

فیلم سینمایی «پدرخوانده» با گویندگی ۳۹ نفر از گویندگان گفتر فیلم در واحد دوبلاژ اداره کل تامین و رسانه بین الملل سیما دوبله شد.

این سینمایی در گونه اکشن، جنایی و درام محصول هند در سال ۲۰۲۰ قرار است از شبکه سه سیما پخش شود. مدیر دوبله این سینمایی مهسا عرفانی و صدابردار آن سهیل عابدی است. ارغوان افراسیاب، مهوش افشاری،

حضور «پدرخوانده» در شبکه سه

آزاده اکبری، رضا الماسی، دانیال الیاسی و... صدابیشه‌های این اثر بوده‌اند. خلاصه روایت این اثر از این قرار است که؛ بعد از مرگ رئیس جمهور، داماد فاسد او به هر روشی تلاش می‌کند بر قدرت بنشیند اما برهما، پسر رئیس جمهور، فساد او و وزرا را افشا می‌کند و خواهرش ساتیا را به ریاست جمهوری می‌رساند. پدرخوانده فیلمی حادثه‌ای و خانوادگی درباره مقاومت یک خانواده معمولی در برابر یک گروه تبهکار و

همچنین همستگی آدم‌های اطراف برای کمک به کسی که مورد ظلم بودند، است. فیلم می‌خواهد بر اهمیت حفظ خانواده و تلاش برای آن صحنه بگذارد در حالی که از طرف دیگر پر از صحنه‌های اکشن است و به روال معمول فیلم‌های عامه‌پسند هندی ساخته شده و به همین خاطر می‌تواند برای علاقه‌مندان به فیلم‌های بدنه سینمای هند جذابیت خاص خود را داشته باشد.



حضور پویا در میدان نظرسنجی‌ها

رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما در گفت‌وگو با «جام جم»

ضمن تشریح برنامه‌های هفته پژوهش

بر روشن بودن فرآیند کار در این مرکز تاکید کرد



نوشین مجلسی گروه رسانه

سازمان صداوسیما داشتیم تا درباره اقدامات این مرکز در هفته پیش‌رو بگویید.

۱- سلسله نشست‌هایی در مرکز تحقیقات برگزار می‌شود که غالباً به موضوعات تخصصی و نتایج پژوهش‌ها و تحلیل‌های انجام شده در حوزه رسانه می‌پردازد. عناوین پژوهشی برای ارائه در این نشست‌ها یا چه سازوکاری گزینش می‌شود؟

یک اداره کل مطالعات داریم که این اداره کل در سه حوزه آینده‌پژوهی، فضای مجازی و رسانه‌های جدید و همچنین زبان و زیبایی‌شناسی رسانه کار می‌کند. در کنار پژوهش‌هایی که به صورت کیفی در این سه اداره انجام می‌شود، نشست‌های علمی هم ذیل همین موضوعات برگزار می‌شود؛ مثلاً اخیراً بحث برنامه‌ریزی زبان ذیل مدیریت و زیبایی‌شناسی رسانه اجرا شد. نشست بعدی‌مان در حوزه هوش مصنوعی است که در حوزه مدیریت فضای مجازی و رسانه‌های جدید برگزار می‌شود. در حوزه آینده‌پژوهی هم مواردی داشتیم. معمولاً نشست‌های این سه حوزه به صورت ماهانه برگزار می‌شود و از پژوهشگران و مدیران رسانه‌ای مرتبط دعوت می‌کنیم. البته از دیگر بخش‌های سازمان هم در این نشست‌ها شرکت می‌کنند.

۲- حضور در این جلسات برای عموم هم آزاد است؟
آزاد است ولی اطلاع‌رسانی‌اش عمومی نیست. معمولاً اطلاعیه‌اش در فضای سازمان منتشر می‌شود و همکاران سازمانی می‌آیند اما مانی برای حضور عموم مردم نیست.

