



۶

## خوشحالم کنترل می‌شوم

گفت‌وگو با علی صبوری، بازیگر سریال آخر خط



۸

گفت‌وگو با پل پیلار، عضو شورای اطلاعات ملی آمریکا و مأمور سابق سیا

## بایدن هم به دنبال محدودیت موشکی ایران است



۷

## بیش از ۱۱ هزار دقیقه برنامه برای زبان فارسی

# رسانه

دوشنبه ۹ آذر ۱۳۹۹ :: شماره ۵۶۹۲



بینید و بشنوید

شبکه يك	
۶:۱۵	صبح بخیر ایران
۹:۳۰	تلاش ایرانی
۱۶:۰۵	جشنواره کارآفرینی
۱۹:۳۵	دستپخت
۲۴:۱۰	مجموعه داستانی (دخترم نرگس)
۲۳:۱۵	حقوق بشر آمریکایی
شبکه دو	
۶	سفرنامه مذهبی
۱۰:۳۰	برنامه کودک و خردسال
۱۱	زنده باد زندگی
۱۹:۳۰	بی‌مرز با حجاب
۲۱	در انتهای الوند
۲۱:۳۰	سریال شاه‌رگ

شبکه سه	
۱۰	کرومات
۱۱	طبیپ
۱۲:۱۵	بهونه
۱۵:۳۰	عصر جدید
۱۸	چراغانی
۱۹:۴۰	سریال ایرانی (افسانه هزارپایان)
۲۱	پخش مستقیم مسابقه فوتبال (تهران-سایپا)

شبکه پنج	
۱۰:۰۵	فیلم سینمایی «عملیات میلان»
۴:۳۰	مستند ایران (زنجان)
۷	به روز تازه
۱۱:۳۰	چقدر خوبیم ما
۱۴:۱۰	انیمیشن بلیزو ماشین‌های غول‌پیکر
۲۱:۳۰	مسابقه بر خط شو
۲۲	شب فیروزه‌ای

شبکه تماشا	
۹	افسانه جومونگ
۱۰	دوبینگ
۱۱	قصه‌های جزیره
۱۲	درس‌های عظیم
۱۴	بروانه
۱۷	شرلوك

شبکه نسیم	
۱۲:۴۰	ورزشیا
۱۹	افسانه هزارپایان
۲۰	وینتامین خ
۲۱	شوتبال
۲۲	خندانوه
۲۳	کودک شو

رادیو	
۰۰:۳۵	رادیو معارف / خلوت انس
۱۰	رادیو پیام / پخش نیمروزی
۱۱	رادیو ورزش / نیمکت
۱۴:۱۵	رادیو صبا / مسابقه بی‌سابقه
۱۶	رادیو نمایش / آخرین پرده‌خوانی
۱۷:۱۵	رادیو ایران / ایرانشهر
۱۹:۳۰	رادیو جوان / باتو حالم خوبه

## رادیو و تلویزیون تاکثون برای زبان و ادبیات فارسی چه کرده‌اند؟

# ۴۰ سال زبان فارسی در رسانه ملی

از حدود ۴۰ سال پیش هم بحث زبان و ادبیات فارسی در تلویزیون از موضوعاتی بود که شبکه های مختلف با برنامه های گوناگون سراغ آن رفته‌اند.  
در این گزارش مروری داشتیم به برخی از این کارها و برنامه هایی که قرار است امسال با محوریت زبان فارسی روی آنتن بروند.

درآمد تبلیغاتی ستاره‌های فوتبال جهان از اینستاگرام چقدر است؟

## شاخ‌های واقعا شاخ!



یگانه عساری

رسانه

چند ماه قبل خبری منتشر شد که شاید خیلی‌ها از خواندن آن تعجب کردند و برای خیلی دیگر که خود را به اشتباه شاخ مجازی می‌دانند، جایی برای تعجب نداشت. درآمد رونالدو، ستاره پرتغالی تیم فوتبال یوونتوس از محل انتشار پیام‌های تبلیغاتی در صفحه شخصی‌اش در اینستاگرام از حقوقی که از این تیم می‌گیرد، به مراتب بیشتر است. شاید سوال کنید این به مراتب یعنی دقیقا چقدر؟ حدود ۱۳ میلیون یورو فقط برای دو ماه آن هم تا چند ماه پیش! بر همین اساس رسانه‌های خارجی بر مبنای میزان موفق تریودن ستاره‌های فوتبال، بررسی کرده‌اند که در سال ۲۰۲۰ چه کسی بالاترین درآمد را از شبکه‌های مجازی‌اش خواهد داشت. هدف آنها از این بررسی رسیدن به یک جمله بود. شاخ مجازی واقعی کسی است که برای درآمدش تلاش هم کرده است!

### آقای رونالدو

در میان تمام کاربران اینستاگرام، کریستیانو رونالدو، با ۲۴۴ میلیون نفر دنبال‌کننده، پرطرفدارترین شخص است. او ۶۹ میلیون نفر بیشتر از حریف قدرش یعنی مسی با ۱۵۵ میلیون دنبال‌کننده، فالوور دارد و تنها از سال ۲۰۱۶ به بعد بیش از صد میلیون نفر به تعداد دنبال‌کنندگان رونالدو اضافه شده‌اند که همین موضوع سبب شد، او به صدر رده‌بندی پرطرفدارترین افراد در اینستاگرام صعود کند. طبق اعلام سایت The Team درآمدهایی که مهاجم پرتغالی تیم فوتبال یوونتوس از انتشار پیام‌های تبلیغاتی در صفحه شخصی‌اش کسب می‌کند، از حقوقی که از یوونتوس می‌گیرد، بیشتر است.

درآمد ستاره‌های فوتبال از اینستاگرام

۶۴۸	هزار دلار	لیونل مسی
۳۵۷	هزار دلار	دیوید بکام
۴۳	میلیون یورو	کریستیانو رونالدو
۷	میلیون دلار	زلاتان ابراهیموویچ

### ۵ رتبه اول درآمد اینستاگرام

در سال جاری میلادی تعداد دنبال‌کننده‌های برخی بازیکنان فوتبال افزایش پیدا کرده و این مساله در درآمد این بازیکنان از اینستاگرام نیز بی‌تاثیر نیست. این اسامی، نام پردرآمدترین بازیکنان فوتبال جهان از اینستاگرام است. در صدر فهرست، دو نام مطرح کریستیانو رونالدو و لیونل مسی قرار گرفته. دیوید بکام که در رتبه سوم نشسته، بازیکن فوتبال بازنشسته با درآمد سالانه ۳۵۷ میلیون دلار از این شبکه اجتماعی است. نفر چهارم تیمار با ۱۳۹ میلیون بازدیدکننده و نفر پنجم زلاتان ابراهیموویچ است که طبق برآورد حدود هفت میلیون دلار از اینستاگرام درآمد دارد. اسامی دیگری مانند رونالدینیو، لوتیس سوارز، سرخو راموس، آندرس اینیستا، دیبالا، گریزمن و... نیز در این لیست قرار دارند.

### از یکم تا زلاتان

لیونل مسی که تا امروز جایز زیادی را برنده شده، پس از رونالدو توانسته درآمد بالایی از اینستاگرام نیز داشته باشد. لیونل مسی از هر پست در این شبکه اجتماعی درآمدی برابر با ۶۴۸ هزار دلار دارد. مسی مانند رونالدو با شرکت‌های زیادی همکاری دارد که برای مثال می‌توان به آدیداس و Jacob & Co اشاره کرد. دیوید بکام در سال ۲۰۱۹ از هر پست اینستاگرامی درآمدی برابر با ۳۵۷ هزار دلار داشته است. حالا اما آيا کسی منکر می‌شود که اینستاگرام نیز به عنوان یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی جهان، باعث افزایش طرفداران و ارتباط نزدیک‌تر مردم با فوتبال شده است؟

### شاخ مجازی جزیره

شاید برایتان عجیب باشد که دنی سباپوس، بازیکن ژنرال مادرید که به طور قرضی در آرسنال توپ می‌زند و جایگاه ثابتی هم در تیم میکل آرتتا ندارد، جزو پردرآمدترین بازیکنان لیگ برتر از اینستاگرام است. سباپوس تا اینجای فصل از راه انتشار پست و استوری تبلیغاتی، ۱۰۱ هزار پوند پول به جیب زده است. او به طور هفتگی از طریق اینستاگرامش بیش از ۲۹۰۰ هزار پوند درآمد کسب می‌کند که برای بازیکنی در جایگاه او رقم قابل توجهی به حساب می‌آید. تعداد دنبال‌کننده‌های او نزدیک به دو میلیون است. دومین گزینه، بازیکن منچستر یونایتد است که از قضا او هم خیلی مورد توجه مردم نیست. آندرس پریرا در فضای اینستاگرام تا الان نزدیک به صد هزار پوند درآمد داشته که ۲۷۲۵ پوند در هفته به حسابش واریز می‌شود. در این بین بازیکنان یونایتد ظاهراً فعالیت تبلیغاتی بیشتری در فضای مجازی دارند. برندن ویلیامز که نفر ششم فهرست برترین‌های اینستاگرام به لحاظ درآمد است، تا الان ۶۶ هزار پوند از اینستاگرام پول کسب کرده و هری مگوایر هم با تبلیغات در اینستاگرامش نزدیک به ۵۵ هزار پوند پول جمع کرده است.

