لرستان، خوزستان و زاهدان مقاصد بعدی «کودك شو»

تهیه‌کننده برنامه «کودك شو» با ارائه گزارشی از نحوه توزیع کمك‌های مردمی در آق‌قلا از برنامه‌ریزی عوامل این برنامه برای سفر به دیگر استان‌های سیل‌زده خبر داد. به گزارش روابط عمومی معاونت سیما، رضا نصیری تهیه‌کننده «کودك شو» در گفت‌وگو با روابط عمومی سیما گفت: هفته قبل با اعلام پویش جمع‌آوری اقلامی چون اسباب‌بازی، لباس، شیر خشك و پوشك در برنامه، شاهد ارسال کمك‌های مردمی بودیم تا جایی که یك کانتینر از این وسایل اهدایی برای ارسال به مقصد شهرستان آق‌قلا بارگیری شد. وی افزود: حضور عوامل برنامه کودك شو مورد استقبال چشمگیر مردم و مقامات شهرستان آق‌قلا قرار گرفت و حضور سه روزه ما موجب شادی و خوشحالی کودکان و مردم سیل‌زده شد.

تهیه‌کننده کودك شو گفت: کمك‌های مردمی با کمك نیروی دریایی ارتش و معتمدان محله و با نظارت مستقیم تیم برنامه‌ساز کودك شو در جای جای آق‌قلا و در پهنای وسیعی توزیع شد.

قیام عروسك‌ها

این برنامه جمعه‌ها ساعت ۱۹ و ۱۵ دقیقه از شبکه ۲ روی آنتن می‌رود

ادامه از صفحه ۵

بزرگان گمنام

عروسك‌گردانی در تلویزیون ما چقدر جدی گرفته می‌شود؟ چرا ما نام صداپیشگان را شنیده‌ایم، اما به زحمت می‌توانیم نام پنج عروسك‌گردان را به خاطر بیاوریم؟ عروسك‌گردان‌ها هم مانند دیگر عوامل تولیدی در قالب یك ساختار بزرگ‌تر هستند که فرصت مطرح شدن را پیدا می‌کنند و این مهم است که در یك پروژه تلویزیونی کار کرده باشند یا در یك اثر سینمایی، فارغ از این‌که برای دو نوع از کار چه میزان از انرژی صرف شده باشد. اساسا دو مورد از اصطلاحات رایج بین اهالی هنر و به ویژه منتقدان، فرمت تلویزیونی و فرمت سینمایی است و این عبارت‌ها مشخص‌کننده این نیست که یك اثر در بستر تلویزیون تولید شده یا در بستر سینما؛ بلکه کاری را که حرفه‌ای‌تر باشد به عنوان کار سینمایی بازمی‌شناسند و بر همین اساس از اصطلاح «سینمایی کار کردن» برای یك اثر تلویزیونی به عنوان یك تعریف و تمجید استفاده می‌کنند که البته در میان اهل فن، واکنش‌های مختلفی دارد. اما این یك حقیقت غلط است که معمولا اثری را که قرار باشد روی پرده سینما عرضه شود، بیشتر از اثری که برای قاب کوچك تلویزیون آماده می‌شود، تحویل می‌گیرند. دلیل این اتفاق شاید به همان بحث آشنای بند ۴۴ قانون اساسی و اصل خصوصی‌سازی برگردد و این‌که یك اثر سینمایی عموما باید خودش گلیمش را از آب بیرون بکشد و به سود برسد؛ ولی یك اثر تلویزیونی از سمت صدا و سیما ضمانت عرضه دارد. در این میان، وقتی یك برنامه‌ساز با علم به این‌که محصول او به هر شکل روی آنتن قرار می‌گیرد، وسواس و حساسیت به خرج می‌دهد و تلاشی در خور پرده نقره‌ای را برای قاب جادویی به ثمر می‌رساند، مخاطب و مدیران را بیشتر به رسانه ملی امیدوار می‌کند و در خلال آن، تشخص بیشتری به یك نیروی حرفه‌ای مثل عروسك‌گردان می‌دهد.

