رضا یزدانی تیتراژ سریال «خانه امن» را می خواند

تصویربرداری سریال «خانه امن» همچنان ادامه دارد.
به گزارش جام جم، رضا یزدانی «ارث اجدادی ۲» را برای مجموعه جاسوسی-امنیتی خانه امن می خواند.
این سریال دومین همکاری رضا یزدانی با ابوالفضل صفری است. این خواننده و تهیه کننده پیش از این در سریال «ترور خاموش» با یکدیگر همکاری داشتند و یزدانی سه قطعه تنهام نذار رفیق، سایه نشو هرگز و ارث اجدادی را برای ترور خاموش خوانده است.
ارث اجدادی ۲، سروده مجید بابازاده و با آهنگسازی و خوانندگی رضا یزدانی این روزها در حال آماده سازی است تا تیتراژ پایانی سریال خانه امن شود. رضا یزدانی پیش از این در چند فیلم سینمایی و سریال «از یادها رفته» بازی کرده بود.
تصویربرداری مجموعه خانه امن که از تولیدات تازه سیما فیلم است به کارگردانی احمد معظمی همچنان ادامه دارد.

نشست چهارمین جشنواره تلویزیونی مستند و رونمایی از پوستر این رویداد برگزار شد

استعدادیابی به سبک مستند

فاطمه شهدوست
رسانه

جشنواره تلویزیونی مستند امسال برای چهارمین دوره قرار است میزبان مستندسازانی از سراسر کشور شود. این رویداد که هر ساله در بخش مستندهای کوتاه، نیمه بلند و بلند برگزار می‌شود، در هر دوره در بخشی مجزا به مجموعه آثاری که در زمینه عکاسی هستند هم می‌پردازد. مستندنگاری هم بخش دیگر این جشنواره است که شامل آثار مکتوب شرکت‌کنندگان است. علاوه بر اینها امسال برای نخستین بار در جشنواره جوایز تخصصی در رشته‌هایی همچون تدوین، تصویربرداری، پژوهش، صدا و.. در نظر گرفته شده است. در این دوره سلیم غفوری مدیر شبکه مستند، مدیریت جشنواره و مهدی میرتیموری دبیری این جشنواره را به عهده دارند؛ چهره‌هایی که روز گذشته از پوستر این رویداد با حضور اهالی رسانه رونمایی کردند و از جزئیات و کم و کیف آن گفتند.

غفوری در ابتدای این نشست از آغاز به کار فراخوان ارسال آثار به جشنواره از ۲۵ اردیبهشت گفت، جریانی که تا ۱۰ تیر ادامه دارد. او در ادامه سراغ گرفتاری که کرونا برای مستندسازان به بار آورده است، رفت و افزود: با توجه شیوع ویروس کرونا، بی‌شك هنرمندان و مستندسازان برای تولید آثار خود با مشکلاتی مواجه هستند و روند کار آنها با کندی و سختی‌هایی همراه است که ما برای حمایت بیشتر، امسال میزان حق پخش آثاری را که به بخش رقابتی جشنواره راه پیدا می‌کند به میزان ۵۰ درصد افزایش داده‌ایم.

