



**مادامی که برنامه سازی در تلویزیون و رادیو بر پایه سرگرم کننده بودن، اطلاع رسانی بودن و جذاب بودن باشد شما کافی است هر موضوعی را به آن بپردازید. می خواهید درباره يك بیماری صحبت کرد، درباره يك سیاره دیگر، درباره يك مفهومی که شاید علاقه مندی عمومی هم درباره اش وجود نداشته باشد و... اصل ماجرا در رادیو و تلویزیون اصل روایتگری است که شما آن را به يك روایت تبدیل کنید**

**فایده های علمی**

ویژه نامه رادیو و تلویزیون روزنامه جام جم  
شنبه ۱۷ خرداد ۹۹ • شماره ۷۱۲

رو در رو



تصادفی به برنامه ای علاقه مند کنید در تلویزیون شانس بیشتری خواهد داشت. با این که نمی شود فضای مجازی را نادیده گرفت همچنان تلویزیون رسانه مرجع است و هم قابل اعتمادترین ابزار ارتباطی امروز محسوب می شود.

## همچنان تلویزیون رسانه مرجع است

از سیاوش صفاریان پور در مورد میزان مخاطب تلویزیون و تولیدات علمی فضای مجازی پرسیدیم و او این گونه پاسخ داد.

رسانه جمعی وظیفه اش در دسترس همگان بودن است و از طرف دیگر ضریب نفوذ بالایی نیز دارد. برای همین طبیعی است که تأثیرگذاری رادیو و تلویزیون تا اطلاع ثانوی بیش از هر رسانه دیگری باشد.

این خطای بزرگ همکاران من است که تصور می کنند دوران رادیو و تلویزیون به سر آمده. من بر این عقیده هستم هنوز فراگیرترین، در دسترس ترین و رایگان ترین رسانه ای که در دسترس ماست رادیو و تلویزیون است. بنابراین اگر من بخواهم با يك شهروند ایرانی که مقیم دورترین نقطه کشور است ارتباط برقرار کنم تلویزیون بهترین ابزار است.

هرچند در دورانی هستیم که گوشی هوشمند در دست مان است و دسترسی مان به جهان ارتباطی بیشتر شده است. با این حال کسی که در فضای مجازی است دو حالت دارد یا می داند به دنبال چه چیزی بگردد یا تصادفی يك چیزهایی را پیدا می کند.

در تلویزیون بیشتر تصادفی آن را پیدا می کنند و تعداد کسانی که بخواهی

تاحدود زیادی در برنامه سازی های خود توانسته ای این مرز را به خوبی مدیریت و هر دو طیف مخاطب را پای برنامه های خود بنشانید.

بخش جدی از این ماجرا همان مهارت هایی است که در روزنامه نگاری آموزش داده می شود و استفاده کردن از ارزش های خبری است. به روز کردن و ایجاد دغدغه در مخاطب بسیار مهم است. يك سوی دیگر ماجرا هم این است که شما هم باید وفادار به مفاهیم علمی باشید و هم در عین حال جذاب باشید. این دو گاهی اوقات ممکن است نتوانند حد تعادل را حفظ کنند. این درك قطعی درباره رسانه تلویزیون که اولویت اولش سرگرم کننده بودن است و اولویت دومش اطلاع رسانی بودن و بعد باقی موارد مانند آموزنده بودن و... کار دشواری است. مادامی که برنامه سازی در تلویزیون و رادیو بر پایه سرگرم کننده بودن، اطلاع رسانی بودن و جذاب بودن باشد شما کافی است هر موضوعی را به آن بپردازید. می خواهید درباره يك بیماری صحبت کرد، درباره يك سیاره دیگر، درباره يك مفهومی که شاید علاقه مندی عمومی هم درباره اش وجود نداشته باشد و... اصل ماجرا در رادیو و تلویزیون اصل روایتگری است که شما آن را به يك روایت تبدیل کنید.

**برنامه های علمی چطور مخاطب عمومی پیدا می کند؟**

افرادی که می خواهند درباره يك موضوع علمی صحبت کنند باید بدانند طبیعتاً بیننده تلویزیون شاگرد محصل مدرسه نیست که مجبور باشد در کلاس درس حاضر شود. یافتن افرادی که در پیکره جامعه علمی هستند و می توانند ساده صحبت کنند و جذاب باشند هم یکی از بخش های مهم برنامه سازی در تلویزیون است. اگر کارشناس علمی که بهترین است در يك برنامه حاضر شود؛ اما بلد نباشد به خوبی صحبت کند فایده ای ندارد. برای همین یکی از کارهایی که برنامه ساز باید درست انجام دهد انتخاب درست شخصیت هاست. چه مجری برنامه و چه کارشناسان برنامه و همچنین سردبیر و نویسنده هایی که برای آن در نظر گرفته می شود باید به درستی در کنار یکدیگر قرار گیرند. ما نمی توانیم برنامه سازی را یک فرآیند جمعی در نظر بگیریم و بگویم اگر دیده نشدیم، اما در عوض بهترین استاد دانشگاه را آوردیم. تمام اجزای فرآیند تولید در زمینه مجری،

