«رادیکال ۳» به پیشواز روز دانشجو می‌رود

برنامه تلویزیونی «رادیکال ۳» ۹ آذر ماه با حضور مسؤولان تشکل‌های دانشجویی ساعت ۱۸ و ۳۰ دقیقه روانه آنتن خواهد شد.

به گزارش جام‌جم، ششمین قسمت از مجموعه برنامه رادیکال ۳ میزبان پیام مرادی، دبیر اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانشجویان مستقل و محمدرضا متقی، دبیر سابق انجمن اسلامی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس خواهد بودکه با حضور دانشجویان درباره عملکرد وکارکرد جنبش‌های دانشجویی مناظره می‌کنند. رادیکال ۳ برنامه‌ای دانشجویی است که با هدف پرداختن به دغدغه‌های فرهنگی و اجتماعی دانشجویان با اجرای سجاد بلوکات، کارگردانی علی اثباتی و نویسندگی محمد کردلو، پنجشنبه‌ها بعد از اخبار ساعت ۱۹ از شبکه سه سیما پخش می‌شود که فقط این هفته به علت پخش فوتبال استقلال. صنعت نفت، به ساعت ۱۸ و۳۰ دقیقه جمعه ۹ آذر موکول شده است.

امیرحسین قهرایی در گفت‌وگو با «جام جم» برای تولید سری جدید برنامه محبوب دهه ۶۰ اعلام آمادگی کرد

«چاق و لاغر» به تلویزیون برمی‌گردند؟

آرشام خدادوست
رسانه

امیرحسین قهرایی برای اغلب مخاطبان یادآور «دوربین مخفی» است؛ او سال‌ها به‌عنوان طراح و مجری سلسله برنامه‌هایی فعالیت داشته که کارشان ثبت نامحسوس واکنش‌های آدم‌های عادی یا چهره‌ها نسبت به اتفاقات غیرقابل پیش‌بینی است. قهرایی ورای کارهایی که در تولید مجموعه‌های مختلف دوربین مخفی داشته یکی از هسته‌های مرکزی تولید برخی محصولات کودک دهه شصت و از جمله «چاق و لاغر» و «علی کوچولو» بود؛ مجموعه‌هایی خاطره انگیز که هرچند هیچ‌گاه در سال‌های اخیر بازپخش‌شان روی آنتن نرفت اما همچنان به‌عنوان محصولات مخاطب‌پسند کودکان آن دوران نگریسته شده‌اند.

امیرحسین قهرایی مدت‌ها به‌دنبال تولید نسخه‌ای امروزی از مجموعه عروسکی «چاق و لاغر» بوده است. درباره کم و کیف نسخه امروزی «چاق و لاغر» با قهرایی گفت‌وگو کرده‌ایم و امتداد گفت‌وگو به تجربیات تازه این کارگردان در حیطه دوربین مخفی هم رسید.

بالاخره تولید نسخه دهه نودی «چاق و لاغر» به کجا رسید؟ فکر نمی‌کنید دیگر وقتش است که داستان این عروسک‌ها را احیاء کنید؟

در سال‌های اخیر بشدت به دنبال این بودم که هم «چاق» و هم «لاغر» را از آرشیو بیرون بکشم و داستانی تازه برایشان خلق کنم. فکرهایی هم درباره جزییات داستان کرده بودم اما متأسفانه تغییر و تحولات مدیریتی در سازمان و نوعی بی‌علاقگی برای تولید این مجموعه باعث شد که طرح من به نتیجه نرسد. من به‌دنبال راضی کردن مدیران بودم که حتی اگر بودجه لازم برای تولید مجموعه را ندارند اجازه تولید نسخه سینمایی «چاق و لاغر» را دهند و مشارکت کنند در تولید این نسخه تا بعد از اکران در سینما، فیلم بتواند در تلویزیون هم روی آنتن برود؛ هنوز که نتوانسته‌ایم به نتیجه برسیم.

