



زهرای عباسی گروه رسانه

فصل جدید برنامه «سندباد» به‌عنوان یک برنامه بین‌المللی، با رویکردی نوین و تمرکز بر مصاحبه‌های عمیق و فرهنگی، به شبکه دو بازگشت. این فصل به وضوح تغییرات و رویکردهای مثبتی را که برنامه‌سازان فرهنگی در نظر داشته‌اند، نمایان می‌سازد و به‌نظر می‌رسد که تجربیات فصل اول این برنامه، به شکل‌گیری برنامه‌های قوی‌تر و منسجم‌تر کمک کرده است. یکی از ویژگی‌های بارز سندباد، مجری آن، سهیل اسعد است. او که اصالت لبنانی دارد، در آرزاتین به دنیا آمده و بزرگ شده است. اسعد از چهره‌های شناخته‌شده بین‌المللی در زمینه تبلیغ تشیع و ترویج فرهنگ اسلامی به شمار می‌رود. با توجه به رویکرد بین‌المللی برنامه سندباد، انتخاب اسعد توانسته به سختی و انسجام برنامه کمک کند. در گپ‌وگفت پیش‌رو، او از تدابیر جدید دست‌اندرکاران برنامه در فصل جدید و اهمیت وجود رسانه قوی در تقویت روحیه جبهه مقاومت با جام جم صحبت کرده است. در این گفت‌وگو اسعد نگاهی عمیق به چالش‌ها و فرصت‌های موجود در برنامه‌سازی فرهنگی و رسانه‌ای دارد و نشان می‌دهد که چگونه می‌توان با رویکردی نوین، پیام‌های مثبت وارزشمند را به مخاطبان منتقل کرد.



❗ فصل جدید سندباد چندوقتی است که روی آنتن شبکه دورفته؛ باتوجه به این‌که در فصل اول خبرهایی مبنی بر جدایی شما از این برنامه منتشر شد، از حاشیه رفت و برگشت مجددتان بگویید.

برنامه‌هایی که در فصل اول پیش آمد، مشکل خاصی به‌وجود نیاورد. من نسبت به شرایطی که در ابتدای برنامه تعیین کرده بودیم، حساس بودم و انتظار داشتم که تغییرات خاصی اتفاق بیفتد اما در طول فصل اول، آنچه در ذهن داشتم طبق هماهنگی‌های اولیه پیش نرفت. به همین دلیل ناراحت شدم و از برنامه خارج شدم. در فصل دوم، تقریباً تمام ندهایی که داشتم و شرایطی که بین‌مان توافق شده بود، لحاظ شد و برنامه به‌شکل صحیح‌تری پیش رفت. اصل توافق ما بر این بود که از ظرفیت‌های اجرای من به شکل بهتری استفاده شود. قرار بود ارتباط من به‌عنوان مجری غیرایرانی در استودیو، مصاحبه‌ها و ارتباط با دیگر مهمانان بهبود یابد اما در فصل اول، مدیریت به گونه‌ای بود که هم یک مجری ایرانی حضور داشت و هم من به‌عنوان فردی با تجربیات خارجی و دیدگاه‌های متفاوت. این شرایط باعث می‌شد که نتوانیم به‌خوبی از پس برنامه ب‌اییم. حضور من به‌عنوان یک غیرایرانی با توجه به تجربیات و سوابقم، باید به‌گونه‌ای باشد که دو غیرایرانی با هم صحبت کنند اما وقتی یک ایرانی هم در میان باشد، هویت مورد انتظار دچار اختلال می‌شود. در فصل دوم، چند تغییر اساسی رخ داد. یکی از آنها این بود که برنامه سندباد با یک مجری اداره شد و در مرحله بعد، اجرای استودیویی نیز پرنرنگ‌تر شد. فصل اول به نوعی آزمایشی بود و بسیاری از بخش‌ها به درستی شکل نگرفته بودند اما در فصل دوم، کاملاً طبق توافقات اولیه پیش رفتیم و مصاحبه‌ها محوریت اصلی برنامه را تشکیل داد. تا اینجا از شرایط فراهم شده راضی هستم و به‌نظر می‌رسد برنامه نسبت به گذشته موفق‌تر بوده است.

