

رسانه ملی از سنت تا فناوری

طبیعتاً در دنیایی که براساس رسانه‌های تکنولوژیک پیش می‌رود و فناوری رسانه در آن حضور دارد، در سید استفاده از رادیو و تلویزیون اتفاقاتی افتاده که مختص ایران نیست و پدیده‌ای جهانی است. وقتی دقت می‌کنیم، می‌بینیم که شبکه‌های تلویزیونی دنیا، از آمریکا و انگلیس گرفته تا آلمان و ژاپن، همگی به دلیل گسترش فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت و قابلیت‌هایی که ماهواره‌ها ایجاد کرده و دسترسی‌های گسترده‌ای که فراهم آورده، با کاهش مخاطب مواجه شده‌اند. این اتفاق برای تمام دنیا رخ داده و در مورد ایران نیز همیشه این صحبت‌ها مطرح بوده است.

در مورد بحث پدیداری و دیده شدن رسانه، همین که هر اتفاق و خبری که در صداوسیما منتشر می‌شود به‌شدت توسط افراد مختلف ازجمله رؤسای جمهور سابق یا فعلی مورد واکنش قرار می‌گیرد، نشان می‌دهد که این سازمان تأثیرگذار است. البته در کار رسانه‌ای، خطا امری کاملاً طبیعی است. با این حال، اگر سازمان را ماهانه، فصلی یا سالانه بررسی کنیم، همواره نقاط درخشانی دارد که مورد تمجید همگان است. به‌عنوان مثال، رویدادهای ۵-۶ ماه اخیر، ازجمله مسائل مربوط به جنگ و تشییع شهدا و حضور مردم در میادین، بسیاری با همکاری سازمان محقق شد و گرینه چنین رویدادهایی بدون حضور سازمان شکل نمی‌گرفت.

شواهد نشان می‌دهد که بسیاری از سریال‌ها و برنامه‌ها توسط مردم دیده می‌شود. درخصوص شواهد پدیدارشناختی برای دیده شدن رسانه، وقتی خبر کوچکی در یک برنامه رادیویی پخش می‌شود همه به یک باره از آن مطلع می‌گردند، این سؤال پیش می‌آید چطور کسانی که مدعی بودند تلویزیون دیده نمی‌شود، در فاصله ۲-۳ روز از تمام جزئیات خبر دارند؟ بسیاری از محصولات تلویزیون، حتی اگر از خود قلاب تلویزیون پخش نشوند، براساس پارادایم و گفتمان سازمان شکل می‌گیرند و در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به‌صورت برش‌برش بازنشر می‌شوند. بنابراین باید صداوسیما را برای ورود به این مباحث تعاملی ستود؛ چرا که تلویزیون صرفاً برای دیده شدن در قاب خود درست نشده، بلکه یک دستگاه فرهنگی است که سعی دارد فضای فرهنگی جامعه را پدید ببرد. سازمان حتی در حوزه تنظیم‌گری سریال‌های شبکه نمایش خانگی نیز مشارکت دارد. اگرچه ممکن است در آنجا به‌خاطر بازاریابی و گیشه، برخی هنجارها رعایت نشود اما بسیاری از عوامل آنجا نیز سال‌ها در سازمان آموزش دیده و زحمت کشیده‌اند و در مجموع، همان نجابت صداوسیما تا حدودی آن فضاها را نیز متوازن می‌کند.

با این حال سازمان در این فضای اجتماعی زیست می‌کند و تلاش دارد تا رضایت عموم بیش از پیش حاصل شود اما باید توجه داشت که هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند رضایت همه را کسب کند که اگر چنین بود نیاز به رسانه‌های متعدد نداشتیم و تنها یک رسانه برای همه افراد کافی بود.



