فرستاده اند و منتظرند که در روز موعود چهره فرزندان از تلویزیون پخش شود و تولدش را جشن بگیرند. همین اتفاق هم می افتد و با همان جذابیتی که از برنامه اینچنینی انتظار می رود، این روز مهم برای کودک و والدین، در خاطره شان ثبت می شود. در میانه همین برنامه، به کودکان یادآوری می شود که در این روز، آدم های بزرگ دیگری هم به دنیا آمده اند؛ آدم هایی که عمده تا نسبتی با تاریخ این مرزوبوم دارند.

افتخار آفرینان ورزشی، فعالان فرهنگی، علمای دینی، رجال سیاسی و شهدای حافظ امنیت و استقلال کشور. شاید بشود بر بعضی مصادیق نقدی وارد کرد و پیشنهاد داد که ذکر تولد یکی بر دیگری مقدم شود، اما اصل کار بسیار ارزشمند است. چه اشکالی دارد که تولد تختی، شیرودی، ابراهیمی دینانی، قرائتی و آیت ا... مدنی تبریک گفته شود؟ گوگل حتی نامواره خود را به مناسبت تولد و مرگ آدم های مورد علاقه اش تغییر می دهد، پس چرا ما چنین نکنیم؟ چرا به جای آن مرور کلیشه ای از مناسبت های روز که روی صفحه زرد و کرمی با حاشیه های سوخته و قهوه ای و تصاویر سیاه و سفید و رنگ و رو رفته با يك نریشن سخت روایت می شد و می شود، این پیوند نرم و خوش آب و رنگ با تاریخ و مفاخر جایگزین نشود؟

اصلاح وضعیت نا آگاهی تاریخی توام شده با فانتزی و نوستالژی، از همین قدم های کوچک شروع می شود. از یادآوری مفاخر این آب و خاک، از روایت های همراه با اعتماد به نفس و با رویکرد شناخت فرازفرودها، از بازخوانی های دور از تعصب و همراه با جذابیت.

مجید فضائلی
خبرنگار