فصل ششم «ایرانگرد» به پیش تولید رسید

فصل جدید مستند «ایرانگرد» در گروه غیرنمایشی مرکز سیمرغ وارد مرحله پیش‌تولید شد. جواد قارایی، تهیه‌کننده و کارگردان ایرانگرد گفت: سری جدید این مستند در ۲۶ قسمت ۴۲ دقیقه‌ای با رویکردی متفاوت در محتوا و فرم به پیش‌تولید رسید. طبق طرح ارائه شده از ۱۰ استان که در مورد آنها تحقیق و پژوهش می‌شود، هفت استان انتخاب شده و درباره آنها تولید اثر خواهد شد. وی افزود: با توجه به نظرسنجی و استقبال چشمگیر مخاطبان همچنان درخصوص روستا، اقوام و عشایر، جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی هر استان، مستند ساخته خواهد شد. در حال حاضر پیش‌تولید استان‌های آذربایجان شرقی و ایلام آغاز شده است. تیم‌های پژوهشی و محتوایی برنامه در حال تحقیقات میدانی و بازبینی محل‌های مورد نظر هستند و از ۲۰ روز دیگر تصویربرداری شروع خواهد شد. جواد قارایی عنوان کرد: تیم‌های پژوهشی که در حال فعالیت هستند، همه از مراکز دانشگاهی انتخاب شده‌اند، اساتید و کارشناسان مجرب در حوزه‌های تاریخ و اقوام، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی، میراث فرهنگی، محیط‌زیست و اقلیم‌شناسی به‌صورت گروهی در حال تحقیق و پژوهش و کسب اطلاعات میدانی از مردم ساکن هر منطقه‌اند تا در نهایت به یک چکیده دست یابند و از آن به عنوان گفتار متن استفاده شود.



جام جم
رسانه
MEDIA
۷
دوشنبه ۱۵ آبان ۱۴۰۲ شماره ۶۶۲۵

در گفت‌وگوی «جام جم» با سردبیر شبکه تلوبیونی «فلسطین» مطرح شد

فلسطین به‌زبان نسل امروز

فاطمه عودباشی
سپیده اشرفی
گروه رسانه

رسانه‌ملی از زمان شروع طوفان‌الاقصی تلاش کرده با پخش برنامه‌های خبری و تحلیلی، خوراک درست و حقیقی برای مخاطبان فراهم کند تا مخاطبان در این جنگ ترکیبی، بدانند کجای جهان ایستاده‌اند. نمونه آن هم برنامه‌های مختلفی است که در این مدت روی آنتن رفته تا یک فضای گفت‌وگویی درباره فلسطین شکل دهد. رسانه‌ملی در ادامه تلاش‌های خود به‌تازگی شبکه اختصاصی تلوبیونی فلسطین را راه‌اندازی کرده تا این عملیات رسانه‌ای را گسترش دهد. بر این اساس، همزمان با روز ۱۳آبان، معاونت فضای مجازی سازمان صداوسیما، این شبکه را با عنوان شبکه تلوبیونی فلسطین کلید زد. این شبکه به‌عنوان تنها شبکه اختصاصی در موضوع فلسطین به‌صورت ۲۴ ساعته اقدام به پخش محتوای متنوع در زمینه تحولات فلسطین خواهد کرد. برنامه‌های زنده ترکیبی با حضور کارشناسان و تحلیلگران مرتبط، رصد و پایش اخبار و تحلیل‌ها، تأمین و پخش تولیدات مردمی در شبکه‌های اجتماعی، تأمین و ترجمه تولیدات بین‌المللی، معرفی کتاب‌ها و تحلیل فیلم‌های مرتبط با جریان مقاومت و مبارزات مردم فلسطین و بازپخش برنامه‌های پربازدید مربوط به فلسطین در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، جدول پخش شبکه تلوبیونی فلسطین را تشکیل می‌دهد. علاوه بر تولیدات اختصاصی معاونت فضای مجازی در زمینه فلسطین، تحلیل‌های کارشناسی بادقت و سرعت در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد. جام‌جم در گزارش پیش‌رو و در گفت‌وگو با مجتبی کشوری سردبیر شبکه تلوبیونی فلسطین، جزئیات فعالیت این شبکه را مورد بررسی قرار داده است.

