



با «جوان گشت» از خانه ایران را بگردیم



«چهل شاهد»



صدام قدرت ایران را نادیده گرفته بود



رسانی

پیارشنبه :: ۲ مهر ۱۳۹۹ :: شماره ۵۷۶۳

در سال‌های اخیر که تعداد شبکه‌های تلویزیون افزایش داشته و شبکه‌های مختلف مختص کودک و نوجوان، همچنین روزش و سرگرمی داشته‌ایم، ضرورت تولید محتواهایی که به روز باشند و کیفیت لازم برای سرگرم کردن مخاطب منطبق با سلیقه‌های مختلف را داشته باشند، بیش از پیش حس می‌شود. به خاطر همین افزایش شبکه‌هاست که کار تولید به مراتب سخت تراز قبیل شده و موج گشته به نسبت گذشته با افزایش محصولات متوجه وضعیت روبرو باشیم. چون در گذشته نهایتاً دو شبکه بود و کار تولید محصول خیلی راحت تر بود، ولی افزایش کمی شبکه‌ها موجبات لزوم افزایش کیفی تولیدات را رقم زده است.

رقم زده است.
در هرسانه ای و قی کمیت محصول
افزایش پیدا می کند بدینه است
که اختلال خط بالا می رود و احتمال
این که برخی افراد کارنابلد وارد پروسه
تولید شوند، بیشتر می شود و در نهایت
کس ب رضایت مخاطب سخت تر

می‌گردد.
راه حل اصلی برای افزایش کیفیت تولید،
به موازات افزایش کمیت تولید آن
است که به جای افزاد تازه کار تولیدات به
صورت برونو سپاری از افرادی داده شود
که در مدیوم‌های تصویری امتحان خود
را پس داده باشند.

شده بعضی افراد با حداقل کارنامه به صرف این که می‌توانند بودجه جذب کنند وارد شده و کار تولید سریال یا برنامه‌های مختلف را بر عهده گیرند، در صورتی که صاحب سرمایه باشد توجهی نشود که اثری خسیر سرمایه‌گذاری افقط در سایه استفاده از افراد کاریلک صورت می‌پذیرد.

این که سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به تولیدات فرهنگی را وارد کنیم، ایرادی ندارد ولی باید حداقل هایی از زمامت تولید فرهنگی را برای آنها شرچ داد و آنها را ملزم به حرکت در قالب این چارچوبها کرد. و گزنه هم سرمایه‌آنها

پر پوچش می شود. و فرم می شود که این خرج بزبانه ها و سریال های فیلمی شود و هم این که اعتبار تلویزیون پایانی می آید. با یک مشاوره تخصصی می توان سرمایه ها را به سمت تولیداتی سوق داد که حداقل در کوتاه مدت هم که شده مخاطب را جلب می کنند. البته استفاده از مشاوران به معنای راه اندازی ساختارهایی تازه و اتفاق بودجه نیست و همین کار هم باید با حداقل بریزو باش. صحت تأثیرگذار

A photograph showing a group of men seated around a large conference table in a formal setting. The men are wearing face masks. In the background, a large blue banner hangs across the room with Persian text. The banner reads "جلسه تقدیر بررسی پیمان مالی اعضا در مسأله فی در برنامه سازی دفاع مقدس" (Review of the members' financial statement regarding the defense program). The date "۱۴۰۰/۰۲/۱۷" is also visible on the banner.

و منحصر به فرد است و نباید باز از جنگ یکسان دانسته شود، گفت: درون مایه گونه دفاع مقدس به ایران و دهه ۶۰ برمی گردد و برای همین به نظر نمی رسد امکان صدور ارزش های دفاع مقدس با تولید آثاری در این گونه میسر باشد، زیرا به طور کامل متفاوت از آثاری است که برای نمونه در پاره جنگ جهانی دوم تولید و روانه بازارهای خلاقی در صیحت نامه هایشان موضوعات متنوعی را برای تولیدات رسانه ای فراهم آورده است، اما بعضی از مبنیمین این ظرفیت مغفول است، ضروری است که توجه کنیم چرا آثار دفاع مقدسی دچار افول یا گسست مخاطب با موضوع شده اند، آن هم در حالی که می توان از این ظرفیت برای تولیدات در تازی بین المللی و صادر کردن ارزش های

