



مستند «جان و تن»

برنامه ترکیبی «جان و تن» با محوریت گزیده روایت‌های مردمی دفاع مقدس، در گفتوگو با افراد معمولی که در همه مشاغل و سنین در دوران دفاع مقدس حضور داشته‌اند، به قصه‌های ناکفته و برآمده از دل مردم درباره جنگ تحمیلی می‌پردازد. این برنامه به کارگردانی علی فراهانی صدر، تهیه‌کنندگی مهدی مستوفی و اجرای محمدجعفر خسروی که محصول مرکز مستند سوره و مرکز هنری رسانه‌ای نهضت است، از شبکه افق پخش شده است. این برنامه ترکیبی در نخستین قسمت سراغ داستان «شینم حیرانی» رفته؛ بانویی که در بمباران پناهگاه پارک شیورین کرمانشاه مادر، پدر و برادر کوچکش را از دست می‌دهد. دومین قسمت جان و تن قصه «مجید حسام» را برای مخاطبان بازگو می‌کند؛ رزمندگانی که قاچاقچی‌ها را فریب می‌دهد تا جنگنده‌های را باز پس گیرد. «اکبر کریمی»

مستند «مثبت نگاتیو»

در قسمت سوم روایت خود را برای مخاطبان تعریف می‌کند. او به عنوان یکی از اسرای هشت ساله اردوگاه‌های بعضی همراه با دیگر آزاده‌های جنگ تحمیلی، خبریه‌ای را برای سرپرستی دختران بدسرپرست تأسیس می‌کند. چهارمین قسمت جان و تن به قصه «عبدالمجید خزایی» اختصاص دارد. او به همراه ۲ ایرانی دیگر پس از ۹ ماه اسارت در عراق فرار می‌کند و خودش را به ایران می‌رساند. «قاسم صادقی» در پنجمین قسمت جان و تن ماجرای خود را برای مخاطبان تعریف می‌کند. او در ابتدای جنگ عراق و ایران به عضویت گروه فدائیان اسلام درآمد؛ گروهی متشکل از لوطی‌ها که توبه کرده و می‌خواهند در جنگ شرکت کنند. قسمت ششم این برنامه ترکیبی قصه «مهناز فتاحی» را تعریف می‌کند. او در این قسمت داستان باغ مادر بزرگ خود را که در هشت سال دفاع مقدس وقف آوارگان جنگ عراق و ایران بوده، روایت می‌کند.

پاسخ به برخی شبهه افکنی‌ها

«مثبت نگاتیو» مستندی گفت‌وگومحور است که به مسائل جنگ و موضوعاتی که کمتر به آن پرداخته یا بعد از جنگ مطرح شده است می‌پردازد. در این برنامه تصاویری پخش می‌شود که ممکن است بینندگان با آنها آن را از قاب تلویزیون مشاهده کرده باشند، اما اطلاعات دقیقی از آن ندارند و کارشناس برنامه درباره آن اطلاعاتی می‌دهد که پاسخ به شبهاتی درباره هشت سال دفاع مقدس است. این برنامه در ۵۰ قسمت تهیه شده و از برنامه‌ای با عنوان «نگاتیو» الهام گرفته است. نگاتیو یک میان‌برنامه ۱۰ دقیقه‌ای بود که روی آنتن شبکه مستند می‌رفت و تصاویر کمتر دیده شده از



