

روایت مستمر یک واقعیت مهم



در روزهایی که تحولات منطقه‌ای با سرعتی چشمگیر در حال رقم خوردن است، نقش رسانه‌ها در روایتگری دقیق، عمیق و مسئولانه بیش از هر زمان دیگری اهمیت پیدا می‌کند. جنگ رمضان، به عنوان یکی از رخداد‌های مهم و تأثیرگذار، نه تنها ابعاد سیاسی و نظامی دارد، بلکه واجد لایه‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی هویتی است که پرداختن به آن را برای رسانه ملی به یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر تبدیل می‌کند.

در این میان، باید اذعان داشت که با آغاز جنگ رمضان، مدیران رسانه ملی عملکردی هوشمندانه و قابل توجه از خود نشان دادند. تولید و پخش برنامه‌هایی که به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم به این رویداد می‌پردازند، نشان دهنده درک صحیح از نیاز مخاطب و اهمیت زمانه است. این برنامه‌ها، از تحلیل‌های کارشناسی گرفته تا مستندها و گفت‌وگوهای ویژه، توانسته‌اند تا حدی تصویر روشن‌تری از ابعاد مختلف این جنگ ارائه دهند و مخاطب را از سطح اخبار روزمره فراتر ببرند. اما این نقطه آغاز است، نه پایان مسیر. تجربه نشان داده است که دناوم در پرداخت رسانه‌ای به موضوعات مهم، عامل کلیدی در شکل‌گیری آگاهی عمومی و تثبیت روایت‌های صحیح است. جنگ رمضان، موضوعی نیست که با چند برنامه مقطعی بتوان حق مطلب را دربارۀ آن ادا کرد. این رویداد نیازمند یک رویکرد مستمر، چندلایه و خلاقانه در تولید محتواست.

تلویزیون، به‌عنوان فرآگیرترین رسانه، این ظرفیت را دارد که با بهره‌گیری از قالب‌های متنوع برنامه‌سازی، به این ضرورت پاسخ دهد. از سریال‌های داستانی با پس‌زمینه این تحولات گرفته تا برنامه‌های ترکیبی، میزگرد‌های تحلیلی، مستند‌های میدانی و حتی تولیدات ویژه برای نسل جوان، همگی می‌توانند در ترسیم یک تصویر جامع و دقیق نقش آفرینی کنند. مهم آن است که این تولیدات صرفاً به بازگویی وقایع بسنده نکنند، بلکه به تحلیل ریشه‌ها، پیام‌ها و تأثیرات انسانی این جنگ نیز بپردازند. از سوی دیگر، مخاطب امروز، مخاطبی هوشمند و جست‌وجوگر است. او به دنبال روایت‌هایی است که علاوه بر صحت، از عمق و جذابیت نیز برخوردار باشند. بنابراین، استمرار این روند نیازمند ارتقای کیفیت تولیدات، استفاده از کارشناسان برجسته، و توجه به زبان روایت متناسب با ذائقه مخاطب است.

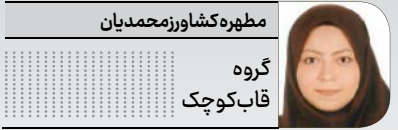
می‌توان گفت که حرکت آغازشده در رسانه ملی، حرکتی ارزشمند و در مسیر درست است. اما آنچه این حرکت را به یک جریان اثرگذار تبدیل می‌کند، استمرار، نوآوری و تعهد به روایت دقیق و مسئولانه است. جنگ رمضان، نه فقط یک خبر، بلکه بخشی از تاریخ در حال شکل‌گیری است؛ و رسانه، راوی این تاریخ.

افزون بر این، توجه به ابعاد انسانی و روایت‌های مردمی می‌تواند به غنای این برنامه‌ها بیفزاید. بازتاب زندگی روزمره مردم درگیر در این تحولات، گفت‌وگو با شاهدان عینی و نمایش تأثیرات ملموس جنگ بر خانواده‌ها، می‌تواند پیوند عاطفی عمیق‌تری میان مخاطب و واقعیت برقرار کند. این همان نقطه‌ای است که رسانه از یک ابزار اطلاع‌رسانی صرف، به بستری برای همدلی، فهم متقابل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تبدیل می‌شود.

