

برنامه کودک فقط خاله‌سازی و عموسازی نیست

کارگاه آموزشی برنامه‌سازان کودکان و نوجوانان بدون حضور مدیران گروه کودک شبکه‌ها برگزار شد

رضا استادی / جام جم



رضا استادی

دلیل، باید یاری‌های را در این مورد در نظر گرفت. ما تحت پژوهش‌های ملی باید بتوانیم وضعیت نگرش و گرایش آدم امروز را بفهمیم و بدانیم جوانان امروز به چه چیزی نیاز دارند سپس این نیازها را طبقه‌بندی و در صندبندی کنیم.

فراگیری برنامه‌های کودک و نوجوان

بعد از پایان صحبت‌های بهمن مشکینی، نوبت به سعادت شیخ مشاور مدیر کل پژوهش و آموزش سیما رسید تا در مدت زمانی که در اختیار داشت، سخنانش را در خصوص نیازسنجی ملی کودک و نوجوان مطرح کند. شیخ بر اساس تازه‌ترین پیمایشی که در سطح ملی انجام شده، موارد جالبی را مطرح کرد. دو سوم پرسش‌شوندگان اظهار کرده‌اند هر روز بیننده برنامه تلویزیون هستند و همه نوع برنامه‌ای می‌بینند. ۸۰ درصد آنها نیز اعلام کرده‌اند هر روز در هفته تلویزیون می‌بینند و این نشان می‌دهد که مخاطب کودک و نوجوان برنامه‌های تلویزیون در زمینه‌های مختلف را دنبال می‌کند و چنین نتیجه‌ای برخلاف ذهنیتی است که می‌گوید، به دلیل وجود رایانه و سرگرمی‌های دیگر، میزان اقبال مخاطبان کودک و نوجوان به تلویزیون کم شده است. متوسط زمان تماشای تلویزیون هم عدد قابل ملاحظه ۴ ساعت و ۲۶ دقیقه در روز است که این مساله زمینه و فرصت خوبی برای برنامه‌سازان سیما ایجاد می‌کند که برای این شمر با جدیت برنامه تولید کنند.

خاله و عموزیاد داریم

پس از سخن مدیر آموزش سیما با آغاز صحبت‌های نگار استخر جلسه وارد فضای دیگری شد. این تهیه‌کننده و عروسک‌گردان تلویزیونی که با عروسک معروف سنجد شناخته می‌شود، در مدت زمانی حدوداً ۳۰ دقیقه‌ای به بیان تجارب خود از حضور در اجلاس ABU، شیوه‌های ساخت برنامه برای این اتحادیه رادیویی-تلویزیونی، تشریح برنامه‌های این اتحادیه و مواردی از این دست پرداخت و گفت: در حال حاضر برنامه‌های کودک ما خاله و عموزیاد دارند و ما همه خاله و عموی بچه‌ها هستیم اما چرا هیچ‌گاه به سمت مستندسازی نرفته‌ایم؟ چرا داستان زندگی یک بچه بلوچ را در برنامه‌های خود نمی‌بینیم؟ فرزند من که در تهران زندگی می‌کند تا چه زمانی باید زندگی بچه‌های تهران را ببیند؟ بچه‌های جدای از مدرسه، بخش عمده‌ای از وقت خود را با تلویزیون سپری می‌کنند و وظیفه ماست که به عنوان تهیه‌کننده و برنامه‌ساز، سطح سلیقه و نگاه را تغییر دهیم.

مسابقه‌های تلویزیونی را از استودیو بیرون ببرید سهیلا جدلی، تهیه‌کننده‌ای که سابقه‌ای حدوداً ۳۰ ساله در تهیه برنامه‌های اطلاع‌رسانی و سرگرم‌کننده دارد نیز در این نشست گفت: یکی از نکاتی که باعث دلخوری کودکان و نوجوانان می‌شود، این است که افرادی مثل خود را در

نقد تلویزیونی

باید جریان ساز باشد

رضا صائمی / جام جم

در حوزه نقدنویسی سینمایی همواره این منتقدان فیلم هستند که به رسمیت شناخته می‌شوند و جایگاه و تعریف مشخصی دارند یا دست کم با این عنوان و هویت شناخته می‌شوند، اما منتقدان تلویزیون یا حضور کم‌رنگی در این صنف دارند یا به دلیل کم‌توجهی به نقد تلویزیونی خیلی به چشم نمی‌آیند و منزلی ندارند.

در حال حاضر آنچه که به عنوان نقد تلویزیونی در عرصه مطبوعاتی ما وجود دارد بیشتر نقد سریال‌های تلویزیونی است که دست کم می‌توان آن را در ذیل نقد هنری قرار داد. بخش‌های دیگر از بی‌توجهی به نقد تلویزیونی نیز به کارگردان رسانه‌ای آن از حیث زیبایی‌شناختی و مخاطب‌شناسی برمی‌گردد. یعنی بسیاری از منتقدان همچون برخی بازیگران و کارگردان‌های سینما حضور در تلویزیون را در شأن حرفه‌ای خود نمی‌دانند.

