رسانه

پنجشنبه :: ۱۸ شهریور ۱۴۰۰ :: شماره ۶۰۲۸

جام جم ۵

اعلام زمان و شبکه پخش فیلم‌های سینمایی آخر هفته سیما

«نفس» تلویزیون تازه می‌شود

فیلم «نفس» به کارگردانی نرگس آبیار جمعه ۱۹ شهریور ساعت ۱۱ با رابط ناشنوایان از شبکه سلامت پخش می‌شود

۶

مدیر رسانه بین‌الملل در گفت‌وگویی مطرح کرد

توجه ویژه به بسترهای جدید عرضه محتوا در سطح بین‌الملل

محمد حق‌شناس در اداره‌کل تامین و رسانه بین‌الملل سیما، به‌عنوان مدیر رسانه بین‌الملل، روزهای پایانی خدمت خود در سازمان صداوسیما را می‌گذراند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی سیما؛ او کار خود را از سال ۱۳۷۲ با همکاری در گروه اقتصاد شبکه یک شروع کرده و دکترای اقتصاد از دانشگاه ملی مالزی را دارد. شاید دانستن فعالیت‌های این حوزه کاری برای مخاطبان سیما جالب باشد به همین دلیل با مدیر رسانه بین‌الملل سازمان صداوسیما همراه شدیم تا از تجربیات و فعالیت‌های این مجموعه برایمان بگوید.

گروه رسانه

برای معرفی این واحد تاریخچه‌ای بگویید.

این مجموعه کار خود را در سال ۷۲ با مشارکت یک شرکت خصوصی آغاز کرد و وظیفه فروش محتوای تولیدی سازمان را برعهده داشت. نخستین بازار فیلم تهران در سال ۷۴ نیز جزئی از کارهای اولیه مجموعه بود. مجموعه حاضر تا سال ۸۷ کار خود را ذیل سیمافیلم ادامه داد؛ که در نهایت برای یکپارچه شدن و ایجاد تمرکز در زمینه خرید و فروش محتوا در سازمان، به‌عنوان بخش رسانه بین‌الملل به اداره کل تأمین برنامه پیوست و من نیز کار خود را از سال ۹۴ در این مجموعه شروع کردم.

مراحل و فرآیند کاری مجموعه چگونه است؟

به‌طورکلی ارائه آثار در عرصه بین‌الملل در سه حالت فروش، مبادله و یا اهدا صورت می‌پذیرد. برای فروش آثار در سطح بین‌الملل، ابتدا محتوای سازمان رصد می‌شود تا آثار قابل‌فروش احصا شود و سپس از نظر فنی و محتوایی آماده‌سازی‌های لازم صورت می‌گیرد. تهیه تیزر آثار، پوستر و اقلام تبلیغاتی با زبان انگلیسی و سایر زبان‌ها، از جمله دیگر فعالیت‌ها برای انجام بهتر بازاریابی است.

در بخش بازاریابی خارجی، یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها، حضور در بازارهای بین‌المللی محتواست. بیش از هشت بازار مطرح در سطح جهان فعالیت می‌کنند که همواره سازمان صداوسیما در این بازارها حضوری فعال داشته است. سازمان صداوسیما با برند IRIB Media Trade همواره در این بازارها حضور دارد و در کنار شرکت‌ها و شبکه‌های بزرگ جهانی به‌عنوان یک برند شناخته شده برای خود اعتبار ایجاد کرده است. این برند، به خریدوفروش محتوای مرتبط با سازمان صداوسیما، کمک قابل توجهی می‌کند. این برند به دلیل ارزشی که طی سالیان طولانی ایجاد کرده است، باید حفظ و تقویت شود.

در این بازارها تمامی بازیگران اصلی حوزه محتوای تلویزیونی حضور دارند. در شرایط کرونا نیز در کنار بخش آنلاین، همچنان بخش فیزیکی و حضوری نیز برقرار بوده و بسیاری از شرکت‌ها به‌صورت حضوری شرکت کردند. در واقع این بازارها خط مقدم عرضه محتوای تلویزیونی در سطح جهان هستند. مجموعه رسانه بین‌الملل اداره کل تأمین برنامه سیما نیز همواره سعی کرده است با شرکت در این بازارها، خط مقدم را حفظ کند و به عرضه محصولات سازمان مبادرت ورزد.

