

آموزش تلویزیونی با طعم کارتون



ساخت میان‌برنامه‌های آموزشی در تلویزیون در سال‌های اخیر آنقدر رونق گرفته است که سازمان‌ها و نهادهای متعددی در حال حاضر به طرف ساخت چنین برنامه‌هایی جلب شده‌اند.

جام جم آنلاین: ساخت میان‌برنامه‌های آموزشی در تلویزیون در سال‌های اخیر آنقدر رونق گرفته است که سازمان‌ها و نهادهای متعددی در حال حاضر به طرف ساخت چنین برنامه‌هایی جلب شده‌اند.

اگر زمانی تنها نیروی انتظامی بود که پیام‌هایش را با میان‌برنامه‌های آموزشی به مخاطب منتقل می‌کرد در حال حاضر سازمان‌ها و نهادهای دیگری چون شرکت گاز، وزارت نیرو، شهرداری، سازمان حفاظت از محیط زیست و ... هم وارد گود شده‌اند و می‌خواهند با استفاده از این میان‌برنامه‌ها پیام‌های خود را به مخاطب منتقل کنند.

میان‌برنامه‌های آموزشی از جمله پرمخاطب‌ترین برنامه‌های نمایشی هستند که در طول این سال‌ها تولید و پخش آنها روند روبه‌رشدی در تلویزیون داشته است.

پخش این برنامه‌ها با تغییر فصل‌ها، مناسبت‌های گوناگون و ایام ویژه سال نسبت مستقیم پیدا کرده است و حالا به خاطر اقبالی که پیدا کرده‌اند، سازمان‌ها و نهادهای مختلف می‌کوشند از طریق ساخت چنین برنامه‌هایی مخاطبان خود را از باید‌ها و نبایدهای یک موضوع مطلع سازند.

اگر زمانی نیروی انتظامی کوشید با برنامه #171؛ انیمیشن‌های راهنمایی و رانندگی» و شخصیت‌های جذاب آن یعنی داوود خطر و سیاستی، مردم را با خطرات بی‌احتیاطی و بی‌مبالاتی در رانندگی آشنا کند، امروز در ادامه آن راه آثار متفاوت و جذابی ساخته می‌شود.

فرهنگ‌سازی با عامل جذابیت!

اما با این همه به نظر می‌رسد بعضی از میان‌برنامه‌هایی که از شبکه‌های مختلف سیما پخش می‌شوند چندان موفق نبوده‌اند.

ارد پیکانفر، کارگردان مجموعه تیزرهای نیروی انتظامی (سیاسکتی) که از تولیدات موسسه حوراست در این باره می‌گوید: #171؛ میان‌برنامه‌های آموزشی معمولاً با هدف فرهنگ‌سازی برای مخاطب عام و با رنگ و لعاب سرگرم‌کننده بودن ساخته می‌شوند. ما تلاش می‌کنیم در تولید این آثار شاخص‌های مختلفی را در نظر بگیریم. بیان موجزترین پیام با استفاده از تکنیک‌های جذاب تصویری یکی از ملاک‌های ماست به صورتی که گرچه به نمایش ناخوشایندی بی‌فرهنگی در زمینه‌های مختلف می‌پردازد اما شکل و صورت توهین به هیچ گروه اجتماعی پیدا نمی‌کند.»

نکته‌ای که خیلی مهم است بحث زمان محدود این آثار است. این آثار باید در کمترین زمان ممکن بیشترین حجم از اطلاعات را به مخاطب منتقل کنند.

علاوه بر این ضمن این‌که باید چارچوب یک اثر نمایشی را حفظ کنند باید شاخص جذابیت را هم در اثر لحاظ کنند.

پیکانفر با اشاره به این‌که بهترین پیام، پیام غیرمستقیم است، در این باره می‌گوید: #171؛ با احترام گذاشتن به شعور مخاطبان می‌توان بخشی از کنار هم‌گذاری و نتیجه‌گیری نهایی داستان‌ها را برعهده بیننده فهمید گذاشت و علاوه بر دوری جستن از کلیشه‌ها، جذابیت‌های داستانی هم به این میان‌برنامه‌ها اضافه کرد. به نظرم با این فرمول محدودیت زمان به مزیت تبدیل می‌شود.»

