خبر

بازیابی هویت ملی در یک برنامه تلویزیونی

دکتر اسماعیل امینی گفت: «دونقطه» نشان داد که می‌توان بدون توسل به عناصر پیش‌پاافتاده بازبانی پیراسته و سالم مخاطب نوجوان را جذب کرد. امینی، زبان فارسی را بخشی از هویت ملی دانست و یادآور شد: ما تنها ملتی هستیم که پس از هزار سال هنوز می‌توانیم متون کهن‌مان مانند شاهنامه را بخوانیم. پس زبان غیر از جنبه ارتباطی، برای ما جنبه هویتی هم دارد و از این رو بسیار مهم است. اما امروز برخی در فضای مجازی بی‌توجه به این میراث به خط و زبان فارسی حمله می‌کنند؛ درحالی‌که ناسازگاری الفبا و تلفظ در زبان‌هایی مانند انگلیسی بسیار بیشتر است. در این خصوص تلویزیون می‌تواند با ادامه‌دادن ساخت چنین برنامه‌هایی و پذیرش زبان نوجوانان و سپس اصلاح ظریف اشتباهات‌شان تاثیری ماندگار بگذارد. وی در تحلیل خود از برنامه‌های تلویزیونی به نقش کلیدی «زبان» در جذب مخاطبان، به‌ویژه نوجوانان، پرداخت. وی برنامه دونقطه را به‌دلیل استفاده از زبان «پیراسته، سالم و طبیعی» ستود و گفت: این برنامه نشان می‌دهد که می‌توان بدون توسل به عناصر پیش‌پاافتاده، با نوجوانان ارتباط موثر پیدا کرد. نباید وسواس بیجا درباره واژه‌های غیرفارسی داشت، حتی در قرآن نیز واژگان غیرعربی به کار رفته است. مسأله اصلی، حفظ سلامت و طبیعی بودن زبان است.



بذر امید با پیون

«جام جم» در میزگردی با دو کارشناس مجری حوزه ادبیات، برنام



زهرا عباسی
گروه رسانه

در عصر تکنولوژی، حضور کتاب به‌عنوان یار مهربانی که در تمامی سنین پشتوانه امنی برای کسب آگاهی و وسعت‌بخش نگاه آینده‌گرایانه مخاطبان است، در کنار رسانه‌های جمعی مثل رادیو و تلویزیون به لحاظ دسترسی بیشتر عموم جامعه، امری پیش‌برنده و مؤثر در فرهنگ‌سازی محسوب می‌شود. این رسانه‌ها می‌توانند با تولید محتوای مناسب و جذاب، دنیای کتاب را به مخاطبان معرفی کرده و آنها را به مطالعه و تفکر عمیق‌تر تشویق کنند. از طرفی، برنامه‌سازی با محوریت کتاب در رادیو و تلویزیون، فرصتی است تا نویسندگان و ناشران با آثار خود در ارتباط مستقیم با مخاطبان قرار بگیرند و از این طریق، فرهنگ کتاب‌خوانی را در جامعه ترویج دهند. این تعامل نه‌تنها به غنی‌تر شدن محتوای فرهنگی کمک می‌کند، بلکه به ایجاد رابطه‌ای عمیق‌تر میان مخاطبان و ادبیات نیز می‌انجامد؛ درنتیجه به ساختن جامعه‌ای آگاه‌تر و فرهیخته‌تر کمک می‌کند. برنامه‌سازی رادیویی و تلویزیونی با محوریت کتاب در دنیای امروز، به‌ویژه با توجه به چالش‌های فرهنگی و اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردار است. از آنجاکه بر کسی پوشیده نیست رادیو از حیث برنامه‌سازی با محوریت کتاب موفق عمل کرده، جام جم در نشستی با حضور دو تن از کارشناس مجریان فعال رادیو، امین خرمی و شهاب دارابیان، برنامه‌سازی در رسانه ملی با محوریت کتاب را به بحث و گفت‌وگو گذاشته است.