روایتی مستند از

اقتباس‌های هنری

از شاهنامه



مجموعه مستند پنج‌قسمتی «بوی فردوس» به کارگردانی و تهیه‌کنندگی صابر الله‌دادیان برای گروه تولید شبکه مستند در دست تولید قرار دارد و تاکنون سه قسمت و نیم آن تصویربرداری شده است. این

مجموعه پرتره‌ای از استادان هنر در حوزه اقتباس از شاهنامه است و هر قسمت در شهری متفاوت ضبط می‌شود. بخشی از کار، ازجمله اپیزود مهر اسماعیل پور، در استودیوی شماره ۸ رادیو ارگ انجام شده که همزمان با جنگ رمضان پس از اصابت موشک تخریب شد.

صابر الله‌دادیان، نویسنده و کارگردان این مجموعه مستند، در این باره گفت: پنج قسمت مستند بر پنج



در شرایط جنگی، تولید برنامه و اجرای رسانه‌ای در بستری متفاوت و بسیار حساس انجام می‌شود. در چنین وضعیتی، مجری، تیم‌تولید و اتاق فکر رسانه باید به‌طور ویژه به اقتضانات زمانی و روانی جامعه توجه‌کنند. نخستین نکته، رعایت اصول اجرایی است. یعنی مجری باید بدون اغراق، شعار یا هیجان مصنوعی، با صداقت و واقع‌گرایی سخن بگوید و در عین حال مراقب باشد اضطراب‌های غیرضروری به جامعه تزریق نکند. او باید خود واقعی‌اش باشد. چون مخاطب در روزهای بحران، بیش از هر زمان دیگری نیاز به دریافت حس اصالت، همراهی و اعتماد دارد. انتخاب سوزۀ نیز اهمیت دوچندان پیدا می‌کند. باید بین روایت واقعیت‌های سخت جنگ و ارائه روزنه‌های امیدتوازن ایجاد شود. برنامه‌ساز باید سوزۀ‌هایی را انتخاب‌کند که هم از واقعیت‌ها دور نباشند و هم بتوانند در دل بحران، معنایی از همراهی، همدلی و تاب‌آوری را به مخاطب منتقل کنند. این همان نقطه‌ای است که برنامه‌سازی در دوران جنگ را از وضعیت عادی متمایز می‌کند. از سوی دیگر، اقتضانات فنی و محتوایی تولید از فضاسازی گرفته تا لحن، چینش مهمانان و نوع پرسش‌ها. همگی باید با شرایط جنگی همخوانی داشته باشند تا پیام برنامه دچار تناقض نشود. با همین انگیزه قاب کوچک، با سه تن از عوامل تولید برنامه‌های تلویزیونی گفت‌وگو کرد تا به بررسی چگونگی رعایت این اصول و تجربه‌های عملی آنها بپردازد.

نقش تلویزیون در بحران

علی صادقی، تهیه‌کننده برنامه «مثبت سلامت» درباره الزامات برنامه‌سازی تلویزیونی در شرایط جنگی گفت: در دوران بحران، تلویزیون به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر و وظیفه دارد مجموعه‌ای از آئیم‌ها و برنامه‌های ضروری را در دستور کار خود قرار دهد؛ از جمله آموزش‌های مدیریت استرس، نحوه مواجهه خانواده‌ها با شرایط جنگی، شیوه برخورد با کودکان و چگونگی مراقبت و تعامل با سالمندان. او تأکید کرد که چنین آموزش‌هایی می‌تواند به خانواده‌ها کمک کند تا در شرایط پرتنش جنگ، بهتر با وضعیت موجود کنار بیایند و محیط روانی پایدارتری در خانه ایجاد کنند. صادقی با اشاره به اهمیت طرح مباحث روان‌شناسی در برنامه‌های جنگی ادامه داد: خانواده‌ها باید بدانند چگونه اضطراب‌های فرزندان را مدیریت و از سالمندانی که آسیب‌پذیری بیشتری دارند مراقبت کنند. به گفته او، حضور چنین برنامه‌هایی در تلویزیون نه تنها ضروری، بلکه کارناچا و قابل دفاع است و باید جایگاه ثابتی در جدول پخش داشته باشد.