قدردانی وزیر میراث فرهنگی و رئیس سازمان نظام پزشکی از رسانه ملی

محمد رئیس‌زاده: همراهی رسانه ملی مایه امیدواری و انگیزه‌ای مضاعف جهت خدمت‌رسانی صدچندان و باکیفیت به ملت عزیز ایران خواهد بود

سیدرضا صالحی امیری: همراهی رسانه ملی در معرفی و پاسداشت میراث فرهنگی کشور، پشتوانه‌ای ارزشمند برای صیانت از هویت تاریخی ایران و گسترش روایت صحیح و امیدآفرین از ظرفیت‌های فرهنگی و تمدنی این سرزمین است



در لحظات حساس و بحرانی کشور است. این همراهی، همواره برای مایه امیدواری و انگیزه‌ای مضاعف جهت خدمت‌رسانی صدچندان و باکیفیت به ملت عزیز ایران خواهد بود.» رئیس‌زاده همچنین در این نامه نوشت: «از جنابعالی و همکاران محترم در شبکه‌های مختلف صداوسیما به‌ویژه شبکه سلامت و خبر که در پوشش و انعکاس مناسب خبری و تصویری این برنامه باشکوه و وزین همکاری داشتند، صمیمانه سپاسگزاری نموده و برای جنابعالی و مجموعه معظم صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، توفیق روزافزون و کامیابی در عرصه‌های مختلف خدمات رسانه‌ای از درگاه خداوند متعال خواستارم.»

مراسم ملی جشن روز پزشک و داروساز سال ۱۴۰۵، با حمایت‌های بی‌دریغ، همکاری‌های مؤثر و نگاه مسئولانه جنابعالی و مجموعه محترم صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، موجب ایجاد الگویی مؤثر در تجلیل از خدمات جهادگران عرصه سلامت کشور و زمینه‌ساز از ارتقای سطح امید و نشاط اجتماعی به‌ویژه در بین پزشکان و داروسازان جوان گردید.» در ادامه نامه رئیس کل سازمان نظام پزشکی آمده است: «حمایت‌های ارزشمند جنابعالی در این زمینه، فراتر از یک همکاری اداری، نشان‌دهنده درک عمیق مسئولان اجرایی از جایگاه جامع پزشکی و قدردانی از ایناگرگی‌های پزشکان، داروسازان و سایر اعضای محترم جامعه پزشکی آنان در صیانت از سلامت جامعه، برگزاری باشکوه

عزیز از خداوند متعال خواستارم.» همچنین رئیس کل سازمان نظام پزشکی با ارسال نامه‌ای دیگر به رئیس سازمان صداوسیما، ضمن قدردانی از رسانه ملی برای پوشش مناسب خبری و تصویری مراسم ملی جشن روز پزشک و داروساز سال ۱۴۰۵ تأکید کرد: این همراهی، فراتر از یک همکاری اداری، نشان‌دهنده درک عمیق مسئولان از جایگاه جامعه پزشکی و قدردانی از تلاش پزشکان و داروسازان در لحظات حساس و بحرانی کشور است.

به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، در متن نامه محمد رئیس‌زاده به دکتر پیمان جبلی آمده است:

«نظر به جایگاه والای کادر درمان و نقش حیاتی آنان در صیانت از سلامت جامعه، برگزاری باشکوه

گردشگری استان قزوین در سطح ملی و بین‌المللی است. در این میان، حضور موثر رسانه ملی و بازتاب متناسب شور و مشارکت مردم، نقش مهمی در انتقال پیام این رویداد و تبدیل آن به یک خاطره ملی ایفا کرد.» سیدرضا صالحی امیری همچنین در نامه قدردانی خود به دکتر جبلی نوشته است: «بی‌تردید همراهی رسانه ملی در معرفی و پاسداشت میراث فرهنگی کشور، پشتوانه‌ای ارزشمند برای صیانت از هویت تاریخی ایران و گسترش روایت صحیح و امیدآفرین از ظرفیت‌های فرهنگی و تمدنی این سرزمین است. ضمن قدردانی مجدد از جنابعالی و تمامی همکاران محترم آن سازمان، توفیق روزافزون شما را در خدمت به فرهنگ، هویت و منافع ملی ایران

به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، در متن نامه سیدرضا صالحی امیری، وزیر میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به دکتر پیمان جبلی آمده است: «بدین وسیله از اهتمام و همراهی شایسته جنابعالی، مدیران، خبرنگاران، تهیه‌کنندگان و عوامل محترم سازمان صداوسیما در پوشش گسترده و مناسب جشن ثبت جهانی الموث و انعکاس ابعاد ملی، فرهنگی و مردمی این رویداد ارزشمند، صمیمانه تقدیر و تشکر می‌کنم.» در ادامه این نامه آمده است: «ثبت جهانی الموت، افزون بر جایگاه برجسته آن در معرفی یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های تاریخی و تمدنی ایران، فرصتی برای تقویت احساس تعلق، غرور ملی و امید اجتماعی و نیز معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و

شصتچی نیامده، محاکمه شد!

