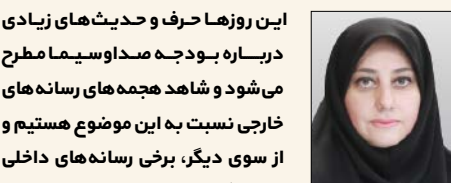


مدیر دوبلاژ مجموعه انیمیشن شبکه ۲ سختی‌های دوبله «نام‌ها»

مدیر دوبلاژ «نام‌ها» درباره سواوس کاری رضامیرگریمی به عنوان کارگردان هنری و آماده‌سازی این مجموعه انیمیشن بعد از گذشت پنج سال از زمان تولید سخن می‌گوید. اشکان صادقی، مدیر دوبلاژ مجموعه انیمیشن نام‌ها درباره تجربه دوبله این پویانمایی با موضوع روایت زندگی چهار قهرمان دفاع مقدس که با صدای پرویز پرستویی، فرهاد اصلانی، امیر جعفری، رما رامین‌فر، شبنم مقدمی و افشین هاشمی این روزها از تلویزیون

گفت‌وگوی «جام‌جم» با عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی:

مجلس قطعا حامی رسانه ملی است



فائمه عودباشی
دبیر گروه رسانه

زیربنای موضوعات مختلف است و باید به این موضوع همان‌طور که رهبرمعلم انقلاب بارها بر آن تاکید کرده‌اند، توجه داشته باشیم. بنابراین رسانه‌ملی که به تعبیر امام خمینی(ره) همچون دانشگاه است، باید سعی کند با تولید و پخش آثار فاخر و با محتوا در زمینه‌های مختلف فرهنگ‌سازی کند. این امر نیازمند داشتن بودجه و حمایت مالی است تا مدیران و سازندگان برنامه‌های نمایشی و غیرنمایشی بتوانند آثار باکیفیت را روانه آنتن کنند. همچنین ساخت سریال‌های الف‌فاخرکه جزو برنده‌های رسانه‌ملی محسوب می‌شود جزو آثار پرهزینه و زمانبر است. بنابراین باید بودجه مناسب و حتی اختصاصی شامل چنین آثاری شود. درباره موضوع بودجه و حواشی‌های ایجاد شده با یکی از اعضای کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی صحبت کردیم.

حسین نوش‌آبادی، عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی در پاسخ به این سوال که تولید آثار فاخر و با محتوا نیازمند بودجه مناسب است، قرار است مجلس در این زمینه چه کمک‌هایی به سازمان صداوسیما داشته باشد تا بتواند آثار باکیفیت تولید کند به جام‌جم می‌گوید: هنوز وارد بحث بودجه در تبصره‌ها نشده‌ایم اما آنچه اهمیت دارد، این‌که مجلس از رسانه‌ملی برای انجام رسالت خودش در اطلاع‌رسانی افکار عمومی، آموزش مردم و ارائه اخبار و گزارش‌هایی که بتواند به افزایش آگاهی‌های عمومی حمایت خواهد کرد تا مردم را نسبت به موضوعاتی که در سطح داخلی و بین‌المللی اتفاق می‌افتد، آگاه کند.

بنابراین در این حوزه مجلس عزم جدی و اهتمام ویژه دارد و قطعا حامی رسانه‌ملی خواهد بود.

سمپاشی علیه صداوسیما

وی ادامه می‌دهد: معتقدیم شعاع فکری، تبلیغی و گستره ارتباطی این رسانه با هیچ رسانه دیگری در کشور قابل مقایسه نیست.

لذا هر چه این رسانه، یعنی دستگاه رسمی اطلاع‌رسانی سراسر کشور تقویت شود، باعث تقویت فرهنگ عمومی خواهد بود. از طرف دیگر، انتظار مجلس این است که صداوسیما با تقویت ابعداد مختلف محتوایی خود و افزایش سطح برنامه‌های کیفی و موضوعاتی که بتواند در بحث جهاد تبیین گام‌های محکم‌تر، استوارتر و به موقعی برداشته شود؛ چون هیچ نهاد رسانه‌ای و سازمانی در کشور نداریم که در قامت صداوسیما بتواند در انجام این مسئولیت موفق باشد؛ چون با همه سمپاشی‌هایی که علیه صداوسیما شده، باز هم بیشترین مخاطب را دارد و صداوسیما می‌تواند با متنوع

