

نشت دو روزه مدیران فرستنده‌های رادیویی و تلویزیونی سراسر کشور طی آیینی با حضور معاون توسعه و فناوری رسانه، رئیس سازمان تنظیم مقررات، مدیرکل صداوسیماي خراسان رضوی و جمعی از مدیران فرستنده‌های کشور در مشهد به کار خود پایان داد.

علیرضا شریفی، معاون توسعه و فناوری رسانه در بخشی از سخنان خود به اجرای طرح راه‌اندازی ۲۰۰ کانال و فرستنده

راه‌اندازی ۲۰۰ کانال و فرستنده انتخاباتی

صدا و سیما که آگاهی بخشی می‌کند

نگری به سبک نو

فرم نویی در دنیا نیست اما فرم جدیدی در فضای رسانه‌ای ما به حساب می‌آید. وی ادامه می‌دهد: نقطه مزیت دی‌بی‌سی و چنین برنامه‌هایی در فرم نیست بلکه رویکرد ته‌اجمی آنهاست. پیش از این عادت داشتیم دفاع کنیم. برداشت‌مان از تبیین دفاع کردن بود. یعنی می‌گفتم فلان رسانه شیپانی را مطرح کرده و ما لازم است به اینها پاسخ دهیم. فضای رسانه‌ای ما به گونه‌ای بود که فقط می‌خواستیم پاسخ دهیم و به قول معروف دست‌های برتر خود را فراموش کرده بودیم. این در حالی است که ما در بسیاری از حوزه‌ها حرفی برای گفتن داریم. یادمان رفته بود گاهی ما هم باید در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... حمله کنیم. به لحاظ غنی بودن فرهنگ و مبانی اخلاقی و اعتقادی که داریم و ساختارهای دینی و اجتماعی کهن‌مان در خیلی جاها حرفی برای گفتن

داریم. اتفاقا به لحاظ اختلالات فکری به معنی تعدد افکار بی‌پایه که در جامعه غرب وجود دارد و سرمایه‌محوری‌شان و حتی این‌که اخلاق را حول محور سرمایه تعریف می‌کنند در فضا‌های سیاسی، اجتماعی و... خیلی ضعف‌ها و اشتباهات بزرگ‌تری نسبت به ساختار اجتماعی ما دارند.

تقی‌زاده ادامه می‌دهد: دست برتر «دی‌بی‌سی» و «پاورقی» این است که به جای دفاع، حمله رسانه‌ای می‌کند. می‌بینیم که برخی غرب‌زده‌ها و شبه روشنفکرها برداشت‌شان از فیلمی که نشان می‌دهد آسفالت زمین‌های کشور مشکل دارد این است که ما بدیخت هستیم! این یک گزاره خود تحقیری است. مخاطبان را در چنین فضایی نگه می‌دارند و مقابله رسانه‌های جبهه فرهنگی انقلاب به این صورت بود که دفاع کند و بگوید مفروضتان از ابتدا اشتباه است. نتیجه‌گیری‌تان از خراب بودن آسفالت غلط است؛ دیگر کشورها هم چنین مشکلاتی دارند و... رویکرد عمده دی‌بی‌سی و پاورقی نقد فضای شبه‌روشنفکری و غرب‌زده است. محتوای برنامه پاورقی در فضا‌های اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای است ولی در برنامه دی‌بی‌سی ته‌اجم به خودتحقیری را در فضای خبری و آدم‌های رسانه‌ای وارد می‌کند.

