

تلویزیون، پناهگاه مخاطب در روزهای ابهام

افزایش توجه مخاطبان برنامه‌های گفت‌وگومحور و تحلیلی - سیاسی در ماه‌های اخیر، بیش از آن‌که نشانه دگرگونی سلیقه در معنای صرف و ثابت کلمه باشد، بازتابی از شرایط اجتماعی و نیازهای روز جامعه است. در فضایی که خبر، تحلیل، تبیین و حتی اطلاع‌رسانی ساده درباره رخدادها برای بسیاری از مردم به یک ضرورت تبدیل شده، طبیعی است که برنامه‌هایی که بتوانند این نیاز را پاسخ دهند، در مقایسه با دیگر قالب‌ها مخاطب بیشتری جذب کنند. بنابراین مسأله را نمی‌توان تنها در قالب علاقه ذاتی مردم به سیاست دید؛ آنچه در عمل رخ می‌دهد، جست‌وجوی پاسخ به نیازهای فوری است. در چنین وضعیتی، مخاطب بیش از هرچیز به دنبال این است که بداند چه می‌گذرد، چرا می‌گذرد و پیامد آن چیست. مردم در شرایطی که فشارهای اجتماعی و اقتصادی و منطقه‌ای بر زندگی روزمره سایه انداخته، برنامه‌ای را ترجیح می‌دهند که احساس کنند به فهم بهتر شرایط کمک می‌کند و صرفاً به سرگرمی یا پر کردن وقت اکتفا نمی‌کند. از همین‌رو، برنامه‌هایی که با لحن بی‌طرف‌تر، تحلیلی‌تر و نزدیک‌تر به واقعیت‌های جاری جامعه تولید می‌شود، امکان بیشتری برای جلب اعتماد و همراهی مخاطب دارد.

در این میان، نقش صداوسیما از همیشه مهم‌تر است. رسانه ملی نمی‌تواند خود را صرفاً به تولید محتوا محدود کند و از سنجش نیازهای واقعی جامعه غافل بماند. آنچه امروز از یک رسانه فراگیر انتظار می‌رود، پاسخ دادن به نیازهای متنوع مردم است؛ از خبر و تحلیل گرفته تا سرگرمی، آموزش و آرامش روانی. اگر این نیازسنجی درست انجام شود، طبیعی است که برنامه‌ها نیز براساس آن طراحی شده و مخاطب احساس کند رسانه زبان حال او را می‌فهمد.

۲۰ هزار دقیقه پوشش زنده اربعینی

هم‌زمان با فرارسیدن اربعین حسینی، گروهی از همکاران جهادی و دلدادگان اهل بیت (ع) در معاونت توسعه فناوری رسانه، با هدف پشتیبانی فنی از موکب‌های رسانه‌ای، در کرپلای معلی، نجف اشرف و عمودهای مسیر پیاده‌روی مستقر شدند. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، امسال نیز این گروه فنی در کنار تیم‌های محتوایی و تولیدی، حضور فعالی در این مسیر داشتند و زیرساخت‌های فنی برای پخش مراسم را تأمین کردند. ابوالفضل صالحی، دبیر ستاد اربعین معاونت توسعه و فناوری رسانه در گزارشی اقدامات و عملکرد این ستاد در پوشش رسانه‌ای اربعین حسینی ۱۴۰۵ را تشریح کرده است. وی در این خصوص گفت: امسال با تلاش گسترده و برنامه‌ریزی دقیق، شبکه‌ای از استودیوها و ایستگاه‌های پوشش رسانه‌ای در شهرهای سامرا، کاظمین، نجف، کربلا و مسیر طریق المشایه راه‌اندازی شد. هر یک از این ایستگاه‌ها با تجهیزات کامل و نیروی انسانی متخصص، نقش حیاتی در انعکاس این حماسه عظیم ایفا کردند. در سامرا، استودیوی حرم با تجهیزات ست پرتابل کامل سیما و سامانه‌های ارسال اینترنتی و اینترنت ماهواره‌ای پوشش داده شد و سایر معاونت‌های حوزه پیام نیز از این زیرساخت بهره‌مند شدند. در کاظمین، ضمن استفاده از تجهیزات مشابه و نیروی ترکیبی اربعین سیما و فنی، تمهیدات لازم برای رزرو SNG در صورت بروز مشکل نیز پیش‌بینی شده بود. در نجف نیز استودیوی شارع‌الرسول با تجهیزات ست پرتابل اتحادیه رادیو و تلویزیون اسلامی و سامانه‌های ارسال اینترنتی و اینترنت ماهواره‌ای، پوششی کامل و پایدار را فراهم آورد.