در زمینه فروش محتوا این مجموعه حوزه تحقیقات بازار را نیز در دستور کار خود قرار داد و جهان را به چند حوزه فرهنگی دسته‌بندی کرد تا بر اساس آن بازاریابی کند. درک حوزه‌های فرهنگی می‌تواند به عرضه محتوا کمک‌کننده باشد. به‌عنوان مثال ژانرهای محبوب در حوزه هند با آفریقا یا اروپا متفاوت است و توجه به این جزئیات برای فروش مهم است. بعد از بازاریابی و تعامل، عقد قرارداد مهم می‌شود که قراردادهای بین‌المللی به دلیل اهمیت حق‌رایت در خریدوفروش به‌عنوان یک حوزه تخصصی، باید با دقت بالا صورت گیرد تا در بلندمدت ایجاد مشکل نکند.

حضور در جشنواره‌ها نیز یکی دیگر از فعالیت‌های این واحد است. تاکنون در بیش از ۱۵۰ جشنواره شناخته‌شده شرکت کرده‌ایم که جوایزی نیز به آثار سازمان تعلق‌گرفته است. حضور در این جشنواره‌ها ضمن تقویت برند صداوسیما باعث دیده شدن این آثار شده و به‌عنوان یک مکمل تبلیغاتی برای فروش نیز محسوب می‌شود.

غیر از حضور در بازارها آیا از روش‌های دیگری هم برای فروش آثار استفاده می‌شود؟

بله. ما در حوزه بازاریابی مجازی نیز فعال هستیم و از طریق حضور در پلتفرم‌های آرشیوی مانند سیناندو، محتوای خود را برای بازبینی در اختیار مشاهده‌کنندگان می‌گذاریم. همچنین وب‌سایت مجموعه نیز برای تعامل با مشتریان همواره برقرار بوده و محلی برای ارائه محصولات سازمان است. از طرفی تعامل با شرکت‌های بزرگ توزیع کننده واسط نیز، یکی از روش‌هایی است که برای توزیع آثار مورداستفاده قرار می‌گیرد. این شرکت‌ها محتوا را به‌صورت پکیج به مشتریان عرضه می‌کنند و قرار گرفتن آثار صداوسیما در بسته محتوایی آنها، باعث بهتر دیده‌شدن و خرید آثار در کنار سایر آثار مطرح تلویزیون‌های جهان می‌شود. این امر یک استراتژی مناسب برای بازاریابی است که مورداستفاده ما بوده‌است. اما مهم‌تر از همه این مساله است که امروزه یکی از تحولات مهم حوزه عرضه محتوا در سطح جهان، راه افتادن پلتفرم‌های دیجیتال بین‌المللی است که فرصت بزرگی را در اختیار سازمان صداوسیما برای عرضه مستقیم آثار خود در سطح جهان قرار می‌دهد. از همان ابتدای قدرت گرفتن این پلتفرم‌ها در دهه ۹۰ شمسی، این مهم موردتوجه مجموعه تأمین برنامه و رسانه بین‌الملل بوده است.

فعالیت در این پلتفرم‌ها به شکلی بوده است؟

شروع فعالیت در این حوزه با راه‌اندازی کانال‌های مربوط در این پلتفرم‌ها بود که پس از مدت کوتاهی، هجمه شدیدی علیه این فعالیت صورت گرفت و باعث بسته‌شدن آنها توسط بسیاری از پلتفرم‌ها شد. در بررسی‌های صورت گرفته مشخص شد کانال‌هایی که مالکان شخصی آنها در خارج از سازمان و اغلب در خارج از کشور بودند و توسط افرادی سودجو اداره می‌شدند، از طریق محتوای سازمان کسب درآمد می‌کردند، علیه حضور سازمان در این پلتفرم‌ها پویشی راه‌انداخته‌بودند تا منافع خود را حفظ کنند. ما در این زمینه فعالیت حقوقی خود را صورت دادیم که بیش از ۲۰۰ کانال که در پلتفرم‌های بین‌المللی، محتوای سازمان را عرضه می‌کردند مسدود شدند. درواقع در این فضای جدید، بخش مهمی از کار حفاظت از محتوا است. باید از مالکیت معنوی تولیدات سازمان در سطح جهانی محافظت صورت بگیرد که مورد سوءاستفاده افراد فرصت‌طلب قرار نگیرد و این امر نیازمند فعالیت‌های حقوقی در سطح بین‌الملل است. در این زمینه علاوه بر حضور در پلتفرم‌های بین‌المللی، حضور در پلتفرم‌های اختصاصی کشورها نیز یکی از راهبردهای کسب درآمد ما بوده است.

چه محتواهایی را عرضه می‌کنید؟

فعالیت ما آثار نمایشی و غیرنمایشی را شامل می‌شود. فیلم، سریال، مستند، پویانمایی و حتی موسیقی در حوزه کاری ما قرار دارد. ما موسیقی‌هایی را که تحت مالکیت سازمان صداوسیماست نیز، در پلتفرم‌های موسیقی بین‌المللی عرضه کردیم و همان مسیری که برای آثار نمایشی توضیح داده‌شد، برای آثار موسیقی سازمان نیز دنبال شده‌است. باید توجه کرد حوزه پلتفرم‌های جدید و عرضه محتوا در فضای مجازی در سطح بین‌الملل مکمل فروش برودکست است و باید با تمام توان از این ظرفیت استفاده کرد و اداره‌کل تأمین و رسانه بین‌الملل با دانش انباشته‌ای که در حوزه فروش برودکست دارد می‌تواند در این زمینه نیز متولی امر بوده و این مهم را به سرانجام برساند.

چه مشکلات و چالش‌هایی در حوزه کاری‌تان وجود دارد؟

یکی از چالش‌های اصلی، مساله تحریم‌هاست که تبادلات مالی و حضور در فضای مجازی در سطح بین‌الملل را سخت کرده ولی به‌هرحال باید مقاومت کرد و از طریق روش‌های مختلف این تحریم‌های ظالمانه را دور زد تا خواسته خود را به سرمنزل مقصود برسانیم. بحمدا... توفیقات خوبی در این زمینه داشته‌ایم.

غیر از فروش، به فکر فعالیت‌های مرتبط نیز بوده‌اید؟

بله. طرح‌های مختلفی برای اجرا موجود است. به‌عنوان‌مثال طی مذاکرات با رسانه‌های یکی از کشورهای همسایه، امکان مبادله تولیدات با باکس تبلیغاتی فراهم‌شده‌است. یعنی ما سریال‌های تولیدی سازمان را در اختیار شبکه برای پخش قرار دهیم و به‌جای مبلغ رایت، بخشی از باکس تبلیغات آن سریال را دریافت می‌کنیم تا تیزر محصولات ایرانی در آن باکس‌ها پخش شود. این مساله به توسعه صادرات کالای ایرانی کمک خواهدکرد.

یکی دیگر از طرح‌هایی که در ماه‌های اخیر در اداره‌کل تامین برنامه و رسانه بین‌الملل مطرح گردید، طرح ایجاد سامانه بن هدیه برای اهدای آثار بوده‌است تا از این طریق بتوان به مساله اهدای آثار سازمان به سایر رسانه‌های جهان نظم بیشتری بخشید. طی سال‌های گذشته تلاش‌های ارزشمندی توسط بخش‌های مختلف سازمان به‌منظور توزیع ترویجی تولیدات سازمان صورت گرفته ولی یکی از چالش‌های واگذاری حقوق پخش تولیدات سازمان، نحوه هدیه یا مبادله آنها با سایر شبکه‌ها تلویزیونی کشورهاست. از نظر علم بازاریابی، روش هدیه یا ارائه محصول رایگان می‌تواند در نفوذ در بازارها نقش بی‌بدیلی داشته‌باشد به‌شرط آن‌که کاملا هدفمند و با استراتژی‌های بازاریابی و ترویج هماهنگ باشد.

آیین افتتاحیه رادیو اربعین ۱۴۰۰ برگزار شد

آیین افتتاحیه رادیو اربعین با حضور قائم‌مقام رئیس رسانه ملی، معاون صدا و جمعی از مقامات کشوری و لشکری برگزار شد.

به گزارش جام‌جم، علی بخشی‌زاده معاون صدا در این مراسم که ۱۶ شهریور همزمان با شب اول ماه صفر در سالن سوره حوزه‌هنری برگزار شد با بیان این‌که رادیو اربعین در این چند سال منشأ اثرات زیادی بوده‌است، عنوان کرد: اربعین و مراسم اربعین رژه شیعیان امیرالمؤمنین در مقابل استکبار است و نماد قدرت‌نمایی شیعه به شمار می‌آید.

وی با بیان این‌که اربعین تنها یک مراسم مذهبی کوچک نیست، یادآور شد: اربعین یک جریان خروشان و جاری است و صدای اربعین، فراگیر و عالم‌گیر است.

بخشی‌زاده ماهیت حرکت عظیم اربعین از ۱۴۰۰ سال پیش تا اکنون را ابلاغ پیام حضرت سیدالشهدا دانست.

