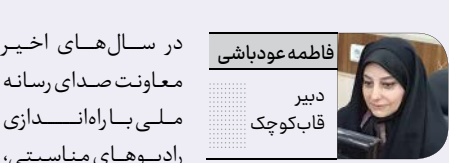


«رادیو حماسه»؛ صدایی که در بحران متولد شد



گامی معنادار در جهت بازتعریف نسبت رسانه با زمان و موقعیت برداشته است. رادیوهایی همچون «رادیو انتظار»، «رادیو نیایش»، «رادیو محرم» و... هر یک در بستر مناسبت‌های دینی و اجتماعی شکل گرفته و توانسته با تمرکز بر نیازهای خاص مخاطب در آن مقاطع زمانی، تجربه‌ای متفاوت از همراهی رسانه‌ای خلق کنند. این رادیوها نشان داده‌اند اگر رسانه بتواند خود را با حال و هوای عمومی جامعه تنظیم کند، نه تنها شنیده می‌شود بلکه به بخشی از زیست روزمره مخاطب تبدیل خواهد شد.

ویژگی مشترک این رادیوها، مناسبت‌محوری در عین مخاطب‌محوری است؛ بدین معنا که محتوا، ساختار و حتی لحن برنامه‌ها، متناسب با فضای روانی و فرهنگی جامعه طراحی می‌شود. در چنین الگویی، رسانه از حالت کلی‌گویی خارج شده و به سمت تولید محتوای هدفمند و موقعیت‌مند حرکت می‌کند. این تجربه، به‌ویژه در دنیای رقابتی امروز که مخاطب با انبوهی از پیام‌ها مواجه است، یک مزیت راهبردی محسوب می‌شود.

در ادامه همین مسیر، راه‌اندازی رادیو حماسه را باید نقطه عطفی در تکامل این رویکرد دانست. اگر رادیوهای پیشین عمدتا در بستر مناسبت‌های تقویمی شکل می‌گرفتند، رادیو حماسه پاسخی به یک موقعیت اضطراری و تاریخی است؛ موقعیتی که نیازمند سرعت، دقت و حضور مؤثر رسانه در کنار مردم است. تولد این رادیو در کمتر از ۲۴ ساعت، بیش از آن‌که یک اقدام فنی باشد، نشانه‌ای از بلوغ ساختار رسانه‌ای در مواجهه با بحران است. رادیو حماسه، در امتداد تجربه‌های پیشین اما با کارکردی متفاوت تلاش کرده است سه مأموریت اصلی را دنبال کند: «اطلاع‌رسانی دقیق و به‌موقع»، «تقویت روحیه و امید اجتماعی» و «ایجاد انسجام و همبستگی ملی». در شرایطی که جامعه با حجم بالایی از اخبار و تحلیل‌ها روبه‌روست، وجود یک مرجع قابل اعتماد که بتواند روایت رسمی، شفاف و اقناع‌کننده ارائه دهد، ضرورتی انکارناپذیر است.

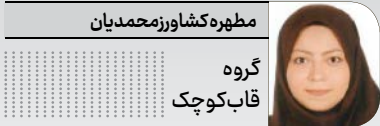
از سوی دیگر، این رادیو با درک درست از کنش اجتماعی مردم- به‌ویژه در ساعات شبانگاهی- توانسته خود را به بخشی از میدان تبدیل کند. پخش سرودهای حماسی، مداحی‌ها و محتواهای انگیزشی همزمان با حضور میدانی مردم، نشان‌دهنده نوعی هم‌افزایی میان رسانه و جامعه است که در کمتر تجربه‌ای دیده شده. این تعامل، رادیو را از یک ابزار صرفا اطلاع‌رسان، به یک رسانه فعال در صحنه اجتماعی ارتقا می‌دهد.

نکته مهم دیگر، نقش رادیو حماسه در مدیریت جنگ روایت‌هاست. در شرایطی که رسانه‌های معاند با هدف ایجاد ترس و تفرقه فعالیت می‌کنند، این رادیو با بهره‌گیری از کارشناسان و تکیه بر مؤلفه‌های دینی و ملی تلاش دارد تصویری روشن، منسجم و امیدبخش از واقعیت ارائه دهد. چنین رویکردی- به‌ویژه در بزنگاه‌های حساس- می‌تواند به تثبیت اعتماد عمومی کمک کند.

در مجموع، تجربه رادیوهای مناسبتی و به‌ویژه رادیو حماسه نشان می‌دهد که آینده رادیو در چابکی، تخصص‌گرایی و پاسخگویی به نیازهای لحظه‌ای نهفته است. افزون بر این، تجربه موفق این رادیوها می‌تواند به توسعه الگوی رسانه‌های موقعیت‌محور در دیگر حوزه‌ها نیز منجر شود؛ از بحران‌های طبیعی گرفته تا رویدادهای ملی و فرهنگی. بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، تقویت بسترهای تعاملی با مخاطبان و استفاده از داده‌های رفتاری برای طراحی محتوا می‌تواند این مسیر را کارآمدتر کند. در چنین چشم‌اندازی، رادیو نه یک رسانه سنتی بلکه رسانه‌ای زنده و پویا خواهد بود که همگام با تحولات جامعه نقش‌آفرینی می‌کند و حتی در شکل‌دهی به افکار عمومی پیشگام می‌شود.

«طعم طبیعت»؛ روایت غذا و فرهنگ

اقوام ایرانی در قاب مستند



مجموعه مستند «طعم طبیعت» به تهیه‌کنندگی و کارگردانی سیدمصطفی نبوی، از تولیدات جدید شبکه مستند است که با تمرکز بر غذاهای محلی ایران، روایتی تماشایی از فرهنگ، پوشش و سبک زندگی اقوام مختلف

کشور ارائه می‌دهد. سیدمصطفی نبوی، تهیه‌کننده و کارگردان مجموعه طعم طبیعت، در گفت‌وگو با خبرنگار قاب‌کوچک درباره این مجموعه گفت: پایه و محور اصلی طعم طبیعت غذاهای محلی استان‌های مختلف کشور است اما روایت ما به غذا محدود نمی‌شود و عناصر فرهنگی متعددی در کنار آن دیده می‌شود.

وی افزود: در هر قسمت، مخاطب علاوه بر آشنایی با یک غذای بومی، با لباس محلی، لهجه، موقعیت مکانی



چابک و موقعیت‌محور در کنار مردم قرار گیرد. این رادیو با درک درست از شرایط روانی و اجتماعی جامعه، تلاش کرده است علاوه بر انتقال اخبار موثق و بهنگام، به تقویت روحیه عمومی و ایجاد حس همبستگی ملی نیز کمک کند. تمرکز بر روایت‌گری موثر، بازتاب حضور میدانی مردم و برجسته‌سازی توانمندی‌های ملی، از جمله ویژگی‌هایی است که رادیو حماسه را به نمونه‌ای موفق از رسانه در لحظه نیاز تبدیل کرده است. تجربه این رادیو نشان می‌دهد که در شرایط حساس، سرعت، دقت و همراهی صادقانه با مخاطب می‌تواند رسانه را به مرجعی قابل اعتماد و اثرگذار بدل کند. در چنین فضایی، رادیو حماسه نه تنها یک رسانه، بلکه بخشی از کنش اجتماعی و بازتاب‌دهنده اراده جمعی مردم محسوب می‌شود. از این رویرامون این موضوع با احمد پهلوانیان، معاون صدا و مسعود کاویانی، مدیر رادیو حماسه گفت‌وگو کردیم. همچنین ابوذر ابراهیم، مدیر روابط عمومی معاونت صدا نیز پیرامون این شبکه رادیویی یادداشت نوشته است.

رادیو حماسه؛ بازتعریف رسانه‌ای هویت ملی در عصر قایت‌های نوین

احمد پهلوانیان، معاون صدای رسانه ملی با اشاره به جایگاه راهبردی رادیو حماسه در فضای رسانه‌ای کشور گفت: رادیو حماسه صرفا یک شبکه رادیویی نیست، بلکه یک جریان فرهنگی-رسانه‌ای است که تلاش می‌کند در بزنگاه‌های اجتماعی، نقش فعال و اثرگذاری در تقویت انسجام ملی ایفا کند.

وی در پاسخ به این پرسش که رادیو حماسه در شرایط پیچیده و رقابتی امروز چه مأموریتی برای خود تعریف کرده است، اظهار کرد: در دنیای امروز که مخاطب با انبوهی از پیام‌ها و روایت‌های متنوع مواجه است، رسانه‌ای موفق خواهد بود که بتواند روایت معتبر، هویت‌محور و امیدآفرین ارائه دهد.

رادیو حماسه دقیقا با همین رویکرد شکل گرفته و مأموریت خود را تقویت روحیه ملی و بازنمایی وحدت مردم ایران تعریف کرده است.

پهلوانیان افزود: ما در رادیو حماسه تلاش می‌کنیم از قالب‌های سنتی عبور کرده و به سمت روایت‌گری اثرگذار حرکت کنیم. پخش سرودها و مداحی‌ها تنها بخشی از کارکرد این رسانه است؛ بخش مهم‌تر، ایجاد یک فضای ذهنی مشترک میان مخاطبان است که در آن احساس تعلق، همبستگی و اعتماد تقویت شود.

معاون صدا درباره تمایز رادیو حماسه با سایر شبکه‌های رادیویی بیان کرد: وجه تمایز اصلی این شبکه در «کارکرد هویتی» آن است. رادیو حماسه به دنبال سرگرمی صرف نیست، بلکه به دنبال معنادادن به تجربه زیسته مخاطب در بستر تحولات اجتماعی است. این رسانه تلاش می‌کند با بازخوانی تاریخ، روایت مقاومت و برجسته‌سازی نقاط قوت ملی، نوعی خودآگاهی جمعی ایجاد کند.

پهلوانیان در پاسخ به این سؤال که برنامه‌های رادیو حماسه چگونه طراحی و تولید می‌شوند، گفت: ما در طراحی برنامه‌ها به سه اصل توجه داریم؛ «محتوای معنادار»، «قالب جذاب» و «زمان‌بندی هوشمند». ترکیب این سه عامل باعث می‌شود پیام‌ها نه تنها شنیده شوند، بلکه در ذهن مخاطب ماندگار گردند. به همین دلیل، از روایت‌های تاریخی، گفت‌وگوهای تحلیلی و تولیدات ترکیبی استفاده می‌کنیم تا مخاطب درگیر محتوا شود.

وی درباره اهمیت زمان پخش برنامه‌ها، به‌ویژه در ساعات ۱۹ تا ۲۴ اظهار کرد: این بازه زمانی، اوج حضور خانوادگی و تمرکز مخاطب است. ما از این فرصت برای تقویت حس همدلی و هم‌سرنوشتی استفاده می‌کنیم. در این ساعات، رادیو حماسه به نوعی به «صدای مشترک خانواده‌ها» تبدیل می‌شود و می‌تواند نقش مهمی در همگرایی اجتماعی ایفا کند. معاون صدا در ادامه به نقش فناوری‌های نوین در توسعه این شبکه اشاره کرد و گفت: آینده رسانه بدون حضور جدی در بسترهای دیجیتال قابل تصور نیست. ما تلاش کرده‌ایم رادیو حماسه را از یک رسانه صرفا شنیداری به یک تجربه چندسکویی تبدیل کنیم. حضور در فضای آنلاین، اپلیکیشن‌ها و بسترهای تعاملی، به ما این امکان را داده تا ارتباط نزدیک‌تری با مخاطبان برقرار کنیم.

وی تأکید کرد: امروز مخاطب می‌خواهد انتخاب کند، مشارکت داشته باشد و حتی در تولید محتوا نقش ایفا کند. ما نیز در تلاشیم این فضا را فراهم کنیم تا رادیو حماسه به رسانه‌ای تعاملی‌تر تبدیل شود.

