

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

پروست علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پروست جاب علم انسانی



# رمضان در رسانه

وحید حیاتی

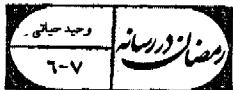
## هلال ماه

روزی، روزگاری در عصری قریب و کمی دور، که هنوز از خاطره‌ها رخت بر نیسته است، با صدای مؤذن و نوای الله اکبر از مناره کوچک محله، در میان شب برمی خاستیم. انعکاس مهتاب در حوض آبی رنگ میان حیاط را که هنوز با آب وضوی پدر موج برنداشته بود، را می توانستیم نظاره گر باشیم. شنیدن صدای جیر جیر کها و لجن لجن پای پوشها در کوچه‌ها در میانه شب که شتابان به سمت مسجد می شتافتند، تنها تسبیح سحر گاهی نبودند که با صدای قرآن خواندن پدر در هشتی خانه تلاقی می کردند.

سفره‌های سحری و افطار به یمن وجود بزرگترها بر سر سفره مزین و معطر می شد و خانواده شکل حقیقی خود را داشت. زمان، گویی در بستر خویش، با همه فراخی اش جریان داشت و دیگر از هیجان، استرس و هیاهو که امروزه لازمه زندگی کنونی انسانی است، خبری نبود. فضای معنوی ماه رمضان نیز به آن آرامش بیشتری می بخشید.

بحث روابط خانوادگی، در گزینة رودر رو و سینه به سینه، خلاصه می شد و اعضای یک خانواده روی روی یکدیگر می نشستند (چه بر سر سفره‌های افطار و سحر و چه در مجالس خود)، چشم در چشم با هم سخن می گفتند. دیگر عنصر ناخوانده‌ای ما را به خود مشغول نمی کرد ولی در عصر فن آوری و با ورود رسانه‌ای جمعی به نام رادیو و سپس تلویزیون، افراد یک خانواده در کنار یکدیگر به صدای آن گوش فرا می دادند و سپس به صفحه نورانی آن چشم می دوختند. بگذریم از دوره حاضر که بیشتر اعضای خانواده در بسیاری موارد به کنج تنهایی خویش پناه می برند و در اتاقک نیمه تاریک خود چشم به تار جهان گستر می دوزند و

1. world wide web.



دیگر رابطه‌های خانوادگی این گونه خلاصه شده است که گاهی افراد در میانه فضای عمومی! خانه، آن هم به شرط حضور هم‌زمان، یکدیگر را ملاقات می‌کنند و با دیدار یکدیگر تازه متعجب از حضور هم‌دیگر، فرصتی کوتاه را با خوش‌بینی تمام به یکدیگر اختصاص می‌دهند و این گونه فاصله‌ها میان اعضای بسیار نزدیک، بسیار گشته است!

غرض این نبود که خاطرات گذشته را مرور کنیم یا احساس درونی و فضای غربت‌گرفته قدیم را گردزدایی کنیم و یا بحثی روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه را باز کنیم، بلکه منظور نگارنده این سطور توب زدن و بازنگری کردن در صرف حضور میهمانی است که باید هم‌چون رسم همیشگی میهمانی با خود صفا، صمیمیت و محبت را به ارمغان آورد و میزبان نیز بدان دل‌خوش دارد و از آن بهره ببرد. در واقع این رسم خوبی است که میهمان با مفهوم وجودی خود به همراه می‌آورد و از تلویزیون نیز انتظار می‌رود که چنین میهمانی باشد. به عبارتی درخت پرثمری باشد که در کنار سایه خود در پرکردن اوقات فراغت بینندگان، میوه‌های آن لحظه‌ای لبان خشک و تشنه زمین بی‌زراعت برخی دل‌های مخاطبان را به صفای خود نمی‌سیراب نماید. مطمئناً دست‌اندرکاران این رسانه در طول سالیان کوشیده‌اند که چنین باشند و جُرم‌های صفا و دیانت این مخاطبان مشتاق را میهمان کنند. گاه این انگیزه چنان پررنگ است و کار، ولی گاه نیز تلاش کم‌رنگ و آن‌چه برجای می‌ماند، ناکافی است.

#### ماه تمام

چندین سال است که رسانه ملی در تکاپوی دستیابی به افق‌های تازه، روش‌های گوناگونی را برای ارائه برنامه‌ها و نمایش‌های موردپسند مخاطبان و در ضمن مطابق با چشم‌انداز و اهداف خویش - همان دستیابی به رسانه‌ای مبتنی بر آموزه‌های اسلامی به ویژه در ایام و مناسبت‌های ویژه سال - آزموده است و در کنار دستیابی به برخی اهداف، گاه موفق و گاه ناموفق به تلاش



خود ادامه می‌دهد.

