

سرعت اعجاب انگیز تحولات روزانه دنیا و کثرت اخبار، مخاطب ایرانی را بیش از همیشه حیرت زده کرده است و نیاز به پیگیری این جریانات خبری احساس می شود. برنامه «نوسان» در تلاش است تا به مخاطبانی که به دلیل حجم بالای ویدئوها و اخبار، خط و ربط موضوعات را از دست داده اند، کمک کند. این برنامه بین رصد روزانه و پخش ساعت ۲۱ با حساسیت سردبیر و اعضای تحریریه

«نوسان»

**در قاب تلویزیون**

**و ظرف مجازی**



که به راحتی نمی خندم. در اولین جلسه کلاس هایم به بچه ها می گویم من فلانی هستم و خودم را معرفی می کنم و می گویم همین الان تکلیف خودتان را روشن کنید، از این لحظه به بعد دیگر از رسانه لذت نمی برید، چون پشت پرده رسانه را می دانید؛ اگر می خواهید از رسانه لذت ببرید به دنبال کار دیگری بروید. من و شمای که می دانیم خبر چطور تولید می شود و برنامه چطور ساخته می شود، دیگر از رسانه آن لذتی که یک غیررسانه ای می برد را نمی بریم.

من که سخت می خندم، واقعا به برخی از برنامه های مان می خندم. یکی از دلایل خندیدن، غافلگیری است؛ باید طرف مقابل را غافلگیر کنید تا بخندید، تضاد ایجاد کنید، اغراق کنید و دیگر قواعد طنز را به کار ببرید. ما اینجا می گوئیم تهیه کننده که نباید غافلگیر شود. تهیه کننده

اجازه غافلگیر شدن ندارد، او باید همه ماجرا را بداند. من مدیر گروه هستم و من هم باید بدانم که فردا در برنامه صبح من چه اتفاقی می افتد. ولی همان اتفاق توسط بچه ها به گونه ای رقم می خورد که من با وجود اطلاع از این که می خواهند با چه چیزی شوخی کنند، باز هم لذت می برم. بچه ها هم از نظر محتوا و هم از نظر فرم، یعنی هم این نکته که با چه چیزی شوخی کنند و هم این که چطور شوخی کنند و به موضوع جان بدهند، ورزیده اند. تلاش زیادی کردیم و نتیجه داد. رادیو صبا رادیویی فصلی بود. از رادیو لیخند و رادیو تابستانه شروع شده بود و خود را به رادیو صبا رساند. یکی از کارهای لازم در اولین گام، بخش هویت بود. رادیو صبا از رادیویی فصلی به حیاط خلوت برنامه سازان تبدیل شده بود. نمی خواهم بگویم

دنبال می شود. حساسیت و اثرگذاری این برنامه به حدی است که نماینده حماس در تهران، کارنوسان را یک روایتگری مهم و کمک به جبهه مستضعفین می داند. نوسان به دنبال خالص سازی اطلاعات در اقیانوس موج فضای مجازی است و پس از پخش زنده برنامه، فعالیت بخش مجازی آن افزایش می یابد. کلیپ های منتخب با دقت آماده و از طریق ربات های طراحی شده و گروه های

مدیریت های پیش از من اشتباه داشتند؛ این شیوه با سلیقه مدیریتی من جور در نمی آمد. نگاه پیشین این بود که بهترین های طنز و سرگرمی را از هر شبکه بیاوریم و به آنها برنامه بدهیم و شبکه روی پا و سرحال بود. این گزاره خوبی بود ولی نکته این است که وقتی این آدم ها را می آورید آنها هویت شبکه صبا را ندارند و پای شان هنوز در شبکه دیگری است؛ می گویند ما اینجا هستیم تا کمک خرجی باشد و وقت خالی را پر کنند. آنها در بزنگاه ها با تو نیستند و خودشان را صبایی نمی دانند. ما روی واژه صبایی کار کردیم و گفتیم ما آدم صبایی می خواهیم. همه خوب ها باید اینجا باشند و شبکه صبا در حوزه طنز، خانه اول آنها باشد. یا می آیند و راهی خواهیم یافت یا راهی خواهیم ساخت و ما بیشتر راهی ساختیم. نیروهایی تربیت شدند که خود را نیروی رادیو صبا می دانند و نسبت به رادیو صبا تعلق خاطر دارند؛ حالا شبکه های دیگر باید بیایند و از ما نیرو بگیرند. برای من مهم بود که رادیو صبا هویت خود را بیابد و نیروها بدانند که هویت مستقلی به نام نیروی رادیو صبا دارند، صبایی هستند و صبا برای خود برندی است.