همیشه پایداری

سرمقاله

تکنیک‌های روایتگری جذاب و موثر



اتاز عباسیان دبیر ضمیمه پایداری

ضرورت پرداختن به موضوع پایداری و روایت ایثار و مقاومت مردم هر سرزمینی، امری جهانی است؛ چرا که در تمام دنیا سربازانی که برای دفاع از ارزش‌های وطن و آرمان‌شان ایستادگی کردند محترم و الگو هستند. از این رو نویسندگان و روزنامه‌نگاران همواره تلاش کرده‌اند تا تصویری گویا از رشادتهای این انسان‌ها و تاریخ مقاومت کشورشان ثبت کنند. اما آنچه امروز پیش روی اهالی مطبوعات به‌عنوان یک دغدغه مطرح است موضوع مهم نحوه پرداختن به پایداری است. بعد از نزدیک به ۴ دهه از روزهای جنگ تحمیلی و چاب هزاران هزار گزارش و یادداشت و مصاحبه با موضوعات ایثار و مقاومت، اینک به این نقطه رسیده‌ایم که فرم و محتوا نیازمند تغییر و تحول است. لزوم این تحول را مخاطب و دافعه او به ما گوشزد می‌کند؛ چون در شرایطی قرار است تولیدات محتوایی با موضوعات پایداری داشته باشیم که فضای مجازی نه تنها سبک زندگی حتی فراتر، سبک تفکر و تعقل افراد را هم تحت تأثیر خود قرار داده و ما باید به‌دنبال تغییر مسیر و تحول در ارائه داده به مخاطب باشیم. برای این مهم سراغ کارشناسان و فعالان این حوزه رفتیم و از آنها نظر خواهی کردیم. جمع‌بندی پیشنهادهای این صاحب‌نظران را می‌توان در چند سطر پایین خلاصه کرد:

تیین ایشار

رسانه‌ها به موضوع پایداری چطور و با چه تکنیک‌هایی باید بپردازند؟

شهره گیانوش روزنامه‌نگار
برداختن به موضوع پایداری در رسانه‌ها بسیار مهم است اما نکته مهم تر، نحوه و قالب ارائه این محتوا به مخاطبان است. مؤسسه همشهری برای رسیدن به یک الگو و مدل مناسب در ارائه محتوای مرتبط با موضوع ایثار و پایداری نشستیم و با حضور محمدعلی صمدی، پژوهشگر، نویسنده و مدیر گروه حساسه و مقاومت شبکه یک سیما، روزنامه‌نگار و فعال حوزه پایداری و گوینده رادیو و ناصر کاوه، نویسنده بر کار حوزه پایداری و فعال رسانه‌ای برگزار کرد. در ادامه چکیده‌ای از نظرات محمدعلی صمدی را در این نشست می‌خوانید.

لزوم فعالیت خبرنگاران تخصصی

چند بار جسته و گریخته ضمیمه پایداری همشهری را دیده بودم و به‌نظرم قابل قبول بود. اما در سبب انتقال تجربه به‌صورت کلی برای افرادی که در حوزه پایداری و مقاومت فعالیت می‌کنند به چند نکته تأکید دارم. در کار ژورنالیستی در کنار اهمیت سوز، مصاحبه و تنظیم آن، باید به فرم انتشار هم توجه داشت. از طرفی مسئولان رسانه‌ها به دفاع مقدس و در کل موضوع پایداری نگاه تخصصی ندارند. باید خبرنگار تخصصی حوزه دفاع مقدس داشته باشیم که اغلب در رسانه اینترنت نیست.

رسیدن به یک چارچوب مشخص

در هر حوزه تخصصی از جمله حوزه پایداری اگر به یک چارچوب نرسیم فایده‌ای ندارد. مطالبی هم که منتشر می‌شود گذرا و غیر پایدار خواهند بود. باید چیزی را منتشر کنیم که در آینده نزدیک بتوانیم با جمع تعدادی از آنها به یک محصول پایدار و ماندگار مثل کتاب برسیم و بین انبوهی از اخبار رسانه‌ای که هیچ‌کس یادش نمی‌ماند این اثر ماندگار شود. مثل ماهنامه «پیام انقلاب» در سال ۶۰ که می‌شود تعدادی از آن را کنار هم گذاشت و به‌عنوان یک کتاب استفاده کرد. این مستلزم همین قضیه است که چارچوب اولیه کار را در ذهن‌تان داشته باشید.



ارائه گزارش‌های پژوهشی

پیشنهاد ما به همکاران این حوزه این است که روزانه حداقل یک ساعت برای مطالعه در حوزه خودشان وقت بگذارند و درباره موضوعی که می‌خواهند بنویسند مطالعه کنند. خبرنگار حوزه پایداری باید با تسلط دست به قلم شود. البته منظور من خواندن کتاب‌ها و گزارش‌های زیاد نیست، بلکه بارها خواندن برخی از آنهاست. زیرا پراکندگی ایجاد آفت می‌کند. الان در موضوع پایداری مثلا فلسطین، الفبای ژورنالیستی فلسطین در ۹۰ درصد فضای رسانه‌ای ما وجود نداشته و مطالعه نشده است. یک اتفاقی در ۱۷ اکتبر افتاد، همه سرویس‌ها فعال شدند و همه به سمت غزه چرخیدند. انبوهی از خبر و مصاحبه و تحلیل با حداقل اطلاعات و

با جمع‌بندی‌های عجیب و غریب منتشر شد. در کل اگر یک چارچوب مشخصی از وضعیت منطقه در ذهن وجود داشته باشد، زمانی که حادثه رخ می‌دهد بهتر می‌توان تحلیل کرد.