یك تجربه جدید و خوب

شبکه دوی سیما اخیرا شیوه جدیدی را در عروسك‌گردانی، آن هم برای یك برنامه با مخاطبانی از گروه سنی بزرگسال پیاده کرده است که ذوق مخاطب را برمی‌انگیزد. برنامه تلویزیونی همین الان یهویی با به‌کارگیری گسترده‌ترین شیوه کروماکی (پرده سبز) امکان تماشای تمامی فیزیك عروسك را برای مخاطب تلویزیون فراهم کرده است. سیدجواد سیدمحسنی، تهیه‌کننده و کارگردان اثر درباره این که چرا چنین رویکردی را به کار بسته است، به جام‌جم می‌گوید: مخاطبی که زمانش را برای دیدن برنامه ما می‌گذارد، دارد بخشی از باارزش‌ترین سرمایه‌اش را به ما می‌دهد و ما هم در مقابل مسؤولیت داریم به بهترین نحو به این محبت و احترام او پاسخ بدهیم. مخاطب امروز تلویزیون این حق را دارد که بهترین را از ما بخواهد و ما از نظر بصری و محتوایی تمام تلاش خود را صورت بدهیم. ضمن این که بازخورد خوب مردم آن‌قدر به ما انگیزه داد که به چیزی جز کسب رضایت بیشتر او فکر نکردیم.

سیدمحسنی می‌افزاید: ما در این برنامه می‌خواستیم عروسك‌ها زنده‌تر به نظر برسند و برای این کار باید باتوم‌های توی دست عروسك را حذف می‌کردیم. بنابراین استفاده ۱۰۰ درصدی از پرده سبز اتفاق افتاد.

محسنی درباره سابقه استفاده از چنین شیوه‌ای در تلویزیون ایران می‌گوید: طبق صحبتی که من با دوستان عروسك‌گردان داشتم، متوجه شدم چنین شیوه‌ای در این سطح که ما انجام داده‌ایم تاکنون به کار گرفته نشده و اگر قرار است این اتفاق خوب در برنامه‌سازی ما رایج شود، مفتخریم که قدم اول را برای تشویق دیگر دوستان برداشته باشیم.

او درباره دشواری‌های این کار توضیح می‌دهد: استفاده گسترده از فناوری کروماکی کار ما را به شدت سخت‌تر کرد و شاید بتوان به جرأت گفت در مقایسه با برنامه‌های تلویزیونی به‌خصوص آثار عروسکی دیگر، پنج برابر گذشته زمان و انرژی و هزینه صرف کردیم؛ اما به حاصل تلاشمان می‌ارزید. ما در زمان پس از تولید، تولید و پیش‌تولید، متحمل زحمت زیادی شدیم، اما نتیجه‌ای که گرفتیم خستگی را از تن‌مان بیرون برد. حالا دیگر صددرصد فیزیك عروسك برای مخاطب رونمایی می‌شود و دیگر این‌چنین نیست که عروسك‌گردان از پشت میز، هنر خود را روی نیمی از جسم عروسك پیاده کند.

عروسك‌هایی که با صدا مطرح شدند

معروف‌ترین و دم‌دستی‌ترین مثال برای برنامه‌های محبوب عروسکی شاید «جناب‌خان» باشد که چند سالی است بین مخاطبان تلویزیون جای خود را باز کرده است. این شخصیت، محبوبیت خود را سوای اتمسفر کلی برنامه «خندوانه»، مرهون صداپیشه آن است و شاید اگر هر کسی غیر از محمد بحرانی این کار را بر عهده می‌گرفت، چنین موفقیتی حاصل نمی‌شد. اساسا در تلویزیون ایران عروسك‌ها به مدد سه عنصر صداپیشه، داستان کلی سریال یا ساختار برنامه ترکیبی است که شناخته می‌شوند و سهم عروسك‌گردان چندان جدا و مستقل از دیگر عوامل به چشم نمی‌آید. اگر قرار باشد مروری بر چند دهه گذشته برنامه‌سازی‌های سیما داشته باشیم، دو عروسك کلاه‌قرمزی و پسرخاله در اواخر دهه ۶۰ به واسطه صحبت با مجری برنامه (ایرج طهماسب)، «زی‌زی گولو» با تکیه بر داستان‌های فانتزی آن که از زبان مادر خانومی با بازی لیلی رشیدی روایت می‌شد، «سنجد» به خاطر رویکردی که بر گزارش‌های نگار استخر حاکم بود، «مجید دلبندم»، «مخمل» و تمام موش‌های «مدرسه موش‌ها» روی خط داستان سریال به مخاطب معرفی شدند. ضمن این‌که، مخاطب هم عادت کرده بود تمامی آنها را از پشت یك وسیله باور کند. وسیله‌ای که پنهان شدن نیمی از فیزیك و اندامشان را توجیه کند.