در سال‌های گذشته به مدد ایام پربرکت ماه رمضان تلاش شد تا سریال‌هایی با مضمون و حالوهوای این ماه ساخته شود و در معرض دید عموم مخاطبان قرار گیرد. صاحب‌بلاَن (محمدحسین لطیفی) او یک فرشته بود (علیرضا افخمی)، میوه ممنوعه (حسن فتحی)، اغما (سیروس مقدم)، خانه به دوش (رضا عطاران) و ... از جمله سریال‌هایی بودند که با توجه به کیفیت ارائه هر یک اعم از مناسبات موضوعی، خوش‌ساخت بودن و در ضمن پرمخاطب بودن، به همراه برخی ناکامی‌ها به مخاطبان تلویزیون عرضه شدند. درون‌مایه بسیاری از آنها را روح شیطان، ماوراء، مشکلات اجتماعی، آموزه‌های دینی، تشکیل می‌دادند که به نحوی توانسته بودند تا حدی نظر مخاطبان را به خود جلب کنند. فارغ از این موضوع، تنوع و تعدد سریال‌ها خود مضلی برای مخاطب در پی‌گیری آنها از تلویزیون و به نوعی سردرگمی بینندگان را رقم می‌زد؛ در عین حال که فضای تنفس و توجه به مناسک و فرائض ویژه ماه رمضان را از آنان می‌ربود. این مسئله بیشتر ناشی از فضای رقابتی‌ای بود که شبکه‌های متعدد تلویزیونی در آن قرار داشتند.

بدین ترتیب با بررسی‌هایی که سازمان صداوسیما از تجربه سال‌های گذشته مدنظر قرار داد - چه در زمینه تولید و چه در کم کردن تعداد سریال‌های پی‌درپی این رسانه - در سال جاری امر بر این نهاده شد که از تعدد سریال‌ها کاسته شود و در ضمن فرصتی را به مخاطبان خود دهد تا از فریض ماه مبارک رمضان بهره کافی ببرند.

پس در راستای چنین منویاتی، سه شبکه رسانه ملی به پخش سریال‌هایی در ماه مبارک هفت گماردند: شبکه اول سیما، نردبام آسمان (محمدحسین لطیفی)، شبکه دوم سیما، عبور از پایین (مسعود شامحمدی) و شبکه سوم سیما، پنجمین خورشید (علیرضا افخمی)؛ در واقع هیچ

کدام از این سریال‌ها در فضای مناسبتی ماه مبارک رمضان تنفس نمی‌کردند و صرفاً با برخی مضامینی که مطرح ساختند - روابط خانوادگی و پدرسالاری در سریال عبور از پاییز، تبیین زندگی شخصیت تاریخی غیاث‌الدین جمشید کاشانی، دانشمند و منجم ایرانی در سریال نزدیک آسمان، شکست زمان و حوادث فانتزی در سریال پنجمین خورشید در راستای تغییر سرنوشت - می‌کوشیدند تا مخاطبان را در این ماه مبارک به نحوی سرگرم سازند. حضور چنین سریال‌هایی و با چنین مضامینی چیزی به ارزش این ماه و آموزه‌های دینی آن نیفزود؛ چراکه اصلاً قرار نبود اینان، سریال‌های مناسبتی این ماه قلمداد شوند و در آن‌ها از این فرصت رسانه‌ای خبری نبود. در واقع این فرصتی که می‌تواند رسانه به صورت خاص از آن بهره‌برداری نماید تا در چهارچوب اهداف کلان خود گام بردارد، به سادگی از دست رفت و تلاشی در این رابطه در برنامه‌های نمایشی و به عبارتی بهتر سریال‌ها صورت نگرفت که جای بسی تأسف دارد.

اگر قرار است به مناسبت‌های مذهبی توجهی خاص داشته باشیم، فرصت یک‌ماهه رمضان زمانی بسیار مناسب است که البته تدارکی بلندمدت و همتی عالی از مدیران رسانه ملی می‌طلبد تا نه هم‌چون ادوار گذشته نزدیک شدن به این ماه، نگران باشند که چه باید کنند؛ البته به نظر می‌رسد مشکل عمده چنین مسئله‌ای، فقدان سوژه‌ها و فیلم‌نامه‌هایی است که بتوانند دستمایه مناسبی برای ماه رمضان قرار بگیرند. که این مهم می‌طلبد فضای پیش از تولید و ارتباط وثیق و گسترده با قشر نویسندگان، فیلم‌نامه‌نویس‌ها و به نوعی صاحبان فکر و اندیشه تقویت گردد و در این رابطه سرمایه‌گذاری کلان از طرف مسئولین صورت پذیرد.