گفت‌وشنود

برنامه‌های رادیو فرهنگ در ایام فجر

شبکه رادیویی فرهنگ در قالب ۳۴ عنوان برنامه، برنامه‌های متنوعی را برای دهه مبارک فجرانقلاب اسلامی تدارک دیده است. سیدمرتضی کاظمی‌دینان، مدیر رادیو فرهنگ با اعلام این خبر به جام‌جم گفت: شبکه رادیویی فرهنگ با ویژه‌برنامه‌هایی به مدت ۱۳۴ ساعت و ۲۰ دقیقه به استقبال سالروز پیروزی انقلاب اسلامی می‌رود. مدیر رادیو فرهنگ، رویکرد رادیو فرهنگ در دهه فجر را بر پایه روایت صحیح تاریخ انقلاب اسلامی و پیشرفت‌های کشور پس از انقلاب در عرصه‌های فرهنگی و هنری برشمرد و گفت: براساس این رویکرد، ویژه‌برنامه‌های متنوعی تهیه و روی آنتن می‌رود که عمده‌ترین آنها همراهی با جشنواره‌های فجراست.

بازخوانی فرهنگ مردم ایران در انقلاب اسلامی و پرداخت به دیوانوشسته‌ها و شعارهای مردم و گفت‌وگو با انقلابیون استان‌های مختلف، ازجمله بخش‌های برنامه «هفت کوچه انقلاب» است که توسط گروه جامعه‌تولید می‌شود. مدیر رادیو فرهنگ خاطرنشان کرد: گروه فرهنگ و جامعه رادیو فرهنگ همچنین در دو برنامه «پویش» و«در مسیر پیشرفت» به بررسی و معرفی دستاوردهای انقلاب اسلامی در عرصه فرهنگ می‌پردازد. برنامه «بازتاب» نیز با موضوعات بازنامایی انقلاب اسلامی از نگاه غرب، آنچه خاندان پهلوی در ایران انجام داد و فساد این خاندان و همچنین چهره واقعی غرب در برابر ایران روی آنتن می‌رود. کاظمی‌دینان همچنین به پخش برنامه«ایران‌دخت»

شنیده می‌شود، یادآور شد: در ارتباط با همکاری و صداگذاری هنرمندان از قبل در حیطه تئاتر آشنا بودم و پیشتر با هنرمندانی ازجمله فرهاد اصلانی و افشین هاشمی کارکرده بودم. وی ادامه داد: حضور این هنرمندان به پیشنهاد رضامیرگریمی بودواین‌که افرادی به گونه‌ای انتخاب شوند که صدای شان روی انیمیشن نام‌ها بنشیند. در طول کارنیز خودمیرگریمی آنها را بیشتر هدایت می‌کردند. از آنجاکه این نوع صداگذاری سینک و قوانین خاصی را

نیاز نداشت، به همین جهت برای این دوستان صداگذاری راحت بود. صادقی درباره دشواری‌های صداگذاری برخی قسمت‌های این مجموعه، خاطرنشان کرد: در یک قسمت که قرار بود نقش همسر شهید چمران صداگذاری شود، ایشان با توجه به این‌که لبنانی بودند، باید لهجه عربی روی کاراکترشان صداگذاری می‌شد. بنابراین‌گوینده را از بخش جام‌جم صداوسیما آوردیم که خوداین خانم لبنانی بودند و لهجه عربی داشتند.

زاویه

تقویت فرهنگ و باورهای دینی

حسین نوش‌آبادی در پاسخ به این سوال که برای سریال‌های فاخر و ویژه همچون سلمان فارسی، موسی و ... مجلس می‌تواند بودجه‌های اختصاصی تعریف کند تا عرضه بین‌المللی هم داشته باشیم، می‌گوید: بله، صداوسیما در کنار تولیدات روزانه، ماهانه و سالانه خودش که یک امر جاری را انجام می‌دهد و حتما باید آنتن شبکه‌هایش را برای بخش‌های مختلف فرهنگی، ورزشی، سریال‌ها، سرگرمی‌ها و... پر کند اما باید از تولید سریال‌های فاخر و محتواهای ارزشمند تاریخی که با اعتقادات مردم و تقویت باورهای دینی و گسترش فرهنگ ناب ایرانی اسلامی پیوند خورده غافل نشود و باید این برنامه‌ها مدنظر قرار گیرد. وی عنوان می‌کند: به همین دلیل تولید فیلم‌ها و سریال‌هایی مانند مختارنامه، امام علی، سلمان و حضرت موسی تزریق امکانات و بودجه کافی و به کارگیری هنرمندان ارزشی و معتقد در این سریال‌ها صداوسیما بتواند برای تولیدات محتوایی و فاخر گام‌های موفق‌تری بردارد و باید به همین میزان امکانات و بودجه هم تامین شود. مجلس شورای اسلامی حتما برای حمایت از تولیدات فاخر و محتواهای اسلامی ایرانی و تاریخ‌ساز و پرمحتوا حمایت خود را خواهد داشت و کمیسیون‌های تخصصی مجلس و کمیسیون تلفیق که من عضوش هستم حمایت لازم را خواهد داشت.