❗ سندباد چه پارمترهای جذابی در برنامه‌سازی دارد که شما را برای همکاری با این برنامه ترغیب کرده است؟

یکی از نکات جذاب برنامه سندباد برای من، تمایز آن در ابعاد بین‌المللی و زاویه دید جهانی است. هنگامی که برنامه‌سازان تصمیم به تولید یک برنامه بین‌المللی می‌گیرند، معمولاً نمی‌توانند از هویت ایرانی خود فاصله بگیرند. این موضوع را در بسیاری از برنامه‌های بین‌المللی مشاهده کرده‌ام؛ جایی که تلاش برای ایجاد یک اثر جهانی، به تولید محصولی ایرانی با ظاهری بین‌المللی منجر می‌شود؛ اما طبیعت سندباد این‌گونه نیست و واقعا نگاهی جهانی دارد. این برنامه هویتی بین‌المللی را به خود اختصاص داده که نکته مثبتی است. با این حال، خط قرمزهای بالادستی باعث می‌شود که نتوانیم در نحوه اجرای برنامه آزادی عمل بیشتری داشته باشیم.

❗ از آنجا که اغلب مهمان‌های برنامه تازه‌مسلمان‌ها هستند، این سؤال پیش می‌آید که ایده سندباد بر مبنای روایت تازه‌مسلمان‌هاست یا غیرایرانی‌های ساکن ایران؟

برنامه سندباد تلاشی می‌کند تا کشورها و فرهنگ‌ها را با نگاهی

به سبک زندگی آنها معرفی کند. مهمانان ما می‌توانند افرادی با باورهای متفاوت باشند، حتی ملحدین نیز می‌توانند به سندباد دعوت شوند. به دلیل این‌که بسیاری از مهمانان ما غیرایرانی و ساکن ایران هستند، اکثرشان تازه‌مسلمان هستند اما دین و مذهب آنها موضوع اصلی برنامه نیست. ما مهمانانی داشته‌ایم که اصلاً مسلمان نبوده‌اند؛ به عنوان مثال، در بخشی که به کشور آلمان پرداختیم، زوج مهمان مسیحی بودند.

❗ ایده‌ها و نگاه سهیل اسعد چقدر در شکل‌گیری برنامه سندباد مؤثر بوده؟

در فصل اول سندباد، من در جلسات سردبیری حضور داشتم و از تمامی مسائلی که در زمینه تولید مؤثر بودند و در آن جلسات مورد بحث قرار می‌گرفتند، مطلع بودم. با این حال، قرار نبود که من جزئی از معادلات تولید باشم و صرفاً به‌عنوان مجری کارشناس دعوت شده بودم. بنابراین، تمایلی به دخالت در امور تولید و مواردی که در حیطه مسئولیت من نیست نداشتم؛ اما از آنجا که اعضای تیم تولید از دوستان قدیمی من بودند و گاهی از من مشورت می‌خواستند، به‌طور طبیعی فراتر از یک مجری عمل می‌کردم، به‌ویژه در زمینه انتقاد و اصلاحات. من در تولید دخالتی ندارم اما اگر چیزی به‌نظرم نادرست بیاید، دوستان به‌نظرات من توجه کرده و همکاری می‌کنند.

❗ البته تجربه شما در حوزه ارتباطات فرهنگی و بین‌ملیتی هم بیشتر است.