### چرا این گزارش‌ها مهم است؟

پس از این رتبه‌بندی‌ها و اعلام پردرآمدترین‌های مجازی و همچنین پس از پویش پر استقبالی و گسترده «احمق‌ها را معروف نکنیم» که با استقبال عجیبی در همین اینستاگرام مواجه شد، این گزارش‌های منتشرشده شاید حکایاتی دیگر هم داشته باشند. تمامی این افراد، آدم‌های موفقی هستند که ابتدا در فضای واقعی و جهان حقیقی معروف هستند و بعد شاخ‌های مجازی هستند! آنها هیچ هویت جعلی‌ای ندارند و پولی که از اینستاگرام‌شان درمی‌آورند، براساس هویت واقعی و تلاش اولیه‌شان برای موفق‌تر بودن است و لاغیر. اتفاقی که در کشور ما شاید برعکس باشد! افراد بسیاری ابتدا با هویت‌های جعلی یا حقیقی، شاخ مجازی می‌شوند، به وسیله اتفاق‌های عجیب و غریب و حتی ناشایست معروف و افراد بسیاری هم ناخواسته یا کاملاً آگاهانه اسیر بازی آنها می‌شوند، بعد هویت واقعی‌شان فاش می‌شود، اتفاقی که شاید هم نیتقد اما دنبال‌کننده‌هایشان میلیونی و میلیونی‌تری می‌شود و کار به جایی می‌رسد که خدا را هم بنده نیستند. نمونه‌هایش را خودتان می‌دانید!



یادداشت:

علی غفاری

کارگردان

## از نقاط قوت هم

### یاد کنیم

در شرایط پرقابلی فضای رسانه‌ای که تلویزیون با شبکه‌های خارجی و فضای مجازی رقابت دارد، ناگزیر است آنتن پخش را با انواع و اقسام برنامه‌های خبری، سرگرمی، آموزشی و نمایشی پر کند.

طی این مسیر به هرحال نقاط ضعف و قوت‌هایی وجود دارد و این امر اجتناب‌ناپذیر است، ولی در کلیت اگر بخواهیم بسنجیم به نظر عملکرد تلویزیون در ماه‌های اخیر قابل قبول بوده است.

تلویزیون گستره مخاطب ۸۰ میلیونی دارد و باید طوری محتوا تولید کند که تمام سلیاق را پوشش دهد. در شبکه‌های ماهواره‌ای یا فضای مجازی اگر اشتباهی صورت گیرد زیاد رویش تمرکز نمی‌کنند ولی در تلویزیون چون دامنه مخاطب وسیع است، کوچک‌ترین اشتباه یا گافی با کلی واکنش روبه‌رو می‌شود و همین است که مدیریتی را حساس می‌کند.

در رسانه‌های دیگر در صورت بروز اشتباه نهایتاً با عذرخواهی و انتشار یک جوابیه، ماجرا ختم می‌شود ولی در تلویزیون بارها پیش آمده که حتی گاف‌های ساده و متداول نیز دستاویزی شده برای مدت‌ها تخریب و متاسفانه تخریب‌کنندگان حواس‌شان نیست که بالاخره ممکن است خودشان هم روزی گاف دهند.

از همین‌رو تلویزیون به مدیرانی بسیار ورزیده و منعطف نیاز دارد تا در هنگامه مشکل بتوانند خیلی ساده آن را رفع و رجوع کنند.

تولید و پخش سریال در ایام پراشتاب ناشی از شیوع کرونا کار سخت و دشواری است.

خودم که درگیر تولید سریال «بچه مهندس ۳» بودم دوران دشواری را تجربه کردم و شاهد بودم که تمام اعضای گروه با فداکاری و گذشت پای کار ایستادند تا سریال برای پخش از تلویزیون آماده شود.

شاید در هیچ رسانه‌ای این‌قدر ایستادگی و اتحاد پای کار نباشد و تلویزیون چون گستره مخاطب بالایی دارد از این حیث تولیدکنندگان را ورزیده می‌کند.

البته که با وجود همه تلاش‌ها تعدادی از سریال‌ها به علت شیوع کرونا پایان‌بندی کاملی نداشت و برخی سریال‌ها نیمه‌کاره پخش شدند و این بر کیفیت این نوع آثار هم اثرگذار بود ولی در مجموع سازندگان سعی خود را کردند که در ایام حساس اخیر مخاطبان را تنها نگذارند و این خودش محکی بزرگ بود برای سریال‌سازان ما که خود را نشان دهند و ثابت کنند اگر حمایت شوند حتی در دل بحران هم کارستان می‌کنند.

این‌که نقاط ضعف را مطرح کنیم و هدفمان اصلاح باشد خیلی هم خوب است ولی منصفانه رفتار کنیم و کنار نقاط ضعف از نقاط قوت برنامه‌ها و سریال‌ها هم یاد کنیم تا دست‌اندرکاران تولید هم دلگرم‌تر شوند و با روحیه‌ای بالاتر به ادامه فعالیت بپردازند.