با این وجود ماه رمضان سال جاری فرصتی به رسانه داد تا بتواند به سنجش نگرش و خواسته‌های مخاطبان نزدیک شود و با آزمودن ارائه سریالی تاریخی - نردبام آسمان - بتواند در تغییر ذائقه مخاطبان گام بردارد، که به نظر می‌رسد با تجربه کنونی امکان پذیر باشد؛ چرا که

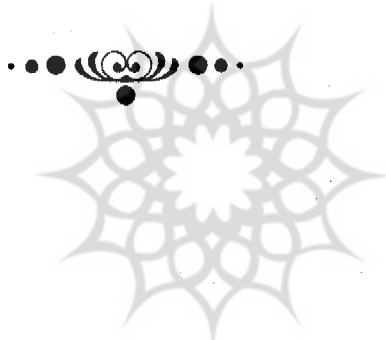
برخی مخاطبان این شیوه را پسندیدند و برخی نیز برعکس. هر چند که انتخاب موضوع تاریخی و شیوه پرداختن به آن می‌تواند گرانگامی باشد که در تجربه‌های بعدی می‌توان به آن توجه بیشتری نمود و از این تجربه ذخیره‌های اندوخته، تا با دستمایه قراردادن موضوعی جذابتر و دارای پتانسیل بیشتر در تحرک و ارائه ریتمی سریع‌تر در داستان، بتوان تعداد بیشتری مخاطب را برای آن جلب کرد.

نکته‌ای که این نگاشته بدان اشاره دارد و معمولاً در نگاه دست‌اندرکاران رسانه مغفول واقع می‌شود، این است که طیف‌بندی مخاطبان یکی از ضروریات رسانه به ویژه رسانه ملی است که در واقع با ایجاد شبکه‌های اختصاصی کودک، جوان و ... این مهم در دست پیگیری است، که نباید ساده‌انگارانه و با نگاهی سطحی از کنار آن گذشت؛ برای نمونه یک جنبه از برنامه‌های ویژه ماه رمضان باید اختصاص به کودکان و نوجوانان داشته باشند که این امر در حقیقت رخ نمی‌دهد؛ چرا که این دسته از مخاطبان اصلاً جدی گرفته نمی‌شوند. در واقع دسته‌ای از افراد جامعه ما که نسل آینده این مرزوبوم را شکل خواهند داد، فقط در اوقاتی خاص مانند عید یا روز جهانی کودک مورد توجه قرار می‌گیرند و در دیگر روزهای سال معمولاً با آنها به صورت عادی روبه‌رو می‌شویم. پرسش اصلی این است که این دسته از مخاطبان نیز باید سریال‌های ماه رمضان را ببینند؟ به عبارتی آنها باید آنچه برای مخاطب بزرگسال تدارک دیده شده است، نظاره‌گر باشند؟ یا این که صرفاً برنامه‌های کودک و نوجوانی را ملاحظه کنند که در ماه رمضان فقط لحن گفتار مجری در آن تغییر کرده و با لحنی کودکانه فقط مخاطبان خود را به بند و نصیحت درباره روزه‌داری مهمان می‌کنند. به هر روی این جنبه از فعالیت‌های رسانهای در کنار دیگر موارد مورد نظر در طیف‌بندی مخاطبان، به علت عدم برنامه‌ریزی صحیح، مورد غفلت واقع شده است در حالی که در این زمینه نیز نیازمند توجه شایسته به طیف مخاطبان

کودک و نوجوان هستیم.

اگر رسانه تلویزیون در ایام مناسبت‌های خاص و مذهبی، برنامه‌های عادی خود را - در زمان آن، موضوع و پخش آن‌ها - به نوعی تعطیل می‌کند، باید برای این ایام به صورت ویژه برنامه‌های خاصی هم ارائه نماید. در واقع آثاری را برای نمایش و سرگرمی و البته ارتقای سطح دانش - بینش مخاطبان تدارک ببیند تا این ماه خاص را با برنامه‌های ویژه خود، برای بینندگان نیز ویژه نماید.

در پناه حق



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی