



گزارش پشت صحنه سری جدید برنامه «قند پهلوی» در شبکه آموزش

قند پهلوی

چگونه شیرین تر شد؟

صفحه ۴

ویرترین جهانی جام جم

علی افشار

حضور جهانی آثار تلویزیونی، یکی از اهداف مهم مدیران سیما در مقطع فعلی است. در سه دهه اخیر، تولیدات تلویزیونی کشور ما، همپای تولیدات سینمایی در مجامع مختلف برون مرزی دیده شده و مورد استقبال قرار گرفته است. حمایت تلویزیون از تولید فیلم‌های سینمایی و نقش تلویزیون در فروش آثار، موجب شده است آثار مختلفی از ایران در بازارهای جهانی دیده شود و از سوی خریداران تلویزیونی کشورهای مختلف، مورد استقبال قرار گیرد. این اتفاق درباره کارهای مستند، انیمیشن و سریال‌های ایرانی نیز به شکل‌های مختلف روی داده است، اما این که حجم این تعاملات برون مرزی در مقاطع مختلف تاریخی، با افت و خیزهایی روبه‌رو بوده، بحث دیگری است که به نظر می‌رسد برای ساماندهی آن باید طرحی نو در انداخت و آن را - همان‌طور که در اهداف سومین جشنواره تلویزیونی جام جم مورد اشاره قرار گرفته - به عنوان یک هدف مهم به فعلیت درآورد.

امسال جشنواره تلویزیونی جام جم توانست با ایجاد بخش بین الملل و بهره گرفتن از حضور داوران و مهمانان خارجی، اولین گام‌ها را برای بسترسازی تعاملات بین المللی بردارد. در ادامه این مسیر، اگر بازاریابی آثار ایرانی در کنار خرید آثار خارجی، جدی تر گرفته شود، سریع تر می‌توان به هدف‌های ترسیم شده، دست یافت.

کارهای تلویزیونی ایرانی به عنوان آثار اخلاق‌گرا، قصه‌گو و جذاب، تاکنون توانسته است با مخاطبان کشورهای هم‌سو ارتباط برقرار کند و قطعا می‌تواند به شرط کار گسترده و جدی در زمینه بازاریابی و تعاملات بین المللی، با مخاطبان گسترده‌تری در ارتباط باشد.

یکی از نکات جالب توجه در این میان، بالا بودن نسبی کیفیت آثار ایرانی نسبت به آثار تولید شده در کشورهای منطقه است؛ نکته‌ای که داوران بخش بین الملل جشنواره جام جم نیز به آن اذعان داشتند و به عنوان نمونه، رسماً اعلام کردند کارهای ایرانی تولید شده درباره بیداری اسلامی، به این دلیل که فاصله کیفی زیادی از کارهای کشورهای عربی داشتند، از شرکت در این بخش رقابتی کنار گذاشته شدند و این موید فاصله کارهای تلویزیونی ایرانی با کشورهای منطقه است.

ویرترین جهانی جشنواره جام جم، امسال به چشم آمد، اما هنرمندان و برنامه‌سازان سیما نیز باید با مشارکت در تولید، این ویرترین را روبروتر از گذشته شکل دهند. شناخت زبان جهانی و به کارگیری این زبان در تولیدات تلویزیونی، خواهد توانست جدا از انتخاب درست مضامین جهانشمول، به ارتقای آثار در بعد فرامرزی کمک کند، زیرا قطعا برنامه بلندمدت در زمینه صادرات فرهنگی تلویزیون، محدود به کشورهای اطراف نخواهد بود و آن‌گاه باید در زمینه ایده و ساختار، بیشتر از این به فکر رعایت استانداردها و تأثیرگذاری اثر تلویزیونی بر مخاطبان گسترده‌تر بود.

سام درخشانی / وسواس در انتخاب نقش



بسیاری از بازیگران کم‌کار، علت کم‌کاری و گزیده‌کاری خود را وسواس در انتخاب نقش‌ها می‌دانند، اما سام درخشانی - که امسال سه سریال ماتادور، پژمان و آوای باران را از او دیده‌ایم - از جمله بازیگران پرکار تلویزیون است که می‌گوید در انتخاب نقش‌هایش وسواس زیادی به خرج می‌دهد.

او که این روزها با نقش نادر در سریال آوای باران دیده می‌شود، درباره انتخاب نقش در سریال‌های تلویزیونی گفته است: دقت و وسواسم در انتخاب نقش بیشتر شده است. این اواخر در تلویزیون پیشنهادهای زیادی داشته‌ام، اما بهترین‌ها را انتخاب کرده‌ام. درخشانی درباره دلیل انتخاب این رویکرد می‌گوید: با بالا رفتن سن، تجربیات آدم هم افزایش پیدا می‌کند و شاید این نگاه از اینجا ناشی شده باشد. در شرایط فعلی، آزادی عمل بیشتری برای انتخاب نقش‌ها دارم.

او درباره بازی در سریال آوای باران گفته است: دیدن این نوع شخصیت‌ها و سنجش اعمال و رفتارشان برای مخاطب در حکم تلنگری است که مواظب کارهایشان باشند. نادر در این سریال شخصیتی منفی است. بازیگر باید بتواند هر نقشی را با هر خصوصیتی بازی کند. ویژگی منفی شخصیت نادر، زیاده‌خواهی اوست و شخصیتی که آن را بازی می‌کنم، از من خیلی دور است.

امید زندگانی / روز از نو، روزی از نو



این روزها حضور بازیگران در برنامه‌های زنده به عنوان مهمان یا مجری باعث جذاب‌تر شدن هر چه بیشتر برنامه‌ها می‌شود. امید زندگانی نیز از بازیگرانی است که هفته گذشته به عنوان مجری سری دوم برنامه صبحگاهی روز از نو شبکه دوم سیما، جلوی دوربین قرار گرفت.

زندگانی که به عنوان بازیگر تلویزیون و مجری در نزد مردم شناخته شده، درباره این که چرا به عنوان مجری در برنامه روزازنو حضور دارد، گفته است: همیشه به اجرا علاقه داشته‌ام و تجربه این کار را نیز در سال‌های قبل دارم. ترجیح می‌دهم بازی کنم، اما به چند دلیل از جمله علاقه و تجربه و مسائل اقتصادی، برای اجرا هم به تلویزیون می‌روم. یک نکته دیگر هم وجود دارد و آن این که خیلی‌ها ترجیح می‌دهند با گروه خود که با هم آشنایی دارند، کار کنند و این، کار را برای برخی بازیگران سخت می‌کند.

زندگانی که پیش از این تجربه اجرا داشته و مرد دو هزار چهره و روییدن در باد جزو سریال‌هایی بوده که در آن حضور داشته، اخیراً در جزیره کیش، دوره غواصی حرفه‌ای را گذرانده و با دوربین خود زیر آب عکاسی و فیلمبرداری می‌کند.

فریب نادری / درگیر دنیای حقیقی



برنامه تلویزیونی کافه سوال، هفته گذشته در فصل دوم خود - که به بررسی زوایای پیدا و پنهان شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد - میزبان فریبا نادری بازیگر سریال‌های تلویزیونی بود. نادری برخلاف مهمانان دیگری که در برنامه حاضر شده بودند، گفت صفحه‌ای در فیسبوک ندارد چرا که آن قدر درگیر دنیای حقیقی است که وقت نمی‌کند به دنیای مجازی بپردازد. البته او گفت در برخی شبکه‌های اجتماعی صفحاتی به نام فریبا نادری ایجاد شده که هیچ کدام متعلق به او نیست. نادری در این برنامه درباره

این که چرا عضو شبکه‌های اجتماعی نیست، گفت: به دردسرش نمی‌ارزد بروم یک صفحه ایجاد کنم و زمان بگذارم تا بگویم آن چند صفحه تقلبی است و این صفحه اصلی من است! به همین دلیل به آن شبکه اجتماعی خاص ورود نکرده‌ام و فعالیتی در آن ندارم. متأسفانه یا خوشبختانه این شبکه‌های اجتماعی برای بعضی دوستان جذابیت زیادی دارد و به این شبکه‌های اجتماعی خیلی شخصی نگاه می‌کنند.

او در برنامه کافه سوال همچنین گفته است: برای قسری که دیده می‌شوند و ویرترین دارند، قدری دردناک است که همه می‌آیند و می‌خواهند از ریزترین مسائل زندگی آنها اطلاع پیدا کنند، اما فکر می‌کنم اگر به زیرساخت‌ها توجه شود، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مفید خواهد بود.

رضارویگری / انتقال به بخش عمومی بیمارستان



بستری شدن رضارویگری در بیمارستان، او را به عنوان یکی از خبرسازان هفته گذشته مطرح کرد. رضارویگری که بازی در نقش کیان سریال مختارنامه از نقش‌های ماندگارش محسوب می‌شود، سیزدهم دی ماه به دلیل وجود لخته در خون و رد کردن سکنه مغزی در بیمارستان بستری شد. او تا پیش از بیماری مشغول بازی در پروژه معراجی‌ها به کارگردانی مسعود ده‌نمکی بود و چند روز پیش، از آی.سی.یو به بخش عمومی منتقل شد.

همسر این بازیگر درباره بیماری او گفته است: رضارویگری دو سال پیش طی یک عمل قلب، ضربان قلبش کنترل شد و برای ادامه مداوا نیاز به مصرف قرصی بود که از لخته شدن خون جلوگیری می‌کرد ولی متأسفانه یک سال و نیم از مصرف قرص خودداری کرد و چون به دنبال ورزش و مصرف غذای سالم بود، نیازی به مصرف قرص نمی‌دید که این مساله باعث لخته شدن خون در سرش شد.

به نظر می‌رسد، با آغاز به کار مجدد سریال معراجی‌ها - که به دلیل حادثه انفجار پشت صحنه آن مدتی با وقفه روبه‌رو شد - رضارویگری نیز بتواند به این پروژه بپیوندد و بار دیگر جلوی دوربین ظاهر شود.

ستاره اسکندری / بر خورد مثبت جامعه با یک نقش



پرداختن به سوژه‌های اجتماعی در سریال‌های تلویزیونی، این سریال‌ها را همیشه با مخاطب گسترده‌تری روبه‌رو کرده است. ستاره اسکندری که در سریال‌هایی با موضوعات اجتماعی مثل نرگس و مرگ تدریجی یک رویا بازی کرده و مدتی قبل نیز بازی‌اش را در مجموعه همه بچه‌های ما دیدیم، درباره تجربه بازی در سریال‌های اجتماعی گفته است: معتقدم باید به سوژه‌هایی که دغدغه مردم است بیشتر بپردازیم. بعد از سال‌ها دوری از یک سوژه اجتماعی، همه بچه‌های ما با سوژه‌ای خاص از تلویزیون پخش شد که موضوع آن باید غم همه مردم ایران زمین

باشد. اگر چنین کارهایی بیشتر ساخته شود و بیشتر به موضوعاتی چون کودکان کار بپردازند، شاید در آینده ایرانی داشته باشیم که در آن، کودک کار وجود نداشته باشد و این آرزوی همه است. این بازیگر سریال‌های تلویزیونی درباره علت پذیرفتن نقش خود در همه بچه‌های ما گفت: ما توقع داریم سریال‌های تلویزیونی سطح فرهنگی مردم را ارتقا دهد و این سریال توانست بخوبی این کار را انجام دهد. تمام روزهایی که این کار پخش می‌شد وقتی سوار ماشین می‌شدم، راننده‌ها از من پولی نمی‌گرفتند و می‌گفتند همین که به دغدغه مردم پرداختی، از شما ممنونیم!

احمد کاوری / اراضی از دیده شدن «خواب بلند»



احمد کاوری کارگردان مینی‌سریال خواب بلند در نشست که بعد از پخش این مجموعه تلویزیونی برگزار شد، رضایت خود را از استقبال مخاطبان تلویزیونی و ارتباطی که آنها با این کار برقرار کردند، اعلام کرد و گفت: تصورم این بود که سریالی با شش قسمت خیلی دیده نمی‌شود و صدا و سیما می‌خواهد آزمون و خطایی در این زمینه انجام دهد ولی آن قدر استقبال خوب بود که باورم نمی‌شد.

او گفت: موضوع اصلی ما اختلاف بین دو آدم بود؛ زن و شوهری که در مسائل خانوادگی و تفکر خودشان و در شغل و جایگاهی که برای

خودشان انتخاب کرده‌اند دچار اختلافند ولی هر دو یک راه را طی می‌کنند تا به هدف واحدی برسند که همان حضور در انتخابات و کمک برای روشنگری مردم و کمک به انتخاب درست بود. این سریال به بصیرت و آگاهی مردم می‌پرداخت. تمام طیف‌هایی که تصور می‌کردیم از انتخاب ۸۸ دلگیرند، باز هم در انتخابات شرکت کردند. ۹ دی خودش نشان‌دهنده آگاهی پیدا کردن مردم است و این که درست‌ترین انتخاب را داشتند. این سریال همین را می‌گوید که مردم با همه تبلیغات و همه‌ها بازیچه رسانه‌های غربی نمی‌شوند و راه درست را انتخاب می‌کنند. ما به عنوان یک رسانه تصویری، راه درست را به مردم نشان می‌دهیم و انتخاب را به عهده خودشان می‌گذاریم.

گفت و گو با مهشید افشارزاده، بازیگر سینما و تلویزیون

بدم نمی‌آید سریال سازی را تجربه کنم

آزاده صالحی

مهشید افشارزاده، یکی از بازیگران عرصه سینما و تلویزیون است. او در کارنامه بازیگری خود بازی در فیلم‌هایی چون بایسیکل‌ران، آقای رئیس جمهور، دختر م سحر، مردی در آینه، افسانه آه و بچه‌های طلاق را ثبت کرده است. افشارزاده سال‌های اخیر نیز در مجموعه‌های تلویزیونی مانند برگ و باد و ملکوت به ایفای نقش پرداخته است. این بازیگر - که در هفتمین جشنواره فیلم فجر برای بازی در فیلم بایسیکل‌ران نامزد دریافت سیمرغ بلورین بهترین بازیگر نقش مکمل شد - طی سال‌های اخیر به فیلمسازی روی آورده و در سری دومین جشنواره فیلم فجر با فیلم «پنج ستاره» در بخش نگاه نو حضور دارد. با او درباره تجربه بازی در سریال‌های تلویزیونی به گفت‌وگو نشستیم.

شما بازیگری هستید که تجربه حضور در سینما و تلویزیون را داشته‌اید؛ فکر می‌کنید کدام یک از این دو وادی بر دیگری ارجحیت دارد و می‌تواند برای شما به عنوان بازیگر راضی‌کننده باشد؟

همه چیز به بازیگر بستگی دارد، برای من بازی در سینما یا تلویزیون تفاوتی نداشته است. گرچه در هر دو رسانه، کارها به لحاظ کارگردانی، شرایط مالی و زمان ساخت با مسائلی روبه‌روست، اما ماهیت بازیگری در هر دو یکسان است و این بازیگر است که باید خلاقیت و تکنیک لازم را برای ارائه بازی شسته رفته و مطلوب ارائه دهد.

رویه حضور بازیگران جوان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با جوانگرایی گسترده موافق نیستم. من در جایگاه یک بیننده تلویزیونی، اگر ببینم در سریالی بازیگر شاخص و چهره بازی نمی‌کند، آن‌طور که باید، علاقه‌ای برای پیگیری سریال نشان نمی‌دهم. به هر روی، کارگردان‌های سریال‌های تلویزیونی چندسالی است این رویه را در پیش گرفته‌اند. اگر این روند حساب‌شده باشد، حرفی نیست اما بویژه طی سال‌های اخیر، برخی سازندگان سریال‌های تلویزیونی با هدف زنده و متخصص، از بازیگران آماتور استفاده می‌کنند که به کار ضربه می‌زند و شاید در درازمدت به ریزش مخاطب منجر می‌شود.

طی سال‌های اخیر با مجموعه تلویزیونی ملکوت در تلویزیون فعالیت کرده‌اید. نظرتان راجع به نقش‌تان در این سریال چیست؟

در سریال ملکوت، با آن که نقش من منفی بود، بازخورد مطلوبی نزد

مردم در قاب

آشتی با تلویزیون

رکسانا قهقرایی

دلش می‌خواست طرح پژوهشی‌اش زودتر به پایان برسد، به شرکت‌ها و مراکز مختلف مراجعه می‌کرد و هر کس را که به نظرش می‌رسید می‌تواند در رسیدن به هدف کمکش کند به همراهی می‌طلبید.

آقای ساداتی در رشته ارتباطات مقطع دکتری تحصیل کرده موضوع پایان‌نامه‌اش تاثیر هويت‌شناختی تعامل با رسانه‌های ملی در محیط غیر سرزمینی بود. این موضوع باعث شده بود برخلاف میلش به دیدن بعضی برنامه‌های تلویزیونی بنشیند و هراز گاه پیچ رادیو را به قصد گوش دادن اجمالی برنامه‌های آن بچرخاند. این رابطه اگرچه ابتدا با بی‌حوصلگی و غرزدن همراه بود، اما

مخاطبان داشته، اما بتدریج و از یک جایی نقش من کمرنگ شد و توجه به سمت دختر جوان سریال رفت.

نکته‌ای که برخی بازیگران درباره کارهای تلویزیونی اشاره می‌کنند، نبود فیلمنامه منسجم است، نظر شما در این باره چیست؟

من هم با این مساله موافقم که اکنون، کمتر به فیلمنامه قوی برمی‌خوریم. هم در سینما و هم در تلویزیون، مدت‌هاست با ضعف فیلمنامه مواجهیم. وقتی فیلمنامه که پایه و اساس اثر را تشکیل می‌دهد، از انسجام و قوت برخوردار نباشد، این مساله به دیگر عوامل کار ضربه می‌زند و بر کیفیت کل کار اثرگذار خواهد بود.

با توجه به این که تلویزیون فراگیرتر از سینماست و مخاطبان وسیع‌تری را در بر می‌گیرد، فکر می‌کنید جای پرداختن به چه مفاهیمی در سریال‌های تلویزیونی خالی است؟

این که می‌گویند تلویزیون، فراگیرتر از سینما عمل می‌کند صحیح است، اما فراموش نکنیم کارگردانی باید به عرصه تلویزیون وارد شود که با مولفه‌های کار در رسانه آشنایی داشته باشد و شناخت و اشراف به این مولفه‌ها نشأت گرفته از آگاهی و تجربه است. چه بسا

کارگردانی بوده‌اند که در ساخت فیلم‌های سینمایی موفق بوده‌اند اما در تلویزیون نتوانسته‌اند به ساخت سریال‌های خوب بپردازند و موفقیت خود را در این رسانه تکرار کنند. دلیل شکست این است که آنها مولفه‌های سریال سازی و فعالیت در تلویزیون را بلد نبوده‌اند. از سوی دیگر همواره بر این باورم که اگر یک کارگردان بخواهد ملهم از مسائل روز جامعه به ساخت سریال یا فیلم بپردازد، می‌تواند عملکرد موفقیت‌آمیزی داشته باشد، اما اگر دایره سریال سازی به ساخت آثار کلیشه‌ای و سفارشی محدود شود، نتیجه‌اش روبرگرداندن مخاطب از تلویزیون و رفتن به سمت سریال‌های بی‌محتوای ماهواره می‌شود. باید روی نقاط ضعف سریال‌ها کار و آنها را به نقطه قوت بدل کنیم. به عنوان نمونه، مهم‌ترین مشکلی که امروز در سریال‌های تلویزیونی دیده می‌شود، این است که اغلب سریال‌های تلویزیونی از شروعی خوب برخوردارند، ولی پایان‌بندی باورپذیر ندارند.

مدت‌هاست از بازیگری فاصله گرفته‌اید و بیشتر روی فیلمسازی متمرکز شده‌اید. در جشنواره امسال فیلم فجر هم فیلم پنج ستاره را از شما خواهیم دید. اگر بخواهید کارگردانی تلویزیونی را تجربه کنید، سعی می‌کنید به طور مشخص از چه درونمایه‌ای برای ساخت سریال استفاده کنید؟

بیشتر تمایل دارم روی مشکلات زنان در جامعه کار کنم، بویژه زنانی که شوهر خود را از دست داده‌اند و با مشکلات زیادی دست به گریبان هستند. همین‌طور مقوله بی‌کاری جوانان که به نظرم معضل بزرگی برای اغلب خانواده‌هاست. به هر حال بدم نمی‌آید سریال سازی را تجربه کنم. اگر قرار باشد در این وادی فعالیت کنم، سعی می‌کنم به سمت و سوی مفاهیمی بروم که برای مخاطب قابل لمس باشد و بداند دردهایش در قالب سریال تلویزیونی آسیب‌شناسی شده است.

ظاهراً سریال دیگری هم آماده پخش دارید؛ کاری از علی ژکان که قرار است روی آنتن برود.

بله، این سریال «قهر و آشتی» نام دارد و آقای ژکان آن را ساخته است. متأسفانه مدتی است که این کار به دلیل مشکلاتی در زمینه تأمین بودجه تعطیل شده است. امیدوارم موانع پیش روی سریال هرچه زودتر مرتفع شود و کار پس از مراحل نهایی، از تلویزیون آماده پخش شود.

دریافت اطلاعات از مجراهای ارتباط خودی در فضایی که شاید گاه سدسرزمینی عمل می‌شود، می‌تواند دلچسب و قابل اتکا باشد.

این هدف به مدد رسانه‌ها البته از نوع مجازی آنها میسر شد. آقای ساداتی با ایرانیان مقیم کشورهای خارجی ارتباط برقرار کرد و فرم طراحی شده‌اش را برای پاسخگویی در اختیار آنان قرار داد، ضمن این که به برخی سوالات هم از طریق گفت‌وگو پاسخ داده می‌شد. این مرحله نزدیک به سه ماه طول کشید. پس از آن، تنظیم و جمع‌بندی داده‌هایی که طی پژوهش به دست آمده بود، آغاز شد و پروژه نیمه‌کاره آقای ساداتی بدون حمایت هیچ مرکز و سازمانی با نتیجه موفق به پایان رسید.

صرف‌نظر از نتایج کمی و کیفی به دست آمده از تحقیق، آقای ساداتی حالا به بیننده پر و پا قرص تلویزیون و مخاطب جدی رادیو تبدیل شده بود.

تلویزیونی‌های امسال جشنواره فیلم فجر

احمد رضا علیزاده

امسال هم کارگردان‌هایی که کار خود را از تلویزیون آغاز کرده‌اند، در سی و دومین جشنواره فیلم فجر حضور فعال دارند. نکته قابل توجه در این زمینه را می‌توان حجم بالای فیلمسازان اولی جشنواره امسال دانست و این که درصدی از این تعداد قابل توجه را کارگردانی‌های تشکیل می‌دهند که به معنای واقعی کلمه، فیلم‌اولی نبوده‌اند و کار خود را از کارگردانی فیلم‌های تلویزیونی آغاز کرده‌اند.

امسال جمشید محمودی - که فیلم چندمتر مکعب عشق را در بخش مسابقه و بخش نگاه نوی سی و دومین جشنواره فیلم فجر دارد - از جمله کارگردانی‌های است که در سال‌های گذشته چند فیلم تلویزیونی مانند می‌تونه آخرش باشه، کور گره و چهارحرفی را ساخته است.

سیدجلال دهقانی اشکذری که در بخش نگاه نو با فیلم خانهای کنار ابرها حاضر است، پیشتر چند فیلم تلویزیونی مثل هدیه‌ای برای آسمان و دویدن برای پشیمانی را ساخته است.

فیلم سینمایی ناخوابسته به کارگردانی برزو نیک‌نژاد از دیگر فیلم‌های جشنواره امسال است. نیک‌نژاد به عنوان دستیار با کارگردان‌های تلویزیونی کار کرده و نگارش چند سریال را در کارنامه دارد.

ایمان افشاریان هم که با کارگردانی مشترک فیلم فردا در بخش نگاه نو جشنواره حضور دارد، پیش از این چند فیلم تلویزیونی مانند شانزده، اینجا پرند و بود و مار و پله را ساخته است.

مجیدرضا مصطفوی هم که با انارهای نارس در جشنواره فیلم فجر حضور دارد، پیش از این در تلویزیون، تله‌فیلم‌هایی چون دیوار آجری را ساخته و تدوین کارهای تلویزیونی را هم عهده‌دار بوده است. اما منوچهر هادی که امسال با چهارمین فیلم بلند سینمایی‌اش با نام «زندگی جای دیگری است» در بخش مسابقه جشنواره فیلم فجر حضور دارد، کار خود را با ساخت فیلم‌های تلویزیونی آخرین روز ماه، تضادف، فرصت‌های فردا و کوچه محجوب آغاز کرده است.

رضا عطاران که کار بازیگری و کارگردانی مجموعه‌های داستانی را از تلویزیون شروع کرد، امسال بعد از خوابم می‌آد، دومین فیلم بلند سینمایی خودش با نام ردکارپت را در بخش مسابقه دارد.

جز عطاران، سعید آقاخانی نیز امسال بعد از سال‌ها بازی در کارهای طنز و نویسندگی و کارگردانی سریال‌های تلویزیونی، اولین فیلم بلند سینمایی خودش با نام لامپ صد را ساخته که در بخش نگاه نو جشنواره امسال آن را خواهیم دید. از برخی فیلمسازان با تجربه جشنواره امسال هم می‌توان به‌عنوان افرادی نام برد که کار خود را از تلویزیون شروع کرده‌اند. بهروز افخمی از کارگردان‌هایی است که ابتدا در تلویزیون به عنوان مدیر گروه فیلم و سریال فعالیت می‌کرد و بعد از ساخت سریال کوچک جنگلی و نسخه سینمایی آن (تفنگ‌های سحرگاه) راهی سینما شد. از او امسال فیلم آذر، شهذخت، پرویز و دیگران را در جشنواره خواهیم دید. سیدرضا میرکریمی هم که با سریال بچه‌های مدرسه همت و چند کار تلویزیونی دیگر شناخته شده، امسال فیلم امروز را در بخش مسابقه دارد. همچنین محمدمهدی عسگرپور که در دهه‌های گذشته از مدیران شبکه دو سینما بود و همچنان با ساخت سریال در تلویزیون فعال است، امسال با آخرین کارش با نام میهمان داریم در جشنواره و بخش مسابقه حاضر است.

باید دید تلویزیونی‌های جشنواره امسال بر پرده نقره‌ای چگونه می‌درخشند و چه حرف‌هایی برای گفتن دارند.

قند پهلو چگونه شیرین تر شد؟

گزارش پشت صحنه سری جدید برنامه «قند پهلو» در شبکه آموزش



سیما پویا

ساعت حدود ۱۰ شب یکی از روزهای سرد دی ماه برای تهیه گزارشی از سری دوم برنامه قند پهلو در شبکه آموزش به استودیوی شماره ۲۴ واقع در خیابان الوند می‌روم. وارد استودیو می‌شوم، جنب و جوش خاصی بین عوامل سازنده به چشم می‌خورد. امیر قمیچی، تهیه‌کننده قند پهلو داخل استودیو با عوامل درباره چیدمان دکور صحبت می‌کند. یکی از حاضران می‌گوید: تقریباً ۲۰ دقیقه دیگر استودیو آماده است و ضبط شروع می‌شود. در این فرصت از قمیچی درباره تولید سری تازه برنامه می‌پرسم که می‌گوید: بعد از پخش سری اول قند پهلو در ماه مبارک رمضان و استقبال مخاطبان، شبکه آموزش سیما تصمیم به ساخت سری دوم گرفت و بیست و دوم دی به‌عنوان زمان پخش سری جدید در نظر گرفته شد؛ برنامه‌ای که هر شب ساعت ۲۱ روی آنتن می‌رود و روز بعد ساعت ۱۱ بازپخش می‌شود. در سری دوم سعی کرده‌ایم برنامه تلفیقی از طنز و آیت‌های دیداری باشد. به همین منظور نسبت به سری قبل، ۴۰ درصد تغییر کرده است.

قمیچی همچنین می‌گوید: از ویژگی‌های این سری، رقابت چهار طنزپرداز زن با هشت طنزپرداز مرد است. این دوستان از سایر نقاط ایران به تهران آمده‌اند و معدل سنی افراد بین ۲۲ تا ۶۵ سال است. با همکاری این طنزپردازان در محیطی فرهنگی، طنز مکتوب به طنز دیداری بدل می‌شود.

از بخش‌های جدیدی که در سری جدید قند پهلو به برنامه اضافه شده، آیت‌نور، صدا، دوربین، لبخند، معرفی کتاب طنزپردازان معاصر، خالی‌بندی شاعرانه و هدفمندی محیط زیست است. ۱۲ برنامه قند پهلو در استودیو ضبط می‌شود و مرحله فینال (یا به قول دست‌اندرکاران برنامه مرحله خیلی خیلی نهایی!) با حضور دو شرکت‌کننده در فرهنگسرای اندیشه تصویربرداری خواهد شد.

رضا رفیع، مجری و سردبیر محتوایی برنامه قند پهلو درباره سری جدید برنامه می‌گوید: برنامه بصری‌تر شده و ما ادبیات طنز را با حوزه‌های مختلف هنری گره زده‌ایم تا برنامه شیرین‌تر شود.

رفیع که هدایت بخش محتوایی از نقطه صفر تا نظارت بر شعاری که در برنامه خوانده می‌شود به عهده اوست، می‌گوید: خوشبختانه خانم‌ها پا به میدان رقابت گذاشته‌اند، هرچند به دلیل حجب و حیا، نگاه خانم‌ها به مسائل متفاوت است، ولی همین تفاوت باعث لطیف و شیرین‌تر شدن برنامه می‌شود.

ساعت ۲۲ و ۲۰ دقیقه است که ضبط برنامه شروع می‌شود. از رضا رفیع می‌خواهند کمی جلوتر بیاید. می‌گوید: شانس آوردم، فاصله کله قندها چند سانتی‌متر نسبت به سری قبل بیشتر شده است، چون نباید از بین کله قندها فاصله بگیرم. البته خدا را شکر پهنای من مثل پهنای اینترنت مختصر و مفید است و بین کله قندها جا می‌گیرم! سخنی که با خنده حضار روبه‌رو می‌شود. در برنامه امشب، سعیده موسوی‌زاده از مشهد، رضا احسان‌پور از اصفهان و فرامرز ریحان صفت از گیلان با یکدیگر رقابت می‌کنند. آیت‌های برنامه ضبط می‌شود و شهرام شکبیا و ناصر فیض به‌عنوان داوران، به شرکت‌کنندگان امتیاز می‌دهند. در این میان، نکته جالب توجه، نوع امتیازدهی داوران است. شهرام شکبیا خطاب به ناصر فیض می‌گوید: ناصر چرا اذیت می‌کنی؟ در امتیازدهی چرتکه می‌اندازی؟ و ۱۷ و ۲۵ صدم! فیض

و جای می‌آورند. در همین فرصت، نظر شهرام شکبیا را درباره سری جدید برنامه می‌پرسم.

او می‌گوید: وجه اصلی برنامه مسابقه نیست، بلکه می‌خواهیم مردم با حوزه ادبیات طنز بیشتر آشنا شوند اما به دلایلی در سری جدید، شیوه داوری تغییر کرده است. نوع امتیازدهی من و ناصر فیض سبب می‌شود با هم در حال شوخی باشیم که برای خودمان هم جالب است. ناصر فیض می‌گوید: تمام امتیازاتی که یک فرد می‌گیرد، با هم جمع و تقسیم بر دو می‌شود. سپس امتیاز کلی اعلام می‌شود. از او می‌پرسم بعضی جاها بر حسب صدم نمره می‌دهید. دلیل خاصی دارد؟ فیض می‌گوید: نه، چون اختلاف امتیازات شرکت‌کنندگان در مسابقه کم است، مجبور می‌شوم این‌طور نمره بدهم. احسان‌پور دوباره گرم می‌شود. او با خنده می‌گوید: تصویر من را زیاد نشان دهید. شاید گشایشی اتفاق بیفتد و بخت من باز شود.

فیض می‌گوید: با آن شعری که تو گفتی، اگر ۹۹ ساله هم بشوی، وضعیت تو همین است.

ساعت یک و ۱۰ دقیقه نیمه‌شب است. آیت‌نور خالی‌بندی شاعرانه به‌عنوان آخرین بخش برنامه ضبط می‌شود. در نهایت، سعیده موسوی‌زاده و رضا احسان‌پور به مرحله دیگر می‌روند. رضا رفیع می‌گوید: قبل از ضبط قسمت دیگر برنامه اجازه دهید شام بخورم. چیزی نمانده بود مثل سری اول قند پهلو غش کنم! البته غش کردن من از نوع غش کردن به سمت یک تیم فوتبالی نیست، بلکه ناشی از خستگی کار است!

با اتمام برنامه از قمیچی می‌خواهم درباره ایده‌های آینده خود برای این برنامه بگویم. تهیه‌کننده قند پهلو در حالی که خسته‌تر از سه ساعت پیش است، می‌گوید: همزمان با ایام دهه فجر، اولین قندواره لبخند فجر از شبکه آموزش سیما پخش می‌شود. همچنین تلاش می‌کنیم در تعطیلات نوروز ۹۳ مرحله خیلی خیلی خیلی نهایی! (فینال فینالیست‌ها) در قالب ۱۳ برنامه قند پهلو روی آنتن شبکه آموزش برود. ساخت برنامه قند پهلو کار سختی است، اما به دلیل بازخورد خوبی که از مخاطبان گرفته‌ایم و به پاس احترام به مخاطبان رسانه یک‌بار دیگر این تجربه سخت، اما شیرین را تکرار کرده‌ایم.

دارند، ذهن مخاطب نیز خلاق می‌شود و نگاهش نسبت به فیلم‌های طنزی که می‌بیند، ارتقا پیدا می‌کند. شاید این بخش بتواند علاقه‌مندان سینما را به دیدن برنامه‌های طنزی همچون قند پهلو ترغیب کند. در ضمن یک باب جدید در ذهن فیلمنامه‌نویسان طنز باز می‌شود تا از ظرفیت ادبیات طنز در حیطه سینما و کمدی بیشتر استفاده بشود.

صائمی البته به این نکته اشاره می‌کند طنزی که دوستان درباره بخش‌هایی از فیلم‌ها می‌گویند، تمسخرآمیز نیست، بلکه نوعی شوخی است. او می‌گوید: همان‌طور که مهرجویی در فیلم نارنجی‌پوش با فیلم هامون خودش شوخی می‌کند، ما هم این شوخی را در برنامه قند پهلو استفاده می‌کنیم. گفتن بعضی چیزها با زبان طنز و شوخی دلنشین‌تر است.

در ادامه، نوبت به احسان‌پور می‌رسد تا شعر خود را بخواند و دوباره قبل از خواندن شعر توضیحاتی می‌دهد. شهرام شکبیا می‌گوید: اگر برای ما حداقل عقلی قائل باشی، توضیح نمی‌دهی! احسان‌پور می‌پرسد حداقل شما چقدر است؟ شکبیا می‌گوید: حداقلی که می‌خواهی برای ما قائل شوی، حداقل خودت است.

در آیت‌نور هدفمندسازی شاعرانه، قرار می‌شود شرکت‌کنندگان با کلمه هوا و آلودگی شعر بگویند.

ساعت ۱۲ شب است. چند دقیقه استراحت می‌کنیم





«کارا» و «کوشا» به تلویزیون آمدند

مجموعه عروسکی - نمایشی کارا و کوشا مفهوم کار آفرینی را به کودکان آموزش می دهد

آبتین شیوا

می کنند و به بچه ها مدیریت پول و مسائل اقتصادی و مالی را آموزش می دهند.

عطیه شهیدی، تهیه کننده برنامه در رشته مهندسی پتروشیمی تا مقطع کارشناسی ارشد تحصیل کرده و بیش از ده سال است در زمینه کار آفرینی پژوهش و فعالیت می کند. اولین تجربه تلویزیونی او به سال ۸۲ و ساخت برنامه ای به نام گل گندم با موضوع روش مصرف بهینه نان و گندم در کشور برمی گردد. او ابتدا درباره انتخاب نام برنامه توضیح می دهد: نام کارا برگرفته از واژه کارایی و به معنای فردی است که کار خود را بخوبی انجام می دهد. نام کوشا نیز از این دو شخصیت دوست دارند به اطرافیان خود کمک کنند و برای جامعه مثمر تر باشند.

او درباره هدف اصلی تولید این مجموعه می گوید: هدف اصلی ما آموزش و تقویت روحیه کار آفرینی در کودکان است. کار آفرینی صرفاً به معنای کار کردن کودک نیست و به این معناست که بچه ها خلاق باشند و تفکر مبتکرانه داشته باشند. از مسائل اطراف خود بی توجه عبور نکنند و بیاموزند. در برخورد با مشکلات به دنبال راه حل مناسب بگردند تا در آینده با فکشان کار تولید کنند. در این برنامه سعی کرده ایم ۲۴ ویژگی کار آفرینان موفق کشور (مانند ریسک پذیری، اعتماد به نفس، عزت نفس، شجاعت، انعطاف پذیری و میل به تغییر داشتن) را به زبان ساده و کودکانه به مخاطب منتقل کنیم تا بچه ها بفهمند کار آفرینی پدیده ای عجیب و غریب نیست، بلکه کافی است به فرصت هایی که اطراف همه ما هست، بیشتر دقت و توجه کنیم.

شهیدی در پاسخ به این پرسش که متن های برنامه چه ویژگی هایی دارد، می گوید: این برنامه در ۱۳۰ قسمت ۳۰ دقیقه ای تدارک دیده شده و تمام متن ها با مشورت روان شناسانی مانند خانم دکتر قاسم زاده نوشته شده و به تأیید کارشناسان وزارت تعاون و کار و رفاه اجتماعی رسیده است. متن ها ساده نوشته شده تا بچه ها با مفاهیمی چون عرضه و تقاضا، پس انداز، بازاریابی و مشاغل خانگی آشنا شوند. با قصه درگیر شوند، اما داستان همان ابتدا لو نمی رود. قصه ها سرشار از طنز

هستند و ریتم تندی دارند تا برای بچه کسل کننده نباشند.

این تهیه کننده همچنین درباره موسیقی و دکور کارا و کوشا می گوید: ترانه تیتراژ را خانم حق جویی سروده و آهنگ آن را ناصر چشم آذر ساخته است. برای این کار ما از ۴۰ شعر استفاده کرده ایم که تاکنون ۲۰ شعر توسط آهنگسازان با سابقه در کار کودک مانند بهنام صبوخی، احمد میر معصومی و فرزاد ورزنده با حضور عروسک ها و کودکان بازیگر به صورت کلیپ ساخته شده و در خلال کار پخش خواهد شد. در ساخت کلیپ ها به مفاهیم کار آفرینی و تلاش و کوشش توجه زیادی شده و بار آموزشی بسیار مورد توجه قرار گرفته، نه فقط شاد کردن فضای برنامه. در خصوص دکور کار نیز باید بگویم تعدادی از هنرمندان به سرپرستی یوسف بهشتی ساخته و از چوب، پروفیل و نئوپان استفاده کرده اند. رنگ دکور بسیار شاد و برای بچه ها جذاب است. اولین بار است که برنامه ای با محوریت کار آفرینی برای کودکان تولید می شود. برای این کار هزینه زیادی متقبل شده و از حمایت مالی وزارت تعاون و کار و رفاه اجتماعی برخوردار بوده ایم که اسپانسر کار بوده است. برای همین می گوییم که اهداف اصلی برنامه دور نشویم و کار با کیفیت و استاندارد بسیار بالا به تولید برسد و مورد توجه مخاطبان کوچک قرار بگیرد.

مهرداد باقری سال هاست در زمینه تئاتر کودک کار می کند و چندی پیش در جشنواره تئاتر شهر، جایزه دوم بازیگری برای نمایش کار آگاهان مدرسه را از آن خود کرد. او می گوید: در این مجموعه

نقش پیرمردی گل فروش به نام باباگل را بازی می کنم که ۷۰ سال دارد؛ شخصیتی مثبت که بسیار دانا و باتجربه است و بچه ها را راهنمایی می کند تا گره داستان را باز کنند. یک گلدان شمعدانی هم دارد که یادگار همسر مرحومش است. من خودم کشاورز زاده هستم و با امور باغبانی آشنایی دارم. چهره پردازی کار هم در رسیدن به نقش کمکم می کند. سر من اصطلاحاً کچل و موهای دو طرف سرم سفید است. سیبل دارم و عینکی با قاب پهن به چشم می زنم. تجربیات تئاتر در این کار یاری ام می کند و البته به یاد پدر بزرگ خودم نیز هستیم. او اهل مشورت دادن بود و بسیار مهربان اما در کودکی من تنها کسی بودم که می توانستم او را بخندانم. از او برای این نقش کمی الگو برداری کرده ام. امیدوارم کار به دل بچه ها بنشیند.

هومن رضانی، دانش آموز خسته کارگردانی سینماست و بازی در مجموعه هایی چون شوخستان، همسفر و افسانه آبیتر در کارنامه اش دیده می شود. او نقش پدر کارا و کوشا را بازی می کند و در این باره می گوید: در این کار نامم بابک است؛ پدری جدی که بنا به موقعیت شوخ طبع می شود. سعی می کند مشکلات را دوستانه حل کند، به بچه ها نزدیک باشد و اگر لازم باشد، قایم باشک هم بازی می کند. فکر می کنم علت انتخابم برای این نقش این بود که کودک درون خودم بیدار و کمی شیطان است. چهره پردازی و پوشیدن لباس های شاد مرا به نقش نزدیک می کند. کار کودک حساس و سخت است، بویژه که در این مجموعه با متن قوی و دیالوگ زیاد سر و کار داریم و تیم ما از ۳ بعد از ظهر تا ۳ نیمه شب کار می کند تا کار بموقع آماده شود. این تجربه مرا به تجربه های جدیدتر می رساند و از این که برای کودکان کار می کنم، حس خوبی دارم چون دنیای آنان پاک و بی آلودگی است.



سریال‌هایی که سینمایی نشدند

محمد همتی



سینمایی شدن شهر موش‌ها در دهه ۶۰، اتفاقی بود که موجب شد سینمای آن سال‌ها، با رونق قابل توجهی روبرو شود. برنامه تلویزیونی موفق شهر موش‌ها به یک فیلم سینمایی تبدیل شده بود و انگیزه‌های شدت مخاطبان گسترده آن کار تلویزیونی که عمدتاً کودکان بودند، همراه والدین خود راهی سالن‌های سینما شوند. نکته جالب این بود که رونقی که یک فیلم کودک به سالن‌های سینمای سال‌های میانی دهه ۶۰ داد،

سبب شد هم بازار ساخت فیلم کودک سروسامان بگیرد و هم یک گروه سینمایی به نمایش این دست فیلم‌ها اختصاص یابد و این موفقیت چشمگیر در تلویزیون ریشه داشت. در سال‌های بعد نیز تولید و پخش برنامه پربیننده صندوق پست تلویزیون به ساخت فیلم‌های رکوردشکن کلاه قرمزی انجامید و در مورد چند کار دیگر، مثل خونه مادربزرگه و قصه‌های مجید و... نیز اتفاقات مشابهی رخ داد.

با وجودی که هرگاه سینمای ایران توانسته از پتانسیل فیلم‌های پربیننده تلویزیونی سود ببرد، از این فرآیند منتفع شده اما در دهه‌های اخیر، کمتر فیلمسازی سراغ تولید فیلم سینمایی بر اساس سریال‌های موفق تلویزیونی رفته است. نکته جالب آن که گاه و بیگاه کاراکترهای تلویزیونی (بوژه در عرصه طنز) در یک فیلم سینمایی دیده شده‌اند، اما کمتر فیلمنامه‌نویس یا فیلمسازی به روشی که در سینمای دنیا مرسوم است سراغ ادامه قصه یک سریال تلویزیونی در قالب فیلم سینمایی رفته است.