فکر می‌کنید چرا علاقه‌ای برای تولید نسخه امروزی «چاق و لاغر» وجود ندارد؟

از کمبود بودجه بگیرید تا ادعای تاریخ مصرف گذشته بودن این کاراکترها، در این امر دخیل است اما تجربه نشان داده بازسازی محصولات نوستالژیك بشدت در جلب مخاطب موثر است؛ شما نگاه کنید که در هالیوود مدام انیمیشن‌های موفق را دنباله‌سازی می‌کنند چون می‌دانند ریسك بازگشت سرمایه بشدت پایین می‌آید یا در همین کشور خودمان مگر دنباله‌سازی در مورد «کلاه قرمزی» یا حتی «شهر موش‌ها» جواب نداد!؟

در طرح پیشنهادی‌تان برای ساخت نسخه تازه «چاق و لاغر» همچنان به تولید یك رئال-عروسکی علاقه دارید؟

واقعیتی که از «چاق و لاغر» وجود دارد ترس مخاطبان کودك دهه ۶۰ از این دو شخصیت عروسکی است! مایه‌های معمایی کار باعث شده بود در کنار مفرح بودن، قدری ترس بر کار غلبه کند پس اگر بخواهیم مجموعه‌ای بسازیم که کودکان امروزی را هم جلب کند باید کمی بر ظاهر عروسك‌ها کار کنیم که آن حجم ترس کاهش یابد. بجز این اعتقاد دارم در نسخه امروزی «چاق و لاغر» باید در کنار تصاویر رئال و استفاده از عروسك‌ها، حجم تصویرسازی رایانه‌ای کار هم بالا برود که فضایی بشدت جذاب برای کار خلق شود. در دهه ۶۰ امکانات تصویرسازی رایانه‌ای خیلی کم و واقعا دستمان خالی بود در پرداخت بسیاری از اتفاقات اما حالا می‌شود با ترکیب رئال و فانتزی یك داستان فوق‌العاده پرتحرك معمایی را روایت کرد. به‌خاطر خدا اجازه دهند که نسخه امروزی «چاق و لاغر» را تولید کنیم.

مدت‌ها به‌عنوان سازنده آیتم‌های دوربین مخفی در تلویزیون و اخیرا شبکه خانگی فعالیت داشتید اما مدتی است که در این حیطه کم‌کارتر شده‌اید. دلیلش چیست؟

اوضاع اقتصادی واقعا خراب است. برای تولید دوربین مخفی یا باید به سراغ شبکه سه برویم یا شبکه نسیم تا مغایرت مضمونی با اهداف شبکه نداشته باشیم اما مشکل اینجاست که بدون وجود اسپانسر نمی‌شود کاری را روی غلتك انداخت. اسپانسرها اغلب می‌روند سراغ برنامه‌هایی مانند «دورهمی» و «خندوانه» که گفت‌وگومحور هستند.

بعد از این همه سال فعالیت در حیطه دوربین مخفی که نباید نگران یافتن اسپانسر باشید.

اتفاقا برای یك طرح تازه تولید دوربین مخفی یك اسپانسر هم پیدا کردیم که خرج کار را بدهد و به جایش در برنامه برایش تبلیغ انجام دهیم ولی به دلیل برخی شرایط سازمانی اسپانسر موافقت نکرد.

خیلی‌ها گمان می‌کنند تولید دوربین مخفی کاری کم‌هزینه است که با حداقل‌ها جمع و جور می‌شود. آیا در واقع همین‌طور است؟

اصلا این‌طور نیست. اتفاقا نه تنها در ایران که در همه جای دنیا تولید حرفه‌ای دوربین مخفی جزو گران‌ترین کارهاست.

اول از همه این‌که اغلب مهمانانی که در چنین برنامه‌هایی حاضر می‌شوند انتظارات مادی خاص خود را دارند که گاهی این انتظارات بیشتر از دستمزد آن مهمان از یك طرح سینمایی یا تلویزیونی است. به جز این تولید دوربین مخفی به زمان بالایی نیاز دارد؛ گاهی پیش می‌آید باید چند ساعت فیلم بگیریم برای رسیدن به یك آیتم سی دقیقه‌ای دوربین مخفی. چون بسیاری از آنها که در برابر دوربین مخفی قرار می‌گیرند واکنش جالبی بروز نمی‌دهند و مثلا از هر شش نفر شاید یك نفر خروجی موفقی داشته باشد.

اخیرا مجموعه‌ای از دوربین مخفی‌ها را هم در فضای مجازی عرضه کردید اما بازخورد زمان عرضه برای تلویزیون را نداشت.