در شرایطی که تنها یک قسمت از سریال «مرد سه هزار چهره»

روی آنتن رفته است، برخی افراد به نیت نقدهای جناحی، صحبت‌هایی درباره این مجموعه داشته‌اند



انتقاد می‌تواند کاملاً محل بحث باشد. اتفاقا یکی از مهم‌ترین چالش‌های مرد سه‌هزارچهره همین است: آیا مدیری توانسته از خاطره «مرد هزارچهره» عبور کند و برای شصتچی امروز هویت تازه‌ای بسازد؟ اما پاسخ این پرسش را نمی‌توان تنها از یک قسمت بیرون کشید. شصتچی برگشته، اما قرار نیست سال ۱۳۸۷ را تکرار کند. نکته مهم در مورد این سریال، فاصله زمانی بسیار زیاد میان دو دوره است. «مرد هزارچهره» و «مرد دوهزارچهره» محصول زمانی بودند که فضای رسانه‌ای، شوخی‌ها، مناسبات اجتماعی و حتی شیوه مصرف طنز با امروز تفاوت داشت. مخاطب سال ۱۴۰۵ همان مخاطب سال‌های گذشته نیست. شبکه‌های اجتماعی، ویدئوهای کوتاه، شوخی‌های ویرال، میم‌ها و سرعت گردش محتوا باعث شده مخاطب امروز بسیاری از الگوهای کمدی را پیش از رسیدن به تلویزیون دیده باشد. بنابراین اگر مدیری صرفاً همان فرمول قدیمی را دوباره اجرا کند، طبیعی است که بخشی از مخاطبان آن را کهنه بدانند. اما اتفاقاً مسأله اصلی اینجاست که آیا مرد سه‌هزارچهره قرار است صرفاً نوستالژی بفروشد یا از نوستالژی به‌عنوان سکوی پرتاب استفاده کند؟ قسمت اول هنوز پاسخ کاملی به این سؤال ن داده است. راجع به چهره‌ها و پدیده‌های فضای مجازی در قسمت نخست نشان می‌دهد سازندگان حداقل تلاش کرده‌اند جهان شصتچی را به امروز متصل کنند. شوخی با چهره‌های شناخته‌شده‌ای مانند مجتبی شکوری و

سروش صحت نیز از همین جنس است؛ شوخی‌هایی که شاید برای همه مخاطبان جذاب نباشد، اما نشان می‌دهد سازندگان قصد ندارند شخصیت را در گذشته منجمد کنند. شصتچی باید در سال ۱۴۰۵ زندگی کند، نه در سال‌های گذشته.

چرا عده‌ای از بازگشت مدیری ناراحتند؟

یک سؤال جدی‌تر هم وجود دارد که کمتر به آن پرداخته شده است: چرا بازگشت مهران مدیری به تلویزیون به خصوص بعد از سریال شیش‌ماهه، تا این اندازه محل مناقشه شده است؟ مدیری فقط یک بازیگر نیست. او برای بخش بزرگی از مخاطبان، یکی از مهم‌ترین چهره‌های تاریخ کمدی تلویزیونی ایران است. حضور او در تلویزیون به خودی خود اتفاقی خبری است؛ به خصوص بعد از سال‌هایی که بخش مهمی از فعالیت او در نمایش خانگی دنبال شد. همین مسأله باعث شده مرد سه‌هزارچهره از همان ابتدا با بار رسانه‌ای سنگینی وارد میدان شود. گروهی مدت‌ها منتظر بودند مدیری دوباره به تلویزیون بازگردد و برخی اساساً علاقه‌ای به بازگشت چهره‌هایی از این جنس به تلویزیون ندارند. در نتیجه، بخشی از فضای پیرامون سریال، پیش از آن‌که به خود اثر مربوط باشد، معطوف به مسأله «بازگشت مهران مدیری» شده است.