تهیه‌کننده مثبت سلامت با تأکید بر لزوم استفاده گسترده‌تر از متخصصان حوزه سلامت روان در رسانه عنوان کرد: بهره‌گیری از روان‌شناسان می‌تواند به کاهش اضطراب عمومی جامعه کمک کند. آموزش‌های عملی مانند کمک‌های اولیه، آموزش‌های هلال احمر و نحوه مواجهه با شرایط اضطراری نیز باید در قالب آئیم‌های آموزشی تولید و پخش شوند. زیرا آگاهی و آمادگی خانواده‌ها در شرایط جنگی اهمیت دوچندانی دارد. وی با بیان این‌که تولید چنین برنامه‌هایی نقش مؤثری در افزایش آمادگی عمومی دارد، اضافه کرد: رسانه باید خانواده‌ها را برای مواجهه با موقعیت‌های پیش‌بینی نشده آماده

شاخه هنری و پژوهشی مرتبط با اقتباس از شاهنامه متمرکز است و هر روایت به بهانه پرتره یک استاد شکل می‌گیرد؛ روایتی از گوشه‌هایی از زندگی، دغدغه‌ها و دیدارهای آن استاد با هنرمندان دیگر. او افزود: گروه تولید در فضای التهاب دی‌ماه کار را آغاز کرد اما در نهایت توانست با پنج استادی که مدنظر داشت به نتیجه برسد و تولید را پیش ببرد. دو قسمت هنوز تولید نشده اما چهره‌ها مشخص هستند.

این تهیه‌کننده گفت: در قسمت نخست، گووان مهر اسماعیل پور، نمایشنامه‌نویس، در جریان نگارش و تولید نمایش رادیویی تازه خود که براساس داستان‌هایی از شاهنامه شکل گرفته است، با استادان هنر نمایش ازجمله حمیدرضا نعیمی و محمودرضا رحیمی دیدار و گفت‌وگو می‌کند. کارگردان این مجموعه ادامه داد: در قسمت‌های دیگر مستند نیز به سراغ چهره‌های شاخص هنرهای

«قاب کوچک» در گفت‌وگو با ۳ تن از عوامل تولید برنامه‌های تلویزیون

جنگ رمضان در ق



سازد و همین ضرورت، تولید برنامه‌های آموزشی را به یک اولویت رسانه‌ای تبدیل می‌کند.

صادقی در بخش دیگری از سخنان خود به وضعیت مجریان در برنامه‌های روتین اشاره کرد و گفت: در روال معمول تلویزیون تغییر مجری در شرایط جنگی اقدامی رایج نیست و حتی در شرایط خاص نیز معمولاً همان مجری قبلی اجرای برنامه را ادامه می‌دهد، با این حال مجریان

این گفت‌وگوها به مخاطب کمک می‌کند نشان می‌دهد که علم مسیری تدریجی و نه وی همچنین به یکی از چالش‌های مهم د فاصله‌ای میان فضای علمی و زندگی روزمره علمی به دلیل پیچیدگی زبان و نحوه ارائه، این فاصله را کاهش دهد و علم را به زبان س

وی افزود: مادر این برنامه سعی کرده‌ایم از خود را حفظ کند. این موضوع بسیار مهم اما نباید از صحت و اعتبار آن کاسته شود.

مدیر پروژه با اشاره به برنامه‌ریزی‌های آتی بلندمدت در معاونت صداست. ما به دنیا با تا بتوانیم با مخاطبان بیشتری ارتباط برقمسیر است. او ادامه داد: در آینده تلاش خواهیم کرد تا بتوانیم تأثیرگذاری آن را افزایش دهیم. مدیر پروژه همچنین به موضوع بسیار مهم است. این موضوع بسیار مهم اما نباید از صحت و اعتبار آن کاسته شود. مدیر پروژه با اشاره به برنامه‌ریزی‌های آتی بلندمدت در معاونت صداست. ما به دنیا با تا بتوانیم با مخاطبان بیشتری ارتباط برقمسیر است. او ادامه داد: در آینده تلاش خواهیم کرد تا بتوانیم تأثیرگذاری آن را افزایش دهیم. مدیر پروژه همچنین به موضوع بسیار مهم است. این موضوع بسیار مهم اما نباید از صحت و اعتبار آن کاسته شود. مدیر پروژه با اشاره به برنامه‌ریزی‌های آتی بلندمدت در معاونت صداست. ما به دنیا با تا بتوانیم با مخاطبان بیشتری ارتباط برقمسیر است. او ادامه داد: در آینده تلاش خواهیم کرد تا بتوانیم تأثیرگذاری آن را افزایش دهیم. مدیر پروژه همچنین به موضوع بسیار مهم است. این موضوع بسیار مهم اما نباید از صحت و اعتبار آن کاسته شود.