نشست با جمعی از کارشناسان حوزه پایداری در روزنامه همشهری

«تکرار» استراتژی مهمی است

دشمن با تکیه بر تکرار به روایتگری غلط خود ادامه می‌دهد. در این شرایط چرا نباید ما هم با روایت درست موضوع مورد بحث را تکرار کنیم. وقتی هر سال شبهه برای افراد در موضوعات مختلف از سوی معاندان پیش می‌آید چاره‌ای جز تکرار نیست. تکرار استراتژی مهمی است و باید آنقدر تکرار شود که مطلب ملکه شود و جایفتد. مثلا درباره شبهه علت ادامه جنگ و پایان آن باید حتی به تکرار هم روایت کرد. چون در سمت مقابل روایت نادرست را مدام در ذهن مخاطب تکرار می‌کند.

تولید مطالب قابل رجوع

برخی روزنامه‌نگاران برای پژوهش وقت نمی‌گذارند و می‌گویند پژوهش وظیفه ما نیست. این تفکر اشتباه است و ژورنالیست باید در لحظه زندگی کند. رابرت فیکیس خبرنگار تایمز لندن از بزرگ‌ترین متخصصان حوزه مقاومت بیش از ۲۵ سال در این زمینه کار کرد. او لبنان‌شناس بود و همه دنیا را با کانون لبنان تحلیل می‌کرد. بسیار عمیق از ۳۰۰ سال قبل لبنان صحبت می‌کرد و می‌نوشت و حتی الگوی ما بود و ایده می‌گرفتم. او در دوران کرونا فوت کرد. کارشناسان بزرگ می‌خواستند مطلب درباره لبنان یاد بگیرند به فیکس مراجعه می‌کردند. این تخصص محصول ۲۵ سال تمرکز بود. یا آقای محمد حسنین هیكل، خاورمیانه‌شناس بود و سیاستمداران بزرگ دنیا به مطالب او مراجعه می‌کنند. این نشان می‌دهد مطالب و تحقیقات آنها مرجع شده است. در واقع باید مطالبی تولید کنیم که قابل رجوع باشد.



لزوم تشکیل اتاق فکر برای تهیه محتوای جذاب

تولید محتوای پایداری برای نوجوانان و جوانان نیاز به اتاق فکر دارد. البته خیلی هم معتقد نیستم که می‌توان کار حیرت‌انگیزی انجام داد. در حال حاضر مسئله فقط در حوزه دفاع مقدس نیست. اصلا جوانان امروزی دغدغه خاصی ندارند. این را بر اساس تجربه‌ای که با فرزندان خود و شاگردان کلاسی که در آن تدریس می‌کنم عرض می‌کنم. خیلی باور ندارم که تقصیر ماست و موضوع جذاب نیست. البته فرم ارائه و انتشار خیلی جاها جذاب نیست. ولی باور ندارم که با استانداردهای آنها جذاب هم بشود و اتفاقات خاصی برای جوان‌ها بیفتد. جهان در دوران گذار است و فعلا حوزه‌های تخصصی و عمیق و تاریخی برای جوانان جذابیتی ندارد. حتی برخی از کارشناسان این حوزه هم نمی‌دانند با جوانان فعلی چطور باید تعامل کرد.

روایت

چند پیشنهاد کاربردی برای روایتگری اینار

آزاده سلطانی روزنامه‌نگار



ناصر کاوه، نویسنده پرکار و فعال رسانه‌ای یکی از کارشناسان نشست روایتگری ایثار بود و برای تولید محتوای جذاب در حوزه پایداری پیشنهادهایی ارائه کرد که در ادامه بخشی از آنها را می‌خوانید.