کتاب و رسانه‌ها

امین خرمی، فعال حوزه کتاب درباره سوابق فعالیتش گفت: همکاری‌ام با رادیو ایران چند سالی است که قطع شده. فعالیتم در این شبکه رادیویی در حوزه سینما و تئاتر شکل گرفت و هرگاه پای کتاب به میان می‌آمد، رویکرد ما معرفی کتابی در این حوزه بود. یکی از سنت‌های معاونت صدای رسانه ملی، شبکه‌های فصلی است که به فراخور زمان با نام‌های مختلفی چون مقاومت و انقلاب فعالیت دارند. از زمان تولد رادیو مقاومت، چهار سال است که با این شبکه همراه هستم و تقریبا سه سال با رادیو انقلاب همکاری داشتم. در این شبکه‌ها معمولا با یک تهیه‌کننده ثابت کار می‌کردیم و پیرامون مؤلفه‌های سیاسی و فرهنگی فعالیت داشتیم.

وی ادامه داد: اتفاق متفاوتی که امسال با محوریت رادیو مقاومت پیش آمد، این بود که پس از بیانات حضرت آقا درباره مکتب مقاومت، سعی کردیم نگاه مکتبی را با رویکرد فرهنگ گره بزنیم. در عمر شش ماهه سال چهارم شبکه رادیویی مقاومت، متناسب با نام برنامه «مثنوی حماسه»، در همه گفت‌وگوهای من یا آقای دارابیان حداقل یک نویسنده با محوریت یک کتاب حضور داشته است. این مهمانان ممکن بود شامل دو یا سه نویسنده، مترجم، پژوهشگر و ناشر نیز باشند. برخلاف آقای دارابیان که همیشه تخصصی کار کرده‌اند، من ملغمه‌ای از کارهای ترکیبی را پیش برده‌ام. نوع کار من عمدتا به شکل منظم نبوده و بیشتر بر اساس علاقه شخصی‌ام به کتاب‌ها پیش رفته‌ام. مثلا در برنامه‌های سیاسی رادیو مقاومت یا رادیو انقلاب در کنار گفت‌وگوهای سیاسی سعی می‌کردیم جایی برای کتاب نیز باز کنیم.

قدرت خبرنگاران کتاب

خرمی در خصوص خبرنگاری فرهنگی گفت: متأسفانه تعامل میان خبرنگاران حوزه خبر و فضای فرهنگی رقابتی است. به‌عنوان مثال، ورود خبرنگار تئاتر به حوزه سینما دشوار است اما خبرنگاران حوزه کتاب، با این‌که کمتر شناخته شده‌اند، از نظر دانش و سواد بسیار قوی هستند. بدون اغراق، بهترین و باهوش‌ترین خبرنگاران فرهنگی، خبرنگاران حوزه کتاب هستند. در این حوزه، ناشران، نویسندگان، مترجمان و شاعران نیز فعالیت می‌کنند. یکی از دلایل علاقه من به حضور خبرنگاران کتاب در رادیو، همکاری آسان با آنهاست، زیرا دانش کافی دارند و رقبای خود را از حوزه‌های دیگر نمی‌دانند.

این فعال حوزه کتاب با اشاره به خبرنگاران برجسته این حوزه، ازجمله علیرضا بحرانی، سعید اسلام‌زاده، محسن حکیم‌معانی، نیلوفر زندیان و سیدمحمد طباطبایی یادآور شد که آنها شعاری دارند: «فضای کتاب آن‌قدر وسیع است که برای همه جا دارد اما هر کسی نمی‌تواند در این فضا دوام بیاورد.» اگر کسی دانش لازم را نداشته باشد، به‌سادگی کنار گذاشته می‌شود. در حوزه‌های خبری دیگر، مانند سینما و تئاتر می‌توان با لابی‌گری پیشرفت کرد اما در حوزه کتاب، خبرنگاران با دانش و اطلاعات خود در بالای هرم فرهنگی قرار دارند. از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲، بیش از ۳۰ درصد در استان‌ها و بیش از ۵۰ درصد در تهران افرادی که با کتاب ارتباط داشته‌اند، به‌عنوان خبرنگار، کارشناس یا مجری در شبکه‌های رادیویی رسمی فعالیت کرده‌اند و در این حوزه دوام آورده‌اند.