ما سعی کردیم نیروی متخصص طنز و سرگرمی خودمان را متناسب با هویت شبکه تربیت کنیم. هر شبکه ای نیروی طنز و سرگرمی را به مدل خودش و مخاطب هدف خودش دارد. مخاطب هدف من با مخاطب هدف رادیو جوان فرق می کند؛ باید فرق کند، وگرنه دلیل وجودی ما زیر سؤال می رود. ما سبید متنوعی از برنامه های طنز و سرگرمی برای سطوح مختلف داریم. نه این که فقط فکاهی داشته باشیم. نمی توان در رسانه امروز برنامه ای ساخت و گفت من هیچ هدفی ندارم و نمی خواهم چیزی بگویم! باید در مهندسی پیام دقت کرد و توجه داشت و چیزی در لایه های پنهان وارد کرد.

**۹۱. پیش بینی برای تربیت نیرو دارید؟**

رادیو باشگاهی به نام «باشگاه رادیویی جوان» داشت که آنجا تربیت نیرو می شد. رادیو اساسا محل ورود نیروی فکری سازمان صداوسیما است. از قدیم الایام همین طور بود و هست؛ من می توانم مثال های بی پایانی بزنم. تمام مدیران ارشد این نکته را قبول دارند که رادیو ورودی فکری سازمان است.

نیروها می آمدند، تجربه می کردند و رشد داشتند و می رفتند. رادیو دوره ای باشگاه رادیویی جوان را داشت که سال ۹۲ تعطیل شد. آنجا نیروهای زیادی تربیت می شدند. گیر و گرفت و بند و بست های اداری که برای جذب نیرو ایجاد شد این در راسته و امروز خیلی سخت

حمایتی به یازنشر می رسند. این برنامه با تدابیر خاصی در پی عبور از محدودیت های دسترسی به مخاطب است. ربات نوسان به همراهان این امکان را می دهد تا محتواهای ویژه را در گروه های خود منتشر کنند و ویدئوها را در مجله پیام رسان «بله» به نمایش بگذارند. این اقدام به مخاطبان اجازه می دهد تا با سلاقی مختلف به محتوای متنوع دسترسی پیدا کنند.



می توان نیرو جذب کرد. متأسفانه بحث کلی جدایی دانشگاه و صنعت اینجا هم وجود دارد و نمی توانیم در دانشکده برنامه ساز تربیت کنیم، چون برنامه ساز باید یک «آن» داشته باشد. با تست و کنکور نمی توان به این ظرفیت ها رسید. ضمن این که آموزش هایی که در دانشکده داده می شود در مسیر برنامه سازی خلای نیست.

رادیو در دنیا به طور عمده آموزش محور نیست و متون مرجع معتبری برای آموزش در این حوزه وجود ندارد. فعالیت در رادیو به طور کلی براساس مدل استاد و شاگردی است. رادیو یک رسانه تجربی است و رشد نیز به طور کلی یک موضوع تجربی محسوب می شود. افراد در قالب مدل استاد و شاگردی به پیشرفت می پردازند و باید برنامه ریزی انجام دهند تا ایرادهای خود را برطرف کنند. در این مدل، نیروها به آزمون و خطا پرداخته و کسانی که ظرفیت و خلاقیت دارند، ترقی پیدا می کنند. اما امروز رادیو با چالش هایی روبه روست، زیرا امکان آزمون و خطا محدود شده است. تلویزیون نیز از تولیدات رادیو بهره مند می شد، اما یکی از دلایل جذاب نبودن برنامه های تلویزیونی امروزه همین عدم استفاده از محتوای رادیویی است. درحال حاضر، ما ورودی جدیدی در رادیو نداریم و به تبع آن، سرریز هم وجود ندارد که تلویزیون بتواند از آن بهره برداری کند. این خرجه دچار اختلال شده و نیاز به اصلاح دارد. باید فرصتی به رادیو داده شود تا بتواند دوباره به رشد و شکوفایی برسد. به منظور بازگشت به سطح فعالیت های ۱۰ سال پیش، نیازمند حداقل یک دهه تلاش مستمر هستیم.

