اخبار

«دستپخت» پرورش‌دهندگان شترمرغ را ببینید

مسابقه «دستپخت» این هفته میزبان سه‌خانواده کارآفرین و فعال است.
به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی سیما، سیدوحید حسینی، مجری و کارگردان مسابقه دستپخت گفت: در برنامه امشب و دوشنبه‌شب سه خانواده که در زمینه پرورش شترمرغ فعال هستند حضور دارند.
کارگردان این برنامه افزود: بینندگان دستپخت علاوه‌بر این‌که اوقات خوشی را با دیدن این مسابقه سپری می‌کنند با شغل پرسود و مفید پرورش شترمرغ بیشتر آشنا می‌شوند.
علاقه‌مندان دوشنبه‌شب ساعت ۱۹و۴۵دقیقه بیننده شبکه یک و مسابقه دستپخت باشند که در گروه اجتماعی شبکه یک تهیه شده است.

همه‌چیز درباره «سرچشمه» تلویزیون

مجموعه «سرچشمه» با هدف بررسی موضوعات مختلف تاریخ انقلاب با حضور شاهدان عینی و کارشناسان با به تصویر درآوردن فیلم‌های کمتری دیده‌شده انقلاب به روی آنتن شبکه پنج رفت. فصل اول سرچشمه در کنار پرونده ترور میکونوس سراغ بررسی تاریخچه کمیته‌های انقلاب اسلامی رفت. این برنامه هر هفته پنجشنبه‌ها ساعت ۱۹ از شبکه پنج سیما پخش می‌شد و از پنجشنبه ۲۶ تیر با تغییراتی به آنتن بازگشت. در این فصل حسین جودوی، از کارشناسان حوزه رسانه و تاریخ به عنوان مجری مقابل مهمانان سرچشمه نشست و با آنها به گپ و گفت پرداخت. تیم سردبیری و قسمت پژوهش برنامه به طور کامل تغییر کرده و بیشتر دغدغه «سرچشمه ۲» تمرکز در دهه ۶۰ خواهد بود.
فصل دوم سرچشمه، ۲۶ قسمتی است و مثل گذشته هفته‌ای یك روز، پنجشنبه‌ها روی آنتن خواهد بود و دو شبکه چهار و خبر، آن را بازپخش می‌کند. یکی از موضوعات مهم این مجموعه بررسی موضوع مك‌فارلین با علی هاشمی، جنگ نفتکش‌ها با سردار فتحا... محمدی و موضوع جنایت‌های مهدی هاشمی و اتفاقات دهه ۶۰ با حجت‌الاسلام سالك بود. شاید یکی از وجوه تمایز سرچشمه خصوصا در فصل دوم، روایت‌های شاهدان عینی باشد که کمتر در قاب تلویزیون آمده‌اند یا به قولی از قاب تصویر فراری‌اند.

بازیگران تازه جلوی دوربین «روزهای آبی» رفتند

همزمان با ادامه تصویربرداری مجموعه تلویزیونی «روزهای آبی» سامان صفاری و علیرضا جلالی تبار به‌تازگی مقابل دوربین این سریال رفتند و به جمع بازیگران روزهای آبی پیوستند.
به گزارش جام‌جم، سریال روزهای آبی به کارگردانی محمدرضا حاجی‌غلامی و تهیه‌کنندگی پرویز امیری، اکنون در شمال کشور در حال تصویربرداری است که دو بازیگر جدید به جمع هنرپیشگان این سریال پیوستند. این مجموعه تلویزیونی درباره خانواده‌ای است که در شرایط مالی سخت قرار می‌گیرند و مجبور می‌شوند تا در روستایی ساکن شوند. فصل اول روزهای آبی در ۲۶قسمت ۴۰دقیقه‌ای به سفارش گروه فیلم و سریال شبکه پنج سیما برای پخش در بهار ۱۴۰۰ آماده می‌شود.