خرمی: امتیاز رادیو در عصر حاضر به‌ویژه در سال ۲۰۲۵ به سمت صوت و پادکست حرکت کرده است

خرمی افزود: در حوزه‌های خبری ممکن است خبرنگاران را به دسته‌های عالی، متوسط و ضعیف تقسیم کنید اما در حوزه کتاب چنین تفاوتی وجود ندارد یا خبرنگار کتاب عالی است یا صفر کیلومتر؛ حد وسطی وجود ندارد و خود خبرنگاران نیز این موضوع را تشخیص می‌دهند. در نشست‌های خبری، داور یا دبیری که دو دوره سکاندار یک رخداد است، می‌داند خبرنگارانی که سمت راست نشسته‌اند، گفت‌وگو را به چالش می‌کشند و سمت چپی‌ها فقط حضور دارند.

کتاب، رسانه و دغدغه

شهاب دارابیان با اشاره به حضور کتاب در رادیو و تلویزیون، این عملکرد را به دو بخش تقسیم کرد: برنامه‌سازی و دغدغه‌مندی. به نظر او برنامه‌های کتابی در ۱۰ سال گذشته یا به‌عنوان برنامه درکنداکتور قرار گرفته‌اند یا ناشی از دغدغه یک فرد بوده‌اند. وی توضیح داد که رادیو، امروز قوی‌تر از تلویزیون است، زیرا افرادی که در رادیو فعالیت می‌کنند معمولا دغدغه‌مندترند. هرچند تلویزیون نیز فضایی برای تولید برنامه‌های کتابی دارد اما دغدغه افراد در آن کمتر است. بسیاری ترجیح می‌دهند هزینه و زمان خود را برای تولید برنامه‌های سینمایی یا ورزشی صرف کنند، زیرا تعداد برنامه‌های سینمایی بالاست و بینندگان بیشتری را جذب می‌کند. با افزایش برنامه‌های ورزشی و جنجالی، شبکه‌ها توجه بیشتری به این حوزه‌ها دارند، در حالی که کار در عرصه کتاب واقعا نیازمند دغدغه و علاقه است.

مدیر روابط عمومی معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با اشاره به فضاهای کاری گفت: مدت کوتاهی در سینما کار کرده‌ام و ورود به این حوزه سخت است. چندی پیش دوستی گفت افرادی خوش‌شانس هستند که وقتی وارد محیط کاری جدید می‌شوند، با آغوش‌باز همکاران‌شان برای همراهی مواجه‌اند. شش یا هفت ماه پیش وارد روابط عمومی محک شدم و روز اول، برخورد بچه‌ها به گونه‌ای بود که انگار ۱۰ سال است در آنجا کار می‌کنم. از روز بعد با روحیه خاصی به آنجا می‌رفتم و به همه سلام می‌کردم، در حالی که تنها یک نفر از آن جمع ۱۰۰ نفره برایم آشنا بود. کار در حوزه کتاب این‌گونه است؛ وقتی وارد این حوزه می‌شوید، کسی برای‌تان قیافه نمی‌گیرد و فضای کار بسیار وسیع است. اگر ۱۰۰ نفر دیگر هم وارد این حوزه شوند، واقعا جای کسی را تنگ نمی‌کنند. با وجود ۲۰ هزار ناشر، اگر فقط ۴۰۰۰ تا از آنها سالی یک کتاب منتشر کنند، ۴۰۰۰ عنوان کتاب تولید می‌شود اما در بهترین حالت تنها ۱۰ یا ۱۵ خبرنگار کتاب داریم. این ۴۰۰۰ عنوان کتاب که بسیار بیشتر از ۲۰۰ یا ۳۰۰ هزار عنوان است، اگر بین این ۱۰ نفر تقسیم شود، نشان می‌دهد چقدر فضا برای کار وجود دارد و می‌توان روی این کتاب‌ها مصاحبه گرفت، یادداشت نوشت و گفت‌وگو کرد.

چالش‌های خبرنگاری کتاب

وی اضافه کرد: نکته دیگر این است، ۱۰ تا ۱۵ خبرنگاری که در حوزه کتاب فعالیت می‌کنند حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد از کارشان به مدیریت کتاب مربوط می‌شود. آنها به اتفاقات وزارت ارشاد و صحبت‌های مسئولان توجه می‌کنند و عمدتا اخبار معاونت فرهنگی ارشاد، خانه کتاب و نهادهای مرتبط را پوشش می‌دهند. گاهی نیز یک خبر یا معرفی کتابی منتشر می‌شود. این تقصیر خبرنگاران نیست؛ در خبرگزاری‌هایی مانند ایسنا، ایرنا و مهر، خبرنگاران موظف به پوشش تمام اخبار مدیریتی هستند و در صورت عدم پوشش اخبار وزارت، بازخواست می‌شوند. به این علت، فرصت کمی برای پرداختن به کتاب دارند. شاید به همین دلیل است که از ورود فرد جدیدی به حوزه کتاب خوشحال می‌شویم، زیرا فضا آن‌قدر گسترده است که نگرانی از ورود فرد جدیدی وجود ندارد.

دارابیان با اشاره به فعالیت بیشتر رادیو در حوزه کتاب گفت: بسیاری از کسانی که در رادیو کار می‌کنند به‌عنوان خبرنگاران کتابی شناخته می‌شوند؛ امین خرمی، محسن حکیم‌معانی و سعید اسلام‌زاده که همگی از حوزه کتاب به رادیو آمده‌اند و کارهای مرتبط با کتاب را انجام می‌دهند.

او در پاسخ به این سؤال که چرا افراد علاقه‌مند به کتاب به رادیو می‌روند و نه تلویزیون گفت: شاید باندبازی در رادیو کمتر باشد و نفوذ در آن راحت‌تر به نظر برسد.

اقتصاد هنر و کتاب

خرمی ادامه داد: واقعیت این است که با یک سد بزرگ به نام اقتصاد هنر مواجه هستیم که شامل همه چیز از رسانه ملی تا پایگاه‌های خبری است. در رادیو، همه می‌دانند با وجود کمبود پول، اگر کسی بخواهد وارد این حوزه شود، باید دغدغه‌مند باشد اما در تلویزیون، اولین سؤال این است که چقدر برای ما درآمد دارد.

نگاه

جذابیت رادیو و تلویزیون

خرمی در بیان تفاوت جذابیت‌های برنامه‌سازی در رادیو و تلویزیون گفت: جنس فضاسازی در این دو رسانه متفاوت است. مخاطب تلویزیون با رنگ و لعاب تصویری جذب می‌شود، در حالی که در رادیو تنها با ابزار جذب، صداست و مخاطب باید هر آنچه را می‌شنود تصویر کند. رادیو موفق است زیرا مجری با لحن و صدا پیش از تصویرسازی مخاطب، ارتباط برقرار می‌کند و مخاطب می‌تواند راحت‌تر گوش دهد.

او افزود که رسانه‌های پیش‌رو شعار ستاره‌سازی دارند اما ستاره نمی‌تواند تنها یک فرد باشد، زیرا با خروج فردی از رسانه، به سرعت فراموش می‌شود؛ در حالی که رادیو این قابلیت را ندارد. او همچنین یادآوری کرد که قبل از آشنایی با محمدرضا سرشار (رضا رهگذر)، با قصه‌های صبح جمعه زندگی می‌کرد و این قصه‌ها در دوران بمباران آرامش بیشتری به او می‌دادند. من متولد دهه ۶۰ هستم و هنوز برای فرزندم با «شب بخیر کوچولو» لالایی می‌خوانم. انتقاد از مدیریت شبکه‌های رادیویی برای دهه هشتادی‌ها به خصوص در فقدان عادل فردوسی‌پور یا سروش صحت وجود دارد. این نسل به پادکست‌ها به‌عنوان جایگزین این شخصیت‌ها روی آورده است. بهروز رضوی در گفت‌وگویی اشاره کرده که پادکست‌ها فرصتی برای تکمیل آثارش فراهم کرده‌اند که نشان می‌دهد مدیران باید به این نکته توجه کنند. درواقع، صوت به ستاره دهه هشتادی‌ها تبدیل شده و مدیران باید این فرصت را در دست بگیرند.

خرمی در ارائه راهکارهایی برای بهبود برنامه‌سازی گفت: شبکه‌های تلویزیونی بعد از نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در سال ۱۴۰۳ با چالش‌هایی در ارائه برنامه‌های کتاب‌محور مواجه هستند، در حالی که رادیو به خاطر عدم نیاز به تغییر دکور و فرآیندهای زمان‌بر تولید، بهتر عمل می‌کند. به‌عنوان مثال، برنامه «کتاب فرهنگ» از شبکه رادیو فرهنگ که من پنج سال با آن همکاری کردم، هر روز به موضوعات مختلف کتاب اختصاص دارد. این برنامه شامل موضوعات مختلف ازجمله کتاب کودک، دینی و روان‌شناسی است و با معرفی کتاب‌ها و خواندن پیامک‌های مخاطبان نشان می‌دهد که مدیران می‌توانند نبض مخاطب خود را درک و براساس آن عمل کنند. این برنامه در کمتر از دو هفته به ۹۰۰۰ پیامک رسیده است که نشان‌دهنده موفقیت آن است.

این امر به اسم سازمان تمام می‌شود اما در واقع به جیب شخصی نگاه می‌کنند. سازمان نیز وقتی به یک ناشر توجه می‌کند، انتظار دارد که اقتصادی در میان باشد و این یک اصل اقتصادی است: «داد و ستد». واقعیت این است که ۴۶ سال از انقلاب اسلامی گذشته و اقتصاد کتاب هنوز ضعیف بوده و تنها قادر به تأمین نیازهای خود است. ناشران، نویسندگان، مترجمان و خبرنگاران در تلاشند تا از این درخت بهره‌برداری کنند اما اگر بخواهید بیش از توان این درخت کم‌جان ثمر بچینید، دیگر چیزی برای ارائه نخواهد داشت. این درخت نیاز به فضایی برای تنفس دارد و کتاب باید اجازه دهد که حتی یک برگ درآورد تا منفعتی داشته باشد.

خرمی گفت: «عیب وی جمله بگفتی هنرش نیز بگوی.» به گفته او در شبکه‌های تلویزیونی ایران، مدیرانی دغدغه‌مند به حوزه کتاب وجود دارند اما نباید همه قصور را بر دوش آنها گذاشت. گاهی ناشران انتظارات زیادی دارند و وقتی ناشری درخواست می‌کند برای هر پنج دقیقه حضور در تلویزیون مبلغی پرداخت شود، تلویزیون در تنگنا قرار می‌گیرد. تهیه‌کننده یا مدیر شبکه ممکن است در حال معرفی ناشر باشد و اعلام کند که این رسالت فرهنگی اوست؛ اما در عمل، دغدغه‌های فرهنگی چندان پررنگ نیستند. نمی‌گویم فقط مدیریت مسئول این وضعیت بوده اما این موضوع، چالشی است که رسانه‌ها با آن مواجه‌اند.

وی ادامه داد: اگر یک نقطه کوچک روی میز کرم‌رنگی وجود داشته باشد، رسانه معمولا تنها بر آن نقطه تمرکز می‌کند و این باعث می‌شود که احساس کنیم همه چیز سیاه است.

برخی ناشران با قدرت مالی به لابی رسانه‌ها وصل می‌شوند و پس از تطمیع، شروع به انتشار اخبار می‌کنند. درواقع فضای تلویزیون به اندازه‌ای که گفته می‌شود سیاه نیست و تلویزیون در حوزه کتاب کفه سبک‌تری نسبت به رادیو دارد اما گاهی با مدیرانی روبه‌رو می‌شویم که دغدغه‌مندند اما شرایط برای‌شان فراهم نمی‌شود.

تفاوت رادیو و تلویزیون

دارابیان در توضیح موفقیت رادیو در برنامه‌سازی‌های کتاب نسبت به



چهره

اولین دستمزدم ۱۲ هزار تومان بود

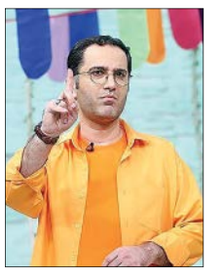


فریبا کوثری، بازیگر تلویزیون گفت: به یاد دارم اولین دستمزدم برای بازیگری ۱۲ هزار تومان بود. گرچه از سال ۱۳۶۷ وارد حرفه بازیگری شده‌ام، ولی هنوز جلوی دوربین اضطراب دارم. وی با حضور در برنامه «برمودا» در پاسخ به این پرسش که در ۲۲ سالگی فیلم «در مسیر تندباد» را با آقای مسعود جعفری جوزانی کار کرده، گفت: من از سال ۱۳۶۷ که وارد حرفه بازیگری شدم تا الان از جلوی دوربین رفتن می‌ترسم.

هنوز اضطراب دارم و راحت نیستم. وقتی قرار بود به شیراز بروم، خانواده مخالفت می‌کردند، ولی قرار بود با افراد بزرگی کار کنم. کسانی مانند مسعود جعفری جوزانی، عزت‌الله انتظامی، مجید مظفری، شهلا ریاحی و ... در این پروژه حضور داشتند. اتفاقا در این کار با خانم شهلا ریاحی هم‌اتاقی بودیم و خیلی چیزها از ایشان یاد گرفتم.

ویژه

لزوم توجه به هوش کودکان در برنامه‌سازی



حامد مدرس، مجری برنامه تلویزیونی «سر سفره خدا» تاکید کرد که کودک امروز خیلی باهوش است و اگر برنامه‌ای هر سال خود را تکرار کند، حتی اگر موفق هم باشد، دیر یا زود از جذابیت آن کاسته می‌شود. حامد مدرس، مجری و گرداننده برنامه سر سفره خدا که امسال نهمین سال حضورش در آنتن رمضانی تلویزیون را گذراند، گفت: کودکان خیلی باهوش هستند و به راحتی تفاوت میان یک برنامه واقعی و تکراری را تشخیص می‌دهند. همیشه دیده‌ام که برخی برنامه‌ها به‌طور مداوم از یک فرمول تکراری استفاده می‌کنند، در حالی که باید در حوزه کودک خلاقیت‌ها و نوآوری‌های جدید وجود داشته باشد.

مهم‌ترین مسأله در برنامه‌سازی برای کودکان، این است که نباید از قالب‌های ثابت استفاده کرد. بچه‌ها درک بالایی دارند و به راحتی متوجه می‌شوند که چه چیزی تازه است و چه چیزی تکراری. در این سال‌ها سعی کرده‌ام برنامه‌ای بسازم که همیشه جدید و متفاوت باشد.

نما

ببعی قهرمان در قاب تلویزیون ظاهر شد



شبکه تلویزیونی پویا به دنبال اجرای پویش ملی «نه به تصادف»، برنامه‌ای با عنوان «ببعی و دوستان» ویژه کودک و خردسالان تدارک دیده که در آن به موضوعاتی چون رفتار صحیح هنگام رانندگی و فرهنگ سرنشینان و همچنین موضوعات حوزه سلامت می‌پردازد.

در این برنامه علاوه بر دو شخصیت شبکه پویا که «جالب» و «جویا» نام دارند، یک شخصیت جدید به نام «بوق» هم حضور دارد. ضمن این‌که عروسک ببعی که برای بسیاری از کودکان شناخته شده و مربوط به انیمیشن «ببعی قهرمان» است هم در این برنامه ایفای نقش می‌کند.

ببعی و دوستان در ۲۶ قسمت از پنجشنبه ۲۲ فروردین ماه پخش خود را آغاز می‌کند.

مجموعه فوق حاصل کارگردانی عادل زمانی و تهیه‌کنندگی هدی شکیباست که از قاب شبکه پویا روی آنتن می‌رود.