بله! در حال حاضر اجرای استودیویی و گفت‌وگوها، محور اصلی برنامه شده‌اند و طبیعی است که مصاحبه‌ها را من انجام می‌دهم، زیرا روح این گفت‌وگوها از تجربیات من نشأت می‌گیرد. وقتی به مهمانان غیرایرانی یا فرهنگ‌های مختلف نگاه می‌کنم، دیدگاه من به‌عنوان یک فرد غیرایرانی مطرح می‌شود. این مسأله نیاز به تدبیر خاصی ندارد تا بخواهم نگاه خود را با زاویه‌ای دیگر تطبیق دهم. بنابراین، در این فضا دوستان به نوع نگاه من احترام می‌گذارند. در اتاق فکر سندباد، تمام اعضای مؤثر با دیدگاه‌های مختلف حضور دارند. اگرچه سندباد در ظاهر یک برنامه است اما هر جزء آن مسئولیت، تحقیق و ایده‌پردازی خاص خود را دارد. البته در بخش انتخاب مهمان‌ها با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستیم، زیرا تعداد مهمانان غیرایرانی در ایران بسیار محدود است. حتی به زحمت می‌توانیم به تعداد هزار نفر غیرایرانی در ایران دست ب‌اییم. این مسأله انتخاب ما را محدود می‌کند. ما باید مهمانی دعوت کنیم که غیرایرانی باشد، در ایران زندگی کند و بتواند در صداوسیما حضور یابد و در گفت‌وگو شرکت کند، که به دلیل محدودرات موجود، این کار دشوار است. بنابراین، در دعوت مهمان‌ها با مشکلات جدی مواجه هستیم و نمی‌توانیم بگوییم از بین ۱۰۰ آلمانی، ۲ نفر را انتخاب کنیم. در واقع، ما تنها ۲ آلمانی داریم. البته در مورد برخی کشورها، به‌ویژه در حوزه آمریکای لاتین که شناخت بیشتری دارم، خودم مهمان‌هایی را معرفی کرده‌ام. همچنین در کشورهای دیگری مانند لبنان و سوریه که در آنجا فعال بوده‌ام، پیشنهادات مهمان‌ها از طرف من بوده و مناطقی که به آنجا رفتم را خودم انتخاب کرده‌ام. تمام افرادی که با آنها مصاحبه شد،

توسط من انتخاب شدند، زیرا تیم با افراد و مناطق مورد اشاره آشنایی نداشت و به من اجازه داده بودند که براساس دیدگاه خودم برنامه بسازم. بنابراین، کار به‌صورت مشارکتی پیش می‌رود، هرچند که زحمات بیشتر بر دوش دوستان است. حوزه شناخت و دوستی من بیشتر با طلبه‌ها و روحانیون است و به همین دلیل، برای تنوع در برنامه، دوستان با ارتباطات خود مهمان‌های متنوعی را دعوت می‌کنند.

❗ ارتباط‌گیری با مهمان‌ها برای‌تان چگونه شکل می‌گیرد؟

ارتباط‌گیری در برنامه‌های گفت‌وگو محور به چندین روش انجام می‌شود. اگر با مهمان آشنایی داشته باشیم، نیازی به واسطه نیست و او به‌سادگی با دعوت ما حضور پیدا می‌کند اما در برخی موارد، یک روز قبل از برنامه، نشستنی با مهمان ترتیب می‌دهیم و قهوه‌ای می‌نوشیم و به‌طور مفصل صحبت می‌کنیم. در این جلسات، مهمان درباره خودش صحبت می‌کند و من نیز از تجربیات خودم می‌گویم؛ اما گاهی به دلیل فشردگی برنامه‌ها یا چون هفته‌ای سه برنامه داریم – فرصتی برای برگزاری این نشست‌ها قبل از برنامه نیست. در این موارد، مهمان‌ها معمولاً دو تا سه ساعت قبل از ضبط به استودیو

می‌آیند و در این زمان با هم آشنا می‌شویم و گفت‌وگوی مان شکل می‌گیرد. باید بگویم که من نیازی به پیش‌گفت‌وگوی ۵ ساعته ندارم تا بتوانم با کسی ارتباط برقرار کنم. ما آرزاتیننی‌ها به‌سرعت صمیمی می‌شویم و ارتباط برقرار می‌کنیم و این موضوع برای ما پیچیده نیست. این جزو فرهنگ آرزاتیننی‌هاست که ما خیلی راحت و صمیمی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنیم. برخی افراد ممکن است در مورد نحوه سلام‌کردن، احوال‌پرسی‌کردن یا حتی لبخندزدن تردید داشته باشند، اما من این‌گونه نیستم. من دورگه یا دو فرهنگه هستم و فرهنگ لبنان نیز به همین شکل است. لبنانی‌ها هم به‌راحتی ارتباط برقرار می‌کنند. من اگر روزی ۱۰ بار یا ۱۰ فرد مختلف قهوه نخورم، روز خوبی نخواهم داشت. همان‌طور که در ایران هر دو یاسه خیابانی یک بانک وجود دارد، در آرزاتینن هم به‌همین نسبت کافی شاپ‌ها و رستوران‌ها پراکنده‌اند.