مجتبی کشوری، سردبیر شبکه اختصاصی تلوبیون فلسطین درخصوص اهداف راه‌اندازی این شبکه و این‌که برای نخستین بار چنین اقدامی از سوی رسانه‌ملی صورت گرفته، به جام‌جم می‌گوید: یک ماه است که از حماسه بزرگ طوفان الاقصی می‌گذرد. اتفاقی که نقطه عطفی در تاریخ منطقه است و مورد توجه افکار عمومی چه در داخل و خارج از کشور قرار گرفته است. این حماسه بزرگ همچنان ادامه دارد و صهیونیسم و حامیان رسانه‌ای او می‌کوشند افکار عمومی را درگیر کنند. همچنین شبکه‌های معاند هم در خدمت سیاست‌های صهیونیسم قرار دارند و می‌خواهند با خبرهای جعلی، شبهه افکنی و ... بخشی از افکار عمومی جامعه را با توجه به روایت‌هایی که خودشان می‌سازند، تحت‌الشعاع قرار دهند اما رسانه‌ملی از شروع این رویداد تلاش کرده در قالب بخش‌های مختلف خبری و معاونت‌های مختلف به‌بهترین شکل این حماسه را انعکاس دهد. به همین دلیل معاونت‌های مختلف از همان روز اول دست به کار شدند.

وی ادامه می‌دهد: بنابراین لزوم یک شبکه تخصصی در بستر تلوبیون احساس می‌شد که مخاطبان خاص خود را دارد و بخشی از آن شامل مخاطبان داخلی و بخشی دیگر مخاطبان بین‌الملل است. برای شبکه اختصاصی تلوبیون اهدافی در نظر گرفته شده که شامل روشنگری جنایات صهیونیسم، بازنمایی جلوه‌های ایستادگی مظلومانه مردم غزه و مقاومتی است که از خود نشان دادند و جنگ شناختی که صهیونیسم راه انداخته است. البته این شبکه اهداف دیگری هم دارد تا تولیدات مردمی را منعکس کند و جریان مردمی راه بیندازد. علاوه بر آن رویدادهای مختلفی که در فضای داخل و خارج کشور وجود دارد هم جهت بدهد. ضمن این‌که فضایی به کنشگران فعال در حوزه فلسطین بدهد که فضای بین‌الملل را پوشش دهند. واکاوی مباحث مهم، پاسخ‌دهی به شبهات و اخبار جعلی که در این زمینه وجود دارد از دیگر اهدافی است که برای این شبکه در نظر گرفتند.



شبکه فلسطین، زبان نسل امروز

این سردبیر در پاسخ به این سؤال که آیا محتوای برنامه‌های این شبکه اختصاصی برای طیف‌های مختلف مخاطبان درنظر گرفته شده، توضیح می‌دهد: ما سه دسته مخاطب را در نظر داریم؛ دسته اول مخاطب نوجوان است که برایش هدفی درنظر گرفتیم که آشناسازی با آرمان فلسطین است تا بدانند آرمان چیست و رژیم صهیونیستی چه ماهیتی دارد. قشر بعدی، جوانان است که آنها را برای حمایت از آرمان فلسطین ترغیب خواهیم کرد. قشر بعدی بزرگسالان هستند که برای کنشگری صحیح مسأله فلسطین محتوا تهیه می‌کنیم. این سه قشر را درنظر داریم و به فراخور هرکدام و متناسب با ظرفیت‌ها محتوا داریم. بیشترین موضوعی که روی آن تمرکز داریم، این است که بتوانیم مباحث، شبهات، اخبار جعلی و گره‌های ذهنی که نوجوانان و جوانان با آن درگیر هستند با پاسخ‌های شفاف همراه کنیم. باید قبول کرد که نوجوان و جوان امروز پرسشگر است و با محتواهایی مواجه می‌شود که با رنگ و بوی خبر جعلی تثبیت شده است. سعی داریم شبهات را برطرف کنیم؛ ضمن این‌که محتوای این شبکه فقط تلوبیونی نیست، بلکه به‌صورت تفکیک‌شده در شبکه‌ها، پلتفرم‌ها و پیام‌رسان‌های داخلی هدفمند، منتشر می‌شود تا طیف مخاطبان گسترش یابد.