اوایل دهه ۷۰ و براساس سیاستی که سیمافیلیم در آن زمان در پیش گرفته بود، با هدف حمایت تلویزیون از سینمای ایران، پروژه‌های تلویزیونی در قالب فیلم-مجموعه ساخته می‌شدند و سریال‌هایی چون سایه سابه (علی ژکان)، سفر به چزابه (رسول ملاقلی‌پور)، سلام به انتظار (کریم آتشی)، دیپلمات (داریوش فرهنگ)، لیلی با من است (کمال تبریزی) و... از کارهایی بودند که در دو نسخه ارائه شدند اما بنا بر دلایلی، این روند متوقف شد که شاید مهم‌ترین دلیلش، نمایش نسخه سینمایی قبل از پخش نسخه تلویزیونی بود. رویه‌ای که در صورت اجرای درست، به دلیل فراگیرتر بودن تلویزیون، بیشتر می‌تواند در جذب مخاطب سینمایی نتیجه دهد.

این روزها اخبار زیادی از تبدیل آثار تلویزیونی به نسخه سینمایی شنیده می‌شود و کارگردانان سینمایی امیدوارند موفقیت سریال‌های تلویزیونی برای آنها نیز تکرار شود و برخی از کارگردانان نیز به فکر ساخت هم‌زمان نسخه سینمایی و تلویزیونی افتاده‌اند.

فیلم معراجی‌ها به کارگردانی مسعود دهنمکی یکی از آثاری است که علاوه بر سریال تلویزیونی قرار است در قالب یک اثر سینمایی نیز ارائه شود و برای سریال پایتخت نیز قرار است چنین اتفاقی بیفتد که البته در مورد پایتخت با توجه به اقبال عمومی از نسخه تلویزیونی سری‌های قبلی آن، قطعاً پتانسیل بدل شدن به یک فیلم پرمخاطب در سالن‌های سینمایی را دارد و معراجی‌ها هم به دلیل موفقیت سازنده‌اش در ساخت فیلم‌های پرمخاطب، در هر دو رسانه، توانایی جذب مخاطب را خواهد داشت.

هنوز هم این فرصت در اختیار بسیاری از کارگردانان سینمایی ایران که در تلویزیون کارهای پرمخاطبی ساخته‌اند قرار دارد تا بتوانند با ساخت نسخه سینمایی کارهای تلویزیونی خود، رونق سالن‌های سینما را دوچندان کنند، اما این یک واقعیت است که تعداد سریال‌هایی که در همه این سال‌ها می‌توانستند در قالب اثری مستقل یا روایت ادامه داستان یک سریال، به فیلم پرمخاطب سینمایی بدل شوند و نشدند، بسیار زیاد است.

آسیب‌شناسی یا آسیب‌زایی؟

ارش نقیب‌زاده



هفته گذشته و در روزهای قبل از برپایی دربی سنتی آبی و قرمز، پاره‌ای از انتقادات رسانه‌ای به رسانه‌ها بویژه رسانه ملی نشانه رفتند و بار دیگر مشخص نشد چرا و به چه علت رسانه‌ها، باید تاوان میل به حاشیه‌سازی تیم‌های ورزشی را بدهند؟ و این که آیا مثلاً اگر تلویزیون در برابر رخدادی که همه از آن آگاهی دارند و برایشان به دغدغه روزمره بدل شده، سکوت کند، کار بجایی کرده است؟

نکته مهم این است که باید بین نگاه آسیب‌شناسانه و نگاه آسیب‌زا تفاوت قائل شد. باید دانست رسانه‌ای که به مسائل

پیرامونی جامعه‌اش بی‌تفاوت باشد، در دامن زدن به آسیب‌ها، نقش اول را ایفا کرده و رسانه‌ای که برای مخاطبانش پرسش ایجاد کند یا به پرسش‌های آنها پاسخ بدهد، در آسیب‌زدایی ایفاگر نقشی مهم بوده است.

ماجرای دربی امسال، شاید با همه سال‌های گذشته متفاوت بود. اگر در گذشته، حواشی ایجاد شده در مطبوعات، به کرسی خوانی محدود می‌شد و رسانه ملی هم تلاش می‌کرد به بازیکنان و طرفداران فوتبال بقبولاند که یک بازی ورزشی، میدان جنگ و نزاع و بداخلاقی نیست، اگر دیروز، تقبیح رفتار و کردار و گفتار در فضای استادیوم‌ها اصل قضیه بود، امروز ماجرای قلیان کشیدن فوتبالیست‌ها به تیترو رسانه‌ها بدل شده و تیم‌ها در پی آن برآمده‌اند تا آبروی یکدیگر را ببرند. حال در این میان رسانه ملی باید چه کند؟ چگونه می‌تواند بدون آن که به سوالات مردم درباره این رفتار ناپسند پاسخ بدهد، به آسیب‌شناسی بپردازد و نقش خود را در این میان، درست ایفا کند؟ آیا سرپوش گذاشتن بر یک فعل نادرست، به رواج آن می‌پردازد یا مقابله با آن در افکار عمومی؟

برنامه‌هایی چون نود، ورزش از نگاه دو، ورزش و مردم، نیمه سوم، روزی روزگاری، وقت اضافه و... جملگی برنامه‌هایی هستند که دغدغه ورزشی و البته فرهنگی گردانندگان آنها نیازی به اثبات ندارد و اگر غیر از این باشد، اصولاً گردانندگان رسانه ملی، اجازه ساخت این برنامه‌ها را صادر نخواهند کرد. با این اوصاف، بی‌انصافی است که برخی از صاحبان تیم‌های ورزشی، همچنان اصرار دارند آسیب‌ها را برنامه‌های تلویزیونی ایجاد می‌کنند در حالی که رسانه ملی، نماینده افکار عمومی است و باید بتواند فضای متأثر از یک ناهنجاری را برای مردم، آسیب‌شناسی کند. شاید لازم باشد همه کسانی که به تلویزیون و دیگر رسانه‌ها انتقاد می‌کنند، در بیانیه‌هایشان، توپ را به زمین دیگری می‌اندازند و توقع دارند همه کارهایی که به فرهنگ‌سازی می‌انجامد از سوی رسانه‌ها صورت گیرد، از خود بپرسند که آنها برای فرهنگ‌سازی و تزیین روح ورزش و ورزشکاری به جوانان علاقه‌مند ورزش چه کرده‌اند؟

چاپ فیلمنامه سریال‌ها، شاید وقتی دیگر

میثم اعلائی



در گذشته‌های نه‌چندان دور، به خاطر داریم که انتشار فیلمنامه سریال‌های ایرانی، آن قدر رایج بود و مخاطب داشت که خیلی‌ها در انتظار پایان پخش یک سریال بودند تا بتوانند داستان را یک بار لابه‌لای صفحات کاغذی مرور کنند. یکی از بهترین نمونه‌های این دست فیلمنامه‌های منتشر شده، انتشار فیلمنامه سریال

تلویزیونی پربیننده امیرکبیر بود که در دهه ۶۰ از سوی انتشارات سروش صورت گرفت و در آن زمان، پس از پایان پخش سریال، کتاب فیلمنامه این سریال به انضمام عکس‌هایی از آن کار، به قدری فروش کرد که چاپ اول کتاب خیلی زود نایاب شد.

در سال‌های اخیر نیز سریال‌های مطرحی داشته‌ایم که انتشار فیلمنامه آنها می‌توانست جماعت کتابخوان یا علاقه‌مند به خواندن فیلمنامه آثار برای آشنایی با مباحث تخصصی نگارش فیلمنامه را با این مقوله همراه سازد و برای بسیاری از مردم هم به عنوان زمینه‌ای برای آشتی با کتابخوانی مطرح باشد.

پس از پایان پخش سریال مختارنامه این خبر رسانه‌ای شد که فیلمنامه این سریال منتشر خواهد شد، اما این اتفاق رخ نداد. این در حالی است که بسیاری از مخاطبان سریال‌های موفق از این دست، تشنه این هستند که دیالوگ‌هایی که یک بار شنیده‌اند، در قالب فیلمنامه سریال مرور کنند، اما این اتفاق باید از یک جا شروع و به یک امر رایج تبدیل شود. انتشار متن سیناپس یا فیلمنامه سریال‌های ایرانی می‌تواند نقاط قوت نگارش فیلمنامه سریال‌های پرمخاطب و فاخری چون در چشم باد، کلاه‌پهلوی (که کتاب آن در سال ۶۵ منتشر شده بود) و مختارنامه را برای مخاطبان تلویزیون و علاقه‌مندان فیلمنامه‌نویسی بازگو کند و برای بسیاری دیگر از سریال‌های سرگرم‌کننده ایرانی نیز، مجال برای ارزیابی متن از سوی مخاطب و البته کارشناسان قلمداد شود، ضمن آن که برای نویسنده یا نویسندگان فیلمنامه‌ها نیز می‌تواند فرصتی برای ارائه مکتوب آثارشان باشد و در بازار حرفه‌ای کتاب و کتابخوانی بتواند ضمن آن که به جایگاه اعتباری و معنوی این نویسندگان اضافه کند، از نظر مادی هم برای قشر فیلمنامه‌نویس که عمدتاً از مشکلات اقتصادی گلایه‌مند هستند، انتفاع به همراه داشته باشد. ساختار فیلمنامه، دیالوگ‌نویسی، روایت و قصه‌پردازی اگر در حین تماشای یک سریال تلویزیونی به چشم مخاطبان سریال نیاید، اما قطعاً هنگام انتشار فیلمنامه، مخاطبان این فرصت را خواهند داشت تا به مرور آنچه قبلاً دیده‌اند، بپردازند.

چرا یک لقمه نون مهم است؟

امیرحسین خلیل‌زاده

«یک لقمه نون» عنوان یکی از برنامه‌های شبکه مستند تلویزیون است که به پرسش‌های موجود جامعه در راه کسب و کار پاسخ می‌دهد؛ پرسش‌هایی که در این برنامه مطرح می‌شود، عمدتاً از جنس همان پرسش‌هایی است که در افکار عمومی مطرح است و مردم در کوی و برزن آنها را از یکدیگر می‌پرسند و دنبال پاسخ آن هستند. این که اگر نقش کار کردن و کسب درآمد هدف همه افراد یک جامعه است، چرا بعضی‌ها موفق‌تر هستند؟ آیا آنان که کسب و کار خوبی دارند، فقط شانس و اقبال خوبی داشته‌اند یا صرفاً از راه‌های غیرعرف و شرع پول درآورده‌اند؟ آیا راه و روشی که تضمینی برای پول درآوردن باشد، وجود دارد؟ آیا کیفیت پول و درآمد اهمیتی دارد یا فقط کمیت آن مهم است؟ دینداری چه کمکی به کسب و کار می‌کند؟ کسب و کار خوب به کمیت پول است یا به کیفیت زندگی؟ این پرسش‌ها و ده‌ها پرسش دیگر بین مردم و مخاطبان رسانه وجود دارد و البته نکته مهم، زاویه نگاه است که در مجموعه مستند «یک لقمه نون» به آن توجه شده است. بیننده این مجموعه مستند با توجه به کشش سوژه‌های مستند انتخاب شده، با این رویه‌رو می‌شود که چهره‌های موفق در عرصه کسب و کار، چگونه به موفقیت دست یافته‌اند و آنها که به موفقیت مالی بالایی نرسیده‌اند، چگونه خوشبخت و عاقبت به خیر هستند. لحن مستند سبب می‌شود مخاطبان یک لقمه نون، این کار را در هر ایزود تا انتها پیگیری کنند. یک لقمه نون، دوربین خود را در زندگی افرادی روشن می‌کند که بیننده برایش مهم است از زندگی آنها بداند و شاید بخشی از موفقیت این مستند در همین جا نهفته باشد؛ زیرا هم سوژه‌ها از جنس بیننده هستند و هم در مقابل دوربین مستند، همه افراد راحت و بی‌غل و غش سخن می‌گویند.

شاید نکته‌هایی که در ایزودهای مستند یک لقمه نون مطرح می‌شود، بارها در کتاب‌های مختلف یا مقاله‌ها و گزارش‌های گوناگون آمده باشد، اما آنچه مردم در مستندهای تلویزیونی از زبان افراد مختلف جامعه می‌شنوند و می‌بینند طبیعتاً اثری عمیق‌تر بر آنها می‌گذارد.

سری برنامه مستند یک لقمه نون به این اشاره می‌کند که از ورای همه دوندگی‌ها برای به دست آوردن لقمه نان، باید به این فکر کرد که این لقمه چگونه به دست آمده و سر سفره‌ها قرار گرفته است، ضمن آن که گوشزدکننده این نکته است که دقت در چگونگی و چرایی مقوله کسب و کار، می‌تواند خیلی از افراد را از دور تسلسل باطلی که گرفتار شده‌اند، نجات دهد.

فرصت تعامل با مخاطبان آن سوی مرز

محمد جلیوند

شبکه‌های تلویزیونی کشورهای مختلف با توجه به سیاست خود، علاقه‌های ویژه به گستردن دایره مخاطبانانشان دارند که بخش مهمی از این علاقه، ریشه در مسائل اقتصادی دارد. در دو دهه اخیر، شبکه‌های یادشده برای جذب مخاطبان انبوه به سمت تصویری کردن داستان‌هایی با ویژگی‌های فرمانطقه‌ای در قالب فیلم و سریال رفته‌اند و با به دست آوردن رگ خواب مخاطب، تجارت وسیع و پررونقی برای خود دست و پا کرده‌اند. ایالات متحده به سبب برخورداری از شبکه‌های تلویزیونی با گردش مالی بالا بیش از دیگران در این باره فعال بوده و در گونه‌های مختلف از کمدی تا علمی - تخیلی آثار موفق و پربیننده‌ای را به آنتن شبکه‌های دیگر کشورها فرستاده است. برای مثال می‌توان به سریال «دوستان»، «گمشدگان» و «بریکنگ بد» اشاره کرد که تحت تأثیر قراردادان مخاطبان ملیت‌های مختلف با فرهنگ‌های گوناگون را نشانه گرفته است.

در این میان، کشوری مانند استرالیا هم بیکار ننشسته و با تولید مجموعه‌هایی همچون پرستاران (که سیصد قسمت آن از شبکه یک سیما روی آنتن رفت) مخاطبان جهانی را جذب خویش کرده است.

در شرق آسیا، کشورهای ژاپن و کره جنوبی هم با بهره‌گیری از افسانه‌های قدیمی و نیز داستان‌های پرسوز و گداز امروزی، به موفقیت‌های شگرفی در زمینه جذب مخاطب و سودآوری دست یافته است. برای مثال می‌توان از سریال «سال‌های

دور از خانه»، «جواهری در قصر»

و «امپراتور و دریا» نام برد که

مخاطبان ایرانی بسیاری را

جذب خویش کرد. در سه چهار

سال اخیر کشور ترکیه هم به این

جمع پیوسته و مجموعه‌های

پربیننده اما بشدت ضعیف

و بی‌کیفیتی را عرضه

کرده که بدون تردید،

مجموعه‌های متوسط

وطنی چند پله از آنها

بالتر می‌ایستند.

در همه این

سال‌ها، مدیران

شبکه‌های تلویزیونی

کشورمان برای ارتباط

با مخاطب جهانی (ویژه

در منطقه خاورمیانه)

تلاش‌هایی داشته‌اند که این

تلاش‌ها با توجه به فضای

فعلی رسانه و گسترده‌تر شدن

ابزار رسانه‌ای، این فرصت و

قابلیت گسترده‌تر و جریان‌سازتر شدن را دارد. آثار تلویزیونی ایرانی به واسطه کیفیت قابل توجه و قصه‌های عاری از خشونت و بی‌اخلاقی همواره توانمندی جذب مخاطب از سراسر دنیا را داشته‌اند. (ویژه از کشورهای آسیایی و اسلامی که از اشتراکات فرهنگی و اعتقادی برخوردارند) البته در بخش تولیدات سینمایی شبکه‌ها یا مراکز تلویزیونی چنین اتفاقی افتاده و این دسته از تولیدات در جشنواره‌های خارجی و نیز بازارهای فیلم، موفقیت‌های قابل قبولی کسب کرده‌اند. برای مثال می‌توان از فیلم «روزهای زندگی» ساخته پرویز شیخ طادی و «تنهای تنهای تنها» ساخته احسان عبدی‌پور نام برد که اولی به تهیه‌کنندگی سعید سعدی ساخته شده و محصول سیمافیلیم است و ساخت دومی را صداوسیما مرکز بوشهر حمایت کرده است.

اما در زمینه مجموعه‌های تلویزیونی و تله‌فیلم‌ها هم با موفقیت‌هایی روبه‌رو شده‌ایم. تله‌فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های مختلفی مطرح شده و توانسته‌اند جوایزی به دست آورند. مجموعه‌های موفق تلویزیونی نیز که خارج از مرزهای ایران روی آنتن شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای رفته‌اند، اغلب دینی و مذهبی بوده‌اند یا پس‌زمینه تاریخی داشته‌اند که دسته اول با توجه به جمعیت کثیر شیعیان در کشورهای همچون عراق، افغانستان، تاجیکستان و پاکستان بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند و در رده پربیننده‌ترین‌های سال جای گرفته‌اند.

مجموعه تلویزیونی «امام علی (ع)» ساخته داوود میرباقری از نخستین مجموعه‌های مذهبی سیمای جمهوری اسلامی ایران است که خارج از مرزها نیز

مورد توجه قرار گرفت و بدون شک مهم‌ترین عامل آن، پرداختن به حوادث و اتفاقات سال‌هایی از زندگانی امام علی (ع) بوده است. در کنار آن باید به کارگردانی استاندارد داوود میرباقری و بازی‌های درخشان و خیره‌کننده بازیگرانی همچون داریوش ارجمند، مهدی فتاحی و بهزاد فراهانی اشاره کرد. پس از آن می‌توان از مجموعه تلویزیونی یوسف پیامبر ساخته فرج‌الله سلحشور نام برد که با بهره‌گیری از احسن القصص قرآن مجید توانست به قلب میلیون‌ها بیننده غیرایرانی راه یابد. در حقیقت موضوع مجموعه و روایت زندگی یوسف پیامبر (ع) بر دیگر جنبه‌های آن چربید و موجب شد کار مورد توجه مخاطبان قرار بگیرد، اما موفق‌ترین مجموعه مذهبی ایران خارج از مرزها، بدون شک مجموعه «مختارنامه» با محوریت واقعه عاشورا است که شیعیان بسیاری را به سوی خود کشاند. شخصیت کاریزماتیک مختار تقفی و انتقام‌گیری او از اشقیاء، مهم‌ترین عوامل جذب مخاطب فراسوی مرزها بوده که ساختار فنی استاندارد آن را کامل کرده است. جالب این که نسخه‌های ویدئویی این مجموعه که نمایش آن در عربستان ممنوع شد، به شکل مخفیانه دست به دست چرخیده و مورد توجه شیعیان این کشور قرار گرفت.

مقاطع مختلف تاریخ معاصر برای بسیاری از مخاطبان داخلی جذاب و دوست‌داشتنی است و به همین دلیل، مجموعه‌هایی از این دست که با وسواس ساخته شده‌اند همگی مورد توجه مخاطبان داخلی قرار



گرفته‌اند. از «هزارستان» و «امیر کبیر» گرفته تا «کیف انگلیسی» و «در چشم باد». از این میان آخری بیشتر مورد توجه مخاطبان غیرایرانی قرار گرفته و با استناد به آن، بخش‌هایی از تاریخ معاصر ایران را به تماشا نشستند. در چشم باد با تکیه بر شخصیتی مرکزی به نام بیژن ایرانی ساخته شده و مخاطب ۶۰ سال از تاریخ پرفراز و نشیب ایران را از دریچه چشم‌های او به نظاره می‌نشیند. مسعود جعفری‌جو زانی که در گفت‌وگوهای مختلف درباره این مجموعه آن را وصیت‌نامه هنریش می‌داند، بخوبی روی این مقاطع خاص تاریخی مانور داده و با صبر و حوصله در قالب مجموعه‌ای ۵۲ قسمتی به هریک از آنها پرداخته است. اگر از برخی ضعف‌ها همچون کندی ریتم در قسمت‌های میانی و برخی اشتباهات مربوط به صحنه و لباس در بخش سال‌های پس از انقلاب فاکتور بگیریم، در چشم باد قابلیت جذب مخاطب خارجی را دارد که از این طریق می‌تواند بیش از نیم قرن تاریخ ایران را مشاهده کند. به همین دلیل در چشم باد که به زبان‌های مختلف هم دوبله شده، در مواجهه با مخاطب غیرایرانی موفق نشان داده و ثابت کرده است تولیدات تلویزیونی ایران قابلیت باقی‌ماندن مخاطب بین‌المللی را دارد، مشروط بر آن که بازاریابی دقیقی در این زمینه انجام شود و بازارهای هدف بخوبی مورد شناسایی قرار گیرد. در زمینه مجموعه‌های مولدرام تا امروز موفقیت‌چندانی دیده نشده که شاید مهم‌ترین دلیل آن، استفاده بیش از اندازه از کلیشه‌ها و قصه‌های نه‌چندان جذاب برای مخاطب غیرایرانی باشد. در وهله بعد می‌توان گفت جهانشمول نبودن بخش مهمی از فیلمنامه‌ها در بسیاری موارد برای مخاطب خارجی، گنگ و نامفهوم به نظر می‌رسد. اتفاقی که به شکلی دیگر در زمینه فیلم‌های تلویزیونی افتاده و گرچه این آثار، در کنار کارهای انیمیشن و مستند، حضور موفقیت‌آمیزی در جشنواره‌های خارجی داشته‌اند و از شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای غیرایرانی پخش شده‌اند، اما در مواردی که مضمون جهانشمول نداشته‌اند، به مانی برای پیشروی به سمت بازارهای منطقه‌ای و جهانی بدل شده‌اند. با همه این اوصاف، اندک گام‌های برداشته شده در این زمینه، امیدوارکننده به نظر می‌رسد و می‌تواند نوبدبخش روزهایی بهتر در بازاریابی آثار تلویزیونی برای عرضه جهانی باشد، مشروط بر آن که برنامه‌ریزی لازم برای معرفی محصولات یاد شده به دیگر شبکه‌های تلویزیونی صورت گیرد و این فرصت، جدی گرفته شود.