برخی منتقدان سینمایی نیز تقدیر برنامه‌های تلویزیونی را نوعی افت حرفه‌ای می‌دانند

که نباید به آن ورود کرد و سطح کاری خود را تنزل داد. به عبارت دیگر نقد سینمایی بخشی از اعتبار حرفه‌ای خود را از اعتبار و شأن هنری و اجتماعی سینما می‌گیرد که تلویزیون از این امتیاز تا حدودی محروم است. در حالی که نقادی تلویزیون به لحاظ نیازمندی به دانش و اطلاعات در حوزه‌های مختلف اگر به مهارت‌ها و توانایی بیشتری نیاز نداشته باشد به کمتر از آن نیز محتاج نیست. اتفاقاً نقد تلویزیونی به واسطه سوبه رسانه‌ای آن علاوه بر دانش سینمایی و هنری به شناخت و مطالعه در حوزه‌های علوم ارتباطات، جامعه‌شناسی، مخاطب‌شناسی و... نیازمند است تا بتوان به نقد علمی تلویزیون دست یافت.

اسادر حال حاضر نقدهای تلویزیونی در نسبت با نقدهای سینمایی از قدرت جریان‌سازی، تقویت یا تضعیف رسانه‌های کمتری برخوردار است. در حالی که اگر قرار است منتقدان به ارتقای دانش و درک سینمایی مخاطبان کمک کرده و آنها را آماده پذیرش آثار فاخرتری کنند باید از طریق نقد برنامه‌های تلویزیونی که طیف مخاطبان بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند به این هدف دست یابند. اگر قرار است تلویزیون از عوام‌زدگی و سطحی‌نگری رها شده و به سمت تولید آثار فاخرتری حرکت کند پیش از هر چیز به نقد علمی و هنری نیازمند است و شاید به جرات بتوان گفت بیش از مدیران و برنامه‌سازان این منتقدان تلویزیونی هستند که می‌توانند به بهبود و ارتقای سطح کیفی تلویزیون کمک کنند، حتی اگر بپذیریم که اساساً قرار نیست تلویزیون کارکردهای سینما را داشته باشد و رسالت آن ایجاد سرگرمی و تفریح برای سطح عمومی مخاطبان است باز هم بی‌نیاز از شکل‌گیری جریان قدرتمندی در منتقدان تلویزیونی نیستیم. همین جریان است که می‌تواند مخاطبان تلویزیون را از تماشاگران منفعل و خشن به مخاطبان فعال و هوشمند بدل کند.



رضا استادی

به شبکه‌ها و برنامه‌سازان ارائه کند.

ایزار آموزش را از خود بچه‌ها بگیریم

«روش‌های نوین آموزش کودکان» موضوع سخنرانی گیتی خامنه، مجری پیشگسوت کودک و نوجوان بود. خامنه که تجربه سال‌ها زندگی در خارج از کشور را دارد، با دست پُر به این نشست آمده بود. او با ارائه فیلمی که از مدرسه‌های اسلامی در آمریکا ضبط کرده بود، گفت: در سیستم آموزشی که در مدرسه‌های اسلامی در کالیفرنیا پیاده می‌شود، اعتقاد بر این است که کودک را اول باید از جهت جسمی آماده کرد و سپس به سراغ آموزش او رفت. پرورش جسمی هم فقط از طریق آزاد گذاشتن کودک در تربیت اتفاق می‌افتد. باور این متد آموزشی این است که آموزش کار، مربی یا تربیت‌کننده، باید بچه را آزاد بگذارد و کودک بر حسب درونیا می‌تواند راه خود را پیدا کند.

مغز کودکان را پر نکنیم

دکتر باقر ساروخانی نویسنده کتاب کودکان و رسانه‌های جمعی یکی از سخنرانان این نشست بود که خطاب به حاضران گفت: مشکلی که تاکنون در خصوص برخی برنامه‌های کودک و نوجوان مشاهده شده «تحمیل اطلاعات» بوده است. گاهی کودک به منزله یک صندوقچه دیده می‌شود که می‌توان همه چیز داخل آن ریخت و به جای این که مغز او را بسازد سعی کرده‌اند مغز او را پر کنند. امروز باید مغزی بسازیم که اشتها و توانایی آموختن داشته باشد و خودش بتواند برنامه‌ریزی کند.

جمع‌بندی

پرویز فارسیجانی، مدیر کل پژوهش و آموزش سیما و میزبان جلسه نیز در پایان با اشاره به این مساله که جمع‌بندی این جلسه حتما به نظر معاون سیما خواهد رسید، گفت: گرفتاری ما این است که در جاری‌سازی پیام گرفتار مکانیزم و روش هستیم، ولی باید این مساله را عمومی کنیم، ما نیازمند این هستیم که تهیه‌کنندگان بدانند مکانیزم‌های جدید در دنیا چیست؟

آیا می‌شود روش نوتری پیدا کرد؟ چرا ما نتوانستیم کاراکتر ایرانی مثل پلنگ صورتی ایجاد کنیم؟ ما از تمامی مدیران گروه کودک شبکه‌ها دعوت کردیم تا در این جلسه حضور یابند و بابت عدم حضور آنها حتما گله خواهیم کرد و این موضوع را نیز پیگیری می‌کنیم. ما این آمادگی را داریم که به نقد برنامه‌های در حال پخش بپردازیم. سیاست‌گذاری در برنامه‌های کودک کاملاً ضروری است. ما در سینما منشور کودک داریم و بنیاد سینمایی فارابی در این زمینه کارهای خوبی انجام داده اما چنین چیزی در سینما نداریم و علاقه‌مند ایجاد آن هستیم و در این زمینه از پیشنهادها می‌توانیم استقبال می‌کنیم.