فرصت عرض اندام برای عروسك‌گردان‌ها

در قسمت‌های جدید برنامه همین الان یهویی اما قدمی نو برداشته شده تا به مدد آن عروسك به غیر از لحنی که صداپیشه به او می‌دهد و به جز داستانی که راوی آن می‌شود، دلیل دیگری برای جذابیت داشته باشد و آن حرکت داشتن تمام اجزا، یعنی دست‌ها و هر دو پا و سر آن است و به همین دلیل، هنر عروسك‌گردان به شکل ویژه‌ای محرز می‌شود. این ابتکار با استفاده همه‌جانبه‌تر از فناوری کروماکی امکان‌پذیر بوده که تیم برنامه‌ساز زحمت آن را به جان خریده‌اند و در نتیجه شامگاه هر جمعه را در شبکه دو به شکل جذاب‌تری برای مخاطب رقم می‌زنند.

این برنامه تلویزیونی راهکارهای حفظ ایمنی را در پرداخت‌های الکترونیکی آموزش می‌دهد و بخش عروسکی تنها یکی از بخش‌های آن است؛ اما برای همین بخش کوچك هم انرژی زیادی صرف شده که بحق، جای تقدیر دارد. احمد آکشته و آرش مصطفایی از جمله عروسك‌گردانان این برنامه تلویزیونی هستند که در جریان این اثر، تجربه جدیدی را در کارنامه خود رقم زده‌اند.

از سیا ساکتی تا عروسك‌های همین الان یهویی

تجربه، در موارد مختلف نشان داده که وقتی بر اساس خلاقیت و شناخت درست از رسانه باشد، نتایج درخشانی به بار می‌آورد. از جمله این تجربه‌های خوب، ساخته شدن مجموعه‌های پویانمایی کوتاهی بود که اصطلاحا «سیاساکتی» نام گرفته بودند. سیا ساکتی و دیگر دوستان و همراهانش چون داوود خطر، جمال سه‌سوت، هوتن، سهراب، سامان، بهاره و... شخصیت‌هایی فرضی و انیمیشنی اما بسیار شبیه به شخصیت‌های واقعی جامعه بودند که بر اثر خلاقیت و ذهن پویای بهرام عظیمی، انیماتور و البته به سفارش سازمان راهنمایی و رانندگی نیروی انتظامی کشور شکل گرفتند و قرار بود هنجارهای راهنمایی و رانندگی، عادات شهرنشینی و عواقب رعایت نکردن قانون را به شهروندان نشان بدهند.

این مجموعه با توجه به شخصیت‌های محبوب، داستان شیرین و خلاقیت تازه‌ای که داشت، در سطح جامعه هم مورد توجه قرار گرفت و شاید تنها آگهی تبلیغاتی‌ای بود که مخاطبان تماشایش را به انتظار می‌نشستند. این مجموعه را می‌توان موفق‌ترین مورد فرهنگ‌سازی رسانه‌ای برای رواج عادات درست عنوان کرد.