❗ از آنجا که شما اهل فرهنگ و برنامه‌سازی هستید، آیا برنامه‌ای در خصوص اتفاقات و جریانات کنونی منطقه در دست‌اقدام دارید؟

در روزهای اخیر و در مواجهه با وقایع جبهه مقاومت، وضعیت و روحیه مردم برای من بسیار حائز اهمیت بود. به‌ویژه پس از شهادت سید حسن و آسیب بزرگی که به امت حزب‌ا... وارد شد، روحیه

برش



فرم ارائه، مهم است

مسأله فرم ارائه رسانه حائز اهمیت است. معمولاً ما در حوزه‌هایی مطالبه داریم که با فداکاری، ضعف و مشکلات زیادی همراه است، درحالی‌که طرف مقابل محتوای جذاب و زیبایی را ارائه می‌دهد. به‌عنوان مثال، سبک زندگی ما با سبک زندگی غربی تفاوت دارد. در غرب، محتوا براساس شهوات تولید می‌شود، درحالی‌که رسانه ما برعکس عمل می‌کند و شهوات را کنار گذاشته و به فطرت، تعقل، عبادت، تأمل، هویت و خدا می‌پردازد. طبیعی است که اکثریت مردم معمولاً به دنبال آزادی‌ها و تفریحات هستند و جاذبه محتوایی رسانه‌های غربی بسیار بالاست. حتی اگر ما هنری داشته باشیم، زیبایی را با زشتی ترکیب می‌کنیم. تفاوت بین پروپاگاندا و تبلیغ در همین نکته نهفته است. ما در حال تبلیغ حقایق هستیم، یعنی انتقال یکسری وقایع که گاهی تلخ هستند، رسانه‌های غربی به‌طور کلی تلخی‌ها را کنار گذاشته و فقط میوه‌های شیرین را ارائه می‌دهند. رسانه در غرب براساس جاذبه بنا شده است و هدف اصلی آن جاذبیت است. در رسانه‌های غربی، ما مخاطب نداریم، بلکه مشتری داریم اما در رسانه ما این‌گونه نیست؛ ما به دنبال مخاطب هستیم، آن هم مخاطب خاصی که باید متعهد، همراه و صبور باشد و مقاومت نشان دهد. بنابراین، موفقیت در رسانه ماکار دشواری است. برای توضیح این مسأله، می‌توانم از یک مثال تربیتی استفاده کنم. فرض کنید شما مادر خانواده‌ای پنج نفره هستید و به آنها می‌گویید که برویم رستوران، یا به شهر بازی، یا جمع شوید تا به شاپول توجیبی بدهم، یا بیایید جشن تولد بگیریم. در کنار این‌ها، می‌گویید که درس قرآن داریم یا نامز جماعت صبح برگزار می‌کنیم. مشخص است که بچه‌ها در دو مورد آخر کمتر همراهی می‌کنند. شاید برخی بگویند که این هم زیبایی دارد، ولی، زیبایی دارد اما این زیبایی با زیبایی‌های دیگر متفاوت است. زیبایی نماز و قرآن با زیبایی لذت جویانه بیرونی قابل مقایسه نیست. رسانه ما رسانه‌ای است که زیبایی‌اش کمتر به لذت جویی مرتبط است. در مقابل، رسانه‌های غربی حتی زشتی‌ها را نیز لذت بخش می‌کنند. این تفاوت اصلی رسانه‌ها با رسانه‌های غربی است و یکی از دلایل موفقیت آنها در جذب مخاطب به شمار می‌آید.