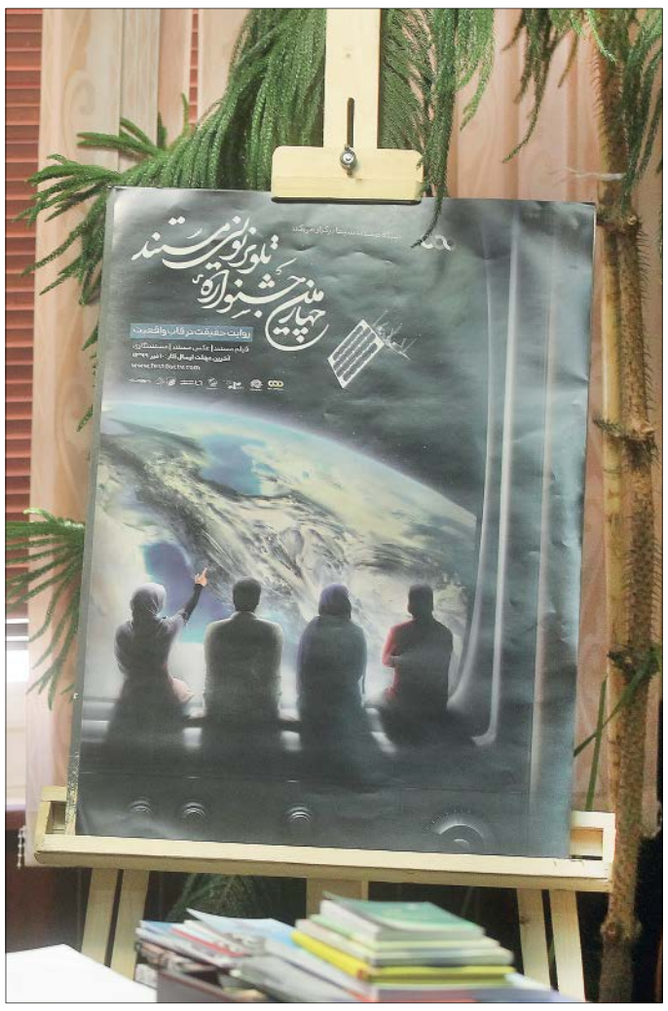
او با اعلام وجود یك بخش جدید در جشنواره امسال گفت: امسال یك بخش ویژه برای مستندهایی که با موضوع کرونا تولید شده است، در نظر گرفتیم و موضوعات آن حول محورهایی همچون کمك‌های مردمی، اقدامات جهادگونه‌ای که در کشور برای کمك به هموطنان صورت گرفت، تلاش‌های نظام سلامت و کادر درمانی کشور، مجاهدت‌های مدافعان سلامت، کادر درمانی کشور و... خواهد بود و شامل بخش فیلم مستند، عکس مستند و مستندنگاری خواهد بود.

رئیس چهارمین جشنواره تلویزیونی مستند از اختصاص یك و نیم میلیون تومان برای آثار کوتاه، سه میلیون تومان برای آثار نیمه بلند و پنج میلیون تومان به عنوان حق پخش برای آثار بلند خبر داد.

رئیس چهارمین جشنواره تلویزیونی مستند تصریح کرد: ویژگی‌های دیگر جشنواره امسال، انتخاب مردمی و داوری آثار توسط هیات داوری است و بخش مردمی هم که از بخش‌های جذاب جشنواره است با پخش آثار در قالب جشنواره از شبکه مستند مورد قضاوت بینندگان قرار می‌گیرد و مردم به آثار پخش شده رای خواهند داد.

سلیم غفوری با اشاره به برگزاری جشنواره تلویزیونی مستند به صورت غیرحضوری گفت: جشنواره تلویزیونی مستند از ابتدا به صورت غیرحضوری برگزار می‌شد که با توجه به اتفاقات امسال و شیوع کرونا این مساله نقطه قوتی برای آن به حساب می‌آید. در مورد برگزاری حضوری یا غیرحضوری اختتامیه نیز با توجه به شرایط، در زمان لازم تدبیراتی خواهیم داشت.

غفوری در خصوص وجود محدودیت زمانی برای انتخاب آثار در جشنواره تلویزیونی مستند گفت: آثاری که زمان تولیدشان از سال ۱۳۹۶ به بعد است در این جشنواره می‌توانند شرکت کنند همچنین منعی برای پخش مستندهایی که قبلا در جشنواره‌های سینمایی و مستند حضور داشتند وجود ندارد.



