

ایرانِ جان در رسانه ملی

طرح ملی هفته‌های ایران تلاش می‌کند

تا هر بار جلوه‌های یک استان در شبکه‌های سراسری طنین‌انداز شود



هر تکه از ایران، بخشی از یک هویت یکپارچه است که حالا قرار است ضربه‌انگ آن در تمام شبکه‌ها طنین‌انداز شود. طرح هفته‌های ایران که قرار است باخوزستان کار خود را آغاز کند، بهانه‌ای برای پرداختن به استان‌های مختلف و ظرفیت‌هایی است که هر تکه از ایران برای فرهنگ و هنر و حرکت در راستای هویت ایرانی دارد. از زمان آغاز ریاست دکتر جلیلی در رسانه ملی و بعد از آن ابلاغ سند تحول، بارها بحث هویت محوری و عدالت‌گستری از زبان رئیس سازمان مطرح شده بود. حالا با جان گرفتن هفته‌های ایران در قالب ایران جان، این تیلور هویت و عدالت را بهتر از هر وقت دیگری می‌توان درک کرد. خبر هفته‌های ایران را چند وقت قبل معاون امور استان‌های رسانه ملی مطرح کرد.

علیرضا کیکخا در این خصوص به لزوم افزایش سهم هر استان از آنتن ملی اشاره کرده و گفته بود: قرار است بر مبنای این طرح، هر هفته را به یک استان اختصاص دهیم که لزوما هم به‌طور متوالی نخواهد بود. اولین استانی که پیشقدم شده و طرح خودش را ارائه داده، خوزستان است. بر این اساس در طول یک هفته، هر شبکه‌ای را که ببینید، ضربه‌انگ خوزستان را در آن مشاهده خواهید کرد. برای نمونه در برنامه‌های معارفی کارشناس اهل خوزستان و با لهجه خوزستانی حاضر می‌شود یا فیلم‌ها و مجموعه‌های نمایشی با موضوع خوزستان پخش می‌شوند و به همین ترتیب در برنامه‌های ورزشی، خانواده، مطالبه محور ... شاهد حضور هموطنان خوزستانی و طرح مسائل آنها خواهیم بود. در واقع لباس، زبان، فرهنگ و خرده‌فرهنگ این استان در این یک هفته محوری‌تر دارد.

شناخت بیشتر از استان‌ها

معاون امور استان‌ها با بیان این‌که این‌گونه سهم استان‌ها از شبکه‌های سراسری افزایش می‌یابد و شناخت مردم از همدیگر بیشتر می‌شود، گفت: مردم استان‌ها بیشتر خودشان را در آنتن رسانه ملی می‌بینند و تلویزیون، رنگارنگی استان‌های ایران را در قالب تصویر می‌نشانند.

کیخا همچنین در پاسخ به این‌که «آیا پخش برنامه ایران ما از آنتن ملی، بر افزایش کیفیت برنامه‌های آن هم اثر گذاشته است؟»، گفت: بله طبیعتا. حس رقابت در استان‌ها اکنون کاملا ملموس است؛ رقابت بین استان‌ها و رقابت استان‌ها با شبکه‌های سراسری. تصور کنید بیش از این یک برنامه صبحگاهی را برای یک میلیون مخاطب استانی پخش می‌کردید و امروز قرار است برای ۸۵ میلیون نفر پخش کنید. طبیعی است که سناریو دقیق‌تر می‌شود و حساسیت روی همه بخش‌ها افزایش

می‌یابد. البته این مسأله و تنوع قومیتی و رنگارنگی ایران پیش از این نیز در قالب استودیوی ایران ما قابل مشاهده بود. این اتفاق که توانست ورودی خوبی برای توسعه سهم استان‌ها از آنتن ملی باشد، از اقدامات تحولی موفقی بود که در دی ۱۴۰۲ کلید خورد. حالا ما طرح هفته‌های ایران با جزئیات بیشتری شکل گرفته تا همه اینها یک کلیت را جان ببخشند.

انفکاس در جعبه صدا

البته این رنگارنگی اقوام قرار است در جعبه صدا هم طنین‌انداز شود. پیش از این معاون صدای رسانه ملی عنوان کرده بود:

بخش ویژه تولیدات دانش آموزی به جشنواره تولیدات مردمی همایش ملی هوش مصنوعی، فرهنگ و رسانه اضافه شد. محمد غفاری خضری، دبیر کمیته ارتباطات و اطلاع‌رسانی این همایش، با اشاره به شگفتانه دانش آموزی این همایش اعلام کرد: پیرو مذاکرات صداوسیما با اداره کل آموزش متوسطه وزارت آموزش و پرورش، با توجه به این‌که تعداد قابل توجهی