معاون صدا با اشاره به اثرات اربعین در سه بخش فردی، اجتماعی و بین‌المللی بیان کرد: اربعین صدای پژواک حق‌طلبی سیدالشهدا در کلام حضرت زینب است و زائران در این شکوه بی‌نظیر از تحلیل درس عاشورا به تجلیل مقام والای سیدالشهدا نائل می‌شوند و تجلیل خود را از امام حسین(ع) به بهترین نحو به منصه ظهور می‌رسانند.

جواد تشکری، مدیر رادیو اربعین نیز در سخنانی با اشاره به پیشینه این شبکه‌رادیویی عنوان کرد: رادیو اربعین از امشب (۱۶ شهریور) تا شام غریبان به صورت ۲۴ ساعته فعالیت دارد.

وی همچنین از همراهی مدیران قبلی این رادیو، سازمان‌های مختلف همچون سازمان تبلیغات اسلامی تشکر و قدردانی کرد.

شایان ذکر است این برنامه از شبکه‌های رادیو اربعین، رادیو معارف و شبکه پنج سیما به صورت زنده پوشش داده‌شد.

حجت‌الاسلام نواب نیز در سخنانی با اشاره به مهمان‌نوازی هر ساله عراق از ایرانیان و مردم جهان بیان کرد: امسال وضعیت اربعین با سال‌های قبل فرق دارد. امسال درعراق محدودیت‌هایی برقرار است.

بخشی از این مراسم با مداحی محمدحسین پویانفر همراه شد که ابتدا شعری را خواند سپس دو قطعه مشهور «من ایرانم و تو عراقی چه فراقی چه فراقی...» و «به تو از دور سلام» را با همراهی حاضران اجرا کرد.

در بخش دیگر از این مراسم با حضور خادمان حرم امام رضا (ع) دعای مخصوص ایشان قرائت شد و جمعیت به صورت ایستاده این آیین را همراهی کردند.

ببینید و بشنوید

شبکه یک

۱۱:۳۰	سیمای خانواده
۱۶:۳۰	گزارش هفتگی
۱۸:۱۵	درس‌هایی از قرآن
۲۲:۱۵	مجموعه «افرا»

شبکه دو

۱۳:۲۰	از آسمان
۱۴:۳۰	برنامه کودک و نوجوان
۲۰	ایران
۲۱	یک قرن با حسین(ع)
۲۱:۳۰	سریال «در کنار پروانه‌ها»
۲۳:۳۰	محاکات

شبکه چهار

۱۱	نغمه‌ها (بهمن سراجیان)
۱۶	راهنمای مسافران کهکشان
۱۸	سریال «دوشیره اسکارلت و دوک»
۱۹	رودررو
۲۰:۳۰	فیلم سینمایی «مشت زن»
۲۳	مستند «ظهور خانواده مرداک»

شبکه پنج

۸	سلام تهران
۱۰	مستند ۵
۱۳:۳۰	تماشاخانه (شهر پرندگان)
۱۶:۱۰	پریزاد
۲۰:۲۰	آن سوی دوربین
۲۲:۱۰	ما ایرانی‌ها

شبکه نمایش

۱۳	گوشی قرمز
۱۵	جنون رقابت
۱۷	نهنگ آزاد
۱۹	ما یک باغ وحش خریدیم
۲۱	مجردها
۲۳	بیست و چهارم

شبکه نسیم

۱۹	شبکه کوچک
۲۰	نسیم آوا
۲۰:۳۰	ورزشیا
۲۱	قاصدک
۲۲:۳۵	اجاق
۲۳	نبرد ربات‌ها

شبکه آی‌فیلم

۱۷	دختران حوا
۱۸	تولدی دیگر
۱۹	ایلدا
۲۰	پرگار
۲۱	آمین

شبکه تماشا

۱۹	بخش قلب
۲۰	دل‌دار
۲۱	بوم و بانو
۲۲	پزشک دهکده
۲۳	طعمه

شبکه‌های رادیویی

۹:۰۵	رادیو اقتصاد/ شاخه‌های طلایی (بررسی آخرین دستاوردهای مراکز تحقیقاتی علمی کشور در حوزه باغبانی
۱۱:۴۵	رادیو ایران/ ایران را بشنوی
۱۶	رادیو جوان/ جوان‌پسند
۱۶:۳۰	رادیو سلامت/ همسر من
۱۸	رادیو فرهنگ/ جهان ترجمه
۲۰	رادیو گفت‌وگو/ ایران قرن پانزده
۲۰:۱۵	رادیو قرآن/ کلام خوبان
۲۲	رادیو ورزش/ پنجره‌ای رو به شب