پوستر چهارمین جشنواره تلویزیونی مستند رونمایی شد

عکس: چاوش هماوندی جام جم

حمایت از برگزیدگان

مهدی میرتیموری، دبیر چهارمین جشنواره تلویزیونی مستند در گفت و گوی کوتاهی که داشتیم درباره جریانی که در این دوره از جشنواره وجود دارد و برگزارکنندگانش آن را دنبال می‌کنند، بیان کرد: اتفاق مهمی که در جشنواره در حال رخ دادن است بحث دیده‌شدن فیلمسازهای شهرستانی است. هنرمندانی که در شهرستان‌ها مشغول هستند و عطش کار و دیده شدن دارند در این جشنواره فرصت خوبی است که معرفی شوند. این اتفاق سه‌سال است که در جشنواره در حال رخ دادن است و ما هر دوره شگفتی‌هایی از بچه‌هایی که در شهرستان‌ها هستند، داشتیم. این یکی از بزرگ‌ترین اتفاق‌هایی است که در جشنواره رخ داده است.

به گفته میرتیموری یکی دیگر از اتفاقاتی که این جشنواره رقم زده، این است که برگزیدگان این امکان را دارند که با حمایت شبکه اثر بعدیشان را تولید کنند، جریانی که در طول آن تیم جشنواره به دنبال آن هستند تا به شکلی عدالت رسانه‌ای را رعایت کنند و همه چیز معطوف به تهران نباشد، چراکه در شهرستان‌ها هم هنرمندان بسیار قابلی داریم.

عدالت در پخش مستندها و شیوه‌ای که برای این ماجرا در نظر گرفته‌اند هم موضوع دیگری است که دبیر جشنواره درباره‌اش گفت: جشنواره از شنبه تا چهارشنبه در باکس کاملا مشخصی از شبکه مستند پخش می‌شود و فیلم‌ها هم در سه قالب کوتاه، نیمه بلند و بلند در این زمان روی آنتن می‌روند، به همین خاطر از نظر زمان‌بندی برای همه آثار قالبی تدارك دیده شده است و در حق هیچ کاری اجحاف نمی‌شود.

یکی دیگر از بخش‌های جشنواره مستند به بخش عکس اختصاص دارد، قسمتی که دی ۹۸ به‌دلیل کرونا لغو شد و امسال قرار است نمایشگاهی از آثار قبلی و جدید را با هم ببینیم، مجموعه‌ای که احتمالا دی‌ماه امسال به نمایش گذاشته می‌شود.

شبکه مستند تازه می‌شود

غفوری در پاسخ به این که دستاورد این جشنواره در نهایت چیست و اصلا با چه هدفی چنین جریانی امسال هم شکل گرفته گفت: جشنواره تلویزیونی مستند دو هدف مهم دارد که به تدریج در حال رسیدن به آنها هستیم. ما از ابتدا به دنبال آن بودیم تا فرصتی را ایجاد کنیم که برخی آثاری که در تلویزیون دیده نشده بودند را نمایش دهیم، این اتفاق تا حد زیادی رخ داده و خیلی از مستندسازان هم با تلویزیون ارتباط برقرار کردند و هم با کمك این رسانه آثارشان روی آنتن رفت. در ادامه می‌توان گفت یکی دیگر از هدفگذاری‌های اصلی‌مان این بود که از استعدادهای کمتر شناخته شده حمایت کنیم، جریانی که آن هم تا حدی رخ داد و در طول جشنواره مستندسازانی را شناسایی کردیم که خیلی توانمند بودند و در ادامه وارد فضای تولیدی شدند.

به گفته غفوری استعدادیابی و کمك به دیده‌شدن استعدادهای نوظهور بخش جدی از جشنواره را به خود اختصاص داده است، موضوعی که از شکل‌گیری نگاه رقابتی بین شرکت‌کنندگان اهمیت بیشتری دارد.

جدا از جشنواره، شبکه مستند مدتی است که کارهای تولیدی کمتری را روی آنتن برده است و مستندهای دوبله شده یا قدیمی این روزها بیشتر در کنداکتور این شبکه دیده می‌شوند. مدیر شبکه مستند درباره این موضوع و تولید آثار تازه‌تر در شبکه هم گفت: امسال متاسفانه فضای تولید هنوز به جایی که مدنظر ماست نرسیده، چرا که به دلیل کرونا و وضعیتی که در سطح کشور وجود دارد؛ این موضوع هم تحت‌الشعاع قرار گرفته است.