اینجاست که باید مراقب یک خطای رسانه‌ای باشیم؛ مخالفت یا موافقت با شخص مدیری نباید جای نقد اثر را بگیرد. اگر سریال مدبرکل صداوسیمای آذربایجان شرقی در ادامه به ظرفیت‌های اقتصادی استان اشاره کرد و گفت: ماشین‌سازی، تراکتورسازی و دیگر صنایع بزرگ از مهم‌ترین ظرفیت‌های صنعتی آذربایجان شرقی هستند که بخشی از آنها در جریان جنگ نیز آسیب دیدند، اما فعالیت و تولید در این مجموعه‌ها ادامه پیدا کرد. وی ذخایر معدنی استان را از دیگر ظرفیت‌های قابل توجه دانست و افزود: بازار تاریخی و به‌هم پیوسته تبریز نیز علاوه بر کارکرد تجاری، در طول تاریخ نقشی فرهنگی، اجتماعی و مذهبی داشته و از ظرفیت‌های مهم استان محسوب می‌شود. نصیری همچنین با اشاره به توان بخش کشاورزی و امنیت غذایی اظهار کرد: تولید محصولات راهبردی، ظرفیت ماشین‌آلات کشاورزی و توان صنایع مرتبط با این حوزه در برنامه‌های رویداد مورد توجه قرار می‌گیرد.

این آگهی در سایت‌های <http://iets.mporg.ir> و <https://www.airport.ir> و نیز در سایت سامانه ستاد به آدرس <https://www.setadiran.ir> نیز اطلاع رسانی شده است.

اصغر توسلی گروه رسانه

است؛ نقدهایی که بخشی از آنها نه از دل جهان داستان، بلکه از همان قسمت نخست و حتی پیش از آن، از حاشیه‌های بازگشت این کارگردان و بازیگر به تلویزیون تغذیه می‌کنند. سریالی که در ۱۵ قسمت باید روایت تازه‌ای از «مسعود شصتچی» ارائه دهد، فعلاً بیش از آن‌که مجال قصه‌گویی پیدا کند، گرفتار قضاوت‌هایی شده که گویی نتیجه را از پیش تعیین کرده‌اند. مسعود شصتچی بعد از نزدیک به دو دهه دوباره به تلویزیون بازگشته است؛ همان شخصیتی که زمانی یکی از محبوب‌ترین کاراکترهای کمدی مهران مدیری بود و «مرد هزارچهره» و «مرد دوهزارچهره» را به بخشی از حافظه تلویزیونی مخاطبان تبدیل کرد. بازگشت چنین شخصیتی طبیعتاً با انتظار همراه است؛ اما انتظار با پیشداوری تفاوت دارد. مشکل از جایی آغاز می‌شود که هنوز یک قسمت از مجموعه پخش شده، اما برخی تلاش می‌کنند درباره کل سریال حکم صادر کنند؛ انگار قرار است کیفیت ۱۴قسمت دیگر را براساس چند شوخی و چند موقعیت از قسمت اول تعیین کنیم! این درحالی است که قسمت نخست مرد سه‌هزارچهره اساساً بیش از آن‌که آغاز کامل قصه باشد، نقش معرفی دوباره شخصیت‌ها و چیدن مهره‌های داستان را دارد.

قضاوت عجولانه، ممنوع

هیچ‌کس نمی‌تواند منکر حق مخاطب برای نقد مرد سه‌هزارچهره شود. او حق دارد بگوید شوخی‌ای را دوست نداشته، یا ریتم سریال ارتباط نگرفته یا حتی معتقد باشد بازگشت شصتچی به اندازه گذشته جذاب نیست. اتفاقاً نقد جدی و دقیق می‌تواند به دیده شدن نقاط ضعف یک اثر کمک کند. اما نقد با تخریب تفاوت دارد. وقتی یک اثر کمدی تازه شروع شده و هنوز جهان داستانی خود را کامل نکرده، این‌که صرفاً چند شوخی قسمت اول را جدا کنیم، در شبکه‌های اجتماعی دست‌به‌دست شود و از روی آنها درباره کل اثر نتیجه بگیریم، بیشتر شبیه صدور حکم پیش از تشکیل دادگاه است تا نقد یک مجموعه تلویزیونی. بخش‌هایی از واکنش‌ها نیز به تکراری بودن شوخی‌ها مربوط بوده است؛ از شوخی‌های فیزیکی و موقعیت‌های آشنا گرفته تا راجع‌هایی که یادآور آثار قدیمی مهران مدیری است. این