پهلوانیان در ادامه با اشاره به اهمیت «مرجعیت رسانه‌ای» در شرایط کنونی افزود: یکی از اهداف کلیدی ما این است که رادیو حماسه به عنوان یک مرجع قابل اعتماد در حوزه روایت‌های ملی و حماسی شناخته شود. در دورانی که شایعات و اخبار غیرموثق به سرعت در فضای مجازی منتشر می‌شوند، رسانه‌ای موفق است که بتواند با ارائه محتوای دقیق، مستند و به‌موقع، اعتماد مخاطب را جلب و حفظ کند.

وی خاطرنشان کرد: برای تحقق این هدف، سراغ تولید محتواهایی رفته‌ایم که علاوه بر بار احساسی، دارای پشتوانه تحلیلی و تاریخی نیز باشند.

به عبارت دیگر، تلاش کرده‌ایم میان «احساس» و «آگاهی» توازن برقرار کنیم تا مخاطب نه

و نوع زندگی مردم آن منطقه نیز همراه می‌شود. درواقع غذا بهانه‌ای برای ورود به جهان زیست بومی هر منطقه است. نبوی با بیان این‌که طعم طبیعت در قالب ۵۰ قسمت تولید شده است، گفت: یکی از ویژگی‌های مهم این مجموعه، حذف کامل نریشن و گفتار متن است. ما تصمیم گرفتیم روایت را صرفا با تصویر و صداهای طبیعی پیش ببریم؛ صدای طبیعت، صدای زندگی روزمره و صدای پخت غذا.

این مستندساز درباره لوکیشن‌های تصویربرداری هم توضیح داد: تا امروز در شش استان گیلان، مازندران، گلستان، زنجان، قم و قزوین تصویربرداری داشته‌ایم. تمرکز ما به‌طور جدی بر فضا‌های روستایی و سنتی بوده و وارد فضا‌های شهری نشده‌ایم، چراکه لوکیشن بخش مهمی از هویت بصری کار ماست. وی افزود: در طعم طبیعت، لوکیشن صرفا پس‌زمینه نیست. گاهی انتخاب یا تغییر لوکیشن، سرنوشت یک روز کاری را تعیین می‌کند

در گفت و گو با قاب کوچک ابتکار معاونت صد

رویش رادیو



کنیم. پیام ما به مخاطبان این است که این صد است و با همراهی مردم، رساتر از همیشه شنیده

رادیو حماسه؛ پاسخی فوری به نیاز مردم

مسعود کاویانی، مدیر رادیو گفت: رادیوهای مناسبتی، رسانه ملی در راستای هم مختلف راه‌اندازی می‌کند است. رادیو حماسه، آخ پس از جنگ تحمیلی سو صداوسیما، در کمتر از ۲۴ س از راه‌اندازی رادیو نیایش، باتوجه به آ جنگ، دستور شکل‌گیری رادیو حماسه صادر روشی انقلابی، در کمتر از ۲۴ ساعت این رادیو رو وی ادامه داد: باتوجه به فضای حماسی کشور و بازخوردهای تلفنی و میدانی نشان داد مردم استفاده می‌کنند؛ زیرا هر رسانه‌ای که در کنار شود، جای خود را باز می‌کند. به عبارتی در کن در رسانه ملی نیز حماسه‌ای جدید در عرصه ج

فقط تحت تأثیر قرار گیرد، بلکه به درک عمیق تری از مسائل نیز برسد.

معاون صدا همچنین درباره نقش نخبگان و کارشناسان در برنامه‌های رادیو حماسه، گفت: استفاده از دیدگاه‌های کارشناسی یکی از محورهای اصلی تولید محتوا در این شبکه است. ما معتقدیم که گفت‌وگوی تخصصی و تحلیل‌های عمیق می‌تواند به ارتقای سطح آگاهی عمومی کمک کند و مخاطب را از سطح دریافت صرف پیام، به سطح مشارکت فکری ارتقا دهد.

پهلوانیان در ادامه به موضوع «امیدآفرینی» در رسانه اشاره کرد و افزود: یکی از مهم‌ترین کارکردهای رادیو حماسه، ایجاد امید و تقویت نگاه رو به آینده است. ما تلاش می‌کنیم در کنار بازخوانی افتخارات گذشته، به ظرفیت‌ها و فرصت‌های پیش‌رو نیز بپردازیم و روایتی واقع‌بینانه اما امیدوارکننده از آینده ارائه دهیم.