«دردسرهای یک همسایه» در شبکه۵

مستند چهار قسمتی «دردسرهای یک همسایه» ساعت ۲۱.۳۰ دقیقه از شبکه پنج سیما روی آنتن می‌رود. به گزارش جام‌جم، این مستند روایتی از یکصدسال روابط پرفراز و نشیب ایران و عربستان سعودی است که در چهار قسمت ۲۵دقیقه‌ای تولید شده است. این مستند به تبیین و بررسی همزمانی شکل‌گیری حکومت سعودی و حکومت پهلوی می‌پردازد و روابط دو کشور را از زوایای مختلف تحلیل می‌کند. بخش عمده این مستند به روابط دو کشور از زمان پیروزی انقلاب اسلامی و اقداماتی که حکومت‌های مختلف سعودی در کنار آمریکا برای مقابله و براندازی نظام نوپای جمهوری اسلامی انجام دادند، می‌پردازد. مستند دردسرهای یک همسایه در نهایت به اقدامات حکومت کنونی سعودی می‌پردازد که روابط دو کشور را به حالتی شبیه جنگ سرد تبدیل کرده است. این مستند نخستین پژوهش تصویری - تحلیلی است که منحصرا به روابط دو کشور در دوره یکصدساله تشکیل حکومت سعودی می‌پردازد. مستند چهار قسمتی این مجموعه از شنبه تا سه‌شنبه این هفته هر شب ساعت ۲۱و۳۰ دقیقه پخش می‌شود.

گفت‌وگو با تهیه‌کننده، طراح و مجری برنامه «هشتادیا» که از شبکه ۳ پخش می‌شود

نوبت هشتادی‌هاست

حضور کارشناسان در برنامه «هشتادیا» شبکه ۳ / عکس: محمد سرمدی

زینب علیپورطهرانی
رسانه

اگر فرزند دهه هشتادی دارید یا در اطرافتان با بچه‌های دهه هشتادی در ارتباط و از نزدیک آشنا هستید، می‌دانید که بچه‌های این نسل چه دنیای پیچیده و پر رمز و رازی داشته و هیچ گونه شباهتی هم به بچه‌های دهه‌های گذشته ندارند. حتی به دهه هفتادیا که همیشه فکر می‌کردیم چقدر با دنیای ما فاصله دارند. دهه هشتادیا با این‌که بچه‌های با انگیزه، جسور و پرشور و هیجانی هستند اما روحیات حساس و افکار پیچیده‌ای دارند که همین ویژگی باعث شده کار پدر و مادرهای امروزی سخت‌تر شود. بنابراین اگر به دنبال راه حلی برای شناخت نسبی دنیا و افکار آنها هستید یا می‌خواهید بدانید چگونه با آنها رفتار کنید، پیشنهاد می‌کنیم به تماشای برنامه «هشتادیا» بنشینید. برنامه‌ای که از ابتدای بهمن ماه به تهیه‌کنندگی حسین شکیب راد و با اجرای صادق باطنی روی آنتن شبکه سه رفته و در همین مدت کوتاه توانسته کلی طرفدار پروپاقرص برای خودش پیدا کند. جام‌جم نیز با تهیه‌کننده و طراح و مجری این برنامه گفت‌وگو داشته که در ادامه می‌خوانید:

باب گفت‌وگوی نسل‌ها را باز کردیم

حسین شکیب راد که پیش از این برنامه سردبیر برنامه «پرانتزباز» شبکه امید و جزو تیم تولید برنامه «اقیانوس آرام» شبکه دو بوده و به نوعی با دنیای نوجوان‌ها آشناست، تهیه‌کنندگی «هشتادیا» را برعهده دارد. وی در گفت‌وگو با جام‌جم به نکاتی درباره ویژگی‌های این برنامه اشاره کرد:

ما دهه هشتادیا را نمی‌شناسیم

بیش از دو سال است که روی ایده برنامه کار شده و به طور کلی برنامه با مطالعه و تحقیق و پژوهش شکل گرفت. در واقع یک تیم پژوهشی نزدیک به یک سال و اندی به طور مداوم روی مسائل نوجوان‌ها و به اصطلاح دهه هشتادیا متمرکز شدند. به همین دلیل برنامه پیش‌تولید نسبتا طولانی داشت.
از همان ابتدا هم شعاری داشتیم مبنی بر این‌که ما دهه هشتادیا را نمی‌شناسیم و این عدم آگاهی هم در پدر و مادرها و نسل‌های گذشته وجود دارد و هم این‌که خود این نسل خودشان را به خوبی نمی‌شناسند.
با این ایده وارد جریانی شدیم تا بتوانیم جهل مرکبی که درباره نسل جدید وجود دارد را تا حدودی برطرف کنیم. بنابراین هدف برنامه این بود که روی مساله‌ای متمرکز شویم که مغفول مانده بود. به همین دلیل احتمال دارد ساخت «هشتادیا» به فصل‌های بعدی هم برسد. با این وجود ما در فصل اول که برنامه روی آنتن است، سعی کردیم در ۳۰ قسمت مهمان‌هایی از این نسل را دعوت کنیم که به نوعی خودشان میزبان برنامه هستند. البته به همراه خانواده به برنامه می‌آیند.

مخاطب ما والدین دهه هشتادیا هستند

واقعیت این است که مخاطب اصلی برنامه ما بزرگ‌ترها و نسل‌های قبلی هستند. یعنی هدف اصلی ما این است پدر و مادرهایی که فرزند دهه هشتادی دارند، شناخت بهتری نسبت به این نسل پیدا کنند.
درست است که برنامه‌های زیادی برای مخاطب نوجوان نداریم. اما مخاطب اصلی برنامه ما هم والدین بچه‌ها هستند تا بتوانند با طرز تفکر و دنیای فرزندان‌شان بیشتر آشنا شوند. به همین دلیل فرم برنامه و حرف‌هایی که در آن زده می‌شود بیشتر با این نیت طراحی شده که آنها بتوانند استفاده کنند و از بچه‌های دهه هشتادی‌شان شناخت پیدا کنند. ضمن این‌که بتوانند باب گفت‌وگو را با بچه‌هایشان باز کنند. و مسائل و دغدغه‌های آنان را بهتر بشناسند تا بتوانند تحلیل بهتری از رفتارهای فرزندان‌شان داشته باشند.
در کنار این موارد ما دنبال این موضوع هم بودیم که بچه‌های دهه هشتادیا هم برنامه را پیگیری کنند، بنابراین می‌توانم بگویم مخاطب برنامه کل خانواده است. حتی معلم‌ها و مسؤولین هم می‌توانند مخاطب برنامه ما باشند. به همین دلیل چند ویژگی مهم را در برنامه لحاظ کردیم.

برنامه‌سازی با مشارکت بچه‌ها

اولین ویژگی که باعث می‌شود بچه‌های نوجوان برنامه را دنبال کنند اصل مشارکت‌گرفتن از خود بچه‌هاست. یعنی بچه‌ها دوست دارند خودشان را در برنامه ببینند.
به همین دلیل ما یک تیم ۳۰ نفره از نوجوان‌ها که اهل هنر و رسانه هم هستند و توانمندی‌هایی هم دارند و در عین حال از طیف‌های مختلف جامعه هستند را در کنار خودمان داشتیم. یعنی در موضوعات، برنامه‌ریزی‌ها، پژوهش و محتوای برنامه کنار ما بودند و کمک می‌کردند که این نسل را بهتر بشناسیم. در عین حال در مراحل تولید هم به کمک ما آمدند. بسیاری از آیتم‌هایی که برای برنامه تولید شد، بچه‌ها با ما حتی در دکور و تدوین همکاری داشتند. تلاشمان بر این بود که بچه‌ها در برنامه حضور داشته باشند و حرف بچه‌های دهه هشتادی به گوش هم‌نسلی‌هایشان برسد.
بخش مهمی در برنامه داریم که در آن مخاطبان دهه هشتادی می‌توانند روی حرف‌های مهمان‌ها نظر بدهند بدین ترتیب که مقابل مهمان‌ها تلفن همراهی قرار دارد که بچه‌ها می‌توانند درباره صحبت‌های مهمان نظر بدهند که در تدوین نهایی به برنامه اضافه می‌شود. نکته مهم دیگر بحث هیجان و چالش است که به شدت برای این نسل جذاب است. به همین دلیل فرم برنامه ما بدین شکل است که سرشار از چالش‌ها و بازی‌ها و اتفاقات عجیب هستیم و همین چالش‌ها باعث ایجاد گفت و گو می‌شود.