از آنچه کارگردان برنامه دی‌بی‌سی درباره حمله رسانه‌ای مطرح می‌کند می‌توان برداشت کرد که باید در رسانه‌های داخلی روایت اول را در دست بگیریم و صرفا واکنش دهنده نباشیم. تقی‌زاده در این باره

انتخاباتی در حوزه‌های انتخابیه کشور اشاره و بیان کرد؛ دنیا برای برودکست چشم‌انداز رو به افولی متصور شده است اما طرح‌هایی مانند راه‌اندازی کانال‌های انتخاباتی باعث حیات انتشار رادیو و تلویزیون (برودکست) می‌شود. وی اهمیت راه‌اندازی این طرح را به‌منظور پخش برابر تبلیغات انتخاباتی نامزد‌های نمایندگی مجلس دوازدهم، برای نخستین بار اعلام کرد و ادامه داد: این طرح در راستای سند تحول فنی سازمان

می‌گوید: این تعریف رسانه‌ای از موضوعی است که درباره آن صحبت کردیم. صاحب روایت اول بودن به یکی از ارزش‌های خبری که همان تازگی است اشاره دارد. تاثیرگذاری خبر یا تازگی آن پیوند دارد. این یکی از مسائل ماست اما مسأله اصلی نیست. آنچه مهم است این است که به لحاظ مبنایی و نگرشی ظرفیت‌های خود را بشناسی.

نقیضه حرف‌های مسخره به زبان جدی

برنامه‌هایی در رادیو و تلویزیون سراغ داریم که همین رسالت را بر عهده دارند اما با زبانی به جز طنز، هوایی تازه در فضای روشنگری دمیده‌اند. از تقی‌زاده درباره الزامات یافتن زبان تازه رسانه‌ای و استمرار در آن می‌پرسیم و بیان می‌کنیم چگونه می‌توان از زبان، محتوا و ساختار کلیشه‌ای در امر تبیین فاصله گرفت و تنوع ایجاد کرد؟ وی با محور قرار دادن برنامه خود پاسخ می‌دهد: قالبی که ما انتخاب کردیم طنز است. طنز را می‌توان قالبی دانست که عامه مردم راحت‌تر می‌توانند



با آن ارتباط برقرار کنند. نکته اینجاست نوع طنزی که ما انتخاب کردیم خاص‌تر و متمایزتر است. یعنی طنز عامه نیست؛ نقیضه است. کاراگرهای برنامه دی‌بی‌سی مسخره نیستند؛ اگر نگاه کنید رسانه‌هایی مثل بی‌بی‌سی و ایران اینترنشنال هم حرف‌های مسخره و گاهی دروغ را در جدی‌ترین حالت ممکن و با اعتمادبفیس بیان می‌کنند. نوع طنز ما هم همین است. حرف‌های مسخره آنان را به رسم طنز اگرچه و اغراق شده‌تر کردیم و به صورت جدی مطرح می‌کنیم. ما به این نوع طنز -که نقیضه است- رسیدیم و تصورمان این است که تاثیرگذاری بیشتری دارد.

تبیین به زبان نو و ساده

وقتی صحبت از تبیین می‌شود، اهمیت یک زبان ساده برای بیان آن اهمیت بسیاری پیدا می‌کند. آنطور که نگاهی ساده به برنامه‌های تبیینی تلویزیون نشان می‌دهد، این زبان ساده توانسته جای خود را در میان برنامه‌های تلویزیونی باز کند. یعنی حتی در برنامه‌هایی مثل جام‌جم که حال و هوای آن بر پایه گفت‌وگوست، می‌توان رگ و ریشه‌های این زبان ساده و قابل‌درک برای مخاطب را مشاهده کرد. این کار با استفاده از مهمانان و چهره‌های تازه در کنار زبان ساده و صریح، اتفاق افتاده است. تلویزیون تلاش کرده حتی بعد از جریان ماجرای طوفان لاقصی و شدت گرفتن ظلمی که به مردم غزه می‌شود، مرجعیت رسانه‌ای خود را حفظ کند و به سمت بیان درست، اطلاعات تازه و بدیع و مصاحبه‌های تازه برود. این طیف متنوعی که در برنامه‌های تبیینی دیده می‌شود در تولیدات اخیر تلویزیون از پاورقی و دی‌بی‌سی تا جام‌جم به خوبی مشهود است. نباید فراموش کرد که بیان شفاف آن هم در دوره‌ای که رسانه‌ها با کوران حوادث و اطلاعات مواجه هستند، اهمیت بسیاری دارد. کما اینکه پیش از این هم رهبری در بیان نقش محوری صدا و سیما در جهاد تبیین، به مسأله قراگاه رسانه‌ای تولید و انتشار مبانی، مفاهیم و مصادیق جهاد تبیین در تلویزیون اشاره کرده بودند.