وی با تأکید بر اهمیت معرفی الگوهای تقویت‌آمید در جامعه هستیم. معرفی اف می‌تواند نقش مهمی در ایجاد انگیزه در شکل گرفته و امیدواریم بتواند سهمی د افتخاری در پایان خاطرنشان کرد: رس دهند، می‌توانند به یکی از مهم‌ترین م ما در رادیو صبا تلاش می‌کنیم با تول مسیر برداریم.

ک

دماوند روایت مسیر پیشرفت

این ویدئو کست تلاش می‌کند امید، اعتماد و خودباوری را در دل مخاطبان تقویت کند

به دانشگاه علم و صنعت ایران صورت گرفته است. درواقع ما تلاش کردیم با بهره‌گیری از نماد ساختمان تخریب‌شده در دانشگاه این پیام را منتقل کنیم که دانش بومی ایرانی نزد دانشمندان آن محفوظ است و دشمن با تخریب چند ساختمان نمی‌تواند روند رشد دانش را در ایران متوقف کند.

وی ادامه داد: ایده اصلی این برنامه بر معرفی ظرفیت‌ها و دستاوردهای علمی کشور استوار است. اما نکته مهم این است که ما صرفاً به بیان نتایج نپرداخته‌ایم، بلکه مسیر رسیدن به این دستاوردها را نیز روایت کرده‌ایم. این موضوع باعث می‌شود مخاطب درک عمیق‌تری از فرآیندهای علمی پیدا کند و بداند که هر موفقیتی، نتیجه سال‌ها تلاش و پشتکار است.

مدیر پروژه دماوند و

روایت پیشرفت علمی زمانی اثرگذار می‌شود که بتواند از مرزهای خشک و پیچیده زبان تخصصی عبور کند و به تجربه‌ای ملموس برای مخاطب تبدیل شود. در دنیایی که حجم اطلاعات هر روز بیشتر می‌شود، آنچه

مخاطب را جذب می‌کند نه صرفاً داده‌ها، بلکه نحوه بیان و روایت آنهاست؛ روایتی که بتواند احساس، درک و ارتباط ایجاد کند. در چنین شرایطی، تولید محتوایی که علم را از فضای محدود نخبگانی خارج و به زندگی روزمره مردم نزدیک کند، اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. ویدئوکست «دماوند» با همین نگاه شکل گرفته است؛ برنامه‌ای که تلاش می‌کند با ترکیب صدا و تصویر، روایت تازه‌ای از دستاوردهای علمی ارائه دهد. این اثر تنها به معرفی نتایج بسنده نمی‌کند، بلکه مسیر شکل‌گیری آنها را نیز به تصویر می‌کشد؛ مسیری که سرشار از تلاش، شکست، امید و پیروزی است. چنین رویکردی باعث می‌شود مخاطب نه تنها با دستاوردها آشنا شود، بلکه با روند رسیدن به آنها نیز ارتباط برقرار کند. دماوند را می‌توان تلاشی هدفمند برای پیوند میان علم و جامعه دانست؛ روایتی که می‌کوشد امید، اعتماد و خودباوری را در دل مخاطبان تقویت کند.

حمیدرضا افتخاری، مدیر پروژه و مدیر رادیو صبا، ویدئوکست دماوند را نمونه‌ای موفق از هم‌افزایی میان رسانه‌های صوتی و تصویری دانست و تأکید کرد که این برنامه در راستای سیاست‌های کلان معاونت صدا و با هدف معرفی دستاوردهای علمی کشور تولید شده است.

وی با اشاره به ضرورت تغییر رویکرد در تولید محتوای رسانه‌ای گفت:

امروز مخاطب به دنبال تجربه‌ای فراتر از شنیدن یا دیدن صرف است.

او می‌خواهد درگیر شود، بفهمد و ارتباط برقرار کند. به همین دلیل ما در طراحی دماوند تلاش کردیم از قالب‌های سنتی فاصله بگیریم و به سمت تولیدی حرکت کنیم که همزمان از ظرفیت صدا و تصویر بهره ببرد. افتخاری همچنین به محل تولید این برنامه اشاره کرد و گفت: فصل اول دماوند در ۱۳ قسمت برای پخش همزمان از رادیو و تلویزیون تولید شده و ضبط آن در محل حمله دشمن آمریکایی – صهیونی