

باتوجه به این‌که بعد از افطار، بخش عمده جدول پخش تلویزیون در اختیار مجموعه‌های نمایشی است و قبل از افطار نیز برنامه‌های گفت‌وگومحور با ساختاری شبیه «ماه‌عسل» روی آنتن می‌روند، تولید و پخش برنامه‌های سحرگاهی برای روزه‌اولی‌ها در این سال‌های بیشتر مورد توجه بوده است



تلویزیون چطور می‌تواند برای روزه‌اولی‌ها تولید محتوا کند؟

تدارک برای تازه‌واردها



ماه مبارک رمضان برای همه ما به جز جنبه‌های معنوی و دینی از لحاظ خاطره‌بازی و نوستالژی هم ماه بسیار مهمی است. سحرها و افطارهای کودکی طعم ویژه‌ای داشت و وقتی بعد از چند سال به آن سال‌های نگریم، تلفیقی از غم و شادی را به یاد می‌آوریم. برای کودکان و نوجوانان فعلی هم چنین شرایطی وجود دارد، به خصوص برای کسانی که تازه به سن تکلیف رسیده‌اند و اولین روزه‌گرفتن‌ها را در کنار خانواده‌هایشان تجربه می‌کنند. صداوسیما نیز همواره در این تجربه با بچه‌ها همراه بوده و در این سال‌ها با تولید برنامه‌های متنوع، کودکان و نوجوانان روزه‌اولی را تشویق کرده است. در این گزارش مروری بر سابقه این برنامه‌ها خواهیم داشت و به بررسی الزامات تولید محتوای تلویزیونی و برنامه‌سازی دینی برای کودکان و نوجوانان می‌پردازیم.

محمد وفایی
خبرنگار

مصائب شیرین

علاقه‌مند کردن کودکان و نوجوانان به مناسک دینی و انجام واجبات، کار دشواری است که ظرافت‌های فراوانی دارد. در برخی خانواده‌ها چالش‌هایی در این زمینه وجود دارد و زمانی که فرزندان کوچک خانواده به سن تکلیف می‌رسند، نیازمند راهنمایی‌های دقیق و تشویق‌های حساب شده هستند. روزه هم یکی از واجباتی است که البته به دلیل نو بودنش، کودک یا نوجوان معمولاً به آن علاقه نشان می‌دهد، به‌ویژه که گرفتن روزه کامل به نوعی معنای ورود به دنیای بزرگسالان را هم همراه خود دارد و این موضوع مخصوصاً برای نوجوانان اهمیت بالایی دارد. در سال‌های اخیر و برای دهه هشتادی‌هایی که به سن تکلیف می‌رسند، چالش جدیدی هم در مقایسه با نسل‌های قبلی وجود دارد و آن طولانی بودن ساعات روزه‌داری و دیر هنگام بودن اذان مغرب و در نتیجه زمان افطار است. اگر گرمای هوا را هم به این معضل اضافه کنید، متوجه سختی‌های کودکان و نوجوانان برای روزه‌گرفتن می‌شوید. این مشکل برای دختران جدی‌تر از پسران است؛ چرا که زودتر به سن بلوغ می‌رسند و از لحاظ جسمی متحمل سختی‌های بیشتری می‌شوند. از این جهت هم سرگرم کردن بچه‌های روزه‌اولی اهمیت خودش را نشان می‌دهد و بدون شک رسانه ملی نیز یکی از نهادهای مسوول در این حوزه است و وظیفه دارد در ماه مهمانی خدا برای کودکان و نوجوانان

سحرگاهان که موذن برآورد آواز...

تولید برنامه‌های تلویزیونی ویژه ماه مبارک رمضان در قالب‌های مختلف مانند برنامه ترکیبی، سریال، برنامه گفت‌وگومحور و... یکی از سنت‌های همیشگی صداوسیما در چند دهه اخیر بوده و همواره بخشی از این تولیدات به کودکان و نوجوانان اختصاص یافته است.

باتوجه به این‌که بعد از افطار، بخش عمده جدول پخش تلویزیون در اختیار مجموعه‌های نمایشی است و قبل از افطار نیز برنامه‌های گفت‌وگومحور با ساختاری شبیه «ماه‌عسل» روی آنتن می‌روند، تولید و پخش برنامه‌های سحرگاهی برای روزه‌اولی‌ها در این سال‌ها بیشتر مورد توجه بوده است.