وی با توضیح این‌که در آینده مجموعه‌هایی درباره آگاهی‌رسانی عمومی در زمینه جرم و سرقت اینترنتی و الکترونیکی و برنامه‌هایی برای بیمه مرکزی خواهد ساخت، می‌گوید: #171؛ زمان پخش این برنامه‌ها در موفقیت این آثار خیلی مهم است. تجربه نشان داده از میان برنامه‌هایی که تا حالا ساخته شده، آنهایی که ساعت پخش مناسب‌تر و بیشتری داشته‌اند با استقبال عمومی بیشتری روبه‌رو شده‌اند تا آنجا که به شخصیت‌های محبوب بین مردم تبدیل شده‌اند.»

رکورد شکنی پاگرد

این شب‌ها شبکه دو سیما یک میان‌برنامه آموزشی با موضوع روش صحیح آب و برق به نام «پاگرد» پخش می‌کند که محصول مرکز صبا ست این میان‌برنامه از بعضی جهات با دیگر آثاری که دیده‌ایم، متفاوت است.

اول از همه این که زمان هر قسمت از این انیمیشن چیزی حدود 10 دقیقه است که برای پخش هر شبی یک اثر انیمیشن که همچنان در حال تولید است. یک رکورد محسوب می‌شود و دوم این که این اثر در 150 قسمت تولید می‌شود که باز هم رقم چشمگیری محسوب می‌شود.

اوستا فروردین کارگردان این مجموعه می‌گوید: «برای ساخت یک میان‌برنامه خوب، اول از همه «جذابیت» اهمیت دارد. اگر اثری جذاب باشد می‌تواند به اهداف دیگرش یعنی انتقال پیام هم دست پیدا کند و همه اینها به نوع نگرش سفارش‌دهنده مربوط است. خوشبختانه وزارت نیرو که میان‌برنامه آموزشی «پاگرد» به سفارش آنها ساخته شده به این مهم رسیده بودند که پیام باید به صورت غیرمستقیم به مخاطب منتقل شود. به عبارت دیگر، برای آنها شکل اول قضیه یعنی جذابیت و کشش خود اثر در درجه اول اولویت قرار داشت.»

وی با اشاره به این که اگر تبلیغات بیشتری برای «پاگرد» صورت می‌گرفت، این برنامه پرمخاطب‌تر می‌شد، می‌افزاید: «ما برای این میان‌برنامه آموزشی تقریباً ماهانه 200 دقیقه تولید انیمیشن سه بعدی داریم به عبارت دیگر هر قسمت این مجموعه انیمیشن با 100 نیرو حدود پنج روز طول می‌کشد که در تولید انیمیشن کشور رقم قابل‌اعتنایی است.»

تاثیر گذاری میان برنامه‌ها

محمد ابوالحسني، تهیه‌کننده مجموعه انیمیشن‌های آقای ایمنی هم درباره میزان نفوذ این میان‌برنامه در بین مخاطبان می‌گوید: واقعیت این است که نیروی انتظامی و شرکت گاز سال‌های سال است که به این روش اطلاع‌رسانی می‌کنند. اگر این آثار در بین مخاطبان موفق نبودند، قاعدتاً هیچ‌اصراری از سوی این دو مرکز سفارش‌دهنده برای ادامه تولید این آثار وجود نداشت، اما ساخت این آثار هنوز ادامه دارد و معلوم است که این آثار در بین مردم بازتاب دارد و آنها از این آثار استقبال می‌کنند.

وی می‌افزاید: برای مثال در ساعاتی که میان‌برنامه آقای ایمنی پخش می‌شد، شاخص مصرف گاز کل کشور به طور محسوس کاهش می‌یافت و معلوم بود بینندگان به پیام‌هایی که در مورد مصرف بهینه گاز داده شده، توجه کرده‌اند که البته این موضوع نفوذ بالای رسانه‌ای مثل تلویزیون را در کشور می‌رساند.

ابوالحسني که پیشتر آثاری با موضوع حمل‌ونقل و ترافیک، بافت‌های فرسوده شهری و مصرف سوخت تهیه کرده است، می‌افزاید: واقعیت این است که این میان‌برنامه‌ها مشخصاً برای عموم مردم ساخته می‌شوند و باید در آن از جذابیت‌ها و تکیه‌کلام‌هایی استفاده شود که مردم به آن علاقه دارند.