۳- در هفته پژوهش، مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما به عنوان یکی از بزرگ‌ترین مراکز تحقیقاتی کشور چه اقداماتی را در دستور کار دارد؟

به این مناسبت، مراسم تقدیر از پژوهشگران همه معاونت‌های سازمان و رونمایی از آثار جدیدی که در یک‌ساله اخیر در مرکز تحقیقات رخ داده، صورت می‌گیرد. همچنین نشست‌های مرتبط برگزار می‌شود و بناسبت در نشست سراسری مدیران رسانه افق تحول که به فاصله چند روز بعد از روز پژوهش برگزار می‌شود، پیل اجرای نظرسنجی را به همه همکاران سازمان ارائه دهیم. چون

اجرای نظرسنجی‌مان به‌صورت آنلاین و قابل رصد است. همه همکاران می‌توانند به صورت زنده فرآیند اجرای نظرسنجی را در سراسر کشور ببینند و سؤالاتی را که پژوهشگران می‌پرسند، بشنوند و ببینند وضعیت میزان مخاطب تا ساعت ۱۱ صبح روز برگزاری این پیل، چند درصد است. همچنین تا غروب که این برنامه ادامه پیدا می‌کند، می‌توانند برآورد کنند. در واقع به‌صورت زنده و آنلاین صدای پرسشگر را می‌شنوند و فایل‌های صوتی نظرسنجی

که آن روز در اقصی نقاط ایران انجام می‌شود، گوش دهند. چون گاهی در مورد کیفیت نظرسنجی یا میزان مخاطب سازمان شک و شبهه‌هایی ایجاد می‌شود، این فرصت را فراهم می‌آوریم تا برای اولین‌بار به صورت زنده همه بتوانند وضعیت نظرسنجی را بشنوند و ببینند.

۴- البته پیش از این هم بارها در مصاحبه‌ها شیوه کار علمی نظرسنجی‌ها اعلام و تبیین شده است، با وجود این چرا همچنان گاهی همه‌هایی را نسبت به آمار منتشر شده در خصوص تعداد بینندگان شاهد هستیم؟

همه‌جا در مورد وضعیت مخاطب صداوسیما، شبکه نمایش خانگی و ماهواره نظرسنجی می‌کنند و فقط ما نیستیم. ما مثلاً می‌گوییم ۷۰ درصد مخاطب داریم؛ در شبکه نمایش خانگی نظرسنجی می‌شود و می‌گویند فلان سریال نهایتاً ۳۰ درصد مخاطب دارد. به‌نظر می‌رسد خیلی واضح است. ۷۰ درصد صداوسیما را دنبال می‌کنند و ۴۰ درصد صداوسیما را نمی‌بینند. حالا پرسش این است مصرف رسانه‌ای این ۳۰ درصد چیست؟ وقتی همه مصرف‌ها را کنار هم می‌گذاریم، می‌بینید داده‌ها همدیگر را تأیید می‌کنند. بعید است کسی در جامعه از هیچ رسانه‌ای استفاده نکند. کسی که صداوسیما

درنگ

+

هر دو هفته، یک نظرسنجی

از شاکری‌نژاد می‌پرسیم در هفته‌های اخیر آماری از میزان مخاطبان سریال‌های روی آنتن به‌دست آمده است؟ وی به جام‌جم توضیح می‌دهد که برای سریال‌های روی آنتن هر دو هفته یک‌بار نظرسنجی صورت می‌گیرد و می‌افزاید: مخاطبان سریال سوجان ۲۴/۷ درصد و تانک‌خورها ۲۶/۵ درصد است. نتایجی که می‌گویم مربوط به آخرین نظرسنجی تانک‌خورها و اولین نظرسنجی سوجان است. این دست نظرسنجی‌ها هر دو هفته یک‌بار اجرامی‌شود. از زمان اجرا در مورد سریالی که روی آنتن است، می‌پرسم؛ سریال تانک‌خورها در دو هفته