تهیه دایره‌المعارف حوزه پایداری

معتمد تربیت نسلی از مدافعان حرم، حاصل نگارش مطالب پایداری و ساخت فیلم‌های این حوزه بوده است. گرچه ایرادات و پراکنده‌کاری‌هایی بوده اما در نوع خودش اثر داشته. پیشنهاد می‌کنم یک دایره‌المعارف از شهدا، جانبازان و راولان جنگ تهیه و اسامی را به‌صورت موضوعی تفکیک کنید. در این صورت اگر خواستید برای موضوعی گزارشی تهیه کنید دست‌تان باز است.

برای نسل جدید از لوطی‌گری‌های رزمندگان بگوییم

سخت‌ترین کار، تولید محتوای خوب و جذاب برای نوجوان و جوان امروزی است. به‌نظرم اگر با زبان نرم و عامیانه سراغ آنها برویم و از ایثارگری روایت کنیم تا حد زیادی نتیجه می‌گیریم. مثل ضمیمه‌ای که همشهری با موضوع شهدای لوطی و توبه کرده تهیه کرده بود که به‌نظرم افراد زیادی با آنها ارتباط برقرار کردند. این ضمیمه نشان می‌داد که شهدا هم مثل همه ما انسان‌های زمینی بودند و سر بزنگاه توبه کردند و برای دفاع از وطن و حمایت از دین از جان خود گذشتند.

از فضای مجازی غافل نشوید

قبول کنید که بسیاری از ما بیشتر از خواندن روزنامه و کتاب با فضای مجازی در ارتباطیم. پس برای تولید محتوا در فضای مجازی یک تیم حرفه‌ای تشکیل دهید. من چند سالی است که در فضای مجازی فعال بوده و آدمین بسیاری از کانال‌ها و گروه‌ها هستم. مطالب حوزه پایداری را کوتاه و با مناسبت‌های روز یا متن جذاب منتشر می‌کنم.

باطن سرخ برخی موضوعات برویم

می‌شود با زبان طنز برخی روایت‌ها را به مخاطب منتقل کرد. من خودم تجربه نگارش کتاب دفاع مقدسی در قالب طنز را دارم و استقبال خوبی هم شده است. صدا و سیما انبوه تولیدات دارد اما در زمینه طنز باید بهتر ورود کند. روزنامه‌ها چه در نسخه چاپی چه آنلاین می‌توانند هر روز شهیدی را با یک کلیپ، موشن یا تیزر در فضای مجازی معرفی کنند. اگر با زبان عامیانه با موضوعات طنز باشد هم بد نیست.

نقشه راه و قرارگاه مرکزی نیاز است

الان در جنگ روایت‌ها هستیم و این جنگ یک قرارگاه مرکزی می‌خواهد. مثل زمان جنگ تحمیلی که شهید حسن باقری مسئول اطلاعات شد و مسیر کل جنگ تغییر کرد. باید چشم‌انداز و افق میانی داشته باشیم. در پایان تأکید می‌کنم الگوپذیری از سبک زندگی شهدا راهگشاست و باید برای آن سرمایه‌گذاری کرد.



اساس روایت قصه است. باید مرتب قصه تعریف کنیم. خداوند در قرآن فرموده است «نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ» (ما به بهترین روش بر تو حکایت می‌کنیم). خداوند در قالب قصه سراغ بندگانش رفته است. قصه یک مفهوم عمیق اساطیری و نتیجه حیرت‌انگیزی دارد. مفهوم قصه برای خیلی از دست‌اندرکاران این حوزه جا نیفتاده است؛ روایتی که یک ابتدا، انتها، نقطه‌عطف و شخصیت پردازی دارد. معمولا روایت‌های ما قصه ندارد و به همین خاطر جذاب نیست. اینکه می‌گوییم مثلا شهید فلانی در سال فلان در خانواده مذهبی متولد شد آنقدر کلیشه و بدون قصه است که مخاطب زده می‌شود. باید محتوا و مطالبی جمع کرد که قابلیت تبدیل به قصه داشته باشد. بدون مطالعه نمی‌شود قصه خوب گفت. بزرگ‌ترین قصه‌گوهای عالم کسانی هستند که مطالعه داشتند. نمی‌شود بدون سواد کلمات و حروف را کنار هم گذاشت. سرمایه‌گذاری کرد.