مجموعه‌ای به نام «سورپرایزشو» را برای یکی از سامانه‌های اینترنتی کار کردیم اما متأسفانه کار درست دیده نشد چون درست معرفی نگردید. کلی هزینه برای تولید این کار صرف شد ولی بازخورد لازم را از آن نگرفتیم. ما انتظار داشتیم به واسطه غلبه فضای مجازی بر زندگی روز ایرانیان زودتر از حد تصور دیده شویم و مخاطب به سمت‌مان بیاید اما آنچه دیدیم خلاف این امر بود. تولید برای فضای مجازی بیش از هر چیز نیاز به معرفی درست و اطلاع رسانی محصول دارد ولی سامانه موردنظر بر روی تبلیغات «سورپرایز شو» کاری انجام نداد و با این‌که در این مجموعه کوشیده بودیم ساختار تازه‌ای را برای تولید دوربین مخفی با حضور مردم عادی، چهره‌ها و روان‌شناسان بچینیم ولی نشد آنچه باید می‌شد...

آیا امکان ارائه «سورپرایزشو» به تلویزیون و پخش در رسانه ملی وجود ندارد؟

رایت مجموعه در اختیار همان سامانه اینترنتی است و اگر موافقت کنند می‌شود مجموعه را در تلویزیون روی آنتن برد ولی هنوز که در این باره اقدامی صورت نگرفته.

زمانی با مجموعه‌هایی مثل «شوخی با ستارگان» تولید دوربین مخفی را برای شبکه خانگی انجام دادید اما انگار دیگر در شبکه خانگی هم مشتری برای این‌گونه نیست.

زمانی اوضاع شبکه خانگی برای تولید خوب بود ولی اخیرا و بخصوص با افزایش ناگهانی قیمت لوح فشرده، کمتر کسی است که رغبت کند به تولید برای شبکه خانگی چون به خاطر قدرت‌گیری شبکه قاچاق، آمار تکفروشی محصولات در این مدیوم هم خیلی پایین آمده است.

در این اوضاع به نظر می‌رسد همچنان تلویزیون است که می‌تواند محملی باشد برای تولید و ارائه «دوربین مخفی» مگر آن که تغییر مدیوم دهید و مثلا به سمت سینما بروید.

اگر تلویزیون همراهی کند خوشحال می‌شوم که باز هم برایش دوربین مخفی تولید کنم ولی اوضاع اقتصادی تراژیك‌تر از آن است که بشود امیدی به کار برای تلویزیون داشت. آنچه این روزها ذهنم را درگیر کرده این است که یك کمدی سینمایی با محوریت کودکان بسازم. سعی دارم که با ترکیب رئال و تصویرسازی رایانه‌ای، یك کمدی جذاب برای مخاطب تولید کنم؛ البته در سینما هم پخش است که مهم است و کم نبوده فیلم خوب که در اکران ذبح شده.

برای همین به‌دنبال جلب‌نظر یك پخش‌کننده موفق مثل فیلمیران برای مشارکت در تولید هستم.

> برای تولید دوربین مخفی یا باید به سراغ شبکه سه برویم یا شبکه نسیم تا مغایرت مضمونی با اهداف شبکه نداشته باشیم اما مشکل اینجاست که بدون وجود اسپانسر نمی‌شود کاری را روی غلتك انداخت

رئیس رسانه ملی در نشست با عوامل ساخت مجموعه‌های نمایشی سیما خبر داد

امتیاز ویژه به سریال‌هایی که در داخل و خارج دیده شوند

رئیس رسانه ملی در نشست با عوامل ساخت مجموعه‌های نمایشی سیما بر اهمیت ساخت سریال‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی مطابق استانداردهای صداوسیما و بر مبنای امیدآفرینی تأکید کرد.

به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، دکتر علی‌عسکری، رئیس رسانه ملی در این نشست که به منظور رونمایی از یادداشت رهبر معظم انقلاب در خصوص فیلم و سریال تلویزیونی برگزار شده بود، اظهار کرد: جا دارد از بزرگواری و لطف رهبر معظم انقلاب که یك انسان فرهیخته، دانشمند و هنرشناس هستند و به موضوع رسانه و بخصوص فیلم و سریال که از گونه‌های بسیار اثرگذار و سطح بالای رسانه‌ای است، پرداختند، تقدیر و تشکر کنم.