ویژه

۲۲ محور برای روایت آذربایجان شرقی

نشست خبری ایران جان آذربایجان شرقی با حضور مسئولان ذی ربط و اصحاب رسانه برگزار شد

روایت تاریخی و فرهنگی آذربایجان

ایوب نصیری، مدیرکل صداوسیمای آذربایجان شرقی، با اشاره به اهداف این رویداد اظهار کرد: ایران جان فرصتی برای ارائه تصویری شفاف، واقعی و امیدآفرین از ظرفیت‌های استان است و تلاش می‌کنیم بخشی از توانمندی‌هایی را که کمتر دیده شده‌اند، در سطح ملی معرفی نماییم. وی با اشاره به جایگاه آذربایجان شرقی در تاریخ ایران ادامه داد: تبریز و آذربایجان در مقاطع مختلف تاریخی در دفاع از کشور و مقابله با استبداد و تجاوز بیگانگان نقش داشته‌اند و موضوع مقاومت و مردداری مردم استان نیز در روایت‌های این رویداد مورد توجه قرار می‌گیرد. نصیری، هویت دینی و فرهنگی استان را از دیگر محورهای «ایران جان» دانست و گفت: ارادت مردم آذربایجان به اهل بیت (ع)، آیین‌های محرم، هیات‌های قدیمی، موسیقی و فرهنگ آذربایجانی و همچنین ظرفیت‌های ادبی و هنری استان، از جمله موضوعاتی هستند که در برنامه‌های این رویداد بازتاب خواهند داشت. وی با اشاره به طراحی ۲۲ محور برای ایران جان گفت: هویت تاریخی و دینی استان، هویت ملی تبریز، ادبیات و موسیقی، صنعت و معدن، تجارت و صادرات، شهدای شاخص، مفاخر و چهره‌های اثرگذار، دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، میراث فرهنگی و گردشگری، اماکن تاریخی، کشاورزی، محیط زیست، ورزش، زنان و خانواده و ظرفیت‌های روحانیت ازجمله محورهای تعیین شده است.

دهمین رویداد ملی «ایران جان» با شعار «آذربایجان پرچمدار اتحاد ایران» از ۲۴ تا ۳۰ شهریور در آذربایجان شرقی برگزار می‌شود. نشست خبری دهمین رویداد ملی «ایران جان» با حضور علیرضا کیخا معاون امور استان‌های رسانه ملی، ایوب نصیری مدیرکل مرکز صداوسیمای آذربایجان شرقی، حسین قربایی مدیرکل روابط عمومی رسانه ملی و جمعی دیگر از مدیران رسانه ملی در اداره کل روابط عمومی صداوسیما برگزار شد. در این نشست جزئیات برنامه‌های رسانه ملی برای روایت ظرفیت‌ها، هویت و مسائل آذربایجان شرقی تشریح گردید.

ایران جان» در آذربایجان شرقی

دکتر حسین قربایی، مدیرکل روابط عمومی صداوسیما، در این نشست گفت: دهمین رویداد ملی ایران جان به آذربایجان شرقی و تبریز اختصاص دارد و با شعار «آذربایجان، پرچمدار اتحاد ایران» از ۲۴ تا ۳۰ شهریور برگزار می‌شود. وی افزود: این رویداد با مشارکت شبکه‌های مختلف رسانه ملی برگزار خواهد شد و برنامه‌های ویژه‌ای برای معرفی ظرفیت‌های استان در نظر گرفته شده است.



پرهیز عباسی نماینده‌اتحادیان



متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید