

تلویزیون نیازمند تغییر نگاه به پروسه برنامه‌سازی و تربیت نیروهای جدید است. حالا باید در کنار بها دادن به مجریانی که دغدغه برنامه‌سازی دارند، افرادی برای عناوین تهیه‌کننده اجرایی، کارگردان هنری و سردبیر تربیت شوند تا بتوانند به عنوان مکمل در کنار مجریان برنامه‌ساز، خروجی برنامه‌ها را ارتقا ببخشند



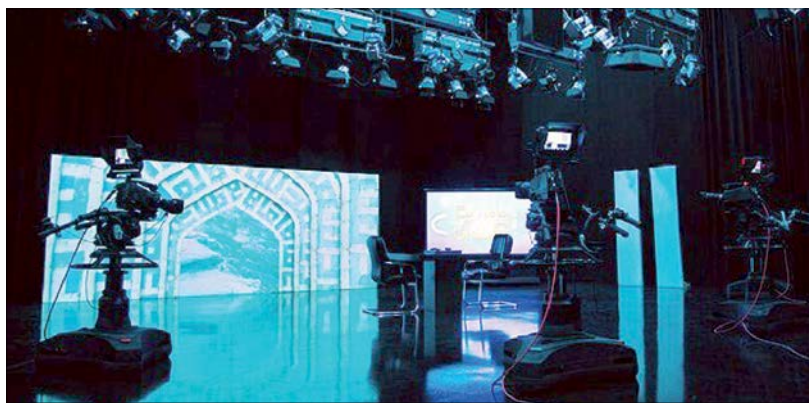
یادداشتی با موضوع تغییر شرایط برنامه‌سازی در تلویزیون

وقتی مناسبات برنامه‌سازی متحول می‌شود...

صاحب ایده‌های جذابی هستند که می‌توانند ایده‌های خود را به برنامه‌های تلویزیونی پرمخاطب تبدیل کنند. از جمله رضا رشیدپور در «حالا خورشید» یا احسان علیخانی در «عصر جدید». اصولاً هم مدل برنامه‌سازی، به اصطلاح بهتر جواب می‌دهد، چرا که مجری در نقش خالق برنامه، آنچه در ذهن خود دارد را می‌تواند با آزادی عمل بیشتری روی آنتن ببرد.

این مدل برنامه‌سازی، نیازمند چارت سازمانی جدیدی است. دیگر مجری نباید دغدغه برخی مسائل اجرایی را داشته باشد یا نباید دغدغه مسائل فنی او را از کار اصلی خود باز دارد. در این سبک نوین برنامه‌سازی، یک تهیه‌کننده اجرایی (که در فضای فعلی برنامه‌سازی ماکتور مورد توجه است و بار اصلی مسائل اجرایی را بر دوش می‌کشد)، یک کارگردان هنری و یک سردبیر می‌توانند در تعامل با سازنده اصلی برنامه (یا همان مجری-تهیه‌کننده) در جهت بالا بردن کیفیت برنامه تلاش کنند.

تلویزیون نیازمند تغییر نگاه به پروسه برنامه‌سازی و تربیت نیروهای جدید است. حالا باید در کنار بها دادن به مجریانی که دغدغه برنامه‌سازی دارند، افرادی برای عناوین تهیه‌کننده اجرایی، کارگردان هنری و سردبیر تربیت شوند تا بتوانند به عنوان مکمل در کنار مجریان برنامه‌ساز، خروجی برنامه‌ها را ارتقا ببخشند. عناوینی که جای خالی‌شان در سرفصل‌های دروس تهیه‌کنندگی تلویزیون در دانشگاه صداوسیما خالی است.



شکل ممکن، ایده‌های خود را اجرایی کنند، دوراه پیش‌رو دارند. یا برای تامین هزینه اجرای ایده‌شان باید تن به تعامل با تهیه‌کنندگان ناکاربردی بدهند که از طریق حامیان مالی، هزینه ساخت برنامه را تامین می‌کنند یا باید در دسره‌های تهیه‌کنندگی را به جان بخرند و به عنوان تهیه‌کننده به فعالیت بپردازند.

این روزها، بر تعداد مجریانی که در دسره‌های تهیه‌کنندگی را به جان می‌خرند، افزوده می‌شود. این مجریان به صورت رسمی به عنوان تهیه‌کننده-مجری مشغول ساخت برنامه‌های تلویزیونی هستند و آنها را می‌توان به نوعی نسل جدید Creator یا خالق برنامه‌ها در مناسبات برنامه‌سازی در ایران دانست.

این افراد، علاوه بر مهارت در فن بیان و گویندگی،

فنی اشراف داشته باشد و در نهایت پاسخگوی آنچه روی آنتن می‌رود، باشد. با این تعریف، می‌توان نزدیک‌ترین عنوان معادل «خالق» در برنامه‌های تلویزیونی را در ایران «تهیه‌کننده» دانست.

مجریان فعلی تلویزیون در حال حاضر به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ دسته اول مجریانی هستند که به نوعی صرفاً ایده‌های گروه برنامه‌ساز (شامل تهیه‌کننده، کارگردان، نویسنده و...) را اجرا می‌کنند و دسته دوم مجریانی هستند که خود مدعی برنامه‌سازی‌اند، صاحب ایده و طرحند و نمی‌خواهند فقط اجراکننده ایده‌های دیگران باشند. در غیاب فعالیت تهیه‌کنندگان با سابقه و مطرح، مجریان دغدغه‌مند برای این‌که بتوانند به بهترین

در حال حاضر شناخت ارتباط بین مجری، تهیه‌کننده، کارگردان، نویسنده و طراح برنامه‌های تلویزیونی در ایران، یکی از سخت‌ترین کارهای دنیاست! در اغلب برنامه‌های تلویزیونی معتبر بین‌المللی، عنوان Creator (خالق) وجود دارد که به زبان ساده به عنوان «طراح» برنامه شناخته می‌شود و برنامه نه تنها صرفاً به واسطه اجرا که به واسطه تمام فعالیت‌ها به نام او شناخته می‌شود.