آموزش جدی‌ترین موضوعات با زبان طنز

رامین پاشایی، معاون اجتماعی پلیس فتا که یك سر تولید این برنامه است، درباره ماجرای شکل‌گیری «همین الان یهویی» بیان کرد: یکی از نیازها و نقص‌هایی که در بحث آموزشی هم وجود داشت، این بود که مقداری سواد مردم در انجام تراکنش‌ها در فضای مجازی و استفاده از عابربانك‌ها پایین است، در حالی که معضلات و جرایم ناشی از این مسأله آمار زیادی را به خود اختصاص داده است. به همین دلیل حس کردیم که لازم است تا برنامه آموزشی را تدارك ببینیم تا مثل این برنامه در قالب طنز مواردی را که لازم است با لحنی که همه مردم متوجه آن می‌شوند به آنها آموزش دهد.

او با اشاره به بخش‌هایی که در این برنامه وجود دارد، افزود: همین الان یهویی هم در ۳۰ قسمت برای سری اول تولید شده است و پلیس فتا به عنوان ناظر آن حضور دارد. در این برنامه تمام شخصیت‌های پلیس فتا که در پویانمایی‌های ما هستند و خیلی‌ها هنوز هم آنها را یادشان است، شرکت دارند. همچنین هر روز در هر قسمت از برنامه ما با حضور یکی از کارشناسان مجموعه، شگردهایی که مردم را با اقدامات مجرمان آشنا می‌کند توضیح می‌دهیم. این باعث می‌شود تا آنها هم با روش‌هایی که باعث امنیت تراکنش‌ها و استفاده‌های مالی می‌شود، آشنا شوند و از آنها استفاده کنند.

هدف از تولید این برنامه عروسکی هم موضوع دیگری بود که پاشایی درباره اش گفت: هدف مجموعه پلیس فتا و این برنامه نیز همین است که با فرهنگ‌سازی از این طریق، مردم به سمتی بروند که جرائم ناشی از این جریان کمتر شود و مثلاً دیگر کسی از کسی رمزش را نپرسد و از سوی دیگر آن را به کسی هم نگوید.

معاون اجتماعی پلیس فتا در ادامه درباره برآوردش از میزان تأثیرگذاری این برنامه هم می‌گوید: این اولین برنامه‌ای است که در چنین قالبی (طنز) با این موضوع شکل گرفته است. ما از این طریق با مردم صحبت می‌کنیم و در تلاشیم تا خواسته‌هایی را که داریم با آنها مطرح کنیم. این تبادل دانش با مردم و ارتباطی که در این بین شکل می‌گیرد، سطح آگاهی آنها را هم طبیعتا بالا می‌رود. به همین دلیل معتقدم چنین فضایی با روش بیان غیر مستقیمی که دارد، می‌تواند تأثیرگذاری خوبی هم داشته باشد. تا الان هم بازخوردی که از آن گرفته‌ایم، نشان می‌دهد این برنامه جای خودش را تا حدی بین دیگر تولیدات باز کرده است و مردم هم اعلام رضایت‌مندی کرده‌اند.

پاشایی در آخر با بیان این که چطور موضوعات هر قسمت را انتخاب می‌کنند، گفت: ما در سطح کشور به صورت هفتگی از پلیس فتای هر استان آمار می‌گیریم که جرایم هر شهر در حوزه مالی بیشتر به چه چیزی معطوف می‌شود و بعد هم بر اساس آن سراغ نوشتن و شکل دادن هر قسمت می‌رویم. همچنین از بدو تأسیس پلیس فتا تا امروز بیشتر از ۵۰ اثر پویانمایی در این‌باره تولید شده است، کارهایی که هر کدام ویژگی‌های خاص خود را داشتند و خیلی از آنها ماندگار شدند؛ به همین دلیل فکر کردیم که می‌شود با استفاده از آنها و فضای شادی که در آن وجود دارد، پیام و مطالب آموزشی مهمی را که لازم است به مخاطب انتقال دهیم. بعد از این ۳۰ قسمت هم بررسی می‌کنیم که آیا چنین ترکیبی مفید و موثر بوده و اگر چنین باشد، بازهم آن را ادامه می‌دهیم.