اگر دردش را داشته باشیم کاری می کنیم. من خودم برای بچه هایی که مستعد بودند، کلاس هایی غیررسمی در سازمان برگزار کردم. در این کلاس ها دور هم نشستیم و به تبادل نظر پرداختیم. سال گذشته ۹ نفر از بچه های مستعد را شناسایی کردم و هفته ای ۳ - ۲ ساعت تجربیات مان را به صورت کارگاهی باهم به اشتراک می گذاشتیم. از میان این جمع، دو نفر در جشنواره پژواک سوم موفق به کسب جایزه شدند. آنها قبلا در زمینه هماهنگی فعالیت می کردند و امروز به عنوان تهیه کننده مشغول به کار هستند. این فعالیت، یک شبکه سازی موثر است. اما اگر این شیوه در کل مجموعه شبکه های رادیویی اجرا و آموزش های کاربردی برای تربیت نیرو برقرار شود، نتایج مثبت خواهد داشت. در جشنواره پژواک نیز با همکاری آموزش رادیو، کارگاه های خوبی برگزار کردیم. متأسفانه از ظرفیت آموزش رادیو به طور کامل استفاده نمی شود. باید از این پتانسیل بهره ببریم. همان طور که عمر برخی برنامه ها به پایان رسیده، دوره کسانی مانند من نیز به پایان می رسد و لازم است تا مدرسان جدیدی وارد میدان شوند و روی فرم های تازه کار کنند. ما بچه هایی داریم که از فارغ التحصیلان دانشکده هستند؛ آنها جذب می شوند و به محیط کار می آیند و در نگاه اول، به همدیگر خیره می شویم. نه او می فهمد که من چه می گویم و نه من می توانم منظور او را درک کنم. او به بیان نظریه ها می پردازد و من از تجربیات خود صحبت می کنم. متأسفانه، کارآموزی هادر دانشکده سطحی هستند، درحالی که باید خروجی این دانشکده به کار ما بیاید.



**جدول پخش مقدس است ولی بلوک هایی که در آن قرار می گیرند مقدس نیستند. جدول پخش در رادیو بیشتر از تلویزیون اهمیت دارد**



**رادیو دوره ای باشگاه رادیویی جوان را داشت که سال ۹۳ تعطیل شد. آنجا نیروهای زیادی تربیت می شدند. گیر و گرفت و بند و بست های اداری هم وجود نداشت**

**رسانه**

**MEDIA**

یکشنبه ۱۶ دی ۱۴۰۳ ■ شماره ۶۹۵۰



**علیرضا صادقی** آگوبنده خبر تلویزیون

**همچنان نیازمند آموزش**



یکی از دغدغه های همیشه افرادی که در عرصه رسانه فعالیت می کنند، به روز نگه داشتن اطلاعات فردی و افزایش توانمندی و ظرفیت های حرفه ای است.

یک گوینده خبر یا یک مجری، به خصوص وقتی در برنامه های سیاسی فعالیت می کند، در کنار آموزش هایی که قبلا دیده، نیاز دارد دانش خود را به روزرسانی کند. فکرمی کنم لازم است هر سه ماه یک بار دانسته های خود را با آخرین دانش روز جهان تطبیق دهیم. کسی که در حرفه پزشکی فعالیت می کند، نمی تواند دانسته هایش را به روز نکند. بیمار از پزشک توقع دارد درمانش برپایه روش های جدید باشد و برای برآورده کردن این خواسته، پزشک باید همیشه اطلاعات دست اولی داشته باشد. در عالم رسانه نیز به روز بودن دانش تمام دست اندرکاران این حرفه ضرورتی گریزناپذیر است. می دانید که در دنیای جدید، شاهد فعالیت و ویروس های ناشناخته ای هستیم که ممکن است بشر را تهدید کند؛ در عالم رسانه نیز باید برای مقابله با هر تحول و رخداد تازه و ناشناخته ای آماده بود. رمز توفیق و اثرگذاری رسانه همین نکته است. ما متأسفانه دچار فقر آموزشی شده ایم. حدود هفت سال است که دیگر مانند گذشته آموزش های ضمن خدمت نمی بینیم. خاطرم هست چند سال گذشته دوره های آموزشی و مهارت افزایی بیشتری برای همه نیروهای سازمان صداوسیما برگزار می شد. زمانی خبرنگاران شبکه های الجزیره، بی بی سی و... را به کشور دعوت می کردند تا به انتقال تجربیات بپردازند. در این تعاملات هیچ مسأله سیاسی نیز وجود نداشت و فقط تجارب حرفه ای یکدیگر را بهتر می شناختیم. حتی خاطرم هست که هر سه ماه یک بار، استادان حوزه خبر، فن بیان و گویندگی، به ما شیوه های درست نویسی خبر، فن بیان، گویندگی و اجرای برنامه خبری و... را آموزش می دادند. از مسئولان سازمان صداوسیما درخواست می کنم برنامه ریزی کنند تا گویندگان در هر رده ای که حضور دارند، همچنان آموزش ببینند و داده ها و اطلاعات خود را به روز کنند. فکر می کنم استادان اتفاقا گویندگان و تولیدکنندگان برنامه های خبری رسانه ملی چند سال است که در این فضای رقابتی عملکرد خوبی داشته اند، اما نباید تنها به تحولات ظاهری و تغییر در طراحی و ویژگی های بصری استودیوهای خبر یا تغییر گویندگان اخبار بسنده کنیم. این دست تغییرات، اثرگذاری طولانی مدت ندارد و احتمالا ظرف چند ماه همه چیز در نگاه مخاطب تکراری و یکنواخت می شود. پازل توسعه دانش گویندگان خبر و مجری ها وقتی کامل می شود که ما محتوا را اصلاح کنیم. تا زمانی که محتوا تبیین نشده باشد و بخته و قابل دفاع نباشد، هیچ گوینده و مجری برنامه های خبری، حتی در بهترین استودیوها هم نمی تواند با جریان های رسانه ای خارجی رقابت کند.