مردم تضعیف و ناامیدی افزایش یافت. مردم احساس می‌کردند که همه باید بروند، به جز سید حسن. رفتن امام خمینی (ره) نیز بسیار دشوار بود و من به یاد دارم که در آن زمان خیلی گریه کردم. برخی شخصیت‌ها هستند که با رفتن شان، جهان و واقعیت‌ها تغییر می‌کند. بنابراین، ایده‌هایی برای بازسازی روحیه مردم داریم و براساس آنها اقداماتی را آغاز کرده‌ایم. در این ایده‌پردازی‌ها، سؤال اصلی ما این است که پس از نصرا... چه خواهد شد و ما چه مسئولیتی داریم و به چه سمتی باید حرکت کنیم. به‌عنوان مثال، در روزهای اخیر در لبنان و سوریه (در حرم سیده زینب) حضور داشتیم و برنامه‌های مختلفی را در آنجا اجرا کردیم.

❗ نظرتان درخصوص کارهای فرهنگی انجام شده در این ایام چیست و در این زمینه شما چه رویکردی را مناسب می‌بینید؟

در رسانه‌ها باید به صورت چندمنظوره عمل شود. یکی از رویکردهایی که در این روزها برای من بسیار مهم است، این است که رسانه باید به سمت قدرت و قوت واقعی جبهه مقاومت حرکت کند. در دوران آغاز طوفان الاقصی، رسانه‌ها مدام به مظلومیت فلسطین، کودکان غزه و شهادت و تخریب خانه‌ها می‌پرداختند، به‌گونه‌ای که انگار ما در ضعف مطلق هستیم و اسرائیل فقط در حال حمله به ماست. هرچند که شهیدشدن در جنگ اتفاق می‌افتد اما این‌که تنها ما شهید و تخریب شویم، نادرست است. رویکرد من این است که ما به اندازه‌ای قوی هستیم که دشمن برای کشتن افرادی مانند سید حسن نصرا... مجبور است ۸۰ تن مواد منفجره استفاده کند. این نشان‌دهنده قدرت ماست. این‌که کل جهان باید به اسرائیل کمک کند تا بتواند برخی از جوانان مقاومت غزه را هدف قرار دهد، نیز از جنبه‌ای قدرت ماست. امام حسین با ۷۲ نفر به میدان می‌رود. در حالی‌که طرف مقابل ده‌ها هزار نیرو برای مقابله با ایشان گسیل می‌کند. هر نصرا... یک کوه از ارزش‌ها، صبر و استقامت است که دشمن را می‌ترساند. این قدرت باید در رسانه‌ها به