نیاز صداوسیما به حمایت مجلس

نوش‌آبادی عنوان می‌کند: مایه نسبت سرمایه‌گذاری‌هایی که رقبای، دشمنان و بدخواهان‌مان دارند، خیلی سرمایه‌گذاری مادی و بودجه‌ای نکردیم. آنها سعی می‌کنند افکار عمومی را به نحوی هدایت کنند که منتقد باشند و مخالفت کنند با بودجه‌هایی که صداوسیما و دستگاه رسمی دارد و بخش مهمش درآمدهای غیردولتی است که صداوسیما دارد؛ اما هنوز بودجه‌ها و اعتبارات با تولیدات، محتواها و برنامه‌ها همخوانی ندارد؛ یعنی صداوسیما بیشترین نیاز را دارد و بیش از آنچه الان در اختیار دارد باید حمایتش کنند و نباید به این نوع تبلیغات انحرافی توجه کنیم. این نماینده مجلس در پایان تاکید می‌کند: صداوسیما باید با مردم در ارتباط باشد و ارتباطش را با آنها قوی‌تر و سازنده‌تر کند تا این تاثیرات تبلیغی منفی کمتر شود.

کیفیت برنامه‌ها افزوده شود و به جذاب بودن، رسا و بلغ بودن توجه شود تا رسانه‌ملی بتواند در یک پیچ تاریخی که در آن قرار داریم با موفقیت عبور کند. عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی در پاسخ به این سوال که دلیل همه‌ج‌های رسانه‌های خارجی و برخی رسانه‌های داخلی که نسبت به بودجه صداوسیما شکل گرفته چیست و چرا این‌قدر با همه‌ج‌های مختلف رویه‌رو هستیم، توضیح می‌دهد: این کار تبلیغی دشمن است و می‌خواهند اثر رسانه‌ای که می‌تواند اثربخش باشد را کمتر کنند. در تمام دنیا توسط دولت‌ها و کشورهای گوناگون برای اطلاع‌رسانی‌شان و تلویزیون‌ها و برنامه‌هایی که دارند چه در شبکه‌های مجازی و چه در شبکه‌های تلویزیونی‌شان سرمایه‌گذاری‌های کلانی می‌شود.

سرمایه‌گذاری کلان دشمن

این نماینده مجلس تاکید می‌کند: ضمن این‌که صداوسیما یک سری منابع درآمدی دارد که باید از آنها به شکل مطلوب استفاده کند تا برنامه‌هایش به شکل موفق‌تری دنبال شود. توسعه کمی در صداوسیما ایجاد شده و به اندازه کافی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی داریم؛ ولی از این توسعه کمی و گستره برنامه‌ها خیلی متناسب با سرمایه‌گذاری‌ها منفعت نبردیم و باید به



دهه فجر در بسته‌های کوتاه با موضوع دهه فجر و انقلاب اسلامی پخش می‌شوند، همچنین برنامه «با کاروان شعر و موسیقی» به بررسی ترانه‌ها و سرودهای خاطره‌انگیز انقلابی می‌پردازد. ویژه‌برنامه «قلب فرهنگی»