دعاً مقدس به حاج ارم ره بپرده منتقد رساناهی گفت: اوین آسیب بی توجهی به اسناد، ضعف در تولیدات و تحریف واقعیت هاست، طوری که برخی سوژه های شدت انتزاعی می شود و مخاطب نمی تواند با آن ارتباط برقرار کند. بر همین اساس می توان بالرجوع به اذعان سیاسیون و جامعه شناسان گفت پس از دهه های ۶۰ با گرسیت مخاطب از موضوعات دفاع مقدس مواجه شده ایم و این یعنی مخاطب شناسی مان دچار ضعف است. علت هم این است که رسانه همگام با پدیده های اجتماعی و ذاتی مخاطبان و نسل های پیش نرفته و آنها را نشناخته است.

۵- جذابیت دفاع مقدس
برای کشورهای حوزه مقاومت

Digitized by srujanika@gmail.com

گزارنده دفاع مقدس را بین المللی کنیم

نقد و بررسی ۴ سال تجربه رسانه ملی در برنامه سازی دفاع مقدس روز گذشته در سالن جلسات روابط عمومی صداوسیما برگزار شد. در این مراسم که اجرای آن را احسان ناظم پکایی به عهده داشت، سید مظفر شجاعی مدیر پیشین گروه جنگ شبکه یک، مهدی متولیان مسؤول مرکز مطالعات رصد و طرح بیزی بنیاد روابط فتح، محمد لاری رئیس اداره حوزه نمایش و آوایی بنیاد شهید، مازیار معافونی منتقد، رحیم نیمانی مدیرکل اسناد و انتشارات نیاد شهید و منتقد و علی اکبر کربلایی حسینی حضور داشتند.

تابعی از شرایط جامعه و نیاز مخاطب بود. سیاست تولید ما ترویج فرهنگ ایثار در جامعه است و در همین مسیر اکنون تولیدات به سمت شناساندن مدافعان حرم، مستندسازی زندگی شهدای مدافع حرم و نخبگان ایثارگر رفته است. لازم باشد اشاره به تفاهم‌نامه جدید همکاری میان رسانه ملی و بنیاد که به تازگی منعقد شده است، افزود: این تفاهم‌نامه امکان گسترش همکاری برای تولید آثار پیشتر را فراهم می‌آورد و موجب خواهد شد

بر ابتدا شجاعی با گرامیداشت شهدای دفاع مقدس خصوص همکاران سازمان صداوسیماکه در حوزه‌های مختلف شرکت داشتند و در این راه یا شهید شدند یا رژاوه و جانبازی بیان کرد: همکاران بسیاری داشتیم که هنوز در دفاع مقدس حضور داشتند و عده‌ای شهید شدند یا جانباز و آزاده مثل محمد ابراهیم سلطانی فر که مؤثرترین مدیران گروه جنگ بود و برادرش که صداردار وود و جانباز و مدتی بعد هم شهید شد یا افرادی که ظاهرآ

از نظر کیفی این آثار قابل قبول باشد. در حال حاضر تعامل دوسویه میان رسانه ملی و بنیاد برقرار شده و امکان تولید مشترک را بیش از قبل کرده است.

کارهای روایت فتح کمتر دیده می شود

متولیان هم با اشاره به این که آثار این بنیاد به دفاع مقدس محدود نمانده است و در حال حاضر هم مباحث روز مرتبط با موضوع مقاومت در دستور کار تولید این مجموعه قرار دارد، گفت: بنیاد روایت فتح روند مستمر فعالیت خود را حفظ کرده و در دوره های مختلف

در جنگ نبودند، اما به نوعی با درکیر بودند مثل افای شناساورز که در مرکز کرمانشاه برای سپاه نگهداشت این مرکز هم های عالی داشت یا آقای حرمی که چند روز قبل را رکونا فوت شد.