وی می‌افزاید: ما سعی داریم در حوزه شبهه‌زدایی برای نوجوانان و جوانان از قالب‌های هنرمندانه، ابتکاری و خلاقانه بهره ببریم. البته منظور این نیست که این موضوع در کشور انجام نمی‌شود اما با ظرفیتی که رسانه‌ملی دارد، راه‌اندازی شبکه اختصاصی تلوبیونی فلسطین اثرگذاری ویژه‌ای خواهد داشت. همچنین ما در این شبکه روی موضوعاتی همچون شبهات رایج در فضای مجازی پیرامون فلسطین و جبهه مقاومت، افشای جنایت صهیونیسم، مصادیق ظلم اسرائیل در بشریت، سیر غصب سرزمین فلسطین - که برای جوانان مهم است که دعوا سر چیست - پایداری جبهه مقاومت، بررسی نقش اتحاد مسلمانان برای پیروزی بر اسرائیل، عبرت‌سازی از ایده شکست‌خورده تشکیل دو کشور، پرداختن به حماس و نقشی که در فلسطین دارد، نحوه مواجهه کشورهای غربی با موضوع فلسطین، پیدایش رژیم صهیونیستی، تبیین جنگ رسانه‌ای افکارعمومی، مظلوم‌نمایی رژیم صهیونیستی و... می‌پردازیم و این محتوا در قالب‌های مختلف ارائه می‌شود. همچنین مهم‌ترین بحث ارتباطات زنده است که می‌خواهیم برقرار کنیم.

ضریب‌دهی به برنامه‌های جریان‌ساز

کشوری عنوان می‌کند: مهم‌ترین نکته‌مان این است که بالاخره شبکه تلوبیونی فلسطین باید با دیگر کارهایی که در فضای رسانه‌ای انجام می‌شود تفاوت و مزیت نسبی داشته باشد. در واقع باید مکمل کارهای دیگر باشد. پرسش اینجاست که سازمان این همه برنامه درباره مسأله فلسطین دارد. بله این برنامه مکمل دیگر برنامه‌هاست. بخش اول کار ما، ارتباط زنده است که به‌صورت روزانه در چند نوبت با اتاق وضعیت معاونت فضای مجازی برقرار می‌شود و یک سری اتفاقات رخ می‌دهد که شاید در رسانه‌های دیگر خیلی به این قسمت پرداخته نمی‌شود. در برنامه اتاق وضعیت که روزانه در چند نوبت در شبکه حضور دارد چند کار انجام می‌دهیم؛ یکی داده‌کاوی است که تحلیل آماری و کمی داده‌های موجود در فضای مجازی پیرامون مسأله فلسطین بوده و به‌صورت لحظه‌ای و آنلاین داده‌هایی که مردم تولید می‌کنند را بازخوانی می‌کنیم و مدام به آن می‌پردازیم. بخش دوم در ارتباط زنده‌ای که داریم، بحث مسائلی است که افکارعمومی به‌صورت لحظه‌ای در ارتباط با فلسطین با آن درگیر است. در واقع باید دید چه انگاره‌هایی در ذهن آنها درباره فلسطین شکل گرفته است و چه اخبار جعلی را بیشتر پذیرفته‌اند. اینها به‌صورت لحظه‌ای در چند نوبت در شبکه مطرح می‌شود. سرخط اخبار داخلی و خارجی به‌صورت لحظه‌ای در شبکه بیان می‌شود. درعین‌حال، تحلیل‌های دقیق پیرامون اتفاقات سرزمین‌های اشغالی به‌صورت لحظه‌ای و برخط گفته می‌شود و حتی در اتاق وضعیت، نحوه کنشگری صحیح درباره افکارعمومی و جوان و نوجوان بیان می‌شود تا بدانیم درباره فلسطین چگونه کنشگری کنیم. همچنین، طیف بزرگی از تحلیل‌های راهبردی اندیشکده‌ها را مطرح می‌کنیم تا روشن شود که چه گزاره‌هایی درباره فلسطین بیان می‌شود. این ارتباط زنده‌ای که در برنامه اتاق وضعیت داریم، به‌عنوان ظرفیت تحلیلی و رصدی معاونت فضای مجازی است و در چندین نوبت پخش می‌شود که بخش زیادی از روز را شامل می‌شود. این یک نوع ارتباط است.

ارتباط دیگر، تصویری است که به‌صورت لحظه‌ای با مهمانانی برقرار می‌شود که شاید حضور در استودیو ندارند اما در هر جای جهان که باشند چندین نوبت حاضر می‌شوند تا نکات را بیان کنند. این بخش را به گونه‌ای طراحی کردیم که گفت‌وگوها طولانی نباشد تا بیشتر تأثیرگذار واقع شود. درواقع ما ذات مجازی خودمان را حفظ کردیم و دنبال کارهای بلند نیستیم. یک ارتباط دیگر هم مربوط به نشست‌هایی است که یا در فضای نخبگانی و دانشگاهی یا در فضای میدانی شکل گرفته و تلاش کردیم آن را هم پوشش دهیم.