در بهترین نقاط قائمشهر و جویبار
کیاکلا و سوادکوه «ویلا و زمین»
از ۱۰۰۰ تا ۱۵ هکتار
۰۹۱۱۱۲۸۴۹۷۹

دعوت به همکاری
به یک نفر خاتم جهت امور حسابداری و کامپیوتر
با حقوق مگنی نیازمندیم.
۸۸۳۴۸۱۰۴ - ۰۹۱۹۵۸۳۳۰۴۸

قابل توجه ادارها، ارگان‌ها، شرکت‌های دولتی و خصوصی
۱۰ کیلوستوری آتویان ساوا - جنب پمپ بنزین
۶۵۰ متر زمین
با منصفانه‌ترین قیمت منطقه به فروش می‌رسد.
۰۹۱۲۶۸۰۷۴۴۲

نوع عزیزیم **کیمیا جانیم**
میان برگ برزبان نازنین
وسط چیدارستان برزبان نازنین
آن نگار تو خنده می...
طابا نازنین مهری

فروش جایگاه ملک نمایندگی ایران خودرو
«شهرستان پیشوا»
با کلیه تجهیزات قیمت ۴ میلیارد تومان
با شرایط ویژه
«حسینی» ۰۹۱۰۱۷۴۲۰۴۲

خرید ویژه خودروهای فرسوده
سواری و وانت (جایگزین و نقدی)
۳/۳۰۰/۰۰۰ هزار تومان
انتقال رایگان خودرو ۰۷ - ۴۴۹۸۶۷۴۵

قابل توجه
اداره‌ها، ارگان‌ها، شرکت‌های دولتی و خصوصی
ولیعصر پارک سنایی
ساختمان به‌متراژ ۷۷۰ متر در ۷ طبقه تک‌واحدی
نای نوساز، شخصس ساز، فول امکانات با موقعیت آداری
به‌صورت یکجا به‌فروش می‌رسد. «بی‌واسطه»
۰۹۳۳۷۸۲۸۰۷۰

فروش فوق‌العاده «انزلی - ساحل قو»
۱۰ واحد آپارتمان به مترهای ۸۲ و ۹۵ متری
فول امکانات، آشپزخانه فرنیلی، نیمه میله
با بهترین دید به دریا از متری ۲ میلیون به بالا
به‌فروش می‌رسد.
۰۹۳۷۴۰۳۳۳۹۳



مریم احمدی

کارهای تلویزیونی ایرانی اعم از سریال، مستند، انیمیشن و تله فیلم طی سه دهه اخیر، در جشنواره‌های تلویزیونی و سینمایی کشورهای مختلف بارها شرکت کرده و موفقیت‌هایی را رقم زده‌اند که زمینه مناسبی برای پخش کارهای ایرانی از شبکه‌های تلویزیونی کشورهای مختلف بوده است. با تعدادی از سازندگان فیلم‌های تلویزیونی و سریال‌های ایرانی درباره حضور آثار تلویزیونی ایرانی در جشنواره‌ها و بازارهای خارجی صحبت کرده‌ایم تا شاخصه‌های تأثیرگذار در بیشتر رقبای خود را شناسایی کنیم.

صدای پای من، یکی از فیلم‌هایی بود که در بازارهای خارجی درخشید



قاعده بازی در زمین دیگران

آثار تلویزیونی ایران چگونه می‌توانند به موفقیت بهتری برای حضور جهانی دست یابند؟



صحنه‌ای از فیلم روزهای زندگی



روز آمدی تکنیکی، لازمه جهانی شدن

کاظم معصومی، کارگردان سینما و تلویزیون است او با فیلم تلویزیونی تب‌برفکی در جشنواره جهانی و ویژه آثار تلویزیونی مسکو شرکت کرد و این اثر سال گذشته در سالن سینماتئاتر مسکو در سه ستانس به نمایش گذاشته شد و جوایزی را هم از این جشنواره به دست آورد. معصومی معتقد است، داشتن اندیشه فراملی برای تولید آثار تلویزیونی باید به شاخصه بدل شود. او تولید اثر بر مبنای استانداردهای جهانی را شاخصه‌ای مهم برمی‌شمارد و می‌گوید: کارهای تلویزیونی ما از نظر مضمون و محتوا حرف‌هایی برای گفتن دارند و اگر از نظر فنی خودمان را بالا ببریم، برد جهانی بیشتری خواهیم داشت. به نظرم همان طور که آثار کره‌ای، ژاپنی یا کارهای تلویزیونی و سینمایی اروپا در سطح دنیا مطرح می‌شوند، ما هم با انتخاب مضامین بومی و ایرانی و به کارگیری زبان و روایتی جهانی می‌توانیم طیف وسیعی از مخاطبان دنیا را از آن خود کنیم. در این میان باید توجه داشت، هر قدر از شعار دادن پرهیز و سعی کنیم کارمان بر روایت دراماتیک متکی باشد،



آثارمان ارتباط بین‌المللی پیدا خواهد کرد و مخاطبان گسترده‌ای خواهد یافت. امروز در کارهای تلویزیونی و حتی سینمایی داخلی، معمولاً تکنیک‌هایی که برای بیان مضامین مورد استفاده کارگردان‌ها قرار می‌گیرد، با استانداردهای جهانی چندان مطابقتی ندارد و ما بیشتر اهل شعار دادن، بزرگنمایی و بیان ارزش‌ها به ساده‌ترین شکل هستیم.

این کارگردان درباره ورود به بازار منطقه از سوی آثار کره‌ای یا ترکیه‌ای با این که تکنیکی و به روز هم نیستند، گفت: عامل اصلی را کارایی پخش‌کننده بین‌المللی قدر می‌دانم. اگر بتوانیم از ابزار نمایش و درام استفاده کنیم و سطح تکنیکی کارهایمان بویژه از لحاظ ریتم و پرداخت بالا برود، با تعامل تولیدکننده و پخش‌کننده ایرانی با پخش‌کنندگان بین‌المللی می‌توانیم شاهد تغییرات خوشایندی در این زمینه باشیم.

معصومی درباره مضمولات موجود در زمینه پخش نیز می‌گوید: ما تجربه کافی در این زمینه نداریم، یعنی اگر اثری از ایران در جشنواره‌های بین‌المللی مطرح شود، بلافاصله حقوق بین‌المللی آن به کشورهای دیگر واگذار می‌شود. به عبارتی ما در ایران پخش‌کننده‌ای نداریم که در صورت موفقیت یک فیلم در جشنواره‌های جهانی، خودمان پخش آن فیلم را به عهده بگیریم. وقتی فیلمی به طور کامل واگذار می‌شود، تمام حقوق آن به یک کشور دیگر فروخته شده و حقوق مادی آن

نصب پخش‌کننده خارجی می‌شود و چیزی به دست ما نمی‌رسد. بنابراین تجربه‌ای به دست نمی‌آوریم که بتوانیم از آن استفاده کنیم و آثاری را که قابلیت جهانی شدن دارند، مستقل و بی‌واسطه در دنیا پخش کنیم.

تلویزیون استعدادیابی می‌کند

پرویز شیخ‌طادی، نویسنده و کارگردان سینما و تلویزیون، آثاری همچون روزهای زندگی، شکارچی شنبه، دایناسور، سینه سرخ، پشت پرده مه، روایت سه‌گانه و دفتری از آسمان را در کارنامه دارد. او بتازگی در جشنواره بین‌المللی خروس طلایی چین - که جایگاهی برای رقابت آثار تلویزیونی است - جایزه بهترین کارگردانی را برای روزهای زندگی (محصول سیمافیلم) به دست آورد. به عقیده او، تلویزیون با توجه به توان و استعداد موجود در هنرمندان و فعالانش می‌تواند آثار پرطرفداری در داخل و خارج از کشور خلق کند.



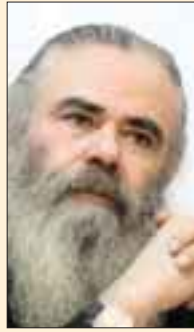
شیخ‌طادی می‌گوید: تلویزیون فرصت‌های مهمی برای اهالی هنر فراهم کرده که یکی از این فرصت‌ها، انبوه‌سازی است. در انبوه‌سازی نیروی انسانی به کار گرفته

می‌شود و رشد می‌کند. استعدادهایی که شاید در سینما دیده نشوند، در تلویزیون دیده خواهند شد. او در ادامه می‌گوید: بحث استعدادیابی در تلویزیون گسترده‌تر و عمیق‌تری دارد. تلویزیون با شبکه‌های متعدد در استان‌های مختلف شرایط بهتری برای ظهور استعدادها در سراسر کشور فراهم کرده است؛ در حالی که به عنوان نمونه، فعالیت در سینما فقط به تهران محدود می‌شود. به همین دلیل تلویزیون با توجه به استعدادهایی که در اختیار دارد، می‌تواند آثاری پرطرفدار برای پخش در داخل و خارج از کشور خلق کند.

او در پاسخ به این پرسش که چرا تولیدات تلویزیون ما مانند هم‌قطاران خود در کشورهایمانند ترکیه و کره در عرصه‌های جهانی دیده نشده‌اند، می‌گوید: تعامل خوب و درآمدزا با جهان پیرامون گاهی امکان‌پذیر است، اما در مواردی مانند سریال‌سازی نمی‌توانیم با کشوری مانند کره رقابت کنیم، هر چند اصولاً صلاح نیست خودمان را به آنها برسانیم. بخشی از این موضوع به فرهنگ و اعتقادات ما بازمی‌گردد که البته قیمت دارد. بنابراین در بخشی دیگر از دنیا می‌توانیم کارهایی ارائه کنیم، اما گاهی چنین شرایطی را نداریم و باید به این فکر کنیم که حضور در عرصه‌های بین‌المللی چقدر برای ما قیمت و ارزش دارد. مامنوعیت‌ها و محدودیت‌هایی داریم و این یک واقعیت است. ناپایدهای کاملاً علمی، عقلانی و الهی بر جامعه ما حاکم است و ما ملزم به



را رعایت کنیم. مهم‌ترین و اصلی‌ترین مهره در این زمینه فیلمنامه است و به‌طور حتم، اگر فیلمنامه خوب درست اجرا شود، اثر نهایی همه جا دیده خواهد شد. من برای نوشتن فیلمنامه به نویسنده وقت می‌دهم، بازیگر، کارگردان و فیلمنامه خوب را در کنار هم می‌گذارم، شرایط مناسبی برای تولید فراهم می‌کنم و هیچ‌گاه برای ساختن یک تله‌فیلم، با نگاه کم‌ارزش و بی‌اهمیت به آثاری که تولید آنها را برای تلویزیون به عهده گرفته‌ام، نگاه نمی‌کنم، بلکه همیشه به این آثار، به چشم آثاری که باید ماندگار شود، می‌نگرم. در واقع هیچ‌گاه دوست ندارم تله‌فیلمی بسازم که یک بار در ساعتی پرت از آنتن تلویزیون پخش شود و تمام! همیشه به این نکته فکر می‌کنم که قرار است اسم ما پای هر فیلم یا سریالی که می‌سازیم نوشته و سالیان سال ماندگار شود. به همین دلیل دوست ندارم در کارنامه‌ام آثاری را جای دهم که خودم هم رغبت به دیدنش نداشته باشم. برای رسیدن به این هدف، وقتی کاری را شروع می‌کنم بیش از آن که به مادیات و موضوعات پیرامون آن بیندیشم، به کیفیت کار فکر می‌کنم. شاید به همین دلیل، عموم کارهایم موفقیت‌های متعدد به‌دست آورده



او درباره موفقیت‌های پی در پی خود در این عرصه می‌گوید: وقتی یک تله‌فیلم را تولید می‌کنم، سعی و کوششم بر این است که به چشم یک اثر سینمایی به آن نگاه کنم و کار را کاملاً جدی و حرفه‌ای در نظر می‌گیرم. متأسفانه برخی فیلمسازان

به تله‌فیلم به چشم یک کار اصطلاحاً بزین دررو نگاه می‌کنند، ضمن آن که زبان فیلم‌های من، انسانی و بین‌المللی است و به همین دلیل می‌تواند با کل دنیا ارتباط برقرار کند.

این تهیه‌کننده با اشاره به این که دغدغه جهانی شدن مخاطب آثار سینمایی و تلویزیونی باید بین همه تهیه‌کنندگان وجود داشته باشد، می‌گوید: متأسفانه سینما و تلویزیون ما در عرصه بین‌المللی انرژی لازم را نگذاشته و به جذب مخاطب داخلی بسنده کرده است. کسانی که در این بخش‌ها کار می‌کنند، شگردهای روابط تجاری و بازاریابی را نمی‌دانند و شاید به همین دلیل از عرصه‌های بین‌المللی بازمانده‌ایم، یا به شکلی که باید، موفقیت مداوم جهانی در عرصه تلویزیون نداشته‌ایم.

شریفی هم معتقد است: کارهای تلویزیونی ما از

رعایت آنها هستیم و به همین دلیل نمی‌توانیم به هر قیمتی، بازار جهان را تصاحب کنیم. او ادامه می‌دهد: با این وصف باید از فرصت‌ها بدرستی استفاده کنیم. به همین منظور می‌توانیم در حوزه‌های دیگر مانور خوبی در عرصه جهانی داشته باشیم و حضور ناقص خود را جبران کنیم. مثلاً در حوزه کودک تقریباً اندیشه‌ها یکسان است و فلسفه حمایت، مراقبت و تربیت کودکان میان ملت‌های مختلف اشتراکات بسیاری دارد، بنابراین می‌توانیم روی این حوزه سرمایه‌گذاری جهانی کنیم. کارهای انیمیشن و عروسکی، شرایط مناسبی برای بازاریابی جهانی دارد، ضمن آن که ما می‌توانیم در جهان اسلام بازاریابی خوبی داشته باشیم.

این کارگردان در ادامه می‌گوید: برای این که در جهان بازار داشته باشیم، بهتر است کمیته‌ای تخصصی تشکیل دهیم؛ کمیته‌ای که وظیفه بازاریابی دارد و سفارش می‌گیرد. نمی‌توان فقط از تهیه‌کننده و کارگردان انتظار داشت اثری جهانی تولید کنند. این کار نیازمند حرکتی جمعی و ملی است. اگر این کار با دقت انجام شود و ما آثارمان را در شبکه‌های تلویزیونی کشورهای دیگر به نمایش بگذاریم، درآمد خوبی به کشور سرسازیر خواهد شد. حضور آثار تلویزیونی در جشنواره‌های بین‌المللی نیز پیامدهای خوشایندی به همراه داشته و خواهد داشت. رسانه به شکل سینما و تلویزیون، چند مدیریت مستقل پیدا کرده است. به‌طورمثال حوزه هنری روش خاص



و به دل مخاطب نشست است. نوروزبیگی درباره روش موثری که حضور آثار تلویزیونی ایرانی را در جشنواره‌های خارجی تضمین کند و به فرصت‌هایی برای پخش از شبکه‌های کشورهای دیگر بدل شود، می‌گوید: بازاریابی تخصصی، اصلی‌ترین راهکار و عنصری راهگشا در این زمینه است. فکر می‌کنم بازاریابی ما ضعیف است، زیرا وقتی سریال‌های کره‌ای و ترکیه‌ای را کنار تولیدات خودمان قرار می‌دهم و از این منظر آنها را مقایسه می‌کنم، بوضوح شاهد کیفیت بالای مجموعه‌های ایرانی نسبت به آنها می‌شوم، اما متأسفانه آنها بازی‌های جهانی و اقتصادی را یاد گرفته‌اند و اجرا می‌کنند و ما در این زمینه قوی عمل نمی‌کنیم. سریال‌های ترکیه، هم به لحاظ سینمایی و هم به لحاظ اخلاقی بسیار بی‌مایه است، اما بازار منطقه را از آن خود کرده‌اند، فقط به این دلیل که از تخصص و علم بازاریابی کمک می‌گیرند، به این دلیل که بخش خصوصی در این زمینه فعال نیست و افرادی که به انجام این کار به عنوان یک وظیفه و کار اداری عادت کرده‌اند، بعد از مدتی خلاقیت خود را از دست می‌دهند و به روزمرگی می‌افتند، در حالی که این بخش نیازمند حضور پررنگ افراد متخصص، مستعد و فعال است و همان‌طور که اشاره کردم، باید انگیزه کارشناسان را برای حضور در عرصه بازاریابی تقویت کرد.

فیلم‌ها و سریال‌های ما در شبکه‌های خارجی ایرانی زبان به تاراج رفته و این شبکه‌ها از تولیدات داخلی سوءاستفاده می‌کنند. ما باید جلوی این کار را بگیریم و قانونی مدون شود که آنها نتوانند بدون خرید و پرداخت هزینه، آثار ما را به نمایش گذارند. این البته به شرطی است که قانون کی‌رایت در کشور جدی گرفته شود و ما به طور رسمی به این قانون پیوندیم.

امیرحسین شریفی در پاسخ به این پرسش که جذب مخاطب برون مرزی (با توجه به تفاوت فرهنگ‌ها) مستلزم رعایت چه اصولی است، می‌گوید: من به عنوان تهیه‌کننده‌ای که در جشنواره‌های خارجی بسیاری شرکت کرده‌ام، معتقدم مخاطبان برون مرزی ارتباط بسیار خوبی با فیلم‌های ما برقرار می‌کنند، به این دلیل که ما در آثارمان مضامین انسانی را به دور از نمایش مسائل جنسی و خشونت به تصویر می‌کشیم و این دست آثار در دنیا کمیاب است. به همین دلیل می‌توان مخاطب تشنه برون مرزی را جذب و روح حقیقت‌جوی مخاطب را با آثار ایرانی زنده کرد. بارها پس از نمایش تله‌فیلم‌هایم در فستیوال‌های خارجی دیده‌ام مخاطبان با چه هیجان و شوقی از این آثار استقبال می‌کنند و کنج‌کاو آشنایی با فرهنگ و تمدن ایران می‌شوند. در گذشته آثاری که سیاه‌نمایی در آنها رایج بود، از سوی ایران در فستیوال‌های خارجی به نمایش گذاشته می‌شد که خوشبختانه این مشکل کمرنگ شده است و امیدوارم فیلم‌های ما فرصت درخشش بیشتری در

جهان به‌دست آورد.

انگیزه‌ها برای بازاریابی تقویت شود

جواد نوروزبیگی، تهیه‌کننده چند اثر بین‌المللی تلویزیونی و سینمایی است که برخی کارهای او مانند تله‌فیلم علفزار (ساخته محمدعلی طالبی) و صدای پای من (به کارگردانی مهرداد خوشبخت) در جشنواره‌های حیدرآباد هند، بانکوک و... درخشیده و جوایز متعددی دریافت کرده است.

نوروزبیگی با تأکید بر این که برخی آثارش با وجود کسب موفقیت بین‌المللی، مورد توجه بخش‌کننده‌ها قرار نگرفته، می‌گوید: برای رسیدن به بازاریابی موفق باید انگیزه‌ها را تقویت کرد.

تهیه‌کننده سریال‌هایی همچون آشپزباشی، شوق پرواز و ماتادور درباره راز موفقیت کارهایش در جشنواره‌های بین‌المللی تلویزیونی و سینمایی می‌گوید: تلاش می‌کنم استانداردهای بین‌المللی

نظر محتوا می‌تواند با مردم جهان ارتباط برقرار کنند. او می‌گوید: این یک واقعیت است که آثار خوب و قابل توجهی در کشور ما تولید می‌شود و من معتقدم تهیه‌کننده‌ها و کارگردان‌ها باید خودشان اقدام کنند و وارد میدان شوند. سینما و تلویزیون ما، نجیب، پاک و انسانی است، بنابراین می‌تواند در تمام دنیا بدرخشد.

شریفی با اشاره به این که رعایت نشدن قانون کی‌رایت در ایران، عامل بازدارنده در سینما و تلویزیون است، می‌گوید: امیدوارم با حضور وزیر جدید فرهنگ و ارشاد اسلامی این مشکل در زمینه‌هایی مثل سینما و ادبیات حل شود و در تلویزیون هم بتوان برای خرید و فروش کارها راحت‌تر عمل کرد. البته پیگیری تهیه‌کنندگان هم لازم است و ما این دغدغه را داریم، چرا که مطمئن هستیم اگر مشکل کی‌رایت را حل کنیم، موفقیت‌های چشمگیری حاصل خواهد شد. اگر این اتفاق رخ دهد، بخش عمده‌ای از آثار فرهنگی ما در تلویزیون و سینما از آن بهره‌مند خواهند شد.

خود را دارد و ریل‌گذاری و افقش متفاوت با وزارت ارشاد است. تلویزیون نیز روش خود را دارد. هر کدام از این نهادها می‌توانند کمیته‌هایی برای بازاریابی در جهان تشکیل دهند. نیاز به ایجاد نهاد دیگری نیست، بلکه درون همین تشکلهای می‌توان کمیته‌هایی تشکیل داد که مبحث صدور فرهنگ را در دستور کار قرار دهد. البته باید توجه داشت اولویت نخست، جذب مخاطبان داخلی است و رفع نیاز مخاطب داخلی و جذب آنها باید با شناخت ضرورت‌های کارشناسی شده انجام شود.

شگردهای بازاریابی را بشناسیم

امیرحسین شریفی، تهیه‌کننده سینما و تلویزیون تاکنون بیش از ۱۱۰ فیلم و سریال تولید کرده و آثارش (فیلم‌های تلویزیونی‌ای که به تهیه‌کنندگی او ساخته شده است) در جشنواره‌های داخلی و خارجی خوش درخشیده است. درخشش تهنایی در جشنواره ایتالیا و مسکو نمونه‌ای از این موفقیت‌هاست. فیلم اشک سرما نیز جایزه منبر طلایی مسکو و جشنواره کوهستان آلمان را به دست آورد. شریفی که جایزه بهترین و پرکارترین تهیه‌کننده را از آن خود کرده و سال‌های گذشته با فیلم‌های تلویزیونی در جشنواره‌های برون مرزی حضور موفق داشته است، امسال نیز با دو فیلم تلویزیونی کبریت سوخته و تاوان در جشنواره مسکو حضور خواهد داشت.

استقبال از سریال‌های ایرانی در کشورهای منطقه خیره کننده بود



محمد رضا عباسیان، مستندساز، تهیه کننده و از مدیران چند سال گذشته سینمای ایران، اوایل دهه ۸۰ به عنوان مدیر رسانه بین المللی سیما فعالیت داشته و موفقیت زیادی در عرضه آثار ایرانی در بازار جهانی به دست آورده است. با نظرات او درباره عملکرد این تشکل و راهکارهای ارائه آثار تلویزیونی ایران در بازارهای جهانی همراه شوید.