در این خصوص ما برنامه‌سازان باید به سازمان صدا و سیما و مدیران آن راهکارهای لازم را بدهیم؛ زیرا ما در آینده به فائزی نیاز داریم.

پژوهش را جدی بگیریم

علی تاج‌دینی، مدیر واحد پژوهش بنیادین، اولین سخنران نیمه دوم جلسه بود که به معرفی بضاعت موجود در حوزه کودک در مدیریت پژوهش پرداخت و گفت: در حال حاضر، مدیریت پژوهش اداره کل پژوهش و آموزش معاونت سیما بر مبنای تحقیقی ۳ ساله آمادگی دارد تا خدمات مختلفی همچون دادن مشاوره‌های مؤثر به تهیه‌کنندگان، فیلمنامه‌نویسان و کارگردانان در حوزه محتوا و پیام و مضمون و ایده‌پردازی، نوشتن مقالات تحلیلی بر اساس درخواست شبکه‌ها و برنامه‌سازان حوزه کودک در حوزه تربیت اسلامی کودک و نوجوان، در اختیار گذاشتن منبع‌شناسی و بانک تخصصی کودک و نوجوان در عرصه کتاب‌شناسی، مقاله‌شناسی، شناخت صاحب‌نظران و غیره را

تلویزیون نمی‌بینند. در برنامه‌های تلویزیونی مخصوص کودکان و نوجوانان، همیشه خنگ‌ها اضافه وزن دارند و هیچ‌گاه بچه جاق موقد دیده نمی‌شود. بچه‌های زشت دیده نمی‌شوند و همه بچه‌ها خوشگل هستند. بچه عینکی کمتر دیده می‌شود و... در صورتی که اگر بچه‌های خودش را در تلویزیون ببیند، این مساله به معنای دیده شدن در جهان امروز است و این موضوع، یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین نیازهای انسان امروز است.

برنامه فائزی مورد نیاز است

«فائزی و خیالات کودکان در رسانه» و «در آینده تا چه میزان به فائزی نیاز داریم» دو موضوعی بود که الهه کسمایی، تهیه‌کننده برنامه کودک و نوجوان به آن پرداخت و با بیان این مطلب که یکی از اساسی‌ترین پایه‌های آینده

تخلیل است، گفت: استراتژیک‌ترین برنامه‌های سیما برنامه‌های کودک است اما این برنامه‌ها همیشه کمترین پول را دارند و زمان آن برای برنامه‌های دیگر گرفته می‌شود.

باقر ساروخانی:

مشکلی که تاکنون در خصوص برخی برنامه‌های کودک و نوجوان مشاهده شده «تحمیل اطلاعات» بوده است. گاهی کودک به منزله یک صندوقچه دیده می‌شود که می‌توان همه چیز داخل آن ریخت

www.sony.co.ir

مسابقه بزرگ عکاسی سونی

۱۰ اسفند ۸۸ - ۱۰ اردیبهشت ۸۹

شما می‌توانید عکس‌های خود را با مراجعه به آدرس اینترنتی زیر آپلود کرده و یا به صورت CD به آدرس زیر ارسال نمایید.

www.sony.co.ir/photocontest

آدرس: تهران، خیابان جمهوری، بین فخررازی و دانشگاه، پلاک ۹۹۵

موضوعات: هفت سین، لبخند و طبیعت

جوایز مسابقه

- ۱- جایزه بزرگ (دوربین آلفا ۷۰۰ + لنز)
- ۲- نفرات اول در هر سه موضوع (دوربین آلفا ۳۰۰ + پریتتر)
- ۳- نفرات دوم در هر سه موضوع (دوربین آلفا ۳۰۰ + کارت CF)
- ۴- نفرات سوم در هر سه موضوع (دوربین آلفا ۲۰۰)

و... ۱۰ جایزه دیگر به نفرات برتر

osc-W270

osc-W290

هدیه جشنواره نوروزی

جستار نوروزی

Official Digital Still Camera of 2010 FIFA World Cup™

فروشگاه های ویژه دوربین (Camera Specialist)

تهران: گالری دوربین ۹۵۷۱۳۶۷۰، اسکار ۷۰۷۲۳۳۰۶۶

سنتاور ۷۰۷۲۷۲۷۱، سهرابی ۰۹۷۳۹۷۳۳۳

دوربین دیجیتال رسمی جام جهانی 2010