رئیس رسانه ملی ادامه داد: در این نشست اگر نخبگانی که در زمینه نویسندگی، کارگردانی، تهیه‌کنندگی و همه عواملی که در تولید فیلم و سریال فعالیت دارند این امر را مفروض بگیرند که جنگ نرم اتفاق افتاده و از زمانی که سوژه را انتخاب می‌کنیم و قلم می‌زنیم و محتوا را شکل داده و سریال را می‌سازیم بدانیم که برای چه قشری و با چه منظوری ساخته می‌شود و این‌که دشمن چه هدفی در صحنه داشته و چه اتفاقاتی را رقم می‌زند و ما در قبال آن چه کار می‌کنیم و این مباحث دستاورد این نشست باشد یك استفاده راهبردی برده‌ایم.

وی با بیان این‌که ما همان‌طور که در زمینه فناوری‌مان اقدامات زیادی باید انجام دهیم، در علوم شناختی هم بایدکارهای سطح بالا داشته باشیم، افزود: باید بتوانیم با یك کار ماهرانه در نویسندگی و تهیه و تولید نمایشی خوب و اثرگذار به بهترین کیفیت برسیم و به هدفگذاری خود دست یابیم.

رئیس رسانه ملی به بحث امید اشاره کرد و گفت: امید امر بسیار پیچیده‌ای است، دشمنان اگر یك چیز را تهدید می‌کنند امید به آینده است و همیشه ادبیات فروپاشی و تزریق ناامیدی را نسبت به کشور ما پیگیری می‌کنند.

وی بر همین اساس تصریح کرد: ما که خودمان کلی اطلاعات از کشورمان داریم، اگر دو ساعت به شبکه‌های ضدانقلاب نگاه کنیم باید پنجره را باز کنیم تا ببینیم در خیابان چه خبر است آنها این‌گونه موثر کار می‌کنند و آینده را تخریب می‌کنند، از این رو ایجاد امید بحث بسیار مهمی است.

دکتر علی‌عسکری با تاکید بر این‌که آن‌ها می‌دانند ما در چه شرایطی هستیم و چه محاسن و چه معایبی داریم، یادآور شد: برنامه اصلی آنها این است که امید را کاهش دهند، بعد یاس ایجاد کنند و سپس شورش به وجود آورند. وی افزود: امسال برنامه آمریکا، اسرائیل و هم پیمانانشان در منطقه این بود که در ایران شورش ایجاد کنند و آسیب‌های سنگینی به وجود آورند و ادبیات فروپاشی را به حد اعلای خود برسانند.

رئیس رسانه ملی اضافه کرد: البته از اول انقلاب ادبیات فروپاشی را داشتند اما هیچ سالی مانند سال ۹۷ آن را به کار نگرفتند و با روی کار آمدن رئیس‌جمهور جدید در آمریکا این هدفگذاری‌ها را با شدت بیشتر دنبال می‌کنند. رئیس رسانه ملی ادامه داد: امروز درگیر جنگ نظامی نیستیم بلکه درگیر یك جنگ روانی رسانه‌ای و جنگ نرم تمام‌عیار هستیم و اگر این فرمایش رهبر انقلاب را باور کنیم روی کارهای ما تاثیر بسیاری می‌گذارد.

دکتر علی‌عسکری در ادامه سخنان خود درباره موضوع پشتیبانی هم یادآور شد: یك زمانی سازمان صدا و سیما یك شبکه و نیم داشت با یك درصد بودجه کشور اداره می‌شد و امروز ۶۶ شبکه تلویزیونی و ۹۰ شبکه رادیویی فعالیت می‌کنند و ما دنبال این هستیم تا فقط ۰/۷ درصد بودجه کشور در اختیار سازمان صدا و سیما قرار بگیرد یعنی ۳/۹۹ درصد به سایر دستگاه‌ها اختصاص یابد و ۰/۷ درصد به رسانه ملی با این همه فشار و ماموریت بزرگی که دارد اختصاص پیدا کند.

رئیس رسانه ملی ادامه داد: هر شبکه استانی ما ماموریتی دارد؛ شبکه‌های بین‌المللی و صدا نیز هر کدام نقشی را ایفا می‌کنند؛ ما سامانه بزرگی هستیم و زیر بار سنگین این عملیات روانی، جامعه را اداره می‌کنیم.

دکتر علی عسکری اظهار کرد: یك زمانی می‌گفتند فلان کشور می‌گوید به رسانه‌ها پول که نمی‌دهیم هیچ، از آنها پول هم می‌گیریم که بنده گفتم احتمال زیاد رسانه‌های آن کشور هر کدام مزدور جایی هستند و از آمریکا و اسرائیل و انگلیس یا جاهای دیگر پول می‌گیرند با هدفی مشخص. وی با تاکید بر این‌که رسانه پرهزینه است، افزود: ما از جهت تامین منابع مالی در شرایط خیلی مطلوبی قرار نداریم و این‌که گفته می‌شود تبلیغ خودش درآمد می‌آورد باید بگویم تأمین حدود ۱۸۰۰ میلیارد تومان در این شرایط بازار، برعهده خود سازمان است و این خیلی کار سخت و تقریبا نشدنی است.

رئیس رسانه ملی به تلاش سازمان صداوسیما در شرایط سخت اقتصادی برای تأمین منابع مالی فیلم و سریال تلویزیونی اشاره کرد و افزود: ما بودجه فیلم و سریال را صددرصد پرداخت می‌کنیم با این‌که پارسال دولت خیلی از بودجه ما را نداد و در تاریخ بی‌نظیر بود که بودجه جاری ما را هم کم کردند، ولی ما از بودجه فیلم و سریال کم نگذاشتیم. وی تصریح کرد: البته باید اذعان کنیم شرایط اقتصادی کشور بسیار سخت و منابع دولت هم محدود است و باید با همین شرایط پیش برویم.

وی با بیان این‌که ما که سریال‌ساز قابل توجهی در دنیا هستیم چرا نمی‌توانیم فروش جهانی داشته باشیم و باید به این موضوع جواب داد، گفت: در همین راستا کمیته‌ای تشکیل دهید و اصلا قواعد بازی را دربیاورید؛ آرام آرام به سمت صادرات فیلم برویم. این هم یك نوع صادرات است و وقتی محصولی را تولید می‌کنیم برای منطقه و جهان باشد نه فقط برای ایران.

رئیس رسانه ملی در همین راستا تاکید کرد: هر کسی در ایران سریالی تولید کرد که هم در ایران دیده شد و

توانست در خارج هم بفروشد، ۵۰ درصد فروشش برای خودش خواهد بود.

رئیس رسانه ملی درباره فیلمنامه‌نویسی نیز خاطرنشان کرد: بذر اصلی برای هر چیزی نویسندگی، فکر و اندیشه است. از این جا باید همه چیز شکل بگیرد. از این رو باید به فیلمنامه‌نویسان توجه کنیم؛ وی اضافه کرد: به پیشکسوتان یك جور توجه کنیم و در عین حال بدانیم مسوولیت همه ماست کنار خودمان نسل بعد را پرورش دهیم و در کنار حمایت از پیشکسوتان، توانمندها را کشف کنیم تا به عرصه بیایند، آنها باید این کشور را اداره کنند و در این عرصه هم زیباترین فیلمنامه‌ها را بنویسند.

دکتر علی‌عسکری خاطرنشان کرد: بار سنگین را هم رهبر انقلاب بر دوش شما گذاشتند؛ گفتمان اصلی جامعه از طریق سریال‌ها در ذهن مردم می‌نشیند و یك سریال پراثر، گفتمان غالب ایجاد می‌کند. امیدواریم خداوند مدد کند با نگاهی امیدوارانه، جهادی و انقلابی جلو بروید و منشأ امید و روحیه برای کشور شوید و این از شما برمی‌آید و ما نیز همه تلاشمان را در کنار شما انجام می‌دهیم. دکتر علی عسکری در پایان خاطرنشان کرد: کسانی که در عرصه فیلم و سریال هستند پهلوانان و قهرمانان اصلی در جنگ رسانه‌ای دشمن به شمار می‌روند و ان‌شاءا... شما بتوانید نقش خود را ایفا کنید و همه ملت از برکات وجودی و هنر شما استفاده کنند و فردایی بهتر از گذشته داشته باشیم.