سی‌ام‌ای چیست و ضرورت تشکیل آن چه بود؟

سال ۷۴-۷۵ در اقدامی هوشمندانه برای عرضه بین المللی محصولات صداوسیما، سازمان سی‌ام‌ای (CMI) که مخفف اداره کل رسانه بین المللی صدا و سیما بود، تشکیل شد. این اداره در فاصله زمانی کوتاهی توانست اثرگذار ظاهر شود و در مدت کوتاهی به جایگاه کمی و کیفی ارزشمندی دست پیدا کرده و چه از بابت حضور در جشنواره‌های خارجی و چه در بعد فروش آثار ایرانی به دیگر کشورهای تا حد زیادی موفق عمل کرد. مجموعه از سال ۸۷ به بعد اتفاقاتی افتاد که سی‌ام‌ای دستخوش تغییرات و با بخش تامین برنامه بین المللی صداوسیما ادغام شد. این در حالی است که سی‌ام‌ای بعد از ۱۴ سال فعالیت در عرصه بین المللی به بردنی شناخته شده، تبدیل شده بود.

سی‌ام‌ای یک مرکز حرفه‌ای عرضه بین المللی و تامین برنامه خارجی مرکز خرید بود. ما در این مرکز علاوه بر فراهم کردن امکان حضور فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های بین المللی و هفته‌های فیلم، توفیق خوبی در فروش محصولات صدا و سیما داشتیم. اما در ادامه، بیشتر تمرکزها به سمت خرید رفت و از آنجا که تلویزیون نیاز بسیاری به تامین برنامه دارد و به دنبال آن خرید به مراتب جذاب‌تر از کار فروش است، برخی همکاری که در این نهاد مشغول فعالیت بودند، ترجیح دادند تمرکزشان در حوزه خرید باشد و کمتر به فروش توجه داشته باشند و اگر هم قصد عرضه محصولات فرهنگی را دارند، این کار را به شکل هدیه انجام دهند؛ در حالی که هدیه دادن کار هم باعث می‌شود، هدیه گیرندگان به دلیل آن که بهایی برای آن پرداخت نمی‌کنند، نسبت به پخش آن انگیزه لازم را نداشته باشند.

به نظر تان عرضه محصولات فرهنگی با فروش آن به کشورهای دیگر در نحوه معرفی باورهای فرهنگی و اسلامی ما در عرصه بین الملل تأثیری دارد؟

صد درصد، گرچه ممکن است از سوی بخشی از کشورها موضوع‌هایی نسبت به آثار فرهنگی ما وجود داشته باشد، زیرا معتقدند ممکن است در این آثار نگاهی ایدئولوژیک وجود داشته باشد.

چرا این مرکز بر فروش آثار تأکید ویژه داشت؟

می‌خواستیم از این طریق محصولات فرهنگی ایران را در حوزه‌های مختلف به دنیا معرفی کنیم. مدت کوتاهی پس از حضور در این نهاد توانستیم میانگین درآمدزایی سازمان را - که حاصل از فروش محصولات فرهنگی بود - از ۸۰ هزار دلار به پانصد هزار دلار برسانیم؛ عددی که می‌توانست با فروش سریال یوسف پیامبر (ع) حتی بیشتر شود. البته بنا به ملاحظاتی آقای ضرغامی تصمیم گرفتند این سریال را هدیه بدهند. البته با رایزنی‌هایی که در آن مقطع انجام شد، موفقیت‌های زیادی هم داشتیم. بسیاری از سریال‌های داخلی نظیر زیر تیغ، اغماص، حضرت مریم و میوه ممنوعه در کشورهای عربی و ترکیه با استقبال خیره کننده مواجه شد و حتی سریال مریم مقدس در کشور ترکیه - که از طریق نمایش خانگی در اختیار مخاطبان قرار گرفت - بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار نسخه فروش داشت، به این عدد افرادی را اضافه کنید که این اثر را به شکل کپی تهیه می‌کردند. پرواضح است که این سریال‌ها تأثیر زیادی در موج اسلامگرایی دیگر کشورها دارد.

۵ برابر شدن فروش آثار تلویزیونی

نگار حسینی

صدا و سیما از طریق خرید، تامین می‌شود و به همین دلیل، همان طور که از اسم این نهاد برمی‌آید، باید به این سمت برویم. وظیفه اصلی تامین برنامه بین المللی، همین است و ما باید بیشترین تمرکزمان را در بخش خرید و تامین برنامه‌های سازمان داشته باشیم تا بتوانیم نیازهای این رسانه را بر طرف کنیم. به همین دلیل ما در این مدت تلاش کرده‌ایم تا خریدهای موثر و خوبی را در این بخش داشته باشیم.

با این اوصاف، بخش فروش در قیاس با خرید مهجور واقع نمی‌شود؟

ما سعی کرده‌ایم با برنامه‌ریزی مناسب مانع از این اتفاق شویم و تمرکز ما در حوزه خرید باعث نشود که نسبت به بخش فروش بی‌اعتنا باشیم ما در این رابطه هم گام‌های اساسی برداشته‌ایم، به گونه‌ای که در سال اول فعالیت‌مان در بخش فروش بر اساس آمار مستندهایی که در سازمان وجود دارد ما پنج برابر دوره‌های قبل فروش داشتیم و این موضوع نشان دهنده این است که ما در این حوزه هم فعالیت مستمر و مناسبی را داشتیم.

به نظر تان حضور در جشنواره‌های بین المللی می‌تواند در روند فعالیت و معرفی ما در حیطه بین المللی اثرگذار باشد؟

قطعاً همین طور است، چرا که حضور در این جشنواره‌ها فرصت را برای ما فراهم می‌کند تا ما بتوانیم اهداف و باورهای مان را به این افراد معرفی کنیم و خب خوشبختانه در طول سال‌های اخیر ما همواره حضور پررنگی در جشنواره‌ها داشتیم و توانستیم در زمینه معرفی آثار فرهنگی مان گام‌های مناسبی را برداریم.

غلامرضا رضایی مدیر کل تامین برنامه و رسانه‌های بین المللی سازمان صدا و سیما معتقد است که با توجه به حجم مورد نیاز برنامه در شبکه‌های مختلف سیما که تامین آنها از طریق خرید فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی عملی می‌شود، خرید کارهای تلویزیونی باید در اولویت این اداره کل قرار گیرد اما این به آن معنا نیست که در زمینه فروش و بازاریابی کارهای ایرانی، بی تفاوت عمل کنیم. بار رضایی که طی هفته‌های گذشته به عنوان عضو شورای سیاستگذاری سومین جشنواره جام‌چم، روزهای پر کاری را سپری کرد، درباره موضوع هفته قالب ویژه صحبت کرده‌ایم.

آقای رضایی طی سال‌های اخیر به نظر تان بخش تامین برنامه بین المللی سازمان صدا و سیما تا چه حد توانسته در زمینه خرید و فروش آثار تلویزیونی موفق عمل کند؟

ما تمام تلاشمان را در این راه به کار بستیم که حضور مستمر و چشم‌گیری را در این راه داشته باشیم و بتوانیم به شکل مناسبی در عرصه‌های بین المللی حضور به هم برسانیم. به همین سبب برنامه‌ریزی‌های دقیقی را به عمل آوردیم تا براساس آن در بخش خرید، فروش و حضور در جشنواره‌ها گام‌های موثری برداریم.

اما ظاهراً بیشترین تمرکز این تشکل در بخش خرید بوده تا فروش؟

فراموش نکنید ۳۰ درصد از برنامه‌های سازمان بزرگ



قاعده بازی در زمین دیگران

ادامه از صفحه ۹

محدودیت، مانع جهانی شدن نیست

حجت قاسم‌زاده اصل، نویسنده و کارگردان آثار مختلفی همچون ثقلاً اسلام تبریزی، جاودانه سوگ، آخرین روزهای شادبودن، تردستی، تنهایی، از سنبه تا پنجشنبه، کسوف، ژرفا، قصه‌ها و واقعیت، تباهی،



یک داستان کوتاه و چند داستان دیگر و پیدا و پنهان است. او این روزها سریال تلویزیونی یادآوری را در حال پخش از شبکه آی‌فیلم دارد. قاسم‌زاده اصل در جشنواره‌های معتبر بین المللی بخوبی درخشیده و جوایز متعددی به دست آورده و فیلم‌های او به زبان‌های مختلف ترجمه و از شبکه‌های تلویزیونی دنیا به نمایش گذاشته شده است.

برخی فیلمسازان معتقدند، خط قرمزها مانع دیده شدن آثار تلویزیونی در جشنواره‌های بین المللی می‌شود، اما تله‌فیلم تنهایی از ساخته‌های قاسم‌زاده اصل توانست در جشنواره‌های بین المللی بخوبی دیده شود.

او در این خصوص می‌گوید: به نظرم این فرضیه بسیار غلط است که خط قرمزها و محدودیت‌های عرفی و اجتماعی مانع حضور کارهای ما در جشنواره‌های جهانی و بازار تلویزیونی کشورهای مختلف می‌شود. پنهان شدن پشت محدودیت‌ها تنها به دلیل فرار از تامل و تفکر در راه تولید یک اثر است. در مقابل این فرض غلط، این سوال مطرح می‌شود اگر داستان در همه زمینه‌ها باز بود، چه می‌کردیم و چه اتفاقی می‌افتاد؟! این فرض آسان‌طلبانه که اگر هیچ قانون و خطی نبود، دنیا را تکان می‌دادیم، فرض بی‌عیدی است. خیلی‌ها در همین شرایط طی ۳۰ سال گذشته، جوایز بسیاری از جشنواره‌های جهانی به دست آورده‌اند، در حالی که آفتاب بر همه یکسان می‌تابد. هر فیلمی که موضوع انسانی داشته باشد و با دقت و حوصله ساخته شود می‌تواند در کشورهای مختلف به نمایش برسد و جهانی شود. زمان و مکان و شرایطی که فیلم در آن ساخته می‌شود در کیفیت آن تأثیر بسزا دارد، اما مفهوم و درونمایه یک اثر در جذب مخاطب اصلی‌ترین عنصر است تا جایی که اگر چنین فیلمی چند بار به نمایش گذاشته شود مخاطب باز آن را خواهد دید. ما نمونه‌های موفق در این زمینه کم نداریم، هر چند اگر برخی فیلم‌ها تنها دو بار به نمایش گذاشته شوند، مخاطب شاک می‌شود.

او ادامه می‌دهد: اگر فیلمی چند بار و در برهه‌های زمانی مختلف مخاطب داشته باشد، آن اثر زنده است و اگر در جشنواره‌های خارجی شرکت کند، موفق خواهد بود، چرا که رویکردی انسانی دارد و با حوصله ساخته شده است.

قاسم‌زاده اصل می‌گوید: من و عموم فیلمسازان تلویزیونی و سینمایی برای جهانی شدن فیلم نمی‌سازیم. آنچه برای دیده شدن ساخته می‌شود، آگهی بازرگانی است و ما فیلمسازان برای دل خودمان و بیان آنچه ذهنمان را به خود مشغول کرده و البته اندیشه و نگاهمان به مسائل مختلف فیلم می‌سازیم، اما برای ارتباط با مخاطب گسترده‌تر، کافی است موضوع را درست پرورش دهیم. در جهانی شدن یک اثر، نشانه‌ها و متغیرهای بسیاری تأثیرگذار است. بنابراین ما باید به درست انجام شدن کارمان بیندیشیم، نه چیز دیگر. هر جزئی درست پییده شود، لاجرم کل را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر من از فیلمی جهانی تأثیر بگیرم، به این دلیل است که کارگردان آن به علاقه و سلیقه من هم اندیشیده است؟ به طور حتم این گونه نبوده و تنها سازنده کار خود را درست انجام داده که ما را جذب کرده است. هر سوژه‌ای اگر درست پرداخته شود، ماندگار می‌شود و در عرصه‌های بین المللی هم دیده خواهد شد. ما فیلم‌های بسیاری دیده‌ایم که مورد

حمایت قرار گرفته‌اند و حتی به دلایل درون گروهی جوایز جشنواره‌های داخلی را از آن خود کرده‌اند، اما این فیلم‌ها کجا هستند؟ براحتی فراموش خواهند شد و کسی سراغشان را نخواهد گرفت. باید به این نکته توجه کنیم که در دل مردم رفتن و ماندن، آرزوی هر هنرمندی است که فرمول مشخصی ندارد، اما به نظر من تنها کمی صداقت و عشق می‌خواهد با خودمان و مخاطبمان.

قاسم‌زاده اصل درباره کارهای نازلی که از سوی کشورهای منطقه و کشور شرق آسیا ساخته شده و برای جهانی شدن بازار پیدا کرده‌اند، می‌گوید: داستان خیلی مفصل است و در این زمینه حرف بسیار دارم. به یک نمونه اشاره می‌کنم و آن تله‌فیلم قصه‌ها و واقعیت‌هاست که خودمان آن را ساخته‌ام. این کار تلویزیونی به زبان اسپانیایی و انگلیسی دوبله شد و نمایش‌های موفق در تلویزیون‌های دنیا داشت. بخشی از ماجرای سریال سازی، تجارت و شناخت قواعد آن است که ما گاه به آن نزدیک شده‌ایم، گاه از آن عقب مانده‌ایم و گاه اصلاً طرفش نرفته‌ایم. سازندگان سریال‌های ترکیه‌ای و کره‌ای کار خود را خوب ارائه می‌کنند و هدف‌گیری‌شان مناسب است. رسانه ملی مانند دیگر رسانه‌ها باید آثار تولیدی خود را عرضه کند. ما باید توان عرضه کردن را به دست آوریم.

از صدای سخن عشق ندیدم خوشتر

برنامه «صدای سخن عشق» نگاهی بی‌پیرایه به شعر و ادبیات دارد

سارا صفالو



شیراز به‌عنوان پایتخت شعر و ادب کشور همواره مورد توجه ادب‌دوستان در سراسر ایران زمین بوده و برنامه «صدای سخن عشق» به منظور اشاعه و ترویج فرهنگ شعر و شاعری و گسترش فعالیت‌های فرهنگی و هنری تولید می‌شود. این برنامه از زادگاه حافظ و سعدی برای گروه کودک تدارک دیده شده است. با نگاه به ساعت پخش آن براحتی می‌توان دریافت، تنها کودکان بیننده این برنامه نیستند و خانواده‌های ادب‌دوست، شب‌های طولانی پاییز و زمستان را با دیدن این برنامه سپری می‌کنند.

به‌دنبال اقبال عمومی مخاطبان از سری اول صدای سخن عشق پس از اندک زمانی سری دوم و سوم و چهارم این برنامه نیز تولید و پخش شد. سری سوم صدای سخن عشق به سفارش شبکه شما در ۸۰ قسمت در سیمای مرکز فارس تولید شده و شرکت‌کنندگان نیز از کودکان تا بزرگسالان در آن حضور دارند و مشاعر می‌کنند.

قرائت اشعار دیروز و امروز

قرائت اشعار توسط شاعران و بازخوانی دیوان شاعران و سایر آثار تاریخی از سوی شرکت‌کنندگان از جمله بخش‌های مشاعره است.

مسابقه با شرکت ۶۳ گروه چهار نفره انجام می‌شود و سرانجام چهار نفر به مرحله نهایی راه پیدا می‌کنند. این مسابقه شامل دور مقدماتی، نیمه‌نهایی و پایانی است که شرکت‌کنندگان در بخش‌های مشاعره عمومی و مشاعره مشروط (واژگان، نیمه مصرع و شعر خوانی باهم) به رقابت می‌پردازند. در این برنامه همچنین از بخش‌های شعر یک شاعر و شعر خوانی کودکان استفاده می‌شود.

صدای سخن عشق با محتوایی ادبی، اشعار برگزیده شاعران دیروز تا امروز ایران را روایت می‌کند و در هر قسمت از برنامه کارشناس - مجری شرحی بر احوال شاعران فارسی بیان می‌کند.

برد و باخت مهم نیست

رویکرد آموزشی سری جدید برنامه اگر بیشتر از وجه سرگرمی‌اش نباشد، کمتر نیست؛ پس مشاعره یک مسابقه تلویزیونی صرف با رویکرد ادبیات فارسی نیست. روال عادی مشاعره همیشه این‌گونه بوده که هر کس نتوانست در نوبت خود بیتی بخواند، از دور مسابقه حذف می‌شود و رقابت میان دیگران ادامه پیدا می‌کند. نکته دیگر این که خواندن بیت‌هایی که به حروف کم کاربرد در زبان فارسی ختم می‌شوند، به برنده شدن در مسابقه کمک می‌کند و این مساله ممکن است مسابقه را از انگیزه اصلی آن که تبادل آگاهی است، دور کند، اما در برنامه مشاعره رقابت میان افراد به گونه‌ای طراحی شده که شرکت‌کنندگان به چنین آفت‌هایی گرفتار نشده، از مسیر درست و هدف اصلی مسابقه منحرف نشوند. در «صدای سخن عشق» اگر کسی نتواند در نوبت خود بیت مناسب را بخواند، از دور رقابت حذف نمی‌شود، بلکه امتیازش کم می‌شود. به طور کلی برد و باخت در برنامه مشاعره کمترین اهمیت را دارد. این ویژگی شاید از جذابیت رقابتی بودن برنامه بکاهد، اما بر تاثیرگذاری آن اضافه می‌کند، چون مجری - کارشناس برنامه به فراخور نیاز، هر بار نکته‌های ادبی و آموزشی را با توجه به بحث، مطرح و بازگو می‌کند و تذکراتی ادبی و آموزشی می‌دهد که بجا و مناسب است.

از دیگر نکات قوت صدای سخن عشق، بخش‌های متنوع آن همراه با آموزشی است، مثلاً در بخش شعرخوانی شرکت‌کنندگان، در وهله اول لحن ادای شعر و فن بیان و در وهله بعد، مضمون شعر و نکات سبک‌شناسانه سنجیده می‌شود که به خودی خود به

در برنامه صدای سخن عشق، کلاس و تمرینی در نظر گرفته شده است، می‌گوید: کلاس‌هایی را قبل از ضبط برنامه برای بچه‌ها ترتیب دادیم و آنها را با رمز و رموز شعر، قافیه، ردیف و آرایه‌های شعری آشنا کردیم و بعد از آمادگی کامل در برنامه شرکت دادیم که همین دقت و درست‌خوانی و معنی‌دار خواندن شعر از سوی کودکان مورد توجه مخاطبان قرار گرفت.

یزدان‌پور در این خصوص که آیا در برنامه صدای سخن عشق از شعرهای شعری بنام استفاده شده یا از سروده شاعران معاصر بهره گرفته می‌شود، می‌گوید: شرکت‌کنندگان برنامه که از استان‌هایی چون بوشهر، خوزستان و کرمان و دیگر نقاط کشور بودند هر جا فرصتی پیش می‌آمد سروده‌های شاعران معاصر و محلی خود را قرائت می‌کردند و به جذابیت برنامه می‌افزودند. رویکرد برنامه نقد شعر نیست، ولی در هر چهار سری برنامه هر جا لازم بود، خود بنده و شرکت‌کننده‌ها از دیگر بزرگان ادب یاد کرده و به معرفی آثار و بیان دیدگاه آنها پرداخته‌ایم. وقتی صحبت از حافظ و سعدی می‌شود، نمونه‌هایی از شعر شاعران اروپایی و آمریکا چون گوته پیش می‌آید. گوته خود را هم‌زاد حافظ دانسته و من نیز به پاس ارادت این فرد به حافظ، اقدام به خواندن اشعار کوتاهی از او کرده‌ام اما این که شعری را نقد کنیم، برنامه کمتر چنین فرصتی به ما داده است.

مجری برنامه همچنین درباره کم بودن شعر و ادب در برنامه‌های تولیدی صدا و سیما می‌گوید: این نقد را وارد می‌دانم. جای برنامه‌های ادبی و فرهنگی در میان برنامه‌های صدا و سیما اگر نگوییم کم‌رنگ، کم است. برای کشوری که شاعران و ادیبان بزرگی دارد، حیفاست شاعران بنامش در گمنامی باشند و آثار خام و بی‌ریشه غربی در کاغذهای روغنی ایران پیش روی نسل به جا مانده از حافظ و فردوسی و سعدی و رودکی باشد و با پیشینه فرهنگی ما ایرانیان باید بیش از اینها به این گروه از برنامه‌های ادبی پرداخته شود.

کودکان چهار تا هشت ساله‌ای که دست‌پورده والدین ادب دوست و شعردوستی هستند که دو سال پیش همین والدین، خودشان از شرکت‌کنندگان سری اول برنامه بوده‌اند.

تهیه‌کننده صدای سخن عشق، درباره بخش‌های جذاب برنامه می‌گوید: برای این‌که برنامه از حالت یکنواخت خارج شود، در هر سری تغییرات جدیدی به وجود آورده‌ایم. سری اول در استودیو اجرا شده بود، اما سری‌های بعدی در فضای باز تولید شد. سری دوم و سوم و چهارم در فضاهای تاریخی - فرهنگی مورد توجه قرار گرفت و بار دیگر، صدای سخن عشق در اماکن تاریخی و فرهنگی فارس طنین‌انداز شد. رشیدی به اتاق فکر این برنامه اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: در این اتاق طرح‌ها و ایده‌های جدید را طراحی و در هر سری بخش‌های جدیدی به برنامه اضافه کردیم. یک بخش در سری سوم طراحی کردیم و آن مزایده واژه‌هاست. یک واژه به مزایده گذاشته می‌شود و هر کدام از شرکت‌کنندگان که بیشترین شعر را با آن واژه بگوید، برنده قسمت مورد نظر برنامه می‌شود. در سری چهارم مجموعه که بزودی از شبکه شما پخش می‌شود آیت‌های دیگری به اصل برنامه اضافه شده است. یک واژه را مجری مطرح می‌کند و شرکت‌کنندگان به صورت چرخشی هر قدر بتوانند درباره آن شعر می‌گویند.

امیرهمایون یزدان‌پور، مجری برنامه نیز درخصوص پیشینه شاعره و این که قدمت آن به چه زمانی می‌رسد می‌گوید: قدمت مشاعره در ایران همپای تولد شعر، ابتدا در محافل شاعران و سپس با آشنا شدن مردم و حفظ اشعار شاعران بنام و حتی محلی سینه به سینه میان مردم رواج یافته است. پیشینیان ما شب‌های طولانی زمستان را فرصت مناسبی می‌دانستند و خانواده‌ها و فامیل را دور هم جمع و برای پر کردن وقتشان شعرهای زیبا قرائت می‌کردند.