شگفتانه دانش آموزی

در همایش ملی

هوش مصنوعی

از شرکت‌کنندگان همایش در مقطع سنی متوسطه اول و دوم هستند بخش ویژه تولیدات دانش آموزی به جشنواره تولیدات مردمی این همایش اضافه شد. اوافزود: دانش آموزان می‌توانند آثار خود را از طریق «سامانه شاد» در بخش ویژه «همایش هوش مصنوعی فرهنگ و رسانه» بارگذاری کنند. دبیر کمیته ارتباطات و اطلاع‌رسانی این همایش اعلام کرد: طبق تفاهم یادشده،

این طرح ملی تازه‌ترین کار ویژه شبکه رادیویی ایران است که صدای شهرها و روستاهای کوچک و بزرگ کشور در آن شنیده می‌شود. علی بخشی‌زاده درباره فلسفه شکل‌گیری برنامه هفته‌های ایرانی رادیو ایران گفته بود: برنامه هفته‌های ایرانی در چهارچوب سیاست‌های کلان رسانه ملی و باتکیه بر رویکرد تحولی معاونت صدا طراحی شد. این برنامه به دنبال آن بود که هویت بومی، فرهنگی و اجتماعی استان‌های مختلف کشور را به درستی و بی‌واسطه روایت کند. هدف، نمایش تصویر واقعی و زنده‌ای از زندگی مردم در اقصی نقاط کشور بود؛ از آداب و رسوم گرفته تا توانمندی‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی در دستور کار این برنامه بود. علت انتخاب رادیو ایران برای این مأموریت مهم، توجه به ماهیت ملی و سراسری به عنوان فراگیرترین رسانه شنیداری کشور بود. طرح ملی هفته‌های ایرانی تازه‌ترین کار ویژه‌ای است که شبکه رادیویی ایران مبتنی بر سند تحول به اجرا درآورد. این طرح فرصت مغتنمی برای شنیده شدن صدای شهرها و روستاهای کوچک و بزرگ کشور در قالب و محورهای متنوع از زبانی می‌شود. هفته‌های ایرانی از مهرماه سال گذشته آغاز شد. حرکت شبکه ایران از غرب کشور و استان کردستان شروع شد و به صورت پیوسته هر هفته به یک استان رفت. در پایان مهر امسال، با برنامه‌سازی در استان زنجان، این مسیر به پایان رسید. در مجموع ما به تمامی استان‌های کشور سفر کردیم و سعی بر این بود که روایت کاملی از ایران فرهنگی ارائه شود.

همراهی مردم در یک طرح ملی

بخشی‌زاده تأکید کرده بود: پشتوانه اصلی اجرای میدانی برنامه، همراهی مدیران مراکز استانی، حمایت بخش‌های فنی و هماهنگی‌های دقیق اجرایی بود. گروهی از رادیو ایران به هر استان اعزام می‌شد و برنامه‌ها در مراکز استان‌ها، در سالن‌ها، میدان‌ها یا مراکز فرهنگی با حضور مردم ضبط می‌شد. ارتباط زنده با مخاطبان، گفت‌وگو با مسئولان، چهره‌های فرهنگی و نخبگان استانی از عناصر ثابت هر برنامه بود. باخورد‌ها واقعا فراتر از انتظار بود. از همان برنامه‌های ابتدایی، تماس‌های مردمی به‌طور چشمگیری افزایش یافت. در برخی برنامه‌ها، در بازه پخش زنده یک‌ساعته، تماس‌های بسیاری داشتیم. همین مسأله به ما انرژی مضاعف می‌داد تا برنامه را با کیفیت بیشتر ادامه دهیم.

معاون صدای رسانه ملی گفته بود: یکی از بخش‌های ثابت برنامه، دیدار با خانواده‌های معظم شهدا و گفت‌وگو با ایناژگان بود. ما بر این باور بودیم که معرفی هویت فرهنگی بدون

توجه به ریشه‌های معنوی و فداکاری‌های مردم ناقص است. این بخش‌ها بسیار مورد توجه مخاطبان قرار گرفت و به نوعی برنامه را به مرجع فرهنگی- اجتماعی تبدیل کرد. برنامه‌هایی مانند «زیر آسمان ایران» و دوره‌های شناسایی استعداد‌های استانی با عنوان «ایران‌یاران» هم راستا با این برنامه اجرا شد. ما با معرفی نخبگان بومی، تلاش کردیم علاوه بر روایت فرهنگ، به کشف ظرفیت‌های انسانی استان‌ها نیز بپردازیم، ما باخورد‌ها را به صورت دقیق بررسی کردیم و تصمیم داریم فصل دوم هفته‌های ایرانی را با ساختاری غنی‌تر آغاز کنیم. در فصل آینده می‌خواهیم بیش از گذشته به مسائل مردمی، مطالبات

با اندکی فاصله، شامل برنامه‌های لیلیال قدر و ویژه برنامه‌های سال نو و سربال‌های معناگرا و دیگر نیز شده، بسیار واضح بوده و با کمی تأمل می‌توان به استنتاج‌های زیر رسید.