> این برنامه تلویزیونی راهکارهای حفظ ایمنی را در پرداخت‌های الکترونیکی آموزش می‌دهد و بخش عروسکی تنها یکی از بخش‌های آن است؛ اما برای همین بخش کوچك هم انرژی زیادی صرف شده است

گزارش

این برنامه چهره‌محور نیست

علی ضیا در مراسم تجلیل از طرح انتخاب چهره مردمی «فرمول یك» مقایسه این برنامه با برنامه‌های چهره محور را نادرست دانست و از تلاش برای برگزاری قدرتمندتر طرح انتخاب چهره مردمی سال ۹۸ خبر داد.

به گزارش روابط عمومی این برنامه، مراسم تجلیل از طرح انتخاب چهره مردمی فرمول یك، عصر یکشنبه هشتم اردیبهشت با حضور مدیران شبکه یك، رئیس سازمان فرهنگی هنری شهرداری، امام جمعه تهران، سیدعلی ضیا مجری و تهیه‌کننده فرمول یك، اهالی رسانه و چهره‌هایی چون سیما فردوسی، بهمن هاشمی، حجت اشرف زاده، یاحا کاشانی با اجرای مهدی آقابیگی در فرهنگسرای اندیشه برگزار شد.

سعید اوحدی، رئیس سازمان فرهنگی هنری شهرداری در این مراسم عنوان کرد: حماسه بزرگ تاریخی مردم در کمك به سیل‌زدگان کشور، بی‌شك تاثیر گرفته از کار بزرگی بود که برنامه فرمول یك در ایام عید انجام داد و شما خیرین را به عنوان چهره معرفی کردید.

وی افزود: علی ضیا و دست‌اندرکاران این برنامه نیازی به تشکر و تجلیل ندارند؛ مثل همان چهره‌های مردمی که بدون توقع کارهای بسیاری انجام دادند. گنج بزرگ خلقت و سر مگوی آفرینش خدمت به مردم است و شبکه یك با طرح انتخاب چهره‌های مردمی الگوی این کار بود. این‌که ۲۰۰۰ نفر در ابتدا، ۴۰ نفر در مرحله بعدی و سرانجام ۱۱ نفر در پایان به عنوان چهره‌های برتر مردمی معرفی شوند، حرکت بسیار بزرگی است و به راستی این چهره‌ها تجلی دعای مکارم اخلاق امام سجاد(ع) بودند.

مجید زین‌العابدین، مدیر شبکه یك در ادامه با قدردانی از حضور ارزشمند حجت‌الاسلام ابوترابی، امام جمعه تهران و همت عالی مهندس اوحدی که با حضور او شاهد تحول در سازمان فرهنگی هنری شهرداری هستیم و با شناسایی ظرفیت‌های فرهنگی هنری پایتخت، باعث نشاط فرهنگی اجتماعی هنری در تهران شده است.

وی افزود: این حرکت فرهنگی و گفتمان ساز نشان داد برای این‌که مردم ما را ببینند، ما باید اول آنها را ببینیم و به آنها پیام بدهیم در هر ساحتی که کار می‌کنند دیده می‌شوند. لازم نیست فقط ورزشکار، هنرمند، وزیر و وکیل و مسؤول باشید بلکه در هر گوشه‌ای از کشور اگر کار خالصانه‌ای انجام بدهید بدون این‌که اراده کنید، دیده می‌شوید. همان‌طور که ۱۱ چهره برتر مردمی تصور نمی‌کردند بارها تصویرشان پیش از اخبار ساعت ۱۴ یا ۲۱ در تلویزیون دیده شود یا روی بنر و بیلبوردهای شهری برود.

آگهی فراخوان
شماره مناقصه ۰۲/۱۰۴-۹۸
صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
نوبت دوم