نمی‌بیند ماهواره یا شبکه نمایش خانگی می‌بیند، پس بالاخره جایگزینی دارد. داده‌های ما کاملاً شفاف و روشن است و بارها گفتیم اگر کسی شک و شبهه‌ای دارد، می‌تواند مراجعه کند و نظرسنجی را از نزدیک ببیند، بشنود و بعد داده‌هایی را که می‌گوییم تأیید کند. امروز درمیان دیوارهای شیشه‌ای زندگی می‌کنیم و چیزی پنهان نیست. اگر مطرح کردیم سریال آقای قاضی ۴۱/۳ درصد مخاطب داشته، این در فضای مجازی به خصوص پلتفرم‌ها یا

فضاهایی که مدیریت‌شان در اختیار ما نیست خود را به خوبی نشان می‌دهد. برای مثال قطعاتی از سریال آقای قاضی ۲۵ میلیون بار در یوتیوب یا بیش از ۴۰۰ میلیون بار در اینستاگرام دیده شده است. این آماری نیست که بتوانیم آن را دستکاری کنیم. این پلتفرم‌ها موجودند و افراد می‌توانند به آنها مراجعه کنند تا ببینند آیا این آمار صحت دارد یا خیر. واکنش‌ها، بازدهی‌ها و دنبال‌کردن‌ها در فضای مجازی که مدیریت‌شان در اختیار ما نیست، همه و همه این داده‌ها را تأیید می‌کنند. پس مثلاً اگر می‌گوییم این سریال ۴۰ درصد مخاطب دارد، میزان بازدهی‌ش

در فضای مجازی هم باید این را تأیید کند. افراد می‌توانند همه اینها را کنار همدیگر بگذارند و نتیجه را صحت‌سنجی کنند. مراکز افکارسنجی نیز این نظرسنجی‌ها را انجام می‌دهند. واضح است برخی همه‌جا فقط ناشی از بحث‌های سیاسی است. شاهد هستیم که سایت‌ها و کانال‌هایی که ادعا دارند صداوسیما مرجعیت و مخاطب ندارد، در این برهه زمانی که بحران‌های مختلف منطقه‌ای در جریان است، اصرار بر بازگشت یک گزارشگر بازنشته رسانه ملی به صداوسیما را مطرح می‌کنند. اگر صداوسیما مخاطب ندارد، چرا اصرار می‌کنند یک گزارشگر بازنشته به این رسانه بازگردد؟ پس

بایانی آبان که نظرسنجی کردیم و هنوز روی آنتن بود ۲۶/۵ درصد مخاطب داشته است. همزمان بازدهی این سریال در تلویزیون تا آن موقع بالای سه میلیون بوده است. آمار بازدهی سریال سوجان در همین بازه زمانی در تلویزیون یک میلیون بوده است. البته هر چه جلو برویم این درصدها و اعداد هم در فضای مجازی و هم در میزان مخاطب تلویزیون افزایش می‌یابد. بنابراین الان نمی‌توانیم بگوییم مخاطب سریال سوجان ۲۴/۷ درصد است و تمام؛ چون در اجرای اول این نتایج به‌دست آمده است. تا زمانی که سریال در حال پخش است، دو هفته یک‌بار نظرسنجی می‌کنیم. پس نظرسنجی بایانی ملاک است.



همان‌طور که گفتیم در کمال تعجب اصرار می‌کنند یک گزارشگر به رسانه‌ای که مدعی هستند مخاطب ندارد، برگردد!