توانسته در تلویزیون حضور خود را داشته باشد. وی با بیان این که در سالیان گذشته روایت فتح به خوبی دیده می شد، اما با افزوده شدن به شبکه ها و سبرآوردن رسانه های رقیب، به نظر برخی از این تولیدات کمتر شده است. گفت: به نظر من رسید در میان انبوه تولیدات دیگر در رسانه ها، کارهای روایت فتح کمتر دیده می شود؛ اما باید توجه داشت که لحن شهدی آوینی در تولیداتش دیگر پس از اذو تولیدات روایت فتح تکرار نشده است. متولیان افزود: این تک بودن شهید آوینی باعث شده آثار پس از او با کارهای او فاصله داشته باشد و به نظر من این متأثر از هنر مدرن و نه احتیاط به خرج دادن تولید کنندگان است.

توجه به سلیقه مخاطبان

برتری دریاره همکاری های مشترک با سازمان و تداوم این همکاری و زیبایی اش از برنامه ها تصریح کرد: گروه شاهد ر، دروان دفاع مقدس و پس از آن براساس نیاز مخاطبان به تولیدات مختلف سریال و فیلم سینمایی مبادرت نمود که از جمله آنها می توان به «گل پامچال»، «سیمرغ»، شوق پروران» و «روز سوم» اشاره کرد. همه این تولیدات

بیبیید و بسنوید	
	شبکه یک
صحیح خبر ایران	۶:۱۰
سیمای خانواده	۱۱:۱۵
جشنواره کارآفرینی	۱۶:۱۰
مجموعه دیوار	۲۲:۱۶
فیلم سینمایی	۲۳:۱۵
	شبکه دو
درانتهای الوند	۷:۳۰
زندگی باد زندگی	۱۱
نمادو	۱۳:۳۰
ثبت خانواده	۱۹:۳۰
سریال بوم و بانو	۲۱:۳۰
ناغفته های عاشورا	۲۳:۳۰
	شبکه سه
چاوش	۵:۴۰
زلال سخن (سخنرانی مذهبی)	۶:۱۵
طبیب	۱۰:۵۵
بدون توقف	۲۰
مجموعه «زمین گرم»	۲۰:۴۵
	شبکه چهار
مدرسه تلویزیونی ایران	۷:۳۰
طلوع	۹
ادامه مدرسه تلویزیونی ایران	۱۰:۱۵
کتاب باز	۱۴
خانه تو	۱۵
سریال «جنایت و مکافات»	۱۸
چرخ	۱۹
زندگی پس از زندگی	۲۱
چهارسوی علم (حمله و حشت)	۲۲
زایده	۲۳
	شبکه پنج
یه روز تازه	۷
همکارمن	۱۳:۲۵
زنگین کمان	۱۵:۱۵
تهران ۲۰	۲۰
حماسه ماندگار	۲۲:۰۵
سریال «عملیات ۱۲۵»	۲۳
	شبکه آمید
مخاطب نو	۸
رویای رانندگی	۱۰
مدرسه ایران	۱۰:۳۰
کاربرانه	۱۳
به توان خدا	۱۶:۴۵
دوربین آمید	۱۹:۳۰
مجموعه «جواهری در قصر»	۲۱
	شبکه شما
حماسه ماندگار	۸
کرانه پایداری	۱۲:۱۵
فیلم سینمایی	۱۴
چهل سال اقتدار	۲۰
تابای جان	۲۲
شب های شیدایی	۲۱
مستند دفاع مقدس	۲۳:۴۵
	شبکه های رادیویی
رادیو سلامت / پاسخگو	۸:۱۵
رادیو پیام / بخش نیمروزی	۹
رادیو ایران / بحث روز	۱۱:۴۵
رادیو جوان / خانه دوست	۱۲
رادیو معارف / باغ تماشا (بخش زندگی شهید حججی در نمایش رادیویی «سرپلند»)	۲۰:۳۰
رادیو اربعین / ماه به روایت آه	۲۱