- نام سازمان مناقصه‌گزار: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- موضوع مناقصه دومرحله‌ای: طراحی و توسعه سکوی جامع پلتفرم‌های رسانه‌ای - فاز اول شامل لایه جمع‌آوری و انتشار به شرح اسناد مناقصه
- مهلت دریافت اسناد: از تاریخ چاپ نوبت دوم حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۱۵ می‌باشد.
- محل دریافت اسناد: تهران- خیابان ولیعصر، خیابان جام‌جم، سازمان صدا و سیما، ساختمان شماره ۲ معاونت توسعه و فناوری رسانه، امور خرید کالای فنی، دبیرخانه کمیسیون مناقصات
- میزان سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ ۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به‌صورت ضمانتنامه بانکی قابل تمدید
- مهلت تحویل پاکات پیشنهادی: کلیه پاکات (الف، ب و ج) بایستی به‌صورت درب بسته درون ۱ پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۵ روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۲۹ به دبیرخانه کمیسیون مناقصات تسلیم گردد.
- زمان مناقصه و محل قرائت پیشنهادها: زمان گشایش پاکت‌های الف و ب رأس ساعت ۸:۳۰ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۳۱ در دفتر مدیرکل مالی و اداری معاونت توسعه و فناوری رسانه واقع در تهران قرائت خواهد شد.
- مرحله دوم گشایش پاکت‌های ج پس از ارائه نظر کارشناسی سازمان انجام خواهد پذیرفت.
- شرکت‌کننده می‌بایستی دارای مجوز صلاحیت انجام امور از مراجع ذیصلاح باشد.
- برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۲۱۶۶۳۱۳ تماس حاصل فرمایید.
- بدیهی است هزینه درج ۲ نوبت آگهی به عهده برنده خواهد بود.

سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

آگهی فراخوان
مناقصه بین‌المللی ۰۲/۰۳-۹۸/۱۳۳
صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
نوبت اول

- نام سازمان مناقصه‌گزار: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- موضوع مناقصه بین‌المللی یک‌مرحله‌ای: عبارت است از اجاره فضای ۱۸ مگاهرتزی روی ماهواره Eutelsat E3B به شرح اسناد مناقصه
- مهلت و نحوه دریافت اسناد: از تاریخ ۱۳۹۸/۰۲/۱۰ مطابق با ۲۰۱۹/۰۴/۳۰ میلادی حداکثر تا ساعت ۱۶ روز شنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۱۴ مطابق با ۲۰۱۹/۰۵/۰۴ میلادی می‌باشد.
- محل دریافت اسناد: تهران- خیابان ولیعصر، جنب مسجد بلال، ساختمان اداری جام‌جم، طبقه چهارم، مدیریت خرید خارجی، اداره کل امور کالا
- قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب جاری ۴۱۰۱۰۲۹۱۷۱۲۰۴۲۷۳ و یا شماره شبا IR ۳۱۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۰۲۹۱۷۱۲۰۴۲۷۳ نزد بانک مرکزی به نام سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- میزان تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۵/۷۶۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال یا ۴۱/۱۸۰ دلار آمریکا به صورت ضمانتنامه بانکی
- مهلت تحویل پاکات پیشنهادی: پاکات (الف، ب و ج) بایستی به‌صورت درب‌بسته درون ۱ پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۶ روز شنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۱۸ مطابق با ۲۰۱۹/۰۶/۰۸ میلادی به مدیریت خرید خارجی اداره کل امور کالا تسلیم گردد.
- محل و تاریخ گشایش پاکت‌های الف، ب و ج: پاکت الف مناقصه‌گران رأس ساعت ۱۵ روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۱۹ مطابق با ۲۰۱۹/۰۶/۰۹ میلادی در دفتر معاون محترم منابع مالی و سرمایه انسانی سازمان بازگشایی خواهد شد. در صورتی که مناقصه‌گران تضمین کافی در پاکت الف ارائه نموده باشند، پاکات ب آنها که حاوی اسناد عمومی و فنی مناقصه و همچنین مدارک و مستندات ارزیابی کیفی می‌باشد، بررسی و ارزیابی می‌گردند. شرکت‌هایی که در مرحله ارزیابی کیفی پس از نظر کمیته فنی بازرگانی حائز شرایط شده باشند، پاکت ج آنها نیز در همان محل و همان روز بازگشایی می‌شود.
- شرکت‌کننده می‌بایستی دارای مجوز صلاحیت انجام امور از مراجع ذیصلاح باشد.
- برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۲۱۶۷۰۵۳ تماس حاصل فرمایید.

اداره کل امور کالا