۶	دبیر یازنشته هستم از برنامه پاورقی تشکر می‌کنم	هدی بیگدلی از فارس
۷	لطفا دی‌بی‌سی را بیشتر نشان دهید. فقط لطفا پخش هایش را متنوع‌تر کنید	بنیامین الیاسی از اصفهان
۸	زمان برنامه پاورقی را بیشتر کنید. کلیپ‌های پخش شده خیلی جالب است	حانیه کریمی از کرمان
۹	از پخش برنامه‌هایی مثل مکث تشکر می‌کنم جایش خالی بود	محمدحسین اسداللهی از تهران
۱۰	برنامه دی‌بی‌سی وزیر نویس‌های طنزش عالی است کاش کمدی دیگر شبکه‌ها را هم بسازید	هاشم گیل‌زاری از تهران



ریویگرد

برنامه‌سازی رو به آینده

دنیای امروز، دنیای پرشتابی از جهت پیشرفت‌های فناوریانه و همچنین اندیشه‌های شتابناک و روز به روز متغیر و متنوع و متلون است. انسان در نوعی بی‌ثباتی به‌سر می‌برد. نمی‌داند در این رنگارنگی به کجا اتکا کند. در بند شکل و فرم مانده است. می‌انگارد که ظاهرگرایی و سطحی‌انگاری بسیار بهتر از هر چیزی است. دنیای بیرونی نیز به‌او تصاویر بسیاری نشان می‌دهد که او را حیران می‌سازد. به دنبال رنگ‌های مختلف می‌رود تا شاید در یکی از آنها به ثبات و آرامش برسد، به اندیشه خود توجه داشته باشد و عمقی را جست‌وجو و انسجام خود را حفظ کند. این ابعاد تا اندازه‌ای آسیب‌زننده تغییر و تکثر ظاهری بیرونی است اما می‌توان از درون این وضعیت، تلاش کرد تا به نوعی استنباط قابل اتکا رسید. برای این انتخاب نیز، بهتر است از زبان‌های مرسوم بیشتر دیده‌شده بهره جست تا پیننده مسحور در این ظاهر، به نکته‌ای و عمقی توجه داده شود. این تلاشی است که هر فعال این عرصه همچون رسانه‌ها و تولیدکنندگان محتوا، به‌عهده دارد. در اینجا انگاره تقلید و کپی‌برداری مطرح نیست. دنیا، دنیای اصطلاحاً حابی‌مرز آن‌ها ظاهر، شکل و ساختار است. بنابراین رفتن در قالبی آشنا حتی از ساختارهای متقابل با ما، به نیت رسوخ دادن اندیشه و نکته‌ای ثابت، کاری بهینه است. به شرطی که ناخواسته به ذهنیت ماکیاولیستی «هدف وسیله را توجیه می‌کند» گرایش نیابیم. از این مقدمه نسبتاً مطول عبور کنیم.

مدتی است در ساختارهای سیما، برنامه‌های جدیدی تولید و روی آنتن فرستاده می‌شود که از ظاهر و فرم برنامه‌سازی تجربه شده در رسانه‌های خارجی استفاده کرده‌اند. یعنی با نگاهی متحول‌گرا به روش‌هایی که دنیای امروز در برابر همه گذشتند، متوسل شده‌اند تا منظرف فرهنگی خودمان را در آن جای دهند. برنامه‌هایی چون «مکث» یا «پاورقی» و مانند آن یا مشابه ورزش گونه‌اش «ویدئو چک»، از جمله این برنامه‌هاست که گاه در قالبی بسیار جدی و گاه در قالبی طنزانه و هجوگویانه، کوشیده‌اند مخاطب جدیدی برای رسانه ملی بسازند که چشمش به برنامه‌هایی مشابه در رسانه‌های ماهواره‌ای آشناست. وقتی ساختارهای بیرونی مورد توجه هستند، چرا از این مقبولیت استفاده نشود برای انتقال محتوای داخلی؟ تجربه برنامه «عصر جدید» یا نمونه‌های دیگر از تجربه‌هایی آشناست که در ابتدای راه، قلم به دستان کوشیدند با مطرح کردن تجربه‌های‌شان به آنها برچسب کپی‌برداری یا تقلید ناشیانه بزنند یا منتسب به دشمنان کنند و مانند آن. اما به تدریج این برنامه‌ها، هویت بومی خود را تثبیت کردند و مخاطب همراه این قالب داخلی شد. اکنون هم برای برنامه‌های جدید، همین نکته مطرح است.