مسأله فرم ارائه رسانه حائز اهمیت است. معمولاً ما در حوزه‌هایی مطالبه داریم که با فداکاری، ضعف و مشکلات زیادی همراه است، درحالی‌که طرف مقابل محتوای جذاب و زیبایی را ارائه می‌دهد. به‌عنوان مثال، سبک زندگی ما با سبک زندگی غربی تفاوت دارد. در غرب، محتوا براساس شهوات تولید می‌شود، درحالی‌که رسانه ما برعکس عمل می‌کند و شهوات را کنار گذاشته و به فطرت، تعقل، عبادت، تأمل، هویت و خدا می‌پردازد. طبیعی است که اکثریت مردم معمولاً به دنبال آزادی‌ها و تفریحات هستند و جاذبه محتوایی رسانه‌های غربی بسیار بالاست. حتی اگر ما هنری داشته باشیم، زیبایی را با زشتی ترکیب می‌کنیم. تفاوت بین پروپاگاندا و تبلیغ در همین نکته نهفته است. ما در حال تبلیغ حقایق هستیم، یعنی انتقال یکسری وقایع که گاهی تلخ هستند، رسانه‌های غربی به‌طور کلی تلخی‌ها را کنار گذاشته و فقط میوه‌های شیرین را ارائه می‌دهند. رسانه در غرب براساس جاذبه بنا شده است و هدف اصلی آن جاذبیت است. در رسانه‌های غربی، ما مخاطب نداریم، بلکه مشتری داریم اما در رسانه ما این‌گونه نیست؛ ما به دنبال مخاطب هستیم، آن هم مخاطب خاصی که باید متعهد، همراه و صبور باشد و مقاومت نشان دهد. بنابراین، موفقیت در رسانه ماکار دشواری است. برای توضیح این مسأله، می‌توانم از یک مثال تربیتی استفاده کنم. فرض کنید شما مادر خانواده‌ای پنج نفره هستید و به آنها می‌گویید که برویم رستوران، یا به شهر بازی، یا جمع شوید تا به شاپول توجیبی بدهم، یا بیایید جشن تولد بگیریم. در کنار این‌ها، می‌گویید که درس قرآن داریم یا نامز جماعت صبح برگزار می‌کنیم. مشخص است که بچه‌ها در دو مورد آخر کمتر همراهی می‌کنند. شاید برخی بگویند که این هم زیبایی دارد، ولی، زیبایی دارد اما این زیبایی با زیبایی‌های دیگر متفاوت است. زیبایی نماز و قرآن با زیبایی لذت جویانه بیرونی قابل مقایسه نیست. رسانه ما رسانه‌ای است که زیبایی‌اش کمتر به لذت جویی مرتبط است. در مقابل، رسانه‌های غربی حتی زشتی‌ها را نیز لذت بخش می‌کنند. این تفاوت اصلی رسانه‌ها با رسانه‌های غربی است و یکی از دلایل موفقیت آنها در جذب مخاطب به شمار می‌آید.



زاویه

آغاز فصل دوم «ورزش فراتر»



فصل دوم برنامه «ورزش فراتر» با دریافت دوباره سیگنال 4K از ابتدای زمستان آغاز شد. این برنامه با ارائه مسابقات ورزشی، به دنبال ایجاد هیجان بیشتر برای تماشاگران در خانه‌های شان است. شبکه

فراتر در تلاش است تا با کیفیت مطلوب، لذت تماشای ورزش را برای مخاطبان خود دوچندان کند.

برنامه ورزش فراتر به تهیه‌کنندگی محمدجعفر صرامی فروشانی، کلیه مسابقات ورزشی که با کیفیت 4K تصویربرداری شده و سیگنال آن قابل دریافت باشد را به صورت زنده از طریق فرستنده‌های زمینی پخش می‌کند. این برنامه برای اولین بار کلیه مسابقات فوتبال جام جهانی ۲۰۲۲ قطر را پوشش داده و خلاصه تکرار این بازی‌ها را در روز بعد پخش کرده است. شبکه فراتر تلاش دارد تصاویر جذاب ورزشی را با کیفیتی بسیار بالاتر به مخاطب عرضه کند و از این نظر توانسته نظر بینندگان را جلب نماید.

آنتن

«ایستگاه ۵۱» به شبکه تهران می‌رود



سریال «ایستگاه ۵۱» با گویندگی ۲۷ نفر از گویندگان گفتار فیلم در واحد دوبلاژ اداره کل تأمین و رسانه بین‌الملل سیما دوبله شد. این سریال در گونه‌اکشن و درام، محصول آمریکا در سال ۲۰۲۲ قرار است از

شبکه تهران پخش شود.

سریال فوق درباره رویدادهایی است که برای افراد یک ایستگاه آتش‌نشانی در شیکاگو رخ می‌دهد. رئیس این گروه، سرپرست بودن، فردی جدی و کارگشته است و معاونان او، استلاکید و کلی رایدر، زن و شوهر هستند. در هر قسمت سریال یک یا چند حادثه غیرمترقبه وجود دارد که گروه آتش‌نشانی برای نجات حادثه‌دیدگان به صحنه اعزام می‌شوند اما این حوادث پیامدهایی برای زندگی شخصی و کاری آنها دارد که در طول سریال دنبال می‌شود. سریال به همان اندازه که روی پرتحرک و گیرا درآوردن حوادث تأکید دارد، بر روابط انسانی میان شخصیت‌ها نیز تأکید زیادی گذاشته و وقت زیادی را صرف آن کرده است.