خاطرات کاغذی

سنباب و خاریشت

مریم فلاح: سنباب‌ها و خاریشت‌ها تمثیلی از پیشاهنگان وطن‌پرست کره شمالی و خانه‌های آنها که واقع در تپه گل بود هم به تبع آن نماد کشورشان معرفی می‌شد. آنها همراه با سایرچهره‌انات تپه گل، با شورشان کوه صخره سیاه و گرگ‌ها که نشان‌دهنده برجسته‌ترین دشمنان این کشور بودند، مبارزه می‌کردند. گونه‌های حیوانی متخاصم نشان‌دهنده ملت‌های دشمن کره شمالی بودند. راسو نماد ژاپن، گرگ نماد آمریکا، موش نماد کره جنوبی و خرس نماد روسیه. همچنین یک روباه بسیار عجیب و غریب در میان دشمنیت‌ها وجود داشت که احتمالاً او هم مشترکاً با گرگ، نماد آمریکا محسوب می‌شد. در یکی از قسمت‌های می‌دیدیم که خاریشت‌های سرپای میهن، جاسوسی را که یک موش بیابانی بزرگ بود، دستگیر کرده‌اند.



کودک‌ها را سکن کنید

زاویه دید

استعدادیابی به سبک بگویند

استعدادیابی همواره یکی از دغدغه‌های رسانه‌ملی بوده و در این زمینه در سالیان متمادی، برنامه‌های مختلفی از شبکه‌های مختلف سیما پخش شده است.



همه این برنامه‌ها هرکدام سهمی در بروز و ظهور استعدادها داشته‌اند اما این روزها پس از وقفه‌ای چند ساله، شبکه نسیم با بگویند در بخش استعدادیابی پیشتاز دیگر شبکه‌ها شده است. بگویند در فصل سوم با انتخاب چهار بازیگر و قرار دادن آنان در موقعیت‌های بداهه، تلاش کرده علاوه بر خلق لحظات شاد و مفرح و جذاب برای مخاطب، فضایی رقابتی بین استعدادهای جوان ایجاد کند. از طرفی سوزه‌یابی خوب و گزنده در این برنامه از جمله گریز به وضعیت سلامت، حمل و نقل و مواردی از این دست، بگویند را به یکی از برنامه‌هایی تبدیل کرده است که با کلام طنز، نقد‌های خود را در چارچوب درست بیان می‌کند.

اجرای خوب عبدا... روا از نکات قابل تامل این برنامه است. او که پیش‌تر با طنزهای فوتبالی به عرصه اجرا وارد کرده و در ذهن مخاطبان ماندگار شده با کلام بداهه و طنز خود در قرار دادن استعدادها در موقعیت‌های غیرقابل پیش‌بینی اجرای بسیار درخشانی داشته است. روا علاوه بر کلام طنز، نشان داده از مجریان باسواد و البته متبحر در اجراست. بگویند همچنین در استنداپ‌ها از برنامه‌های پیشرو در صداوسیما محسوب می‌شود چراکه سوزه‌های انتخاب شده بیشتر اجتماعی است و از این منظر بگویند چند گام جلوتر از برنامه‌هایی مشابه است. بخش مسابقه و گیم از دیگر بخش‌های جذاب بگویند محسوب می‌شود؛ در این بخش رقابت‌های غیرقابل پیش‌بینی علاوه بر نشان دادن لیخند بر لب مخاطب، مصافی جدی را شکل می‌دهد. بی‌شک بگویند یکی از پربازدیدترین برنامه‌های تلویزیونی است که در فصل سوم توانسته برای مخاطب خود، با نوآوری، بخش‌های جدیدی را به رباغان بیاورد و این امر موجب شده بگویند علاوه بر برندی برای گذران اوقات خوش مخاطب، به عنوان برنامه استعدادیابی متفاوت نیز شناخته شود.

سریال

«تنها گریه کن» روی آنتن افق



مجموعه تلویزیونی «تنها گریه کن» به تهیه‌کنندگی میلاد حاجی‌پروانه و کارگردانی علی درخشنده به‌زودی روی آنتن شبکه افق خواهد رفت.