یزدان‌پور درباره این که آیا برای کودکان شرکت‌کننده

جذابیت برنامه مشاعره افزوده و نقطه قوت آن است. علی رشیدی، تهیه‌کننده برنامه صدای سخن عشق درباره پیشنهاد اولیه تهیه برنامه می‌گوید: با انتخاب مهندس کشفی به سمت مدیر کل مرکز فارس در سال ۹۰، تولید این برنامه در دستور کار صداوسیما مرکز فارس قرار گرفت که سال‌ها، جای خالی آن در این شبکه احساس می‌شد چراکه شیراز به‌عنوان پایتخت شعر و ادب کشور همواره مورد توجه ادب‌دوستان بوده است، بنابراین با دادن فراخوان از علاقه‌مندان مشاعره دعوت و با گرفتن تست اولیه و فراهم شدن مقدمات کار، ضبط برنامه را شروع کردیم. او درخصوص سری دوم و سوم برنامه می‌گوید: سری دوم در ۳۹ و سری سوم در ۲۲ قسمت تهیه و تولید شده است. سری چهارم نیز با ۶۵ برنامه به سفارش شبکه شما تهیه شده است. در سری سوم که در حال پخش از این شبکه است، سعی کردیم کار را خیلی ویژه و متناسب با استانداردهایی که در شبکه ملی و سراسری تولید می‌شود، شروع کنیم.

رشیدی با اشاره به تاثیر برنامه در جامعه می‌گوید: با قوت گرفتن برنامه، طبع شعر و شاعری در شهر شیراز نیز قوت گرفت. نشریات محلی شیراز نیز به این موضوع پرداخته‌اند و فرهنگ مشاعره در همه جای این شهر رایج‌تر شده است. مثلاً در سری سوم برنامه با کودکانی سر و کار داریم که تعجب همه را برانگیخته‌اند.

روی آنتن

برنامه فرهنگی، هنری و ترکیبی صدای سخن عشق برنامه‌ای است، شامل شرح احوال و آثار شاعران بزرگ ایران زمین، غزل‌ها و دکلمه اشعار که در قالب برنامه شبانه، روزهای شنبه تا پنجشنبه راس ساعت ۲۳ و ۳۰ دقیقه از شبکه سراسری شما پخش می‌شود.

درهم تنیدگی ساختار و شخصیت

روجا ساسان

ساختار و شخصیت، دو عنصر درهم‌تنیده در بافت فیلمنامه است. ساختار، حوادث داستان، نتیجه و ماحصل تصمیماتی است که شخصیت‌ها در شرایط بحرانی می‌گیرند یا کارهایی است که انجام می‌دهند. شخصیت‌ها نیز مخلوقاتی هستند که به واسطه تصمیماتی که در لحظات بحرانی می‌گیرند، شناخته و متحول می‌شوند. اگر یکی از آنها را تغییر بدهید، گویی دیگری را هم تغییر داده‌اید. بنابراین اگر ساختار حوادث تغییر کند، شخصیت‌ها به تبع آن تغییر می‌کنند و اگر نویسنده بخواهد عمق شخصیت را دستکاری کند، باید ساختار را هم به نحوی بازسازی کند که بیانگر چنین تحولی باشد.

فرض کنید در لحظه حساس و تعیین‌کننده یک داستان، قهرمان در شرایط بحرانی تصمیم بگیرد حقیقت را بازگو کند، اما نویسنده احساس می‌کند صحنه‌ای که نوشته به کارش نمی‌آید و در همین حین به ذهنش خطور می‌کند شخصیت به جای گفتن حقیقت دروغ بگوید و به این ترتیب با معکوس کردن کنش شخصیت، ساختار داستان خود را تغییر می‌دهد.

توجه کنید در هر دو صحنه، خصایص ظاهری شخصیت تغییر نمی‌کند و همان لباس، خلق و خو و شغل را دارد، اما در صحنه اول او یک فرد راستگوست و در دومی انسانی دروغگو. از این‌رو، نویسنده با معکوس کردن حادثه، شخصیتی کاملاً جدید آفریده است.

حال ممکن است اتفاق دیگری بیفتد؛ نویسنده ناگهان به شناخت تازه‌ای از ذات و سرشت یک شخصیت می‌رسد و بر آن می‌شود هویت روانی کاملاً جدیدی به وی بدهد و او را از یک فرد صادق به فردی دروغگو تبدیل کند، اما ارائه هویت و سرشت تازه مستلزم کاری فراتر از تغییر دادن خصایص ظاهری است. افزودن نوعی طنز تلخ، زمینه و بافت لازم را فراهم می‌کند، اما کافی نیست. اگر داستان تغییر نکند، شخصیت هم تغییر نخواهد کرد.

نویسنده اگر شخصیت را بازآفرینی کند، داستان را هم باید بازآفرینی کند. تغییر شخصیت به معنای تصمیم تازه، اعمال متفاوت و در کل داستانی دیگر است. بنابراین دیگر نیازی به عبارت داستان شخصیت‌محور نداریم. در واقع، همه داستان‌ها شخصیت‌محور است. ساختار شخصیت و حوادث آینه تمام‌نمای یکدیگر است. به عبارت دیگر، عمق شخصیت را نمی‌توان بیان کرد، مگر از طریق ساختار داستان.

پیچیدگی نسبی شخصیت هم باید با ژانر تناسب داشته باشد. برای مثال، ژانرهای ماجراجویی به شخصیت‌های ساده نیاز دارد، زیرا پیچیدگی شخصیت حواس ما را از عمل قهرمانی که ذاتی این ژانر است، پرت می‌کند در حالی که اگر داستان به کشمکش فردی و درونی پرداخته باشد، پیچیدگی شخصیت ضروری است، زیرا سادگی شخصیت، ما را از نگرستن به ذات بشر - که لازمه این ژانر است - بازمی‌دارد. این یک اصل بدیهی است. با وجود این، ممکن است این سوال ایجاد شود که برآستی داستان شخصیت‌محور به چه معناست؟ برای بسیاری از نویسندگان، این عبارت به معنای داستانی است که محور آن شخصیت‌ظاهری است؛ فرمی که شاید خوش آب و رنگ به نظر برسد، اما شخصیتی که در لایه‌های آن است، خام و پرورش نیافته باقی مانده است.



«آذر، پایان پاییز» و «پشت ابرها شهر یست» در یک نگاه

بازی‌هایی که مخاطب را درگیر می‌کند

مریم‌رها

دو فیلم تلویزیونی با عنوان «آذر، پایان پاییز» و «پشت ابرها شهر یست» این هفته از شبکه دو نمایش داده شد که ویژگی اصلی این دو فیلم بازی خوب و یکدست بازیگران بود که در این نوشتار به آنها می‌پردازیم.

آذر، پایان پاییز: این فیلم تلویزیونی به کارگردانی سعید ابراهیمی فر و تهیه‌کنندگی علیرضا سبط‌احمدی، پنجشنبه شب گذشته از شبکه دو پخش شد که داستان دو خواهر دوقلو به نام آذر و زهره را از سال ۱۳۱۴ مقرر با کشف حجاب در دولت رضاخان تا پیروزی انقلاب اسلامی به تصویر می‌کشد.

در این فیلم تلویزیونی، بهناز جعفری بازیگر سینما، تلویزیون و تئاتر نقش خواهران دوقلو را بازی می‌کرد و بهروز بقایی و قربان نجفی دیگر بازیگران آن بودند.

اتفاقات این فیلم تلویزیونی که راوی آن اول شخص است، چهار دهه از زندگی شخصیت اصلی را نشان می‌دهد و طبیعتاً انتخاب بازیگری که به لحاظ فیزیکی و میمیک بتوان عبور این مدت زمان را در چهره او دید و هم به لحاظ بازیگری، از عهده بازی این نقش در سنین مختلف برآید، یکی از مراحل دشوار کار بوده که بهناز جعفری از عهده آن برآمده است، اما مساله دیگری که در تولید چنین فیلم‌هایی از دست می‌رود، جذابیت روایت و قصه است که باعث می‌شود بیننده تا پایان با آن همراه نشود.

آذر پایان پاییز، به دلیل ریتم کند تا بخشی از ماجرای داستان را جذاب روایت می‌کند، اما از جایی که کاراکتر اصلی یا کوچ یک ایل همراه می‌شود، فیلم درگیر علاقه و سلیقه شخصی کاراکتر می‌شود و کارگردان فراموش می‌کند این علایق و سلیق را برای مخاطب هم مهم کند. به نوعی که به دغدغه مخاطب هم تبدیل شود. بیننده در این فیلم لحظات شخصی کاراکتر را می‌بیند، اما با آن همراه نمی‌شود. نشان دادن لحظات شخصی کاراکتر در رویارویی با معضلات عمومی و اجتماعی، ویژگی فیلم‌های مدرن است، اما چنین لحظاتی باید این تفکر را در بیننده جاری کند که اگر او به جای کاراکتر قصه قرار می‌گرفت، چه احساسی داشت یا چه کاری انجام می‌داد.

این فیلم تلویزیونی اگرچه نماهای زیبا کم ندارد، اما برای نشان دادن زمان گذشته از فیلتر سیاه و سفید استفاده کرده که در فضای کار نمی‌نشیند و فضایی سرد و بی‌روح، اما تخت ایجاد می‌کند. کارگردان از طراحی صحنه و لباس یا نورپردازی و استفاده از رنگ‌هایی که کهنگی را تداعی می‌کند، برای بازسازی فضای قدیم بهره نگرفته و با فیلتری ساده، سعی کرده زمان را به عقب برگرداند.

یکی از معایب استفاده از فیلتر رنگی این است که عمق و بعد را از بین می‌برد و همه چیز را تخت، یکسان و خطی نشان می‌دهد.

پشت ابرها شهر یست: این فیلم تلویزیونی به کارگردانی سیامک صرافت و نویسندگی امیر ماهرو، یکشنبه

بیست‌ودوم دی‌ماه از شبکه دو روی آنتن رفت.

پشت ابرها شهر یست روایت زندگی زن پنجاه و هفت ساله‌ای به نام طلعت است که شوهرش را ده سال پیش از دست داده و بتازگی از سازمان بهزیستی بازنشسته شده است و کلاس‌های آموزش قرآن را در یک مسجد برگزار می‌کند. بهمن پسر خوانده او که یک سال است با دختر خوانده‌اش به عقد هم درآمده‌اند و قرار است پس از محرم و صفر ازدواج کنند، در درگیری با یکی از پسرهای محل، ناخواسته مرتکب قتل و در دادگاه محکوم به قصاص و اعدام می‌شود. خانواده مقتول - خصوصاً مادر او - حاضر نمی‌شوند، رضایت بدهند، طلعت و همسر بهمن، همراه مددکار در پی گرفتن رضایت از خانواده مقتول هستند. در مراسم عزاداری امام حسین (ع) در مسجد خدا را قاضی و امام حسین (ع) را وکیل خود می‌خواند تا دل خانواده متوفی را به دست آورده، بهمن را از مرگ نجات دهند.

در این فیلم، آهو خردمند نقش طلعت، شهرام عدیلی نقش بهمن پسر خوانده طلعت و فریبا نادری نقش دختر خوانده طلعت و همسر بهمن را ایفا می‌کنند. در یک نگاه کلی بیشتر فیلم‌های تلویزیونی را - که محرم و صفر امسال از شبکه‌های مختلف پخش شده‌اند - می‌توان به دو گروه تقسیم کرد؛ گروه اول ایام محرم و صفر را بستر زمانی وقوع داستان قرار داده‌اند و داستان را با حال و هوای محرم و مراسم و مناسک این ایام، رنگ‌آمیزی کرده‌اند. گروه دوم با استفاده از تعزیه و دیگر آیین‌های محرم سعی داشتند علاوه بر ترویج مراسم و آیین‌ها، با ریشه‌یابی آنها انسان معاصر را به ریشه‌های مذهبی خود در دوران کهن سوق دهند. این دسته بیشتر بر چالش تعزیه‌گردان‌ها با اشخاص ناهل برای برگزاری مراسم تاکید داشتند که به نوعی بازنمایی قیام موافقان امام حسین (ع) با مخالفان، بر سر حق و ناحق و باب و نایاب بود.

اما فیلم تلویزیونی پشت ابرها شهر یست، از معدود فیلم‌های تلویزیونی مناسبی است که پا از این دو گونه فراتر نهاده و محرم و صفر را در ماجرا دخیل می‌کند، به گونه‌ای که اگر داستان در این ایام اتفاق نمی‌افتاد، پایان آن به گونه‌ای دیگر تغییر می‌یافت. طلعت که در دادگاه به او اجازه صحبت داده نمی‌شود و در مراجعه مکرر به خانواده مقتول، سرخورده شده، در صحن عزاداری امام حسین (ع) فرصت می‌یابد تا آنچه در دل دارد، در میان شاکو و شاهد بر زبان بیاورد و در محضر قضاوت خداوند - که فراتر از قانون و قضاوت انسانی است - با وکیل قرار دادن امام حسین (ع)، دل داغیده و عزادار خانواده مقتول را به رحم آورد و پسر خوانده‌اش را که ذاتاً انسان بدی نیست، از قصاص برهاند.

یکی از ویژگی‌های خوب این فیلم، جدا از بازی حسی بسیار خوب مادر و دختر خوانده، انتخاب موقعیت متفاوت در جهت هدف متن است. در این فیلم، صحنه دادگاه اصلی که در آن بهمن محکوم به اعدام شده، به قرینه دادگاه الهی در مسجد حذف و به نشان دادن موقعیت مادر و همسر بهمن پس از اعلام رای دادگاه، در خارج از محوطه قناعت شده است. حذف درست و هوشمندانه، علاوه بر ایجاز در روایت و کمک به ریتم فیلم، به تاکید بر بن‌مایه اصلی فیلم، ضعف قوانین محدود انسانی را عینی می‌سازد. از نظر زیبایی‌شناسی تصویری، فضای معمول و مرسوم دادگاه‌ها در بسیاری آثار تلویزیونی، جای خود را به میزانشن دایره‌ای در مسجد می‌دهد که در آن قاضی، هیات منصفه، شاهد و شاکو، پشت میز یا در جایگاه همیشگی خود ننشسته‌اند و همگی از یک شأن و منظر برخوردارند. به جز این میزانشن غیر کلیشه‌ای می‌توان به پلان مربوط به وکیل گرفتن طلعت اشاره کرد که بر خلاف بیشتر آثار معمول، طلعت نه در دادگاه یا دفتر وکالت که در مغازه، از شخصی خیرخواه و محترم درخواست می‌کند به عنوان وکیل پسرش، هر کاری می‌تواند انجام دهد.

بیشتر سکانس‌های این فیلم از قاب زیبایی برخوردارند، اما در برخی پلان‌ها، میزانشن‌هایی نمایشی به چشم می‌خورد. از جمله پلانی که همسر بهمن در بیمارستان سعی می‌کند رضایت خانواده مقتول را بگیرد. میزانشن‌هایی از این دست که ساختگی به نظر می‌رسد، نگاه مخاطب را دچار ایست لحظه‌ای می‌کند و از تاثیرگذاری اثر می‌کاهد و بیننده را بیشتر از درگیر شدن با فضای کار، متوجه کارگردان و حضور پررنگ او می‌کند.



برنامه «عصر بخیر تهران» در یک سکانس

اینجا دنیا برعکس است

اگر رویکرد و محتوای هر برنامه با توجه به زمان پخش آن تعیین شود و کنداکتور پخش با توجه به نیاز مخاطبان عصرگاهی یا صبحگاهی چیده شود، در جذب مخاطب موفق تر خواهد بود. باید در نظر گرفت مخاطبان برای ساعت‌های عصرگاهی یا صبحگاهی خود چه انتظاری از رادیو و تلویزیون دارند؟ چه برنامه‌ای با چه مختصاتی می‌تواند آنها را برای شروعی تازه آماده کند یا خستگی روزانه آنها را از تن بیرون آورد و دقایقی کوتاه، آنان را از دغدغه‌های روزمره نجات دهد. برای پاسخ به این پرسش‌ها به رادیو تهران، شبکه استانی پایتخت می‌روم تا از نزدیک با تدابیری که اتخاذ شده است، آشنا شوم.

با هماهنگی قبلی در یکی از روزهای نه‌چندان سرد زمستان به میدان ارگ، ساختمان قدیمی پخش می‌روم. قبل از ورود به استودیوی پخش، سعید بهروان مدیر روابط عمومی رادیو تهران را می‌بینم. می‌گوید: رادیو تهران، شبکه‌ای که می‌خواهد لحظات شادی را برای مردم پایتخت رقم بزند، با ایجاد لحظات فرخبخش و شاد برای مخاطب می‌تواند حس همگرایی جمعی را برانگیزد و باتهمیه برنامه‌هایی با شاخصه‌هایی همچون بی‌تکلف بودن، سادگی و صمیمیت سعی می‌کند در ساعات عصرگاهی لحظاتی مفرح برای مخاطب خود فراهم کند.

وقتی وارد استودیوی پخش می‌شوم با همه عوامل برنامه عصر بخیر تهران احوالپرسی می‌کنم. روی یکی از صندلی‌های اتاقک شیشه‌ای می‌نشینم. اما برخلاف همیشه خیلی زود رسیده‌ام و هنوز گروه برنامه‌ساز قبلی در استودیو حضور دارد. ساعت ۱۶ را نشان می‌دهد و هنوز ۱۵ دقیقه‌ای به شروع برنامه مانده است.

اکبر محمدی‌خانی، مدیر گروه اجتماعی و خانواده در استودیو حضور دارد. او درباره جزئیات برنامه می‌پرسد که می‌گوید: برنامه عصر بخیر تهران هر روز غیر از جمعه‌ها ساعت ۱۶ و ۱۵ دقیقه تا ۱۸ با بخش‌های متنوع همچون عصرانه هنری، سرگرمی‌های مجازی، میز برای حرف، پستچی، اخبار شنیدنی از دنیای ورزش و دنیا برعکس، همراه شنوندگان رادیو تهران است.

او در ادامه صحبت‌هایش با تاکید بر این که برنامه عصر بخیر تهران با چهار مولفه پخش می‌شود، می‌گوید: رویکرد برنامه تفریحی و سرگرم‌کننده است تا اطلاعاتی را با محوریت اصلاح سبک زندگی، تصحیح روابط اجتماعی با چهار مولفه دین، اخلاق، امید و آگاهی به مخاطبان ارائه کند. در برنامه عصر بخیر تهران، چهار گروه برنامه‌سازی می‌کنند و دو تیم اجرایی داریم که با موضوع‌های روزانه مخاطبان را همراهی می‌کنند.

مدیر گروه اجتماعی و خانواده شبکه رادیویی تهران در پاسخ به این پرسش که موضوع‌های روزانه برنامه برچه اساسی تعیین و انتخاب می‌شود، توضیح می‌دهد: موضوعات برنامه در جلسات ایده تا شنیده - که با حضور اعضای گروه برنامه‌ساز به صورت هفتگی تشکیل می‌شود - تعیین می‌شود و موضوعات نیز براساس اهداف شبکه، مأموریت گروه اجتماعی و خانواده و مناسبت‌های تقویمی انتخاب و در قالب ترکیبی تقدیم شنوندگان رادیو تهران می‌شود. برنامه عصر بخیر تهران در ژانر برنامه‌های مجله‌ای به صورت بخش‌های جداگانه اما به صورت مجموعه هماهنگ تهیه و ارائه خواهد شد.

اینجا دنیا برعکس است

تا پخش برنامه زمان اندکی باقی است. اسماعیل باستانی، تهیه‌کننده برنامه و حافظ آهی - که گویندگی این هفته عصر بخیر تهران را به عهده دارد - خودش را برای پخش برنامه آماده می‌کنند.

پس از احوالپرسی گرم حافظ آهی با شنوندگان و طرح موضوع، صدای مردم و نظرات آنها درباره موضوع برنامه در قالب گزارش پخش می‌شود که خط سیر برنامه را مشخص و به دیگر شنونده‌ها در پاسخ به سوال برنامه کمک می‌کند که به عبارت دقیق‌تر، ورودیه یا ویتترین برنامه است.

در ادامه بخشی به نام «دنیا برعکس» به روایت امیر غضد پخش می‌شود؛ روایتی که همه چیز آن برعکس اتفاقی است که در جامعه واقعی وجود دارد که به نظر

توجه شنونده‌ها را می‌تواند جلب کند.

«میزی برای حرف» از دیگر بخش‌هایی است که ایده و خلاقیت بسیاری در آن به کار برده شده است. الهام شوقی طراح این میز می‌گوید: در این برنامه میز گفت‌وگو، به گفتن و شنیدن تبدیل شده، زیرا یکی از عارضه‌های زندگی شهری امروز، نشنیدن هاست و به‌نظرم هدف این بخش نیز اصلاح کارکردهای میز در زندگی شهری است.

ورزش همیشه دنیای جذاب و پرحاشیه‌ای دارد. «تیرهای داغ» محصول همین دنیاست که محمد میر درباره این بخش از برنامه می‌گوید: من حاشیه جذاب‌شنیدنی و خبرهای روز را انتخاب و برای متن خبر، حاشیه طنز می‌نویسم تا شاید جذابیت آن را چند برابر کنم. گاهی خوب است جای تلخ را با قند خورد.

یک عصرانه هنری

«پستچی» رادیو تهران هم مسئولیت سنگینی دارد. هر روز باید نامه‌ای را به یکی از مسئولان برساند. نامه‌ای که گاهی یک خبر و گاهی یک درد دل ساده است. سمیرا صدیقی می‌گوید: پستچی دغدغه‌های مردم را مطرح می‌کند. زبانش گاهی تند و گاهی تلخ است. گاهی می‌خندد و گاهی می‌خنداند.

بخشی در عصر بخیر تهران با عنوان «سرگرمی‌های مجازی» در نظر گرفته شده که محصول دنیای مدرن این روزهاست. سعید لواسانی، تهیه‌کننده این بخش می‌گوید: سرگرمی‌های مجازی یعنی دنیای شلوغ اپلیکیشن‌ها و گجت‌ها، دنیایی که این روزها بیشتر انسان‌ها با



آن درگیرند و اکثر نیازهای خود را با استفاده از این دستاوردهای دنیای مدرن برطرف می‌کنند.