ویژه

سیستان و بلوچستان، میزبان «خانه ما»

فصل جدید «خانه ما» از سه‌شنبه ۴ دی ماه به میزبانی خانواده‌های استان سیستان و بلوچستان همراه مخاطبان شبکه دو سیماست. «خانه ما» یک مستند ـ مسابقه با رئالیتی‌شوی خانوادگی با محوریت سبک زندگی و ایجاد و حفظ نشاط خانوادگی است که در هر فصل به یکی از شهرهای ایران سفر می‌کند و حاا در فصل چهاردهم مهمان مردم خونگرم استان سیستان و بلوچستان است.

مستند این مسابقه محصول سازمان هنری رسانه‌ای اوج است که در استودیو نوبین به تهیه‌کنندگی احمد شفیعی و کارگردانی محمد رحیمی و مجتبی عرفانیان تهیه و تولید شده است. آغاز

پخش این مسابقه تلویزیونی از امشب ساعت ۲۲:۳۰ است که به صورت روتین هر هفته سه‌شنبه‌ها در همین ساعت پخش و چهارشنبه‌ها ساعت ۱۷ با پخش آن روانه آنتن شبکه دو سیما می‌شود.



نگاه‌سندباد جهانی است

در گفت‌وگو با سهیل اسعد، تلاش کردیم نسبت یک برنامه تلویزیونی با جریانات بین‌المللی و فرصت‌های پیش روی آن را بررسی کنیم

نمایش گذاشته شود، زیرا دیده‌شدن این قدرت می‌تواند روحیه جبهه مقاومت را تقویت کند.

❗ لازم به یادآوری است که مقام معظم رهبری هم از شهادت سید حسن، به «آغاز نصرا...» یاد کرده‌اند و این نشان رویکرد از موضع قدرت ایشان است.

در «آغاز نصرا...» که مقام معظم رهبری به آن اشاره کرده‌اند، چندین اتفاق مهم رخ داده است که باید به آنها توجه شود. به عنوان مثال، در لبنان، نظام اجتماعی و فرهنگی، حتی نظام حکومتی، به صورت طایفه‌ای است. هر طایفه سهمی از حکومت، مجلس و وزارت‌خانه‌ها دارد و از نظر فرهنگی نیز هر منطقه به یک مذهب یا قوم خاص مربوط می‌شود. برخی مناطق لبنان سنی‌نشین و برخی دیگر شیعه‌نشین هستند. به نوعی می‌توان گفت لبنان به‌صورت فدرالی است اما پس از طوفان الاقصی، به‌ویژه در جنگ علیه لبنان، این تقسیمات فرهنگی و اجتماعی به شدت کم‌رنگ شده است. مسیحی‌ها کلیساهای خود را در اختیار مسلمانان قرار می‌دهند و اکنون دیگر نمی‌توان به راحتی بین شیعه و سنی تمایز قائل شد. شیعه‌ها در مناطق شمالی باسنی‌ها همکاری می‌کنند و سنی‌ها نیز امکانات خود را در شمال در اختیار شیعه‌های جنوبی قرار داده‌اند. روابط عاشقانه بین مسیحی‌ها و شیعه‌ها نیز در حال شکل‌گیری است. این تغییرات نشان‌دهنده قدرت امت‌سازی است که به‌سادگی با کمیته‌های بین‌المللی و قوانین سیاسی محقق نمی‌شود. مسأله دیگری که مطرح است، مرزهای جغرافیایی است. پیش‌تر ما بین ایران، عراق، سوریه و لبنان مرز قائل بودیم اما اکنون این مرزها به وضوح محو شده‌اند. من در سوریه بودم و نمی‌توانستم تشخیص دهم که در سوریه هستم یا بیروت. خودروهای لبنانی در همه‌جا دیده می‌شوند و مردان، زنان، دختران و پسران در یک فضا زندگی می‌کنند و