این اتفاق کمی دیرافتاده و شاید در دهه ۸۰ کمتر چنین دغدغه‌ای وجود داشت اما حالا چند سالی است که برنامه‌های سحرگاهی بیشتری برای روزه‌اولی‌ها ساخته می‌شود. نمونه‌هایی که ممکن است در سال‌های اخیر دیده باشید، برنامه‌هایی مانند «نوسفران» با اجرای سید جواد هاشمی، بازیگر و کارگردان و «سحر اولی‌ها» با اجرای اکرم محمدی خواه از مجریان قدیمی برنامه‌های کودک و نوجوان است.

همچنین برنامه «سر سفره خدا» که در شبکه نهال روی آنتن رفت و نظر مخاطبان روزه‌اولی را به خود جلب کرد؛ البته تلویزیون در ساعات پیش از افطار هم تجربیاتی داشته و به عنوان مثال برنامه «رفیق» در ماه رمضان سال گذشته در شبکه امید به توفیق نسبی دست پیدا کرد و امسال هم فصل دوم آن در حال پخش است.

دغدغه حضور کودکان و نوجوانان در برنامه‌های رمضان در سال‌های گذشته کمی محدودتر بود و شاید پرنرنگ‌ترین بخش آن حضور بچه‌ها به عنوان قاری قرآن و مؤذن و اعضای گروه سرود و تواشیح بود؛ اتفاقی که به عنوان مثال در دوره‌ای که شبکه دو به عنوان شبکه کودک فعالیت می‌کرد مشاهده می‌شد و هر شب اذان مغرب را یک نوجوان قرائت می‌کرد.

به عنوان سرگرمی‌های محبوب نسل‌های جدید، بخش عمده‌ای از وقت نوجوانان را به خود اختصاص می‌دهند و رقبای قدرتمندی برای تلویزیون محسوب می‌شوند.

برنامه‌سازی کند. به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا در کشور، مدارس هم تعطیل هستند و بچه‌ها امکان وقت‌گذراندن با همسالان خود را ندارند و در این میان شبکه‌های اجتماعی و بازی‌های کامپیوتری

حقیقت مجازی

برنامه‌سازی دینی برای کودکان و نوجوانان الزاماتی دارد که باید از طرف سازندگان در نظر گرفته شود تا جلب مخاطب اتفاق بیفتد. اولین و مهم‌ترین نکته در این کار، گفتن غیرمستقیم مفاهیم دینی و مذهبی و پرهیز از مستقیم‌گویی و شعارزدگی است. به‌طور کلی مخاطب تلویزیون تحمل شنیدن نصیحت و نگاه بالا به پایین را ندارد و وقتی مخاطب نوجوان باشد این ویژگی نمود شدیدتری هم دارد و به هیچ عنوان پذیرفته نیست. نکته دیگر استفاده از قالب‌های متنوع هنری مانند انیمیشن، نمایش عروسکی و... و در نظر گرفتن بخش‌های کوتاه و متنوع در خلال برنامه است. اگر قرار است بیننده کم‌حوصله امروزی شاهد یک گفت‌وگوی چهل دقیقه‌ای باشد، قطعاً باید با نمایش آیت‌هایی ذائقه‌اش را تازه کرد تا برای تماشای ادامه برنامه انگیزه پیدا کند. یکی دیگر از الزامات برنامه‌سازی برای



یک برنامه نوجوانانه برای جذب و نگه‌داشتن مخاطبش چاره‌ای جز حضور مستمر و فعال در شبکه‌های اجتماعی و حتی در صورت لزوم تولید اپلیکیشن اختصاصی برنامه ندارد. در سال ۱۴۰۰ بهترین - و شاید تنها - راه جلب نظر مخاطب نوجوان، حضور در گوشی هوشمندش است.

نوجوانان، توجه کافی به فضای مجازی است؛ فضایی که برای دهه هشتادی‌ها از هر حقیقتی حقیقی‌تر است و بخش عمده‌ای از زندگی‌شان در آن می‌گذرد. شاید تا پیش از این ارتباط مجازی بین برنامه تلویزیونی و مخاطبان یک امر فوق برنامه و اختیاری بود اما امروز شرایط تغییر کرده و