اتفاقی که به‌ویژه کار را برای مستندسازان خیلی سخت‌تر کرده است، چرا که علاوه بر عوامل هر کاری، آنها باید با بیرون از گروه و سطح عمومی جامعه تعامل داشته باشند و خیلی‌ها رضایت نمی‌دهند که مستندسازان به خانه یا فضایی که لازمه کارشان است، وارد شوند. بنابراین هنوز فضای تولیدی لازم شکل نگرفته است.

او در ادامه از شروع کارهای تازه‌ای برای شبکه مستند خبر داد و افزود: با همه اینها ما مدتی است کارهایی را شروع کردیم و امیدوار هستیم که با بهتر شدن شرایط تولیدشان را تمام کنیم. از جمله این موارد می‌شود به دو مجموعه‌ای که درباره محیط‌زیست است اشاره کرد. در کنار آنها ایرانگردی هم از مباحث جدی بود که چندین مجموعه را براساس آن تولید کردیم، مستندهایی که از خوزستان تا آذربایجان و... را پوشش داده‌اند.

برنامه‌ریزی جدی روی مستند مسابقه‌ها هم اتفاق دیگری است که غفوری از شکل‌گیری آن ابراز امیدواری کرد و گفت: این بخش را هم با موضوعات کارآفرینی، خانواده، سفر و ایرانگردی در نظر گرفتیم تا در مستند مسابقه‌ها و مستندهای واقع‌نما به آن بپردازیم.

او همچنین در مورد حضور چهره‌ها در فضای مستند مسابقه‌ها هم بیان کرد: ما در این شبکه حتی‌الامکان تلاش‌مان این است که از چهره‌ها استفاده نکنیم و تنها در مستندهای پرتره ممکن است با آنها مواجه شویم.

غفوری:
ما از ابتدا به دنبال آن بودیم تا فرصتی را ایجاد کنیم که برخی آثاری را که در تلویزیون دیده نشده بودند نمایش دهیم، این اتفاق تا حد زیادی رخ داده و خیلی از مستندسازان هم با تلویزیون ارتباط برقرار کرده‌اند و هم با کمك این رسانه آثارشان روی آنتن رفت

بررسی کوتاه ساز و کار پخش آگهی‌ها و ویژه برنامه‌های تبلیغاتی در تلویزیون به بهانه تخلف یک شرکت تولیدکننده پوشک

به خاطر یک بسته پوشک

یک شرکت تولیدکننده پوشک که آگهی‌های تجاری آن از شبکه‌های سیما پخش شده است، قرار بود مراسم قرعه‌کشی خود را روی آنتن شبکه سه سیما بفرستد، اما در شب پخش خبری نشد و این اتفاق نیفتاد. ماجرا این بوده که این شرکت در فضای مجازی آگهی‌هایی را با حضور خانم‌های بی‌حجاب منتشر کرده و برای این آگهی‌ها سراغ یکی از چهره‌های اینستاگرامی و فرزندش رفته تا احتمالا مخاطب بیشتری را به واسطه این اینفلوئنسر برای خود جذب کند، غافل از آن که این اقدام به ضرر او تمام شد و فرصت پخش زنده مراسم قرعه‌کشی از تلویزیون را از این برند گرفت. اما این که اصلا چه ساز و کاری برای نظارت روی آگهی‌هایی که برای هر کالایی در فضاهایی جز تلویزیون پخش و نمایش داده می‌شوند وجود دارد، موضوعی است که نگاهی به کم و کیف آن داشتیم.

مشکل جای دیگری است

بعد از پخش نشدن برنامه قرعه‌کشی، این شرکت تولیدکننده پوشک، پیامکی را به شرکت‌کنندگان خود ارسال کرد و نوشت: «به دلیل بروز پاره‌ای مشکلات فنی در پخش زنده، قرعه‌کشی جشنواره امشب انجام نمی‌شود. با ما همراه باشید تا از تاریخ جدید قرعه‌کشی و پخش زنده آن باخبر شوید.» این در حالی است که شبکه عنوان کرده به دلیل پخش آگهی‌های این شرکت با حضور بانوان بی‌حجاب در فضای مجازی از پخش مراسم قرعه‌کشی به‌صورت زنده از آنتن تلویزیون جلوگیری شده و شبکه پیش از این بارها برنامه‌های مختلف از جمله این دست قرعه‌کشی‌ها را روانه آنتن کرده است و مشکل پخش زنده ندارد.

ساز و کار آگهی‌ها در شبکه‌ها

به طور کلی سیاست سازمان و سیستم مدیریتی که در زمینه آگهی‌ها وجود دارد از این قرار است که خبر و بازرگانی دو موضوعی است که ارتباطی به مدیریت شبکه‌ها در سازمان ندارد. مثلا در حوزه اخبار هر انتقاد و تشویقی که وجود داشته باشد به معاونت سیاسی برمی‌گردد و در مورد آگهی‌ها هم اوضاع به همین ترتیب است، یعنی شبکه نمی‌تواند تعیین کند چه تبلیغی پخش شود یا نشود و اینجا اداره کل بازرگانی تصمیم‌گیرنده است.

در این شرایط شاید بپرسید پس چطور جلوی ویژه‌برنامه این شرکت از طرف شبکه گرفته شده است. در این باره هم داستان از این قرار است که هر شبکه‌ای در باکس‌های غیربازرگانی، ویژه برنامه‌هایی مربوط به برخی شرکت‌ها و کالاها را روی آنتن می‌برد، اتفاقی که با هماهنگی بین آن شرکت، بازرگانی و شبکه رخ می‌دهد و از آنجا که قسمتی از این اتفاق به شبکه برمی‌گردد، مدیریت آن می تواند در شرایط لازم مثل این مورد جلوی پخش برنامه را بگیرد.

واکنش شبکه ۳ به ماجرا

کوروش کمره‌ای، مشاور مدیر شبکه سه بعد از این که شرکت مورد نظر نقص فنی را عامل پخش نشدن ویژه‌برنامه قرعه‌کشی از تلویزیون عنوان کرد، در توییتی اعلام کرد که موضوع نقص فنی نیست، او در این باره نوشت: «دو چیز ارتباطی با شبکه‌ها ندارد؛ خبر و بازرگانی. در رابطه با پخش تبلیغات در باکس بازرگانی شبکه‌ها مداخله‌ای ندارند ولی در باکس غیربازرگانی، شبکه می‌تواند تصمیم بگیرد. باتوجه به اقدام یک شرکت تولیدی در ترویج بی‌حجابی، ویژه‌برنامه امشب این شرکت از شبکه سه پخش نخواهد شد.»

تبلیغات ادامه دارد؟

پس همان طور که گفتیم این که در بخش بازرگانی چه سیاست و رویکردی وجود دارد به شبکه ارتباط چندانی ندارد و تنها قسمت‌های ویژه اینچنینی که در بخش خارج از آگهی‌ها و در زیر عنوان برنامه‌ها قرارمی‌گیرند، توسط شبکه قابل بررسی است. در این بین اگر شرکتی مجموعه قوانینی را که در کشور وجود دارد نادیده بگیرد، شبکه می‌تواند جلوی پخش آن باکس را بگیرد و مانع پخش برنامه شود. اما باز هم باید تاکید کنیم که این اتفاق تنها زمانی رخ می‌دهد که برنامه در بخش تبلیغات نباشد. این سیاستگذاری برای کسی که از بیرون به ماجرا نگاه می‌کند شاید سوال برانگیز باشد که چرا دو نگاه در این بخش‌ها لحاظ می‌شود، اما این قانونی است که از گذشته در مورد صدا و سیما و بخش بازرگانی وجود داشته و همچنان ادامه دارد. به همین دلیل این که بعد از لغو پخش این برنامه چه اتفاقی قرار است برای پخش دوباره تبلیغات مربوط به آن شرکت بیفتد، سوالی است که واحد مربوطه پاسخش را می‌داند و باید دید در ادامه این ماجرا چه تصمیمی برای پخش آگهی‌ها گرفته می‌شود.