اشاره کرد و گفت: یکی از دستاوردهای نظام جمهوری اسلامی ایران، هویت‌بخشی به زنان است که توانسته‌اند با اتکا به نفس و توانمندی‌های خود در عرصه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ورزشی بدرخشند، بر همین اساس در برنامه ایران‌دخت، زنان موفق، نخبه و موثر انقلاب اسلامی معرفی می‌شوند. وی یادآور شد: گروه هنر و ادب هم در برنامه‌های تماشاخانه فجر، شعر فجر، طوبی ززین و نیستان، جشنواره‌های تئاتر، شعر، هنرهای تجسمی و موسیقی فجر را همراهی می‌کند و برداشت ۴۱ هم با موضوع پویش جشنواره فیلم فجر پخش می‌شود و در ویژه‌برنامه ۴۴ فصل عاشقانه به به بنیانگذاران شعر انقلابی و شعر انقلاب اسلامی در آن سوی مرزهای کشور می‌پردازد. مدیر رادیو فرهنگ ادامه داد: برنامه «سرزمین من» روز روز به مدت یک ساعت روی آنتن می‌رود و به موضوع روایت تاریخ انقلاب و شنیدنی‌های تاریخ انقلاب اسلامی، روزشمار دهه فجر- خاطرات انقلاب از زبان انقلابیون می‌پردازد، همچنین در گروه کتاب برنامه‌های «کتاب فرهنگ»، «چایخانه» و «کتاب هفته» به معرفی کتاب‌های حوزه انقلاب اسلامی، گفت‌وگو با نویسندگان و معرفی آثار نشر مربوط به انقلاب اسلامی برای نوجوانان اختصاص یافته است. وی درباره دیگر برنامه‌های شبکه نیز در این ایام که با موضوعات مختلف مرتبط با دهه فجر روانه آنتن می‌شود، گفت: بخش‌های تواته فواصل پخش، بخش «ایران به روایت ۵۷» و «در گذر زمان» به مناسبت ایام

انتصاب

اکبرشاهی، سرپرست خانه

تولیدات جوان مرکز سیمرغ

مجیداکبر شاهی، رئیس مرکز سیمرغ در حکمی اسماعیل بهمن‌آبادی را به سمت سرپرست خانه تولیدات جوان مرکز سیمرغ منصوب کرد. در حکم اکبرشاهی خطاب به سرپرست خانه تولیدات جوان مرکز سیمرغ بر شناسایی جوانان مستعد انقلابی در عرصه هنر و رسانه از سراسر کشور، ایجاد شبکه نیروی انسانی متخصص و توانمند به‌منظور همکاری با رسانه‌ملی در قالب کارگردانی آثار نمایشی و غیرنمایشی، فیلم‌نامه‌نویسی، سردبیری و تهیه‌کنندگی، مستندسازی، بازیگری، اجرا و بهره‌مندی از نظرات کارشناسان تاکید شده است. اسماعیل بهمن‌آبادی سابقه مدیریت گروه‌های برنامه‌سازی، طراحی و تهیه‌کنندگی فیلم‌های کوتاه، نماهنگ و برنامه‌های متنوع تلویزیونی را بر عهده داشته و برنامه‌های تلویزیونی جاذبه، گورهایارک و بیست و ... از جمله آنهاست. اکبر شاهی همچنین از زحمات مخلصانه و ارزشمند علی فروغی در راه‌اندازی و اداره فعالیت خانه تولیدات جوان رسانه‌ملی قدردانی کرده است. بیش از این از جمله وظایف مرکز سیمرغ مواردی چون افزایش ظرفیت رسانه‌ملی در زائرهای مغفول حوزه نمایشی مانند مجموعه‌های سینکام (طنز موقعیت) و تله‌تئاتر و سرعت بالا در تولید آثار متنوع و متکثر عنوان شده بود.



جام جم

رسانه

MEDIA

دوشنبه ۳ بهمن ۱۴۰۱ ۶۴۱۴ شماره

رویکرد

ایستادگی رسانه‌ملی

در مقابل همه‌ها



ابراهیم رسولی
نقش رسانه‌ای

چیزی که بعد از ارائه لایحه بودجه و هر سال شاهد آن هستیم، همه به سمت نهادهای فرهنگی است. در این میان رسانه‌ملی هم از این برخورد‌ها در امان نیست و هر سال، شبهاتی به بودجه این دستگاه فرهنگی وارد می‌شود. جند نکته در این رابطه باید مورد توجه قرار گیرد. یکی این که متناسب با همه‌ای که در هر جبهه به ما وارد می‌شود، باید قوی و آماده شویم. در قرآن هم این‌طور گفته شده است. با توجه به این‌که الان عمده همه دشمن در فضای رسانه‌ای است و رسانه وظیفه مهمی برای مقابله با این همه‌ها دارد، طبیعی است که رسانه و به‌خصوص رسانه‌ملی باید با توجه به حجم‌گسترده رسانه‌های معاند و فعالیت‌های خوش‌فرمی که آنها دارند، خودش را تقویت کند تا پاسخگوی شبهات اعتقادی، فرهنگی یا سیاسی باشد که از سوی رسانه‌های معاند القا می‌شود. در حقیقت رسانه باید بتواند خود را قوی کند تا بتواند در مقابل این همه‌ها بایستد. این نکته مهمی است که وقتی دشمن از یک سمت حمله می‌کند، نباید نیروهای‌مان را به سمت دیگری ببریم. باید به همان سمت رفته و خود را تقویت کنیم. به‌خصوص الان که فضای رسانه‌ای به سمتی رفته که همه‌های مختلف دشمن به سمت حوزه فرهنگ و رسانه است.



از طرفی باید به این مسأله توجه داشت که مقوله فرهنگ، نیاز به جذابیت برای مخاطب دارد. یعنی باید در قالب هنری و جذاب ارائه شود. به همین دلیل مخاطب‌شناسی و پژوهش مربوط به آن، ارزیابی و ارزشیابی برنامه‌ها و میزان تاثیر آنها، هزینه‌هایی است که به ظاهر دیده نمی‌شود. ممکن است بگویند چقدر صداوسیما برنامه تولید می‌کند که بودجه بخواد. در حالی که این‌طور نیست و هزینه‌های جانبی هم وجود دارد. در حقیقت بخشی از بودجه به ارزیابی میزان تاثیرگذاری و نفوذ برنامه‌ها اختصاص می‌یابد. برای این کار هم باید برنامه‌ریزی شود. این مسائل کارهای سخت و بودجه‌بری است که به‌طور قطع نهادی مثل صداوسیمای ملی هم با آن روبه‌روست.

اما باید این پرسش را مطرح کرد که اساسا چرا این همه‌ها از سوی گروه‌های مختلف به سمت رسانه‌ملی روان می‌شود؟ واقعیت این است که این همه‌ها اغلب از سوی اپوزیسیون وارد می‌شود. البته این گروه‌های رقیب هم زیاد شده‌اند و در بخش خصوصی نهادهایی شکل گرفته که محدودیت‌های رسانه‌ملی را ندارند و با توجه به کشش بازار، محتوای خود را تولید می‌کنند و به مرور گستره نفوذ بیشتری پیدا کرده‌اند. در حقیقت محدودیت کمتری داشته و می‌کوشند پیام خود را به شکل جذاب به مخاطب ارائه کنند. به همین علت ممکن است عملا رسانه‌ملی با این کار، قدری به حاشیه رود چون این نهادهای خصوصی از ارزش افزوده‌های بخش خصوصی بهره‌برداری کرده‌اند.

باید این مسأله را در نظر داشت که اهمیت نهادهای فرهنگی همچون صداوسیما در همین مقابله با همه‌ج‌هایی است که گاهی از سوی نهادهای قوی‌تر و گاهی از سوی دشمن مطرح می‌شود.

خاطرات کاغذی

جامدادی توشیا

مریم فلاح، تینترآژ کارتون این طوری شروع می‌شد که عروسک خمیری به نام «پلاستو» در حال قدم زدن روی میز تحریر به بیکاره از حضره‌ای که روی میز بود، به داخل جا می‌زیی می‌افتاد. هر کاری می‌کرد نمی‌توانست بیرون بیاید تا این‌که مداد قرمز جلو می‌آمد و عروسک دست می‌انداخت دور نوک مداد خودش را بالا می‌کشید. یادتان هست وقتی قهر می‌کرد لای تراشه‌های مداد قایم می‌شد؛ بعضی وقت‌ها هم همان جا خوابش می‌برد. وقایع داستان در ارتباط با او و دوستانش یعنی خطکش، مداد، پاک‌کن، قیچی، چسب‌مایع و سوزن بود. محل زندگی این وسایل هم جامدادی دختر مو بلوندی به نام «توشیا» بود که در بعضی از قسمت‌ها او را می‌دیدیم. یکی از قسمت‌ها ماجرای حمله سوزن به لوازم‌التحریر بود. در این میان پاک‌کن نقش سیر را برای عروسک خمیری بازی می‌کرد. بعد از این‌که حمله سوزن به پلاستو بی‌نتیجه شد به سمت چسب مایع رفت و ضریات مهلکی به او وارد کرد. در این لحظه دو پاک‌کن، خطکش را در نقش بارنکا جلو آوردند و بعد از این‌که پلاستو زخم‌های چسب مایع را با چسب کاغذی پانسمان کرد او را به جامدادی منتقل کردند. این کارتون لهستانی به شیوه استاپ موشن تولید شده بود.



کیوانگرداواسکین‌کنید