در مجموع، مدت زمان کل ارتباط زنده و پوشش مستقیم رسانه‌ای در همه ایستگاه‌های استقرار یافته در شهرهای سامرا، کاظمین، نجف، کربلا و مسیر طریق المشایه در عمودهای مختلف، بالغ بر ۲۰ هزار دقیقه (معادل بیش از ۳۳۵ ساعت) بوده است. این آمار بیانگر گستره بی‌نظیر پوشش و کیفیت بالای زیرساخت‌های ارتباطی و فنی مستقرشده توسط تیم‌های مختلف رسانه‌ای و معاونت‌های سازمان صداوسیما در سراسر مسیر اربعین حسینی است. مردم در مسیر ابا عبدالله (الحسین ع) خود افتخاری بزرگ است و افراد متخصص رسانه ملی، تعهد و تلاش خالصانه، پرچم خدمت رسانه‌ای را در این همایش عظیم برافراشته نگاه داشتند. اگرچه بسیاری تنها نتیجه نهایی این زحمات را مشاهده کردند اما خداوند بر تمام لحظات دشوار، تلاش‌های پنهان و دقایقی که برای حفظ کیفیت و استمرار این خدمت صرف شد، شاهد و گواه است.

را تجربه می‌کند. پرسش‌هایی که از خانواده شهید مطرح می‌کنم، بازتاب دغدغه‌های بینندگان است تا آنها پاسخ سؤال‌های خود را بگیرند. این جایگاه، زمینه‌ساز همراهی مخاطب با من می‌شود. او تأکید می‌کند: آن فضای غم، اندوه و داغ، اگرچه سنگین بود اما خیلی تلاش می‌کردیم آن را به اشک و آه تبدیل نکنیم. خود خانواده‌ها هم در این مسیر کاملاً با ما همراه بودند تا آن حماسه‌ای که از پس این شهادت و آن اتفاق بزرگی که در پشت این داغ پنهان بود، بیرون بیاید.

به گفته این مجری، خانواده‌ها در جمله‌های خود این حماسه را به زیبایی نشان می‌دادند؛ آنها می‌گفتند اگرچه شهید شده و نبودنش برای ما بسیار سخت است اما آرزوی خودش همین بود و همیشه دعا می‌کردند عاقبت بخیر شود؛ وقتی این جمله‌ها تکرار می‌شد، آن داغ در پس خود حماسه‌ای را نشان می‌داد که در برنامه بروز پیدا می‌کرد و در گفته‌های اکثر خانواده‌ها، چه پدر و مادر و چه فرزند شهید، این حماسه پنهان در پس داغ و درد فقدان کاملاً وجود داشت.

او درباره این پرسش که چه نکته یا صحنی از طرف مهمانان در لاله‌خیز او را بیشتر تحت تأثیر قرار داده، به‌طوری‌که در ذهنش ماندگار شود، می‌گوید: مواردی را در چند نفر از مهمانان دیدم که واقعاً برایم تکان‌دهنده بود. مثلاً وقتی از شرایط بعد از شهادت عزیزان‌شان می‌پرسیدم، می‌گفتند داغ بچه ما که بالاتر از داغ بچه‌های مردم و داغ بچه من که فراتر از داغ رهبرمان نیست. آنها معتقد بودند این روزها می‌گذرد و بعداً مفصل برای بچه‌مان گریه می‌کنیم اما الان وقت گریه‌کردن نیست، بلکه وقت پابرجاماندن و ایستادگی است. یکی از مادران شهید می‌گفت من فکر نمی‌کنم که بعد از این اتفاقات بنشینم برای بچه‌ام گریه کنم، بلکه من برای آقایان و رهبرم اشک می‌ریزم، چون آن داغ ما سوزانده است و این یکی از مواردی بود که در آن، داغ رهبر و داغ بچه‌های مردم را فراتر از داغ فرزند خودشان یا هم‌ردیف با آن می‌دیدند.