وی ادامه می‌دهد: نکته دوم این‌که ما یک سرمایه خوبی به‌نام تولیدات رسانه‌ملی داریم که این روزها در ارتباط با فلسطین روی آنتن می‌رود. اینها هم در جدول پخش شبکه جایگاه اصلی دارد و پخش می‌شود. بخشی از تلاش‌مان این است که به برنامه‌های سازمان که جریان‌ساز بوده و افکارعمومی با آن ارتباط برقرار می‌کند، ضریب دهیم. بخش بعدی محتواهای شبکه، تولیدات مردمی است. می‌دانیم که الان در فضای شبکه‌های اجتماعی شاید نزدیک به ۵۰۰هزار محتوای مردمی داشته‌ایم. یعنی خود مردم تولید کرده‌اند. البته شاید کیفیت فرمیک و تخصصی نداشته اما تولیدی است که در شبکه ما جا دارد. ما بخش خوبی از جدول پخش را به تولیداتی اختصاص داده‌ایم که توسط مردم تولید و در شبکه‌های اجتماعی پخش شده است. درواقع می‌خواهیم به مردم انگیزه دهیم که کنشگری داشته باشند. این بخش قالب نمی‌شناسد و هر قالبی که مردم در آن تولیدات داشته باشند را شامل می‌شود.

برای خواندن متن کامل گزارش کیوآرکد را اسکن کنید

درنگ

تولیدات خلاقانه مرتبط با فلسطین

کشوری در بخش دیگری از مصاحبه‌اش با اشاره به آیتم‌های برنامه‌سازی، تصریح می‌کند: برخی آیتم‌ها هم مربوط به تولیدات بین‌المللی است که توسط گروه‌های مختلف درباره مسأله فلسطین صورت گرفته است. اگر نیاز به ترجمه یا زیرنویس باشد، این کارها برایش انجام و بخش‌های مهم و جریان‌ساز آن، در شبکه منتشر می‌شود. آیتم‌های خلاقانه دیگری هم مثل معرفی کتاب یا فیلم داریم که مربوط به مسأله فلسطین است و تلاش کردیم به افکارعمومی جهت دهیم و عمق مطالعاتی آنها را بالا ببریم. یک بخش هم در حوزه زیرنویس شبکه داریم که موشن‌های کنار تصاویر است و مربوط به اخبار فوری در حوزه افکارعمومی. یک سری کنشگری‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته به‌صورت لحظه‌ای و در قالب موشن درج می‌شود که به‌لحظه، این تولیدات را برای پوشش مسائل داشته باشیم. سکانس‌های برتر فیلم و سریال‌های تولیدشده در حوزه فلسطین بازطراحی و منتشر می‌شود. چیزهای دیگری که برای جوانان جذاب باشد هم در دستورکارمان قرار دارد اما بنای ما کوتاه بودن کارهاست. این درواقع ساختار کلی شبکه است. برنامه فلسطین ما هم یک برنامه گفت‌وگومحور شامل آیتم‌های متنوعی است که روزانه دو ساعت برنامه تولیدی زنده تحت همین عنوان خواهد داشت.

داده نما

رویکردهای مختلف شبکه تلوبیونی فلسطین

برنامه «اتاق وضعیت»
- داده‌کاوی
- رصدخوان
- پیشخوان روزنامه‌ها
- سرخط اخبار
- تحلیل
- کنشگری

ساختار موضوعی شبکه در مجازی
- روش تشخیص اخبار جعلی مرتبط با جنگ غزه
- تحلیل تأثیر فضای مجازی در افشای جنایات اسرائیل
- قیاس، تحلیل و بررسی کنشگری رسانه‌ای چهره‌های مشهور ایران و دنیا پیرامون مسأله فلسطین
- واکاوی اهمیت کنشگری رسانه‌ای مردمی علیه اسرائیل
- بررسی و الگوگیری از مصادیق پربازدید کنشگری چهره‌های غیرمشهور علیه اسرائیل در ایران و جهان

تولیدات مردمی
- راه‌اندازی پویش‌های تولید محتوای مردمی
- انتشار محتواهای مردمی پویش‌ها
- مشارکت با سازمان‌های برگزارکننده رویدادهای مردمی

برنامه‌های تولیدی
- تولیدات جریان‌ساز مبتنی بر مسائل اقتضایی
- ترجمه، تدوین یا تولید محتواهای بین‌المللی