برای مثال، برنامه مکث که درباره رویدادهای سیاسی روز تولید می‌شود همان محتوایی را دارد که شاید در بسیاری از گزارش‌های شبکه خبر دیده‌ایم اما ساختار تصویری‌اش بسیار آشنا و دیده‌شده در شبکه‌های برون‌مرزی است. مجری با هدفن بر گوش در برابر میکروفن درشتی که در کنارش هست و ابزارهای تولید محتوا یا حرکات بدنی مجری و مفسر برنامه در لایه‌لای تصاویر گزیده شده، همه و همه در شبکه‌های دیگر دیده شده‌است. حتی این قالب انتخابی و در حال اجرا در این برنامه در چند شبکه استانی هم در حال بهره‌برداری است. این تلاش که چشم‌مان آشنا به ظواهر آشنا را بتوان با محتوایی متفاوت همراه کرد، اقدامی بسیار نیکو و مورد توجه است. خرده گرفتن‌های بیرونی هم اگر در اندازه‌اعلام کپی بودن ساختار باشد، خیلی قابل اتکا نیست اما اگر در اندازه بهمود روش تولید محتوا باشد، قابل پذیرش است.

در برنامه‌هایی چون پاورقی هم همین نکته مطرح است. البته این نوع برنامه و مشابه‌های قدیمی آن در برنامه‌های طنزانه قدیمی یا حتی در مثال بسیار فعال و در حال تولید و پخش ویدئو چک، وجود داشته است اما محتوای طعنه زننده برنامه به سوزه‌های سیاسی روز یا رفتار حاضران در عرصه سیاست، اقتصاد، فرهنگ و افراد حاضر در چنین حوزه‌هایی موجب شده تا فراتر از محتوای برنامه، رفتار مجری برجسته‌سازی شود و اصل کار که محتواست نادیده گرفته شود. بگذریم که مجری هم با فعالیت خودش در فضای مجازی، بعضاً به این نگاه بیرونی به برنامه، دامن زده‌است اما اصل کار، محتوایی است که نیاز روز جامعه است. تمرکز دادن مردم به موضوعات روزمره زندگی‌شان، همچنین به نیابت از مردم به این موضوعات و مسئولان درگیر در آن طعنه زدن، اقدامی بسیار ضروری است.

چرا این همه آثار کم‌مدی سینمایی با واژه‌هایی که به تدریج از طنز به لودگی و ناسزا کشیده شده، مورد اقبال تماشاگر است؟ چون کمک می‌کند مردم را در سطح طبیعی و معمولی زندگی روزمره تخلیه کرده و مستمر آنان را برای عبور از گردنه‌های روزگار، آماده نگه دارند. همان ضرورت که موجب توفیق اقتصادی آثار کم‌مدی شده، در تولید برنامه‌هایی چون «پاورقی» هم مطرح است. تخلیه روانی مردم و البته تلنگر هوشمندانه به مسئولان زدن تا مسیر مورد اشاره را تصحیح کرده و بهمود بخشند. فقط باید در همین برنامه و حتی برنامه‌های مشابه دقت کرد که رفتار عوامل به اصل برنامه آسیب نزنند. حاشیه‌سازی تا اندازه‌ای پذیرفته است که بتوان مخاطب را به محتوا نزدیک کرد، وگرنه نقض غرض است. در مجموع، توجه مستمر به قالب‌های موفق برنامه‌سازی و بهره‌گیری از آنها برای تولید برنامه بسیار مهم است. همیشه باید همراه تحولات رسانه‌ای و تولیدمحتوا‌های سالم بود و از آنان برای تغذیه سالم انسان امروزی استفاد کرد.