گوینده برنامه، شنوندگان را به «یک عصرانه هنری» دعوت می‌کند که طیبه نهانی، تهیه و تنظیم خبرهای این بخش را به عهده دارد. عصرانه هنری یعنی درنگی در دنیای فرهنگ.

حالا همه چیز فراهم شده تا از همه آنچه گفته شده، نتیجه بگیریم. پس بهتر است برسیم به «و اما امروز» که موضع گروه برنامه‌ساز درباره موضوع مطرح شده یا به عبارتی کلام آخر یا سخن سردبیر است.

لا به لای همه این حرف‌ها و بخش‌ها، بخش موسیقی شاد و امروزی سرعت برنامه را چند برابر می‌کند.

در فرصتی که هنگام پخش یکی از آیت‌ها دست می‌دهد، با اسماعیل باستانی تهیه‌کننده برنامه گفت‌وگو می‌کنم.

زمانی که از باستانی می‌پرسم چه تدابیری برای جذب مخاطبان که هنگام عصر خسته از کار روزانه به منزل برمی‌گردند، اندیشیده است، می‌گوید: یکی از راه‌های جذب مخاطب، این است که به زبان خودشان با آنها صحبت کرد. رادیو رسانه جادویی و جذابی است و مخاطب تصویر هر آنچه را که می‌شنود، می‌سازد. با ما می‌خندد و گاهی... بگذریم. عصر بخیر تهران همان‌طور که از عنوانش برمی‌آید، تمام تلاشش این است که عصر شهروندان تهرانی را به خیر کند و فارغ از تمام درگیری‌های روزانه که شنوندگان با آنها مواجهند، طرحی از لبخند را با گفتار طنازانه و موسیقی شاد برلبان آنها ترسیم کند.

مهم‌ترین شاخصه و مولفه این برنامه اول شنونده‌های خوب و همراه است و دوم، گروه منسجمی که در طراحی برنامه قبل و زمان پخش فعالیت دارند. یکی از بخش‌های جذاب برنامه پشت صحنه آن است و بخشی از انرژی منتقل شده به مخاطب در زمان پخش برنامه به دلیل همدلی و سادگی در آن طرف اتاق شیشه‌ای است. عصر بخیر تهران اتاق فکری هم دارد که با حضور همه عوامل و دست‌اندرکاران برنامه تشکیل می‌شود و فرصتی است تا هم‌افزایی و هم‌اندیشی بیشتر میان گروه ایجاد شود. از دیگر نکاتی که به آن توجه شده، این که برنامه

عصر بخیر تهران به‌طور مستقیم به دغدغه‌های اجتماعی و خانوادگی مردم می‌پردازد.

برنامه به پایان رسیده و زمان مناسبی است تا با حافظ آهی گفت‌وگویی کوتاهی داشته باشیم. او در پاسخ به این پرسش که گویندگان برنامه عصرگاهی چه نکاتی را در اجرای برنامه باید رعایت کنند، می‌گوید: از آنجا که عمده مخاطبان برنامه عصرگاهی، شنوندگانی هستند که به سبب فعالیتی که در طول روز داشتند، خسته و شاید تا حدودی بی‌حوصله‌اند، باید به مخاطبان انرژی دهیم، البته نه آنقدر که دلشان را بزنیم و نه آنقدر که حوصله‌شان را سر ببریم. بخشی که مربوط به مجری می‌شود، نوع اجراست. به عقیده من اجرا باید به گونه‌ای باشد که مخاطب صمیمیت و انرژی را حس کند. مجری باید حالات و احساسات شنونده‌های خود را در طول شبانه روز درک کند. مثلاً زمانی که مخاطب خسته است، باید بشاش و شاد باشد و سعی کند در این ساعت امیدبخشی و نشاط را در مخاطب زنده و حس خوبی به‌شنونده‌ها منتقل کند.

او معتقد است: آمیزه‌ای از موضوعات - فرهنگ، ورزش، اجتماع و هنر - با چاشنی طنز نیاز برنامه‌های عصرگاهی است، چراکه طیف گسترده‌ای از مخاطبان با سلیقه‌ها و ذائقه‌های گوناگون، شنونده برنامه‌های عصرگاهی هستند.

آهی درباره این که چرا برنامه با دو یا سه گوینده اجرا نمی‌شود، می‌گوید: اجرای برنامه به وسیله یک یا دو مجری هر یک فضا و حالات خاص خودش را دارد، اما از آنجا که برنامه عصر بخیر تهران گوینده محور نیست و بیشتر آیتم محور است، بهتر است بایک مجری اجرا شود، چراکه با حضور در پشت صحنه برنامه‌ها و آشنایی با روال اجرایی تولید برنامه‌ها از نزدیک شاهد زحمات، صرف هزینه‌ها، نیروی انسانی و خدمات بی‌شمار دست‌اندرکاران می‌شوم که تمام تلاش خود را به کار می‌گیرند تا برنامه‌ای را تقدیم شنوندگان کنند. بنابراین باید در گوش سپردن و دیدن برنامه‌ها کمی بادقت‌تر به گفته‌ها و دیدنی‌ها دل بسپاریم، اما جایگاه مردم در برنامه عصر بخیر تهران از طریق سامانه پیامکی ۳۰۰۰۵۵۱ برقرار می‌شود.

وظیفه من انعکاس دردهای مردم است

محمدحسن مصلی نژاد
سرمدیر برنامه خبری پیک بامدادی

سال‌ها زمان برده سردبیران و خبرنگاران مختلف، آجر روی آجر بگذارند و دیوار این بنا را که امروز به نظر شما باشکوه و چشم‌نواز می‌آید، بالا ببرند. افرادی که از بیرون به این محصول رسانه‌ای نگاه می‌کنند، می‌گویند ساختمان پیک بامدادی کجاست. من می‌گویم تعداد افراد تیم پیک بامدادی به عدد انگشتان دو دست هم نمی‌رسد. تازه، آن هم نه تمام وقت. بعضی‌ها مثلا یکی دو ساعت در روز کار می‌کنند، بعضی نصف روز و بعضی کمی بیشتر. البته این حضور، مداوم و منظم است و توام با تقسیم کار دقیق. هر روز حتی جمعه‌ها و دیگر ایام تعطیل، از صبح زود و گاه تا ۱۲-۱۰ شب. بنابراین، کار در برنامه بخصوص در درازمدت طاقت‌فرساست. گاهی حتی ناهار و شام را پشت میز و روی یک برگ روزنامه می‌خوریم یا به کلی فراموش می‌کنیم. یکی از نکات مورد توجه در پیک بامدادی، فرآیند انتخاب سوژه است که بسیار سریع و البته دقیق اتفاق می‌افتد. بخشی از این سرعت به دلیل رسانه‌ای است که برنامه ما در آن پخش می‌شود. رادیو، رسانه جمعیت سیالی است که در طول روز خود را از این تاکسی به آن تاکسی به محل کار می‌رسانند، رسانه اتوبوس و مترو و پارک و فروشگاه‌های زنجیره‌ای است، رسانه روستاست، رسانه جنگ و سیل و توفان و زلزله است و البته رسانه مسئولان ارشد اجرایی و نمایندگان مجلس و دانشجو و استاد دانشگاه است. طبیعتا این مزیت ما در فضایی است که امکان ورود دوربین یا تصویر و تلویزیون وجود ندارد یا حداقل به آسانی رادیو نیست. بنابراین ساده‌نویسی در سناریوها برای ما اصل است. همه ما - چه من به‌عنوان سردبیر، چه خبرنگاران و چه گوینده برنامه - تلاش می‌کنیم حتی الامکان همان گونه که حرف می‌زنیم، بنویسیم و زبان و واژه‌هایی که انتخاب می‌کنیم، از زبان مردم کوچک و بازار فاصله نداشته باشد.

اگر محتوای خوب تولید شود، مخاطب با توجه خود قدرشناسی خواهد کرد. هنوز که هنوز است، مردم در پیامک‌های خود برخی خبرنگارانی که مدت‌هاست حوزه کاری خود را در جایی دیگر حتی خارج از خبر تعریف کرده‌اند، نام می‌برند. یکی از خبرنگارانی که مدتی است گزارشگر تلویزیون شده و قبلا با ما کار می‌کرد، می‌گفت چند روز پیش به محض آن که به یکی از نمایندگان مجلس تلفن زد، گفت: خبرنگار سابق پیک بامدادی؟ از شما پیک بامدادی‌ها باید ترسید. خوشبختانه الان برنامه‌هایی چون پیک بامدادی در حال تکثیر است و برنامه‌هایی چون تا نیمروز هم از شبکه سراسری به گزارش‌های تحلیلی و انتقادی می‌پردازد. یک‌بار یک زن عشایری از اطراف داراب فارس پیامک فرستاده بود. می‌گفت رادیو تنها رسانه اوست. پسرش که پنجم ابتدایی بود، پیامک را فرستاده بود. موضوع هم گران شدن سرسام‌آور یک کیسه آرد عشایری بعد از هدفمندی یارانه‌ها بود که با پیگیری پیک بامدادی، این قیمت تعدیل شد. یک رسانه ممکن است برود و بازنی که راننده اتوبوس است، گفت و گو کند یا با نور جهان، زنی که ده سال آزارگار با یک جانباز موح گرفته همدلان زندگی می‌کند یا سرباز معلمی که بدون چشمداشت به مناطق صعب‌العبور لرستان کانکس می‌رساند و برای این کار، یک مدیر ارشد اجرایی را مجاب به پرواز هلیکوپتر از پایتخت می‌کند. وظیفه من انعکاس این اتفاقات است.



گزارشی از پشت صحنه برنامه «پیک بامدادی»

اعتماد مردم؛ پشتوانه بخش خبری رادیو

زهره زمانی

یک صبح سرد زمستانی است. وارد تحریریه پخش خبر رادیو می‌شوم و گرمی حضور خبرنگاران و گزارشگران رادیو، سردی هوا را از یادم می‌برد. خودم را پشت میز تحریریه «پیک بامدادی» می‌رسانم. آقای حسینی، گوینده پیک بامدادی برایم می‌گوید: تا چند دقیقه دیگر برنامه شروع می‌شود و با هم به سمت استودیوی پخش خبر می‌رویم. معمولا ساعت ۸ و ۱۳ دقیقه صبح از اینجا برنامه پیک بامدادی به گوش مردم می‌رسد.

صدابرداری برنامه‌های خبری و حواسی جمع

محمد زحمت‌کش، صدابردار پیک بامدادی می‌گوید: «کار ما از ساعت ۶ صبح شروع می‌شود. برای همین ساعت ۵ صبح ماشین دنبالمان می‌آید. البته پیک بامدادی هم جزو بخش خبری بامدادی محسوب می‌شود. بخش خبری بامدادی از سه بخش تشکیل شده است، ساعت ۶ صبح پنج دقیقه خبر، ۷ صبح ده دقیقه خبر و ۸ صبح مشروح اخبار است. به انضمام پیک بامدادی ۳۵ دقیقه خبر و گزارش پخش می‌شود.»

بدون خستگی، اجرایی جذاب

شنونده‌های برنامه‌های رادیو ایران، حتما صدای سیدحسین حسینی گوینده برنامه پیک بامدادی را شنیده‌اند. وقتی اجرای برنامه پیک بامدادی تمام می‌شود، از او می‌خواهم درباره لحن و اجرای برنامه صحبت کند. حسینی می‌گوید: «برای من هیچ وقت اجرای پیک بامدادی تمام نمی‌شود چون کسی که داخل استودیو برنامه را اجرا می‌کند، شخص سیدحسین حسینی است، با تمام کنجکاوی‌ها، انتقادها، برحرفی‌ها و گاهی هم با وقت کم آوردن‌هایش.»

می‌پرسم آیا اجرای برنامه‌هایی مثل پیک بامدادی با دیگر برنامه‌های خبری تفاوت دارد، می‌گوید: «بله، پیک بامدادی برنامه‌ای است که محور گزارش‌هایش خبر است، اما ما به شکل یک بخش خبری عمل نمی‌کنیم که مجری خبر بخواند. برای همین اجراش باید قدری متفاوت باشد. یادم می‌آید از هفت، هشت سال پیش که برنامه شروع شد و من بعد از چند ماه به آن پیوستم،

بگویم، ترکیب پیک بامدادی و اخباری که قبل از آن پخش می‌شود، در نوع خودش جالب است.»

با گزارش اقعان می‌شوم

زیبا اسماعیلی یکی از خبرنگاران پیک بامدادی می‌گوید: «با توجه به این که سال‌هاست مشغول کار رسانه‌ای هستم، برایم تحریریه خبر رادیو جذابیت‌ها و تفاوت‌های زیادی با تحریریه روزنامه و خبرگزاری دارد. تحریریه خبر رادیو بیشتر از تحریریه‌های دیگر با لحظه‌سر و کار دارد و هر لحظه ممکن است یک خبر فوری بیاید که باید آن را به اطلاع مردم برسانیم.»

به روز بودن خبرنگاران پیک بامدادی

مرتضی علی مردانی، یکی دیگر از گزارشگران پیک بامدادی درباره گزارش‌های پیک بامدادی می‌گوید: معمولا سعی می‌شود گزارش‌ها مردمی باشد، جدا از بحث مردمی سعی می‌کنیم وقتی سوژه‌ای را پیدا می‌کنیم، سوژه‌هایمان کارگشا و کاربردی باشد و انتزاعی نباشد و بخشی از مسائل مردم در حوزه‌های مختلف را رفع و رجوع کند. از این بابت حس خوبی به من دست می‌دهد.

جذابیت خبر

امیرحسین سلیمانی، خبرنگار گروه اقتصادی و پیک بامدادی که در بخش‌های مختلف خبری کار تهیه گزارش و ترجمه خبر را انجام می‌دهد، درباره تهیه گزارش‌ها می‌گوید: «ما تحولات علمی، اقتصادی و سیاسی کشورهای مختلف را رصد و از تحولاتشان برای شنونده‌ها گزارش تهیه می‌کنیم.»

سلیمانی که روش‌ندل است، ادامه می‌دهد: «برای تهیه یک بسته گزارشی پنج دقیقه‌ای، از زمانی که ایده گزارش با سردبیر مطرح می‌شود تقریبا برای تهیه هر گزارش چیزی حدود پنج، شش ساعت وقت می‌گذاریم. البته من باید موضوع گزارشم را به خط بریل تبدیل کنم و در استودیو بخوانم؛ حتی بعضی بخش‌های آن مثل دوبله، میکس و مونتاژ را هم باید انجام بدهم، مگر این که کار عجله‌ای باشد که تقریبا دوساعت و نیمه بسته می‌شود.»

حسی خوشایند

سیدمهدی جعفری، خبرنگار پیک بامدادی می‌گوید: «سوژه‌هایی را که در طول روز در تلکس خبری می‌آید می‌خوانیم و آنهایی را که فکر می‌کنیم اهمیت بیشتری دارد و باید درباره آن توضیحاتی داده شود، انتخاب و بعد از پردازش برای برنامه پخش می‌کنیم.» او معتقد است، کار کردن در رسانه‌ای که حرف مردم است و مشکلات مردم را با مسئولان مطرح می‌کند، حس خوشایندی دارد چون حلقه وصلی بین مردم و نیاز آنها هستی.»

تشویق از مخاطب، تهدید از مقام مسئول

علی عطایی افسران، خبرنگار دیگر برنامه می‌گوید: «من بیشتر کار پیگیری، مصاحبه با مسئولان و نظرات مردمی را انجام می‌دهم. به دلیل این که ما در گزارش‌هایمان به بیان موضوعات روز و مشکلات مردم پرداخته‌ایم، از طرف مخاطبان پر و پا قرص پیک بامدادی تشویق می‌شویم ولی متاسفانه از طرف بعضی مسئولان با تهدیدهایی مواجه شده‌ایم. بعضی مسئولان به جای این که سوال مربوط به خودشان را جواب بدهند، صبرشان لبریز می‌شود و سعی می‌کنند موضوعات را لاپوشانی کنند.»

پاسخ به انتظار مردم

علی نورآبادی از دیگر گزارشگران برنامه - که تقریبا ده سال است با بخش خبری صدا همکاری دارد - می‌گوید: بیشتر سوژه‌هایی که برای گزارش تعیین می‌شود، با مشورت سردبیر و دیگر خبرنگاران انتخاب می‌شود. او معتقد است: پیک بامدادی به دلیل این که بیشتر از دیگر بخش‌های خبری به مطالبات و انتظارات مردم می‌پردازد، به برنامه‌های تبدیل شده که مخاطبانش دوستش دارند.

یکی دو ماهی تلاش کردم تا به فرمی از اجرا برسیم که نسبت به فرم اجرای خبر متفاوت باشد و فکر می‌کنم به لطف خدا در این زمینه موفق بوده‌ام.»

وقتی از حسینی می‌پرسم چطور وارد دنیای گویندگی خبر شدید، می‌گوید: بهتر است بپرسید چطور شد اصلا وارد صدا و سیما شدم. من نرم‌افزار رایانه خوانده‌ام و مهندسی را خیلی دوست داشتیم، اما سرانجام برایم رقم خورد که وارد دنیای گویندگی شوم. شبکه رادیویی جوان برنامه‌ای داشت با نام ویژه برنامه افطار سال ۱۳۷۶ آنجا که برنامه مشتری داشتیم با وحید جلیوند و خانم الهام صفوی زاده، چند دقیقه‌ای مهمان استودیو بودم و بعد که بیرون آمدم، حس کردم به رسانه خیلی علاقه‌مندم. بنابراین تلاش کردم هر طور شده وارد شبکه رادیویی جوان شوم که شبکه‌ای نوپا بود. دو سال بعد شبکه رادیویی قرآن تست گویندگی می‌گرفت. آنجا هم تست دادم و به عنوان گوینده دو سالی کار کردم. بعد متوجه شدم خبر در بخش صدا، خبرنگار و گوینده می‌خواهد. از آنجا که با گویندگی خبر ارتباط زیادی برقرار نکرده بودم، به‌عنوان خبرنگار وارد خبر رادیو شدم. مدتی هم آنجا کار کردم و بعد که برنامه پیک بامدادی راه افتاد، با صلاح‌الدین مدیران خبری و به پیشنهاد سردبیران، اجرای برنامه را به عهده گرفتم.»

می‌گویم، آقای حسینی از سال ۱۳۷۶ تا الان در سازمان هستید. چند سالی است برنامه پیک بامدادی را اجرا می‌کنید و این برنامه هر روز غیر از جمعه‌ها پخش می‌شود. از این کار و از اجرای روزانه برایمان صحبت کنید.

اجرای روزانه پیک بامدادی شاید خسته‌کننده و ملال‌آور به نظر بیاید ولی برای من جذاب است و هر روز به فرم جدیدی در اجرا می‌روم. من و همکارانم راس ساعت ۶ صبح در اداره هستیم و تلاش می‌کنیم گزارش‌ها را آماده کنیم. به هر حال فضای استرس هم وجود دارد، اما می‌خواهم بگویم بعد از تقریبا هفت، هشت سال کار مداوم اینجا بخصوص پای آنتن زنده کار کردن، تکراری و ملال‌آور نیست و هر روز تازه است. شنونده‌ای که در خودرو یا دفتر کارش نشسته، معمولا از ۱۲-۱۰ شب خبری را نشنیده و از اطلاعات جدید بی‌خبر است بنابراین موج رادیو را تنظیم می‌کند تا خبر بشنود. می‌خواهم

وقتی اقتصاد شنیدنی می شود



سیمای پویا

زیرا بحث اقتصاد و معیشت در برگیرنده ابعاد مختلف زندگی مردم جامعه است، چون نمایندگان منتخب مردم هستند، می‌توانند پاسخگوی دغدغه‌های اقتصادی جامعه باشند. امیری معتقد است برنامه مجلس و اقتصاد، پل ارتباطی مردم و مسئولان است و طرح‌هایی که در مجلس تصویب و از سوی دولت اجرایی می‌شود، همه و همه به مردم ختم می‌شود، زیرا مصرف‌کننده نهایی مردم هستند، حال درباره خودرو، مسکن مهر، جابه‌جایی پایتخت یا هر موضوع اقتصادی دیگری که باشد. او می‌گوید: در برنامه مجلس و اقتصاد، هدف ما پیگیری مسائل اقتصادی روز جامعه است.

پس از بخش خبرهای مجلس، موسیقی کوتاهی پخش می‌شود، سردبیر برنامه درباره بخش‌های دیگر با مجری صحبت می‌کند و می‌گوید: در ادامه برنامه، بخش گزارشی برنامه - که مرتبط با نحوه دریافت مالیات است - پخش می‌شود تا با نظر مردم آشنا شویم. بعد از تنفس کوتاه رسانه‌ای، بخش دوم خبرهای مجلس را فاطمه امیری ارائه می‌کند. در ادامه دکتر صدر به پرسش‌های شنوندگان درباره انتقال پایتخت پاسخ می‌دهد. سردبیر برنامه می‌گوید: ابتدا یک ورودی بگویید و بعد وارد بحث شوید. رضایی می‌گوید: چون هفته قبل بحث انتقال پایتخت از تهران ناتمام ماند، امشب نیز با دکتر صدر این موضوع را در میان می‌گذاریم. پیامک‌ها را مجری برنامه می‌خواند. در یکی از پیامک‌ها نوشته شده اگر پادگان‌های نظامی از تهران بیرون بروند، تهران خلوت می‌شود. افرادی هم که در اتاق فرمان استودیو پخش راديو اقتصاد حضور داشتند نظرات متفاوتی درباره انتقال پایتخت از تهران دارند. در این زمان بحث در اتاق فرمان خیلی داغ‌تر از استودیوی پخش است. مجری برنامه پیامکی را با این

تنظیم موج

برنامه مجلس و اقتصاد روزهای یکشنبه ساعت ۱۹ تا ۲۰ و ۳۰ دقیقه به صورت زنده از راديو اقتصاد روی موج اف.ام.ردیف ۹۸ مگاهرتز پخش می‌شود.