اما این عنوان در ایران یا وجود ندارد یا به صورت غیررسمی در برخی برنامه‌ها مطرح می‌شود. از جمله به محمدرضا شهیدی‌فر برای برنامه پارک ملت، عادل فردوسی‌پور برای برنامه نود یا رامبد جوان برای برنامه خندوانه. در بسیاری از موارد به اشتباه، برنامه فقط با مجری یا با تهیه‌کننده و گاهی فقط با کارگردانش شناخته می‌شود.

اگر از تعریف جدید تهیه‌کنندگی در برخی برنامه‌ها بگذریم که در آنها تهیه‌کننده به فردی گفته می‌شود که ارتباط خوبی با حامیان مالی دارد و صرفاً امورات مربوط به مسائل مالی را رتق و فتق می‌کند در تعریف سنتی، این تهیه‌کننده برنامه است که به عنوان برنامه‌ساز اصلی شناخته می‌شود و باید نسبت به محتوا، اجرا، کارگردانی، مسائل مالی و حتی

اگر از تعریف جدید تهیه‌کنندگی در برخی برنامه‌ها بگذریم که در آنها تهیه‌کننده به فردی گفته می‌شود که ارتباط خوبی با حامیان مالی دارد و صرفاً امورات مربوط به مسائل مالی را رتق و فتق می‌کند در تعریف سنتی، این تهیه‌کننده برنامه است که به عنوان برنامه‌ساز اصلی شناخته می‌شود و باید نسبت به محتوا، اجرا، کارگردانی، مسائل مالی و حتی



مهدی صالح‌پور
روزنامه‌نگار

مزایده ۲۹۹۷ و ۹۹/۲۹۹۶ / خودرو و اقلام مرکز فروش کوثر



- شتاب (به نام شخص خریدار) و یا چک پول پرداخت نماید.
- ۳- بابت پرداخت سپرده بالاتر از مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال تهیه چک رمزار در وجه مرکز فروش کوثر به میزان ۱۰٪ قیمت پیشنهادی الزامی است.
- ۴- در صورت انصراف خریدار، سپرده به نفع فروشنده ضبط خواهد شد.
- ۵- خریدار مکلف است علاوه بر قیمت خرید، ۲٪ بابت هزینه‌های جانبی مزایده به فروشنده پرداخت نماید.
- ۶- فروشنده در رد یا قبول پیشنهادها مختار می‌باشد.
- ۷- کلیه هزینه‌های پس از فروش به عهده خریدار می‌باشد.

● (ب) زمان و مکان:

- زمان بازدید مزایده: روزهای دوشنبه و سه‌شنبه ۲ و ۳ تیرماه ۱۳۹۹ صبح از ساعت ۸ الی ۱۲ و عصر ۱۴ الی ۱۶
- زمان برگزاری مزایده: روز چهارشنبه ۱۳۹۹/۰۴/۰۴ خودرو ساعت ۸:۳۰ صبح، اقلام ۱۰:۳۰ صبح
- آدرس محل بازدید و برگزاری مزایده: شیراز- بلوار خلیج فارس، کیلومتر ۵ جاده پل فسا، روبروی میدان میوه و تره‌بار، جنب موقعیت شهید اثری‌نژاد، موقعیت ولیعصر (عج)، آماد و پشتیبانی ندسا
- تلفن تماس: ۰۹۱۷۷۰۴۱۲۵۶

مرکز فروش کوثر در نظر دارد، تعداد ۲۵ دستگاه انواع خودرو سبک، سنگین، ماشین‌آلات و موتورسیکلت مستعمل و نیز اقلام اسقاط و مستعمل ذیل را از طریق مزایده حضوری به فروش رساند.

تنوع خودرو:

پیکان سواری- پژو روآ- پژو سواری و استیشن GLX ۴۰۵- وانت سه‌پند ۴۰۰۰- تویوتا کامیونت دینا- تویوتا وانت هایلوکس- بنز کامیون ۲۶۲۴- بنز کامیون آتلیه شیلتردار- جرثقیل چرخ زنجیری- دمپر- غلتک بوماگ- موتور روان سیکلت ۲۰۰ تریل- موتورسیکلت متفرقه

اقلام اسقاط و مستعمل:

لوازم سرمایی، گرمایی، خانگی و آشپزخانه- لوازم نانوایی- کمد، فایل، میز و صندلی- زیلو، پتو، یغلوی، کلاه آهنی، تشک، بالش، بیلچه، چادر برزنتی و قمقمه- گاو صندوق- لوازم پزشکی- لوازم برقی- لوازم صوتی، تصویری، اداری و رایانه- ابزار آلات- لوازم دریایی- قطعات ماشین‌آلات راهسازی

● (الف) شرایط مزایده:

- ۱- اهلیت قانونی خریدار (همراه داشتن اصل و کپی کارت ملی الزامی می‌باشد).
- ۲- خریدار موظف است به محض برنده شدن ۱۰٪ قیمت خرید را به عنوان سپرده به صورت نقد از طریق کارت‌های بانکی عضو شبکه