حرف‌های جدی نسلی از زبان مجری

از آنجا که مخاطب اصلی برنامه ما پدرها و مادرها هستند، نمی‌توانستیم با مجری نوجوان در برنامه همکاری کنیم. از طرفی در این مسیر نیاز به مجری‌ای داشتیم که کارشناس حوزه نوجوان باشد و بتواند حرف‌های جدی نسلی بزند. یعنی هم حوزه رسانه را که در نسل جدید به شدت موضوع مهمی است و بسیاری از رفتارها و کردارها و گفتارهای این نسل برگرفته از شناخت‌هایی است که آنها به واسطه زندگی در عصر رسانه‌های جدید به خصوص شبکه‌های اجتماعی ایجاد کرده‌اند. بنابراین سراغ کسی رفتیم که علاوه بر این‌که چندین سال است در حوزه نوجوان مطالعه می‌کند، تخصص ویژه‌ای هم در حوزه رسانه دارد. از طرفی هم باید حرف‌های جدی در این برنامه زده می‌شد که شاید مدت‌هاست گفته نشده است. پس ما باید کسی را به عنوان مجری انتخاب می‌کردیم که از پشتوانه علمی بالایی برخوردار باشد. برنامه ما هم مجری‌محور نیست، کارشناس‌محوراست. یعنی با توانایی‌ای که مجری دارد، می‌تواند دو نسل را که شناخت کمی از همدیگر دارند، به هم نزدیک کند.

زبان مشترک گفت‌وگوی ۲ نسل

ما در کنار برنامه کمپینی را راه‌اندازی کردیم که در آنجا مخاطب اصلی را مخاطبان دهه هشتادی قرار دادیم. در فضای مجازی هم صفحه‌ای داریم که دنبال‌کننده‌هایش و گردانندگان آن نوجوان‌ها هستند. ما در آنجا که درباره موضوعات به روز و مهم نوجوان‌ها صحبت می‌کنیم، بازخوردهای بیشتری گرفتیم. به عنوان مثال درباره گیم برنامه رفتیم که خیلی مورد توجه قرار گرفت یا مدرسه‌های مجازی بحث‌های خوبی شکل گرفت. چون برایشان موضوع جذابی بود.
شاید بیشترین بازخوردی که ما گرفتیم این بود که باب گفت‌وگو بین نسل جدید و قدیم باز شد. شاید پیش از این بچه‌ها خیلی رغبت نداشتند که درباره مسائل خودشان با پدر و مادرهایشان صحبت کنند. اما این برنامه باب گفت‌وگوی بین دو نسل را باز کرد. چون والدین زبان گفت‌وگو با بچه‌ها را پیدا کردند. نکته مهم دیگر این‌که بچه‌ها و والدین‌شان به شدت علاقه‌مند حضور در برنامه شدند که جای خوشحالی است.

نوری در تاریکی

ما در حوزه نسلی اولین برنامه‌ای هستیم که با عنوان «هشتادیا» و برای این نسل ساخته می‌شود. البته شاید در دهه‌های مختلف برنامه‌های ویژه نوجوان ساخته باشیم. اما این‌که یک نگاه نسلی که در جهان هم بسیار نگاه دقیق و علمی است، پیش از این برنامه نداشتیم. ما با توجه به ویژگی‌های این نسل آیتم‌های برنامه را تولید کردیم. حتی فکر می‌کنم در حوزه خبر هم این نسل مهجور مانده است. بنابراین برنامه «هشتادیا» قرار را بر این گذاشته که چراغ را بردارد و روی مسائلی که در تاریکی قرار گرفته نور بیندازد و توجه همه را به خود جلب کند. با این حال نیاز به ساخت برنامه‌های بسیاری در این زمینه هست.
به خصوص در رسانه ملی که برای جذب این نسل با فضای سخت‌تری مواجه است. البته شبکه‌ای مختص این نسل در رسانه ملی هست. اما باید توجه بیشتری به دهه هشتادیا و خواسته‌هایشان شود. اگر ما بتوانیم با تولید برنامه‌ها، فیلم‌ها و سریال‌ها به این نسل بپردازیم و آنها را جذب کنیم گل اصلی را زده‌ایم.

شکیب:
مخاطب اصلی برنامه ما هم والدین بچه‌ها هستند تا بتوانند با طرز تفکر و دنیای فرزندان‌شان بیشتر آشنا شوند

«هشتادیا» پلی بین نسل‌ها

صادق باطنی مجری و طراح برنامه «هشتادیا» است که در زمینه کارگردانی، تهیه‌کنندگی و مستندسازی هم فعالیت می‌کند. وی در گفت‌وگو با جام‌جم در خصوص ویژگی‌های اجرای این برنامه به نکات مهمی اشاره کرد:

از آنجا که در کنار اجرا طراحی برنامه را هم برعهده دارید، از نحوه شکل‌گیری برنامه بگویید.