۱ برخلاف بحران نمایشی‌های حرفه‌ای بیگانگان و معاندان و برخی چهره‌های سیاسی، رسانه ملی چهار بحران مخاطب نبوده و استقبال و عدم استقبال مخاطبان، سیاسی نیست و عمدتا به انتخاب موضوعات، کیفیت تولیدات و به‌کارگیری افراد کاربلد مربوط می‌شود و چهره‌های معروف و مورد استقبال مخاطبان نیز مشتاق حضور در برنامه‌ها بوده و فضا سازی‌های منفی نیز ارتباطی با مردم و هنرمندان مردمی ندارد.

۲ در دوره تحول معنی برای به‌کارگیری هیچ هنرمندی وجود ندارد و رسانه ملی، همچنان با نگاه ملی به سرمایه‌های هنری خود نگریسته و ضوابط سازمانی همانی است که در چهار دهه گذشته وجود داشته و الحمد لله چهره‌های مطرح

عدالت در نگاه به ایران و ایرانی



میتیم
رشدی موزنادی
خبر گروه رسانه

حفظ و ترویج زبان‌های محلی کمک می‌کند؛ همان هدفی که

رسانه ملی همواره دنبال آن بوده است. اگر چه در دوره‌های گوناگون نقدهایی به میزان توجه صداوسیما به فرهنگ‌های مختلف وارد بوده اما در دوران تحولی، سعی شد با رعایت عدالت رسانه‌ای، این فضا برای همه فرهنگ‌ها و اقوام به صورت متناسب و متعادل تقسیم شود. برخی معتقدند که رسانه ملی بیشتر به فرهنگ‌ها و زبان‌های غالب و مرکزی توجه دارد و در پرداخت به فرهنگ‌های اقلیمی و بومی، به‌ویژه در مناطق دورافتاده‌تر و مرزی، کمتر توجه نشان می‌دهد اما این گزاره با تدبیر جدید رسانه ملی، یعنی هفته ایران، کاملاً از بین خواهد رفت.

ظرفیت‌های اقوام و خرده فرهنگ‌های مختلف ایران از منظر

رسانه، به‌ویژه رسانه ملی، موضوعی پیچیده و پرجالسی است که

در سال‌های اخیر توجه زیادی به آن جلب شده و در طرح جدید،

این توجه چند برابر می‌شود. این ظرفیت‌ها می‌توانند به عنوان

ابزاری برای تقویت هویت ملی و همبستگی اقوام مختلف ایران

عمل کنند. در این زمینه، رسانه‌ها می‌توانند نقشی کلیدی

ایفا کنند. رسانه‌ها و خصوصاً رسانه ملی می‌توانند به تقویت

هویت قومی و فرهنگی اقوام مختلف ایران کمک کنند. با پخش

برنامه‌های ویژه برای هر قوم، می‌توان آداب و رسوم، زبان‌ها،

موسیقی، هنرها و تاریخ هر قوم را معرفی کرد. این امر موجب

تقویت احساس تعلق و هویت برای اقوام مختلف می‌شود و به

حفظ و ترویج میراث فرهنگی آنها کمک می‌کند.

ایران کشوری با تنوع زبانی و فرهنگی گسترده است. رسانه ملی

از این ظرفیت استفاده کرده و به‌ویژه در استان‌های مختلف

کشور، برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی به زبان‌های محلی (مانند

کردی، بلوچی، ترکی، عربی، گیلکی و...) پخش می‌کند. این کار

باعث می‌شود که اقوام مختلف احساس کنند زبان و فرهنگ‌شان

در رسانه‌های ملی دیده و شنیده می‌شود.

رسانه ملی می‌تواند از ظرفیت‌های اقوام مختلف برای ایجاد

دونمره تشویقی برای درس کار و فناوری دانش‌آموزانی که اثر خود را به همایش مذکور ارسال کرده باشند در نظر گرفته می‌شود. او خبر داد: آثار دانش‌آموزی به‌طور جداگانه در بخش ویژه تولیدات دانش‌آموزی، داوری و از ۳۰ اثر منتخب با تندیس اولین همایش ملی هوش مصنوعی فرهنگ و رسانه، گواهی‌نامه معتبر تولیدکننده برتر محتوا و جایزه نقدی تقدیر خواهد شد.