خبر و بازرگانی دو موضوعی است که ارتباطی به مدیریت شبکه‌ها در سازمان ندارد

پرمخاطب‌ترین‌های اردیبهشت تلویزیون اعلام شد

«نسیم» در صدر

نتایج نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی درباره پرمخاطب‌ترین برنامه‌های تلویزیون در اردیبهشت ۹۹ منتشر شد. در این گزارش همچنین پرمخاطب‌ترین شبکه‌ها و برنامه‌هایی که بالای ۱۰ درصد مخاطب داشته‌اند، آمده است.

مخاطب ۸۶ درصدی

به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، حدود ۸۶ درصد بیننده برنامه‌های مختلف سیمای جمهوری اسلامی ایران هستند. در میان برنامه‌های شبکه‌های مختلف سیما، دورهمی از شبکه نسیم با ۵۶/۵ درصد مخاطب در راس برنامه‌های سیما ایستاد.

در رقابت شبکه‌ها نیز نسیم با سه برنامه و شبکه مستند هم با دو برنامه میان ده برنامه پرمخاطب تلویزیون بیشترین سهم را درمیان شبکه‌های سیما دارند. همچنین براساس این نظرسنجی بعد از شبکه‌های نسیم و شبکه مستند، شبکه‌های پنج، یک، سه، دو و آموزش هرکدام با یک برنامه دررتبه‌های بعدی از ده برنامه پرمخاطب سیما قرارگرفته‌اند.

پرمخاطب‌ترین برنامه‌ها

نام برنامه	شبکه	درصد مخاطبان
دورهمی	نسیم	۵۶/۵ درصد
کودک‌شو	نسیم	۳۶/۴ درصد
مستند حیات‌وحش	مستند	۳۵/۲ درصد
ایرانگرد	مستند	۲۵/۸ درصد
به خانه برمی‌گردیم	پنج	۲۵/۳ درصد
ویتامین خ	نسیم	۲۰ درصد
سیمای خانواده	یک	۱۹/۹ درصد
فوتبال برتر	سه	۱۸/۲ درصد
بچه محل عموپورنگ	دو	۱۷/۴ درصد
مدرسه تلویزیونی ایران	آموزش	۱۶/۴ درصد

شبکه یک سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
سیمای خانواده	۱۹/۹ درصد
مسابقه ایران	۱۳/۶ درصد
ورزش و مردم	۱۱/۳ درصد

شبکه ۲ سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
بچه محل عموپورنگ	۱۷/۴ درصد

شبکه ۳ سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
فوتبال برتر	۱۸/۲ درصد
طبیب	۱۵/۹ درصد
میدون	۱۲/۳ درصد

شبکه ۵ سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
به خانه برمی‌گردیم	۲۵/۳ درصد

شبکه آموزش

نام برنامه	درصد مخاطبان
مدرسه تلویزیونی ایران	۱۶/۴ درصد
دکتر سلام	۱۶ درصد

شبکه قرآن و معارف سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
یاد خدا	۱۳/۶ درصد

شبکه مستند سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
مستند حیات‌وحش	۳۵/۲ درصد
ایرانگرد	۲۵/۸ درصد

شبکه ورزش سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
ویدئو چک	۱۵/۴ درصد
فوتبال ۱۲۰	۱۴/۵ درصد
لذت فوتبال	۱۲/۱ درصد

شبکه سلامت سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
ضربان	۱۲/۷ درصد
مادر، کودک، تندرستی	۱۲/۱ درصد

شبکه نسیم سیما

نام برنامه	درصد مخاطبان
دورهمی	۵۶/۵ درصد
کودک‌شو	۳۶/۴ درصد
ویتامین خ	۲۰ درصد
کتاب‌باز	۱۵/۷ درصد