نکته بعدی از نظر این مجری، حضور فرزندان شهدا بود؛ کودکانی که با وجود دلنگی عمیق برای پدر و حسن فقدان و حتی با وجود تغییر حالات و بهانه‌گیری‌های‌شان، چنان معصومانه و ساده حرف می‌زدند که انگار هنوز معنای نبودن همیشگی پدر یا مادر را به‌درستی درک نمی‌کردند. آنها از آرزوهای کوچک و روزهای ساده‌ای می‌گفتند که می‌توانستند با والدین خود رقم بزنند؛ مثلاً می‌گفتند بابایم به من قول داده بود فلان چیز را برایم بخرد و ناراحت این اتفاقات ساده بودند. رضایور می‌گوید: چون خودم مادر هستم، سادگی زبان بچه را کاملاً می‌فهمیدم که او هنوز چندین سال مانده تا بفهمد واقعاً چه اتفاق بزرگی برایش افتاده است.



لحظه شهادت منتهی شده است. او می‌گوید: این موضوع از نظر ظاهری ممکن است خیلی متفاوت به نظر برسد و مثلاً این‌طور تصور شود که فضای آن با برنامه‌ای مثل «سیمای خانواده» که اجرایی‌کنم تفاوت زیادی دارد اما درنهایت آن گپ‌وگفت با خانواده‌ها همان شرایط کلی را داشت و فقط قسمت تلخ ما چرا که مربوط به لحظه شهادت است، فضای سنگینی ایجاد می‌کند.

رضایور درخصوص این‌که چگونه این مرز دقیق در اجرا رعایت می‌شود که نه فضای بیش از حد غمگین به وجود آید و نه از آنچه مخاطب می‌پسندد فاصله بگیرد، می‌گوید: این موضوع با آن رفاقتی که با خانواده شهدا ایجاد می‌شود به دست می‌آید؛ یعنی همان صمیمیت و حس همدلی و همدردی که به آنها نشان دهد غم شما، غم من هم هست. وقتی من به عنوان مجری این حس را نسبت به خانواده آن شهید داشته باشم، مخاطب برنامه هم قدم‌به‌قدم با من همان حس

می‌کند. پرسش‌هایی که از خانواده شهید آورده است، یعنی همان جایی که جنگ هنوز تمام نشده و جای خالی عزیزان هر روز در آن دیده می‌شود. اما در کنار تمام این داغ‌ها و دلنگی‌ها، چیز دیگری نیز جریان دارد که شامل فاطمه رضایور، مجری این فصل از لاله‌خیز، درباره چگونگی اجرا و تمسفر برنامه می‌گوید که در نگاه اول ممکن است تصور شود فضای حاکم بر کار ما، به دلیل روایت شهادت، بسیار سنگین است اما در واقعیت چنین نیست؛ چون مخاطب متوجه می‌شود که ما در حال صحبت از روزهای قشنگ زندگی هستیم. خانواده‌های شهدا، همسران و فرزندان آنها که در برنامه حضور می‌یابند خاطراتی را تعریف می‌کنند که با یادآوری آنها خودشان هم می‌خندند. ما در گفت‌وگوها به عقب‌تر برمی‌گردیم و از آنها می‌پرسیم که چطور ازواج کردید، چگونه با هم آشنا شدید و کجا همدیگر

را دیدید؛ همچنین می‌خواهیم از شیطنت‌های بچه‌ها برای ما بگویند و درواقع تمام این خاطرات را با هم مرور می‌کنیم. او در ادامه خاطرنشان می‌کند که فضای حاکم، سرشار از صمیمیت و شادی است و همین خاطرات، بنیاد روایت را شکل می‌دهند تا مخاطب دریابد شهید در چه بستر خانوادگی و محیطی پرورش پیدا کرده است. ما به دنبال این هستیم که بدانیم آن شهید عزیز چه آدمی، با چه ویژگی‌ها و چه خصوصیات اخلاقی و رفتاری بوده است. تنها بعد از گذر این مراحل است که به آن قسمت پایانی می‌رسیم که شاید اصلاً بخش کوتاهی از برنامه باشد؛ یعنی همان قسمت تلخ ما چرا که مربوط به روایت شهادت، آخرین دیدار و آخرین حرف‌هایی است که آن خانواده با شهید خود داشته‌اند.