دیدگاه

همبستگی ملی بهره‌برداری کنند. با ایجاد برنامه‌هایی که ویژگی‌ها و غنای فرهنگی اقوام مختلف را نمایش می‌دهند، می‌توان نشان داد که تنوع فرهنگی در ایران یک مزیت است نه یک چالش. این می‌تواند موجب افزایش درک و احترام متقابل میان اقوام مختلف شده و در نهایت به تقویت انسجام اجتماعی کمک کند. رسانه ملی همچنین بنا دارد به مشکلات و نیازهای خاص اقوام مختلف توجه کرده و آنها را در دستور کار مسئولان کشور قرار دهد. بسیاری از اقوام ایرانی در مناطق مرزی و کمتر توسعه‌یافته

زندگی می‌کنند و رادیو و تلویزیون می‌تواند نقش مهمی در معرفی مشکلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این اقوام ایفا کند و راه حل‌هایی برای بهبود وضعیت آنان ارائه دهد. صداوسیما همچنین بنا دارد نقش مهمی در آگاه‌سازی مردم ایران از تبعیض‌های قومی و نژادی ایفا کند و با پخش گزارش‌ها و برنامه‌هایی که از زندگی و مشکلات اقوام مختلف سخن می‌گویند، جوامع را از تبعیض‌ها و نابرابری‌ها آگاه می‌کند تا برای تغییر این وضعیت تلاش شود. این به کاهش تنش‌ها و اختلافات قومی نیز کمک خواهد کرد. در این فضا قرار است از نمادها، مناسبت‌ها و جشن‌های فرهنگی اقوام مختلف به عنوان فرصتی برای ترویج فرهنگ‌های محلی استفاده شود. این برنامه‌ها می‌توانند به معرفی هویت‌های بومی و محلی کمک کنند و آنها را به بخشی از هویت ملی ایران تبدیل کنند. مثلاً جشن‌ها و مراسم‌های خاص اقوام مانند نوروز در مناطق مختلف، عید قربان برای برخی از اقوام، یا جشن‌های محلی در استان‌های مختلف، می‌تواند در برنامه‌های تلویزیونی به نمایش گذاشته شود. ناگفته پیداست که ظرفیت‌های اقوام و خرده فرهنگ‌های مختلف ایران در رسانه ملی می‌تواند به شکل‌های مختلفی شکوفا شود و نقش مهمی در تقویت هویت ملی و ایجاد همبستگی میان اقوام مختلف ایفا کند. با تولید محتوای متنوع و احترام به تنوع فرهنگی و زبانی، رسانه ملی می‌تواند به بازنمایی دقیق‌تر و همه جانبه‌تر واقعیت‌های ایران کمک کند.

تفاهم‌های دل‌انگیز در فضای رسانه‌ای باشیم.

۵ پیام واضح‌تر این استقبال، دعوت مفهومی رسانه ملی از سرمایه‌های هنری کشور است که بدون هیچ‌گونه حاشیه‌ای در سایه نشسته و خودخواسته قربانی خودزنی مبهم شده و احساس خوشایندی به اعلام آمادگی برای همراهی ندارند و هنوز در فضای غوغا سالار گدشته سیر می‌کنند، در حالی که لیست سیاهی

در رسانه ملی وجود ندارد.

۶ مهم‌ترین پیام این رکورد، رأی مردم به مرجعیت رسانه‌ای رسانه ملی است که این‌گونه جمعیت بالای ۱۹ سال را میخکوب برنامه‌ها و سریال‌های فاخر خود کرد و مخاطب محوری رسانه ملی را با افزایش باورمندی مردم به صحت تولیدات و محبوبیت چهره‌های همراه نظام و همنوایی با روایت‌های خبری و گزارشی رسانه ملی ثابت کرده و اراده رسانه ملی را برای ساخت برنامه‌های مخاطب‌پسند، مصمم‌تر ساخت و

این برداشت، جامع‌ترین نتیجه‌گیری از این کثرت رویکرد و رویش‌های جدید است.

۷ خیز بلند رسانه ملی با راهبری دکتر پیمان جلی علاوه بر پیگیری و تحقق گام به گام سند تحول در سه سال گذشته، یکی از سخت‌ترین مرزبانی‌ها را در خاکریز اول جهاد فرهنگی و نبرد رسانه‌ای با موفقیت انجام داد و ائتلاف تاکتیکی نظام رسانه‌ای غرب را خنثی کرد؛ ائتلافی که گسترده‌ترین و پرهزینه‌ترین فعالیت‌ها را با راه‌اندازی قریب به ۳۰۰ شبکه تلویزیونی انجام داد تا در اعتماد مردم به رسانه ملی خدشه وارد کند اما بصیرت سیاسی مردم با این گستردگی استقبال، پیام دیگری را به جهان مخابره کرده‌است.

امید آن‌که همه توانمندان پیام این اقبال مردمی از برنامه‌های رسانه ملی را دریافت کرده و فضای هنری جامعه را در بستر رسانه ملی بیش از پیش لطیف کنند.