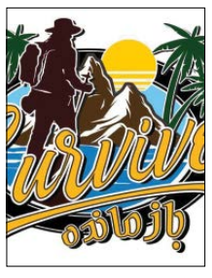
چهره



علیرضا مهران به «مدار بسته» شبکه ۲ می‌آید

چهارمین قسمت برنامه «مدار بسته» به میزبانی علیرضا مهران، امروز روانه آنتن شبکه دو می‌شود. علیرضا مهران، بازیگر و کارگردان سینما و تلویزیون، متولد سال ۱۳۵۹ در تهران است. او کارشناسی نقشه‌کشی ساختمان دارد و فعالیت خود را از بازیگری تئاتر شروع کرد، سپس دستیاری کارگردان و طراحی صحنه را نیز تجربه کرده است. اولین بار سال ۱۳۸۱ با تله‌تئاتر «به سوی دمشق» به کارگردانی حمید سمندریان جلوی دوربین رفت و با این‌که در یک پلان بیشتر بازی نداشت اما می‌گوید همان یک پلان دلیلی برای بالندگی و افتخار اوست. وی تاکنون در مجموعه‌های زیادی به ایفای نقش پرداخته که از مهم‌ترین آنها می‌توان به سریال‌های زیر هشت، مدینه و بچه‌های نسبتا بد اشاره کرد که باعث بهتر دیده‌شدن این هنرمند شده‌اند. حسین رفیعی در استودیوی برنامه درخصوص موضوع «بازیگری» با این هنرمند کشورمان به گفت‌وگویی ساختارمند و صمیمانه می‌نشیند تا با چالش‌هایی از پیش تعیین‌شده، شگفتانه‌ای برای مهمان و مخاطبان این برنامه ترتیب دهد. همچنین دوربین مخفی سطح شهر این برنامه در دوبخش روانه آنتن می‌شود. محمد شعبان‌پور در بخش ابتدایی برنامه و حسین رفیعی در بخش پایانی برنامه باگریمی خاص و منحصر به فرد در سطح شهر حاضر می‌شوند.

آنتن



آغاز پیش‌تولید مسابقه «بازمانده»

مسابقه «بازمانده» به نویسندگی، کارگردانی و تهیه‌کنندگی سعید طالبی با دریافت مجوز از سوی ساترا به‌تازگی وارد مرحله پیش‌تولید شده است و براساس برنامه‌ریزی‌های انجام‌گرفته از اسفندماه امسال در یکی از جزایر جنوبی کشور مقابل دوربین می‌رود. این مسابقه با نام انگلیسی «survivor» همه‌ساله در بسیاری از کشورها اعم از آمریکا، ایتالیا، سوئد، یونان و ترکیه برگزار شده و بزرگ‌ترین و پرطرفدارترین مسابقه تلویزیونی در جهان لقب گرفته است. نحوه برگزاری مسابقه به این شکل است که تیمی متشکل از سلبریتی‌ها اعم از بازیگران، فوتبالیست‌ها، ورزشکاران و خوانندگان و تیم دیگر که همگی از میان داوطلبان عادی انتخاب خواهند شد، به مدت چهارماه بدون هیچ‌گونه امکاناتی به رقابت با یکدیگر می‌پردازند و درنهایت یک‌نفر به‌عنوان بازمانده به جایزه بزرگ دست می‌یابد. این مسابقه نیاز به فعالیت‌های بدنی زیادی دارد و به‌همین‌دلیل سازندگان قصد دارند از میان چهره‌های خاص ورزشی، هنری و سینمایی کسانی را دعوت کنند که علاوه بر محبوبیت، از قوای جسمانی و ورزشی بالایی برخوردار باشند. نسخه ایرانی «survivor» یک فیلمنامه متنوع و ایرانیزه دارد.

خاطرات کاغذی

پسر و خرس قطبی

مریم فلاح: پسرکی به‌نام «هونزیک» در دنیای خیالبافی‌های کودکانه خود با خرس قطبی به نام «ساموئل» همراه می‌شد، البته خرس قطبی واقعی نبود و صرفا پوست این حیوان بود که کنار تختخواب پسر، روی زمین پهن شده بود. منتهی وقتی این پسرک خردسال سراغش می‌رفت یکباره جان می‌گرفت، از روی زمین برمی‌خواست و می‌شد بهترین هونزیک، کوله‌پشتی هم داشت که همیشه و همه‌جا با خودش می برد. معمولا موضوعاتی که پیرامون آنها شکل می‌گرفت، در بیرون از خانه می‌گذشت و از همبازی شدن یک انسان با خرسی از قطب در یک جامعه شهری داستان‌های جالب، آموزنده و گاه‌خنده دار خلق می‌شد. هرگاه قهرمانان ما خود را در میان تعقیب و گریز و توطئه‌ای گرفتار می‌دیدند، هونزیک با ترفندی خنده‌دار سعی می‌کرد به دوست چهارپای خود برسد و او را مجبور به بازگشت به خانه کند، در پایان هم بعد از یک روز پرماجرا به خانه برمی‌گشتند و خرس قطبی دوباره به وضعیت اول خود درمی‌آمد.

کیوآرکد را اسکن کنید