تلخ و شیرین‌های زندگی شهدا

این مجری اعتقاد دارد که اگرچه یک بخش از برنامه آن وجه سنگین و ناراحت‌کننده را دارد اما شاید بخش عمده و زمان اصلی برنامه به مرور خاطرات شیرین تمام آن سال‌هایی بگذرد که در نهایت به

خانه‌های شهدا آورده است؛ یعنی همان جایی که جنگ هنوز تمام نشده و جای خالی عزیزان هر روز در آن دیده می‌شود. اما در کنار تمام این داغ‌ها و دلنگی‌ها، چیز دیگری نیز جریان دارد که شامل امید، ایمان و اراده‌ای راسخ برای ادامه دادن است. فاطمه رضایور، مجری این فصل از لاله‌خیز، درباره چگونگی اجرا و تمسفر برنامه می‌گوید که در نگاه اول ممکن است تصور شود فضای حاکم بر کار ما، به دلیل روایت شهادت، بسیار سنگین است اما در واقعیت چنین نیست؛ چون مخاطب متوجه می‌شود که ما در حال صحبت از روزهای قشنگ زندگی هستیم. خانواده‌های شهدا، همسران و فرزندان آنها که در برنامه حضور می‌یابند خاطراتی را تعریف می‌کنند که با یادآوری آنها خودشان هم می‌خندند. ما در گفت‌وگوها به عقب‌تر برمی‌گردیم و از آنها می‌پرسیم که چطور ازواج کردید، چگونه با هم آشنا شدید و کجا همدیگر

را دیدید؛ همچنین می‌خواهیم از شیطنت‌های بچه‌ها برای ما بگویند و درواقع تمام این خاطرات را با هم مرور می‌کنیم. او در ادامه خاطرنشان می‌کند که فضای حاکم، سرشار از صمیمیت و شادی است و همین خاطرات، بنیاد روایت را شکل می‌دهند تا مخاطب دریابد شهید در چه بستر خانوادگی و محیطی پرورش پیدا کرده است. ما به دنبال این هستیم که بدانیم آن شهید عزیز چه آدمی، با چه ویژگی‌ها و چه خصوصیات اخلاقی و رفتاری بوده است. تنها بعد از گذر این مراحل است که به آن قسمت پایانی می‌رسیم که شاید اصلاً بخش کوتاهی از برنامه باشد؛ یعنی همان قسمت تلخ ما چرا که مربوط به روایت شهادت، آخرین دیدار و آخرین حرف‌هایی است که آن خانواده با شهید خود داشته‌اند.

این مجری اعتقاد دارد که اگرچه یک بخش از برنامه آن وجه سنگین و ناراحت‌کننده را دارد اما شاید بخش عمده و زمان اصلی برنامه به مرور خاطرات شیرین تمام آن سال‌هایی بگذرد که در نهایت به

کردید، چگونه با هم آشنا شدید و کجا همدیگر



آنتن مردم محور در شبکه تهران

مدیر شبکه ۵ سیما از مسیر آینده این شبکه مبتنی بر اعتماد به مردم و گسترش فعالیت‌های تعاملی می‌گوید

ژانران در مسیر پیاده‌روی گفت‌وگو کردیم. مدیر شبکه تهران ادامه داد: مسابقه «کف میدون» نیز یکی دیگر از تجربه‌های موفق ما در ارتباط مستقیم با مردم بود. این برنامه که در فضای شهری برگزار می‌شود، با استقبال خوب شهروندان روبه‌رو شده و به تقویت ارتباط شبکه با مخاطبان کمک کرده است. ملکی با اشاره به نقش این رویکرد در پوشش تجمعات مردمی گفت: همین تعامل گسترده باعث شده هنگام برگزاری مراسم و تجمعات، مردم به بخشی از فرآیند اطلاع‌رسانی تبدیل شوند. آنان تصاویر و گزارش‌های خود را برای ما ارسال و در محل برگزاری مراسم نیز با خبرنگاران شبکه گفت‌وگو می‌کنند.

وی با اشاره به مأموریت شبکه تهران به‌عنوان رسانه پایتخت اظهار کرد: حدود ۲۰ میلیون نفر مخاطب مستقیم شبکه تهران هستند و به‌همین دلیل تلاش کردیم تجمعات گسترده مردم تهران، ازجمله مراسم مرتبط با محکومیت اقدامات امریکا و اسرائیل و همچنین آیین‌های مرتبط با شهادت رهبر عزیزمان را هر شب پوشش دهیم تا مردم خود را در قاب شبکه ببینند و احساس مشارکت بیشتری داشته باشند.