«تنها گریه کن»، اولین همکاری میان شبکه افق با پلتفرم‌های روبیکا و نماودر تولید سریال، روایتگر تنهایی زنی است که در فصل اول، کودکی‌اش با رنج پدرگره می‌خورد و تصمیم می‌گیرد عشق، جوانی و روپاهای خود را قربانی ایستادن در برابر ظلم و بی‌عدالتی کند و در فصل دوم تمام زندگی و دارایی‌هایش را برای آرامش فدا می‌کند. این روند داستان زندگی او و خانواده‌اش را در سه دهه از برهه‌های مهم تاریخ معاصر کشورمان را روایت می‌کند. افسانه کمالی، رابعه مدنی، خاطره حاتمی، رها ربانی، نیا، پیام احمدی‌نیا، سیاوش چراغی‌پور، مرجان قمری، احمد کاوری، هادی شیخ‌الاسلامی، رحیم نوروزی، حسن رضایی، یوسف صفری بختیاری و... از جمله بازیگرانی هستند که در این سریال نقش آفرینی می‌کنند.



اثری از معاونت استان‌ها در جشنواره حقیقت

مستند چشم کویر به کارگردانی و تهیه‌کنندگی محسن علم‌الهدی، جزو ۱۲ اثر راه یافته به بخش نیمه‌بلند مسابقه ملی هجدهمین جشنواره سینماحقیقت است. همزمان با راهیابی این اثر از پوستر و تیزر آن رونمایی شد.

اولین نمایش مستند «چشم کویر» روز سه شنبه ۲۴ آذرماه ساعت ۱۵:۳۰ در سالن ۶ برگزار شد. دومین نمایش آن نیز روز شنبه ۲۴ آذرماه ساعت ۱۹:۳۰ در سالن ۳ در پردیس سینمایی جارسو، محل برگزاری جشنواره خواهد بود. این مستند ۵۹ دقیقه‌ای به مقوله بحران آب و تأثیرات آن در مناطق حاشیه‌ای کویر و لزوم احیای قنات‌های پرآب و از محصولات معاونت استان‌های رسانه ملی است.

برخی عوامل مستند چشم کویر عبارتند از: تهیه‌کننده، نویسنده و کارگردان: محسن علم‌الهدی/ تحقیق و پژوهش: محسن علم‌الهدی، علیرضا خواججه‌نظامی/ مدیر تصویربرداری: محمدحسین عبدی/ تصویرپردازان: علی معتمدی، حمید ابراهیم‌پور/ صدابردار: محمد روحی/ تدوین: مهسا اسماعیلی/ اصلاح رنگ و نور: علیرضا صلواتی/ طراحی و ترکیب صدا: دانیال استاد عبدالحمید/ مشاور پروژه: محمد تقفی.



فصل دوم «برمودا» به نسیم می‌رسد

فصل دوم «برمودا به وقت پیدا شدن» به‌زودی روی آنتن می‌رود. این فصل با ویژگی‌های جدیدی همراه است که توجه مخاطبان را جلب خواهد کرد. برای اولین‌بار در آژنوس یک برنامه تلویزیونی، از هوش مصنوعی استفاده شده است. در این فصل، هوش مصنوعی کامران نجف‌زاده را به عجیب‌ترین نقاط جهان می‌برد. برمودا در حالی وارد فصل دوم می‌شود که نتایج چهار نظرسنجی متواتر از مراکز ارتباطاتی و دانشگاهی نشان می‌دهد این برنامه با استقبال گسترده‌ای از سوی مخاطبان مواجه شده است. محمدهادی خفاجی، کارگردان برمودا درباره تیزر جدید گفت: «مهم‌ترین ویژگی این تیزر، تلفیق پلان‌های ژنال و هوش مصنوعی است. تلاش شده تا نماهای هوش مصنوعی با ظرافت و حساسیت ساخته شود تا بیشترین شباهت ممکن به نماهای واقعی داشته باشد.» کامران نجف‌زاده، مجری برمودا، امسال نیز نامزد بهترین چهره تاک‌شو در جشن حافظ بوده است. این برنامه به تهیه‌کنندگی مهدی مینایی از اوایل دی ماه از شبکه نسیم پخش خواهد شد.



تیزر