وی در بخش دیگری از سخنان خود به اهمیت توجه به تنوع مخاطبان اشاره کرد و گفت: جامعه مخاطبان ما یک‌دست نیست و شامل گروه‌های مختلف سنی، فرهنگی و اجتماعی می‌شود. بنابراین ما تلاش کرده‌ایم با طراحی برنامه‌های متنوع، نیازها و سلیاق مختلف را پوشش دهیم و ارتباط مؤثرتری با اقشار مختلف برقرار کنیم.

پهلوانیان افزود: به‌ویژه توجه به نسل جوان برای ما اهمیت ویژه‌ای دارد. این نسل با رسانه‌های نوین خو گرفته و انتظارات متفاوتی دارد، بنابراین ما نیز باید با زبان و قالبی متناسب با آنها سخن بگوییم. رادیو حماسه یک پروژه مقطعی نیست، بلکه یک مسیر مستمر و رو به رشد است. ما باور داریم که با اتکا به سرمایه اجتماعی مردم و بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای، می‌توانیم این شبکه را به یکی از تأثیرگذارترین صدا‌های ملی تبدیل

گفت‌وگوی «قاب کوچک» با اکبر منانی، دوبلور پیشکسوت درباره ۶۵ سال فعالیتش

مردم هنوز «زبل خان» و «گلام» را به یاد دارند



اکبر منانی از جمله پیشکسوتان دوبله به‌شمار می‌رود که ۶۵ سال از زندگی خود را صرف این هنر کرده است. او علاوه بر دوبله نقش هرکول پوارو، گوینده برخی از ماندگارترین و خاطره‌انگیزترین شخصیت‌های کارتون‌ی از جمله «زبل خان»، گلام در انیمیشن «گالیور» و جو دالتون در «لوک خوش شانس» بوده است. این دوبلور پیشکسوت همچنین روایت برخی از مستند‌های ماندگار تلویزیون مانند «سیاره ما» و «سلسله‌ها» را برعهده داشته است. منانی چندی پیش جراحی عمل قلب را از سر گذشته است. او در این

گفت‌وگو. هرچند ذهنش چندان یاری نمی‌کرد. اما از دوبله‌های ماندگارش می‌گوید و توصیه‌هایی را به جوانان علاقه‌مند به این هنر ارائه می‌کند. اگرچه منانی با دوبله کاراکتر هرکول پوآرو بیشتر شناخته شده اما او در حوزه دوبله کارهای کودک هم بد طولایی دارد. این دوبلور پیشکسوت در این باره توضیح می‌دهد: یکی از پراکارترین دوبلورها در حوزه کودک هستم. آن سال‌ها برای کارهای کودک تیپ‌سازی می‌کردم. متأسفانه الان دیگر حنجره‌ام باری نمی‌کند. آن زمان ۲۴ ساعته کار می‌کردم. حتی در بین همکاران معروف بودم که ۲۸ ساعته کار می‌کنم. شاید در این ۴۸ ساعت بیشتر از شش ساعت نمی‌خوانیدم. البته در سال‌های اخیر کار خوب کودک هم خیلی کم شده و

شاید سالی یک کار خوب هم در این حوزه تولید نمی‌شود.

حضور پررنگ منانی در حوزه دوبله کودک به سال‌هایی باز می‌گردد که بسیاری از دوبلورها حاضر به فعالیت در این حوزه نبودند. منانی اما نظر دیگری دارد و تأکید می‌کند: کار کودک برای من خیلی جذاب است و آن را از بسیاری ژانرهای دیگر مهم‌تر می‌دانم. کار کودک فقط شامل دوبله معمولی نمی‌شود و باید در آن تیپ‌سازی هم کرد. من تیپ‌هایی را گفته‌ام که مثل توپ صدا کرده است. مثلا «زبل خان». اتفاقا از قدیم دوبلور خوب در کار کودک کم داشتیم؛ دوبلوری که بتواند تیپ‌سازی کند و شخصیت متفاوتی ارائه دهد. دوبله کار کودک بسیار اهمیت دارد، چراکه به