مدیر شبکه تهران درباره سیاست این رسانه در پوشش تجمعات نیز گفت: شبکه تهران خود را زبان مردم و تجلی صدای آنان در رسانه ملی می‌داند. هر تجمعی که در چارچوب قانون برگزار شود، از نگاه ما قابلیت پوشش رسانه‌ای را دارد؛ همان‌گونه که رئیس سازمان صداوسیما نیز بارها بر این موضوع تأکید کرده است.

در روزگاری که تصاویر جنگ با سرعتی بی‌سابقه در شبکه‌های اجتماعی منتشر و بسیاری از آنها پس از گذشت چند ساعت فراموش می‌شوند، روایت‌های انسانی و مستند از

خانواده‌های شهدا، نقشی کلیدی در ماندگار کردن بخشی از حقیقت دارند؛ حقیقتی که سال‌ها بعد، برای نسل‌های فاقد تجربه مستقیم جنگ، تنها از همین رهگذر قابل درک و لمس خواهد بود. برنامه «لاله‌خیز» در تلاش است تا آن وحدت ایجادشده در میدان را با روایت زندگی شهدای محور مقاومت امتداد دهد. این رویکرد دقیقاً همسو با دیدگاه رهبر شهید انقلاب درباره منطقه‌ای بودن جنگ رمضان و مشارکت ملت‌های مختلف شکل گرفته است. همه این

روایت‌ها در یک نقطه مشترک به هم می‌رسند: دشمن ممکن است بتواند خانه‌ای را ویران کند، انسانی را از میان ما ببرد و خانواده‌ای را داغدار سازد اما به هیچ‌وجه قادر نخواهد بود به آسانی در حافظه و اراده یک ملت خلل به وجود آورد. لاله‌خیز تلاش می‌کند همین حافظه را زنده نگه دارد؛ حافظه‌ای که در آن شهید فقط متعلق به یک قاب عکس نیست، بلکه بخشی زنده از هویت خانواده و کل جامعه محسوب می‌شود. این برنامه در چنین مسیری، دوربین خود را از میدان‌های جنگ به درون

شبکه تهران رویکرد مردمی‌سازی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبرد‌هایش دنبال می‌کند؛ رویکردی که از افزایش حضور مخاطبان در برنامه‌ها و جذب خبرنگاران مردمی تا پوشش میدانی تجمعات، توسعه فعالیت در فضای مجازی و تعامل با دستگاه‌های اجرایی را در برمی‌گیرد.

به‌گزارش روابط عمومی رسانه ملی، حسن ملکی، مدیر شبکه تهران، بر این عقیده است که رسانه استانی زمانی م ی‌تواند نقش واقعی خود را ایفا کند که به زبان مردم تبدیل شود و میان مطالبات جامعه و دستگاه‌های اجرایی پل ارتباطی ایجاد کند. به‌گفته وی، شبکه تهران در یک سال گذشته تلاش کرده از قالب یک رسانه صرفاً پخش‌کننده برنامه خارج شود و به رسانه‌ای تعاملی تبدیل شود؛ رسانه‌ای که مردم نه‌تنها مخاطب، بلکه بخشی از فرآیند تولید محتوا در آن باشند.

تعامل با مردم، اولویت شبکه تهران است

حسن ملکی درباره مهم‌ترین راهبرد شبکه تهران در یک سال گذشته اظهار کرد: یکی از اولویت‌های اصلی ما مردمی‌کردن شبکه تهران بوده است؛ رویکردی که به معنای تعامل هرچه‌بیشتر با مردم، حضور پررنگ‌تر آنان در برنامه‌ها و مشارکت‌شان در تولید محتواست. بر همین اساس نیز باشگاه مخاطبان شبکه تهران در آستانه راه‌اندازی قرار دارد.

وی افزود: در این مدت، تعداد زیادی خبرنگار مردمی جذب کرده‌ایم که روزانه گزارش‌های متعددی از شهر تهران و شهرستان‌های استان برای شبکه ارسال می‌کنند که با افتخار آنها را روی آنتن می‌بریم. همچنین برنامه «گفت‌وگوی ویژه مردمی» را از استودیو به کف خیابان منتقل کرده‌ایم که با استقبال مخاطبان مواجه شده و در ایام اربعین نیز با