گزارش تصویری



ساده و آگاهی‌بخش

برنامه تبیینی برخلاف آنچه که ممکن است تصور شود، می‌تواند حتی با دکور و زبانی ساده توجه مخاطبان را به سمت خود جلب کند. این مسأله را می‌توان در بسیاری از برنامه‌های تبیینی رسانه ملی مشاهده کرد که با وجود مینیمال بودن و سادگی، توانسته‌اند محتوای درستی را به مخاطب ارائه کنند.



نگاه

نقد از درون

در میان برنامه‌های تبیینی تلویزیون که در مدت اخیر برجسته شده و توانسته گفت‌مان سازی کند، باید اشاره‌ای هم به برنامه جام‌جم کرد که نقد خود رسانه ملی است. این برنامه تلاش کرده نقد تلویزیون را از زوایای مختلف در دست داشته باشد تا به بهمود برنامه‌های روی آنتن کمک کند. حضور چهره‌های موافق و مخالف و برگزاری برنامه به صورت مناظره از ویژگی‌های «جام‌جم» است. احمد موسوی صمدی، مجری این برنامه است که پیش از این گفته بود؛ به‌طور کلی این جنس برنامه‌ها امضای خود رئیس سازمان را می‌خواهد و شخص رئیس سازمان صداوسیما تصمیم می‌گیرد که وارد چنین حوزه‌هایی بشویم یا خیر. یادم است در دوره‌های متفاوتی در سازمان چنین تلاش‌هایی صورت گرفت ولی در هیچ دوره‌ای به آنتن نرسید.

وی گفته بود: آقای جلیلی دو سال پیش در دانشگاه صداوسیما وعده‌ای دادند که سازمان صداوسیما نقد را از خود شروع می‌کند که آن اتفاق افتاد. حتی شفاف بگویم تیم ما آمادگی برای شروع برنامه به‌صورت کامل نداشت، بیش تولید کامل نشده بود، نقص‌هایی داشتیم اما آقای جلیلی تاکید کردند که می‌خواهند برنامه روی آنتن برود و تاخیر در تولید این برنامه درست نیست.



زاویه

مکث در حقیقت

برنامه «مکث» از اولین قسمت‌هایی که روی آنتن رفت، تمایز خود را با دیگر برنامه‌های تبیینی تلویزیون نشان داد. برنامه‌ای که با وجود محدود بودن تعداد عوامل آن، با یک تحقیق گسترده و موشکافانه سراغ موضوعات می‌رود تا حرفی نو برای گفتن داشته باشد. یونس محمدی، تهیه‌کننده این برنامه در خصوص اهداف مکث به جام‌جم گفته بود: انتظار نداریم مخاطب بلافاصله آن را درک کند اما فردی که جوینده است بعد از چند کالکت از برنامه دنبال تفاوت معنایی این دو کلمه و دلیل تأکید ما روی تفاوت‌شان می‌رود. معتقدم هر چیزی را که رسانه منتشر می‌کند باید یک‌بار از فیلتر خودمان بگذرانیم، من خیلی سخت‌پسند هستم، چه در خرید کتاب و چه در دنبال‌کردن آدم‌ها یا شنیدن اخبار. مخاطب را هم این‌طور تصور می‌کنم و می‌گویم اگر من قانع نشدم، او هم قانع نمی‌شود. در نتیجه اول باید خودم قانع شوم و بعد آن را منعکس کنم. در برنامه مکث کایدواژه‌های بسیاری مطرح می‌کنم که می‌تواند سرخ‌نی برای آنهایی باشد که دنبال جست‌وجو هستند. هر برنامه مکث فهرستی از موضوعات است که نمی‌خواهیم همه را به شکل عمیق بررسی کنیم.