> امروز درگیر جنگ نظامی نیستیم بلکه درگیر یك جنگ روانی رسانه‌ای و جنگ نرم تمام‌عیار هستیم و اگر این فرمایش رهبر انقلاب را باور کنیم روی کارهای ما تاثیر بسیاری می‌گذارد

اخبار

انقلاب، جنگ و مقاومت از دریچه «سینماگرام»

به گزارش جام‌جم، برنامه این هفته «سینماگرام» امشب با محوریت سینمای انقلاب، جنگ و مقاومت روی آنتن می‌رود.

بر همین اساس، شاهرخ دولکو همراه مهمانش حبیب کاوش در بخش مساله هفته درباره سینمای امروز ایران و نسبتش با مفهوم و تجربه فیلمسازی در حوزه انقلاب، جنگ و مقاومت و دلیل کم‌کاری این روزهای او گفت‌وگو می‌کنند. در بخش کافه نقادی، دکتر امیرحسن ندایی و شاهرخ دولکو به تحلیل و بررسی فیلم «بازمانده» اثر مرحوم سیفا... داد می‌پردازند. فرزاد موتمن طبق روال هر هفته و در بخش مختص به خود یعنی «فرزاد موتمن تقدیم می‌کند» با مبحث ایده تا فیلمنامه، بحث هفته قبل را ادامه می‌دهد و در خصوص راه‌های رسیدن به ایده تا خلق یك فیلمنامه برای بینندگان صحبت می‌کند. سینماگرام، کاری از گروه ادب و هنر شبکه چهار سیما به تهیه‌کنندگی میرمحمدحسین رضوی، کارگردانی شاهرخ دولکو و سردبیری سجاد مهرگان است که هر هفته پنجشنبه‌شب‌ها ساعت ۲۳ روی آنتن می‌رود.

دارابی: رادیو زیارت رادیو وحدت مسلمانان است

معاون امور استان‌های سازمان صدا و سیما گفت: جوانان مخاطبان اصلی رادیو زیارت هستند، بنابراین باید گرایشات و نیازهای آنان را شناخت و آنها را در برنامه‌سازی مشارکت داد. به گزارش جام‌جم، علی دارابی در مراسم اولین سالگرد افتتاح رادیو زیارت که در مشهد مقدس برگزار شد، اظهار کرد: آگاهی‌بخشی و معرفت‌افزایی، ترویج و توسعه گفتمان اسلام ناب محمدی و ارتقای سطح معنوی و نشر و رشد معارف دینی با محوریت، اهل‌بیت(ع) بویژه حضرت امام رضا(ع) و ارتقای فرهنگ رضوی، از دیگر اهداف راه‌اندازی این رادیو به‌شمار می‌روند. معاون امور استان‌های رسانه ملی اضافه کرد: رادیو زیارت رادیو وحدت و اتحاد و اخوت مسلمانان است و نشر هرگونه مطالب خلاف وحدت، تناقض آشکار با فلسفه وجودی رادیو دارد؛ رادیو زیارت باید الگوی عملی و رفتاری وحدت و نیز زیارت با معرفت علوی و شیعی را معرفی کند.

«آزادسازی قیمت خودرو» در برنامه مناظره

«آزادسازی قیمت خودرو» جمعه ۹ آبان با حضور کارشناسان و صاحب‌نظران در شبکه یك سیما به مناظره گذاشته می‌شود. به گزارش روابط عمومی شبکه یك، در سوال نظرسنجی برنامه این هفته از بینندگان پرسیده شده است: به نظر شما، سود ایجاد شده از اختلاف قیمت خودرو نصیب چه گروهی می‌شود؟ ۱. خودروسازان ۲. مصرف‌کنندگان خودرو. علاقه‌مندان به شرکت در نظرسنجی می‌توانند عدد گزینه مورد نظر خود را به سامانه ۳۰۰۰۱۳ پیامك کنند.

مناظره به تهیه‌کنندگی علیرضا اسکندری، کاری از گروه دانش و اقتصاد شبکه یك سیماست که جمعه‌ها ساعت ۲۳ و ۱۵ دقیقه با اجرای مرتضی حیدری و با حضور صاحب‌نظران و اصحاب رسانه روی آنتن می‌رود.