مضمون خواند: آیا نمی‌شود بودجه انتقال پایتخت را صرف بهسازی و پاکسازی هوای آلوده تهران کرد؟ دکتر صدر در جواب می‌گوید: با یک‌دهم بودجه انتقال می‌توان مشکل آلودگی تهران را برطرف کرد. مجری برنامه پیامکی می‌خواند که شنونده‌ای گفته است شما همه پیامک‌ها را نمی‌خوانید، بقیه آنها را چه کار می‌کنید. رضایی در جواب می‌گوید: تمام پیامک‌ها در اختیار نمایندگان مجلس قرار می‌گیرد. هدیه‌لو می‌گوید: در بخش دوم، گزارش مهدی حاجی‌وند پخش می‌شود. این گزارش به راهروهای پارلمان مجلس اختصاص دارد و نظر نمایندگان موافق و مخالف در رابطه با موضوعات مطرح‌شده در صحن مجلس را بیان می‌کند. در انتهای برنامه قسمت دوم بخش پاورقی پخش می‌شود که مربوط به مصوبات مجلس است. سعید حمزه‌ای در قسمت دوم پاورقی مسائل حقوقی مجلس را مطرح می‌کند. او می‌گوید: فرصت نداریم خدا حافظی کنید. رضایی اینچنین با مخاطبان برنامه خداحافظی می‌کند: همیشه به وطنی پایدار، اقتداری بی‌مانند، خاکی پاک و مقدس بوسه می‌زنیم و هر چه بتوانیم برای اعتلای آن انجام خواهیم داد. امضا برنامه مجلس و اقتصاد.

برنامه مجلس و اقتصاد حدود سه سال است که از راديو اقتصاد پخش می‌شود. مریم هدیه‌لو، نویسنده و سردبیر برنامه می‌گوید: هدف اصلی دست‌اندرکاران برنامه این است که سه ضلع اقتصادی کشور یعنی مجلس، دولت و مردم در یک برنامه رادیویی در کنار یکدیگر قرار بگیرند و مسائل و چالش‌های حوزه اقتصادی کشور را با یکدیگر در میان بگذارند. هر طرحی که در کشور از سوی دولت قرار است اجرا شود، از کانال مجلس می‌گذرد و در واقع، مجلس پل ارتباطی بین مردم و دولت است، زیرا نمایندگان مجلس منتخبان مردم هستند و دولت بدون موافقت مجلس نمی‌تواند کاری از پیش ببرد، به همین دلیل در برنامه مجلس و اقتصاد هر هفته یکی از مسائل چالش‌برانگیز و مهم جامعه با حضور یک نماینده (که در کمیسیون مرتبط با موضوع برنامه فعالیت دارد) بحث و گفت‌وگو می‌شود. ما یکطرفه به قاضی نمی‌رویم. هر هفته روی خط تلفن برنامه یک مهمان تلفنی نیز داریم که دیدگاه‌های دولت را با توجه به مسئولیتی که دارد، بیان می‌کند.

در پایان برنامه فرصت دست می‌دهد تا با مطهره محرابی، تهیه‌کننده برنامه نیز صحبت کوتاهی داشته باشیم؛ محرابی که ۱۲ سال است در صدا و سیما فعالیت دارد؛ می‌گوید: ریتم برنامه مجلس و اقتصاد تند است و با کمک سردبیر برنامه تلاش می‌کنیم که در برنامه‌ای گفت‌وگو محور و پرچاشیه مسائل اقتصادی جامعه طوری مطرح شود که برنامه برای مخاطب جذاب و شنیدنی باشد. حمیدرضا رضایی مجری برنامه می‌گوید: در برنامه مجلس و اقتصاد تمام عوامل برنامه سعی می‌کنند که حرف دل مردم و خواسته‌های مردم در برنامه مطرح شود.

قاب در پیامک‌ها

۹۸۳۰-۰۹۱۲: از دست‌اندرکاران سیما می‌خواهم مثل گذشته با پخش تله‌تئاترهای جذاب به شناخت مردم از تئاتر کمک کنند. پخش برنامه‌ای درباره تئاتر کشور، برای ایجاد ارتباط بین مردم و تئاتر، کافی نیست.

۲۴۰۵-۰۹۱۳: با صدرالدین حجازی، بازیگر توانمند سینما و تلویزیون که اخیراً کم‌کار شده، مصاحبه کنید.

برای گفت‌وگو به سراغ این بازیگر قدیمی خواهیم رفت.

۱۷۸۰-۰۹۲۷: بعد از حادثه‌ای که سر صحنه معراجی‌ها رخ داد، آیا این مجموعه برای نوروز ۹۳ روی آنتن خواهد رفت؟

خیر، گروه سازنده در حال آماده‌سازی اپیزود سینمایی این مجموعه است و بر اساس اعلام اولیه، ابتدا نسخه سینمایی روی پرده سینماها خواهد رفت و سپس مجموعه معراجی‌ها پخش خواهد شد.

۱۳۰۹-۰۹۱۲: از عادل فردوسی‌پور که همچنان در عدالت‌طلبی، حرف اول را در برنامه‌اش می‌زند، تشکر می‌کنم.

۱۷۳۴-۰۹۳۹: سری جدید برنامه قندپهلوی شبکه آموزش بسیار جذاب و دیدنی شده است. در صورت امکان از این برنامه گزارش تهیه کنید.

گزارشی از این برنامه تلویزیونی در این شماره قاب کوچک منتشر شده است.

۵۱۰۹-۰۹۱۷: گزارش برنامه نود خیلی جذاب بود، لطفاً از برنامه ورزش و مردم هم گزارش تهیه کنید.

گزارش این برنامه در حال آماده‌سازی است و آن را در شماره‌های آینده قاب کوچک تقدیم خواهیم کرد.

۳۱۱۲-۰۹۱۲: گفت‌وگوی برنامه هفت با وحید جلیلی، حرف دل اهالی سینمای ایران بود. از مجری برنامه تشکر می‌کنم، ضمن آن که میزگرد اخیر برنامه هفت درباره حادثه سریال معراجی‌ها هم خیلی خوب بود.

۳۹۰۰-۰۹۱۸: از توجه قاب کوچک به برنامه‌های ویژه کودکان و نوجوانان تشکر می‌کنم و امیدوارم در هر شماره گزارش‌هایی از برنامه‌های تازه این گروه سنی منتشر کنید.

۲۲۸۵-۰۹۱۲: لطفاً در قاب خاطره با هنرمندان قدیمی مانند صدیقه کیانفر و سعید میناروش، گوینده قدیمی مصاحبه کنید.

۳۱۰۱-۰۹۱۹: پرونده گفت‌وگوهای شماره قبل خیلی جذاب بود. گفت‌وگو با بازیگران جوان سریال‌های تلویزیونی را ادامه دهید.

۲۳۳۲-۰۹۳۸: بخشی را در قاب کوچک به تازه‌های موسیقی اختصاص دهید و با محسن چاوشی هم مصاحبه کنید.

قاب کوچک ضمیمه‌ای با موضوع تلویزیون است و به موسیقی و اخبار آن نمی‌پردازد، اما در مواردی که حضور خوانندگان در تلویزیون موضوع بحث باشد، گفت‌وگوهای منتشر خواهیم کرد. این کار در شماره‌های قبلی قاب کوچک نیز انجام شده است.

۱۷۹۲-۰۹۱۳: چرا کیومرث پوراحمد دیگر سریالی مشابه قصه‌های مجید برای تلویزیون ناساخت؟ خیلی از کارهای پربیننده تلویزیون ادامه‌دار شد و به نظرم قصه‌های مجید آن قدر جذاب هست که سری بعدی آن هم ساخته شود.

۱۸۱۱-۰۹۳۸: از برنامه‌ریزان سیما می‌خواهم تکرار برنامه زلال سخن را شب‌ها پخش کنند، زیرا یک کار فرهنگی تاثیرگذار است و به نظر من بهتر است پخش آن به شبکه قرآن محدود نشود.

۱۷۵۲-۰۹۱۲: لطفاً از پشت صحنه برنامه‌های انگلیسی‌زبان مثل برنامه‌های پرس تی‌وی و اخبار انگلیسی هم گزارش منتشر کنید.

۲۴۱۰-۰۹۱۹: نوروز ۹۳ مجموعه کلاه قرمزی پخش خواهد شد؟

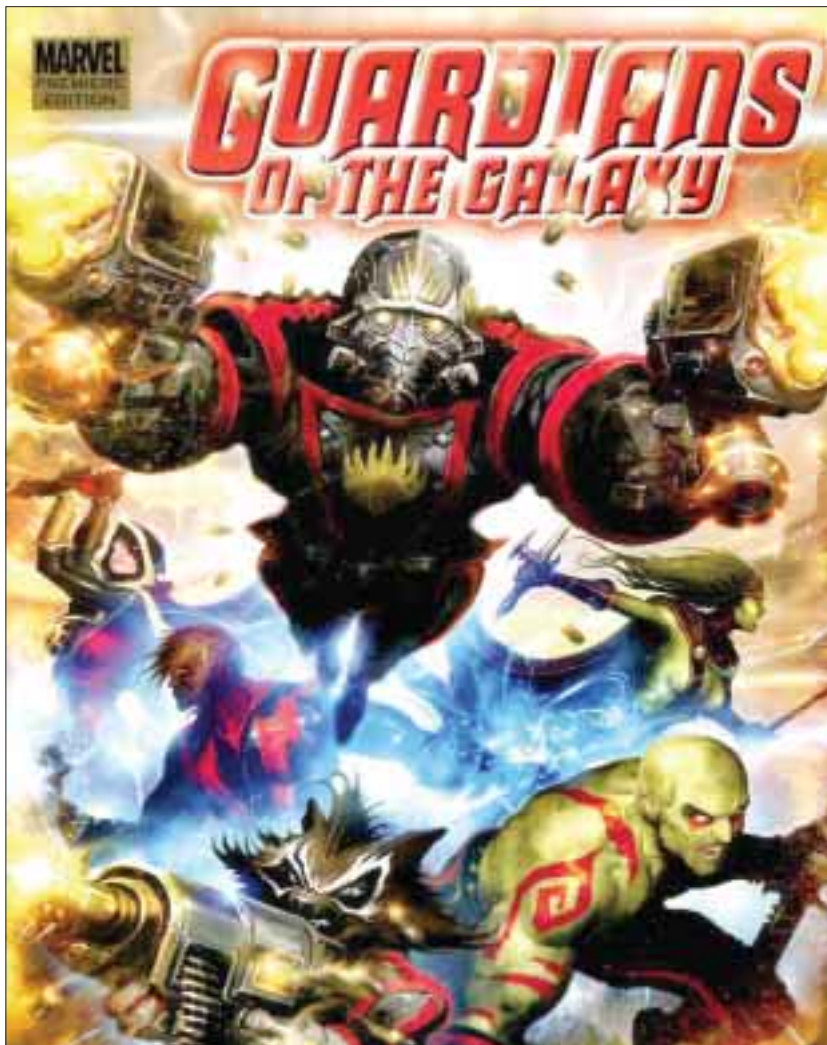
بر اساس اعلام مدیر شبکه دو سیما، مجموعه کلاه قرمزی برای نوروز ۱۳۹۳ تولید خواهد شد و قرار است روی آنتن برود.

در حالی که نسخه سینمایی اکشن علمی-تخیلی و ابرقهرمانانه «نگهبانان کهکشان» تازه وارد مرحله فیلمبرداری شده، بحث تولید نسخه تلویزیونی آن به صورت یک مجموعه انیمیشن هم به صورت جدی مطرح شده است. واحد تلویزیونی کمپانی والت دیزنی قصد دارد این مجموعه تلویزیونی را تولید و پخش کند. جدی شدن بحث تولید این مجموعه انیمیشن پس از آن اتفاق افتاد که ماه جولای گذشته، شایعه تولید آن در سطح وسیعی مطرح شد. در آن زمان، استفن واکر، سردبیر واحد انتشاراتی شرکت مارول گفت، مسئولان کمپانی والت دیزنی به دنبال آن هستند که قصه ابرقهرمانانه و کمیک استریپی نگهبانان کهکشان را به یک مجموعه انیمیشنی تلویزیونی تبدیل کنند.

در آن زمان، مسئولان کمپانی والت دیزنی در ارتباط با این خبر، واکنشی از خود نشان ندادند اما حالا معلوم شده این خبر صحت دارد و آنها در تدارک تولید این مجموعه هستند. شنیده‌ها حکایت می‌کند فیلمنامه این مجموعه کارتونی بیشتر به نسخه سینمایی جیمز گان وفادار است تا قصه مصور اصل شرکت مارول، جیمز گان که از طرفداران و دوستداران این قصه مصور است، از چند سال پیش تلاش کرد نسخه‌ای سینمایی براساس آن ساخته شود و طبیعی است خودش می‌خواست وظیفه کارگردانی آن را به عهده بگیرد.

استفن واکر می‌گوید: «بحث ما درباره تولید مجموعه تلویزیونی نگهبانان کهکشان به درازا کشید اما امیدوارم کار تولید آن با مانع زیادی روبه‌رو نشود و بتوانیم هرچه سریع‌تر، تولید پروژه را کلید بزنیم. نکته‌ای که همه ما درباره آن توافق داشتیم، این بود که این نسخه انیمیشن باشد، نه زنده. با این کار، هم فاصله ما از نسخه سینمایی حفظ می‌شود و هم تماشاچی بیشتری برای نسخه تلویزیونی فراهم می‌کنیم. بهتر است قصه‌ای مثل نگهبانان کهکشان در تلویزیون، به صورت کارتونی تعریف شود. این طوری جواب بهتری می‌گیریم، بزودی مقدمات تولید مجموعه آغاز می‌شود و امیدواریم پیش از پایان سال ۲۰۱۴ آن را آماده پخش کنیم.»

با وجود این، واکر توضیحات زیادی درباره کم و کیف مجموعه به رسانه‌های گروهی نداد. او تنها به ذکر این نکته اکتفا کرده است که هر اپیزود مجموعه حدود نیم ساعت طول خواهد کشید. از سوی دیگر، اهل فن این پرسش را مطرح می‌کنند که طبق گفته واکر، این مجموعه برای پخش در روزهای پایانی سال ۲۰۱۴ میلادی آماده خواهد شد یا خیر. در حال حاضر، تمام توجه کمپانی والت دیزنی و شرکت فیلمسازی مارول معطوف به نسخه سینمایی زنده نگهبانان کهکشان است. کار فیلمبرداری این اکشن ماجراجویانه از نیمه گذشته و قرار است برای نمایش عمومی اواسط تابستان پیش رو آماده



«نگهبانان کهکشان»

در تلویزیون

قصه نگهبانان کهکشان، یکی از قصه‌های مصور معروف شرکت انتشاراتی مارول است که تعداد زیادی شخصیت اصلی و محوری دارد. قصه در دل کهکشان اتفاق می‌افتد، جایی که کرات مختلف آسمانی در یک فدراسیون متحد شده و زندگی کنار یکدیگر دارند. این فدراسیون یک گروه ویژه محافظ به نام نگهبانان کهکشان را سازماندهی کرده است. وظیفه اعضای گروه، محافظت از کرات مختلف و ساکنان آن در مقابل تهاجمات و تهدیدات گوناگون است. اعضای این گروه

شود. شاید روزهای پایانی سال ۲۰۱۴ به این دلیل برای پخش مجموعه تلویزیونی نگهبانان کهکشان انتخاب شده است که تهیه‌کنندگان آن، واکنش تماشاگران نسبت به نسخه سینمایی را ببینند. این در حالی است که گروهی از منتقدان تلویزیونی به طرح این پرسش پرداختند که چه ضرورتی برای تولید مجموعه‌ای تلویزیونی وجود دارد، در حالی که نسخه سینمایی آن - که البته قرار است به یک مجموعه فیلم دنباله‌دار سینمایی تبدیل شود - وارد مرحله تولید شده و عمر بسیار کوتاهی دارد.

ضربتی را تعدادی از ابرقهرمانان شجاع و وظیفه‌شناس تشکیل می‌دهند و رهبری آن با مردی به نام پیتر کوئیل است که با نام استارلرد شناخته می‌شود. در هر قسمت از قصه مصور نگهبانان کهکشان، این افراد با یک نیروی شرور و خطرناک به مبارزه برمی‌خیزند و در پایان ماجراجویی‌ها، این نیرو را از بین می‌برند.

گفته می‌شود فصل اول مجموعه انیمیشن نگهبانان کهکشان در ۱۳ اپیزود تهیه و در صورت استقبال از آن، وارد فصل‌های بعدی خواهد شد.

فیلمنامه نسخه تلویزیونی را جیمز گان و نیکول پرلمن نویسندگان نسخه سینمایی آن به‌عهده دارند. قرار است جیمز گان وظیفه کارگردانی اپیزود اول (و همچنین چند اپیزود دیگر آن) را به‌عهده بگیرد.

هنوز معلوم نیست بازیگران نسخه سینمایی به عنوان صدایشه با نسخه تلویزیونی آن همکاری می‌کنند یا تهیه‌کنندگان آن افراد دیگری را برای این کار انتخاب خواهند کرد. در کنار کریس پرات که نقش پیتر کوئیل/ استارلرد را بازی می‌کند، بازیگران مطرح دیگری مثل بردلی کوپر، زوئی سالدانا، دین دیزل، کارن گیلان، دیو باتیستا، مگن گلوز و لی پیس (در نقش شخصیت منفی ماجرا) در نقش‌های مختلف نسخه سینمایی حضور دارند.

منتقدان تلویزیونی می‌گویند اگر این بازیگران با نسخه تلویزیونی نیز همکاری کنند و صدایشان را به شخصیت‌های کارتونی ماجرا قرض بدهند، تهیه‌کنندگان مجموعه به موفقیت بالایی دست پیدا کرده‌اند.

جیمز گان کارگردان نسخه سینمایی نگهبانان کهکشان درباره تولید نسخه تلویزیونی می‌گوید: «به نظر من تولید یک مجموعه انیمیشن براساس این قصه کار جالبی است. شخصیت‌های اصلی نگهبانان کهکشان ظرفیت تبدیل شدن به یک کار دنباله‌دار تلویزیونی را دارند.»

مطمئن هستیم بچه‌ها استقبال خوبی از ماجراجویی‌های تلویزیونی شخصیت‌های این قصه خواهند کرد. این روزها جای یک مجموعه کارتونی ابرقهرمانانه و کمیک‌استریپی در بین برنامه‌ها و نمایش‌های تلویزیونی خالی به نظر می‌رسد.

فکر می‌کنم مسئولان کمپانی والت دیزنی هم به همین دلیل به فکر تولید این مجموعه تلویزیونی افتاده‌اند. جیمز گان خود یک کارگردان سرشناس تلویزیونی است که کار هنری خود را با این رسانه دهه نود میلادی شروع کرد.

منتقدان تلویزیونی صحبت او را اشاره‌ای به مجموعه‌های موفق و پربیننده انیمیشنی همچون «سوپرمن» و «بتمن» می‌دانند که سال‌ها پیش به روی آنتن رفت و با استقبال تماشاگران (و بویژه بچه‌ها) روبه‌رو شد. سنت تولید مجموعه‌هایی از این دست، بیش از یک دهه است که کمرنگ شده است.

باچان جوان، مجری تلویزیونی می‌شود

«انفجار» در نقش یک افسر پلیس وظیفه‌شناس بازی کرده که به مبارزه با یک سارق حرفه‌ای (با بازی عامرخان) برمی‌خیزد. این سارق با بهره‌گیری از کار دلک‌های سیرک، کارش را انجام می‌دهد. این فیلم با فروشی بالای ۵۰ میلیون دلار، لقب پرفروش‌ترین محصول کل تاریخ سینمای هند را گرفت و باعث مطرح‌تر شدن بازیگران اصلی آن شد.

مختلفی را در ارتباط با مسائل فرهنگی، هنری و اجتماعی برای شرکت‌کنندگان مطرح می‌کند و آنها باید در زمان کوتاه ۳۰ ثانیه‌ای، پاسخ صحیح را بدهند تا امتیاز لازم را کسب کنند. شرکت‌کنندگان این مسابقه نمایشی دو گروه سه نفره خواهند بود.

اگر آیشک باچان دعوت تهیه‌کنندگان «آیا می‌دانی؟» را قبول کند، اولین بار است که در یک کار تلویزیونی حضور پیدا می‌کند. این در حالی است که قبل از این، وی برای حضور در هیچ‌یک از برنامه‌های نمایشی یا مجموعه‌های تلویزیونی دعوت به همکاری نشده بود، اما پدر وی آمیتاب باچان حدود ۱۵ سال قبل مجری برنامه نمایشی حضور ذهن «کی می‌خواد پولدار بشه؟» بود، که تبدیل به یک پدیده هنری در تاریخ رادیو و تلویزیون هند شد.

با این حال، تحلیلگران تلویزیونی عبید می‌دانند کار تلویزیونی آیشک باچان موفقیت کلان کار تلویزیونی پدرش را تکرار کند. آیشک باچان در قسمت سوم

آیشک باچان پسر آمیتاب باچان، به حضور در یک برنامه نمایشی تلویزیونی دعوت شده است. وی قرار است در این برنامه نمایشی به‌عنوان مجری ظاهر شود.

اهل فن می‌گویند موفقیت بالای مالی و انتقادی سومین قسمت اکشن ماجراجویانه «دوم / انفجار» باعث توجه تهیه‌کنندگان تلویزیونی به باچان جوان شده است.

این برنامه تلویزیونی یک مسابقه هوش است که شرکت‌کنندگان آن، مردم عادی و هنرمندان سینمای هند خواهند بود. قرار است این برنامه نمایشی با نام «آیا می‌دانی؟» جلوی دوربین برود. تهیه‌کنندگان مجموعه این روزها در حال مذاکره با آیشک باچان هستند و هنوز معلوم نیست وی همکاری با آنها را بپذیرد یا خیر. فصل اول مجموعه در ۱۳ اپیزود روی آنتن می‌رود و از حالا موفقیت بالایی برای آن پیش‌بینی می‌شود. آیشک باچان به‌عنوان مجری برنامه، پرسش‌های



قاب‌تویچک
 نظر و پیشنهاد خود را درباره این ضمیمه به نشانی تهران، بلوار میرداماد، جنب مسجد الغدیر روزنامه جام‌جم یا پست الکترونیکی ghabekoochak@jamejamonline.ir بفرستید یا به شماره ۳۰۰۱۱۲۲۱ پیامک بزنید.