عکس: سپیده فعال خواه



**شرایط نسبت به گذشته چطور است؟**

من گمانم این است نسبت به گذشته شاید برنامه های علمی بیشتری وجود داشته باشد؛ اما متأسفانه میزان اثرگذاری آنها در حداقل میزان ممکن است و صرفاً هم علت اصلی اش این می تواند باشد که برنامه سازی تلویزیون کار دشواری است و نیاز به يك جور هوشمندی و ادارك نسبت به شناخت مخاطب و نسبت به امکان استفاده از ظرفیت تلویزیون برای پرداختن به مفاهیم علمی خواهد داشت. این فرآیند يك جور مانند فتوستنتر کردن است. نور را شما دریافت می کنید و آن را تبدیل به انرژی خواهید کرد. این که چطور اطلاعات علمی را دریافت کنید و آن را تبدیل به خوراکی کنید که به درد مخاطب عجول حال حاضر بخورد به نظر من يك کار تخصصی است و کار هر کسی نمی تواند باشد. برای همین بهترین کاری که می شود کرد تعداد بسیاری که در این زمینه کار می کنند و تجربه به دست می آورند را افزایش داد. بخش جدی که من خودم آن را به خوبی بلد هستم و تجربه کرده ام و می توانم با اطمینان درباره آن صحبت کنم این است که من در طول تاریخ فعالیت های کوچک و بزرگی که انجام داده ام هرگز ندیده ام برنامه خوبی ساخته شود و مردم درباره آن صحبت نکنند. پس اگر مردم درباره هر برنامه ای چه اجتماعی، چه علمی و... صحبت نمی کنند بخش جدی از آن به خود برنامه که کیفیت لازم را ندارد برمی گردد.

يك برنامه علمی باید طوری ساخته شود که مشخص شود مرز میان مخاطب های خاص و عام مرز باریکی است. به طوری که هم يك دانشمند به آن برنامه علمی علاقه مند باشد و به تماشا بنشیند و هم يك مخاطب عام برایش آنقدر آن برنامه مفهوم و جذاب باشد که دوست داشته باشد به بار اطلاعاتی اضافه کند. چنین کاری به نظر کار ساده ای نیست، اما شما

تماشاگر را به سمت خود جلب کرد. یا برنامه ای مانند موتور جستجو که آزمایش های علمی را جلوی دوربین تلویزیون تبدیل به يك نمایش کرد. یا برنامه چرخ که به لبه مرزهای دانش در لحظه اتفاق پرداخت. برای همین همه آنها در زمان خودشان جالب توجه بودند و طبیعی است که به آنها علاقه مند هستیم؛ اما به آسمان شب به دلیل آن که میزان اثرگذاری فراگیرش بیش از بقیه بود آن را خاطره انگیزتر از بقیه برنامه هایی که ساخته ام می دانم.

کارگردان هنری، کارگردان تلویزیونی و... باید به درستی کنار يك دیگر چیده شود تا بتوان برنامه ای را موفق و با مخاطب زیاد عنوان کرد.

**سال ها تجربه برنامه سازی علمی باعث شده کدام يك از برنامه هایی که ساخته اید را جزو بهترین ساخته های تان بدانید؟**

آسمان شب خاطره انگیزترین و ماندگارترین برنامه ام بود. اما نمی توانم برنامه کندو را از ذهنم خارج کنم و آن به یاد نیآورم که در يك زمان بسیار کوتاه حجم زیادی

**دل مشغولی جدید سیاوش صفاریان پور**

## این روزها پادکست علمی می سازم

این فضای جدید را دارم تجربه می کنم و هم تجربه ارتباط با مخاطب های جدید دارم و البته شاید به نوعی يك گروهی از مخاطب هایی که مدت ها است تلویزیون از زنجیره مصرف شان خارج شده را دارم پیدا می کنم که دلمشغولی آنها بیشتر از هر جای دیگری در این فضا است. بازخوردهایی که دریافت می کنم هم از تعارف و ستایش به دور هستند. معمولاً ارتباط مردم با تلویزیون يك نگاه فرادست است. اما ویدئوکست و پادکست در فضای مجازی متفاوت تر است.

مردم بابت ترفایک اینترنت خود پول پرداخت می کنند و گرفتن مخاطب خیلی سخت تر از تلویزیون است. باید دلیل کافی وجود داشته باشد تا این که تو را تماشا کنند یا گوش دهند. برای همین برای برنامه ساز کار سختی در پیش خواهد بود. هم نیاز به خلاقیت بیشتر است و هم باید در برابر رقیبان موفق تر عمل کرد. برای همین کار در پادکست و چنین فضایی چالش های بامزه و خاص خودش را دارد و من در حال یادگیری در این فضا هستم و تلاشم بر این است تا خیلی خلاصه تر از گذشته رفتار کنم.

**در حال حاضر مشغول به چه کاری هستید؟**

پادکست های علمی می سازم.

**اما همچنان معتقد هستید برنامه سازی در تلویزیون و رادیو بهتر دیده خواهد شد.**

ساخت برنامه نیاز به الزاماتی دارد که به نوع مدیریت، تخصیص بودجه و نوع اعتمادی که به برنامه ساز می کنند برمی گردد. وقتی یکی از این سه ضلع نباشد دچار مشکلاتی خواهید شد و راه برای ساخت برنامه سخت می شود.

**واکنش ها و بازخوردها از پادکست هایی که تاکنون ساخته اید به چه صورت بوده؟**

غافلگیر کننده؛ به دلیل آن که شما همیشه به ارتباط يك سویه ای که از طریق فرستنده تلویزیون با مردم داشته اید عادت کرده اید. اینجا به صورتی است که مردم مستقیم شما را پیدا کرده و در تعامل مستقیم با شما در فضای مجازی هستند. به خاطر همین با کیفیت دیگری از تماس با مخاطب روبه رو هستید. خیلی سریع و نزدیک به شما هستند و خیلی صمیمانه تر برخورد می کنند. چون مدیوم پخش آن محدود است و شما این فراغت و آسودگی را دارید دست به خلاقیت هایی برنیز که شاید در تلویزیون نشود. بنابراین من هم