ما معمولا با این مساله مواجه هستیم که بزرگ‌ترها نسل جدید را نمی‌شناسند و نمی‌دانند که چقدر همدیگر را نمی‌شناسند. یعنی نسل جدید را نمی‌شناسند و این ابعاد نشناختن هم برایشان مشخص نیست.

منظورتان از بزرگ‌ترها والدین نوجوان‌هاست؟

بزرگ‌ترها می‌توانند مسؤولین و سیاستمداران باشند. یا این‌که می‌توانند پدر و مادرها باشند. حتی می‌توانند معلم‌ها و مدیران مدارس باشند. به تعبیری هر کسی که با این نسل مواجه بوده و در سرنوشت این نسل تاثیرگذار است. بچه‌ها هم که نسل دهه هشتاد و نوجوانان نسل جدید هستند. نوجوان‌هایی که معمولا همه آنها با این بحران مواجه هستند که چرا کسی با ما کاری ندارد و ما را نمی‌شناسد. همچنین یک بحث تکراری بین دو نسل وجود دارد که ما همدیگر را درک نمی‌کنیم.

با این وجود «هشتادیا» برنامه‌ای برای بزرگ‌ترهاست تا نوجوان‌ها؟

در واقع مخاطب اصلی این برنامه بزرگ‌ترها هستند. به ویژه پدرها و مادرها که تلاش‌مان را می‌کنیم تا مسیر یا پلی برای گفت‌وگو بین نسل‌ها ایجاد کنیم و بتوانیم دو نسل را به همدیگر نزدیک کنیم. اما آنچه اجرای من و تولید برنامه را پیچیده می‌کند این است که نوجوان‌ها هم حرف ما را می‌شنوند و نسبت به حرف‌های ما نظر می‌دهند. حتی ممکن است نقد داشته باشند. به همین دلیل ما با حجم زیادی از نوجوان‌هایمان بخش تعاملی ایجاد کردیم. اما در کل ساخت برنامه‌ای که برای بزرگ‌ترها باشد ولی مخاطب نوجوان هم داشته باشد کار سخت و پیچیده‌ای است.

فکر می‌کنید این برنامه تا چه حد پتانسیل ادامه‌دارشدن را داشته باشد؟

پیگیر هستیم که بتوانیم پس از پایان فصل اول برنامه که تا پایان امسال خواهد بود، برای فصل دوم و فصل‌های بعدی هم برنامه‌ریزی کنیم. چون به عقیده من برنامه پتانسیل ادامه‌دارشدن را دارد. یعنی تعداد زیادی نوجوان داریم که می‌توانند به برنامه بیایند و با هم درباره مسائل و دغدغه‌هایشان صحبت کنیم.

به نظر شما مهم‌ترین ویژگی این برنامه چیست؟

من فکر می‌کنم جنس این برنامه تاک‌شوی ساده نیست. معمولا در سبک‌ها و گونه‌های مختلف برنامه‌های گفت‌وگومحور سبکی داریم به نام موقعیت‌محور که پیشران گفت‌وگو سوالات مجری نیست. بلکه موقعیت‌هایی خلق می‌شود که از دل آن موقعیت‌ها حرف‌هایی درمی‌آید. به همین دلیل ما هر قسمت از برنامه را ظرف یکی دو ساعت می‌گیریم و کنار هم قرار گرفتن همین موقعیت‌ها برنامه را می‌سازد.

بنابراین این سبک از برنامه‌سازی کمک می‌کند که مهمان‌ها هر چه بیشتر به خود واقعی‌شان نزدیک باشند و حرف‌های کلیشه‌ای و تکراری کمتر زده و بیشتر حرف‌های واقعی از جنس خودشان و زندگی‌شان بزنند. از این رو واکنش‌ها هم واقعی‌تر می‌شود. به همین خاطر طراحی اتاق به گونه‌ای است که هر نوجوان در هر قسمت میزبانی این اتاق را برعهده می‌گیرد.

باطنی:
ساخت برنامه‌ای که برای بزرگ‌ترها باشد ولی مخاطب نوجوان هم داشته باشد کار سخت و پیچیده‌ای است