مشقن کامل

**پنجره**



**«هفتک» جایگزین «تیک»**

نسرین پرویزی، معاون واژه گزینی فرهنگستان زبان و ادب فارسی، از ایجاد واژه جدید «هفتک» به عنوان جایگزینی برای لفظ «تیک» خبر داد. وی توضیح داد که فرهنگستان در برابر لفظ تیک، که علامتی شبیه به عدد هفت است، از کاف شباهت استفاده کرده و واژه هفتک را ساخته است.

**پرویزی بیان کرد که این واژه نه تنها فارسی است، بلکه به طور مناسب تری مفهوم مورد نظر را منتقل می کند. وی همچنین تأکید کرد که می توان به جای استفاده از عبارت «تیک زدن» از واژه «هفتک زدن» استفاده کرد.**



کیواکراسکن کنید

**شبکه**

**پرونده اقتصاد تهران در «تهران ۲۰»**

برنامه «تهران ۲۰»، امشب ۱۶ دی ماه، میزبان حشمت... عسکری، معاون هماهنگی اقتصادی استاندار تهران خواهد بود تا به بررسی پرونده اقتصاد در تهران بپردازد. در این برنامه، موضوعاتی از قبیل دلایل تعطیلی کارگاه ها و امکان بازگشایی آنها مورد بحث و گفت وگو قرار خواهد گرفت. این برنامه که به مباحث سرمایه گذاری و افزایش مراکز و کارگاه های تولیدی نیز می پردازد، فرصتی مناسب برای تبادل نظر و بررسی

چالش های اقتصادی تهران به شمار می آید. تهران ۲۰ به تهیه کنندگی مجتبی احمدی و با اجرای علی مروی، از گروه تهران و شهروندی شبکه تهران، هر هفته از شنبه تا چهارشنبه ساعت ۲۰ روی آنتن می رود و به تحلیل مسائل مختلف شهری و اقتصادی می پردازد. حضور معاون هماهنگی اقتصادی استاندار تهران در این برنامه می تواند به روشن شدن ابعاد بیشتری از وضعیت اقتصادی پایتخت کمک کند و راهکارهایی برای بهبود شرایط ارائه دهد.



**فصل جدید «حسینیه معلی» ویژه اعیاد شعبانیه**

فصل جدید برنامه «حسینیه معلی» ویژه اعیاد شعبانیه در حال ضبط و تصویربرداری است و به زودی روی آنتن خواهد رفت. این برنامه که به عنوان یکی از مهم ترین برنامه های استعدادیابی در زمینه مداحی شناخته می شود، از مخاطبان خود دعوت کرده تا به عنوان مستمع در این فصل جدید حضور پیدا کنند. علاقه مندان می توانند با ارسال عدد ۱۵ به سامانه پیامکی ۰۱۱۴۴۵۱۴۰۰ یا مراجعه به سایت moallatv3.com برای ثبت نام اقدام کنند. حسینیه معلی اولین بار در محرم سال ۱۴۰۱ از شبکه سه پخش شد و تا سال ۱۴۰۳، شش فصل موفق را به بینندگان ارائه کرده است. این برنامه با هدف تولید محتوا در مناسبت های عزاداری و شادی های مذهبی، توانسته مخاطبان مذهبی را به خود جلب کند و به ترویج فرهنگ مداحی و تعالیم مذهبی کمک کند. فصل جدید این برنامه به مناسبت اعیاد شعبانیه، فرصتی مناسب برای تجدید عهد با معارف دینی و ارتقای سطح فرهنگی جامعه فراهم می آورد.

